

Pressemitteilung

4. September 2019

Julia Richter
Public Relations
Tel.: +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Haushaltskleingerätemarkt wächst im ersten Halbjahr 2019 auf 24,3 Milliarden Euro

Nürnberg, 4. September 2019 – Die Nachfrage nach Haushaltskleingeräten ist im ersten Halbjahr 2019 weiter gestiegen. Der globale Markt (ohne Nordamerika) wuchs um 9,3 Prozent auf ein Gesamtvolumen von 24,3 Milliarden Euro. GfK rechnet für das Gesamtjahr 2019 mit einem globalen Umsatzwachstum von 9,4 Prozent. Das sind Ergebnisse von GfK zum globalen Haushaltskleingerätemarkt anlässlich der IFA 2019 in Berlin.

Haupttreiber und für einen wesentlichen Teil der Wachstumsdynamik verantwortlich sind im Markt für Haushaltskleingeräte nur wenige Segmente. Die fünf wichtigsten (Staubsauger, Geräte zur Zubereitung von Lebensmitteln und Heißgetränken, Geräte zur Luftreinigung und Rasierer) machen gemeinsam fast 50 Prozent des Markts aus. Fast ein Viertel des globalen Wachstums beläuft sich auf das Segment Staubsauger. Die stärkste Wachstumsregion war APAC und hier insbesondere die Region Emerging Asia*. Im ersten Halbjahr 2019 stieg der Umsatz in APAC im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 21 Prozent auf 5,8 Milliarden Euro. Für dieses Wachstum sorgten vor allem die Produktkategorien Akku-Handstaubsauger (+27 Prozent), Staubsaugerroboter (+18 Prozent), Luftreiniger (+19 Prozent) und Wasserfilter (+14 Prozent).

Simplicity und Komfort werden für Verbraucher immer wichtiger

Über die Hälfte (52 Prozent) der Verbraucher weltweit stimmen in der GfK-Studie „GfK Consumer Life“ der Aussage zu „Ich bin immer auf der Suche nach Wegen, wie ich mein Leben einfacher gestalten kann“. Die Trends „Simplicity“ und „Komfort“ werden für den weltweiten Erfolg von Haushaltskleingeräten immer wichtiger.

Im Segment Bodenreinigung sind **Akku-Handstaubsauger** gerade der Renner. Diese Geräte heben sich vor allem durch ihre hohe Leistung von der Konkurrenz ab. Nach einem starken Wachstum in 2018 stagniert das

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel.: +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Aufsichtsratsvorsitzender:
Ralf Klein-Bölting

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Umsatzvolumen von **Akku-Staubsaugern** langsam auf hohem Niveau und verzeichnet einen Umsatz in Höhe von über 2,3 Milliarden Euro (+27 Prozent).

Staubsaugerroboter tragen vor allem in der Kategorie Staubsauger zum Wachstum bei. Im ersten Halbjahr 2019 wurden 18 Prozent mehr Geräte verkauft, fast 70 Prozent davon waren smarte Geräte. Auch Komfort-Segmente wie Nass- und Trockenstaubsauger, die ein zusätzliches Nasswischen überflüssig machen, verzeichneten ein weltweites Wachstum von 13 Prozent. Die wichtigsten Märkte für diese Geräte sind China (39,6 Millionen Euro), gefolgt von Deutschland (22,1 Millionen Euro), Frankreich (21,8 Millionen Euro) und Brasilien (19,4 Millionen Euro).

Geräte zur Zubereitung von Heißgetränken sind mit einem Umsatzplus von 11 Prozent eine weitere wichtige Kategorie der Haushaltskleingeräte. Ein Großteil dieses Wachstums ist auf den Verkauf von Espresso-Vollautomaten zurückzuführen, die von Januar bis Juni 2019 ein Umsatzplus von 18 Prozent erzielten.

Nevin Francis, GfK-Experte im Bereich Haushaltskleingeräte, erklärt: „Verbraucher von heute möchten mehr und mehr, dass ihre Anschaffungen ihrem Anspruch gerecht werden und ihre Identität widerspiegeln. In unserer Studie GfK Consumer Life stimmte die Mehrheit der Befragten der Aussage `Es ist wichtig, sich regelmäßig zu verwöhnen oder sich etwas zu gönnen` zu. Während Akku-Handstaubsauger und Staubsaugerroboter dabei in die Kategorie `Premiumprodukte` zählen, lassen sich Körperpflegeprodukte eher in den Bereich `sich selbst verwöhnen` einordnen. Für immer mehr Verbraucher ist der Besitz einer Premium- oder Markenversion von Standardprodukten von besonderem Wert. Die Umsätze von Premium-Haartrocknern und -Hairstylern konnten beispielsweise im letzten Halbjahr ein rasantes Wachstum von teilweise über 100 Prozent verzeichnen.“

Bewusstsein für Umweltverschmutzung und Klimawandel sorgen für Umsatz

Körperliches Wohlbefinden ist zunehmend wichtiger im Leben der Verbraucher, Fitnesstracker und -Apps sind hierfür Beispiele. In der Küche sind beispielsweise **Standmixer** für Obst und Gemüse sehr gefragt. Während die Regionen Europa und LATAM das Wachstum zunächst trieben, wird diese Produktgruppe auch in APAC und MEA zunehmend beliebter. Weltweit verzeichneten Standmixer ein Umsatzplus von 18 Prozent und erzielten im ersten Halbjahr 2019 einen Gesamtumsatz von 1,02 Milliarden Euro.

Das Thema Luft- und Wasserverschmutzung beschäftigt heute viele Städte. Ein wachsendes Bewusstsein für Allergien, Umweltverschmutzung und Klimawandel lässt Verbraucher mehr über die Qualität der Luft, die sie atmen, und das Wasser, das sie trinken, nachdenken. Infolgedessen sorgten **Geräte zur Luftreinigung** im ersten Halbjahr 2019 für einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro, was sie zu einem wichtigen Motor für den Markt für Haushaltskleingeräte machte. Der

Verkauf von **Wasserfiltern** erreichte im gleichen Zeitraum einen Umsatz von fast einer Milliarde Euro. Diese Entwicklung wird vor allem durch die Region APAC und insbesondere von China getragen. Fast die Hälfte des Umsatzes im Bereich Luftreiniger und Wasserfilter wird in dieser Region generiert.

Smarte Haushaltskleingeräte sind immer mehr im Kommen

Das Thema Konnektivität ist für einige Produktkategorien im Markt für Haushaltskleingeräte nach wie vor von großer Bedeutung. Smarte Geräte stehen für viele Verbraucher häufig für „Erleichterung im Alltag“ und hohe Leistung. Um diesen Markt weiterhin auf Wachstumskurs zu halten, muss sich künftig nicht nur die Kompatibilität von Geräten unterschiedlicher Hersteller verbessern, es müssen auch die Unsicherheiten der Verbraucher hinsichtlich des Datenschutzes abgebaut werden und Geräte auf den Markt kommen, die einen klaren Nutzen für den Konsumenten bringen. Der Umsatzanteil der relevanten smarten Produktsegmente (innerhalb der Haushaltskleingeräte) stieg im ersten Halbjahr 2019 im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 1,7 Milliarden Euro (+42 Prozent). Dieser Sprung ist vor allem durch den hohen Umsatz mit **smarten Staubsaugerrobotern** (+44 Prozent) und **smarten Luftaufbereitungsgeräten** (+38 Prozent) zurückzuführen. Der Markt für smarte Staubsaugerroboter (+71 Prozent) ist in der Zwischenzeit größer als der Markt für „normale“ Staubsaugerroboter (+29 Prozent).

Deutschland zeigt sich als Wachstumsmotor bei Haushaltskleingeräten

In Deutschland verzeichnete der Markt für Haushaltskleingeräte im ersten Halbjahr 2019 ein Umsatzplus von 8,2 Prozent (höchstes gemessenes Wachstum seit 2015) und kletterte damit auf ein abermals Langzeithoch. Deutschland zeigt sich damit neben Polen, Tschechien, Spanien und Italien als der Wachstumsmotor in Europa. Allen voran geht das Wachstum im Bereich Bodenpflege mit einem erneut starken Umsatzplus bei Akkuhandstaubsaugern (+52 Prozent) sowie Roboterstaubsaugern (+45 Prozent). In Zeiten von Klimawandel und erhöhter Luftbelastung in Städten stieg vor allem in den heißen Monaten die Nachfrage nach Luftreinigungs- und Kühlungsgeräte (+55 Prozent bzw. +648 Prozent mit Kühlfunktion). Beschleunigtes Wachstum geht in 2019 auch wieder von den Kaffeefullautomaten (13 Prozent in Wert) und nach einigen Marktveränderungen in 2018 von den Siebträgermaschinen (+54 Prozent in Wert) aus. Im Bereich Körperpflege wird der Umsatz von den elektrischen Zahnbürsten (+8 Prozent), Laser/IPL-Haarentfernung (+26 Prozent) und in vielen Bereichen der Haarpflege getrieben. Letztere zeigt dabei ein breites Wachstumsspektrum von Heißluftstyling, über Glättung bis hin zu Haartrocknern.

Anmerkungen

* China, Indien, Malaysia, Thailand, Vietnam, Indonesien und Indien.

Zur Methode

GfK erhebt im Rahmen des Handelspanels weltweit Point-of-Sales-Daten zu Haushaltskleingeräten wie Heim-Komfortprodukte, Heißgetränkemaschinen, Küchenhilfen und Körperpflegeprodukte. Für den globalen Markt ohne Nordamerika liegen dieser Auswertung Daten aus 79 Ländern für das erste Halbjahr 2019 zugrunde. Basis ist der GfK Panelmarkt – Summe aller durch GfK gemessenen Absatzkanäle (ohne Lebensmitteldiscount & Marktplätze). Alle Umsatzzahlen in Euro sind auf der Basis eines festen Wechselkurses berechnet.

Pressekontakt: Julia Richter, Tel.: +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

Treffen Sie GfK auf der IFA in Berlin vom 6. bis 11. September 2019:

In der IFA NEXT Messehalle 26 und im GfK-Büro auf der IFA (Level 4, VIP2, Großer Stern) finden Sie unsere Experten für Gespräche vor Ort.

Anlässlich der IFA 2019 wird GfK Pressemitteilungen zu den Themen IT, TV, Smartphones, Audio, Haushaltskleingeräte, Haushaltsgroßgeräte, Smart Home, Borderless Shopping und zum Markt für technische Konsumgüter herausgeben. Weitere Information finden Sie auf:

<https://www.gfk.com/de/presse/>.

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/gfkdeutschland