



Pressemitteilung

24. Februar 2022

Smartphone-Markt in Deutschland wächst weiter

24. Februar 2022

Corina Kirchner
Public Relations
T +49 911 395 4570
corina.kirchner@gfk.com

5G und Premiumisierung sorgen für Umsatzplus

Nürnberg, 24. Februar 2022 – Trotz schwieriger Lieferketten konnte der Markt für Smartphones und Mobiltelefone in Deutschland im vergangenen Jahr erneut wachsen und verzeichnete ein Umsatzwachstum von 4,4 Prozent auf insgesamt 11,2 Milliarden Euro. Auch für 2022 prognostizieren GfK-Experten ein moderates Umsatzplus. 5G und Premiummodelle bleiben wichtige Wachstumstreiber. Das sind Ergebnisse von GfK anlässlich des Mobile World Congress 2022 in Barcelona.

„Der deutsche Smartphone-Markt konnte das Jahr 2021 mit einem Umsatzwachstum abschließen“, erklärt **Christian Riedl, GfK-Experte für Telekommunikation und technische Konsumgüter**. „Gleichzeitig ist hervorzuheben, dass der Absatz im zweiten Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum signifikant einbrach und um 11 Prozent weniger Geräte verkauft wurden. Ein Grund hierfür sind anhaltende Verfügbarkeitsprobleme aufgrund von Produktions- und Logistikengpässen. Für 2022 bleibt abzuwarten, inwiefern die Lieferkettenproblematik den Markt weiter prägen wird. Wir prognostizieren für dieses Jahr aber ein leichtes Absatzwachstum im unteren einstelligen Bereich sowie einen moderaten Anstieg des durchschnittlichen Verkaufspreises.“

5G und Premiumisierung als Treiber im Smartphone-Markt

Höhere Durchschnittspreise verzeichnete der globale Smartphone-Markt bereits im letzten Jahr und auch in Deutschland suchten Konsumenten bei Neuanschaffungen vor allem nach schnelleren oder leistungsfähigeren und damit höherpreisigen Modellen. Infolgedessen stieg der durchschnittliche Verkaufspreis auf 567 Euro (2020: 501 Euro; globaler Durchschnittspreis 2021: 310 Euro) und bescherte dem deutschen Markt trotz sinkenden Absatzes weiterhin ein Umsatzplus. Man spricht hier vom Effekt der Premiumisierung: Es wurden insgesamt weniger Stück, jedoch zu einem höheren Preis gekauft. Die Tendenz der Premiumisierung wurde

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90433 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

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

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

durch die Lieferkettenengpässe zusätzlich verstärkt, da Hersteller margenträchtiger Premiumgeräte in der Produktion priorisierten. Das führte zu einer besseren Verfügbarkeit und stärkeren Präsenz von hochpreisigen Produkten im Handel.

Zu diesen Premiumgeräten zählen zumeist auch Smartphones mit 5G-Funktionalität, die maßgeblichen Anteil an den höheren Verkaufspreisen hatten. Während ein 5G-Modell im vierten Quartal 2021 durchschnittlich 805 Euro kostete, lag der Preis bei Produkten ohne diese Funktion nur bei 317 Euro. Mit einem Wachstum auf 59,2 Prozent Anteil von 5G-Modellen am deutschen Gesamtumsatz im vierten Quartal, wirkte sich dies entsprechend auf den allgemeinen Durchschnittspreis von Smartphones aus.

„5G ist zwar ein wichtiges Zukunftsthema für den Markt und bereits in den meisten wichtigen Produktneuerscheinungen integriert, für die Konsumenten spielt es als Produktmerkmal allerdings noch eine eher untergeordnete Rolle“, so **Christian Riedl**. „So gaben laut *gfknewron Consumer* im dritten Quartal 2021 nur 17 Prozent der befragten Konsumenten an, dass 5G ein ausschlaggebendes Kaufkriterium für sie darstelle. Weiterhin wichtiger sind die Batteriekapazität (54 Prozent), die Größe des internen Speichers (41 Prozent) sowie die Qualität der Kamera (35 Prozent) und des Displays (34 Prozent).“

Steigende Nachfrage nach Wearables im Bereich Gesundheit

Neben Smartphones spielt auch der Bereich Wearables, zu dem unter anderem Smartwatches und Fitnesstracker gehören, eine wichtige Rolle auf dem Mobile World Congress. Mit einem Plus von 20,8 Prozent auf 0,9 Milliarden Euro verzeichnete diese Produktgruppe auf dem deutschen Markt im Jahr 2021 ein immenses Umsatzwachstum. Getrieben wurde dieser Zuwachs vor allem durch die Pandemie, denn das Bewusstsein der Konsumenten für das Thema Gesundheit stieg und Wearables entwickelten sich vom reinen Tech-Gadget hin zu einem Tool für ein gesünderes Leben. Das zeigt sich besonders in den Umsatzzahlen von Geräten mit entsprechenden Sensoren zur Überwachung von Gesundheitsdaten, die im Vergleich ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnen konnten. Geräte mit einer Funktion zur Messung des Blutsauerstoffgehalts konnten beispielsweise ihren Umsatzanteil am deutschen Markt von 34,9 Prozent in 2020 auf 66,9 Prozent in 2021 fast verdoppeln. Geräte, die eine Schlafüberwachung integriert haben, konnten ihren Umsatzanteil von 70,5 Prozent auf 92,4 Prozent steigern. Das hohe Interesse der Konsumenten brachte auch neue Produkte im Bereich Wearables hervor: Seit 2021 sind beispielsweise Geräte mit EDA-Sensoren zur Messung des Stresslevels erhältlich, die in Deutschland bereits einen Umsatz von 2,5 Millionen Euro erzielen konnten.

2022 wird sich der Fokus der Konsumenten auf Gesundheit fortsetzen. Entsprechend ist auch für dieses Jahr mit einem weiteren Umsatzwachstum im Bereich Wearables zu rechnen.



Zur Studie

GfK erhebt über seine Handelspanels regelmäßig in mehr als 70 Ländern weltweit Umsatzdaten für die Segmente Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Informationstechnologie, Büroausstattung, Elektrogroß- und Kleingeräte. Alle Zahlen gemäß GfK Panelmarkt, Deutschland, in Stück und in Euro dargestellt.

gfknewron ist eine "always-on"-Plattform, die Markt-, Verbraucher- und Markenintelligenz mit AI-gestützten Empfehlungen kombiniert und es Unternehmen ermöglicht, aussagekräftige und vernetzte Erkenntnisse zu gewinnen und schnell handeln zu können, um nachhaltiges Wachstum zu erzielen. Die Plattform bietet drei spezifische Module: *gfknewron Market* für Markt- und Wettbewerbseinblicke, *gfknewron Consumer* für ein tiefgreifendes Konsumentenverständnis und *gfknewron Predict*, das auf Basis von Marktdaten und AI-gestützter Intelligenz Handlungsempfehlungen für Unternehmen liefert.

Pressekontakt: Corina Kirchner, T: +49 911 395 4570, corina.kirchner@gfk.com

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge.**