



Pressemitteilung

Datum
29. August 2011

Stefan Schmidt
GfK Retail and Technology
Tel. +49 911 395-3108
Fax +49 911 395-4046
stefan.schmidt@gfk.com

Regine Oyntzen
Corporate Communications
Tel. +49 911 395-4151
Fax +49 911 395-4041
regine.oyntzen@gfk.com

Schwieriges Umfeld für Elektrogeräte

Ergebnisse des GfK TEMAX[®] Westeuropa für das zweite Quartal 2011

Nürnberg, 29. August 2011 – Im zweiten Quartal 2011 erzielt der Gesamtmarkt für technische Gebrauchsgüter in Westeuropa einen Gesamtumsatz von 41,8 Milliarden Euro und damit 5,1 Prozent weniger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Informationstechnologie ist dabei mit einem Umsatzplus von 5,7 Prozent weiter auf Wachstumskurs, die Märkte für Telekommunikation und Elektrokleingeräte zeigen sich stabil. Auf Länderebene legen die Umsätze in Deutschland, Österreich und den Niederlanden im Vergleich zum zweiten Quartal 2010 zu. Dies sind Ergebnisse des GfK TEMAX[®] Westeuropa.

Der Bereich Informationstechnologie präsentiert sich im zweiten Quartal 2011 mit einem Umsatzplus von 5,7 Prozent am wachstumsstärksten. Die Märkte für Telekommunikation und Elektrokleingeräte können sich mit Zuwachsraten von 0,8 Prozent beziehungsweise 0,2 Prozent ebenfalls behaupten. Dies genügt jedoch nicht, um den Gesamtmarkt für technische Gebrauchsgüter ins Plus zu drehen. Die Umsätze bewegen sich insgesamt 5,1 Prozent unterhalb des Vorjahresniveaus. Den deutlichsten Rückgang muss dabei der Bereich Unterhaltungselektronik hinnehmen, der sich allerdings vor dem Hintergrund des Ausnahmejahres 2010 relativiert. Dank Impulsen wie der Fußballweltmeisterschaft boomten damals vor allem die Verkäufe mit Fernsehern, der umsatzstärksten Warengruppe.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

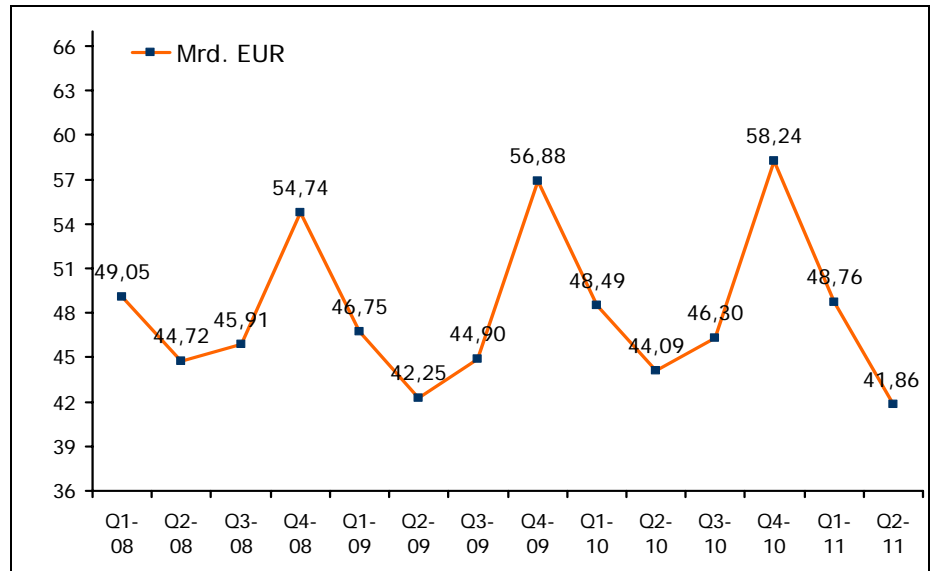
Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Petra Heinlein
Debra A. Pruent
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahlert

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Umsatzentwicklung technischer Gebrauchsgüter in Westeuropa



Quelle: GfK TEMAX® Westeuropa, GfK Retail and Technology

Informationstechnologie: Stark wachsende Nischen

Die Märkte für Informationstechnologie (IT) in Westeuropa entwickeln sich derzeit sehr heterogen, verzeichnen aber insgesamt im zweiten Quartal 2011 ein Umsatzwachstum von 5,7 Prozent. In den IT-Märkten für Privatkunden gibt es eine Reihe von Nischen, die eine steigende Nachfrage verbuchen. Dies führt in Österreich, Deutschland und vor allem den Niederlanden zu jeweils zweistelligen Umsatzzuwächsen im gesamten IT-Markt, verglichen mit dem zweiten Quartal 2010. In Portugal, Griechenland und Spanien hingegen leidet die Nachfrage im IT-Markt unter der schwierigen wirtschaftlichen Lage und der hierdurch verunsicherten Verbrauchern.

Das Top-Thema für private Konsumenten sind derzeit in allen Ländern Westeuropas WebBooks/Tablet-Computer, von denen sich die Branche in den nächsten Jahren hohe Wachstumsraten erwartet. Im Geschäftskunden-Bereich verleihen der Trend zu Cloud-Computing-Angeboten und PC-Ersatzkäufen dem IT-Markt einen Nachfrageschub im zweiten Quartal dieses Jahres.

Telekommunikation: Mobiles Internet bestimmt den Markt

Trotz der mittlerweile größtenteils verhaltenen Verbraucherstimmung im Euro-Raum entwickelt sich der Bereich Telekommunikation im zweiten Quartal 2011 mit einem Umsatzplus von 0,8 Prozent positiv, was vor allem am Nachfrage-Boom für Smartphones liegt. Der Trend geht verstärkt zu Multimediageräten, mit denen Konsumenten einfach das Internet mobil nutzen können. Davon profitiert auch das Zusatzgeschäft mit Artikeln wie Handytaschen und Schutzhüllen. Ebenfalls verstärkt werden Stereo-Kopfhörer nachgefragt.

Auf Länderebene gibt es allerdings durchaus differenzierte Entwicklungen. Während der Telekommunikationsmarkt in Deutschland derzeit mehr oder weniger stagniert, verzeichnet die Branche in den Niederlanden, Österreich und Belgien zweistellige Wachstumsraten. Die südeuropäischen Märkte Spanien, Portugal und Griechenland kämpfen hingegen weiterhin mit Schuldenkrise und rückläufigen Wachstumsraten.

Elektrokleingeräte: Starke Nachfrage nach Espressovollautomaten

Der westeuropäische Markt für Elektrokleingeräte (SDA) kann sich im zweiten Quartal 2011 mit einem leichten Wachstum von 0,2 Prozent auf insgesamt 3,3 Milliarden Euro behaupten. Im Ländervergleich liegen Österreich, Deutschland, Belgien und Frankreich mit jeweils einstelligen Umsatzzuwächsen im Plus. Den deutlichsten Rückgang verzeichnet Griechenland.

Ein Blick auf die einzelnen Produktgruppen zeigt, dass das starke Wachstum bei Espressovollautomaten und Espressokapselsystemen einen positiven Einfluss auf die Entwicklung des SDA-Marktes hat. Hingegen gehen die Umsätze mit Filterkaffeemaschinen im Vergleich zum zweiten Quartal 2010 leicht zurück. Im Bereich Bodenpflege entwickeln sich Saugroboter weiterhin sehr gut, während der Markt für traditionelle Bodenstaubsauger leicht rückläufig ist. Im Bügeleisenmarkt weisen die Bügelsysteme positive Wachstumsraten auf. Ähnlich erfolgreich verkaufen sich in kleineren Marktsegmenten Küchenmaschinen, Universal-Zerkleinerer sowie Stabmixer. Im Bereich Körperpflegegeräte wächst der Markt für elektrische Zahnbürsten, Bartschneider, Warmluftbürsten und Lockenstäbe spürbar.

Elektrogroßgeräte: Energieeffizienz und Qualität setzen Impulse

Im Bereich Elektrogroßgeräte (MDA) werden im zweiten Quartal 2011 in Westeuropa 7,4 Milliarden Euro Umsatz erzielt. Dies entspricht einem Rückgang von 1,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der Grund dafür sind deutliche Einbußen in den von der Euro-Schuldenkrise besonders betroffenen Ländern Griechenland, Italien, Portugal und Spanien. In Belgien, den Niederlanden und insbesondere Deutschland stehen die Zeichen im zweiten Quartal 2011 hingegen auf Wachstum.

Im Bereich der Waschmaschinen und Trockner setzt sich das Wachstum von Geräten mit Energieklasse A + (und höher) fort. Die Konsumenten tendieren außerdem weiterhin zu großen Ladekapazitäten, um die Anzahl von Wasch- und Trockenvorgängen zu reduzieren. Bei den Trocknern erzielen Geräte mit Wärmepumpentechnologie einen bemerkenswerten Umsatzzuwachs. Bei Kühl- und Gefriergeräten greifen Verbraucher im zweiten Quartal 2011 stärker als vergangenes Jahr zu Produkten mit NoFrost-Funktion. Besonders deutlich macht sich dies im Teilbereich Kühl-/Gefrierkombinationen bemerkbar. Energieeffizienz ist auch ein Thema im Geschirrspüler-Segment, wo es einen klaren Trend hin zu verbrauchsarmen Geräten gibt, die pro Waschgang weniger als zehn Liter verbrauchen.

Foto: Kompakt-System- und SLR-Kameras behaupten sich

Der Fotomarkt zeigt im zweiten Quartal in Westeuropa einen Rückgang von 6,3 Prozent. In Anbetracht einer stabilen Entwicklung in Deutschland, gründet sich dieses Minus im Wesentlichen auf stark rückläufige Tendenzen in Griechenland, Italien Portugal und Spanien sowie auf leicht negative Entwicklungen in den anderen westeuropäischen Ländern. Der Rückgang erstreckt sich auf Digitalkameras und digitale Fotorahmen und zum Teil auf den Zubehör-Sektor.

Innerhalb der Digitalkameras zeigen insbesondere Kompakt-System-Kameras und SLR-Kameras wertmäßig eine stabile Entwicklung. Damit verbunden ist auch ein entsprechend positiver Trend für das Zubehörgeschäft. Die klaren Gewinner sind hier Wechselobjektive. Gleiches gilt auch für Stative, die immer stärker zum Drehen von Videofilmen mit der Digitalkamera verwendet werden. Das veränderte Nutzungsverhalten spiegelt sich auch bei den Kameras selbst wider, die immer häufiger in HD-Qualität aufzeichnen sowie über ausklappbare Bildschirme verfügen.

Bürogeräte und Verbrauchsmaterial: Markt unter Preisdruck

Der westeuropäische Markt für Bürotechnik erzielt im zweiten Quartal 2011 einen Umsatz von 3,9 Milliarden Euro und geht damit im Vergleich zum Vorjahr um 7 Prozent zurück. Hiervon betroffen sind alle Länder, wenn auch auf unterschiedlichem Niveau. Während Deutschland und Österreich einen vergleichsweise leichten Rückgang verzeichnen, sehen sich die südeuropäischen Länder mit einem zweistelligen Minus konfrontiert.

Laserdrucker werden zwar insgesamt häufiger nachgefragt, entwickeln sich im Hinblick auf den Umsatz aber dennoch schwächer als im zweiten Quartal 2010. Die Ursachen dafür liegen neben dem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld im Euro-Raum in sinkenden Preisen bei einer Vielzahl von Geräten. Multifunktionale Farblasengeräte dagegen entwickeln sich überaus positiv und weisen ein zweistelliges Plus beim Umsatzwachstum auf. Mit Einbußen haben hingegen die Verbrauchsmaterialien, Tintenstrahl-Druckerpatronen und Laser-Toner zu kämpfen. Anbieter von nicht originalen Tonern und wiederbefüllbaren Kartuschen treiben diese Entwicklung zusätzlich an.

Auch wenn die Umsatzentwicklung bei Multifunktionsgeräten im Bereich der Tintenstrahl-drucker derzeit ebenfalls noch rückläufig ist, erwartet GfK Retail and Technology aufgrund des momentan ziemlich stabilen Preisniveaus in diesem Segment einen positiven Trend für das kommende Quartal.

Unterhaltungselektronik: Branche erleidet Einbußen

Westeuropäische Konsumenten geben für Produkte der Unterhaltungselektronik (CE) im zweiten Quartal 2011 insgesamt 8,6 Milliarden Euro aus, ein Rückgang von 21,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Im Jahr 2010 profitierte vor allem der umsatzstärkste Bereich der Fernseher von der

Fußballweltmeisterschaft. Verglichen jedoch mit dem Jahr 2009, in dem es keine nennenswerten Impulse durch Sport-Großereignisse gab, verzeichnet die Nachfrage nach Fernsehern hingegen ein deutliches Plus. Trotz des insgesamt schwierigen Umfeldes für die Unterhaltungselektronik, gibt es in nahezu allen CE-Bereichen positive Meldungen. Zum Beispiel sind vor allem LED-Fernseher auf Grund ihres Designs und technischer Innovationen gefragt. Nach wie vor greifen die Konsumenten immer öfter zu LCD-Fernsehern mit größeren Bild diagonalen. Impulse ergeben sich auch aus einer erhöhten Kauffrequenz bei Flachbildfernsehern, welche durch innovative Technologien wie HDTV, 3D und Internetfähigkeit getrieben wird.

Wirtschaftliche Turbulenzen beeinträchtigen Elektrogeräte-Markt

Die Turbulenzen auf den europäischen und amerikanischen Finanzmärkten, verbunden mit der daraus resultierenden wachsenden Verunsicherung und Zurückhaltung der Verbraucher hinterlassen Spuren am Markt für technische Gebrauchsgüter in Westeuropa. Folglich sind es die von der Wirtschaftskrise am deutlichsten betroffenen Länder wie Griechenland, Spanien, Portugal und Italien, die hierunter am stärksten leiden. Positive Entwicklungen gibt es hingegen in Deutschland, den Niederlanden und Österreich. Effiziente Geräte mit technischem und ökologischem Mehrwert sowie Produkte, die Konsumenten auch emotional ansprechen, versprechen derzeit die besten Wachstumsschancen.

Tabellarische Zusammenfassung

	Q3 2010	Q4 2010	Q1 2011	Q2 2011	Q2 11 /Q2 10	Q1-2 2011	Q1-2 11 /Q1-2 10
	Mio.EUR	Mio.EUR	Mio.EUR	Mio.EUR	+/--%	Mio.EUR	+/--%
Unterhaltungselektronik (CE)	10.332	15.022	11.556	8.580	-21,7%	20.136	-13,3%
Foto (PH)	2.263	2.764	1.958	2.048	-6,3%	4.006	-4,2%
Elektrogroßgeräte (MDA)	8.265	8.360	7.836	7.416	-1,5%	15.252	-0,2%
Elektrokleingeräte (SDA)	3.531	4.737	3.704	3.259	0,2%	6.963	2,2%
Informationstechnologie (IT)	12.965	16.683	14.347	12.166	5,7%	26.513	6,8%
Telekommunikation (TC)	4.944	5.962	4.924	4.460	0,8%	9.385	-1,2%
Office Equipment & Consumables (OE)	4.002	4.715	4.433	3.935	-7,0%	8.368	-4,7%
GfK TEMAX® Westeuropa	46.302	58.243	48.758	41.864	-5,1%	90.622	-2,1%

Die Zahlen bei Telekommunikation basieren auf subventionierten Verkaufspreisen.
Quelle: GfK TEMAX® Westeuropa, GfK Retail and Technology

Zur Studie

Der GfK TEMAX® ist ein vom Sektor Retail and Technology geschaffener Index zum Markt der technischen Gebrauchsgüter. Die Ergebnisse basieren auf regelmäßigen Erhebungen des Handelspanels der GfK Retail and Technology. In das Handelspanel fließen weltweit Daten von mehr als 370.000 Verkaufsstellen ein. Seit Februar 2009 erhebt die GfK Retail and Technology den GfK TEMAX® auch international in mehr als 30 Ländern. Er stellt erstmals umfassende Gesamtmärkte für technische Gebrauchsgüter in ver-



schiedenen Ländern dar. Alle Berichte und Pressemitteilungen sind unter www.gfktemax.com abrufbar.

Wenn Informationen aus dieser Pressemitteilung oder von www.gfktemax.com zitiert werden, bitten wir, explizit auf GfK TEMAX® als Quelle zu verweisen.

Weitere Informationen:

Stefan Schmidt, Tel. +49 911 395-3108, stefan.schmidt@gfk.com

Wolfgang Seibold, Tel. +49 911 395-3570, wolfgang.seibold@gfk.com

Markus Tuschl, Tel. +49 911 395-4894, markus.tuschl@gfk.com

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,29 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com