



Medienmitteilung

Black Week 2022 knackt im Bereich der technischen Konsumgüter die Rekordmarke

7. Dezember 2022

Verona Klug
Marketing & Communication
GfK Switzerland
verona.klug@gfk.com

Rotkreuz, 7. Dezember 2022 – GfK hebt die wichtigsten Ergebnisse der Black Week im Bereich der technischen Konsumgüter hervor. Die Black Week 2022 lag mit einem Umsatzvolumen von CHF 114.2 Mio. und einem Plus von +11.5% im Bereich der Prognose. Somit wurde sogar die Rekordmarke vor zwei Jahren (CHF 110.2 Mio.) übertroffen.

Die einzelnen Warengruppen haben sich wertmässig im Vorjahresvergleich wie folgt entwickelt:

Die höchsten Umsätze (CHF 38.2 Mio.) wurden in diesem Jahr mit Abstand durch die hohe Nachfrage nach **Smartphones** generiert. Gegenüber Vorjahr war das ein Plus von fast CHF 12.0 Mio. Dabei gilt zu beachten, dass die Verfügbarkeit von Smartphones vor einem Jahr aufgrund von Engpässen bei Bauteilen und unterbrochenen Lieferketten sehr eingeschränkt war.

Die zweithöchste Nachfrage verzeichneten wiederum die **Mobilecomputer**. Mit CHF 28.4 Mio. entwickelte sich der Umsatz um CHF 2.1 Mio. höher als im Vorjahr.

An dritter Stelle lagen die **Fernseher**, welche in der Black Week bislang immer der Hauptumsatzträger waren. Das Volumen ging gegenüber Vorjahr von CHF 29.8 Mio. auf CHF 26.7 Mio. zurück. Durch die Promotionen in den Vorwochen rund um die Fussball WM wurde der Umsatz vorgezogen.

Das Thema **Gaming** hat sich etwas abgekühlt und auf den Umsatz der **Deskcomputer** negativ ausgewirkt. Wertmässig ging das Volumen von CHF 9.2 Mio. auf CHF 8.0 Mio. zurück.

Tablets hingegen waren in diesem Jahr hoch im Rennen, gegenüber Vorjahr konnte der Umsatz von CHF 7.4 Mio. auf CHF 8.5 Mio. gesteigert werden.

Der Postpandemie Nachholbedarf bei **Fotokameras** zeigte auch in der Black Week einen positiven Trend. Der Umsatz von CHF 4.4 Mio. lag gegenüber Vorjahr um rund 1.0 Mio. im Plus.

Entwicklung Black Week 2022 vs. Black Week 2021

Total	+ 11.5 Prozent
Smartphones	+ 45.2 Prozent
Mobilecomputer	+ 8.1 Prozent
Fernseher	- 10.2 Prozent
Deskcomputer	- 13.2 Prozent
Tablets	+ 14.5 Prozent
Fotokameras	+ 26.8 Prozent

Zur Studie

GfK erhebt über seine Handelspanels regelmässig in mehr als 70 Ländern weltweit Umsatzdaten für die Segmente Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie, Büroausstattung, Elektrogross- und Kleingeräte. Alle Zahlen gemäss GfK Panelmarkt.

Diese Medienmitteilung finden Sie ab **7. Dezember 2022** auch unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/presse/>

Medienkontakt: Verona Klug, T +041 632 9115, verona.klug@gfk.com

Über GfK

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 – **G**rowth from **K**nowledge.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de-ch