

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 80 (2002)

Heft: 1

Artikel: Schnell austauschen, bitte!

Autor: Knurhahn, Phil

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-877174>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Endverbrauchermarkt

Schneller austauschen, bitte!

Nach dem Einbruch im Markt für Mobilfunkgeräte und PCs und dem noch grösseren Fall der Chipindustrie ist die grosse Frage: Was ist falsch gelaufen? Hektisch gehen die Marktanalysten daran, die Ursachen für das derzeitige Tief in den Märkten für elektronische Geräte auszuloten. Und siehe da, es findet sich vieles, was man woanders hätte abschauen können.

Eine jüngste Analyse von IC Insights gibt einige Hinweise, die das Marktverhalten der Endverbraucher erklärt und gleichzeitig zeigt, wo die Industrie hätte rechtzeitig reagieren können. Wir zitieren aus dem Report und kommentieren einiges aus unserer Sicht dazu.

PHIL KNURHAHN

Schwankungen sind vorprogrammiert

Dass die Chipindustrie ganz direkt von den Elektronikmärkten abhängt, ist eine Binsenweisheit. Doch da ein Handy und ein PC nicht nur aus Chips bestehen, sind Schwankungen im Absatz der Geräte auf der Halbleiterebene ausgeprägter als im Markt der fertigen Produkte. Das liegt daran, dass zwischen der Chipauslieferung und dem Geräteverkauf eine zeitliche Verzögerung von vielleicht einem Vierteljahr liegt. Diese «Pipeline» enthält immerhin etwa 20 bis 25% der Bauelemente, die im Jahresbedarf beim Gerätehersteller anfallen.

Wenn der Hersteller sieht, dass der Absatz seiner Geräte ins Stocken kommt, wird er nicht «auf Lager» produzieren wollen. Stattdessen storniert er kurzerhand Lieferverträge mit der Bauelementeindustrie. So kann er mit den noch im Wareneingang befindlichen Bauelementen seine Produktion mit verringerten Stückzahlen aufrechterhalten, während beim Bauelementehersteller der Umsatz auf null zurückgeht.

Das ist nichts Neues, aber es ist in Boomzeiten in Vergessenheit geraten. Die Euphorie über ständig steigende Absatzzahlen bei den Mobilfunkgeräten und über wachsende PC-Verkäufe mit immer schnelleren Prozessoren hat den irratio-



Bild 1. Ein Handy wartet auf seine Bauelemente: Ein paar hundert elektronische Bauteile bestimmen heute das Innenleben eines Mobilfunkgeräts.

nalen Optimismus geschürt, dass ein Wachstum der Elektronikproduktion quasi ein Geschenk des Himmels ist. Und als dann bald jeder Jugendliche sein eigenes Handy besass und die Gigahertz-schnellen Prozessoren mit entsprechend grossen Arbeitsspeichern jenseits von 100 MByte die Kids mit ihren elektronischen Spielen zufriedenstellten, stand die Branche am Abgrund.

Es geht nicht nur um den Besitz eines Handys

Gerade in der Mobilfunkbranche haben sich Trends überlagert, die man schon aus der Automobilbranche kannte. Wer noch kein Auto hat, kauft sich am Anfang eher einen Kleinwagen oder einen der unteren Mittelklasse (ausgenommen die jungen Führerscheinbesitzer, die lieber in einen prestigebehafteten Gebrauchtwagen investieren zur Stärkung des Selbstbewusstseins). Erst im Laufe der Zeit wird man sich «nach oben» weiter entwickeln, den reinen Gebrauchsgegenstand «Auto» zum Statussymbol umfunktionieren. Von Punkt A zu Punkt B kommt man deswegen kaum schneller oder bequemer.

Das gleiche gilt auch für den Markt der Mobilfunkgeräte. Gerade bei Kids sind Markenartikel angesagt: Es geht nicht nur um den Besitz eines Handys, sondern um ein bestimmtes Gerät, was die Gruppe als «trendy» vorgibt. Ein Handy

nur zum Telefonieren? Das ist schon bei 12-jährigen Schülern «out» – es muss ein «WAP» sein. So hat sich also der Markt für Mobilfunkgeräte in einen Neukaufanteil und ein Ersatzgeschäft aufgeteilt: So, wie sich viele Autobesitzer (oft mit Hilfe von Leasingverträgen) alle drei Jahre ein neues Auto leisten, so wurde in der hektischen Aufbauphase alle drei Jahre auch ein neues, prestigeträchtiges Handy erworben.

Nutzungsdauer eines Mobilfunkgeräts

IC Insights nennt für die zurückliegenden Jahre die durchschnittliche Nutzungsdauer eines Mobilfunkgeräts bis zum Austausch: 1997 und 1998 waren es 42 Monate, 1999 35 Monate, 2000 nur noch 32 Monate – und für 2001 wird es einen grossen Sprung zurück auf 48 Monate geben. Das ist durchaus mit der Entwicklung in der Autoindustrie vergleichbar. Aber damit fällt mehr als ein Drittel der Nachfrage aus. Wenn es aber keine neuen technischen Gründe für einen Austausch gibt – Armbanduhr-Telefone oder die künftige Möglichkeit der Bildtelefonie über das

Mobilfunkgeräte werden von vielen skeptisch gesehen – dann unterbleibt der Tausch in ein neues Gerät. Und wenn nur noch mühsam ganz neue Kundenkreise erreicht werden können, dann fällt auch der Neugerätemarkt als Wachstums treiber aus.

Immer mehr Länder vor allem in Europa melden, dass die Zahl der Mobilfunkanschlüsse die Zahl der Festnetzanschlüsse bereits übersteigt. Und letztere haben hundert Jahre gebraucht, um ihr heutiges Volumen zu erreichen. IC Insights geht für das Jahr 2001 von einem Rückgang im Markt für Mobilfunkgeräte auf 395 Mio. Stück aus (2000: 415 Mio. Geräte). Im Jahr 2002 soll es dann wieder aufwärts gehen: 425 Mio. Stück sind angesagt. Doch Vorsicht: Bei solchen jährlichen Produktionsstückzahlen wird man noch in der ersten Hälfte dieses Jahrzehnts an die «Grenzen des Wachstums» stossen, jedenfalls beim Neugeschäft.

Beim den Computern ist es nicht viel anders. In den letzten Jahren haben zwei Trends die Technologie geprägt: Die Netztechnik mit dem Internet und dem World Wide Web als Treiber auf der professionellen Seite und die gestiegenen Ansprüche der Computerspiele im Consumer-Massenmarkt auf der anderen Seite. Eine perfekte 3D-Darstellung auf dem PC ist nur mit einem Aufwand an Grafikkarten und Speichertechnik zu



Bild 3. Die Diskussion, ob persönliche Roboter ein neues Marktsegment in der Consumer-Elektronik sind, läuft nicht erst seit dem Jahr 2001. Unser Bild zeigt den «Partnertyp Personal Robot» (PaPeRo), der im Forschungslabor bei NEC entstand.

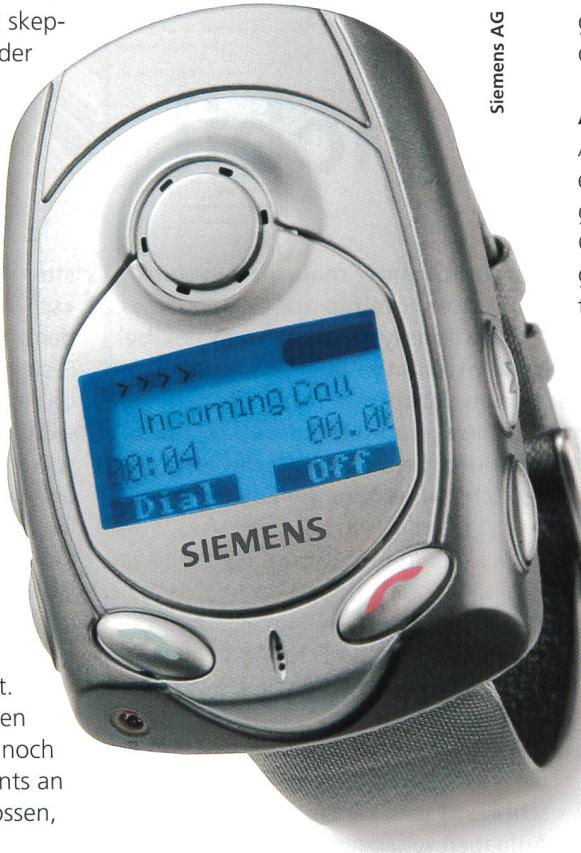


Bild 2. Ob ein Mobiltelefon in Form einer Armbanduhr zum Markttrend wird, muss sich wohl erst noch in der Praxis entscheiden.

schaffen, die für Office-Anwendungen oder gar für das Internet überhaupt nicht benötigt wird. So waren die Kids erneut die Technologietreiber. Selbst ADSL oder

Bild 4. Familie «Persönliche Roboter».



gar in Zukunft «Fibre to the Home» werden daran nichts ändern.

Also mal was Neues, bitte!

Apple hat so etwas vorgemacht. Wenn es technisch nichts mehr zu verbessern gibt, dann macht man mal ein «kultiges» Gehäuse in Bonbonfarbe. Das ist übrigens auch billiger als ständig neuen technischen Entwicklungen hinterher zu laufen, für die man erst Überzeugungsarbeit leisten muss. Und wenn es so auch nicht mehr weitergeht, dann bleibt nur noch etwas ganz Neues, wie ein persönlicher Roboter, der in Japan vorgestellt worden ist... 7

Phil Knurhahn, dipl. Ing.,
freier Fachjournalist, München