

PRESSEINFORMATION

Nr. 049/FY 2015, September 2015

**Panasonic in Deutschland mit innovativen
Premiumprodukten auf sehr gutem Kurs
Wichtigster Partner des beratenden Fachhandels für
Unterhaltungselektronik und digitale Fotografie.
Nach Sortimentsausweitung jetzt Küchenvollausstatter.**



Christian Sokcevic



Armando Romagnolo



Michael List

Hamburg, September 2015 – Panasonic zieht für sein Deutschland-Geschäft eine positive Zwischenbilanz. Im laufenden Geschäftsjahr konnte das Unternehmen seine Marktposition kontinuierlich ausbauen und rangiert nach Umsatzgröße konstant unter den Top 3 im Gesamtmarkt für Unterhaltungselektronik (CE) und digitale Fotografie (DSC). Für den unabhängigen Fachhandel und die Handelskooperationen ist Panasonic sogar der wichtigste Umsatzbringer.

Insgesamt blieben die CE-Branchenumsätze von Januar bis Juni 2015 zwar deutlich unter dem Vorjahreshalbjahr, „für uns ist es aber entscheidend, dass Panasonic sich gegen den Trend positiv entwickelt. Vor allem im unabhängigen Fachhandel und in den Handelskooperationen setzen wir uns nach Umsatzgröße immer stärker vom Wettbewerb ab“, so Christian Sokcevic, Panasonic Managing Director DACH und Niederlande. Den anhaltend schwierigen Marktbedingungen begegnet Panasonic erfolgreich mit hochqualitativen, innovativen Produkten und bestens geschulten

Diesen Presstext und Pressefotos
(downloadfähig mit 300 dpi) finden Sie
unter
www.panasonic.com/de/corporate/presse.html

Partnern im Fachhandel. Einen wesentlichen Anteil an der positiven Entwicklung misst Christian Sokcevic zudem der mehrwertorientierten Vermarktung bei.

„Genau aus dieser Richtung kommt auch der Rückenwind für das anstehende Herbst- und Wintergeschäft“, so Armando Romagnolo, Marketing Director Consumer Electronics bei Panasonic Deutschland. „Bei unseren umfangreichen Marketingmaßnahmen stellen wir den Panasonic Mehrwert in den Fokus und zeigen, wie unsere Produkte das Leben bereichern. Neben zahlreichen Above- und Below-the-Line-Aktivitäten unterstützen wir unsere Partner selbst durch intensive Trainings und Schulungen und am POS auch direkt am Kunden.“

4K-Innovationsführer holt Hollywood nach Hause

Als 4K-Innovationsführer steigt Panasonic jetzt mit einem ausgereiften, zukunftssicheren Gerät in das OLED TV-Segment ein. Hierzu Armando Romagnolo, Marketing Director Consumer Electronics bei Panasonic Deutschland: „Hier geht es um viel mehr als Auflösung. Der TX-65CZ950 bringt echtes Hollywood Look-and-Feel nach Hause.“ Dies ist möglich, weil Panasonic seit Jahrzehnten Partner der Film- und Fernsehschaffenden ist – z.B. mit Broadcast-Technik und in den Panasonic Hollywood Laboratories, die international zu den wichtigsten Authoring-Studios überhaupt gehören. Führende Hollywood-Experten unterstützen Panasonic bei der Entwicklung von Benchmark-Produkten wie jetzt dem TX-65CZ950 OLED-TV. Auf Basis der Panasonic 4K Pro Technologie reizt er von Anfang an das Potenzial der OLED-Technologie aus. Nicht zuletzt durch das Mitwirken von Hollywood-Colorist Mike Sowa („Oblivion“) stellt der Panasonic 4K OLED-TV im True Cinema-Modus Farben exakt so dar, wie es der Vision des Regisseurs entspricht.

Um eigenen 4K-Content zu erzeugen, steht Konsumenten ein breites 4K-Portfolio von der 4K Action-Cam über klassische Camcorder bis hin zur spiegellosen DSLM mit 4K-Videofunktionen zur Wahl. Wie innovativ und ausgereift Panasonic Produkte sind, hat sich auch bei den diesjährigen EISA-Awards erneut gezeigt. Europas Imaging-Presse wählte mit der LUMIX G70, eine Hybrid-Kamera für Foto und Video, und dem 4K-Camcorder HC-WX979 mit HDR-Videomodus gleich zwei Panasonic Imaging-Produkte in ihrer Kategorie zu Europas Produkt des Jahres 2015-2016.

Die Innovationskraft von Panasonic erleben Endkonsumenten aber auch, wenn es darum geht, Fernsehsignale zuhause zu verteilen. Zahlreiche Panasonic TV-Geräte und Blu-ray-Produkte wandeln das TV-Eingangssignal – ganz gleich, ob es per DVB-S, DVB-C oder DVB-T ins Haus kommt – in Internet-Protocol und verteilen es per LAN, WLAN oder Powerline an geeignete Endgeräte. „Unsere TV>IP-Funktion ermöglicht Fernsehen im

gesamten Haushalt, selbst in Räumen ohne TV-Anschluss“, so Armando Romagnolo. „Das gibt es in dieser Form nur bei Panasonic.“

Premium-Angebot ausgeweitet

In den vergangenen Monaten hat das Premium-Sortiment nochmals deutlich an Profil gewonnen. Technics ist in die Markenfamilie zurückgekehrt und die High-End Gemeinde feiert die Audio-Legende – nicht nur weil Technics sein 50-jähriges Jubiläum feiert. Im Bereich Weiße Ware hat sich Panasonic endgültig zum Küchenvollausstatter entwickelt und die angekündigten Küchen-Einbaugeräte erfolgreich im hochwertigen Küchenfachhandel eingeführt. So können Endkonsumenten jetzt bereits bei der Küchenplanung vom Induktionskochfeld bis zum integrierbaren A+++ Geschirrspüler auf innovative Panasonic Technik setzen.

Weiße Ware mit bundesweit verstärktem Vertrieb

Nach weiteren Produkteinführungen hat auch das Sortiment der Stand-Alone-Geräte zum Kühlen/Gefrieren und für die Wäschepflege nochmals eine deutliche Aufwertung erfahren. „Unsere Entschlossenheit, im deutschen Fachhandel Fuß zu fassen, zeigt auch unsere Vertriebsoffensive“, unterstreicht Michael List, Sales Director Consumer Electronics bei Panasonic Deutschland/Österreich. „Um eine intensive Vor-Ort-Betreuung des stationären Fachhandels zu gewährleisten, wurde das Außendienstteam für Weiße Ware zum 1. August 2015 ausgebaut. Unter Gebietsverkaufsleitern für die Vertriebsregionen Nord und Süd sind jetzt insgesamt 18 Außendienstmitarbeiter aktiv.“

Dass der Markt für Haushaltselektronik ungleich stärker von deutschen Traditionsmarken geprägt ist als die Unterhaltungselektronik, sieht Michael List als besondere Herausforderung an: „Durch unsere jahrzehntelange Erfahrung in Japan bewegen sich unsere innovativen Produkte qualitativ auf Augenhöhe. Beim Preis-Leistungsverhältnis sehen wir oft sogar Vorteile für Panasonic.“

Im wachsenden Elektrogroßgerätemarkt wird der Trend zum Smart Home Panasonic langfristig in die Karten spielen. Hierzu Christian Sokcevic, Panasonic Managing Director DACH und Niederlande, abschließend: „Noch steckt dieser Markt in den Kinderschuhen, aber als einer der wenigen echten Vollsortimenter der Branche kann Panasonic hier Kompetenzen aus unterschiedlichen Bereichen einfließen lassen.“

Wie das Leben in und mit einem Smart Home aussehen kann, demonstriert Panasonic auf der IFA 2015. In Halle 5.2 zeigt das Unternehmen einen Ausschnitt seiner Wonder Life-Box 2020. Im Prototyp einer vernetzten Privatwohnung gibt es Zukunft zum Anfassen.

Panasonic

Weitere Informationen:

Panasonic Deutschland
Eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH
Winsbergring 15
22525 Hamburg

Ansprechpartner für Presseanfragen:
Michael Langbehn
Tel.: 040 / 8549-0
E-Mail: presse.kontakt@eu.panasonic.com

Über Panasonic:

Die Panasonic Corporation gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Entwicklung und Produktion elektronischer Technologien und Lösungen für Kunden in den Geschäftsfeldern Consumer Electronics, Housing, Automotive, Enterprise Solutions und Device Industries. Seit der Gründung im Jahr 1918 expandierte Panasonic weltweit und unterhält inzwischen 468 Tochtergesellschaften und 94 Beteiligungsunternehmen auf der ganzen Welt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2015) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 7,715 Billionen Yen/57,629 Milliarden EUR. Panasonic hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg Mehrwerte für den Alltag und die Umwelt seiner Kunden zu schaffen. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic finden Sie unter www.panasonic.net, www.lumixgexperience.panasonic.de/ und www.experience.panasonic.de/.

Bei Veröffentlichung oder redaktioneller Erwähnung freuen wir uns über die Zusendung eines Belegexemplars!

Stand 9/2015. Änderungen ohne Ankündigung vorbehalten.