

PRESSEINFORMATION

Nr. 077/FY2012, August 2012

Panasonic steigert Marktanteile im Bereich TV Erfolgreiches Smart VIERA TV-Konzept: Das beste Panasonic TV-Sortiment aller Zeiten findet großen Anklang und starken Absatz



Hamburg, August 2012 – Panasonic konnte seine Marktanteile im Bereich Flachbildfernseher im zweiten Quartal kräftig steigern und ist im Juni 2012 mit 12,6 Prozent zum zweitstärksten TV-Hersteller in Deutschland aufgestiegen*. „Dieses hervorragende Ergebnis deutete sich schon bei der Präsentation unseres neuen TV-Sortiments Anfang des Jahres an: Das positive Feedback der Experten und unserer Handelspartner insbesondere zu den

neuen Smart VIERA TVs wird nun durch den Zuspruch der Verbraucher und steigende Absatzzahlen bestätigt“, erklärt Armando Romagnolo, General Manager und Head of Product Marketing Audio Video & Training CE bei Panasonic Deutschland.

Die Ende Februar von Panasonic vorgestellten und mittlerweile im Handel erhältlichen 2012er-Serien der VIERA NeoPlasma und IPS LED-LCD TVs ernteten bereits bei ihrer Präsentation in Hamburg großes Lob seitens der Fachwelt und sammeln seither Testsiege. Das spiegelt sich auch in den Verkaufszahlen wider. Hier legt Panasonic seit März kontinuierlich zu und konnte sich in punkto Marktanteile den zweiten Platz unter den TV-Herstellern sichern*. „Panasonic ist von jeher davon überzeugt, dass nur eine konsequente Fokussierung auf Produkte mit herausragendem Qualitätsniveau zu langfristigem Erfolg führt. Mit unseren neuen Smart VIERA TVs haben wir diese Maxime sehr erfolgreich in die Praxis umgesetzt“, so Romagnolo. „Deshalb können wir dem Handel und den Endverbrauchern derzeit auch das beste und umfangreichste TV-Sortiment unserer Firmengeschichte bieten.“

Marktführerschaft bei Plasma TVs – starke Zuwächse bei LED-LCD-Geräten

Im Bereich Plasma TVs ist Panasonic in Deutschland seit langem klarer Marktführer und kann diese Position aktuell weiter festigen. Im Juni 2012 liegt der Marktanteil bei 57,5 Prozent. Auch bei den LED-LCD-Modellen verzeichnet Panasonic starke Zuwächse seit Jahresbeginn. Der Marktanteil steigt hier auf 10 Prozent. Der Grund für das Wachstum: Panasonics Smart VIERA Strategie und die Erweiterung der IPS LED-LCD-Modellreihen um

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

Anschläge: 4.181

* Quelle: GfK (auf Wertbasis)

Geräte mit Bildschirmdiagonalen von 119cm (47 Zoll) und 139cm (55 Zoll). Großformatige LCD-Fernseher waren bis dahin bei Panasonic nicht Teil des Sortiments, da die Kompromisse in Bezug auf gleichmäßige Ausleuchtung, Kontrast und Blickwinkel für die hohen Bildqualitätsanforderungen der Panasonic Entwickler zu groß waren. Die neue Generation der IPS LED-LCD-TVs erfüllt diese Ansprüche nun. Dies gilt insbesondere für die High-End-Modelle der Smart VIERA WT50-Serie. Sie bestechen durch die ideale Kombination aus perfekter Bildqualität in 2D und 3D dank weiterentwickelter IPS-Displaytechnologie, umfassenden Internet- und Multimedia-Funktionen und intuitiver Bedienung. Mit der WT50-Serie präsentiert Panasonic aber nicht nur seine bislang größten und innovativsten LED-LCD-TVs – mit der Energieeffizienzklasse A+ zählen sie zugleich zu den derzeit umweltfreundlichsten Fernsehern auf dem Markt. Das Highlight für Heimkinoenthusiasten ist jedoch die neue Smart VIERA NeoPlasma-Flaggschiff-Serie VT50 im luxuriösen One-sheet-of-glass Design. Die drei Modelle in den Bildgrößen 127cm (50 Zoll), 140cm (55 Zoll) und 165cm (65 Zoll) stellen in punkto Bildqualität eine Klasse für sich dar.

Smart VIERA Strategie überzeugt Endverbraucher

Bei der Entwicklung der neuen Smart VIERA TVs setzte Panasonic bewusst nicht auf den Ausbau einzelner Teilbereiche wie etwa neue Internetanwendungen oder Spiele. Die Panasonic Smart VIERA TVs vereinen fünf Qualitätskriterien, die für moderne verbraucherorientierte Flachbildfernseher wesentlich sind: Eine überwältigende Bildqualität, maximale Vernetzung, kinderleichte Bedienung, hohe Umweltfreundlichkeit bei Herstellung und Verbrauch und ein herausragendes Design. Alle diese Eigenschaften vereinen die 2012er Modelle besser als je zuvor – und das zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Die aktuellen Absatzzahlen belegen eindrucksvoll, dass Panasonic mit seiner neuen TV-Strategie den Bedürfnissen der Händler und Endverbraucher mehr denn je gerecht wird.

Über Panasonic:

Die Panasonic Corporation ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Entwicklung und Produktion elektronischer Produkte in den drei Geschäftsfeldern Consumer, Components & Devices sowie Solutions. Der in Osaka, Japan, ansässige Konzern erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2012) einen konsolidierten Netto-Umsatz von 7,85 Billionen Yen/72 Milliarden EUR. Die Aktien des Konzerns sind an den Börsen in Tokio, Osaka, Nagoya und New York (NYSE: PC) notiert. Der Unternehmensvision entsprechend will Panasonic bis zum Jahr 2018 – dem 100-jährigen Firmenjubiläum – das weltweit führende Unternehmen für grüne Innovationen in der Elektronikindustrie werden. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic und dessen Nachhaltigkeitsengagements finden Sie unter <http://www.panasonic.net>.

Bei Veröffentlichung oder redaktioneller Erwähnung freuen wir uns über die Zusendung eines Belegexemplars!

Weitere Informationen:

Panasonic Deutschland
eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH
Winsbergring 15
22525 Hamburg

Ansprechpartner für Presseanfragen:
Michael Langbehn
Tel.: 040 / 8549-0
Email: presse.kontakt@eu.panasonic.com