Bitkom e.V. |

Corona-Krise verstärkt Verschiebungen im Markt für Unterhaltungselektronik

- **Umsätze mit klassischer Unterhaltungselektronik schrumpfen um 7 Prozent**
- **Fast jeder Fünfte nutzt einen Haushaltsroboter**
- **Bitkom präsentiert Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology“ zur IFA**

Berlin, 27. August 2020 - Die Corona-Pandemie verstärkt und beschleunigt die Verschiebungen im Markt für Unterhaltungselektronik und sogenannte Consumer Technology. Während die Umsätze mit Smartphones auf hohem Niveau stabil bleiben und das Interesse an neuen Technologien wie Virtual Reality und Smartwatches massiv wächst, verzeichnet die klassische Unterhaltungselektronik erneut ein Umsatzminus. In seiner Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology“ prognostiziert der Digitalverband Bitkom einen Smartphone-Umsatz von 10,6 Milliarden Euro für das Jahr 2020, das ist ein leichter Rückgang um 0,9 Prozent gegenüber dem Rekordjahr 2019. Die Anzahl der verkauften Geräte geht demnach auf 19,7 Millionen Smartphones zurück (2019: 21,9 Millionen). Die durchschnittlichen Stückpreise für Smartphones steigen hingegen um gut 10 Prozent. In diesem Jahr geben Verbraucher im Schnitt 539 Euro für ein Smartphone aus – das sind 50 Euro mehr als im Vorjahr. „Der Trend geht ganz klar zu hochwertigen Geräten“, sagt Bitkom-Präsident Achim Berg. „Das Smartphone ist für viele Verbraucher zum bei weitem wichtigsten Endgerät geworden – das lassen sie sich gerne etwas mehr kosten.“

Markt für Unterhaltungselektronik ist weiter rückläufig

Die Umsätze mit klassischer Unterhaltungselektronik, also mit Geräten wie Fernsehern, Digitalkameras, Audio-Anlagen oder Spielkonsolen, gehen im laufenden Jahr voraussichtlich um 7 Prozent auf 8,2 Milliarden Euro zurück. 2017 waren noch 10 Milliarden Euro in diesem Markt umgesetzt worden. Mit einem Anteil von 40 Prozent stellen TV-Geräte nach wie vor das größte Einzelsegment. 2020 wird sich der Umsatz mit Fernsehgeräten laut Bitkom auf voraussichtlich 3,2 Milliarden Euro belaufen, ein Minus von 11,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der verkauften Fernseher geht mit einem Minus von 8 Prozent für das Jahr 2020 ebenfalls zurück. Im Schnitt geben Verbraucher laut Bitkom 548 Euro für ein Fernsehgerät aus, im Jahr 2018 waren es noch 600 Euro. „Der Markt für klassische Unterhaltungselektronik schrumpft seit mehreren Jahren. Dieser Rückgang setzt sich während der Corona-Krise unvermindert fort“, so Berg. Entgegen dem Abwärtstrend im Gesamtmarkt verläuft der Umsatz mit Spielkonsolen: 515 Millionen Euro sollen damit voraussichtlich in diesem Jahr eingenommen werden (plus 7,1 Prozent). Ein Umsatzwachstum von 3,5 Prozent wird zudem für das Segment der sogenannten sonstigen Unterhaltungselektronik erwartet, in dem in diesem Jahr 2,5 Milliarden Euro umgesetzt werden sollen. Hier zieht die Nachfrage insbesondere nach Kopfhörern und mobile Headsets an.

Roboter erobern den Haushalt

Ein Segment mit Wachstumspotenzial im Bereich der vernetzten Geräte sind Assistenzroboter, derzeit vor allem im Haushalt. Ob für das Staubsaugen, Fensterputzen oder Rasenmähen – mit 18 Prozent nutzt fast jeder Fünfte einen solchen Assistenten, weitere 45 Prozent können sich dies vorstellen. Ein gutes Drittel der Bevölkerung in Deutschland (35 Prozent) will hingegen künftig keinen Roboter einsetzen. Dabei haben viele Roboternutzer positive Erfahrungen mit ihren Helfern gemacht. Sechs von zehn der Anwender (59 Prozent) sagen, dass sie aufgrund des Roboters mehr Freizeit haben. Jeder Zweite (52 Prozent) gibt an, dass ein solcher Roboter ihre Lebensqualität steigert. Und fast jeder fünfte Roboternutzer (19 Prozent) hat seinem Gerät einen Namen gegeben. Nur 8 Prozent der Anwender sagen, dass ihnen die smarten Helfer mehr Probleme als Arbeitserleichterung bereiten. Berg: „Haushaltsroboter werden immer intelligenter und sind zunehmend in das vernetzte Zuhause eingebunden. Ausgestattet mit Berührungssensoren,

hochauflösenden 3D-Kameras und künstlicher Intelligenz werden sie künftig auch schwer zu greifende Objekte handhaben können."

Großes Interesse an Anwendungen mit Augmented und Virtual Reality

In seiner Trendstudie zeigt Bitkom außerdem, wie Verbraucher den Anwendungen im Bereich der erweiterten Realität (Augmented Reality, AR) und virtuellen Realität (Virtual Reality, VR) gegenüberstehen. Laut einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage liegt das Nutzerpotenzial für Virtual-Reality-Brillen erstmals bei über 50 Prozent der Bevölkerung. Demnach nutzt derzeit jeder siebte Bundesbürger ab 16 Jahren (14 Prozent) zumindest hin und wieder eine Virtual-Reality-Brille. Weitere 37 Prozent wollen dies künftig tun. „VR-Brillen kommen aktuell vor allem bei Videospielen zum Einsatz. Aber gerade jetzt im Pandemiejahr punktet bei Nutzern das virtuelle Verreisen an unbekannte Orte", so Berg. Einen Schub verzeichnen auch Augmented-Reality-Anwendungen. Dabei lassen sich Nutzer digitale Zusatzinformationen in ein Live-Bild einblenden, zumeist auf dem Smartphone oder Tablet-PC. 13 Prozent aller Befragten ab 16 Jahren geben an, AR schon einmal mit dem Smartphone ausprobiert zu haben. Das bedeutet fast eine Verdopplung innerhalb nur eines Jahres (2019: 7 Prozent). Hinzu kommt ein weiteres Drittel (32 Prozent), das AR künftig nutzen will. Auch bei der Augmented Reality ist Gaming die Top-Anwendung. 55 Prozent derer, die AR schon einmal auf dem Smartphone ausprobiert haben, haben die Technologie zum Spielen verwendet. Fast gleichauf liegen Videofilter auf Social-Media-Plattformen (54 Prozent). Gut jeder Dritte (34 Prozent) hat sich mit Augmented-Reality-Anwendungen auf Reisen orientiert und mit zusätzlichen Informationen versorgt. Und jeder Fünfte (20 Prozent) hat sich per AR Möbelstücke zur Wohnungs- und Häuserplanung visualisieren lassen. Ähnliche viele (18 Prozent) haben AR in Bildungs- und Lernprojekten verwendet.

Bitkom präsentiert diese Zahlen im Vorfeld der IFA. Sie findet vom 3. bis 5. September 2020 virtuell und auf dem Berliner Messegelände statt. Berg: „Die Consumer Technology zeichnet sich heute dadurch aus, dass sie vernetzt ist. Der nächste Schritt sind integrierte Funktionen auf Basis von künstlicher Intelligenz – vom Fernseher bis zur Waschmaschine." Die Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology – 2020" befasst sich neben den Themen Robotern sowie AR und VR auch mit den Bereichen Sprachassistenten, Streaming und Wearables und steht zum kostenlosen Download bereit: https://www.bitkom.org/zukunft-consumer-technology

Zur Methodik: Die Prognosen zum Markt für Unterhaltungselektronik basieren auf Berechnungen von Bitkom Research. Den Prognosen zum Markt für Smartphones und Tablet Computer liegen Untersuchungen des European Information Technology Observatory (EITO) zugrunde. EITO liefert aktuelle Daten zu den weltweiten Märkten der Informations- und Kommunikationstechnik. EITO ist ein Projekt der Bitkom Research GmbH in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut IDC. Grundlage der Angaben zu Verbrauchern sind repräsentative Umfragen, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Sebastian Klöß
Leiter Märkte & Technologien
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Corona-Krise-verstaerkt-Verschiebungen-im-Markt-fuer-Unterhaltungselektronik***