TrendTopic

Elektrohaushaltsgeräte

Axel Springer AG
Marktanalyse

axel springer
media impact

Inlandsumsatz steigt – Höherwertiges gefragt

Umsatzwachstum um 2 %

- Deutschland ist mit über 40 Mio. Haushalten und mehr als einem Fünftel des Absatzvolumens Westeuropas wert- und mengenmäßig größter Hausgerätemarkt. Bei Groß- und Kleingeräten ist dieser Markt durch hohe Sättigungsraten, ein stabiles Ersatzgeschäft und eine Vielzahl von Produktinnovationen gekennzeichnet.
- Der inländische Gesamtumsatz der Elektro-Hausgerätebranche stieg in 2010 um rund 2 % auf 7,4 Mrd. EUR (nach Herstellerabgabepreisen). Mehrere Trends belebten den Markt und sorgten für eine steigende Nachfrage – der Fokus der Verbraucher lag auf höherwertigen Geräten. Für 2011 wird eine ähnliche Entwicklung wie im vergangenen Jahr erwartet. Der Zentralverband Elektrotechnik und Elektronikindustrie (ZVEI) prognostiziert einen Umsatz von 7,6 Mrd. EUR für Hausgeräte in Deutschland (+ 2%). Mit einem Produktionswert von mehr als 8 Mrd. EUR gehört Deutschland zu den wichtigen Herstellerländern für elektrische Hausgeräte.

Energiesparende Großgeräte besonders gefragt

- Besonders gefragt waren energiesparende Großgeräte. Unter den Kleingeräten haben Küchen-, Espresso- und Kaffeemaschinen sowie Produkte für Körperpflege und Gesundheit Wachstumsimpulse gesetzt.
- Die Umsätze im Markt für Elektro-Hauswärmetechnik sanken 2010 um 3 % auf 440 Mio. EUR. Insbesondere die zukunftsträchtigen Technologien im Bereich der erneuerbaren Energien blieben aufgrund des Energiepreisumfeldes hinter den Erwartungen zurück. Bedingt durch den moderaten Anstieg des Neubauniveaus steigt aber auch das Marktpotential der Hauswärmetechnik für erneuerbare Energien weiter an.
- Das derzeitige Niveau des Wohnungsneubaus wird den steigenden Bedarf an energieeffizientem Wohnraum kaum befriedigen können. Einige Produktgruppen profitieren vor allem durch den Trend zu komfortablen und energiesparenden Technologien in der Bestandspflege und weisen moderate Steigerungsraten auf.
- Deutsche Hausgeräte sind auch im Ausland begehrt. Nach drei Jahren des krisenbedingten Rückgangs ist im Jahr 2010 der Export von Waschmaschinen, Geschirrspülern, Herden sowie Elektro-Kleingeräten wieder kräftig gestiegen. Es wurden Geräte im Wert von 6,2 Mrd. EUR exportiert; das entspricht einem Zuwachs von etwa 5 %. Bis 2011 soll er der Umsatz bei 6,5 Mrd. EUR liegen (ZVEI).

Großgeräte: Erfolg mit Energieeffizienz

- Der Inlandsumsatz mit Haushalt-Großgeräten stieg 2010 um 2 % auf rund 4,8 Mrd. EUR. Wachstumstreiber waren zum einen energieeffiziente Geräte. Prinzipiell gilt für den Markt der Großgeräte, dass innovative Ausstattungsmerkmale wie NoFrost, Energieeffizienz, Design, aber auch Induktionstechnologie verstärkt von Käufern nachgefragt werden.
- Der Markt für Wäschetrockner wuchs 2010 am stärksten, der Anstieg entsprach 13,9 % auf 516 Mio. EUR. Bei Trocknern sind es Geräte mit Wärmepumpentechnologie die zum Kauf anregen.
- Auch die Entwicklung von Dunstabzugshauben verlief 2010 positiver als der Gesamtmarkt für Großgeräte. Getragen wird dies vom Trend hin zu Insel-, Kopffrei- und Designhauben. Hohen Aufwand betreiben die Hersteller

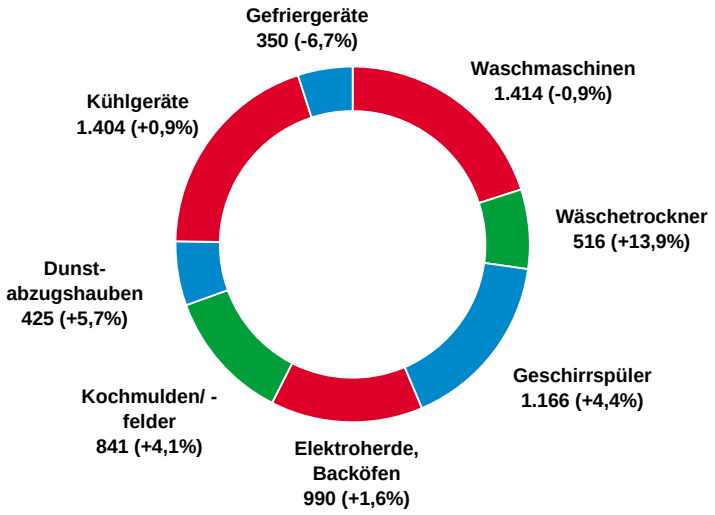
von Dunstabzugshauben. Hier wird die Umlufttechnik favorisiert, weil in modernen, wärmegedämmten Häusern eine Ablufthaube das Klimakonzept durcheinander bringt. Wer überhaupt keine Absaugung über dem Kochfeld will, bekommt bei Spezialisten eine Technik, die bündig hinter dem Kochfeld versenkt ist und bei Bedarf im Bogen ausfährt.

- Der Umsatz mit Waschmaschinen, der nach Umsatz wichtigsten Warengruppe in diesem Bereich, stagnierte trotz sinkender Preise (-0,9 %).
- Die Hersteller von so genannter "Weißer Ware" wie Waschmaschinen und Kühlschränke haben gemerkt, dass den Verbrauchern zunehmend auch die Folgekosten der Produkte am Herzen liegen. Weil die Hersteller bei ihren Produkten seit einigen Jahren verstärkt auf Energieeffizienz achten, bekamen 2010 knapp 90 % der Neugeräte die Bestnote “A”.

Wäschetrockner machen den größten Sprung

Umsatzanteile Elektro-Großgeräte 2010

in Mio. EUR; Gesamtumsatz: 7.107 Mio. EUR



Quelle: ZVEI / GfK

Ersatzbedarf bestimmt das Geschäft

- Die Haushaltsausstattung mit Elektrogroßgeräten ist in Deutschland sehr hoch. Der Absatz ist daher weitgehend vom Ersatzbedarf geprägt. Zudem spielen der wachsende Ausstattungsgrad mit Einbauküchen sowie der anhaltende Modernisierungsbedarf der Elektrogeräte in der Küche eine entscheidende Rolle.
- Der Ausstattungsgrad liegt bei den Waschmaschinen bei kaum zu steigernden 98 %. Somit sind die deutschen Haushalte so gut wie flächendeckend ausgestattet (39 Mio. Geräte), bei den Trocknern besteht bei einer Ausstattungsrate von 44 % allerdings noch Absatzpotenzial. Der Ausstattungsgrad hatte 2000 noch bei 33 % gelegen.
- 2010 haben die Waschmaschinenanbieter laut ZVEI einen Umsatz von 1,41 Mrd. EUR erzielt. Das Umsatzniveau lag um rund 14 Mio. EUR über dem des Vorjahres (-0,9 %). Dennoch bleiben die Waschmaschinen vor den Kühlgeräten das größte Segment.
- Der Markt der Wäschetrockner wuchs 2010 zweistellig auf 516 Mio. EUR. Basis für den Erfolg ist die Energieeffizienz sowie die innovative Wärmepumpentechnologie.

- 20 % des gesamten Großgeräteumsatzes werden mit Kühlgeräten erwirtschaftet, weitere 5 % mit Gefriergeräten. Die Haushaltsausstattung mit Kühlgeräten ist ebenfalls äußerst hoch: 100 %. Hier ist Mehrabsatz nur noch über Ersatzanschaffungen oder Mehrfachausstattung zu erzielen (Umsatz 2010: +0,9 %).
- Ein bedeutender Wachstumstreiber sind auch hier energieeffiziente Produkte. Die Nachfrage nach stromsparenden A++-Geräten mit zwei Türen und Gefrierteil, die zudem mit einer No-Frost-Funktion ausgestattet sind, steigt ebenfalls.

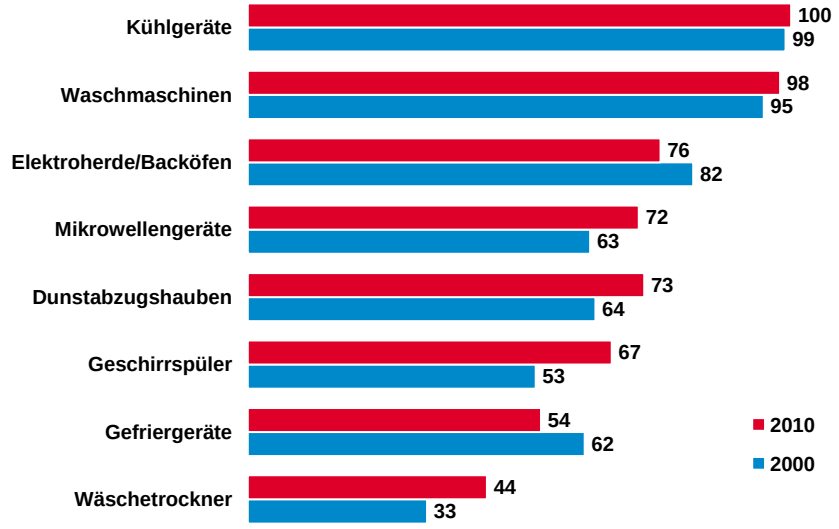
Gefriergeräteausstattung ist rückläufig

- Gefriergeräte nehmen eine Sonderstellung ein. Sie stellen das einzige Segment dar, in dem die Haushaltsausstattung rückläufig ist, da die Kunden offenbar verstärkt Platz sparende Kühl-/Gefrierkombinationen bevorzugen. Im Jahr 2000 lag der Ausstattungsgrad noch bei 67 %. Heute haben nur noch 54 % aller deutschen Haushalte ein reines Gefriergerät. Der Umsatz sank 2010 um 6,7 %.
- Zur kompletten Geräteausstattung der modernen Küche gehört mittlerweile auch eine Geschirrspülmaschine. Zwei Drittel der Haushalte besitzen bereits einen Geschirrspüler (27 Mio. Geräte), 2000 waren es erst 53 %. Der Umsatz mit Geschirrspülern stieg in Deutschland von um 4,4 % auf 1,2 Mrd. EUR. Geschirrspüler haben somit einen Umsatzanteil am Großgerätemarkt von 16 %.

Marktsättigung in Deutschland

Ausstattungsgrad mit Elektrogroßgeräten

in % der Haushalte



Quelle: ZVEI / GfK

- Elektroherde und Backöfen machen rund 14 % des Großgerätemarktes aus. Sie verzeichneten 2010 einen leichten Umsatzanstieg auf 990 Mio. EUR +1,6 %). Kochmulden und -felder stellen 12 % des Marktes, Dunstabzugshauben 6 %. Die Haushaltsausstattung mit Elektroherden liegt bei 86 %, Dunstabzugshauben gibt es in über 73 % der deutschen Haushalte.

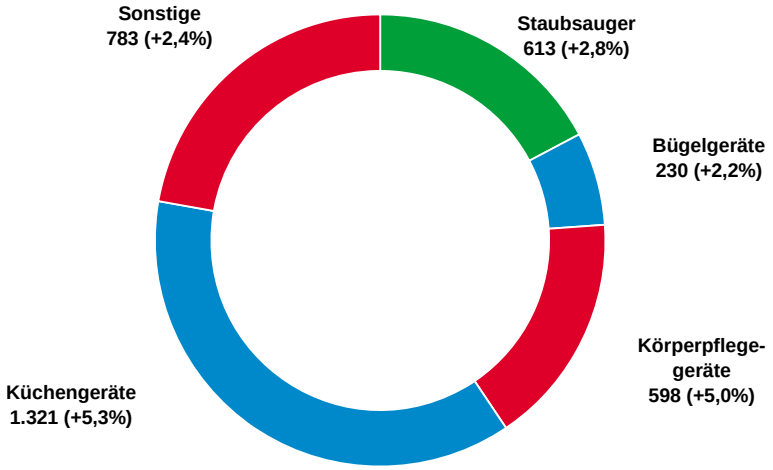
Kleine Geräte – Großes Wachstum

Umsatzzuwächse in wichtigen Produktgruppen

- Der Kleingerätemarkt wuchs 2010 zum sechsten Mal in Folge auf 3,5 Mrd. EUR, was einem Wachstum von 4,0 % entspricht. Die Umsatzzuwächse erklären sich vor allem aus dem gesteigerten Interesse der Konsumenten an höherwertigen und innovativen Geräten. Die positive Entwicklung wird nicht nur durch einige wenige Produktgruppen hervorgerufen.
- Neben den Dauerbrennern Kaffee- und Espressomaschinen (+3 %) wuchsen auch die Umsätze von Geräten zur individuellen Bereitung von Speisen. Hierfür stehen beispielhaft Küchenmaschinen (+18,0 %), Entsafter (+8,0 %) oder Stabmixer (+10,0 %).

Umsatzanteile Elektro-Kleingeräte 2010

in Mio. EUR; Gesamtumsatz: 3.545 Mio. EUR



Quelle: ZVEI / GfK

- Wichtigster Anwendungsbereich für Kleingeräte ist die Küche. Der Umsatz in diesem Segment stieg 2010 um 5,3 % auf 1,3 Mrd. EUR. Der Anteil am Kleingeräteumsatz betrug 37 %. Kaffee- und Espressomaschinen (knapp 23 % des Marktes) sind mit einem Umsatzvolumen von mittlerweile 810 Mio. EUR erneut ein wichtiger Wachstumsmotor. Espressomaschinen haben die Kaffeemaschinen nach Umsatz mittlerweile deutlich hinter sich gelassen (519 Mio. EUR gegenüber 291 Mio. EUR Umsatz).
- Etwa halb so groß wie die Sparte der Küchenkleingeräte ist das Staubsauger-Segment. Die Staubsauger verzeichneten 2010 insgesamt ein Umsatzminus von 2,8 % auf 613 Mio. EUR. Dabei entwickelten sich die einzelnen Teilsortimente unterschiedlich.

Bodenstaubsauger profitieren von neuen Technologien

- Der Bodenstaubsauger-Bereich verzeichnet nicht zuletzt dank neuer Technologien einen spürbaren Wertimpuls. Die Umsätze kletterten laut ZVEI/GfK um 5,0 % auf 480 Mio. EUR. Die Handstaubsauger verloren dagegen über 6 % und erzielten nur noch ein Volumen von 121 Mio. EUR.
- Die Bedeutung der Körperpflege wird im Kleingerätemarkt immer größer. Der Umsatz stieg im Vergleich zu 2009 um 9 % auf knapp 600 Mio. EUR. Besonders groß war das Wachstum in den Nischen Epilierer (+10 %), Haarschneider (8 %) und Haartrocknern (7 %).

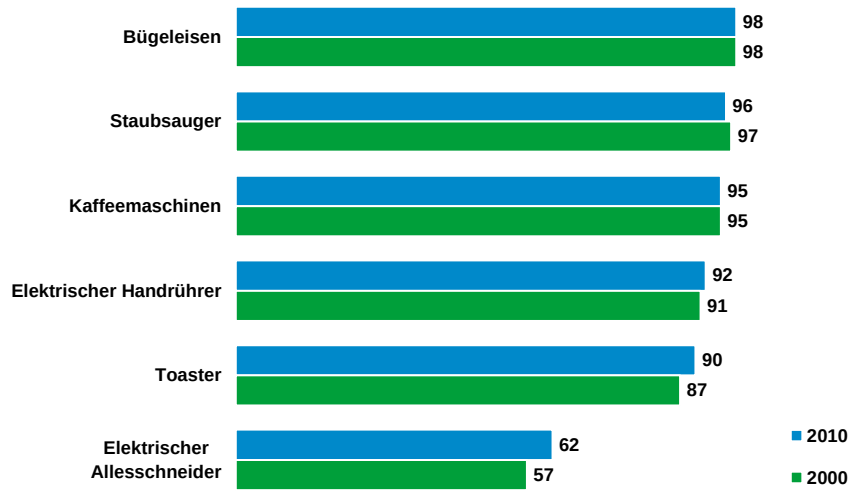
Professionelles Equipment wird für Verbraucher immer interessanter

- Von Bügelbrett mit Bügeleisen haben mehr und mehr Konsumenten Abschied genommen und legen sich stattdessen eine Bügelstation zu. Bei diesen halbprofessionellen Bügelsystemen wird der Dampf über einen externen Dampferzeuger aufgebaut – dadurch wird ein größerer Druck erzielt als bei einem herkömmlichen Dampfbügeleisen und das Glätten der Wäsche wird schneller und einfacher.
- Im Jahr 2010 stieg der Umsatz mit Bügelsystemen nach einem Rückgang in 2009 wieder an. Die Umsätze stiegen um 6,0 % auf 108 Mio. EUR. Der Umsatzanteil von Bügelstationen im Bügelgerätemarkt beträgt demzufolge mittlerweile 47 %.

Hohe Ausstattungsgrade; Ersatzbedarf im Vordergrund

Ausstattungsgrad Elektrokleingeräte

In % der Haushalte



Quelle: ZVEI / GfK

Megatrend – Heimvernetzung

Innovationen treiben den Markt

- Ein Haushalt verfügt derzeit über rund 50 Elektrogeräte. Die meisten dieser Geräte werden schon bald internetfähig. Fernseher, Waschmaschine, Heizung, Lampen und Co. geben ihr Insel-Dasein auf, werden intelligent vernetzt und sind über das Internet steuerbar. Wohnräume erfahren durch Heimvernetzung eine neue Dimension. Die Vorteile: mehr Komfort, mehr Sicherheit, neue Möglichkeiten, Energiekosten einzusparen und im Alter länger ein selbstbestimmtes Leben zu führen.
- Ob Kühlschrank oder Fernseher, Heizung oder Jalousie: Im „Smart Home“ kommunizieren die Geräte miteinander und regeln sich bei Bedarf selbstständig bzw. lassen sich zentral steuern – im Haus etwa per Touchpanel oder von außerhalb per Smartphone.
- Künftig sollen Geräte und Installationen im Haushalt in Echtzeit kommunizieren – etwa über eine in die sogenannte Home Service Box integrierte Zusatzapplikation (App) für Energiemanagement. Diese könnte den aktuellen Energieverbrauch einzelner Geräte aufzeigen und so auch Stromfresser orten. Das Assistenzsystem kann zudem über Echtzeit-Meldungen aus dem Stromnetz dem Nutzer mitteilen, zu welchem Zeitpunkt Strom am bil-

ligsten ist und wann es sich empfiehlt, die Waschmaschine einzuschalten. Je nach Einstellung und Intelligenzgrad startet die Maschine dann sogar automatisch. Die Home Service Box ist nicht an ein System eines bestimmten Geräteherstellers gebunden, sondern funktioniert als offener Standard. Bis im sie Handel erhältlich ist, werden allerdings wohl noch ein, zwei Jahre vergehen.

Intelligente Steckdosen als Übergangstechnologie

- Eine weitere Lösung sind Smart Grids, die Technologie hat für Verbraucher den Vorteil der Transparenz: Sie sind nicht länger an einen Versorger gebunden, sondern können für die Stromnutzung immer den jeweils günstigsten Anbieter wählen. Noch ist das allerdings Zukunftsmusik. Und nicht jeder Verbraucher wird gleich neue Haushaltsgeräte anschaffen können. Deshalb soll es bis zur Verwirklichung des Smart Home eine Brückentechnologie geben. Bestehende Geräte können zum Beispiel über intelligente Steckdosen gesteuert werden, die per Funk Start- und Stopp-Signale auslösen.

Weiterführende Links

Aktuelle Verwenderdaten finden Sie unter
www.verbraucheranalyse.de

Aktuelle Werbedaten finden Sie unter
www.axelspringer-mediapilot.de/werbemarkt