gfu

Der Markt für Consumer Electronics

- Deutschland 2011 -

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 neue Displaytechnologien 9
- Absatz 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 2012 35
Herausgeber 36

Vorwort

Die GfK Retail and Technology GmbH, die seit über 40 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 (Wechselobjektive, Fotoframes)

Telekommunikation:

- Telefone
- Mobil-Telefone
- Telefax-Geräte
- Smartphones

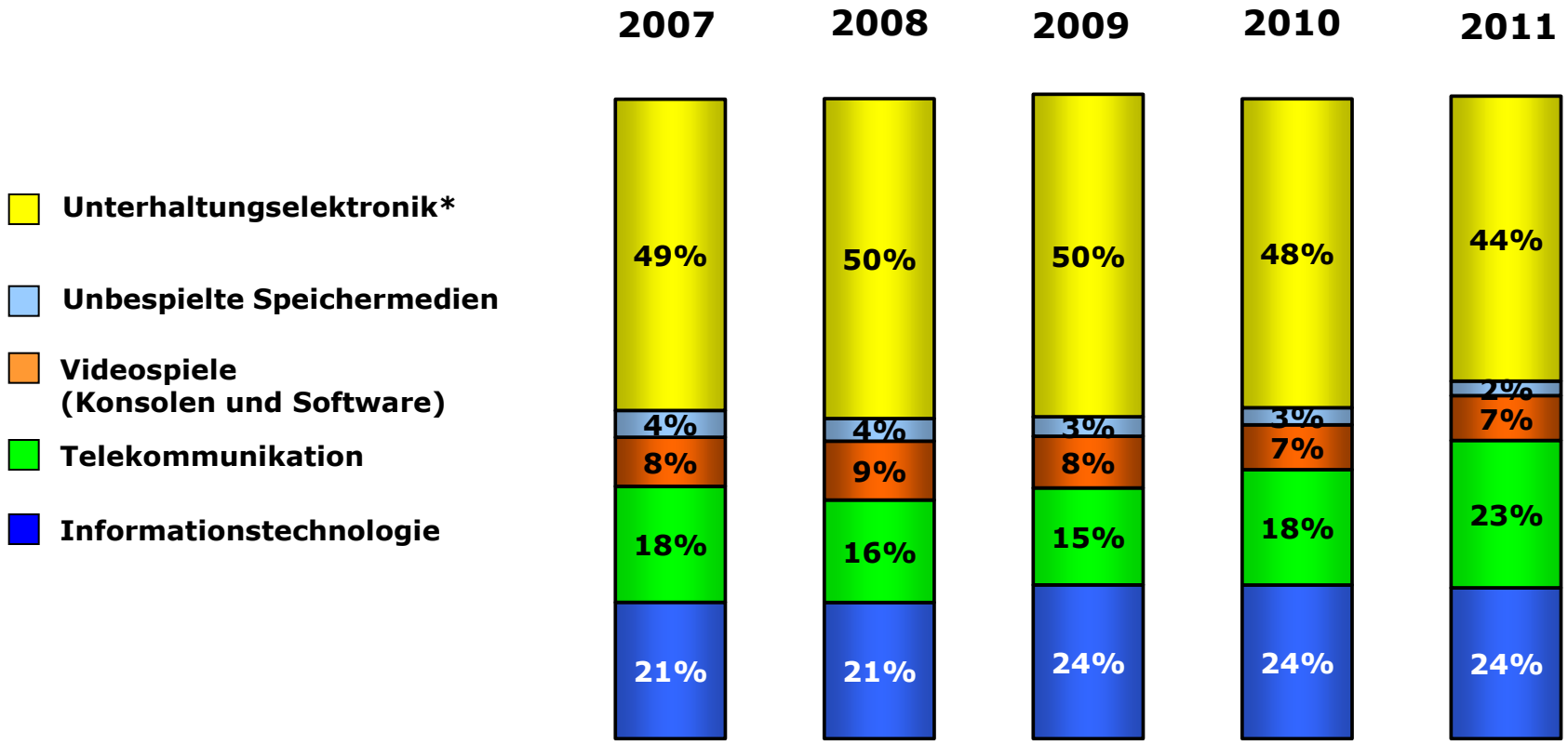
Informationstechnologie:

- Personal-Computer
  (Desktops, Notebooks und Tablets)
- Peripherie-Geräte:
  - PC-Monitore
  - Drucker
  - Multifunktions-Geräte
  - PDAs
  - 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



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	23.320	24.447	24.374	25.807	27.159
± Vorjahr in %	+3,9%	+4,8%	-0,3%	+5,9%	+5,2%

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

GfK Retail and Technology

gfu Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik

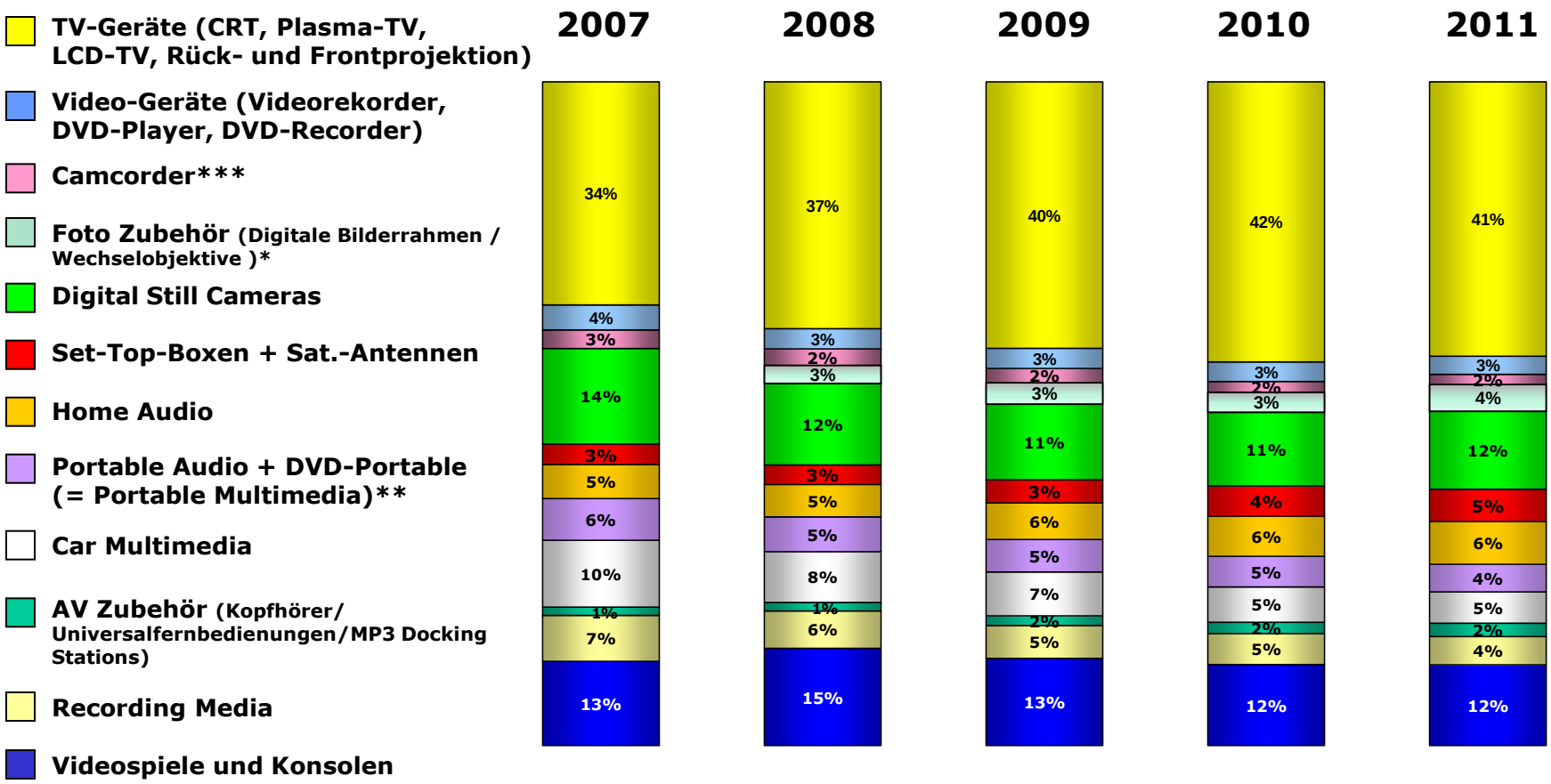
Umsatz CE

Im Jahr 2011 hat sich die Konsumlaune der Verbraucher in Deutschland von den schlechten internationalen Vorzeichen (weiterhin nicht überwundene globale Finanzkrise, europäische Schuldenkrise) nicht anstecken lassen. Dies ist bedingt durch hohe Inflationserwartungen kombiniert mit Einkommenssteigerungen und einer geringeren Sparneigung der privaten Haushalte. Der CE-Markt konnte sich daher positiv (+2,9) auf 28,0 Mrd. steigern.

Die Möglichkeit der Vernetzung unterschiedlicher Geräte der CE-Branche miteinander und internetfähige (mobile) Geräte waren die Hauptwachstumstreiber. Zusätzlich hat die Abschaltung der analogen Ausstrahlung von TV-Programmen über Satellit Impulse gegeben.

Klassische Mobiltelefone und mobile Navigationssysteme werden immer mehr von Smartphones abgelöst, CD- und DVD-Rohlinge werden durch externe Festplatten und USB-Stick ersetzt.

Umsatz Unterhaltungselektronik



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	**14.088**	**15.313**	**14.977**	**14.935**	**14.453**
± Vorjahr in %	**+4,9%**	**+8,7%**	**-2,2%**	**-0,3%**	**-3,2%**

* Neu ab 2008
** Neu ab 2009: inkl. eBooks
*** inkl. Multimedia Cameras

GfK Retail and Technology

gfu Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik

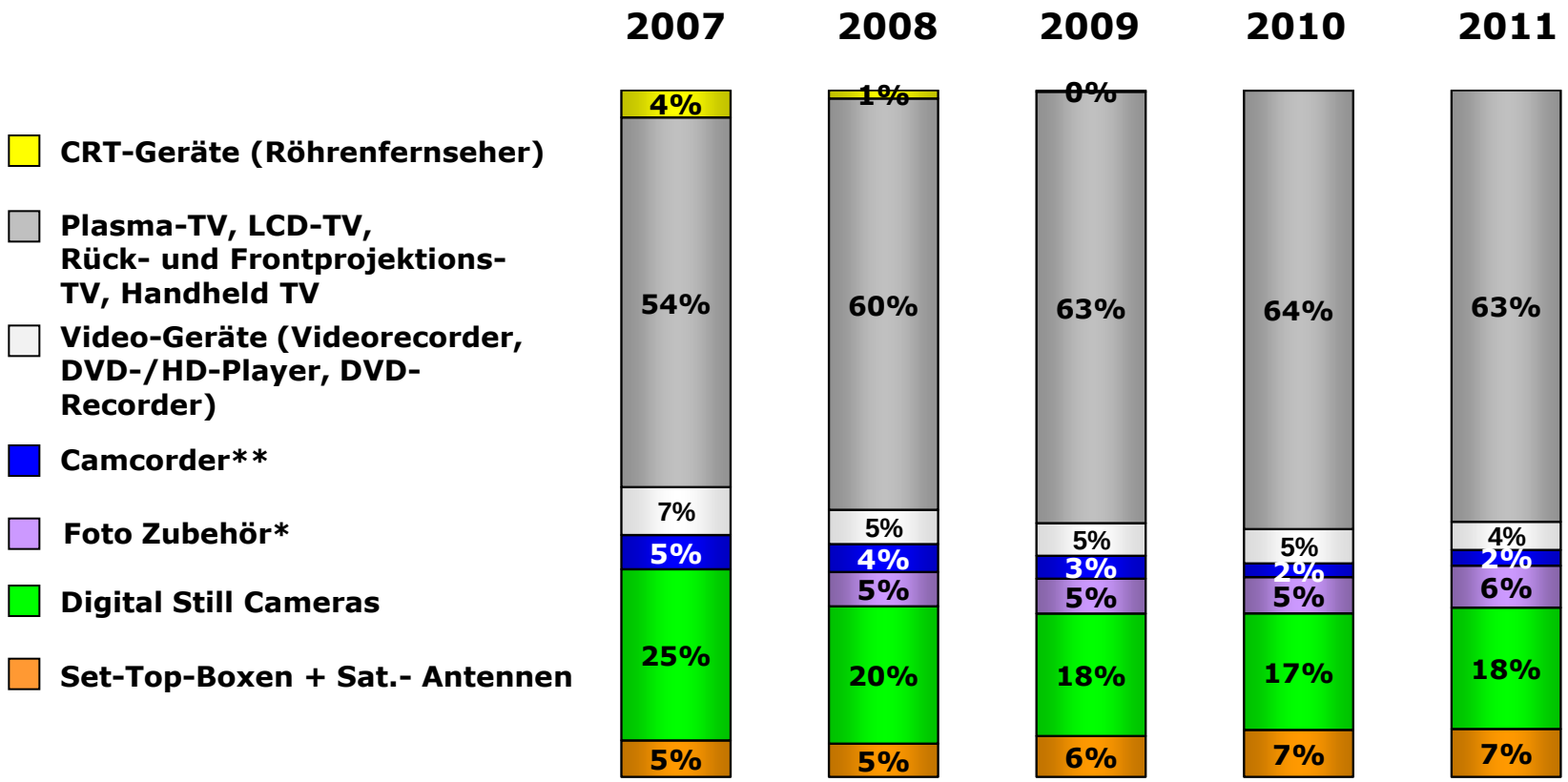
Umsatz Unterhaltungselektronik

Das hoch auflösende Fernsehen setzt sich in Deutschland immer mehr durch. Nach der Aufnahme des HD-Regelbetriebs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Anfang 2010, werden nach der Abschaltung der analogen Satellitenübertragung am 30. April 2012 weitere HD-Programme aufgeschaltet. Bis Ende 2012 kann daher mit ca. 50 Programmen, die über Satellit empfangbar sind, gerechnet werden. Verhandlungen über die Einspeisung der neuen HD-Programme in die Kabelnetze laufen.

Die Nachfrage nach Geräten, die ein brilliantes HD-Bild auf den Bildschirm bringen ist daher groß und sorgt für ein entsprechende Umsätze. 2011 standen 39 Millionen HD-fähige Geräte in den Deutschen Haushalten.

Systemkameras mit Wechselobjektiv haben einen positiven Impuls für das Segment DSC gegeben.

Umsatz Vision

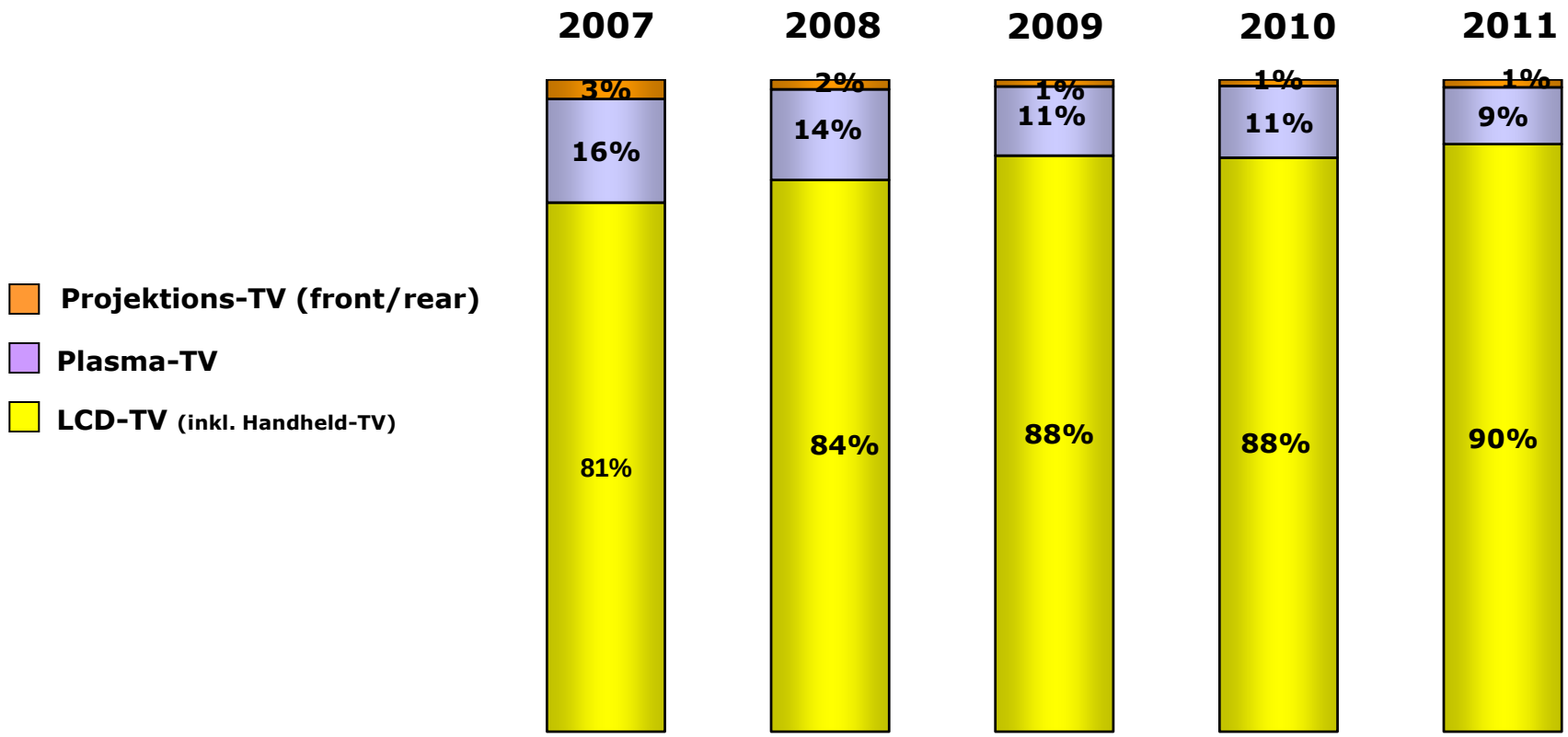


	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	8.135	9.284	9.501	9.823	9.577
± Vorjahr in %	+1,0%	+14,1%	+2,3%	+3,4%	-2,5%

* Neu ab 2008: digitale Bilderrahmen / Wechselobjektive

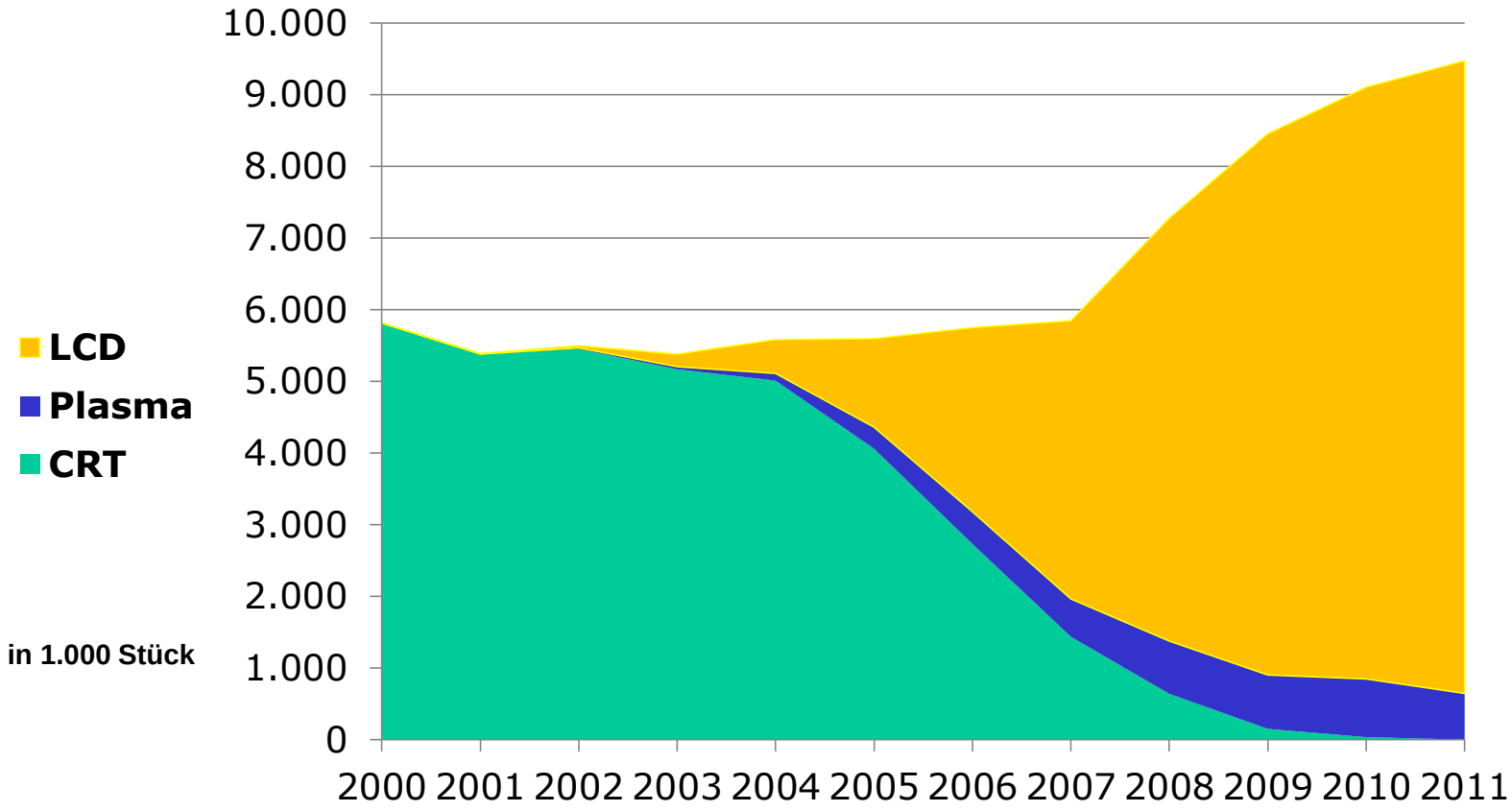
** inkl. Multimedia Cameras

Umsatz neue Display-Technologien

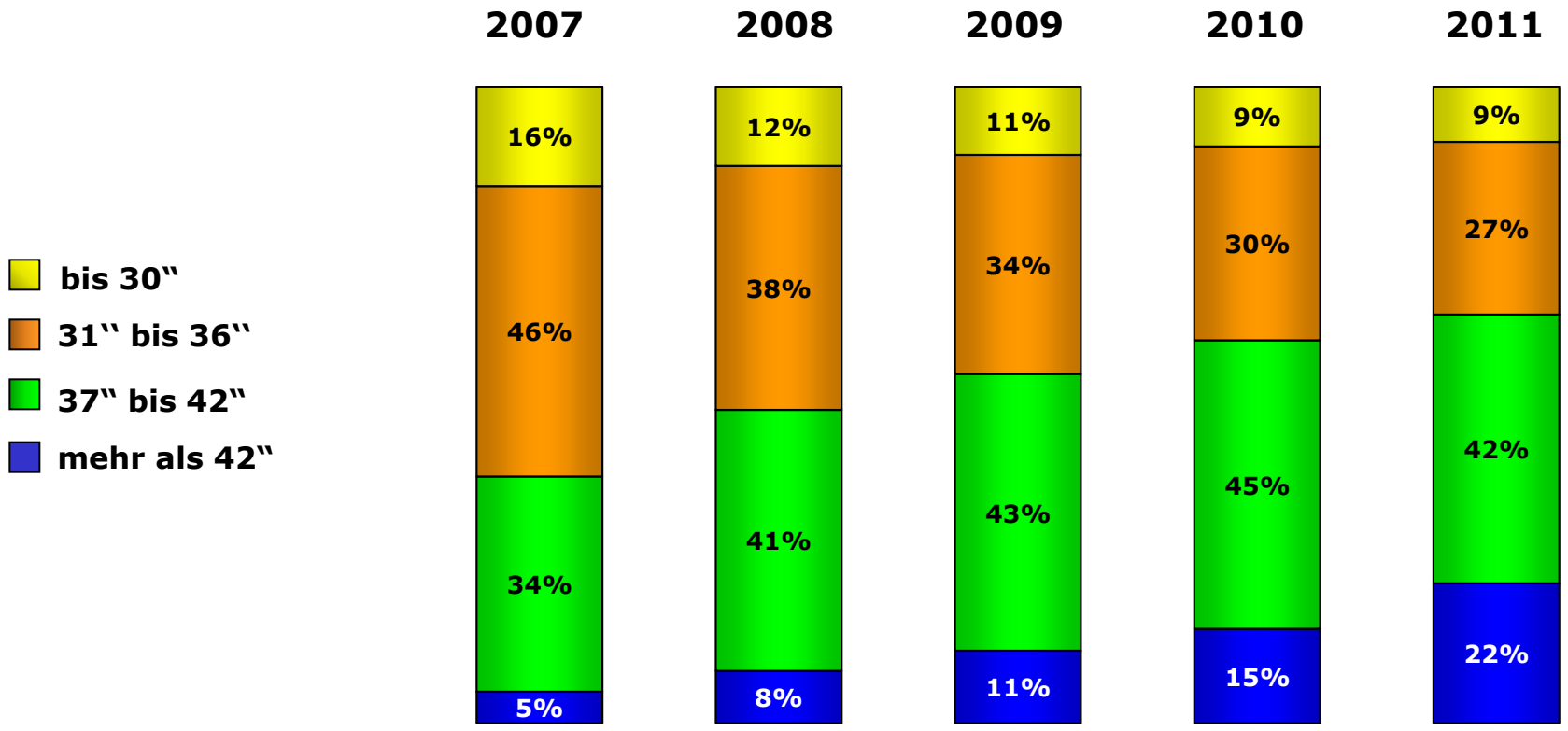


	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	4.406	5.588	5.992	6.242	5.974
± Vorjahr in %	+15%	+27%	+7%	+4%	-4,3%

Absatzentwicklung Display-Technologien



Umsatz LCD-TV-Geräte



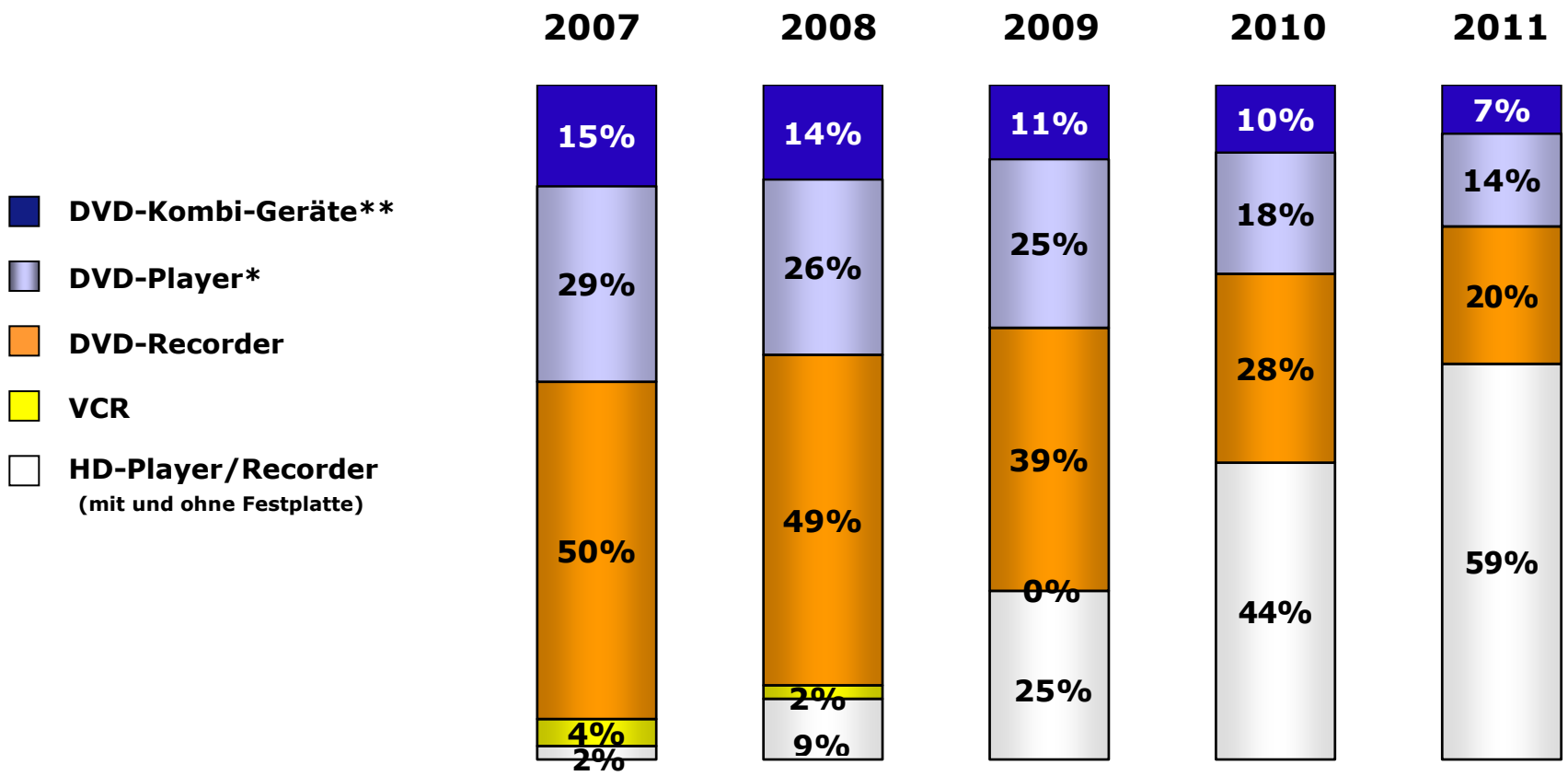
	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	3.569	4.722	5.283	5.489	5.377
± Vorjahr in %	+25%	+32%	+12%	+4%	-2%

Umsatz TV-Geräte

Flatscreens mit LCD- oder Plasmatechnik haben Röhrenbildschirme in Deutschland mittlerweile vollständig abgelöst. Die Haushaltsausstattung ist mit 1,7 Geräten pro Haushalt auf einem Allzeithoch. Zusammen mit einer im Vergleich zur Röhre deutlich gesunkenen Nutzungsdauer von momentan 5,7 Jahren bedeutet dies einen weiterhin wachsenden Absatz. 2011 wurden 9,7 Millionen TV-Geräte verkauft. Neue Technologien wie 3D oder Internetfähigkeit setzen neue Standards. 2011 wurden 1,5 Millionen 3D-TVs verkauft und 3,4 Millionen sogenannte Smart-TVs.

Ein immer größerer Anteil des Umsatzes wird durch großformatige TV-Geräte mit einer Bildschirmdiagonale > 42" generiert (2011: 22%; 2010: 15%). Durch attraktive Preise sind Flachbildschirme vom Luxusgut zum Haushaltsgut geworden.

Umsatz Video



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	552	474	455	437	394
± Vorjahr in %	-19%	-14%	-4%	-4%	-10%

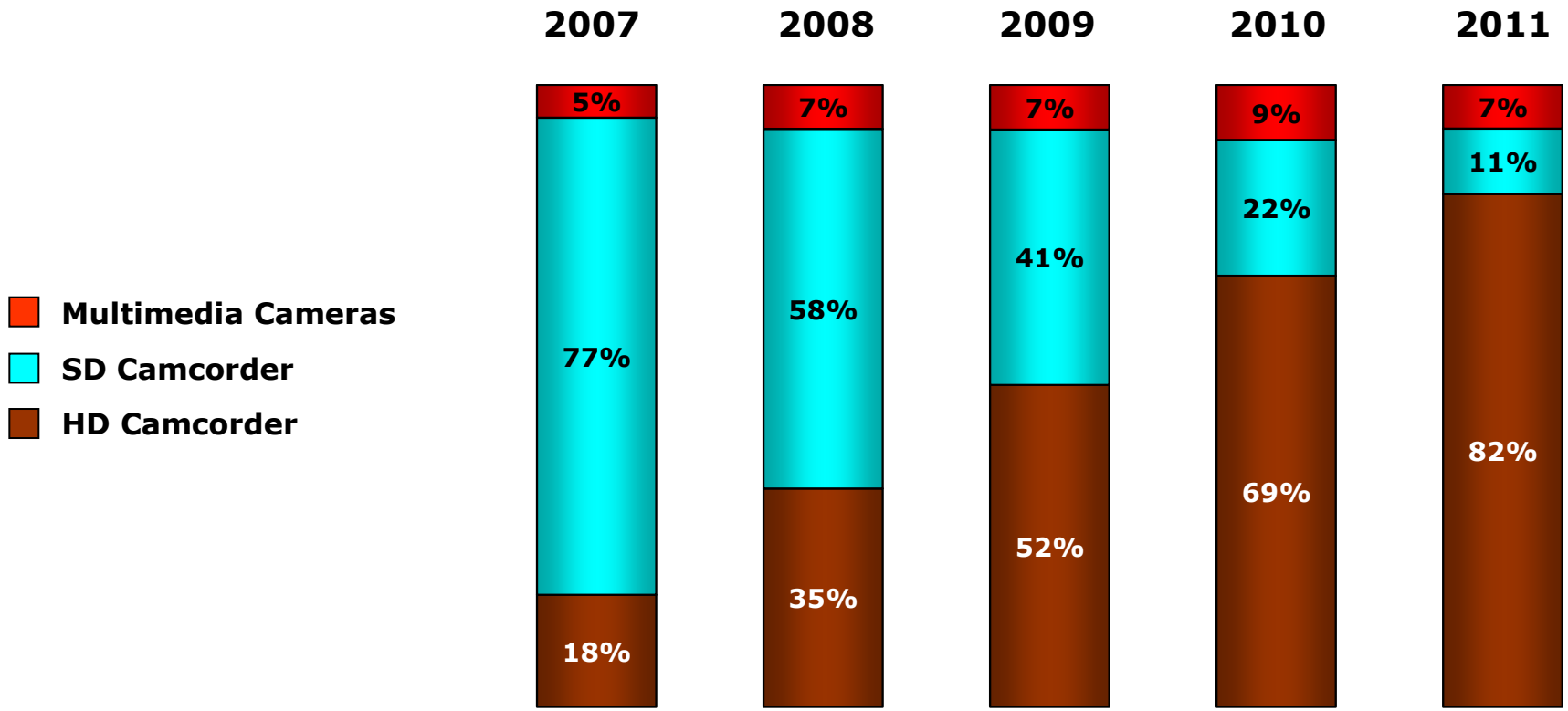
* exkl. Portable DVD-Player (= Portable Multimedia)

** DVD-Player/-Recorder + Videorecorder

Umsatz Video

Der Bereich Video verzeichnet 2011 weiterhin einen Umsatzrückgang (im Vergleich zu 2010 um 10%) auf nunmehr 394 Millionen Euro. Einerseits macht der vermehrte Einsatz interner und externer Festplatten DVD-Geräte obsolet. Andererseits ist der Rückgang auf das Ende der DVD-Ära zurückzuführen, die durch die momentan aktuelle Blu-ray-Technologie abgelöst wird. In logischer Konsequenz ist der Umsatz von HD-Playern und HD-Recordern 2011 gewachsen und zwar um 17% bzw. 44% gegenüber 2010.

Umsatz Camcorder



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	394	379	319	239	219
± Vorjahr in %	-4,3%	-3,8%	-15,6%	-25,1%	-8,4%

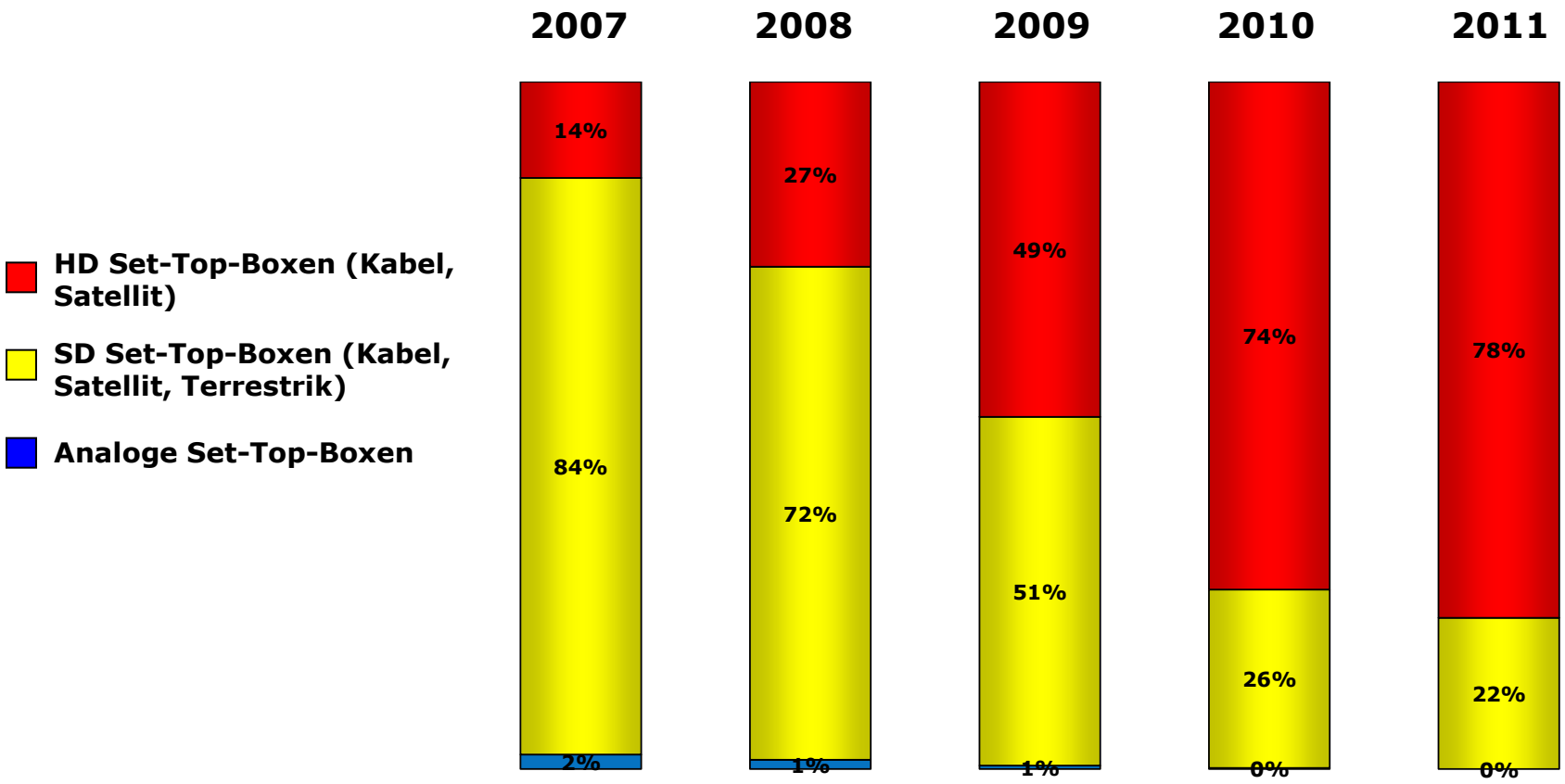
* HD DVC, HD DVD, HD Memory Card/Harddisc

Umsatz Camcorder

Die Durchsetzung des HD-Standards bei TV-Geräten führt auch bei der Nachfrage nach Camcordern zu einer sprunghaften Verschiebung von SD- zu HD-Geräten. 2011 lag der Anteil der HD-Camcorder am Gesamt-Camcorderumsatz bei 82%.

Die Aufnahmefunktion findet sich mittlerweile in vielen mobilen Geräten (bspw. Smartphones und DSC). Der Konsument ist deshalb schon gut für das Erstellen von spontanen Video-Clips ausgerüstet.

Umsatz Set-Top-Boxen



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	382	401	471	612	631
± Vorjahr in %	+0,0%	+4,9%	+17,5%	+29,9%	+3,1%

Umsatz Set-Top-Boxen

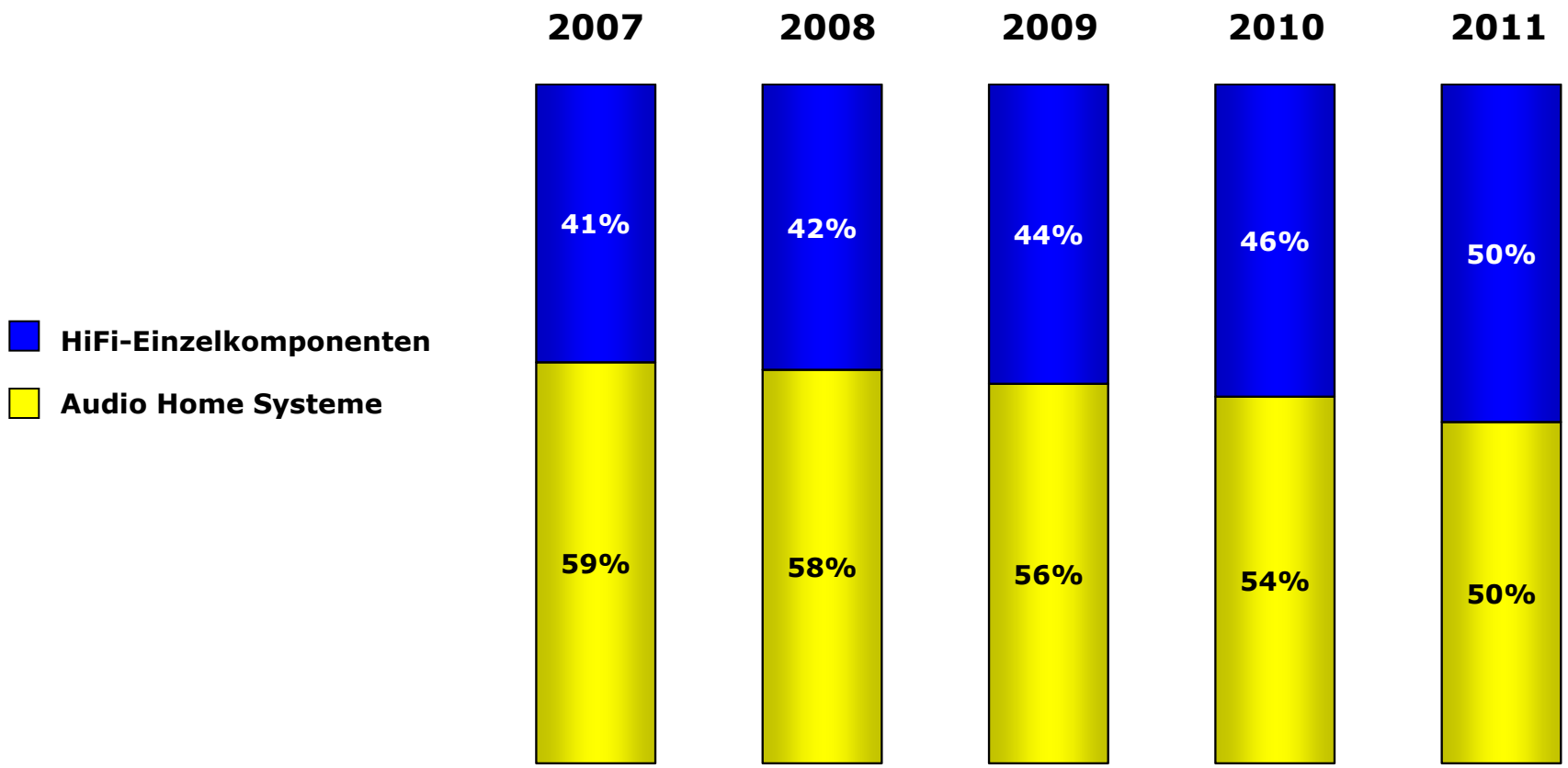
Die Analogabschaltung am 30. April 2012 hat für einen weiterhin hohen Absatz von Set-Top-Boxen im Jahr 2011 gesorgt. 5,5 Millionen Boxen, wovon 3,4 Millionen HDTV empfangsfähig sind, wurden 2011 verkauft.

Der Anteil von HD-Boxen ist damit auf 62% gestiegen und macht sogar 78% des Umsatzes in diesem Segment aus. Der Durchschnittspreis einer HD-Box* liegt bei knapp 145 €, während der Durchschnittspreis einer SD-Box** bei rund 66 € liegt.

Der Empfang via Satellit erfreut sich immer größerer Beliebtheit. 2011 ist die Anzahl der Satellitenhaushalte um knapp 1 Million von 16,65 auf 17,54 Millionen angestiegen. Analog dazu ist im gleichen Zeitraum die Anzahl der Kabelhaushalte von 18,15 auf 17,27 Millionen gesunken.

*Hierzu zählen Boxen für Satelliten- und Kabelempfang.
**Hierzu zählen Boxen für Satelliten-,Kabel- und terrestrischen Empfang

Umsatz HiFi-Geräte



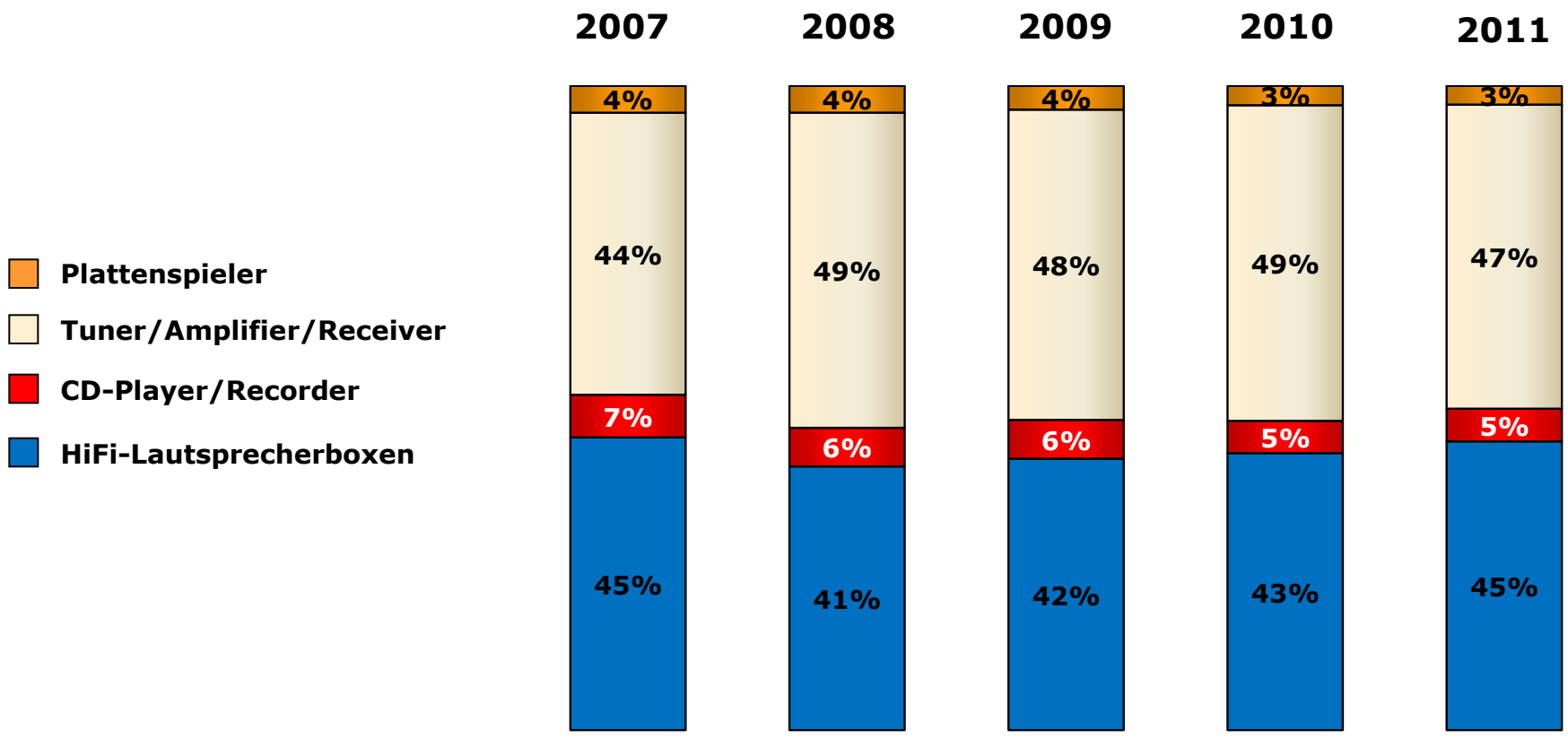
	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	722	749	826	893	930
± Vorjahr in %	-6,4%	-3,6%	+10,4%	+8,1%	+4,1%

Umsatz HiFi-Geräte

Nach hohen Zuwachsraten in den Jahren 2009 und 2010 konnte der Markt für HiFi-Komponenten in Deutschland 2011 ein Plus von 4,1% erreichen, was einem Umsatz von 930 Millionen Euro entspricht. Damit ist der Markt seit Jahren stabil.

Das Audio Home Systeme Segment konnte den Absatz des Vorjahres wiederholen. Es ist deutlich spürbar, dass auch hier DVD- durch Blu-ray-Systeme abgelöst werden. Im HiFi-Einzelkomponenten-Segment ist hingegen ein erheblicher Absatz- und auch Umsatzzuwachs erreicht worden.

Umsatz HiFi-Einzelkomponenten



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	296	315	364	407	467
± Vorjahr in %	-7,1%	+6,4%	+15,8%	+11,6%	+14,9%

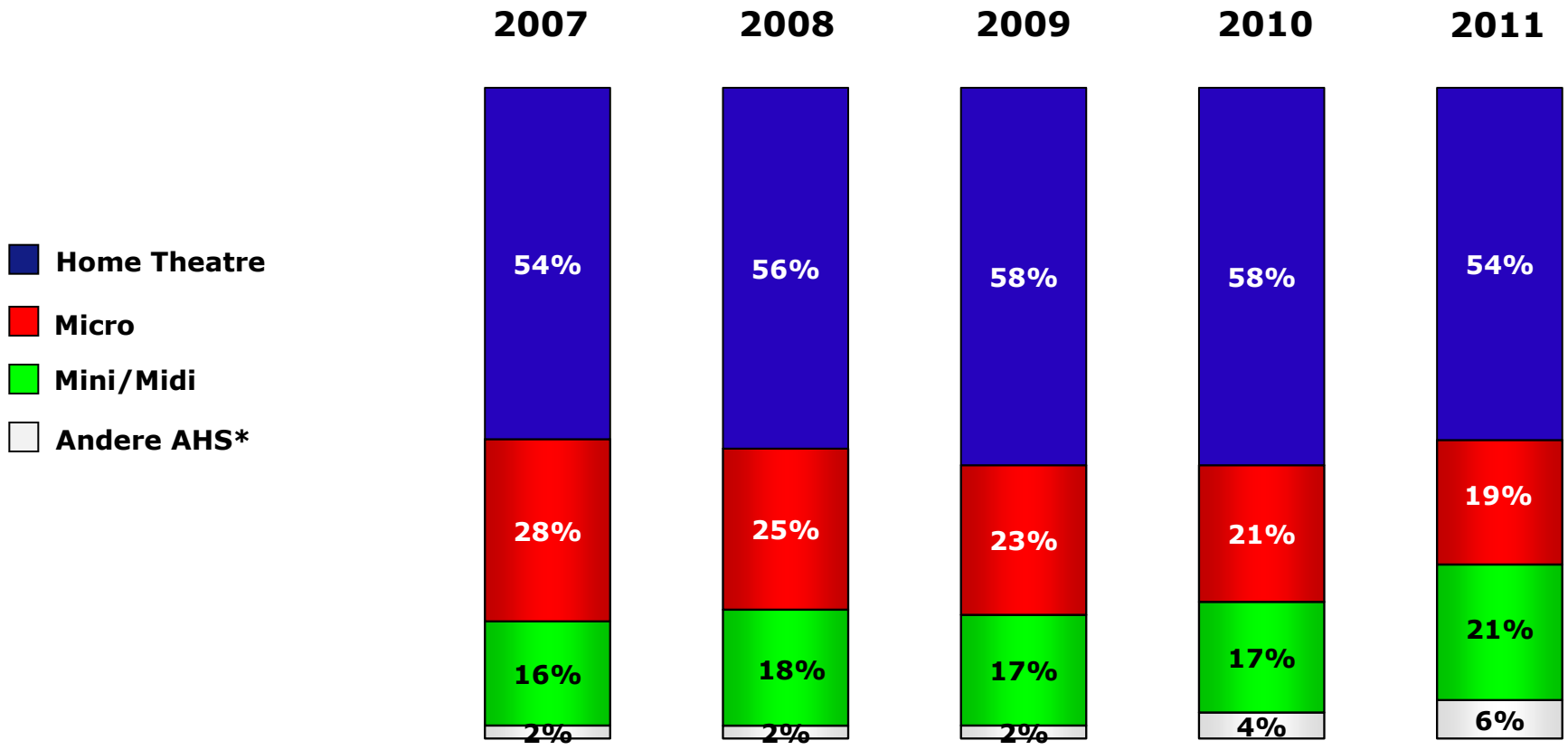
Umsatz HiFi-Einzelkomponenten

Bereits im vierten Jahr in Folge wuchs der Umsatz von HiFi-Einzelkomponenten 2011 um rund 15% auf 467 Millionen Euro.

Diese Entwicklung war maßgeblich durch eine Nachfragesteigerung von Lautsprecherboxenpaketen und Einzellautsprecherboxen um 33% bzw. 9% bei stabilen Durchschnittspreisen bedingt.

Auch Verstärker konnten ein Absatzplus um 18% und eine noch stärkere Umsatzsteigerung um knapp 33% verzeichnen, was den Durchschnittspreis in diesem Segment entscheidend anhebt.

Umsatz Home Audio Systeme



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	427	434	462	487	462
± Vorjahr in %	-5,9%	+1,7%	+6,4%	+5,3%	-5%

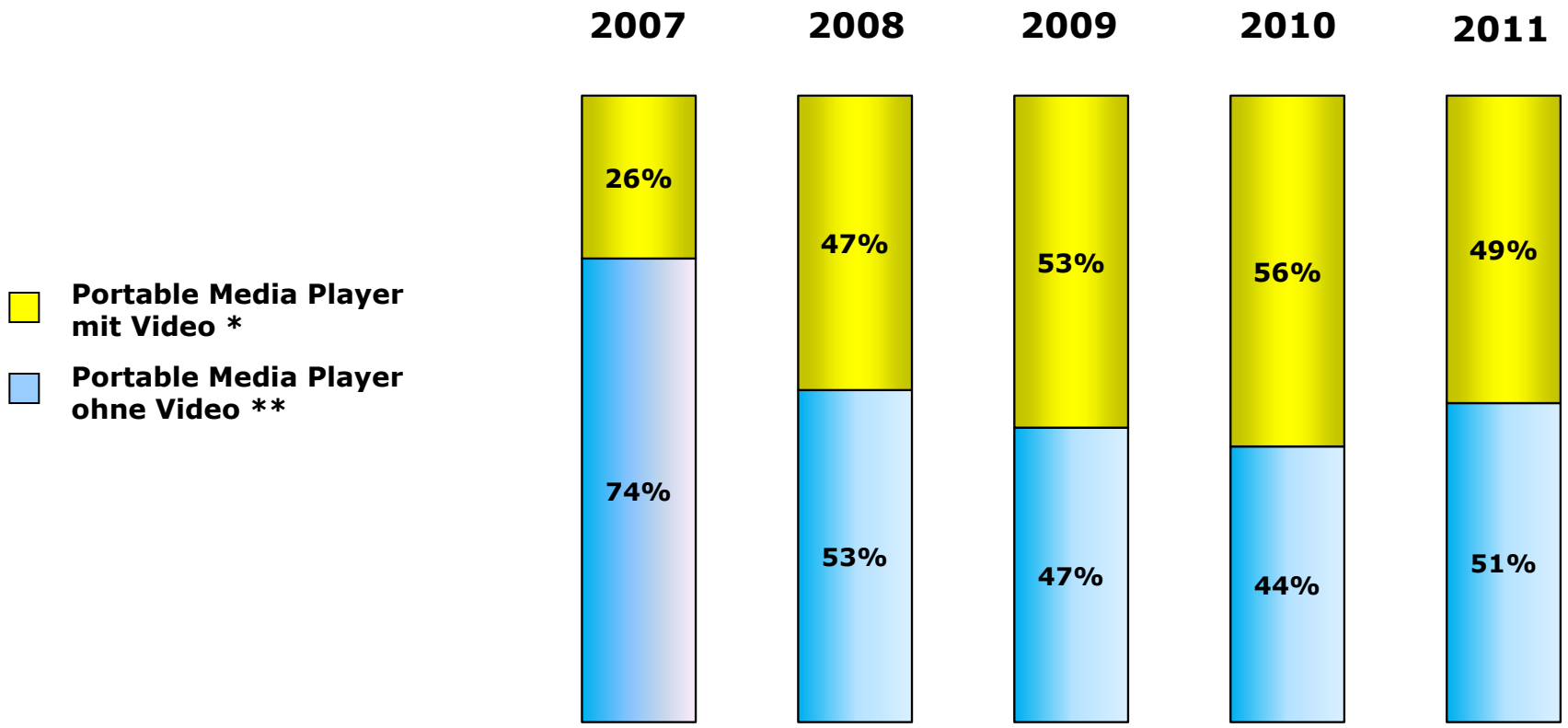
* incl. Dockingstations

Umsatz Home Audio Systeme

Durch abgestimmtes Design bildet das Home Theatre System mit dem Flachbildfernseher eine homogene Einheit. Darüber hinaus sind Home Theatre Systeme eine sinnvolle Audio-Ergänzung für die flachen LED-Fernseher.

Statt auf CDs befindet sich die Musiksammlung auf mobilen Devices. Für die Nutzung daheim bieten HiFi-Dockinstations die passende Lösung.

Absatz MP3- und MP4-Player



	2007	2008	2009	2010	2011
1.000 Stück	7.942	7.790	6.684	5.362	4.596
± Vorjahr in %	+7,0%	-1,9%	-14,2%	-19,8%	-14,3%

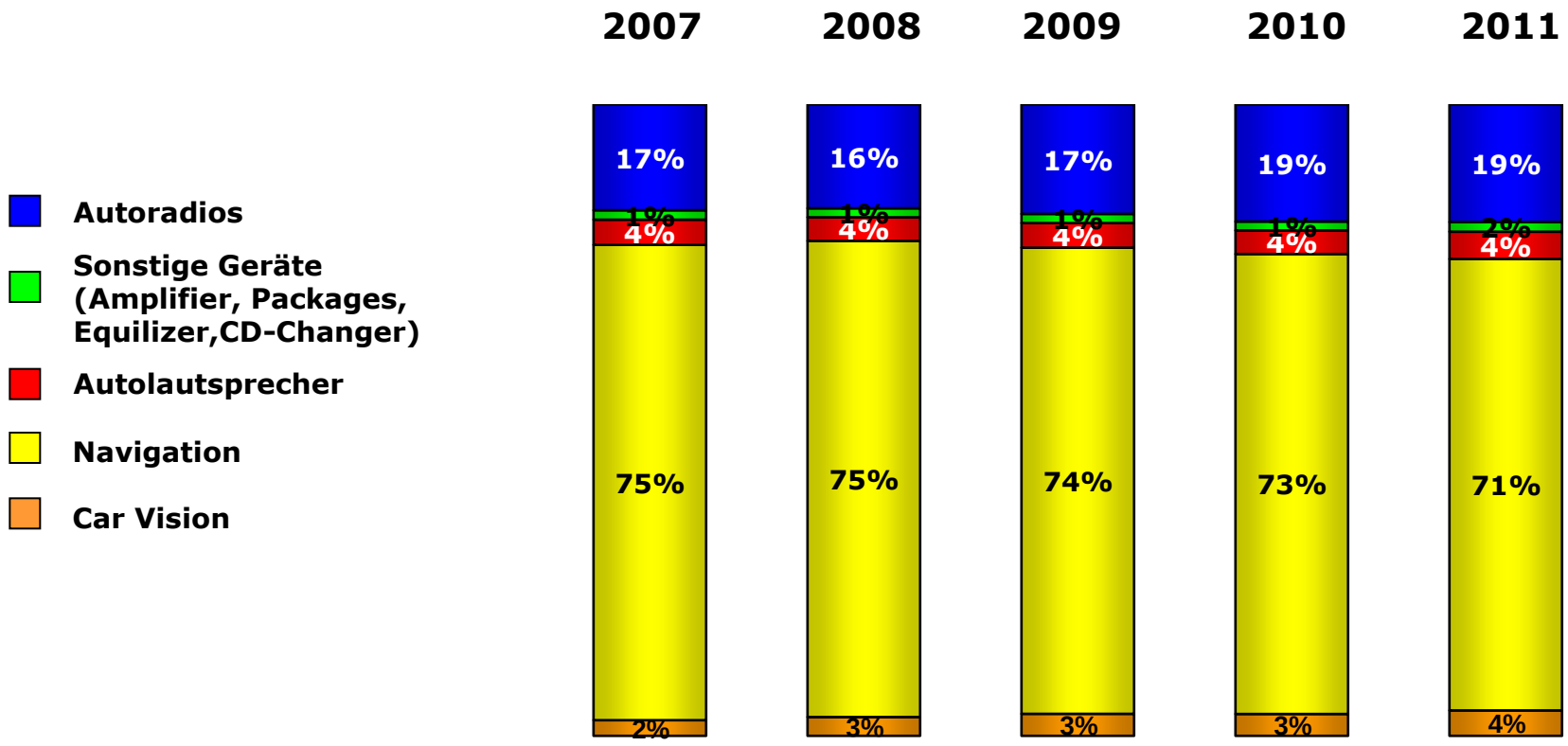
* MP4-Player

* *MP3-Player

Absatz MP3- und MP4-Player

Bei MP3-/MP4-Playern ist insgesamt eine Marktsättigung zu beobachten. Konkurrierende Produkte sind Mobiltelefone und Smartphones. Deshalb sinken seit 2008 die jährlichen Verkäufe spürbar. Mit einem Absatz von 4,6 Millionen Stück im Jahr 2011 sind die Portable Media Player aber weiterhin eine interessante Produktgruppe.

Umsatz Car Audio/Navigation*



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	1.410	1.171	990	788	681
± Vorjahr in %	+17,4%	-16,9%	-15,5%	-20,3%	-13,6%

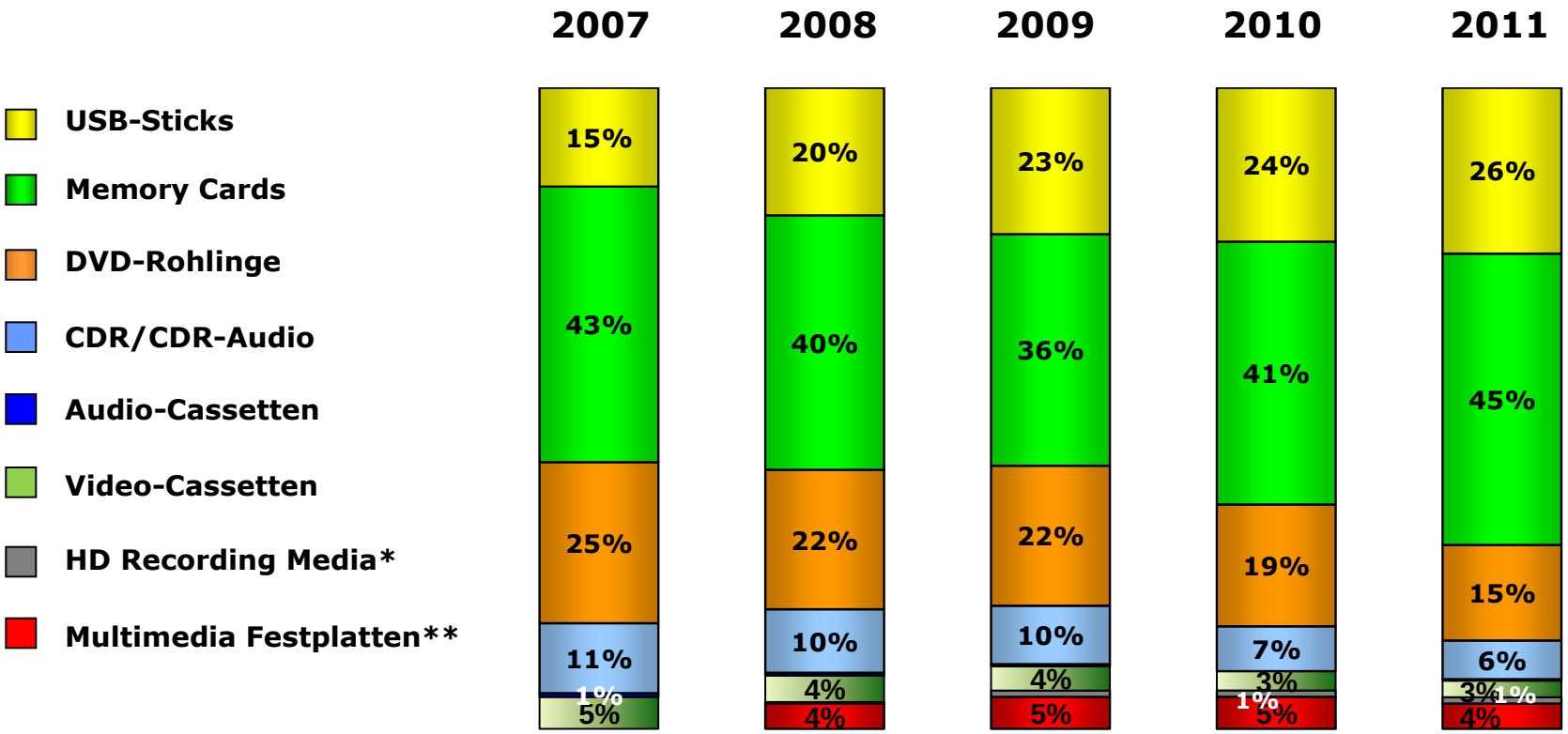
* ohne OEM-Volumina
(Original Equipment Manufacturers)

Umsatz Car Audio/Navigation

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 und USB-Sticks gesetzt, die durch neue Verbindungsmöglichkeiten fester Teil des Autoentertainments geworden sind.

Aufgrund der Marktsättigung im Bereich der mobilen Navigationsgeräte ist ein anhaltender Absatzrückgang in diesem Segment zu beobachten.

Umsatz Recording Media



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	974	863	741	689	615
± Vorjahr in %	-10%	-11%	-14%	-7%	-11%

* Neu ab 2007
** Neu ab 2008

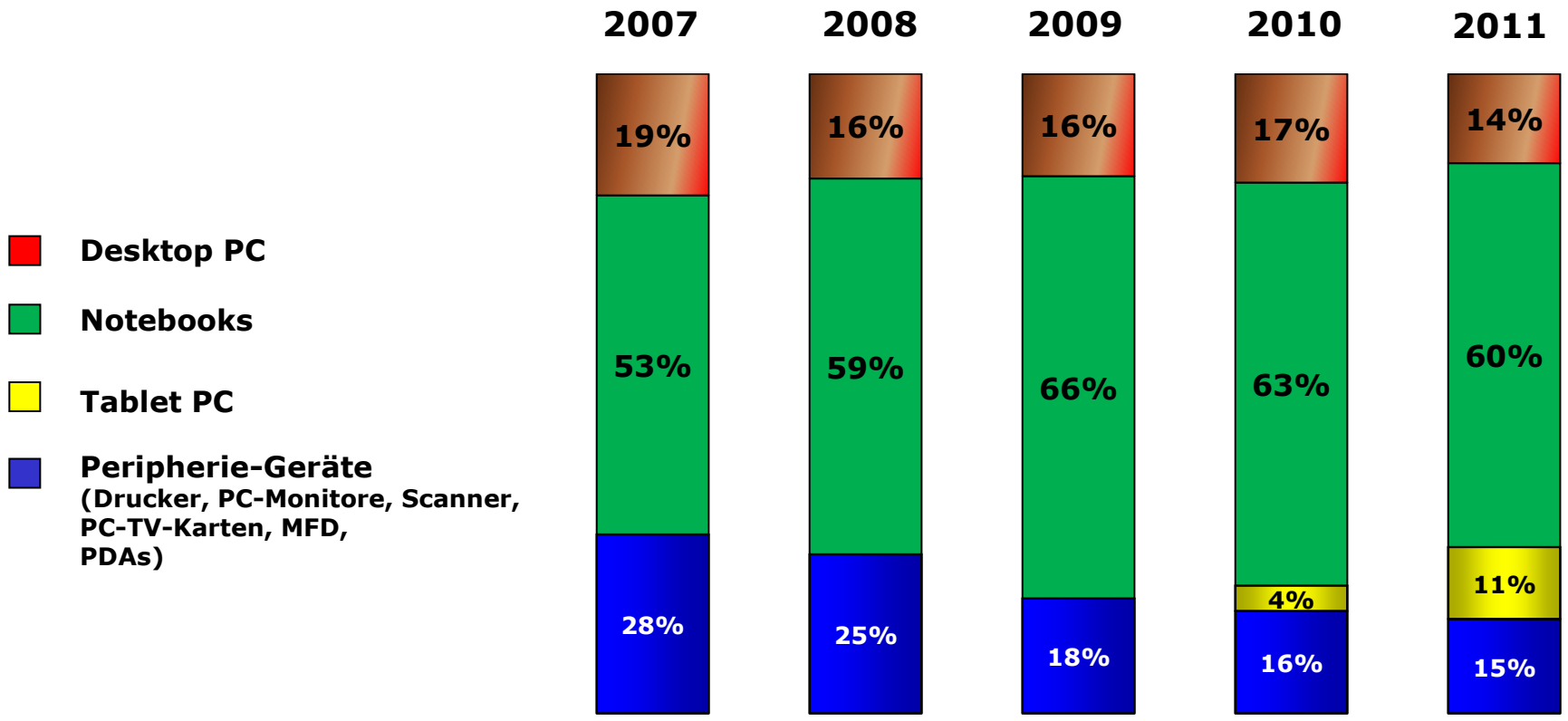
Umsatz Recording Media

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

Die universalen Anwendungsmöglichkeiten machen den USB-Stick bei Konsumenten so erfolgreich. Der Absatz legte im vergangenen Jahr um 17% zu.

Der Absatz von HD-Recording Media hat sich gegenüber dem Vorjahr sogar beinahe verdoppelt, konnte aber bei weitem nicht den Absatzrückgang von DVD und CDR kompensieren.

Umsatz Informationstechnologie (Privatkäufe)



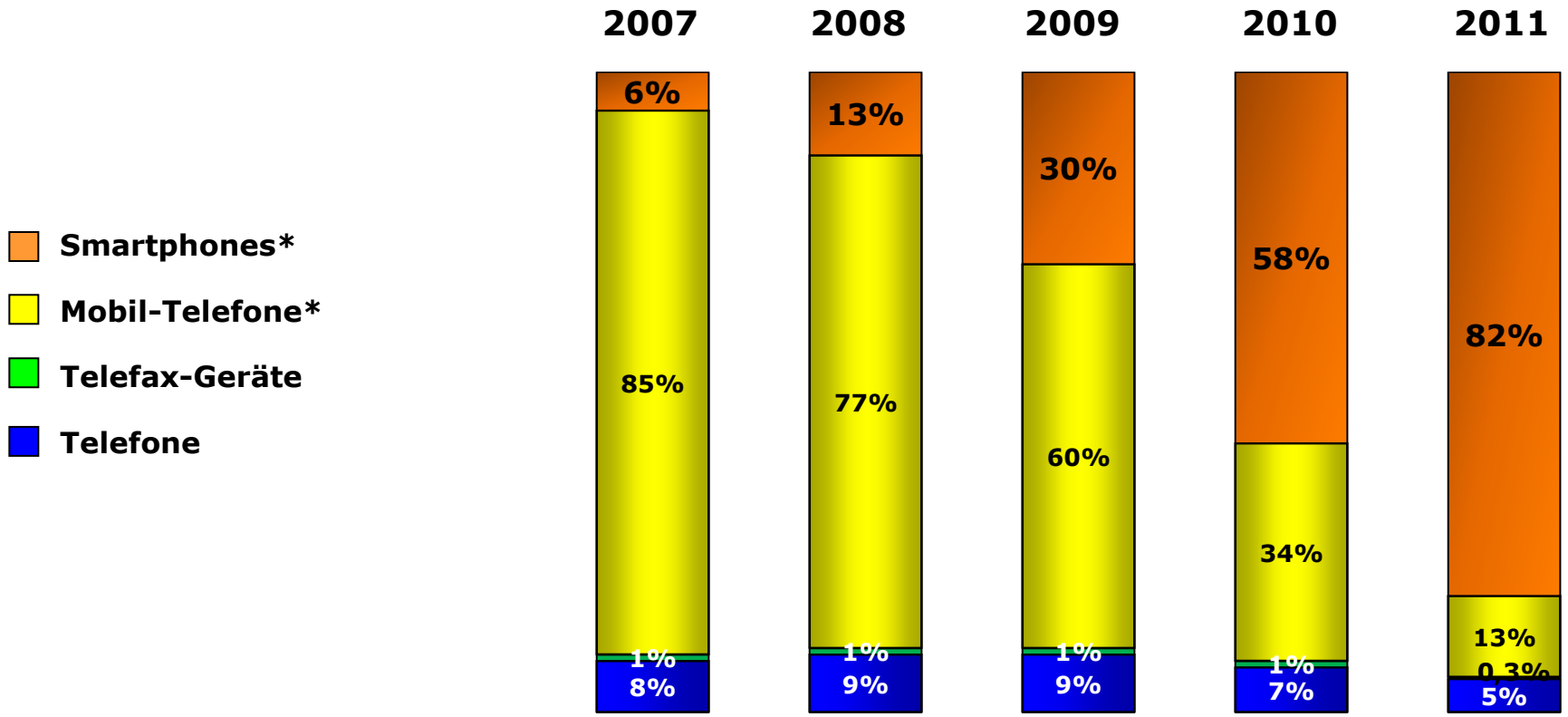
	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	5.008	5.224	5.709	6.190	6.421
± Vorjahr in %	+9,8%	+4,3%	+9,3%	+8,4%	+3,7%

Umsatz Informationstechnologie (Privatkäufe)

Die Umsätze im privaten Markt für Informationstechnologie (nur Verkäufe an private Endverbraucher) verbuchten 2011 ein Wachstum von knapp 4% auf 6,4 Mrd. Euro.

Auch in diesem Bereich heißt der Trend mobil. Denn das Wachstum generiert sich vor allem durch den enormen Absatz von Tablet PCs, der im Vergleich zu 2010 um rund 230% gewachsen ist und nun 11% des Gesamtumsatzes in diesem Segment ausmacht. Desktop PCs haben hingegen einen Umsatzrückgang von knapp 14%. Die Umsätze für Notebooks – das weiterhin bei weitem größte Segment in diesem Bereich – sind gegenüber dem Vorjahr mit 3,9 Mrd. Euro stabil, der Umsatzanteil sinkt aber um 3% gegenüber dem Vorjahr auf 60%.

Umsatz Telekommunikation (Privatkäufe)



	2007	2008	2009	2010	2011
Mio. EURO	4.224	3.909	3.688	4.682	6.285
± Vorjahr in %	-5,2%	-7,4%	-5,7%	+26,9%	+34,2%

* Ohne Berücksichtigung von subventionierten Preisen

Umsatz Telekommunikation (Privatkäufe)

Der Markt für Telekommunikation hat 2011 das größte Wachstum in der CE-Branche verzeichnet. Wie im Jahr zuvor sind Smartphones der entscheidende Treiber, die konventionelle Mobiltelefone stark verdrängt haben. Der Absatz konnte um 89% auf 14,5 Millionen verkaufte Geräte gesteigert werden.

Das Smartphone überzeugt durch sein Allround-Talent. Kommunikation, Video, Audio, Navigation, Internet-Access und Apps sind in einem kleinen Gerät vereint. Jederzeit und an jedem Ort ist der permanente Zugriff auf sämtliche Informationen möglich.

Ausblick auf 2012

Für das laufende Jahr prognostizieren die Marktforscher eine ebenfalls positive Marktentwicklung. „Unsere Branche schafft mit ihren innovativen Produkten klar erkennbaren Mehrwert für die Konsumenten. Damit werden nicht nur neue Produktsegmente, sondern auch neue Anwendungs- und Vernetzungsmöglichkeiten mit einfacher Bedienung geschaffen. Dies ist die Basis für eine weiterhin positive Marktentwicklung", erklärt Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu.

Das Thema mobile internetfähige Geräte (Smartphones, Tablets, eBooks, etc.) wird weiterhin der Wachstumstreiber des CE-Marktes sein. Im TV-Segment stehen nach wie vor die Themen 3D und Internetfähigkeit im Vordergrund. Es wird ein Absatz von 3,7 Millionen 3D-TVs und von 5,4 Millionen Smart-TVs erwartet.

„Ausgehend von einem weiterhin positiven wirtschaftlichen Umfeld in Deutschland mit hoher Anschaffungsneigung und positiver Lage am Arbeitsmarkt gehen wir für das laufende Jahr von einem Umsatzwachstum in Höhe von knapp drei Prozent aus. Dabei erwarten wir in allen drei Bereichen (Unterhaltungselektronik, privat genutzte TK und IT) Zuwächse. Die sportlichen Großereignisse Fußball-Europameisterschaft und Olympische Spiele im ersten Halbjahr sowie das jährliche Branchen-Highlight, die IFA von 31. August bis 5. September in Berlin, werden dazu maßgebliche Impulse geben", so Dr. Rainer Hecker abschließend.

Herausgeber

gfu mbH

Lyoner Straße 9

60528 Frankfurt am Main

www.gfu.de

GfK Retail and Technology Deutschland GmbH

Nordwestring 101

90419 Nürnberg

www.gfkrt.com/de

Mit freundlicher Unterstützung vom

ZVEI-Fachverband Consumer Electronics

AG Marktforschung

Lyoner Straße 9

60528 Frankfurt am Main