

PRESSE-INFO

Der Mensch im Fokus: Lichtbranche im rasanten Wandel

2015 war ein Jahr des Online-Handels

Köln. Der Markt für Leuchten und Lampen unterliegt einem rasanten Wandel. Ging es bei dem Glühlampen-Verbot (2009) noch ausschließlich um Energieeinsparung, rückte die Innovations-Dynamik der Branche Lichtkonzepte und die Wirkung des Lichts in den Fokus. Erste Veränderungen misst Marketmedia24 im aktuellen „Branchen-Report Leuchten und Lampen 2016“. So stiegen die Konsumausgaben der Deutschen für Wohnraumleuchten von 2010 bis 2015 um 17 Prozent. Parallel verändern sich Geschäftsmodelle und Wertschöpfung. Der Konsument, der noch immer in Watt denkt, aber Lumen kaufen muss, sucht Orientierung. Das gilt vor allem für die Ausschöpfung der Möglichkeiten bis hin zur Einbindung des Lichtes ins Smart Home. Herausforderung für den Leuchtenfachhandel, der vom Produkt- zum Lösungsanbieter mutieren muss, will er sich dem Preissog entziehen bzw. nicht vom Wettbewerb im Internet komplett ausgekontert werden. Denn 2013 stieß dieser die stationären Fachhandels-Kollegen von Platz zwei der Distributionsstatistik.

Nach LED, OLED erklimmt die Licht-Nutzung im privaten Bereich nun mit Smart Lighting und Human Centric Lighting (HCL) die nächsten Entwicklungsstufen der Leuchten- und Lampenbranche. Folglich standen die neuen und kommenden Beleuchtungslösungen für die verschiedensten Bereiche des täglichen Lebens auf der Weltleitmesse der Branche in Frankfurt, der Light + Building 2016, im Fokus. Zwar spielt auch dabei das Energiespar-Argument eine Rolle, gleichzeitig findet aber ein Paradigmenwechsel statt. Technologie und Energie rücken als Hygienefaktoren in den Hintergrund, während Komfort und Nutzen die Marketing-Strategien der Branche erobern werden. Mehr auf die Menschen schauen, will der Lighting Europe Verband, der mit der menschenfreundlichen Prämisse allerdings einen nicht unerheblichen wirtschaftlichen Nutzen verbindet. Konkret wird der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V., Frankfurt, (ZVEI). Er prognostiziert eine Ausstattung mit HCL von 20 Prozent im Gesundheitssektor und von 13 Prozent in Bürogebäuden für das Jahr 2020.

Schon einmal hat mit LED eine technische Innovation in der Branche für Hoffnung aber auch für Zögerlichkeit auf Konsumentenseite gesorgt. Denn das „neue Licht“ brauchte eine gewisse Anlaufzeit. Vor allem bedurfte es der Entwicklung des „Warmtons“ bzw. wohnlicher Lichtfarben und der Dimmbarkeit, um der neuen Licht-Zeit zu einem echten Durchbruch zu verhelfen. Doch nach den „Irrungen und Wirrungen“ der letzten Jahre, haben sich die Konsumenten mit dem neuen Licht angefreundet, bestätigt Thorsten Niebuhr, Vertriebsleiter Leuchten, E-Insta der EK/servicegroup, Bielefeld. Für ihn war 2015 aus Fachhandelssicht ein gutes Jahr. Allerdings muss auch Niebuhr konzedieren, dass „2015 ein Jahr des Online-Handels“ war, der insbesondere im mittleren Preisbereich deutlich zugelegt hat. An die Nummer eins, die Bau- und Heimwerkermärkte, reichen Versender/Online-Handel und Direktvertrieb mit ihrem im Vergleich nicht einmal halb so großen Umsatzvolumen allerdings längst nicht an den Marktführer heran.

Licht ist wichtiger Wohlfühlfaktor

Konsumausgaben 2015 im Vergleich zu 2010

Leuchten und Lampen insgesamt: +4,6%



Die durchschnittlichen Konsumausgaben der Deutschen allein für Wohnraumleuchten stiegen von 2010 bis 2015 um 17 Prozent.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Als deutlicher Gewinner erwies sich 2015 der Möbelhandel, der ein Umsatzplus von 3 Prozent generierte. Gepunktet wird vor allem, wenn das einstige Fachsortiment zum strategischen Faktor und ein Must für die ganzheitliche Einrichtungskompetenz werden. Gerald Berchtenbreiter, Geschäftsführer der Pilipp GmbH Einrichtungshaus, Ansbach: „Mit Leuchten emotionalisieren wir unsere Flächen, unterstreichen unsere Einrichtungskompetenz und generieren Cross-Selling-Umsätze.“

Während Innovation im Handel wesentlicher Marktmotor ist, ist sie Überlebensstrategie für die deutsche Industrie, um den Herausforderungen des zunehmend internationalen Wettbewerbs zu begegnen, unterstrich Manfred Diez, Vorsitzender des ZVEI-Fachverbands Licht, im Dezember 2015 vor der Presse. Die Entwicklung des Exportgeschäftes gibt ihm Recht. Exportierten deutsche Hersteller und Händler 2010 noch Wohnraumleuchten im Wert von 676 Millionen Euro, so stieg der Wert bis 2015 auf 968 Millionen Euro. Dabei machen es sich vor allem die Österreicher unter diesen Leuchten gemütlich. Auf der Importseite dominiert die Volksrepublik China das Geschehen. Über 50 Prozent aller nach Deutschland importierten Wohnraumleuchten kommen aus China.

Die neue Studie „Branchen-Report Leuchten und Lampen 2016“ liefert belastbare Fakten und Zahlen für alle Warengruppen und relevanten Vertriebskanäle. Sie ist zum Preis von 650,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

4.689 Zeichen inkl. Leerzeichen | 622 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49(0)2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Der Abdruck ist honorarfrei.
Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.



Die Markt- und Handelsspezialisten von Marketmedia24 halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie.

Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.