



Pressemitteilung

30. August 2023

Unterhaltungselektronik im Post-Corona-Blues: Innovationen beleben die Nachfrage

30. August 2023

Corina Kirchner
Public Relations
T +49 911 395 4570
corina.kirchner@gfk.com

TV und Smartphones verlieren, innovative Lifestyle-Produkte legen zu

Nürnberg, 30. August 2023 – Der Markt für technische Konsumgüter verändert sich rasant: Neue Rahmenbedingungen nach der Pandemie führten im ersten Halbjahr 2023 zu einem fast flächendeckenden Absatzrückgang. Der Umsatz war aufgrund steigender Durchschnittspreise weniger stark betroffen. Verschiebungen gab es auch in den besonders stark nachgefragten Kategorien: So wurden weniger Smartphones und TVs gekauft, während Lifestyle-Produkte für den Out-of-Home-Bereich im Aufschwung sind.

Der Markt für Consumer Electronics entwickelte sich von Januar bis Juni insgesamt einseitig negativ. Dieser Trend wird sowohl von den Sparten Audio wie auch Vision getrieben. Nachdem in den vergangenen Jahren vor allem Produkte für zuhause gefragt waren, gewinnen aktuell besonders Produkte, die unterwegs oder außer Haus genutzt werden können.

Absatz bei Audio-Geräten für zu Hause sinkt, lediglich einige tragbare Geräte wachsen

Audiogeräte verzeichneten einen Absatzrückgang von 9,4 Prozent, konnten aber aufgrund des stark gestiegenen Preisniveaus in Summe ein Umsatzplus von 0,6 Prozent erreichen. Bei Kopfhörern ist die Nachfrage nach True Wireless mit einem Absatzrückgang von 1 Prozent erstmals leicht rückläufig, dagegen verzeichneten Modelle mit Knochenschall ein signifikantes Wachstum, wenngleich auf einem noch sehr geringen Niveau.

Die Kategorie der Lautsprecher und Soundbars entwickelt sich insgesamt rückläufig. Nur Single Wireless Subwoofer und Sets aus Soundbar mit Subwoofer und Rear-Speaker können aktuell sowohl in Menge als auch in Wert zulegen. Eine weitere Ausnahme bilden HiFi-Komponenten wie

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90443 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Emilie Darolles
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
John Blenke

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Receiver, CD-Player und Plattenspieler: Nach zuletzt schlechter Verfügbarkeit wegen Halbleiterknappheit und gestörten Lieferketten wuchsen im ersten Halbjahr 2023 sowohl Absatz (15 Prozent) als auch Umsatz (10 Prozent). Die aufgestaute Nachfrage auf Konsumentenseite trifft hier auf bessere Verfügbarkeiten im Handel.

TV-Markt mit starken Einbrüchen wegen eines gesättigten Markts

Im Gegensatz dazu ist die Anschaffungsneigung im Bereich Vision Total (TV, Video-Player, STB, AV-Mounts) aktuell sehr gering und führt zu einem unerwartet starken Rückgang von 13 Prozent in Umsatz und Absatz. Hohe Lebenshaltungskosten und mehr Ausgaben für Reisen und Freizeit treffen hier auf einen nach der Pandemie gesättigten Markt. Besonders betroffen sind LCD-TVs mit 21 Prozent weniger Umsatz, trotz des geringeren Preisniveaus. Die Konsumenten setzen tendenziell auf hochwertige Produkte wie neue OLED-TVs, die mit einem Wertwachstum von 6 Prozent den Gesamtmarkt aber nicht auffangen können. Zubehör wie DVD- oder Blu-Ray-Player werden aufgrund des Streaming-Trends immer weniger nachgefragt.

Konsumenten nutzen Smartphones länger und kaufen mehr Refurbished

Der Markt für Telekommunikation in Deutschland war im ersten Halbjahr 2023 rückläufig. Der Absatz schrumpfte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 9 Prozent, der Umsatz fiel aufgrund gestiegener Durchschnittspreise nur um 6 Prozent auf 6,3 Milliarden Euro.

Smartphones haben den größten Anteil am Umsatz im Telekommunikationsmarkt. Im Vergleich zur Vorjahresperiode wurden im ersten Halbjahr 17 Prozent weniger Smartphones verkauft. Der Umsatz in dieser Sparte sank nur um 6 Prozent, da der Durchschnittspreis stark anstieg: um 13 Prozent auf 698 Euro. Vor allem Smartphones über 1.000 Euro wurden stärker nachgefragt.

Gleichzeitig ist zu beobachten, dass Verbraucher ihre Smartphones länger behalten: 2019 nutzten laut *gfknewron Consumer* 29 Prozent aller Konsumenten ihr Gerät drei Jahre oder länger, 2022 waren es bereits 34 Prozent. Zudem setzen Verbraucher verstärkt auf Refurbished-Smartphones. Da diese meist günstiger als Neuanschaffungen sind, schonen Konsumenten damit ihr Budget und die Umwelt. Der Umsatz mit Refurbished-Smartphones wuchs im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 um 53 Prozent.

Nachfrage nach IT- und Office-Produkten in vielen Bereichen gesättigt

IT- und Office-Produkte für Endkonsumenten sind weiterhin rückläufig: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum fiel der Umsatz um 11 Prozent auf 4,5 Milliarden Euro. Trotz des Rückgangs liegt der Markt noch deutlich über dem Wert von 2019 (4,3 Milliarden Euro). Die Wachstumstreiber während der Pandemie, wie Notebooks, Monitore oder Drucker, wurden aktuell weniger nachgefragt, da die Konsumente ihre Home-Offices in den vergangenen Jahren vollständig ausgestattet haben. Eine Ausnahme bildet der Sektor IT-Kommunikation: Router (ohne Telefonie,

7,1 Prozent), Access Points (6,5 Prozent) und Repeater (1,4 Prozent) haben im Umsatz zugelegt, auch konnektive portable Geräte wie 5G-Tablets (22,4 Prozent Umsatzzuwachs) und 5G-fähige Mobile Computer (59,5 Prozent Umsatzzuwachs) befinden sich im Aufwind. Insgesamt erwarten die Experten von GfK eine positive Entwicklung für 2024, vor allem getrieben durch Ersatzkäufe von zu Beginn der Pandemie gekauften Produkten.

Innovative Technologien sorgen für Zuwachs im Imaging-Markt

Compact System Cameras sind auch 2023 die Haupttreiber des Imaging-Marktes mit einem Anstieg des Umsatzes um 21 Prozent und des Absatzes um 32 Prozent. Auch der Umsatz mit Objektiven nahm um 4 Prozent zu. Zudem sorgten Produktweiterentwicklungen bei Drohnen und Action Cameras im ersten Halbjahr 2023 für ein Umsatzwachstum von 10 Prozent – obwohl der Absatz um 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht zurückging. Hochwertige Modelle treiben auch hier die Preise nach oben. Das zeigt sich besonders am Beispiel der Fixed Lens Cameras: Im ersten Halbjahr 2023 verloren diese 21 Prozent an Absatz, der Umsatz stieg aber aufgrund des höheren Durchschnittspreises um 1 Prozent.

Out-of-Home-Produkte sind die Wachstumstreiber 2023

Out-of-Home ist ein Bereich, der derzeit Wachstum ermöglicht: Im Audio-Sektor sind Lifestyle-Produkte wie portable Partylautsprecher oder Bügelkopfhörer mit Bluetooth mit einem Umsatzplus von 27 Prozent besonders gefragt. Bei Mobilfunk entwickelte sich Zubehör mit einem 14-prozentigen Umsatzwachstum überdurchschnittlich gut, vor allem getrieben durch Ladegeräte und Powerbanks für unterwegs sowie Wireless Tags für Gepäckstücke oder Schlüsselanhänger. Tragbare Mediatablets mit mehr als 8 GB RAM sowie Mobile Computer mit hochwertigen OLED-Displays konnten im Sektor IT mit jeweils rund 7 Prozent Umsatzwachstum zulegen. Diese vereinen den Trend zur Mobilität mit Premium-Features, die einen höheren Preis rechtfertigen. Auch Produkte mit innovativen Funktionen bieten nach wie vor Wachstumschancen: Dazu zählen zum Beispiel Kopfhörer mit Knochenschall oder hochwertige Smartwatches mit eigener SIM-Karte, die unabhängig vom Smartphone nutzbar sind, aber trotzdem Telefonanrufe und Nachrichten unterwegs ermöglichen.

Zur Studie

GfK erfasst über seine Handelspanels regelmäßig in über 70 Ländern weltweit POS-Daten in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Fotografie, Telekommunikation, IT, Büroausstattung und Haushaltsgeräte. Alle Zahlen werden gemäß GfK Gesamtmarkt Deutschland in Stück und in Euro dargestellt.

Pressekontakt: Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, corina.kirchner@gfk.com



Über GfK

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

Weitere Informationen auf www.gfk.com/de.