

# Presseinformation

## Markt für Unterhaltungselektronik bleibt 2013 weitgehend stabil

- Umsatz in Höhe von 12,4 Milliarden Euro erwartet
- Erneuter Absatzrekord bei Flachbildfernsehern
- Hohe Nachfrage nach Internetdiensten im Auto
- Am 8. Januar startet die Consumer Electronics Show in Las Vegas

### Berlin, 11. Dezember 2012

Der deutsche Markt für Unterhaltungselektronik bleibt 2013 weitgehend stabil. Der Umsatz wird voraussichtlich 12,4 Milliarden Euro betragen, nach 12,6 Milliarden Euro 2012. Das gab der Hightech-Verband BITKOM heute in Berlin bekannt. „Trotz eines starken Preisdrucks halten die Umsätze mit Unterhaltungselektronik auch im kommenden Jahr ihr hohes Niveau“, sagte Dr. Christian P. Illek, Mitglied des BITKOM-Hauptvorstands. „Die vielen Innovationen zum Beispiel rund um die Vernetzung im Haushalt treffen das Interesse der Kunden. Das lässt die Absatzzahlen 2013 bei vielen Produkten weiter steigen.“ Auch die Entwicklung bei Flachbildfernsehern ist stabil. Für 2013 wird mit rund 9,8 Millionen verkauften Geräten gerechnet. Das entspricht einem Rückgang von 1,1 Prozent. Trotz fehlender Fernsehhighlights im kommenden Jahr wie Fußball-EM oder den Olympischen Spielen bleibt der Absatz bei Flachbild-TVs stabil. Im Trend liegen weiter internetfähige Fernseher. Der Absatz der Smart-TVs steigt um rund 22 Prozent auf 6,2 Millionen Geräte 2013. Auch bei Blu-ray-Playern und -Rekordern wird im kommenden Jahr mit steigenden Verkäufen gerechnet. Rund 23 Prozent mehr Geräte sollen im Vergleich zu 2012 abgesetzt werden.

Der Zugang zu Online-Inhalten spielt auch auf Fernsehern eine immer größere Rolle. Rund jeder dritte Bundesbürger hat sein TV-Gerät direkt oder über ein Zusatzgerät mit dem Internet verbunden. Direkt gehen 12 Prozent aller Deutschen mit ihrem Fernseher ins Netz. Durch Zusatzgeräte können aber auch alle anderen TV-Geräte auf Online-Inhalte zugreifen. 8 Prozent der Deutschen nutzen hierfür einen internetfähigen Blu-ray-Player, 5 Prozent den Online-Zugang ihrer Spielkonsole.

Bundesverband  
Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und  
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A  
10117 Berlin  
Tel. +49. 30. 27576-0  
Fax +49. 30. 27576-400  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

**Ansprechpartner**  
Martin Puppe  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
+49. 30. 27576-125  
m.puppe@bitkom.org

Michael Schidlack  
Bereichsleiter  
Consumer Electronics &  
Digital Home  
+49.30.27576-232  
m.schidlack@bitkom.org

**Präsident**  
Prof. Dieter Kempf

**Hauptgeschäftsführer**  
Dr. Bernhard Rohleder

## Presseinformation

### Markt für Unterhaltungselektronik bleibt 2013 weitgehend stabil

Seite 2

Insgesamt nutzen drei Viertel aller Verbraucher, die ihren Fernseher ans Web angeschlossen haben, die angebotenen Online-Inhalte aktiv. Am beliebtesten sind dabei kostenlose Musikangebote. Dazu gehören etwa personalisiertes Musikfernsehen, Internetradio oder Streamingdienste. „Der Online-Zugang des Fernsehers wird immer wichtiger. Ist das aktuelle TV-Programm uninteressant, kann damit auf eine riesige Anzahl von Internet-Angeboten zugegriffen werden“, sagte Illek.

Der Einsatz von Multimedia- und Internetdiensten im Auto ist derzeit einer der wichtigsten Trends in der Unterhaltungselektronik. Dies wird man zum Beispiel Anfang Januar auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas und dann Anfang März auf der CeBIT in Hannover sehen. So zeigt eine BITKOM-Umfrage, dass viele Autofahrer gerne Online-Services in ihrem Fahrzeug nutzen würden. Am begehrtesten sind dabei Online-Stau- und Radar-Warner. Über 80 Prozent der Bundesbürger wünschen sich entsprechende Services. Genutzt werden sie hingegen erst von wenigen. Nicht einmal jeder zwölfte Autofahrer nutzt einen Online-Stauwarner im Auto. „Der Bedarf an Internet-Services im Auto ist hoch, die Nutzung derzeit noch gering“, sagt Illek. Auf Karten- und Wetterdienste aus dem Internet hätten zwei Drittel im Auto gerne Zugriff. Für jeden Zweiten sind die Integration des Smartphones und die Steuerung von Multimediafunktionen per Sprache wichtig. Bisher nutzen weniger als 7 Prozent entsprechende Internet- und Multimediafunktionen. „Das Internet im Auto ist keine Spielerei für Technikfreaks. Das Internet kann das Autofahren sicherer, komfortabler und umweltverträglicher machen“, beschreibt Illek.

Zur Methodik: Die Angaben zur Nutzung von Online-Services am Fernseher basieren auf einer Befragung von 1.004 Personen ab 14 Jahren in Deutschland. Die Umfrage wurde von Aris im Auftrag des BITKOM durchgeführt. Die Daten sind repräsentativ. Die Marktdaten stammen vom European Information Technology Observatory (EITO). EITO liefert aktuelle Daten zu den weltweiten Märkten der Informationstechnologie, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik. EITO

## **Presseinformation**

### **Markt für Unterhaltungselektronik bleibt 2013 weitgehend stabil**

Seite 3

([www.eito.com](http://www.eito.com)) ist ein Projekt der BITKOM Research GmbH in Zusammenarbeit mit den Marktforschungsinstituten ICD und GfK.

Der BITKOM vertritt mehr als 1.700 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Nahezu alle Global Player sowie 800 Mittelständler und zahlreiche gründergeführte Unternehmen werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien.