

# Presseinformation

## Absatz von Flachbildfernsehern steigt um 7,4 Prozent

- **Bedienungsfreundlichkeit, Preis und Stromverbrauch wichtigste Kaufkriterien bei Fernsehern**
- **Jugendliche legen Wert auf USB-Anschlüsse, Lesegeräte für Speicherkarten und Internetfähigkeit**

**Berlin, 12. Juli 2009**

Deutsche Verbraucher achten beim Kauf eines Fernsehers neben dem Preis vor allem auf die Bedienungsfreundlichkeit und den Stromverbrauch. Eine einfache Bedienung ist für 91 Prozent der Verbraucher „wichtig“ oder „eher wichtig“ und nimmt damit den Spitzenplatz bei den Kaufkriterien ein, gefolgt von einem guten PreisLeistungsverhältnis (90 Prozent) und einem geringen Stromverbrauch (86 Prozent). Das ergab eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM. Das Marktforschungsinstitut techconsult hat dazu im Mai 2009 tausend Personen befragt. Weitere wichtige Aspekte für die Kunden sind die Bildschirmgröße (82 Prozent) sowie die sonstigen Umwelteigenschaften (67 Prozent) des Fernsehers. Außerdem spielen das Design, eine hochauflösende Bildqualität sowie die Marke des Herstellers eine Rolle. „Ein geringer Stromverbrauch ist für die Käufer von TV-Geräten in den vergangenen Monaten zu einem wichtigen Kriterium geworden, hier hat ein Umdenken bei vielen Verbrauchern stattgefunden“, sagt Jeffrey van Ede, Mitglied des BITKOM-Präsidiums.

Allerdings hängen die Aspekte beim Kauf von TV-Geräten stark vom Alter der Befragten ab. „Die jüngere Zielgruppe, insbesondere 10 bis 17-jährigen Jungs, setzen neue Trends und unterscheiden sich in den Ausstattungswünschen stark vom Durchschnitt“, sagt van Ede. Männliche Jugendliche legen einen überdurchschnittlich hohen Wert auf USB-Anschlüsse (71 Prozent), eingebaute Lesegeräte für Speicherkarten (79 Prozent) und Internetfähigkeit (36 Prozent). „Die meisten Jugendlichen wollen auf möglichst großen Flachbildschirmen in hochauflösender Qualität nicht nur fernsehen, sondern auch eigene Digitalfotos und -Filme anschauen sowie im Internet surfen – darauf stellen sich die Hersteller ein“, so van Ede. Internetfähige Fernseher und Set-Top-Boxen zum Nachrüsten vorhandener Geräte kommen derzeit vermehrt in den Handel.

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**

Marc Thylmann  
Pressesprecher  
Technologien & Dienste  
Tel. +49.30.27576-111  
Fax +49.30.27576-51-111  
m.thylmann@bitkom.org

Michael Schidlack  
Bereichsleiter  
Consumer Electronics & Digital  
Home  
Tel.: +49.30.27576-232  
Fax: +49.30.27576-51-232  
m.schidlack@bitkom.org

### **Präsident**

Prof. Dr. Dr. h.c. mult.  
August-Wilhelm Scheer

### **Hauptgeschäftsführer**

Dr. Bernhard Rohleder

## **Presseinformation**

### **Absatz von Flachbildfernsehern steigt um 7,4 Prozent**

Seite 2

Generell steigt die Nachfrage nach LCD- und Plasmafernsehern trotz Wirtschaftskrise weiter. 2009 werden voraussichtlich 7,1 Millionen Flachbildfernseher verkauft, ein Plus von 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Grundlage sind Daten des BITKOM-eigenen Marktforschungsinstituts EITO. Der Durchschnittspreis für einen Flachbildfernseher fällt in diesem Jahr von 820 auf 747 Euro – ein Rückgang um 9 Prozent. Daher wird für dieses Segment 2009 keine Steigerung des Marktvolumens erwartet. Fernsehgeräte bleiben aber das wichtigste Segment im CE-Markt. Sie stehen für rund 40 Prozent der Umsätze in der Unterhaltungselektronik.

Hinweis zur Datenquelle: Das European Information Technology Observatory ([www.eito.com](http://www.eito.com)) liefert aktuelle Marktdaten zu den weltweiten Märkten der Informationstechnologie, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik. EITO wird von der Bitkom Research GmbH betrieben, einer Tochtergesellschaft des BITKOM e.V. Das EITO arbeitet u.a. mit den Marktforschungsinstituten PAC, IDATE und GfK zusammen.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.300 Unternehmen, davon 950 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software, IT-Services und Telekommunikationsdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungspolitische Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.