

Pressemitteilung

31. August 2016

Corporate Communications
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

TV-Markt profitiert von verbesserten Farbtechnologien und realitätsnahem Fernsehbild

Nürnberg, 31. August 2016 – TV-Geräte werden in diesem Jahr nicht nur größer, sie stellen auch das Fernsehbild immer realistischer da. Mehr Farben und Helligkeitsabstufungen, besserer Kontrast und das perfekte Schwarz sind die aktuellen Technologietrends im TV-Markt. GfK geht von einem Wachstum in all diesen Segmenten aus. Das sind Ergebnisse von GfK zum globalen TV-Markt anlässlich der IFA 2016 in Berlin.

Im ersten Halbjahr 2016 wurden weltweit 104,7 Millionen Fernseher verkauft. Das sind 3,7 Prozent weniger als im ersten Halbjahr 2015. Aber nicht in allen Märkten ist ein Rückgang zu verzeichnen. In Europa (einschließlich GUS*) wurden 23,3 Millionen Geräte verkauft. Das sind 4,8 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz stieg gleichzeitig um 3,3 Prozent auf 10,5 Milliarden Euro. Neben der Abschaltung des SD Fernsehens in Frankreich hatte auch die Fußballeuropameisterschaft einen positiven Effekt auf die europäischen Märkte. Noch stärker zeigt sich China mit einer Steigerung des Absatzes um 1,5 Millionen Stück auf 23,8 Millionen verkaufte TV-Geräte. Auch in Deutschland entwickelte sich der TV-Markt in den ersten sechs Monaten positiv: Es wurden knapp 1 Prozent mehr Geräte als im Vorjahreszeitraum verkauft. Der Umsatz wuchs sogar um 3,9 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2015.

Ultra-HD Fernseher zeigen weltweit großes Wachstum

Besonders beflügelt wird der TV-Markt durch Ultra-HD (4k) Fernseher, also TV-Bildschirme mit der vierfachen Auflösung eines Full-HD-TVs. Weltweit ist der Absatz von Ultra-HD Geräten im ersten Halbjahr 2016 auf 20,8 Millionen (erstes Halbjahr 2015: 11,0 Millionen) gestiegen. Das entspricht einer Steigerung von 89 Prozent. Besonders gefragt sind Ultra-HD-Fernseher in China. Dort wurden 9,6 Millionen Geräte dieses Segments abgesetzt, was einem Anteil von 40,6 Prozent entspricht. Am weltweiten TV-Markt hat China einen Anteil von 22,7 Prozent.

In Europa ist der Absatz von Ultra-HD-Geräten im ersten Halbjahr 2016 von 1,6 Millionen im Vorjahreszeitraum auf 4,1 Millionen gestiegen. Der Umsatz hat sich mit 4,1 Milliarden Euro fast verdoppelt. Das stärkere Mengenwachstum in dieser Kategorie wird begleitet von niedrigeren Durchschnittspreisen. Aber auch die weiter wachsende Verfügbarkeit von Geräten in der Größenklasse ab 40 Zoll und mehr macht es für den Konsumenten einfa-

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

cher, das richtige Gerät zu finden.

Mehr Farbe und Größe

Neben Ultra-HD sind viele der neuen Modelle mit weiteren technischen Innovationen ausgestattet. Dazu zählt zum Beispiel die HDR-Technologie (High Dynamic Range), die für ein besseres Kontrastverhältnis sorgt und Helligkeitsabstufungen differenzierter darstellt. Damit einhergehend kommt der erweiterte Farbraum (Wider Color Gamut), der mehr Farbnuancen darstellen kann als das bisher auf dem Fernseher möglich war.

Für das perfekte TV-Schwarz sorgt die OLED-Technologie, die insbesondere bei europäischen Konsumenten ankommt. 100.000 Geräte wurden hier im ersten Halbjahr 2016 verkauft und 2,3 Prozent Umsatzanteil erzielt.

Fernseher werden in Europa immer größer, wenn auch in anderen Regionen bereits verhältnismäßig größere Geräte verkauft werden. So wurden in Europa 500.000 Geräte mit Bildschirmgrößen von 60 Zoll und mehr abgesetzt. In China waren es 1,1 Millionen, in Nordamerika (USA und Kanada) sogar 1,8 Millionen.

Weltweit weiter steigend ist der Anteil an smarten Geräten, also an internetfähigen Fernsehern mit Zugriff auf App Stores. Im ersten Halbjahr 2016 waren 42 Prozent aller weltweit verkauften TV-Modelle smart, im Vorjahreszeitraum waren es 39 Prozent. Geräte dieser Kategorie machen inzwischen 56,8 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

Zur Methode

GfK erhebt im Rahmen des Handelspanels in mehr als 80 Ländern weltweit regelmäßig Daten zum Abverkauf 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.

*Die sogenannte Gemeinschaft unabhängiger Staaten (GUS) umfasst die Länder: Armenien, Aserbaidschan, Weißrussland, Kasachstan, Kirgisistan, Moldawien, Russland, Tadschikistan, Turkmenistan, Ukraine und Usbekistan.

GfK-Aktivitäten auf der IFA, 2. - 7. September 2016, Berlin:

- 1) Der **GfK Info Point** beim IFA Pressezentrum stellt alle Informationen zur Verfügung, die GfK während der IFA publiziert
- 2) Im **GfK-Büro** auf der IFA (VIP Raum 2, Großer Stern) finden Sie unsere Experten für Gespräche vor Ort.

- 3) **GfK Technical Innovation Conference** „The Connected Consumer“
am 1. September, 13-15 Uhr, IFA, Marshall Haus Messegelände Berlin.
Die Agenda können Sie hier downloaden:
<http://www.gfk.com/insights/event/ifa-2016-2/>

Anlässlich der IFA 2016 veröffentlicht GfK Pressemeldungen in den Bereichen IT, TV, Smartphone & Wearables, Audio, Elektrokleingeräte und Elektrogroßgeräte. Alle Meldungen finden Sie hier:
<http://www.gfk.com/de/presse/press-releases/>.

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com