

# Pressemitteilung

## Elektrogerätemarkt mit gemischtem Ergebnis

16. März 2012

Wolfgang Seibold  
T +49 911 395-3570  
F +49 911 395-4046  
[wolfgang.seibold@gfk.com](mailto:wolfgang.seibold@gfk.com)

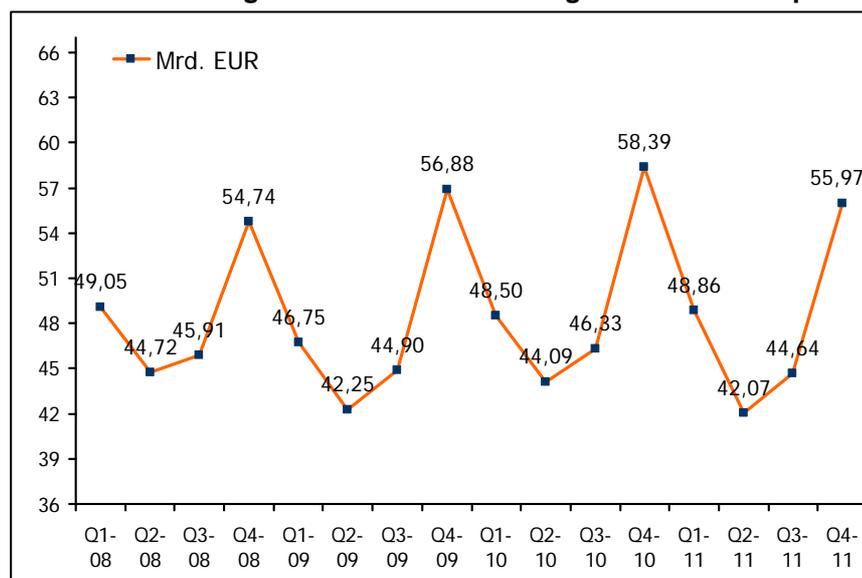
Regine Oyntzen  
Corporate Communications  
T +49 911 395-4151  
F +49 911 395-4041  
[regine.oyntzen@gfk.com](mailto:regine.oyntzen@gfk.com)

### Ergebnisse des GfK TEMAX® Westeuropa für das vierte Quartal und das Gesamtjahr 2011

Nürnberg, 16. März 2012 – Der Markt für technische Gebrauchsgüter in Westeuropa erzielt im vierten Quartal 2011 ein Umsatzvolumen von **55,9 Milliarden Euro**. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht dies einem Rückgang von **4,1 Prozent**. Das Gesamtjahr 2011 entwickelte sich laut GfK TEMAX® Westeuropa etwas besser, liegt mit **minus 2,9 Prozent** und einem Gesamtumsatz von **191,5 Milliarden Euro** aber ebenfalls hinter dem Vorjahresergebnis. Die einzelnen Länder zeigen dabei eine sehr unterschiedliche Entwicklung.

Die Märkte für Telekommunikation und Informationstechnologie erzielen sowohl im vierten Quartal als auch im Gesamtjahr 2011 ein jeweils positives Wachstum im einstelligen Bereich. Alle anderen im GfK TEMAX® beobachteten Märkte sind hingegen rückläufig. Dadurch bleibt der Gesamtumsatz für die Monate Oktober bis Dezember und auch für 2011 leicht hinter dem Vorjahr zurück. Auf Länderebene erzielen im vergangenen Jahr Österreich, Deutschland, die Niederlande sowie Belgien und Schweden jeweils positive Wachstumsraten.

### Umsatzentwicklung technischer Gebrauchsgüter in Westeuropa



Quelle: GfK TEMAX® Westeuropa, GfK

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
T +49 911 395 0  
F +49 911 395 2209  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

Vorstand:  
Matthias Hartmann (CEO)  
Pamela Knapp (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
Debra A. Pruent

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahler

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

### **Telekommunikation: Smartphones sorgen für Umsatzwachstum**

Mit einem Plus von 6,8 Prozent erzielt der westeuropäische Markt für Telekommunikation im vierten Quartal 2011 das stärkste Wachstum aller im GfK TEMAX<sup>®</sup> beobachteten Produktbereiche. Knapp 6,4 Milliarden Euro werden in diesem Zeitraum mit Produkten der Telekommunikation umgesetzt. Mit Ausnahme von Spanien, Portugal, Griechenland und Großbritannien sind die Entwicklungen auch auf Länderebene positiv. Übers Jahr gesehen liegt der Markt ebenfalls im grünen Bereich. 20,6 Milliarden Euro Gesamtumsatz werden im Jahr 2011 erzielt, was einem Wachstum von 1,2 Prozent entspricht. Diese Entwicklung verdankt die Branche vor allem Smartphones. In allen betrachteten Ländern verzeichnen Händler eine steigende Nachfrage in diesem Segment. Da Smartphones verstärkt zu attraktiven Preisen angeboten werden, greifen immer mehr Verbraucher zu diesen kleinen Alleskönnern. Die GfK prognostiziert daher für 2012 weiterhin gute Zuwachsraten bei dieser Warengruppe und infolgedessen positive Umsatzimpulse für den Telekommunikations-Markt insgesamt.

### **Informationstechnologie: Optimistischer Ausblick**

Der Markt für Informationstechnologie (IT) erzielt im vierten Quartal ein Umsatzwachstum von 1,6 Prozent auf 17 Milliarden Euro. Im gesamten vergangenen Jahr beträgt die Zunahme sogar 4,6 Prozent und summiert sich zu einem Umsatz von 57 Milliarden Euro. Obwohl sich die Entwicklung im vierten Quartal abgeschwächt hat, expandieren die IT-Märkte weiter auf sehr hohem Niveau. Mit Ausnahme von Griechenland, Portugal und Spanien zeigt sich die positive Entwicklung mit teils zweistelligen Wachstumsraten auch auf Länderebene. In den letzten Wochen des vergangenen Jahres leidet die Nachfrage jedoch teilweise unter steigenden Preisen. Hinzu kommt, dass der Bereich bei mobilen und stationären Rechnern Innovationen benötigt, um für die Kunden attraktiv zu bleiben. Vielversprechend für dieses Jahr sind beispielsweise Ultrabooks und Geräte mit Touch-Technologie. Darüber hinaus führt das Wachstum im Tablet-Markt zur Entwicklung neuer Warengruppen, wie spezielle Tastaturen, Taschen oder ergonomisches Zubehör. Da die Konsumenten mit immer mehr digitalen Geräten ausgestattet sind, ist mit einer anhaltenden Nachfrage nach den dazugehörigen Dienstleistungen zu rechnen. Die GfK erwartet daher auch in diesem Jahr ein leichtes Wachstum im einstelligen Bereich für den IT-Markt.

### **Elektrokleingeräte: Positive Impulse durch Staubsauger und Kaffeemaschinen**

Konsumenten in Westeuropa geben im vierten Quartal 2011 insgesamt 4,6 Milliarden Euro für Elektrokleingeräte aus. Das sind 1,9 Prozent weniger als im Vorjahresquartal. Der Jahresumsatz 2011 liegt bei insgesamt 15 Milliarden Euro. Damit kann das Vorjahresniveau ganz knapp gehalten werden. Die Entwicklung auf Länderebene ist wiederum uneinheitlich.

Während Spanien im vierten Quartal zweistellige Verluste erleidet, wächst der Umsatz in den Niederlanden zweistellig. Erfreulich entwickelt sich auch die Nachfrage in Belgien, Österreich und Frankreich. Besonderes Interesse haben die westeuropäischen Konsumenten in den letzten drei Monaten des Jahres vor allem an Staubsaugern und Kaffeemaschinen – eine steigende Nachfrage erfahren vor allem Robotersauger sowie Kaffee- und Espresso-vollautomaten. Trotzdem bleiben die Umsätze insgesamt hinter dem Vorjahr zurück, da sich einige Segmente wie Herrenrasierer, elektrische Zahnbürsten sowie Haartrockner unterhalb des Niveaus des Jahres 2010 bewegen.

### **Elektrogroßgeräte: Heterogene Marktentwicklung**

Der Markt für Elektrogroßgeräte verzeichnet im vierten Quartal 2011 einen Umsatz von 8,1 Milliarden Euro und damit einen Rückgang von 2,4 Prozent. Der Gesamtjahresumsatz beläuft sich auf 31,4 Milliarden Euro und einem leichten Minus von 1,6 Prozent. Auf Länderebene liegen im Jahresendgeschäft zwischen Oktober und Dezember Großbritannien, Schweden, Deutschland und Frankreich im Plus. Die positive Entwicklung in Deutschland wird unterstützt von den nach wie vor günstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie dem anhaltenden Trend zu höherer Qualität und energieeffizienten Produkten. In Frankreich legen insbesondere die Verkäufe von Koch-Einbaugeräten zu. Im Segment der freistehenden Geräte gibt es einen Aufwärtstrend im Kühlbereich. Der Markt für Wasch- und Spülmaschinen bleibt hingegen schwierig. Allgemein zeichnet sich ein Trend zu verbrauchsarmen und hochwertigen Produkten ab, was dem Verkauf von Elektrogroßgeräten in diesem Jahr neuen Schwung verleihen könnte.

### **Bürogeräte und Verbrauchsmaterial: Lichtblick trotz Umsatzrückgang**

Der westeuropäische Markt für Bürogeräte schließt das vierte Quartal mit einem Umsatz von 4,4 Milliarden Euro ab – ein Rückgang von 7,1 Prozent verglichen mit dem Vorjahreszeitraum. Etwas besser entwickelt sich das Gesamtjahr 2011, mit einem Umsatzrückgang von 5,7 Prozent und einem Umsatz von 16,4 Milliarden Euro. Mit Ausnahme Belgiens, das im vierten Quartal einen kleinen Umsatzzuwachs verbucht, liegen alle Länder bei Bürogeräten im Minus, Deutschland und Österreich allerdings nur leicht. Ein Grund für den Rückgang sind die anhaltend sinkenden Preise. Dies kann nicht von einer steigenden Nachfrage nach Tinten-Multifunktionsgeräten und Laserdruckern ausgeglichen werden. Die aktuellen Zuwächse im Druckerbereich in Verbindung mit innovativen Produkten wie beispielsweise hochwertigen Tintenstrahldruckern für den Geschäftsbereich (Business Ink) stimmen Hersteller und Händler jedoch optimistisch für dieses Jahr.

### **Foto: Markt beeinflusst von widrigen Umständen**

Der Foto-Markt in Westeuropa blickt auf durchwachsene zwölf Monate zurück. Im Jahr 2011 sinken die Umsätze um 7 Prozent und erreichen knapp 8,6 Milliarden Euro. Nur Österreich und Deutschland können Ihre Verkäufe im Vergleich zum Jahr 2010 leicht steigern.

Im vierten Quartal 2011 werden 2,4 Milliarden Euro erwirtschaftet, was einem Rückgang von 11,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Hier zeigen sich vor allem die wirtschaftlichen Auswirkungen der japanischen Natur- und Atomkatastrophe im März mit Produktions- und Lieferausfällen. Zum Teil dürfte diese Entwicklung auf die hohe Verbreitung von Fotoprodukten zurückzuführen sein. Doch obwohl viele Konsumenten mit Bild- und Filmaufnahmegeräten bereits gut versorgt sind, erwartet die GfK dank interessanter Innovationen bei Digitalkameras positive Impulse für den Foto-Markt 2012. Wachstumstreiber sind hier weiterhin die vergleichsweise neuen Kompaktsystemkameras. Inwieweit Smartphones den Markt für klassische Digitalkameras in Zukunft eher bereichern oder im Wettbewerb zu ihnen stehen, wird sich zeigen.

### **Unterhaltungselektronik: Hoffnung durch große Sport-Events**

Ein schleppendes Weihnachtsgeschäft und vereinzelte Sättigungstendenzen bescheren dem Markt für Unterhaltungselektronik ein Jahr mit Licht und Schatten. Insgesamt werden 42,3 Milliarden Euro umgesetzt – ein Rückgang um 13 Prozent, verglichen mit dem Vorjahr. Das vierte Quartal 2011 liegt mit minus 14,2 Prozent ebenfalls unter den letzten drei Monaten des Vorjahres und kommt auf einen Umsatz von 12,9 Milliarden Euro. Für das Jahr 2012 erwartet die GfK ein leichtes Wachstum im Markt für Unterhaltungselektronik. Wie die Erfahrung aus den vergangenen Jahren zeigt, dürften die bevorstehenden sportlichen Großereignisse – die Olympischen Spiele in London und die Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine – für eine steigende Nachfrage sorgen. Besonders profitieren dürfte davon das umsatzstärkste Kernsegment, die Flachbildfernseher.

### **GfK TEMAX® Westeuropa: Schwieriges Jahr für Elektro-Produkte**

Auf westeuropäischer Ebene hinterlässt die anhaltende Finanz- und Wirtschaftskrise ihre Spuren und drückt den Elektrogerätemarkt ins Minus. Sowohl das Schlussquartal als auch die Gesamtjahresentwicklung bleiben unter den jeweiligen Vergleichszeiträumen. Für das Jahr 2012 werden dank großer Sport-Events entsprechende Impulse erwartet. Außerdem findet im Herbst wieder die Branchen-Leitmesse photokina statt, die dem Fotomarkt einen Schub verleihen dürfte.

## Tabellarische Zusammenfassung

	Q1 2011	Q2 2011	Q3 2011	Q4 2011	Q4 11 /Q4 10	Q1-4 2011	Q1-4 11 /Q1-4 10
	Mio.EUR	Mio.EUR	Mio.EUR	Mio.EUR	+/-%	Mio.EUR	+/-%
Unterhaltungselektronik (CE)	11.596	8.622	9.155	12.943	-14,2%	42.316	-13,0%
Foto (PH)	1.958	2.048	2.112	2.445	-11,6%	8.563	-7,0%
Elektrogroßgeräte (MDA)	7.836	7.416	7.996	8.160	-2,4%	31.408	-1,6%
Elektrokleingeräte (SDA)	3.704	3.259	3.450	4.646	-1,9%	15.058	-0,1%
Informationstechnologie (IT)	14.404	12.336	13.296	17.057	1,6%	57.093	4,6%
Telekommunikation (TC)	4.933	4.460	4.879	6.357	6,8%	20.629	1,2%
Office Equipment & Consumables (OE)	4.427	3.930	3.750	4.363	-7,1%	16.470	-5,7%
GfK TEMAX® Westeuropa	48.858	42.071	44.638	55.971	-4,1%	191.537	-2,9%

Quelle: GfK TEMAX® Deutschland, GfK

### Zur Studie

Der GfK TEMAX® ist ein Index zum Markt der technischen Gebrauchsgüter. Die Ergebnisse basieren auf regelmäßigen Erhebungen des Handelspanels der GfK. In das Handelspanel fließen weltweit Daten von mehr als 370.000 Verkaufsstellen ein. Seit Februar 2009 erhebt GfK 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](http://www.gfktemax.com) abrufbar.

Wenn Informationen aus dieser Pressemitteilung oder von [www.gfktemax.com](http://www.gfktemax.com) zitiert werden, bitten wir, auf GfK TEMAX® als Quelle zu verweisen.

Weitere Informationen:

Stefan Schmidt, T +49 911 395-3108, [stefan.schmidt@gfk.com](mailto:stefan.schmidt@gfk.com)

Wolfgang Seubold, T +49 911 395-3570, [wolfgang.seubold@gfk.com](mailto:wolfgang.seubold@gfk.com)

### Über die GfK

Die GfK ist eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit. Ihre mehr als 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erforschen, wie Menschen leben, denken und konsumieren. Dabei setzt die GfK auf permanente Innovation und intelligente Lösungen. So liefert die GfK in über 100 Ländern das Wissen, das Unternehmen benötigen, um die für sie wichtigsten Menschen zu verstehen: ihre Kunden. Im Jahr 2011 betrug der Umsatz der GfK 1,37 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](https://www.twitter.com/gfk_gruppe)

V.i.S.d.P.  
GfK SE, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
T +49 911 395 2645  
F +49 911 395 4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)