



Bild: Panasonic

Panasonic Convention 2019

## Herausragend in Bild & Ton: Panasonic OLED- und UHD LED-TVs

Zur Panasonic Convention Mitte Februar in Frankfurt am Main zog die Unternehmensführung eine positive Bilanz für das zurückliegende Geschäftsjahr und gab einen Ausblick auf 2019. Im TV-Markt konnte **Panasonic** seine Marktanteile weiter ausbauen und ist laut GfK die Nummer 2 auf Wert- und Stückbasis

Das vergangene Jahr hat für Panasonic außerordentlich viele Höhepunkte mit sich gebracht«, sagte **Kai Hillebrandt**, Managing Director DACH und NL. »Nicht nur mit Blick auf die Feierlichkeiten zum 100-jährigen Firmenjubiläum, sondern auch auf die Geschäftsentwicklung im All-

Panasonic OLED-Spitzenmodell GZW2004 unterstützt sogar alle HDR-Standards von HDR10+ über Dolby Vision bis hin zu HLG Photo und erreicht so einen außergewöhnlichen Kontrastumfang. Das »Tuned by Technics«-zertifizierte Audiosystem liefert dazu raumfüllenden Dolby-Atmos-Sound.



**Kai Hillebrandt**  
Panasonic  
Managing Director  
DACH und NL



**Armando Romagnolo**  
Marketing Director CE  
Panasonic  
Deutschland



**Michael List**  
Sales Director CE  
Panasonic  
Deutschland

gemeinen. Gerade in strategisch wichtigen Schlüsselsegmenten haben wir unsere teils sehr ambitionierten Ziele erreicht und uns damit in eine ausgezeichnete Position für das neue Geschäftsjahr gebracht. Deshalb gehen wir auch mit großem Selbstvertrauen ins Jahr 2019.«

### Neue TV-Modelle für den Boom-Markt OLED

Aufgrund des stark wachsenden OLED-TV-Marktes stehen bei Panasonic besonders die neuen OLED-Flaggschiffe GZW2004 sowie GZW1004 und GZW954 im Fokus. Im Bereich 4K Ultra HD LED-TV bringt Panasonic die Serien GXW945, GXW904, GXW804 und GXW704 in den Handel. Die Fernseher machen die Vision von Filmmachern im Heimkino hautnah erlebbar. Dazu unterstützen die Geräte alle wichtigen HDR-Formate und sorgen somit für eine dynamische Bildwiedergabe. Das

»Sowohl in der Spitze als auch im mittleren und niedrigeren Preissegment sind die Erwartungen an Bildqualität und Ausstattung der Fernseher in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen«, unterstrich **Armando Romagnolo**, Marketing Director CE bei Panasonic Deutschland. »Dem tragen wir Rechnung mit einem breiten Angebot, das vom hochwertigen Einstiegs-TV bis hin zum absoluten Top-Modell keine Wünsche offenlässt. Mit der Kombination aus herausragender Bildqualität, eindrucksvollem Sound und beispielloser Konnektivität erhalten die Kunden so bei uns ein Gesamtpaket, das im Markt seinesgleichen sucht.«

Durchaus Grund zum Optimismus bietet der TV-Markt, der mit einem Anstieg bei Abverkäufen in Stück und Wert im Jahresendspurt 2018 nochmals deutlich zulegte. Das TV-Geschäft von Panasonic entwickelte sich über das ganze Jahr hinweg gegen den insgesamt leicht rückläufigen

Markt. Seinen Marktanteil konnte Panasonic dadurch zum wiederholten Male ausbauen und liegt derzeit wertmäßig bei 13 Prozent. Dabei zeigte sich insbesondere der Vormarsch der OLED-Technologie ungebrochen. So war 2018 bereits jedes siebte Gerät, das verkauft wurde, mit den selbstleuchtenden Pixeln ausgestattet. Innerhalb dieses Wachstumsmarktes erwirtschaftete Panasonic ebenfalls sehr gute Zahlen und konnte seinen Marktanteil beinahe verdoppeln.

### Fachhandelspartner bleiben zentrale Stütze im Vertrieb

»Mit den neuen TV-Modellen möchten wir selbstverständlich an die sehr guten Ergebnisse der Vorjahre anknüpfen«, so **Michael List**, Sales Director CE Panasonic Deutschland. Zentral für die Vertriebsstrategie bleiben dafür auch weiterhin die Partner im Fachhandel. »Wir setzen nach wie vor großes Vertrauen in die Berater vor Ort, die ihre Kunden und deren Bedürfnisse am besten kennen. Sie sind es letztlich auch, die die Nutzer am POS vom Mehrwert unserer Modelle überzeugen müssen – und dabei werden wir sie auch in Zukunft mit Know-how und reichweitenstarken Werbemaßnahmen unterstützen.«

Beim Trendthema 8K bleibt Panasonic unterdessen gelassen: »Aus technischer Sicht ist die Entwicklung von 8K im Moment sicher sehr spannend, beim Kunden allerdings gibt es derzeit keinerlei Bedarf

– und das ist für uns bei der Entwicklung unseres Portfolios seit jeher ausschlaggebend«, betont Armando Romagnolo. »Sobald die Technologie ausgereift, alle nötigen Standards definiert und genügend attraktive Inhalte verfügbar sind, werden auch wir mit 8K-Fernsehern in den deutschen Markt starten – zukunftsicher, nutzerorientiert und auf dem gewohnt hohen Qualitätsniveau, das unsere Kunden gewohnt sind.«

Da Panasonic wie kein anderer Hersteller beim Empfang der TV-Signale und deren Verteilung auf höchsten Komfort setzt, steht bei den meisten Geräten neben Satellit, Kabel und Antenne mit dem integrierten TV>IP Client & Server ein weiterer Empfangsweg zur Verfügung. Damit sind die Fernseher in der Lage, das TV-Programm über das Heimnetz zu empfangen, wodurch der Nutzer den Standort des Gerätes unabhängig von einem Antennenanschluss wählen kann.