



## **Auch 2007 Wachstum im Markt für Consumer Electronics (CE) – Unterhaltungselektronik steuert maßgeblichen Anteil bei CE-Markt in 2007 mit 3,7 % Umsatzsteigerung – fast alle Produktgruppen mit Wachstum – Positive Entwicklung auch für 2008 erwartet**

Mit der vierten Umsatzsteigerung in Folge befindet sich der Markt für Consumer Electronics Produkte in Deutschland weiter auf Wachstumskurs. 2007 konnte die außergewöhnlich positive Entwicklung der Vorjahre mit einem Umsatzwachstum von 3,7 Prozent auf 23,245 Milliarden Euro (2006: 22,416 Mrd. Euro) fortgesetzt und erstmals die 23 Milliarden Euro-Marke übertroffen werden. „Innovative Produkte und vielseitige neue Anwendungs-, Kombinations- und Vernetzungsmöglichkeiten haben den Erfolg unserer Branche ermöglicht. Basis dafür ist die Digitalisierung der Produkte, Medien und Übertragungswege, die 2007 weiter ausgebaut wurde. Besonders gefragt waren hoch auflösende, flache Fernsehgeräte und alle Geräte, die eine mobile Nutzung erlauben“, erklärt Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), Frankfurt, die aktuellen Ergebnisse. Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverbands Consumer Electronics im ZVEI und Vizepräsident des ZVEI ergänzt: „Das Wachstum verteilt sich auf das gesamte Jahr 2007. Weder die Erhöhung der Mehrwertsteuer Anfang 2007, noch das von der Fußball Weltmeisterschaft geprägte hohe Umsatzniveau des Vorjahres, beeinträchtigten die positive Marktentwicklung 2007. Entsprechend liegt das Marktvolumen über unseren Erwartungen.“

Die Consumer Electronics-Branche - speziell die klassische Unterhaltungselektronik, die traditionell 60 Prozent und damit den größten Anteil am Markt stellt – übertrifft so erneut das gesamtwirtschaftliche Wachstum deutlich. Dominiert wurde das Geschäft 2007 von den innovativen Flach-Bildschirmen, die sich zu Verkaufsschlagern entwickelten. Zudem wurden mobile Geräte für portable Navigation, digitale Audio- und Videoplayer, digitale Kameras, Notebooks und Mobiltelefone stark nachgefragt. Eine deutliche Steigerung beim Absatz verzeichneten auch die Spielekonsolen. Positive Impulse für alle Marktteilnehmer steuerte die IFA, die Internationale Funkausstellung in Berlin bei. Die IFA ist die weltweite Leitmesse für Consumer Electronics und wichtigster Orderplatz der Branche.

Die Marktzahlen der CE-Branche werden von den Marktforschern der gfu-Gesellschafter und der Mitgliedsfirmen des Fachverbands Consumer Electronics des ZVEI sowie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gemeinsam einheitlich für alle Marktteilnehmer in Form des offiziellen Consumer Electronics Markt Index CEMIX erhoben und in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) für jedes Quartal veröffentlicht.

Flache Fernseher bestimmen den Markt – TV-Geräte sind größer und HD-tauglich  
Die flachen Bildschirmtechnologien LCD und Plasma bauten die Umsatz- und Absatz-Anteile 2007 weiter aus und entwickelten sich weiter zum marktbestimmenden Faktor. Beim Umsatz mit Fernsehgeräten entfielen 2007 in Deutschland bereits 93 Prozent auf neue Bildschirmtechnologien, davon allein 76 Prozent (3,883 Millionen Stück) auf LCD-TVs und 15 Prozent (0,528 Millionen Stück) auf Plasma-TVs. Insgesamt wurden 2007 in Deutschland 5,992 Millionen Fernsehgeräte verkauft (inklusive Projektions-TV und mobile TV-Empfänger).

Die aktuellen Marktzahlen für das Jahr 2007 zeigen, dass die Konsumenten mehr Geld für neue Fernsehgeräte ausgeben und vermehrt hochwertige Qualitätsprodukte kaufen. Trotz des anhaltenden Preisverfalls blieb der Durchschnittspreis aller verkauften Fernsehgeräte in Deutschland mit 784 Euro (+ 2 %) auf einem hohen Niveau. Bei LCD-Geräten stieg der Durchschnittspreis im zurückliegenden Weihnachtsgeschäft sogar auf 814 Euro an. Ebenfalls im Trend liegen TV-Geräte mit größeren Bilddiagonalen. Geräte mit Bildschirmen von 37 Zoll (94 cm) und größer stellen das Segment mit dem größten Stückzahl- und Umsatzwachstum. Dies ist umso bemerkenswerter, da diese Gerätegattung erst durch den Einsatz der LCD- und Plasma-Displays neu entstanden ist. Bildröhren sind nur bis 32 Zoll lieferbar. Bei den LCD-TVs zeigt sich der Trend deutlich in der Umsatzverteilung: Knapp 85 Prozent des Umsatzes bei LCD-TV entfällt 2007 auf Geräte mit Bilddiagonalen größer 78 cm ( $\geq$  31 Zoll). Knapp 39 Prozent des LCD-Umsatzes kommen bereits von Geräten mit über 94 cm ( $\geq$  37 Zoll) großem Bild. Plasma-TVs sind generell nur über 32 Zoll erhältlich.

HDTV-taugliche Fernsehgeräte, erkennbar am Signet „HD ready“ und „HD ready 1080p“ (Full HD) dominieren mit ca. 95 Prozent des Umsatzes bei den Flat-TVs. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 3,8 Millionen „HD ready“-Geräte verkauft, davon 0,3 Millionen „HD ready 1080p“ (Full HD). Annähernd alle Flachbild-Fernseher mit einer Bildschirmgröße ab 32 Zoll (82 Zentimeter) sind „HD ready“. Ende des Jahres 2007 erreichte der „HD ready“-Gerätebestand in Deutschland bereits über 6,3 Millionen Stück.

Digitale Technik und High Definition bei Playern, Empfängern und Recordern mehr nachgefragt  
Digitale Set-Top-Boxen für Kabel, Satellit und HDTV verzeichnen für das Jahr 2007 große Zuwachsraten. Empfänger für digitale Satellitensignale wurden 2,3 Millionen Mal (+10 %) verkauft, digitale Set-Top-Boxen für Kabel 404.000 Mal (+15 %). Zudem wurden 171.000 Set-Top-Boxen für den Empfang des hoch auflösenden Fernsehens HDTV über Satellit oder Kabel abgesetzt. Dem Verbraucher stehen zunehmend auch Komplettlösungen für den digitalen und HDTV-Empfang zur Verfügung, da die Hersteller ihre Fernsehgeräte mit entsprechenden integrierten Empfangsteilen ausstatten.

Mit 727.000 Stück wurden 2007 auch die DVD-Recorder mit Festplatte (Harddisc) als zusätzliches digitales Aufzeichnungsmedium auf hohem Niveau verkauft. Festplattenrecorder sind verstärkt integrierter Bestandteil von TV-Geräten – serienmäßig oder auch nachrüstbar.

Der Wunsch nach Mobilität spiegelt sich im Geräteabsatz

Die mobile Mediennutzung setzt sich mehr und mehr durch. Entsprechend stark werden die mobilen Geräte der Unterhaltungselektronik nachgefragt. Knapp sechs Millionen MP3-Player und mehr als zwei

Millionen portable Videoplayer (Umsatz 273 Mio. Euro; + 130 %) wurden 2007 gekauft. 8,55 Millionen (+ 9 %) verkaufte digitale Kameras runden das Bild ab; der Umsatz betrug 2,05 Milliarden Euro (+ 3 %). Große Steigerungsraten weisen die hochwertigen digitalen Spiegelreflexkameras auf. Im vergangenen Jahr wurden davon bereits 855.000 Stück (= 10 %) verkauft. Nach wie vor sehr beliebt sind die portablen Navigationsgeräte. 2007 wurden knapp 3,7 Millionen digitale Pfadfinder abgesetzt. Dies entspricht einer Steigerung um 77 Prozent und einem Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro (+ 34 %). Navigationssysteme, die nachträglich in Autos fest installiert wurden, gingen auf 67.000 Stück (-26 %) erneut zurück, wobei die Erstausrüstung bei neuen Fahrzeugen auf ca. 925.000 Stück ange-stiegen ist.

Handy-Absatz wieder über Vorjahr

Bei den privat genutzten Telekommunikationsprodukten (TK) stehen erneut die Mobiltelefone im Fokus der Kunden. 24 Millionen Stück (+16 %) wurden 2007 abgesetzt. Die Attraktivität der Handys und Smartphones mit integrierten Megapixel-Kameras, MP3-Playern, Navigationsfunktion und riesiger Speicherkapazität ist ungebrochen. Dabei spielt auch das Design eine zunehmende Rolle. Der Umsatz mit Mobiltelefonen betrug 2007 knapp 3,576 Milliarden Euro (- 7 %). Insgesamt wurden mit Telekommunikationsprodukten für den privaten Gebrauch 3,978 Milliarden Euro umgesetzt (- 6 %).

Mobilität auch bei Computern beliebt

Mit mehr als drei Millionen Stück (+ 32 %) zogen die Notebooks im Jahr 2007 deutlich an den stationären PCs (1,4 Mio. Stück; - 3 %) vorbei. Auch beim Umsatz liegen die Notebooks mit 2,68 Milliarden Euro (+ 23 %) deutlich vor den Desktop-Computern mit 930 Millionen Euro (- 1 %). Auch hier zeigt sich der Wunsch nach Mobilität deutlich. Im Segment der Computer-Monitore ist die Umstellung auf die Flachdisplays so gut wie abgeschlossen. Im vergangenen Jahr waren die verkauften 3,44 Millionen Monitore fast ausschließlich Flachbildgeräte. Dabei hält das Breitbildformat auch in diesem Produkt-Bereich ebenso wie bei den Note-books verstärkt Einzug.

Sportereignisse und HD-Medien werden 2008 für weiteres Wachstum sorgen – Impulse von der IFA, der wichtigsten Leitmesse und Orderplattform der CE-Branche

Trotz des erreichten sehr hohen Umsatz- und Absatzniveaus erwarten die Marktforscher von GfK, gfu und ZVEI für den Gesamtmarkt Consumer Electronics in Deutschland auch für 2008 ein Wachstum. Die Prognose für den Gesamtmarkt liegt bei einem Wachstum von mehr als zwei Prozent auf mehr als 23,7 Milliarden Euro.

„Die stärksten Impulse werden dabei weiterhin von den flachen Fernsehgeräten und der hoch auflösenden Technik (HDTV) ausgehen. Bei den TV-Geräten stehen dabei die „Full HD“-Modelle und Geräte mit 100 Hertz-Technik im Fokus, die Fernseh- und Videobilder ohne Flimmern und mit höchster Pixelzahl darstellen. Beim hoch auflösenden DVD-Format besteht jetzt Klarheit im Markt. Die Blu-ray Disc und entsprechende Endgeräte werden deshalb die Nachfrage bei HDTV weiter forcieren. Hoch auflösende Quellen wie digitale Kameras, Camcorder und Videospiele tragen ebenfalls dazu bei. Die Vernetzungsmöglichkeiten zwischen Fernsehgeräten und Computern eröffnen zudem neue Möglichkeiten, hoch auflösende Inhalte auf der großen Home Cinema Anlage zu nutzen. Auch bei der Nachfrage nach Geräten für unterwegs – angefangen bei digitalen Kameras, speziell die Spiegelreflex-Modelle, über portable Videoplayer und portable Navigation, bis hin zu Smartphones, die immer leistungsfähiger werden, rechnen wir für 2008 mit Zuwächsen. Im gesamten Markt wird sich der Trend zu qualitativ hochwertigen Marken-Produkten fortsetzen“, so Dr. Rainer Hecker.

„Wir sind zuversichtlich, dass wir im Jahr 2008 die erfolgreiche Marktentwicklung fortschreiben können. Dazu wird neben den Sportereignissen Fußball Europameisterschaft in der Schweiz und Österreich sowie Olympische Spiele natürlich die wichtigste Branchenmesse IFA vom 29. August bis 3. September in Berlin beitragen. Darüber hinaus überzeugen unsere innovativen Produkte den Kunden mit ihrer Attraktivität und ihrem sichtbaren Nutzen. Auch für den qualifizierten Fachhandel eröffnen sich dadurch neue Wachstumschancen“, ergänzt der ZVEI-Vizepräsident Hans-Joachim Kamp.