

Konsumdaten der GfK

Haushaltsgeräte weiter stark nachgefragt

Mittwoch, 04.08.2021

Nach dem Ende des Lockdowns wollten die Verbraucher laut Daten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) vor allem in den Bereichen Mode, Gastronomie, Reisen, Veranstaltungen sowie Beauty und Fitness tendenziell noch mehr Geld ausgeben als zuvor. Einige Wochen später hat sich das Bild nun gewandelt. Daten von Anfang Juli zeigen, dass einzig für Reisen und Veranstaltungen noch Mehrausgaben geplant werden, also für Produktkategorien, in denen bereits längerfristige Pläne oder Buchungen gemacht wurden. Für Produktkategorien, in denen ein Kauf kurzfristiger entschieden wird, wie Mode, Gastronomie, Beauty und Fitness, planen Verbraucher dagegen nur stagnierende oder gar rückläufige Ausgaben.

„Sorgen bezüglich der Delta-Variante und einer möglichen vierten Welle beeinflussen Konsumenten und ihre Kaufentscheidungen“, ordnet Petra Süptitz, Expertin im Bereich Consumer Insights bei GfK, die aktuellen Entwicklungen ein. „Das Bild ist jedoch nicht einheitlich: Jede Produktkategorie folgt eigenen Gesetzmäßigkeiten.“

Ein anderes Bild zeichnet sich bei technischen Geräten wie der klassischen weißen Ware und weiteren Haushaltskleingeräten ab. Die Umsätze in diesem Produktbereich liegen deutlich über denen von 2019 und 2020. Auch eine Marktsättigung zeichnet sich momentan noch nicht ab. Interessant ist dabei, dass bei Haushaltsgroßgeräten der Onlinehandel während der Lockdown-Monate Januar und Februar noch stark zugelegt hatte, der stationäre Handel nach Ende des Lockdowns jedoch wieder deutlich aufholen konnte. Dessen Anteile sind dennoch niedriger als vor Beginn der Pandemie.

„Für Deutschland liegt der Umsatz bei Elektrogroßgeräten im ersten Halbjahr 8,5 Prozent über dem Vorjahreszeitraum“, erklärt Markus Wagenhäuser, Marktexperte für Elektrogroßgeräte bei GfK. „Aktuell geben 40 Prozent der Verbraucher an, täglich oder fast täglich zum Spaß oder zur Zerstreuung zuhause zu kochen. 2019 waren das nur 27 Prozent. Vor diesem Hintergrund haben gerade Küchengeräte mit dem Ende der Lockdowns einen Aufschwung erlebt. Diese Geräte werden jedoch klassischerweise seltener online gekauft, denn ein wesentlicher Teil der Einbaugeräte wird zusammen mit einer Küche gekauft. Dabei bevorzugen viele Verbraucher den stationären Handel.“

Haushaltsgeräte weiter stark nachgefragt

Links

- [GfK](#)

