

Pressemeldung

PC Hardware für Gamer: Leistung und Spielerlebnis treiben die Nachfrage im Markt

22. August 2019

Mag. Wolfgang Hölzlsauer
Market Insights
T +43 1 71710-340
wolfgang.hoelzlsauer@gfk.com

Marie-Sophie Beauchamp
Corporate Communications
Specialist
T +43 1 717-10-178
marie-sophie.beauchamp@gfk.com

Wien, 22. August 2019 – Der Markt für PC-Gaming-Hardware verzeichnete im ersten Halbjahr 2019 einen weltweiten Umsatz von über 6,1 Milliarden US-Dollar (ohne Nordamerika). Das entspricht einem Plus von 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Gaming-Desktops und -Laptops wachsen in diesem reifen Markt jedoch langsamer, wobei die Nachfrage in den einzelnen Regionen sehr unterschiedlich ausfällt. Das sind Ergebnisse von GfK für den globalen Markt für PC-Gaming-Hardware anlässlich der Gamescom 2019 in Köln.

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2019 trugen OEM-Gaming-Laptops rund 18 Prozent zum weltweiten Gesamtumsatz im Markt für mobile PCs bei. OEM-Gaming-Desktops hingegen erreichten einen Anteil von etwa 11 Prozent. Im Durchschnitt kosteten Gaming-Desktops rund 2,4-mal mehr als Nicht-Gaming-Desktops. Bei Gaming-Notebooks und Gaming-Monitoren waren es 1,8-mal bzw. 1,6-mal mehr. Und auch beim Zubehör verhält es sich ähnlich. Eine Gaming-Maus kostete im Durchschnitt 2,4-mal mehr als eine Nicht-Gaming-Maus, während der Preis für eine Gaming-Tastatur mit durchschnittlich 48 US-Dollar rund 1,8-mal höher war als für eine Nicht-Gaming-Tastatur. Zwar sind Gaming-Desktops, -PCs, -Monitore und -Zubehör teurer, sie haben jedoch eine höhere Leistung und tragen zu einem besseren Spielerlebnis bei – und diese Faktoren sind Gamern besonders wichtig. Gleichzeitig unterstreicht der Gaming-Bereich seine Rolle als Margentreiber für die Industrie und den Handel.

Gaming-Laptops wachsen weiter, dank zweistelligem Plus in Asien

Nach mehreren Quartalen mit zweistelligem Wachstum ging die Nachfrage nach OEM-Gaming-Desktops im ersten Halbjahr 2019 leicht zurück (-4 Prozent). Das ist vor allem auf den Rückgang in China und eine Abschwächung des Markts in der Region EMEA zurückzuführen.

OEM-Gaming-Laptops setzten ihre Erfolgsgeschichte hingegen fort. Sie verzeichneten ein Wachstum von 12 Prozent und erreichten so einen Gesamtumsatz von 3,5 Milliarden US-Dollar. Auch in der Region Asien-Pazifik (ohne China) und in China konnten diese Geräte zweistellig wachsen. Ein Umsatzplus von insgesamt 25 Prozent war in den Märkten Thailand, Japan und Malaysia zu beobachten. In der Region EMEA wuchs der Markt eher verhalten (+1 Prozent). Dies ist auf eine gesunkene Nachfrage in den zwei – für die Region – wichtigsten PC-Gaming-Märkten zurückzuführen, nämlich Deutschland (-9 Prozent auf insgesamt 112 Millionen US-Dollar Umsatz) und Frankreich (-4 Prozent auf insgesamt 144



GfK Austria GmbH
Erdberger Lände 26a
1030 Wien
Österreich

T +43 (0)1 71710-0
www.gfk.at
at@gfk.com

Geschäftsführung
Mag. Michael Wottawa

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien

Millionen US-Dollar Umsatz).

Bei PC Hardware für Gamer spielen Leistung, Größe und Preis eine entscheidende Rolle

Die Leistung ist für ein erstklassiges Spielerlebnis entscheidend. Deshalb legen Gamer großen Wert auf die Hardware ihrer Gaming-PCs. Im ersten Halbjahr 2019 wurden Gaming-Laptops mit Hybrid-Festplatte mit 1 TB + 128 GB, 8 GB RAM, ein 15,6" Full-HD-Display sowie eine CPU und GPU aus dem mittleren Preissegment am meisten verkauft. Weltweit gaben Verbraucher im Durchschnitt rund 870 US-Dollar dafür aus. Ein Desktop-PC mit ähnlicher Konfiguration und etwas besserer GPU lag im gleichen Zeitraum bei durchschnittlich rund 900 US-Dollar.

Fast 70 Prozent aller im ersten Halbjahr 2019 verkauften Gaming-Laptops lagen im Preissegment zwischen 800 und 1.300 US-Dollar. Im Jahr 2017 lag der Anteil noch bei 57 Prozent. Bei OEM-Gaming-Desktops erreichten Geräte unter 800 US-Dollar einen Absatzanteil von fast 30 Prozent, während Geräte mit einem Preis von über 1.800 US-Dollar rund 12 Prozent ausmachten.

Hybrid Hard Drives (HD) und Hard Disk Drives (HDD) sind Standard für Gaming-PCs. Allerdings verlangen Gamer für ihre Laptops immer häufiger Solid State Drives (SSD). So stieg der Anteil nach Wert für Geräte mit SSD im ersten Halbjahr 2019 auf 15 Prozent – von 4 Prozent im Vorjahr. SSDs und Hybrid HDs bringen gegenüber HDDs einen entscheidenden Vorteil, sie ermöglichen flachere Bauweisen für Gaming-Laptops.

Dementsprechend war jeder dritte verkaufte Gaming-Laptop in den ersten sechs Monaten des Jahres flacher als 25 Millimeter.

Nachfrage nach Curved-Monitoren wächst

Mit einem Plus von 42 Prozent und einem Umsatz von 1,2 Milliarden US-Dollar waren Gaming-Monitore in den ersten sechs Monaten des Jahres das am stärksten wachsende Segment. Gamer lieben umfassende Spielerlebnisse, in denen sie komplett in die Gaming-Welten eintauchen. Und das wiederum beflügelt die Nachfrage nach Curved-Gaming-Monitoren. Sie erzielten ein Wertwachstum von 61 Prozent und entwickelten sich damit besser als der übrige Markt (+31 Prozent).

Natürlich ist auch bei den Gaming-Monitoren die Leistung von entscheidender Bedeutung. Monitore mit einer Bildwiederholrate von mindestens 100 Hz erfreuten sich weiterhin starker Nachfrage. Sie verzeichneten im Zeitraum Januar bis Juni 2019 ein dynamisches Wertwachstum von 70 Prozent. Doch auch Gaming-Monitore mit einer Bildwiederholrate unter 100 Hz waren bei Verbrauchern beliebt und wuchsen um 24 Prozent.

Netflix für Gaming?

Neue Technologien werden von Gamern sehr schnell angenommen. Deshalb blickt der Gaming-Markt mit Spannung auf das Thema Cloud-Gaming-Services. Ein „Netflix für Gaming“ könnte nicht nur den Wettbewerb um die Aufmerksamkeit, sondern auch um das Geld der Verbraucher verstärken und die Marktdynamik deutlich verändern – vorausgesetzt Verbraucher sind mit der Leistung und dem Gameplay-Erlebnis zufrieden.

Pavlin Lazarov, GfK Experte für die IT-Industrie, dazu: „Heutzutage ist Gaming nicht mehr nur auf ein Gerät beschränkt. Gamer haben die Möglichkeit auf unterschiedlichen Devices wie Smartphones, Konsolen oder PCs zu spielen. Selber streamen oder den Profis zuschauen ist mittlerweile ein fester Bestandteil des Spielerlebnisses. Durch Cloud-Computing und das Potenzial von 5G in Zukunft könnte dieses weiterentwickelt werden. Im Moment spielen Gaming-Hardware und -Zubehör eine wichtige Rolle für das erstklassige Spielerlebnis. Auch wenn sich die Gaming-Landschaft in Zukunft verändert, wird der Wunsch nach einem umfassenden Gameplay weiterhin bestehen bleiben. Im Laufe der Jahre hat sich der Bereich Gaming zu einem eigenen Ökosystem und Lifestyle entwickelt. Die sozialen und wirtschaftlichen Tragweiten sind weitreichend und es scheint, als wäre die Reise noch lange nicht vorbei. Im Gegenteil, die Entwicklung in diesem Markt bleibt mit Spannung zu beobachten.“

Zur Methode

GfK erhebt im Rahmen seines Handelspanels in mehr als 50 Ländern weltweit regelmäßig Point-of-Sales-Daten zu IT-Hard- und -Software sowie Zubehör. GfK integriert seit 2014 Daten von Distributoren, Einzelhändlern und IT-Lösungsanbietern in einer Datenbank. Diese konsistente Datenbasis ermöglicht es, Verbesserungs- und Effizienzpotenziale innerhalb der Lieferketten zu erkennen sowie wettbewerbsfähige und profitable Distributionsstrategien zu schaffen. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich alle in dieser Pressemitteilung erwähnten Zahlen auf die sechs Monate von Januar bis einschließlich Juni 2019.

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter www.twitter.com/gfkdeutschland