

18.12.2014 - 08:00 Uhr

Wearables beleben das Weihnachtsgeschäft

Hergiswil (ots) -

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 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.

Kontakt:

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010243/100766307> abgerufen werden.