

Medienmitteilung

Zürich, 29. Dezember 2017

Smartphones durchdringen alle Lebensbereiche – Konsumenten geben mehr Geld aus und sind besorgt

Das Smartphone baut seinen zentralen Platz in unserem Leben weiter aus: Bis Ende 2023 werden mehr als 90 Prozent der Erwachsenen in den Industrieländern ein Smartphone besitzen, wie Prognosen des Beratungsunternehmens Deloitte zeigen. Die Konsumenten sind zunehmend bereit, für digitale Inhalte zu bezahlen, allerdings eher für Video und Musik als für News. Tausende Augmented-Reality-Anwendungen vereinfachen und erweitern unser Privat- und Berufsleben. Allerdings macht sich beinahe die Hälfte der Menschen auch Sorgen darüber, dass sie ihr Smartphone zu häufig benutzen. Zudem ist die Schweiz gut gerüstet, um von den neuen Technologien zu profitieren.

Die Experten von Deloitte haben umfassende Datenmengen analysiert, hunderte Studien verarbeitet und nicht zuletzt rund 29 000 Konsumenten in 16 Ländern weltweit befragt – herausgekommen sind aufschlussreiche Thesen zur Technologie-, Medien- und Telekommunikationsindustrie (TMT), die [Deloitte TMT Predictions 2018](#).

Die Verbreitung von Smartphones nimmt weiter zu. Bis Ende 2023 wird erwartet, dass mehr als 90 Prozent der Erwachsenen in den Industrieländern ein Smartphone besitzen werden. Bis Ende nächsten Jahres werden weltweit 800 Millionen Premium-Smartphones im Umlauf sein, die selbst anspruchsvollste Anwendungen unterstützen. Gleichzeitig wächst der Markt für gebrauchte Smartphones um ein Mehrfaches schneller als derjenige für neue Smartphones und trägt dazu bei, dass viele Smartphones während ihrer Lebensspanne drei oder vier Besitzer haben werden. Deloitte prognostiziert weiter, dass die Besitzer im Jahr 2023 durchschnittlich 65 Mal pro Tag mit ihren Handys interagieren werden, ein Anstieg um 20 Prozent gegenüber 2018.

Suchtmittel Smartphone, unerwünschte Werbung

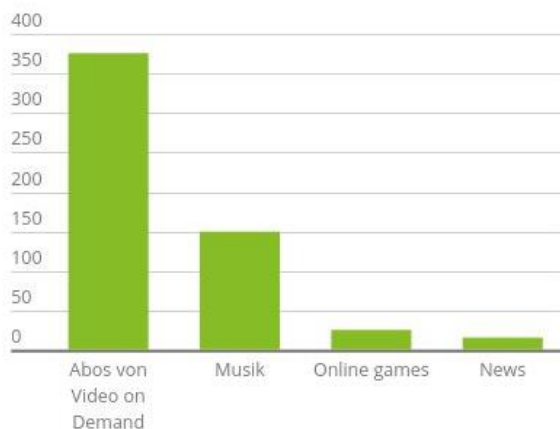
Gleichzeitig machen sich 45 Prozent aller Smartphone-Nutzer weltweit Sorgen, dass sie ihr Gerät zu oft verwenden. Ebenfalls 45 Prozent planen, im kommenden Jahr die Nutzung einzuschränken. Bei den 18- bis 24-Jährigen haben knapp zwei Drittel den Eindruck, sie benutzen ihr Gerät zu oft, und über die Hälfte will den Gebrauch zurückfahren. Die jungen Nutzer verwenden ihr Gerät auch viel öfter während dem Essen mit Freunden oder der Familie sowie in der Nacht im Bett. Über ein Drittel der Smartphone-Benutzer hat sich daher vorgenommen, das Smartphone in der Tasche zu lassen, wenn sie sich mit Freunden treffen.

Die zunehmende Verwendung von Werblockern stellt werbetreibende Unternehmen vor immer grössere Herausforderungen, um ihre Kunden zu erreichen: Rund drei Viertel der Konsumenten verwenden mindestens einen Werblocker auf einem ihrer Geräte. Junge, gut ausgebildete Menschen mit einem höheren Einkommen meiden Werbung stärker.

Digitale Abos auf dem Vormarsch

Ende 2018 wird über die Hälfte der erwachsenen Mediennutzer in Industrieländern mindestens zwei Online-Medienabonnemente abgeschlossen haben. Bis Ende 2020 wird sich diese Zahl auf vier verdoppeln. Die Abo-Kosten betragen meist weniger als zehn Dollar pro Monat, einzig News-Anbieter sind meistens teurer.

Abb. 1 - Digitale Medianbonnements weltweit (in Millionen)



Quelle: Deloitte Global Anlysis 2017

Den Trend zu mehreren Abos forcieren unterschiedliche Faktoren: Sportrechte werden zunehmend unter verschiedenen Anbietern aufgeteilt, Serienfans müssen mehrere Abonnements abschliessen, um alle gewünschten Inhalte sehen zu können.

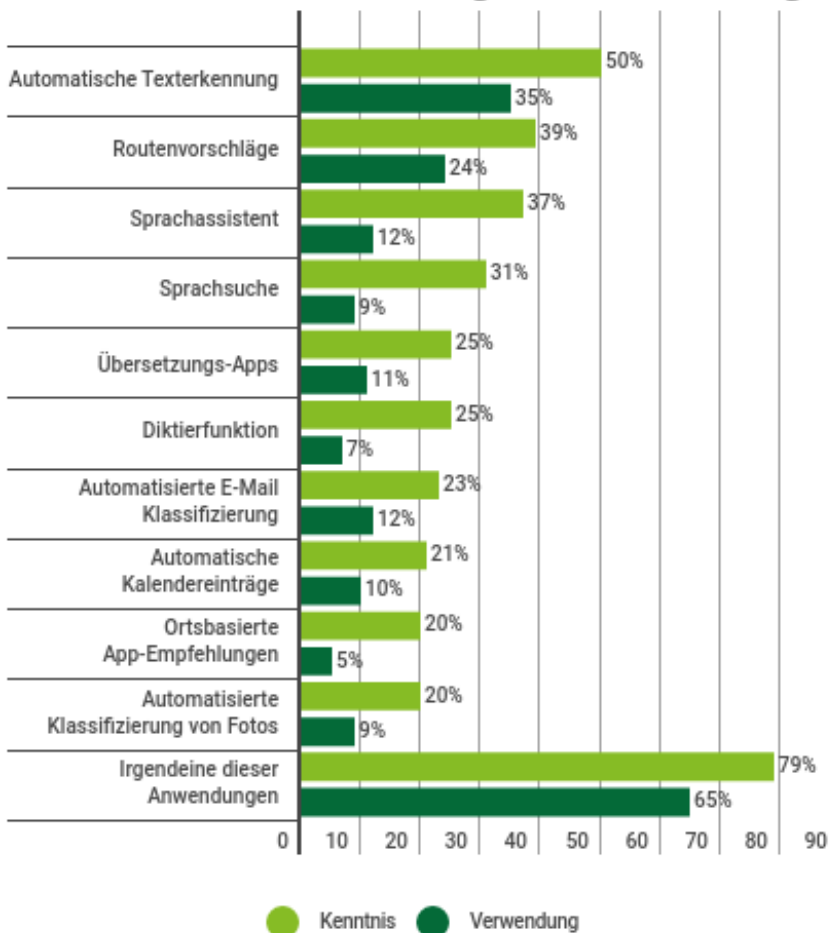
News-Abos spielen im Gegensatz zu Video und Musik nur eine sehr untergeordnete Rolle. Insgesamt werden im kommenden Jahr weltweit 350 Millionen Mediennutzer 680 Millionen Online-Abonnements abgeschlossen haben; News-Angebote verzeichnen dagegen nur rund 20 Millionen Abonnenten. „Dieser Trend stellt die traditionellen Medienhäuser vor riesige Herausforderungen: Die Konzentration der Medienlandschaft in der Schweiz wird rasch voranschreiten und der Kampf um die zahlungswilligen Nachrichtenleser intensiviert sich. Die Schweizer Medienhäuser müssen im Online-Bereich künftig enger zusammenarbeiten“, so Bjørnar Jensen, Managing Partner Consulting und Leiter TMT bei Deloitte Schweiz.

Augmented Reality vor dem Durchbruch

Bei Augmented Reality (AR) wird die echte Umgebung auf dem Smartphone-Bildschirm von digitalen Bildern und Informationen überlagert. 2018 wird für die künftige Entwicklung ein entscheidendes Jahr: Die Zahl AR-optimierter Smartphones steigt stark und die Inhalte werden zunehmend fotorealistisch. Content-Anbieter präsentieren neue AR-Apps, mit denen sie 2018 voraussichtlich weltweit einen Umsatz von rund 100 Millionen US-Dollar generieren werden. Der Mehrwert für das Smartphone-Ökosystem liegt jedoch ungleich höher: AR wird in den kommenden Jahren zu einem wichtigen Treiber für Gerätenutzung, Smartphone-Verkäufe und App-Downloads.

„Augmented Reality ist nicht zuletzt aufgrund der immer besseren Darstellungsqualität einer der Top-Trends der Industrie. Das zeigt sich auch beim Programm der weltgrössten Messe für Unterhaltungselektronik CES in Las Vegas, die im Januar stattfindet“, sagt Bjørnar Jensen. Mit AR lassen sich Produkte visuell im Raum darstellen – besonders bei grösseren Gegenständen wie etwa Möbeln kann das sehr hilfreich sein. Kunden können mithilfe von Augmented Reality Produkte in ihre persönlichen Räume oder an ihren Körper projizieren. „Schweizer Möbelhäuser und Uhrenhersteller wenden diese Technik bereits erfolgreich an. AR ist auch für produzierende Schweizer Unternehmen wichtig, um sich in Distribution und Vermarktung von der Konkurrenz abzuheben. Die Technologie kann auch bei der eigentlichen Herstellung eingesetzt werden und zu Effizienzsteigerungen führen“, erklärt Bjørnar Jensen. Bis auf weiteres bleiben aber Games wie Pokémon Go oder Ingress das wichtigste Zugpferd für AR-Anwendungen.

Abb. 2 - Kenntnis und Verwendung von Machine Learning



Gewichtete Datenbasis: Besitzer von Smartphones in 16 entwickelten Märkten (25'563 Antworten). Die Zahlen sind die Durchschnittswerte der 16 Länder (Australien, Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Irland, Italien, Japan, Kanada, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Spanien, Schweden, Grossbritannien und USA). Die Interviews wurden für den Deloitte Global Mobile Consumer Survey zwischen Mai und Juli 2017 durchgeführt.

Maschinen lernen aus Erfahrung

Auch die künstliche Intelligenz (Artificial Intelligence) steht 2018 vor wesentlichen Fortschritten. Der Fokus liegt vor allem auf neuer Chip-Technologie, die stromsparender arbeitet und dabei deutlich leistungsfähiger und flexibler ist. Dadurch werden entsprechende Anwendungen signifikant schneller und viele Unternehmen verstärken ihr Engagement. Gegenüber 2017 wird sich gemäss den Prognosen von Deloitte die Zahl von KI-Projekten weltweit verdoppeln.

Zum wesentlichen Entwicklungstreiber im Bereich der künstlichen Intelligenz zählt im Jahr 2018 Machine-Learning. Dieses ermöglicht Systemen und Algorithmen, aus Erfahrung automatisiert zu lernen und sich ohne zusätzliche Programmierung selbstständig zu verbessern. Zwei Drittel der Smartphone-Besitzer in den Industrieländern benutzen aktiv eine App, die auf Machine Learning basiert; am beliebtesten ist die automatische Texterkennung.

Schweiz gut positioniert

Machine Learning ermöglicht eine verstärkte Personalisierung von Produkten und Dienstleistungen: Das Kundenerlebnis wird verbessert, indem Entscheidungen und Auswahlmöglichkeiten basierend auf den erlernten Präferenzen und dem Verhalten der Nutzer erleichtert werden. "Da die Anzahl kompatibler Smartphones weiter steigt, wird die Weiterentwicklung von Künstlicher Intelligenz in den kommenden Jahren ein Wachstumstreiber bleiben", ergänzt Bjørnar Jensen.

"Die Schweiz ist im globalen Standortwettbewerb für künstliche Intelligenz und Machine Learning sehr gut positioniert. Die Verantwortlichen in Unternehmen und bei den Behörden haben die technologischen Verwerfungen der vierten industriellen Revolution recht gut vorausgesehen. Der Entscheid von Google, ein entsprechendes Forschungszentrum in Zürich auszubauen, ist kein Zufall. Die Schweizer Wirtschaft kann diese Technologien sehr nutzbringend anwenden, zum Beispiel in der sich in einem Übergangsstadium befindlichen Finanzindustrie und für Effizienzgewinne in der Life-Sciences-Branche", so Bjørnar Jensen.

– ENDE –

- ➔ Für weitere Informationen zur TMT-Branche lesen Sie bitte "[Deloitte Technology, Media and Telecommunications Predictions 2018](#)" und/oder wenden Sie sich an einen unserer Branchenexperten.

Kontakt: Bjørnar Jensen,
Rolle: Managing Partner Consulting und Leiter TMT
(Technology, Media and Entertainment)
Tel: +41 58 279 7391
E-Mail: bjensen@deloitte.ch

Kontakt: Michael Wiget
Rolle: Media Relations Manager
Tel: +41 58 279 70 50
E-Mail: mwiget@deloitte.ch

Über die Studie – Deloitte TMT Predictions

Bereits zum 17. Mal geben die TMT Predictions einen Ausblick auf die wichtigsten Trends der nächsten ein bis fünf Jahre in den Branchen Technologie, Medien und Telekommunikation weltweit. Die Experten von Deloitte haben umfassende Datenmengen analysiert und ausgewertet sowie unzählige Studien verarbeitet und zu bestimmten Themenbereichen auch Konsumentenbefragungen durchgeführt. Die Methodik unterscheidet sich zwischen den einzelnen Kapiteln. Teilweise liegen bereits publizierte Ergebnisse von Deloitte zugrunde, allen voran die Global Mobile Consumer Survey, für die in 16 Industrien insgesamt 29 000 Befragungen sowie in regionalen Märkten eigene analoge Umfragen durchgeführt wurden. Für alle Kapitel haben wir auf bestehende, zumeist online verfügbare Studien und Daten sowie auf unsere Erfahrungen mit Kundenprojekten zurückgegriffen.

Über Deloitte Schweiz

Deloitte ist ein führendes Prüfungs- und Beratungsunternehmen in der Schweiz und bietet branchenspezifische Dienstleistungen in den Bereichen Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory sowie Tax & Legal. Mit über 1800 Mitarbeitenden an den sechs Standorten Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano und Zürich (Hauptsitz) betreut Deloitte Unternehmen und Organisationen jeder Rechtsform und Grösse aus allen Wirtschaftszweigen.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte North West Europe, einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) mit über 245 000 Mitarbeitenden in mehr als 150 Ländern.

Anmerkung für die Redaktion

In dieser Medienmitteilung bezieht sich Deloitte auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), eine "UK private company limited by guarantee" (eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), und ihre Mitgliedsunternehmen, die rechtlich selbstständig und unabhängig sind.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte NWE LLP, einem Mitgliedsunternehmen von DTTL. DTTL und Deloitte NWE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Deloitte AG ist eine von der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde (RAB) und der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA zugelassene und beaufsichtigte Revisionsgesellschaft.

Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie auf unserer Webseite unter www.deloitte.com/ch/about

© 2017 Deloitte AG. Alle Rechte vorbehalten.