

GfK

GfK Living

Bestandsanalyse zu ausgewählten Elektrokleingeräten in
Deutschland
GfK Living, August 2009



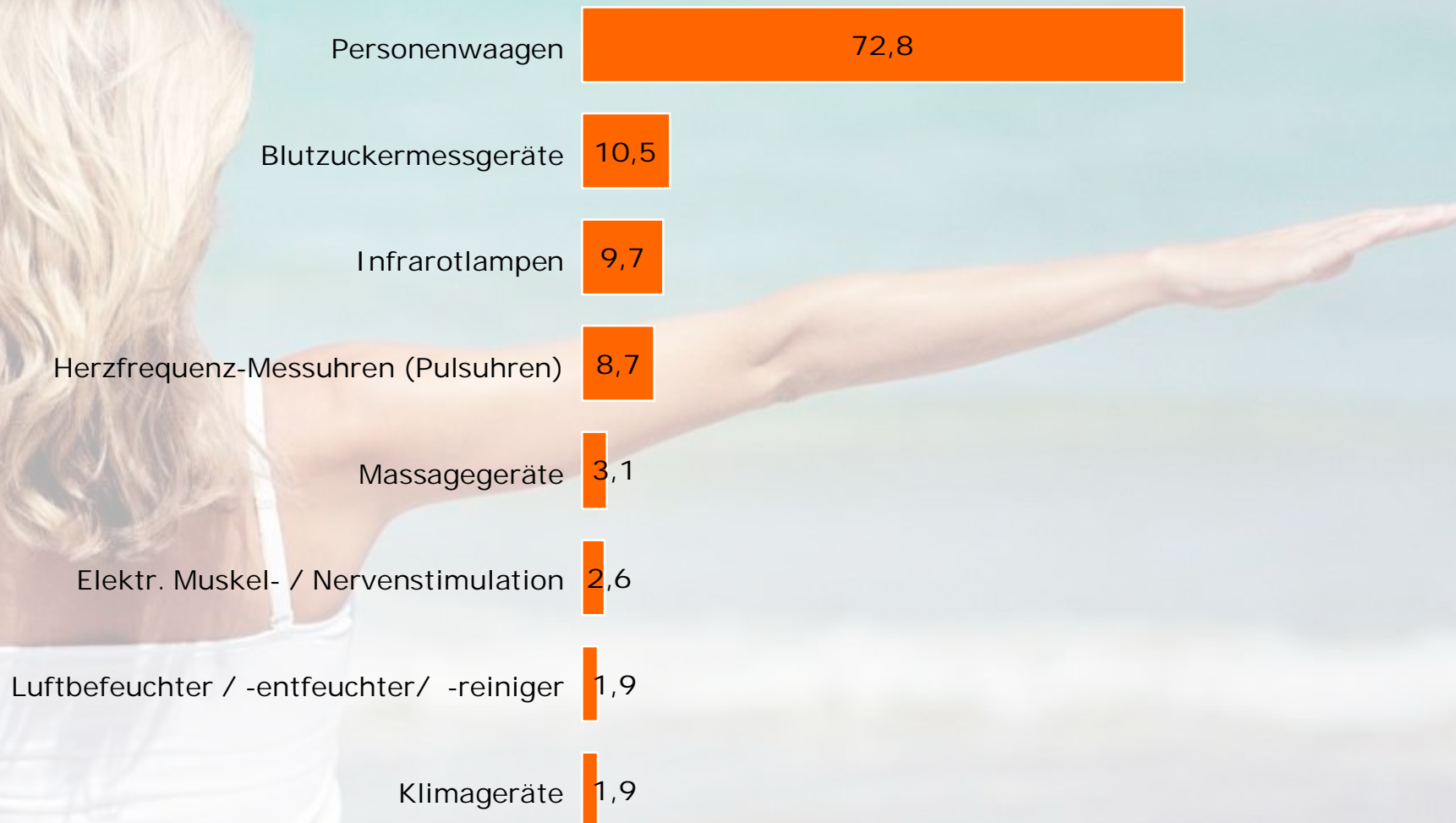
Agenda

- 1 Ergebnisse Health & Beauty Care
- 2 Bestandsanalyse in Deutschland
- 3 Beispiele

Ausgewählte Health & Beauty Care Produkte - Marktsättigung

in %, August 2009

3



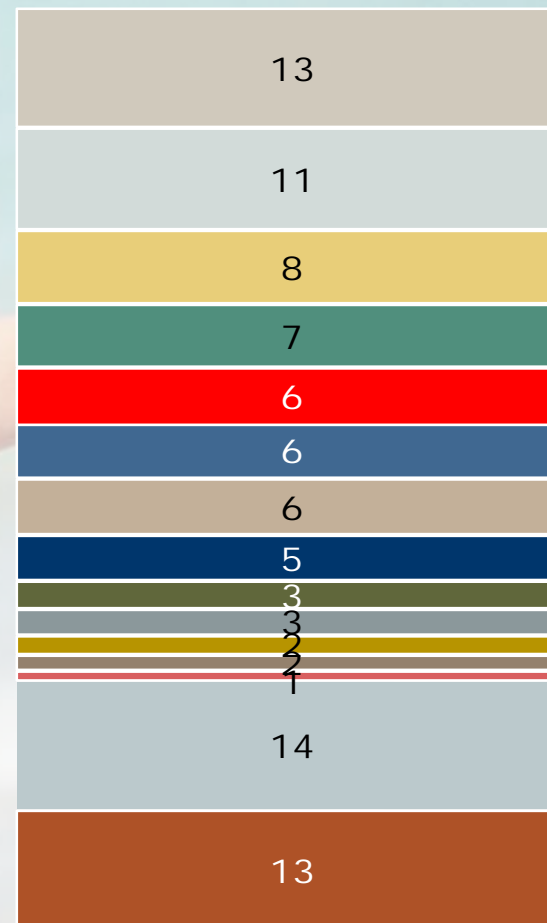
GfK

Ausgewählte Health & Beauty Care Produkte - Einkaufsstättenanteile

Käufe 01/2008 – 07/2009

4

- Verbrauchermarkt
- Discounter
- Internet
- Elektrofachmarkt
- Apotheke
- Kauf- / Warenhaus
- Versandhandel
- Arzt / Arztpraxis
- Drogeriemarkt
- Hersteller / Werksverkauf
- Fachhandel(Elekt./Hausrat)
- Kaffeegeschäft
- Sanitätshaus
- Sonstige Einkaufsstätten
- o. A./ als Geschenk erhalten



Ausgewählte Health & Beauty Care Produkte

5

Jedes Jahr zum Stichtag 01. August führt GfK Living eine Bestandserhebung zu Produkten aus den Bereichen Health & Beauty Care bei 15.000 privaten deutschen Haushalten durch.

Mit einer Marktsättigung von 72,8 % ist die Personenwaage am häufigsten in den Haushalten vorzufinden. Auf Platz 2 folgen die Blutzuckermessgeräte (Marktsättigung 10,5 %).

Schlusslichter des Rankings sind Luftbe- und -entfeuchter sowie Klimageräte.

Großflächige Verbrauchermärkte sowie Lebensmittel-Discounter sind die am häufigsten gewählten Einkaufsstätten für diese Gesundheits- und Schönheitsprodukte. Discounter sind vor allem durch ihre Aktionsware für den Konsumenten interessant. Sanitätshäuser und Apotheken rangieren auf einem deutlich niedrigeren Niveau. Das Internet hat deutlich aufgeholt und liegt als Einkaufsstätte mittlerweile auf dem dritten Rang.

Nähere Informationen erhalten Sie von

Uwe Broeske
Tel.: +49-(0)911-395-4214
uwe.broeske@gfk.com

Sabine Frühwald
Tel.: +49-(0)911-395-4403
sabine.fruehwald@gfk.com

Agenda

- 1 Ergebnisse Health & Beauty Care
- 2 Bestandsanalyse in Deutschland
- 3 Beispiele

Bestandsanalyse - Methodensteckbrief

7

GfK Living hat im August 2009 im Haushaltspanel für Gebrauchsgüter erneut eine Untersuchung über den **Bestand** und die **Anschaffungen** von **ausgewählten Elektro-Haushaltsgeräten** durchgeführt

Basis dieser Erhebung sind Meldungen über den Bestand und den Kauf dieser Geräte bis Ende Juli 2009 von **15.000 repräsentativ ausgewählten privaten Haushalten in Deutschland**, die sich wie folgt verteilen:

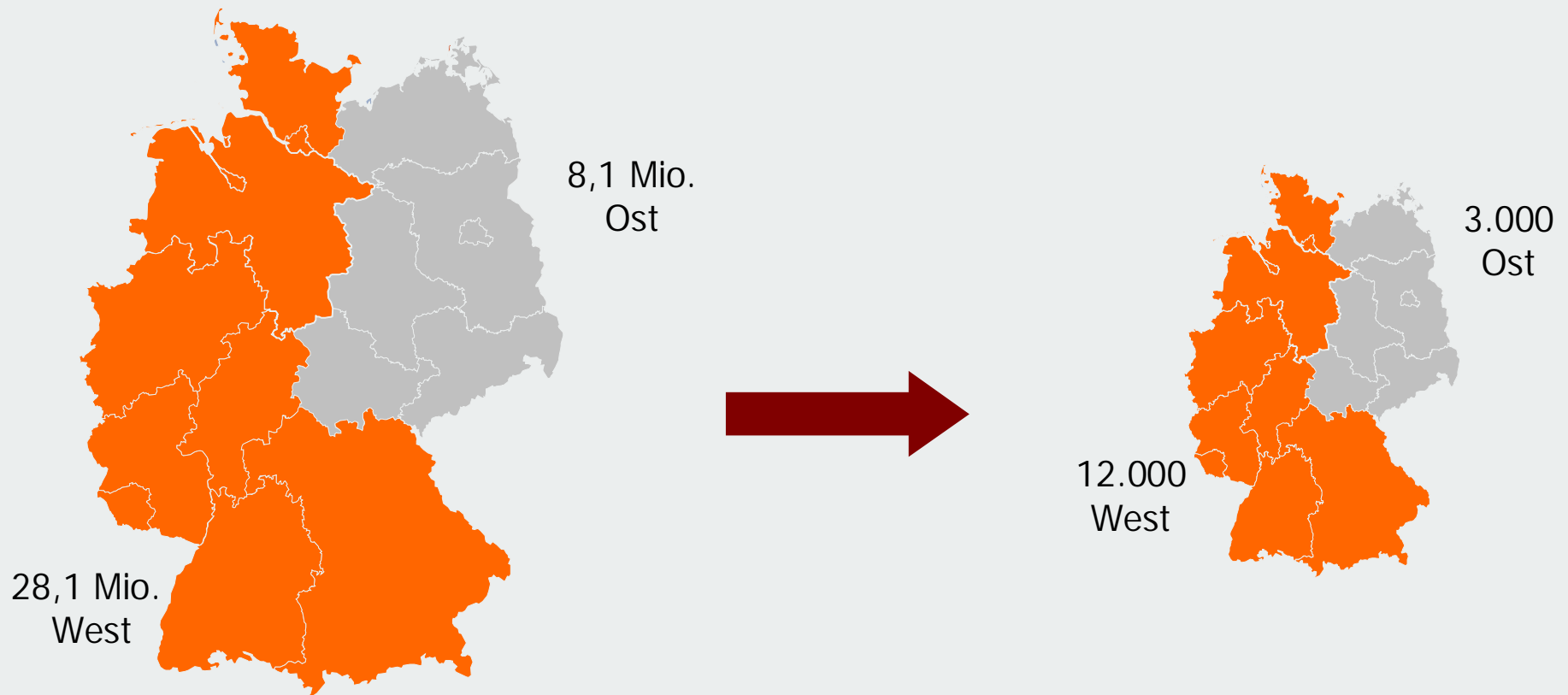
- 12.000 Haushalte in Westdeutschland und
- 3.000 Haushalte in Ostdeutschland

Die Ergebnisse stehen **repräsentativ** für alle **privaten deutschen Haushalte** (36,2 Mio.). Nicht berücksichtigt sind ausländische Haushalte, Anstaltshaushalte, gewerblicher Bedarf, etc.

Repräsentativität

15.000 Panel-Teilnehmer repräsentieren 36,2 Mio. HH

8



Das Panel ist repräsentativ nach den Vorgaben des Mikrozensus.

36,2 Mio. private deutsche Haushalte

15.000 Panel-Teilnehmer

GfK

Beobachtete Kategorien 2009

9

- Wetterstationen
- Wasserfilter
- Blutzuckermessgeräte
- Herzfrequenz-Messuhr/ Pulsmessuhren
- Elektr. Massagegeräte/ -Sessel
- Elektr. Muskel- und Nervenstimulatoren
- Elektr. Luftbefeuchter/ Luftentfeuchter/ Luftreiniger
- Personenwaagen
- Elektr. Klimageräte
- Lichtwecker / Lichttherapiegeräte
- Grills / Grillgeräte
- Dampfgarer



Kategoriespezifische Abfrageinhalte

10

1

Wetterstationen/ Elektr. bzw. Funk-Wetterstation

- Wetterstation mit Zeigern (analog)
- Funk-Wetterstation (digital) mit/ ohne Wetterprognose
- Elektronische Wetterstation (digital)



2

Wasserfilter (Sologerät)

- mit Kartuschenwechselanzeige
- ohne Kartuschenwechselanzeige



3

Blutzuckermessgerät

- Art der Diabetes
- Anzahl Geräte im Haushalt



4

Herzfrequenz - Messuhr

- Geschlecht und Alter des Nutzers
- Gründe für den Kauf



Kategoriespezifische Abfrageinhalte

11

5

Elektr. Muskel- und Nervenstimulator

- nur für Schmerztherapie
- nur für Muskeltraining
- für Schmerztherapie und Muskeltraining



6

Elektr. Massagegeräte / -sessel

- Standmassagegeräte
- Gerät für den Handbetrieb
- Fußmassagegerät
- Massagesessel



7

Elektr. Luftbefeuchter / Elektr. Luftentfeuchter/ Elektr. Luftreiniger

- Elektr. Luftbefeuchter
- Elektr. Luftentfeuchter
- Elektr. Luftreiniger
- Kombigerät (Luftbefeuchter + Luftreiniger)



8

Elektr. Klimageräte

- freistehend/ mobil
- fest/ in die Wand eingebaut



GfK

Kategoriespezifische Abfrageinhalte

12

Personenwaagen

9

- Materialart
- Körperwasser- / Körperfett- / Muskelmasse- / Idealgewichtsanzeige
- Digital- / Zeigerwaage/ Solar etc.
- Skaleneinteilung



10

Lichtwecker / Lichttherapiegeräte

- Lichtwecker / Wake-up Lights
- Lichttherapiegeräte / Lichtduschen
- Stimmungslicht
- Infrarotlampe



11

Grills / Grillgeräte

- elektrische Grills / Barbecuegrills
- (reine) Holzkohlengrills / Kamingrills
- (reine) Gasgrills
- Gas- / Holzkohlengrills (Kombinationsgeräte) / Outdoorküchen



GfK

Kategoriespezifische Abfrageinhalte

13

Dampfgarer

- Typen

12

integrierter Dampfgarer

freistehender Dampfgarer

freistehender kompakter Dampfgarer



Kerninformationen 2009 und Neuheiten

14

- **Marktsättigung / Ausstattungsgrad** in %
Wie viele von 100 Haushalten besitzen ein derartiges Gerät?
- Anzahl der **Besitzerhaushalte** (in Mio.)
- **Bestandsvolumen** (in Mio. Stk.)
- **Marktvolumen** Jahr 2008 und Jan-Jul. 2009
- **Soziodemographische Zielgruppenprofile der Besitzer- und Käuferhaushalte:**
Regionen, Ortsgrößen (Einwohnerzahl), Haushaltgröße, monatliches Haushalts-Netto-Einkommen, Alter der haushaltsführenden Person, Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person, Beruf des Hauptverdieners, Miet- und Wohnverhältnisse

NEUHEIT:

In allen Kategorien wird der Mehrfachbesitz erfasst, incl. wie viele Geräte sind insgesamt im Haushalt vorhanden und von welcher Marke sind die jeweiligen Geräte

Abfrageinhalte

Schriftliche Befragung Anfang August jeden Jahres mit Produktabbildungen

15



Ihre Investition (in Euro, net)

16

1	Wetterstation/ Elektr. bzw. Funk-Wetterstation	€ 4.550
2	Wasserfilter	€ 4.100
3	Blutzuckermessgerät	€ 4.300
4	Herzfrequenz-Messuhr	€ 5.700
5	Elektr. Muskel- und Nervenstimulator	€ 4.550
6	Elektr. Massagegerät/ -Sessel	€ 3.450
7	Elektr. Luftbefeuchter/ Luftentfeuchter/ Luftreiniger	€ 4.050
8	Elektr. Klimagerät	€ 4.300
9	Personenwaage	€ 5.700
10	Lichtwecker / Lichttherapiegeräte	€ 5.200
11	Grillgeräte (Gas/Elektro/Holzkohle)	€ 5.200
12	Dampfgarer	€ 1.800

Verknüpfungsmöglichkeiten mit unsere Tools - Single Source Preise auf Anfrage

17

Nachbefragung von Spezialzielgruppen

z. B.: Besitzerhaushalte bestimmter Geräte, bestimmter Marken

Neuanschafter bestimmter Geräte oder Marken in einem Zeitraum
soziodemographische Zielgruppen

Ihre Investition

auf Anfrage

Mediaplanung auf Basis des GfK MediaProfiler

ab 3.800,-- Euro

In den GfK Verbraucherpanels wird das Mediennutzungsverhalten der Panelteilnehmer in einem „MA“-kompatiblen Standard erhoben. Damit kann mit dem GfK MediaProfiler für panelbasierte Zielgruppen ein komplettes Mediaprofil erstellt werden.

Web-Analyse auf Basis des GfK WebEfficiencyPanels

ab 4.400,-- Euro

Weltweit einmalige elektronische Messung von Online Nutzung und Käufen in einem Single Source Panel

Gemessen wird die Online Nutzung aller Personen ab 6 Jahren in den GfK Panels.

Die Daten werden derzeit auf 21 Servern für 12 Monate gespeichert. Analysen sind damit jederzeit abrufbar.



Weitere Bestandserhebungen von GfK Living: GfK OwnershipMonitor West- und Ost-Europa

18

- Aus diesen Studien, die jedes Jahr durchgeführt werden können, erhalten Sie Information über die Besitzer- und Käuferreichweiten von Elektrogeräten in 18 europäischen Ländern: **Russland, Ukraine, Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Kroatien, Rumänien, Bulgarien, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, Niederlande, Schweden, Österreich, Schweiz und Deutschland**
- Erfahren Sie mehr über Ihre Kunden und deren soziodemographische Struktur, z. B. über die Besitzer bestimmter Gerätetypen oder Marken!
- Quantifizieren Sie Ihr Absatzpotenzial, indem Sie die Altersstruktur des Bestandes an Elektrogeräten in ganz Europa analysieren!
- Gewinnen Sie Einblick in Märkte, Marken, Handelslandschaften und Preisgefüge in 18 Ländern!
- Informieren Sie sich über die Kaufentscheidungskriterien Ihrer europäischen Endkunden in allen beobachteten Warengruppen!
- ➔ Diese Studie bietet grundlegende Consumer Insights in die Märkte für Elektrogeräte in allen wichtigen europäischen Ländern!
- ➔ Wenn Sie nähere Informationen wünschen rufen Sie uns einfach unverbindlich an!

Agenda

- 1 Ergebnisse Health & Beauty Care
- 2 Bestandsanalyse in Deutschland
- 3 Beispiele

Kategorie X

FICTITIOUS DATA!!

20

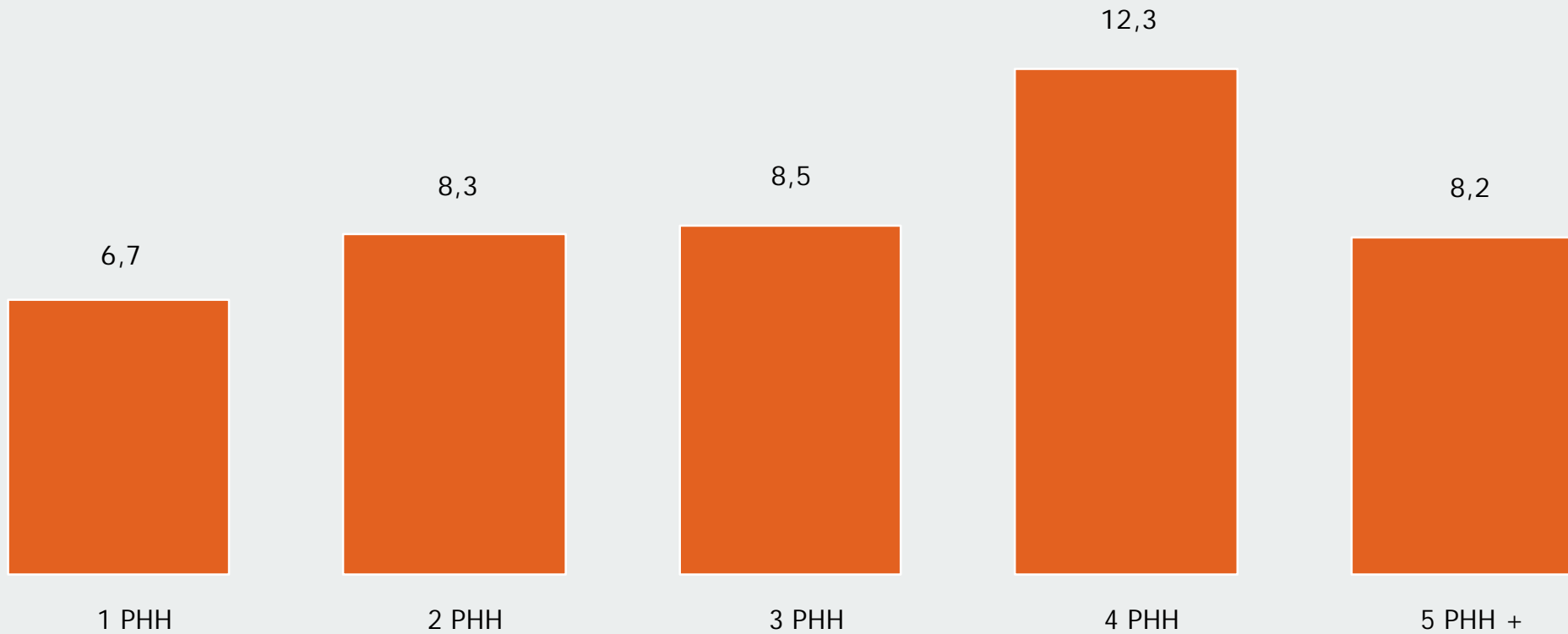
Ausstattungsgrad (Marktsättigung in %) / 2008

Marktsättigung in %	Besitzer-HH in Mio.	Gerätebestand in Mio. Stck.	Anzahl Befragter HH (Sample-Größe)	Haushalte gesamt in Mio.
76,0	26,48	26,48	15.000	34,85

Marktsättigung in % nach Haushaltsgröße

FICTITIOUS DATA!!

21

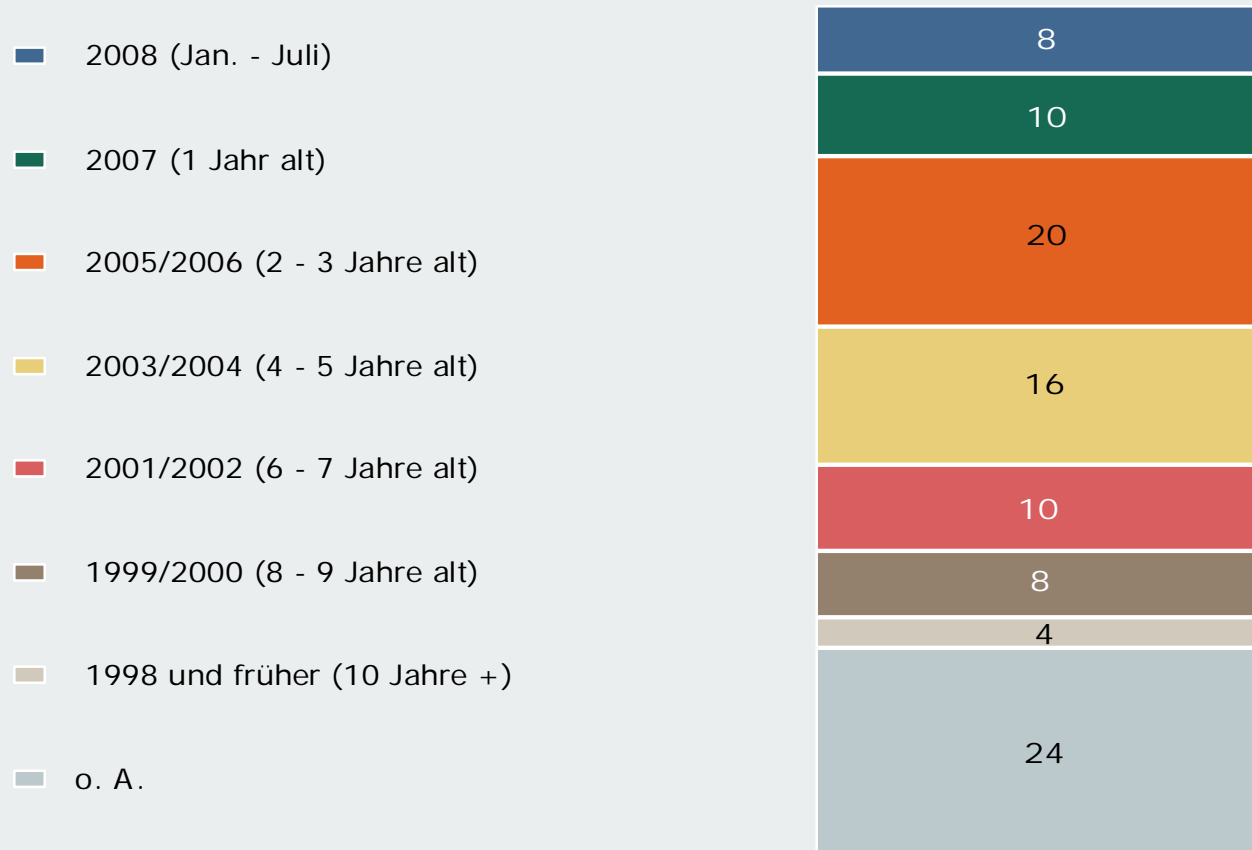


GfK

Bestand nach Anschaffungsjahren in %

FICTITIOUS DATA!!

22



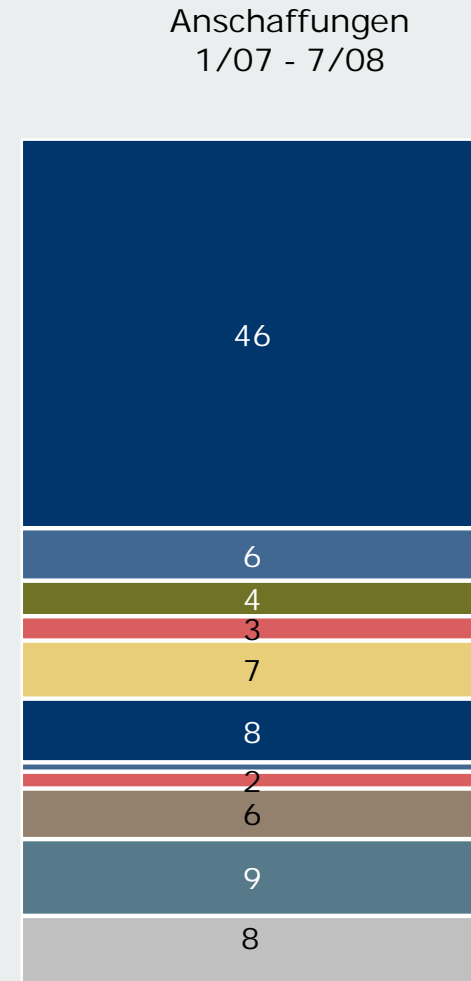
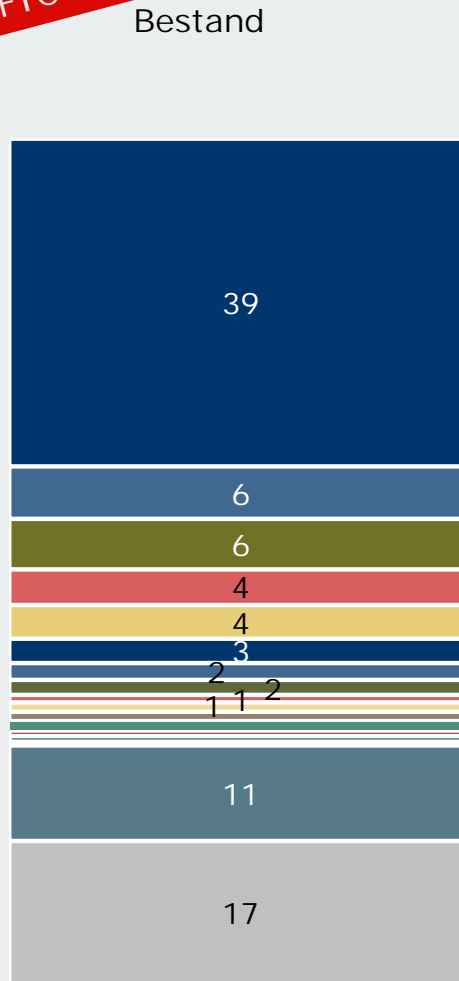
Markenanteile Bestand vs. Anschaffungen 1/07 - 7/08 in %

Basis: Menge

FICTITIOUS DATA!!

Marken

- Brand 1
- Brand 2
- Brand 3
- Brand 4
- Brand 5
- Brand 6
- Brand 7
- Brand 8
- Brand 9
- Brand 10
- Brand 11
- Brand 12
- Brand 13
- Brand 14
- Brand 15
- other brands
- brand not known



Bestands- /Anschaffungsvolumen
in Mio. Stück

2,88

0,51



Anteil der Geschenkkäufe 1/07 - 7/08 in %

Basis: Menge

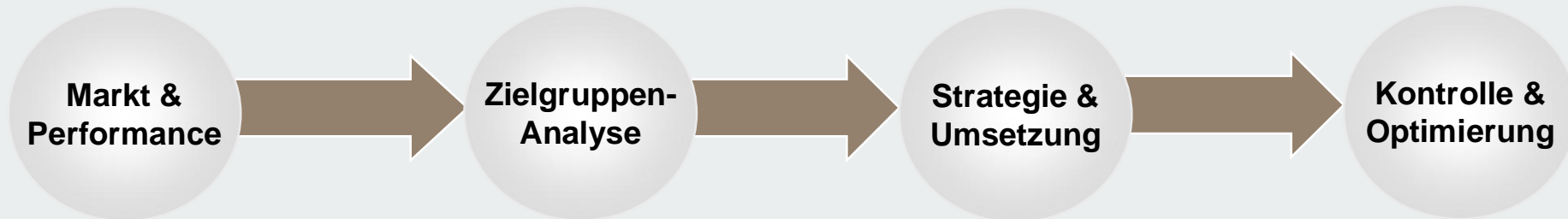
FICTITIOUS DATA!!

24



Unsere Tools für Ihren Markterfolg - Single Source

25



Markt & Marktentwicklung

- GfK ElektroPanel DE
- GfK ElectroPanel FR
- GfK ElectroPanel Europe (coming up 2010)
- GfK OwnerShipAnalysis Eastern Europe
- GfK OwnerShipAnalysis Western Europe

Marktindikatoren

- Studie zur Finanzkrise
- GfK NachhaltigkeitsMonitor

Marktprognose

- GfK Forecast

Zielgruppenidentifizierung

- GfK TargetGroupProfiler

Zielgruppenbefragung

- GfK TargetSelector*
- GfK Greyhound (50plus Bus)

Zielgruppen-Segmentierung

- GfK SegmentationPLUS
- GfK ElectroStyles
- GfK Shoppertypen Nonfood
- GfK Mediennutzertypologie
- GfK/Roland Berger CR-Typologie

Spezialzielgruppen

- GfK NachhaltigkeitsTypen
- GfK Seniorenlebenswelten
- GfK Online-Nutzertypen

Unternehmensstrategie

- GfK StrategieWorkshop

Produkt- und Preisstrategie

- GfK SalesOptimizer (Conjoint)
- GfK PriceMeter

Medienstrategie

- GfK MediaProfiler
- GfK CrossMediaSelector

Category Management

- GfK Consumer Decision Tree

Customer Relationship

- GfK CRM Profiler
- GfK CRM Scorer
- GfK CRM Adress

Marktperformance

- GfK BrandCheck
- GfK PerformanceCheck
- GfK ElektroServiceBarometer
- GfK Usage&Attitude-Monitor

Werbeerfolgsmessung

- GfK WebEfficiencyPanel
- GfK MediaOptimizer



* Jeweils auch im WEP durchführbar: GfK TargetSelector^{WEP}; GfK MediaProfiler^{WEP}; GfK CrossMediaSelector^{WEP}; GfK CampaignEvaluator^{WEP}; GfK MediaOptimizer^{WEP}

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within a solid orange square.

GfK Living

Ihre Ansprechpartner bei GfK Living:

GfK SE
Panel Services / GfK Living
Sabine Frühwald
Senior Research Consultant

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 - 4403
Email: sabine.fruehwald@gfk.com
www.gfk-living.com

GfK SE
Panel Services / GfK Living
Uwe Broeske
Senior Research Consultant

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 - 4214
Email: uwe.broeske@gfk.com
www.gfk-living.com