

Globaler Markt für technische Gebrauchsgüter

Positive Entwicklung in 2020

Donnerstag, 04.03.2021

Die Covid-19-Pandemie hat 2020 verschiedenste Industrien und Märkten nachhaltig beeinflusst. Der globale Markt für technische Gebrauchsgüter (exklusive Nordamerika) hat sich 2020 laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) – die GfK erhebt über seine Handelspanels regelmäßig in mehr als 70 Ländern weltweit Umsatzdaten für die Segmente Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie, Büroausstattung, Elektrogroß- und Kleingeräte – mit einem Umsatzwachstum von zwei Prozent jedoch als recht widerstandsfähig erwiesen. Tech-Produkte waren für viele Verbraucher notwendig, um zu Hause produktiv arbeiten und lernen zu können, was zu einer erhöhten Nachfrage nach IT- und Officeausstattung führte. Ebenso hoch war, vor allem in Europa und anderen Industrieländern, die Nachfrage nach Koch- und Haushaltsgeräten zur Zubereitung von Essen sowie zum Reinigen.

Nach dem Markteinbruch im April 2020 (Umsatzrückgang von fast 25%) befürchteten Experten, dass die Covid-19-Pandemie katastrophale Auswirkungen auf den Markt für technische Gebrauchsgüter haben würde. Im Laufe des Jahres erholten sich die Märkte jedoch mehr und mehr.

„Ein beispielloseres Jahr liegt hinter uns – und am Ende hat sich COVID-19 als Motor für die Branche der technischen Gebrauchsgüter erwiesen“, erklärt GfK-Experte Norbert Herzog. „Das wird nachhaltig Wirkung zeigen, da die Digitalisierung im Haushalt rasch fortgeschritten ist und Verbraucher sowohl in IT-Ausstattung als auch Haushaltsgeräte investiert haben. Heute ist die Anzahl an Geräten pro Haushalt höher als je zuvor, was den Schluss zulässt, dass der Markt der technischen Gebrauchsgüter langfristig höhere Umsätze verzeichnen wird.“

Es zeigen sich jedoch große Unterschiede zwischen den entwickelten und aufstrebenden Märkten der Welt. In Europa und den entwickelten Regionen Asiens haben Verbraucher viel in ihr Zuhause investiert (8% Umsatzwachstum 2020 im Vergleich zum Vorjahr). In den aufstrebenden Märkten Asiens und Lateinamerikas wurde jedoch ein Minus von vier Prozent im Vergleich zu 2019 verzeichnet. China, das im Januar 2020 als erstes von der Pandemie betroffen, hat nicht unwesentlich zu diesem negativen Ergebnis beigetragen. Der Markt in China hat sich im Laufe des Jahres 2020 gut erholt, die erlittenen Verluste konnten jedoch nicht gänzlich wett gemacht werden. Und der weltweit umfassendste Lockdown in Indien im April 2020 hatte verheerende Auswirkungen auf die Umsätze in allen Märkten des Landes.

E-Commerce florierte während des Lockdowns, Verbraucher blieben ihren Händlern treu

Covid-19 brachte große Veränderungen hinsichtlich der bevorzugten Einkaufskanäle der Verbraucher mit sich. Es ist anzunehmen, dass der durch die Lockdowns im Jahr 2020 gestärkte E-Commerce weiterhin floriert. Die größten Gewinner in den fünf größten europäischen Märkten (Deutschland, Großbritannien, Italien, Spanien, Frankreich) waren jedoch nicht die reinen Online-Händler, die im Vergleich zu 2019 ein Plus von 39% verzeichnen konnten. Es waren die Online-Shops traditioneller Einzelhändler, die mit einem Plus von 69% noch deutlich besser abschneiden konnten. Viele Verbraucher blieben ihren üblichen

Händlern mit Ladengeschäften treu, als diese gezwungen waren, auf Online-Shopping umzustellen. Aus diesem Grund konnten während einiger Wochen des Lockdowns Spitzenwachstumsraten von 200% und mehr erzielt werden.

Auswirkungen neuer Lockdowns im Jahr 2021

Lockdowns aufgrund hoher Covid-19-Infektionsraten waren 2021 bisher hauptsächlich in entwickelten Märkten, vor allem in Europa und Nord- und Südamerika erforderlich. In Asien konnten neue Lockdowns hingegen häufig vermieden werden.

Ein Blick auf die Lockdowns in den fünf größten europäischen Ländern im März/April letzten Jahres im Vergleich zu jenen im November/Dezember lässt darauf schließen, dass die Negativfolgen im Winter weniger stark ausfielen. In Woche 47 im Jahr 2020 wurden im Vergleich zu Woche 2 im Jahr 2021 tatsächlich 11% mehr technische Gebrauchsgüter verkauft. Während des ersten Lockdowns (Woche 11 bis 19 im Jahr 2020) sanken die Umsatzerlöse um 5%. Grund für diese Entwicklung war, dass die Schließung des Handels weitestgehend vermieden wurde und es zu keinen zeitgleichen Schließungen in ganz Europa kam.

Beim Vergleich der Lockdowns im größten europäischen Markt Deutschland, werden ähnliche Auswirkungen sichtbar. In den Wochen, in denen die Geschäfte geschlossen waren, liegen die Verluste sowohl im März/April als auch im Dezember/Januar im zweistelligen Bereich.

Norbert Herzog kommentiert: „In Deutschland kam es während der stärksten Umsatzmonate zu Lockdowns und der Online-Handel konnte der unausweichlich hohen Nachfrage kaum nachkommen. Dies hatte Lieferengpässe zur Folge, wobei die Lagerbestände bereits vor dem neuen Lockdown im Dezember und Januar gering waren.“

Positive Entwicklung in 2020

Links

- [Gesellschaft für Konsumforschung](#)