



Medienmitteilung

8. März 2022

Verona Klug
Marketing & Communications
T +41 632 9115
Verona.klug@gfk.com

Markt für Heimelektronik bewegt sich auf Rekordniveau

Rotkreuz, 8. März 2022 – Nach dem Rekordjahr 2020, in dem im Postlockdown die Umsätze mit Heimelektronik förmlich explodiert sind, lag die Messlatte für ein erneutes Marktwachstum sehr hoch. Dennoch wuchs der Markt für technische Konsumgüter um 0,5% und erreichte ein Volumen von 5,6 Milliarden Franken.

Nach einem fulminanten Jahresstart hat sich der Markt für Heimelektronik im ersten Trimester 2021 gegenüber dem Vorjahr wertmässig um 18% gesteigert. In den Folgemonaten waren die Umsätze in der Schweiz nicht mehr so hoch wie 2020, als vor allem Homeoffice-Equipment die Nachfrage bestimmte. Per drittes Quartal schmolz der Vorsprung zu 2020 wertmässig auf plus 7%. Das vierte Quartal 2021 vermochte mit rund minus 8% ganz und gar nicht mehr mit dem Vorjahr mitzuhalten. Schwierigkeiten mit dem Transport auf dem Seeweg und Lieferengpässe bei Halbleitern sorgten für Verfügbarkeitsprobleme in fast allen Industrien. Dies wirkte sich insbesondere im Zeitraum Oktober bis Dezember negativ aus. Abgesehen von drohenden Umsatzeinbussen lagen die Herausforderungen für Hersteller und Handel bei der ungewissen Dispo und Planung der Hochsaison. Wie jedes Jahr steckten in Black Friday, Cyber Monday und dem Weihnachtsgeschäft sehr hohe Erwartungen, die nur teilweise erfüllt wurden. Gemäss Umfragen hinsichtlich Black Friday und Cyber Monday war die Kaufbereitschaft der Konsumenten und Konsumentinnen hoch. Die Umsätze in den Promotionswochen Ende November und Anfang Dezember lagen jedoch aufgrund wenig attraktiver Angebote und mangelnder Lieferfähigkeit bei gewissen Produkten bei rund minus 11% gegenüber dem Vorjahr.

IT-/Office

Als grösster Teilmarkt lag der IT-/Office-Markt im Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr um 2,2% zurück. Das Marktvolumen lag bei 2,377 Milliarden Franken. Zwar hatte die Nachfrage nach Homeoffice und Homeschooling immer eine starke Bedeutung, allerdings stieg der Umsatz in diesem Jahr

weniger im Bereich Notebooks an. Stattdessen investierten Konsumentinnen und Konsumenten vielmehr in Peripherie wie Monitore, Webcams, Headsets, Mäuse und Tastaturen.

Gegenüber 2020 wurden aufgrund von Lieferengpässen mengenmässig 5,6% weniger Computer verkauft. Die Durchschnittspreise stiegen jedoch aufgrund erhöhter Nachfrage in der mittleren sowie oberen Preisklasse um 2,2%. Der grösste Umsatztreiber im IT-Markt war die Kategorie Computer-Gaming. Nicht nur dedizierte Desk-Computer oder Notebooks, sondern auch Monitore, Gaming-Mäuse, Tastaturen, Headsets und vieles mehr sorgten für ein Wachstum von 16,4% gegenüber 2020. Der PC-Gaming-Markt bewegt sich nun seit mehr als fünf Jahren in einem positiven Trend. Mit einem Onlineanteil von rund 64% wurden 2021 nun das zweite Jahr in Folge mehr IT-/Office-Produkte im Internet als im stationären Handel gekauft.

Telekom

Mit einem Marktvolumen von rund 1,5 Milliarden Franken zählt der «offene» Telekommarkt (ohne Telekom-Provider) zum zweitgrössten Teilmarkt der Heimelektronik. Gegenüber dem Vorjahr legte dieser dank der ungebrochen hohen Nachfrage nach Premium-Smartphones, Smartwatches und Bluetooth-Kopfhörer um 7,8% zu. Mit einem Umsatzvolumen von 179,3 Millionen Franken stagnieren die Headphones/Headsets nach jahrelangem Wachstum erstmals. Dafür zählt diese Kategorie zu einer der margenträchtigen und attraktivsten Warengruppen der gesamten Heimelektronik.

Wearables

Ebenfalls gut entwickelten sich die sogenannten Wearables. Damit sind vor allem Smartwatches und Fitnesstracker gemeint, die im Jahr 2020 erstmals die 100-Millionen-Franken-Umsatzgrenze knackten. Mit einem Wachstum von 8,6% bewegt sich die Nachfrage nach diesen Produkten in einem nachhaltigen positiven Trend. Der grösste Telekomteilmarkt gehört den Smartphones. Im Jahr 2021 lag die Anzahl verkaufter Geräte im GfK-Panelmarkt 1% und der Umsatz 7% über dem Vorjahresniveau. Über 40% des Marktvolumens in der Sparte wurde mit Geräten erzielt, die über 800 Franken kosten. Der Durchschnittspreis von Smartphones ohne Abos steigerte sich dank der hohen Nachfrage nach Premium-Handys im Jahr 2021 von 484 Franken auf 530 Franken.

Handyzubehör

Seit 2020 gibt es zum Handyzubehörmarkt ebenfalls Marktzahlen. Das Panelmarktvolumen 2021 lag bei über 110 Millionen Franken und beinhaltet Zubehör wie Handyhüllen, Screenprotectoren, Ladegeräte und vieles mehr. Die Nachfrage wuchs wertmässig um 22,6%. Dies lag vorwiegend daran, dass neu bei einigen Smartphones Zubehör wie Ladegeräte nicht mitgeliefert werden.

Consumer Electronics

Der Consumer-Electronics-Markt wies im Jahr 2021 einen negativen Trend auf. Das Marktvolumen lag bei 1,155 Milliarden Franken, was einem Umsatzrückgang von 2,8% entspricht. Innerhalb des Bereichs Consumer Electronics und Foto konnte nur der Teilmarkt Static Audio leicht zulegen. Der Boom bei den Fernsehgeräten im Vorjahr konnte nicht ganz aufrechterhalten werden.

Die Nachfrage nach Geräten sank im Vorjahresvergleich um rund 10%. Wertmässig ging die Nachfrage um 2,3% zurück. Der wertmässige Rückgang fiel weniger stark aus, da häufig grössere Bildschirme nachgefragt wurden; auch hier wurde oft Premium bevorzugt. Insgesamt zeigen die Prognosen für den TV-Markt eine Stagnation. Nach jahrelangem Rückgang erholt sich der Markt seit 2019 und er dürfte sich 2022 auf Vorjahresniveau einpendeln. Die stabile Nachfrage geht auf einen Ersatzkaufzyklus zurück, deren Basis in den Jahren 2010 bis 2014 liegt. In dieser Zeitspanne wurden nämlich jährlich bei 3,3 Millionen Haushalten zwischen 800 000 und 900 000 Geräte zu einem Durchschnittspreis von rund 1100 Franken abgesetzt. 2021 wurden 530 000 TV-Geräte an 3,8 Millionen Schweizer Privathaushalte verkauft, dies zu einem durchschnittlichen Preis von 982 Franken.

Audioprodukte und Zubehör gehörten zu den Gewinnern. Aufgrund einer ähnlichen Nachfragekurve wie bei den Fernsehern liegt die These nahe, dass wohl einige Käufer und Käuferinnen eines neuen Fernsehers sowohl eine Wandhalterung wie auch eine Soundbar in den Warenkorb legten. Andere wiederum sehen die Soundbar als Ergänzung zu einem Multi-Room-System wie Sonos. Die Umsätze hätten im Jahr 2021 höher ausfallen können, sofern die Verfügbarkeit die Nachfrage hätte stillen können.

Digital Imaging / Foto

Das reduzierte Reisen ins Ausland hatte auf die Nachfrage nach Fotografieren und Filmen das zweite Jahr in Folge einen deutlich negativen Einfluss. Der Bereich Digital Imaging, wozu Fotokameras, Objektive und auch Actioncams gehören, ging 2021 um 6,2% zurück und schrumpfte auf ein historisches Tief von 155,3 Millionen Franken. Der Markt steht aufgrund der Substitution durch Smartphones seit Jahren unter Druck und verliert insbesondere im Einsteigerbereich kontinuierlich an Boden. Systemkameras hingegen waren in den letzten Jahren in konstantem Aufwind. 2021 stieg das Umsatzvolumen von Systemkameras von 57,2 auf 61,0 Millionen Franken. Das jedoch, weil Hersteller von SLR-Kameras auf spiegellose Systeme umstellen. Die Umsatzsteigerung der Systemkameras vermag den Umsatzrückgang der SLR-Kameras jedoch nicht zu kompensieren, wodurch der Markt um 4,6 Millionen Franken schrumpfte. Es ist davon auszugehen, dass auch die Lust am Fotografieren wächst, sobald das Reisen wieder möglich ist, sodass der Bereich Digital Imaging von einem Nachholbedarf profitieren wird.

Prognose für 2022

Die Umsatzprognosen für 2022 sind verhalten. Die Probleme bei der Warenverfügbarkeit und Logistik dürften sich vorerst nicht entspannen. Eine Verbesserung der Situation wird erst in der zweiten Jahreshälfte erwartet. Unklar bleibt ausserdem, in welchem Umfang die starken Preiserhöhungen rund um Transport und Rohstoffe auf die Endkundenpreise abgewälzt werden und ob dies einen Einfluss auf die Preisakzeptanz beziehungsweise auf die Nachfrage haben wird. Das rekordverdächtige erste Halbjahr 2021 bedeutet eine derart hohe Vorlage, die per Mitte 2022 kaum erreicht werden dürfte. Der Forecast für das gesamte Heimelektroniksortiment dürfte somit für die Periode Januar bis Juni 2022 bei einem Minus von 7 bis 9% liegen. Die zweite Jahreshälfte dürfte sich hingegen nur leicht unter dem Vorjahr entwickeln. Je nach Lockerung respektive Aufhebung der Coronamassnahmen ist allerdings von einer Kompensation in den Bereichen Reisen, Entertainment und Freizeit auszugehen, was sich eher negativ auf die Nachfrage nach technischen Konsumgütern auswirken wird. Die Prognose für den Heimelektronikmarkt Schweiz per Ende 2022 liegt deshalb bei minus 4 bis minus 6%.

Zur Studie

Die in dieser Medienmitteilung vorgestellten Erkenntnisse stammen aus den folgenden Quellen: GfK Panel Heimelektronik, GfK Gesamtmarktschätzung

Diese Medienmitteilung finden Sie ab **8. März 2022** auch unter: <https://www.gfk.com/de/presse>

Medienkontakt: Verona Klug, T +41 41 632 9115, verona.klug@gfk.com

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.**