



## Smartphone-Boom: Klassische Handys bald nur noch im Museum?

Smartphone-Boom: Klassische Handys bald nur noch im Museum? Smartphones werden zum Liebling der Verbraucher. Kennt noch jemand jemanden, der ein altes Handy benutzt? Eines mit großen Zifferntasten und kleinem Schwarz-Weiß-Display? Immer mehr Zeitgenossen werden eine solche Frage wohl mit "kaum" oder "nein" beantworten, und das hat auch einen guten Grund. Die Nutzer solcher älteren Geräte sind laut Marktumfragen inzwischen in der Minderheit. 62 Prozent der deutschen Mobilfunknutzer verwenden ein Smartphone. So das Ergebnis einer Anfang August veröffentlichten Studie des Marktforschungsunternehmens Nielsen. Demnach greifen nur noch 38 Prozent der Handy-Nutzer zu einem klassischen Handy ohne modernes Betriebssystem. Die jetzt veröffentlichten Daten basieren auf einer Umfrage, die schon im Februar unter mehr als 1.600 16- bis 64-Jährigen gemacht wurde. Die Befragung erfolgte über ein Internet-Portal und war demnach nicht ganz repräsentativ, da Nicht-Internet-Nutzer ausgeschlossen blieben. Gerade unter ihnen dürfte die Quote derer, die ein älteres Handy-Modell verwenden, aber höher sein. Aber dennoch: Der grundsätzliche Trend wird ja auch von anderer Seite bestätigt, wenn auch mit etwas niedrigeren Zahlen. Etwa vom Mobilfunkmonitor 2013, den die E-Plus Gruppe erneut gemeinsam mit TNS Infratest durchführte. Dort gaben (ebenfalls bereits im Februar) 47 Prozent der Befragten an, ein Smartphone zu nutzen. Fast alle (45 Prozent) davon hatten eines mit Touchscreen. Eine rasante Entwicklung. Noch beim 2011-Monitor hatte die Quote der Smartphone-Anwender lediglich bei 16 Prozent gelegen. Es dürfte also sehr wahrscheinlich sein, dass die Smartphone-Quote die 50-Prozent-Marke inzwischen genommen hat. Einer im März 2013 veröffentlichten Studie von comScore zufolge war dies bereits irgendwann zwischen Oktober 2012 und März 2013 der Fall, denn laut comScore-Befragungen kletterte der Anteil der Smartphone-Nutzer in diesem Zeitraum von 48,4 auf 51 Prozent. 28 Millionen verkaufte Smartphones für 2013 erwartet. Am Point of Sale sind die Verhältnisse noch drastischer. Laut einer Prognose, die der Branchenverband BITKOM bereits Anfang 2013 veröffentlichte, werden in diesem Jahr 28 Millionen Smartphones über die Verkaufsstellen gehen. Das wären nicht nur 29 Prozent mehr als 2012. Zugleich wären unter fünf verkauften Endgeräten im Schnitt mehr als vier Smartphones, denn insgesamt erwartet BITKOM im laufenden Jahr 34,6 Millionen verkaufte Mobilfunkgeräte. Auch global haben die Smartphones inzwischen die Führung beim Verkauf übernommen. Laut einer Ericsson-Studie war im ersten Quartal 2013 jedes zweite verkaufte Mobilfunkgerät ein Smartphone. Damit wird 2013 das erste Jahr sein, in dem auch weltweit mehr Smartphones als herkömmliche Handys verkauft werden. 2012 lag deren Anteil noch bei 40 Prozent. Wegen ihres geringeren Stückpreises tragen herkömmliche Handys auch kaum noch zum Handy-Umsatz bei. Laut BITKOM werden die Smartphones 2013 96 Prozent des Geräte-Umsatzes in Deutschland stellen. Der durchschnittliche Preis für ein Smartphone liege in diesem Jahr bei 315 Euro, so der Verband. Bei E-Plus sind inzwischen sogar über 90 Prozent der verkauften Endgeräte Smartphones. Noch 2011 hatte diese Quote bei unter 80 Prozent gelegen. Und auch rein mengenmäßig beflügeln die mobilen Alleskönner den Absatz. Nach derzeitigen Hochrechnungen könnte E-Plus bis zum Jahresende mindestens 60 Prozent mehr Geräte verkaufen als 2012. Das Absatz-Plus bei den Smartphones ist also deutlich höher als die Rückgänge bei klassischen Handys. Samsung dominiert vor Apple. Eines zeigen die Studien auch: Das iPhone mag das prominenteste Modell sein, doch zumindest in Deutschland dominieren Android-Geräte den Smartphone-Markt, insbesondere solche von Samsung. In der Nielsen-Umfrage gaben 41 Prozent der Smartphone-Nutzer an, ein Samsung-Modell zu haben. Apple folgte mit 21 Prozent und HTC mit 11 Prozent. Laut dieser Studie ist übrigens die E-Plus Gruppe der Anbieter, der bei seinen Endgeräteverkäufen den größten Anteil an Android-Geräten und hier speziell beim Anbieter Samsung mit seiner Galaxy-Serie hat. Insbesondere das S3 und S4 gehen hier häufig über den Verkaufsstellen. Die aktuellen Zahlen belegen auch das Dilemma von Nokia. Bei der Nielsen-Befragung kamen die Finnen mit neun Prozent Smartphone-Anteil nur auf Platz vier. Das bestätigt, welche Schwierigkeiten der einstige Primus im Handy-Markt beim Übergang ins Smartphone-Geschäft hat. Unter den schwindenden Nicht-Smartphone-Nutzern hält Nokia dagegen mit 32 Prozent Marktanteil noch immer die Spitzenposition. Auch mit Smartphones ist die SMS nicht totzukriegen. Die Nielsen-Studie untersuchte auch die Verwendungszwecke von Smartphones. Demnach nutzen 52 Prozent ihr Gerät für das soziale Netzwerken. 36 Prozent laden Spiele herunter, 26 Prozent shoppen mobil, und etwa ein Viertel scannt damit QR- oder Barcodes ein. 19 Prozent schauen Videos oder nutzen mobile TV-Angebote. Doch die nach wie vor häufigste Anwendung war laut Nielsen eine, für die man kein Smartphone braucht: das Simsen. Und das, obwohl bereits 35 Prozent auch das Instant Messaging als Nutzungsart angaben. E-Plus Gruppe. E-Plus-Strasse 1. 40472 Düsseldorf. Deutschland. Telefon: +49 (211) 448-0. Telefax: +49 (211) 448-2222. Mail: presse@eplus-gruppe.de. URL: <http://www.eplus-gruppe.de/> 

### Pressekontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

[eplus-gruppe.de/](http://eplus-gruppe.de/)  
[presse@eplus-gruppe.de](mailto:presse@eplus-gruppe.de)

### Firmenkontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

[eplus-gruppe.de/](http://eplus-gruppe.de/)  
[presse@eplus-gruppe.de](mailto:presse@eplus-gruppe.de)

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.