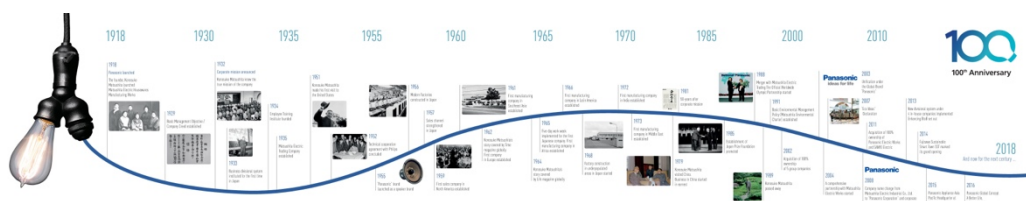


PRESSEINFORMATION

Nr. 027/FY 2018, Juli 2018

Panasonic feiert 100-jähriges Jubiläum Das traditionsreiche Unternehmen weist mit Innovationsgeist und neuen Ideen den Weg in eine vielversprechende Zukunft



Hamburg, Juli 2018 – Ob Fernseher, Kameras, HiFi, Küchengeräte oder Haartrockner – Panasonic hat in hundert Jahren Firmengeschichte viele Meilensteine zu verzeichnen und den technologischen Fortschritt maßgeblich geprägt. Seit Tag Eins lebt und produziert der Konzern gemäß dem Motto ‚A Better Life, A Better World‘ und erschließt dank seiner Innovationskraft immer wieder neue Wege.

Im Osaka des Jahres 1918 liegt der Ursprung der heutigen Erfolgsgeschichte: Der gerade mal 23-jährige Konosuke Matsushita entwickelt gemeinsam mit drei Angestellten sein erstes Produkt – ein modifizierter Adapter für Lampenfassungen, der zwei Geräte zeitgleich mit Strom versorgen kann. Das „Elektrogerätewerk Matsushita“ ist geboren. Schon kurz danach expandiert der junge, zukunftsorientierte Japaner im gesamten Heimatmarkt und entwickelt sein Produktportfolio kontinuierlich weiter.

1962 gründet das Unternehmen seine erste europäische Niederlassung in Hamburg. Im Zuge der Globalisierung des Unternehmens entschied Matsushita, im Ausland den Namen Panasonic für seine Geräte zu verwenden. Die Zusammensetzung des griechischen Worts „pan“ (alles, ganz, gesamt) und des englischen Ausdrucks „sonic“ (Schall) steht für die weltweite Verbreitung von gutem Klang.

Bis heute konnte Panasonic seine Produktpalette sowohl national als auch international erfolgreich weiter ausbauen: Neben OLED-TVs, die die neue HDR10+ Metadaten Technologie unterstützen, und LED-TVs mit fortschrittlichster Bildverarbeitung, gehören aktuell auch Blu-ray Player mit Multi-HDR-Unterstützung, sprachgesteuerte High-Quality HiFi-Systeme und die neue LUMIX GX9 dazu, eine kompakte Systemkamera mit anspruchsvoller Ausstattung. Gleichzeitig erweitert Panasonic mit neuen Rasierern,

Diesen Presetext und die Pressefotos (downloadfähig mit 300 dpi) finden Sie im Internet unter www.panasonic.com/de/corporate/presse.html

Bart-Trimmern und Epilierern sein Produkt-Repertoire im Bereich Personal Care Auch im Segment Haushaltskleingeräte ist das Unternehmen traditionell gut aufgestellt. Von platzsparenden Kombi-Mikrowellen mit vielen Extras bis hin zu Slow Juicern und Brotbackautomaten bietet Panasonic viele praktische Küchenhelfer für einen gesunden Lebensstil zu Hause.

Laurent Abadie, CEO und Vorstandsvorsitzender von Panasonic Europe, betont: „Von Anfang an verfolgten wir bei Panasonic die Vision, gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen und Technologien zu entwickeln, die den Alltag vereinfachen und damit die Lebensqualität der Menschen verbessern. Die Frage, die sich Panasonic also für seine Entwicklungen immer wieder stellt ist: Was ist bereits möglich und wie kann es noch verbessert werden? Und das angefangen bei der ersten Doppelfassung aus recyceltem Material bis hin zu den qualitativ hochwertigen Produkten, die wir heute herstellen. Panasonic war sich bereits vor 100 Jahren seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und legt nach wie vor höchsten Wert auf Nachhaltigkeit und Recycling.“

Mit diesem Bewusstsein hat es Panasonic sich zur Aufgabe gemacht, nicht nur ökologisch nachhaltige Produkte zu produzieren, sondern auch die eigenen Emissionen langfristig zu reduzieren. Aus diesem Grund hat das Unternehmen die Umweltvision 2050 formuliert: Ziel ist es, bis zum Jahr 2050 eine positive Energiebilanz auszuweisen. Im gesamten Konzern soll mehr Energie erzeugt werden, als in Produktions- und Logistikprozessen verbraucht wird.

Zukunft gestalten – seit 100 Jahren

Obwohl sich die Welt seit der Gründung des Unternehmens in rasantem Tempo weiterentwickelt hat, folgt Panasonic stets dem Vorsatz, sich selbst und seinen Werten treu zu bleiben. Damals wie heute strebt der Innovationsführer danach, das Leben der Menschen zu verbessern. „Niemand kann genau sagen, wie die Zukunft aussehen wird, aber wir wollen nicht nur reagieren, sondern die kommenden Jahre aktiv mitgestalten und neue Impulse für Innovationen setzen“, betont Abadie.

Seit der Gründung des Unternehmens vor 100 Jahren kann Panasonic auf eine Reihe von Meilensteinen zurückblicken:

- 1927: Panasonic stellt das erste Haushaltsgerät vor: das elektrische Bügeleisen
- 1937: Panasonic Haartrockner sind weltweit die beliebtesten, nachdem das Unternehmen das erste Modell vorgestellt hat
- 1952: Panasonic präsentiert seinen ersten Fernseher
- 1958: Panasonic bringt seine erste Raum-Klimaanlage auf den Markt
- 1965: Panasonic führt die Marke Technics ein und verkauft das erste Produkt
- 1977: Panasonic kombiniert eine Mikrowelle mit einer Grillfunktion

- 1982: Panasonic produziert seine erste Videokamera für Konsumenten und einen tragbaren Recorder
- 2008: Panasonic stellt die LUMIX G vor – die weltweit erste spiegelfreie Systemkamera mit Wechselobjektiv. Eine Erfindung, die die Fotografie weitreichend verändert hat
- 2018: Panasonic bringt Sprachsteuerung in Car-Entertainment-Systeme

Ein Jahrhundert Tradition und Innovation ist dabei nicht das einzige Jubiläum, das Panasonic 2018 feiern darf. Vor zehn Jahren begründete der Konzern mit der LUMIX G1 das Segment der spiegellosen Systemkameras – und sollte den Kameramarkt damit von Grund auf revolutionieren. Die Konkurrenz-Technologie zur Spiegelreflexkamera kommt mit weit weniger Gewicht aus, überzeugt aber gleichzeitig mit brillanter Bildqualität, zahlreichen Bearbeitungsmodi, einem blitzschnellen Autofokus, der für LUMIX charakteristischen 4K-Video- und Fotofunktion und vielen weiteren Features.

Das bestätigte auch die Stiftung Warentest und zeichnete die LUMIX G9L mit der Testnote „1,6“ aus – eines der bislang besten Ergebnisse überhaupt. Auch in der Gesamtübersicht haben DSLM-Modelle die Nase vor den Spiegelreflexkameras. Passend dazu lagen spiegellose Systemkameras laut neusten Verkaufszahlen der GfK im letzten Geschäftsjahr erstmals vor den Spiegelreflex-Modellen – sowohl im Umsatz als auch in der Menge der verkauften Geräte.

Fortschritt treibt Produktinnovationen an

„Wir gehen die Produktentwicklung heute genauso an, wie es unser Gründer Konosuke Matsushita schon vor 100 Jahren getan hat“, so Abadie. „Wir betrachten die Bedürfnisse unserer Kunden vor dem Hintergrund des ständigen Gesellschaftswandels und fragen uns, welche Produkte den größtmöglichen Nutzen bringen. Die Fähigkeit, die Wünsche der Menschen zu adaptieren, ermöglicht es, sich auch künftig schnell an neue Entwicklungen anzupassen – besonders in Zeiten, in denen der technische Fortschritt zunehmend unser Leben bestimmt.“

Ein Beleg für diese Firmenpolitik ist die besondere Leidenschaft, mit der Panasonic den wachsenden Trend Smart City unterstützt. In Fujisawa wurde das Pionierprojekt einer Smart City realisiert, die Anwohnern einen smarten, vernetzten und nachhaltigen Lebensstil ermöglicht. Ähnlich auch in Tsunashima, wo Panasonic die Leitung des nächsten ambitionierten Smart City-Projekts übernommen hat. Die Besonderheit dieses Projekts liegt in der Kooperation zwischen privaten Unternehmen und lokalen Behörden. Ziel ist es, eine weitere nachhaltige Stadt zu schaffen, die unter anderem eine Wasserstofftankstelle, ein fortschrittliches Einkaufszentrum und Forschungseinrichtungen eines großen multinationalen Smartphone- und Tablet-Herstellers umfasst. Passend zum hundertjährigen Panasonic Jubiläum wird das Smart

Panasonic

City Projekt Tsunashima 2018 fertiggestellt werden. Als Partner und Projektleiter dieser Smart City legt Panasonic dabei besonderen Wert auf einen effizienten Wasser- und Energieverbrauch sowie auf die hohe Sicherheit der zahlreichen Komponenten sowohl separat als auch im Zusammenspiel miteinander.

„In den nächsten zehn Jahren werden wir mehr Innovationen erleben als in den letzten 100 Jahren. Elektrifizierung, Vernetzung und Automatisierung werden die Ausgangspunkte dieses Umbruchs sein. Nur indem wir Veränderung zulassen, können wir unsere Leidenschaft und Hingabe für modernste Produktionstechniken, Leistung, Stil und vor allem für unsere Vision ‚A Better Life, A Better World‘ beibehalten.“, skizziert Abadie die Zukunft von Panasonic.

Über Panasonic:

Die Panasonic Corporation gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Entwicklung und Produktion elektronischer Technologien und Lösungen für Kunden in den Geschäftsfeldern Consumer Electronics, Housing, Automotive und B2B Business. Im Jahr 2018 feiert der Konzern sein hundertjähriges Bestehen. Weltweit expandierend unterhält Panasonic inzwischen 591 Tochtergesellschaften und 88 Beteiligungsunternehmen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2018) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 61,04 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 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

Panasonic

Panasonic Deutschland – eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH
Winsbergring 15 • 22525 Hamburg
Pressekontakt: Michael Langbehn
presse.kontakt@eu.panasonic.com