

Markt für Haushaltskleingeräte

Nachfrage steigt

Mittwoch, 04.09.2019

Haushaltskleingeräte sind weiter gefragt: Der globale Markt (ohne Nordamerika) für dieses Segment wuchs im ersten Halbjahr 2019 um 9,3 Prozent auf ein Gesamtvolumen von 24,3 Mrd. Euro. Das teilte die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) heute mit.

Haupttreiber und für einen wesentlichen Teil der Wachstumsdynamik verantwortlich sind im Markt für Haushaltskleingeräte demnach nur wenige Segmente. Die fünf wichtigsten (Staubsauger, Geräte zur Zubereitung von Lebensmitteln und Heißgetränken, Geräte zur Luftreinigung und Rasierer) machen gemeinsam fast 50 Prozent des Markts aus. Fast ein Viertel des globalen Wachstums beläuft sich auf das Segment Staubsauger. Die stärkste Wachstumsregion war APAC und hier insbesondere die Region Emerging Asia. Im ersten Halbjahr 2019 stieg der Umsatz in APAC im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 21 Prozent auf 5,8 Milliarden Euro. Für dieses Wachstum sorgten vor allem die Produktkategorien Akku-Handstaubsauger (+27 Prozent), Staubsaugerroboter (+18 Prozent), Luftreiniger (+19 Prozent) und Wasserfilter (+14 Prozent).

Geräte zur Zubereitung von Heißgetränken sind mit einem Umsatzplus von 11 Prozent eine weitere wichtige Kategorie der Haushaltskleingeräte. Ein Großteil dieses Wachstums ist auf den Verkauf von Espresso-Vollautomaten zurückzuführen, die von Januar bis Juni 2019 ein Umsatzplus von 18 Prozent erzielten.

Nevin Francis, GfK-Experte im Bereich Haushaltskleingeräte, erklärt: „Verbraucher von heute möchten mehr und mehr, dass ihre Anschaffungen ihrem Anspruch gerecht werden und ihre Identität widerspiegeln. In unserer Studie GfK Consumer Life stimmte die Mehrheit der Befragten der Aussage `Es ist wichtig, sich regelmäßig zu verwöhnen oder sich etwas zu gönnen` zu. Während Akku-Handstaubsauger und Staubsaugerroboter dabei in die Kategorie `Premiumprodukte` zählen, lassen sich Körperpflegeprodukte eher in den Bereich `sich selbst verwöhnen` einordnen. Für immer mehr Verbraucher ist der Besitz einer Premium- oder Markenversion von Standardprodukten von besonderem Wert. Die Umsätze von Premium-Haartrocknern und -Hairstylern konnten beispielsweise im letzten Halbjahr ein rasantes Wachstum von teilweise über 100 Prozent verzeichnen.“

Deutschland zeigt sich als Wachstumsmotor bei Haushaltskleingeräten

In Deutschland verzeichnete der Markt für Haushaltskleingeräte im ersten Halbjahr 2019 ein Umsatzplus von 8,2 Prozent (höchstes gemessenes Wachstum seit 2015) und kletterte damit auf ein abermals Langzeithoch. Deutschland zeigt sich damit neben Polen, Tschechien, Spanien und Italien als der Wachstumsmotor in Europa.

Nachfrage steigt

Links

- [Gesellschaft für Konsumforschung](#)