



Pressemitteilung

Globaler Markt für technische Gebrauchsgüter entwickelt sich positiv im Jahr 2020

4. März 2021

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

Lockdowns 2021 wirken sich vor allem in Industrieländern aus
Nürnberg, 4. März 2021 – Die COVID-19-Pandemie hat 2020
verschiedensten Industrien und Märkten nachhaltig beeinflusst. Der
globale Markt für technische Gebrauchsgüter (exklusive
Nordamerika) hat sich 2020 mit einem Umsatzwachstum von +2
Prozent jedoch als recht widerstandsfähig erwiesen. Tech-Produkte
waren für viele Verbraucher notwendig, um zu Hause produktiv
arbeiten und lernen zu können, was zu einer erhöhten Nachfrage
nach IT- und Officeausstattung führte. Ebenso hoch war, vor allem in
Europa und anderen Industrieländern, die Nachfrage nach Koch- und
Haushaltsgeräten zur Zubereitung von Essen sowie zum Reinigen.

Nach dem Markteinbruch im April 2020 (Umsatzrückgang von fast 25 Prozent) befürchteten Experten, dass die COVID-19-Pandemie katastrophale Auswirkungen auf den Markt für technische Gebrauchsgüter haben würde. Im Laufe des Jahres erholten sich die Märkte jedoch mehr und mehr.

„Ein beispieleloses Jahr liegt hinter uns – und am Ende hat sich COVID-19 als Motor für die Branche der technischen Gebrauchsgüter erwiesen“, **erklärt GfK-Experte Norbert Herzog.** „Das wird nachhaltig Wirkung zeigen, da die Digitalisierung im Haushalt rasch fortgeschritten ist und Verbraucher sowohl in IT-Ausstattung als auch Haushaltsgeräte investiert haben. Heute ist die Anzahl an Geräten pro Haushalt höher als je zuvor, was den Schluss zulässt, dass der Markt der technischen Gebrauchsgüter langfristig höhere Umsätze verzeichnen wird.“

Es zeigen sich jedoch große Unterschiede zwischen den entwickelten und aufstrebenden Märkten der Welt. In Europa und den entwickelten Regionen Asiens haben Verbraucher viel in ihr Zuhause investiert (8 Prozent Umsatzwachstum 2020 im Vergleich zum Vorjahr). In den aufstrebenden Märkten Asiens und Lateinamerikas wurde jedoch ein Minus von 4 Prozent im Vergleich zu 2019 verzeichnet. China, das im Januar 2020 als erstes von der Pandemie betroffen, hat nicht

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

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

unwesentlich zu diesem negativen Ergebnis beigetragen. Der Markt in China hat sich im Laufe des Jahres 2020 gut erholt, die erlittenen Verluste konnten jedoch nicht gänzlich wett gemacht werden. Und der weltweit umfassendste Lockdown in Indien im April 2020 hatte verheerende Auswirkungen auf die Umsätze in allen Märkten des Landes.

E-Commerce florierte während Lockdown, Verbraucher blieben ihren Händlern treu

COVID-19 brachte große Veränderungen hinsichtlich der bevorzugten Einkaufskanäle der Verbraucher mit sich. Es ist anzunehmen, dass der durch die Lockdowns im Jahr 2020 gestärkte E-Commerce weiterhin floriert. Die größten Gewinner in den fünf größten europäischen Märkten (Deutschland, Großbritannien, Italien, Spanien, Frankreich) waren jedoch nicht die reinen Online-Händler, die im Vergleich zu 2019 ein Plus von 39 Prozent verzeichnen konnten. Es waren die Online-Shops traditioneller Einzelhändler, die mit einem Plus von 69 Prozent noch deutlich besser abschneiden konnten. Viele Verbraucher blieben ihren üblichen Händlern mit Ladengeschäften treu, als diese gezwungen waren, auf Online-Shopping umzustellen. Aus diesem Grund konnten während einiger Wochen des Lockdowns Spitzenwachstumsraten von 200 Prozent und mehr erzielt werden.

Großhändler: Zuverlässige Partner während der Pandemie

Distributoren (Großhändler) haben sich während der Pandemie als zuverlässige Partner erwiesen. Von Januar bis Dezember 2020 stieg die Anzahl der durch Distributoren vertriebenen Marken um 6 Prozent. Mehr Marken setzten 2020 auf indirekte Vertriebsstrategien, um das Angebot innerhalb der Vertriebskanäle zu sichern. So stieg das Umsatzvolumen der Distributoren in Europa um 6 Prozent an. Entsprechend stieg auch der Anteil an Gütern, die vom Handel über Distributoren bezogen wurden im Vergleich zum Vorjahr, insbesondere durch die Distribution von mobilen PCs, Desktops und Media-Tablets. Der Höhepunkt war im Zeitraum nach dem ersten Lockdown im Juli 2020 erreicht, als der Handel beachtliche 67 Prozent des Volumens für Computing Hardware über Distributoren bezog. Dies entspricht 20 Prozentpunkten mehr als noch im Juli 2019.

Die hohe Nachfrage war nicht nur auf Home-Office und Home-Schooling zurückzuführen, auch die Nachfrage nach Gaming-PCs stieg an. In den ersten vier Wochen des Jahres 2021 beläuft sich das Umsatzplus bei mobilen PCs auf 48 Prozent und das bei Desktops auf 59 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch im Bereich Gaming-Zubehör konnte ein Umsatzwachstum erreicht werden.

Auswirkungen neuer Lockdowns im Jahr 2021

Lockdowns aufgrund hoher COVID-19-Infektionsraten waren 2021 bisher hauptsächlich in entwickelten Märkten, vor allem in Europa und Nord- und Südamerika erforderlich. In Asien konnten neue Lockdowns hingegen häufig vermieden werden.

Ein Blick auf die Lockdowns in den fünf größten europäischen Ländern im März/April letzten Jahres im Vergleich zu jenen im November/Dezember lässt darauf schließen, dass die Negativfolgen im Winter weniger stark ausfielen. In Woche 47 im Jahr 2020 wurden im Vergleich zu Woche 2 im Jahr 2021 tatsächlich 11 Prozent mehr technische Gebrauchsgüter verkauft. Während des ersten

Lockdowns (Woche 11 bis 19 im Jahr 2020) sanken die Umsatzerlöse um 5 Prozent. Grund für diese Entwicklung war, dass die Schließung des Handels weitestgehend vermieden wurde und es zu keinen zeitgleichen Schließungen in ganz Europa kam.

Beim Vergleich der Lockdowns im größten europäischen Markt Deutschland, werden ähnliche Auswirkungen sichtbar. In den Wochen, in denen die Geschäfte geschlossen waren, liegen die Verluste sowohl im März/April als auch im Dezember/Januar im zweistelligen Bereich.

Norbert Herzog kommentiert: „In Deutschland kam es während der stärksten Umsatzmonate zu Lockdowns und der Online-Handel konnte der unausweichlich hohen Nachfrage kaum nachkommen. Dies hatte Lieferengpässe zur Folge, wobei die Lagerbestände bereits vor dem neuen Lockdown im Dezember und Januar gering waren.“

Da die Märkte nun weniger nachfrageorientiert, sondern mehr und mehr angebotsgesteuert agieren, wird die Wachstumsdynamik noch stärker davon abhängen, inwieweit Verbrauchern die richtigen Produkte zur richtigen Zeit bereitgestellt werden können. Solange Kontaktbeschränkungen gelten, wird der Markt der technischen Gebrauchsgüter auch weiterhin von der hohen Nachfrage bestimmt sein. Und der erwartete konjunkturelle Aufschwung in den aufstrebenden Ländern Asiens wird auch dort die Nachfrage steigen lassen. Dies erhöht den Druck auf Angebot und Lieferketten weiter. GfK geht jedoch davon aus, dass es – sollten die Impfkampagnen mit Beginn der zweiten Hälfte 2021 Wirkung zeigen – vor allem in den entwickelten Märkten zu Umsatzrückgängen kommen wird, da sich dann der Fokus wieder weg vom eigenen Zuhause bewegt.

Zur Studie

GfK erhebt über seine Handelspanels regelmäßig in mehr als 70 Ländern weltweit Umsatzdaten für die Segmente Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie, Büroausstattung, Elektrogroß- und Kleingeräte. Alle Zahlen gehen von einem festen Euro-Wechselkurs aus.

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

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **G**rowth from **K**nowledge.