

PRESSEKONFERENZ

„ELEKTRONIK-KONSUMGÜTERMARKT 1. HALBJAHR 2015“

Ge Dr. Manfred Müllner FEEI Fachverband der Elektro- und Elektronikindustrie,
Geschäftsführer-Stellvertreter

Markus Monjau LG Electronics Österreich
Mitglied des forum consumer electronics

Alfred Janovsky Geschäftsführer Electrolux Hausgeräte GmbH
Branchensprecher Forum Hausgeräte

Peter Pollak Geschäftsführer Dyson Austria GmbH
Branchensprecher Elektro-Kleingeräte Forum

3. September 2015

BAHNINDUSTRIE.at • DVB-Forum • Elektro-Kleingeräte Forum • EV – Österreichischer Verband der Elektronik-Industrie • Fachhochschule Technikum Wien • FEEI Management-Service GmbH • FMK – Forum Mobilkommunikation • forum consumer electronics • Forum Elektrowerkzeuge und Gartengeräte • Forum Hausgeräte • HLP • IKT academy • LLL – Life Long Learning Academy Technikum Wien • MANUFUTURE-AT • MMF – Mobile Manufacturer Forum • Nationale Technologieplattform Smart Grids Austria • UFH – Umweltforum Haushalt • UFS – Umweltforum Starterbatterien • VAT – Verband Alternativer Telekom-Netzbetreiber



*Das **Elektro-Kleingeräte Forum** vertritt die Interessen der Unternehmen in den Produktsegmenten Körperpflege, Haushaltsgeräte, Küchengeräte und sonstige.*



*Das **Forum Hausgeräte** ist eine firmenneutrale Interessengruppe der wichtigsten Hersteller und Importeure von Haushaltsgroßgeräten. Alle Mitglieder stehen für Markenqualität und bewusstes Haushalten mit modernen Hausgeräten.*



*Das **forum consumer electronic** vertritt die Interessen neun namhafter Unternehmen in der Unterhaltungselektronik, mit dem Ziel, Konsumenten über neue Technologien im TV- und Videobereich zu informieren.*

**Solides erstes Halbjahr 2015 für Hausgeräte, Kleingeräte und Unterhaltungselektronik:
850,5 Mio. Euro Umsatz (minus 0,7 %) ***

Elektronik-Konsumgüter

€ Umsatz in Euro

|||| Absatz in Stück

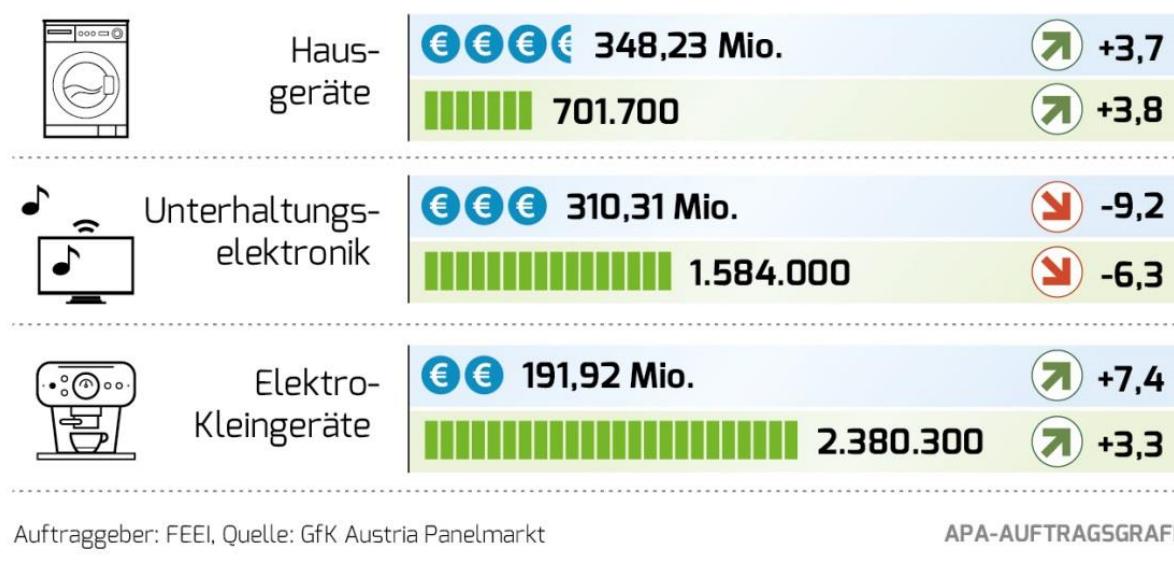
Veränderung zum
Vorjahreszeitraum in %

Gesamtumsatz
1. Halbjahr 2015

€€€€€€€€€ 850,5 Mio.*

-0,7

Nach Branchen



Quelle:
GfK Austria Panelmarkt,
1. HJ 2015

*im Vergleich Jan-Jun/2014

- Nachfrage im ersten HJ/15 gesunken (310,31 Mio. Euro, -9%)
- Umsatz-Gewinner sind GPS-Geräte (+23%), Radios und Digital TV Accessoires (+10%)

→ Gestiegene Nachfrage nach Radios:

- 156.400 Stück, + 14%
- 6,7 Mio. Euro + 10% im 1. Halbjahr

→ Gestiegene Nachfrage nach
Digital TV Accessoires:

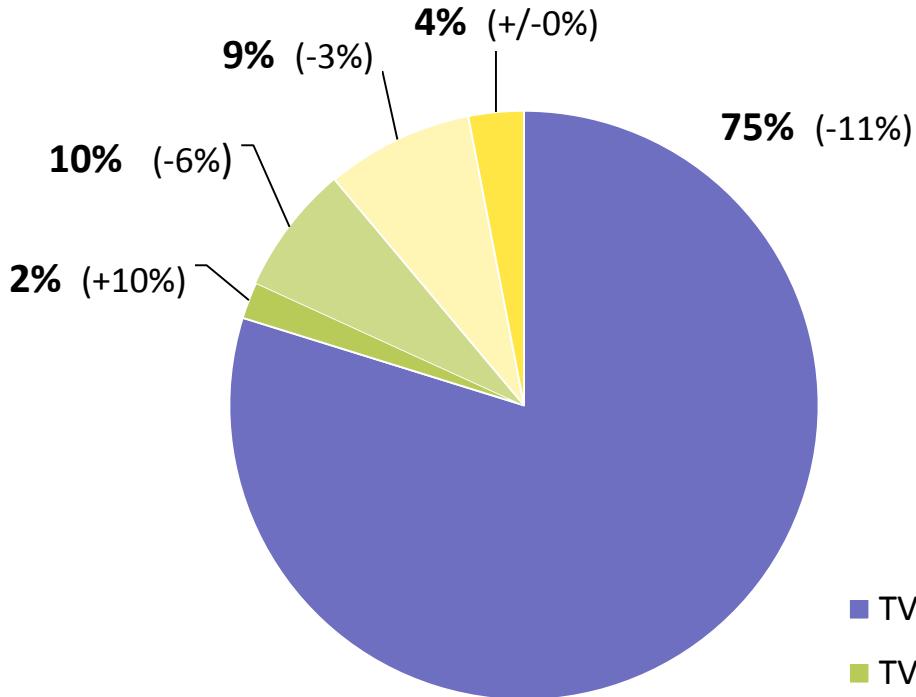
- 116.000 Stück, + 12%
- 7,43 Mio. Euro + 10% im 1. Halbjahr

Aufwärtstrends:

- Musik-Streaming-Dienste
- Video-Streaming-Dienste



- **TV und Video umsatzmäßig mit Abstand stärkste Gerätegruppe (75%)**
- davon **TV-Geräte 65%**



- TV/VIDEO
- TV/Video/Receiver
- Audio
- Portable Audio
- Navigation

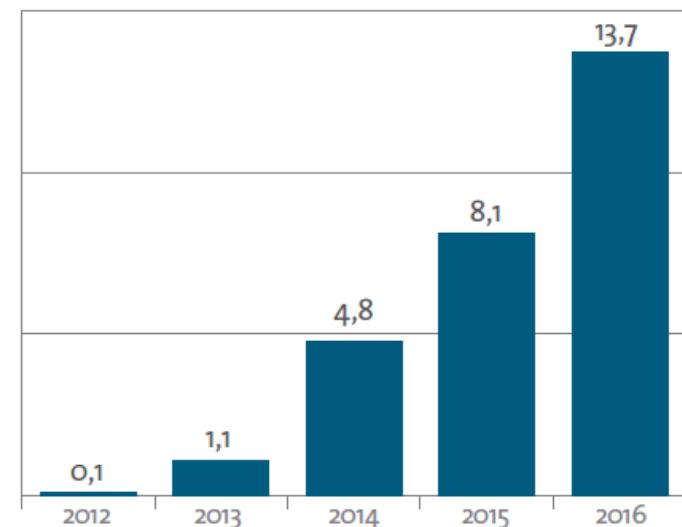
Quelle: GfK Austria Panelmarkt, 1. HJ 2015

Consumer Electronics: Trends und Highlights

Ultra HD – nächste Evolutionsstufe des hochauflösenden Fernsehens („4k“)

Next steps:

- **Größeres Geräteangebot**
- **Blockbuster Movies** und erste **TV-Serien**
werden in Ultra HD verfügbar sein
- (Semi) professionelle **Kameras** für Ultra HD
- Standards, z.B. HDMI 2.0
- **Broadcaster** und **Pay-TV-Anbieter** testen
Ultra HD und produzieren eigene Inhalte



Quelle: Deloitte, verkaufte UHD-TV-Geräte bis 2016 weltweit (in Mio.)

CURVED TV – konkav geschwungenes Panel für höhere Kontraste und 3D Effekt

OLED

neue Technologie für Flach-Displays, mit organischen, selbst leuchtenden Polymeren. OLED-Displays erreichen bei geringerem Energieverbrauch höhere Leuchtstärken. Das Bild ist kontrastreicher, zudem sind OLED-Displays nur wenige Millimeter dünn.

Usability

Android, Tizen, Firefox & Co. - TV-Hersteller bieten jeweils verschiedene an über die Smart TVs bedient werden. So kann der Konsument über Smart TVs per Kabel oder WLAN ins Internet einsteigen und auf Streaming-Dienste, Facebook, YouTube & Co. zugreifen. Bedienkomfort und ein reibungsloser Ablauf für den Konsumenten. Die verschiedenen Betriebssysteme kennt der Konsument bereits vom Smartphone, Computer oder Tablet.

HDR

In Zukunft setzt die Branche vermehrt auf High Dynamic Range-Ausgabegeräte. Sie zeigen Hochkontrastbilder, die große Helligkeitsunterschiede detailreich wiedergeben. In Zukunft wird es mehr TV-Geräte und TV-Sender geben, die HDR-Bilder ausgeben können.



- **Große Hausgeräte: Umsatz: 348 Mio. Euro, Stückzahl: 702.000**
- **Sowohl Umsatz als auch Stückabsatz plus 4 % im Vgl. zum Vorjahr**
- **Energieeffiziente Wäschetrockner, Gefriergeräte und Geschirrspüler weiter im Vormarsch**

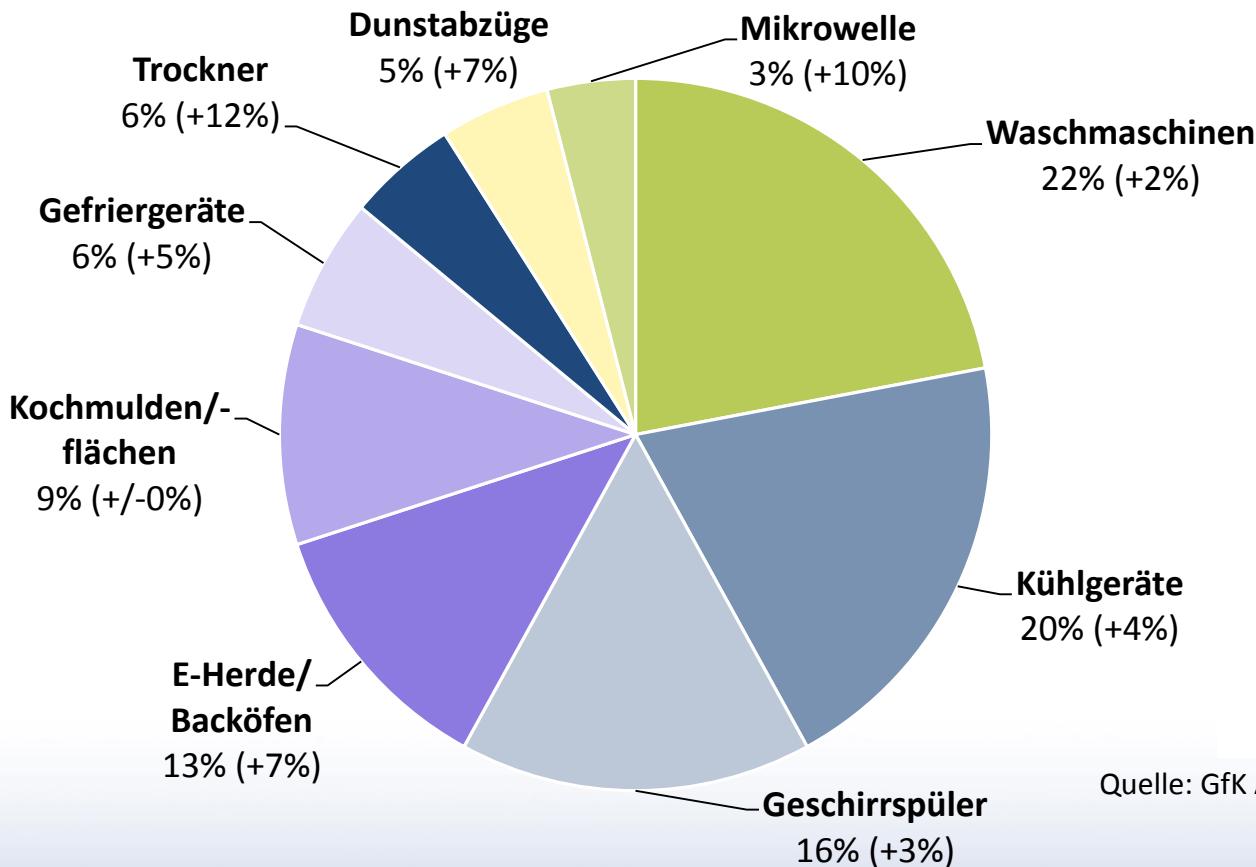


Größte Zuwächse 2015: (gemessen am Umsatz in %)

Weinkühler	+ 15
Wäschetrockner	+ 12
E-Herde/Backöfen	+ 7
Dunstabzugshauben	+ 7

Quelle: GfK Austria Panelmarkt, 1. HJ 2015

- Waschmaschinen, Kühlgeräte und Geschirrspüler umsatzstärkste Produktgruppen
- Umsatz-Zuwächse in allen Produktgruppen



Quelle: GfK Austria Panelmarkt, 1. HJ 2015

- **Haushalte werden kleiner („allein, aber nicht einsam“)**
- **Küche wird zum Social Hub (Internetzugang und vernetzte Geräte)**
- **Simplexity: Einfache Bedienbarkeit intelligenter Geräte**
- **Technik als Ermöglicher, Haushalt als Netzwerk**

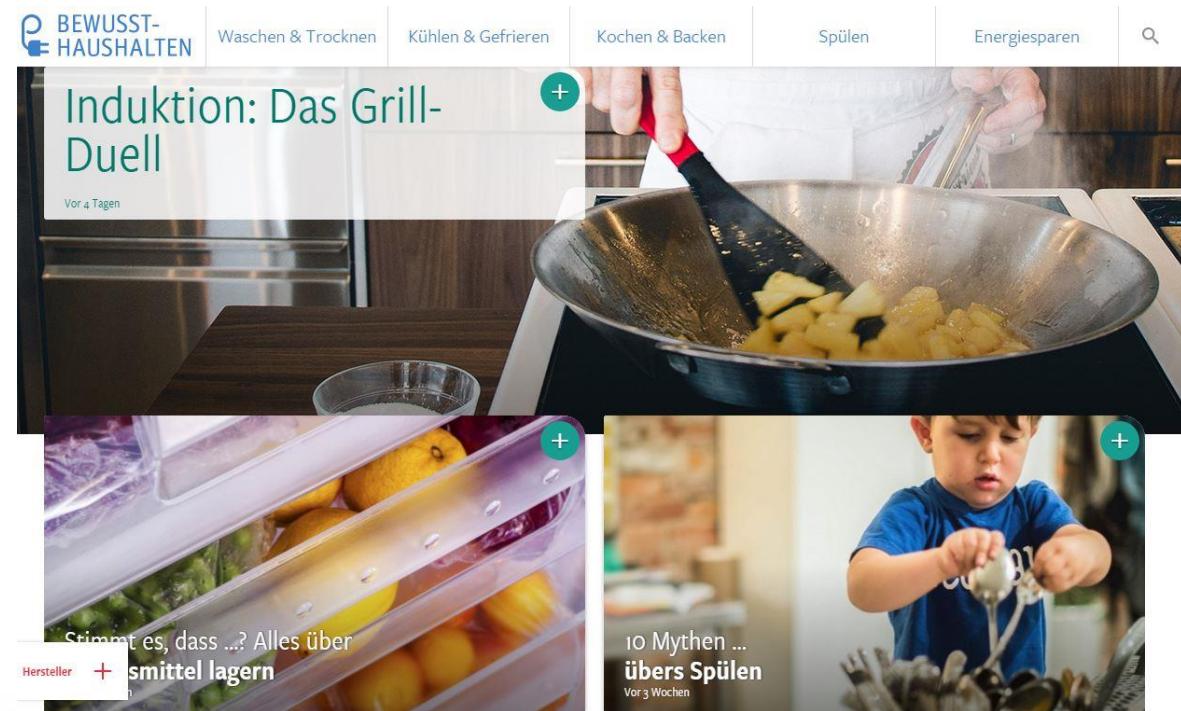
- Effizienz des Alltags
- Haushalt-to-Go
- Restzeit wird Planungszeit
- Kreative Hausarbeit wird zum Status-symbol



Forum Hausgeräte bietet mit www.bewusst-haushalten.at eine markenneutrale Informationsplattform für Konsumenten

Absatzkanäle:

- Etwa 90 Prozent Verkauf über den traditionellen, stationären Handel (+4 Prozent)
- Rund 10 Prozent Verkauf über Online-Handel



Quelle: GfK Austria Panelmarkt, 1. HJ 2015

- Elektrokleingeräte auf Wachstumskurs: 191,92 Mio. Euro Umsatz
- Wachstum in allen umsatztarken Produktsegmenten
- Jänner bis Juli: 7% Umsatzplus bedeutet deutliches Wachstum auf hohem Niveau*



Zuwächse nach Produktsegmenten:

Küchengeräte (+13%)

Küchenmaschinen
Standmixer
Kaffeemaschinen
Espressomaschinen
Wasserkocher
(...)

Körperpflege (9%)

Mundhygiene
Herrenrasierer
Haarschneidegeräte
Hairstyling/Lockenstab
Haarfön
(...)

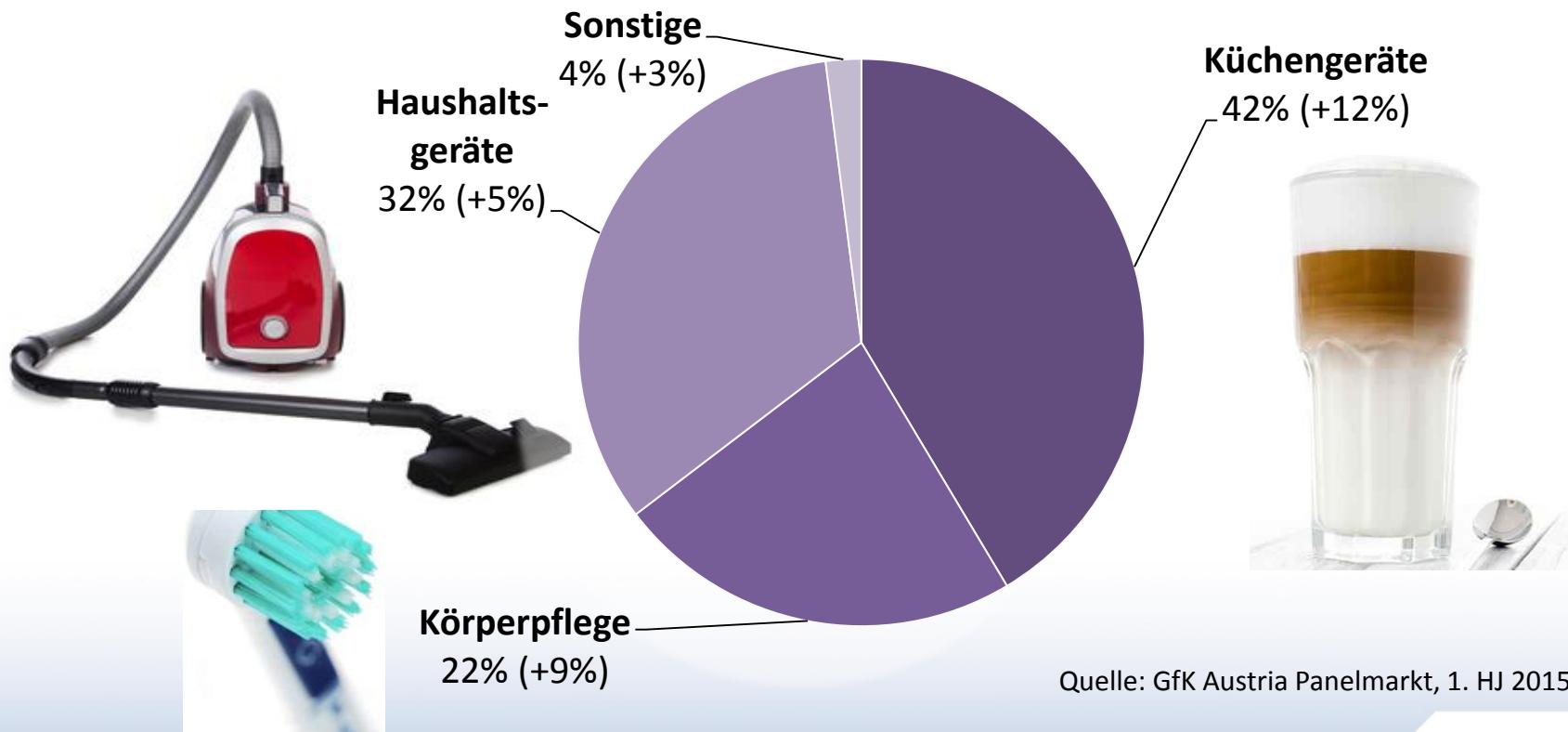
Haushaltsgeräte (+5%)

Staubsauger (kabellos)
Dampfstationen
Dampfbügeleisen
Fensterreiniger
Dampfreiniger
(...)

Quelle: GfK Austria Panelmarkt, 1. HJ 2015

*Nach Umsatz, je Produktkategorie

- **Küchengeräte** (13+) wachstumsstärkstes Segment vor Haushalts- und Körperpflege
- **Espressomaschinen** (24%, +4%) und **Staubsauger** (24%, +9%) generieren zusammen rund die Hälfte des Gesamtumsatzes mit Elektrokleingeräten
- Enormes Wachstum bei **Standmixern** (+122%)
- Akkubetriebene **Staubsauger werden für die schnellere Reinigung vermehrt eingesetzt (+ 57 %)**



Konsumenten suchen Informationen über Elektronik-Konsumgüter im Internet und kaufen im stationären Handel (ROPO: Research Online, Purchase Offline)



Absatzkanäle Elektrokleingeräte:

- Über 2/3 des Umsatzes (150 Mio. Euro) werden über den traditionellen, stationären Handel verkauft
- Weniger als 1/3 Drittels des Gesamtumsatzes (42 Mio. Euro) werden über Online-Handel verkauft

Elektrokleingeräte: Wunsch nach mehr Wohlbefinden ist Innovationsmotor

Neue Produkte und Kundenwünsche gehen Hand in Hand



**Das zeigt der deutlich vermehrte
Absatz von Standmixern und
Küchenmaschinen:**

- Konsumenten ernähren sich deutlich bewusster und wollen mehr Kontrolle über ihre Ernährung behalten.

**Gesundheit bekommt eine neue
Bedeutung:**

- Bewusstsein für Work-Life-Balance
- Steigerung der Energie
- Kontrolle über individuellen Lebensstil



IKT
Bildung
Energie
Gesundheit Verkehr
F&E Energietechnik
Batterien und Akkumulatoren

UMFRAGE: DER VERNETZTE HAUSHALT

BAHNINDUSTRIE.at • DVB-Forum • Elektro-Kleingeräte Forum • EV – Österreichischer Verband der Elektronik-Industrie • Fachhochschule Technikum Wien • FEEI Management-Service GmbH • FMK – Forum Mobilkommunikation • forum consumer electronics • Forum Elektrowerkzeuge und Gartengeräte • Forum Hausgeräte • HLP • IKT academy • LLL – Life Long Learning Academy Technikum Wien • MANUFUTURE-AT • MMF – Mobile Manufacturer Forum • Nationale Technologieplattform Smart Grids Austria • UFH – Umweltforum Haushalt • UFS – Umweltforum Starterbatterien • VAT – Verband Alternativer Telekom-Netzbetreiber

Smart Home: intelligente und vernetzte Hausgeräte bieten einen besseren, komfortableren Alltag

Lifestyle hat sich verändert:

- weniger Zeit wird in Hausarbeit investiert
- Ansprüche werden höher
- veränderte Rollenverteilung rückt auch Männer in die Zielgruppe für Hausgeräte



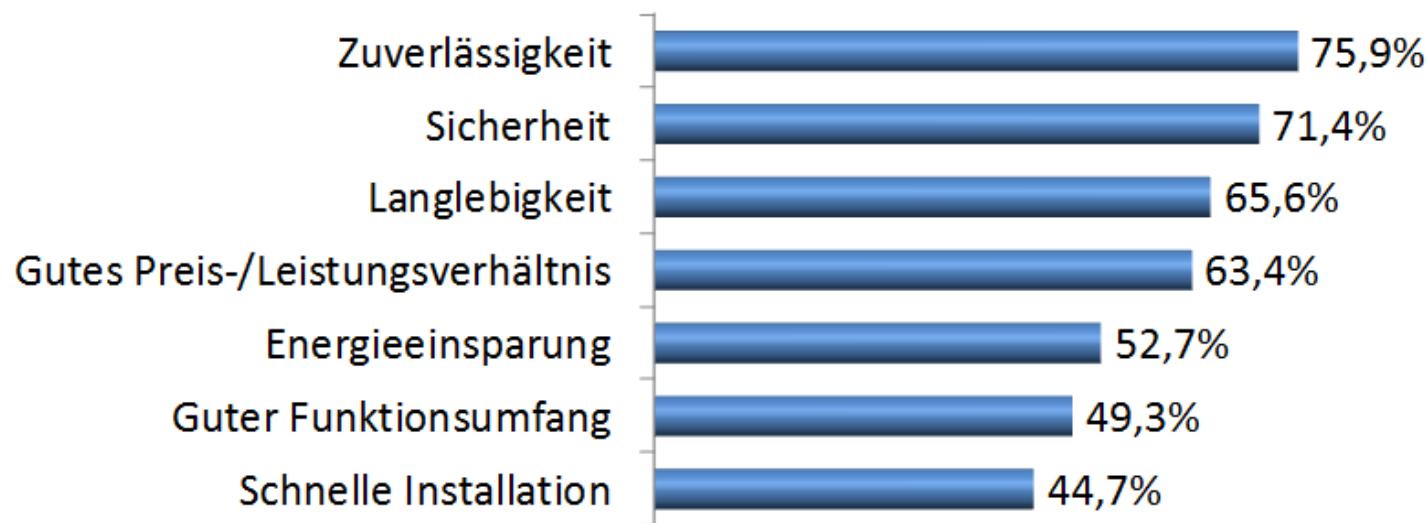
Die Fragestellung:

- Was erwarten sich Österreichs Konsumenten von intelligenten Geräten in einem vernetzten Haushalt?
- Welche Funktionen machen den Alltag leichter?

Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt, n=500, marketagent.com.
Im Auftrag des FEI und Reed Exhibitions

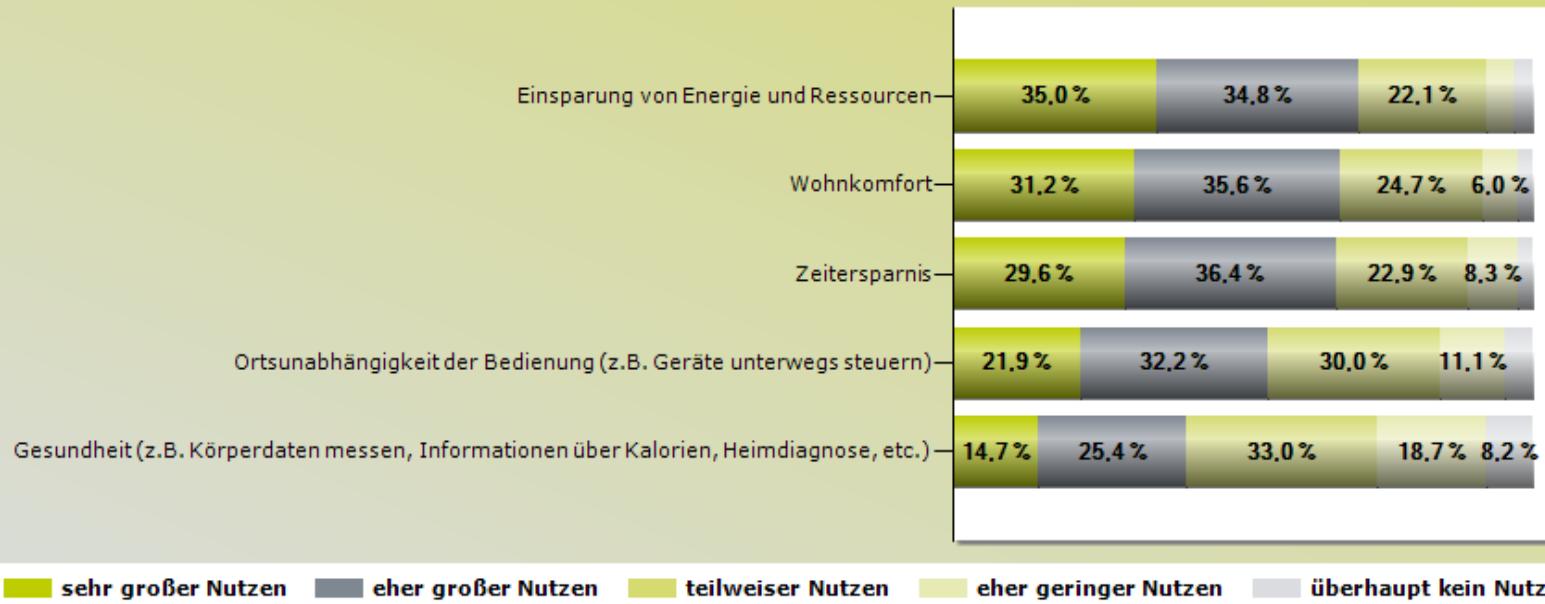
Smart Home soll Zuverlässigkeit und Sicherheit bieten

- Zuverlässigkeit (76 Prozent) und Sicherheit (71 Prozent) sind die mit Abstand meistgenannten Eigenschaften, die der Konsument im Smart Home als sehr wichtig erachtet – wie sehr oft bei neuen Technologien.



Frage: „Welche Faktoren in der Anwendung sind bzw. wären Ihnen wichtig, wenn Sie vernetzte Geräte in Betrieb nehmen bzw. haben?“

Konsumenten erwarten sich von smarten Geräten vor allem mehr Energieersparnis und Wohnkomfort

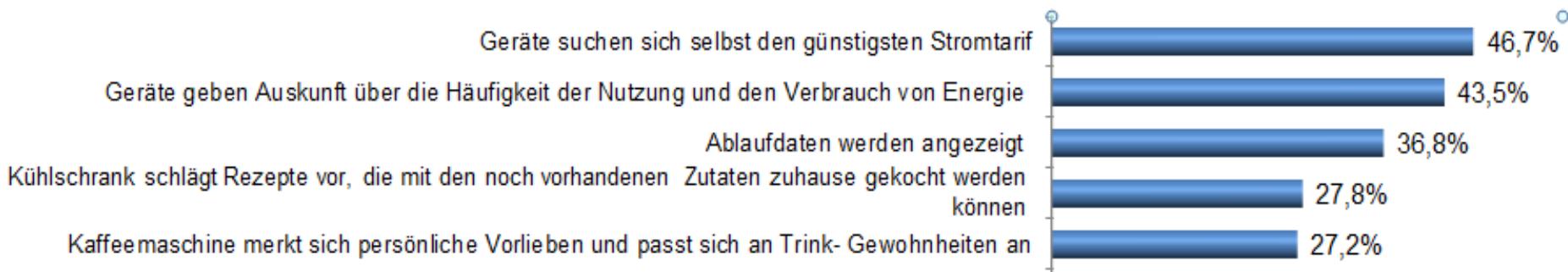


Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)

Frage: „Wie groß sehen Sie ganz allgemein den Nutzen von "intelligenten Geräten" in den folgenden Bereichen?“

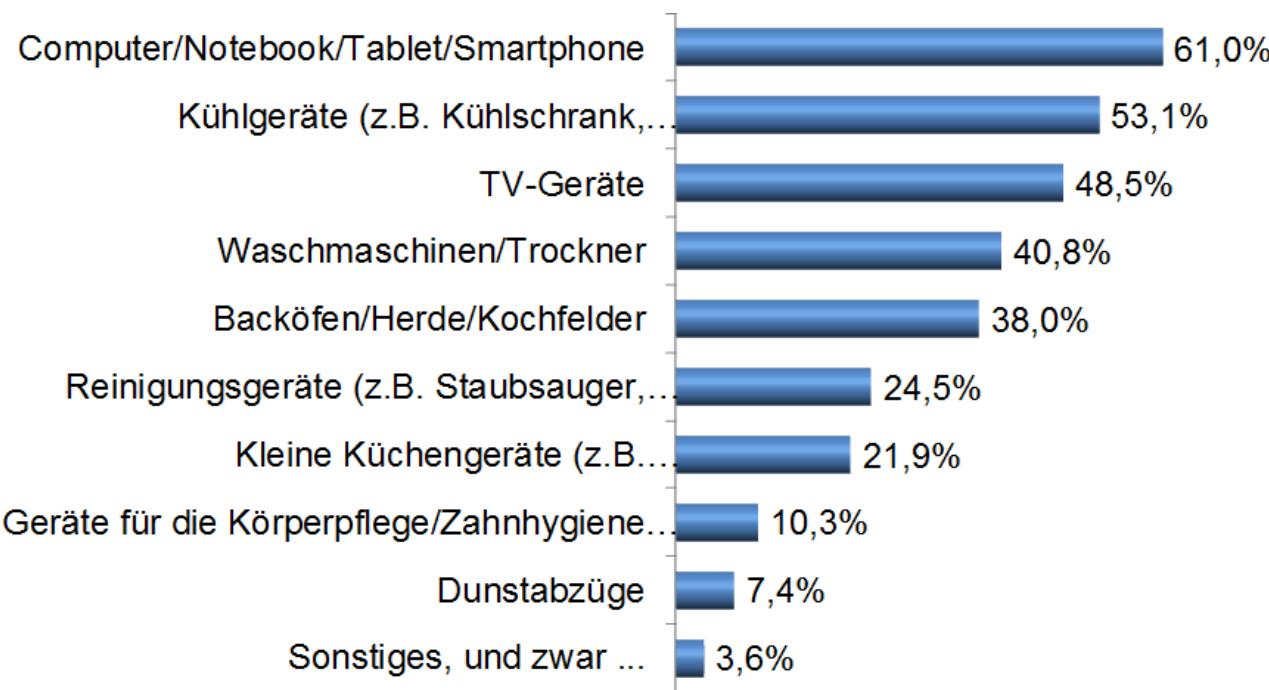
Die Österreicher erwarten sich einen besseren Alltag vor allem von Funktionen, die Energiesparen leichter machen

- Suche nach dem günstigsten Stromtarif
- Auskunft über Stromverbrauch
- Information über Ablaufdaten von Lebensmittel
- Rezeptideen
- Lernende Kaffeemaschine



Frage: „Welche "smarten Funktionen" von Haushgeräten würden Ihren Alltag einfacher machen?“

Blick in die Zukunft zeigt, dass sich Konsumenten – abgesehen von Computer und Handys – auch von vernetzten Hausgeräten am meisten Nutzen erwarten.



Frage: „Von welchen Gerätegruppen können Sie sich in Zukunft durch "smarte Funktionen" am meisten Nutzen für einen angenehmen Alltag vorstellen?“

FUTURA 2015, Messe Salzburg



Donnerstag, 17.9., ab 18 Uhr

„Im Zeichen der Vernetzung“

Branchenabend in der „Meet & Eat“-Area in
Halle 10

17.9.-19.9., Neuheiten und Trends testen

„Smart und vernetzt in die Zukunft“

Know-how aus erster Hand
HiFi & Audio erleben

Zukunftstrends vor Ort testen

Connectivity, Smart Home,
Nachhaltigkeit und Energieeffizienz live
erfahren

Kontakt

FEEI Kommunikation

Mag. Gabriele Schöngruber
Tel: 01/588 39-63
E: schoengruber@feei.at

FEEI Kommunikation

Johanna Lindl
Tel: 01/588 39-61
E: lindl@feei.at