

Letztjährige Zweiteilung des deutschen PSA-Marktes im Rückgang

Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie in Deutschland hat im Verlauf des Jahres 2020 zu einer Zweiteilung des PSA-Marktes geführt. Während die Nachfrage nach Produkten, die der Pandemiebekämpfung dienen, explodiert ist, haben die Lockdownphasen in vielen Produktbereichen zu deutlichen Absatzrückgängen geführt. Aktuelle Unternehmensdaten weisen darauf hin, dass sich dieser Prozess derzeit wieder umkehrt.

Die Ausbreitung der COVID-19-Pandemie hat im Jahr 2020 zu einer dramatischen Steigerung der Nachfrage nach hygiene-relevanten PSA-Artikeln geführt. Dies betraf vor allem die Teilmärkte Atemschutz und Augenschutz sowie Einweg-Artikel der Teilmärkte Schutzkleidung und Handschutz. Diese extrem gestiegene Nachfrage konnte jedoch nur in sehr unterschiedlichem Umfang bedient werden und zwar in Abhängigkeit der Normalmarktgröße zu der dramatisch gestiegenen Pandemienachfrage zum Schutz der Berufstätigen und der Bevölkerung.

Die größte Diskrepanz zwischen Nachfrage und Angebot hat sich im Bereich der Atemschutzprodukte und hier in extremer Weise bei den FFP-2-Masken ergeben. Bis zum Jahr 2020 wurden Einweg-Atemschutzmasken fast ausschließlich in professionellen Einsatzfeldern getragen. Selbst bei der Ausstattung der Bevölkerung mit lediglich einer Maske pro Tag deckt der Normalmarkt nur 0,2 Prozent der Menge, die im Pandemiefall erforderlich ist. Als Reaktion auf diese extreme Unterversorgung wurde auch die Verwendung anderer Hilfsmittel wie selbst gefertigter Masken oder anderer Masken genehmigt, die nicht den europäischen PSA-Richtlinien entsprechen. Aufgrund der anhaltenden Beschaffungsschwierigkeiten mit normgerechten FFP-Masken profitierten auch weitere Produktgruppen von einem deutlichen Absatzplus. Dies betraf vor allem Halbmasken und Gebläsefiltergeräte.

Im Segment der Einweghandschuhe ist dagegen auch die Nachfrage im Normalmarkt sehr groß, weil die Produkte in vielen Arbeitsumfeldern eingesetzt werden. Da das Tragen von Einweghandschuhen zudem nicht im Bereich der Bevölkerung vorgeschrieben war und durch den Lockdown eine geringere Menge in der Wirtschaft verbraucht wurde, ist hier die Nachfrage lediglich um ein Drittel angestiegen. Allerdings hat bereits diese Nachfragerhöhung dazu geführt, dass die Verantwortlichen für die Ausstattung mit persönlicher Schutzausrüstung mit extremen Beschaffungsproblemen konfrontiert waren. Im Jahresverlauf haben sich die Preise auf Endverbraucherebene um 750 Prozent und mehr erhöht.

Im Bereich des Augenschutzes haben kurzzeitig Visiere stark von der CORONA-Pandemie profitieren können. Als diese jedoch als Alternative für Atemschutzprodukte nicht mehr zulässig waren, ist die Nachfrage schnell zusammengebrochen. Demgegenüber ist der Absatz

an Vollsichtbrillen, die weitgehend im beruflichen Umfeld getragen werden, dauerhaft angestiegen.

Die etablierten Lieferanten des deutschen PSA-Marktes konnten von den Nachfragesteigerungen bei den Massen-Hygieneartikeln meist nur unterproportional profitieren. Dies liegt vor allem darin begründet, dass das Produktionsvolumen normgerechter persönlicher Schutzausrüstung bei einer weltweit ansteigenden Nachfrage nicht in ausreichendem Umfang erhöht werden konnte. Darüber hinaus haben sich diese Unternehmen nur in seltenen Ausnahmefällen an der Herstellung von Artikeln beteiligt, die nicht den PSA-Normen entsprechen.

Im Gegensatz zu persönlicher Schutzausrüstung, die zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie verwendet wurde, hat sich die Umsatzsituation für die anderen Produktgruppen der persönlichen Schutzausrüstung meist weiter negativ. Dass dies nicht nur eine Folge des Lockdowns ist, zeigt die macrom-PSA-Sonderanalyse des Vorjahres. Hier wird deutlich, dass das Umsatzvolumen des deutschen Marktes bereits im Jahr 2019 erstmals seit der Start Analyse im Jahr 2004 rückläufig war. Ursache dieser negativen Entwicklung ist der sich immer schneller vollziehende Strukturwandel der deutschen Wirtschaft im Produktionssektor. Vor dem Hintergrund einer derart ausgelösten Verunsicherung haben sich viele PSA-Einkäufer wieder verstärkt preisorientiert gezeigt.

Das reduzierte Arbeitsvolumen in Folge des Lockdowns hat sich in den einzelnen Produktgruppen unterschiedlich ausgewirkt. Während Produkte mit hohem permanenten Verschleiß wie z. B. Gehörschutzstöpsel oder Handschuhe stärker gelitten haben, waren die Verluste bei Sicherheitsschuhen dadurch begrenzt, dass eine Neubeschaffung häufig lediglich mit Zeitverzug erfolgt ist. Am stärksten sind jedoch PSA-Produkte eingebrochen, die persönlich angepasst werden müssen. Durch die Kontaktbeschränkungen im Jahr 2020 konnten so über längere Zeiträume keine Korrektionschutzbrillen und Otoplastiken verkauft werden.

Die Ausprägung der Entwicklungen der Zweiteilung des deutschen PSA-Marktes als Effekt der COVID-19-Pandemie befindet sich derzeit wieder in einem Auflösungsprozess. Die Marktstrukturen normalisieren sich im Jahr 2021 wieder, weil der Wirtschaft kein mit dem Jahr 2020 vergleichbarer Lockdown verordnet wurde. Darüber hinaus hat sich die Konjunktur insgesamt als erstaunlich stabil erwiesen. Demgegenüber sind die Hersteller zwar von dem abflauenden Boom im Bereich der Hygiene-Produkte betroffen, der sich in einer sinkenden Nachfrage sowie vor allem in einem starken Preisverfall zeigt. Dies ist jedoch nur eine geringe Bedrohung für die etablierten PSA-Hersteller, da diese nur unterproportional am Marktwachstum teilgenommen haben und der Bedarf an normgerechten Produkten für den Normalmarkt weiter hoch ist.

Die genauen Auswirkungen dieser Effekte werden sich nach Abschluss Forschungsprojektes und mit Veröffentlichung der Studie zeigen, die ab Oktober 2021 verfügbar ist.

macrom Marketingresearch & Consult
Matthias Richter

Kölner Str. 6
51429 Bergisch Gladbach
T +49 (0)2204 / 96 35 55-0
F +49 (0)2204 / 97 96 35-0
jansen@macrom.de

www.macrom.de

macrom Marketingresearch & Consult hat sich darauf spezialisiert, sowohl etablierte als auch neue Märkte auf nationaler oder internationaler Ebene transparent zu machen. Neben den grundlegenden Strukturen und Entwicklungen wird in unseren Analysen vor allem ein „Gefühl für den Markt“ vermittelt, das es ermöglicht, aufgrund eines tiefgreifenden Verständnisses die richtigen unternehmerischen Entscheidungen zu treffen. Unsere Philosophie ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Forschung nicht nur eine fundierte Wissensbasis zu schaffen, sondern darüber hinaus auch die für Sie passenden Empfehlungen abzuleiten. Die reine Forschung verbindet sich somit in unseren Projekten mit analytischen und beraterischen Elementen und schafft für Sie den maximalen Nutzen.

Mit unserer über 25-jährigen Tätigkeit im Bereich komplexer Marktanalysen verfügen wir über die Erfahrung, die sachlogisch und ökonomisch sinnvollen Instrumente und Methoden auszuwählen. Unsere Erfahrung in unterschiedlichsten nationalen und internationalen Märkten kommt Ihnen darüber hinaus auch im Bereich unserer Analysen und Empfehlungen zugute, denn Strukturen und Dynamik verlaufen in Märkten nach analogen Gesetzen.