



## Pressemitteilung

### Deutsche kaufen Akku-Elektrowerkzeuge immer häufiger ohne Akku

16. September 2020

Corina Kirchner  
Public Relations  
T +49 911 395 4570  
[corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

**Nürnberg, 16. September 2020 – Bohren, schrauben, sägen, schleifen – die Nachfrage der deutschen Heim- und Handwerker nach Elektrowerkzeugen ist ungebrochen und bescherte dem Segment 2019 einen Umsatz von erstmals über einer Milliarde Euro. Dabei entwickeln sich die verschiedenen Produktkategorien mit unterschiedlicher Dynamik. Besonders das Segment der „Cordless Bare Tools“ (Akku-Elektrowerkzeuge, die ohne Akku verkauft werden) gewinnt weiter an Bedeutung und verhilft dem Markt zu deutlichem Wachstum. Auch die Online-Umsätze entwickeln sich insgesamt äußerst positiv. Das sind aktuelle Ergebnisse von GfK.**

Elektrowerkzeuge sind weiterhin sehr gefragt. Im Jahr 2019 stieg der Umsatz der 18 wichtigsten Elektrowerkzeug-Produktgruppen\* im GfK-Panelmarkt\*\* in Deutschland auf über eine Milliarde Euro. Im ersten Halbjahr 2020 verzeichnete der Markt laut GfK Handelspanel einen Umsatz von 520 Millionen Euro. Das entspricht einem Anstieg von 7 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode.

Dabei zeigen die verschiedenen Kategorien ein unterschiedliches Bild: Während die Produktbereiche „Schleifen“ (inklusive Winkelschleifern) und „Sägen“ ihre Anteile am Gesamtmarkt in den ersten sechs Monaten dieses Jahres mit einem Umsatzplus von 15 bzw. 10 Prozent ausbauen konnten, wuchsen die Segmente „Bohren“ und „Schrauben“ mit einem Plus von 5 Prozent etwas langsamer.

#### **“Cordless Bare Tools” sind wichtigster Wachstumsmotor**

Kabellose Elektrowerkzeuge haben in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen und sich gegenüber kabelgebundenen Modellen durchgesetzt. Besonders gefragt sind inzwischen Akku-Geräte, die ohne Akku verkauft werden („Cordless Bare Tools“). Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wuchs deren Wertanteil um 40 Prozent auf nun 22 Prozent aller verkauften Elektrowerkzeuge.

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

Stefan Scheib, GfK-Experte im Bereich Power Tools kommentiert: „Diese Entwicklung zeigt, dass Akkusysteme bei privaten und gewerblichen Nutzern inzwischen so etabliert sind, dass diese bereits über Akkus verfügen und zusätzliche Elektrowerkzeuge deshalb häufig ohne Akkus kaufen. Die Industrie reagiert, einzelne Hersteller öffnen sich zunehmend gegenüber den Akkus von Wettbewerbern. Das wird den Verkauf von Akku-Elektrowerkzeugen ohne Akkus sicherlich weiterhin beflügeln.“

Den Trend bestätigt auch eine GfK-Befragung unter Käufern von kabellosen Elektrowerkzeugen. Bereits 17 Prozent stimmen zu, dass die Kompatibilität zu vorhandenen Geräten ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung ist. (Quelle: GfK-Studie Consumer Purchase Journey Power Tools 2019)

### **Deutlicher Zuwachs bei Online-Käufen**

In der gleichen Studie gaben 56 Prozent der Befragten an, dass sie sich vor dem Kauf eines Elektrowerkzeugs zumindest teilweise online informieren. Zwei Drittel dieser Befragten kauften dann auch online. Durch den Lockdown in der ersten Jahreshälfte hat diese Entwicklung zusätzlichen Aufwind bekommen: Betrachtet man die Verkäufe über alle Absatzkanäle hinweg, ist der Online-Anteil im ersten Halbjahr 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 17 Prozent gestiegen. Für die 18 wichtigsten Elektrowerkzeug-Produktgruppen liegt der Wertanteil durch Online-Verkäufe nun bei 39 Prozent des Gesamtumsatzes.

„Neben den Zuwächsen im Online-Handel profitierten durchaus auch Offline-Kanäle von der Corona-Krise“, erklärt Stefan Scheib. „So bauten beispielsweise die Baumärkte im ersten Halbjahr ihren Umsatzanteil mit einem Plus von 25 Prozent deutlich aus und machen nun gut ein Drittel des GfK Panelmarkts aus. Insbesondere nach dem Lockdown strömten sowohl private als auch gewerblicher Nutzer wieder verstärkt in die Baumärkte. Für die Monate Mai und Juni 2020 sehen wir eine Steigerung des Umsatzes von 49 Prozent.“

\* Die 18 wichtigsten Warengruppen innerhalb der Elektrowerkzeuge sind Bohrmaschinen, Bohrhämmer, Schlagbohrmaschinen, Schrauber, Handkreissägen, Sticksägen, Spezialsägen, Bandschleifer, Schwingschleifer, Deltaschleifer, Exzentrerschleifer, Multischleifer, kleine Winkelschleifer, große Winkelschleifer, Elektrohobel, Heißluftpistolen, Elektrotacker und Multifunktionswerkzeuge.

\*\* Der GfK Panelmarkt umfasst Fachhandel, Baumärkte, Warenhäuser/Versandhandel/Online Generalisten, Super- & Verbrauchermärkte/C&C/Variety Stores.



## **Zur Methode**

GfK erhebt durch seine Handelspanels in mehr als 70 Ländern weltweit regelmäßig Daten zum Verkauf von technischen Konsumgütern. GfK Point of Sales Tracking sammelt fortlaufend Vertriebsdaten für mehr als 300 Produktgruppen und deckt dabei wichtige Einzelhändler und alle relevanten Vertriebskanäle ab. Es hilft Händlern und Herstellern, ihren Marktanteil und ihre Markenleistung zu messen und mit der Konkurrenz zu vergleichen.

**Pressekontakt:** Corina Kirchner, T ++49 911 395 4570, [corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

## **GfK – extracting the signals from the noise**

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”. For more information, please visit [www.gfk.com](http://www.gfk.com) or follow GfK on Twitter [www.twitter.com/GfK](https://www.twitter.com/GfK).