

Pressemitteilung

2. April 2020

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

Wie beeinflusst COVID-19 den Markt für technische Konsumgüter in Deutschland?

Nürnberg, 2. April 2020 – Der Markt für technische Konsumgüter in Deutschland konnte in den ersten drei Märzwochen ein deutliches Umsatzplus verzeichnen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum lag das Wachstum in Kalenderwoche 11, der Woche vor den bundesweiten Ausgangsbeschränkungen, bei über 20 Prozent. Vor allem Kühl- und Gefriergeräte waren bei Verbrauchern beliebt. Auch Computer Hardware und Equipment wie z.B. Tastaturen wurden verstärkt nachgefragt. Das sind aktuelle Ergebnisse von GfK zum Markt für technische Konsumgüter.

Das Coronavirus (COVID-19) breitet sich weltweit weiter aus. Auch Verbraucher in Deutschland müssen sich mit Einschränkungen in ihrem gewohnten Alltag arrangieren. Dementsprechend verändert sich ihr Kauf- und Konsumverhalten. So verzeichnet der Lebensmitteleinzelhandel aktuell einen Zuwachs, der vor allem auf Hamsterkäufe zurückzuführen ist. GfK-Ergebnisse zeigen, dass in den Kalenderwochen 9 bis 13 der Lebensmitteleinzelhandel (inkl. Drogeriemärkte) im Vergleich zu den Vorjahreswochen ein Umsatzplus von 21 Prozent ausweist. Dabei haben Produkte zur Hautdesinfektion den größten Umsatzsprung gemacht (+368 Prozent), aber auch die klassische Seife (fest/flüssig) konnte um 132 Prozent zulegen. Bei den Nahrungsmitteln werden vor allem Kloß-/Knödel-Trockenprodukte (+114 Prozent), Getreidemehl (+114 Prozent) und Reis (+112 Prozent) sehr stark nachgefragt.

Aber auch im Bereich der technischen Konsumgüter haben sich Verbraucher bereits vor offiziellen Schritten auf Schulschließungen, Ausgangsbeschränkungen und anderen Quarantänemaßnahmen vorbereitet.

„Unsere Point-of-Sales-Daten zeigen, dass der Umsatz im Markt für technische Konsumgüter in Kalenderwoche 11 um 20 Prozent gestiegen ist“ **erläutert Markus Wittmann, GfK-Experte im Bereich technische**

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

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

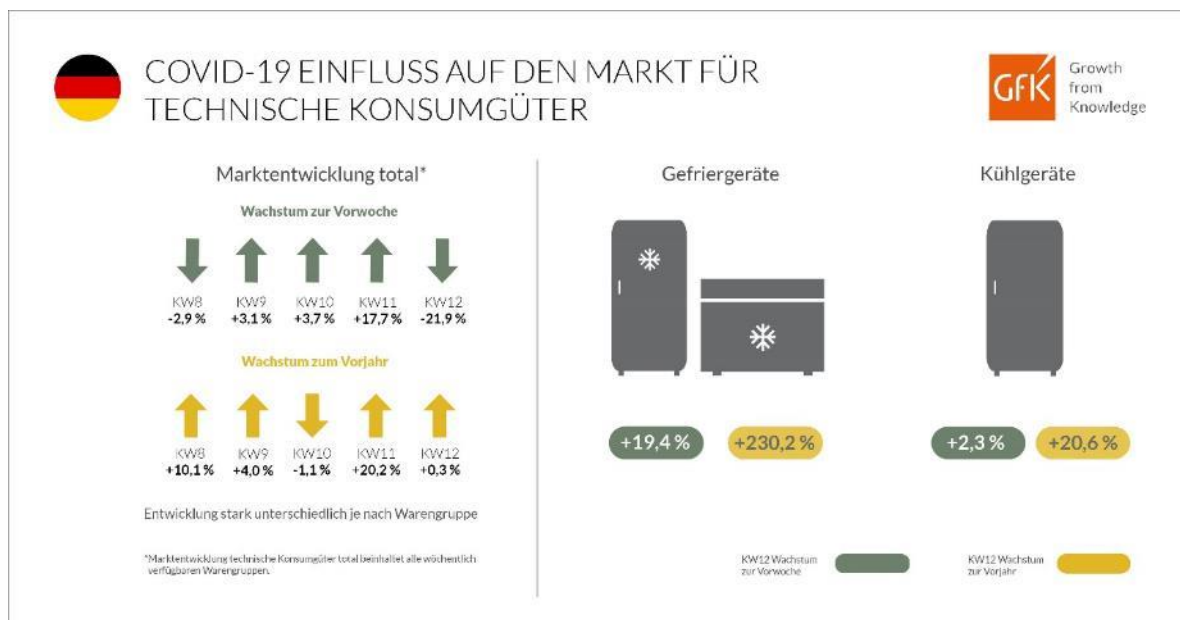
Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Konsumgüter. „Für Händler und Hersteller ist es aktuell wichtiger denn je, die Entwicklung des Konsumverhaltens zu beobachten und auf diese außergewöhnliche Situation umgehend zu reagieren, indem Preis- und Sortimentsgestaltung den veränderten Realitäten in der Handelslandschaft angepasst werden.“

Kühl- und Gefriergeräte stark nachgefragt

Die Lebensmittel, die von Konsumenten verstärkt und in vielen Fällen auf Vorrat gekauft werden, müssen natürlich auch aufbewahrt werden. So zeigen GfK-Daten, dass in der Kalenderwoche 12 der Umsatz von Kühlgeräten um 20,6 Prozent gegenüber der Vorjahreswoche angestiegen ist. Gefriergeräte wie Gefriertruhen und -schränke waren bei den Verbrauchern in Deutschland sogar noch gefragter. Der Umsatz konnte im Vergleich zur Vorjahreswoche mehr als verdreifacht werden (+230,2 Prozent).

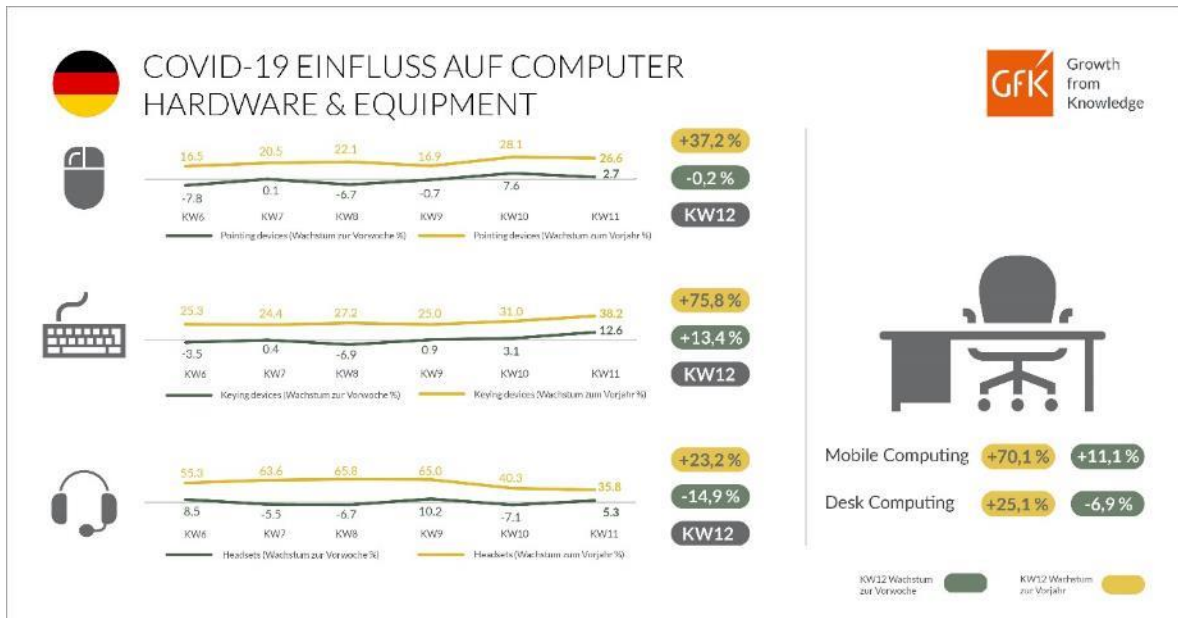


[Grafik in druckfähiger Auflösung herunterladen.](#)

Lernen und Arbeiten zu Hause: Verkauf von Computer Hardware und Equipment steigt

In vielen Fällen arbeiten Arbeitnehmer in diesen Zeiten, wann immer es möglich ist, im Home Office. Da Schulen geschlossen sind, müssen Kinder zuhause lernen und online unterrichtet werden. Diese Gegebenheiten haben in den ersten drei Märzwochen dazu geführt, dass die Nachfrage nach Computer Hardware und Equipment sprunghaft angestiegen ist. Bei Mäusen, Tastaturen und Headsets wurden in Kalenderwoche 12 im Vergleich zur Vorjahreswoche Umsatzsteigerungen zwischen 23,2 Prozent (bei Headsets) und 75,8 Prozent (bei Tastaturen) verzeichnet. Auch Notebooks wurden verstärkt gekauft.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum lag das Wachstum hier bei 70,1 Prozent.



[Grafik in druckfähiger Auflösung herunterladen.](#)

Zur Studie

GfK erhebt durch seine Handelspanels in mehr als 70 Ländern weltweit regelmäßig Daten zum Verkauf von technischen Konsumgütern. GfK Point of Sales Tracking sammelt fortlaufend Vertriebsdaten für mehr als 300 Produktgruppen und deckt dabei wichtige Einzelhändler und alle relevanten Vertriebskanäle ab. Es hilft Händlern und Herstellern, ihren Marktanteil und ihre Markenleistung zu messen und mit der Konkurrenz zu vergleichen.

Alle Ergebnisse finden Sie auch in englischer Sprache auf dieser [Homepage](#).

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

GfK – extracting the signals from the noise

In a world of data overflow, disruption and misuse, picking up the right “signal from noise” is key to win. We at GfK are the trusted partner with more than 85 years of experience in combining data and science to help you make the right business decisions. Together with our attention to detail and advanced Augmented Intelligence, we provide you with world-class analytics that delivers not just descriptive data but actionable recommendations always-on at your fingertips. As a result, you can make key business decisions with confidence which help you drive sales, organizational and marketing effectiveness. That’s why we promise to you “Growth from Knowledge”. For more information, please visit www.gfk.com or follow GfK on Twitter www.twitter.com/GfK.