



Besitz und Nutzung von Smartphones

Statista Global Consumer Survey – Report

März 2018

statista 

Smartphones sind der wichtigste persönliche Gegenstand – fast überall

Hintergrund¹

Kaum ein Markt steht unter so genauer Beobachtung der Öffentlichkeit wie Smartphones: Die Apple-Fangemeinde fiebert auf jede Produktvorstellung hin und Qualitätszeitungen publizieren Vergleiche der neusten Produkte. Was vor zwei Jahrzehnten noch das Auto war, ist inzwischen das Smartphone: Ausdruck von Persönlichkeit, Identifikationsmerkmal, persönliche Freiheit.

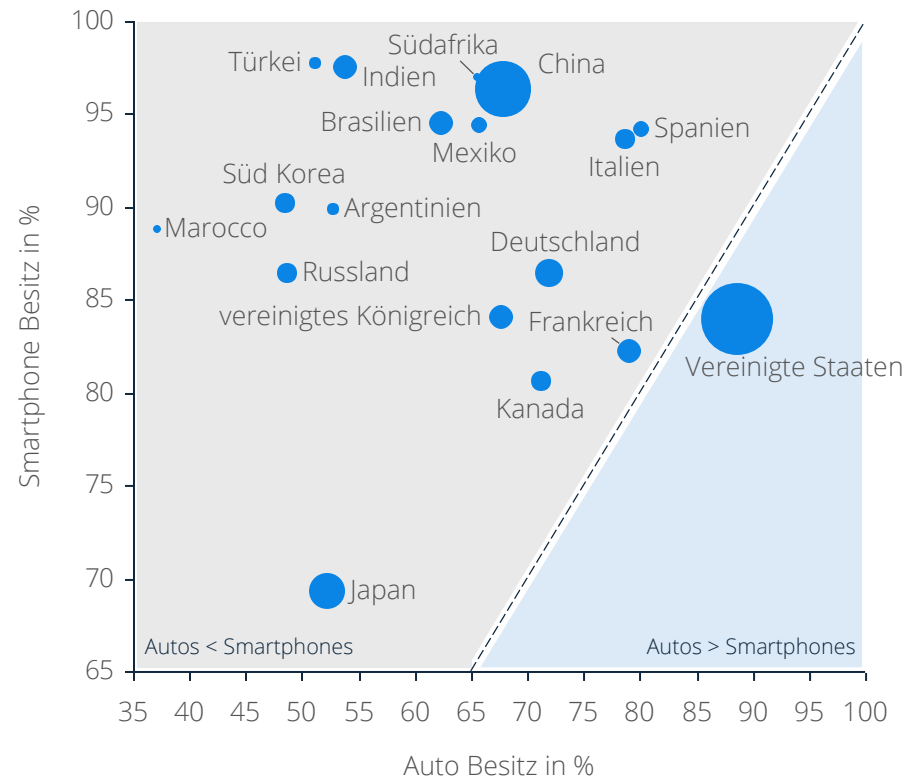
Der Global Consumer Survey zeigt, dass Smartphonebesitzer in allen Ländern weit über 60% der Bevölkerung ausmachen. Ein eigenes Auto dagegen besitzen in 12 von 27 Ländern weniger als 60%. Die USA sind dabei das einzige Land, in dem mehr Menschen ein Auto als ein Smartphone besitzen. Das Auto als ehemals wichtigstes Statussymbol und persönliches Gut ist inzwischen vom Smartphone abgelöst worden. Zeit, den Smartphonemarkt genauer zu untersuchen.

Konkrete Marktdaten zu Smartphones gibt es viele: Aber oft von den Anbietern und Herstellern selbst veröffentlicht, sodass die Berichte nicht unabhängig sind oder sich die Informationen nur auf eine Marke beziehen. Dieser Report liefert alle relevanten Kenngrößen aus einer globalen Umfrage: Dem Global Consumer Survey

Der Statista Global Consumer Survey

Der Statista [Global Consumer Survey](#) untersucht das Konsumverhalten und die Mediennutzung von Konsumenten weltweit. Die Daten beruhen auf einer Befragung von 64.000 Konsumenten aus 27 Ländern zu mehr als 50 Branchen und Themen aus der Online- und Offline-Welt.

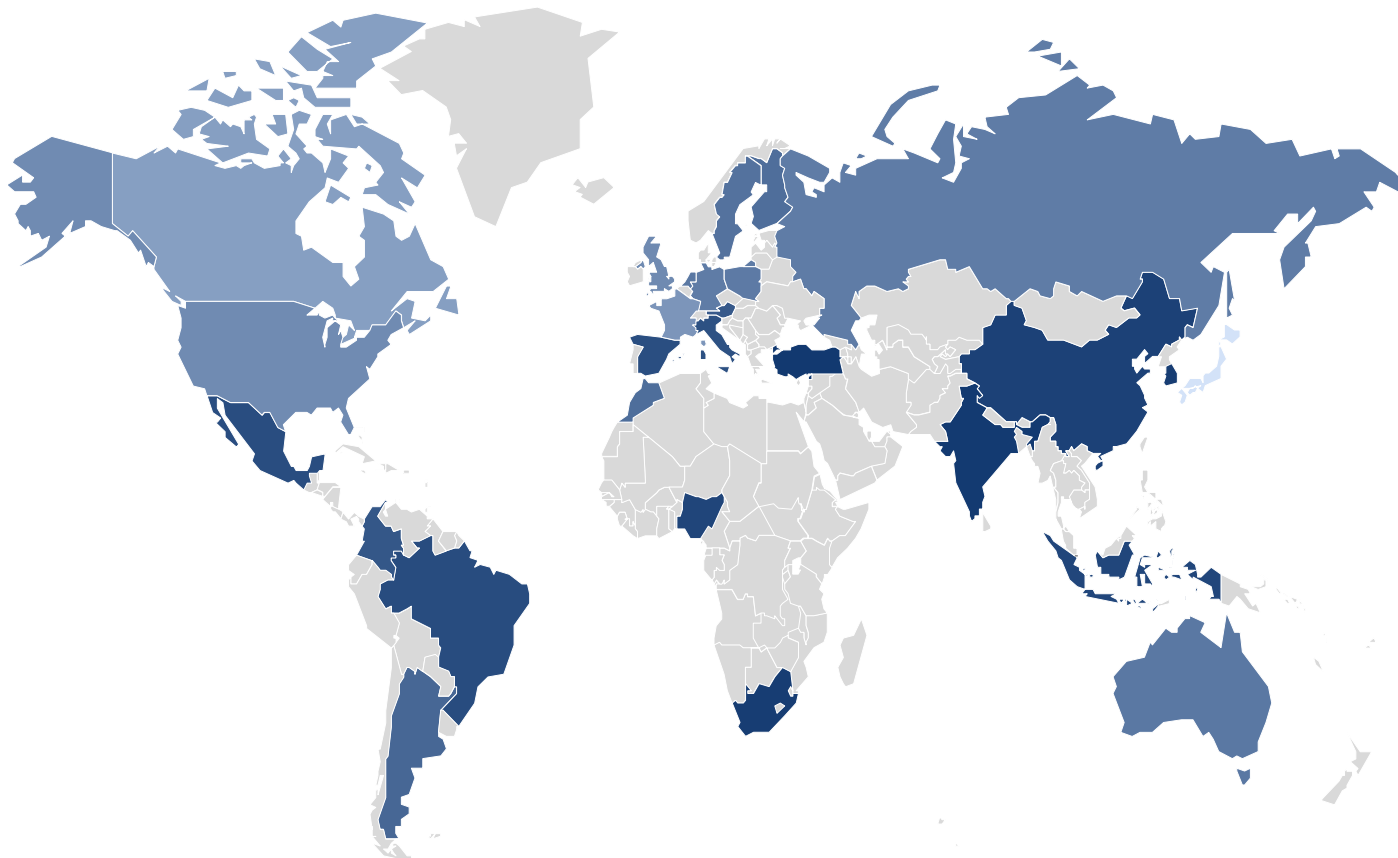
Smartphone-/Autobesitz, ausgewählte Länder



Höchster Smartphonebesitz in Asien, Südamerika und Afrika

International – Besitz

Smartphonebesitz in %

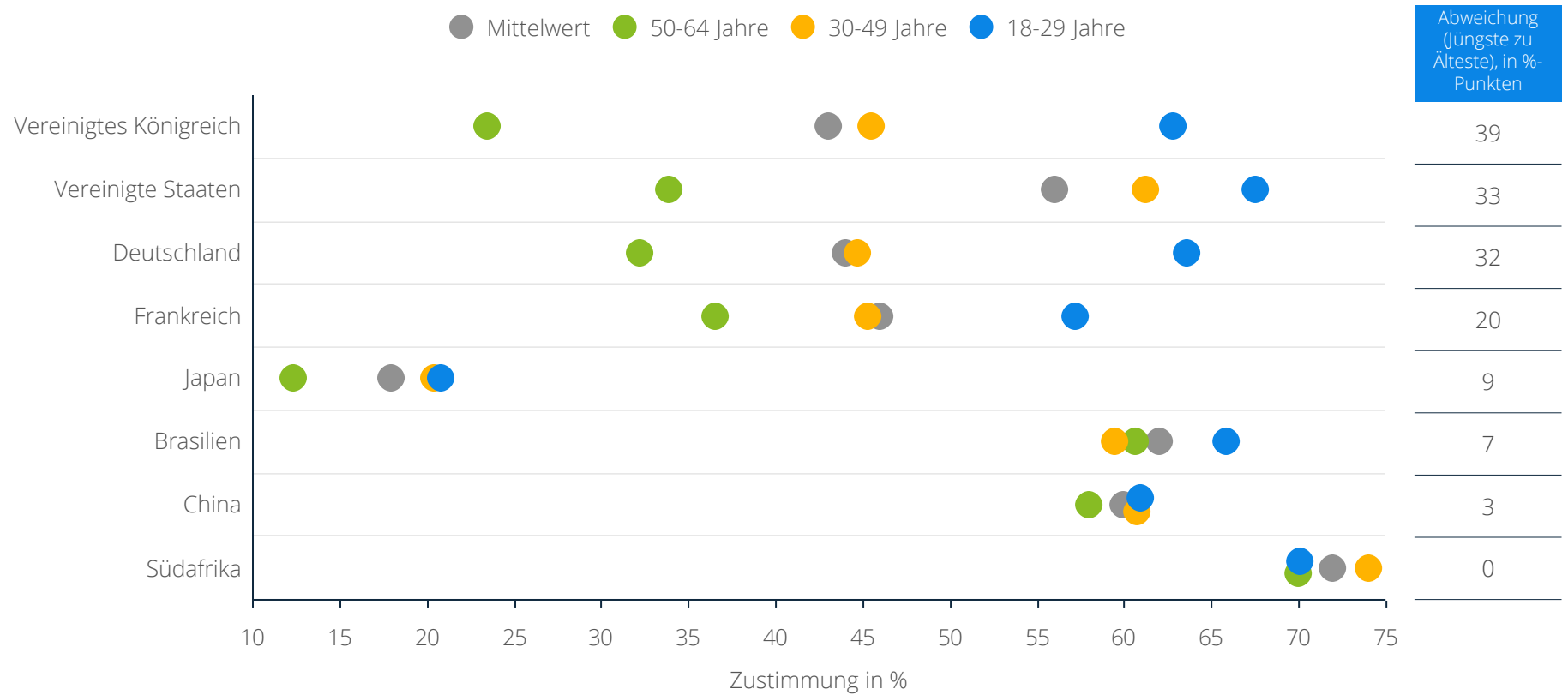


#	Land	Besitz in %
1	Türkei	98
2	Indien	98
3	Südafrika	97
4	Südkorea	97
5	China	96
6	Nigeria	96
7	Indonesien	96
8	Brasilien	95
9	Mexiko	94
10	Spanien	94
11	Italien	94
12	Kolumbien	93
13	Österreich	92
14	Argentinien	90
15	Marokko	89
16	Finnland	89
17	Schweden	88
18	Niederlande	87
19	Australien	87
20	Polen	87
21	Deutschland	86
22	Russland	86
23	Vereinigtes Königreich	84
24	Vereinigte Staaten	84
25	Frankreich	82
26	Kanada	81
27	Japan	69

Stellenwert von mobilem Internetzugang variiert je nach Alter – vor allem in westlichen Industrienationen

International – Einstellung

Zustimmung zur Aussage „Es ist mir wichtig, an jedem Ort und zu jeder Zeit auch mobil ins Internet zu kommen“

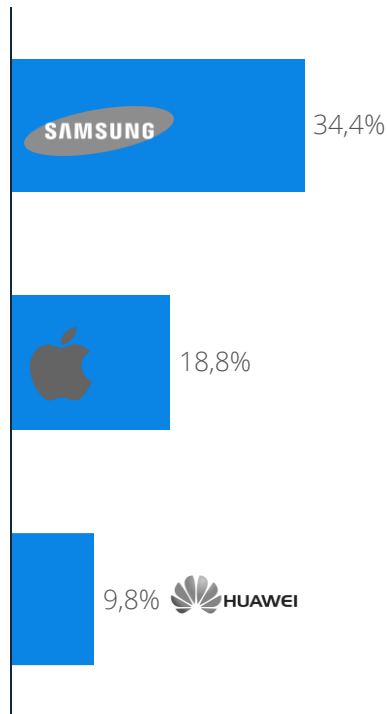


Samsung und Apple kämpfen um die Vorherrschaft – ohne eindeutigen Gewinner

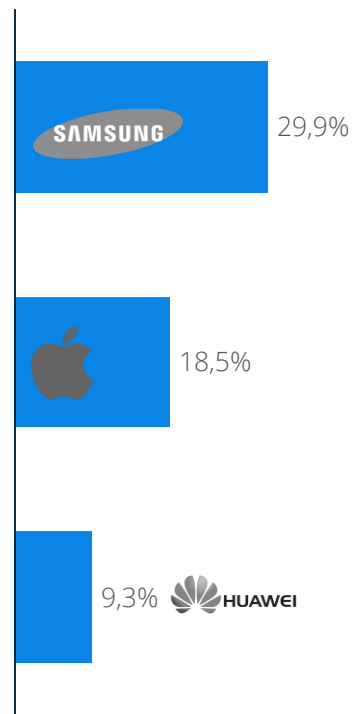
International – Marken

Marke des hauptsächlich genutzten Smartphones: Top 3 im internationalen Vergleich

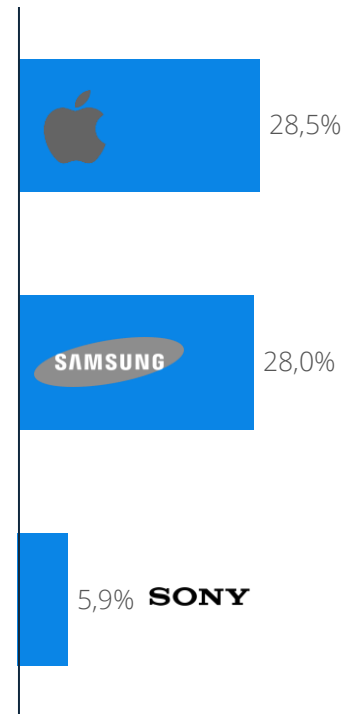
Deutschland



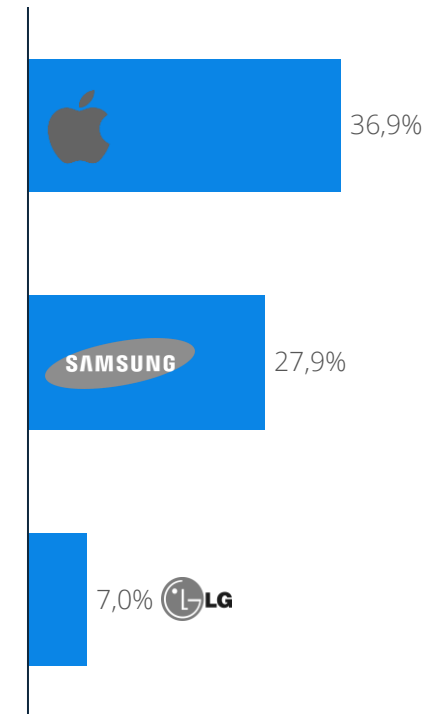
Frankreich



Vereinigtes Königreich



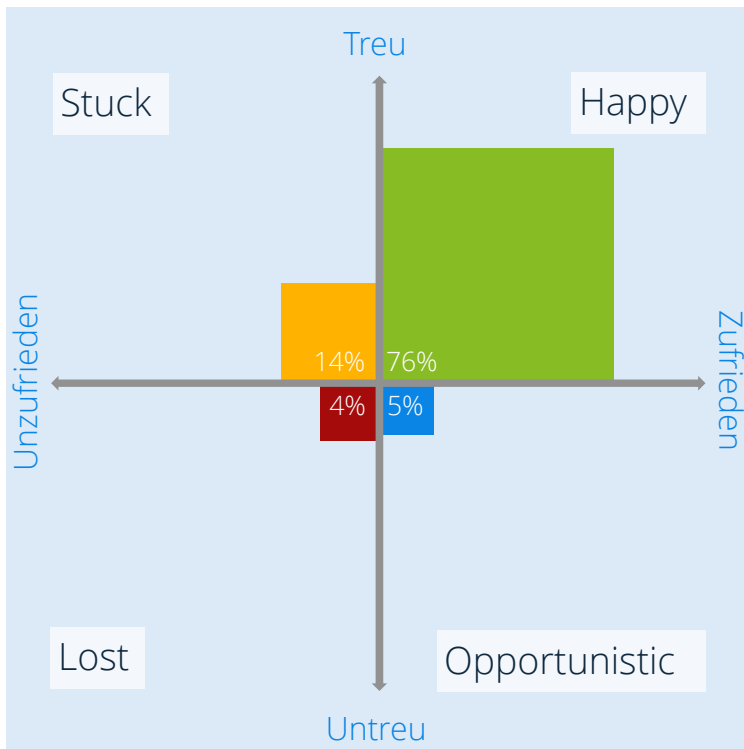
Vereinigte Staaten



Die meisten Smartphonebenutzer sind zufrieden mit Ihrer aktuellen Marke

Deutschland – Kundenbindung

Generelle Beziehung von Smartphonebesitzern zur Marke des Smartphones



Lesehilfe:

Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil an Konsumenten, die mit Ihrer Smartphone-Marke zufrieden und/oder ihr treu sind. Die Verteilung über die vier Quadranten „Happy“, „Opportunistic“, „Lost“ und „Stuck“ variieren je nach Land, Produkttyp und Marke.

„Happy“-Kunden sind zufrieden mit ihrer Marke und dieser treu. Den aktuellen Standard zu halten ist ein ausreichendes Mittel, um diese Kunden zu halten.

„Opportunistic“-Kunden sind derzeit zufrieden, aber trotzdem bereit, bei einem besseren Angebot zu wechseln. Marketingexperten können das Risiko minimieren, indem eine persönliche Beziehung zwischen Kunde und Marke aufgebaut wird.

„Lost“-Kunden sind nicht nur unzufrieden, sondern haben sich auch schon entschieden zu wechseln.

„Stuck“-Kunden sind unglücklich, aber an die derzeitige Marke gebunden (z.B. wegen Verträgen oder der persönlichen finanziellen Situation). Das Angebot muss verbessert werden, um diese Kunden nicht zum nächstmöglichen Zeitpunkt zu verlieren.

Anmerkung: Abweichung von 100% aufgrund von fehlenden Angaben

"Which of these providers and brands are you currently satisfied with / are you going to change on the next possible occasion?";

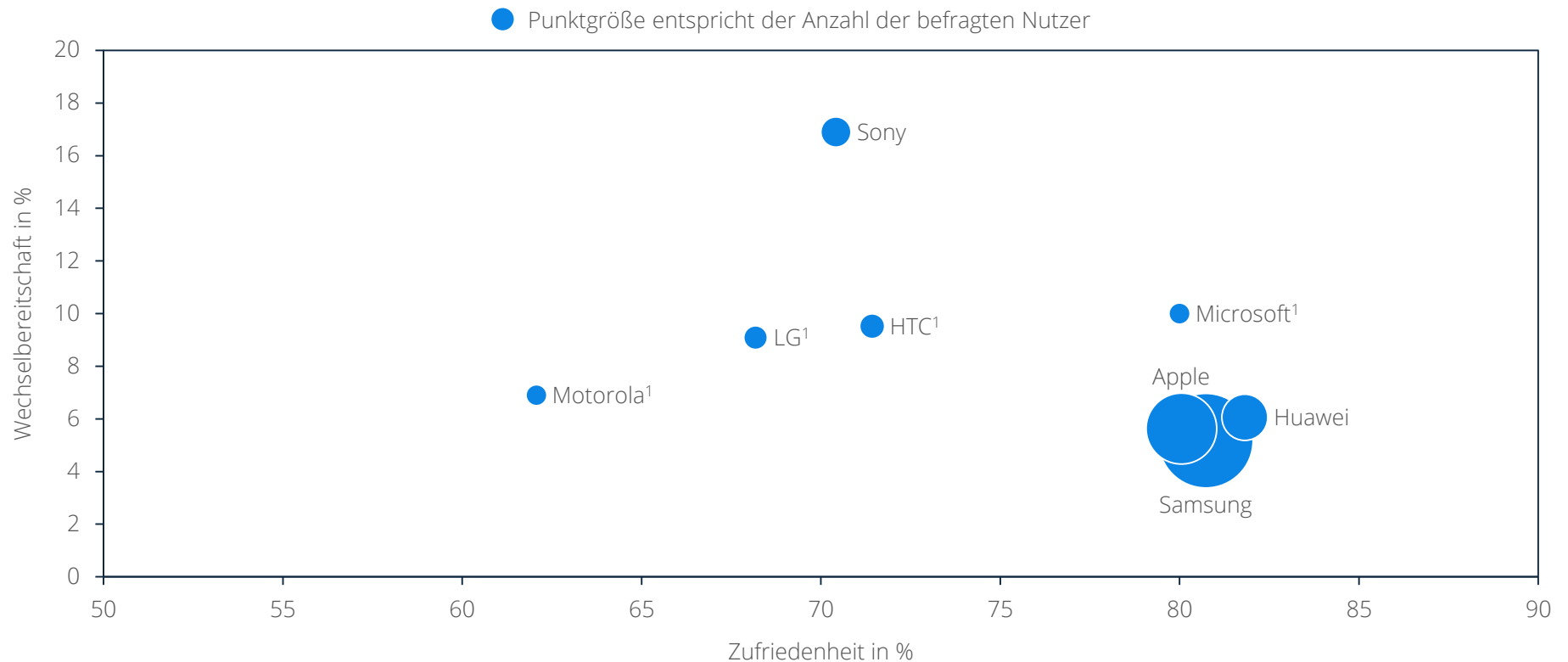
Mehrfachantworten möglich; n=8.971, Befragte, die ein Smartphone besitzen

Quelle: Statista Global Consumer Survey 2018

Samsung hat vor Apple und Huawei die meisten und treuesten Kunden

Deutschland – Kundenbindung

Markenvergleich bezüglich Zufriedenheit und Wechselbereitschaft nach ausgewählten Marken



1: Weniger als 50 Nutzer befragt

"Which of these providers and brands are you currently satisfied with / are you going to change on the next possible occasion?";

Mehrfachnennung möglich; n=8.971, Befragte, die ein Smartphone besitzen

Quelle: Statista Global Consumer Survey 2018

Je nach Zielgruppe spielen andere Funktionen von Smartphones eine Rolle

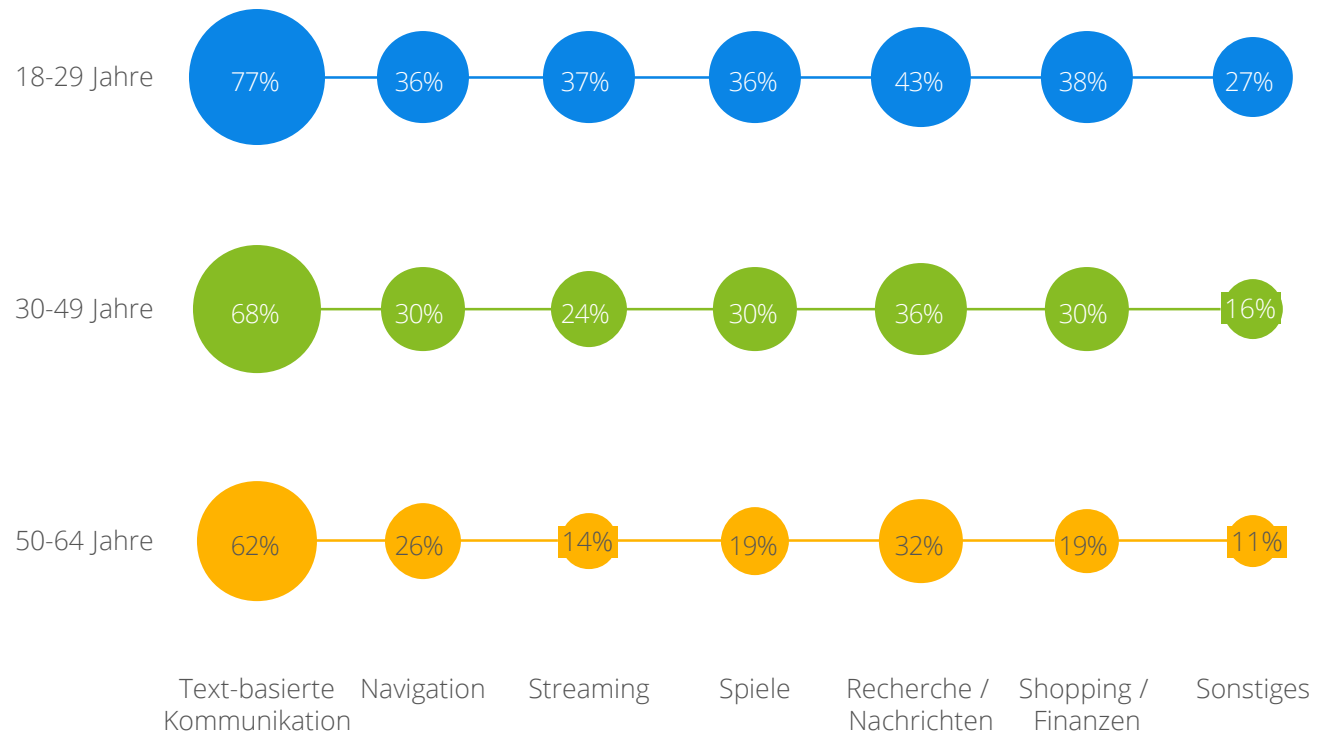
Deutschland – Zielgruppensegmentierung

Nutzung von Smartphone-Funktionen nach Alter

Smartphones punkten nicht mit der Telefon-Funktion: Diese Fähigkeit ist Grundvoraussetzung und nicht unbedingt die meist genutzte App auf den meisten Smartphones. Während sich mancher eher durch ein einfaches Bezahlsystem beeindrucken lässt, spielen für andere eine gute Integration von Streaming-Apps oder Nachrichten-Feeds eine Rolle.

Insbesondere die ältere Kundengruppe interessiert sich stärker für Nachrichten und Produktinformationen via Smartphone, wohingegen Nutzer der jüngeren Altersgruppen viele Dienste gleich intensiv nutzen.

E-Mails und Chat-Programme sind die unangefochtenen Gewinner unter den Apps.



Anmerkung: Antworten wurden kategorisiert
"Which of these things have you used a smartphone for in the past 4 weeks?"; Mehrfachantworten möglich; n=1.676, Befragte, die regelmäßig ein Smartphone nutzen
Quelle: Statista Global Consumer Survey 2018

Ansprechpartner



Léonie Brandt
Statista

Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg

E-MAIL leonie.brandt@statista.de

WWW.STATISTA.COM

Global Consumer Survey

50+ THEMEN & BRANCHEN | 64.000+ KONSUMENTEN | 700+ MARKEN

Experten-Tool: DIY-Onlineanalyse, Kreuztabellierung, Filter und Auswahlmöglichkeiten zur Bestimmung einer individuellen Zielgruppe, Export im CSV-Format



THEMEN & BRANCHEN

- Konsum & Lifestyle
- Einzelhandel & eCommerce
- Digitale Medien
- Autos, Verkehr & Mobilität
- Persönliche Finanzen und Fintech
- Gesundheit & eHealth
- Etc.



DEMOGRAPHIE & ZIELGRUPPEN

- Alter, Geschlecht, Beruf etc.
- Häufigkeit der Internetnutzung
- Genutzte Geräte
- Lead User & Follower
- Premium-Affinität
- Markentreue
- Etc.



27 LÄNDER

Argentinien | Australien | Brasilien | China | Deutschland | Finnland
Frankreich | Indien | Indonesien | Italien | Japan | Kanada | Kolumbien
Südkorea | Marokko | Mexiko | Niederlande | Nigeria | Österreich | Polen
Russland | Schweden | Spanien | Südafrika | Türkei | Vereinigte Staaten von
Amerika | Vereinigtes Königreich

 **Jetzt den Global Consumer Survey erkunden**