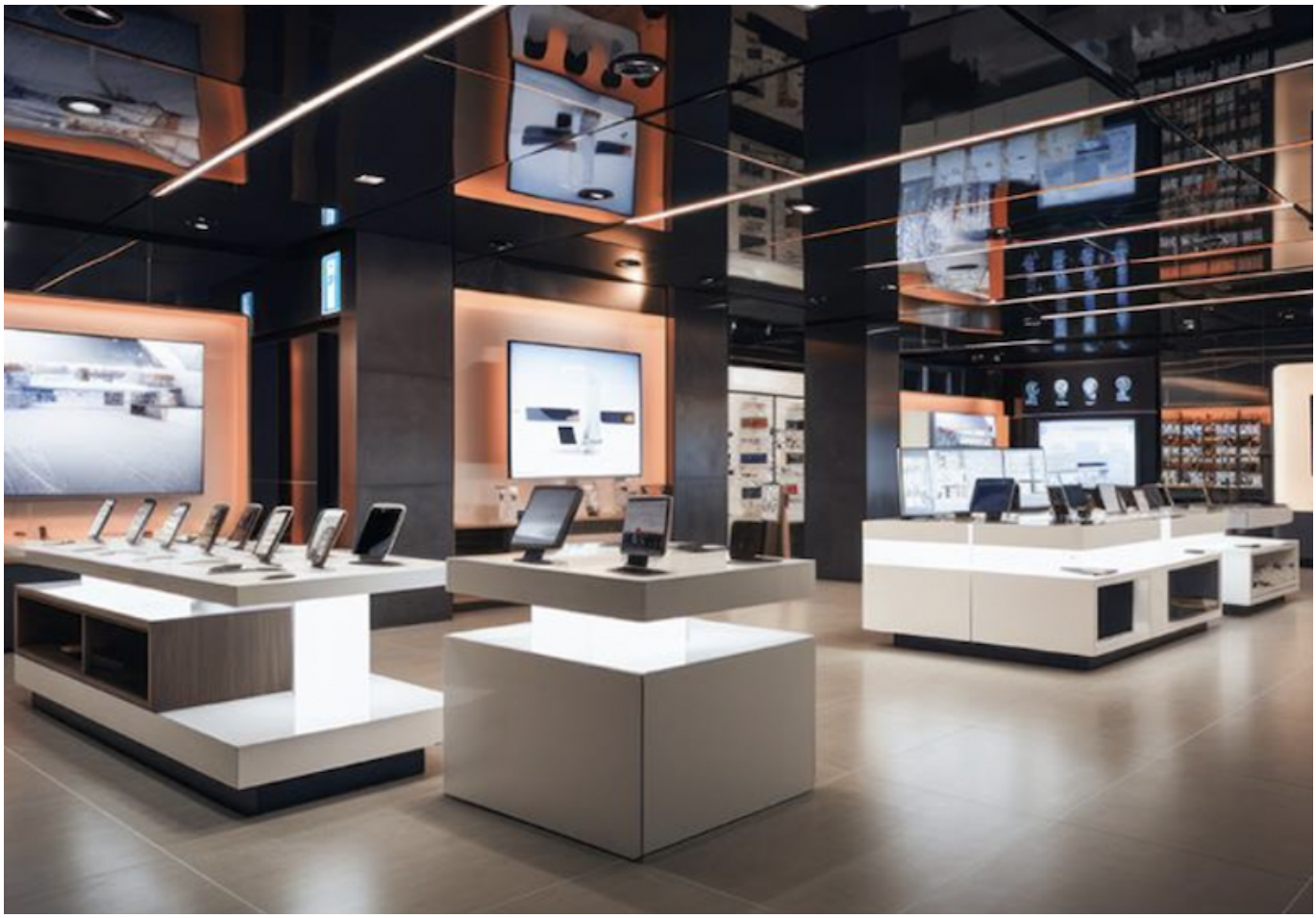
Home Electronics Market Index
Deutliches Minus im 1. Quartal

Mittwoch, 10.05.2023



Der Home Electronics Markt war im ersten Quartal 2023 mit 4,9% im Minus. Zuwachs gab es nur bei der Unterhaltungselektronik. Foto: gfu Consumer & Home Electronics GmbH

Der Markt für Home Electronics-Produkte (HE), dargestellt im Hemix, Home Electronics Market Index, liegt im ersten Quartal 2023 verglichen mit dem Vorjahres-Zeitraum mit 4,9% im Minus. So wurde in den Monaten Januar bis März 2023 ein Gesamt-Umsatzvolumen von knapp 11,4 Mrd. Euro erreicht.

Entwicklung bei Consumer Electronics

Mit einem Umsatz von knapp 7,3 Mrd. Euro weist der Bereich Consumer Electronics im ersten Quartal 2023 ein Minus von 4,3% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf. Dabei entwickelten sich die drei CE-Segmente unterschiedlich: Die Unterhaltungselektronik verzeichnet ein Plus von 2,4% auf etwas mehr als zwei Mrd. Euro Umsatz. Privat genutzte Telekommunikations-Produkte erreichten bei einem Rückgang um 1,8% rund 3,4 Mrd. Euro Umsatz. Die privat genutzten IT-Produkte entwickelten sich weiterhin negativ und erzielten knapp 1,8 Mrd. Euro, ein Minus von 15,0%.

Im Bereich der Unterhaltungselektronik wurde im ersten Quartal 2023 mit Fernsehgeräten ein Umsatz von

795 Mio. Euro (- 12,0%) erzielt, die verkaufte Stückzahl sank um 12,6% auf rund 1,1 Mio. TV-Geräte. Dem gegenüber stieg der Durchschnittspreis aller verkauften TV-Geräte leicht um 0,7% auf 715 Euro an. Das Home Audio Segment verzeichnete einen Umsatzrückgang von 8,0% auf 215 Mio. Euro. Mit einem Umsatz von 408 Mio. Euro (+ 9,1 %) verzeichnete die Produktsparte Audio-/Video-Zubehör erneut einen Umsatzanstieg. Einen großen Umsatzzuwachs erzielten im ersten Quartal 2023 die Videogames-Konsolen mit einem Plus von 133% auf 264 Mio. Euro. Ebenfalls eine positive Umsatzentwicklung zeigte sich im Bereich der Fotografie: Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz mit Digitalkameras um 8,9%, mit Wechselobjektiven wurde ein Umsatzwachstum von 6,2% erzielt.

Bei den Produkten der privat genutzten Telekommunikation zeigten nur die Core Wearables, zu denen beispielsweise Fitnesstracker und Smartwatches gehören, eine Umsatzsteigerung um 4,6% auf 333 Mio. Euro, allerdings mit einer geringeren Stückzahl von 1,4 Mio., ein Rückgang um 13,4%. Dies bedeutet einen deutlichen Anstieg des Durchschnittspreises um 20,7% auf 237 Euro. Alle anderen Produktgruppen entwickelten sich negativ. Die größte Produktgruppe dieses Segments, die Smartphones, gingen in der Stückzahl um 13,9% auf knapp 4,3 Mio. zurück, beim Umsatz steht ein Minus von 2,3% auf etwas mehr als drei Mrd. Euro. Hier wurde allerdings ebenfalls ein deutlich gestiegener Durchschnittspreis von 710 Euro (+ 13,5%) verzeichnet.

Die Produktsegmente Desktop-PCs, Notebooks, Tablet-PCs und Monitore entwickelten sich durchweg zweistellig negativ bei Umsätzen und Stückzahlen. Leicht gestiegene Durchschnittspreise wurden für Notebooks (+ 2,4%) und Tablet-PCs (+ 1,7%) gemessen.

Entwicklung bei Elektro-Hausgeräten

Die beiden Elektro-Hausgeräte-Segmente zeigten sich im ersten Quartal 2023 ebenfalls negativ. Bei den Elektro-Großgeräten betrug der Umsatzrückgang 7,3% auf knapp 2,5 Mrd. Euro. Die Elektro-Kleingeräte verzeichneten ein Minus von 3,4% auf 1,6 Mrd. Euro Umsatz.

Deutliches Minus im 1. Quartal