

Medienmitteilung

Heimelektronikmarkt 2024 weiterhin unter Druck – leichte Erholung in Sicht

Root – 17. März 2025

Der Schweizer Markt für technische Konsumgüter befindet sich im zweiten Jahr in Folge im Rückgang. Im Jahr 2024 sank der Umsatz um 4.4 Prozent, beeinflusst durch eine gesättigte Marktsituation und eine eingetrübte Konsumentenstimmung aufgrund wirtschaftlicher und politischer Unsicherheiten. Auch der Detailhandel sieht sich mit strukturellen Veränderungen konfrontiert: Während etablierte Formate wie Melectronics, Microspot und Weltbild verschwunden sind, drängen neue Anbieter wie Action und TEMU mit Niedrigpreisstrategien in den Markt.

Trotz des Umsatzrückgangs bleibt das Marktvolumen mit 5.203 Milliarden Schweizer Franken rund 400 Millionen über dem Niveau von 2019. Die Jahre 2020 bis 2022 waren durch pandemiebedingte Sondereffekte geprägt, die zu Rekordumsätzen führten. Nun zeigt sich eine Marktsättigung, die auf vorgezogene Investitionen zurückzuführen ist. Zudem haben sich das Konsumverhalten und die Digitalisierung nachhaltig verändert. Online-Käufe sowie der regionale Fachhandel profitieren, während Einkaufszentren und klassische Filialketten mit sinkender Besucherfrequenz kämpfen. „Die Schliessung von Verkaufsstellen wie PCP-STEG oder Melectronics ist eine logische Konsequenz dieser Veränderungen“, erklärt Luca Giuriato, Marktexperte für technische Konsumgüter bei NIQ/GfK.

Promotionen als Treiber der Preissensibilität

Der Trend zu Promotionsangeboten verstärkte sich 2024 weiter: Die Anzahl an Preisnachlässen stieg je nach Monat um bis zu 30 Prozent. Dies führte zwar temporär zu Umsatzspitzen, beeinträchtigte jedoch die Margen und das langfristige Wachstum. Ein Beispiel ist die Black-Friday-Woche, die mit 156 Millionen Schweizer Franken Umsatz ein Plus von 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielte. Im gesamten November 2024 sank der Umsatz jedoch um 2.5 Prozent im Vergleich zu 2023.

B2B-Markt mit deutlichen Rückgängen

Der B2B-Umsatz, der über den Detail- und Onlinehandel abgewickelt wird, hat sich seit 2017 von 454 Millionen auf 915 Millionen Schweizer Franken mehr als verdoppelt. Im Vorjahresvergleich verzeichnete dieser Bereich jedoch einen Rückgang von 10 Prozent, insbesondere in den Segmenten IT und Office-Produkte, die unter einem schwachen Projektgeschäft litten.

Private Konsumausgaben weiterhin verhalten

Der private Konsum zeigte im Langzeitvergleich eine flachere bis rückläufige Nachfragekurve. Deutliche Umsatzsteigerungen waren lediglich in den Pandemie-Jahren 2020 und 2021 zu verzeichnen als insbesondere Homeoffice-Equipment, Gaming-Hardware und -Software, TV-Geräte sowie Haushaltsklein- und -grossgeräte stark nachgefragt wurden. Viele dieser Käufe stellten vorgezogene Investitionen dar. Mit der Rückkehr zur „Normalität“ verlagerte sich der Fokus der Konsumenten jedoch wieder stärker auf Reisen und Ausserhausaktivitäten, was sich dämpfend auf die Nachfrage nach Heimelektronik auswirkte. Bereits 2022 zeigten sich Sättigungstendenzen und im Jahr 2024 verzeichnete der B2C-Umsatz mit einem Minus von 3.1 Prozent gegenüber dem Vorjahr eine weitere Abschwächung.

Onlinehandel dominiert den Heimelektronikmarkt

Der digitale Wandel beeinflusst den Markt nachhaltig: Während 2017 noch 30 Prozent der Umsätze online erzielt wurden, lag der Onlineanteil im Heimelektronik-Segment 2024 bereits bei 54.3 Prozent. Dies setzt den stationären Handel unter Druck, wobei spezialisierte Fachhändler durch Beratungs- und Serviceleistungen weiterhin stabile Marktpositionen behaupten können. „Es zeigt sich deutlich, dass nicht nur der Preis, sondern auch Service und Kundennähe entscheidende Kaufkriterien bleiben“, betont Giuriato.

Ausblick 2025: Weitere Herausforderungen, aber Hoffnung auf Erholung

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und das veränderte Konsumverhalten lassen für 2025 eine weitere Umsatzreduktion von rund 2 Prozent erwarten. Die erste Jahreshälfte dürfte noch deutlich unter dem Vorjahr liegen, während in der zweiten Jahreshälfte erste Zeichen der Erholung erwartet werden. Eine nachhaltige Marktstabilisierung wird jedoch erst für 2026 prognostiziert.

Zur Studie

NIQ/GfK erhebt über seine Handelspanels regelmässig in mehr als 70 Ländern weltweit Umsatzdaten für die Segmente DIY, Garten, Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie, Büroausstattung, Elektrogross- und Kleingeräte.

Medienkontakt: Verona Klug, T +41 41 632 9115, verona.klug@nielseniq.com

Über NIQ

NIQ ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. Im Jahr 2023 schlossen sich NIQ und GfK zusammen, zwei Branchenführer mit beispielloser

globaler Reichweite. NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 85 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,2 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Mit einer ganzheitlichen Betrachtung des Einzelhandels und den umfassendsten Einblicken in das Konsumverhalten, die mittels fortgeschrittener Analysen über hochmoderne Plattformen geliefert werden, bietet NIQ das Gesamtbild — the Full View™.

Weitere Informationen finden Sie unter niq.com/de