

GfK-MARKTBERICHT

TV-Markt erreicht 60 Prozent

Jubiläen von Discontern und Eröffnungen neuer Grossflächenhändler haben das erste Quartal 2010 des Schweizer Unterhaltungselektronik-Marktes geprägt. Ein hoher Werbedruck mit fast unglaublichen Angeboten konnte in diesem Zusammenhang die Konsumlust erfolgreich wecken. Der Markt wuchs um vier Prozent. Luca Giuriato

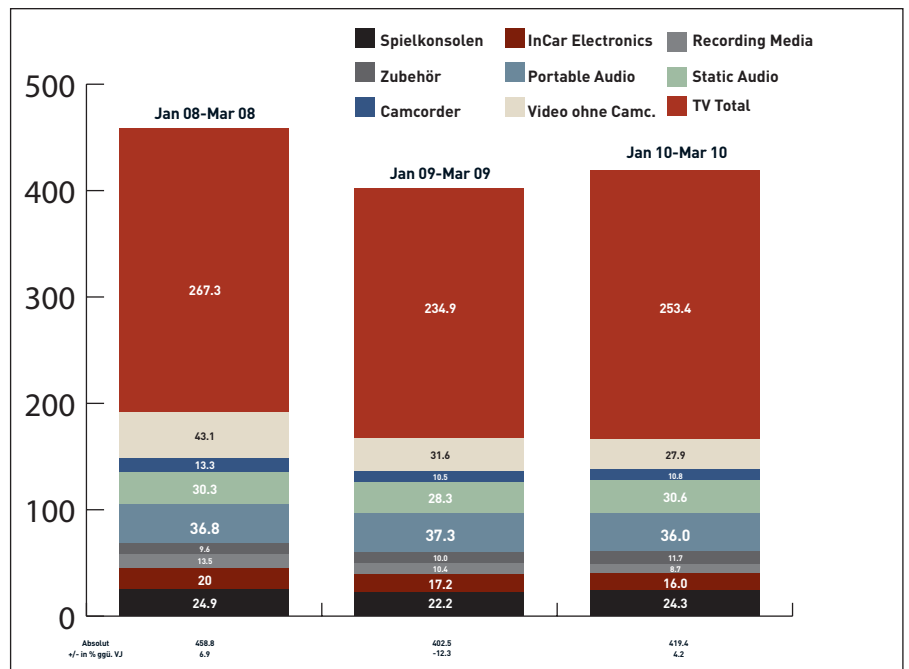


GfK Switzerland

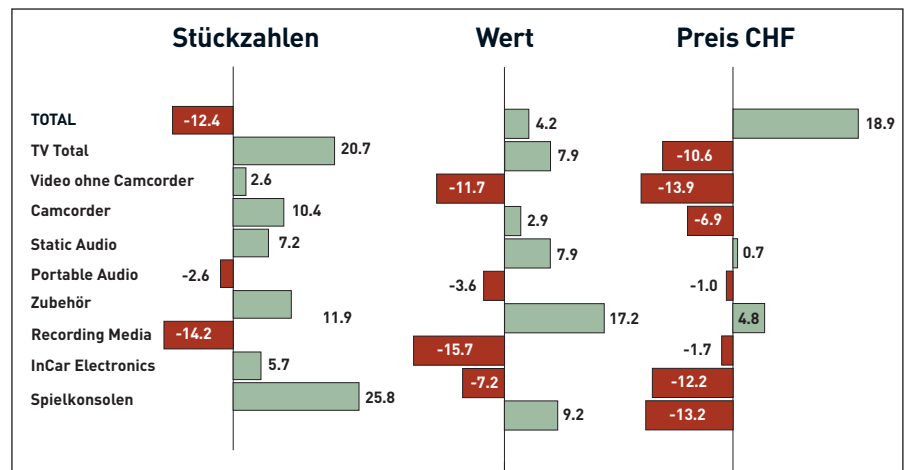
Der Schweizer Consumer Electronics Markt ist im ersten Quartal 2010 wertmässig um vier Prozent gewachsen. Fachmärkte und Discounter feierten Jubiläum, eröffneten neue Filialen oder traten neu in den Markt ein. Der damit einhergehende Werbedruck beflügelte den Markt seit Januar. Das Umsatztotal erreichte in der Periode Januar bis März 2010 einen Wert von 419 Millionen Schweizer Franken. Der Januar 2010 lag gegenüber Vorjahr mit 181 Millionen CHF Umsatzvolumen um 8,8 Prozent deutlich im Plus, die Folgemonate Februar und März lagen indes nur knapp über Vorjahr.

TV-Markt

Der Unterhaltungselektronik Markt ist weiterhin stark und immer mehr vom TV-Geschäft geprägt. Der Umsatzanteil am Gesamtmarkt beträgt inzwischen mehr als 60 Prozent. Dass diese Tendenz auch in naher Zukunft wahrscheinlich sogar noch verstärkt wird, zeigt die hohe Kaufabsicht der Konsumenten, die mittels einer repräsentativen Umfrage im Januar ermittelt wurde. Die Ergebnisse dieser Studie stellt für das erste halbe Jahr 2010 ein Potenzial von rund 500000 TV-Geräte in Aussicht. In der Tat liegen die nachgefragten Mengen per erstem Quartal mit ca. 243000 Stück voll im Fahrplan. Bedenkt man, dass im kommenden Quartal das Fussball-WM-Fieber für zusätzliche Kaufimpulse sorgen wird, scheint die Marke von einer halben



Entwicklung des Schweizer Consumer Electronics Marktes im Dreijahresvergleich von 2008 bis 2010; Beobachtungszeitraum jeweils erstes Quartal



Entwicklung des Schweizer Consumer Electronics Marktes nach Stückzahlen, Wert und Durchschnittspreis. Vergleich des ersten Quartals 2010 zum entsprechenden Vorjahresquartal

Million TV-Geräten per Ende Juni durchaus realisierbar.

Argumente, auf die der Konsument offensichtlich aufspringt, liegen zunehmend nicht nur beim Preis. Neue Technologien wie etwa LED-Backlight, 3D-Funktionalität, Internet-Connectivity und 100/200-Hertztechnik stehen beim Kauf eines neuen TV immer öfter im Vordergrund. Selbstverständlich ist Design ebenfalls ein wichtiger Faktor, wobei gerade ultradünne Flat TV eine besondere Faszination ausüben.

Besserer Audiomarkt

Höhere Qualitätsanforderungen in Bezug auf besseren Klang scheinen generell einem zunehmenden Bedürfnis zu entsprechen.

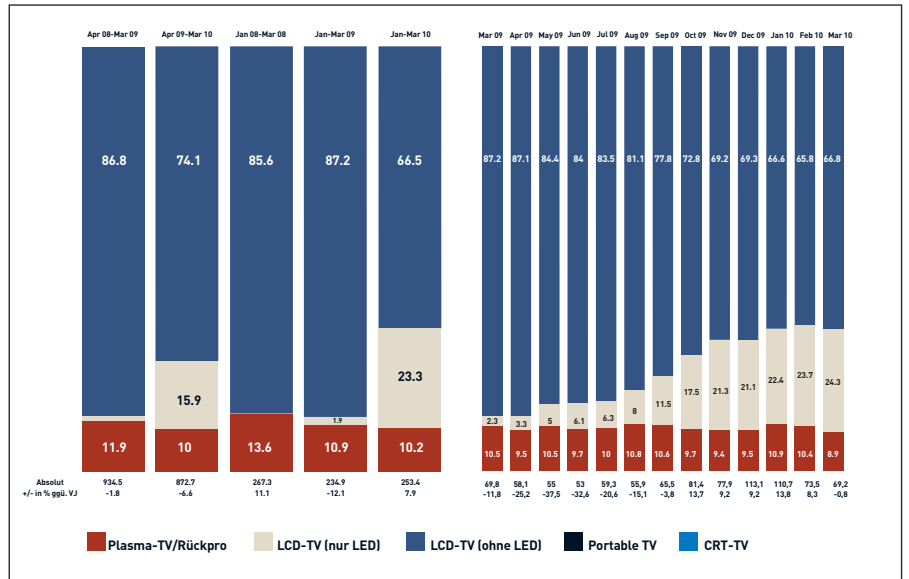
Der Teilmarkt Audio legte in der Periode Januar / März im Vorjahresvergleich denn auch wertmässig um acht Prozent zu. Dies bei einem Mengenwachstum von rund sieben Prozent. Vom positiven Trend können allem voran Produkte wie 2.1-Soundbars und 5.1-Systeme mit Blu-ray-Player profitieren.

Im mobilen Audiosektor steigen immer mehr Radiohörer auf digitales Radio umoder ergänzen ihr analoges Radio um ein DAB+-Gerät. Gegenüber Vorjahr sind die nachgefragten Mengen bei den digitalen portablen Radios mengenmässig um 55 Prozent (!) angestiegen während der Umsatz während der ersten drei Monate um 25 Prozent auf 5,2 Millionen Franken angewachsen ist. Von diesem Trend konnte der Fachhandel überproportional profitieren.

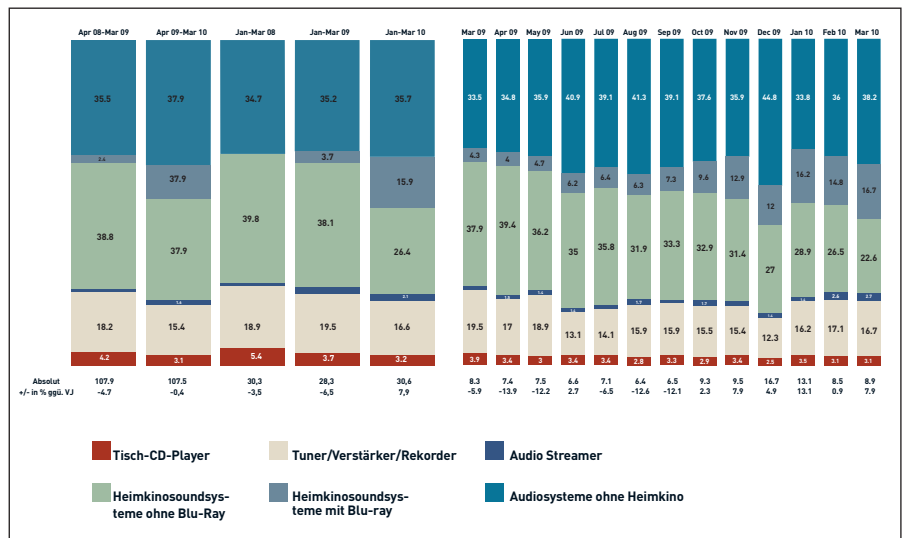
Zu den negativen Aspekten der Marktentwicklung zählt mit Ausnahme von Home Audio der anhaltende Preiszerfall in fast in allen Hauptkategorien. Zwar gehören zweistellig sinkende Entwicklungsraten inzwischen zur Normalität, allerdings wirken sie sich zurzeit auf den Gesamtumsatz nicht ganz so negativ aus weil oft Produkte in oberen Preislagen verkauft werden.

Das beweist, dass der Konsument grundsätzlich bereit ist, für gute Qualität und tolles Design mehr Geld auszugeben. Das wiederum stimmt für die bevorstehenden Monate in Bezug auf Kauflust zumindest positiv, vor allem wenn man bedenkt, dass die Hersteller noch manche tolle Produkte in der Pipeline haben.

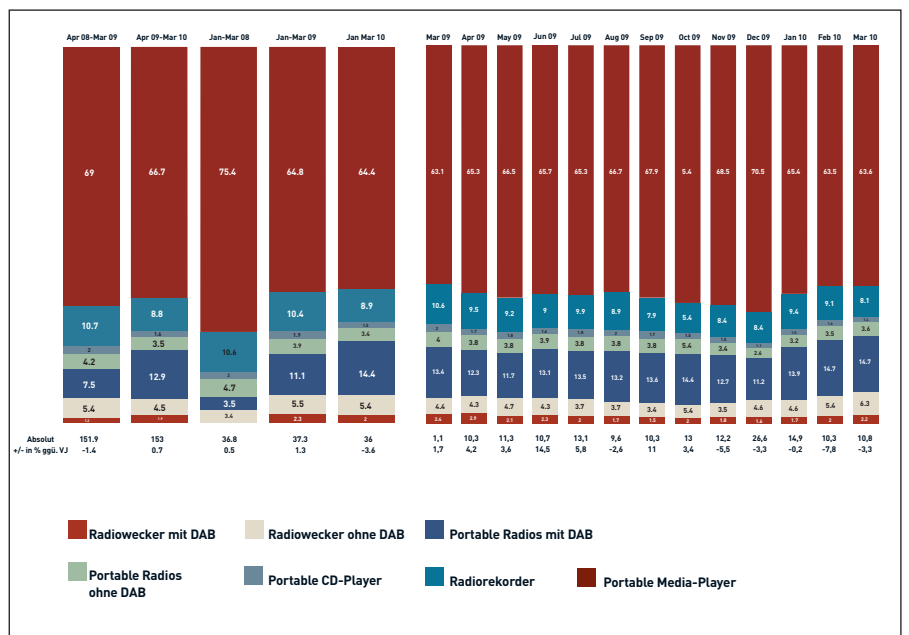
www.gfk.ch



Entwicklung des TV-Marktes



Entwicklung des static Audio-Marktes



Entwicklung des portable Audio-Marktes