

PRESSE-INFO

Zukunftsstrategien gelten auch nach Corona

Die deutsche Lichtbranche 2028

Köln. Im März 2020 ist der Andrang bei Entsorgern und Wertstoffhöfen so groß, dass diese vielerorts kaum noch Herr der Lage werden. Deutschland räumt zu Hause auf. Parallel steigt aktuellen Umfragen zufolge die Nachfrage nach Heimwerkersortimenten. Dieser durch Corona bedingte Fokus auf das Zuhause könnte auch in der Lampen- und Leuchtenbranche messbar werden. Schon in den letzten zehn Jahren legten insbesondere Wohnraumleuchten und Außenleuchten für Haus und Garten zu. Doch es hängt von der Dauer der Corona-Krise ab, welches in der jetzt erschienenen Studie „Branchen-REPORT Leuchten und Lampen 2020“ aufgezeigten Szenarien bis 2028 zutreffen wird. Laut des Forschungsinstituts Marketmedia24, Köln, klappt bis dahin zwischen Expansions- und Kontraktionsszenarium ein Umsatzvolumen von 710 Millionen Euro.

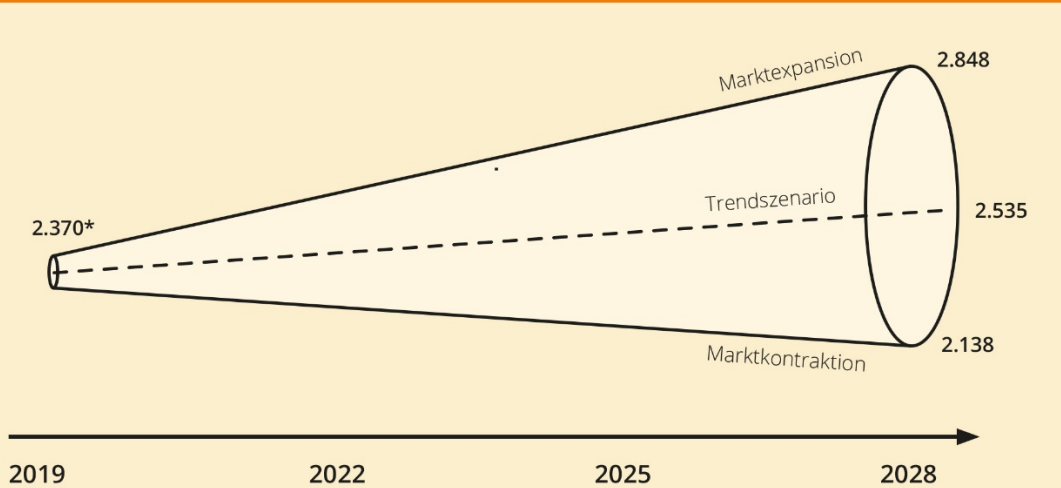
Schon vor Corona standen Leuchten und Lampen im Zeichen des Umbruchs. Von Innovationen und neuen Forschungsergebnissen beflügelt, geht es selbst im Privatsektor längst nicht mehr nur ums Licht machen. Vernetzung und Lichtsteuerung, Energieeffizienz und Nachhaltigkeit, Leuchten als Prestigeobjekte und sogar Licht als Medizin, zumindest als Wohlfühlfaktor: Die Dynamik der Branche hat viele Quellen. Konsequenterweise lauten die Top-Themen der Frankfurter Weltleitmesse Light + Building zum neuen Termin vom 27. September bis 2. Oktober 2020 „Connecting, Pioneering und Fascinating“. Zukunftsthemen, die auch nach Corona Gültigkeit behalten.

Bewegung herrscht entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Branche. So weist die Umsatzentwicklung bei den Hauptvertriebswegen über die letzten zehn Jahre stetige Veränderungstendenzen auf. Seit 2010 haben vor allem die Marktanteile des Online-Handels deutlich zweistellig zugelegt. Allerdings verteilt sich der Umsatz hier auf immer weniger Schultern. In der gleichen Zeit konnten Leuchtenfachhändler negative Entwicklungen nicht verhindern. Tatsächlich ist die Umsatz- und damit die Zukunftschance jedes einzelnen Betriebes jedoch stark davon abhängig, ob sich dieser weiter auf Zufallskäufe verlässt oder ob er auf Service, Lichtplanung und Installation setzt. Geschäfte mit dieser Strategie schreiben schon heute mindestens eine gute schwarze Null.

Ob die Zukunft Aufschwung bedeutet und noch stärker, wenn sie Stagnation mit sich bringt: Preissensibilität respektive Preisdruck werden Industrie und Handel weiterhin zu schaffen machen. Statt preisgetriebener Lampen und Leuchten, sollte Licht zum Geschäftsmodell gemacht werden, denn das birgt auch für die deutsche Industrie Chancen. Doch der Blick auf überdurchschnittliche Steuerlasten, Spitzenwerte bei den Lohnzusatzkosten bei gleichzeitig höchsten Energiekosten im internationalen Vergleich unterstreicht, dass die deutsche Lampen- und Leuchtenindustrie gefordert ist. Darum setzen auch Mittelständler wie die Global Player der Branche auf Innovationen als Zukunftsstrategie. Sie betrachten neben hoher Funktionalität, gutem Design vor allem Qualität, Service und Beratung als geeignete Instrumente im Kampf gegen Preis- und Handelsdruck.

Die deutsche Lichtbranche

Szenarien bis zum Jahr 2028



* Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen

Die Umsätze mit Leuchten und Lampen werden bis zum Jahr 2028 im Best Case Szenario auf 2.848 Millionen Euro steigen. Im Worst Case Szenario sinkt das Marktvolumen auf 2.138 Millionen Euro.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)
aus „Branchen-REPORT Leuchten und Lampen 2020“

Die vollständigen Forschungsergebnisse sind veröffentlicht in der neuen Studie „Branchen-REPORT Leuchten und Lampen 2020“. Die Studie ist zum Preis von 850,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen im Studienschop <https://www.marketmedia24.de/shop>.

3.363 Zeichen inkl. Leerzeichen | 440 Wörter

Ihr Kontakt

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

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

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten.

„Echtes Marktwissen von echten Menschen für echte Menschen“ – mit dieser Grundidee ist Marketmedia24 angetreten, um eine Gruppe von Persönlichkeiten zu einem profitablen Experten-Netzwerk zusammenzuschließen. Neben höchster Qualität stellt Firmeninhaberin Sonja Koschel Fairness und schöpferische Vielfalt in den Mittelpunkt des Unternehmens.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte haut-nah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung. Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkenntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.