

# Panasonic startet selbstbewusst ins neue Geschäftsjahr

## Wachsen mit OLED



Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. April sieht sich Panasonic gut aufgestellt. Vor allem von seinem neuen OLED TV-Sortiment und vom Verkaufsstart der ersten beiden Vollformat-DSLM-Kameras Lumix S1 und S1R erwartet der High-Tech-Konzern Wachstumsimpulse, um an den Erfolg des gerade abgeschlossenen Jubiläumjahres anzuknüpfen.



Mit seinem maßgefertigtem HDR OLED Professional Edition Panel, dem neuen HCX Pro Intelligent Prozessor und Hollywood Tuning soll das neue Flaggschiff GZW 2004 die Messlatte für die ohnehin hohe Bildqualität von OLED-TVs nochmals höher legen.

### Impulse für den TV-Markt

„Das vergangene Jahr hat für Panasonic außerordentlich viele Höhepunkte mit sich gebracht“, erklärte Kai Hillebrandt, Panasonic Managing Director DACH und NL. „Nicht nur mit Blick auf die Feierlichkeiten zum 100-jährigen Firmenjubiläum, sondern auch auf die Geschäftsentwicklung im Allgemeinen. Gerade in strategisch wichtigen Schlüsselsegmenten haben wir unsere teils sehr ambitionierten Ziele erreicht. Deshalb gehen wir auch mit großem Selbstvertrauen ins Jahr 2019.“

Das TV-Geschäft von Panasonic entwickelte sich 2018 positiver als der insgesamt leicht rückläufige Markt. So konnte das Unternehmen seinen Marktanteil bis auf 13 Prozent (Wert) ausbauen. Mit den neuen OLED-Fernsehern hat Panasonic ab Juni 2019 im wichtigsten Wachstumssegment noch einige Trümpfe mehr in der Hand. Der höchste davon ist das 4K OLED Flaggschiff GZW2004 mit maßgefertigtem HDR OLED Professional Edition Panel, dem neuen HCX Pro Intelligent Prozessor und Hollywood Tuning. Das voraussichtlich ab Juli lieferbare Top-Modell ist der weltweit erste TV, der sämtliche

HDR Standards von HDR10+ über Dolby Vision bis hin zu HLG unterstützt. Das „Tuned by Technics“-zertifizierte Audiosystem liefert passend dazu raumfüllenden Dolby Atmos Sound.

Nachdem Panasonic 2018 seinen Anteil am OLED Segment, dem 2018 jeder siebte verkaufte Fernseher angehörte, nahezu verdoppelte, sollen der neue GZW 2004 und die beiden Serien GZW1004 und GZW954 noch mehr Schwung ins Geschäft bringen.

„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“, berichtete Armando

Romagnolo, Marketing Director CE bei Panasonic Deutschland. „Wir tragen dem Rechnung mit einem breiten Angebot, das vom hochwertigen Einstiegs-TV bis hin zum absoluten Top-Modell keine Wünsche offen lässt. Mit der Kombination aus herausragender Bildqualität, eindrucksvollem Sound und beispielloser Konnektivität erhalten die Kunden so bei uns ein Gesamtpaket, das im Markt seinesgleichen sucht.“

Dabei soll der Fachhandel das Rückgrat der Vertriebsstrategie bleiben. „Wir setzen nach wie vor großes Vertrauen in die Berater vor Ort, die ihre Kunden und deren Bedürfnisse am besten kennen“, betonte Michael List, Sales Director CE bei Panasonic Deutschland. „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“, sagte 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 – zukunftssicher, nutzer-orientiert und auf dem hohen Qualitätsniveau, das die Kunden von uns gewohnt sind.“

## Klangvolles Heimkino

Zusätzliche Umsätze beim TV-Verkauf soll das neue Sortiment von Soundbars bringen. Es wird angeführt vom „Tuned by Technics“-zertifizierten Spitzenmodell HTB900 mit Dolby Atmos-Sound, integriertem Chromecast sowie Google Assistant- und High-res Audio-Unterstützung. Komplettiert wird das Sortiment durch die beiden Soundbars HTB700 und HTB510.

„Soundbars sind heute für viele Nutzer eine sehr attraktive Alternative zu raumgreifenden Lautsprechersystemen“, erklärte Michael List. „Sie lassen sich unkompliziert mit modernen Smart TVs verbinden, sorgen für einen kraftvollen, dynamischen Klang und – besonders wichtig – sie sind deutlich erschwinglicher.“ Weitere Neuheiten im Bereich Home-AV sind das Micro HiFi System SC-PMX94 sowie das CD-Digitalradio RX-D70BT.



*Das neue Tuned by Technics“-zertifizierte Soundbar-Flaggschiff HTB900 wartet mit Dolby Atmos-Sound, integriertem Chromecast sowie Google Assistant- und High-res Audio-Unterstützung.*

## Neue DSLM-Kameras

Seit März vermarktet Panasonic mit der Lumix S1R und der Lumix S1 seine ersten spiegellosen Systemkameras. Dazu gibt es bereits drei eigene Objektive mit L-Bajonett. Gemeinsam mit den Partnern der 2018 gegründeten L-Mount Alliance, Leica und Sigma, soll das Angebot in den kommenden Jahren auf mehr als 40 Objektive ausgebaut werden. Die erfolgreiche Lumix G Serie, mit der Panasonic vor mehr als zehn Jahren die Klasse der spiegellosen Systemkameras begründete, bleibt nach wie vor im Fokus, denn damit konnte das Unternehmen im zurückliegenden Geschäftsjahr seine starke Position in diesem Segment mit einem Marktanteil von 16 Prozent behaupten.



*Mit seinen ersten spiegellosen Systemkameras Lumix S1R und der Lumix S1 will Panasonic neue Zielgruppen mit professionellen Ansprüchen erschließen.*