

BRANCHENKOMPASS CE

Consumer Electronics Markt in Deutschland, 1.HJ·2023



CE-MARKT IM ÜBERBLICK

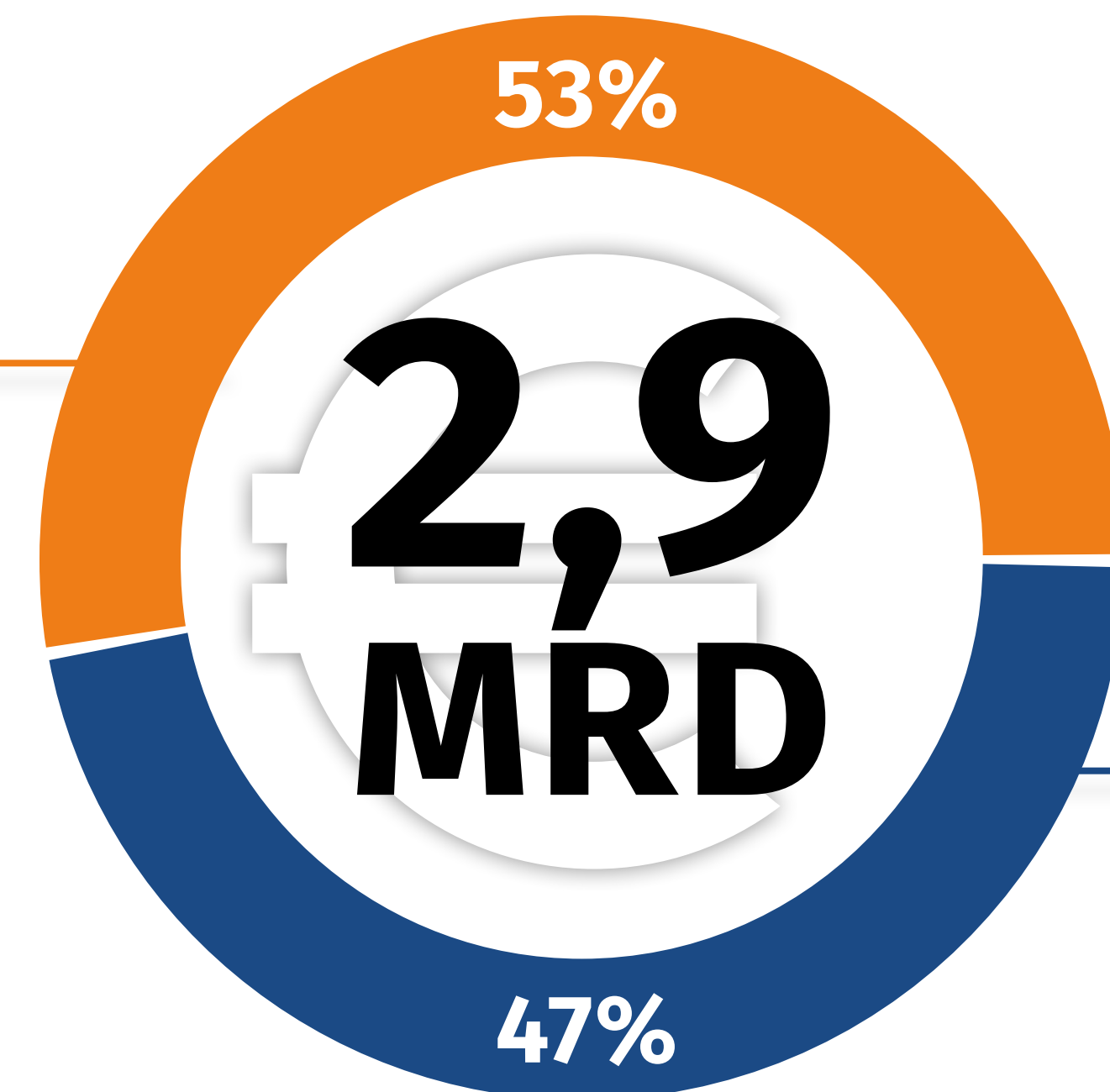
Der hier betrachtete Consumer Electronics-Markt umfasst TV-Geräte, TV-Zubehör, Radios, Kopfhörer, Lautsprecher sowie Audio- und Soundsysteme und weitere Geräte.

Der Audiomarkt gewinnt an Bedeutung. Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2022 stieg der Audioanteil am Umsatz um rund 3%.

Die Umsätze im Audiosegment waren gegenüber dem Vorjahr insgesamt stabil, während das TV/Video-Segment rückläufig war.

CONSUMER ELECTRONICS MARKT IN DEUTSCHLAND 1.HJ·2023

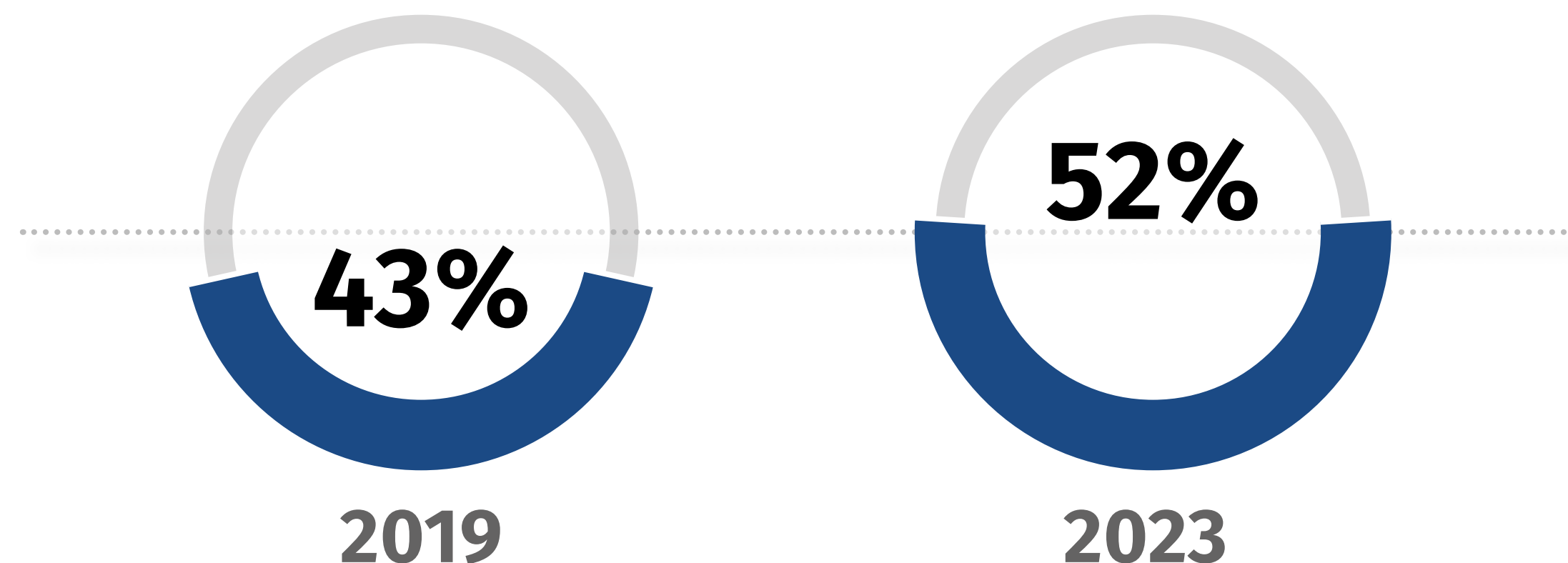
**VIDEO:
1,5 MRD
EURO**



**AUDIO:
1,4 MRD
EURO**

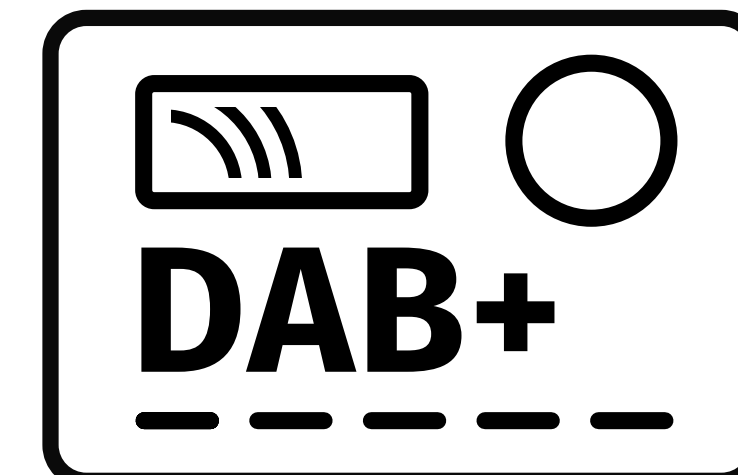
DIGITALE RADIOS IM AUFWIND

**1. HALBJAHR 2023:
MEHR ALS DIE HÄLFTE DER RADIOGERÄTE SIND DAB+ FÄHIG***
Dies ist erstmals der Fall.
Seit 2019 ist der Anteil um 9% gestiegen.



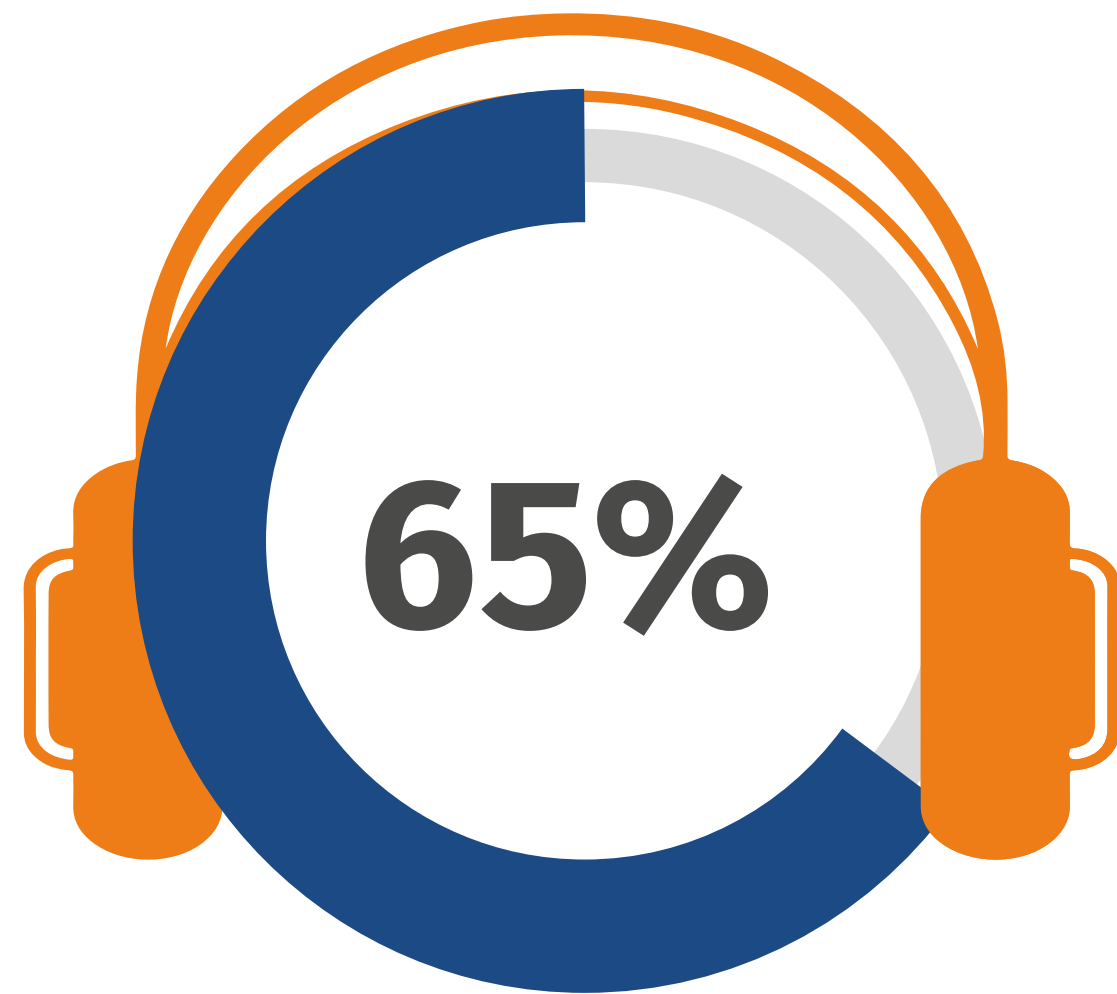
* nur Radio Devices / Stand alone-Radios

RUND 16 MIO
DAB+RADIOGERÄTE*
WURDEN INSGESAMT
SEIT 2010 VERKAUFT



* alle Radiokategorien

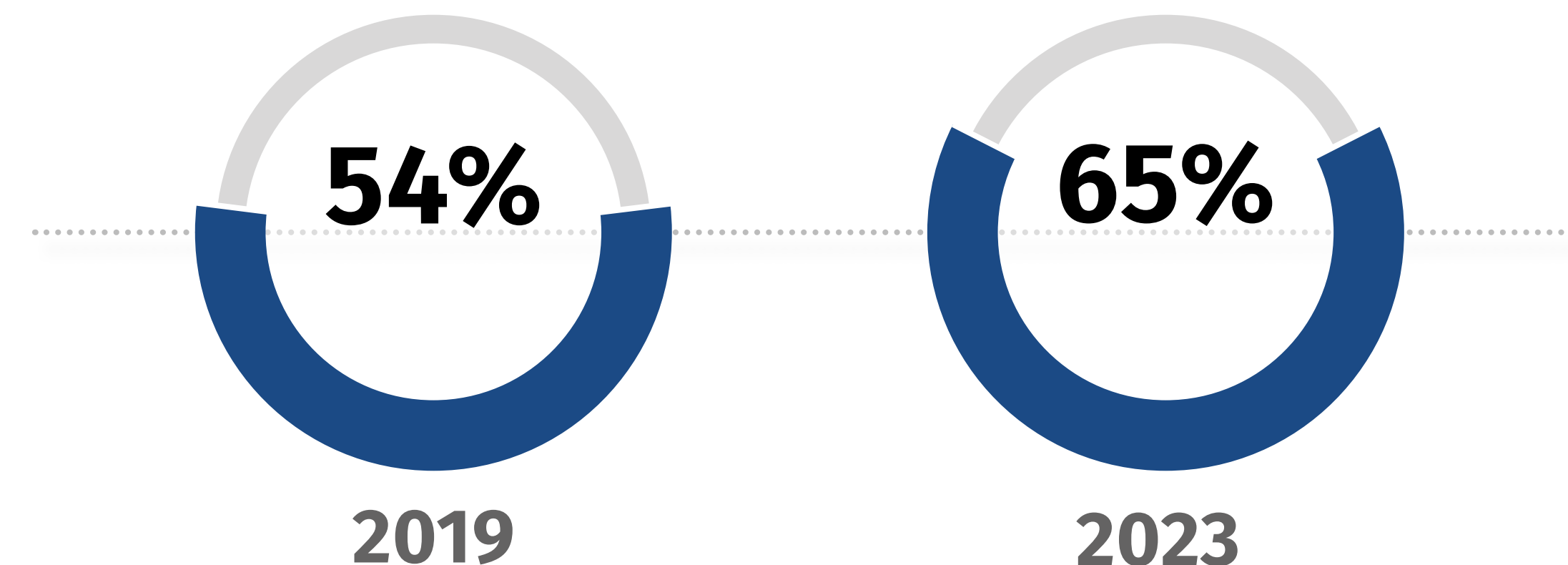
KOPFHÖRER SIND WEITER GEFRAGT



KNAPP 2/3 der im 1.HJ 2023 verkauften Audiogeräte waren Kopfhörer. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist das ein Plus von 2%.

WACHSTUMSMARKT

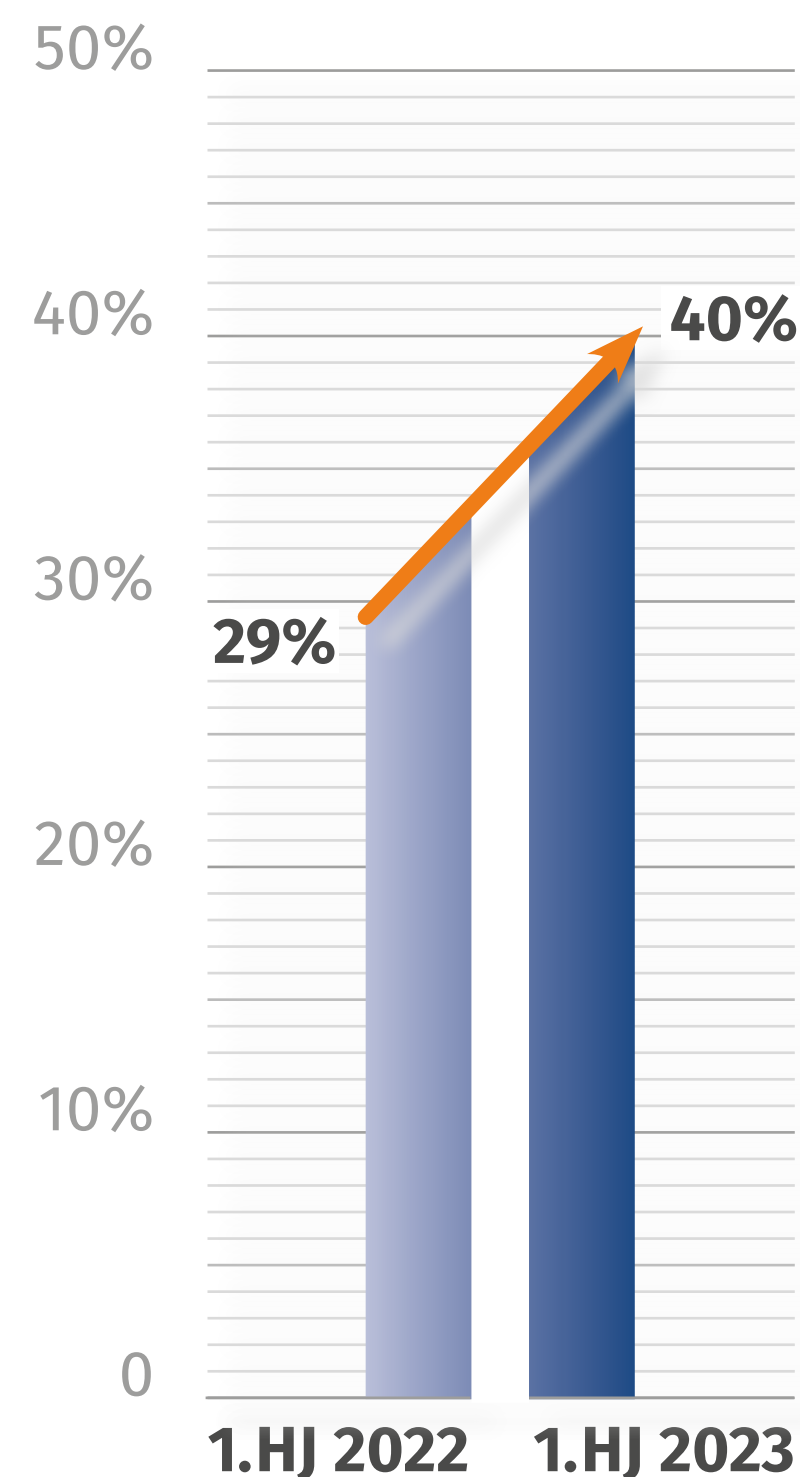
In den vergangenen Jahren ist der Anteil von Kopfhörern am Gesamtabsatz von Audiogeräten sukzessive gestiegen.



BOOM BEI FERNSEHERN MIT INTEGRIERTEM SURROUNDSOUND

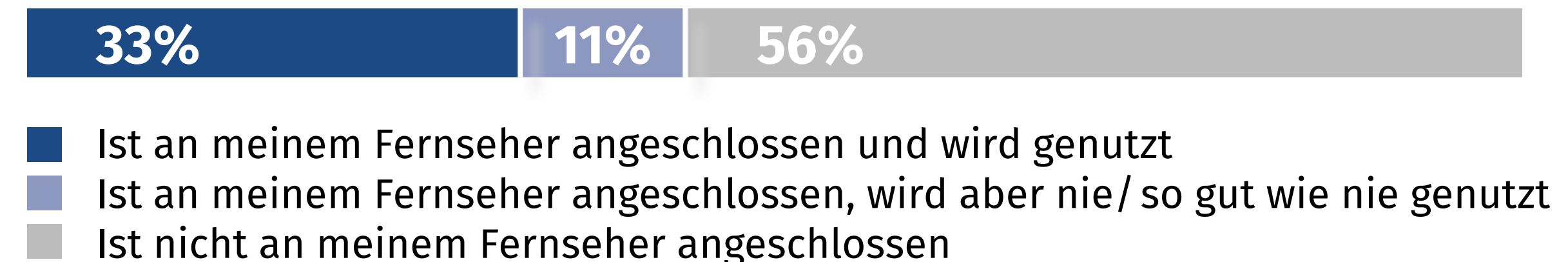
ANTEIL TV-GERÄTE MIT SURROUNDSOUND LEGT STARK ZU

Der Anteil der verkauften Fernseher mit integriertem Surroundsound ist gegenüber dem Vorjahr von 29 auf 40 Prozent gestiegen.



Fast jeder Zweite hat eine Soundbar oder Lautsprecher am Haupt-TV angeschlossen.
Aber nur ein Drittel nutzt die externen Geräte auch.

SOUNDBARS/BOXEN

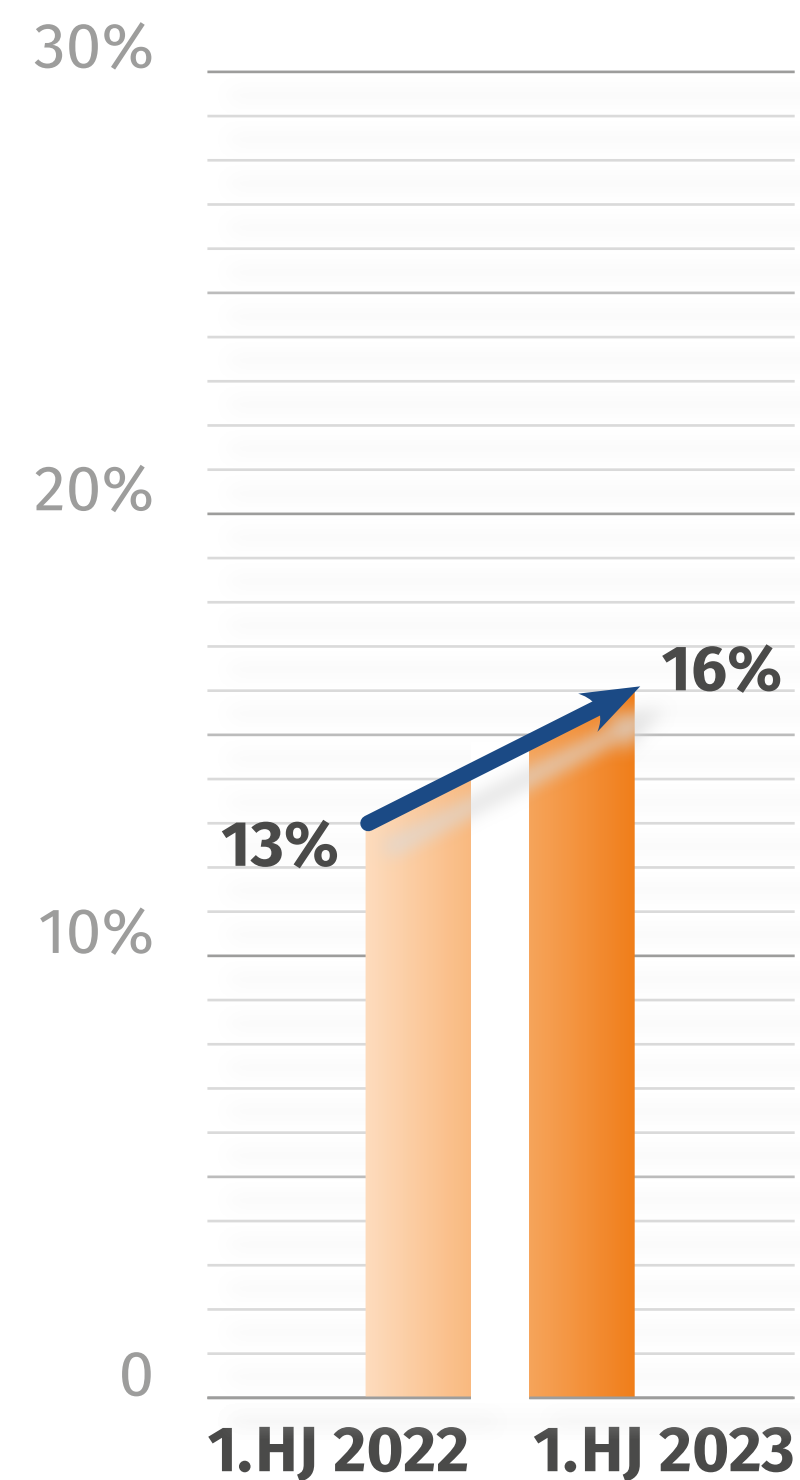


Im Auftrag des ZVEI wurden vom 6.-9. Juli 2023 mit dem GfK eBUS® 1.000 Personen im Alter von 18–74 Jahren befragt, die die deutschsprachige Bevölkerung repräsentieren. Frage: „Welche zusätzlichen Geräte sind an Ihren Haupt-Fernseher angeschlossen und werden von Ihnen genutzt?“

TV-MARKT: OLED LEGT WEITER ZU

OLED-FERNSEHER SIND WEITER IM AUFWIND

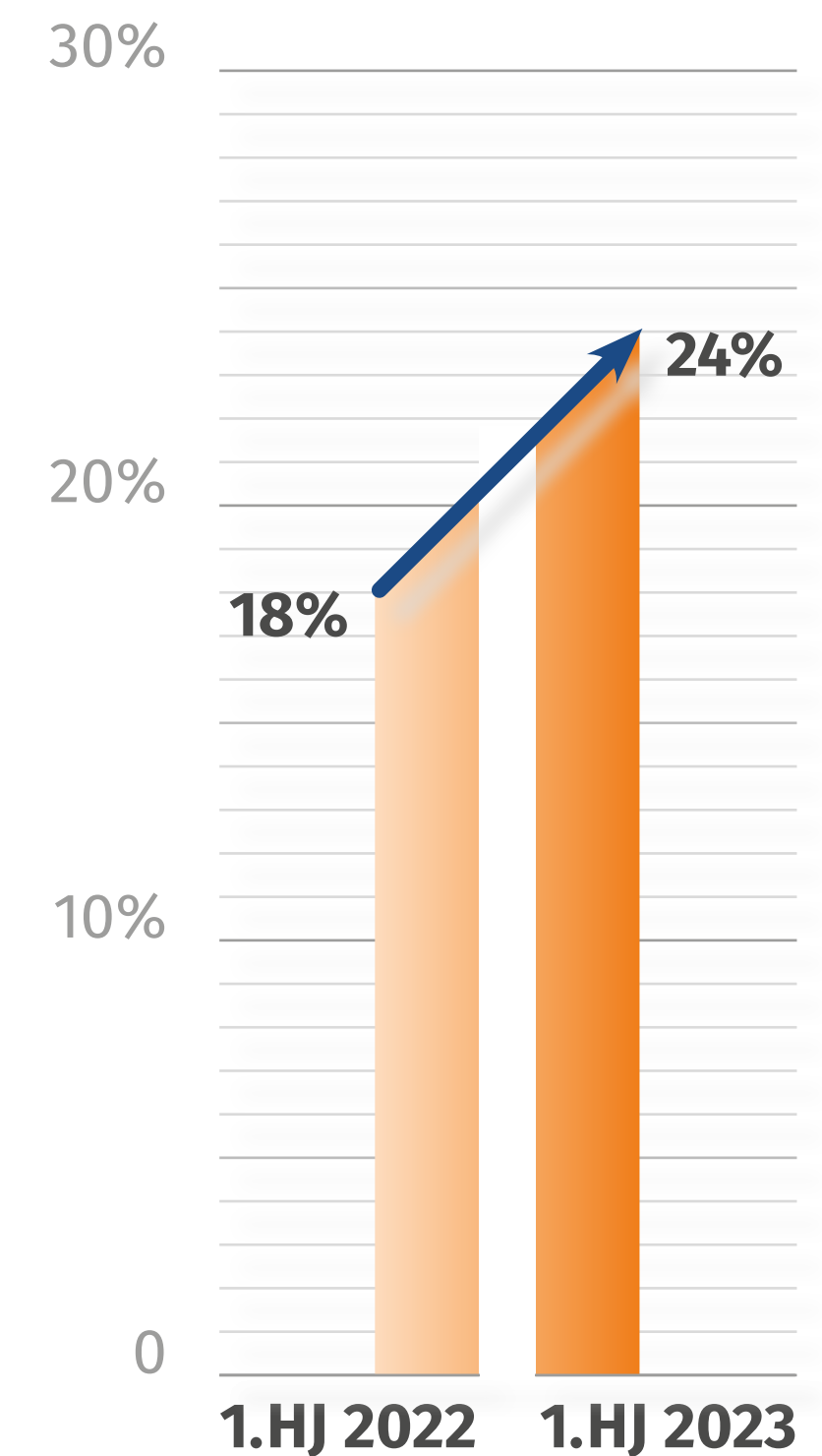
Der Marktanteil der verkauften OLED-Fernseher steigt seit 2020 jährlich um 3 bis 4 Prozentpunkte. Aktuell liegt er bei 16 Prozent.



MEHR HDR-MULTITALENTE

IMMER MEHR „HDR-ALLESKÖNNER“

Der Marktanteil der verkauften UHD-Fernseher, die alle gängigen HDR-Verfahren beherrschen, stieg im 1. HJ 2023 deutlich gegenüber dem Vorjahreszeitraum an – von 18 auf 24 Prozent.

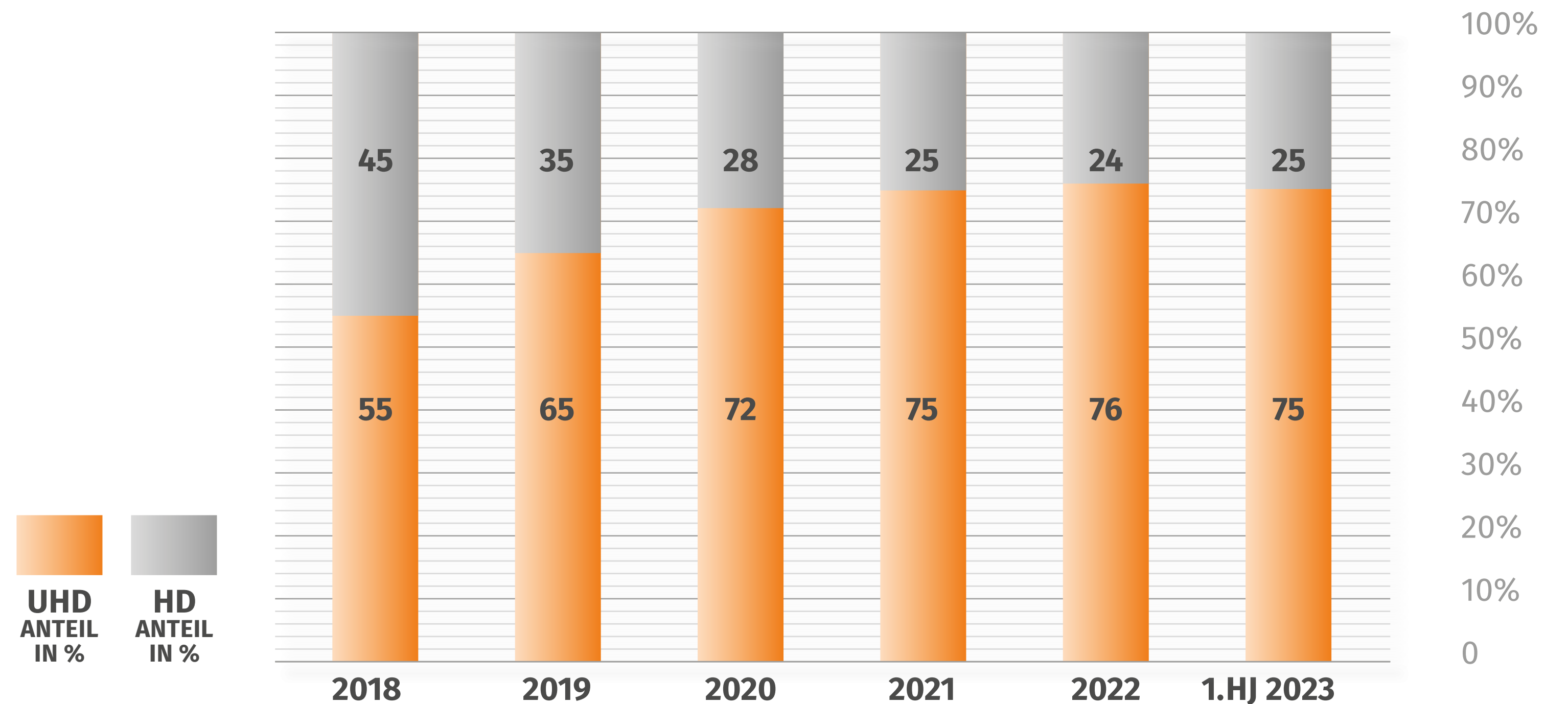


ANTEIL UHD-TVS PENDELT SICH EIN

MARKTANTEIL UHD-TVs KONSTANT BEI 75 PROZENT

Nach dem rasanten Wachstum in den ersten Jahren der Markteinführung liegt der Marktanteil von UHD-Fernsehern mittlerweile bei rund 75 Prozent.

Rund ein Viertel der Käufer entscheidet sich damit weiterhin für HD-Bildqualität.



HD-FERNSEHER BLEIBEN GEFRAGT

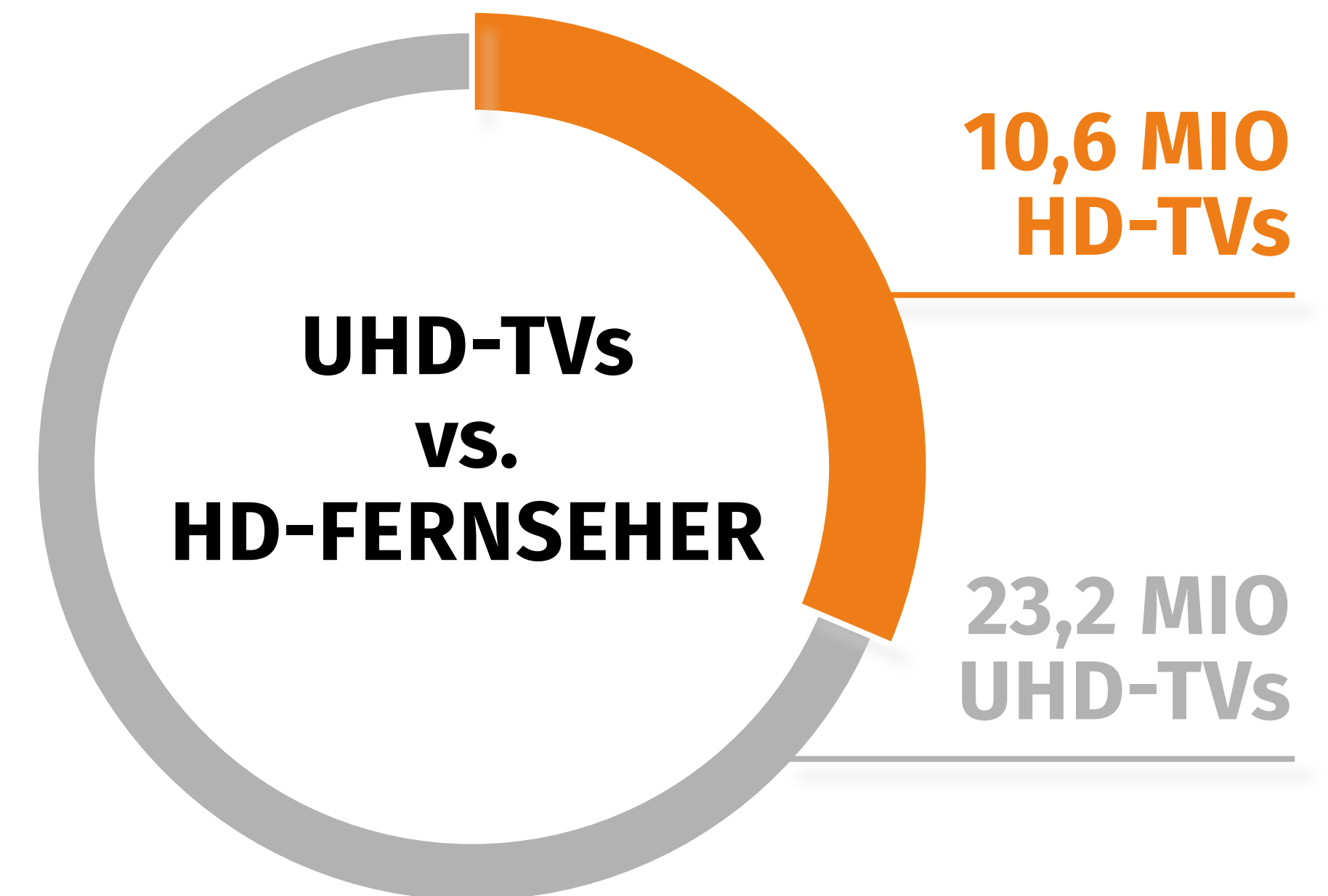
33,8 MIO
FERNSEHER
WURDEN SEIT 2018
IN DEUTSCHLAND
INSGESAMT VERKAUFT



VERKAUFTE FERNSEHER UHD VS. HD SEIT 2018

Seit 2018 sind in Deutschland insgesamt 33,8 Millionen Fernseher verkauft worden.

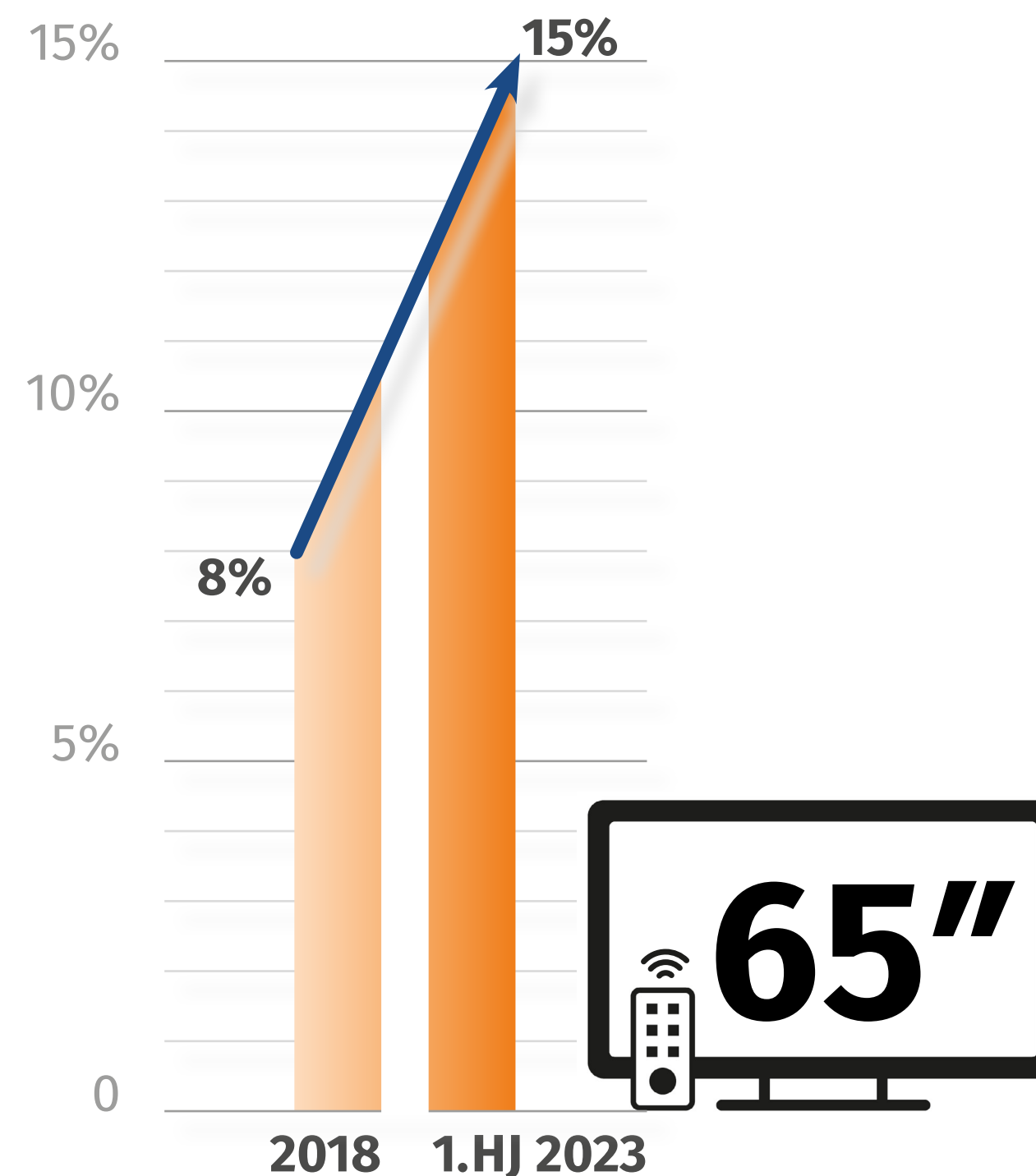
23,2 Millionen entfielen auf **UHD-GERÄTE**,
10,6 Mio. auf **HD-TVs**.



MARKTANTEIL VON TVs AB 65" HAT SICH FAST VERDOPPELT

Der Anteil der beliebten Bildschirmgröße (55 Zoll) liegt seit 5 Jahren konstant bei knapp über 20 Prozent.

In diesem Zeitraum verdoppelte sich der Anteil der ebenfalls gefragten 65-Zoll-Geräte fast auf 15 Prozent.



Noch größere Geräte legten ebenfalls zu, bleiben aber in der Nische.

Die Gruppe der kleineren Fernseher mit bis zu 50 Zoll zeigen sich robust und legen nach Jahren sinkender Anteile aktuell wieder leicht zu.