

Jahresendspurt der Home Electronics Branche

Umsätze auf hohem Niveau erwartet

Freitag, 27.11.2020

Über viele Jahre waren Dezember und Januar die Monate mit dem stärksten Umsatz bei Produkten für Heimelektronik und viele weitere Branchen. Mehr verfügbares Budget beim Konsumenten durch ausgezahltes Weihnachtsgeld sowie verkaufsoffene Sonntage beim Einzelhandel sorgten dafür, dass zum Jahreswechsel die Innenstädte und Shoppingcenter dicht gefüllt waren. Doch seit inzwischen mehreren Jahren gibt es eine Tendenz zu einem früheren Start des Jahresendgeschäfts: Der in den USA in den 1960er Jahren gestartete Black Friday, also der Freitag nach Thanksgiving Ende November, sowie die das Datum umgebende Cyber Week und spezielle Rabattangebote sind mittlerweile auch hierzulande und in vielen weiteren Ländern Europas ein schwergewichtiger Kaufanreiz.

Zwar schwimmt der stationäre Handel auf der Cyber-Welle mit, doch speziell die Online-Verkäufe boomen in dieser Zeit. 88% der von den Marktforschern der GfK global befragten Konsumenten geben an, dass spezielle Saisonangebote mit entsprechenden Rabatten sie zum Onlinekauf anregen. Die Marktforscher haben ebenfalls ermittelt, dass im vergangenen November zum Black Friday in den europäischen Kernmärkten ein Umsatzwachstum von 21% im Vergleich zum bereits starken Vorjahres-Event erzielt wurde. In Deutschland betrug das Wachstum sogar 27 Prozent.

Der Umsatz zum Black Friday Wochenende 2019 übertraf die Verkäufe der traditionell starken Vorweihnachts-Wochenenden um Längen. Bis zum Jahr 2017 lagen die Umsätze des traditionellen Weihnachtsgeschäfts in Deutschland noch über denen rund um Black Friday, doch seit 2018 hat sich diese Verteilung im Markt gedreht. Vorreiter bei dieser Änderung der Umsatzschwerpunkte in Europa waren bereits im Jahr 2015 das Vereinigte Königreich und Spanien. 2017 übertraf die Black Friday Woche das traditionelle Weihnachtsgeschäft in Italien und im letzten Jahr folgte Frankreich.

„Auch in diesem Jahr erwarten wir Umsätze auf hohem Niveau – und zwar sowohl um den Black Friday herum, als auch in den darauf folgenden Vorweihnachtswochen,“ fasst Kai Hillebrandt, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, die Branchenerwartungen zusammen. Er erläutert weiter: „Pandemie-bedingt wird es eine Umsatzverschiebung vom Ladenverkauf hin zum Onlinehandel geben. Händler, die das Internet als Chance und nicht als Gefahr verstehen, konnten bereits in der Vergangenheit punkten, indem sie das Beste aus beiden Welten kombinierten. Die Kernkompetenzen Beratung und Service gebündelt mit der schnellen Information durch das Internet sind nahezu unschlagbar. Wer das Internet als Marketinginstrument versteht, der gewinnt.“

Bereits in den ersten neun Monaten des Jahres verzeichneten die Branchen Consumer und Home Electronics ein Umsatzwachstum von mehr als sechs Prozent. Die durch die Corona-Pandemie verursachten Einschränkungen bei Reisen und beim Ausgehen haben dafür gesorgt, dass es mehr Investitionen in Produkte für das Zuhause gibt. Da diese Einschränkungen kurzfristig nicht wegfallen, wollen Konsumentinnen und Konsumenten weiterhin in Erlebnis, Unterhaltung und Komfort in ihrem Zuhause investieren. Gleichzeitig haben sie das Geld dafür, weil viele andere Ausgabemöglichkeiten derzeit weggefallen sind.

Eine gfu-Studie zum Zeitpunkt des ersten Lockdowns im Frühjahr zeigte, dass mehr Zeit für

Essenszubereitung und Putzen, Fernsehen und Videospielen aufgebracht wird als in Zeiten ohne Einschränkungen. Auch die Arbeit im Homeoffice hat sich für viele Berufstätige von der Ausnahme zur Regel entwickelt. Entsprechend profitieren viele Bereiche der Home Electronics-Branche davon, dass das Leben aktuell stark in den eigenen vier Wänden stattfindet.

Umsätze auf hohem Niveau erwartet

Links

- [gfu Consumer & Home Electronics GmbH](#)