

## **PRESSEINFORMATION**

Nr. 054/FY 2019, September 2019

### **Panasonic mit positiver Halbjahresbilanz Erfolgreiche Geschäftsentwicklung in den Schlüsselsegmenten TV und Imaging sorgt für gute Positionierung im Gesamtmarkt**



**Hamburg, September 2019 – Zur IFA 2019 in Berlin zieht das japanische Technologieunternehmen Panasonic ein erstes Zwischenfazit für das laufende Geschäftsjahr. Zum Auftakt der Messe stellen Kai Hillebrandt, Managing Director DACH und NL, Michael List, Sales Director DA und NL CE, und Armando Romagnolo, Marketing Director CE, aktuelle Neuheiten vor und geben einen Ausblick auf das anstehende Weihnachtsgeschäft.**

„Die Unterhaltungs- und Haushaltselektronik ist nach wie vor einer der bedeutendsten Geschäftsbereiche von Panasonic“, sagt Kai Hillebrandt mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr. „Wir freuen uns deshalb sehr, dass wir uns in diesem umkämpften Markt weiterhin sehr stabil entwickeln und unsere starke Marktposition verteidigen konnten.“

Im Gesamtmarkt hat das Unternehmen den dritten Platz aus dem Vorjahr behauptet und zugleich den Abstand auf die beiden vorderen Plätze verringert. „Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung ist das Ergebnis unserer frühzeitigen und konsequenten Ausrichtung auf zukunftsfähige Segmente. Unser Ziel ist es nun natürlich, mittelfristig den zweiten Platz im Gesamtmarkt zu erobern“, so Hillebrandt.

#### **Panasonic gewinnt Marktanteile im OLED-Bereich**

Ein wichtiges Standbein für den wirtschaftlichen Erfolg bildet der TV-Markt. Im ersten Halbjahr 2019 erzielte Panasonic hier einen deutlichen zweiten Platz und knüpft damit an die positive Entwicklung der Vorjahre an. Insgesamt konnte das Unternehmen den Marktanteil um einen Prozentpunkt steigern. Zuwächse verzeichnete der Hersteller dabei sowohl im Wachstumssegment OLED als auch im Geschäft mit LCD TVs.

„Die Marke Panasonic steht beim Kunden für makellose Bildqualität, ausgereifte Technologien und eine besonders hohe Nutzerfreundlichkeit“, erklärt Marketing Director Armando Romagnolo. „Diese Stärken kommen in unserem gesamten TV-Sortiment zum Tragen. Im Spitzenbereich arbeiten wir zudem eng mit Filmspezialisten aus Hollywood zusammen und bieten so das besondere Etwas, das den Fernsehabend zu einem echten Heimkinoerlebnis macht.“

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

Wie eine Onlineumfrage der Stiftung Warentest unter mehr als 12.000 Lesern ergab, hat Panasonic die zufriedensten Kunden unter allen TV-Herstellern. 90 Prozent der befragten Kunden würden ihren Panasonic TV so auch weiterempfehlen.

Größter Wachstumstreiber ist das Geschäft mit OLED TVs, in dem sich Panasonic im laufenden Jahr mit dem Flaggschiff GZW2004 sowie den Premium-Modellen der GZW1004- und GZW954-Serie positioniert hat. Im Vergleich zum traditionell starken WM-Jahr 2018 wuchs der Markt für OLED-Fernseher im Juli 2019 um zwölf Prozent. Dabei steigerte Panasonic seinen Marktanteil um mehr als vier Prozentpunkte auf nunmehr knapp 15 Prozent.

Welches Potential die OLED-Technologie für die Zukunft hat, zeigt Panasonic auf der IFA unter anderem mit einem neuentwickelten Prototyp für transparente OLED Displays. Das Panel ist in Zusammenarbeit mit dem Einrichtungsspezialisten Vitra entwickelt worden und verwandelt sich erst auf Knopfdruck von einer Glasscheibe in einen TV-Bildschirm.

## **Stabile Entwicklung im Home-AV-Bereich**

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.

Im Markt für Heim-Audiosysteme zeigt sich Panasonic besonders mit Blick auf die aktuellen Soundbar-Modelle zufrieden. „In den vergangenen Jahren haben Soundbars große Fortschritte in puncto Leistungsstärke, Klangvolumen und Konnektivität erzielt. Auch für anspruchsvolle Kunden sind sie deshalb mittlerweile eine ernstzunehmende Alternative zu komplexen Audiosystemen mit mehreren Speakern“, so Romagnolo. Michael List ergänzt: „Angeführt von unserem Topmodell, der SC-HTB900 mit Dolby Atmos, sind unsere Soundbars ideal auf TV-Geräte ab 50 Zoll abgestimmt. Für unsere Partner im Fachhandel eröffnen sie dadurch natürlich ausgezeichnete Cross-Selling-Möglichkeiten.“

## **Neue Kopfhörermodelle von Technics**

Einen wichtigen Beitrag zur insgesamt sehr stabilen Entwicklung im Audiomarkt leistet die Marke Technics. Für große Aufmerksamkeit sorgte hier zuletzt die Einführung des Technics SL-1210 MK7. Der direktgetriebene Plattenspieler mit DJ-optimierter Ausstattung wurde erstmals zu Jahresbeginn 2019 auf der CES in Las Vegas vorgestellt. Seit Juni 2019 ist der Spieler bei ausgewählten Fachhändlern verfügbar.

„Technics ist für viele Audioliebhaber eine absolute Sehnsuchtsmarke. Vor allem die Plattenspieler haben über Jahrzehnte hinweg Musikgeschichte geschrieben“, erklärt Romagnolo. „Mit dem MK7 knüpfen wir nahtlos an dieses Vermächtnis an.“ Zur IFA 2019 präsentiert Panasonic zudem das erste In-Ear-Kopfhörermodell der Marke Technics, den EAH-TZ700, sowie den DJ-Kopfhörer EAH-DJ1200. Beide Modelle kommen im November 2019 auf den europäischen Markt.

## **Foto-Markt: Spiegellose Vollformat-Kameras sorgen für Wachstum**

Auf überzeugende Zahlen blickt Panasonic im laufenden Geschäftsjahr auch im Kamerabereich. Mit der Marke LUMIX erreichte das Unternehmen einen Marktanteil von knapp zehn Prozent bei den spiegellosen Modellen. Im Kompaktkameramarkt hält Panasonic zudem mit konstanten Marktanteilen die Spitzenposition. Nicht betroffen ist das Unternehmen vom Einbruch im Bereich der Spiegelreflexkameras.

Besonders im Blickpunkt stehen derzeit vor allem die spiegellosen Systemkameras mit Vollformatsensor. Der Markt für Vollformat-DSLM-Kameras hat sich zuletzt beinahe verdoppelt. Seit dem Marktstart der LUMIX S Serie im März 2019 profitiert auch Panasonic von dieser Entwicklung.

„In der LUMIX S1 und S1R vereinen wir die Vorzüge des großen Sensors mit der geballten Erfahrung, die wir uns als Pionier der spiegellosen Systeme im vergangenen Jahrzehnt erarbeitet haben. Mit den beiden Modellen haben wir uns ganz klar im professionellen Bereich positioniert“, erklärt Romagnolo.

Mit der LUMIX S1H erhält die Serie im September 2019 weiteren Zuwachs. Das Modell zeichnet sich durch Cinema-Videoqualität und eine große Bandbreite an Videofunktionen für professionelle Anwender aus. Die Entwicklung der Kamera spiegelt dabei nicht zuletzt die langjährige Erfahrung im Broadcast-Bereich wider. Mit dem LUMIX S PRO 24-70mm F2.8 kündigt Panasonic zudem ein neues Mitglied des L-Mount-Systems für die spiegellosen Vollformatkameras der LUMIX S Serie an.

## **Neuheiten für Badezimmer und Küche**

Abgerundet wird das aktuelle Portfolio durch neue Produkthighlights für Badezimmer und Küche. Zur IFA in Berlin präsentiert das Unternehmen so etwa das gesamte Personal-Care-Sortiment für beide Geschlechter, darunter die beiden neuen Rasierer ES-LV97 und ES-LV67 sowie die Premium-Beauty-Produktreihe mit dem Gesichtspflege-Tool EH-XR10.

In den deutschen Küchen ist Panasonic vor allem mit Kleingeräten präsent. Mikrowellen, Slow Juicer und Brotbackautomaten folgen dabei der Maxime „Experience Fresh“. „Für den deutschen und europäischen Markt haben wir uns auf ein Kernsortiment

konzentriert, das sich an den Bedürfnissen unserer Kunden orientiert. Unsere Küchengeräte versprechen deshalb eine schonende Zubereitung für frische Lebensmittel bei langlebiger Produktqualität“, so Romagnolo.

## **Verkaufsfördernde 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 2019 finden Sie in Halle 5.2.

## **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 feierte der Konzern sein hundertjähriges Bestehen. Weltweit expandierend unterhält Panasonic inzwischen 582 Tochtergesellschaften und 87 Unternehmensbeteiligungen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2019) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 62,52 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](http://www.panasonic.com/global/home.html) und [www.experience.panasonic.de/](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](mailto:presse.kontakt@eu.panasonic.com)