

# VERHALTENE NACHFRAGE

// Luca Giuriato

**Stagnierende Mengen und sinkende Preise sorgen für rauchende Köpfe. Die Forderung nach Preissenkungen aufgrund des starken Schweizer Frankens ist für die allermeisten Unterhaltungselektronik-Produkte jedoch umstritten.**

Per Mitte Jahr eine Marktbilanz zu ziehen, ist mit Sicherheit unangebracht. Der UE-Markt lag im Zeitraum von Januar bis Juni 2011 im Semestervergleich wertmässig um 15 Prozent, der TV-Markt gar um 20 Prozent unter Vorjahr. Aufgrund der zahlreichen Promotionen 2010 um die Fussball-Weltmeisterschaft und des hohen Werbedrucks der Fachmärkte sowie Discounter ist der Vergleich natürlich verzerrt. Die Mengenverteilung aus den vergangenen Jahren zeigt, dass die Nachfrage nach Fernsehern während eines Fussballereignis-Jahres jeweils bei 50 Prozent im ersten und 50 Prozent im zweiten Halbjahr liegt. Käufe, die im Zusammenhang mit attraktiven WM- oder EM-Angeboten getätigt werden, erweisen sich oft als vorgezogene Investitionen. Dies dürfte sich auch im laufenden Jahr bewahrheiten, sodass der Absatz an Fernsehern im zweiten Halbjahr 2011 gegenüber dem Vorjahr wieder ansteigen dürfte. Die Verteilung der TV-Nachfragemenge im aktuellen Jahr ohne sportliche Grossanlässe dürfte wiederum bei den traditionellen 45 Prozent in der ersten Jahreshälfte und 55 Prozent im Zeitraum von Juli bis Dezember 2011 liegen.

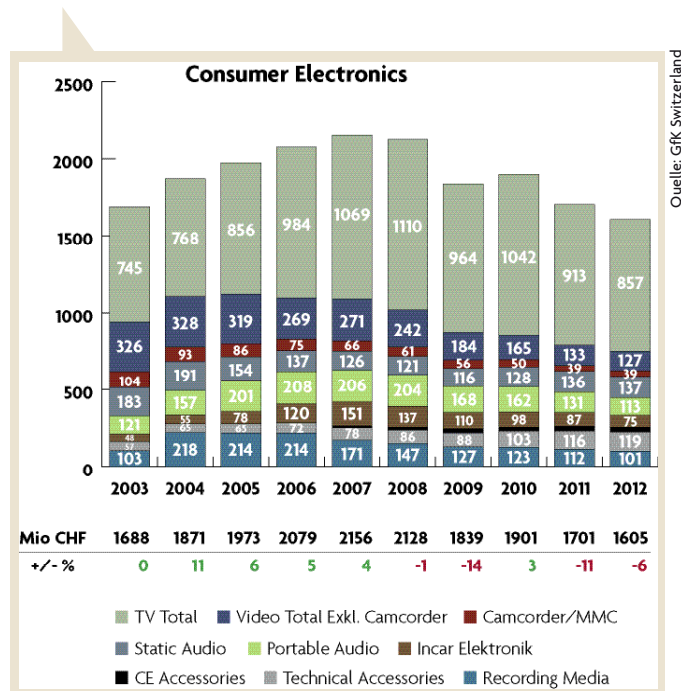
## STAGNIERENDER MARKT

Im gesamten Schweizer TV-Markt wurden im ersten Halbjahr 2011 im Vorjahresvergleich 10 Prozent weniger Geräte verkauft, dennoch waren es 410 000 Stück. Jedes zweite davon ging zulasten eines Röhrenfernsehers, was per Mitte 2011 einer Penetration von 80 Prozent gleichkam. Das heisst, dass nun mehr als 2,6 Millionen Schweizer Haushalte im Besitz mindestens eines Flachbildfernsehers sind. Bewahrheitet sich die Mengenverteilung aus den vergangenen Jahren tatsächlich, so dürften per Ende Jahr wie schon 2010 wieder 910 000 Fernseher über den Ladentisch gehen. Mengenmässig kommt dies einem stagnierenden Markt gleich. Per Januar 2012 dürften wohl nur noch 12 Prozent aller Schweizer Haushalte keinen Flachbildschirm besitzen. Zieht man davon noch die Prozente an TV-losen Haus-

halten ab, verbleibt bloss noch ein Potenzial von 231 000 CRT-Haushalten.

## WECHSELKURSSITUATION UND IHRE FOLGEN

Stagnierende Mengen und weiterhin stark sinkende Preise bereiten der CE-Branche einige Sorgen und eröffnen bedenkliche Perspektiven. Die derzeitigen Forderungen nach noch tieferen Preisen aufgrund des starken Schweizer Frankens und Wechsel-



„Static Audio“ kann sich im schwierigen Umfeld behaupten.

kursvorteile bereiten manchem grosse „Bauch“- und „Kopfschmerzen“. Wie der überproportionale Schweizer Preiszerfall im Juli 2011 aber beweist, profitierten die Unterhaltungselektronik-Kunden von den Wechselkurserosionen in den vergangenen Monaten bereits unmittelbar.

Die Preise für Fernsehgeräte, Audio-Home-Systeme und Blu-ray-Player sind in der Schweiz im Juni und im Juli im Vergleich zu Deutschland, Frankreich, Spanien und vielen anderen europä-

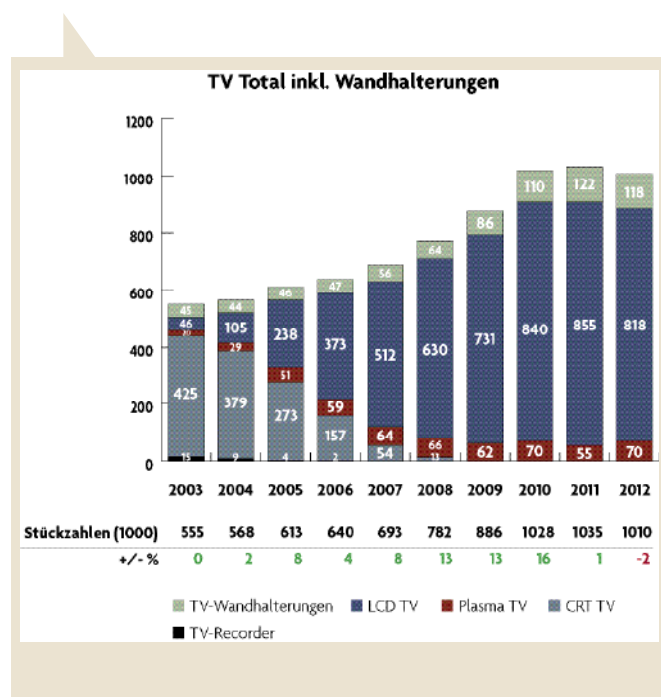
schen Ländern markant stärker gepurzelt. Ein Preisvergleich auf Ebene von Einzelartikeln beweist, dass Unterhaltungselektronik-Produkte in der Schweiz teilweise oft gar günstiger als im Ausland angepriesen werden.

### PREISEROSION

Ebenfalls besorgniserregend ist die Konzentration der Angebote an beziehungsweise der Nachfrage nach Flachbildschirmen in tiefen Preislagen. Trotz stark steigenden Anteilen an grösseren, besser ausgestatteten und raffinierteren Fernsehern kostet ein Gerät immer öfter weniger als 1000 Franken. Vor zwei Jahren kosteten etwas mehr als die Hälfte aller in der Schweiz abverkauften Fernseher 999 Franken und weniger. Inzwischen sind es mit zunehmender Tendenz gar 70 Prozent. Für alle diejenigen, die sich einen Fernseher anschaffen, ist das auf den ersten Blick erfreulich. Aber wie sieht die Zukunft aus? Wird der Fernseher vom Gebrauchs- zum Verbrauchsgut? Lohnt sich die Reparatur eines Fernsehers überhaupt noch, wenn ein neuer 40-Zöller nur gerade einmal noch knapp 500 Franken kostet?

### KAUFIMPULSE

Solange der Konsument beim Kauf eines neuen Fernsehgerätes von einer Preisvorstellung von mehreren tausend Franken ausging, vermochten ihn Angebote von 499 und 699 Franken zu reizen. Inzwischen wird er aber täglich von noch günstigeren Angeboten überflutet. Können tiefere Preispunkte überhaupt noch für weitere Kaufimpulse sorgen? Diese Frage ist berechtigt, denn allmählich erweisen sich durchaus attraktive Promotionen manchmal auch als Reinfall. Ein Zeichen dafür, dass Werbetauscheln mit noch tieferen Preisen abstupfen und nur noch geringe Kauflust zu wecken vermögen. Dennoch wird in Zukunft für sehr viele Käufer der Preis noch eine wichtige Rolle spielen, zunehmend allerdings nicht die einzige. [2\]](#)



Quelle: GfK Switzerland

Die Verkäufe von Plasma-TV werden sich wohl positiv entwickeln.