

**Kaffeerbegeisterung der Deutschen und neues „scharfes“ Antennenfernsehen treiben 2017 den Markt**  
Technikhändler setzen im Weihnachtsgeschäft auf Smartphones, Saugroboter und beleuchtete Indoor-Kräutergärten

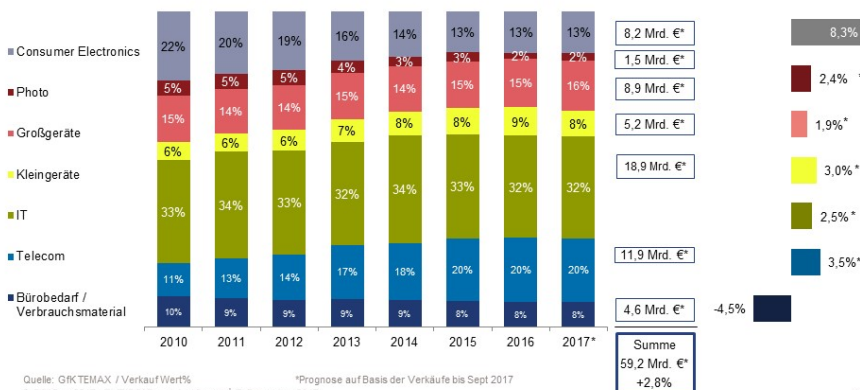


Der **Handelsverband Technik (BVT)** und die Marktforscher der **GfK Retail and Technology GmbH** erwarten ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft: Bei guter Wirtschaftslage, geringer Arbeitslosenzahl und stabilen Einkommen werden die Deutschen mit **59,2 Milliarden Euro** fast 3 % mehr für Technische Gebrauchsgüter ausgeben als noch im Vorjahr. Aufgrund der verkürzten Adventszeit rechnet der BVT mit einem umsatzstarken Jahresendspurt. **BVT-Geschäftsführer Willy Fischel:** „Samstag der 23. Dezember dürfte einer der umsatzstärksten Einkaufstage werden.“ Nach Angaben des Handelsverband Deutschland (HDE) will jeder Bundesbürger im Durchschnitt in diesem Jahr 466 Euro für Weihnachtsgeschenke ausgeben. Da dürften Technik-Produkte gut im Rennen liegen. **Fischel:** „Der Verbraucher setzt mehr denn je auf Qualität. Smarte TV-Geräte mit Internetanbindung, großer Bildschirmdiagonale und UHD-Bildqualität treiben den Markt. Elektrogroßgeräte profitieren vom Immobilienboom und die Küche avanciert zum Statussymbol und Lifestylethema. Elektrokleingeräte wie Saugroboter oder Espressovollautomaten sind 2017 die Hingucker auf dem Gabentisch.“ Auch die mobile Mediennutzung bleibt ein Dauerbrenner. So erwartet der BVT, dass die Deutschen in diesem Jahr voraussichtlich 23,5 Mio. Smartphones kaufen. **Fischel:** „Das sind mengenmäßig zwar „nur“ 1,1 % mehr als 2016. Der Durchschnittspreis stieg aber von 412 auf 428 Euro. Die Kunden sind bereit, für innovative Technik, schnellere Prozessoren und größere Bildschirme immer mehr Geld zu investieren. Nach der Markteinführung der neuen Apple-Serie sind sogar Preise um 1.000 Euro kein Tabu mehr.“

Der Gesamtmarkt umfasst Konsumelektronik, Foto, Elektrogroß- und -kleingeräte, Telekommunikation, Informationstechnik und Bürobedarf. Das Weihnachtsgeschäft spielt für die Branche eine große Rolle: Immerhin **26 % ihres Budgets für Unterhaltungselektronik** geben die Deutschen in den Monaten **November und Dezember** aus.

PRESEMITTEILUNG

Technische Gebrauchsgüter wachsen in Umsatz um fast 3%.



Quelle: GfK TEMAX / Verkauf Wert% \*Prognose auf Basis der Verkäufe bis Sept 2017 © GfK Dez 2017 | BVT/GfK Pressekonferenz | 7. Dezember 2017

## Start des hochauflösenden Antennen-Fernsehens treibt den Markt

Obwohl in diesem Jahr ein absatzförderndes Fußball-Großereignis fehlt, kaufen die Deutschen mit voraussichtlich über 7 Mio. TV-Geräten in 2017 2,4 % mehr Geräte und geben dafür auch noch mehr Geld aus (+4,3 %). In den ersten 9 Monaten kletterte der Umsatz mit Fernsehgeräten bereits um stolze 6,3 % auf 2,9 Mrd. Euro - dabei liegt der Durchschnittspreis eines Gerätes bei rund **594 Euro**. Durch die Einführung des hochauflösenden Antennen-Fernsehens DVB-T2 HD florierte zudem der Verkauf von **Set-Top-Boxen**. Diese benötigen die Zuschauer, um das Antennenfernsehen auch mit alten TV-Geräten empfangen zu können. Der Umsatz der Boxen verdreifachte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und sorgte in 2017 für außergewöhnliche 446 Mio. Euro Umsatz. **Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics GfK Retail and Technology GmbH**: *„Endlich wurde auch das Antennenfernsehen scharf gestellt: Die Umstellung auf den hochauflösenden DVB-T2 HD-Standard im Frühjahr, die weiterhin hohe Nachfrage nach großen Bildschirmen mit Internetanbindung und verbesserter Bildqualität waren zuletzt die Wachstumstreiber.“* QLED und OLED sind erfolgreich im hochpreisigen Segment. Immer mehr Konsumenten kaufen einen Fernseher mit einem noch schärferen Bild: Mit 45 % Marktanteil ist fast schon jedes zweite verkaufte TV-Gerät ein Gerät mit **UHD-Auflösung**. Bei diesen ist die Bildauflösung noch einmal um das 4-fache höher als bei Full HD-Geräten. Gleichzeitig werden auch die Bildschirme immer größer. Mehr als 50 % des Geldes, das die Deutschen für TV-Geräte ausgeben, geben sie für große **Geräte mit über 50 Inch / 125 cm Bilddiagonale** aus. Bemerkenswert: Mit inzwischen 75 % aller neu verkauften TV-Geräte kann man auch Filme aus dem Internet streamen. Smartphones erleichtern den Einstieg in die Welt der **Fotografie**. Aber die Nachfrage im Fachhandel nach hochwertigen Produkten bestätigt, dass der Anspruch der Konsumenten steigt. Dies belegt der Zuwachs bei Systemkameras, Actioncams, Fotodrohnen und hochwertigen Wechselobjektiven.

## Saugroboter und Kaffeefullautomaten sind die Hingucker

Die Sehnsucht der Deutschen nach mehr Lifestyle und Genuss, nach gutem und gesundem Essen ist groß und so geben sie für entsprechende **Elektrokleingeräte** in diesem Jahr **3 %** mehr aus. **Boyny**: *„Die Deutschen sind wahre Kaffee-Connaissseure.“*

Während in diesem Jahr die Erfolgsgeschichte der **akkubetriebenen Handstaubsauger** fortgeschrieben wurde – ihr Absatz wuchs noch einmal um mehr als 50 % - machten neuartige **Roboter-Staubsauger** von sich reden. Von ihnen kauften die Deutschen 28 % mehr als im Vorjahr. Auch die Aufbereitung sauberer Luft liegt im Trend: So verkaufte der Handel 34 % mehr Luftreinigungsgeräte.

Die Ausgaben für **Elektrogroßgeräte** wachsen seit 10 Jahren in Folge. **Boyny**: *„In diesem Jahr wuchs der Markt bis jetzt um 2 %, das ist das Minimum, was wir für das Weihnachtsgeschäft und für das kommende Jahr erwarten.“* Nachdem in den letzten 3 Jahren vor allem mehr Geräte verkauft wurden, investierten die Deutschen in diesem Jahr besonders bei **Waschmaschinen** und **Geschirrspülmaschinen** wieder mehr Geld in höherwertigere Geräte. Der neueste Schrei sind smarte Großgeräte, die bereits auf einen Anteil von 4 % kommen. **Boyny**: *„So können Sie heute zum Beispiel vom Supermarkt aus im heimischen Kühlschrank nachschauen, was noch eingekauft werden muss und gleichzeitig schon einmal die Waschmaschine programmieren.“*

**Kochfelder**, bei denen der Dunstabzug gleich daneben eingebaut ist, boomen: Das Segment wächst um 90 % in der Menge im Vergleich zu 2016. Energieeffiziente Geräte bleiben gefragt, auch wenn die EU-Energielabel-Klassen inzwischen an ihre Grenzen stoßen: So dominiert bei Waschmaschinen schon heute das Segment A+++.

### Fachhandel investiert in Präsentation, Logistik und Personal

Logistik ist Trumpf: Über den Preis alleine zu verkaufen, funktioniert schon lange nicht mehr. Der Service entscheidet mehr denn je über den Erfolg. Damit hängt die Zukunftsfähigkeit des Handels maßgeblich mit einer laufenden Optimierung der Logistik-Prozesse zusammen. Die Einkaufskooperationen unterstützen ihre mittelständischen Mitgliedsunternehmen bei ihrer Digitalisierungs-offensive mit Logistikkonzepten, Online-Plattformen oder Social-Media-Konzepten.

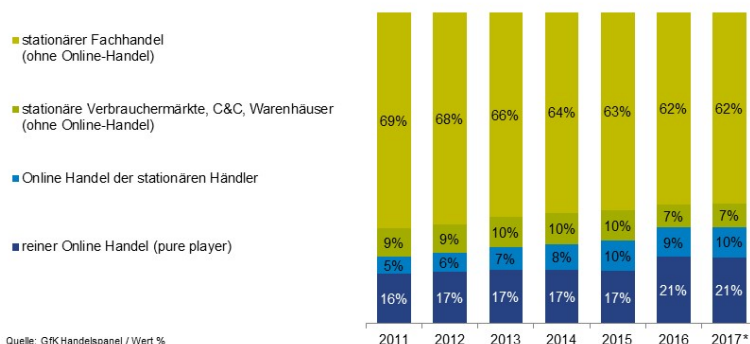
Mensch statt Maschine: Qualifizierte Mitarbeiter können erfolgsentscheidend sein. In der immer unübersichtlicheren, digitalen Welt wollen Endverbraucher nicht nur Alexa und Siri, sondern jemanden, dem sie vertrauen können. So wächst der Bedarf nach **individueller Beratung**, Installation und Konfiguration bei vernetzten und smarten Lösungen. **Fischel:** „Je digitaler unsere Welt, desto wichtiger die persönliche und individuelle Beratung. Kompetente und freundliche Mitarbeiter bieten den Kunden wichtige Orientierung im Vernetzungsdschungel.“

Die Warenpräsentation wird lebendig: Emotionale Erlebniswelten sind für den stationären Handel die bestmögliche Abgrenzung zu Massen- und Onlinevertreibern. Gerade im Technikhandel werden neue Technologien verstärkt „live“ demonstriert. Von **Drohnen-Flugzonen** bis zu **Saugroboter-Rennstrecken** reicht das Spektrum. **Fischel:** „Anschauen, anfassen und erleben kann man online nicht ersetzen.“

### Multichannel: Das Beste aus zwei Welten

Am liebsten kaufen die Deutschen ihre Elektrogeräte weiterhin in stationären Geschäften. Dort geben sie 69 % ihres Technik-Budgets aus. Als Markttreiber bleibt der Onlinekanal aber wichtig. **Fischel:** „Fast jeder dritte Technik-Euro wird inzwischen im Internet ausgegeben – in den Onlineshops der stationären Händler und bei reinen Onlinehändlern. Viele stationäre Händler investieren in ihre Multichannelpräsenz und nehmen das Onlinewachstum mit. Ein Drittel des Online-Umsatzes geht inzwischen schon über die Onlineshops der stationären Händler.“

Der stationäre Fachhandel ist nach wie vor der wichtigste Absatzkanal.



Quelle: GfKTEMAX / Verkauf/Wert in % \*Jan-Sep 2017  
© GfK Dez 2017 | BVT/GfK-Pressekonferenz | 7. Dezember 2017

Endverbraucher können sich im Händler-Onlineshop über vorrätige Ware informieren und im Geschäft zurücklegen lassen. Wer die Ware sofort haben will, kann sie dann zeitnah im Geschäft abholen (Click & Collect). Wer es nicht so eilig hat, lässt sich die Ware von seinem Händler nach Hause schicken. Und wer noch nicht genau weiß, was er kaufen soll, profitiert von einer guten Fachberatung im Geschäft. **Fischel:** *„Der Kunde will heute alles und der Handel gibt ihm was er will. Händler mit stationärem Geschäft setzen mit einem Onlineshop längst auf Multichannel. Pure Player denken verstärkt über stationäre Geschäfte nach. Die höchsten Zuwachsraten erzielen derzeit Multichannel-Anbieter, die es schaffen, das Beste aus beiden Welten zu kombinieren.“*

Der **Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT)** ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des technisch orientierten Fachhandels in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von 19.000 Einzelhandelsunternehmen mit 23.000 Arbeitsstätten und 100.000 Beschäftigten aus den Branchen Konsumelektronik, Mobil-/Telekommunikation, Informationstechnik, PC/Multimedia, Foto/Imaging, Elektro-Hausgeräte, Küchen und Beleuchtung. Der BVT ist dem Handelsverband Deutschland - HDE angeschlossen.

Weitere Informationen bei:

Willy Fischel (Geschäftsführer) Tel. 02 21 / 2 71 66 - 10

Steffen Kahnt (stv. Geschäftsführer) Tel. 02 21 / 2 71 66 – 15

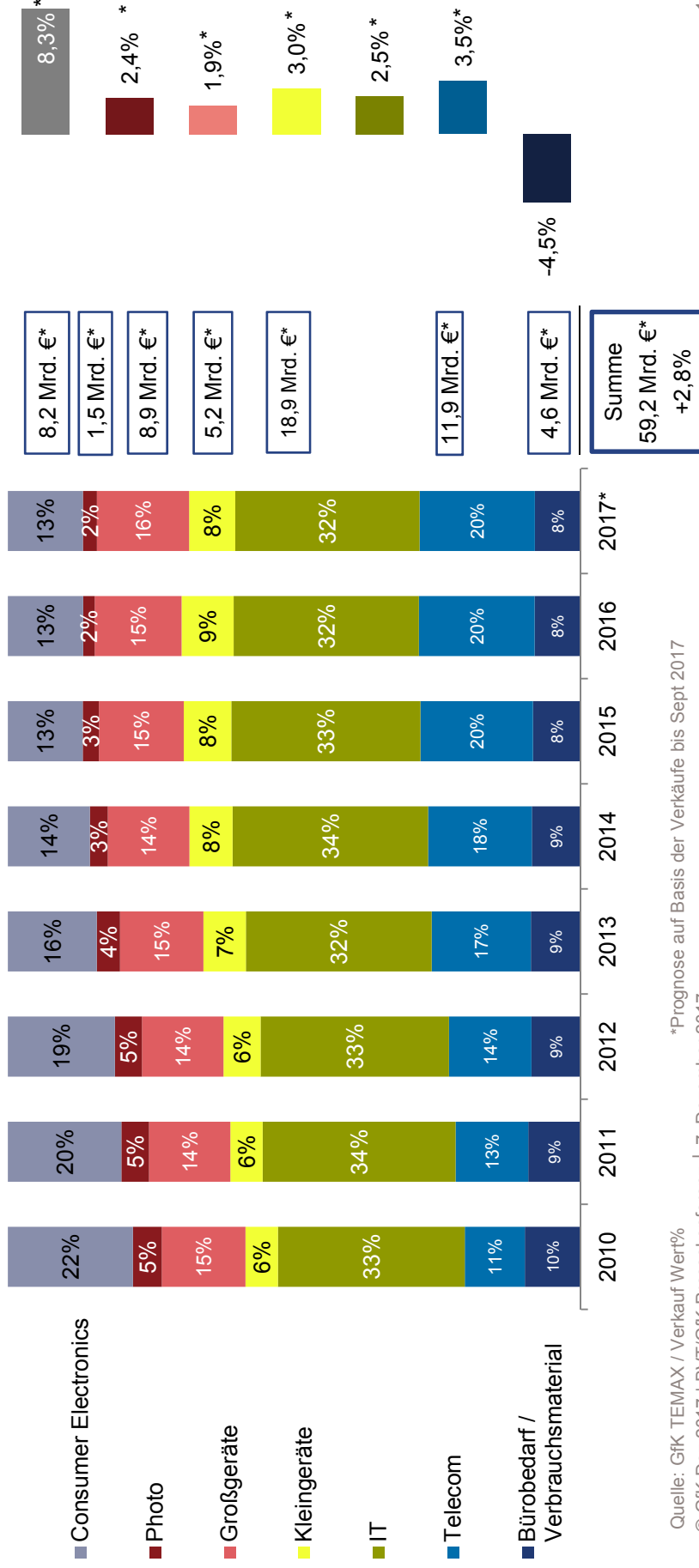
Die **GfK** steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen.

Weitere Informationen bei:

Jürgen Boyny Tel: 0911 / 395-2325

***Um Belege wird gebeten!***

# Technische Gebrauchsgüter wachsen in Umsatz um fast 3%.



Quelle: GfK TEMAX / Verkauf Wert%  
 © GfK Dez 2017 | BVT/GfK Pressekonferenz | 7. Dezember 2017  
 \*Prognose auf Basis der Verkäufe bis Sept 2017

# Der stationäre Fachhandel ist nach wie vor der wichtigste Absatzkanal.



- stationärer Fachhandel (ohne Online-Handel)
- stationäre Verbrauchermärkte, C&C, Warenhäuser (ohne Online-Handel)
- Online Handel der stationären Händler
- reiner Online Handel (pure player)



Quelle: GfK Handelspanel / Wert %

Quelle: GfK TEMAX / Verkauf Wert%  
 © GfK Dez 2017 | BVT/GfK Pressekonferenz | 7. Dezember 2017 \* Jan-Sep 2017