



Pressemitteilung

Datum
20. Februar 2007

Arndt Polifke
GfK Marketing Services
Deutschland
Tel. +49 (0)911 395-3116
Fax +49 (0)911 395-4019
arndt.polifke@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. +49 (0)911 395-2645
Fax +49 (0)911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

GfK Aktiengesellschaft
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg

Tel. +49 (0)911 395-0
Fax +49 (0)911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Professor Dr.
Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Christian Weller von Ahlefeld
(CFO)
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Hajo Riesenbeck

Registergericht
Nürnberg HRB 9398

Tragbare Navigationsgeräte mit Rekordzuwachs

GfK-Studie zum Abverkauf im europäischen Fachhandel

Nürnberg, 20. Februar 2007 – In Deutschland sind 2006 im Vergleich zum Vorjahr viermal mehr tragbare Navigationsgeräte verkauft worden. In Westeuropa lag der Gesamtabsatz im Jahr 2006 bei 7,4 Millionen Geräten. 2007 wird diese Zahl nach Schätzungen auf 11,8 Millionen steigen. Damit hat sich dieser Produktbereich zu einem Massenmarkt und einem bedeutenden Umsatzträger innerhalb der Unterhaltungselektronik entwickelt. Das sind Ergebnisse der GfK Marketing Services Deutschland, die den Abverkauf tragbarer Navigationsgeräte in 13 westeuropäischen Ländern ermittelt hat.

In Deutschland gingen im vergangenen Jahr zwei Millionen tragbare Navigationsgeräte über den Ladentisch – das sind viermal mehr Geräte als noch 2005. Damit führt Deutschland zwar die Rangliste der insgesamt verkauften Stückzahlen an, liegt aber hinsichtlich des Zuwachses von 300 Prozent hinter Spanien auf Platz 2.

Umsatz steigt um über 40 Prozent

Durch den Einfluss der portablen Navigationsgeräte wuchs der Umsatz, der in Westeuropa mit In-Car-Electronics erzielt wurde, dazu zählen zum Beispiel Autoradios, -verstärker, -lautsprecher, Multimedia- und Navigationsgeräte, im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2005 um mehr als 40 Prozent. Insgesamt betrug der durch 7,4 Millionen verkaufte Navigationsgeräte erzielte Umsatz rund 2,7 Milliarden Euro. In diesem Jahr werden voraussichtlich 11,8 Millionen Geräte verkauft werden.

Dabei kristallisierten sich im Jahresverlauf zwei saisonale Höhepunkte für das Geschäft mit Navigationsgeräten heraus: zum einen die Sommermonate Juni bis August, in welchen sich vor allem Urlaubsreisende Navigationsgeräte als Lotsen in südliche Länder anschaffen, und zum anderen die Monate vorm Jahresende. Mit etwa 8 Prozent Anteil gehören Navigationsgeräte während des Weihnachtsgeschäfts im Bereich der Unterhaltungselektronik somit zu den bedeutendsten Umsatzträgern.

Geräte werden preiswerter

Wie auch schon 2005 beflügelt der Rückgang der Verkaufspreise die Nachfrage nach den portablen Navigationsgeräten. Am meisten Geld mussten mit durchschnittlich 417 Euro die Schweizer für ein solches Gerät ausgeben, dicht gefolgt von den Österreichern mit 413 Euro. In Frankreich und Großbritannien hingegen lagen die Preise mit 367 beziehungsweise 364 Euro rund ein Fünftel darunter. In Deutschland waren die Geräte mit 351 Euro sogar noch preiswerter.

Während des Weihnachtsgeschäfts im vergangenen Jahr sank das Preisniveau in ganz Westeuropa. Verglichen mit Dezember 2005 gingen die Preise ebenfalls zurück: In Deutschland zahlten die Verbraucher durchschnittlich 83 Euro weniger. Den größten Rückgang gab es in Spanien, wo ein tragbares Navigationsgerät im Dezember 2005 durchschnittlich 472 Euro kostete und ein Jahr später nur noch 287 Euro. Der Einstiegspreis liegt zurzeit in den westeuropäischen Ländern bei unter 200 Euro pro Gerät.

Unterschiedliche Wünsche beim Kartenmaterial

Der größte Wert auf detaillierte Europakarten wird in Belgien gelegt – hier sind drei Viertel der Geräte damit ausgestattet. Knapp zwei Drittel der tragbaren Navigationssysteme sind in der Schweiz mit genauen Karten von ganz Europa ausgerüstet, 61 Prozent in Deutschland und etwas mehr als die Hälfte in Österreich. Sowohl in den Mittelmeerländern als auch auf den britischen Inseln spielen hingegen Geräte mit ausschließlich lokalen Karten eine bedeutende Rolle: Zum einen weil viele Einwohner im eigenen Land an der Küste Urlaub machen, zum anderen weil die Briten im Gegensatz zu anderen das Auto seltener für eine Reise ins europäische Ausland nutzen. In Spanien verfügen zwei Drittel der Geräte ausschließlich über lokales Kartenmaterial, gefolgt von Großbritannien mit 62 Prozent, Italien mit 52 Prozent und Frankreich mit 48 Prozent.

Navigationsgeräte werden zu Alleskännern

Die Hersteller haben bei der Ausstattung der tragbaren Navigationsgeräte ihrer Kreativität kaum Grenzen gesetzt: Dynamische Routenführung zur Stauvermeidung, das Abspielen von Musik oder von Hörbüchern im MP3-Format, die Nutzung als elektronische Übersetzer oder die Verwendung als Freisprecheinrichtung sind nur einige der eingebauten Zusatzfunktionen.

Zuwächse bei tragbaren Navigationsgeräten im Jahr 2006 in Westeuropa (Stand Dezember 2006)

Land	Veränderung zu 2005 in Prozent	Verkaufte Stückzahl
Spanien	+475	688.000
Deutschland	+300	2.000.000
Frankreich	+290	1.230.000
Italien	+245	760.000
Österreich	+225	110.000
Niederlande	+210	480.000
Belgien	+170	315.000
Schweiz*	+116	95.000
Großbritannien	+105	1.600.000
Schweden	+40	125.000

Quelle: GfK Marketing Services Deutschland, 2007; *Stand November 2006

Durch die hohe Nachfrage von Seiten der Verbraucher stieg auch die Zahl der Anbieter in Westeuropa von 42 Ende 2005 auf 93 zum Ende des vergangenen Jahres. Da die Empfangsabdeckung mit digitalen Karten voranschreitet, wird in Zukunft die Nachfrage auch in den osteuropäischen Ländern sowie in Asien, Australien, Südafrika und Lateinamerika steigen.

Absatzwege unterscheiden sich

In den einzelnen Ländern unterscheiden sich die Anteile der Absatzformen zum Teil deutlich. In Deutschland werden etwa zwei Fünftel der Geräte im Elektrofachhandel verkauft, der damit den bedeutendsten Distributionskanal darstellt. Rund ein Viertel wird über Lebensmitteldiscounter vertrieben, knapp ein Zehntel werden über Versandhäuser, Onlinespezialisten und Kaufhäuser verkauft. In Großbritannien hingegen teilen sich der Elektrofachhandel, der Autozubehör-Einzelhandel sowie Verbrauchermärkte, Warenhäuser und der Onlineversand den Markt der tragbaren Navigationsgeräte zu rund je einem Drittel auf. Mit 47 Prozent spielt in Frankreich der Elektrofachhandel die größte Rolle, gefolgt von Verbrauchermärkten mit etwa einem Viertel und dem Autozubehör-Einzelhandel mit 16 Prozent. In der Schweiz vereinigt der Elektrofachhandel über zwei Drittel auf sich, gefolgt von Verbrauchermärkten, Waren- und Versandhäusern mit einem Fünftel Marktanteil. Mit 87 Prozent werden in Österreich die meisten tragbaren Navigationsgeräte ebenfalls über den Elektrofachhandel verkauft.



Zur Studie

Die GfK Marketing Services Deutschland beobachtet seit 2004 kontinuierlich die Marktentwicklung von portablen Navigationsgeräten in mittlerweile 13 Ländern Westeuropas: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Schweiz, Spanien. Die vier osteuropäischen Länder Polen, Slowakei, Tschechien und Ungarn sind seit vergangenem Jahr neu dabei, dieses Jahr wurden Australien, Brasilien, China, Griechenland und die Türkei mit in die Studie aufgenommen. Auf monatlicher Basis werden die Abverkäufe des Handels an Endkonsumenten auf Einzelartikelebene, Informationen zu Markenanteilen, Preisklassen, Strukturen in Absatzkanälen sowie Einzelartikelhitlisten erhoben.

Weitere Informationen: Arndt Polifke, Tel. +49 (0)911 395-3116,
arndt.polifke@gfk.com

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen, ist in den fünf Geschäftsfeldern Custom Research, Retail and Technology, Consumer Tracking, Media und HealthCare aktiv. Neben 13 Niederlassungen in Deutschland gehören der GfK Gruppe insgesamt weltweit über 130 Unternehmen in mehr als 70 Ländern an. Von den derzeit über 7.800 Beschäftigten arbeiten rund 80 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com.

V.i.S.d.P.
GfK AG, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel. +49 (0)911 395-2645
Fax +49 (0)911 395-4041
public.relations@gfk.com