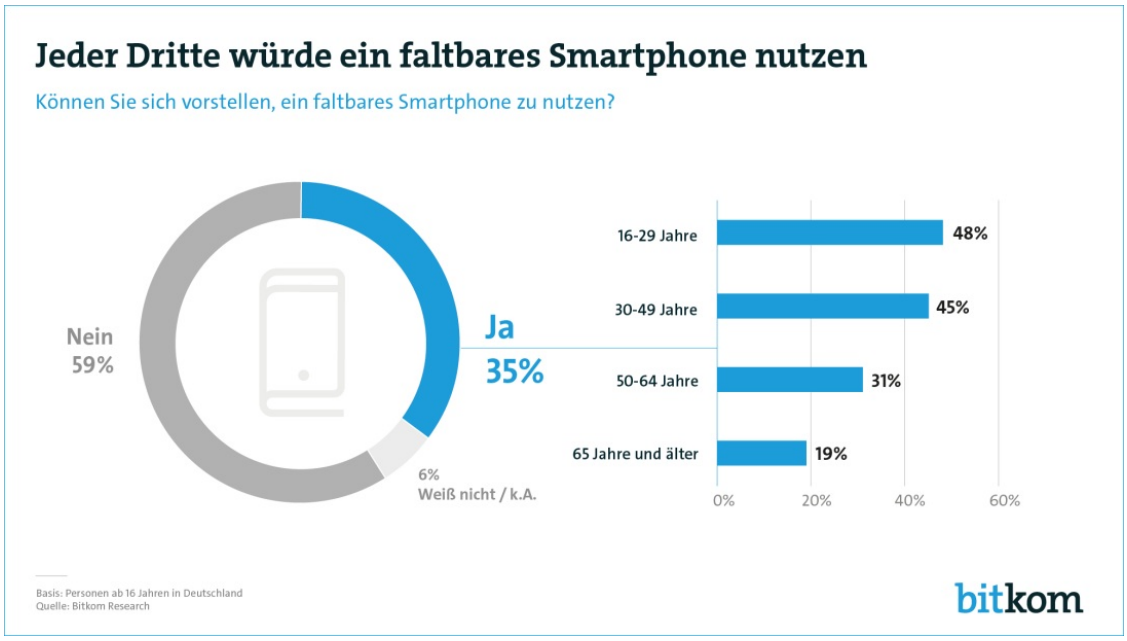
Bitkom e.V. |

Tech Trends 2019: Faltbare Smartphones und Connected Entertainment

- **Neue Studie von Bitkom und Deloitte zur Zukunft der Consumer Technology**
- **Jeder Dritte würde faltbare Smartphones nutzen**
- **Connected Entertainment als Markttreiber**



Berlin, 04. September 2019 - Die Consumer Technology steht vor einem Umbruch: Während die klassische Unterhaltungselektronik an Nachfrage verliert, treiben Smartphones und digitale Inhalte-Plattformen den Markt. Die nächste Entwicklungsstufe steht mit faltbaren Smartphones bevor. So kann sich mehr als jeder dritte Bundesbürger (35 Prozent) vorstellen, ein faltbares Smartphone zu nutzen. Das zeigt die Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology 2019“, die der Digitalverband Bitkom und das Beratungs- und Wirtschaftsprüfungsunternehmen Deloitte heute in Berlin vorgestellt haben.

Danach sieht mehr als die Hälfte (58 Prozent) den Vorteil, dass faltbare Smartphones zusammengeklappt weniger Platz benötigen. Für jeden Zweiten (50 Prozent) ist es vorteilhaft, dass faltbare Smartphones einen größeren Bildschirm als herkömmliche Smartphones bieten. Fast jeder Fünfte (18 Prozent) bescheinigt den sogenannten Foldables mehr Leistung als herkömmliche Smartphones. Und für 8 Prozent sind faltbare Smartphones die neuen Statussymbole. „Neue Bildschirmtechnologien sind ein Top-Trend“, sagt Dr. Sebastian Klöß, Bitkom-Referent für Consumer Technology. „Faltbare Smartphones verfügen nicht nur über sehr große Displays. Sie bieten außerdem Platz für leistungsstärkere Prozessoren und Akkus.“

Von der Videokassette zum „One-Stop-Content-Shop“

Ein weiterer Treiber für die Consumer Technology ist das sogenannte Connected Entertainment. Konsumenten sehen sich heute einer riesigen Auswahl an hochwertigen kuratierten Inhalten gegenüber, die quasi jederzeit und überall verfügbar sind. Und immer mehr Nutzer sind bereit, für das Streamingangebot Geld auszugeben. So nutzen mittlerweile zwei von fünf Onlinern (42 Prozent) kostenpflichtige Video-On-Demand-Dienste, jeder Fünfte (20 Prozent) zahlt für Musik-Streaming. Für ein gutes Nutzererlebnis müssten diese Inhalte aber auf entsprechend hochwertigen Endgeräten verfügbar sein.

„Die Medienwelt hat in den vergangenen 20 Jahren einen Evolutionsprozess von non-connected

Content und Hardware mit ihren physischen Bild- und Tonträgern über die Ära der digitalen Downloads zum Streaming durchlaufen – und der nächste Entwicklungsschritt zeigt sich bereits am Horizont“, erklärt Klaus Böhm, Leiter Media & Entertainment bei Deloitte. „Wesentliche Akteure sind hier die großen Plattformbetreiber, die Inhalte aus unterschiedlichen Mediengattungen aggregieren und zusätzlich massiv in eigene Inhalte investieren, um Nutzern eine reichhaltige Auswahl an Inhalten aus einer Hand zu bieten.“

2022 werden 90 Prozent aller TV-Geräte mit dem Internet verbunden sein

„Gerätehersteller sehen sich zwei maßgeblichen Entwicklungen gegenüber“, erklärt Sebastian Klöß. „Zum einen werden Konsumenten ihre alten Endgeräte zunehmend durch neue, vernetzbare Hardware ersetzen. Zum anderen wird der Anteil der tatsächlich smart genutzten Geräte in den nächsten Jahren deutlich steigen.“ Das gilt besonders für TV-Geräte. Im Jahr 2022 werden laut der Trendstudie nur noch 10 Prozent nicht mit dem Internet verbunden sein. Vorreiter sind allerdings Spielekonsolen. Bei den neueren Modellen ist Connectivity schon heute Standard, und 2022 werden nur noch etwa 5 Prozent nicht vernetzt sein. Bei Musikanlagen ist die Entwicklung hingegen etwas langsamer, bis 2022 werden 65 Prozent der in deutschen Haushalten meistgenutzten Audio-Anlagen mit dem Internet verbunden sein. Das liegt vor allem an der nachhaltigen Popularität des klassischen Radios, das vor allem als „Nebenbeimedium“ beliebt ist.

„Für Gerätehersteller ist die intelligente Verknüpfung von Hardware und Content inzwischen ein echtes Differenzierungskriterium“, bilanziert Klaus Böhm. „Konsumenten erwarten von neuen Endgeräten intelligente User-Interfaces und einen bequemen Zugang zu passenden Inhalte-Angeboten.“ Verbraucher wünschen sich dagegen mehr Übersicht. Gut ein Drittel (35 Prozent) hätte laut Studie Interesse an einem gebündelten Content-Angebot und würde dafür andere Abonnements kündigen. Durch komfortablere Angebote könnten auch neue Nutzergruppen erschlossen werden, vor allem bei den älteren Zielgruppen gibt es noch Wachstumspotenzial.

Darüber hinaus zeigt die Studie, dass das Connected Entertainment für alle Marktteilnehmer Potenzial bietet. Im Evolutionsprozess hin zu den „One-Stop-Content-Shops“ der DPCs können sich Gerätehersteller durch gezielte Kooperationen mit Content-Anbietern positionieren und beispielsweise attraktive Smart-TV-Ökosysteme anbieten. Die Zahl der Akteure mit echten Endkundenbeziehungen wird sich demnach zwar mittel- bis langfristig erheblich konsolidieren, im Hintergrund aber werden Content-Produzenten und Gerätehersteller über Revenue-Share-Modelle weiterhin am Boom von Connected Entertainment teilhaben.

Die Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology – 2019“ steht hier zum kostenlosen Download bereit: https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Zukunft-Consumer-Technology-2019

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben sind repräsentative Umfragen, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat oder die Deloitte umgesetzt hat.

Ihr Pressekontakt bei Deloitte: Kristin Ofer, Presse Deloitte, T: +49 89 29036 8825, Email: kofer@deloitte.de

Kontakt

Merle Wiez
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-274
E-Mail: m.wiez@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Sebastian Klöß
Leiter Märkte & Technologien
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Tech-Trends-2019-Faltbare-Smartphones-und-Connected-Entertainment***