

Wie Daniel Schiffbauer die Aussichten für 2025 sieht

# TV-Markt im Dreiviertel-Takt

Obwohl der TV-Markt in Deutschland im vergangenen Jahr nach langer Durststrecke wieder leicht gewachsen ist, bleiben die Bedingungen auch 2025 herausfordernd. Das erwartet Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment bei LG. Neben dem immer noch verhaltenen Konsumklima könnten Kostensteigerungen und preisintensiver Wettbewerb die Renditen schmälern. Darauf antwortet LG auch mit seinem neuen TV-Sortiment (vgl. PoS-MAIL 1-2/2025, S. 13).

**PoS-MAIL:** Herr Schiffbauer, der TV-Markt ist 2024 wieder gewachsen. Können die Branche und der Fachhandel in diesem Jahr eine Rückkehr zu nachhaltigem Wachstum erwarten.

**Daniel Schiffbauer:** Die Marktforschung der GfK prognostiziert für dieses Jahr einen Rückgang des TV-Marktes um 5 Prozent. Deshalb ist es nicht unrealistisch, einen Umsatz von 3 Milliarden Euro und einen Absatz von 4 Millionen Fernsehern zu erwarten.



*Daniel Schiffbauer: „Ohne OLED würde der TV-Markt ein trauriges Bild bieten.“*

ten. Das wäre dann sozusagen der Markt im Dreiviertel-Takt. Allerdings sind Verkaufszahlen bekanntlich nicht alles. Für die Hersteller und für den Fachhandel kommt es darauf an, Möglichkeiten zur vernünftigen Wertschöpfung zu identifizieren und zu nutzen.

**PoS-MAIL:** Aber der Markt hat in den ersten Wochen 2025 doch in Absatz und Umsatz zugelegt.

**Daniel Schiffbauer:** Das ist richtig, aber die Zunahme bei den Stückzahlen betraf vor allem kleinere Displays. Das legt den Schluss nahe, dass hier die Abschaltung der Verbreitung von SD-Signalen Wirkung gezeigt hat. Folgerichtig ist der Durchschnittspreis in den ersten Wo-

chen um fast 9 Prozent gesunken. Es zeigt sich also erneut, dass wirtschaftlicher Erfolg nicht allein von Stückzahlen abhängt, sondern davon, die richtigen Marktsegmente mit wertschöpfungsstarken Produkten zu bedienen.

**PoS-MAIL:** Sind Sie da als Marktführer im OLED-Segment nicht in einer privilegierten Position?

**Daniel Schiffbauer:** Wenn Sie sich die Preise im LCD-Segment anschauen, wird Ihnen schnell klar, dass der Markt ohne OLED ein trauriges Bild bieten würde. Allerdings sehen wir auch bei OLED die Preise im Einstiegssegment unter Druck. Deshalb bin ich sehr dankbar, dass unsere Zentrale bei der neuen OLED evo Generation ganz klar auf Premium-Produkte gesetzt hat. Mit der C- und G-Serie bieten wir dem Fachhandel noch bessere Fernseher, für die es hervorragende Verkaufsargumente gibt. Zudem bringen wir im April mit dem 77 Zoll großen 4K LG Signature OLED T den weltweit ersten transparenten Fernseher mit kabelloser Bild- und Tonübertragung auf den Markt.

Das ist natürlich kein Produkt für den Massenmarkt, aber wir unterstreichen mit dieser Innovation, dass wir in diesem Segment nicht nur

Markt-, sondern auch Technologieführer sind.

**PoS-MAIL:** *Wie sollte sich der Fachhandel in diesem schwierigen Marktumfeld Ihrer Meinung nach positionieren? Premium-Produkte zu höheren Preisen verkaufen sich ja nicht von alleine.*

**Daniel Schiffbauer:** Das Kerngeschäft findet vor allem im Segment der Erstfernseher statt. Es gibt einen stabilen Ersatzbedarf, denn nach ca. sieben Jahren kann der Prozessor eines vorhandenen Gerätes deutlich überfordert sein. Hier sollte der Fachhandel seine Beratungskompetenz ausspielen, die von den Endkunden ja anerkannt wird, denn die Marktanteile in diesem Vertriebsweg steigen derzeit deutlich. Die Endkunden sehen einen neuen Fernseher immer noch als Investitionsgut, für das sie bereit sind, Geld auszugeben, wenn sie dafür einen Gegenwert bekommen. Gerade beim Erstgerät kommt es auf die beste Technik an – und die finden sie in den G- und C-Serien von LG. Das bestätigen auch die Marktzahlen: So können Sie in der Hitliste der bestverkauften Mo-

*Mit Modellen wie dem OLED evo G5 gibt LG dem Fachhandel die Möglichkeit zur Wertschöpfung mit Premium-Produkten.*



delle in einer ganz normalen Woche dieses Jahres vier LG OLED TVs unter den ersten sieben finden. Unsere neue Generation bietet mit dem Alpha 11 AI Prozessor, AI Sound Pro und der neuen webOS Oberfläche noch bessere Verkaufsargumente.

**PoS-MAIL:** *Sie haben die wachsende Nachfrage nach kleineren Displays erwähnt. Muss der Fachhandel bei den Bildschirmgrößen mit einer Trendwende rechnen?*

**Daniel Schiffbauer:** Nein, im Gegenteil. Die stärkere Nachfrage nach

kleinen TVs ist meiner Meinung nach auf den Effekt der SD-Abschaltung zurückzuführen.

Im Kerngeschäft erwarte ich, dass Bildschirmdiagonalen von 65 Zoll in diesem Jahr die 55 Zoll Geräte als Nummer Eins ablösen werden. Und ich bin sicher, dass der Marktanteil von OLED TVs nach Wert in diesem Jahr auf über 35 Prozent steigen wird.

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