



## Pressemitteilung

Datum  
2. März 2010

Dr. Michael Sauter  
GfK Retail and Technology  
Tel. +49 911 395-2372  
Fax +49 911 395-4046  
michael.sauter@gfk.com

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
marion.eisenblaetter@gfk.com

GfK SE  
Nordwestring 101  
D-90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Professor  
Klaus L. Wübbenhorst  
(CEO)  
Pamela Knapp  
(CFO)  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Dr. Gérard Hermet  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mählert

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

### Westeuropäischer Markt für Elektrogeräte gewinnt trotz Krise leicht

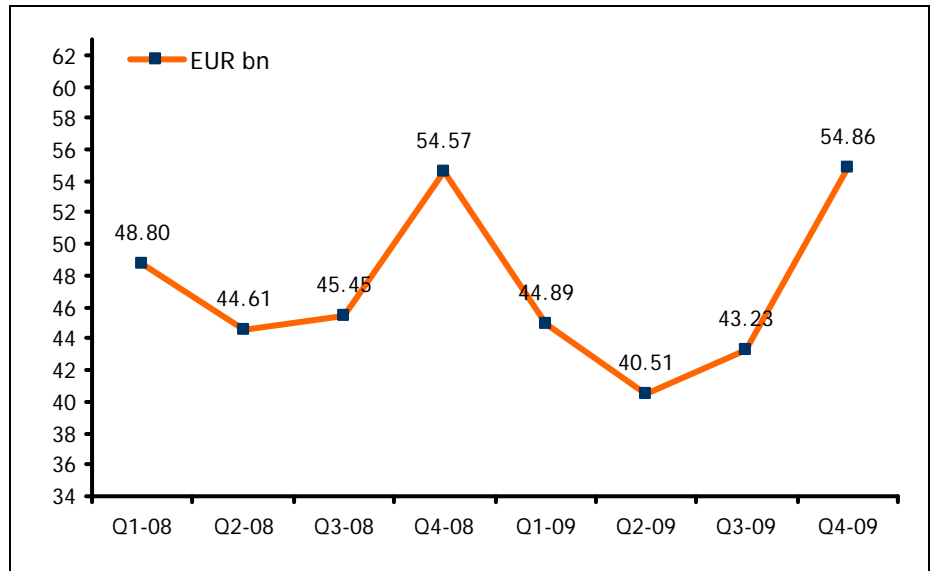
#### Ergebnisse des GfK TEMAX® Westeuropa für das vierte Quartal 2009

**Nürnberg, 2. März 2010 – Im vierten Quartal 2009 gaben die Verbraucher in Westeuropa knapp 55 Milliarden Euro für Elektrogeräte aus. Dies entspricht einem Zuwachs von 0,5 Prozent zum Vorjahresquartal. Nachdem der Umsatz in den ersten drei Quartalen kontinuierlich, aber mit abnehmender Tendenz zurück ging, zeigte das vierte Quartal trotz Krise ein erfreuliches Wachstum mit einer positiven Entwicklung in vielen Märkten. Im vierten Quartal sahen einige der großen Märkte in Westeuropa wie Deutschland, Frankreich und Italien sogar einen Zuwachs von etwa 4,0 Prozent. Ohne Währungseffekte befindet sich der britische Markt wieder auf dem richtigen Weg. Auch kleinere Märkte wie Österreich, Belgien oder Schweden können ein leichtes Wachstum vorweisen. Dennoch musste das Gesamtjahr 2009 einen Rückgang von minus 5,1 Prozent hinnehmen. Diese Ergebnisse beruhen auf dem GfK TEMAX® Westeuropa, einem von GfK Retail and Technology geschaffenen Informationsservice.**

Die Veröffentlichung des dritten Quartals des GfK TEMAX Westeuropa schloss mit ersten Zeichen einer Erholung. Diese Erwartungen konnte der von GfK Retail and Technology beobachtete Einzelhandel teilweise erfüllen, der in einigen Märkten einen erfreulichen Jahresabschluss erlebte.

Der IT-Markt verzeichnete die positivste Umsatzentwicklung und schloss das vierte Quartal mit plus 4,2 Prozent für Westeuropa ab. Elektrogroßgeräte erlebten mit plus 2,2 Prozent gefolgt von Elektrokleingeräten mit plus 1,8 Prozent ebenfalls ein positives Wachstum. Mit einem Rückgang von minus 0,9 Prozent war der Unterhaltungselektronikmarkt leicht negativ, zeigte jedoch im Vergleich zum dritten Quartal ein besseres Wachstum. Eine ähnliche Verbesserung bezüglich des Wachstums verglichen mit dem dritten Quartal war auf dem Telekommunikationssektor mit einem Rückgang von minus 3,2 Prozent im vierten Quartal zu verzeichnen. Die Sektoren Bürogeräte und Verbrauchsmaterialien sowie Foto fielen in den oben genannten Märkten um minus 2,6 Prozent beziehungsweise minus 2,7 Prozent. Allgemein profitierten die Märkte im Jahr 2009 von der Integration technischer Gebrauchsgüter und Elektronik in den zeitgenössischen Lebensstil.

### Umsatztrend für Elektrogeräte in Westeuropa



Quelle: GfK TEMAX<sup>®</sup> Westeuropa, GfK Retail and Technology

### IT – Mobile Computer kurbeln weiterhin den Markt an

Der Markt für **Informationstechnologie**, der zweitgrößte Markt nach der Unterhaltungselektronik, erreichte im vierten Quartal einen Wert von 13,2 Milliarden Euro, im Jahr 2009 insgesamt 44,3 Milliarden Euro. Trotz Befürchtungen zu Anfang des Jahres ist die Wertentwicklung in Westeuropa mit einem Plus von 4,2 Prozent positiv verlaufen. Dennoch schwankten die Wachstumsraten stark zwischen den einzelnen Ländern. Die positive Entwicklung gilt insbesondere für den griechischen IT-Markt, der stark von Regierungssubventionen im letzten Quartal des Jahres profitierte. Deutschland, Belgien und Schweden zeigten ein zweistelliges Wachstum. Weitere positive Zeichen kamen vom britischen IT-Markt, auf dem ebenfalls eine leichte Erholung zu beobachten war.

Die positiven Entwicklungen der letzten Zeit zeigen, dass sich Computer mit dem neuen Formfaktor ‚Netbooks‘ sowie den Basisformfaktoren ‚tragbarer Computer‘ und sogar ‚Desktops‘ in einigen Ländern relativ gut verkauften. Die gestiegene Verfügbarkeit von Internetzugängen ist sicherlich einer der Gründe für diese positive Entwicklung, sowie aus Kundensicht die Fähigkeit, mit Informationen flexibler umgehen zu können. Dies wird durch den Trend für Netbooks illustriert: Netbooks sind Produkte, die leicht mitgenommen und überall benutzt werden können. Hotspots für den mobilen Internetzugang sind mittlerweile in allen Ländern in Cafés, Bars, Restaurants, auf Flughäfen, in Bahnhöfen oder sogar Einkaufszentren vorhanden. Mobiler Informationszugang wird für die Marktnachfrage 2010 weiterhin einer der treibenden Faktoren bleiben.

Ein weiterer Faktor für Wachstum im Jahr 2009 war Ersatzbedarf, der vor allem bei den Desktop-Computern in Ländern wie Deutschland und Frankreich zu positiven Umsatzentwicklungen führte. Externe Festplatten sind ebenfalls eine wachsende Kategorie, insbesondere USB-betriebene tragbare

2,5 Zoll-Laufwerke. Dies ist eine Folge der gestiegenen Nutzung mobiler Computer während der letzten Quartale oder sogar Jahre. Ähnliche Tendenzen werden in allen IT-Peripheriemärkten beobachtet.

Mobilität sowie Unterhaltung sind Aspekte, die den IT-Markt in diesem und in den kommenden Jahren weiter voranbringen werden.

### **Elektrogroßgeräte – zentrales Thema ist Energieeffizienz**

Der Markt für **Elektrogroßgeräte** steht hinsichtlich der Wachstumsrate auf dem zweiten Platz. Insgesamt belief sich der Umsatz im vierten Quartal auf einen Wert von 8,4 Milliarden Euro, was einen Zuwachs von plus 2,2 Prozent bedeutet. Der Gesamtjahresumsatz betrug mehr als 31 Milliarden Euro. Die meisten westeuropäischen Märkte haben einen Wendepunkt erreicht und zeigten im vierten Quartal eine positive Entwicklung. Österreich und Schweden zeigten mit zweistelligem Wachstum die besten Ergebnisse. Gute Entwicklungen in Deutschland, Italien und Frankreich unterstützten das Wachstum des Sektors weiter.

Die Einführung einer Abwrackprämie für Kühlgeräte führte in Österreich zu einer Jahresentwicklung mit zweistelligen Wachstumsraten. Die Kunden konnten eine Erstattung von bis zu 100 Euro nach dem Kauf eines A++-Kühlschranks oder -Tiefkühlschranks geltend machen. Dies führte zu beträchtlich höheren Absätzen von Geräten der Energieeffizienzklasse A++.

Der Trend zu höherer Energieeffizienz wurde in allen Ländern sowie in allen im Handelspanel erhobenen Warengruppen beobachtet. Das beeindruckendste Wachstum verzeichneten dabei Wäschetrockner mit Wärmepumpen. Von diesen wurden im Jahr 2009 beinahe 250.000 Geräte gegenüber rund 100.000 Geräten im Jahr 2008 verkauft. Weitere Umsatztreiber waren Induktionsherde und No-Frost Kühlgeräte. Es ist zu erwarten, dass diese Trends 2010 den Markt weiterhin positiv beeinflussen werden.

### **Elektrokleingeräte – Viele Märkte mit positiver Entwicklung im Weihnachtsgeschäft**

Die Verbraucher gaben im vierten Quartal 2009 insgesamt 4,2 Milliarden Euro für Elektrokleingeräte aus, was eine zufriedenstellende Entwicklung von plus 1,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 2008 bedeutete. Die Gesamtjahresumsätze beliefen sich auf 13,7 Milliarden Euro. Wie bei den Elektrogroßgeräten verzeichnete auch der Elektrokleingerätemarkt in vielen westeuropäischen Ländern im letzten Quartal 2009 ein positives Wachstum. Insbesondere die Umsätze in wichtigen Märkten wie Deutschland, Frankreich, Spanien und Großbritannien verbesserten sich (ohne Währungseinflüsse) gut.

Ein näherer Blick auf die treibenden Faktoren für das Wachstum im vierten Quartal 2009 zeigt, dass nicht ein großer Einflussfaktor alleine vorherrschte, sondern das Wachstum durch viele verschiedene Warengruppen gefördert wurde. Bei den Küchengeräten hatten hauptsächlich Espressomaschinen mit Kapselsystem und Kaffee- beziehungsweise Espressovollautomaten den stärksten Einfluss auf das Wachstum im Weihnachtsgeschäft. Außerdem trugen Fritteusen, traditionelle Küchengeräte, Handmixgeräte und

Pürriergeräte zur positiven Entwicklung der Elektrokleingeräte im vierten Quartal bei.

Der Körperpflegemarkt verzeichnete ein stetiges Wachstum bei Rasierapparaten. In dem Markt für Bodenpflege zeigten die Staubsauger eine recht gute Leistung. Roboterstaubsauger, ein immer noch kleines Segment des Bodenpflegemarkts, freuten sich über ein starkes Wachstums.

In der europäischen Handelslandschaft sind Online-Verkäufe für viele Elektrokleingerätemärkte im vierten Quartal zunehmend wichtiger geworden. Im Vergleich zum vierten Quartal des Vorjahres sind die Onlineumsätze in Westeuropa für den gesamten Markt der Elektrokleingeräte um über 30 Prozent an Wert gestiegen. Den größten Teil ihrer Einnahmen erzielten die Online-Einzelhändler im vierten Quartal 2009 mit Heißgetränkegeräten, gefolgt von Staubsaugern.

### **Unterhaltungselektronik – LCD-TV sehr gefragt**

Die **Unterhaltungselektronik**, der größte Sektor der Technischen Gebrauchsgüter, erzielte im vierten Quartal 15,8 Milliarden Euro. Im Gesamtjahr belief sich der Umsatz auf 48,2 Milliarden Euro. Verglichen mit dem vierten Quartal 2008 verzeichnete der Sektor einen leichten Verlust von minus 0,9 Prozent. Im Vergleich zum dritten Quartal, das mit minus 7 Prozent schloss, ist dies eine enorme Verbesserung im Wachstum im letzten Quartal des Jahres 2009.

Der Unterhaltungselektronikmarkt wird nach wie vor vom Verkauf der Flachbildfernseher angetrieben, der ungefähr die Hälfte des Unterhaltungselektroniksektors ausmacht. Die Verbraucher investierten im vierten Quartal weiterhin in neue Flachbildfernseher und wechselten dabei auf größere Bildschirmgrößen von 40 Zoll und mehr. Außerdem wurden die Verbraucher von einer höheren Bildqualität für das Wohnzimmer angelockt. Immer häufiger kauften die Verbraucher einen zweiten oder dritten Fernseher für Räume außerhalb des Wohnzimmers. Nachdem die Kunden einmal die ausgezeichnete Bildqualität von Full-HD-Displays und HD-Content erlebt haben, investieren sie in weiteres TV-Zubehör wie Blu Ray-Player, HD-Settop Boxen und Heimkinogeräte.

Dennoch schnitt der Unterhaltungselektronikmarkt im vierten Quartal leicht negativ ab. Dies ist hauptsächlich auf die kontinuierliche Preiserosion bei den Flachbildfernsehern zurückzuführen. Im Jahr 2010 werden weitere Impulse höchstwahrscheinlich aus der LED-Technologie, sowie einem zunehmenden Angebot von Sendungen in HD-Qualität durch öffentlich rechtliche Fernsehanstalten kommen. Dies wird vom Markt vermutlich in eine positive Wertentwicklung umgesetzt werden können.

### **Bürogeräte und Verbrauchsmaterialien – Rückgang verlangsamt sich**

Der Umsatz mit **Bürogeräten und Verbrauchsmaterialien** belief sich im vierten Quartal des Jahres auf 4,8 Milliarden Euro. Dies bedeutet für 2009 eine Gesamtsumme von 17,7 Milliarden Euro. Die Wachstumsrate ist auf minus 2,6 Prozent gefallen. Dies ist verglichen mit minus 7,2 Prozent im

dritten Quartal eine deutlich bessere Leistung. Bürogeräte und Verbrauchsmaterialien befinden sich hinsichtlich des Jahresvergleichs mit einem Rückgang von minus 7,8 Prozent am unteren Ende der Sektoren. Es besteht jedoch nach wie vor ein großer Unterschied zwischen den einzelnen Ländern. Die Niederlande, Italien und Schweden führen mit positiven Entwicklungen die Liste der Länder an. Ferner zeigten Belgien und Frankreich zum ersten Mal im Jahr 2009 positive Trends. Portugal, Griechenland sowie Spanien bilden die Schlusslichter. Für Großbritannien war der Trend in Euro sehr negativ; dies ist jedoch Wechselkurs bedingt. In der lokalen Währung ist hier ein Rückgang von lediglich minus 2,5 Prozent zu verzeichnen, was eher dem europäischen Mittelwert entspricht.

Während im Jahr 2008 Stand-Alone-Tintenstrahldrucker (Geräte mit nur einer Funktion) mehr als 20 Prozent des gesamten Umsatzes bei Tintenstrahlgeräten ausmachten, wird damit gerechnet, dass diese Zahl bis Ende 2010 auf 5 bis 10 Prozent sinken wird. Das Wachstum in diesem Markt wird von Tintenstrahl-Multifunktionsgeräten (MFDs) erwartet. Erste Anzeichen bestätigen dies.

W-LAN-Funktionalität war im Jahr 2009 sehr beliebt. Dieses Merkmal sorgte zum Jahresende für höhere Durchschnittspreise bei Tintenstrahl-MFDs, und erreichte in vielen Ländern bereits einen Umsatzanteil von über 40 Prozent in dieser Warengruppe.

Bei den Lasergeräten wurde ein vergleichbarer Trend beim Verhältnis der Stand-Alone-Drucker zu den Multifunktionsgeräten beobachtet. Während im Jahr 2005 mehr als 80 Prozent der Geräte Stand-Alone-Laserdrucker waren, ist diese Zahl auf nur noch 60 Prozent gefallen, und wird weiter sinken. Diese Entwicklung ist auf stärkere Verkäufe bei professionellen Tintenstrahlgeräten und sinkenden Durchschnittspreisen bei den Multifunktions-Lasergeräten zurückzuführen.

In dem Lasersegment konnten nur Laser-Multifunktionsfarbgeräte ein positives Wachstum beibehalten. Es wird erwartet, dass sie im Jahr 2010 mehr als 40 Prozent der Laserumsätze ausmachen werden.

Ein Blick auf die Entwicklung der Vertriebskanäle zeigt, dass Internetumsätze unter den wirtschaftlichen Bedingungen nicht gelitten haben und beinahe jeden Monat einen positiven Index vorweisen konnten, während sich der stationäre Verkauf gegenteilig entwickelte.

### **Foto – Spiegelreflexkameras weiterhin beliebt**

Auf dem **Fotomarkt** belief sich der Umsatz im vierten Quartal 2009 auf 2,8 Milliarden Euro und musste einen Rückgang von minus 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal hinnehmen. Dies ist zwar ein besseres Ergebnis verglichen mit der Entwicklung aller bisherigen Quartale im Jahr 2009, im Jahresvergleich ergibt sich jedoch ein Gesamtrückgang von minus 6,4 Prozent. Die Umsätze erreichten im Jahr 2009 insgesamt 9 Milliarden Euro. Österreich, Griechenland und Schweden erzielten im letzten Quartal 2009 als einzige Länder wieder positive Wachstumsraten.

Die Verbrauchernachfrage nach Digitalkameras in Westeuropa hielt im Jahr 2009 weiter an, wuchs jedoch nicht mehr so stark wie in der Vergangenheit. Dies führte in Kombination mit kontinuierlicher Preiserosion zu einem rückläufigen Gesamtergebnis. Doch es gibt auch positive Impulse: Insbesondere in den Weihnachtsmonaten waren digitale Spiegelreflexkameras bei den Verbrauchern beliebt. Dies hatte eine stabilisierende Wirkung auf den die Umsätze des Fotomarkts, wenn man berücksichtigt, dass der Durchschnittspreis von digitalen Spiegelreflexkameras höher als der digitaler Kompaktkameras ist, die immer noch an einer leichten Preiserosion litten. Diesem Trend gemäß erlebte der Fotomarkt in Großbritannien zum Beispiel steigende Durchschnittspreise in dem Segment von Kameras mit Wechsel-Objektiven und High-End-Modellen mit festem Objektiv. Digitale Bilderrahmen erlebten in vielen europäischen Ländern ein gutes Geschäft zum Jahresende.

Für das Jahr 2010 erwartet die Branche weitere Produktinnovationen, die den Markt wie bereits 2009 ankurbeln werden. Ein Beispiel dafür ist die Weitwinkelfunktionalität von digitalen Kompaktkameras oder die SLR-like (spiegelreflexähnliche) Kameras.

### **Telekommunikation – Smartphones und Touchscreens auf Höhenflug**

Der Markt der **Telekommunikation** verzeichnete im vierten Quartal 2009 einen Umsatz von 5,8 Milliarden Euro (Telekommunikationszahlen beruhen auf subventionierten Verkaufspreisen), was einen Rückgang von minus 3,2 Prozent bedeutet. Der Umsatz erreichte im Jahr 2009 insgesamt 19,3 Milliarden Euro, was einem Minus von 7 Prozent gegenüber dem Jahr 2008 entspricht. Auch die positive Entwicklung in einigen großen Ländern wie Frankreich und Großbritannien konnte den Markt nicht stützen. Frankreich zum Beispiel entwickelte sich mit einem Umsatzwachstum von 16,9 Prozent sehr gut. Auch in Großbritannien erlebte der Telekommunikationsmarkt ein Wachstum von 8 Prozent, allerdings ohne Währungseinflüsse.

Insgesamt verliefen die letzten drei Monate des Jahres 2009 für die Telekommunikation positiver als der Rest des Jahres. Das Wachstum der Smartphones glich den Rückgang bei den Mobiltelefonen beinahe aus, wobei der Anteil der Smartphones im Jahr 2009 in verkauften Stück immer noch bei ungefähr 10 Prozent lag. Der Wertanteil belief sich hingegen bereits auf rund 30 Prozent der gesamten Warengruppe. Dieser Wertanteil ist doppelt so hoch wie im Jahr 2008 und illustriert die Erfolgsgeschichte der Smartphones beziehungsweise der Touchscreen-Technologie in Westeuropa.

Setzt sich das Wachstum der Smartphones, das in den letzten drei Monaten des Jahres 2009 beobachtet werden konnte, weiter fort, ist der Ausblick für 2010 optimistisch.

### **Sektor- und Länderentwicklungen in Westeuropa weiterhin differenziert**

Angeführt von den großen Ländern Deutschland, Frankreich, Italien und Großbritannien erreichten die meisten westeuropäischen Länder im letzten

Quartal 2009 positive Wachstumsraten. Die Märkte bewegten sich in die richtige Richtung. Nur Spanien, der fünftgrößte Markt in Westeuropa, konnte lediglich einen Umsatz verzeichnen, der auf dem Niveau von 2005 lag.

Insgesamt zeigt der GfK TEMAX Westeuropa im vierten Quartal Anzeichen der Erholung: Alle Sektoren verzeichneten geringere Rückgänge verglichen mit den Vorquartalen. Insofern kann eine weitere positive Entwicklung für 2010 erwartet werden, falls die wirtschaftliche Umgebung sich als stabil genug erweist.

### Tabellarische Zusammenfassung

In Mio. EUR	Q1-2009	Q2-2009	Q3-2009	Q4-2009	Q4-2009/ Q4-2008 in %	Q1-Q4- 2009	Q1-4-2009/ Q1-4-2008 in %
Unterhaltungs-Elektronik	11.916	9.820	10.656	15.766	-0,91%	48.158	-6,51%
Foto	1.941	2.118	2.149	2.814	-2,65%	9.022	-6,41%
Elektrogroßgeräte	7.464	7.455	8.095	8.351	2,23%	31.365	-3,41%
Elektrokleingeräte	3.174	3.080	3.216	4.190	1,81%	13.660	-0,35%
Informationstechnologie	11.259	9.623	10.242	13.197	4,24%	44.321	-3,99%
Telekommunikation <sup>1</sup>	4.527	4.191	4.789	5.772	-3,16%	19.279	-6,99%
Bürogeräte & Verbrauchsmaterialien	4.608	4.228	4.087	4.769	-2,59%	17.691	-7,83%
GfK TEMAX <sup>®</sup> Westeuropa	44.890	40.517	43.235	54.859	0,48%	183.501	-5,11%

1: Telekommunikationszahlen beruhen auf subventionierten Verkaufspreisen

Quelle: GfK TEMAX<sup>®</sup> Westeuropa, GfK Retail and Technology

### Zur Studie

Der GfK TEMAX<sup>®</sup> ist ein von GfK Retail and Technology geschaffener Index zum Markt der langlebigen Gebrauchsgüter. GfK TEMAX<sup>®</sup> wird international veröffentlicht. Die Ergebnisse basieren auf Erhebungen des Handelspanels der GfK Retail and Technology. In das Handelspanel fließen weltweit Daten von mehr als 200.000 Verkaufsstellen ein. Alle Berichte und Pressemitteilungen sind unter [www.gfktemax.com](http://www.gfktemax.com) abrufbar.

Wenn Informationen aus dieser Pressemitteilung oder auf [www.gfktemax.com](http://www.gfktemax.com) veröffentlichte Einzelheiten zitiert werden, bitten wir, explizit auf GfK TEMAX als Quelle zu verweisen.

Weitere Informationen:

Dr. Michael Sauter, Tel. +49 911 395-2372, [michael.sauter@gfk.com](mailto:michael.sauter@gfk.com)  
Ellen Pressler, Tel. +49 911 395-3482, [ellen.pressler@gfk.com](mailto:ellen.pressler@gfk.com)



### **Die GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2008 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](http://www.twitter.com/gfk_gruppe)

V.i.S.d.P.  
GfK SE, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)