



Pressemitteilung

Technischer Konsumgütermarkt erweist sich in der Pandemie als widerstandsfähig

3. September 2020

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
Public.Relations@gfk.com

GfK, ein weltweit führender Anbieter von Daten und Analytik für die Konsumgüterindustrie, und gfu Consumer & Home Electronics GmbH, Veranstalterin der IFA, informieren anlässlich der IFA 2020 Special Edition über die Entwicklungen im globalen Consumer and Home Electronics Markt im ersten Halbjahr 2020.

Berlin/Frankfurt/Nürnberg, 3. September 2020 – Der globale Markt für technische Konsumgüter (ohne Nordamerika und Südafrika) verzeichnete im ersten Halbjahr 2020 einen Umsatzrückgang von 5,8 Prozent auf 306 Milliarden Euro. Im Vergleich zu anderen Sektoren ist dieser Rückgang jedoch relativ gering. Durch die Digitalisierung und den Aspekt, dass sich Verbraucher während der Hochphase der COVID-19 Pandemie verstärkt zuhause aufhielten, stieg vor allem die Nachfrage nach Produkten für die eigenen vier Wände. Das sind Ergebnisse zum globalen Markt für technische Konsumgüter, die anlässlich der IFA 2020 Special Edition in Berlin veröffentlicht werden.

Kai Hillebrandt, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, dazu: "Die Home-Electronics-Branche hat sich während der Corona-Pandemie als sehr widerstandsfähig erwiesen. Mit rund sechs Prozent fiel der weltweite Umsatzrückgang in der ersten Jahreshälfte im Vergleich zu anderen Branchen sehr moderat aus. Gründe dafür sind die Innovationskraft und die Tatsache, dass der Sektor Home Electronics eine Vielzahl von technischen Produkten für den Bereich stay@home anbieten kann, die in der Krise verstärkt nachgefragt wurden: Von Geräten für das Home Office und Home Schooling (work@home) bis hin zu Produkten für Unterhaltung (entertain@home), Essenszubereitung (eat@home), Reinigen, Waschen – sowie für Gesundheit und Wohlbefinden."

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3-5
90433 Nürnberg
Deutschland

Tel.: +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld
(Vorstandsvorsitzender)
Lars Nordmark
(Finanzvorstand)

Aufsichtsratsvorsitzender:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Laut GfK Consumer Pulse Studie haben 83 Prozent der Befragten weltweit ihr Einkaufsverhalten im Zuge der COVID-19 Pandemie geändert.

Außerdem zeigten sich von März bis Juni rund 78 Prozent der

Verbraucher angesichts der Pandemie besorgt. Aktuell sorgen sich sogar 85 Prozent über die Auswirkungen von COVID-19 auf die Wirtschaft. Ungeachtet der unvermeidlichen Schwierigkeiten für alle Märkte im ersten Halbjahr 2020, erwies sich der Markt für technische Konsumgüter als stabil und verzeichnete einen Rückgang von lediglich 5,8 Prozent. Verbraucher weltweit wandten sich der Technologie zu, um die Krise besser zu bewältigen.

Nevin Francis, GfK-Experte für technische Konsumgüter, dazu: „Die Kombination verschiedener GfK-Datenquellen ermöglicht es uns, Verkaufstrends zu analysieren sowie aktuelle und künftige Verhaltensmuster und Einstellungen der Verbraucher zu identifizieren. Auf dieser Grundlage können wir umsetzbare, strukturierte Erkenntnisse und vorausschauende Handlungsempfehlungen ableiten, um die IFA Community dabei zu unterstützen, die richtigen Entscheidungen zu treffen und die richtigen Signale aus Billionen von Datenpunkten zu extrahieren, was der Schlüssel zum Erfolg eines jeden Unternehmens ist.“

In den vergangenen Monaten, während der so genannten „Panikphase“ bzw. „Anpassungsphase“, konnte man aufgrund von Schließungen im Einzelhandel erhebliche negative Auswirkungen auf den Umsatz beobachten. Nach Ausbruch der Pandemie gab es eine klare Verschiebung der Nachfrage von „wollen“ zu „brauchen“. Das Leben fand verstärkt zuhause statt und die Nachfrage nach technischen Produkten in den Kategorien „Office at home“, „Eat at home“, „Entertain at home“ und „Clean at home“ stieg. Die grundlegenden Trends, die bei der Anschaffung nach wie vor ausschlaggebend waren, sind Performance, Simplification und Borderless Shopping sowie die Aspekte Gesundheit und Hygiene. Dies wird auch in der Phase „New Normal“ weiterhin von Bedeutung sein.

Office at Home: IT- und Office Sektor verzeichnet Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2020

Zu Beginn der Panikphase bestand ein vorrangiges Bedürfnis nach Kontinuität bei Arbeit und Ausbildung. Der IT- und Office Sektor verzeichnete im März und April 2020 ein Umsatzwachstum von jeweils 15 Prozent. Im Vergleich dazu ging der Markt für technische Konsumgüter ohne IT und Office wertmäßig um 18 Prozent im März 2020 bzw. 24 Prozent im April 2020 zurück. Die Wochen zwischen dem 9. März und dem 5. April (Einleitung Lockdown) waren von Panikkäufen geprägt. Im Markt für technische Konsumgüter stiegen die Verkaufszahlen in Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und Großbritannien für Webcams um 297 Prozent, für Monitore um 120 Prozent und für Notebooks und Tablets um 62 Prozent. Dieser Trend setzte sich auch nach dem Lockdown fort und kombiniert mit der Nachfrage nach anderen technischen Konsumgütern für zuhause kam es zu einer raschen Erholung. GfK bezeichnet diese Phase als sogenannte „Revenge-Shopping-Phase“. Insgesamt konnte der IT-Sektor in den ersten sechs Monaten des Jahres 2020 weltweit ein Umsatzwachstum von 17,2 Prozent verzeichnen, während der Office-Sektor um 12,1 Prozent wuchs.

Eat at home: Umsatzanstieg bei Gefriergeräten um 24,8 Prozent im ersten Halbjahr 2020

Laut GfK Consumer Life Studie stimmen über die Hälfte der Verbraucher weltweit (53 Prozent) der Aussage zu „Ich bin immer auf der Suche nach Möglichkeiten, mein Leben einfacher zu gestalten“. Von besonderem Wert ist demnach die Zeitersparnis durch wegfallende Hausarbeiten. Während des Lockdowns (Panikphase) horteten Verbraucher tiefgekühlte Lebensmittel, was den unmittelbaren Bedarf an Tiefkühlgeräten erhöhte und zu einem deutlichen Anstieg der Verkaufszahlen führte. In den Wochen zwischen dem 2. und 22. März stieg beispielsweise der Absatz von Tiefkühlgeräten in Großbritannien um 317 Prozent und in Deutschland um 185 Prozent. Danach, in der Anpassungsphase, folgte eine stetige Nachfrage nach Geräten für die Lebensmittelzubereitung. In dieser Kategorie stiegen zwischen dem 23. März und dem 26. April die Verkaufszahlen in Deutschland um 28 Prozent. Der Trend „Eat at home“ blieb auch nach den Lockerungen bestehen. Während der Revenge-Shopping-Phase stieg auch der Umsatz im Bereich Haushaltsgeräte, die der Zubereitung von Lebensmitteln dienen, um 24,8 Prozent. Dies wiederum führte zu einem Wachstum von 8,6 Prozent im gesamten Bereich der Haushaltskleingeräte. Während neben Gefriergeräten auch andere Kategorien im Bereich Haushaltsgroßgeräte stark zulegten, wie z.B. Mikrowellen (+36,8 Prozent), verzeichnete der Sektor insgesamt einen Umsatzrückgang von 8,6 Prozent.

Entertain at home: Starke Nachfrage bei Notebooks und IT-Zubehör; Gaming ebenfalls stark im ersten Halbjahr 2020

Nachdem sich Verbraucher an den Alltag im Lockdown gewöhnt hatten, trat zügig das Unterhaltungsbedürfnis zuhause in den Vordergrund. Streaming-Sticks verzeichneten in einigen Ländern ein starkes Wachstum, beispielsweise um 54 Prozent in den Niederlanden in der Anfangsphase des Lockdowns. Auch der Absatz von Gaming-Notebooks stieg in den ersten sechs Monaten des Jahres 2020 um 55 Prozent. Gaming-Monitore legten 62 Prozent zu. Der Absatz von Fernsehgeräten brach in den Wochen des Lockdowns zunächst stark ein, kehrte jedoch während der Revenge-Shopping-Phase zu einem starken Wachstum zurück. Insgesamt gingen die Verkaufszahlen im TV-Markt um 3,6 Prozent zurück, allerdings mit starken regionalen Unterschieden. In Westeuropa und in den entwickelten Ländern Asiens stieg der Umsatz um 9 bzw. 13 Prozent, während dieser in den aufstrebenden Ländern Asiens (ohne China) um 19 und in China um 14 Prozent zurückging. Insgesamt verzeichnete der Bereich Unterhaltungselektronik inklusive „Foto“ einen Umsatzrückgang von -8,7 Prozent.

Zur Methode

Die GfK erhebt über ihre Handelspanels regelmäßig in mehr als 70 Ländern weltweit Umsatzdaten für die Segmente Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie,

Büroausstattung, Haushaltsgroßgeräte und Haushaltskleingeräte. Alle Zahlen unter der Annahme eines festen Euro-Wechselkurses.

IFA 2020 Special Edition

Bei der diesjährigen IFA 2020 Special Edition wird GfK bei der IFA Global Press Conference am 3. und 4. September mit inspirierenden Eröffnungs-Keynotes am Morgen und abschließenden Roundups am Abend mit auf der Bühne präsent sein. GfK wird auch Teil des IFA Xtended Space sein. Alle Eröffnungs-Keynotes und Roundups am Abend gibt es außerdem auf der eigens dafür eingerichteten [GfK Homepage](#). Alle Präsentation werden zudem live und kostenfrei über den IFA Xtended Space gestreamt.

About GfK

In a world of data overflow, disruption and misuse, picking up the right “signal from noise” is key to win. We at GfK are the trusted partner with more than 85 years of experience in combining data and science to help you make the right business decisions. Together with our attention to detail and advanced Augmented Intelligence, we provide you with world-class analytics that delivers not just descriptive data but actionable recommendations always-on at your fingertips. As a result, you can make key business decisions with confidence which help you drive sales, organizational and marketing effectiveness. That’s why we promise to you “Growth from Knowledge”.

Pressekontakt: Julia Richter, T +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

Über die gfu Consumer & Home Electronics GmbH

Die 1973 als Gesellschaft zur Förderung der Unterhaltungselektronik in Deutschland gegründete gfu ist die Veranstalterin der IFA und firmiert heute als gfu – Consumer & Home Electronics GmbH. Führende Marken der Consumer Electronics- und Hausgeräte-Branchen sind die Gesellschafter der gfu. Ziel der gfu ist es, Messen zu veranstalten sowie über Trends und Entwicklungen der Branchen zu informieren. Dazu werden regelmäßig Studien in Auftrag gegeben und veröffentlicht, Marktforschung betrieben sowie Presseinformationen publiziert.

Pressekontakt: Roland M. Stehle, T +49 175 2405536. stehle@gfu.de