



IFA und die Märkte

Gesellschaft für Unterhaltungs- und
Kommunikationselektronik (gfu)

IFA PreViews 2009

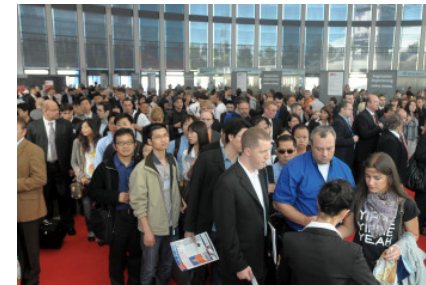
IFA: Einzigartig!



Die IFA ist die weltweit größte Messe ihrer Art.

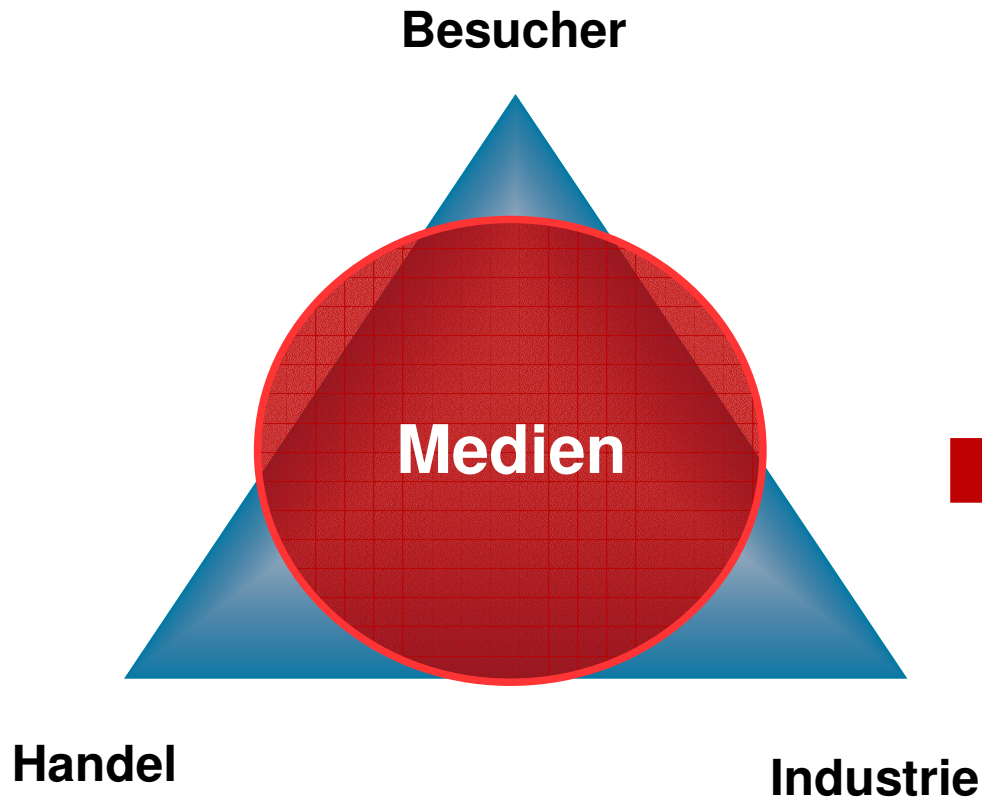
IFA 2008: Abbild zweier Konsumenten-Märkte und Erlebnis-Welten

- CE-Markt
- Elektrohausgeräte-Markt



Die IFA ist internationaler Treffpunkt der Medien und Konsumenten, der Industrie und des Fachhandels

IFA – Erfolgreiche Entwicklung über 85 Jahre



Die kontinuierliche Weiterentwicklung der IFA orientiert sich immer an den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppen.

IFA –Erfolgreiche Weiterentwicklung



Die IFA ist die weltweit größte Messe ihrer Art! Warum? Erfolg durch stetige Weiterentwicklung.



**Anpassung
9 auf 6 Tage**

**1. IFA
„kurz“**

**IFA
jährlich**

**1. IFA
jährlich**

**FH als
Partner**

**FH-Koops
aktive Partner**

**Home
Appliances**

**1. IFA
Haus- +
Kleingeräte**

IFA – Erfolgreiche Weiterentwicklung

- Die **IFA 2008** war ein großer Erfolg – auch durch die Integration der Hausgeräte!
 - Steigende Kennzahlen in allen wichtigen Bereichen: internationale Besucher, Ordervolumen, Medienresonanz, Unterhaltung und Medienpolitik
- Die **IFA 2009** wird auf stabiler Basis die erfolgreiche Entwicklung in allen Bereichen fortsetzen, mit einer großen Vielfalt neuer, innovativer digitaler Consumer Electronics-Produkte und Hausgeräte.

Optimistischer Ausblick für die IFA 2009: Die Herausforderungen der weltweiten Krise werden gemeistert.

IFA und die Märkte

- Weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise – aber die Branchen der IFA meistern sie auf ihre Weise:
 - Cocooning-Effekt
 - Kaufbereitschaft auf hohem Niveau, speziell in Deutschland.
 - Flat-TV nach wie vor attraktiv, speziell HDTV und große Diagonalen.
 - Ersatzbedarf für Geräte des täglichen Gebrauchs wie Kühlschränke, Waschmaschinen oder Fernseher hält an.

Beide Branchen werden mit Hilfe ihrer innovativen Produkte die Krise meistern.

IFA und die Märkte (1)



- Einige markante Zahlen, die die Attraktivität der Märkte zeigen:

Früher: Max. jährlicher Verkauf 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

IFA und die Märkte (2)



- 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.

Innovationen schaffen Wachstum und neue Märkte!

IFA und die Märkte (3)

- 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 Million 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

Quelle: GfK

IFA und die Märkte (4)

■ 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

IFA und die Märkte

■ Erwartung 2009:

Consumer Electronics:

Prognose 2009: Umsatzentwicklung - 4 % auf ca. 22,4 Mrd. Euro

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

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

Hausgeräte:

Prognose für 2009 auf hohem Vorjahresniveau von 7 Mrd. Euro

Q1 nicht abgeschwächt

Erwartung für Export: - 5 %

IFA und die Märkte

- Marktentwicklung im Detail: www.gfu.de

CEMIX (quartalsweise) und
CE-Markt 2008



gfu

**Der Markt
für
Consumer Electronics**

- Deutschland 2008 -



GfK

Trends Consumer Electronics

- **Neue TV-Geräte: mehr Kontrast, weniger Energieverbrauch und klare Bilder**
 - Gesteigerte Energie-Effizienz (LED Backlight, neue Plasma-Typen)
 - HDTV + gesteigerte Bildqualität (Kontrast, Bewegung, n x 50/60 Hz)
 - Flaches Design
 - OLED-Technologie
 - Cinemascope-Format
- **Neue Connectivity und 3. Dimension**
 - TV goes Web
 - 3D-Prototypen

Trends Consumer Electronics

- **Blu ray-Disc: Ein ausgereiftes Format**
 - Umfangreicheres Produktangebot seit Systementscheidung
 - Schneller Anstieg bei Titeln und Web-Content
- **Networking: Vielfalt innovativer Produkte, neues Zusammenspiel**
 - Wireless HD vor der Markteinführung
 - Neue Streaming-Lösungen
 - Vielfältige Media Server, Netzwerk Clients, NAS (network attached storage)
- **Faszinierende Home-Cinema-Lösungen**

Trends Consumer Electronics

- **Mobile Unterhaltung, Navigation und Kommunikation**
 - Produkte kombinieren vielfältige Funktionen: Audio, Video, Navigation, Bilder, Internet, E-mail, TV, Telefon,...
- **Schärfer denn je**
 - DSC (digital still cameras), SLR (single lens reflex) Kameras und Camcorder in High Definition und mit Videoaufnahme
- **Keine Mechanik in der Zukunft**
 - Flash Memory Bauteile ersetzen Festplatte, Band und Disc

Trends Home Appliances

■ Convenience

- Easy to use, intelligente Steuerungen und Sensoren, spezielle Programme für effizientes Waschen und Reinigen.

■ Lifestyle

- Exzellentes Design über alle Produktsegmente.
- Konsumenten lieben Kunst des Kochens - allein oder mit Freunden, inspiriert vom TV.
- Großes Angebot: Kochfelder, Herde, Grills, Mixer usw. sind die perfekten Helfer für das Kochen zuhause.
- Zusatznutzen durch erweiterte Funktionen wie z.B. eingebaute TVs, Frischhaltesysteme oder Eismaschinen.

Trends Home Appliances

■ Lifestyle

- Der Kaffeekult ist mit steigenden Umsätzen auf dem bislang höchsten Level: klassisches Brühen, Espresso-Maschinen, Vollautomaten und Portions-Systeme - stand alone oder eingebaut.

■ Gesundheit

- Gesundes Kochen mit frischen Zutaten und entsprechenden Helfern wie Dampfgarern, Saftpressen oder Frischhaltesystemen.

■ Wellness

- Personal Care und Beauty Appliances boomen: Haarpflege oder Body Groomer - inspiriert von zahlreichen Casting-TV-Shows.

Trends Home Appliances



■ Energie-Intelligenz (1)

- 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.

Trends Home Appliances



■ Energie-Intelligenz (2)

- Vorteile moderner und energieeffizienter Produkte für den Konsumenten:

Umweltschutz

Geringere Kosten für Energie und Wasser

Mehrwert durch innovative neue Konzepte mit mehr Komfort und mehr Nutzen

IFA: Einzigartig!



Dies alles finden Sie auf der IFA.

Die IFA ist die weltweit größte Messe ihrer Art!

► Erfolg durch konsequente Weiterentwicklung.

Vielen Dank Ihnen für Ihre Unterstützung!