

Pressemeldung

Das erste Quartal zeigt einen Rückgang für technische Gebrauchsgüter

GfK TEMAX® für Österreich, Q1 2020

18. Mai 2020

Mag. Wolfgang Hölzlsauer
Market Insights
T +43 1 71710-340
wolfgang.hoelzlsauer@gfk.com

Marie-Sophie Beauchamp
Corporate Communications
Specialist
T +43 1 717-10-178
marie-sophie.beauchamp@gfk.com

Wien, 18. Mai 2020 – Im ersten Quartal 2020 zeigt der Markt für technische Konsumgüter einen Rückgang von 1,6% im Umsatz. Zu beachten ist hier allerdings, dass schon mehr als die Hälfte der Handelstage im März von der Corona-Krise durch Geschäftsschließungen und weitere Maßnahmen beeinträchtigt wurde. Vor allem bei Bürogeräten und Verbrauchsmaterialien gab es mit -12,9% den stärksten Rückgang. Aber auch die Unterhaltungselektronik, mit -10,3%, und der Foto-Bereich, mit -11,8%, zeigen ein deutliches Minus. Haushaltsgroß- und Kleingeräte sind mit jeweils -3,6%, bzw. -5,0% ebenfalls negativ im Vorjahresvergleich. Lediglich IT und Telekommunikation können das Vorjahr im Umsatz übertreffen. Der Telekom-Bereich wächst in Q1 um 3,7%, während der IT-Sektor 4,3% zulegen kann.

Viele weitere österreichische und internationale Wirtschaftsdaten finden Sie auch, nach kostenloser Registrierung, unter: <http://temax.gfk.com/login/>

Unterhaltungselektronik





GfK Austria GmbH
Erdberger Lände 26a
1030 Wien
Österreich

T +43 (0)1 71710-0
www.gfk.com/at
at@gfk.com



Geschäftsführung
Mag. Michael Wottawa

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien



DVR 0046761

Sun Side 	Rain Side 
<ul style="list-style-type: none"> - Durch die Herausforderungen der speziellen Situation im März, können sich in der Unterhaltungselektronik nur Untersegmente, wie z.B. Fernseher mit sehr großen Bildschirmdiagonalen, oder Soundbars mit Subwoofer, positiv entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> - Neben der allgemein schwierigen Entwicklung für den gesamten Sektor, zeigen Set-Top-Boxen und Auto-navigationsgeräte einen überdurchschnittlich negativen Vorjahresvergleich in Q1.



Foto

Sun Side 	Rain Side 
<ul style="list-style-type: none"> - Wechselobjektive weiterhin mit positiven Zuwachsraten 	<ul style="list-style-type: none"> - Digitale Kameras zeigen deutliche Rückgänge im Umsatz



Elektrogroßgeräte

Sun Side 	Rain Side 
<p>Die Auswirkungen der COVID-19 Krise sind in allen Kategorien sichtbar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zwei kleine Kategorien zeigen, zum Teil erwartungsgemäß, hohe Wachstumsraten: Gefriergeräte und Weinlagerschränke - Geschirrspüler und Wäschetrockner verlieren nur marginal an Umsatz und entwickeln sich damit deutlich besser als der Bereich total. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nicht nur kleine Kategorien wie Dampfgarer und Dunstabzugshauben verlieren stark an Umsatz, auch Waschmaschinen und Einbau-Kochfelder verlieren überproportional.



Elektrokleingeräte

Sun Side 	Rain Side 
<p>Kleingeräte zeigen eine sehr unterschiedliche Entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stärkstes Wachstum für Haarstyling Geräte aufgrund von hochpreisigen Innovationen, gefolgt von einem immer noch 2-stelligen Wachstum bei den Haarschneidern. - Heißgetränkemaschinen wachsen im Umsatz vor allem durch sehr hochpreisige Einbaugeräte. 	<ul style="list-style-type: none"> - Viele Kategorien zeigen einen deutlichen Rückgang - Höchster Wertverlust für Fritteusen, gefolgt von Rasierern/Haarentfernung und Mundpflege <p>Die Gründe für den Rückgang liegen nicht nur im Shutdown, sondern auch in fehlenden Aktionen und einem Trend zu günstigeren Produkten.</p>



Information Technology

Sun Side 	Rain Side 
<ul style="list-style-type: none"> - Spitzennachfrage nach Computern aufgrund der Covid-19-Herausforderungen (Work-from-home). Mobile Computing verzeichnete das höchste Wachstum innerhalb der PC-Kategorien - Entsprechend steigende Nachfrage nach Eingabegeräten und insbesondere Webcams - Auch der Monitor-Markt zeigte eine positive Entwicklung in Q1 2020 	<ul style="list-style-type: none"> - Media Tablets und Speicherlösungen konnten den jüngsten IT-Wachstumstrends nicht folgen

Telekommunikation

Sun Side 	Rain Side 
<ul style="list-style-type: none"> - Umsatzwachstum durch mehr als doppelt so viele Smartphone-Modelle über € 1000 - In-Ear-Headsets ermöglichen erneut zweistelliges Wachstum gegenüber dem Vorjahr - Stetiger Aufwärtstrend für Core Wearables 	<ul style="list-style-type: none"> - Einfache Mobiltelefone und Festnetztelefone verlieren weiterhin

Bürogeräte und Verbrauchsmaterialien

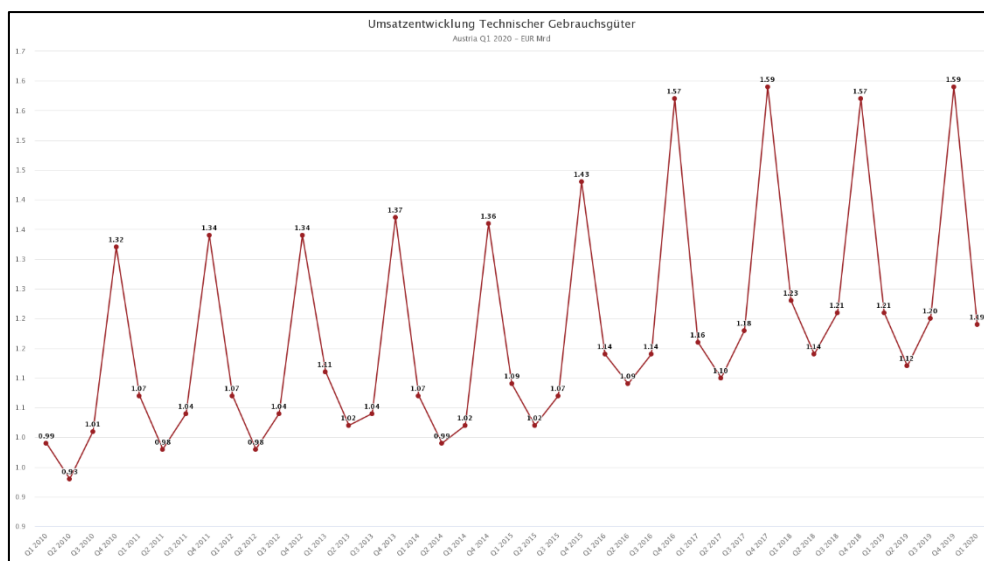
Sun Side 	Rain Side 
<ul style="list-style-type: none"> - starke Nachfrage nach multifunktionalen Druckern (Tinte und Laser MFD) - Drucker mit integriertem Tintentanksystem (CISS) übertreffen den Markt deutlich 	<ul style="list-style-type: none"> - Rückläufige Zahlen für Einzelfunktionsdrucker - Sinkender Umsatz bei Tintenpatronen und Laserpatronen

Tabellarische Zusammenfassung

Austria Q1 2020

	Q2 2019 Mio. EUR	Q3 2019 Mio. EUR	Q4 2019 Mio. EUR	Q1 2020 Mio. EUR	Q1 2020 / Q1 2019 / +/- %	Q1 2020 Mio. EUR	Q1 2020 / Q1 2019 +/- %
Unterhaltungselektronik (CE)	112	123	191	121	-10,3%	121	-10,3%
Foto (PH)	36	37	44	31	-11,8%	31	-11,8%
Elektrogroßgeräte (MDA)	228	254	274	224	-3,6%	224	-3,6%
Elektrokleingeräte (SDA)	113	121	172	122	-5,0%	122	-5,0%
Informationstechnologie (IT)	269	284	368	310	4,3%	310	4,3%
Telekommunikation (TC)	295	323	468	316	3,7%	316	3,7%
Bürogeräte & Verbrauchsmaterialien (OE)	71	62	72	68	-12,9%	68	-12,9%
GfK TEMAX® Austria	1.124	1.203	1.589	1.192	-1,6%	1.192	-1,6%





Über GfK

GfK arbeitet fokussiert, digital und stellt den Kunden stets in den Mittelpunkt. GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und ist in der einzigartigen Position, eigene Daten und jene von Dritten zu nutzen, um unverzichtbare Markt- und Verbrauchereinsichten sowie -empfehlungen zu erstellen. Das Unternehmen liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien. Als Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit "Growth from Knowledge".

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.gfk.com oder folgen Sie GfK auf Twitter: <https://twitter.com/GfK>.