

7. Forum Consumer Electronics 3D – Next Generation Entertainment Perspektiven für weiteres Marktwachstum

Berlin, 9. November 2010

Die Zukunft der digitalen Consumer Electronics – 2010

Überblick

- Die Studie ist in **Zusammenarbeit mit dem BITKOM** entstanden
- Deloitte hat sich auf die **Wachstumsfelder** der CE-Branche sowie **Handlungsempfehlungen** für die CE-Markttakteure fokussiert
- Deloitte führte im Sommer 2010 zahlreiche **Experteninterviews** zu den erwarteten Entwicklungen im CE-Markt durch
- Außerdem wurden Ergebnisse der internationalen Deloitte-eigenen Marktforschung **„The State of the Media Democracy“** herangezogen
- Die Studie wurde im September zur **IFA 2010 in Berlin** veröffentlicht



Agenda

Die internationale Perspektive

Handlungsempfehlungen für CE-Marktteilnehmer

Die 3D-Welle: Vom Kinosaal über 3D-Spiele ins Wohnzimmer

Best Practice Avatar und BSkyB

Kino: Avatar

- Einspielergebnis: **2,7 Mrd. US\$**; Produktionskosten **237 Mio. US\$**; Marketingkosten **150 Mio.US\$**
- **Treiber des antizyklischen Wachstums der Kino-Branche**
- Absatz Blu-ray Nordamerika: 2,5 Millionen Stück (**erfolgreichste Blu-ray**); Absatz DVD Nordamerika: 2,7 Millionen Stück (**erfolgreichste DVD**)
- Das **Spiel** wurde von Ubisoft für den PC, Playstation, XBOX und Nintendo entwickelt



TV: BSkyB

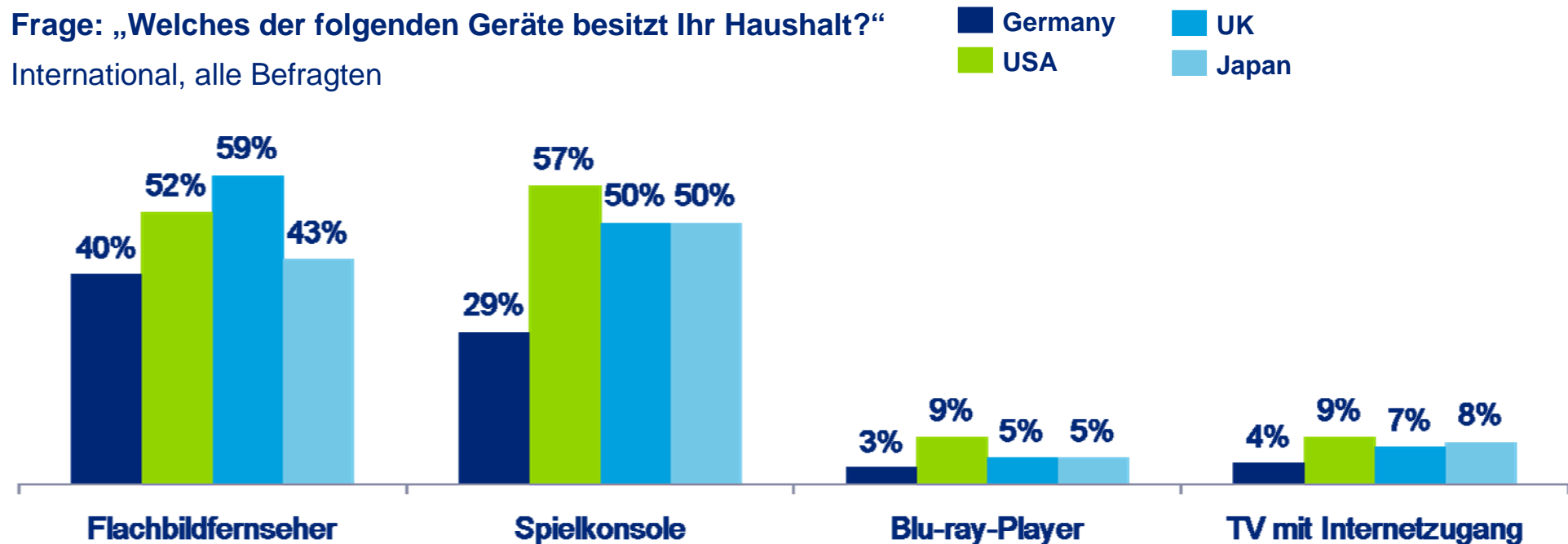
- **10 Mio. Kunden** in UK
- 3D-TV-Trial im Januar 2010 (Fußballspiel in Pubs)
- Im April 2010 konnten die Kunden des Privatsenders **erste 3D-Previews** ansehen
- Seit **Herbst 2010** für Abonnenten des HD-Pakets **komplettes 3D-Paket**
- Technik: Sky HD-Box und HD-Pack (**Update**)



Bei Distribution und Endgeräten werden international die Grundlagen für 3D geschaffen

Frage: „Welches der folgenden Geräte besitzt Ihr Haushalt?“

International, alle Befragten

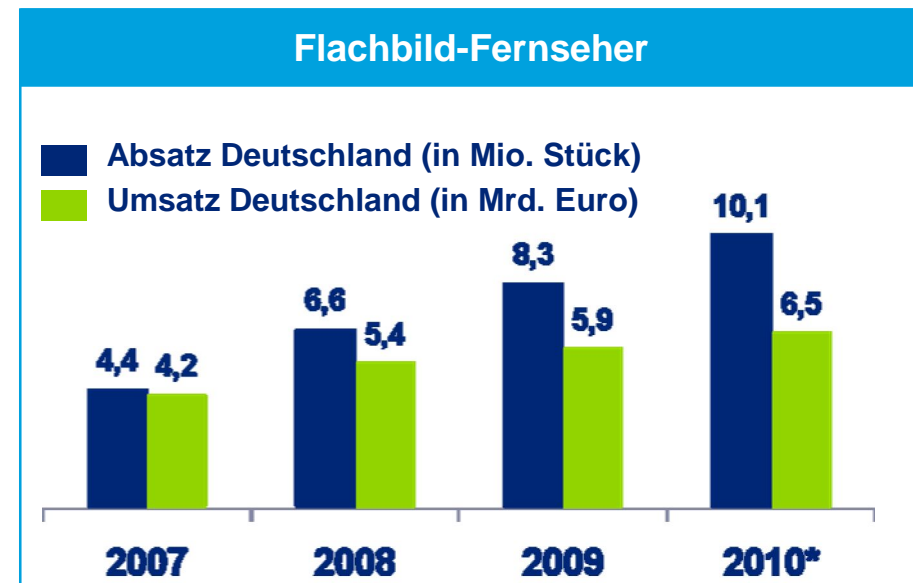
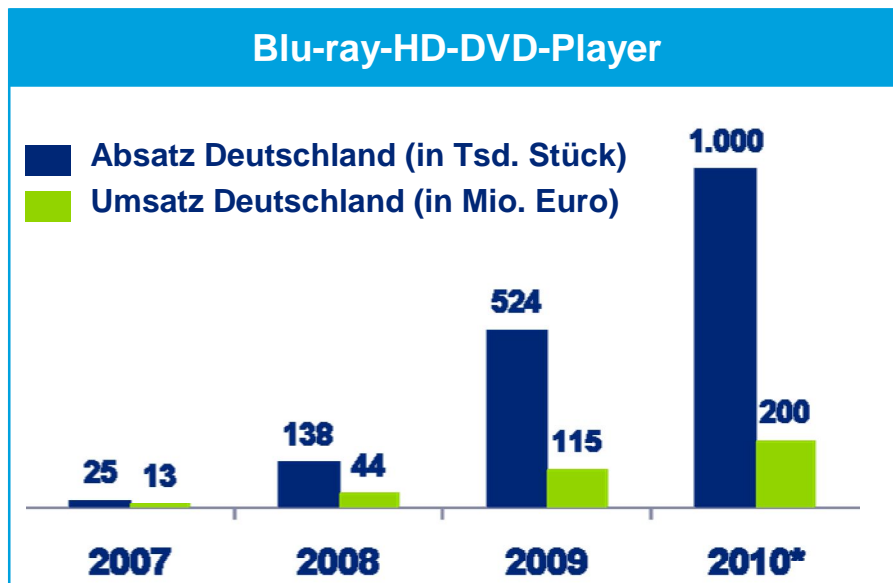


- Aktuelle Modelle von Spielekonsolen sind größtenteils mit einem Blu-ray-Player ausgestattet, der durch ein **Software Update** auf das Abspielen von 3D-Filmen **konfiguriert werden** kann.
- Viele der neuen Flachbildfernsehermodelle sind mit der **Zusatzfunktion 3D** ausgestattet.
- **TV-Geräte mit Internetzugang** treiben die beiden Megatrends Hybrid-TV und 3D-Entertainment an

Quelle: Deloitte – The State of the Media Democracy, 2010

Auch in Deutschland sind 3D-Kino, HD-Fernseher und Blu-ray-Player die Treiber für den Megatrend 3D-Entertainment

Umsatz- und Absatzentwicklung Flachbild-Fernseher und Blu-ray-HD-DVD-Player

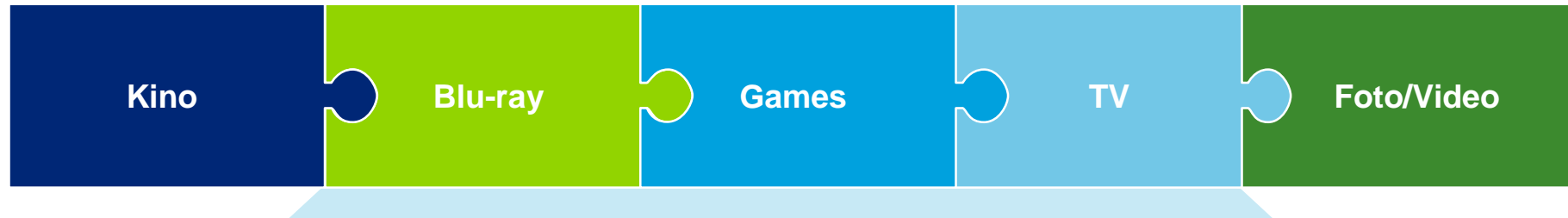


3D-Kino

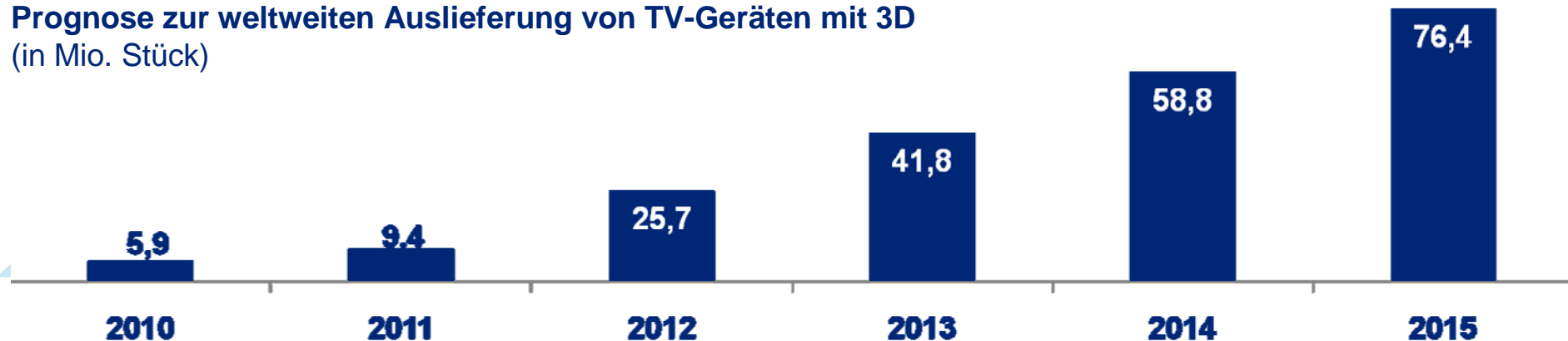
- **20% aller Kinos** können bereits Filme in 3D abspielen, Aufschlag für die Kinokarte eines 3D-Films: 3,50 Euro.
- Der weltweite Verkauf von Kinokarten **stieg im vergangenen Jahr um 7,6 %** auf 29,9 Mrd. Stück an.
- Experten gehen davon aus, dass **3D zum Standard für zukünftige Blockbuster-Produktionen** wird.

* Werte 2010 sind Prognosewerte. Quelle: EITO Frühjahr 2010; Deloitte Analyse

3D-Entertainment: Weiteres Marktpotenzial für 3D-Endgeräte ist absehbar



Prognose zur weltweiten Auslieferung von TV-Geräten mit 3D
(in Mio. Stück)



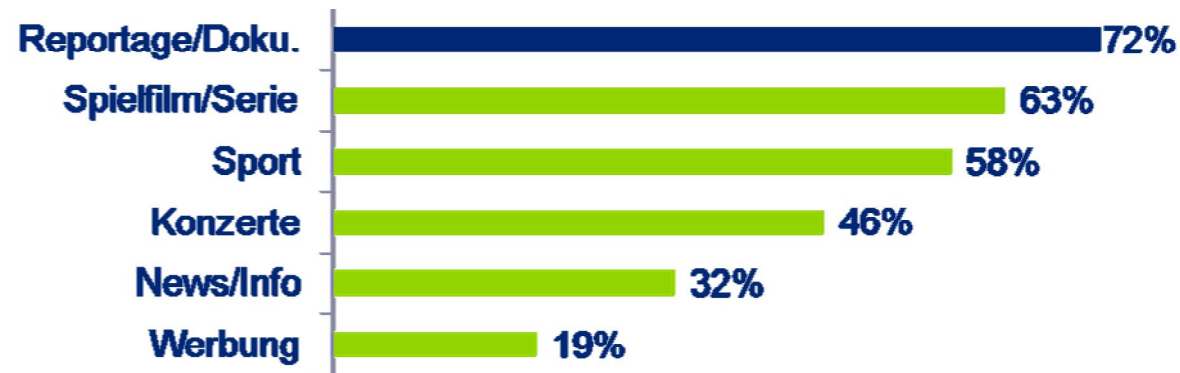
- Die 3D-Produktion **Avatar** ist mit einem Einspielergebnis von 2,7 Mrd. US\$ **der erfolgreichste Film aller Zeiten**.
- BSkyB startet europaweit den **ersten 3D-Channel**.
- Die Kinoerfolge haben Marktteilnehmer der **gesamten Wertschöpfungskette** für 3D sensibilisiert.
- Nintendo bringt ein **3D-Handheld** auf den Markt.
- Alle großen Gerätehersteller bringen **3D-Geräte, Blu-ray-Player und Active Shutterbrillen** auf den Markt.
- Immer mehr **Formate werden in 3D** produziert. Weitere 3D-TV-Sender launchen.

Quelle: iSuppli, IMS Research, 2010; Deloitte Research, 2010

Die Konsumenten halten Dokumentationen, fiktionale Formate und Sport für 3D am ehesten geeignet

Formate in 3D

(Anteil der Befragten in %)



- Ob ein breites und dauerhaftes Interesse an 3D besteht, **hängt von den Inhalten ab**
- **Dokumentationen und Reportagen** erscheinen durch den Einfluss der IMAX-Kinos, für die dreidimensionale Darstellung geeignet
- **Auch Sportsendungen** werden für 3D in Betracht gezogen

Genre in 3D

(Anteil der Befragten in %)

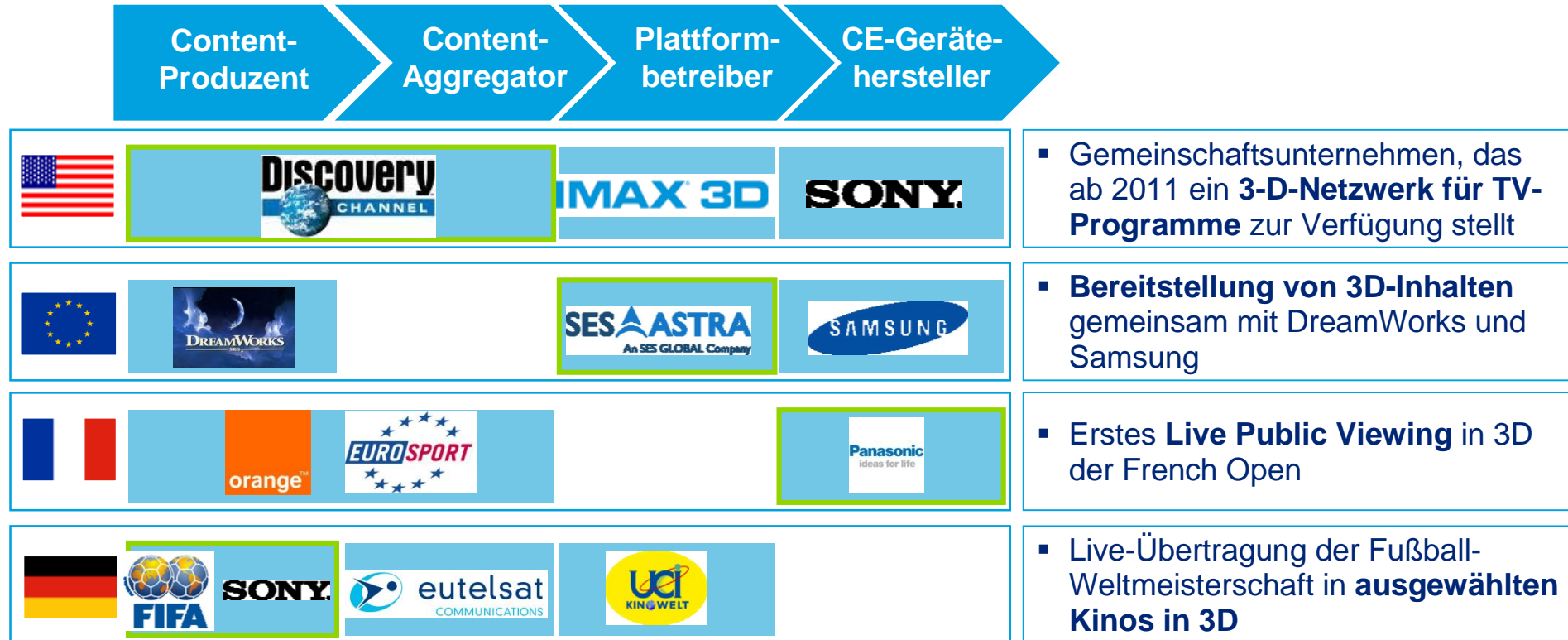


- Die Konsumenten können sich **futuristische Erzählungen mit neuen Darstellungsformen** gut in 3D vorstellen
- Dadurch wird der **Erlebnischarakter** des Gezeigten für die Zuschauer erhöht
- Aber auch Darstellungsweisen wie **Animation sind beliebt**

Quelle: Studie „Rezeption und Akzeptanz von 3D“, in Deutschland

Gerade 3D-Fernsehen erfordert neue Kooperationen

Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette im 3D-TV



 = Treiber der Kooperation

Die einzelnen Marktakteure zeigen eine **hohe Investitions- und Kooperationsbereitschaft**, um der erhöhten Komplexität in der Wertschöpfung gerecht zu werden und den neuen Trend 3D-Entertainment optimal auszuschöpfen.

Consumer Electronics Studie 2010: Deloitte identifiziert Handlungsempfehlungen für die Marktakteure des 3D-Entertainment

Handlungsempfehlungen für Marktakteure der CE-Industrie

First Mover und Follower

Interoperabilität und Eco-Systeme

Offener Ansatz und Walled Garden

Strategische Allianzen und Integration

Bezahlschranken und Werbefinanzierung

„Wer es schafft, das komplexe Universum an Möglichkeiten simpel darzustellen, hat gewonnen.“ (CE-Branchenexperte)

- Der CE-Markt ist zunehmend **von Komplexität geprägt**
- Diese Empfehlungen sollen den Akteuren des CE-Markts einen **Denkanstoß** geben
- Es geht **nicht ausschließlich** darum die Komplexität zu reduzieren
- Es geht vor allem darum, **positive Impulse aus der Komplexität zu ziehen** und diese für sich nutzbar zu machen

Experten sind sich einig: **Der Kunde ist bereit, für Service zu bezahlen**

Ihr Ansprechpartner

Deloitte.

Deloitte Consulting GmbH
Schwannstraße 6
40476 Düsseldorf
Germany

Klaus Böhm
Director

Tel: +49 (0)211 8772 3545
Mobile +49 (0)173 574 77 60
kboehm@deloitte.de
www.deloitte.com/de

Deloitte.

Wir unterstützen die Bewerbung

www.muenchen2018.org

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited, eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), und/oder ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen. Jedes dieser Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur von Deloitte Touche Tohmatsu Limited und ihrer Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns

© 2010 Deloitte Consulting GmbH