

Medienmitteilung

Media Markt, Interdiscount und Co. büssen Bekanntheit ein

Zürich, 18. September 2016 – **Marketagent.com hat heute zum dritten Mal – nach 2010 und 2012 - eine repräsentative Image-Studie zur Elektrolandschaft in der Schweiz veröffentlicht. In den vergangenen vier Jahren büssten Elektronikgrössen wie Media Markt, Interdiscount und melectronics zwischen 4% und 6% an Bekanntheit ein. Online-Anbieter wie Digitec und Microspot hingegen sind unterdessen immer mehr Schweizern ein Begriff. In Sachen Kaufverhalten hat sich gezeigt, dass die Schweizer ihre Elektronik immer mehr online einkaufen und auf ausländische Anbieter verzichten.**

In der repräsentativen Umfrage des Zürcher Marktforschungsunternehmens Marketagent.com gaben 1'290 Schweizerinnen und Schweizer in der Deutsch- und Westschweiz Auskunft über ihre persönlichen Favoriten im Heimelektronik-Bereich.

Bekanntheitsentwicklung zwischen 2012 und 2016

Ungestützt abgefragt ist Interdiscount das bekannteste Elektronikfachgeschäft in der Schweiz. 58% der Befragten kam dieser Name etwas häufiger spontan in den Sinn als Media Markt (56%) oder Fust (52%). Zu den Aufsteigern der Branche zählt melectronics: Das Unternehmen konnte seine Bekanntheit seit 2012 von 38% auf 51% erhöhen. Auch Digitec, die von 11% auf 24% aufgeholt haben, microspot.ch (3% auf 10%), Conrad (6 % auf 9%) und brack.ch (4% auf 9%) zeigen eine positive Bekanntheitsentwicklung.

Gibt man den Befragten die Antwortmöglichkeiten vor, so haben sowohl Media Markt (95% auf 91%), Interdiscount (94% auf 88%) und melectronics (89% auf 85%) als auch Fust (79% auf 69%) in den letzten 4 Jahren leicht an Bekanntheit verloren. Zulegen konnten hingegen die Online-Anbieter Digitec (60% auf 72%), Microspot (46% auf 61%) und Conrad (51% auf 56%).

Media Markt bleibt Lieblingsunternehmen

Trotz leichtem Bekanntheitsverlust bleibt Media Markt das beliebteste Unternehmen in der Schweizer Elektrolandschaft (18%). Auf der Beliebtheitsskala einen grossen Sprung nach vorne hat melectronics gemacht, das seit 2012 einen Beliebtheitsanstieg von 1% auf 17% verzeichnet. Der Migros-Kette dicht auf den Fersen sind Interdiscount (16%) und Digitec, das ebenfalls eine deutliche Beliebtheitsteigerung von ehemals 2% auf 15% in 2016 aufweisen kann. Fust, als weiterer grosser Player, hat leicht an Beliebtheit eingebüsst (von 9% auf 6%). Die grosse Verlierern ist jedoch Manor Multimedia: Sie ist auf der Nennung des beliebtesten Unternehmen von 14% im 2012 auf 1% 2016 abgerutscht.

Frauen sparsamer als Männer

Dass die Begeisterung der Herren für Technik auch heute ungebrochen ist, zeigt sich auch in ihren Ausgaben: Sie geben mit 1'251 CHF pro Jahr im Mittelwert fast doppelt so viel für Heimelektronik aus wie Frauen mit 672 CHF. Frauen (62%) achten zwar mehr auf Aktionen

und Sonderangebote als Männer (52%), insgesamt wecken Schnäppchen heute aber deutlich weniger Interesse bei den Schweizerinnen und Schweizern (57%) als noch vor vier Jahren (77%)

Spontan und ohne Preisrecherche

Auch wird Heimelektronik heute viel spontaner gekauft als noch 2012: Kaufen 2012 noch fast drei Viertel aller Schweizer (73%) nur nach reiflicher Überlegung, tun dies heute noch etwas mehr als die Hälfte (55%) der Befragten.

Und führten vor vier Jahren noch fast die Hälfte der Kunden Preisrecherchen vor dem Kauf im Geschäft durch (47%), macht das heute nur noch gut ein Drittel (36%). Bei den Frauen (42%) ist ein solches Vorgehen stärker verbreitet, als bei den Männern (29%).

Schweizer kaufen online und nicht im Ausland ein

Insgesamt haben 72% aller Schweizerinnen und Schweizer bereits online eingekauft und planen, dies auch künftig zu tun (79% Männer vs. 65% Frauen). 41% der Befragten vergleichen dabei die Online-Preise und kaufen die Produkte dann auch online ein, wo diese am günstigsten sind. Generell lehnen Frauen (27%) den Online-Kanal immer noch etwas häufiger ab als Männer (16%).

Das Ausland für Elektronikkäufe zu nutzen ist für die Wenigsten die häufigste Option: Nur gerade 6% der Schweizer bevorzugt diese Möglichkeit, Männer (8%) etwas häufiger als Frauen (3%).

Für weitere Fragen

Ursula Kaspar

T: 043 466 88 44

M: 079 378 41 02

E: u.kaspar@marketagent.com

So wurde die Studie durchgeführt

Die repräsentative Studie „Handelscheck Elektrohandel 2016“ wurde zwischen dem 29. August und 7. September 2016 mittels Online-Befragung durchgeführt. Es nahmen 1'290 Personen zwischen 14 und 65 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz daran teil. Verfasserin ist das auf Online-Markt- und Meinungsforschung spezialisierte Institut Marketagent.com Schweiz AG, das über ein 47'000 befragungswilligen Personen zählendes, nach ISO 26362 zertifiziertes Panel in der Schweiz verfügt.