

PRESSEINFORMATION

Nr. 037/FY 2018, August 2018

Erfolgreiche Geschäftsentwicklung im Jubiläumsjahr Panasonic zieht nach erster Geschäftsjahreshälfte positives Zwischenfazit und geht mit Rückenwind ins Weihnachtsgeschäft



Hamburg, August 2018 – Es ist zweifelsohne ein besonderes Jahr für Panasonic: 2018 feiert der japanische Elektronikhersteller sein 100-jähriges Bestehen. Entsprechend hoch sind die Erwartungen. Zur Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin blicken Kai Hillebrandt, Managing Director DACH und NL, Michael List, Sales Director CE und Armando Romagnolo, Marketing

Director CE, auf die erste Hälfte des laufenden Geschäftsjahres zurück, stellen aktuelle IFA-Neuheiten vor und geben einen Ausblick auf die kommenden Monate.

Rundum zufrieden zeigt sich Kai Hillebrandt zum Messeauftakt mit Blick auf den Gesamtmarkt für Unterhaltungselektronik: „Wir haben unsere starke Marktposition im laufenden Geschäftsjahr behauptet und zeigen vor allem in den Bereichen, in denen wir größere Marktanteile und höhere Umsätze erzielen wollten, eine sehr positive Entwicklung – nicht selten auch gegen aktuelle Markttrends. Das zeigt uns, dass unsere Strategie, auf hohe Qualität zu setzen und uns konsequent an den Kundenbedürfnissen zu orientieren, die richtige ist.“

Kooperation mit Hollywood und Vorreiterrolle bei Bildstandards

Im umkämpften TV-Markt erzielte Panasonic so zuletzt im Juli 2018 einen deutlichen zweiten Platz im deutschen Markt und knüpft damit an die erfolgreichen Vorjahre an. „Der Anspruch an unsere TV-Modelle ist unverändert, branchenweit den Maßstab für höchste Bildqualität zu setzen“, erklärt Marketingspezialist Armando Romagnolo. Dazu sei dem Unternehmen keine Anstrengung zu groß: „Unsere enge Zusammenarbeit mit Coloristen und Filmemachern aus Hollywood ermöglicht uns eine beispiellose Farbdarstellung, während wir durch unsere Vorreiterrolle bei der Etablierung neuester Bildstandards wie HDR10+ dauerhaft zukunftsfähig bleiben.“ Überzeugende Argumente sammle Panasonic auch mit Design und Ausstattung des aktuellen Line-ups. „Unser Angebot an großen Bilddiagonalen orientiert sich direkt an den Kundenwünschen. Darüber hinaus setzen wir Maßstäbe bei Konnektivität, Nutzerführung und Funktionsumfang – und bieten so ein sehr attraktives Gesamtpaket“, so Romagnolo.

Wie Vertriebschef Michael List berichtet, wecken die aktuellen Modelle damit auch Begehrlichkeiten über das klassische Endkonsumentengeschäft hinaus: „Unsere

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

Hospitality-Lösungen kommen aktuell sehr gut am Markt an, ob für Hotels jeder Größe, Krankenhäuser oder andere Einrichtungen, die TV-Signale flexibel, zuverlässig und kostengünstig auf mehrere Endgeräte verteilen müssen. Daraus ergeben sich natürlich auch für unsere Partner im Fachhandel weitere Absatzmöglichkeiten.“

Selbstbewusst im Boom-Markt OLED

Immer stärker im Fokus steht unterdessen der Boom-Markt OLED, in dem sich Panasonic mit seinen Premium-Modellen der FZW954- und FZW804-Serie selbstbewusst in Position gebracht hat. „OLED ist längst keine Zukunftstechnologie mehr, sondern auf dem besten Weg zum Standard in deutschen Wohnzimmern zu werden. Die Nachfrage der Kunden wächst beinahe täglich“, erklärt Michael List die große Bedeutung der Produktklasse. Das Feedback aus dem Handel lasse ihn dabei optimistisch auf das anstehende Weihnachtsgeschäft blicken: „Die Rückmeldungen zu unserem aktuellen TV-Line-up sind durchweg positiv. Die Kunden sind bereit, mehr Geld in die Hand zu nehmen, wenn sie von den Produkten restlos überzeugt sind und einen Mehrwert in Qualität und Ausstattung erkennen. Dabei setzen wir großes Vertrauen in unsere Partner im beratenden Fachhandel, die es uns ihrerseits mit ausgezeichneten Vertriebszahlen zurückzahlen“, so List.

Um die Bildqualität noch näher an die Perfektion heranzuführen, kündigt Panasonic zur IFA für seine aktuellen OLED Modelle den Start eines professionellen Kalibrierungsservice an. Experten von Panasonic optimieren dabei direkt zu Hause beim Kunden die Bildeinstellungen mithilfe der Kalibrierungssoftware CalMAN von Portrait Displays.

Traditionell sehr erfolgreich bewegt sich Panasonic im Markt für Videoplayer und -recorder aller Klassen, in dem Panasonic seine Rolle als unangefochtene Nummer eins mit konstanten Marktanteilen verteidigt. Besonders deutlich fällt die führende Position dabei im Segment Blu-ray aus. Zuletzt hatte Panasonic hier das neue THX-zertifizierte High-end-Modell UB9004 angekündigt, das ab September 2018 auf den Markt kommt.

Foto-Markt: Spiegellose Kameras hängen DSLR-Konkurrenz ab

Überzeugende Zahlen verzeichnet Panasonic im laufenden Geschäftsjahr auch im Kameramarkt. Mit der Marke LUMIX belegt das Unternehmen einen souveränen zweiten Platz bei den spiegellosen Kameras. Im Kompaktkameramarkt hält Panasonic mit konstanten Marktanteilen die Spitzenposition. Nicht betroffen ist der Hersteller derweil vom deutlichen Einbruch im DSLR-Geschäft. „Letztlich entscheidet der Kunde darüber, welche Technologien sich auf lange Sicht durchsetzen“, sagt Armando Romagnolo. „Im Kameramarkt beobachten wir aktuell, wie DSLM-Modelle der DSLR-Konkurrenz endgültig den Rang ablaufen. Und das auch zurecht: Mit dem Innovationspotential der

DSLM-Kameras können die Spiegelreflexmodelle schon aufgrund ihrer Bauweise nicht mithalten.“

Professionelle Fotografen als neue Zielgruppe

„Der Siegeszug der spiegellosen Kameras ist eng mit der Marke LUMIX verbunden“, so Michael List. „Wir selbst haben die Produktkategorie mit der Einführung der LUMIX G1 vor zehn Jahren überhaupt erst begründet. Seither haben wir den technologischen Fortschritt im DSLM-Bereich maßgeblich vorangetrieben und uns damit großes Vertrauen bei Kunden und Händlern verdient. Mit unseren Spitzenmodellen, der LUMIX G9 für Foto- und der LUMIX GH5S für Videografen, haben wir nun die Tür zur professionellen Fotografie weit aufgestoßen und damit eine völlig neue Zielgruppe erschlossen“, so Michael List.

„Der Digital Imaging-Bereich hat für uns perspektivisch eine große Bedeutung – sowohl mit Blick auf die Marktpotentiale im Bereich der ambitionierten Fotografie als auch aufgrund der vielen Querverbindungen in unser B2B-Geschäft“, erklärt Kai Hillebrandt. „Von Sensoren über Speichermedien und leistungsstarke Akkus bis in den Bereich der Bildverarbeitung speisen sich unsere Entwicklungen im Fotobereich aus dem Know-how aus anderen Produktbereichen und strahlen ihrerseits zurück. Diese Synergien sind elementar für unsere Stärke als Gesamtunternehmen.“

Vertriebsfördernde Maßnahmen zum Weihnachtsgeschäft

Das anstehende Weihnachtsgeschäft wird Panasonic wie in jedem Jahr mit reichweitenstarken Maßnahmen unterstützen. „Die Wochen und Monate vor Weihnachten bilden traditionell den Jahreshöhepunkt für uns und unsere Vertriebspartner“, sagt Michael List. „Wir werden den Handel daher selbstverständlich auch in diesem Jahr mit reichweitenstarken Kampagnen und attraktiven Angeboten unterstützen. Die Vorbereitungen dafür laufen bereits auf Hochtouren.“

Die aktuellen Neuheiten von Panasonic zur IFA 2018 finden Sie in Halle 5.2.

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