



Pressemitteilung

Datum
02. März 2009

Arndt Polifke
GfK Retail and Technology
Deutschland
Tel. +49 (0)911 395-3116
Fax +49 (0)911 395-4019
arndt.polifke@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. +49 (0)911 395-2645
Fax +49 (0)911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Rekordabsatz bei portablen Navigationssystemen

GfK-Studie zum Abverkauf im europäischen Fachhandel

Nürnberg, 02. März 2009 – Mit 18,1 Millionen verkauften Geräten lag die Nachfrage um 3 Millionen Stück über dem Wert für 2007, das entspricht einem Anstieg um 20 Prozent. Im vierten Quartal warf die Wirtschaftskrise ihren Schatten auf das Segment. Dem Preisverfall trotzt die Branche durch vielfältige Innovationen.

Noch nie zuvor wurden in Europa so viele portable Navigationsgeräte (PND) verkauft wie im Jahr 2008. Mit 18,1 Millionen nachgefragten Geräten wurde das Volumen des Vorjahres um ca. 3 Millionen Verkäufen oder 20 Prozent übertroffen. Deutschland behauptet sich als wichtigster Markt Europas mit einer Nachfrage nach 4,375 Millionen elektronischer Lotsen, was einem Zuwachs von 22% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Osteuropa holte mit einem Anstieg von 600 Tausend auf 1,5 Millionen nachgefragten Geräten gegenüber Westeuropa etwas auf, wo das Volumen von 14,5 auf 16,6 Millionen stieg, was einem Wachstum von 15% zum Vorjahr entspricht.

Im Verlauf des vierten Quartals 2008 schwächte sich die Nachfrage jedoch ab. Ab Mitte Oktober, zeitgleich mit dem ersten Höhepunkt der Welle schlechter Wirtschaftsmeldungen, ließ der Boom deutlich nach, so dass im vierten Quartal in Europa die Nachfrage nach portablen Navigationsgeräten sogar um 4 Prozent gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum sank.

Am Weltmarkt, der für 2008 auf ca. 40 Millionen Geräte geschätzt wird, nimmt Europa ca. 45% Anteil ein und liegt damit knapp vor Amerika (41%), und weit vor der Region Asien/Pazifik (13%).

Branche zündet ein Feuerwerk an Innovationen

Auf der Seite der technischen Ausstattung investierten die Hersteller hohen Aufwand in neue, attraktive Grafiken, wie dreidimensionale Gebäude- und Landschaftsabbildungen, die die Orientierung erleichtern, sowie aufwändige technische Lösungen zur Berücksichtigung der Tageszeit und aktuellster Verkehrsverhältnisse bei der Routenkalkulation. Im Trend liegen ebenfalls Geräte mit Karten für ganz Europa (Anteil an der Gesamtnachfrage 2008:

GfK Aktiengesellschaft
Nordwestring 101
90319 Nürnberg

Tel. +49 (0)911 395-0
Fax +49 (0)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

57% vs. 2007: 47%), PNDs mit größeren Displays im 16:9-Format (2008: 45% vs. 2007: 31%) sowie Geräte, die Straßennamen im Klartext ansagen können (2008: 13% vs. 2007: 3%).

Damit konnte die deutliche Preiserosion, die im Vorjahr bereits bei -27% gelegen hatte, zwar nicht komplett eingedämmt werden, jedoch wurde dadurch immerhin das Preisniveau über die ersten drei Quartale hinweg weitgehend stabil bei einem Durchschnittspreis von ca. EUR 200 gehalten. Im vierten Quartal sank der Durchschnittspreis jedoch bedingt durch eine Verstärkung von Promotions im Handel auf EUR 170 und lag damit wiederum 27 Prozent unter dem Wert des vierten Quartals 2007. Im Jahresmittel wurden so in Europa im Durchschnitt EUR 192 für den Kauf eines PND investiert. Weit ist dabei die Bandbreite zwischen den Märkten mit dem niedrigsten Durchschnittserlös (Großbritannien mit EUR 164, Portugal und Spanien mit EUR 177) und den Ländern, in denen die Konsumenten die größte Ausgabebereitschaft bei der Anschaffung eines tragbaren Navigationsgerätes besitzen (Belgien mit EUR 239, Tschechische Republik mit EUR 278 und die Slowakei mit EUR 282). Deutschland liegt hierbei mit einem Wert von EUR 198 im europäischen Mittelfeld.

Nachfrage und Zuwächse bei tragbaren Navigationsgeräten im Jahr 2007 und 2008 in Europa (Stand Februar 2009)

Western Europe	2007	2008
Germany	3.600	4.375
Great Britain	2.770	2.997
France	2.500	2.715
Italy	1.700	1.950
Spain	1.150	1.199
Netherlands	775	927
Belgium	507	535
Sweden	360	351
Denmark	259	383
Switzerland	220	275
Finland	182	243
Portugal	195	254
Austria	214	277
Ireland	35	102
Luxembourg	23	29
Western Europe	14.490	16.612
South-/Eastern Europe	2007	2008
Poland	220	620
Russia		250
Czech Republic	150	210
Greece	52	180
Hungary	120	156
Slovakia (Slovak Republic)	21	37

Quelle: GfK Retail and Technology Deutschland, 2009

Für 2009 erwarten die Marktforscher der GfK nochmals einen Anstieg der Nachfrage nach tragbaren Navigationsgeräten. Für Europa wird ein Volumen von knapp 19 Millionen Geräten erwartet, die Nachfrage auf dem Weltmarkt wird auf ca. 46 Millionen Einheiten geschätzt.

Zur Studie

Die GfK Retail and Technology beobachtet seit 2004 kontinuierlich die Marktentwicklung von portablen Navigationsgeräten in mittlerweile 22 Ländern Europas: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Schweiz, Spanien, Polen, Russland, Slowakei, Tschechien, Türkei und Ungarn. Außerhalb Europas erfasst die GfK die Abverkäufe in Australien, Brasilien, Israel, Neuseeland, China, Korea, Taiwan, Japan, Südafrika. 2009 kommen neu hinzu: Rumänien, Kroatien, Slovenien, Ukraine, Estland, Lettland, Litauen, Saudiarabien, Vereinigte Arabische Emirate, Thailand und Indoensien. Auf monatlicher Basis werden die Abverkäufe des Handels an Endkonsumenten auf Einzelartikelebene, Informationen zu Markenanteilen, Preisklassen, Strukturen in Absatzkanälen sowie Einzelartikelhitlisten erhoben.

Weitere Informationen: Arndt Polifke, Tel. +49 (0)911 395-3116,
arndt.polifke@gfk.com

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 5 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 90 Länder abdecken. Von den rund 8.760 Beschäftigten (Stand 30. September 2007) arbeiten 80 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com.

V.i.S.d.P.
GfK AG, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel. +49 (0)911 395-2645
Fax +49 (0)911 395-4041
public.relations@gfk.com