

Pressemitteilung

Wearables beleben das Weihnachtsgeschäft

17. Dezember 2014

Lukas Häusermann
Marketing & Communications
GfK Switzerland AG
T +41 41 632 91 19
lukas.haeusermann@gfk.com

Martin Baumann
Division Manager
CC Consumer Choices
GfK Switzerland AG
T +41 41 632 93 78
martin.baumann@gfk.com

Hergiswil, 16. Dezember 2014 - Wearables (tragbare Kleinstcomputer) sind ein grosser Renner im diesjährigen Weihnachtsgeschäft - Laufend neue Modelle aus den Teilkategorien Fitnesstracker, Smartwatches und Armband-Sportcomputer drängen auf den Markt - Besonders starke Nachfrage nach Health- und Fitness-Trackern - GfK Switzerland erhebt den boomenden Markt seit anfangs 2014 und sieht erste Tendenzen – Trend zur Miniaturisierung geht weiter.

Bis Ende Jahr werden rund 300'000 Stück Wearables in der Schweiz verkauft sein. Der Umsatz beläuft sich für die drei Unterkategorien „Health and Fitness Tracker“, „Smartwatches“ und „Wrist Sport Computer“ zusammen auf knapp CHF 50 Millionen – mittlerweile ein sehr ansehnliches Segment im Elektronik-/Sportmarkt. Dass die Wearables den Konsumenten etwas wert sind, zeigt sich auch im Preis: Im Durchschnitt gibt der Konsument für ein Wearable CHF 160.- aus.

Klassische Sportmarken treffen auf neue Lifestyle-Brands

Spannend ist auch die Markenlandschaft: Hier treffen klassische Sportmarken wie Polar und Garmin auf neuere Marken wie Fitbit und Jawbone oder auch auf Tech-Marken wie Samsung und Sony. Der Innovationsschub erfolgt aus beiden Branchen heraus und ergibt viele „Fusionsprodukte“. Erwartet werden darf auch, dass die Segmente weiter zusammenwachsen. Eine aktuelle, multinationale GfK-Umfrage zeigt: aus Sicht der Verbraucher sind bekannte Technikmarken die erste Wahl bei einem möglichen Kauf. Die wichtigsten Vertriebskanäle sind die Sporthändler, dicht gefolgt von den Filialisten und Fachmärkten, wobei bei letzteren besonders viel über das Internet verkauft wird.

Der Trend zur Miniaturisierung geht weiter

Waren die ersten tragbaren Computer die Notebooks, so beinhalten heute Smartphones teilweise viel mehr Funktionen als ein Notebook noch vor ein paar Jahren. Wearables bilden nun die nächste Stufe dieser Evolution – es sind Kleinstcomputer, welche am Handgelenk getragen werden (Smartwatches, Sport-Computer) oder auch mit einem Clip befestigt werden können. In Zukunft werden Wearables aber auch zusehends in Brillen (wie aktuell schon Google Glass) integriert oder direkt in Textilien eingenäht.

Geplante internationale GfK-Grundlagenstudie zu Smartwatches

Nach einer ersten Umfrage im August 2014 plant GfK nun eine umfangreiche Grundlagenstudie zum Thema. Dies um den aktuellen und zukünftigen

GfK Switzerland AG
Obermattweg 9
6052 Hergiswil
Schweiz

Tel. +41 41 632 91 11
Fax +41 41 632 91 23

Anbietern im Bereich Wearables zu helfen, erfolgreiche Marktstrategien zu entwickeln. Beginnend mit einer Analyse der gegenwärtigen und kommenden Trends wird die Studie Informationen über Treiber, Barrieren und Bedürfnisse der Konsumenten hinsichtlich der Nutzung von Wearables liefern. Die gewonnen Erkenntnisse können sowohl zur Erstellung einer Product Roadmap dienen, als auch zur Identifizierung von Innovationspotentialen für den eigenen Geschäftserfolg.

Weitere Informationen finden Sie unter www.gfk.com/die-zukunft-von-wearables.

Über GfK

GfK Switzerland ist das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz. GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten weltweit vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus grossen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/ch.
Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de