

# Markanter Auftritt von LG auf der IFA 2020 Special Edition

## Rendite mit OLED

**Während andere Hersteller sich zurückhielten oder gar nicht erst teilnahmen, präsentierte sich LG Electronics auf der IFA 2020 Special Edition mit großem Selbstbewusstsein als globaler Champion für den digitalen Lifestyle im vernetzten Zuhause und in der smarten Stadt. Das gilt für die drei zentralen Bereiche Pflege, Komfort und Entertainment. Im letztgenannten Segment will LG die OLED-Erfolgsgeschichte gemeinsam mit dem Fachhandel auch im letzten Quartal dieses Jahres weiterschreiben.**

Auf seiner IFA Pressekonferenz zeigte LG eindrucksvoll, wie ein Konzern sich trotz aller Corona-Beschränkungen als führendes Technologie-Unternehmen präsentieren kann. Denn kein geringerer als der Chief Technology Officer (CTO) des Unternehmens, Dr. I.P. Park, musste zwar in Seoul bleiben, betrat die Bühne in Berlin aber als Hologramm, um unter dem Thema „Life is good from home“ die Zukunftsvisionen des Konzerns vorzustellen. „Diese noch nie dagewesene Zeit hat unseren Blick auf die

Zukunft verändert“, erklärte der Manager. „LG glaubt an die einmalige Gelegenheit, einen echten Wandel in der Welt zu bewirken, der ein neues Potential im eigenen Zuhause erkennen lässt.“ Deshalb habe das Unternehmen sein Engagement für die Entwicklung neuer, verbesserter Produkte und Services verdoppelt, um seine Führungsposition im Tech-Markt zu unterstreichen. Von der profitiert auch das TV-Geschäft. Trotz aller Anlaufschwierigkeiten hat sich LG bekanntlich für die OLED-Technologie entschieden und kann inzwischen die Früchte dieser mutigen Strategie ernten. Denn der unübertroffene Kontrastumfang und die strahlenden Farben der selbstleuchtenden Pixel begeistern immer mehr Konsumenten. Das belebt nicht nur den Absatz, sondern auch die Wertschöpfung, denn der Durchschnittsbau von OLED-TVs liegt um ein Mehrfaches über dem von LCD-Fernsehern. Das gilt auch für Deutschland, wo LG in diesem herausfordernden Jahr seinen Marktanteil deutlich steigern konnte. Über diesen Erfolg freut sich Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment bei LG Electronics, umso mehr, weil er mit einer deutlichen Stärkung der Präsenz in den klassischen Fachhandelsformen verbunden ist. PoS-MAIL hat mit dem Manager darüber



*Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment bei LG Electronics: „Wir kämpfen mit attraktiven Modellen und einem transparenten, zuverlässigen Konditionenpaket um jeden einzelnen Händler.“*

gesprächen, wie er diese Entwicklung im vierten Quartal fortsetzen will.

**PoS-MAIL:** Herr Schiffbauer, wie sind Sie mit dem bisherigen Verlauf dieses ungewöhnlichen Jahres zufrieden?

**Daniel Schiffbauer:** Wir sind sogar zufriedener, als wir es uns Anfang des Jahres – also vor der Krise – vorstellen konnten. Denn damals basierten unsere Planungen für das Jahr auf einer Marktentwicklung mit einer schwarzen Null. Wie wir wissen, haben sich Absatz und Umsatz im TV-Geschäft trotz der abgesagten sportlichen Großereignisse deutlich besser entwickelt.

**PoS-MAIL:** *Wie hat LG in diesem Markt bisher abgeschnitten?*

**Daniel Schiffbauer:** Wir konnten 2020 überproportional zulegen und unseren Marktanteil bis Mitte August auf 14,7 Prozent nach Wert steigern. Damit sind wir im deutschen TV-Markt die klare Nummer Zwei, bei den Bildschirmgrößen 45 bis 49 Zoll sogar seit einigen Wochen die Nummer Eins. Hier haben sich die optimistischen Erwartungen erfüllt, die wir mit der Einführung des 48CX9LB OLED-TVs verbunden haben.

**PoS-MAIL:** *Warum ist dieses Gerät so wichtig?*

**Daniel Schiffbauer:** Mit der Bildschirmdiagonale von 48 Zoll machen wir die faszinierende Bildqualität von OLED auch für Menschen zugänglich, in deren Wohnungen der Platz für die Aufstellung eines Fernsehers begrenzt ist. Denn viele TVs stehen immer noch in Schrankwänden mit den traditionellen Abmessungen.

Zudem ist dieses Bildschirmformat auch für Gaming-Anwendungen besonders gut geeignet. Das gilt besonders bei der Verbindung mit der OLED-Technologie, die nicht nur durch ihre Bildqualität, sondern auch durch die beim Gaming so wichtige Schnelligkeit begeistert.

**PoS-MAIL:** *OLED bleibt also ein wichtiges Thema für LG?*

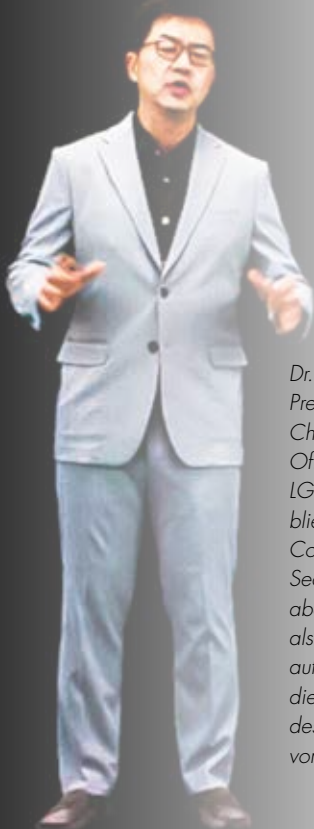
**Daniel Schiffbauer:** Wir haben überhaupt keinen Zweifel, dass unsere Erfolge im TV-Markt und beim Fachhandel ganz wesentlich von den Vorteilen der OLED-Technologie getrieben werden. Die überragende Bildqualität dieser Displays ist auch für Laien sofort erkennbar und rechtfertigt den deutlich höheren Verkaufspreis. Immerhin liegt der Durchschnittspreis bei OLED-Fernsehern mit 1.818 Euro deutlich über dem von LCD-TVs, die knapp 500 Euro erreichen. Das führt unter anderem dazu, dass der Durchschnittspreis von LG-Fernsehern einschließlich der LCD-Modelle mit 829 Euro um fast 50 Prozent höher liegt als der im Markt. Das macht nicht nur uns Freude, sondern auch unseren Partnern im Fachhandel.

**PoS-MAIL:** *Wie hat sich die Zusammenarbeit mit diesen Partnern 2020 entwickelt?*

**Daniel Schiffbauer:** Im Fachhandel sind wir in diesem Jahr nochmals deutlich vorangekommen. Das erreichen wir mit einer ruhigen Vertriebsstrategie, indem wir Online-Spezialisten und Hyper Markets mit passenden Modellen beliefern, aber die wichtigsten Kapitel unserer Erfolgsgeschichte gemeinsam mit unseren Partnern im Fachhandel im Premium-Segment schreiben.

**PoS-MAIL:** *Können Sie das in Zahlen ausdrücken?*

**Daniel Schiffbauer:** Wir haben unsere Distribution im Fachhandel in diesem Jahr um 40 Prozent gesteigert; 90 Prozent unseres Wachstums kommt aus diesen klassischen Kanälen. Mehr als 100 Händler haben sich neu für LG entschieden, und auch unsere Kooperation mit Weltfunk/teleming zeigt positive Resultate. Diese Entwicklung möchten wir gerne fortsetzen, und wir kämpfen mit attraktiven Modellen und einem transparenten, zuverlässigen Konditionenpaket um jeden einzelnen Händler.



*Dr. I.P. Park, President und Chief Technology Officer (CTO) von LG Electronics, blieb zwar Corona-bedingt in Seoul, erschien aber in Berlin als Hologramm auf der Bühne, um die Zukunftsvisionen des Konzerns vorzustellen.*



*Mit wachsenden Marktanteilen erntet LG derzeit die Früchte der mutigen Strategie, im TV-Markt auf OLED zu setzen.*

**PoS-MAIL:** *Nun gibt es OLED-TVs und kluge Konzepte für die Wertschöpfung auch bei anderen Lieferanten. Welche Gründe sprechen denn besonders für LG?*

**Daniel Schiffbauer:** Sie wissen, dass wir nicht nur einer von mehreren OLED-Anbietern sind, sondern der einzige, der diese Displays auch herstellt und somit die gesamte Produktionskette beherrscht. Die qualitative Überlegenheit unserer Geräte, die dadurch entsteht, wird ja immer wieder von unabhängiger Seite bestätigt. Wie Sie dankenswerterweise in Ihrer IFA-Ausgabe berichtet haben, befinden sich in der aktuellen Übersicht von 540 Fernsehern der Stiftung Warentest unter den zehn besten TVs, die mit der Note Sehr Gut gewertet wurden, acht LG-Modelle, und zwar auf den ersten acht Plätzen.

Ein weiterer Gesichtspunkt kommt hinzu: Weil LG Electronics ein führender Entwickler von Zukunftstechnologien wie künstlicher Intelligenz ist, können wir die überragende Bildqualität unserer TVs auch mit anderen Innovationen ergänzen. So kündigen wir hier auf der IFA weitere smarte Funktionen für aktuelle OLED- und NanoCell-ThinQ Smart-TVs an, und nachdem wir das Zukunftsthema 8K bereits mit mehreren OLED-Modellen besetzt haben, präsentieren wir jetzt den weltweit ersten 8K-TV, der die neuen Nvidia Grafikkarten der GeForce RTX 30-Familie unterstützt und damit vor allem Gamern faszinierende Erlebnisse mit mehr als 33 Millionen rasanten

selbstleuchtenden Pixeln bietet. Den Fachhandel unterstützen wir zudem mit Maßnahmen, die diesem Vertriebsweg besonders entsprechen, z. B. die Individualisierungsmöglichkeiten für unsere Geräte. Hier arbeiten wir erfolgreich mit Spezialisten wie Spectral zusammen, um unseren Partnern die Möglichkeit zu geben, ihren Kunden ganz persönliche Lösungen zu verkaufen.

**PoS-MAIL:** *Wir treffen uns hier auf der IFA 2020 Special Edition unter ungewöhnlichen Bedingungen. Wie sind Sie mit der Veranstaltung zufrieden?*

**Daniel Schiffbauer:** Man muss der Messe Berlin und der gfu dankbar sein, dass sie den Mut hatten, in diesen Zeiten eine solche Veranstaltung auf die Beine zu stellen. Deshalb haben wir das Konzept von Anfang an unterstützt und dies auch nicht bereut. Denn es ist den Verantwortlichen gelungen, eine enorm positive Wirkung in der Öffentlichkeit zu erzielen und damit wichtige Impulse für die Geschäfte unserer Branche im vierten Quartal zu geben. Wir haben hier wichtige Partner getroffen, darunter führende Fachhändler und Ansprechpartner der Kooperationszentralen. Die Gespräche, die wir hier geführt haben, geben uns Mut und Zuversicht für die nächsten Monate, und wir freuen uns bereits jetzt darauf, auf der IFA 2021 wieder in gewohntem Rahmen die Innovationen von LG zu präsentieren.

**PoS-MAIL:** *Herr Schiffbauer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*