

02.03.2016 - 14:07 Uhr

Globale Smartphone-Verkäufe erreichten im vierten Quartal 2015 Spitzenwerte

Deutschland (ots/PRNewswire) -

- Rasanten Wachstum des Smartphone-Markts in China verstärkt die Nachfrage
- Schwellenländer der APAC-Region, der Nahe Osten und Afrika sind weiterhin die treibenden Wachstumsmärkte
- GfK prognostiziert für 2016 einen Anstieg der globalen Smartphone-Nachfrage um 7 Prozent

Im vierten Quartal 2015 wurden weltweit 368 Millionen Smartphones verkauft. Im Vergleich zum dritten Quartal entspricht das einer Steigerung von 14 Prozent. Gegenüber dem Vorjahresquartal ist die Nachfrage um 6 Prozent gestiegen. Der Durchschnittspreis ist im Jahresvergleich jedoch um 6 Prozent gefallen. Das kompensiert das Absatzwachstum und führt zu einem stagnierenden Umsatz von 115 Milliarden Dollar. Im Gesamtjahr 2015 wurden insgesamt 1,3 Milliarden Smartphones verkauft, das sind 7 Prozent mehr als im Jahr 2014. Der zweiprozentige Rückgang des globalen Durchschnittspreises glich das Absatzwachstum jedoch teilweise wieder aus. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr daher etwas moderater um 5 Prozent auf 399 Milliarden Dollar.

Smartphone Verkäufe Q4 2014 vs. Q4 2015

	Verkaufte Stückzahlen (in Millionen.)			Umsatz (in Milliarden Dollar)		
	Q414	Q415	Veränderung in %	Q414	Q415	Veränderung in %
Lateinamerika	36,1	31,5	-12,7%	9,6	7,4	-23,3%
Zentral- & Osteuropa	21,4	22,2	3,6%	5,1	4,5	-10,8%
Nordamerika	57,0	56,4	-1,1%	25,6	23,9	-6,5%
APAC-Schwellenländer	41,5	50,0	20,5%	7,5	8,1	8,0%
Mittlerer Osten & Afrika	37,7	42,1	11,7%	10,8	10,2	-4,8%
Westeuropa	40,0	42,1	5,2%	17,2	17,0	-0,9%
China	95,1	106,6	12,0%	28,8	33,5	16,3%
APAC-Industrieländer	17,3	17,4	0,3%	11,0	10,6	-3,8%
Global	346,1	368,1	6,4%	115,5	115,2	-0,2%

Quelle: GfK Smartphone

Verkäufe basierend auf Handelsabverkäufen in 90+ Märkten, Januar 2016

Arndt Polifke, Global Director für Telekommunikation bei GfK erklärt: "Trotz eines rekordverdächtigen vierten Quartals - und einer insgesamt starken Entwicklung in 2015 - gibt es über die Länder hinweg gemischte Ergebnisse. Es sind weniger regionale Trends und Branchenentwicklungen, sondern vielmehr lokale Faktoren, welche die Märkte zunehmend bestimmen. Abweichende Wirtschaftstrends, Marktsättigung, Anpassung an den Massenmarkt, Politik, soziale Veränderungen und sogar Sportereignisse haben einen Einfluss auf die Smartphone-Nachfrage und den Preis auf Länderebene."

APAC-Schwellenländer* sind Wachstumstreiber

Mit einem Absatzwachstum von 21 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal bleiben die Schwellenländer der APAC-Region der wichtigste Wachstumsmotor des globalen Smartphone-Markts.

Auf Länderebene ist Indien mit einem Absatzwachstum von 34 Prozent im Vergleich zum Jahr 2014 die treibende Kraft in dieser Region. Dazu trägt vor allem das dominierende untere Preissegment (Geräte unter 100 Dollar) bei. Mit einem Plus von 76 Prozent wuchs der Absatz hier im Vergleich zum Vorjahr rasant. Da die Durchdringung des Markts im Niedrigpreissegment jedoch nur bei 24 Prozent im vierten Quartal 2015 lag, gibt es unter den Erstkäufern noch immer eine große Nachfrage nach Smartphones.

Rasanten Wachstum in China im vierten Quartal 2015

Nach zuvor vier Quartalen in Folge, in denen der Markt rückläufig war, kehrte China bereits im dritten Quartal 2015 zu einem

moderaten Wachstum zurück. Im vierten Quartal 2015 beschleunigte sich die Nachfrage nach Smartphones nun nochmals und legte im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich um 12 Prozent zu. Mit 106,6 Millionen verkauften Geräten erreichte der Absatz im vierten Quartal 2015 ein Rekordhoch. China trug mit einem Zuwachs von elf Millionen verkauften Geräten zur Hälfte zum gesamten globalen Wachstum im vierten Quartal 2015 bei.

Im Jahresvergleich verbesserte sich die Nachfrage über alle Preissegmente hinweg. Gleichzeitig ließ sich eine deutliche Verschiebung hin zu High-End-Modellen (Geräte über 500 Dollar) verzeichnen. Das Segment konnte seinen Marktanteil von unter 15 Prozent im vorherigen Quartal auf 18 Prozent erhöhen. Im Ergebnis stieg der Durchschnittspreis im Vergleich zum Vorjahr um Prozent auf 314 Dollar. Auch der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 16 Prozent auf 33 Milliarden Dollar.

Die Entwicklung hin zu LTE-fähigen Geräten mit größerem Bildschirm hält in China an. Im vierten Quartal hatten 71 Prozent der dort verkauften Smartphones einen Bildschirm von 5 Zoll oder größer. Im vierten Quartal 2014 betrug der Anteil noch 53 Prozent. Insgesamt hat der Anteil LTE-fähiger Geräte in China nun einen gewissen Sättigungsgrad erreicht. GfK prognostiziert eine deutliche Abschwächung des Absatzwachstums von 248 Prozent im Jahr 2015 auf 17 Prozent in 2016. Lokale Marken mit konkurrenzfähigen Preisen gewinnen weiterhin Marktanteile. Während ihr Anteil an verkauften Smartphones im vierten Quartal 2014 bei 69 Prozent lag, sind es ein Jahr später 75 Prozent.

Nachdem es in China insgesamt im Vergleich zum Vorjahr in 2015 einen zweiprozentigen Wachstumsrückgang gab, prognostiziert GfK in 2016 die Rückkehr zu einem moderaten Wachstum von 3 Prozent. Dazu tragen voraussichtlich auch die Subventionen der Netzbetreiber bei.

Naher Osten und Afrika: Ägypten ist Spitzenreiter

Trotz eines verlangsamten Wachstums legte der Absatz von Smartphone im Nahen Osten und Afrika gegenüber dem Vorjahresquartal um 12 Prozent zu. Besonders deutlich stieg die Nachfrage in Ägypten - und zwar um 27 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Lateinamerika: Verbraucher ziehen preiswertere Geräte vor

Die Nachfrage nach Smartphones in Lateinamerika ist auch im vierten Quartal 2015 weiter zurückgegangen und im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 13 Prozent gefallen. Ursache dafür ist eine schlechte gesamtwirtschaftliche Lage in Brasilien, die zu einem Nachfragerückgang von 26 Prozent gegenüber 2014 führte. Da die Verbraucher zunehmend preiswerte Geräte bevorzugen, ist auch der Durchschnittspreis in der Region im Jahresvergleich um 12 Prozent gefallen. Die geringere Nachfrage in Kombination mit einem niedrigeren Durchschnittspreis führte zu einem Umsatzrückgang auf 7 Milliarden Dollar. Das entspricht einem Minus von 23 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

APAC*-Industrienationen: Nachfrage bleibt stabil

Nachdem die Nachfrage in den APAC-Industrieländern im dritten Quartal gegenüber dem Vorjahresquartal um 3 Prozent zurückging, blieb sie im vierten Quartal 2015 stabil. In Südkorea legte die Smartphone-Nachfrage zum ersten Mal seit dem vierten Quartal 2013 wieder zu. Das Wachstum betrug 8 Prozent im Vergleich zum sehr schwachen Vorjahresquartal. Das Wachstum in der Region wurde jedoch durch eine geringere Nachfrage in Japan abgeschwächt. Sie ging gegenüber dem Vergleichsquartal 2014 um 6 Prozent zurück.

Westeuropa: Wachstum in Frankreich, Deutschland und Großbritannien

Der Absatz von Smartphones in Westeuropa wuchs im vierten Quartal 2015 um 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dazu trug das Wachstum von 61 Prozent im Vergleich zum Vorjahr im Niedrigpreissegment bei (Geräte unter 100 Dollar). Insgesamt hat das Wachstum in den drei größten Märkten - Frankreich, Deutschland und Großbritannien - zugenommen.

Zentraleuropa: Polen sorgt für leichtes Wachstum

Mit einem Plus von 4 Prozent entwickelte sich der Absatz von Smartphones in Zentraleuropa verglichen zum Vorjahr schwach. Lediglich Polen sorgte mit einem starken Wachstum von 36 Prozent im Vergleich zum Vorjahr für eine Steigerung. Aufgrund politischer und wirtschaftlicher Probleme fiel die Nachfrage in Russland und der Ukraine um 7 beziehungsweise 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Smartphones: Verkäufe 2015 vs. Verkaufsprognose 2016

	Verkaufte Stückzahlen (in Millionen)		Veränder- ung	Umsatz (in Milliarden Dollar)		Ver- änder- ung
	2015	2016		2015	2016	
Veränder- käufe	Ver- käufe	Prog- nose	ung in %	Ver- käufe	Prog- nose	ung in %
Lateinamerika	109,7	108,8	-0,8%	27,0	25,5	-5,7%
Zentral- & Osteuropa	73,2	77,9	6,5%	14,8	14,5	-1,5%
Nordamerika	190,7	193,7	1,6%	77,9	77,2	-0,9%
APAC- Schwellenländer	185,2	227,0	22,6%	30,7	33,1	7,9%
Mittlerer Osten						

& Afrika	162,4	187,7	15,6%	42,0	43,3	3,0%
Westeuropa	137,1	142,3	3,8%	53,6	52,7	-1,6%
China	385,3	397,2	3,1%	115,8	117,8	1,7%
APAC-						
Industrieländer	64,8	65,5	1,1%	37,5	37,2	-0,7%
Global	1.308,5	1.400,2	7,0%	399,2	401,3	0,5%

Quelle: GfK Smartphone Verkäufe basierend auf Handelsabverkäufen in 90+ Märkten im Kalenderjahr 2015 und die Prognose von GfK für das Kalenderjahr 2016, Januar 2016

Arndt Polifke äußert dazu: "Wir erwarten, dass auch 2016 eher lokale Länderfaktoren den Markt beeinflussen als globale Trends. Kernmärkte in den Schwellenländern Asiens, dem Nahen Osten und Afrika werden das Wachstum voraussichtlich beflügeln. Auch wenn wir für 2016 erneut Marktwachstum prognostizieren, wird es in dem Segment immer wichtiger, individuelle Ländertrends und lokal unterschiedlich ausgeprägte Marktsegmente zu verstehen, um sie als Anbieter berücksichtigen zu können."

*Übersicht der Länder in den APAC-Regionen

APAC-Industrienationen	APAC-Schwellenländer
Australien	Indien
Hong Kong	Indonesien
Japan	Kambodscha
Neuseeland	Malaysia
Singapur	Philippinen
Südkorea	Thailand
Taiwan	Vietnam

Zur Studie

Die Daten werden von GfK kontinuierlich in Stichproben der unterschiedlichen Absatzkanäle erfasst und hochgerechnet. In das Handelspanel fließen weltweit Daten von mehr als 425.000 Verkaufsstellen ein. Über die Warengruppen aller Sektoren hinweg ergibt sich somit ein Bild über die Entwicklung des Marktes für verschiedene Gebrauchs- und Verbrauchsgüter. Für die USA nutzt GfK keine Handelsdaten, sondern eigene Markt- und Konsumforschungsmethoden, um Marktprognosen zu erstellen. Die Werte basieren auf nicht-subsidierten Einzelhandelspreisen. Die globalen Daten sind vierteljährlich verfügbar, für einzelne Länder monatlich.

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.gfk.com/de>. Folgen Sie uns auf Twitter: http://www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.

Kontakt:

Ulrike Röhr
Corporate Communications
T +49-911-395-4146
ulrike.roehr@gfk.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100020778/100784768> abgerufen werden.