

Home Electronics Markt 2018 nur dank Smartphones im Plus

Zu wenig Impulse

Der Umsatz mit Home Electronics-Produkt ist im Jahr 2018 in Deutschland um 1,4 Prozent auf 42,4 Milliarden Euro gewachsen. Dazu trug vor allem die weiterhin starke Nachfrage nach hochwertigen Smartphones bei. Das zeigen die Zahlen des Home Electronics Market Index' (Hemix). In der klassischen Unterhaltungselektronik musste die Branche dagegen empfindliche Rückgänge hinnehmen. Allerdings gab es auch in diesem Markt mit OLED-Fernsehern, Großbild-TVs, Soundbars, vernetzten Audio System, Audio-/Video-Zubehör und Wearables Wachstumssegmente. Bei der weißen Ware legten die Elektro-Kleingeräte weiter zu.

Insgesamt wuchs das Segment Consumer Electronics um zwei Prozent auf ein Umsatzvolumen von knapp 28,2 Milliarden Euro. Die Sparte der privat genutzten Telekommunikation verzeichnete dabei einen Zuwachs um 12,4 Prozent auf 12,3 Milliarden Euro. Dabei wuchs die Zahl der verkauften Smartphones nur geringfügig

um 0,3 Prozent auf 23,03 Millionen Stück, gestiegene Durchschnittspreise sorgten aber für einen Umsatzsprung um 12,5 Prozent auf 11,25 Mrd. Euro. Mit 489 Euro gaben die Deutschen im Durchschnitt 18,5 Prozent mehr für ein neues Smartphone aus als 2017.

TV im Minus

Der Umsatz in der klassischen Unterhaltungselektronik ging 2018 gegenüber dem Vorjahr um 6,6 Prozent auf knapp 9,3 Milliarden Euro zurück. Dabei blieb das TV-Segment trotz eines Rückgangs um 3,9 Prozent auf knapp 4,1 Milliarden Euro der wichtigste Umsatzträger. Die Durchschnittspreise legten über das Gesamtjahr gesehen leicht von 584 Euro in 2017 auf 600 Euro zu, dieser Trend schwächte aber zum Jahresende hin ab. Die Nachfrage nach größeren und gut ausgestatteten Fernsehern entwickelte sich auch 2018 positiv. Mit fast 2,9 Milliarden Euro entfiel der größte Umsatzanteil (knapp 71 Prozent) auf Geräte mit Bildschirmdiagonalen von 45 Zoll (94 cm) und größer. UHD-TV-Geräte standen 2018 für 77 Prozent des Umsatzes, die Stückzahl stieg um 33 Prozent auf 3,6 Millionen. Der Verkauf von OLED-Fernsehern stieg 2018 um 119 Prozent auf 243.000 Geräte, die einen Umsatz von 512 Millionen Euro (plus 71 Prozent) in die Kassen brachten.

Nach der Umstellung der DVB-T-Ausstrahlung auf DVB-T2 HD sowie der Abschaltung der analogen Signalübertragung im Jahr 2017 konnten die Bereiche TV-Geräte und Set-Top-Boxen die dadurch hervorgerufenen Zuwachsraten im Jahr 2018 nicht fortsetzen. Weiterhin positiv entwickelte sich 2018 der Bereich Soundbars mit einem Umsatzplus von 8,8 Prozent fort. Auch der Absatz von Kopfhörern zeigte mit einer Stückzahl von knapp 12,7 Millionen (plus 5,6 Prozent) und einem Umsatz von 578 Millionen Euro (plus 21 Prozent) erfreuliches Wachstum. Der Verkauf von Digitalradios (DAB+) legte 2018 um zehn Prozent auf knapp 1,4 Millionen Geräte zu, der Umsatz stieg dabei um ebenfalls 20 Prozent auf 218 Millionen Euro.

Digitalkameras bleiben dagegen auf Abstiegskurs: Die Nachfrage sank 2018 um 12,5 Prozent auf 1,87 Millionen Stück, kräftig steigende Durchschnittspreise (plus 16,78 Prozent) begrenzen den Umsatzverlust auf ein Volumen von 835 Millionen Euro (minus 11,7 Prozent).

Kaum Schwung bei IT und Hausgeräten

Mit einem Minus von 2,4 Prozent auf knapp 6,6 Milliarden Euro fiel der Umsatzverlust im Segment der privat genutzten IT-Produkte zwar etwas geringer aus als im Vorjahr, zwei von

drei PC-Sparten lagen aber 2018 weiterhin deutlich unter den Vorjahren. Lediglich bei Tablet-PCs zeigte sich eine leichte Umsatzsteigerung um 0,7 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro, der Absatz ging allerdings auch hier um 0,8 Prozent auf rund vier Millionen Stück zurück. Bei Notebooks schrumpfte die Nachfrage um 6,4 Prozent auf knapp vier Millionen Stück, bei Desktop-PCs um 3,7 Prozent auf 923.000 Stück. Das bedeutete ein Umsatz-Minus von einem Prozent bei Desktop-PCs (755 Millionen Euro) und von 4,4 Prozent bei Notebooks (knapp 2,8 Milliarden Euro).

Mit 14,2 Milliarden Euro blieb der Umsatz mit Elektro-Hausgeräten 2018 stabil. Die Produktparte

Elektro-Großgeräte verzeichnete erstmals seit mehr als zehn Jahren ein Minus von 1,6 Prozent auf 8,7 Milliarden Euro, während die Elektro-Kleingeräte in 2018 mit ihren Wachstumskurs mit einem Plus von 3,2 Prozent auf knapp 5,5 Milliarden Euro fortsetzten. Zu den Wachstumssegmenten im Hausgeräte-Markt gehörten Wäschetrockner mit Wärmepumpentechnologie, Kochfelder mit integriertem Dunstabzug, Akku-Staubsauger und Kaffee-Vollautomaten.

Hoffnung auf Stabilität

Für 2019 geht die Branche von einer stabilen Nachfrage aus. „Für das

laufende Jahr prognostizieren wir für den Home Electronics Markt, wie wir ihn im HEMIX abbilden, eine stabile Umsatzentwicklung auf Vorjahresniveau“, erklärte Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Aufsichtsrats der gfu. „Dabei werden sich großformatige TV-Geräte und das Audio-Segment positiv entwickeln. Der private Markt für Smartphones wird sein Wachstum auch 2019 fortsetzen können, für den Bereich der privat genutzten IT-Geräte erwarten wir einen leichten Rückgang. Bei den Elektrogeräten sehen wir auch für 2019 eine ähnliche Entwicklung wie 2018.“