

PRESSE-INFO

Neue Studie „Branchen-SPIEGEL Licht 2018“ erschienen

Innovationsspirale verändert das Marktgefüge

Köln, 7. Februar 2018 - Angetrieben von einer sich permanent drehenden Innovationsspirale bleibt Licht ein Trendthema, für das die Deutschen auch 2017 mehr Geld ausgaben. „Mit rund 2,4 Milliarden Euro stieg der Umsatz mit Leuchten und Lampen im Vorjahresvergleich um 2,6 Prozent“, so Marktforschungsleiter Karl Oerder, Marketmedia24. Doch Industrie und Handel stehen vor der Herausforderung, die sich dynamisch entwickelnde Komplexität der Produkte auf eine konsumierbare Ebene zu übertragen.

Dass die Kölner Möbelmesse (imm) für ihre Veranstaltung im Januar 2018 Licht als integralen Bestandteil des Wohnens ins Messekonzept aufnahm, ist ein deutliches Signal. Für die Wohn-Messemacher gaben der ganzheitliche Ansatz und die Verknüpfung mit digitaler Technologie den Ausschlag. Es ist kein Zufall, dass der Möbelhandel im Vergleich zu seinen Wettbewerbern das Licht-Jahr 2017 mit dem größten Umsatzplus (plus 4,6 Prozent) abschloss. Auch die Licht-Industrie weiß es zu schätzen, dass dieser immer wichtiger werdende Vertriebsweg Lichtprodukte mit Möbeln emotionalisiert und berät.

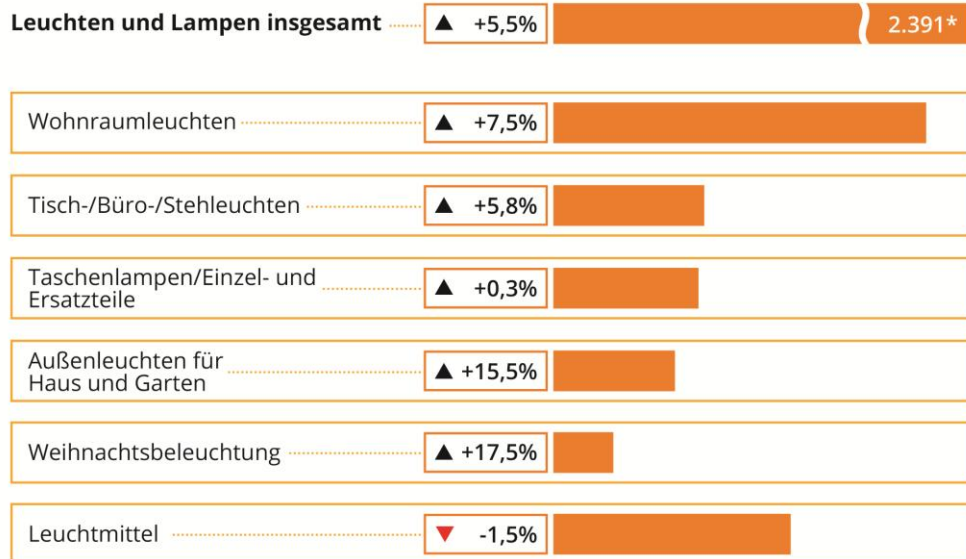
Insgesamt treiben Komfort, Sicherheit und Energieeffizienz als Marktmotoren die Innovationsspirale der Licht-Branche an. Eine Entwicklung, die weder in kreativen Leuchten-Designs noch in Lampen-Innovationen wie zum Beispiel der OLED (organische Leuchtdiode) gipfelt. Vielmehr stehen mit der Smartifizierung des Alltags Hersteller und Handel vor der nächsten Stufe. Hier eröffnen sich Anwendungen, die nicht nur jungen Generationen Spaß machen, sondern einer älter werdenden Bevölkerung hilft, länger unabhängig zu Hause wohnen zu können.

Mit dem Wandel von der Raumbelichtung zur Raumgestaltung verändern sich auch die Anforderungen an die Vertriebswege. Zwar stehen als Marktführer die Bau- und Heimwerkermärkte unangefochten an der Spitze. Aber sie haben dynamische Verfolger. So halten sich interaktiver Handel und Direktvertrieb gemeinsam auf Platz zwei, wo sie Umsatz und Marktanteil konsequent ausbauen. Unter dem Vorzeichen der Digitalisierung rückt allerdings der klassische Produktverkauf stärker in den Hintergrund, während Rat und Tat immer mehr gefragt werden. Darauf setzt insbesondere der Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH), der hier seine Klientel diesbezüglich im Vorteil sieht.

Auch der deutsche Fachhandel leidet, zumindest die Betriebe, die sich nicht in einem gehobenen Genre positionieren können. Denn ab einer gewissen konsumigen Preislage leidet die Marge. Wobei auch die mittelständische Industrie durch den Preiswettbewerb mit den Eigenmarken der Großfläche unter Druck gerät. Auch hier kann das Innovationspotenzial der Branche helfen.

Deutsche geben mehr Geld für Licht aus

Umsatzentwicklung im Jahresvergleich
2017 gegenüber 2013



* Angabe in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen

2017 war erneut ein Jahr des Lichts. Denn bis auf Tisch-, Büro- und Stehleuchten legten im Vorjahresvergleich alle Segmente zu. Im Jahresvergleich 2017 zu 2013 stieg der Leuchten- und Lampenmarkt insgesamt um 5,5 Prozent. Wachstumstreiber waren dabei insbesondere Außenleuchten für Haus und Garten sowie Weihnachtsbeleuchtung.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Die vollständigen Ergebnisse sind veröffentlicht im neuen „Branchen-SPIEGEL Licht 2018“, der belastbare Marktvolumina und Pro-Kopf-Ausgaben für 6 Warengruppen sowie Marktanteile und Umsätze für alle relevanten Vertriebskanäle bis zum Jahr 2019 liefert. Die Studie ist zum Preis von 340,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

3.228 Zeichen inkl. Leerzeichen | 427 Wörter

Suchen Sie Gesprächsstoff zu Ihren Marktthemen und Bilder, die Sie inspirieren? Dann werfen Sie einen Blick in den Marketmedia24-Blog - für neue Querverbindungen im Kopf: <http://blog.marketmedia24.de>

Ihr Kontakt

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

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Die Autorinnen und Autoren, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte hautnah und knietief: Sie besuchen Messen und Branchenevents, sprechen mit Marktplayern und -partnern, gehen zu Herstellern, in Handelshäuser und Vorstandsetagen und beraten, coachen und referieren nach Maß.

Das wissenschaftliche Fundament für die Autoren-Recherche liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie kennen die entsprechenden Konsumgütermärkte und Handelskanäle und ergründen sie täglich per Primär- und Sekundärforschung. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.