gfu

Der Markt
für
Consumer Electronics

- Deutschland 2009 -

GfK

Inhalt

Seite

Vorwort 2
Definition der Produktbereiche von Consumer Electronics 3
Umsatz CE 4

Umsatz von Geräten der Unterhaltungselektronik:

Umsatz UE 6

- Umsatz Vision 8
- Umsatz TV-Geräte 9
- Umsatz neue Displaytechnologien 10
- Umsatz LCD-TV-Geräte 11
- Umsatz Video 13
- Umsatz Camcorder 15
- Umsatz Set-Top-Boxen 17
- Umsatz HiFi-Geräte 19
- Umsatz HiFi-Einzelkomponenten 21
- Umsatz Home Audio Systeme 23
- Absatz MP3- und MP4-Player 25
- Umsatz Car-Audio/Navigation nach Produktkategorien 27
- Umsatz Recording Media 29

Umsatz Informationstechnologie (Privatkäufe) 31
Umsatz Telekommunikation (Privatkäufe) 33
Ausblick auf 2010 35
Herausgeber 36

Vorwort

Die GfK Retail and Technology GmbH, die seit über 30 Jahren den Markt für technische Gebrauchsgüter im Rahmen ihrer Handelspanels beobachtet, veröffentlicht gemeinsam mit der gfu (Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH) die jährlichen Gesamtmarktzahlen für den deutschen Markt der Consumer Electronics. Die gfu, in der führende Unternehmen der Consumer Electronics organisiert sind, ist der Veranstalter der IFA (Internationalen Funkausstellung).

Die Daten werden von der GfK Retail and Technology in kontinuierlichem Rhythmus in über 2.800 Geschäften erhoben, und zwar bei folgenden Absatzmittlern:

- Elektro-Facheinzelhandel
- Elektro-Fachmärkte
- Foto-Facheinzelhandel
- Autoradio-Spezialisten
- Kfz-Ersatzteile- und Zubehör-Einzelhandel
- Computer-Shops/System-Händler
- Büro-Facheinzelhandel
- Telekom-Facheinzelhandel
- Verbrauchermärkte
- Warenhäuser
- Versandhandelsunternehmen
- Online Shops

Die von der GfK Retail and Technology erhobenen Daten werden zu einem Jahreswert verdichtet. In Abstimmung mit der AG Marktforschung des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI, der eng mit der gfu zusammenarbeitet, werden diese Daten um die von der GfK nicht erfassten Vertriebswege ergänzt.

Im Hinblick auf die zunehmende Vernetzung von Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Informationstechnologie werden in dieser Studie diese Märkte gemeinsam dargestellt. Die Darstellung dieser Märkte konzentriert sich dabei auf den Konsumentenmarkt mit privatem und semi-professionellem Bedarf.

Prognosen sind in dieser Studie nicht enthalten.

Definitionen

Die in dieser Studie dargestellten Produktbereiche basieren auf folgenden Definitionen:

Unterhaltungselektronik:

- Audio/Video-Geräte/Digital Still Cameras
- Set-Top-Boxen und Satelliten-Antennen (ohne D-Box)
- Car Audio- und Car Navigations-Geräte ohne OEM*-Volumina
- Unbespielte Audio-/Video-Speichermedien
- Videospiele (Konsolen und Software)
- Zubehör (Kopfhörer, Multifunktionsfernbedienungen)
- Foto Zubehör

Telekommunikation:

- Telefone
- Mobil-Telefone
- Telefax-Geräte

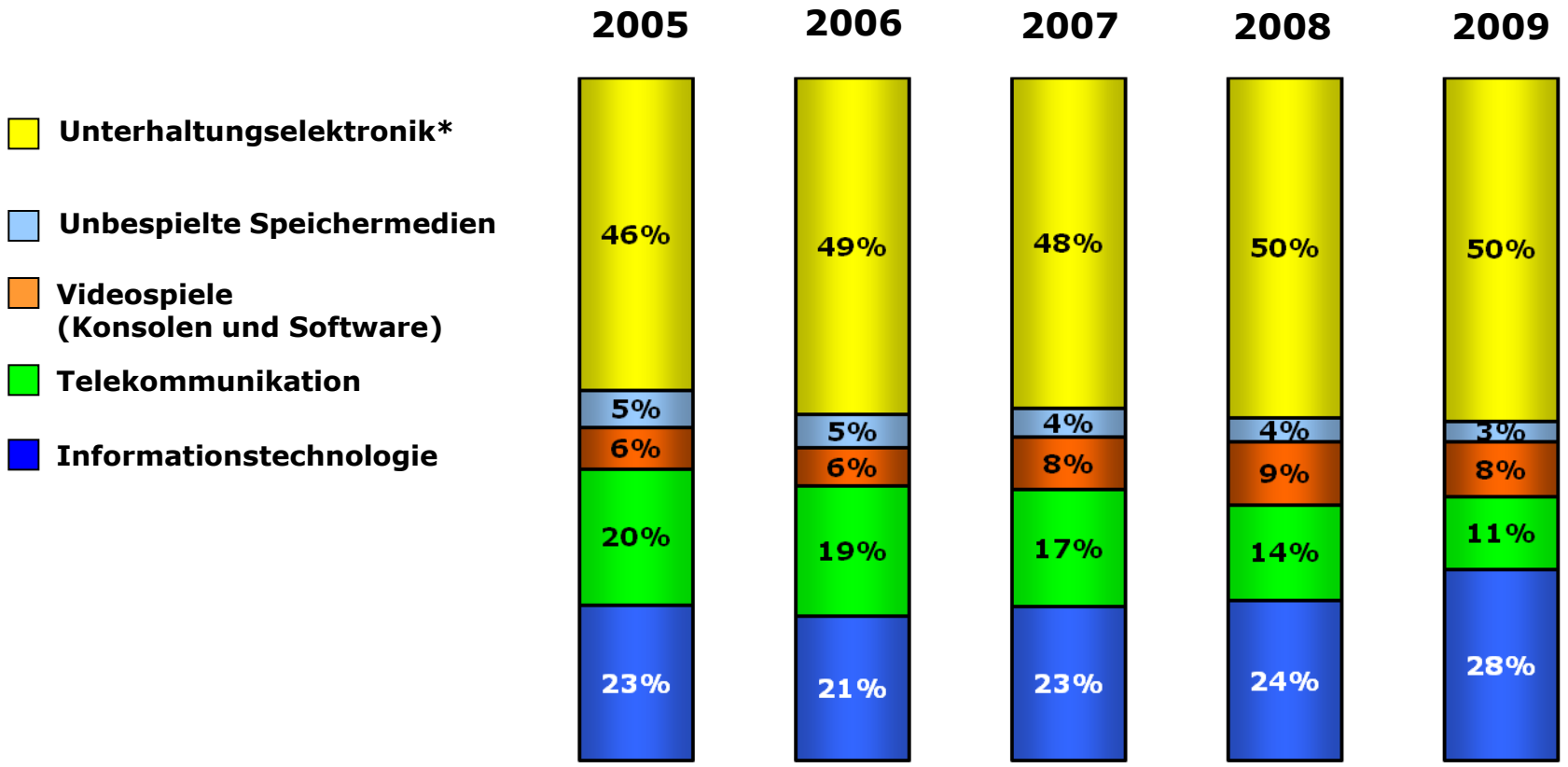
Informationstechnologie:

- Personal-Computer
  (Desktop und Notebooks)
- Peripherie-Geräte:
  - PC-Monitore
  - Drucker
  - Multifunktions-Geräte
  - PDAs
  - Smartphones
- Scanner
- PC-TV-Karten

Die in dieser Studie dargestellten Umsätze sind auf der Basis von Konsumentenpreisen inklusive Mehrwertsteuer berechnet.

* OEM = Original Equipment Manufacturer

Umsatz CE



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	21.712	22.416	23.263	24.377	24.325
± Vorjahr in %	+7,6%	+3,2%	+3,8%	+4,8%	-0,2%

*** Neu ab 2008: inkl. digitale Bilderrahmen, Wechselobjektive, eBooks**

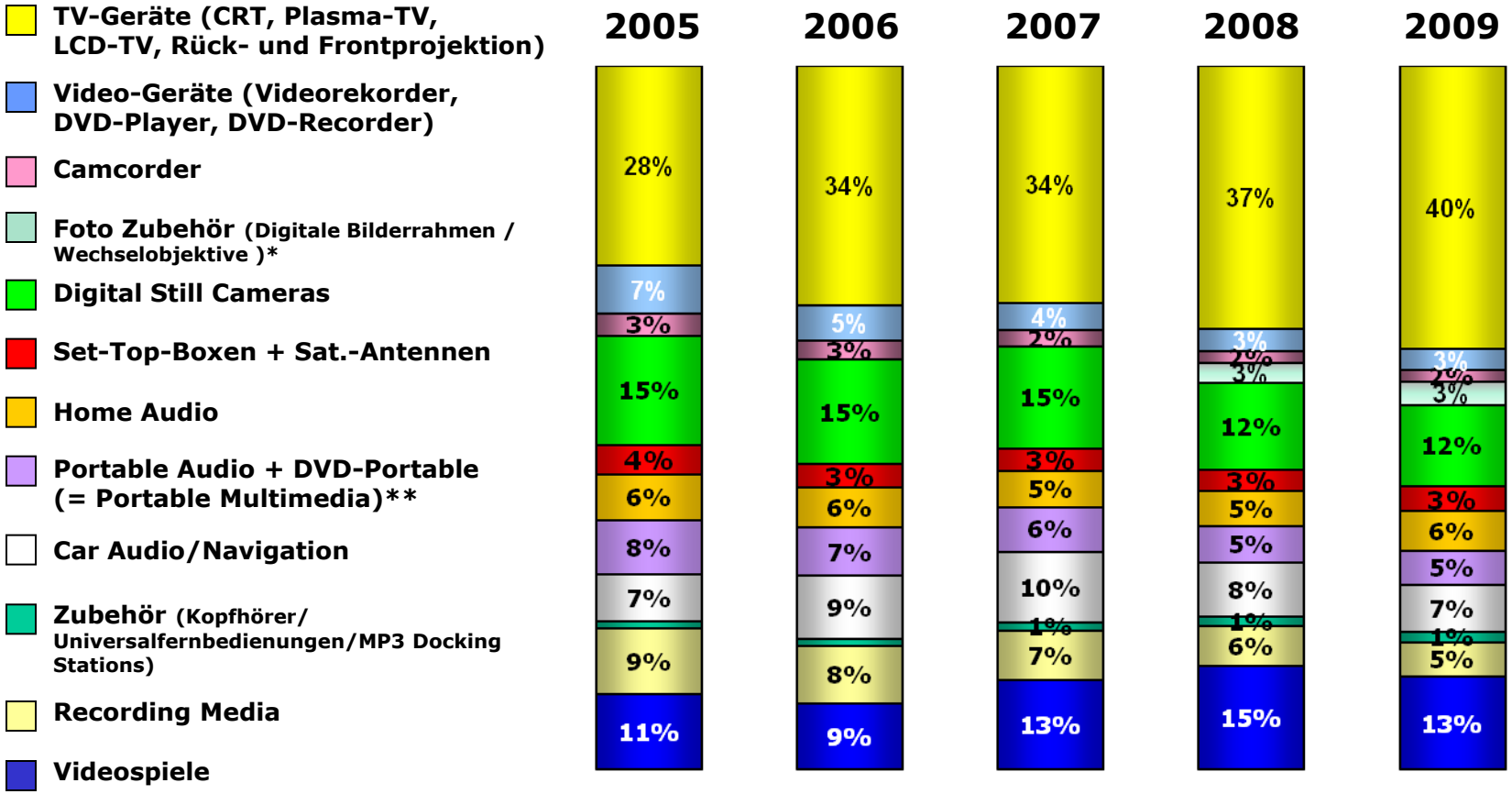
Umsatz CE

Das Jahr 2009 war geprägt durch die Wirtschaftskrise. Trotz der Verunsicherung der Märkte stabilisierte sich der Gesamtumsatz im Bereich CE auf einem hohen Niveau von 24,3 Mrd. Euro.

50% dieses Umsatzes wird aus dem Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik getätigt. Positive Impulse setzt die HDTV-Einführung in Deutschland, die sich in bemerkenswerten Wachstumsraten bei LCD-Fernsehern und digitalen Set-Top-Boxen widerspiegelt. Hingegen haben Wachstumstreiber der Vergangenheit – digitale Kameras, Navigationsgeräte und MP3-Player - ihre Marktsättigungsgrenze erreicht.

Deutliche Zuwächse wurden im Bereich Informationstechnologien erzielt, im wesentlichen getragen durch die anhaltend starke Nachfrage nach Notebooks bzw. Netbooks.

Umsatz Unterhaltungselektronik



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	**12.431**	**13.400**	**14.031**	**15.243**	**14.928**
± Vorjahr in %	**+13,3%**	**+7,8%**	**+4,7%**	**+8,6%**	**-2,1%**

* Neu ab 2008

** Neu ab 2009: inkl. eBooks

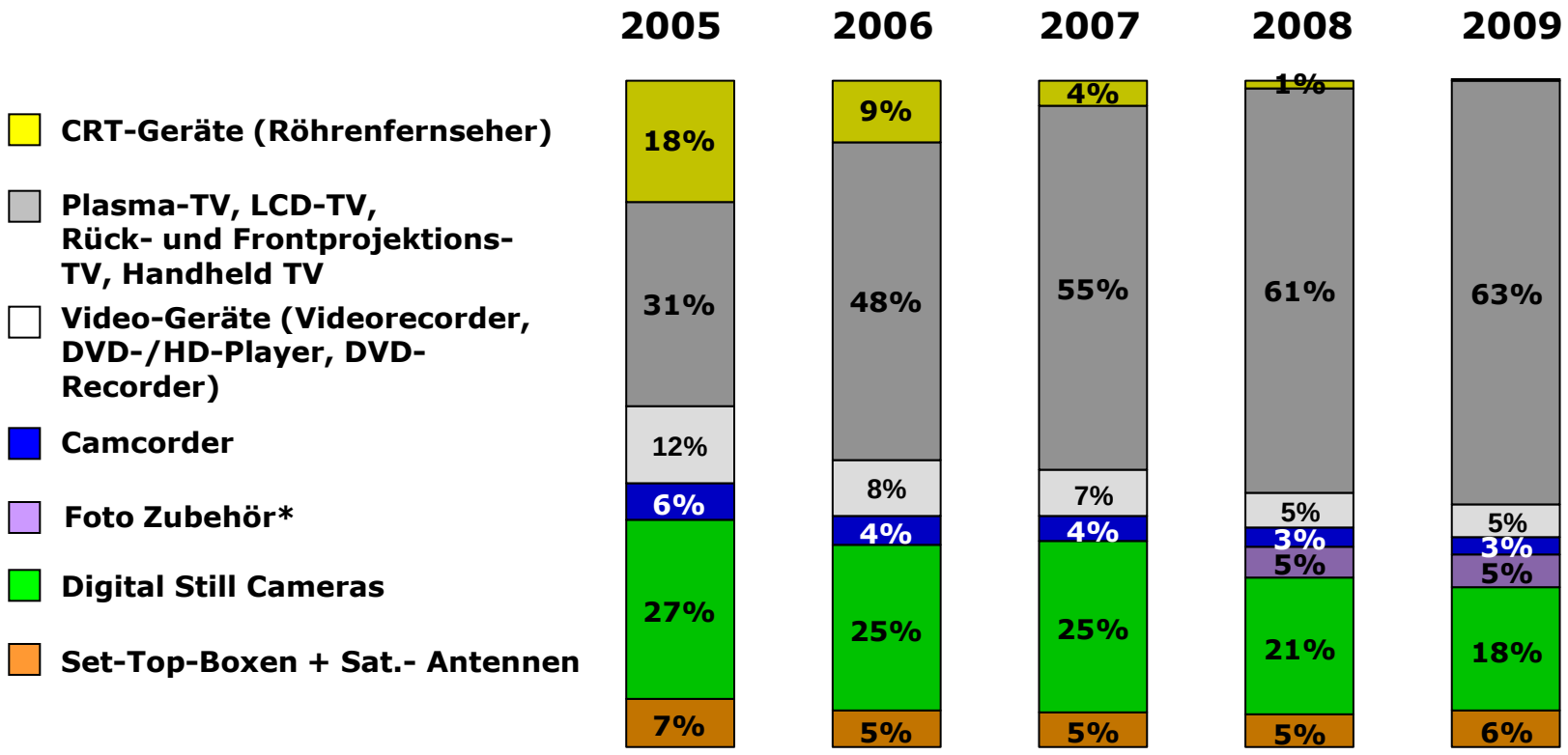
Umsatz Unterhaltungselektronik

Getrieben durch den Absatz von Flachbildfernsehern wächst der Anteil dieses Segments auf 40 Prozent des UE-Umsatzes an. Deutschland weist im internationalen Vergleich eine noch niedrige Haushaltsausstattung mit Flachbildfernsehern aus. Dies lässt vermuten, dass sich der Trend in den Folgejahren fortsetzen wird.

Navigationsgeräte hatten ihren Absatz- und Umsatzrekord in 2008 zu verzeichnen. Eine Marktbereinigung wird forciert durch einen enormen Preisverfall sowie eine Substitution durch Handy-Navigation.

Durch die mangelnde Neupositionierung von Videospielen in 2009 hat der UE-Markt einen bedeutenden Wachstumsimpuls eingebüßt.

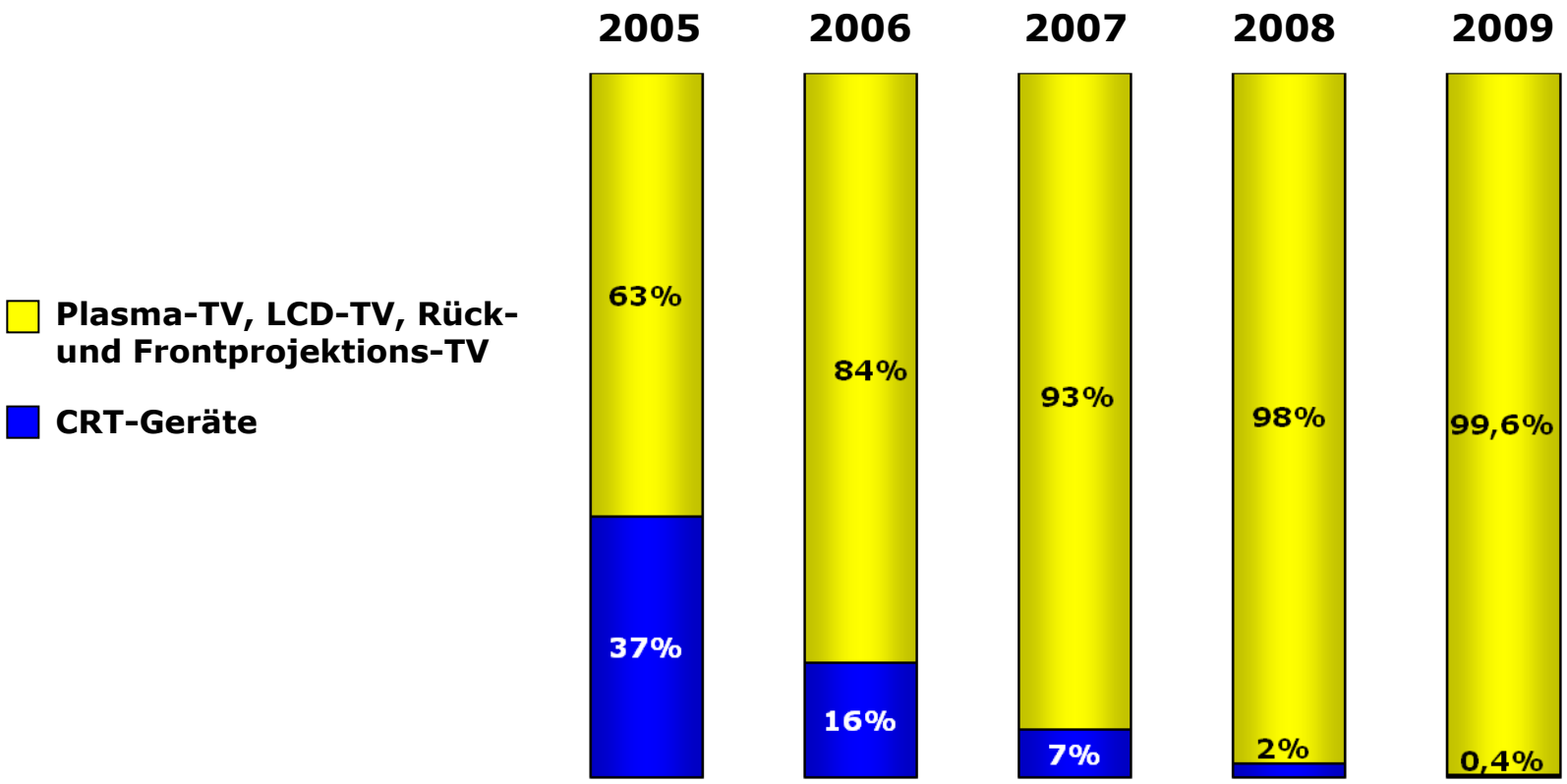
Umsatz Vision



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	7.223	8.026	8.078	9.213	9.452
± Vorjahr in %	+8,7%	+11,1%	+0,6%	+14,1%	+2,6%

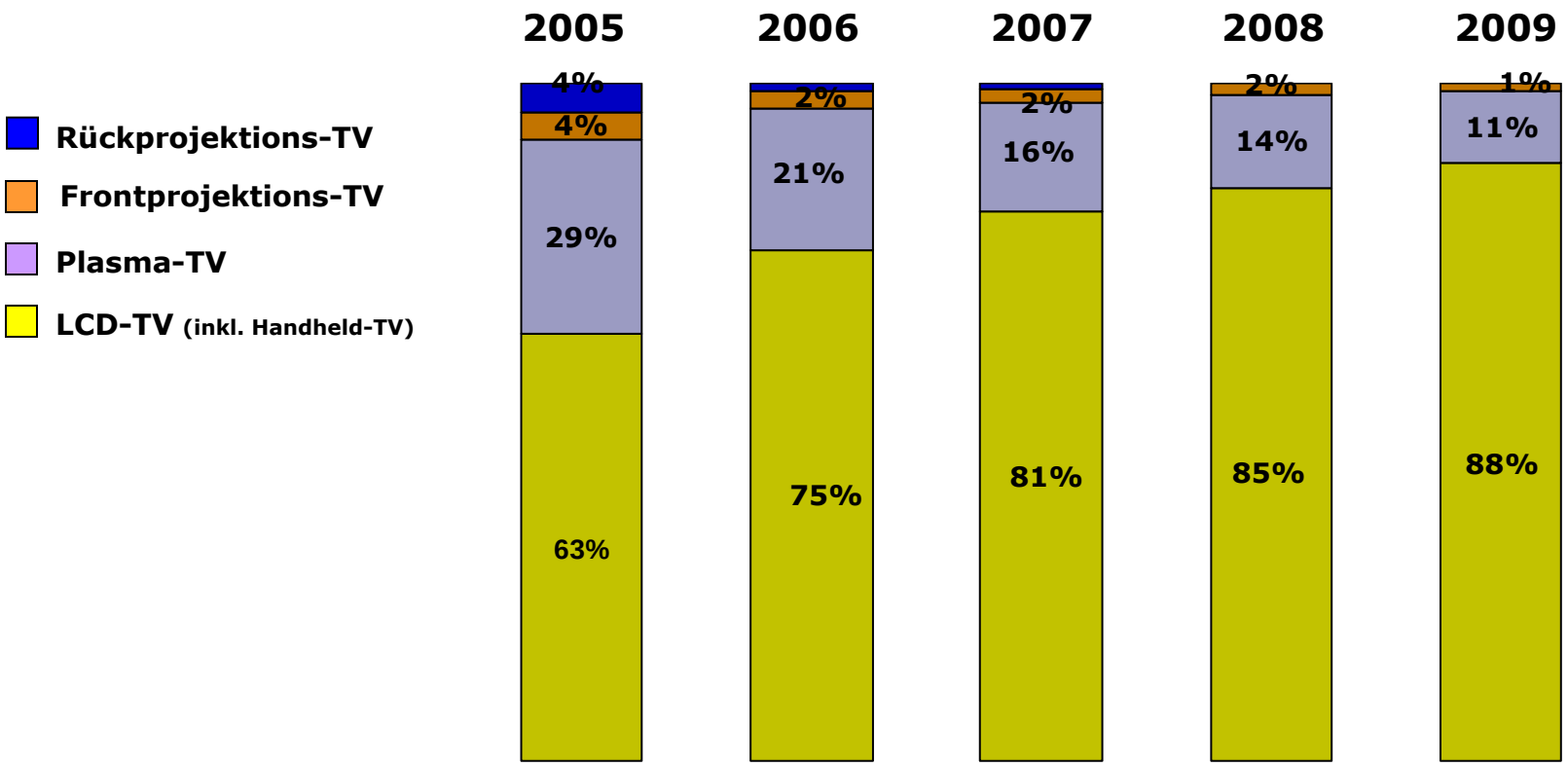
*** Neu ab 2008: digitale Bilderrahmen / Wechselobjektive**

Umsatz TV-Geräte



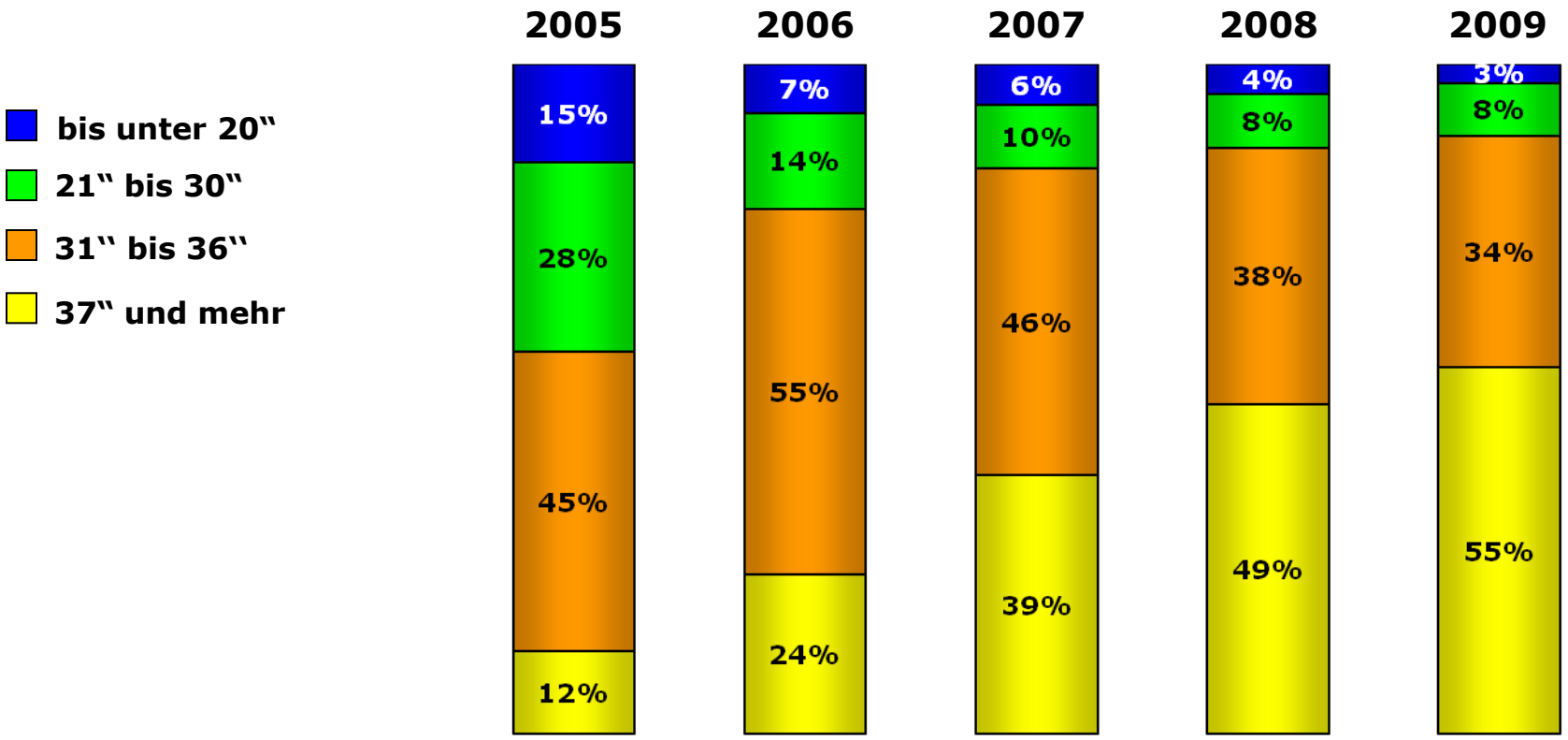
	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	3.539	4.563	4.729	5.701	6.013
± Vorjahr in %	+14,9 %	+28,9%	+3,6%	+20,5%	+5,5%

Umsatz neue Display-Technologien



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	2.227	3.818	4.406	5.588	5.992
± Vorjahr in %	+99%	+71,4%	+15,4%	+26,8%	+7,2%

Umsatz LCD-TV-Geräte



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	1.404	2.865	3.569	4.722	5.283
± Vorjahr in %	+147,3%	+104%	+24,6%	+32,3%	+11,9%

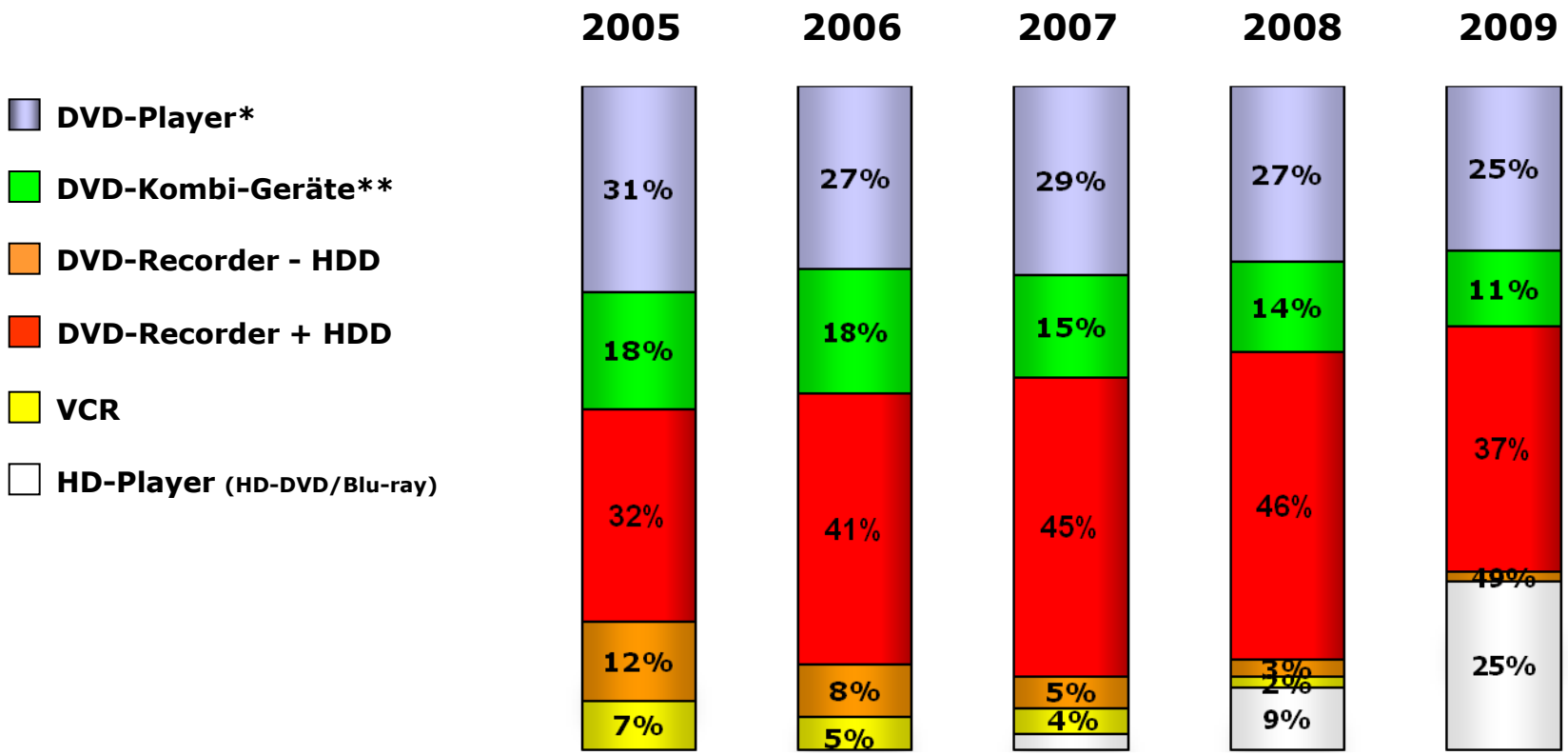
Umsatz TV-Geräte

Ausgelöst durch das Bekenntnis der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie den namhaften Privatsendern, bis Anfang 2010 den HDTV-Regelbetrieb aufzunehmen, gab es eine Verfünffachung beim Absatz von HDTV-Empfängern, unabhängig ob im Fernsehgerät integriert oder als optionale Set-Top-Box.

So erreichte das hoch auflösende Fernsehen HDTV auch in Deutschland den Massenmarkt. Die Geräteindustrie hatte die Voraussetzungen für den Übergang zum Fernsehen in High-Definition-Qualität längst geschaffen. Ende 2009 standen rund 20 Millionen HD-geeignete Fernsehgeräte (HD ready) in den deutschen Haushalten, davon 6,4 Millionen mit integriertem HDTV-Empfänger oder einer HDTV-Set-Top-Box.

Zudem hat sich der Trend zu großformatigen Fernsehern auch 2009 fortgesetzt. Modernes Design, neue Technologien wie LED-Backlight und die Verschmelzung von Fernseher und Internet setzten neue Impulse.

Umsatz Video



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	**833**	**679**	**552**	**474**	**455**
± Vorjahr in %	**-6,6%**	**-18,5%**	**-18,8%**	**-14%**	**-4,1%**

* exkl. Portable DVD-Player (= Portable Multimedia)

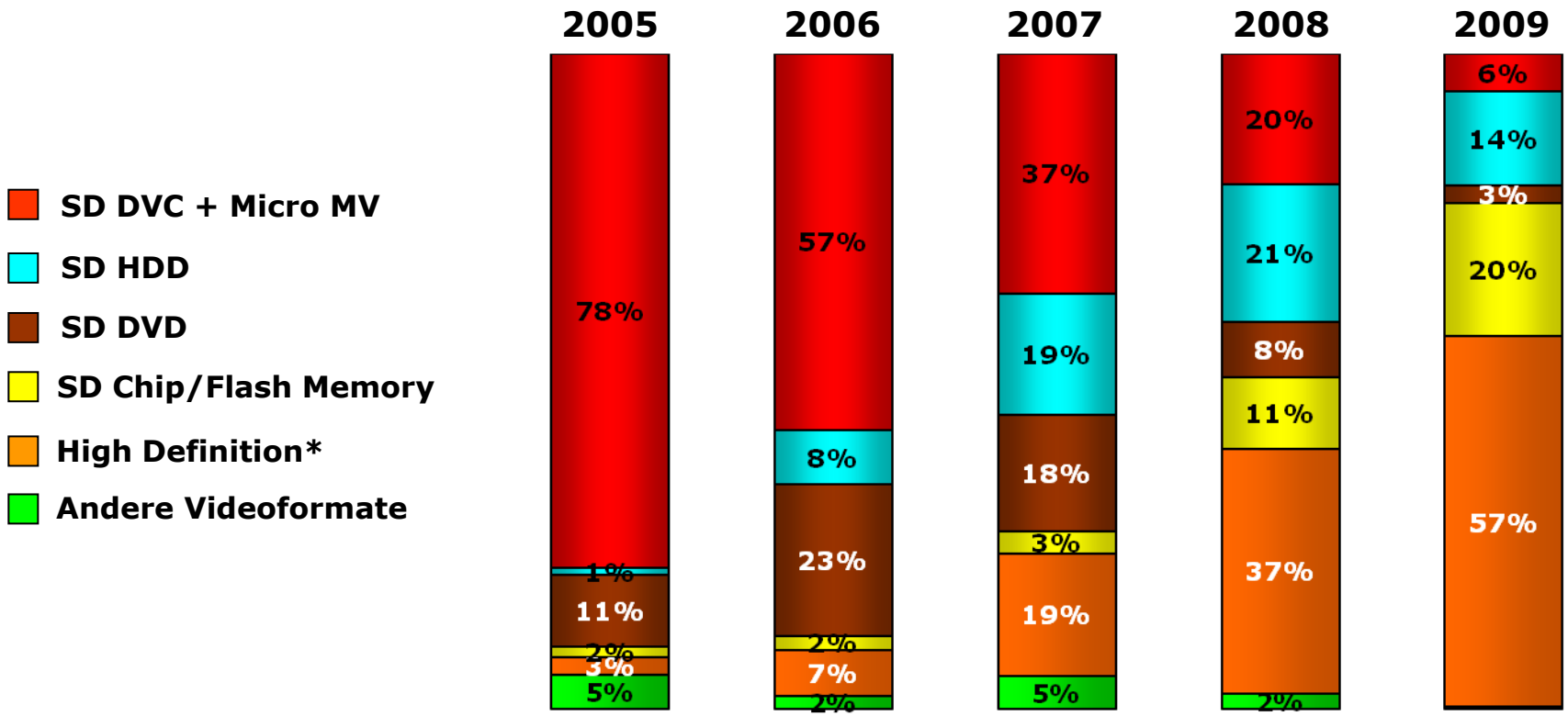
** DVD-Player/-Recorder + Videorecorder

Umsatz Video

Der Bereich Video verzeichnet 2009 zwar weiterhin einen Umsatzrückgang auf nunmehr 455 Millionen Euro, doch zeigt sich dieser im Vergleich zu den Vorjahren deutlich abgeschwächt. Diese Entwicklung ist auf die Etablierung der Blu-ray-Player im Markt zurückzuführen, bedingt durch attraktive Preise auf Hardware- und Contentseite.

Insgesamt weist der Video-Markt eine bereits bestehende hohe Haushaltsausstattung mit DVD-Playern und -Rekordern auf. Der DVD-Rekorder wird außerdem zunehmend durch die Set-Top-Boxen mit integrierter Festplatte (PVR) substituiert.

Umsatz Camcorder



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	399	360	309	275	241
± Vorjahr in %	+1,1%	-9,7%	-14,1%	-11,2%	-12,4%

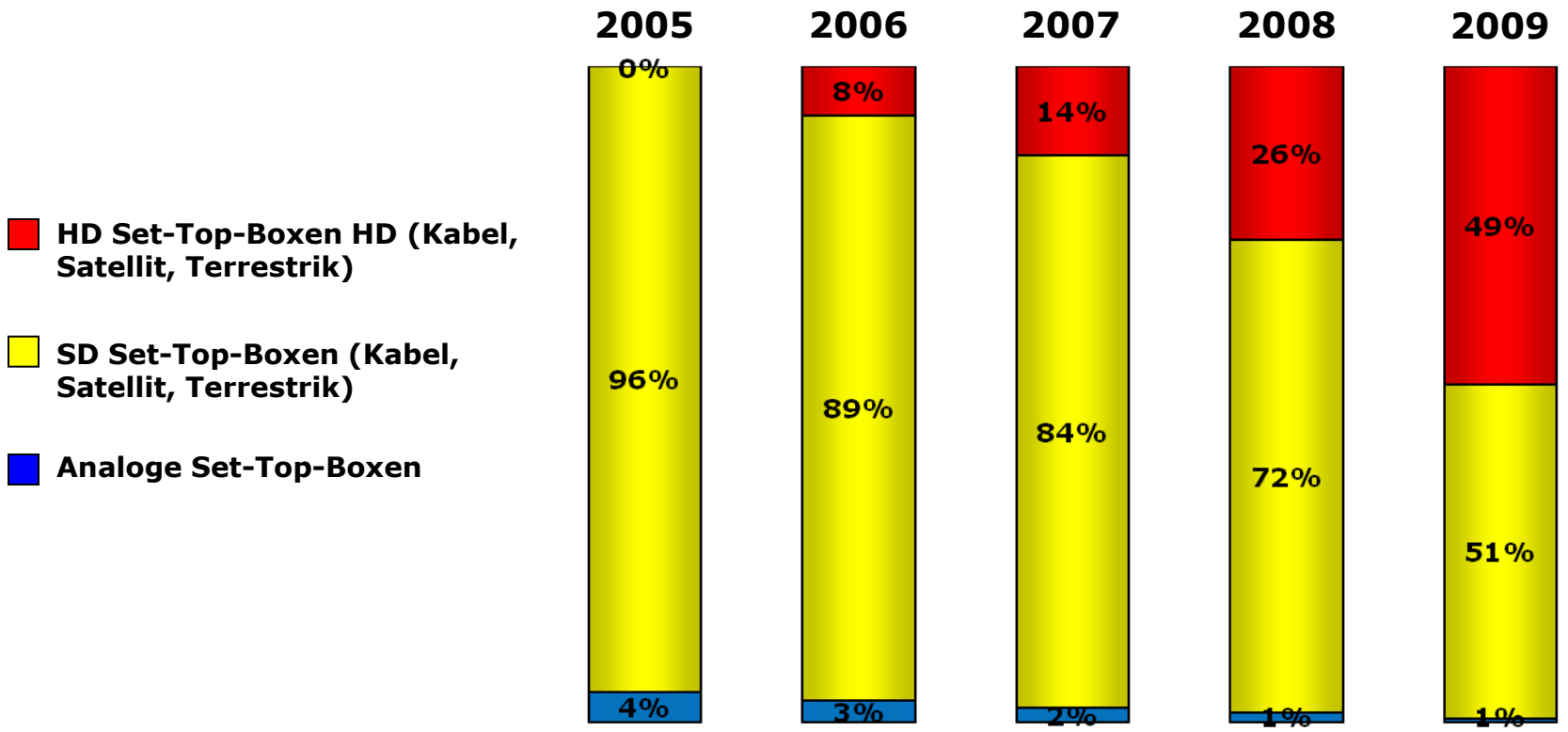
* HD DVC, HD DVD, HD Memory Card/Harddisc

Umsatz Camcorder

Ausgehend von der Etablierung des HD-Standards im Fernsehbereich fordern Konsumenten von Camcordern denselben hohen Qualitätsstandard. So erreichte im Jahr 2009 das High Definition Format einen Anteil von 57% am Camcorder-Umsatz.

Auch die Nachfrage nach modernen Flash Memory bzw. Memory Card Camcordern ist deutlich gestiegen. Der Anteil im Umsatz beträgt 20%. Gestützt wird diese Entwicklung durch neue Käufergruppen, die ihren selbstproduzierten Content auf Plattformen (Online-Communities) einstellen.

Umsatz Set-Top-Boxen



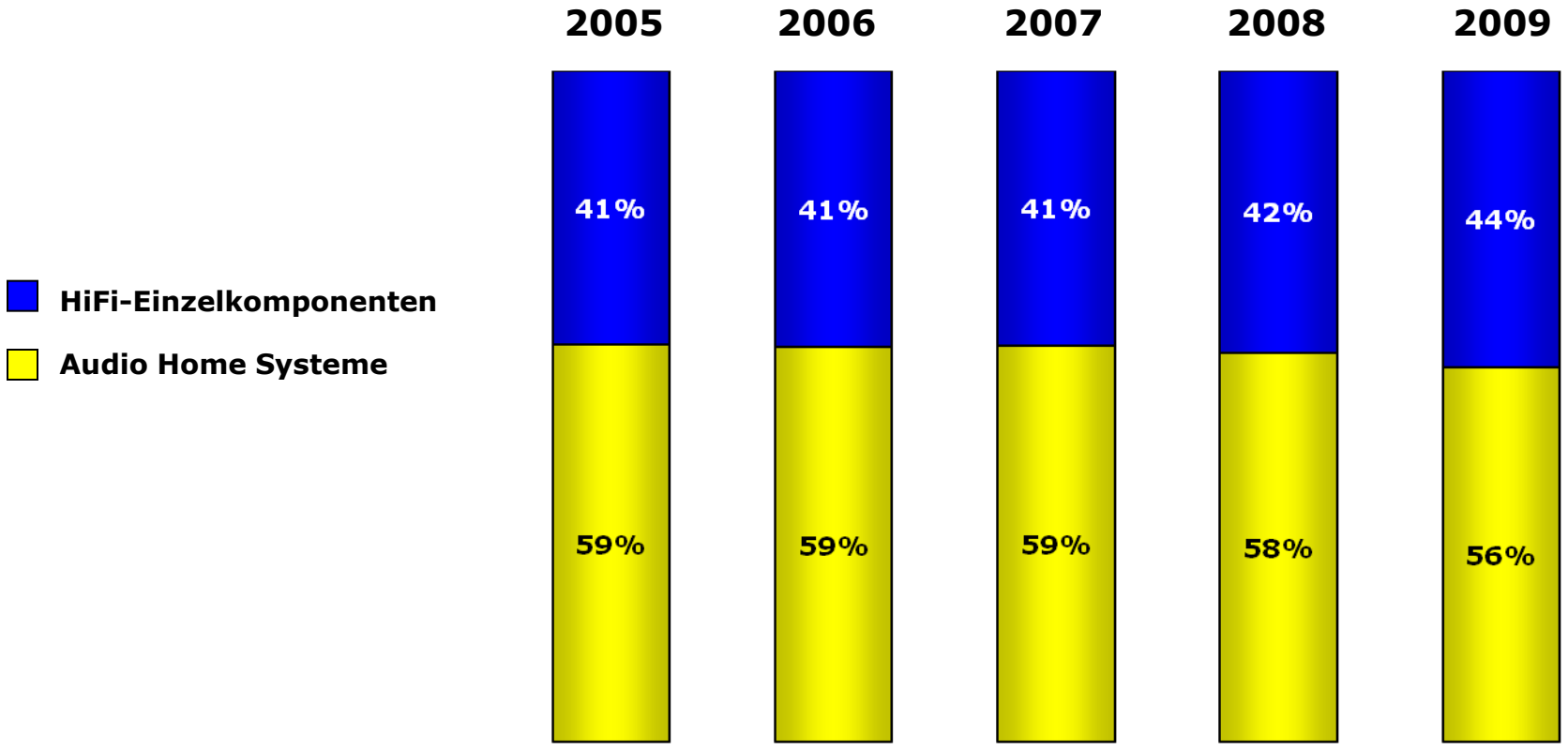
	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	448	382	382	401	471
± Vorjahr in %	+4,4%	-14,7%	+0,0%	+5,0%	+17,5%

Umsatz Set-Top-Boxen

Der Umsatz von Set-Top-Boxen bewegt sich weiterhin auf hohem Niveau – bis 2008 hauptsächlich gestützt durch digitale Set-Top-Boxen. Seit 2006 weisen HD-Set-Top-Boxen von Jahr zu Jahr eine anteilige Umsatzverdoppelung auf. 2009 beträgt der Umsatzanteil bereits 49%.

Es wurden im letzten Jahr über eine Million HDTV-Set-Top-Boxen abgesetzt, davon allein 860.000 für den Satelliten-Empfang.

Umsatz HiFi-Geräte



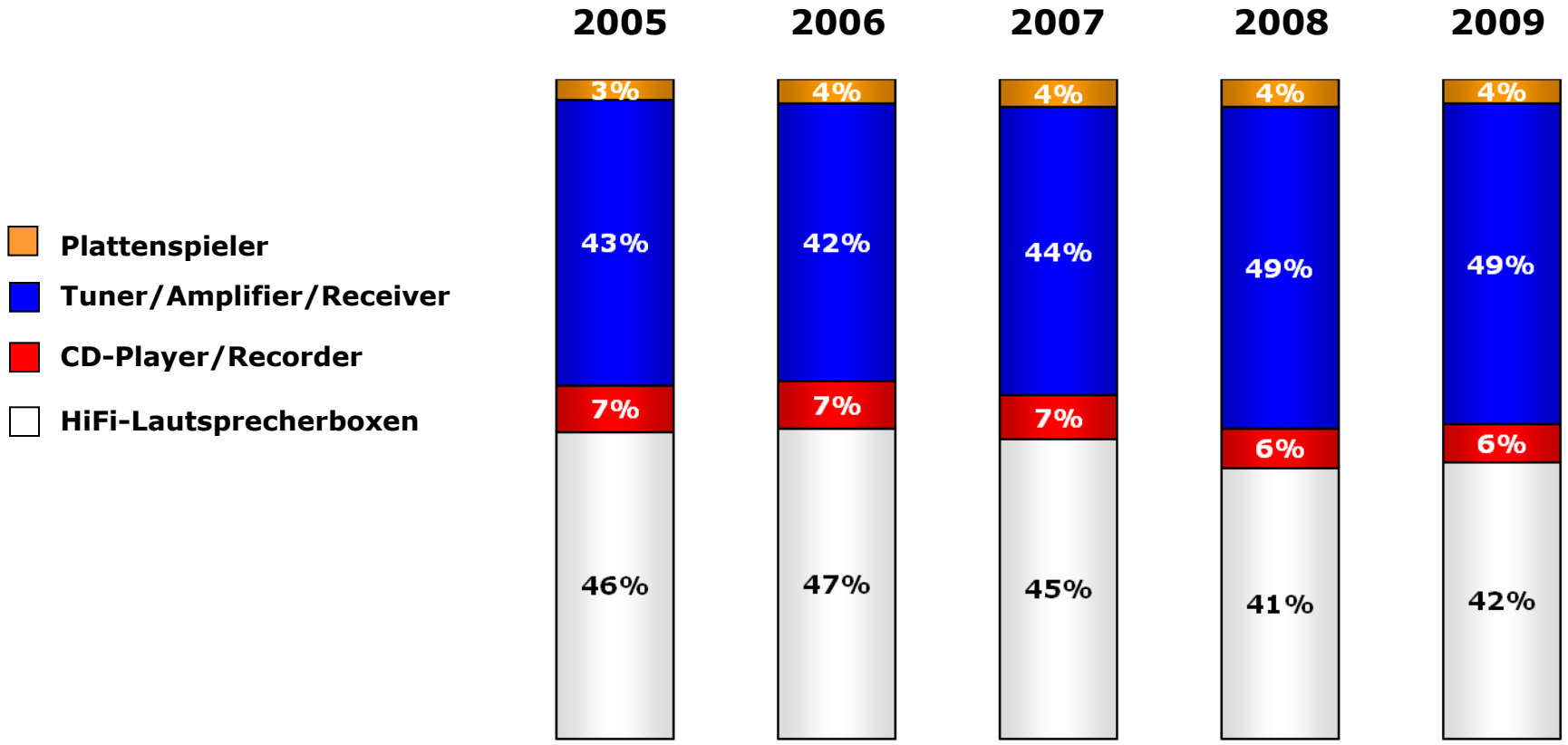
	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	**797**	**772**	**722**	**749**	**826**
± Vorjahr in %	**-11,5%**	**-3,2%**	**-6,4%**	**+3,6%**	**+10,4%**

Umsatz HiFi-Geräte

Im Jahr 2009 wurde in Deutschland mit HiFi-Geräten ein Umsatz von ca. 826 Mio. Euro erzielt. Damit zeigt der HiFi-Markt mit einem Umsatzplus von 10,4% eine positive Entwicklung

Bei gleichbleibender Nachfrage steht das Qualitätsprodukt im Vordergrund, das sich im gestiegenen Durchschnittspreis niederschlägt.

Umsatz HiFi-Einzelkomponenten



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	326	318	296	315	364
± Vorjahr in %	-8,4%	-2,4%	-7,1%	+6,4%	+15,8%

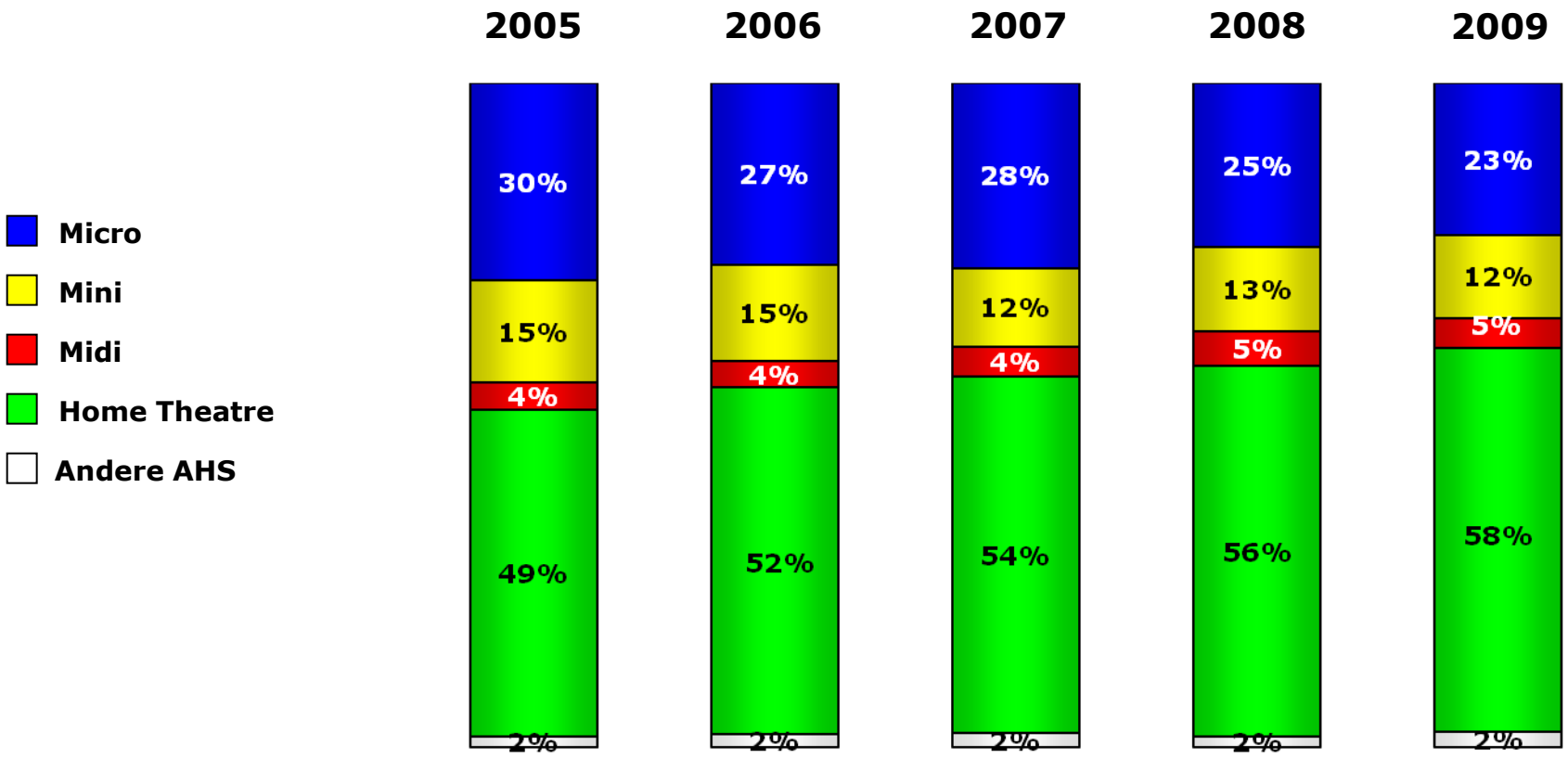
Umsatz HiFi-Einzelkomponenten

Der Umsatz mit HiFi-Einzelkomponenten konnte in 2009 mit einem zweistelligen Plus von 16% weiter wachsen auf 364 Millionen .

Maßgeblich für diese Entwicklung waren wiederum deutliche Zuwächse durch mehrkanalfähige Receiver, die ihren Umsatz um rund zwanzig Prozent steigern konnten.

Auch andere HiFi-Einzelkomponenten wie Tuner und Plattenspieler zeigten in 2009 ein leichtes Umsatzwachstum.

Umsatz Home Audio Systeme



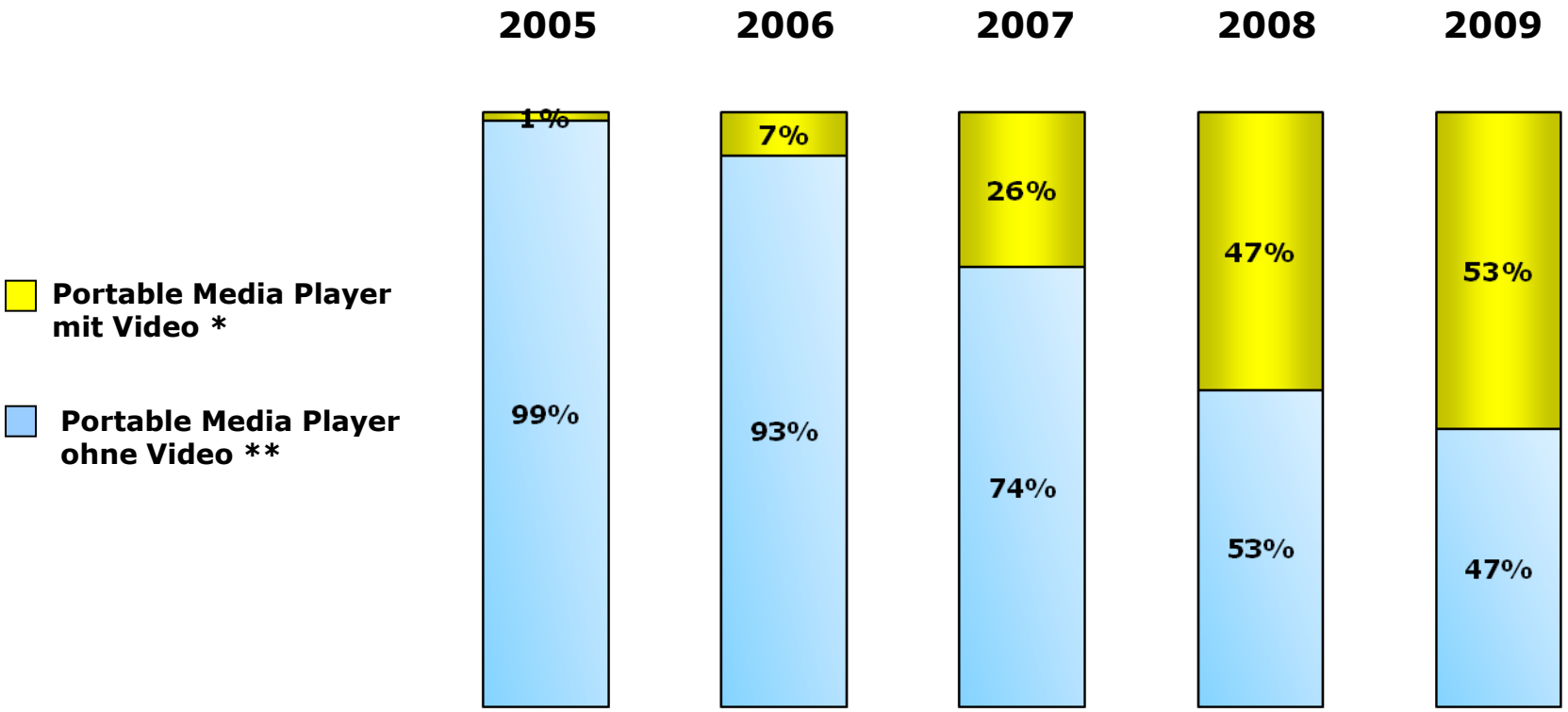
	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	471	453	427	434	462
± Vorjahr in %	-13,4%	-3,8%	-5,9%	+1,7%	+6,4%

Umsatz Home Audio Systeme

Der Umsatz mit Home Audio zeigt 2009 ein deutliches Wachstum mit 6,4 Prozent, hauptsächlich getragen durch Home Theater Systeme.

Durch abgestimmtes Design bildet das Home Theatre System mit dem Flachbildfernseher eine homogene Einheit. Innovationen wie Dolby 2.1 und Blu-ray wecken neue Begehrlichkeiten.

Absatz MP3- und MP4-Player



	2005	2006	2007	2008	2009
1.000 Stück	**8.383**	**7.420**	**7.942**	**7.790**	**6.683**
± Vorjahr in %	**+165%**	**-11,5%**	**+7,0%**	**-1,9%**	**-14,2%**

* MP4-Player

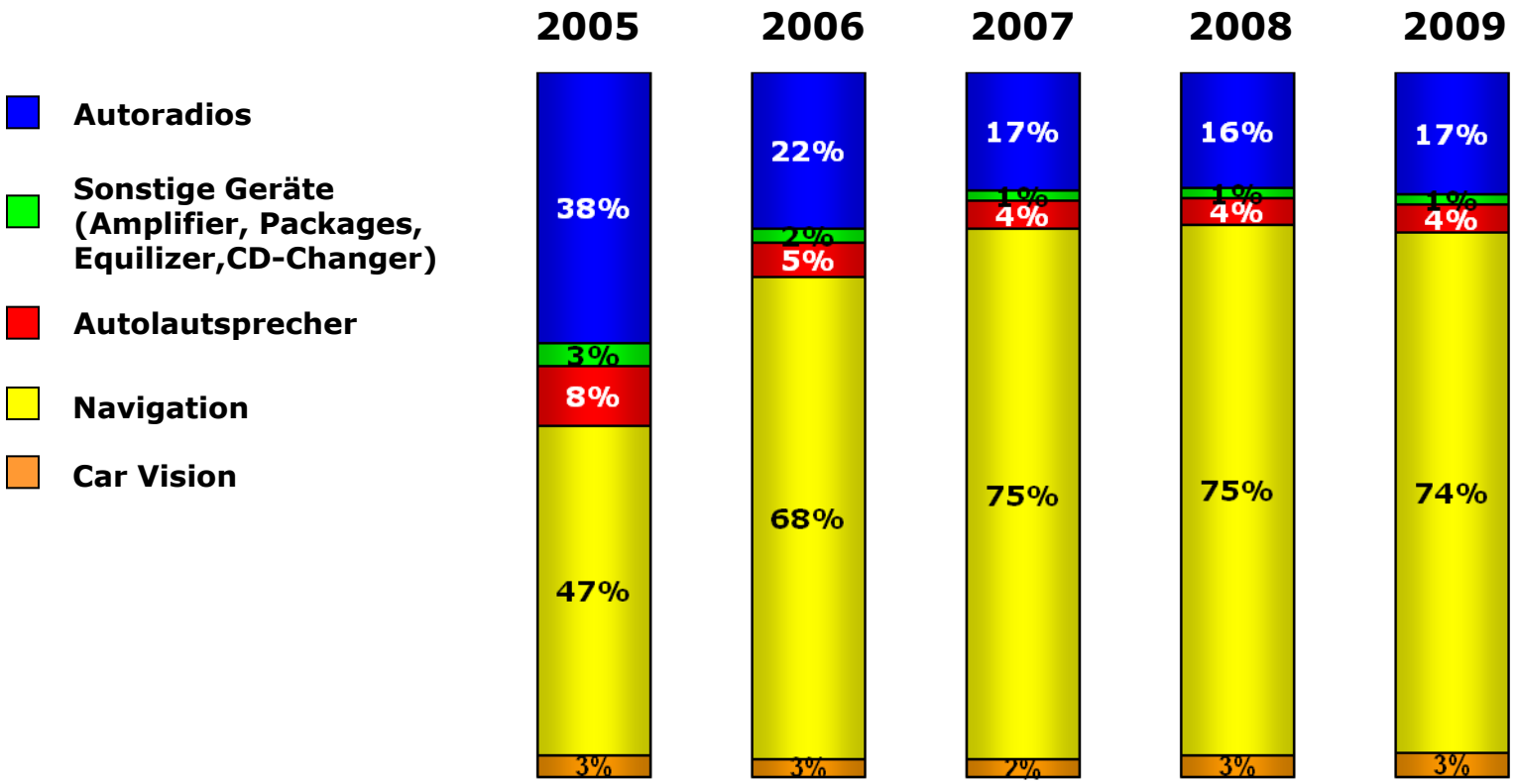
* *MP3-Player

Absatz MP3- und MP4-Player

Die integrierte Video-Abspielfunktion (MP4-Format) hat sich in kurzer Zeit zu einem Standard-Feature entwickelt. 2009 stellten MP4-Player bereits über die Hälfte der verkauften Media Player dar.

Bei MP3-/MP4-Playern ist insgesamt allerdings eine Marktsättigung durch mangelnde Innovationsimpulse in 2009 zu beobachten. Dazu beigetragen haben unter anderem auch Mobiltelefone mit längeren Akkulaufzeiten, die häufig zur Musikwiedergabe bei jugendlichen Nutzergruppen gewählt werden .

Umsatz Car Audio/Navigation*



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	823	1.201	1.410	1.171	990
± Vorjahr in %	+22,2%	+45,9%	+17,4%	-16,9%	-15,5%

* ohne OEM-Volumina
(Original Equipment Manufacturers)

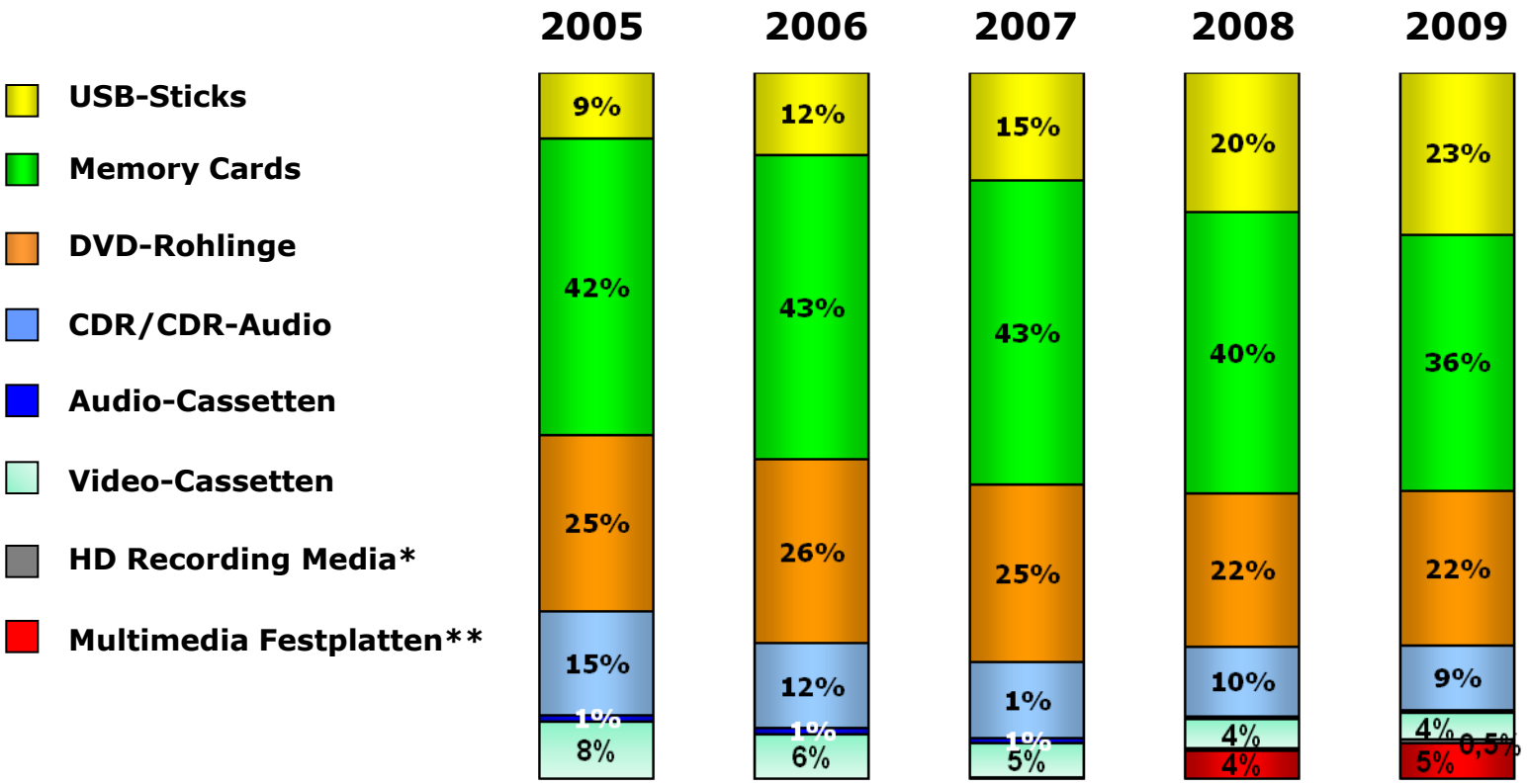
Umsatz Car Audio/Navigation

Der Markt der Car Media Technologien befindet sich weiterhin im Wandel: vom klassischen Unterhaltungsmedium - dem Autoradio - hin zu dem fahr-unterstützenden Computer – dem Navigationsgerät.

Aufgrund der Marktsättigung der portablen Navigationsgeräte kann der Preisverfall nicht mehr wie in den Vorjahren durch den Absatz kompensiert werden. Mit der steigenden Anbieterzahl in den letzten Jahren hat sich der Wettbewerb in diesem Segment spürbar erhöht. Die Anbieter reagieren auf diesen Wettbewerbsdruck mit besserer Ausstattung zu immer günstigeren Preisen.

Der traditionelle Autoradiomarkt (im Sinne von Nachrüstung) verliert an Bedeutung, da die Einbaumöglichkeiten in den Neufahrzeugen stetig abnehmen. Zusätzliche Kaufimpulse werden durch die Beliebtheit der digitalen Mediaplayer gesetzt, die durch neue Konnektivitätsmöglichkeiten Einzug ins Auto halten.

Umsatz Recording Media



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	1.163	1.084	974	863	741
± Vorjahr in %	+21,1%	-6,8%	-10,1%	-11,4%	-14,2%

* Neu ab 2007
** Neu ab 2008

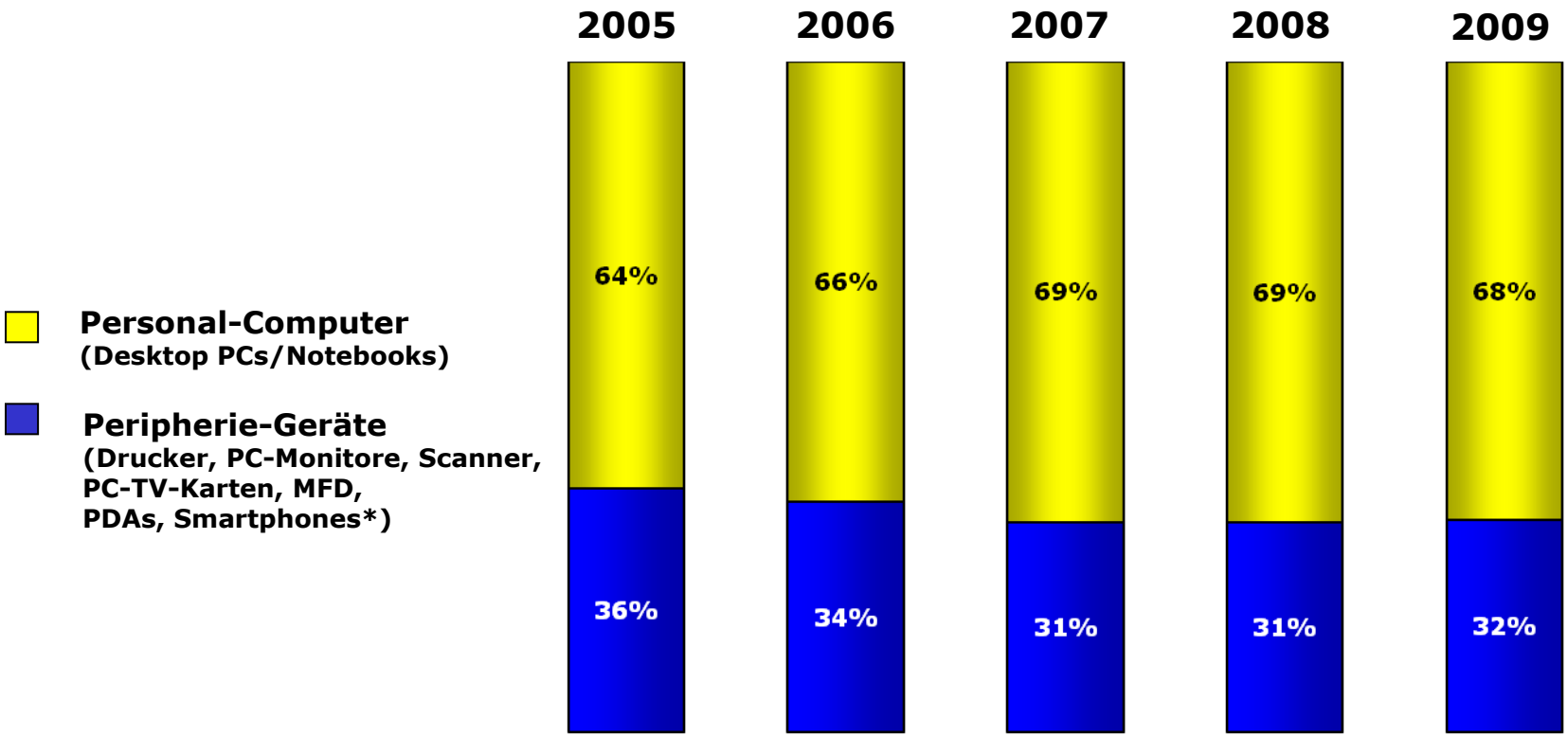
Umsatz Recording Media

Immer höhere Speicherkapazität für immer niedrigere Preise. So lässt sich der Trend bei Flash Speichermedien kurz beschreiben.

USB-Sticks wurden 2009 weiterhin auf einem hohen Niveau von 13 Millionen Stück nachgefragt.

Optische Medien wie CD- und DVD-Rohlinge werden weiterhin millionenfach verkauft. Ihre Stärke liegt in der kostengünstigen Archivierung von Daten. Neuer Aufsteiger sind HD Recording Medien, von denen 2009 knapp 500.000 Stück abgesetzt wurden.

Umsatz Informationstechnologie (Privatkäufe)



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	4.956	4.761	5.254	5.737	6.826
± Vorjahr in %	+0,8%	-3,9%	+10,3%	+9,2%	+19%

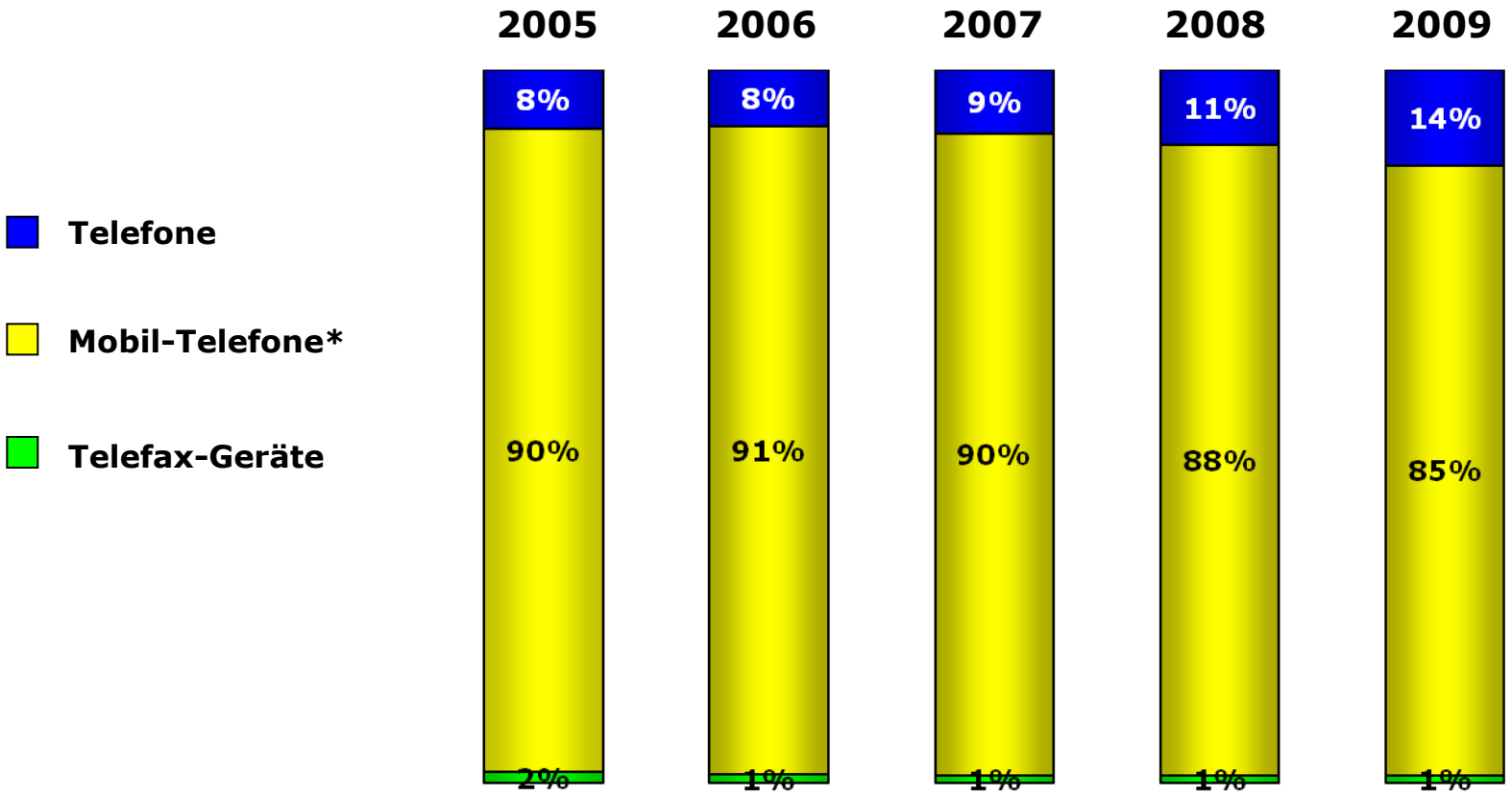
*ab 2006

Umsatz Informationstechnologie (Privatkäufe)

Die Umsätze im privaten Markt für Informationstechnologie (nur Verkäufe an private Endverbraucher) verbuchten ein Wachstum von knapp 20 Prozent. Dieses Wachstum ist ausschließlich durch das Kerngeschäft mit PC-Desktops und Notebooks geprägt. Konsumenten entscheiden sich vermehrt für Laptops, aufgrund der verbesserten Leistungsfähigkeit, einhergehend mit attraktiven Preisen: 2009 wächst die Nachfrage nach Notebooks um 43 Prozent.

Der Umsatzanteil von Peripheriegeräten ist weiterhin rückläufig. Dabei sind es insbesondere die PC-Monitore, die bei einem Preisverfall um 19 Prozent im Wert um ca. 24 Prozent unter Vorjahr liegen.

Umsatz Telekommunikation (Privatkäufe)



	2005	2006	2007	2008	2009
Mio. EURO	4.325	4.255	3.978	3.397	2.572
± Vorjahr in %	+1%	-1,6%	-6,5%	-14,6%	-24,3%

* Ohne Berücksichtigung von subventionierten Preisen

Umsatz Telekommunikation (Privatkäufe)

Der Markt für Telekommunikation verlief im Jahr 2009 erneut rückläufig um -24,3 Prozent. Im Jahr 2009 wurden knapp 17 Millionen Handys an private Konsumenten verkauft. Damit war die Nachfrage nach Mobil-Telefonen sowohl im Umsatz (-27%) als auch in Menge (-21%) negativ.

Auslöser hierfür ist eine Änderung im Konsumentenverhalten. Gefragt sind günstige Telefontarife, dafür verzichtet man auf den regelmäßigen Tausch der Endgeräte.

Ausblick auf 2010

Der Markt für Consumer Electronics entwickelt sich weiterhin dynamisch. Die Marktforscher von GfK, gfu und ZVEI sehen den Gesamtmarkt Consumer Electronics in Deutschland für 2010 verhalten optimistisch. Die Prognose für 2010 bewegt sich weiterhin auf einem hohen Niveau von über 24 Milliarden Euro, eine positive Botschaft im Vergleich zur allgemeinen Wirtschaftsstimmung.

Für das Jahr 2010 erwarten die Marktforscher speziell von der Ausweitung des HDTV-Programmangebots positive Impulse beim Absatz von Fernsehgeräten und Set-Top-Boxen. Der im Jahr 2009 erreichte Rekordverkauf mit 8,6 Millionen TV-Geräten könnte so 2010 nochmals übertroffen werden. Dabei wird sich der Trend zu größeren, höherpreisigen und zukunftssicheren Modellen halten. Darüber hinaus wird sich der Anteil an HDTV-fähigen Geräten im Vergleich zu den insgesamt verkauften Fernsehgeräten im Laufe des Jahres auf 70 Prozent steigern. „HDTV ist bei den Zuschauern angekommen und ein guter Grund, in hochwertige Produkte für Qualitätsfernsehen zu investieren. Bis Ende 2010 werden mehr als 29 Millionen hoch auflösende TV-Geräte, davon rund 16,5 Millionen mit integriertem HDTV-Empfänger oder HDTV Set-Top-Box, in deutschen Haushalten stehen. Dabei wird sich der Bestand an integrierten HDTV-Geräten von 2009 auf 2010 verdreifachen", konstatiert Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu.

Ein weiterer maßgeblicher Trend der CE-Branche ist der Wunsch nach Mobilität. Dies wird sich auch 2010 in konstant hohen Absätzen mobiler Geräte widerspiegeln. Digitale portable Videoplayer und digitale Kameras werden ebenso wie mobile Navigationsgeräte, Smartphones und Notebooks zu den Bestsellern gehören.

„Bei allem Optimismus ist die weitere Entwicklung der CE-Branche dennoch vom allgemeinen wirtschaftlichen Umfeld abhängig. Steigende Arbeitslosigkeit und Krisen in einzelnen Wirtschaftsbereichen könnten sich im Jahresverlauf dämpfend auf die Marktentwicklung auswirken", gibt Dr. Rainer Hecker zu bedenken. „Wir gehen dennoch insgesamt wieder von einem stabilen Jahresverlauf mit einem Umsatz auf Vorjahresniveau aus. Neben den sportlichen Highlights – Olympische Winterspiele 2010 und Fußball-WM 2010 – wird das jährliche Branchen-Highlight, die Internationale Funkausstellung von 3. bis 8. September in Berlin, in diesem Jahr als 50. IFA, verstärkt dazu beitragen", so Dr. Hecker abschließend.

Herausgeber

GfK Retail and Technology Deutschland GmbH

Nordwestring 101

90419 Nürnberg

www.gfkrt.com

gfu mbH

Lyoner Straße 9

60528 Frankfurt am Main

www.gfu.de