

Pressemitteilung

Globaler Markt für technische Konsumgüter knackt Billionengrenze

7. Januar 2019

Markus Kick
T +49 911 395 2375
Markus.Kick@gfk.com

Stefan Gerhardt
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Nürnberg, 7. Januar 2019 – Der globale Markt für technische Konsumgüter (Technical Consumer Goods – TCG) knackte im Jahr 2018 mit einem Umsatz von 1,01 Billionen Euro* erstmals knapp die Billionengrenze. Die ist eine Steigerung von vier Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zum Umsatzwachstum trugen die Produktbereiche Telekommunikation (+7 Prozent), Haushaltskleingeräte (+7 Prozent), Unterhaltungselektronik/Foto (+6 Prozent) sowie Informationstechnologie/Bürogeräte (+1 Prozent) bei. Der globale Umsatz mit Haushaltsgroßgeräten ging hingegen um ein Prozent leicht zurück. Für das Jahr 2019 erwartet GfK im globalen Markt für technische Konsumgüter eine Umsatzsteigerung von zwei Prozent auf rund 1,03 Billionen Euro*. Das sind aktuelle Ergebnisse von GfK anlässlich der CES 2019 in Las Vegas.

Mit einem Umsatzanteil von 42 Prozent behauptete die Region Asien/Pazifik auch im Jahr 2018 ihre Bedeutung im Markt für technische Konsumgüter. Weitere 25 Prozent der Umsätze wurde in Europa erzielt, in Nordamerika rund 20 Prozent, in Lateinamerika sieben Prozent und sechs Prozent in der Region Mittlerer Osten/Türkei/Afrika.

Markus Kick, GfK-Experte für technische Konsumgüter, erläutert: "Weltweit wurden mit technischen Konsumgütern im Jahr 2018 erstmals mehr als eine Billion Euro umgesetzt. Dies ist ein Meilenstein für Industrie und Handel. Als größte Umsatztreiber erwiesen sich die Bereiche Telekommunikation, Haushaltskleingeräte und Unterhaltungselektronik. In fast allen Segmenten sehen wir einen Trend hin zu Premiumprodukten. Zudem legen die Verbraucher immer mehr Wert auf Konnektivität und Convenience. Auf Basis dieser Trends erwartet GfK auch im Jahr 2019 eine solide Umsatzentwicklung mit einem Plus von zwei Prozent."

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Bobby Rajan (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

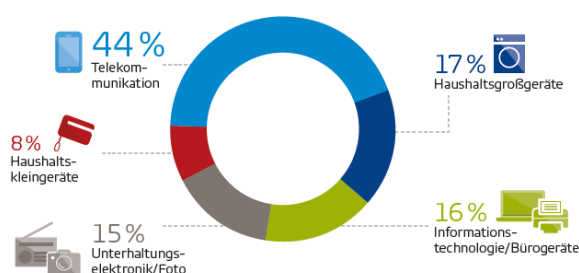
WELTWEITER MARKT FÜR TECHNISCHE KONSUMGÜTER



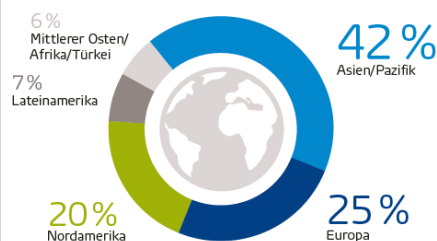
Weltweite Umsatzentwicklung



Weltweite Umsatzverteilung nach Segmenten im Jahr 2018



Weltweite Umsatzverteilung nach Regionen im Jahr 2018



Quelle: GfK Handelspanel I * GfK Prognose

© GfK 2019

[Download Infografik in druckfähiger Auflösung](#)

Telekommunikation: Trend zu Premiumgeräten stützt Umsatzentwicklung

Telekommunikation ist mit einem Umsatzanteil von 44 Prozent und einem Volumen von rund 440 Milliarden Euro* im Jahr 2018 das größte Segment der technischen Konsumgüter. Speziell bei Smartphones greifen die Verbraucher derzeit immer häufiger zu Premiumprodukten, wodurch der globale Umsatz um sieben Prozent weiter steigen konnte. Auf Basis der verkauften Stückzahlen stagniert der Markt hingegen.

Abgesehen von der Region Lateinamerika (-5 Prozent) legten die Umsätze im Jahr 2018 weltweit zu, besonders stark in Europa (+14 Prozent) und Nordamerika (+12 Prozent). Für das Jahr 2019 erwartet GfK allerdings kein weiteres Umsatzwachstum und eine stabile Entwicklung auf Vorjahresniveau.

Haushaltsgroßgeräte: Nach leichten Einbußen soll Umsatz im Jahr 2019 wieder steigen

Mit einem Umsatz von rund 177 Milliarden Euro* im Jahr 2018 behaupteten sich Haushaltsgroßgeräte, trotz eines leichten Umsatzrückgangs von einem Prozent, als zweitgrößtes Segment der technischen Konsumgüter. Insgesamt flossen im letzten Jahr rund 17 Prozent aller TCG-Umsätze in

Geräte wie beispielsweise Kühlschränke, Herde, Waschmaschinen oder Geschirrspüler. Im Trend liegen derzeit Multifunktionsgeräte und Konnektivität, also die Möglichkeit, Geräte untereinander zu vernetzen oder mit anderen Geräten zu steuern.

Positiv entwickelten sich im letzten Jahr die Umsätze in Lateinamerika (+6 Prozent), Europa (+3 Prozent) sowie Asien/Pazifik (+2 Prozent). Für das Jahr 2019 prognostiziert GfK für Haushaltgroßgeräte wieder ein deutliches weltweites Umsatzwachstum von sechs Prozent, dass die leichten Verluste aus dem letzten Jahr mehr als kompensiert.

Informationstechnologie/Bürogeräte: Positive Impulse aus Asien stützen Weltmarkt

Im Jahr 2018 gaben die Verbraucher weltweit rund 157 Milliarden Euro* für IT- und Bürogeräte sowie für Verbrauchsmaterial aus und damit in etwa so viel wie im Jahr zuvor.

Im IT-Segment sind derzeit leistungsfähige Geräten gefragt, speziell im Bereich Gaming-PCs und Gaming Notebooks. Während die Umsätze in Lateinamerika und Asien/Pazifik im Jahr 2018 leicht steigen konnten, stagnierten sie in Europa und gingen in der Region Mittlerer Osten/Türkei/Afrika sowie in Nordamerika zurück.

Eine positive Entwicklung zeigte der Bereich Bürogeräte und Verbrauchsmaterial. Der weltweite Umsatz legte im Jahr 2018 um drei Prozent auf rund 16 Milliarden Euro* zu, wobei das Wachstum hauptsächlich aus Asien und speziell aus China stammt.

Für das Jahr 2019 erwartet GfK im Bereich Informationstechnologie/Bürogeräte allerdings einen weltweiten Umsatzrückgang von rund drei Prozent.

Unterhaltungselektronik/Foto: Smarte Premiumgeräte liegen im Trend

Die weltweiten Umsätze im Bereich Unterhaltungselektronik und Foto stiegen im Jahr 2018 um knapp sechs Prozent auf 153 Milliarden Euro*. Damit vereinigt dieser Bereich rund 15 Prozent aller TCG-Umsätze auf sich.

Auch bei Unterhaltungselektronik liegen Premiumprodukte im Trend. High-End-TV-Geräte mit Bildschirmgrößen von mindestens 50 Zoll lieferten kräftiges Umsatzwachstum. Im Premiumsegment werden OLED-TV-Geräte immer beliebter. Kopfhörer und tragbare Bluetooth-Lautsprecher zeigten sich im Audiomarkt als starke Wachstumsmotoren. Besonders positiv entwickelte sich der Umsatz mit Unterhaltungselektronik in Lateinamerika (+24 Prozent). In Asien/Pazifik, Europa und in der Region Mittlerer Osten/Türkei/Afrika legten die Umsätze zwischen vier und fünf Prozent zu.

Der Bereich Foto konnte den negativen Trend nicht brechen und verlor im Jahr 2018 weitere fünf Prozent Umsatz. Weltweit wurden mit Kameras und Zubehör noch 15 Milliarden Euro* umgesetzt. Positive Akzente setzte der Trend zu High-End-Kameras.

Für das Jahr 2019 erwartet GfK im weltweiten Markt für Unterhaltungselektronik und Foto eine etwas geringeres Umsatzwachstum von rund vier Prozent.

Haushaltskleingeräte: Deutliches Wachstum, speziell in China

Mit Haushaltskleingeräten wurden im Jahr 2018 weltweit rund 86 Milliarden Euro* Umsatz erzielt. Dies ist ein deutliches Plus von sieben Prozent. Getrieben von einer sehr positiven Nachfrage in China legte der Umsatz in Asien/Pazifik insgesamt um 13 Prozent zu. In Lateinamerika sowie in der Region Mittlerer Osten/Türkei/Afrika stiegen die Verkäufe um jeweils zehn Prozent, in Europa immerhin noch um sieben Prozent. Nur in Nordamerika gingen die Umsätze um zwei Prozent leicht zurück.

Im Fokus der Verbraucher steht weiterhin das Thema „Convenience“. Besonders beliebt sind derzeit Akku-Handstaubsauger.

Auch im Jahr 2019 sieht GfK den weltweiten Markt für Elektrokleingeräte weiter im Aufwind und prognostiziert ein Umsatzwachstum von acht Prozent.

Zur Methode

***Hinweis:** Umsätze sind mit einem fixierten Euro-Wechselkurs von 0,829 zum US-Dollar (Stand Januar 2018) berechnet.

GfK erhebt im Rahmen des Handelspanels in mehr als 70 Ländern weltweit regelmäßig Verkaufsdaten von Produkten im Bereich Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie, Bürogeräte, Haushaltsgroßgeräte und Haushaltskleingeräte. Daten für Nordamerika beruhen auf Schätzungen.

GfK veröffentlicht anlässlich der CES Las Vegas Pressemeldungen zum Bereich Unterhaltungselektronik und dem Gesamtmarkt für Technische Konsumgüter. Alle Informationen finden Sie auf: <https://www.gfk.com/de/presse/press-releases/>

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de
Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de