



Medienmitteilung

Rekordhoch im Schweizer Markt für Heimelektronik 2020

23. Februar 2021

Verona Klug
Marketing & Communications
GfK Switzerland AG
T +41 41 632 91 15
verona.klug@gfk.com

Luca Giuriato
Senior Market Manager
GfK Switzerland AG
+41 41 632 96 84
luca.giuriato@gfk.com

Der Heimelektronik-Markt blickt auf ein bewegtes Jahr zurück

Rotkreuz, 23. Februar 2021 –**Aufgrund der Corona-Pandemie wurde die Digitalisierung im Jahr 2020 beschleunigt und die Nachfrage nach technischen Konsumgütern wuchs. Der Umsatz mit technischen Konsumgütern stieg gegenüber dem 2019 Umsatz um 8,5 Prozent.**

Mit einem Marktvolumen von rund 5,5 Milliarden Franken hat der Schweizer Heimelektronikmarkt im Jahr 2020 den Branchen-Umsatzrekord geknackt, der zuletzt mit rund 5,3 Milliarden Franken Umsatz im Jahr 2010 erzielt wurde. Covid-19-Effekte wie Homeoffice und Homeschooling steigerten die Nachfrage nach Computern und Peripherie enorm. Nicht nur im Arbeitsumfeld, sondern auch im Bereich Freizeit hat die Pandemie Spuren hinterlassen. Aufgrund von Reiserestriktionen und ausbleibenden Ferien im Ausland wurde eindeutig mehr ins Eigenheim und in Hobbys investiert. Abgesehen von Produkten wie Bikes, Sport- und Fitnessgeräte, Garten- und Heimbedarf gehörten auch Gaming-Computer, Videospielekonsolen, Fernseher und Haushaltskleingeräte zu den Kategorien, die im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr im Umsatz zweistellig zulegen konnten.

Aufgrund von Corona beschleunigte sich die Digitalisierung bei den Konsumentinnen und Konsumenten. Dies macht sich sowohl im Musik- wie auch im Filmkonsum bemerkbar, wo Netflix und Spotify fürs Jahr 2020 Rekordzuwächse vermelden. Aus Sicht des Heimelektronik-Handels liegt es auf der Hand, dass der Lockdown im Frühjahr zu einer höheren Onlinenachfrage führte. Das hat dazu geführt, dass einige Erstkäufer aktiviert wurden, welche bislang nur stationär gekauft hatten. Der Trend des zunehmenden Onlinekaufs wurde somit im Jahr 2020 über den Lockdown hinaus verstärkt. Im Bereich der Heimelektronik ist der Anteil von Online Sales von 35,7 Prozent (2019) auf 47,8 Prozent (2020) angestiegen. **Luca Giuriato, GfK Experte**, schätzt dies wie folgt ein: «Sehr oft spielt der stationäre Handel beim Kaufentscheid doch noch eine sehr wichtige Rolle, und wer das Cross Channeling beherrscht gehört zu

den Gewinnern. Matchentscheidend ist die Kunden online abzuholen und in den Laden zu bringen, ihnen dort ein positives Erlebnis zu bieten und den Kauf dann entweder im Laden physisch oder online abzuschliessen oder dem Kunden Click & Collect anzubieten». Gemäss einer aktuellen GfK-Umfrage scheinen Verfügbarkeit, Beratung (sei es online wie auch stationär) als auch ein fairer Preis nach wie vor die Erfolgsfaktoren zu sein.

IT / Office Markt

Als grösster Teilmarkt legte der IT/ Office-Markt Schweiz im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr um 12,6 Prozent zu. Das Marktvolumen ist dabei auf ein Rekordhoch von 2,430 Milliarden Franken angestiegen, welches hauptsächlich Homeoffice und Homeschooling zuzuschreiben ist. Im Schweizer IT/Office-Markt kam es daher Coronabedingt zu einer regelrechten Marktausweitung. Gegenüber 2019 wurden rund 100'000 Desk-Computer und Notebooks mehr verkauft, welche grösstenteils zu Arbeits- und Fernunterrichtszwecken in den Schweizer Haushalten gelandet sind. Die Nachfrage war derart gross, dass es bei vielen Produkten wie Computern Monitoren, Webcams oder Headsets teilweise zu Lieferengpässen kam.

Der zweite, grössere Umsatztreiber im IT-Markt war das Thema Computer-Gaming. Nicht nur dedizierte Desk-Computer oder Notebooks, sondern auch Monitore, Gaming-Mäuse, Tastaturen, Headsets und vieles mehr sorgten für ein Wachstum von satten 48,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der PC-Gaming-Markt bewegt sich nunmehr seit 4 Jahre in einem positiven Trend. Dieser wurde im Jahr 2020 jedoch massiv verstärkt, sodass sogar ein noch höheres Wachstum möglich gewesen wäre, wenn die ultimative Grafikkarten-Generation in genügend Mengen verfügbar gewesen wäre.

Mit einem Onlineanteil von rund 60 Prozent wurden im Jahr 2020 zum ersten Mal mehr IT/Office-Produkte im Internet als im stationären Handel gekauft.

Telecom-Markt

Mit einem Marktvolumen von rund 1,3 Milliarden Franken zählt der «offene» Telecom-Markt (ohne Telecom-Provider) zum zweitgrössten Teilmarkt der Heimelektronik. Gegenüber dem Vorjahr hat dieser dank der ungebrochen hohen Nachfrage nach Bluetooth-Kopfhörern und Headsets um 3,2 Prozent zugelegt. Mit einem Umsatzvolumen von 254,6 Millionen Franken und einem Wachstum von über 6 Prozent gehören Headphones/Headsets zu einer der margenträchtigen und attraktivsten Warengruppen der gesamten Heimelektronik.

Ebenfalls entwickelten sich die sogenannten Wearables positiv. Damit sind vor allem Smartwatches und Fitnesstracker gemeint, welche im Jahr 2020 die 100-Millionen-Umsatzgrenze erstmals

knackten. Mit einem Wachstum von 8,6 Prozent liegt die Nachfrage nach diesen Produkten in einem weiterhin nachhaltigen positiven Trend.

Der grösste Telecom-Teilmarkt gehört den Smartphones. Im Jahr 2020 lagen die Mengen und auch der Umsatz im GfK-Panelmarkt rund 1 Prozent unter Vorjahr. Bemerkenswert dabei ist, dass jedes 4. Handy 700 Franken oder mehr kostete. Zudem wird rund 40 Prozent des Marktvolumens der Smartphones, die ohne Abos verkauft werden, mit Geräten erzielt, welche über 800 Franken kosten. Sowohl der Anteil von «Premium-Handys» wie auch der Durchschnittspreis von Smartphones ohne Abos, der 2020 bei 507 Franken lag, bleibt zum Vorjahr auf hohem Niveau unverändert.

Neu erhebt die GfK zum Handy-Zubehör-Markt ebenfalls Marktzahlen. Das Panelmarktvolumen im Jahr 2020 liegt bei knapp 90 Millionen Franken und beinhaltet Zubehör wie Handyhüllen, Screenprotectoren, Chargers und vieles mehr. Da diese Kategorie bislang nicht erhoben wurde, kann zur Marktentwicklung und zum Vorjahresvergleich keine Aussage gemacht werden.

Consumer Electronics & Foto

Seit mehr als 10 Jahren zeigt sich der Consumer-Electronics-Markt zum ersten Mal wieder in einem positiven Trend. Das Marktvolumen von 1,180 Milliarden Franken entspricht einem Umsatzplus von 3,6 Prozent gegenüber 2019. Das Umsatzvolumen ist allerdings keineswegs mit demjenigen von 2010 vergleichbar, als der Markt noch 2,030 Milliarden gross war.

Innerhalb des Bereichs Consumer Electronics und Foto konnten fast alle Teilmärkte mit Ausnahme von Digital Imaging und InCar Electronic zulegen. Ein regelrechter Boom war bei den Fernsehgeräten zu spüren, deren Nachfrage im Vorjahresvergleich in Menge um 20 Prozent zunahm und diesem Teilmarkt 14,8 Prozent mehr Umsatz bescherte. Der positive Trend hatte bereits Mitte 2019 eingesetzt und verstärkte sich im Jahr 2020 massiv. Der TV-Markt dürfte auch im Jahr 2021 weiterhin hoch bis sogar wachsend bleiben. Die wachsende Nachfrage geht auf einen Ersatzkaufzyklus zurück, dessen Basis in den Jahren 2010-2014 liegt. In diesen Jahren wurden jährlich bei 3,3 Millionen Haushalten zwischen 800'000 und 900'000 Geräte zu einem Durchschnittspreis von rund 1100 Franken abgesetzt. Im Jahr 2020 wurden vergleichsweise rund 583'000 TV-Geräte bei 3,8 Millionen Schweizer Privathaushalten zu einem durchschnittlichen Preis von rund 900 Franken verkauft.

Nicht nur TV-Geräte, sondern auch Audio-Produkte und Zubehör gehörten zu den Gewinnern. Aufgrund einer ähnlichen Nachfragekurve liegt die These nahe, dass wohl einige Käufer eines neuen Fernsehers sowohl eine Wandhalterung als auch eine Soundbar in den Warenkorb gelegt haben. Andere wiederum sehen die Soundbar als Ergänzung zu einem Multi-Room-System wie Sonos. Die Nachfrage in diesem Bereich explodierte in den Monaten November und Dezember mit starkem zweistelligem Wachstum förmlich.

Die reduzierten Ferien und Reisen ins Ausland hatten auf die Nachfrage nach fotografieren und filmen einen deutlich negativen Impact. Der Bereich Digital-Imaging wozu Fotokameras, Objektive und auch Actioncams gehören, ging im Jahr 2020 um 14,6 Prozent zurück und schrumpfte auf 184,9 Millionen Franken. Der Markt steht aufgrund der Substitution durch Smartphones seit Jahren unter Druck und verliert insbesondere im Einsteigerbereich kontinuierlich an Boden. Die Systemkameras hingegen waren in den letzten Jahren in konstantem Aufwind. Dies wären sie wohl ohne Pandemie auch im Jahr 2020 wiederum gewesen. Am Jahresende lag dieses Segment jedoch im Umsatz um - 2,9 Prozent unter Vorjahr.

In der Gesamtbetrachtung des Digital-Image-Marktes schien zu Jahresbeginn die Talsohle langsam in Sichtweite zu sein, jedoch verschärfte Covid-19 die Lage für alle Marktteilnehmer im Fotomarkt vorerst weiter. Es ist davon auszugehen, dass wenn das Reisen wieder möglich ist, auch die Lust am Fotografieren wieder wächst, sodass der Bereich Digital Imaging von einem Nachholbedarf profitieren wird.

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge.**