

Pressemitteilung

4. September 2019

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

4K wird zum Standard bei modernen TV-Geräten

Nürnberg, 4. September 2019 – Im ersten Halbjahr 2019 verzeichnete der globale* TV-Markt einen Gesamtumsatz von 44 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist das ein Rückgang von 8 Prozent und ist zum Teil auf im Jahr 2018 zusätzliche Umsätze durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Russland zurückzuführen. Für das Gesamtjahr 2019 erwartet GfK insgesamt 210 Millionen verkaufte TV-Geräte (-2 Prozent gegenüber 2018). Vor allem Premium-Funktionen wie 4K-Auflösung und OLED-Technologie waren bei Fernsehgeräten besonders gefragt. Gleichzeitig haben sich Soundsysteme für Fernseher weiterentwickelt. Das sind Ergebnisse von GfK zum globalen TV-Markt anlässlich der IFA 2019 in Berlin.

Im ersten Halbjahr 2019 war China mit einem Umsatz von 8,5 Milliarden Euro der größte Markt, dicht gefolgt von Westeuropa. In den GUS** Ländern stieg der Umsatz mit Fernsehgeräten um 8 Prozent und in den Regionen Middle East & Africa und den Industrieländern Asiens um jeweils 1 Prozent. Der Umsatz in den Industrieländern Asiens war stabil. In den übrigen Regionen ging der Umsatz unterschiedlich stark zurück: In China, dem ehemaligen globalen Wachstumsmotor beispielsweise um 12 Prozent.

Hochwertige TV-Technologien dringen langsam in den Massenmarkt

Da Verbraucher zunehmend auf Erfahrungen und nicht nur noch auf Produkte setzen, konnten Fernsehgeräte mit leistungsstarken Funktionen in der ersten Jahreshälfte 2019 ihren Umsatzanteil steigern.

Gegenüber dem Vorjahr verzeichneten Fernseher mit 4K-Auflösung einen Anstieg von 11 Prozent. In diesem Jahr erwartet GfK, dass mehr als 100 Millionen 4K-TVs verkauft werden. TV-Geräte mit OLED-Technologie waren im ersten Halbjahr 2019 in mehreren Märkten gefragt und verzeichneten einen Umsatzanteil von bis zu 11 Prozent in Europa sowie starke Wachstumsraten weltweit.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Von Januar bis Juni 2019 waren diese hochwertigen TV-Technologien verstärkt in den unteren Preissegmenten zu finden. So wurden beispielsweise smarte 4K-Fernseher im Massenmarkt erschwinglicher und der Wettbewerbsdruck der Hersteller nahm zu. Während im Jahr 2016 Fernsehgeräte mit 4K-Auflösung von rund 30 Marken verkauft wurden, sind diese heute bei mehr als 70 Marken im Angebot. Damit wird 4K zum Standard für moderne TV-Geräte. Die 8K-Technologie ist seit Herbst 2018 erhältlich. Mit einem Durchschnittspreis von rund 5.800 Euro und dem Mangel an in dieser Qualität verfügbaren Inhalten, handelt es sich dabei noch um ein echtes Nischenprodukt.

Das Erlebnis zählt – auch beim Sound

Obwohl die GfK-Daten darauf hindeuten, dass Verbraucher mit der Bildqualität ihres neu gekauften Fernsehers im Allgemeinen sehr zufrieden sind, wird die Tonqualität nur unterdurchschnittlich bewertet. Dadurch ergeben sich Chancen für externe Lautsprechersysteme. Während Verbraucher einerseits weniger für ihre Fernseher ausgeben und die durchschnittlichen Verkaufspreise sinken, legen sie andererseits zunehmend Wert auf die Klangqualität und geben das gesparte Geld beispielsweise lieber für Soundbars aus. Diese versprechen ein kinoähnliches Klangerlebnis in immer vielfältigeren Formen. So stieg der Umsatz bei Soundbars im Vergleich zum Vorjahr um 7 Prozent an.

Online-Handel setzt Wachstum im globalen TV-Markt fort

Im ersten Halbjahr 2019 wurde fast jeder vierte Fernseher online verkauft. Das ist ein deutlicher Anstieg gegenüber den rund 21 Prozent im Vorjahr. In China lag das Verhältnis zwischen Online- und Offline-Verkäufen im ersten Halbjahr 2019 bei fast 50/50. Ein wesentlicher Grund dafür, dass Verbraucher gerne online einkaufen, ist der scheinbare Preisvorteil. Diese Wahrnehmung fördert den Erfolg von Handelsevents wie dem Black Friday, der nach seinen Anfängen im Online-Handel mittlerweile auch in der Offline-Welt angekommen ist. Daran lässt sich gut erkennen, wie die Grenzen zwischen einzelnen Kanälen verschwimmen, während Verbraucher ein zunehmend umfassendes Shopping-Erlebnis erwarten.

Deutsche kauften im ersten Halbjahr 2019 rund 2,84 Millionen TV-Geräte

Im ersten Halbjahr 2019 zeigte der deutsche TV-Markt ein durchwachsenes Bild. Aufgrund des sinkenden Durchschnittspreises ging der Umsatz um rund 10 Prozent zurück. Insgesamt kauften Verbraucher 2,84 Millionen TV-Geräte (-1,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum). Bei den Feature Trends folgte der deutsche Markt den globalen Trends. Mehr als 60 Prozent der verkauften Geräte verfügten über ein 4K/UHD-Panel. 8K stellte auch hierzulande trotz hoher Kaufkraft eine Nische dar. Die Nachfrage nach OLED-TVs legte im ersten Halbjahr 2019 um 21 Prozent zu, allerdings war auch hier der Preisverfall deutlich zu spüren. Ebenfalls wachsen konnte der Absatz

von Soundbars (+15 Prozent) auf 366 Tausend Stück. Auf 8 verkaufte TVs kam somit rechnerisch eine Soundbar.

Anmerkungen

* Globaler Markt (rund 70 Länder) plus Schätzung für Nordamerika.

** GUS steht für Gemeinschaft Unabhängiger Staaten. Die Mitgliedsstaaten sind Aserbaidschan, Belarus, Kasachstan, Kirgisistan, Armenien, Republik Moldau, Russland, Tadschikistan und Usbekistan.

Zur Methode

GfK erhebt im Rahmen des Handelspanels in mehr als 70 Ländern weltweit regelmäßig Daten zum Verkauf von Fernsehgeräten. Im GfK-Handelspanel berichten 425.000 Einzelgeschäfte in über 120 verschiedenen Verkaufskanälen. Alle Zahlen beziehen sich auf den Gesamtmarkt, das heißt auf sämtliche verkauften TV-Geräte eines Landes. Alle Umsatzzahlen in Euro sind auf der Basis eines festen Wechselkurses berechnet. Basis ist der Panelmarkt – Summe aller durch GfK gemessenen Absatzkanäle (ohne Lebensmitteldiscount & Marktplätze).

Pressekontakt: Julia Richter, Tel.: +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

Treffen Sie GfK auf der IFA in Berlin vom 6. bis 11. September 2019:

In der IFA NEXT Messehalle 26 und im GfK-Büro auf der IFA (VIP-Raum 2, Großer Stern) finden Sie unsere Experten für Gespräche vor Ort.

Anlässlich der IFA 2019 wird GfK Pressemitteilungen zu den Themen IT, TV, Smartphones, Audio-Geräten, Haushaltskleingeräten, Haushaltsgroßgeräten, Smart Home, Borderless Shopping und zum Markt für technische Gebrauchsgüter herausgeben. Weitere Information finden Sie auf <https://www.gfk.com/de/presse/>.

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit "Growth from Knowledge". Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfkdeutschland.