

Consumer Electronics Marktindex Deutschland (CEMIX)* – Januar bis Dezember 2013

Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in Euro (Konsumentenpreise inkl. MwSt.)			Umsatz in Mio Euro		
	Q1-Q4/ 2012	Q1-Q4/ 2013	+/- %	Q1-Q4/ 2012	Q1-Q4/ 2013	+/- %	Q1-Q4/ 2012	Q1-Q4/ 2013	+/- %
TV-Display gesamt	9 458	7 818	-17,3 %	624	606	-2,9 %	5 900	4 733	-19,8 %
LCD-TV	9 027	7 620	-15,6 %	619	603	-2,7 %	5 592	4 591	-17,9 %
Plasma-TV	391	178	-54,5 %	781	770	-1,5 %	305	137	-55,1 %
sonstige TV-Geräte ¹⁾	40	20	-48,9 %	74	119	60,9 %	3	5	54,5 %
Satellite/Set-Top-Boxen gesamt							766	477	-37,7 %
Sat.-Systeme analog + digital (inkl. HD)	110	66	-39,4 %	74	64	-12,4 %	8	4	-46,9 %
Sat.-Antennen (separat)	949	679	-28,5 %	79	84	5,8 %	75	57	-24,3 %
Set Top Boxen	7 335	3 951	-46,1 %	93	104	11,8 %	683	416	-39,1 %
Video gesamt							457	383	-16,2 %
DVD-Player ¹⁰⁾	2 780	2 539	-8,6 %	90	82	-9,0 %	251	209	-16,9 %
DVD-Recorder ⁸⁾	264	212	-19,7 %	406	416	2,5 %	107	88	-17,5 %
DVD+VCR-Kombis ¹¹⁾	67	52	-22,6 %	314	313	-0,2 %	21	16	-22,7 %
Media Gateways	798	742	-6,9 %	97	94	-2,7 %	77	69	-10,6 %
Camcorder ¹³⁾	644	663	3,0 %	311	282	-9,2 %	200	187	-6,4 %
Digital Cameras	7 038	5 570	-20,9 %	237	254	7,2 %	1 671	1 425	-14,7 %
Wechselobjektive	1 850	1 856	0,3 %	305	298	-2,2 %	564	553	-1,9 %
Digitale Bilderrahmen	800	504	-37,0 %	62	64	2,9 %	50	32	-35,2 %
Home Audio Total							962	969	0,7 %
Einzelkomponenten gesamt ²⁾	705	679	-3,7 %	388	390	0,6 %	273	264	-3,5 %
Home Cinema Systeme	521	425	-18,4 %	388	361	-6,9 %	202	151	-25,1 %
Sonstige Audio Home Systeme	1 403	1 361	-3,0 %	165	172	4,4 %	232	234	1,1 %
Lautsprecher-Boxen	842	1 064	26,3 %	303	302	-0,5 %	255	320	25,3 %
Personal Audio gesamt							547	451	-17,6 %
MP3 Portable ⁹⁾	3 768	2 393	-36,5 %	77	66	-14,6 %	291	158	-45,9 %
Radiorecorder	1 521	1 560	2,6 %	54	54	1,0 %	82	80	-1,7 %
Sonstige Personal Audio Geräte ⁹⁾	3 297	3 550	7,7 %	53	60	13,7 %	174	213	22,4 %
Audio/Video Zubehör							401	455	13,5 %
Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets	11 139	11 146	0,1 %	28	29	6,9 %	306	327	6,6 %
Docking Lautsprecher	832	1 188	42,9 %	114	110	-3,5 %	94	128	35,7 %
Auto-Multimedia (o. Erstausrüstung)							557	493	-11,3 %
Autoradios ⁴⁾	1 132	1 009	-10,9 %	87	83	-4,3 %	98	84	-14,7 %
Sonstige Auto-Multimediageräte ⁵⁾	221	221	0,2 %	174	169	-3,1 %	38	37	-3,6 %
Navigationsgeräte (Einbau+Portables)	2 611	2 244	-14,1 %	150	155	3,3 %	393	350	-10,9 %
Auto-Lautsprecher	435	369	-15,2 %	62	61	-1,1 %	27	23	-16,1 %
Videogames Konsolen	2 577	2 319	-10,0 %	207	249	20,3 %	533	577	8,3 %
Unterhaltungselektronik gesamt							12 607	10 735	-14,8 %
Telekommunikation gesamt ⁷⁾							7 548	8 609	14,1 %
Mobiltelefone	6 891	4 306	-37,5 %	62	54	-12,5 %	426	233	-45,3 %
Smartphones	18 380	22 374	21,7 %	370	361	-2,4 %	6 806	8 086	18,8 %
Schnurlose Telefone	4 957	4 463	-9,9 %	53	55	3,0 %	263	240	-8,8 %
Normaltelefone	476	436	-8,5 %	82	87	7,0 %	39	38	-1,9 %
Telefax + Kombinationsgeräte	136	113	-17,0 %	107	108	0,2 %	15	12	-16,8 %
PCs gesamt ⁷⁾							5 518	5 619	1,8 %
Desktop PCs	1 258	1 270	1,0 %	642	636	-0,9 %	807	794	-1,7 %
Notebooks	5 688	5 013	-11,9 %	596	605	1,5 %	3 391	3 029	-10,7 %
Tablet PCs	3 327	5 548	66,8 %	397	324	-18,4 %	1 320	1 796	36,1 %

(Fortsetzung nächste Seite)

Consumer Electronics Marktindex Deutschland (CEMIX)* – Januar bis Dezember 2013 (Fortsetzung)

Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in Euro (Konsumentenpreise inkl. MwSt.)			Umsatz in Mio Euro		
	Q1-Q4/ 2012	Q1-Q4/ 2013	+/- %	Q1-Q4/ 2012	Q1-Q4/ 2013	+/- %	Q1-Q4/ 2012	Q1-Q4/ 2013	+/- %
IT-Peripherie gesamt ¹⁴⁾							922	905	-1,9 %
Monitore	2 153	1 936	-10,1 %	175	188	7,9 %	376	368	-2,2 %
Projektoren	162	136	-16,3 %	546	573	5,0 %	89	78	-12,2 %
Drucker	750	674	-10,2 %	116	127	9,6 %	87	86	-1,6 %
Flachbett-MFD	3 140	3 001	-4,4 %	108	116	7,4 %	338	347	2,6 %
Scanner	269	203	-24,6 %	120	132	10,1 %	32	27	-17,0 %
Recording Media gesamt ¹⁴⁾							1 061	1 078	1,6 %
CD-R Rohlinge	143 914	125 843	-12,6 %	0,26	0,26	0,0 %	37	38	0,9 %
DVD Rohlinge	131 250	108 543	-17,3 %	0,53	0,53	0,0 %	70	54	-22,0 %
Memory Cards	20 422	19 405	-5,0 %	12,83	15,34	19,5 %	262	297	13,3 %
USB Sticks	15 851	13 498	-14,8 %	11,12	12,42	11,7 %	176	167	-5,0 %
Festplatten ¹²⁾	5 119	5 840	14,1 %	97	87	-10,2 %	496	507	2,2 %
Sonstige Recording Media ⁶⁾	8 645	7 181	-16,9 %	2,27	2,09	-7,6 %	20	15	-23,8 %
Informationstechnologie gesamt ¹⁴⁾							7 501	7 603	1,4 %
Consumer Electronics gesamt							27 657	26 947	-2,4 %

1) CRT-TV, port. TV, OLED.

2) Tuner, Amplifier, Receiver, Cassettendecks, Plattenspieler, CD-Player/Recorder.

3) Personal Stereo, Kofferradios, Uhrenradios, Cassettenrecorder, CD-Portables, MD-Portables, eBooks.

4) Inkl. CD-Packages, CD-Wechsler.

5) Car Vision, Verstärker.

6) Audio Cassetten, Video Cassetten, HD Recording Media.

7) Konsumentenmarkt, Durchschnittspreise ohne Subventionen.

8) Inkl. High Definition Recorder.

9) Inkl. Digitaler Portabler Video Player.

10) Inkl. High Definition Player.

11) Inkl. Videokassettenrecorder.

12) Externe Festplatten, Multimedia Festplatten, NAS-Systeme.

13) Camcorder, Multimedia Cameras, Action Cams.

14) Konsumentenmarkt.

* Ein Gemeinschaftsprojekt des Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT), der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) und GfK.

Quelle: GfK Handelspanel ergänzt um die von der GfK nicht erhobenen Vertriebswege.

Bruttowerbeaufwendungen in den Above-the-line-Medien

Produkte und Dienstleistungen im I. Quartal 2014

Werbeträger	Jan.-März 2013	Anteil an Gesamt in %	Jan.-März 2014	Anteil an Gesamt in %	+/- in %	+/- in 1 000 Euro
	in 1 000 Euro		in 1 000 Euro			
Print gesamt	2 011 804	32,9	1 988 004	31,6	-1,2	175 371
Zeitungen	1 107 148	18,1	1 087 597	17,3	-1,8	-23 800
Publikumszeitschriften	801 851	13,1	799 357	12,7	-0,3	-19 551
Fachzeitschriften	102 806	1,7	101 050	1,6	-1,7	-2 493
Out-of-home	327 404	5,4	328 106	5,2	0,2	-1 756
Fernsehen	2 674 835	43,8	2 849 237	45,3	6,5	702
Radio	388 221	6,4	387 631	6,2	-0,2	174 402
Internet	687 873	11,3	712 388	11,3	3,6	- 591
Kino	21 265	0,3	21 409	0,3	0,7	24 515
Gesamt	6 111 404	100,0	6 286 775	100,0	2,9	144

Quelle: Nielsen Media Research.