



# Pressemitteilung

## Konsumenten investieren mehr in saubere Luft

23. Februar 2021

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

**Nürnberg, 23. Februar 2021 – Geräte zur Luftaufbereitung sind gefragt wie nie. Obwohl das Segment bereits in den vergangenen Jahren signifikantes Wachstum in vielen europäischen Märkten verzeichnete, ging die Nachfrage 2020 unter dem Einfluss der COVID-19 Pandemie noch einmal deutlich nach oben. Die Anzahl der in Europa verkauften Geräte stieg um rund 44 Prozent auf nunmehr fast drei Millionen an. Das entspricht einem Umsatz von 427 Millionen Euro, knapp 50 Prozent mehr als im Vorjahr. Das sind aktuelle Daten von GfK zum Air Treatment Markt.**

Unter den fünf größten Märkten in Europa\* konnte Deutschland im letzten Jahr mit Abstand am stärksten wachsen. 2020 wurden hierzulande rund eine Million Geräte zur Luftaufbereitung verkauft und ein Umsatz von rund 166 Millionen Euro erzielt. Italien und Spanien verzeichneten ebenfalls erneut starke Wachstumsraten von 25 bzw. 65 Prozent. Auch Großbritannien erzielte 2020, nach leicht negativer Entwicklung im Vorjahr, ein deutliches Plus von 27 Prozent. Lediglich in Frankreich stagnierte der Markt mit einem leichten Absatzzuwachs von 3 Prozent und einem Umsatzrückgang von 1 Prozent.

**Thilo Heyder, Experte für Haushaltskleingeräte bei GfK:** „Einer der Gründe für das rasante Wachstum von Geräten zur Luftaufbereitung dürfte die Corona-Pandemie und die damit verbundene Diskussion zur Luftqualität in den Innenräumen sein. Waren es in der Vergangenheit vor allem Geräte mit Luftkühlungsfunktion, die für Marktwachstum gesorgt haben, standen im Jahr 2020 insbesondere Geräte mit Luftreinigungsfunktion im Fokus.“

Bereits in den Sommermonaten 2020 wurden Kombinationsgeräte, die Luftkühlung und Luftreinigung vereinen, deutlich häufiger verkauft als im Vorjahr. Im dritten Quartal 2020 haben dann Monogeräte zur Luftreinigung dem Markt einen ungewöhnlich starken zweiten Aufschwung innerhalb eines Jahres verschafft.

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

## Luftbearbeitung wird smart und diskret

Neben der Funktionalität und dem gestiegenen Bedürfnis nach sauberer Raumluft dürften auch das verbesserte Design sowie die zunehmende „Smartness“ die Attraktivität von Geräten zur Luftbearbeitung erhöht haben. So sind immer häufiger Produkte gefragt, die sich diskret in die Wohnlandschaft einfügen oder über entsprechende Apps steuern lassen. Konsumenten erkennen hier einen klaren Mehrwert, wenn es beispielsweise um die Kontrolle der Luftqualität geht und sind bereit, mehr Geld in ihr Wohlbefinden zu investieren. Entsprechend sind die durchschnittlich erzielten Verkaufspreise im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen.

**Thilo Heyder:** „Wir gehen davon aus, dass der Markt für Geräte zur Luftaufbereitung weiterhin deutlich zulegt. Auch wenn wir in den vergangenen Jahren hohe Zuwächse beobachten konnten, sind aktuell noch wenige Haushalte mit entsprechenden Produkten ausgestattet. Heiße Sommer, mehr Allergiker und die oft schlechte Luftqualität im urbanen Wohnumfeld dürften auch weiterhin und unabhängig von Corona für eine hohe Nachfrage sorgen. Ob sich eine derart rasante Steigerung wie im Jahr 2020 wiederholt, bleibt abzuwarten. Wir prognostizieren eher ein solides, aber im Vergleich zu anderen Haushaltskategorien dennoch deutliches Wachstum.“

\*Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Italien

## 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:** Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, [corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@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 – **Growth from Knowledge.**