



Pressemitteilung

Datum
31. Mai 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

Markt für Elektrogeräte in Westeuropa wächst leicht Ergebnisse des GfK TEMAX[®] Westeuropa für das erste Quartal 2011

Nürnberg, 31. Mai 2011 – Rund 48,8 Milliarden Euro haben west-europäische Verbraucher im ersten Quartal 2011 in technische Gebrauchsgüter investiert. Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum entspricht dies einem moderaten Zuwachs von 0,4 Prozent. Informationstechnologie und Elektroklein- und -großgeräte waren in den ersten drei Monaten weiterhin die erfolgreichsten Branchen. Am wachstumsstärksten zeigten sich die Märkte in Österreich und Deutschland. Dies sind Ergebnisse des GfK TEMAX[®] Westeuropa.

Der insgesamt positive Umsatztrend des ersten Quartals 2011 wurde in den Bereichen Informationstechnologie, Elektroklein- und -großgeräte generiert. Die Entwicklung in den einzelnen Ländern war sehr unterschiedlich. Während einige Länder moderate Zuwachsraten aufwiesen, gab es mit Spanien und Griechenland vor allem in Südeuropa auch Länder mit einem zweistelligen Rückgang. Der IT-Markt erzielte das höchste Umsatzwachstum und schloss das erste Quartal mit einem Plus von 7,6 Prozent ab. Der Umsatz mit Elektrokleingeräten konnte um 4,1 Prozent zulegen. Elektrogroßgeräte, der dritte Markt mit positiven Zuwachsraten, steigerte seinen Umsatz um 1,1 Prozent. Alle anderen Sektoren waren rückläufig. Der Bereich Foto verlor 1,9 Prozent, Bürogeräte und Verbrauchsmaterialien 2,5 Prozent und Telekommunikation 3,7 Prozent. Die deutlichsten Rückgänge musste Unterhaltungselektronik hinnehmen, deren Umsatz um 5,8 Prozent schrumpfte.

Im ersten Quartal 2011 flossen in den GfK TEMAX[®] Westeuropa erstmals die Verkäufe zusätzlicher Warengruppen in allen Bereichen mit ein. Die Vorjahreswerte wurden dementsprechend nachberechnet und lassen damit einen Vergleich zu.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

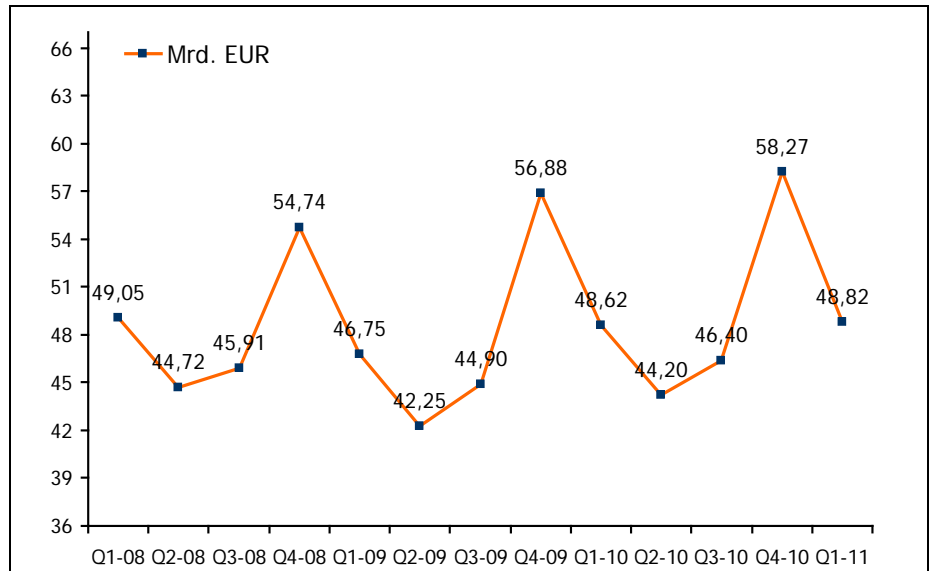
Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

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: Erfolg fortgesetzt

Die IT-Branche hat ihre Erfolgsgeschichte fortgesetzt und erzielte im ersten Quartal 2011 einen Umsatz von 14,3 Milliarden Euro sowie ein sehr gutes Wachstum von 7,6 Prozent. Die Märkte in Deutschland, Schweden, Österreich und die Niederlande wuchsen zweistellig, gefolgt von Frankreich, Großbritannien und Italien mit jeweils einstelligen Wachstumsraten. Während Belgien und Spanien nur moderate Verluste verzeichnen, brachen der portugiesische und griechische IT-Markt deutlich ein.

Besonders die europäischen Kernmärkte profitierten durch die derzeit anhaltenden Ersatzkäufe von Geschäftskunden. Neben Basisgeräten wie Computern und Monitoren waren vor allem wieder Netzwerk- und Speicherkomponenten gefragt. Der wirtschaftliche Aufschwung sorgte für zusätzliche Ausgaben, um mit einer besseren IT-Infrastruktur und damit effizienteren Prozessabläufen gegenüber den Wettbewerbern zu punkten. Allerdings wird sich die Wachstumsdynamik der Spitzenreiter Österreich, Deutschland und Niederlande in Zukunft bis zu einem gewissen Grad abschwächen, da die Ersatzkäufe in diesem Jahr ihren Zenit erreichen werden. Aufgrund der politischen und wirtschaftlichen Herausforderungen in Spanien, Portugal und Griechenland ist eine positive Entwicklung schwierig, da Unternehmen und Behörden kaum oder keine Investitionen tätigen. Im Laufe des Jahres könnte sich die lokale Nachfrage durch eine leicht sinkende Arbeitslosigkeit sowie den globalen Wirtschaftsaufschwung stabilisieren.

Auf Seite der Konsumenten hieß der Gewinner im ersten Quartal ganz klar Tablet-PC. Die Menschen sind fasziniert von der neuen Produktgeneration, was zu deutlich gestiegenen Umsatzvolumina geführt hat. Ebenfalls positiv entwickelten sich Peripheriegeräte und Zubehör. Werden in Zukunft damit

Tablet-Computer eine Gefahr für mobile Computer? Zwar schwächen sich die Wachstumsraten bei Notebooks derzeit ab, dies ist aber vorwiegend auf die hohe Verbreitung und eine beginnenden Marktsättigung zurückzuführen. Eine direkte Auswirkung der Tablet-Verkäufe zeichnet sich aufgrund der immer noch vergleichsweise kleinen Umsatzvolumina derzeit nicht ab. Ähnliches gilt auch für die kleineren Netbooks, in deren Markt sich ebenfalls eine erste Sättigung zeigt. Einhergehend mit dem Boom von Tablet-PC wird sich das Nutzungsverhalten ändern. Statt Maus und Tastatur, wird der Computer über Touchscreen bedient, statt klassischer Software stehen den Konsumenten Programme in App-Form zur Verfügung, der Schwerpunkt geht hin zu Unterhaltung. Diese Trends werden sich in diesem Jahr weiter fortsetzen. Insgesamt prognostiziert GfK Retail and Technology für die Konsumentenmärkte in Westeuropa eine positive Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte und für das Gesamtjahr 2011 ein mittleres, einstelliges Wachstum zwischen 3 und 5 Prozent.

Elektrokleingeräte: Weiterhin auf Wachstumskurs

Für Elektrokleingeräte haben die westeuropäischen Verbraucher im ersten Quartal des Jahres 2011 insgesamt 3,7 Milliarden Euro ausgegeben. Dies entspricht einem Plus von 4,1 Prozent im Vergleich zu den ersten drei Monaten des Jahres 2010. Mit Ausnahme Portugals, Spaniens und Griechenlands trugen alle Länder zu diesem Wachstum bei.

Sehr gut entwickelten sich die Umsätze von Teilsegmenten im Bereich der Heißgetränkezubereitung. Espressovollautomaten kehrten nach einem relativ stabilen Jahr 2010 wieder auf den Wachstumskurs zurück. Außerdem wuchsen Espressokapselmaschinen dynamisch. Aber auch kleinere Märkte wie die traditionellen Küchenmaschinen oder Stabmixer leisteten aufgrund einer erfreulichen Umsatzentwicklung signifikante Beiträge zur positiven Gesamtentwicklung des Elektrokleingerätemarktes. Im Bereich Körperpflege wuchs das Geschäft mit elektrischen Zahnbürsten und Herrenrasierern deutlich. Noch stärker kam ein kleines Segment innerhalb des Bereichs Damenhaarentfernung voran. So genannte Laser/IPL-Geräte gehörten im ersten Quartal zu den Wachstumstreibern im westeuropäischen Kleingerätemarkt. Auch Bodenpflege-Produkte konnten insgesamt zulegen. Während Bodenstaubsauger eine stabile Umsatzentwicklung zeigten, verzeichneten sowohl Robotersauger, als auch Handstaubsauger ein deutliches Umsatzplus. Bei Letzteren ist das Wachstum insbesondere auf Akkuhandstaubsauger zurückzuführen.

Einer der wenigen Bereiche mit rückläufiger Umsatzentwicklung waren Bügeleisen. Hier zeigte sich das Geschäft mit traditionellen Dampfbügeleisen verhalten. Die im Vergleich hochwertigeren Dampfgeneratoren waren allerdings weiterhin gefragt und entwickelten sich dementsprechend positiv.

Elektrogroßgeräte: Energiesparende Geräte gefragt

Der westeuropäische Elektrogroßgerätemarkt hat in den ersten drei Monaten mit einem Plus von 1,1 Prozent das drittstärkste Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr erzielt und bleibt damit im Vergleich zum vierten Quartal des vergangenen Jahres stabil. Insgesamt erzielte das Geschäft mit Elektrogroßgeräten im ersten Quartal des laufenden Jahres 7,8 Milliarden Euro Umsatz. Ein robustes Wachstum verzeichneten Österreich, Deutschland, Belgien und Großbritannien. Die Märkte in Spanien, Portugal und Griechenland hingegen gingen stark zurück.

Bei den Waschmaschinen geht der Trend in allen Ländern weiter hin zu größeren Ladekapazitäten sowie einer höheren Energieeffizienz. Bereits mehr als ein Viertel des Umsatzes wurden in Westeuropa im ersten Quartal mit Produkten der Energieklassen A und besser erzielt. Geräte mit höheren Ladekapazitäten kamen auf einen Umsatzanteil von gut einem Fünftel. Im Bereich der Wäschetrockner wurden ein Viertel des Umsatzes mit energieeffizienten Wärmepumpentrocknern erreicht. Ebenso bei Kühlgeräten griffen die Konsumenten immer häufiger zu energiesparenden Geräten. So lag beispielsweise der Marktanteil für hocheffiziente A++-Produkte im zweistelligen Bereich. Der deutsche Markt nahm hierbei eine Spitzenposition ein. Kühlgeräte mit einer No-Frost-Funktion entwickelten sich sehr positiv und gehören zu den Wachstumstreibern bei den Elektrogroßgeräten. Über ein Viertel aller in Westeuropa verkauften Geschirrspüler kamen in den ersten drei Monaten auf einen Wasserverbrauch von bis zu zehn Litern pro Standard-Waschprogramm. Ein positiver Trend hin zu Geräten mit geringerem Wasserverbrauch konnte besonders in Österreich, Frankreich und Spanien beobachtet werden. Dort konnte deren Marktanteil im Vergleich zum ersten Quartal 2010 nahezu verdoppelt werden. Im Segment der Kochmulden und -flächen waren ein Viertel der in Westeuropa verkauften Produkte mit Induktionstechnologie ausgestattet. Selbst in Ländern wie Frankreich oder Großbritannien, wo traditionell mit Gas gekocht wird, zeichnet sich dieser Trend ab.

Foto: Digitalkameras entwickeln sich stabil

Die Umsätze im Fotosegment summierten sich im ersten Quartal 2011 in Westeuropa auf 1,96 Milliarden Euro, was im Vergleich mit dem Vorjahresquartal einem Rückgang von 1,9 Prozent entspricht. Während die Märkte in Österreich und Deutschland gut zulegen und in Belgien ein zumindest leichtes Plus verzeichnen konnten, gingen die Umsätze in den anderen Ländern zurück.

Der Teilmarkt für Digitalkameras zeigte in den ersten drei Monaten eine stabile Entwicklung. Insbesondere Kompaktkameras mit fest eingebautem Objektiv konnten dank zusätzlichen Funktionen ihr Preisniveau halten. Ein starkes Wachstum zeigte sich bei Wechselobjektiven, was allerdings auf den Gesamtmarkt nur begrenzte Auswirkungen hatte. Im Zuge des Wachstums

bei Spiegelreflex- und Kompaktsystemkameras gibt es in allen großen westeuropäischen Märkten ein deutlich gestiegenes Interesse an Zubehör wie Wechselobjektive, Fototaschen und Stative. Interessant hierbei ist, dass Stative mittlerweile auch für Digitalkameras benutzt werden, da die Videofunktion für die Konsumenten wichtiger wird.

Bürogeräte und Verbrauchsmaterial: Nachholkäufe durch Unternehmen

Der Gesamtumsatz bei Bürogeräten und Verbrauchsmaterial belief sich im ersten Quartal 2011 auf 4,4 Milliarden Euro. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahresquartal einem Umsatzrückgang von 2,5 Prozent. Dieser Rückgang wurde zum Teil kompensiert durch einstellige Wachstumsraten in Österreich und Deutschland. Während Verbrauchsmaterialien wie Tintenstrahl- und Laserdruckerpatronen stabil blieben, zeigten sich im Teilsegment der Bürogeräte einige Verschiebungen.

Obwohl sich Multifunktionsgeräte gut verkauften, zog der negative Trend bei Druckern den gesamten Bereich der Bürogeräte in Mitleidenschaft – zumindest im Hinblick auf den Umsatz. Die wirtschaftlichen Probleme in südeuropäischen Ländern und das mangelnde Konsumentenvertrauen verschärften die Situation zusätzlich. Tintenstrahldrucker verloren kontinuierlich an Marktanteil, zuletzt reduzierte sich der Umsatz um beinahe 30 Prozent. Besonders private Verbraucher hatten weniger Interesse an diesem Segment und entschieden sich für Tintenstrahl-Multifunktionsgeräte, die inzwischen mehr als 70 Prozent des Umsatzes generieren. Innerhalb dieses Segments legten die Geräte, die auch über Faxfunktion verfügen zu und erzielten bereits über ein Drittel Umsatzanteil.

In Ländern mit hohem Vertrauen in die Wirtschaft verkauften sich Laserdrucker besser, was gleichzeitig ein Indikator für erhöhte Geschäftsinvestitionen ist. Innerhalb dieses Segments verloren nur Farblaserdrucker deutlich an Umsatz, während die anderen Lasertechnologien im ersten Quartal zulegen. Schwarzweißlaserdrucker verzeichneten zum ersten Mal seit zwei Jahren wieder eine steigende Nachfrage, insbesondere in Deutschland. Allerdings sind im Vergleich zum ersten Quartal 2010 die Durchschnittspreise stark gesunken, was unterm Strich zu einem Umsatzrückgang führte. Multifunktionslasergeräte waren gefragt und generierten einen Umsatzzuwachs im ersten Quartal.

Multifunktionale Farbgeräte liefen in allen westeuropäischen Ländern besser als noch vor einem Jahr, da Unternehmen Nachholkäufe tätigten und damit für ein sehr gutes Ergebnis im Druckersegment sorgten. Vor allem hochwertigere und schnellere Geräte mit vielfältigen Funktionen wie Fax, Wi-Fi oder Ethernet waren gefragt und sorgten für stabile Preise auf einem hohem Niveau.

Telekommunikation: Smartphones wachsen schwächer

Im ersten Quartal 2011 erlebte der Bereich Telekommunikation mit einem Umsatz von 5,0 Milliarden Euro einen Rückgang von 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal, wobei subventionierte Preise weiterhin die Marktzahlen beeinflussten.

Während die Gesamtentwicklung bei Mobil- und Smartphones im ersten Quartal konstant blieb, wuchs die Nachfrage nach Smartphones, also Geräten mit offenem Betriebssystem, weiterhin deutlich. Mittlerweile sind vier von zehn Handys, die in Westeuropa verkauft werden Smartphones. Nach einem überdurchschnittlichen Plus zum Jahresende 2010 werden sich die Wachstumsraten voraussichtlich in diesem Jahr etwas abschwächen. Da Smartphones zunehmend auch in den mittleren Preisklassen unterhalb 150 Euro angeboten werden, profitierte das Umsatzwachstum nicht in gleichem Maße von der steigenden Popularität der Geräte. Stabile Preise erwarten sich die Hersteller in Zukunft von zusätzlichen Funktionen wie Near Field Communication, das für elektronisches, bargeldloses Bezahlen genutzt werden kann oder 3D-Displays für die visuelle Unterhaltung.

Während schnurlose Telefone im ersten Quartal einen leicht negativen Trend aufwiesen und damit die Gesamtentwicklung negativ beeinflussten, legte der Umsatz bei Mobilfunkzubehör um 14 Prozent zu und half damit erneut, den Telekommunikationsmarkt zu festigen.

Unterhaltungselektronik: Nachfrage nach Heimkino-Produkten

Im Markt für Unterhaltungselektronik wurde im ersten Quartal 2011 ein Umsatz von 11,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. Damit setzt sich der Rückgang mit einem Minus von 5,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal fort. Die Märkte in Belgien und Frankreich konnten zulegen, Griechenland, Spanien und die Niederlande hingegen verzeichneten ein je zweistelliges Minus.

Der schwächere Umsatz im ersten Quartal wurde von Industrie und Handel mehr oder weniger erwartet, da das Wachstum im vergangenen Jahr überwiegend durch externe Faktoren begründet war. Einerseits drängte der Übergang zum digitalen Fernsehen verbunden mit der Abschaltung analoger Sendesignale die Konsumenten in den betroffenen Ländern dazu, sich ein Fernsehgerät mit eingebautem Digiteempfänger zu kaufen. Gleichzeitig wuchs die Anzahl an Haushalten, die über mehrere Fernseher verfügen, da DVB-T den Anschluss eines Fernsehers unabhängig vom Zugang zu einer Satellitenschüssel oder jeglichem TV-Kabel erlaubt. Nach und nach gehört der analoge Empfang der Vergangenheit an. In Deutschland wird analoges Satellitenfernsehen beispielsweise spätestens im April 2012 abgeschaltet und damit keinen Einfluss mehr auf die Entwicklung im Bereich Unterhaltungselektronik ausüben. Andererseits gibt es dieses Jahr kein sportliches Großereignis, das den Markt beeinflussen könnte. Die Frauenfußballweltmeisterschaft in Deutschland wird für eine Trendwende nicht ausreichen.

Aber auch wenn die Gesamtentwicklung derzeit negativ ist, gab es einige Segmente, die ein Wachstum in den ersten drei Monaten des Jahres verzeichneten. Die Umsätze, die mit Blu-ray, 3D und großen Bildschirmen erzielt wurden, stiegen. Offenbar sind die Konsumenten nach wie vor sehr interessiert am gesamten Heimkino-Bereich, was sich zudem auf den HiFi-Produkte positiv auswirkte. Besonders der Bereich 3D-Fernsehen wird mit der Einführung passiver Technologien, dass heißt 3D-Fernsehen ohne Brille, sehr stark an Attraktivität gewinnen.

In naher Zukunft wird der große Trend in der Unterhaltungselektronik die Verschmelzung von Fernsehen und Internet sein. Der Wohnzimmerbildschirm fungiert künftig als Plattform für Youtube, Skype und Co, die bislang ausschließlich auf dem Computer genutzt wurden. Doch auch im Bereich Audio wird die Konnektivität wichtiger werden, da die Konsumenten ihre heimische HiFi-Anlage mit dem tragbaren Mediaplayer oder Smartphone verbinden möchten.

Licht und Schatten bei Elektrogeräten in Westeuropa

Die ersten drei Monate des Jahres 2011 sorgten für Licht und Schatten auf den westeuropäischen Märkten. Die Umsätze mit Elektrogeräten in Österreich und Deutschland erzielten gute Wachstumsraten, recht stabil entwickelten sich Großbritannien, Schweden, Belgien und Frankreich. Portugal, Spanien und vor allem Griechenland erlitten jedoch große Verluste, da dort alle Bereiche im Vergleich zum Vorjahr deutlich rückläufig waren. Eine Trendwende ist in diesen Märkten an eine spürbare Verbesserung der gegenwärtig schwierigen politischen und wirtschaftlichen Situation geknüpft. Ansonsten werden die weitere Verbreitung innovativer Technologien wie 3D, Tablet-Computer oder Smartphones sowie der Trend zu höherwertigen Produkten in den übrigen Bereichen die Entwicklung technischer Gebrauchsgüter in Westeuropa positiv beeinflussen.

Tabellarische Zusammenfassung

	Q2 2010	Q3 2010	Q4 2010	Q1 2011	Q1 11 /Q1 10
	Mio.EUR	Mio.EUR	Mio.EUR	Mio.EUR	+/-%
Unterhaltungselektronik (CE)	10.967	10.341	14.986	11.562	-5,8%
Foto (PH)	2.185	2.263	2.765	1.958	-1,9%
Elektrogroßgeräte (MDA)	7.523	8.266	8.356	7.838	1,1%
Elektrokleingeräte (SDA)	3.276	3.552	4.773	3.733	4,1%
Informationstechnologie (IT)	11.512	12.953	16.661	14.320	7,6%
Telekommunikation (TC)	4.507	5.018	6.017	4.967	-3,7%
Office Equipment & Consumables (OE)	4.230	4.002	4.715	4.437	-2,5%
GfK TEMAX® Westeuropa	44.200	46.396	58.273	48.816	0,4%

- 1) Die Zahlen bei Telekommunikation basieren auf subventionierten Verkaufspreisen.
 - 2) Alle Bereich wurden durch zusätzliche Warengruppen ergänzt – Vorjahreswerte sind dementsprechend nachberechnet worden und lassen damit einen Vergleich zu.
- 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. Der GfK TEMAX[®] Westeuropa umfasst die Länder Belgien, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Italien, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden und Spanien. 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 verschiedenen 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 Seubold, Tel. +49 911 395-3570, wolfgang.seubold@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 10.000 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