



Pressemitteilung

30. August 2023

Nachhaltige und smarte Haushaltsgeräte liegen im Trend

30. August 2023

Corina Kirchner
Public Relations
T +49 911 395 4570
corina.kirchner@gfk.com

Weißer Ware insgesamt weniger gefragt

Nürnberg, 30. August 2023 – Der Markt für Elektrohaushaltsgeräte in Deutschland war im ersten Halbjahr 2023 rückläufig: Großgeräte verzeichneten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Absatzrückgang von fast 13 Prozent. Auch Kleingeräte wurden weniger gekauft: Hier sank der Absatz um 6 Prozent. Trotzdem gibt es in beiden Segmenten Wachstumschancen in den Bereichen Nachhaltigkeit, Premium und Innovation, wie Daten von GfK zeigen. Die Branche muss sich auf die veränderten Bedürfnisse einstellen und innovative Lösungen anbieten, um weiterhin erfolgreich zu bleiben.

Nachdem Verbraucher während der Pandemie viele Produkte für den häuslichen Bedarf gekauft und häufig Käufe vorgezogen haben, ersetzen laut Datenplattform *gfknewron Consumer* aktuell 76 Prozent der Käufer defekte Haushaltsgroßgeräte. Der Wunsch nach Produktupgrades oder Zusatzgeräten ist für die Konsumenten eher zweitrangig. Auch die hohe Inflation beeinflusst aktuell die Kaufentscheidungen.

Diese Entwicklung spiegelte sich auch in den rückläufigen Verkaufszahlen bei Kleingeräten für die Küche wider. Insbesondere Küchenmaschinen verzeichneten im ersten Halbjahr einen Umsatzrückgang von 22 Prozent und einen Absatzrückgang von 21 Prozent. Gleiches gilt für Heißgetränkeautomaten, insbesondere Espresso-Vollautomaten, deren Umsatz um 5 Prozent zurückging. Diese Produktkategorien befinden sich nach erfolgreichen Vorjahren in einer Konsolidierungsphase.

Wachstumssegmente bei Kleingeräten

Trotz des rückläufigen Gesamtmarktes bieten sich im Kleingerätesegment weiterhin Wachstumschancen – vor allem für hochwertige und innovative Produkte, die das Leben der Verbraucher auf praktische Art und Weise bereichern. So konnten beispielsweise die für Verbraucher komfortablen Akku-Staubsauger mit Handstick im Umsatz um 11 Prozent wachsen.

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90443 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Emilie Darolles
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
John Blenke

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Auch Heißluftfritteusen (plus 29 Prozent), die gesündere Alternativen bieten, oder Siebträgermaschinen (plus 10 Prozent), die es den Verbrauchern ermöglichen, Barista-Qualität auch zu Hause zu genießen, verzeichneten ein Umsatzplus. „Während der Gesamtmarkt für Kleingeräte unter Druck steht, zeigen Premiumprodukte und innovative Geräte, die das Leben der Verbraucher vereinfachen, eine positive Entwicklung entgegen dem allgemeinen Trend“, sagt **Thilo Heyder, Experte für Elektrokleingeräte bei GfK**.

Nach der Pandemie waren zudem Geräte für die Körperpflege, wie zum Beispiel Hairstyling-Geräte (Umsatzplus von 9 Prozent), Handföhne (Umsatzplus von 27 Prozent) und elektrische Zahnbürsten (Umsatzplus von 8 Prozent) weiter auf dem Vormarsch.

Nachhaltigkeit und Energieeffizienz als Wachstumstreiber

Bei Großgeräten wuchsen besonders energieeffiziente und smarte Geräte. So stieg der Anteil der Energieeffizienzklasse A bei Waschmaschinen, Kühl- und Gefriergeräten sowie Geschirrspülern auf 23 Prozent im ersten Halbjahr 2023 (plus 14 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2022). Bei Waschmaschinen lag der Anteil der Energieeffizienzklasse A sogar bei 64 Prozent. „Die Verbraucher entscheiden sich zunehmend für diese energieeffizienten und intelligenten Geräte, um langfristig über den gesamten Lebenszyklus Kosten einzusparen, insbesondere vor dem Hintergrund steigender Energiepreise“, stellt **Markus Wagenhäuser, GfK-Experte für Elektrogroßgeräte** fest. „Durch das Tracking des Energieverbrauchs mittels Apps eröffnen sich zudem interessante Anwendungsfälle für smarte Haushaltsgeräte.“ Obwohl Smart-Technologien laut *gfknewron Consumer* bei Verbrauchern noch nicht zu den wichtigsten Features gehören, wuchs auch in diesem Bereich der Umsatz gegen den allgemeinen Markttrend im ersten Halbjahr um circa 5 Prozent. Geschirrspüler verzeichneten dabei ein bemerkenswertes Umsatzplus von 46 Prozent – mittlerweile ist fast jeder zweite verkaufte Geschirrspüler ein Smart-Gerät.

Großgeräte mit größerer Kapazität besonders gefragt

Ein weiterer Trend auf dem Markt für Elektrogroßgeräte ist die steigende Nachfrage nach Geräten mit größerem Fassungsvermögen. Bei den Kühlgeräten verzeichnete das Segment der Multi-Door-Geräte ein Umsatzwachstum von 15 Prozent und war das einzige Segment, das sowohl beim Absatz als auch beim Umsatz zulegen konnte. Im Umsatz wuchsen auch Waschmaschinen (plus 20 Prozent) und Wärmepumpentrockner mit einem Fassungsvermögen von 9 Kilogramm oder mehr (plus 8 Prozent). Diese Entwicklung spiegelt die steigende Nachfrage der Verbraucher nach Geräten wider, die ihr Leben zum Beispiel durch die Bewältigung größerer Wäsche- und Lebensmittelmengen einfacher und bequemer machen.

Zur Studie

GfK erhebt in seinen Handelspanels regelmäßig Umsatzdaten in mehr als 70 Ländern weltweit für die Bereiche Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie,



Bürogeräte sowie Haushaltsklein- und Haushaltsgroßgeräte. Alle Zahlen gemäß GfK Panelmarkt Deutschland, in Stück und in Euro dargestellt.

Pressekontakt: Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, corina.kirchner@gfk.com

Über GfK

Seit über 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

Weitere Informationen auf www.gfk.com/de.