

**Der Hausgeräte-Markt 2015**

Laut GfK TEMAX Deutschland beendete der deutsche Markt für technische Gebrauchsgüter das Schlussquartal 2015 mit einem Umsatzrückgang von 1 Prozent auf 16,7 Mrd. Euro. Über das Gesamtjahr nahm der Technikmarkt einen Umsatzrückgang von 0,4 Prozent auf knapp 57,1 Mrd. Euro hin. Ein Umsatzwachstum in 2015 verzeichneten jedoch Elektro-Kleingeräte, Telekommunikation und Elektro-Großgeräte.

Mit einem Umsatzplus von 9,7 Prozent war das Schlussquartal 2015 für den deutschen **Elektro-Kleingerätemarkt** sehr erfolgreich. Zwischen Oktober und Dezember wurden 1,3 Mrd. Euro generiert. Das stärkste Umsatzwachstum verzeichnete dabei das Haarstyling-Segment, insbesondere mit Lockenstäben. Auch das Gesamtjahr verlief für den Elektro-Kleingerätebereich mit einem Umsatzplus von 9,9 Prozent auf knapp 4,2 Mrd. Euro äußerst zufriedenstellend.

Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete der deutsche **Elektro-Großgerätemarkt** 2015 einen Zuwachs von 4,4 Prozent auf knapp 8,7 Mrd. Euro. Im vierten Quartal konnten 2,3 Mrd. Euro umgesetzt werden. Das entspricht einem Umsatzplus von 1,7 Prozent. Sowohl bei Waschmaschinen als auch bei Wäschetrocknern erwiesen sich Geräte der Energieeffizienzklasse A+++ als Wachstumstreiber.

	Q4-2015 Mio.Euro	Q4-15/Q4-14 +/--%	Q1-4-15 Mio.Euro	Q1-4-15/Q1-4-14 +/--%
Elektro-Großgeräte	2341	1,7	8671	4,4
Elektro-Kleingeräte	1330	9,7	4172	9,9

**WMF**

**„Beste Wachstumsmarke“**

WMF hat bei dem deutschen Markenranking „best brands“ in diesem Jahr den ersten Platz in der Kategorie „Beste Wachstumsmarke“ gewonnen. Der WMF-Konzern konnte im vergangenen Jahr sowohl seinen weltweiten Marktanteil als auch die Attraktivität der Marke bei seinen Kunden deutlich steigern. Dabei gewann die Marke WMF allein im vergangenen Geschäftsjahr 13 Prozent an Umsatz. Die Kleingerätesparte der

WMF-Group konnte ihren Umsatz im Jahr 2015 um 28 Prozent steigern.

Das Ranking basiert auf einer GfK-Studie, bei der mehrere tausend Konsumenten befragt werden. Die Teilnehmer können aus 250 potenziellen „best brands“-Kandidaten aus rund 40 Branchen wählen.

**Falcon**

**Nun auch in 3D planbar**

Die Range Cooker von Falcon sind durch die Integration aller Modelle in die Küchenplanungs-



Die Range Cooker von Falcon sind nun auch mit Küchenplanungs-Software plan- und darstellbar

programme „Carat“, „shd-kps“-Software und „Compusoft“ für die Handelspartner und Küchenplaner nun in 3D plan- und darstellbar. Durch die Kooperation mit den drei wesentlichen Software-Programmen deckt Falcon fast 90 Prozent des Marktes ab. Je nach Software des Planers kann bei der Planung nun das Original aus England in allen Variationen eingefügt werden. In der Software sind auch alle kaufmännischen Daten hinterlegt. Dadurch wird ein direkter Vergleich der Gesamtkosten für eine Küche mit Einbauofen, Arbeitsplatte, Unterschrank und Kochfeld zu einer Planung mit einem Range Cooker möglich.

**Ritterwerk**

**„Blauer Engel“ für Toaster**

Die Ritterwerk GmbH wurde für ihre Toaster „volcano 3“, „volcano 5“ sowie den Einbau-Toaster „ET 10“ mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel schützt das Klima – weil energieeffizient“ ausgezeichnet.

Nachdem bereits der Wasserkocher „fontana 5“ mit diesem Siegel gekürt wurde, ist der Hausgerätehersteller aus Gröbenzell bei München somit das weltweit einzige Unternehmen, das den „Blauen Engel“ für Toaster und Wasserkocher trägt.

Die Juroren des Umweltzeichens achten bei der Vergabe vor allem auf Energieeffizienz, den Einsatz umweltfreundlicher Materialien und hohe Sicherheitsstandards.

**Stiftung Warentest**

**Der Februar-Test**

**Handstaubsauger** hat die Stiftung Warentest in Berlin näher unter die Lupe genommen und die Testergebnisse im Februar-„test“-Heft veröffentlicht:

**Kabellose Handstaubsauger:**

1. „SV05 v6 absolute“ (3,9) von Dyson
2. „BCH6L2560 Athlet“ (4,3) von Bosch
3. „RH8871 Air Force Extreme“ (4,7) von Rowenta
4. „FC6170 Power Pro Uno“ (4,8) von Philips
5. „AG5012T Ultrapower“ (4,9) von AEG
6. „HVFE 2150LR“ (4,9) von Black+Decker
7. „U86-AL-B-E Air Cordless“ (5,4) von Vax
8. „XLR32LMD.BK Colombina cordless“ (2,3) von De’Longhi

**Kabelgebundene Handstaubsauger:**

1. „Swing H1 Ecoline Plus SAAJO“ (2,6) von Miele
2. „Hydra AVBL305+ Vampyr-ette“ (4,6) von AEG

**research tools**

**Über Onlineshops von Großgeräte-Herstellern**

Positiv aus Sicht des stationären Elektro-Fachhandels: Laut der jüngsten „E-Shop-Analyse Haushaltsgroßgeräte 2016“ von research tools beschränken sich die Onlineshops von zehn analysierten Herstellern von Haus-



Ritterwerk erhielt den „Blauen Engel“ für die Toaster-Serie

Fotos: Falcon, ritterwerk

haltsgroßgeräten überwiegend auf Zubehörteile. Nur in drei Shops sind Großgeräte auch erwerbbar.

Untersucht wurde neben Kundenorientierung, Produktsuche, Preisvergleiche auch der angebotene Service. So bieten zwei Shops eine 7-Tage-Rund-um-die-Uhr-Beratungshotline an, ein Shop verzichtet auf diese Supportmöglichkeit. Die anderen sieben Shops sind an durchschnittlich 50 Stunden pro Woche erreichbar. Kundenbewertungen, Testberichte sowie Weiterempfehlungen gibt es hingegen nur vereinzelt.

Die „E-Shop-Analyse Haushaltsgroßgeräte 2016“ untersucht auf 167 Seiten Online-shops der Hersteller von Haushaltsgroßgeräten der Marken Bauknecht, Bosch, Electrolux, Hoover, Klarstein, Miele, Panasonic, PKM, Privileg und Siemens.

## Trendfairs

### Viele Messe-Highlights

Berbel, Blanco, Bora, Miele, Falmec, Franke, Gutmann, Novy, r-Küchentechnik, Smeg, Oranier und Vogt sind nur einige Hausgeräte-Anbieter, die auf der Messe „küchenwohntrends 2016“ am 20. und 21. März im Münchner MOC ihre Produkte zeigen. Werden am ersten Messtag vor allem viele einrichtungsaffine Premium-Konsumenten erwartet, bleibt der zweite Messtag ausschließlich den Fachbesuchern vorbehalten. Besondere Highlights dieser Messe: die ausgebuchten Sonderflächen „Lebensräume“ (Küche, Essen, Wohnen und Schlafen wachsen zu einem einzigen Raumerlebnis zusammen) sowie mitten in Messehalle 3 das Event „Smarthome“ – Spiegelbild und Innovationsmotor für vernetztes Leben in naher Zukunft. Hier stehen Miele gemeinsam mit der Deutschen Telekom sowie Tielsa mit „connected kitchen“ und Dornbracht im Mittelpunkt.

An Attraktivität gewinnt die „küchenwohntrends 2016“ zudem durch freien Eintritt für Fachbesucher sowie kostenloses Spitzen-Catering.



Auf der Roadshow zu sehen: „FlexiCook+“-Funktion mit integrierter Topferkennung von Grundig am Induktionskochfeld von Schott

## Dyson

### Marktführerschaft

Wie Dyson mitteilte, konnte das Unternehmen im vergangenen Jahr erstmals die wertmäßige Marktführerschaft in Deutschland übernehmen und Miele jahrzehntelange Vorherrschaft im Bodenpflegesegment ablösen. Laut aktuellen Erhebungen der GfK liegt Dyson mit 19,5 Prozent Marktanteil gemessen am Umsatz im Gesamtjahr 2015 deutlich vorn. Ein wesentlicher Treiber für diese positive Entwicklung, so das Kölner Unternehmen, sei die erfolgreiche Etablierung der aktuellen kabellosen Staubsaugergeneration im Frühjahr vergangenen Jahres gewesen. Dieser Markt hat sich im letzten Jahr mehr als verdoppelt und macht nun bereits knapp 13 Prozent des gesamten Staubsaugermarktes aus.

## Fakir

### Satte Umsatzsteigerung

Die Fakir Hausgeräte GmbH konnte ihren Umsatz 2015 um 30 Prozent steigern und das beste Ergebnis seit 2009 verzeichnen. Im Kernsegment Bodenpflege wurde der Umsatz sogar nahezu verdoppelt. Für dieses Jahr plant das Unternehmen ein Umsatzwachstum von fast 50 Prozent und wird sich dafür auch personell noch einmal deutlich verstärken. Erste personelle Weichen hat Fakir bereits gestellt, denn seit 1. Januar ist mit *Manfred Conrad* als neuer Key-Account-Manager ein erfahrener Branchenkenner an Bord, der seit 30 Jahren bei marktführenden Unternehmen

wie Electrolux aktiv war. Zur Unterstützung sucht Fakir aber noch weitere Vertriebsprofis, insbesondere für den Bereich Sachsen/Thüringen. Interessierte können sich ab sofort unter [info@fakir.de](mailto:info@fakir.de) bewerben.

Auch die Präsenz im Markt wurde 2015 weiter verstärkt. So ist der wichtige Hauptstadtmarkt Berlin seit November mit einer eigenen Handelsvertretung besetzt und auch für Österreich konnte mit der DKB Household Austria GmbH ein Spezialunternehmen als Distributionspartner gewonnen werden.

Fakir informierte auch darüber, dass 2016 beispielsweise eine neue Klimageräte-Serie mit „3-in-1-Funktion“ in den Handel kommen wird, die ganzjährig einsetzbar ist – in der heißen wie in der kalten Jahreszeit.



## ZVEI

### Kein bewusster Schwachstellen-Einbau

Der ZVEI-Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie begrüßt die Studie des Umweltbundesamtes zur Obsoleszenz. Er sieht seine Auffassung bestätigt, wonach es keine absichtlich eingebauten Sollbruchstellen in Hausgeräten gibt, die die Lebensdauer begrenzen. Elektrogeräte sind langlebig. So werden große Hausgeräte wie Waschmaschinen oder Herde vom Erstbesitzer

im Durchschnitt 13 Jahre genutzt. Bei Fernsehern liegt der Wert bei etwa sechs Jahren. Zudem folgt bei vielen Geräten eine Zweitnutzung, so dass die technische Lebensdauer die Erstnutzungsdauer deutlich übersteigen kann.

Ein wichtiges Ergebnis hat die Studie in Sachen Verbraucherverhalten gebracht. In vielen Fällen wird die lange Haltbarkeit der Geräte nicht ausgenutzt. In etwa einem Drittel aller Ersatzkäufe, so das Ergebnis der Untersuchung, war das ersetzte Gerät noch voll funktionsfähig. Kritisch steht der ZVEI allerdings einer vom Umweltbundesamt vorgeschlagenen Kennzeichnung der Haltbarkeit gegenüber. Eine verlässliche Kennzeichnung setzt voraus, dass die Haltbarkeit hinreichend genau messbar ist.

Dies ist jedoch derzeit nicht gegeben. Europäisch harmonisierte Messverfahren für die Haltbarkeit von elektrischen Geräten gibt es nicht. Zudem muss befürchtet werden, dass aufgrund der großen Produktvielfalt eine ausreichende Marktüberwachung nicht möglich wäre. Grundsätzlich lehnt der ZVEI jede Gesetzgebung ohne effektive Kontrolle durch Marktüberwachung ab.

## Grundig/Schott

### Gemeinsame Roadshow

In München (am 16. März), Köln (am 22. März) und Hamburg (am 24. März) präsentieren Schott und Grundig bei einer gemeinsamen Roadshow dem Fachhandel auf Einladung Lösungen für flexibles Kochen.

Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den Grundig-Kochfeldern, denn sie sind mit der transparenten Schott Ceran-Glaskeramik ausgestattet. Zudem wird der Glashersteller vor Ort die mechanische und thermische Beständigkeit seiner Ceranfelder demonstrieren.

Bei allen drei Roadshow-Terminen wird der von Sat1 bekannte Fernsehkoch *Mirko Reeh* sein Können beim Showkochen unter Beweis stellen und die Küchenausstattung auf ihre Koch-Tauglichkeit prüfen.