

Medienmitteilung

Starker struktureller Wandel im Schweizer Markt für Heimelektronik

22. Februar 2024

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

Root, 22. Februar 2024 – Das Jahr 2023 war geprägt von starken strukturellen Veränderungen im Schweizer Markt für Heimelektronik, trotz eines moderaten Rückgangs des Marktvolumens für technische Konsumgüter um Minus 3,5 Prozent.

Mit einem Umsatzvolumen von 5.491 Milliarden Schweizer Franken lag die Nachfrage nach Heimelektronik-Produkten um fast 400 Millionen höher als im Jahr 2019. In den darauffolgenden drei Jahren haben die Sondereffekte rund um die Pandemie für Rekordumsätze gesorgt. Gleichzeitig hat sich seitdem die Digitalisierung sowie auch das Konsumentenverhalten stark verändert. Die Konsumenten kaufen inzwischen deutlich öfter Online oder aber auch regional stationär ein. Von dieser Entwicklung konnten zum einen spezialisierte Online-Händler sowie auch der Fachhandel profitieren. Einkaufszentren, Fachmärkte und Geschäfte mit bislang attraktiven Lagen kämpften mit rückläufigen Besucherfrequenzen.

Luca Giuriato, GfK Branchenexperte, erklärt: «Die strategische Veränderung und die Schliessungen von Verkaufsstellen sind in der Heimelektronik-Handelslandschaft nichts anderes als eine Folge des veränderten Konsumverhaltens. Bei der hohen Nachfrage nach technischen Konsumgütern handelte es sich während den letzten drei Jahren um vorgezogene Investitionen. Es macht sich deshalb eine Marktsättigung bemerkbar.»

Kaufzurückhaltung sowohl im Business Umfeld als auch bei den privaten Endkunden

Besonders dynamisch haben sich in den letzten Jahren die **B2B** Verkäufe entwickelt. Im Verlauf der letzten sechs Jahre haben sich die Umsätze im Bereich technischen Konsumgüter bei Geschäftskunden mehr als verdoppelt. Im Jahr 2023 hingegen ging die Investitionsbereitschaft um Minus 8,7 Prozent und somit um 120 Millionen Schweizer Franken zurück. Der **private Konsum** hingegen entwickelte sich im Langzeitvergleich anders. Die Nachfragekurve war deutlich flacher bis teilweise rückläufig gewesen. Im Jahr 2023 ging der Umsatz mit privaten Endkunden nichtsdestotrotz um Minus 1,7 Prozent zurück, wobei der Rückgang im

letzten Quartal nebst der Marktsättigung aufgrund einer getrübbten Konsumentenstimmung überproportional negativ war. Angekündigte Preisanstiege im Bereich der Energie- und Gesundheitskosten, Mietzinserhöhungen sowie geopolitische Unsicherheiten sorgten dafür, dass die Konsumenten ihr Geld vorsichtiger ausgegeben haben. Diese Zurückhaltung dürfte gemäss Umfragen auch im Jahr 2024 beim Kaufentscheid von technischen Konsumgütern eine wichtige Rolle spielen.

Smartphones und Spielkonsolen sind die Gewinner

Im Jahr 2023 gehörten nur wenige Produktkategorien zu den Gewinnern. Nebst einem Umsatzplus von über 40 Prozent bei den Spielkonsolen, entwickelte sich das Marktvolumen bei den Smartphones um Plus 7 Prozent positiv, die Stückzahlen sanken hingegen um 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der positive Trend ist auf eine sehr hohe Nachfrage nach Premium Handys zurückzuführen. In der Tat erzielte der Handel satte 25 Prozent des Umsatzes mit Smartphones, die 1200 Franken oder mehr kosten. Wer sich kein neues Topgerät leisten möchte, kaufte sich ein voll revidiertes Occasionsgerät der Vorgängergeneration. Dabei handelt es sich um sogenannte Refurbished-Handys, welche sich immer höherer Beliebtheit erfreuen. Im Jahr 2023 wurden rund 150.000 Geräte (+35 Prozent) zu einem Durchschnittspreis von 425 Franken in der Schweiz verkauft.

Prognose für 2024

Je nach Entwicklung der wirtschaftlichen und politischen Einflussfaktoren, muss weiterhin mit einer rückläufigen Nachfrage gerechnet werden. Eine Markterholung erwarten die Experten frühestens per Mitte 2025. Es ist daher wahrscheinlich, dass in den kommenden 12 bis 24 Monaten weitere Bereinigungen und strategische Neuausrichtungen im Bereich des Heimelektronikhandels anstehen oder umgesetzt werden. Premiumprodukte werden dennoch weiterhin bei den Käufern beliebt sein, jedoch wird die Preissensibilität zunehmen. **Luca Giuriato sagt:** «Entscheidend für den Geschäftserfolg wird sein, die richtigen Promotionen zur richtigen Zeit in der richtigen Menge anzubieten. Daher dürfte die Umsatzprognose für den Heimelektronikmarkt in der Schweiz im Jahr 2024 insgesamt wiederum bei einem Minus von 3 bis 5 Prozent liegen.»



An NIQ
Company

Wir liefern den Full View™, das weltweit umfassendste und klarste Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern.

Der strategische Zusammenschluss von NIQ und GfK bringt zwei Unternehmen zusammen, die unabhängig voneinander bereits erhebliche Investitionen in Omnichannel-Abdeckung, Business Intelligence-Tools und prädiktive Analysen getätigt haben. Mit einer einzigartigen globalen Reichweite und Branchenkenntnis ist das kombinierte Unternehmen in der Lage, sein Wachstum zu beschleunigen, indem es den Full View™ zum Verbraucherverhalten rund um den Globus bietet.

Information zum neuen NIQ GfK Standort Schweiz: Seit dem 1. Januar 2024 befindet sich das kombinierte Unternehmen mit dem Hauptstandort in der Schweiz in Root D4.

Diese Medienmitteilung inklusive Grafiken und Definitionen finden Sie ab **22. Februar 2024** auch unter: <http://www.gfk.com/de-ch/presse/presse/>

Am 18. Juni 2024 erscheint die neue Auflage der **Publikation GfK Detailhandel Schweiz**. Diese können Sie hier vorbestellen: <https://www.gfk.com/de/gfk-publikation-detailhandel-schweiz-2024>

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

Über GfK

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