

IFA 2009

**Auftakt-Pressekonferenz
6. August 2009**

**Hans-Joachim Kamp
gfu Aufsichtsrat, ZVEI Vizepräsident**

Konjunkturdaten



Konjunkturdaten

GfK Konsumklima-Index und ifo Geschäftsklima-Index

GfK:	Juli 2009	Juni 2009	Juli 2008
Konsumklima	3,0	2,7	3,4
Anschaffungsneigung	25,1	14,5	- 26,2
Einkommenserwartung	1,8	- 3,3	- 20,0

ifo: Es scheint, dass die Wirtschaft wieder Tritt fasst.
Im verarbeitenden Gewerbe hat sich das Geschäftsklima verbessert.
Das Geschäftsklima im Großhandel hat sich aufgehellt.

Markt Consumer Electronics

Erwartung Consumer Electronics 2009:

Prognose 2009 am Jahresanfang:

Umsatzentwicklung - 4 % auf 22,4 Mrd. Euro

-> entspricht mehr als dem Niveau von 2006 (Fußball-WM!)

CEMIX Q1/2009: + 9,9 % vs. Q1/2008

Ergebnis Januar – Mai: UE + 3,3 %, IT + 5,5 %, TK – 10%

Deutschland entwickelt sich signifikant besser als Europa.

Prognose ist sicher zu revidieren: Wachstum in 2009!

2. HJ: positiver Verlauf, auch wegen Saisonfaktor, IFA + HDTV, kein EM-Effekt

Markt Consumer Electronics

Einige markante Zahlen, die die Attraktivität der Märkte zeigen:

Früher: Max. jährlich verkaufte Röhren-TV in Europa: 33 Mio. Stück
Heute: verkaufte Flat-TV 2008 in Europa: 41 Mio. Stück

Früher: Analoge Kameras 2000 weltweit: 71 Mio. Stück
Heute: Digitale Kameras 2008 weltweit: 140 Mio. Stück

Weltweit werden pro Minute 2.500 Handys verkauft.
Weltweit werden pro Jahr 1,2 Milliarden Handys verkauft,
davon 60 % mit integrierter Kamera und 23 % mit Navigationsfunktion.

Quelle: GfK

Markt Consumer Electronics

Einige markante Zahlen, die die Attraktivität der Märkte zeigen:

Die Absatzmenge der stationären Unterhaltungselektronik hat sich in Europa in den letzten sechs Jahren von 55 auf 109 Millionen Stück verdoppelt.

Die Absatzmenge der mobilen Consumer Electronics hat sich in Deutschland in den letzten sechs Jahren von 28 auf 60 Millionen Stück erhöht.

Quelle: GfK

Innovationen schaffen Wachstum und neue Märkte!

Markt Hausgeräte

Erwartung Hausgeräte 2009:

Prognose am Jahresanfang für 2009:

Stabiler Markt auf hohem Vorjahresniveau von 7 Mrd. Euro

Ergebnis Jan – Mai: Großgeräte + 8,6 %, Kleingeräte + 6 %

Deutschland entwickelt sich besser als die europäischen Nachbarn.

Erwartung für Export: - 5 %

Prognose ist sicher zu revidieren: Wachstum in 2009!

2. HJ: positiver Verlauf, auch wegen Saisonfaktor und IFA

Markt Hausgeräte

Einige markante Zahlen, die die Attraktivität der Märkte zeigen:

Früher: 1998 war eine Kaffeemaschine ein Haushaltsgerät.

Heute: 2008 ist eine Kaffeemaschine ein Lifestyleprodukt.

2008 wurden in Deutschland

1 Mio. Kaffeeautomaten im Wert von 381 Mio. Euro verkauft
(Im Vergleich zu 2000: Umsatz x 5, Stückzahl x 8).

Verkaufte Hausgeräte Klasse A, A+ oder A++:

Früher: 31 % im Jahr 2000

Heute: 87 % im Jahr 2008

Ersparnis Klasse C zu Klasse A++: > 60 Euro pro Jahr!

Markt Consumer Electronics und Hausgeräte

Jährliche Ausgaben für Technik pro Haushalt (in Euro):

	2006	2007	2008
gesamt:	1.024	1.058	1.064
UE	438	458	474
TK	109	102	86
IT	121	134	140
El. Großgeräte	174	168	170
El. Kleingeräte	76	80	83

Quelle: BVT

Markt Consumer Electronics und Hausgeräte

Warum erfolgreich?

Cocooning-Effekt

Kaufbereitschaft auf hohem Niveau, speziell in Deutschland.

Flat-TV attraktiver denn je, speziell HDTV und große Diagonalen.

Ersatzbedarf für Geräte des täglichen Gebrauchs wie Kühlschränke, Waschmaschinen oder Fernseher hält an.

Energie-Effizienz ist Kaufkriterium.

**Beide Branchen sind bis dato in Deutschland aufgrund ihrer innovativen Produkte nicht von der Krise betroffen.
Positive Aussichten für eine erfolgreiche IFA 2009!**

Trends Consumer Electronics

HDTV nimmt Fahrt auf

Neue Angebote von Sky (ehemals Premiere)

Showcases von ARD und ZDF: IFA, Weihnachten; Regelbetrieb Februar 2010

Neue Angebote von RTL, VOX, Sat1, Pro7 und kabel eins

Steigende Geräteausstattung:

HDTV-Set-Top-Boxen 2009: +87 % (Stück)

Anteil HDTV-fähige TV-Geräte inkl. HDTV-Set-Top-Boxen am TV-Absatz
im Mai 2009: 40 %

Trends Consumer Electronics

Neue TV-Geräte: mehr Kontrast, weniger Energieverbrauch und klare Bilder

Neue Connectivity – TV goes Internet, 3. Dimension

Blu ray-Disc: ausgereiftes Format

Networking: Vielfalt innovativer Produkte, neues Zusammenspiel

Faszinierende Home-Cinema-Lösungen

Mobile Unterhaltung, Navigation und Kommunikation

Digital Kameras: schärfer und besser denn je

Keine Mechanik in der Zukunft

Trends Home Appliances

Convenience - Easy to use

Lifestyle - Design

Lifestyle - Kaffeekult

Gesundheit + gesundes Kochen

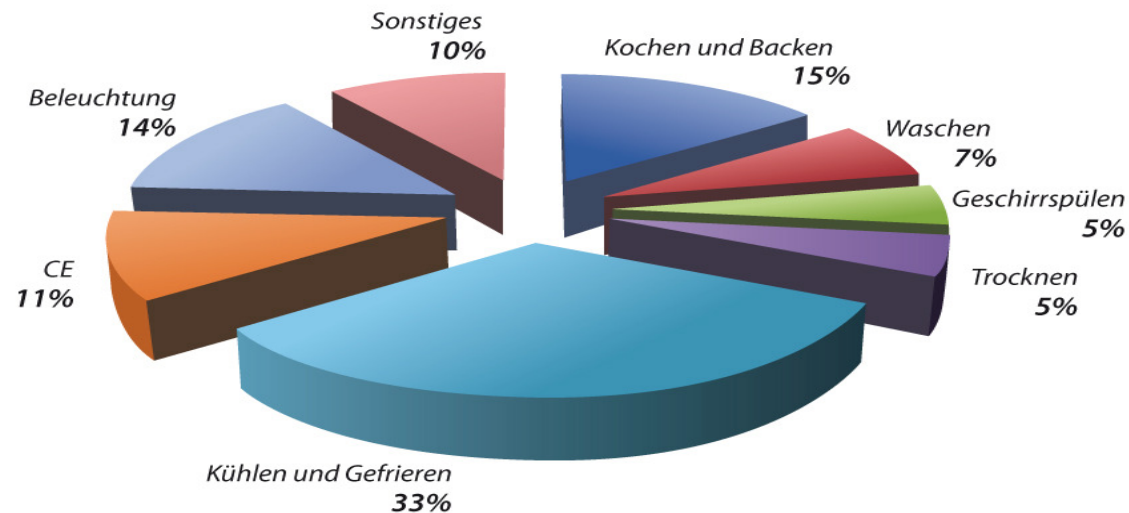
Wellness + Pflege

Energie-Effizienz

Trends Consumer Electronics und Hausgeräte

Energie-Intelligenz ist extrem wichtig:
50 % der Energie wird in den Haushalten verbraucht!

Durchschnittliche Anteile des Stromverbrauchs in deutschen Haushalten (ohne Heizung)



Trends Consumer Electronics und Hausgeräte

Energie-Intelligenz: Mehrwert durch innovative neue Konzepte mit mehr Komfort und mehr Nutzen.

Die Markenhersteller haben eine lange Verantwortung und Tradition bei Ressourcenschonung und Energieeinsparung mit wachsendem Erfolg.

Ziel ist mehr Effizienz ohne Komfortverlust.

Ständig neue Produkte mit Energie-Einsparung wie z.B.: Wasserkocher und Kaffeemaschinen.

Vorteile moderner und energieeffizienter Produkte für den Konsumenten:
Umweltschutz, geringere Kosten für Energie und Wasser

Trends Consumer Electronics und Hausgeräte

Energie-Effizienz: Attraktiver Mehrwert.

Beeindruckende Erfolge in den letzten zehn Jahren:
Rückgang des Energieverbrauchs bei Geschirrspülern, Waschmaschinen,
Trocknern und Kühl-/Gefriergeräten zwischen 30 und 45 %.

Kaufanreiz Energie-Effizienz (1 unwichtig, 10 sehr wichtig) z.B.:

Deutschland:	9,0
Italien:	8,8
Polen:	8,5
Niederlande:	6,7
USA:	7,5

Quelle: GfK/ZVEI

TecWatch@IFA

TecWatch erstmals mit Forschungsergebnissen aus dem Bereich Hausgeräte.

TecWatch ist eine wichtige Funktion als Business- und Kommunikations-Schnittstelle für die Märkte von Wissenschaft und Forschung.

TecWatch hat maßgeschneiderte inhaltliche Angebote und Veranstaltungen für unterschiedliche Zielgruppen: industrielle Entscheider, Technik-Experten, junge Leute und Technik interessiertes Publikum.

Medienpolitik und IFA medienwoche@IFA

Erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Berliner Medienwoche und gemeinsamem Kongressprogramm wird fortgesetzt:

Die medienwoche@IFA bietet den Besuchern wieder ein inhaltlich, zeitlich und räumlich aufeinander abgestimmtes Programm an, das neben kulturpolitischen, insbesondere Industrie- und wirtschaftspolitische Aspekte der Medienpolitik abdeckt.

Mit rund 15.000 Fachbesuchern eines der größten Branchentreffen seiner Art in Europa.

Medienpolitik und IFA

medienpolitik@IFA im Rahmen der medienwoche@IFA

Bewährtes Format von gfu und Fachverband Consumer Electronics im ZVEI

Schirmherrschaft: Ministerpräsident Kurt Beck, Vorsitzender der
Rundfunk-Kommission der Länder

07.09.2009, 14 Uhr – 15 Uhr, ICC Berlin

Willkommen in der hoch auflösenden Welt: wird HDTV zum Motor der Digitalisierung?

08.09.2009, 12 bis 13 Uhr, ICC Berlin

Willkommen in der digitalen Welt: Interoperabilität als Chance?

08.09.2009, 14 bis 15 Uhr, ICC Berlin

Willkommen in der Konvergenz: Wer blickt noch durch?

serviceforum@IFA: „Die Zukunft ist digital“

Panel mit führenden Vertretern aus Industrie, Handwerk und Handel für Entscheidungsträger aus den Fachbetrieben des Handels und des Handwerks sowie Repräsentanten der Industrie und der Medien.

Partner: BVT, ZVEH, ZVEI, Unterstützung von gfu und Messe Berlin

Samstag, 5. September, 11 – 12.30 Uhr, IFA Red Lounge

IFA: Einzigartig!

Dies alles finden Sie auf der IFA.

Die IFA ist die weltweit größte Messe ihrer Art!

Auf Wiedersehen auf der IFA 2009!