

# Home Electronic Market Index Quartal 1 / 2022



# Home Electronic Market Index

## Quartal 1 / 2022



Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in EURO (Konsumentenpreise incl. MwSt.)			Umsatz in Mio. EURO		
	Q1 2021	Q1 2022	+/-%	Q1 2021	Q1 2022	+/-%	Q1 2021	Q1 2022	+/-%
TV-Display Total <sup>1)</sup>	1.430	1.282	-10,3%	612	702	14,7%	875	900	2,9%
Satellite/Set-Top-Boxen Total							40	27	-31,9%
- Sat.-Systeme / -Antennen	59	78	32,0%	83	95	13,4%	5	7	49,7%
- Set Top Boxen	457	300	-34,2%	76	65	-14,1%	35	20	-43,5%
Video Total							43	60	38,5%
- DVD-Player/-Recorder	82	66	-19,1%	45	44	-1,7%	4	3	-20,5%
- Blu-ray-Player/-Recorder <sup>6)</sup>	113	105	-7,1%	132	137	3,9%	15	14	-3,4%
- Media Boxes/Sticks	352	494	40,3%	70	86	23,1%	25	43	72,7%
Action Cams (inkl. Camcorder) <sup>10)</sup>	61	62	0,1%	352	374	6,2%	22	23	6,3%
Digital Cameras	195	168	-14,0%	626	677	8,1%	122	114	-7,0%
Wechselobjektive	119	123	2,7%	641	701	9,4%	76	86	12,4%
Digitale Bilderrahmen	10	5	-47,8%	420	0	-100,0%	4	0	-100,0%
Home Audio Total							218	236	8,6%
- Einzelkomponenten Total <sup>2)</sup>	111	96	-13,0%	384	408	6,2%	42	39	-7,6%
- Home Cinema Systeme	1	0	-92,4%	421	864	105,1%	0	0	-84,3%
- Audio Home Systems <sup>8)</sup>	171	184	7,8%	191	210	9,8%	33	39	18,3%
- Smart Audio <sup>9)</sup>	344	318	-7,6%	120	121	1,4%	41	39	-6,3%
- Lautsprecher-Boxen <sup>14)</sup>	348	373	7,2%	290	322	10,8%	101	120	18,9%

Quelle: Die Angaben basieren auf den Daten des GfK Handelspanels ergänzt um die von GfK nicht erhobenen Vertriebswege.

# Home Electronic Market Index

## Quartal 1 / 2022



Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in EURO (Konsumentenpreise incl. MwSt.)			Umsatz in Mio. EURO		
	Q1 2021	Q1 2022	+/-%	Q1 2021	Q1 2022	+/-%	Q1 2021	Q1 2022	+/-%
Personal Audio Total <sup>3)</sup>	687	720	4,9%	65	66	1,8%	44	47	6,7%
Audio/Video Zubehör							301	373	23,9%
- Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets	3.186	3.884	21,9%	75	79	4,9%	240	307	27,9%
- Docking Lautsprecher	627	593	-5,4%	97	111	14,0%	61	66	7,9%
Auto-Multimedia (ohne Erstausrüstung) <sup>4)</sup>	183	183	0,0%	117	128	9,7%	21	23	9,7%
Videogames Konsolen	443	336	-24,2%	352	325	-7,7%	156	109	-30,0%
Unterhaltungselektronik Total							1.920	1.999	4,2%
Telekommunikation Total <sup>5)</sup>							2.999	3.494	16,5%
- Mobiltelefone	227	303	33,4%	49	47	-3,9%	11	14	28,3%
- Smartphones	4.791	5.009	4,5%	555	621	11,8%	2.660	3.109	16,9%
- Telefone <sup>13)</sup>	953	856	-10,2%	61	62	0,2%	59	53	-10,0%
- Core Wearables <sup>7)</sup>	1.591	1.618	1,7%	170	197	16,0%	270	319	18,0%

Quelle: Die Angaben basieren auf den Daten des GfK Handelspanels ergänzt um die von GfK nicht erhobenen Vertriebswege.

# Home Electronic Market Index

## Quartal 1 / 2022



Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in EURO (Konsumentenpreise incl. MwSt.)			Umsatz in Mio. EURO		
	Q1 2021	Q1 2022	+/-%	Q1 2021	Q1 2022	+/-%	Q1 2021	Q1 2022	+/-%
PCs Total <sup>7)</sup>							1.652	1.544	-6,5%
- Desktop PCs	261	221	-15,3%	869	978	12,6%	227	216	-4,6%
- Notebooks	1.058	979	-7,5%	828	849	2,5%	876	831	-5,1%
- Tablet PCs	1.373	1.112	-19,0%	400	447	11,6%	550	497	-9,7%
IT-Peripherie Total <sup>15)</sup>							410	389	-5,1%
- Monitore	1.086	929	-14,4%	239	264	10,7%	259	246	-5,3%
- Projektoren	19	26	38,8%	634	619	-2,3%	12	16	35,6%
- MFD / Drucker / Scanner	903	773	-14,3%	154	165	7,3%	139	127	-8,1%
Recording Media Total <sup>15)</sup>							153	149	-2,2%
- CD/DVD/Blu-ray Rohlinge	9.150	7.555	-17,4%	0	1	20,3%	5	4	-0,7%
- Memory Cards	3.044	2.772	-8,9%	15	17	14,1%	46	48	3,9%
- USB Sticks	2.745	2.859	4,1%	11	11	6,6%	29	32	11,0%
- Festplatten <sup>11)</sup>	739	638	-13,6%	99	101	2,4%	73	64	-11,6%
Informationstechnologie Total <sup>12)</sup>							2.215	2.083	-6,0%
Consumer Electronics Total							7.134	7.576	6,2%
Elektrokleingeräte Total <sup>15)</sup>							1.751	1.739	-0,7%
Elektrogroßgeräte Total <sup>16)</sup>							2.258	2.668	18,2%
Home Electronics Total							11.142	11.983	7,5%

Quelle: Die Angaben basieren auf den Daten des GfK Handelspanels ergänzt um die von GfK nicht erhobenen Vertriebswege.

- 1) LCD-TV, OLED
- 2) Tuner, Amplifier, Receiver, Plattenspieler, CD-Player/Recorder
- 3) Kofferradios, Uhrenradios, CD-Portables, MD-Portables, eBooks, Portable Media Player
- 4) Car Audio, Car Vision & Car Navigation
- 5) Durchschnittspreise ohne Subventionen
- 6) inkl. Blu-ray-UHD-Player/-Recorder
- 7) inkl. Smart Watches (ohne SIM), Smart Glasses (ohne SIM), Health & Fitness Trackers, Wrist Sport Computers, Connected Watches und Locators; Earables (Smart Headsets) sind im Segment „Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets“ und Smart Watches mit SIM-Karte im Segment „Smartphones“ enthalten
- 8) Micro- / Mini- / All-In-One-Anlagen
- 9) Smart Speaker & Smart Audio Components (Multi-Room)
- 10) Camcorder, Multimedia Cameras, Action Cams
- 11) Externe Festplatten, Multimedia Festplatten, NAS-Systeme
- 12) Konsumentenmarkt
- 13) inkl. Single Handsets ab Januar 2016
- 14) inkl. Soundbars
- 15) Koch- und Küchengeräte, (Heiß-)Getränkezubereitung, Haus-&Raumpflege, Wäschepflege, Körperpflege, Personal Diagnostics
- 16) Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspüler, Kühlgeräte, Gefriergeräte, Herde/Backöfen, Einbau-Kochfelder, Dunstabzugshauben, Mikrowellen

