



## Pressemitteilung

Datum  
27. August 2008

Thomas Oschwald  
GfK Marketing Services  
Tel. +49 911 395 3152  
Fax +49 911 395 4019  
thomas.oschwald@gfk.com

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
marion.eisenblaetter@gfk.com

### Unterhaltungselektronik boomt in Osteuropa

#### GfK Marketing Services mit Daten zum ersten Halbjahr 2008

**Nürnberg, 28. August 2008 - Der Markt für Unterhaltungselektronik in Mittel- und Osteuropa sowie in Russland zeigt auch weiterhin ein außergewöhnlich positives Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2008. Flachbildfernseher und tragbare Navigationssysteme sind für diesen eindrucksvollen Aufschwung hauptverantwortlich. Diese Trends veröffentlicht die GfK Marketing Services zur Internationalen Funkausstellung in Berlin.**

Für Mittel- und Osteuropa wird eine leichte Abschwächung des Wirtschaftswachstums erwartet. Das prognostizierte Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) liegt aber mit 4,6 Prozent deutlich über jenem in Westeuropa. Beeinflusst wird die positive Wirtschaftsentwicklung vor allem durch die starke Inlandsnachfrage sowie durch steigende Exporte, die auf jüngste EU-Beitritte zurückzuführen sind. Das solide Wirtschaftswachstum in den vergangenen Jahren war vor allem durch den starken Anstieg des privaten Einkommens bedingt. Dadurch nahm der Wohlstand der Bevölkerung in den osteuropäischen Ländern stetig zu. Diese Entwicklung hat zur Folge, dass der private Konsum wächst und, damit verbunden, sich auch die Nachfrage nach Unterhaltungselektronik (UE) außerordentlich positiv entwickelt.

Der UE-Markt in Mittel- und Osteuropa wächst im ersten Halbjahr 2008 um 28 Prozent auf Euro-Basis (Basis GfK Panelmarket).

#### TV - immer flacher, immer größer

Rund zwei Drittel des UE-Umsatzes entfallen auf Fernsehgeräte. So ist der TV-Markt der bestimmende Treiber der Umsatzzuwächse im Markt für UE in Mittel- und Osteuropa. Im ersten Halbjahr 2008 hat die stark gestiegene Nachfrage nach LCD- und Plasma-TV-Geräten den kontinuierlichen Umsatzverfall bei traditionellen Röhrengeräten mehr als wettgemacht.

1. Halbjahr 2008 gegenüber 1. Halbjahr 2007 laut GfK Handelspanel

- TV-Geräte Total: plus 14 Prozent in Menge, plus 37 Prozent in Wert
- LCD-TV: plus 99 Prozent in Menge, plus 79 Prozent in Wert
- Plasma-TV: plus 80 Prozent in Menge, plus 48 Prozent in Wert
- CRT-TV: minus 31 Prozent in Menge, minus 49 Prozent in Wert

GfK Aktiengesellschaft  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Professor Dr.  
Klaus L. Wübbenhorst  
(Vorsitzender)  
Christian Weller von Ahlefeld  
(CFO)  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Dr. Gérard Hermet  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Hajo Riesenbeck

Registergericht  
Nürnberg HRB 9398

Rund 89 Prozent des Umsatzes mit Fernsehgeräten in Osteuropa wurden im ersten Halbjahr 2008 mit LCD- und Plasma-TVs erzielt. Gleichzeitig ist der wertmäßige Anteil der Röhrengeräte von 29 auf 11 Prozent geschrumpft. Vorreiter sind die kaufkraftstärksten Länder Polen, Slowenien und Tschechien. Dagegen werden in Ungarn noch 17 Prozent und in Rumänien immerhin 23 Prozent des TV-Umsatzes mit traditionellen Röhrengeräten erzielt. Die Flachbildfernseher haben zudem einen deutlichen Trend zu größeren Bildschirmdiagonalen ausgelöst. Knapp 73 Prozent des Umsatzes mit Flachbildfernsehern entfällt im ersten Halbjahr auf Geräte mit 80 cm (32 Zoll) Bildschirmdiagonale und größer. Über 30 Prozent des Umsatzes wird von Geräten mit einem über 90 cm (37 Zoll) großen Bild erzielt.

Auch die Zukunftssicherheit spielt beim Kauf von Fernsehgeräten in Osteuropa eine Rolle. Rund 10 Prozent der verkauften LCD- und Plasma-Geräte sind mit einer Full-HD-Auflösung ausgestattet. Bei den Großbildgeräten (37 Zoll und größer) ist der Anteil der Full-HD-Geräte von 7 Prozent auf 28 Prozent gestiegen.

Es hat sich gezeigt, dass die Konsumenten mehr Geld für Fernsehgeräte ausgeben. Trotz eines signifikanten Preisverfalls quer durch alle Produktsegmente führt der Boom der Flachbildfernseher zu einer Steigerung der durchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Fernsehgerät von 412 Euro auf 498 Euro im ersten Halbjahr. Eine weitere Erhöhung der Durchschnittsausgaben, bedingt durch den Produktwechsel hin zu Flachbildfernsehern und zu größeren Bildschirmen, ist zu erwarten.

Im Jahr 2008 werden in Osteuropa ungefähr 3,5 Millionen LCD-Geräte und 430.000 Plasma-Geräte verkauft werden. Es ist davon auszugehen, dass das Marktwachstum weiter anhalten wird, da in Osteuropa derzeit nur etwa jeder zehnte Haushalt einen Flachbildfernseher besitzt.

### **DVD - Qualität und Komfort zunehmend wichtig**

Im ersten Halbjahr 2008 ist eine leicht sinkende Nachfrage für DVD-Geräte in Zentral- und Osteuropa zu beobachten (minus 5 Prozent in Menge und Wert). Der Markt für einfache DVD-Spieler ist weitgehend gesättigt und daher rückläufig (minus 6 Prozent in Menge, minus 7 Prozent in Wert). In Osteuropa sind immer noch 9 von 10 DVD-Geräten nur mit einer Abspielfunktion ausgerüstet. Die Produktstruktur ist jedoch von Land zu Land unterschiedlich. In den meisten Ländern ist die Nachfrage nach DVD-Recordern immer noch relativ gering. Lediglich in der Slowakei, in der tschechischen Republik und in Kroatien ist der wertmäßige Anteil von DVD-Recorder mit 38 bis 48 Prozent auf westeuropäischem Niveau.

Während der Markt für einfach ausgestattete DVD-Recorder stark rückläufig ist, zeigt der osteuropäische Verbraucher ein zunehmendes Interesse an den höherwertigen DVD-Recordern mit eingebauter Festplatte (plus 23 Prozent in Menge, plus 13 Prozent in Wert). Darüber hinaus erfreuen sich Por-

table DVD-Spieler einer zunehmenden Beliebtheit in der Region (plus 41 Prozent in Menge, plus 26 Prozent in Wert). Der Markt für Blu-ray-Geräte bewegt sich noch auf einem schmalen Niveau. Insgesamt wurden im ersten Halbjahr weniger als 8.000 Blu-ray-Spieler in der gesamten Region verkauft.

### **Camcorder - Festplatte dominiert**

Die Gesamtnachfrage nach Camcordern hat sich im Vorjahresvergleich positiv entwickelt. Vor allem Länder mit einer geringen Haushaltsausstattung wie Rumänien, Bulgarien und Kroatien zeigen einen deutlichen Nachholbedarf mit hohen Steigerungsraten. Die Nachfrage in Zentralosteuropa in Polen, Tschechien, Slowakei und Ungarn liegt dahingegen unter dem Vorjahresniveau. Der Markt für Camcorder mit Festplatte hat sich mehr als verdoppelt und die sinkenden Verkaufszahlen der Mini-DV-Camcorder kompensiert. Nahezu die Hälfte des Umsatzes wird mittlerweile mit Hard-Disc-Camcordern erzielt. Das Angebot an High-Definition-Camcordern wächst kontinuierlich. Der Umsatzanteil der HD-Geräte hat sich rasant von 3 Prozent auf 16 Prozent erhöht.

### **Hifi - Trend zu höherwertigen Produkten**

Im ersten Halbjahr 2008 hat sich der Umsatz mit Hifi-Geräten stabilisiert. Im wichtigsten Marktsegment der Home-Theatre-Systeme ist eine zunehmende Nachfrage nach höherwertigen Geräten in der Preisklasse über 400 Euro zu beobachten. Andererseits kann der relativ kleine Markt für Hifi-Komponenten, im wesentlichen AV-Receiver, ein außerordentliches Nachfragewachstum von 20 Prozent in Menge und 42 Prozent in Wert verzeichnen. Die Entwicklung im osteuropäischen Hifi-Markt ist daher deutlich positiver als in den Vorjahren, da durch den Trend hin zu großen TV-Bildschirmdiagonalen und HDTV gleichzeitig die Ansprüche nach hochwertiger Tonqualität für ein perfektes Home-Cinema-Erlebnis steigen.

### **Portable Audio - Videoplayer auf dem Vormarsch**

Der Markt für MP3-Player ist im ersten Halbjahr 2008 rückläufig (minus 13 Prozent in Menge, minus 12 Prozent in Wert). Auf dem Vormarsch sind dagegen die Videoplayer und erreichten im ersten Halbjahr einen Umsatzanteil von 52 Prozent, in der entsprechenden Vorjahresperiode waren es nur 29 Prozent. Mit einem Anteil von 95 Prozent in Menge und Wert wird der Markt dominiert von Flash-Memory-Playern und entwickelt sich kontinuierlich hin zu größeren Speicherkapazitäten. Auf dem Markt gibt es eine große Vielzahl von No-Name-Produkten, von denen hohe Stückzahlen zu niedrigen Preisen verkauft werden.

### **InCar Electronics – Top Seller tragbare Navigationsgeräte**

Ein erfreuliches Wachstum weisen die portablen Navigationsgeräte auf. Der Umsatz hat sich im ersten Halbjahr 2008 mehr als verdoppelt. Das Marktvo-

lumen für Autoradios geht dahingegen in den meisten Ländern leicht zurück.

### **Speichermedien – Marktreiber USB-Sticks und Memory Cards**

Während der mengenmäßige Absatz von Speichermedien im ersten Halbjahr 2008 rund 6 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres lag, steigt der Umsatz bedingt durch die erfreuliche Marktentwicklung bei USB-Sticks und Memory Cards um 11 Prozent. Der Preisverfall stimuliert die Nachfrage nach immer höheren Speicherkapazitäten.

### **Ausblick 2009**

Die Nachfrageentwicklung nach Unterhaltungselektronik im ersten Halbjahr 2008 zeigt, dass die Verbraucher bereit sind, in innovative Technologien und Produkte zu investieren. In Zentral- und Osteuropa erwartet die GfK für das nächste Jahr einen wertmäßigen Anstieg von 4 Prozent für den Bereich Unterhaltungselektronik.

## **Russland im Fokus**

### **Unterhaltungselektronik boomt**

Im Jahr 2008 hält das kräftige Wachstum der gesamtwirtschaftlichen Produktion, des Verbrauchs und der Investitionen in Russland nach Einschätzung der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) an. Das russische Bruttoinlandsprodukt wächst 2008 voraussichtlich um 7,5 Prozent. Im kommenden Jahr soll sich der Anstieg etwas abschwächen auf ein Plus von 6,5 Prozent. Dank dieser insgesamt günstigen wirtschaftlichen Lage und unterstützt durch innovative Technologien stieg der russische Markt für Unterhaltungselektronik wertmäßig im ersten Halbjahr 2008 um 30 Prozent.

### **TV – Flachbild auf Erfolgskurs**

Außerordentliche Wachstumsraten sind in Russland bei den Flachbildfernsehern (Plasma, LCD) zu verzeichnen, die die stark sinkenden Verkaufszahlen von Röhrengeräten überkompensieren:

1. Halbjahr 2008 gegenüber 1. Halbjahr 2007 laut GfK Handelspanel
  - TV-Geräte Total: plus 21 Prozent in Menge, plus 51 Prozent in Wert
  - LCD-TV: plus 108 Prozent in Menge, plus 102 Prozent in Wert
  - Plasma-TV: plus 52 Prozent in Menge, plus 25 Prozent in Wert
  - CRT-TV: minus 17 Prozent in Menge, minus 32 Prozent in Wert

Im ersten Halbjahr 2008 ist der mengenmäßige Anteil der Flachbildfernseher in Russland von 33 Prozent auf 55 Prozent angestiegen. Wertmäßig repräsentieren die Flachbildfernseher bereits 87 Prozent des TV-Umsatzes. Die russischen Verbraucher entscheiden sich zunehmend für größere Fern-

sehgeräte. Der Umsatzanteil von Flachbildfernseher mit einer Bildschirmdiagonale von 32 Zoll (80 cm) und größer hat sich von 43 Prozent auf 56 Prozent erhöht. Im Großbildbereich (37 Zoll und größer) bieten rund ein Viertel der verkauften Geräte eine Full-HD-Auflösung, Tendenz steigend.

Im Jahr 2008 werden in Russland voraussichtlich 4,8 Millionen LCD-TVs und rund 450.000 Plasma-TVs verkauft werden.

### **DVD – Karaokefunktion ein Muss in Russland**

Der russische Markt für DVD-Geräte stagniert (plus 3 Prozent in Menge, plus/minus 0 Prozent in Wert). Dieses Jahr wird ein Verkaufsvolumen von etwa 5,4 Millionen DVD-Spielern und –Recordern erwartet. Der Markt konzentriert sich immer noch stark auf die DVD-Player (Mengenanteil 96 Prozent). Im Unterschied zu West- und Osteuropa ist die Karaoke-Funktion ein wichtiges Kaufkriterium für den russischen Verbraucher. Der Umsatzanteil der DVD Player mit Karaoke-Funktion liegt bei 60 Prozent im ersten Halbjahr. Im Gegensatz zu den Tischgeräten verzeichnen die tragbaren DVD-Player nach wie vor extrem hohe Zuwachsraten (plus 74 Prozent in Menge).

Der Marktanteil der DVD-Recorder bleibt im Vergleich zu Westeuropa gering. Es scheint, dass die Mehrzahl der russischen Verbraucher nicht bereit ist, einen deutlich höheren Preis für ein Gerät mit Aufnahmefunktion zu bezahlen. Ein weiterer Grund für den schwachen Einfluss der DVD-Recorder ist die Verbreitung von günstigen DVD-Raubkopien. Der DVD-Recorder-Markt verzeichnet jedoch ein deutliches Trading up. Während der Markt für einfach ausgestattete DVD-Recorder deutlich schrumpft, steigt die Mengennachfrage nach höherwertigen DVD-Recordern mit Festplatte im Vergleich zum Vorjahr um 39 Prozent.

### **Camcorder - Trend zur Festplatte und High Definition**

Nach Jahren des Wachstums ist der Mengennachfrage für Camcorder zum ersten Mal leicht negativ im ersten Halbjahr 2008 mit einem Minus von 4 Prozent. Der Umsatz stieg jedoch um 4 Prozent. Zurückzuführen ist die positive Wertentwicklung in hohem Maße auf Camcorder mit eingebauter Festplatte, die sich mit einem Anteil von 37 Prozent zu dem wichtigsten Marktsegment entwickelt haben. Die preiswerteren Mini-DV-Camcorder werden deutlich weniger nachgefragt als im Vorjahr. High Definition ist auch in Russland ein Thema. Der Umsatzanteil der High Definition-Camcorder liegt bereits bei 10 Prozent im Vergleich zu 2 Prozent im Vorjahr. Für das Gesamtjahr wird ein Verkaufsvolumen von rund 800.000 Camcordern geschätzt.

### **Hifi - Trading up bei Home Theatre**

Die Gesamtentwicklung des Home Audio Marktes in Russland ist immer noch negativ (minus 15 Prozent in Menge, minus 4 Prozent in Wert). Allerdings sind in den höherpreisigen Segmenten, speziell im Bereich Home

Theatre die Weichen wieder auf Wachstum gestellt. Auch bei Home Theatre Audio-Systemen spielt die Karaoke-Funktion eine wichtige Rolle und absorbiert einen Umsatzanteil von 73 Prozent. Für 2008 wird ein Verkaufsvolumen von 1,4 Millionen Audio- Systemen prognostiziert.

### **Portable Audio - Video Player gewinnen an Bedeutung**

Der russische Portable Audio-Markt profitiert weiterhin vom anhaltenden Marktwachstum der MP3-Player. Die mengenmäßige Nachfrage nach portablen MP3-Playern stieg um 64 Prozent im ersten Halbjahr 2008, stimuliert durch einen rasanten Preisverfall. Das Umsatzwachstum liegt bei 22 Prozent. Jeder zweite Player ist mittlerweile mit einer Video Playback-Funktion ausgestattet. Für 2008 wird ein Verkaufsvolumen von 3,2 Millionen MP3-Spielern erwartet.

### **InCar Electronics – ungebremstes Umsatzplus**

Der russische Autoradiomarkt hat sich ausgesprochen positiv entwickelt mit einem Wachstum von 15 Prozent in Menge und 11 Prozent in Wert. Die Wachstumsraten für tragbare Navigationsgeräte liegen kräftig im zweistelligen Bereich. Im Jahr 2008 werden schätzungsweise 150.000 Navigationsgeräte im russischen Einzelhandel verkauft werden.

### **Ausblick 2009**

Für das Jahr 2009 wird erwartet, dass der Markt für Unterhaltungselektronik in Russland weiterhin stark wachsen wird um etwa 10 Prozent. Im Wesentlichen ist dies bedingt durch die neuen Technologien und die relativ geringe Haushaltsausstattung in den weniger entwickelten Regionen Russlands.

Weitere Informationen: Thomas Oschwald, Telefon +49 911 395-3152, thomas.oschwald@gfk.com oder im Messebüro auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin vom 29. August bis zum 3. September 2008 (VIP-Raum 2, Großer Stern).

### **Zur GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen, ist in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 115 operative Unternehmen an, die über 100 Länder abdecken. Von den 9.297 Beschäftigten (Stand 31. März 2008) arbeiten 81,1 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com).

V.i.S.d.P.  
GfK AG, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)