

Pressemitteilung

22. Februar 2019

Igor Richter
Tel.: +49 911 395 2186
igor.richter@gfk.com

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
julia.richter@gfk.com

Globale Smartphone-Umsätze erreichten 522 Milliarden USD im Jahr 2018

Nürnberg, 22. Februar 2019 – Mit einem Anteil von 44 Prozent bilden Smartphones, Mobiltelefone und Wearables weiterhin den größten Anteil des 1,2 Billionen US-Dollar Marktes der technischen Konsumgüter. Zwar ging die globale Smartphone-Nachfrage 2018 um drei Prozent auf 1,44 Milliarden Geräte zurück, der Umsatz blieb jedoch solide und erreichte 522 Milliarden US-Dollar. Das sind Ergebnisse von GfK zum globalen Telekommunikationsmarkt anlässlich des Mobile World Congress 2019 in Barcelona.

Die globalen Smartphone-Umsätze blieben 2018 solide, da der Premium-Trend das Wachstum weiterhin ankurbelt. In Zahlen entspricht das einem Anstieg um fünf Prozent auf 522 Milliarden US-Dollar. Die Nachfrage nach Smartphones ging 2018 im Vergleich zum Vorjahr jedoch um drei Prozent auf 1,44 Milliarden verkaufte Geräte weltweit zurück. Der Großteil der Gesamtausgaben im globalen Markt für technische Konsumgüter entfiel im letzten Jahr auf Smartphones. Für 2019 ist mit einem Wachstum von einem Prozent zu rechnen.

Die Zahlen für das vierte Quartal 2018 zeigen eine ähnliche Entwicklung. Im Vergleich zum Vorjahr wurden weltweit etwa 375 Millionen Smartphones (minus sieben Prozent) verkauft. Das entspricht einem Umsatzvolumen von 144 Milliarden US-Dollar.

Premium kurbelt Wachstum weiter an – Mangel an Innovationen setzt sich fort

Etwa zwölf Prozent (2017 waren es neun Prozent) der im Jahr 2018 verkauften Smartphones hatten einen Verkaufspreis von mehr als 800 US-Dollar. Allerdings steigt die Nachfrage nach Geräten aus dem mittleren Segment. Der Anteil an Smartphones zwischen 150 und 400 US-Dollar nahm um zwei Prozent im Jahr 2018 zu und bildete einen Anteil von 46 Prozent aller in 2018 verkauften Smartphones weltweit.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel.: +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Aufsichtsratsvorsitzender:
Ralf Klein-Bölting

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Der Mangel an attraktiven Innovationen führte auch im vierten Quartal 2018 dazu, dass Verbraucher ihre Smartphones in der Regel weniger häufig durch neue ersetzen. Das führte zu einem Rückgang des durchschnittlichen Verkaufspreises um zwei Prozent auf 384 US-Dollar.

Verbraucher schätzen Erfahrungen mehr als Besitzer

Die GfK Consumer Life Study zeigt, dass sich die Verbrauchertrends in Bezug auf Besitzer verändern. Verbraucher schätzen zum einen Erfahrungen mehr als Besitzer. Zum anderen ziehen sie es vor, weniger, dafür hochwertigere Artikel zu besitzen, für die sie gerne höhere Preise bezahlen.

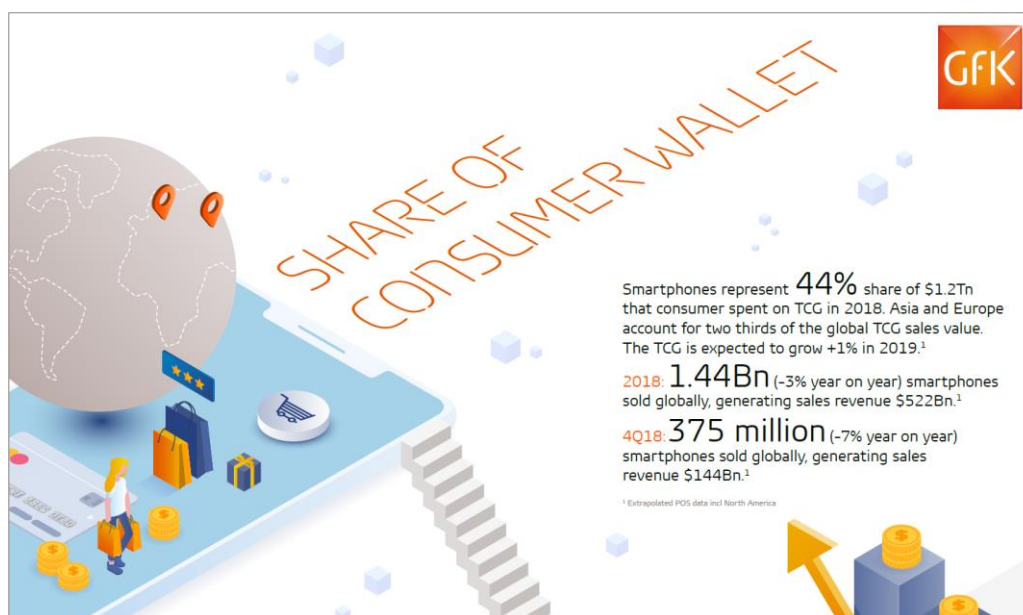
Igor Richter, Telekommunikationsexperte bei GfK, sagt dazu: „Unsere Studie zeigt, dass die neuen Smartphone-Funktionen zwar mit Laptops vergleichbare Leistungsmerkmale und Rechenleistung aufweisen, diese Spezifikationen jedoch in neue Erfahrungen beim Verbraucher umgewandelt werden müssen. Das High-End-Gaming wird zum Beispiel bisher von der PC-Industrie dominiert und ist dort ein bedeutender Wachstumsmotor. Es gibt jedoch ein bisher ungenutztes Potenzial für anspruchsvolleres Gaming auf dem Smartphone. Trotz der im Vergleich zu PCs relativ kleinen Smartphone-Bildschirme machen die schnellen Chipsätze, die scharfen Displays und die erhöhte Akkuleistung diese Gaming-Smartphones zu idealen Geräten für das rechenleistungshungrige Spielerlebnis für unterwegs.“

Nachfrage in Mittel- und Osteuropa sowie asiatischen Schwellenländern* gleicht Rückgang in China nur teilweise aus

Der Großteil der globalen Smartphone-Produktion entfällt auf den chinesischen Markt. Zu beobachten ist hier, dass immer mehr lokale Marken auch in den globalen Markt vordringen. So wurden 2018 rund 40 Prozent der Smartphone chinesischer Marken außerhalb von China gekauft. Im Jahr 2016 waren das noch 31 Prozent. In China selbst wurden im vierten Quartal 2018 jedoch weniger Geräte nachgefragt (minus 19 Prozent im Vergleich zum Vorjahr). Dieser Rückgang wirkt sich deutlich auf die globalen Zahlen aus. Die weiterhin stabile Nachfrage in den asiatischen Schwellenländern* (plus 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) und Mittel- und Osteuropa (plus drei Prozent im Vergleich zum Vorjahr) gleicht den Rückgang in China aber nur teilweise aus.

Markt für Smartphones in Deutschland wächst auf 10.7 Milliarden Euro

In Deutschland stiegen die Smartphone-Umsätze im Jahr 2018 um elf Prozent, was einem Umsatzvolumen von 10.7 Milliarden Euro entspricht. Die Nachfrage blieb dabei relativ unverändert. Insgesamt wurden im letzten Jahr 21,9 Millionen Geräte mit einem Durchschnittspreis von 489 Euro verkauft.



[Die vollständige Infografik in hoher Auflösung finden Sie hier.](#)

Zur Studie

Diese Mitteilung beruht auf endgültigen Point-of-Sales (POS) Daten von GfK für Dezember 2018. Die GfK-Prognose gründet sich auf die tatsächlichen getätigten Einkäufe der Endverbraucher und nicht auf die über die Hersteller ausgelieferten Einheiten. Die Marktgrößen basieren auf POS Tracking in mehr als 75 Märkten mit wöchentlichen und monatlichen Updates. Für die USA nutzt GfK keine Handelsdaten, sondern eigene Markt- und Konsumforschungsmethoden, um Marktprognosen zu erstellen. Die Werte basieren auf nicht-subventionierten Einzelhandelspreisen. Der Bereich der technischen Konsumgüter umfasst GfK-POS-Panels für Telekommunikation, große und kleine Haushaltsgeräte, IT und Verbraucherelektronik.

***Länder, die in dieser Mitteilung zu den Industrie-/Schwellenländern Asiens gezählt werden:**
 Asiatische Industrieländer: Australien, Hongkong, Japan, Neuseeland, Singapur, Südkorea, Taiwan.
 Asiatische Schwellenländer: Bangladesch, Indien, Indonesien, Kambodscha, Malaysia, Myanmar, Philippinen, Thailand, Vietnam.

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de