

Hinweis: Bitte beachten Sie, dass bei allen Prognosen in dieser Pressemitteilung die Auswirkungen von COVID-19 noch nicht berücksichtigt sind. Bezugsdatum für die Prognosen ist das Veröffentlichungsdatum der Pressemitteilung.



Pressemitteilung

24. Februar 2020

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Globaler Smartphone-Markt bleibt 2020 stabil

Nürnberg, 24. Februar – Smartphones werden im Jahr 2020 erneut fast die Hälfte der Verbraucherausgaben im Bereich Technische Konsumgüter auf sich vereinen und voraussichtlich einen Gesamtumsatz von 444 Milliarden Euro generieren. Die Nachfrage nach Smartphones wird 2020 stabil bleiben, nach einem Rückgang der verkauften Stückzahlen von zwei Prozent im vergangenen Jahr. GfK-Experten schätzen, dass 2020 rund 1,37 Milliarden Smartphones weltweit verkauft werden. Diese Nachfrage könnte jedoch durch Auswirkungen des Coronavirus auf globale Lieferketten und Produktionskapazitäten gebremst werden. Das sind Ergebnisse von GfK zum globalen Markt für Smartphones.

„In den vergangenen Jahren ist es immer schwieriger geworden, die Verbraucher mit Innovationen zu beeindrucken – vor allem im Markt für Smartphones. Das Smartphone ist über seine ursprüngliche Funktion hinaus längst zum wichtigsten Gegenstand für viele Konsumenten geworden. Damit steigen auch die Erwartungen, die an Hardware und Leistung gestellt werden – und Premium sowie Performance sind heute Standard“ **erklärt Pavlin Lazarov, GfK Experte für Telekommunikation.**

„Nichtsdestotrotz fiebern Verbraucher weiterhin dem Launch neuer Modelle entgegen. GfK-Studien zeigen, dass vier von fünf Smartphones, die letztes Jahr gekauft wurden, auch im vierten Quartal 2019 auf den Markt gekommen sind. Für 2020 kann also eine Strategie für Händler und Hersteller sein, die Verbraucher mit dem richtigen Preis-Leistungs-Verhältnis zu begeistern.“

Features bieten Mehrwert und Mehrwert verbessert Nutzererlebnisse

Innovationen haben den Markt für Smartphones über die letzten Jahre bestimmt. Frei nach dem Motto „Je mehr, desto besser“ bieten neue Features den Verbrauchern bessere Nutzererlebnisse. Rund 70 Prozent der 2019 verkauften Smartphones hatten eine Displaygröße von mindestens sechs Zoll. Im Jahr 2018 betrug der Anteil noch 24 Prozent.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

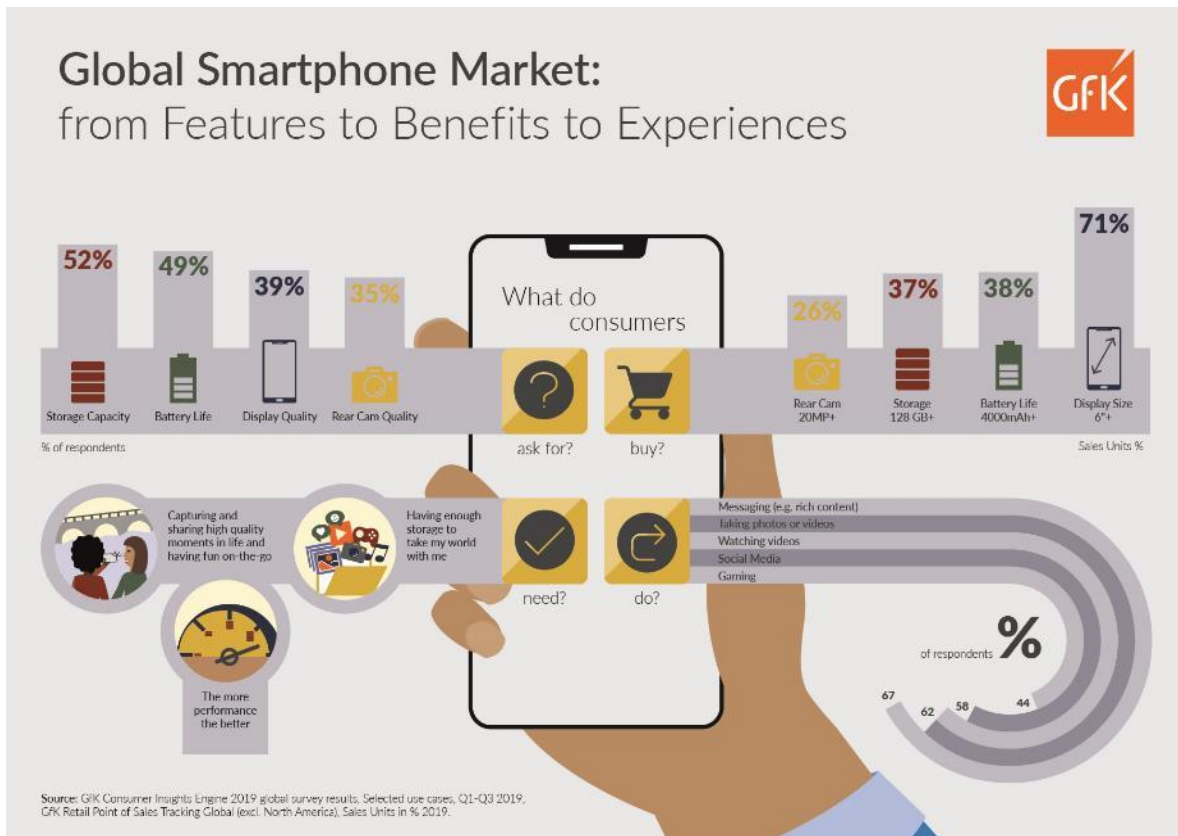
T +49 911 395 0

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

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Laut aktueller GfK-Studien gibt die Mehrheit der Konsumenten weltweit an, dass die interne Speicherkapazität das wichtigste Kriterium bei der Wahl eines Smartphones ist. Das zeigen auch die Verkaufszahlen: 2019 hatten 37 Prozent aller verkauften Smartphones eine Speicherkapazität von mindestens 128 GB.



[Infografik hier herunterladen.](#)

Auch die Akkulaufzeit ist wichtig – die Hälfte aller Verbraucher achtet beim Kauf eines neuen Smartphones darauf. Rund 38 Prozent aller verkauften Smartphones im Jahr 2019 hatte eine Akkuleistung von mindestens 4.000 mAh. Geschwindigkeit und Akkulaufzeit sind besonders den Konsumenten, die das Smartphone für Gaming verwenden (44 Prozent der Verbraucher) wichtig. All diese Eigenschaften sorgen beim Verbraucher für ein besseres Nutzererlebnis, das geschätzt und mittlerweile auch erwartet wird.

Status Quo 5G

5G ist einer der größten technologischen Fortschritte, der mit den Themen Leistung und Nutzererlebnis einher geht. Im Jahr 2019 boten bereits mehr als zehn Marken 5G-fähige Smartphones in ihrem Sortiment an. Die Verbreitung von 5G hängt jedoch in hohem Maße von der lokalen Telekommunikationsinfrastruktur ab. In Südkorea war beispielsweise ein Drittel aller Smartphones, die im vierten Quartal 2019 verkauft wurden, 5G-fähig. In Großbritannien und

Australien lag der Anteil hingegen bei jeweils zwei Prozent. China, der größte Smartphone-Markt, holt in Sachen 5G rasant auf. Bereits acht Prozent aller im Dezember 2019 verkauften Smartphones waren 5G-fähige Modelle.

Convenience und Simplification als weitere Wachstumstreiber

Verbraucher sind täglich auf der Suche nach Möglichkeiten, wie sie ihr Leben vereinfachen und ihr Wohlbefinden steigern können. Dieser Trend zeigt sich auch in der Beliebtheit von Wearables: 2019 wurden 28 Prozent mehr Wearables als im Vorjahr gekauft. Gleichzeitig ist der Umsatz mit Wearables um über 40 Prozent gewachsen, was vor allem durch Smartwatches und Sportuhren getrieben wurde. Da sich Verbraucher zunehmend um ihre Gesundheit sorgen, gewinnen Funktionen wie die Messung von Blutdruck und Blutsauerstoff an Bedeutung.

Auch wollen Verbraucher zunehmend Videos und Musik unterwegs ansehen und anhören. Sie können sich ihr Smartphone gar nicht mehr ohne diese Funktionen vorstellen. True Wireless (In-Ear) Kopfhörer erfreuen sich daher besonderer Beliebtheit. 2019 verzeichneten sie einen dreistelligen Zuwachs. Nahezu jedes zweite Headset, das im letzten Jahr gekauft wurde, war ein True Wireless (In-Ear) Gerät. Dieser Anteil hat sich im Vergleich zu 2018 verdoppelt. Im vergangenen Jahr machten rund 30 Marken 80 Prozent aller verkauften Geräte weltweit aus.

Zur Studie

Die hier vorgestellte globale Trendanalyse basiert auf verschiedenen GfK Methoden wie dem Point of Sales Tracking sowie der Verbraucherforschung im Markt für Technische Konsumgüter im Jahr 2019. Alle Umsatzzahlen in Euro sind auf der Basis eines festen Wechselkurses berechnet.

Pressekontakt: Julia Richter, Tel.: +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

GfK – extracting the signals from the noise

In a world of data overflow, disruption and misuse, picking up the right “signal from noise” is key to win. We at GfK are the trusted partner with more than 85 years of experience in combining data and science to help you make the right business decisions. Together with our attention to detail and advanced Augmented Intelligence, we provide you with world-class analytics that delivers not just descriptive data but actionable recommendations always-on at your fingertips. As a result, you can make key business decisions with confidence which help you drive sales, organizational and marketing effectiveness. That’s why we promise to you “Growth from Knowledge”. For more information, please visit www.gfk.com or follow GfK on Twitter www.twitter.com/GfK.