



ÜBERBLICK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

GfK verfügt über 80 Jahre Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Seine rund 13.000 engagierten Experten vereinen entscheidendes globales Wissen mit exakten Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern.

Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Daten. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

GfK. GROWTH FROM KNOWLEDGE

- 13.000 Experten machen aus Marktforschung Wachstumschancen
- Präsenz in mehr als 100 Ländern
- 80 Jahre Erfahrung
- Hauptsitz in Nürnberg, Deutschland
- Vorstand: Matthias Hartmann (CEO), Christian Diedrich (CFO), Dr. Gerhard Hausruckinger, David Krajicek, Alessandra Cama



INNOVATION

Intelligente Daten dank innovativer Marktforschungsmethoden



KOMPETENZ

Leidenschaft, Kreativität und Sachverstand im Dienst unserer Kunden



WACHSTUMS-STRATEGIEN

Analysen zu Märkten und Verbraucherverhalten für erfolgreiche Geschäftsstrategien



GfK SMART-TV REPORT

Wir erforschen das Kauf- und Nutzungsverhalten von Konsumenten hinsichtlich (Smart-)TV Geräten in Deutschland. Basis der Analysen sind Informationen zu Ausstattung und Nutzung von TV Geräten und wo diese von deutschen Verbrauchern gekauft werden (sowohl stationär als auch online). Durch die Kombination von kontinuierlich erhobenen Abverkaufsdaten und Consumer Insights werden aktuelle Trends und Marktentwicklungen bei (Smart-)TVs nachvollziehbar.

Im Jahr 2015 wurden in Deutschland ca. 4 Mio. Smart-TV Geräte verkauft. Bei Weitem sind aber nicht alle Smart-fähigen TV Geräte auch mit dem Internet verbunden.

Mit den Insights aus den GfK Handels- und Konsumentenpanels lassen sich folgende Fragen beantworten:

- Wie groß ist der Markt für alle TV Geräte und speziell für Smart-TV Geräte?
- Wie viel ist der Konsument bereit zu zahlen?
- Wie verteilen sich im Markt die Key Features wie Bildschirmgrößenklassen und UHD
- Wie viele Haushalte sind mit ihrem TV Gerät an das Internet angeschlossen?
- Von welcher Marke ist das im Haushalt genutzte Smart-TV Gerät?
- Welche Geräte zur Nutzung von Medieninhalten (Set-Top-Boxen, Receiver, Multi-Media-Sticks, etc.) stehen dem Konsumenten zur Verfügung?
- Wie unterscheidet sich auf Basis soziodemographischer Merkmale der Smart-TV Nutzer zu anderen Konsumenten?

Um diese Fragen zum Smart-TV Markt in Deutschland beantworten zu können, bieten wir Ihnen einen einmaligen Bericht zu einem Honorar von € 4.800 (exkl. MwSt.) an.

Nutzen Sie unsere detaillierten Marktkenntnisse und sprechen Sie mit uns:

Bettina Steinbrenner
bettina.steinbrenner@gfk.com
 Marketing Manager
 Consumer Electronics



Christoph Zeh
christoph.zeh@gfk.com
 Account Director
 Media & Entertainment

