

Technik-Branche auf Weihnachten gut vorbereitet

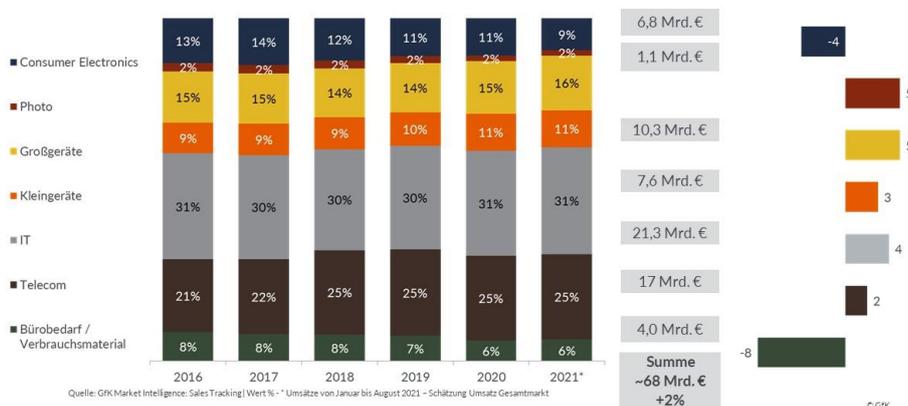
Staubsauger-Roboter und Kaffeemaschinen mit Cold-Brew-Funktion sind die Trend-Geschenke 2021

Die Technik-Branche rechnet trotz angespannter Liefersituation mit einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft. Dies teilen der Handelsverband Technik (BVT) und die Marktforscher der GfK, ein weltweit führender Anbieter von Daten und Analytik für die Konsumgüterindustrie, anlässlich der Jahreswirtschaftspressekonferenz am 4. November in Köln mit. *„Keiner muss in diesem Jahr nur Socken verschenken. Die Händler haben sich wie noch nie mit Ware eingedeckt. Aber sie gehen natürlich mit klopfendem Herzen in das Weihnachtsgeschäft. Wir raten dennoch die Wunschgeschenke frühzeitig zu kaufen. Überdurchschnittlich beliebte Produkte können wie immer schnell vergriffen sein“*, so BVT-Geschäftsführer **Steffen Kahnt**.

„Liefersituation hin oder her, die Branche glänzt auch in diesem Jahr mit jeder Menge Innovationen. Die Smartwatch checkt automatisch Stressfrequenz und Gesundheitsdaten und der Kaffeefullautomat mit Cold-Brew-Funktion bietet jetzt auch kalte Kaffeespezialitäten“, so Kahnt weiter. Die Deutschen werden im Jahr 2021 voraussichtlich **68 Milliarden Euro** für Technische Gebrauchsgüter ausgeben und damit 2 % mehr als im Vorjahr. Der Gesamtmarkt umfasst Konsumelektronik, Foto, Elektrogroß- und -kleingeräte, Telekommunikation, Informationstechnik und Bürobedarf / Verbrauchsmaterial (B2C- und B2B-Vertriebskanäle).

Technischer Gebrauchsgütermarkt DE

In 2021 bislang mit einem moderaten Wachstum



Mit Blick auf die konsumentenbezogenen Verkäufe gemäß GfK Sales Tracking Daten (B2C-Kanal) sind im bisherigen Jahresverlauf 2021 folgende Trends zu beobachten:

OLED-Displays und Quantum Dot-Technologie im Plus

Nach einem sehr positiven Ergebnis im Gesamtjahr 2020 zeigen sich die Umsätze im Bereich Consumer Electronics im bisherigen Jahresverlauf leicht negativ (-3 %), trotz eines signifikanten Rückgangs in der Nachfrage um -6 %. Im TV-Bereich macht sich ein deutlicher Trend zu hochwertigeren bzw. höherpreisigen Produkten bemerkbar. *„Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen und großen Geräten ist*

PRESSEMITTEILUNG

ungebremst, sodass der Umsatz entsprechend weiter ansteigt. Der durchschnittliche Verkaufspreis hat sich um 16 % auf 660 Euro erhöht“, so **Andreas Peplinski**, GfK-Experte für technische Gebrauchsgüter. Fernseher mit **OLED-Displays** und **Quantum Dot-Technologie** sind auf Wachstumskurs. Im Vergleich zum Vorjahr wurden 26 % mehr Geräte mit OLED-Funktion verkauft, 13 % mehr mit Quantum Dot-Technologie und auch 8K mit +57 % setzte einen überdurchschnittlichen Impuls. Dass die Deutschen in Sachen TV gerne dick auftragen, zeigen die Zahlen der Displaydiagonalen: Große Größen von **65 Zoll** aufwärts legten um 12 % zu.

DAB+ und True Wireless-Kopfhörer treiben Audio-Markt

Während die Kategorie der Soundbars aktuell leicht unter Vorjahresniveau liegt, sorgt das Thema **Digitalradio** weiterhin für **Wachstum**. Sicherlich positiv beeinflusst durch neue gesetzliche Vorgaben. „Alle neu in den Handel kommenden Radios müssen seit Ende 2020 mit Digital-Empfang ausgestattet sein. Das trägt sicherlich zum Erfolg bei“, so Kahnt. Die Umsätze mit DAB-fähigen Geräten wie beispielsweise Heimkinoanlagen oder Car Audio stiegen im Zeitraum Januar bis August 2021 um 5 %, sodass in den Sommermonaten über die Hälfte der Umsätze mit diesen Geräten erzielt wurde. Ein weiterer Garant für steigende Verkäufe sind nach wie vor **True Wireless Kopfhörer** (Bluetooth). In den ersten acht Monaten 2021 wurden rund 3 Millionen Geräte verkauft, dies entspricht einem **Absatzplus** von 7 %.

Trend zum Premium-Smartphone

Nach einem starken Jahr 2020 zeigt sich der Markt für **Smartphones leicht rückläufig** (-4 % in Menge). Dank stark **steigender Durchschnittspreise** ist er in der Umsatzbetrachtung mit +4 % dennoch positiv. Ein Grund für das gute Ergebnis ist die zunehmende „Premiumisierung“ der Geräte. Peplinski: „Ausstattung mit 5G, mehreren Kameras, Displaygrößen ab 6,5 Zoll oder höhere Bildwiederholraten treiben die Stückpreise in die Höhe.“ Für das restliche Jahr dürfte eine verschärfte Lieferkettensituation die Absätze trüben. Es ist damit zu rechnen, dass die Q4-Ergebnisse des Vorjahres deutlich verfehlt werden. Die Umsatzsituation könnte dank weiter steigender Preise jedoch freundlicher ausfallen.

Smartwatches mit neuen Features

Wearables erfreuen sich mit +20 % in Menge im aktuellen Zeitraum wieder höherer Wachstumsraten. In Wert wurde auf Grund gestiegener Durchschnittspreise ein sogar noch stärkeres Wachstum gemessen (+33 %). Insgesamt wurden in den ersten acht Monaten 2021 **2,9 Millionen Geräte** verkauft. Grund für den Preisanstieg sind erweiterte Funktionen mit Fokus auf Gesundheit und Sport. Neue Modelle checken jetzt das Stresslevel, verfügen über Sensoren für Sauerstoffsättigung, haben eine EKG-Funktion und überwachen den Schlaf.

Hoher Durchschnittsbau bei Systemkameras

Während der **Foto- / Imaging-Markt** in 2020 unter den Reisebeschränkungen sowie ausgefallener Veranstaltungen gelitten hat, verzeichnen **Digitalkameras** im bisherigen Jahresverlauf ein Umsatzplus von 4 %. Dieses Wachstum wird durch hochwertige und -preisige **Vollformat-Kompaktsystemkameras** erzielt, deren durchschnittlicher Verkaufspreis um über 400 Euro auf insgesamt 2.349 Euro gestiegen ist. Die Umsätze mit **Drohnen** können im aufgelaufenen Jahr um 3 % zulegen, obwohl sie im Vorjahreszeitraum (+47 %) bereits ein überaus starkes Plus verzeichnen konnten.

Trotz starkem Vorjahr: IT-Umsätze weiter im Aufschwung

Mit Produkten der Informationstechnologie wurden in den ersten acht Monaten des Jahres 6,6 Milliarden Euro umgesetzt, was einem Plus von 10 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Das Wachstum im Vergleich zum Vorjahr hat sich seit

März leicht abgeschwächt (März 2020 erster durch Corona ausgelöster Nachfragehöhepunkt), bewegt sich aber weiterhin in den meisten Monaten auf hohem einstelligen oder niedrigem zweistelligen Niveau. Positiv beeinflusst wird das Umsatzwachstum unter anderem durch einen deutlichen Preisanstieg in vielen IT-Segmenten, die auf den Trend zu höherwertigen Produkte zurückgeführt werden kann. Einen Wachstumsboom erleben dabei weiterhin die **Media Tablets**, die mit 51 % im Vergleich zum Vorjahr an Umsatz zulegen. Der Umsatz des größten Marktsegments **Mobile Computing** (Notebooks sowie Windows & Chrome Tablets) bewegt sich hingegen ähnlich dem Vorjahresniveau (-1 %) bei deutlichem Absatzzrückgang (-12 %). Wachstumssegmente innerhalb von Mobile Computing sind hingegen Convertibles – also Geräte, die sich über einen Klapp-, Dreh-, Schiebe- oder Klickmechanismus auch als Tablet nutzen lassen, sowie Chromebooks und Gamingnotebooks. **Gaming** als Gesamthema stellt wie bereits in den letzten Jahren einen **Wachstumsbereich** dar: Insbesondere Desktops sowie alle weiteren Bereiche wie Tastaturen, Headsets, Mäuse und Monitore entwickeln sich deutlich besser als die Nicht-Gaming Geräte.

Starker Jahresauftrakt für Elektrokleingeräte

Der Markt für Elektrokleingeräte wächst mit +11 % auch nach den den Lock-Downs weiter. Nach einem starken Jahresauftrakt in den Monaten Januar bis April hat sich die Wachstumskurve seit Mai diesen Jahres jedoch deutlich abgeschwächt. Ganz hoch im Kurs liegen **Luftreiniger** mit mehr als +100 %, **Heißluftfritteusen** mit +39 % und **Kontaktgrills** mit +41 %. Außerdem heiß begehrt sind Espressovollautomaten mit +16 % sowie elektrische Zahnbürsten und Nass-Trocken-Sauger mit jeweils +21 %. Auch **Roboter-Saugsauger** erfreuen sich mit +10 % wachsender Beliebtheit.

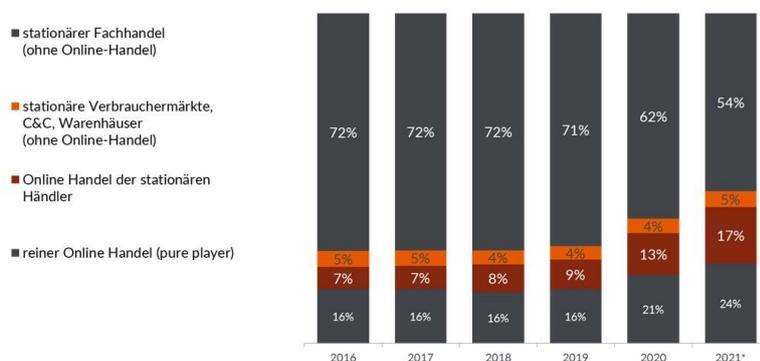
Haushaltsgroßgeräte nach wie vor auf Überholspur

Trotz der hohen Basis aus 2020 liegt der Umsatz für Elektrogroßgeräte in den ersten acht Monaten des Jahres 2021 erneut +9 % über dem Vorjahr. Die stärkste Performance zeigen aktuell **Wäschetrockner**, die vom bescheidenen Sommer mit überdurchschnittlich hohen Niederschlägen profitieren konnten und um 17 % umsatzseitig zulegten. Nach wie vor hat weniger als jeder zweite Haushalt einen Trockner, so dass es hier weiteres Potential gibt. Der Trend geht außerdem weiter zu großvolumigen Geräten mit 8 oder 9 kg Ladekapazität. Bei Waschmaschinen liegen **Waschtrockner** weiter im Trend und konnten im Umsatz um 11 % zulegen. Zudem werden **Waschmaschinen mit Dampffunktion** immer stärker nachgefragt. Ihr Umsatzanteil stieg von 27 % im Vorjahr auf 44 % im aktuellen Jahr. „Neben der Minimierung von Falten ist das Thema Hygiene auch im Zuge von Corona stärker

Online Handel erhöht stetig Bedeutung



Stationäre Händler partizipieren an Online-Trend



Quelle: GfK Market Intelligence, Sales Tracking | Wert % = * Umsätze von Januar bis August 2021 - Basis: Panelmarkt inkl. B2C & B2B

ins Bewusstsein der Verbraucher gerückt“, so Kahnt. Auch bei Waschmaschinen geht die Entwicklung weiter zu großvolumigen Geräten. Bei Kühlgeräten liegen schicke **Side-by-Side-Geräte** (+9 % im Umsatz) und Multidoors (+55 %) als Hingucker in der Küche weiter im Trend. In der Küche erleichtern Herde und Backöfen mit der Selbstreinigungsfunktion Pyrolyse den Verbrauchern das Leben. Bei den Kochfeldern wachsen Kochfelder mit integriertem Abzug dynamisch.

Stationärer Fachhandel wächst online überdurchschnittlich

Die monatelangen Geschäftsschließungen zu Beginn des Jahres waren für den stationären Handel eine Herausforderung. Aber eine Herausforderung, an der er gewachsen ist: „Die stationären Fachhändler haben ihren Online-Verkauf weiter optimiert und konnten ihren Kunden so das Beste aus beiden Welten bieten“, sagt BVT-Vorsitzender **Frank Schipper**. Das bestätigen die neuesten Zahlen: Der Online-Umsatz der stationären Händler ist deutlich gewachsen. Ihr Anteil legte von 13 % auf insgesamt 17 % Marktanteil zu. Die reinen Onlinehändler sind von 21 % auf insgesamt 24 % Marktanteil schwächer gewachsen als im Vorjahr. Nicht nur der erweiterte Verkauf über digitale Kanäle hat den Technik-Fachhandel gut durch die heiße Phase der Pandemie gebracht, sondern vor allem die enge Verbindung zum Kunden. „Gerade den kleinen und mittleren Betrieben ist es durch ihre Kundennähe und Kreativität sehr gut gelungen, auch während der Schließung der Geschäfte den Draht zum Kunden zu halten. Regionale Verwurzelung und Dienstleistungsstärke der Betriebe haben sich in dieser Zeit ausgezahlt“, so Schipper. Insgesamt gibt es nach Einschätzung des BVT eine dauerhafte Verschiebung in Richtung Online-Handel. Schipper: „Das Rad wird sich beim E-Commerce nicht zurückdrehen lassen. Aber die Zukunft liegt für den Handel unserer Branche in der Kombination aus stationärer Exzellenz und umfassender Online-Kompetenz.“

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:

Steffen Kahnt (Geschäftsführer) Tel. 02 21 / 2 71 66 – 10

Franziska Köster (Projektleiterin) Tel. 02 21 / 2 71 66 – 15

Weitere Informationen zu GfK-Daten bei:

Andreas Peplinski Tel. 0911 / 395 - 4802

Um Belege wird gebeten!