



## Kompetenzbereich Consumer Electronics & Digital Home

BITKOM - Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e.V.

Berlin, den 1. März 2007

## Die 12 wichtigsten Thesen zum CE-Markt

- + digitale Consumer Electronics (CE) ist der **wachstumsstärkste** Konsumgütermarkt in Deutschland.
- + Deutschland hat Potenzial:  
noch immer wird hierzulande erheblich weniger für CE pro Kopf  
ausgegeben als z.B. in F, GB oder USA
- + Die digitale CE eröffnet eine Plattform neuer Dienstleistungslandschaften

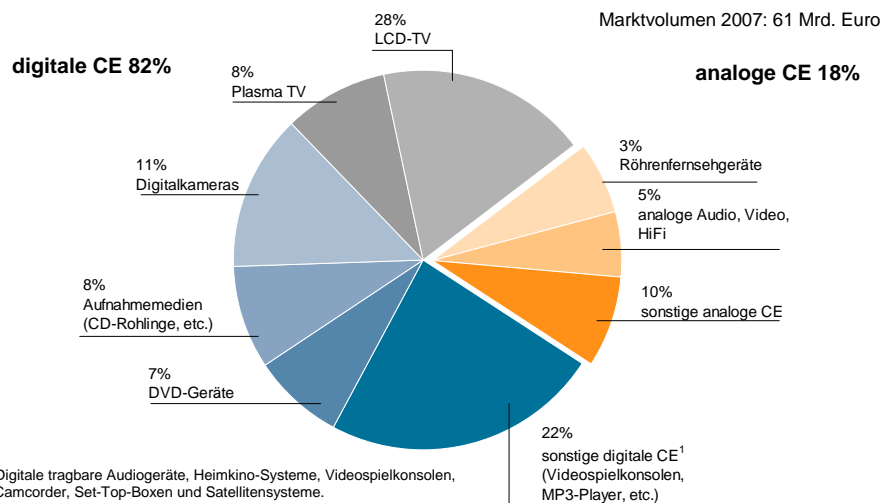
## Die 12 wichtigsten Thesen zum CE-Markt



- + die Konvergenz hat die Umsatzpotenziale und Produktvielfalt nicht vermindert, sondern **erhöht**
- + es profitieren klassische Anbieter und IT-Anbieter: allerdings nicht jeder
- + wer digitale Techniken mit allen Schnittstellen im Markt vollständig bedient, gewinnt an Performance - zu Lasten anderer Anbieter. Dies betrifft Industrie und Handel

## Consumer Electronics: Digital hat analog verdrängt

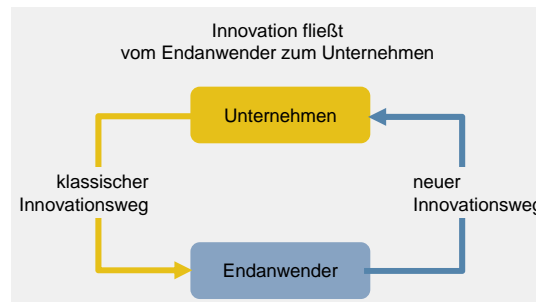
Westeuropa\*, Umsatz in Mrd. Euro 2007



Quelle: EITO 2007

\* Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Österreich, Schweden, Schweiz, Spanien

- + „wie“ verkauft wird ist entscheidender als „was“ verkauft wird
- + IT beeinflusst CE – aber CE auch die IT: der Endanwender ist Treiber der Innovation



Beispiele:  
Mobiltelefon,  
Instant Messaging  
Podcasting  
Web 2.0

Vgl. hierzu.: IBM Institute for Business Value

### Allerdings:

- Produktlebenszyklen haben sich **drastisch verkürzt**
- **Produktdifferenzierung** wird ein „schwieriges Geschäft“. Usability, Lifestyle und modische Aspekte gewinnen, technische Daten **verlieren** an Bedeutung.
- die Vertriebskanäle werden sich langfristig **völlig verändern** (neue Einzelhandelsformate, E-Commerce wächst ungebremst, traditionelle Bindungen „bröckeln“, Web 2.0 als „Verkäufer“ = C2C )

### Allerdings:

- ein anhaltend volatiler Markt erschwert langfristige Planungen
- Service und Discount treten nicht nur gegeneinander, sondern zunehmend **in Kombination** auf
- **alle** Marktteilnehmer stehen trotz Wachstum unter **erheblichem** Margendruck

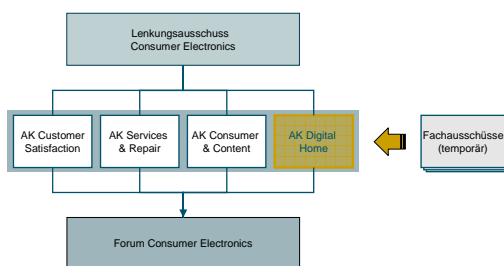
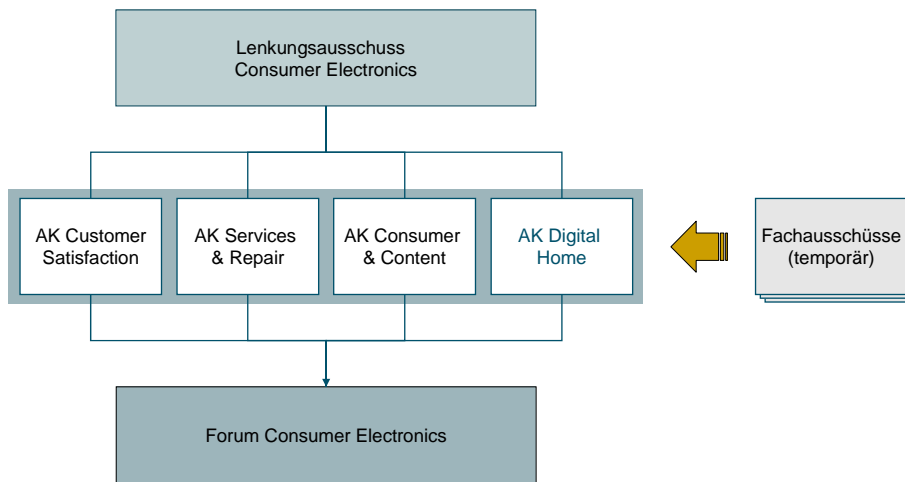
- IT- und CE-Unternehmen haben in verschiedenen, sich ergänzenden Bereichen jeweils einen Erfahrungsvorsprung
- **BITKOM** will den **DIALOG** zwischen den zusammenwachsenden Welten fördern
- der Know-How-Pool bei Produktentwicklung, Vermarktung, Dienstleistung und Customer Relation wird vergrößert und gestärkt (wie wird verkauft?)

- Marktteilnehmer der gesamten Wertschöpfungskette können in diesen Dialog mit einbezogen werden, der Konsument wird effizienter erreicht.
- im Fokus stehen Themen mit **hohem Wertschöpfungspotenzial**, um dem Ertragsdruck der Branche entgegenzuwirken
- BITKOM wird sich zunächst auf die **DIGITALEN** Wachstumsmärkte konzentrieren

Umsatzprognose 2006 / 2007 Deutschland  
CE turnover 2006 vs 2007 in € million (Germany)

2006		2007
4.131	Advanced TV	4.753
1.867	Digital still cameras	1.675
765	Digital versatile disks	774
632	Digital Multimedia Players	620
425	Game consoles	540
451	Digital set-top boxes and kits	530
738	Cathode ray tube TV	421
364	Digital camcorders	342
315	Separate HiFi elements	301
226	Home cinema systems	215
214	Audio home systems	177
194	Analogue personal audio sets	168
29	Analogue set-top boxes and kits	22
32	Video cassette recorders	19
1	Analogue camcorders	0

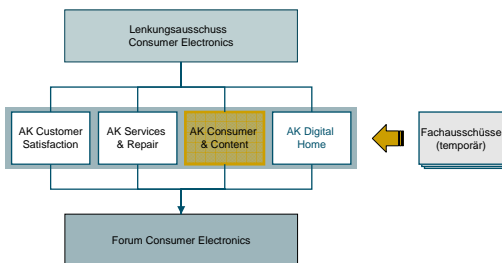
Quelle: EITO



**AK Digital Home**

- Markttrends/Marktdaten
- CE-Geräte / Produktwelten  
Produktinnovationen
- Vernetzung
- Interoperabilität
- Konvergenzwelten IT/klassische UE
- PC als Systemzentrale (Home-Server)

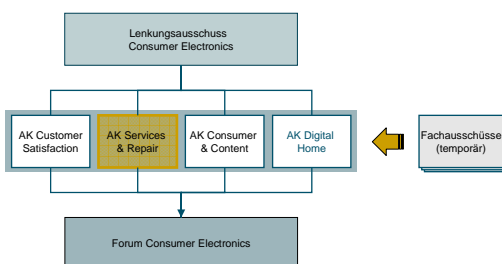
## Geplante Inhalte der Arbeitskreise



### AK Consumer & Content

- Normen, Formate
- Übertragungswege und -techniken
- Inhalte (Software)
- DRM (Digital Rights Management)

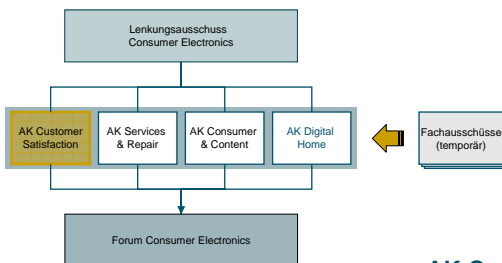
## Geplante Inhalte der Arbeitskreise



### AK Services & Repair

- Reparaturservices
- Reparaturlogistik
- Prozessoptimierung
- Service-Schnittstelle Industrie/Handel
- Sonstige After-Sale-Services
- Re-Marketing

## Geplante Inhalte der Arbeitskreise



### AK Customer Satisfaction

- POS-Aktivitäten / POS-Marketing
- Konsumentenwelten / Konsumentenverhalten
- Usability
- Customer Relation
- Convenience
- „Grüne CE“, Energieeffizienz
- Verbraucherinformation

## Ihr Ansprechpartner



### Michael Schidlack

Dipl.Kfm.

Kompetenzbereich Consumer Electronics & Digital Home

BITKOM - Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10, 10117 Berlin

Phone: +49 / 30 / 27576-232 Fax: +49 / 30 / 27576-51-232

E-Mail: [m.schidlack@bitkom.org](mailto:m.schidlack@bitkom.org) URL: [www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)

### Veranstaltungshinweis

BITKOM und Gartner auf der CeBIT am 15. März:

Anmeldung und Agenda unter

[http://www.gartner.de/events/0703cebit\\_bk/agenda.htm](http://www.gartner.de/events/0703cebit_bk/agenda.htm)

„The customerization of IT“ – The Consumer in „drivers seat“