



Growth
from
Knowledge

Corona lenkt den Fokus aufs Zuhause

AMK - 26. April 2021

Markus Wagenhäuser

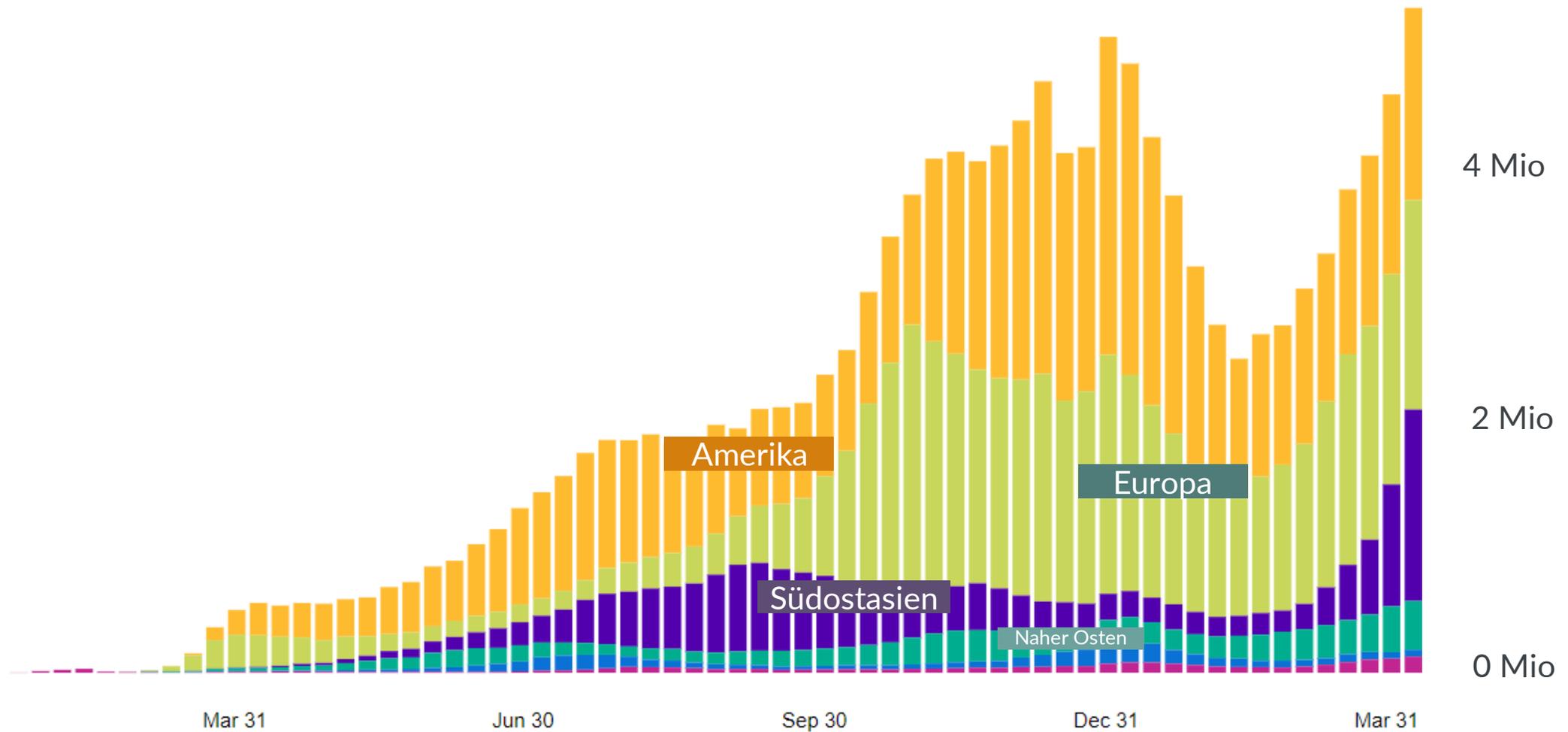
GfK Market Intelligence



Corona schränkt nach wie vor die ganze Welt ein



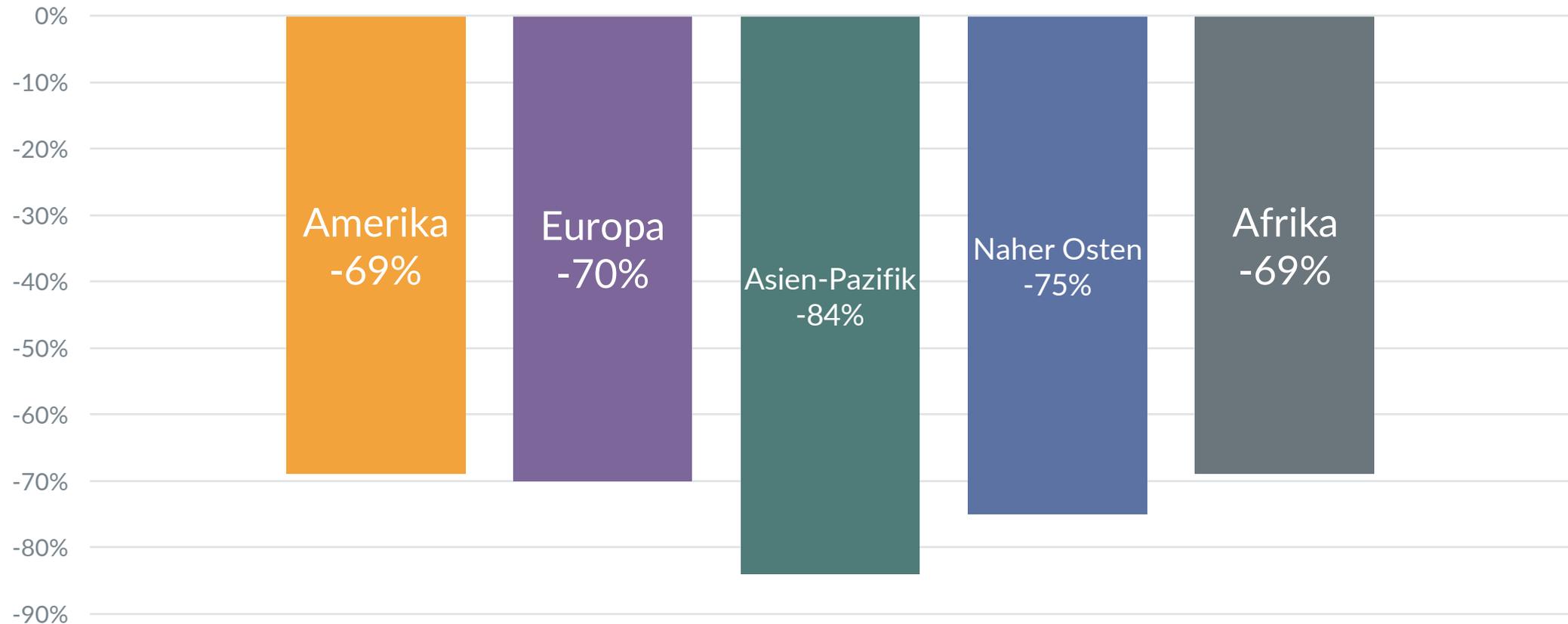
Globale wöchentliche Corona-Neuinfektionen Stand 23. April 2021



Quelle: WHO <https://covid19.who.int/>

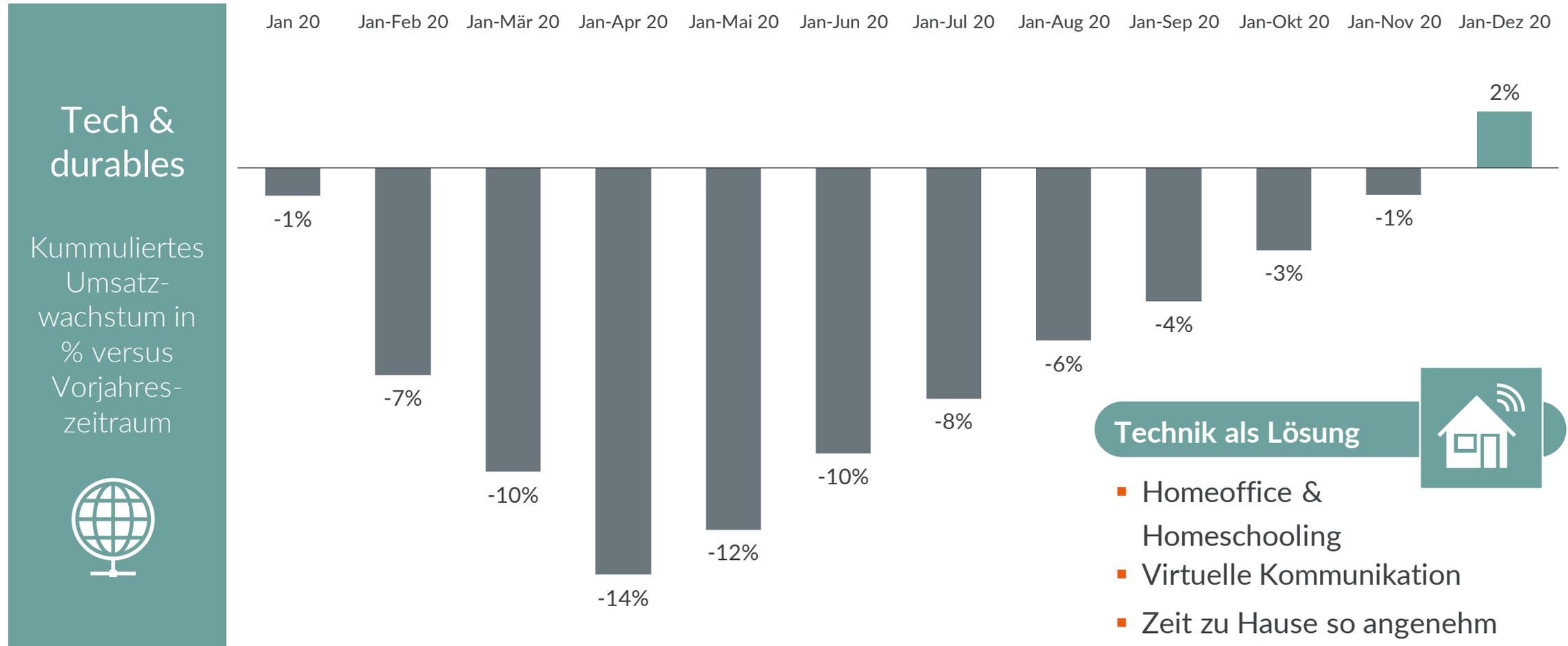
Als Folge brach unter anderem der globale Tourismus ein

Internationale Ankünfte von Touristen 2020 versus Vorjahr



Quelle: UNWTO [International Tourism and covid-19](#)

Das frei werdende Budget wurde zu Hause zum Teil in technische Gebrauchsgüter investiert



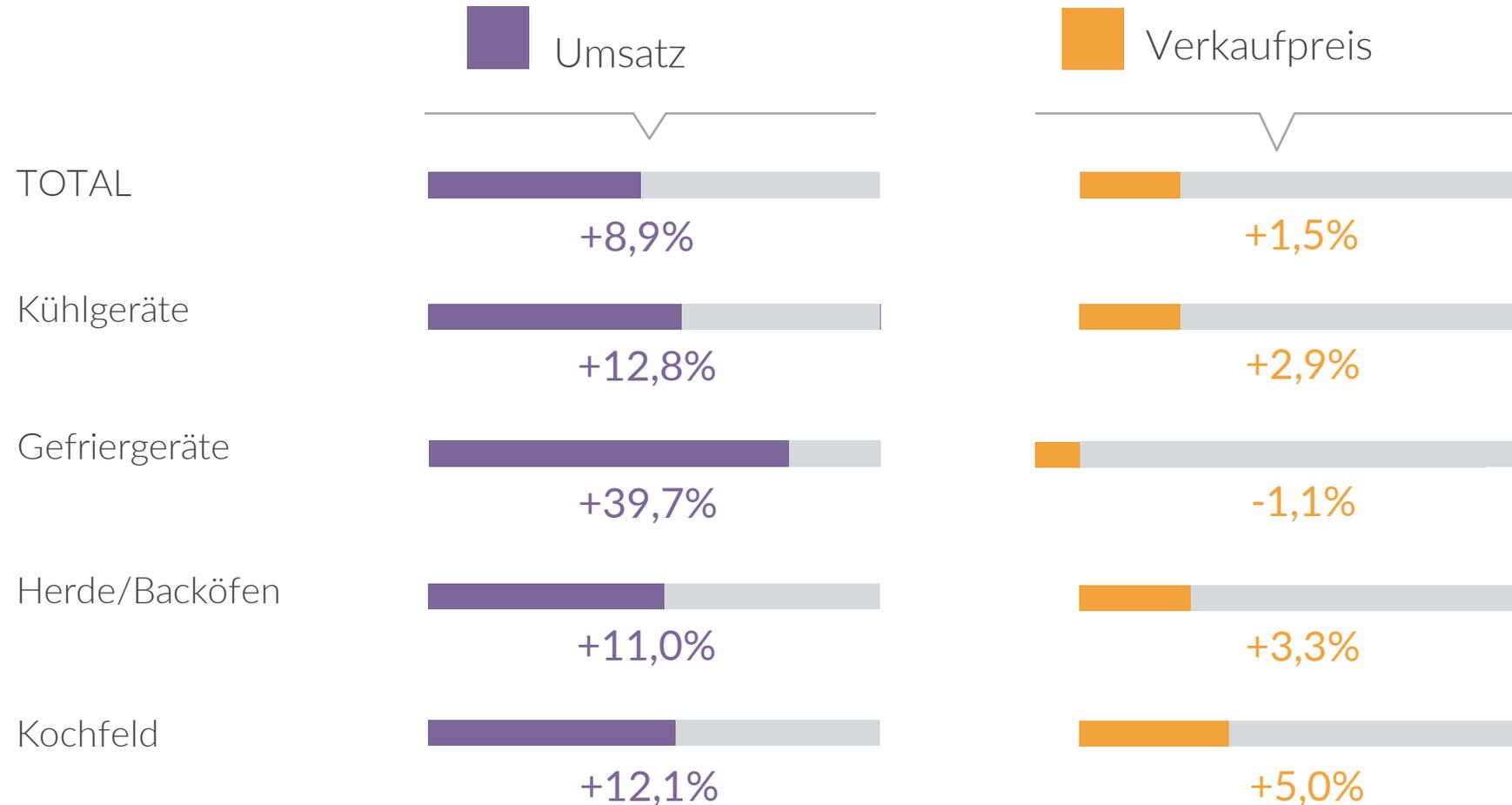
Global Technical Consumer Goods (TCG) market: Consumer Electronics incl. Photo, Small/Major Domestic Appliances, Telecom, IT incl. Office
Source: GfK Market Intelligence: POS Tracking, Panelmarket, International coverage excl. North America

Vor allem IT & SDA, aber auch Elektrogroßgeräte mit höherer Nachfrage



Auch in Deutschland sind es Küchengeräte und
Hamsterkäufe bei Kühl- und vor allem Gefriergeräten

Nachfrage nach Küchengeräten deutlich gestiegen – 2019 vs. 2020



Quelle: GfK Market Intelligence, POS Tracking | Deutschland | Elektrogroßgeräte (MDA)

Designorientierte, großvolumige Kühlgeräte im Trend



Umsatzwachstum 2020 in % gegenüber dem Vorjahr

NoFrost Kombinationen



+14,3%



Side by Side



+34,5%



Multidoors



+70,9%



Quelle: GfK Market Intelligence, POS Tracking | Deutschland | Elektrogroßgeräte (MDA)

Gesundheit verstärkt im Fokus der Konsumenten



Kühlschränke mit
Frischhaltezone

+21%



Ø Kühlgeräte

+13%



Kühlschränke mit
Ventilator

+21%



Ø Kühlgeräte

+13%



Herde/Backöfen mit
Dampffunktion

+16%

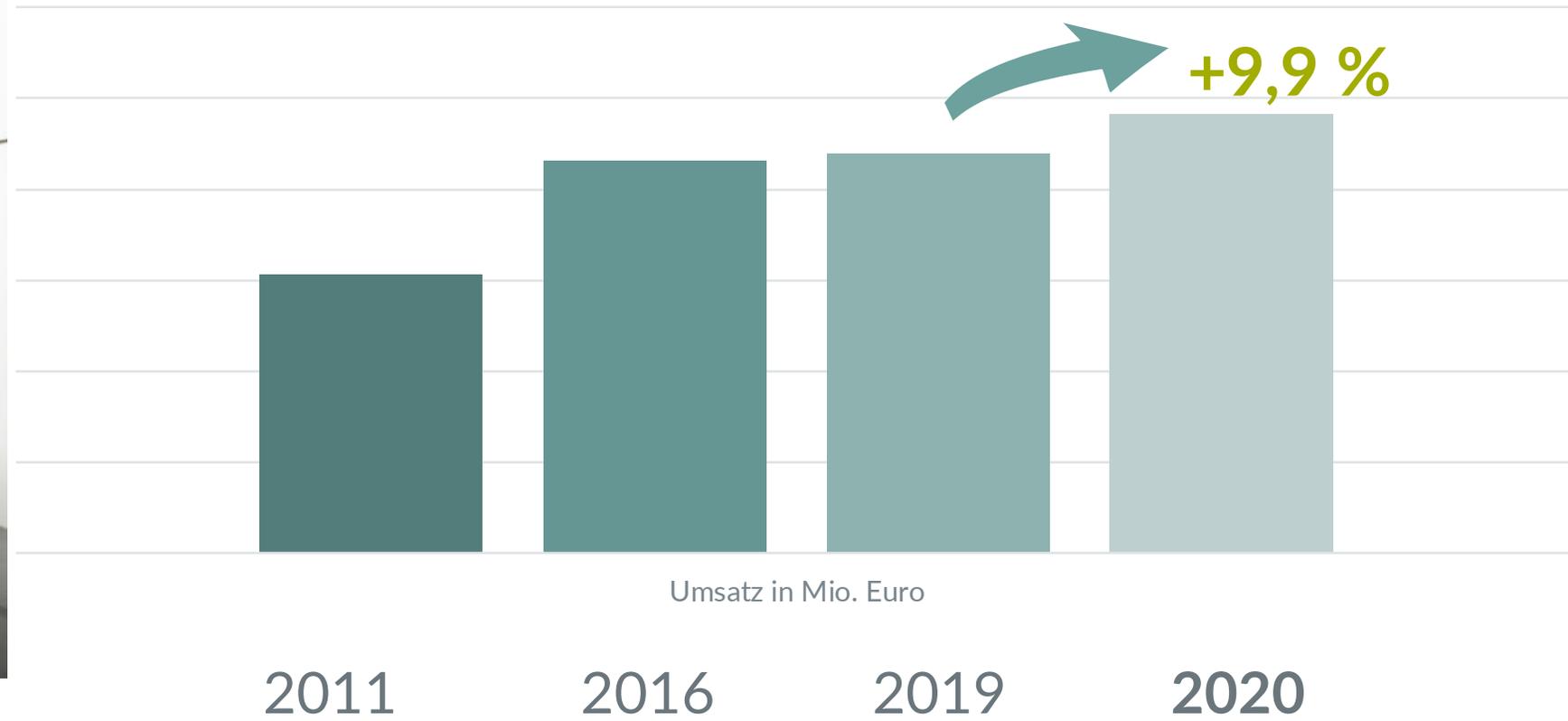


Ø Herde/Backöfen

+11%

Küche - der Mittelpunkt des Wohnens

Umsatzentwicklung Küchenmöbel im Zeitverlauf



Quelle: GfK Market Intelligence POS Tracking | Deutschland | Küchenmöbel (exkl. Mitnahme-/ SB)

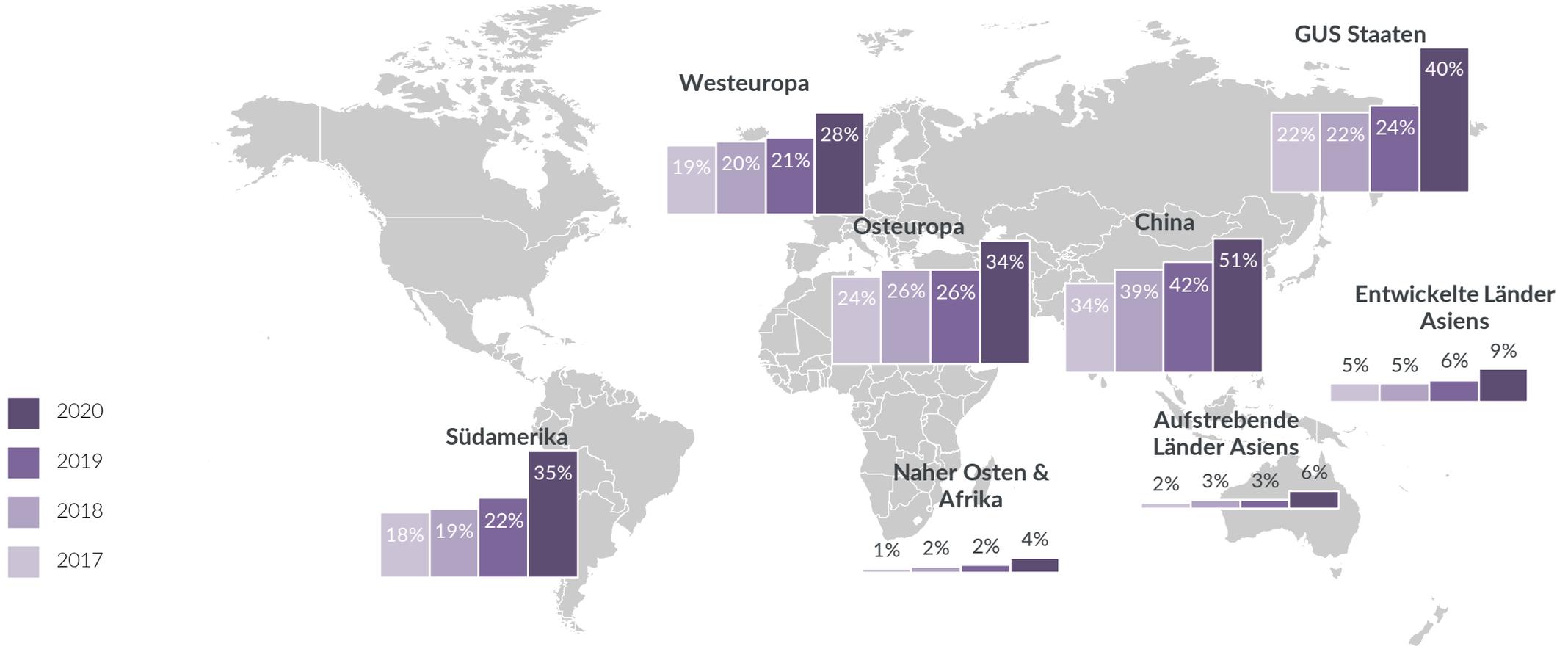


Corona gab dem
Omnichannel-
Konzept einen
massiven Schub

Großer Sprung beim Onlinehandel



Umsatzanteil des Onlinehandels bei Elektrogroßgeräten in %



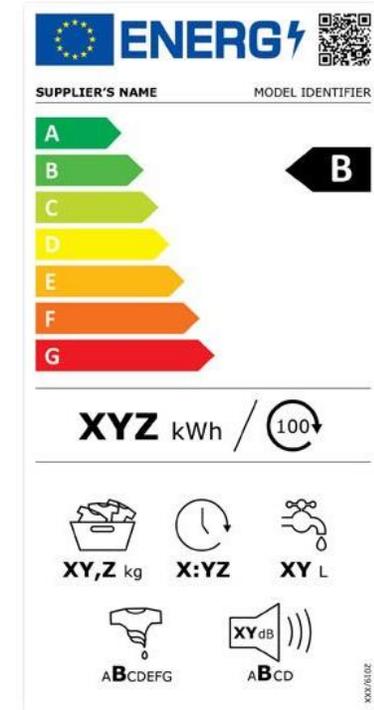


Nachhaltigkeit spielt für eine steigende Anzahl an Konsumenten eine wichtige Rolle.

Neues Energielabel sorgt für mehr Transparenz

Chance für hochwertige, effiziente Geräte

- Für **82%** der Verbraucher hat das Label Einfluss auf die Kaufentscheidung
- **77%** haben vom neuen Label gehört, aber nur **45%** haben verstanden worum es geht
- Knapp die **Hälfte** der Verbraucher achtet der Umwelt zu Liebe auf das Label, **60%** um Strom zu sparen



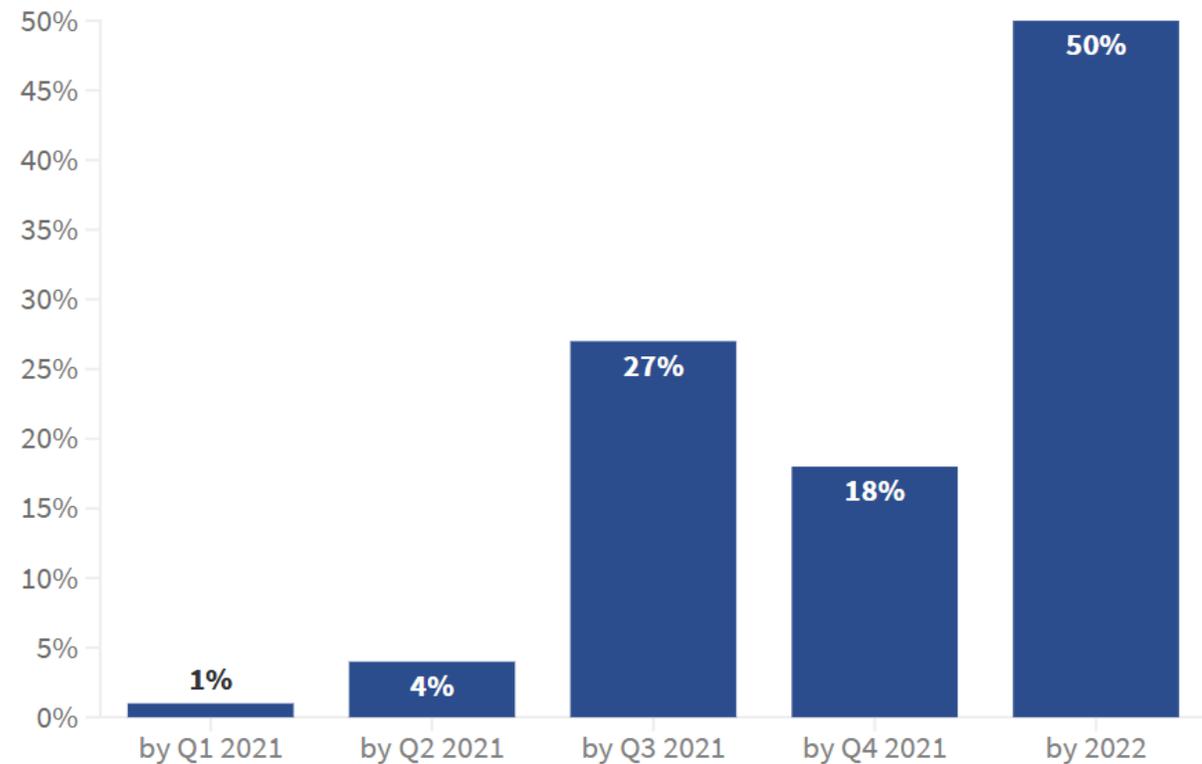
Ausblick

Covid führt auch 2021 zum Fokus aufs Zuhause



- Global zweistelliges Wachstum für technische Gebrauchsgüter in den ersten beiden Monaten 2021
- Elektrogroßgeräte global auch zweistellig im Plus
- Mit Öffnung des Handels wird auch der Küchenbereich wieder profitieren

Aufschwung im internationalen Tourismus wird eher 2022 erwartet



Quelle: GfK Market Intelligence, POS Tracking. World Tourism Organization Jan 2021 Survey: when do you expect a rebound in international tourism in your country?

Danke für Ihre
Aufmerksamkeit und bleiben
Sie gesund.

Ihr GfK Kontakt



Deutschland

Markus Wagenhäuser

Director MDA Market Intelligence

 +49 911 395 4675

 Markus.Wagenhaeuser@gfk.com