

PRESSEINFORMATION

Nr. 020 /FY 2020, August 2020

Produktrends eines besonderen Jahres 2020 hat die Art, wie wir leben, nachhaltig verändert. Panasonic hat in seinem Produktportfolio die Antworten auf die neuen Anforderungen

Hamburg, September 2020 – Manche Veränderungen brauchen Zeit, andere einen Auslöser. Die Corona Pandemie war ein solcher Auslöser. Neben traurigen Nachrichten und Ungewissheit sorgte sie allerdings auch für eine beschleunigte Digitalisierung und ein neues Verständnis für das eigene Zuhause.

Kino, Sportkurs, Konzertsaal: Der Fernseher

Besonders hart getroffen hat die Corona-Krise die Branchen, die für die Freizeitgestaltung zuständig sind. Theater, Kino, Konzert, Fußballspiel, Restaurantbesuche waren und sind zum Teil noch immer nicht möglich. Stattdessen blieb den meisten nur die Möglichkeit, überwiegend zu Hause zu bleiben. Aus den Einschaltquoten der vergangenen Monate lässt sich schließen, dass deutlich mehr ferngesehen wurde. Ob lineares Fernsehen, Streaming, Gaming oder Unterhaltungsangebote über Youtube – das alles findet auf dem Fernseher statt. Entsprechend hoch ist die Nachfrage nach Fernsehern in diesem Jahr. Zunächst wurden kleinere Fernseher für das Kinder- oder Schlafzimmer gekauft. Da sind die Panasonic Modelle mit TV>IP eine besonders unkomplizierte Lösung, weil sie keine gesonderte Verkabelung und damit einen Monteurtermin benötigen. Mit etwas Versatz zog dann auch die Nachfrage nach größeren und höherwertigen Modellen deutlich an. „Innerhalb des wachsenden TV Marktes sind die Panasonic Fernseher sehr erfolgreich. Dabei legen die Kunden größten Wert auf gute Ausstattung und herausragende Bildqualität – da landen sie zwangsläufig bei den Panasonic Modellen“, erklärt Kai Hillebrandt, Managing Director bei Panasonic Deutschland. „Einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten hatte die Wiedereröffnung des Fernsehfachhandels: Nach der Lockerung der Einschränkungen zog das Geschäft mit den beratungsintensiveren Premium-Modellen spürbar an.“ Aktuell ist der umsatzstärkste Fernseher in Deutschland ein Panasonic OLED TV.

Dem Wildwuchs ein Ende: Home-Grooming

Ein ganz deutliches Anzeichen dafür, wie sehr die Veränderungen jeden einzelnen betreffen, waren Home-Office und Home-Schooling. Ein weiteres – weniger dramatisches, aber dennoch spürbares: Home-Grooming. „Wir sind einer der wichtigsten Hersteller für professionelle Haarschneider und Trimmer. Dass wir einen solchen Boom bei den Personal Care Endkundenprodukten erleben würden, hat uns in diesem Jahr überrascht.“ Der Trend ist selbsterklärend: Wer nicht mehr zum Frisör gehen kann, der sucht nach eigenen

Lösungen. Seit die Frisöre wieder geöffnet haben, bleiben einzelne Dienstleistungen trotzdem in eigener Hand: „Gerade bei der Bartpflege sind die Kunden eigenständiger geworden und sorgen jetzt selbst für ein gepflegtes Äußeres.“ Hillebrandt erwartet deshalb, dass die erhöhte Nachfrage nach hochwertigen Haartrocknern, -schneidern und -trimmern auch weiter anhält.

Saft und Brot aus eigener Herstellung

Ein weiterer, überraschender Effekt des Jahres 2020: Eine deutlich höhere Nachfrage nach Küchenhelfern, insbesondere Brotbackautomaten. „Unsere Croustina Brotbackautomaten werden seit Jahren beständig nachgefragt. Dieses Jahr aber schnellte die Nachfrage zwischenzeitlich regelrecht nach oben“, so Hillebrandt. Auch diese Beobachtung lässt sich logisch nachvollziehen: Zu Beginn der Krise suchten viele Konsumenten nach Möglichkeiten zu Hause verschiedene Brotvarianten sowie Pizzateig herzustellen. „Das Feedback, das wir erhalten, ist erfreulich: Die Kunden erwarteten, den Gang zum Bäcker ersetzen zu können und nun freuen sie sich darüber, was mit dem Küchenhelfer Leckerer und Gesundes bei geringstem Aufwand möglich ist.“ Ähnlich beliebt sind auch die preisgekrönten Entsafter wie der Slow-Juicer MJ-L700. Auch er hilft dabei, möglichst viele Vorräte aufzubauchen statt wegzuerwerfen und sich dabei bewusster und gesünder zu ernähren.

Arbeit von zu Hause

Ein ganz großes Thema: Arbeit von zu Hause. Wo immer es möglich war, wurden Arbeitsplätze ins Home-Office verlegt. Das zeichnete sich auch in den Verkaufszahlen von Festnetztelefonen ab. „Die Nachfrage nach DECT Telefonen war in den letzten Monaten besser als erwartet“, erklärt Hillebrandt. „Trotzdem ist sie in Zeiten von Heimarbeitsplätzen absolut nachvollziehbar: Die Gesprächsqualität ist gegenüber Mobiltelefonaten nach wie vor deutlich zuverlässiger und die Haptik bei längeren Gesprächen angenehmer.“

Auch der Boom bei der Videotelefonie macht sich bei Panasonic bemerkbar. So berichteten bereits im April die ersten Fotofachhändler, dass Kunden wissen wollten, wie sie mithilfe ihrer LUMIX Kameras als Webcam eine besonders hohe Bildqualität bei Videotelefonaten oder virtuellen Konferenzen gewährleisten könnten. „Die Lösung war zu dem Zeitpunkt bereits in den Startlöchern“, so Hillebrandt. „Denn mit der LUMIX Tether for Streaming Software veröffentlichte Panasonic eine Software, mit der die Systemkameras der LUMIX G und S Serie unter anderem als externe Kamera verwendet werden können.“ Mit der Entwicklung der kompakten LUMIX G110 wurde sogar eine Kamera entwickelt, die spezielle Vlogging Funktionen besitzt. Damit können wir eine noch größere Zielgruppe erreichen.“ Dass Corona nicht Stillstand in der Produktentwicklung bedeutet, zeigt sich auch im weiteren Kameraportfolio: Am 2. September 2020 stellte Panasonic auch die neueste Kamera der S-Serie, die für ein solches High-end Modell sehr kompakte LUMIX S5, vor.

Und wo das Bild hervorragend ist, sollte auch der Ton gut sein: Kopfhörer mit Noise Cancelling erfreuten sich bei der Einrichtung des provisorischen Arbeitszimmers zu Hause

großer Beliebtheit. „Mit Modellen wie dem neuen RZ-S500W kann man zu Hause auch mal am Esstisch die Bürotür zu machen. Konzentriertes Arbeiten erfordert mitunter auch Ruhe. Und für die sorgen die True Wireless Kopfhörer mit Noise-Cancelling per Knopfdruck. Gleichzeitig sorgen sie bei Video-Telefonaten für ein besseres Verständnis.“ Wie gut das funktioniert, belegen die ersten Rezensionen und Tests, die nach der Einführung der neuen Modelle Anfang Juli hereinkommen: Sowohl der RZ-S500W als auch das edle Gegenstück der Premiummarke Technics, der EAH-AZ70W erhalten ein hervorragendes Feedback.

Blick nach vorn

„Nur wenige Monate nach dem Lockdown, dürfen wir uns nicht nur erleichtert, sondern sogar sehr zufrieden mit dem bisherigen Verlauf unseres Geschäfts zeigen. Die Mühen, die nicht nur wir, sondern gerade der stationäre Handel auf sich genommen haben, um für die Kunden da zu sein, hat sich ausgezahlt und wir sind glücklich und dankbar, mit solchen Partnern an unserer Seite gestärkt aus dieser Krise hervorzugehen. Konkret bedeutet dies: Die verschiedenen Umsatzszenarien, die zu Beginn des Geschäftsjahres simuliert wurden, haben sich nicht bestätigt. Im Gegenteil - die erfreuliche Umsatzsituation, unter anderem im umsatzstärksten Produktsegment TV, sorgt dafür, dass wir uns auf klar auf Businessplan Kurs bewegen.“

Panasonic

Über Panasonic:

Die Panasonic Corporation gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Entwicklung von innovativen Technologien und Lösungen für eine Vielzahl von Anwendungen in den Geschäftsfeldern Consumer Electronics, Housing, Automotive und B2B Business. Im Jahr 2018 feierte der Konzern sein hundertjähriges Bestehen. Weltweit expandierend unterhält Panasonic 528 Tochtergesellschaften und 72 Beteiligungsunternehmen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2020) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 61,9 Milliarden EUR. Panasonic hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg, Mehrwerte für den Alltag und die Umwelt seiner Kunden zu schaffen. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic finden Sie unter www.panasonic.com/global/home.html und <http://www.experience.panasonic.de>.

Weitere Informationen:

Panasonic Deutschland
eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH
Winsbergring 15
22525 Hamburg

Ansprechpartner für Presseanfragen:

Michael Langbehn
Tel.: 040 / 8549-0
E-Mail: presse.kontakt@eu.panasonic.com