

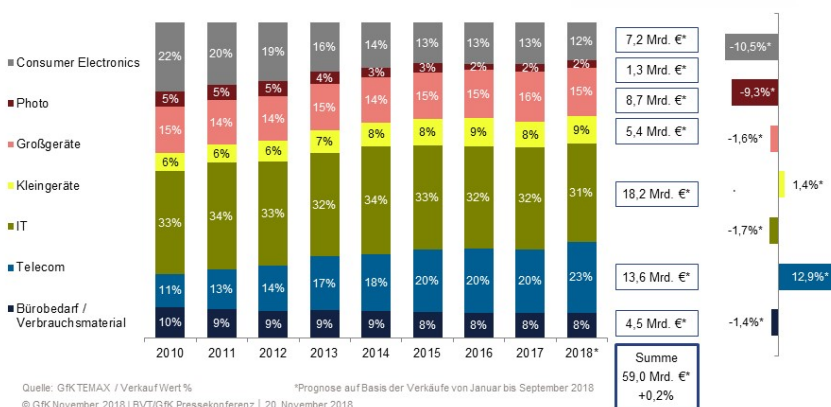


Smartwatches und Akkustaubsauger treiben 2018 den Markt Technikhändler setzen im Weihnachtsgeschäft auf intelligente Lautsprecher und schärfere Bilder bei TVs und Smartphones

Der Handelsverband Technik (BVT) und die Marktforscher der GfK Retail and Technology GmbH gehen zuversichtlich in das Weihnachtsgeschäft: Bei guter Wirtschaftslage, Vollbeschäftigung und stabilen Einkommen werden die Deutschen im Jahr 2018 mit **59 Milliarden Euro** wieder genauso viel für Technische Gebrauchsgüter ausgeben wie im Vorjahr. Die Adventszeit ist wieder auf drei Wochen verkürzt, so dass der BVT einen umsatzstarken Jahresendspurt erwartet. *„Wir rechnen am Weihnachtstag mit jeder Menge Last Minute-Käufen“*, so BVT-Geschäftsführer Willy Fischel. *„Wir liefern mit Smartwatches, intelligenten Lautsprechern und Akkustaubsaugern die Sehnsuchts-Geschenke für den Gabentisch. Qualität ist King bei den Konsumenten und sie bekommen auch immer mehr für ihr Geld: TV-Geräte zeigen dank UHD und jetzt auch noch 8K immer schärfere Bilder, Lautsprecher verstehen Sprachbefehle und immer mehr Wasch- und Spülmaschinen dosieren selbständig das benötigte Reinigungsmittel.“*

Der Gesamtmarkt umfasst Konsumelektronik, Foto, Elektrogroß- und -kleingeräte, Telekommunikation, Informationstechnik und Bürobedarf. Das Weihnachtsgeschäft spielt für die Branche eine große Rolle: Der Umsatzanteil des Einzelhandels im Weihnachtsgeschäft mit Consumer Electronics beträgt **22 %** (Nov./Dez.). Von den **472 Euro***, die die Deutschen in 2018 für Weihnachtsgeschenke ausgegeben wollen, entfällt ein großer Teil auf Unterhaltungselektronik. (* Verbraucherbefragung des Ifes-Instituts der FOM Hochschule)

Technischer Gebrauchsgütermarkt verharrt auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr



PRESEMITTELUNG

Smartwatches erobern den Massenmarkt

Smartwatches werden immer beliebter: So kauften die Deutschen in den ersten neun Monaten 2018 1,1 Millionen Smartwatches, was einem **Zuwachs von 30 %** gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. *„Die Smartwatches bieten jede Menge Gesundheitsfunktionen. Demnächst werden aber immer mehr Nutzer auch mit ihrer Uhr ihre Einkäufe bezahlen. Auch das Potenzial für ältere Bevölkerungsgruppen ist groß dank Gesundheitsüberwachung und Sturzmelfunktionen“*, so Arndt Polifke, GfK Senior Director Market Insights Central Europe. Zudem profitieren die Konsumenten von **stabilen Preisen**: Der Durchschnittspreis lag mit 245 Euro im Jahr 2018 etwa auf Vorjahresniveau, wobei Smartwatches ohne SIM-Kartenslot im Durchschnitt 234 Euro erlösten, während die deutschen Konsumenten für Smartwatches mit direkter LTE-Verbindungsmöglichkeit im Durchschnitt 412 Euro ausgaben.

Gaming-PCs trotzen rückläufigem Computer-Markt

Innerhalb des rückläufigen Computer-Marktes waren Gaming-PCs zuletzt einer der Lichtblicke mit positiven Wachstumsraten. So konnten die Händler in den ersten 3 Quartalen **210.000 als Gaming-PCs vermarktete Computer** in Deutschland verkaufen. Im Vergleich zur Vorjahresperiode entspricht dies einem **Wachstum von 12 %**. Umsatzseitig zeigen sich ähnlich positive Entwicklungen: Die deutschen Einzelhändler setzten im Jahr 2018 bisher 251 Millionen Euro mit Gaming-PCs um, **5 % mehr** gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Polifke: *„Etwas Wasser in den Wein bringt der Blick auf die Preisentwicklung der mobilen Gaming PCs. Nach 3 Quartalen liegt der Durchschnittspreis für ein Gaming Laptop bei 1.182 Euro - 139 Euro bzw. 10 % niedriger als im Vorjahreszeitraum 2017. Dafür sehen wir ein deutliches Wachstum bei den Ausgaben für margenstarke Gaming-Zubehörprodukte.“* Neben Gaming-PCs werden gerade auch Konsolen - insbesondere portable Konsolen wie die Nintendo Switch - als Weihnachtsgeschenk immer beliebter.

Consumer Electronics – Smarte Assistenten weiter auf dem Vormarsch

Smarte Lautsprecher erreichen immer noch enorme Zuwachsraten (z.B. September 2018 vs. VJ +1.000 %). Seit 2016 wurden rund 265 Tsd. Verkäufe im GfK-Handelspanel gemessen (ohne Direktverkäufe durch Google, Amazon & Apple). Smarte Assistenten werden in immer weitere CE-Produkt-Kategorien integriert: So misst die GfK aktuell die **ersten Verkäufe von Bluetooth-Lautsprechern mit integriertem Google Assistant oder Amazon Alexa** von Seiten namhafter Lautsprecherhersteller. Der Anteil an allen tragbaren Bluetooth-Lautsprechern war im September mit rund 2 % jedoch noch überschaubar. Auch bei Soundbars haben inzwischen schon einige Anbieter erfolgreiche Produkte ins Sortiment aufgenommen, die KI integriert haben. Im September betrug der Anteil der Modelle mit integriertem Assistenten an den Absätzen aller Soundbars immerhin bereits rund 10 %.

Hochwertige Systemkameras bestimmen die Entwicklung des Fotomarktes

Viele Neuheiten bei hochwertigen Systemkameras werden nun zum Jahresendgeschäft in die Geschäfte kommen. Diese neuen Kameramodelle sorgen für eine verstärkte Nachfrage und mit dem Verkauf der Kameras wird wie bisher auch

mit einem starken Zubehörverkauf gerechnet. Der Konsument erwartet bei diesen anspruchsvollen Produkten eine entsprechende Beratung. Davon profitiert der Fachhandel.

Kleingerätemarkt weiter im Plus: Staubsauger jetzt hip

Der Markt für Kleingeräte setzt sein solides Wachstum fort und wird auch im vierten Quartal voraussichtlich **ein Drittel des Jahresumsatzes** realisieren. Vor allem der November wird neben dem Dezember zunehmend zum verkaufsstarken Monat für Kleingeräte beobachtet Martina Sedlmaier, GfK Senior Director Market Insights Central Europe: *„Das Wachstum fokussiert sich auf ausgewählte Segmente, die überwiegend im hochwertigen Bereich liegen. Unter dem Strich investiert der Kunde mehr und kauft höherwertig ein.“* Im Trend liegen dabei **kabellose Handstaubsauger und Saugroboter** mit Zuwachsraten von **über 60 % bzw. über 30 %**. Sedlmaier: *„Das Thema Bodenpflege ist salonfähig geworden. Sowohl Männer wie Frauen interessieren sich heute für die neuesten Errungenschaften in diesem Bereich. Futuristisches Design, Technologisierung und funktionale Innovationen werten die Kategorie emotional auf und kreieren dadurch Wert.“* Ein Zukunftsmarkt mit Potential ist das **Thema Luftreinigung**, oft auch in Kombination mit **Klimafunktion oder Luftbefeuchtung**. Die zunehmende Urbanisierung, die Sensibilisierung hinsichtlich Feinstaub sowie das Ausbreiten von Allergien dürften der Kategorie nachhaltig Auftrieb geben. Das aktuelle Wachstum von 31 % zum Vorjahr ist bereits vielversprechend.

Persönliches Wohlbefinden und Genuss sind für die Deutschen wichtige Lifestyle Elemente. Eine tragende Säule im Markt ist der hochwertige Kaffeegenuss. **Espresso Vollautomaten liefern mit +2 %** einen wichtigen Wachstumsbeitrag für 2018. Für Genuss ohne Reue steht das **zweistellige Wachstum von Heißluftfritteusen**. Alles rund um das Thema Kochen, Lifestyle und gesunde Ernährung bleibt gefragt: Smoothie-Mixer, stylische Küchenmaschinen und Multikocher sind inzwischen moderne Klassiker unterm Weihnachtsbaum.

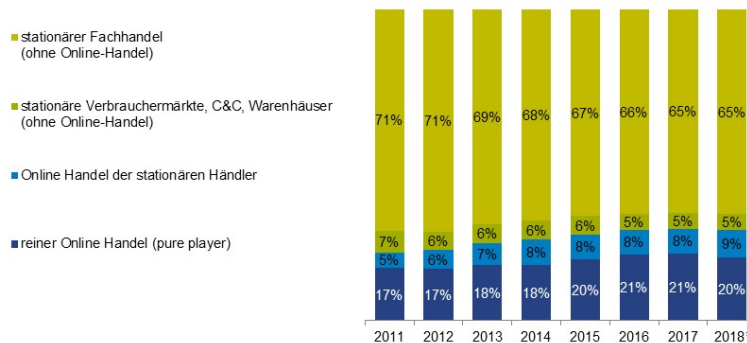
Markt für Großgeräte erreicht hohes Plateau, Trading-Up setzt sich fort

Nach einer zehnjährigen Wachstumsphase liegt der Umsatz für Großgeräte erstmals leicht unter Vorjahresniveau. Die Langfristentwicklung seit 2008 mit einem Umsatzplus von mehr als 35 % ist jedoch beachtlich. Der Markt stabilisiert sich auf einem hohen Plateau. Sedlmaier: *„Während der heißen Sommermonate erhielten Kühlschränke zuletzt einen Wachstumsschub. Vor allem freistehende und mehrtürige Kühlgeräte werden verstärkt nachgefragt. Der Kühlschrank wird somit immer häufiger als Solitär mit attraktivem Design, farbigem Display und anderen Extras zum Blickfang im Wohn-/Essbereich.“* Dieser Trend steht nur beispielhaft für ein kontinuierliches Trading-Up im Hausgerätemarkt. Die Kunden investieren außerdem in **Multifunktionalität** (z. B. Wasch-Trockner oder Kochfelder mit integriertem Dunstabzug) und in **Convenience** (z. B. automatische Dosierungs- oder Selbstreinigungsfunktion).

Stationärer Fachhandel dominiert Vermarktung

Nach wie vor kaufen die Deutschen ihre Elektrogeräte weiterhin am liebsten in stationären Geschäften. Dort geben sie **70 % ihres Technik-Budgets** aus. Aber auch der Onlinekauf verteidigt seine Relevanz. Besonders die stationären Händler steigerten ihre digitalen Umsätze. Fischel: *„Multichannel wird im Handel zum Standard, weil es für die Konsumenten Standard ist. Stationär oder Online ist nicht mehr die Frage, sondern: Wer bietet seinen Kunden die beste Kombination aus Komfort und Preis-Leistung.“* Ein Drittel des Online-Umsatzes geht inzwischen über die **Onlineshops der stationären Händler**:

Der stationäre Fachhandel ist nach wie vor der wichtigste Absatzkanal.



Quelle: GfK POS Tracking Panel / Verkaufwert %

© GfK November 2018 | BVT/GfK Pressekonferenz | 20. November 2018

* Basis: Verkäufe von Januar bis September 2018

2

„Die hohe Quote der Abholer von Online-Käufen im Geschäft macht klar, dass die Kunden beides wollen: Onlineshop und Präsenz vor Ort. Dabei spielt nicht nur die Bequemlichkeit eine zentrale Rolle, sondern auch die Sicherheit eines persönlichen Ansprechpartners“, so Fischel. Das **schwache Abschneiden der deutschen Mannschaft bei der Fußball-WM** hatte Auswirkungen auf den Absatz vor allem mit Fernsehern. Das erhoffte Geschäft mit hochauflösenden, großformatigen TV-Geräten und die damit verbundenen Kundenkontakte blieben deutlich hinter den Erwartungen zurück. Der heiße Sommer hat die Frequenz in den Geschäften 2018 ebenfalls wesentlich beeinflusst. *„Wer bei Temperaturen weit über 30 Grad in ein Elektro-Geschäft geht, hat einen ganz konkreten Kaufwunsch“*, so Fischel.

Sprachsteuerung kurbelt nicht nur den Geräteabsatz an, sondern verändert langfristig auch das **Kaufverhalten der Konsumenten**. *„In der Bedienung ist die Sprache das natürlichste Interface zwischen Mensch und Maschine überhaupt“*, so BVT-Geschäftsführer Willy Fischel. *„Der Einkauf per Sprachbefehl ist der nächste, folgerichtige Schritt. Und das eben nicht nur bei Technik-Freaks, sondern bei jedem, für den Siri, Google-Assistent und Alexa wie selbstverständlich digitale Begleiter des Alltags sind.“* Unter dem Stichwort „Voice Commerce“ beziehungsweise „Voice Shopping“ wird sich allen voran der Technikhandel auf Kompatibilität seines Multichannel-Ansatzes zu Sprachbefehlen einstellen. Eine besondere Herausforderung stellt die „verkürzte Trefferliste“ dar. Galt es bislang bei der Bildschirmsuche über (Preis-) Suchmaschinen und Portale auf die erste Seite der

Treffer zu kommen, gibt es bei der Sprachsuche nur noch die Nummer Eins, maximal die Nummer Zwei.

Profis gesucht: Investition in Personal

Der hohe Grad an Vorinformation der Kunden durch Online-Recherche steht im Technikhandel nicht im Widerspruch zu wachsendem Beratungsbedarf. Neben Kundenbewertungen auf Portalen und Shoppingseiten spielt vor allem bei **komplexen Lösungen oder produktübergreifenden Vernetzungen** die Fachberatung eine entscheidende Rolle für die Kaufentscheidung. Fischel: *„Dass die Produkte immer intelligenter und vernetzter werden heißt nicht, dass sie sich von selbst erklären und verkaufen. Aber die Anforderungen an das Personal wachsen kontinuierlich, weil bereichsübergreifendes Wissen gefragt ist.“* Die erforderlichen Investitionen in Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter wachsen nach BVT-Beobachtung seit Jahren. Neben **Herstellerschulungen** ist vor allem die **bereichsübergreifende Qualifikation** von wachsender Relevanz.

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:

Arndt Polifke Tel. 0911 / 395 – 3116
Martina Sedlmaier Tel. 0911 / 395 – 2917

Um Belege wird gebeten!

Technischer Gebrauchsgütermarkt verharrt auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr



Quelle: GfK TEMAX / Verkauf Wert %
 © GfK November 2018 | BVT/GfK Pressekonferenz | 20. November 2018
 *Prognose auf Basis der Verkäufe von Januar bis September 2018

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 POS Tracking Panel / Verkauf Wert %

© GfK November 2018 | BVT/GfK Pressekonferenz | 20. November 2018

* Basis: Verkäufe von Januar bis September 2018