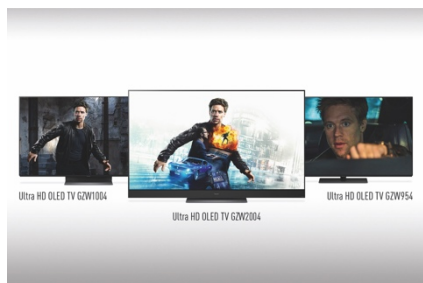


PRESSEINFORMATION

Nr. 055/FY 2019, September 2019

Panasonic gewinnt Marktanteile im TV-Geschäft TV-Hersteller zeigt zur IFA 2019 das aktuelle OLED und LCD TV- Angebot und präsentiert Prototypen für das Fernsehen der Zukunft



Hamburg, September 2019 –Panasonic erzielt im laufenden Geschäftsjahr einen deutlichen zweiten Platz im deutschen TV-Markt. Damit knüpft das Unternehmen an die erfolgreiche Entwicklung der Vorjahre an. Im Vergleich zum WM-Jahr 2018 konnte das Unternehmen seinen Marktanteil im Gesamtmarkt um einen Prozentpunkt steigern. Zuwächse verzeichnete der Hersteller dabei sowohl im Wachstumssegment OLED TV als auch im Geschäft mit LCD TVs.

„Das TV-Geschäft gehört traditionell zu den umsatzstärksten Geschäftsbereichen von Panasonic in Deutschland“, sagt Kai Hillebrandt, Managing Director DACH und NL. „Die aktuellen Marktzahlen zeigen, dass unser langfristiger Fokus auf kompromisslose Bildqualität, ausgereifte Technologien und große Zukunftssicherheit sehr gut beim Kunden ankommt. Daran werden wir uns auch weiterhin messen lassen. Gleichzeitig gilt es für uns, von dieser erfolgreichen Basis aus neue Marktpotentiale zu erschließen und den technologischen Fortschritt auch über das Endkundengeschäft hinaus voranzutreiben.“

OLED-Segment wächst im Vergleich zum WM-Jahr 2018

Große Zuwächse verzeichnete im laufenden Geschäftsjahr der Markt für OLED TVs, in dem sich Panasonic mit dem Flaggschiff GZW2004 sowie den Premium-Modellen der GZW1004- und GZW954-Serie positioniert hat. Im Vergleich zum umsatzstarken WM-Jahr 2018 wuchs der Markt in diesem Segment im Juli 2019 um zwölf Prozent. Panasonic konnte seinen Marktanteil dabei zunächst um mehr als vier Prozentpunkte auf knapp 15 Prozent steigern. In der vorletzten Augustwoche stieg der Marktanteil weiter bis zum Spitzenwert von 19,7 Prozent an.

Herzstück der aktuellen OLED-Modelle von Panasonic ist der neue HCX Pro Intelligent Processor, der in enger Zusammenarbeit mit führenden Spezialisten aus der Filmhauptstadt Hollywood entwickelt und optimiert wurde. Der ultraschnelle Hochleistungsprozessor steht für eine überwältigende Bildwiedergabe mit feinen

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

Kontrasten, für detaillierte Farbabstufungen sowie rasante Reaktionszeiten und ein noch schärferes Bild.

„Kunden, die besonders hohe Ansprüche an dynamische und kontrastreiche Bilder haben, kommen schon heute kaum noch an einem OLED Fernseher vorbei“, erklärt Armando Romagnolo, Marketing Director CE. „Wir sind deshalb fest davon überzeugt, dass sich die aktuelle Entwicklung in den kommenden Jahren nochmals beschleunigen wird. Mit unserem aktuellen TV-Angebot sind wir hierfür bestens aufgestellt.“

Bild- und soundstarke LCD Serien

Im Geschäft mit LCD Fernsehern konnte Panasonic den Marktanteil in der ersten Jahreshälfte 2019 um 0,4 Prozent steigern. Die drei 4K Ultra HD HDR LED TV Serien GXW954, GXW904 und GXW804 überzeugen dabei ebenso wie die OLED Modelle mit einer ausgereiften Prozessortechnik. Die TVs unterstützen zudem sämtliche HDR Formate für besonders kontrastreiche und lebensechte Bilder und sorgen mit Cinema Surround System und Dolby Atmos für raumfüllenden Sound.

„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 Michael List, Sales Director CE bei Panasonic Deutschland.

Das drückt sich auch in Testergebnissen und Kundenbewertungen aus: Von den Lesern der Fachzeitschrift video wurde Panasonic als „Brand of the Year“ ausgezeichnet, der TX-65FZW954 erhielt den Preis als bester OLED TV im High-end-Segment. Im Test des Fachmagazins Satvision 29/19 erreichte der TX-65GZW2004 mit 98,5 Punkten die höchste Bewertung, die bislang an einen Fernseher vergeben wurde, und setzte sich damit als neue Bildreferenz an die Spitze des Rankings.

Die hohe Kundenzufriedenheit unterstreicht zudem eine aktuelle Onlineumfrage der Stiftung Warentest unter mehr als 12.000 Lesern. Wie die Befragung ergab, hat Panasonic die zufriedensten Kunden unter allen TV-Herstellern. So gaben rund 90 Prozent der befragten Kunden an, dass sie ihren Panasonic TV weiterempfehlen würden.

Prototypen zur IFA 2019: Transparent und mit Mega-Kontrast

Seinen Anspruch als Innovationsführer der Branche unterstreicht Panasonic unterdessen mit zwei neu entwickelten Zukunftsstudien. Der Prototyp, der mit dem Namen „MegaCon“ auf der diesjährigen IFA gezeigt wird, verwendet zwei LCD-Panel, um ein Kontrastverhältnis und Schwarzwerte zu erreichen, die es mit denen eines OLED TV aufnehmen können. Der

Bildschirm liefert dabei eine hervorragende Farbgenauigkeit auf dem Level von Studiomonitoren.

Zusätzlich zeigt Panasonic die Weiterentwicklung eines transparenten OLED Displays. Der Prototyp, der in Berlin vorgestellt wird, ist das Ergebnis einer Partnerschaft mit dem Designer-Möbel-Hersteller Vitra und zeigt die Ambitionen von Panasonic, den Fernseher vollständig in das Wohnumfeld zu integrieren. Entworfen wurde das Konzept vom skandinavischen Designer Daniel Rybakken und Panasonic Design Kyoto. Mit dem Prototyp unterstreicht Panasonic erneut seine Innovationsstärke im Displaybereich, nachdem das Unternehmen zuvor bereits mit transparenter Display-Technologie unter anderem im Retail-Bereich für Aufsehen gesorgt hat.

e-Sports und Gaming eröffnen neue Marktpotentiale

Neue Marktpotentiale hat Panasonic unter anderem im Gaming-Bereich identifiziert. „Spielkonsolen haben längst ihren Weg aus dem Kinder- ins Wohnzimmer gefunden und sind ein fester Bestandteil im Unterhaltungsmix unserer Kunden“, erklärt Armando Romagnolo. „Rund 1,5 Milliarden Menschen spielen weltweit mindestens einmal im Monat Videospiele – und die Tendenz ist ganz klar steigend.“

Besonders schnell wächst der Bereich eSports. „Die erfolgreichsten Spieler sind die neuen Stars ihrer Generation. Die Anforderungen an ein leistungsstarkes und auf das Spielen abgestimmtes Equipment wachsen dadurch auch im privaten Bereich kontinuierlich weiter“ so Romagnolo. „Panasonic TVs zeigen in allen relevanten Leistungskategorien wie etwa der Bildwiederholrate eine außerordentlich hohe Qualität. Mit unserem Gaming-Mode und zahlreichen individuell einstellbaren Parametern wollen wir zur ersten Wahl für anspruchsvolle Gamer werden.“

Flexibel, zuverlässig, kostengünstig: Hospitality-Lösungen von Panasonic

Wie Michael List berichtet, wecken die aktuellen Modelle zudem auch weiterhin Begehrlichkeiten über das klassische Endkonsumentengeschäft hinaus: „Über das heimische Wohnzimmer hinaus sind Panasonic Fernseher auch Geschäftskunden sehr interessant, so etwa 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.“

Um die Einbindung in neue und bestehende Infrastrukturen zu erhöhen, hat Panasonic sein Partnerschaftsnetzwerk zuletzt strategisch ausgebaut. Zu den neu gewonnenen Partnern gehören unter anderem ise Individuelle Software und Elektronik GmbH, Babtec, AVARA, Astro und Televes.

Panasonic

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 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