



# Pressemitteilung

Datum  
27. August.2008

Jürgen Boyny  
GfK Marketing Services  
Tel. +49 911 395 2325  
Fax +49 911 395 4019  
juergen.boyny@gfk.com

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

## Innovationen treiben weltweites Wachstum

### GfK-Daten zu Unterhaltungselektronik und IT

**Nürnberg, 27. August 2008 – Auch in diesem Jahr verzeichnen die Märkte für Unterhaltungselektronik (UE) und Informationstechnologie (IT) weltweites Wachstum. Im Jahr 2008 werden die Konsumenten 9 Prozent mehr für Produkte aus den Bereichen Audio/Video, Foto, IT und Telekommunikation ausgeben. Die globalen Gesamtausgaben belaufen sich voraussichtlich auf rund 462 Milliarden Euro (680 Milliarden US Dollar). Dies sind Ergebnisse des kontinuierlichen GfK Retail Tracking in 73 Ländern, die anlässlich der Internationalen Funkausstellung 2008 in Berlin veröffentlicht werden.**

Aufgeschlüsselt nach Regionen ist Asien mit 17 Prozent Wachstum Spitzenreiter; der Kontinent profitiert dabei vor allem vom chinesischen Markt. Neben China sind auch die weiteren „BRIC“-Länder – Brasilien, Russland und Indien – als Hauptwachstumsregionen hervorzuheben. Im Vergleich dazu werden die Märkte in Nordamerika und Westeuropa ein moderates Wachstum von 5 beziehungsweise 2 Prozent erreichen.

Auch der Blick auf die drei bedeutendsten Produktkategorien zeigt eine ausgeprägte Wachstumsdynamik. Mobiltelefone wachsen wertmäßig mit 14 Prozent, TV-Geräte mit 11 Prozent und Konsumenten-PCs mit 10 Prozent. In jedem dieser Bereiche, die insgesamt rund 65 Prozent des Gesamtmarktes repräsentieren, treiben Innovationen die Marktentwicklung voran. Hierzu gehören der Trend zu Smartphones und zu Flachbild-TV-Geräten sowie die kontinuierliche Verschiebung von Desktop-PCs zu Notebooks.

Weitere Entwicklungen bei kleineren Produktbereichen tragen zum positiven Gesamtbild bei. Hier sind vor allem die tragbaren Navigationsgeräte zu nennen, für die ein weltweites Mengenwachstum von 49 Prozent erwartet wird.

### Fokus Westeuropa

Die westeuropäischen Konsumenten gaben im ersten Halbjahr 2008 insgesamt 2 Prozent mehr für Geräte der Unterhaltungselektronik (UE) aus als in der gleichen Periode des Vorjahres. Spitzenreiter waren wiederum die Flachbildfernseher, deren Umsatz um 14 Prozent anstieg. Der gesamte UE-

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

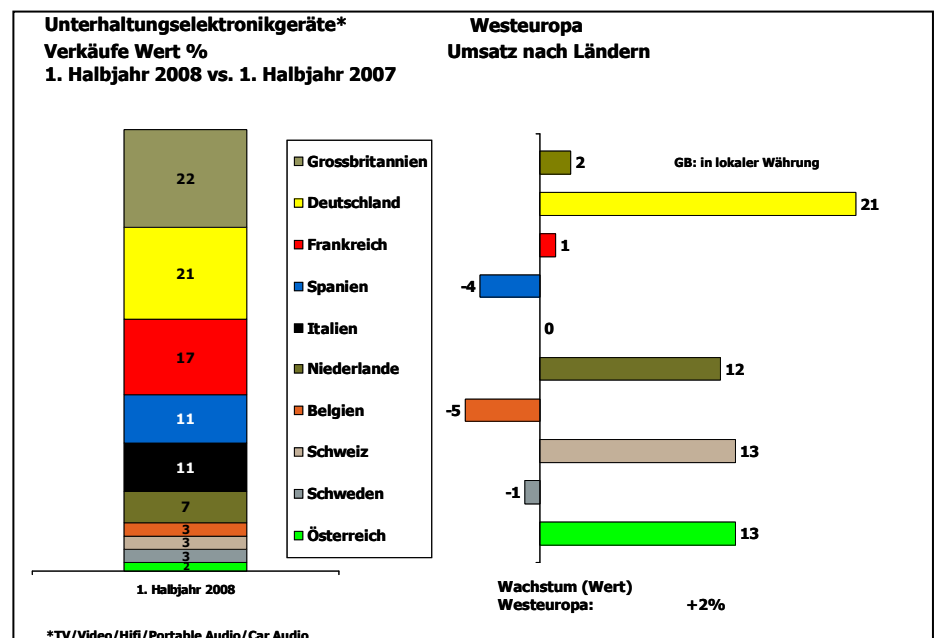
Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Hajo Riesenbeck

Registergericht  
Nürnberg HRB 9398

Sektor profitiert zugleich von der Nachfrage der Verbraucher nach besser ausgestatteten und höherwertigen Produkten.

Rund 60 Prozent des Umsatzes in Westeuropa wurden im ersten Halbjahr in den drei größten Ländern erwirtschaftet. Der höchste Anteil entfiel hierbei mit 22 Prozent auf Großbritannien, gefolgt von Deutschland mit 21 Prozent und Frankreich mit 17 Prozent. Die restlichen 40 Prozent entfallen auf sieben weitere westeuropäische Länder, für die kontinuierlich vergleichbare Daten erfasst werden.

### Westeuropa: Unterhaltungselektronikgeräte\*, Verkaufswert in Prozent



Quelle: GfK Retail and Technology

Für das Jahr 2008 erwartet die GfK in Westeuropa im Bereich Unterhaltungselektronik einen Gesamtumsatz von rund 46 Milliarden Euro.

### TV-Geräte

Wie auch in den Vorjahren bleibt der TV-Bereich stärkster Wachstumstreiber im westeuropäischen UE-Markt. Hier gaben die Konsumenten 8 Prozent mehr aus – unter anderem bedingt durch die Fußball-EM im Sommer 2008. Etwa 84 Prozent des Umsatzes wurden dabei mit LCD- und 14 Prozent mit Plasma-Fernsehgeräten erzielt. Die klassischen Röhrenfernseher brachten dagegen nur noch einen Umsatz von 2 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ergibt sich bei den LCD-Geräten somit ein Umsatzplus von rund 19 Prozent, wobei vor allem die großen Bildschirmklassen (37 Zoll und größer) stark zulegten. Bereits jedes vierte verkaufte Gerät hatte eine Bildschirmgröße von mindestens 37 Zoll. An der Spitze stehen aber immer noch

die 32-Zoll-Bildschirme. Jeder dritte Kunde entschied sich für ein solches Produkt.

Die Verkäufe von Plasma-Geräten gingen dagegen, bedingt durch den Preisverfall, wertmäßig um etwa 8 Prozent zurück. Hier bevorzugen die meisten Kunden 42-Zoll-Bildschirme. Mehr als 60 Prozent entfallen auf dieses Segment. Viel versprechend entwickelt sich der Bereich der 50-Zoll-Bildschirme. Jeder vierte Kunde griff bereits zu diesen Geräten. Ausgehend von diesen Verkaufsentwicklungen erwartet die GfK für das Gesamtjahr 2008 in Westeuropa einen Absatz von etwa 30,5 Millionen LCD- und 2,9 Millionen Plasma-Fernsehern.

„HD-Ready“, das Label für Geräte mit hoch auflösender Bildqualität, hat sich zum Standard im TV-Geräte-Markt entwickelt. Insgesamt 86 Prozent der verkauften LCD- und 98 Prozent der verkauften Plasma-Geräte waren entsprechend ausgestattet. Zunehmend wichtig wird auch die Weiterentwicklung „Full HD“: Rund 15 Prozent der LCD- und 12 Prozent der Plasma-Geräte waren bereits Full-HD-fähig.

Im Schnitt gab jeder Kunde im Untersuchungszeitraum für ein Fernsehgerät knapp unter 700 Euro aus – ein Wert, der im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben ist. Die Preise für Bildschirme sind jedoch weiter im freien Fall. Für einen 37-Zoll-LCD-Bildschirm zahlte der Kunde beispielsweise 21 Prozent weniger als im Vorjahr, für ein 50-Zoll-Plasmagerät sogar fast ein Drittel weniger. Dass der Preis für Bildschirme dennoch konstant blieb, zeigt den anhaltenden Trend hin zu größeren und damit teureren Bildschirmen und hochwertiger technischer Ausstattung.

### **DVD-Player/DVD-Recorder**

Der Markt für DVD-Player und -Recorder bleibt in Westeuropa rückläufig. Insgesamt wurden 13 Prozent weniger Geräte verkauft, was einem Umsatzrückgang von 17 Prozent entspricht. Der Umsatz sank bei den DVD-Playern um 12 Prozent, bei den DVD-Rekordern um 21 Prozent.

Erfreulicher entwickelt sich das HD-Player-Geschäft. Nach der Entscheidung für die Blu-ray-Disc, dem „Nachfolger“ der DVD, trugen die entsprechenden Player mehr als 9 Prozent zum Gesamtumsatz mit DVD-Playern bei (stückmäßiger Anteil: 2 Prozent). Allerdings ist in diesem Segment bereits jetzt ein Verfall der Preise zu beobachten – bereits im Juni 2008 wurden mehr als 37 Prozent der Geräte für unter 300 Euro verkauft.

Für das Gesamtjahr 2008 erwartet die GfK einen Absatz von rund 12,8 Millionen „klassischen“ Home DVD-Playern, einer halben Million Blu-ray-Playern sowie 5,7 Millionen DVD-Rekordern.

### **Camcorder**

Die Absatzmenge im westeuropäischen Camcorder-Markt sank in der ersten Jahreshälfte um einen Prozentpunkt und blieb damit praktisch stabil. Durch

den anhaltenden Preisdruck ging der Umsatz jedoch um 12 Prozent zurück. Ein deutliches Wachstum hingegen verzeichnet das Segment der digitalen Camcorder mit Hard-Disc-Drive-Technologie (HDD). Hier wurden der Absatz um 65 Prozent und der Umsatz um 34 Prozent gesteigert. Insgesamt machten HDD-Camcorder 42 Prozent des Camcorder-Gesamtumsatzes aus. Ein weiterer interessanter Trend zeigt sich hinsichtlich der High Definition-Camcorder, die bereits einen Verkaufsanteil von mehr als 10 Prozent erreicht haben. Das entspricht einem Umsatzanteil von etwa 25 Prozent. Insgesamt erwartet die GfK für 2008 einen Absatz von rund 4,2 Millionen Camcordern.

### **Hifi/Heimkino-Anlagen**

Auch das Interesse der Konsumenten an Home Hifi-Geräten zeigte sich in den ersten 6 Monaten mit einem Umsatzminus von 1 Prozent nahezu stabil. Zum einen liegt dies an der Nachfrage nach hochwertigen Einzelkomponenten. So entfallen im Handel zum Beispiel mittlerweile 33 Prozent des Umsatzes mit Dolby Digital-Receivern auf die Preisklasse über 800 Euro – bei einem absoluten Zuwachs in diesem Top-Segment von 39 Prozent. Zum anderen wirkten sich Home Theatre-Komplettsysteme mit 6 Prozent Umsatzwachstum positiv auf die Entwicklung aus.

Neuartige Produktsegmente setzen weitere Wachstumsimpulse. Hier sind vor allem Audio-Komplettsysteme mit MP3-Docking-Funktion, Soundprojektoren für die Virtual Surround-Anwendung sowie Audio Streaming-Lösungen zu nennen. Der Gesamtumsatz in diesen Bereichen hat sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2007 verdreifacht.

### **Tragbare Audio-Geräte**

Der Markt der MP3-Player ist nach dem dynamischen Wachstum der vergangenen Jahre gesättigt. Dies hat zur Folge, dass im ersten Halbjahr 2008 12 Prozent weniger Geräte abgesetzt wurden als im Vorjahreszeitraum. Bei einem Umsatzrückgang von 14 Prozent blieb der Preisverfall allerdings begrenzt. Durch immer günstigere und größere Flash-Speicher ist die Festplatte als Speichermedium mittlerweile weitgehend verdrängt. Auch bei höherwertigen MP3-Playern mit Video-Funktionen entfallen mittlerweile mehr als 80 Prozent des Umsatzes auf Produkte mit Flash-Technologie.

Für das Jahr 2008 erwartet die GfK Verkäufe von ungefähr 35,5 Millionen MP3-Playern. Zubehör wie Docking Stations und Micro-Kopfhörer, deren Umsatz um 13 Prozent stieg, wird auch weiterhin deutlich vom MP3-Markt profitieren.

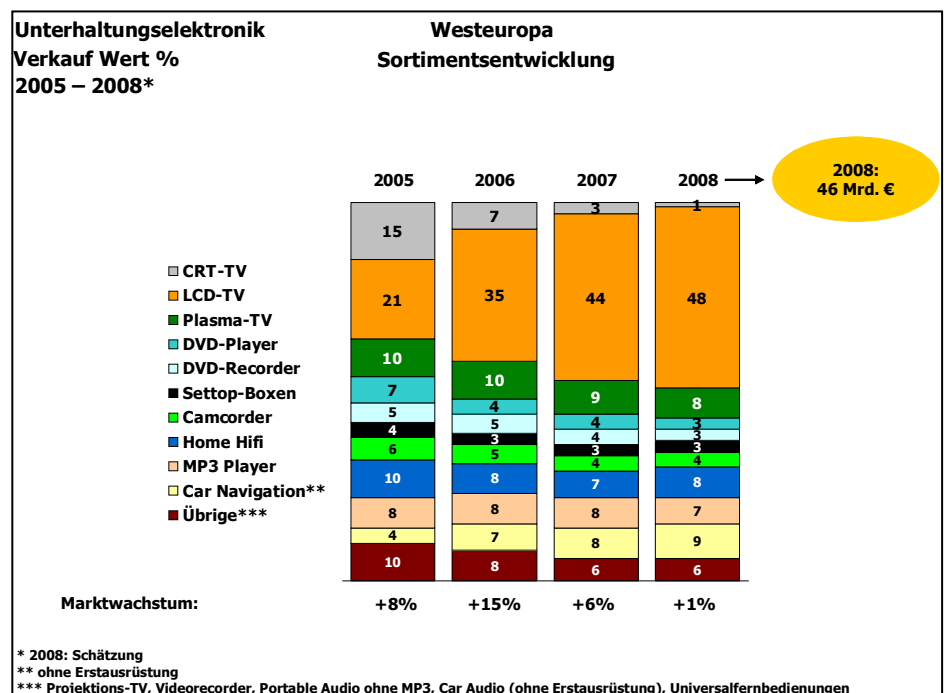
### **In Car Electronics**

Die Nachfrage ist da, der Umsatz schrumpft. Erstmals seit mehreren Jahren konnte im Bereich der In Car Electronics (ICE) kein Wachstum verzeichnet werden – der Umsatz ging um elf Prozent zurück. Verantwortlich hierfür ist

die Divergenz zwischen Mengenwachstum (plus 38 Prozent) und Umsatzrückgang (minus 7 Prozent) bei tragbaren Navigationsgeräten. Der Preis fiel im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 32 Prozent auf ein durchschnittliches Niveau von 202 Euro. Damit konnte der Navigationssektor, bislang Hauptumsatzträger des ICE-Bereiches, erstmals die Rückgänge in den traditionellen Sound-Segmenten nicht kompensieren.

Derzeit locken die Anbieter jedoch verstärkt mit interessanten Ausstattungsvarianten anstelle von Niedrigpreisangeboten, so dass ein weiteres Abrutschen des Preisniveaus im zweiten Quartal erfreulicherweise verhindert werden konnte. Der westeuropäische Markt für Navigationsgeräte wird sich 2008 bei etwa 17,6 Millionen Stück bewegen.

### Sortimentsentwicklung in der Unterhaltungselektronik



Quelle: GfK Retail and Technology

### Speichermedien

Da immer mehr Abspiel- und Aufnahmegeräte über eine interne Speicherfunktion verfügen, ging die Nachfrage nach entsprechenden Speichermedien wie CD-Rohlingen um 16 Prozent, nach DVD-Rohlingen um 2 Prozent zurück. Speicherkarten, vor allem die Mikro-Formate, werden dagegen verstärkt genutzt und gekauft. Dieser Markt wuchs um 32 Prozent. Der Grund dafür liegt in der zunehmenden Verbreitung von Musik-, Foto- und Navigationsfunktion bei Mobiltelefonen. Die Nachfrage nach USB-Sticks konnte um 38 Prozent zulegen. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass immer mehr Geräte der Unterhaltungselektronik mit einer USB Schnittstelle ausgestattet sind.



Informationen: Jürgen Boyny, Telefon +49 911 395 2325, juergen.boyny@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)