

Europas Smartphone-Markt wächst trotz Komponentenkrise



27. Mai 2026 - In Europa haben die Smartphone-Verkäufe im ersten Quartal 2026 leicht zugelegt. Die Analysten blicken jedoch mit Sorge in die Zukunft.

In Europa haben die Smartphone-Verkäufe im ersten Quartal 2026 um 2 Prozent auf 33 Millionen Einheiten zugelegt. Und das trotz steigender Preise und drohender Lieferengpässe im Zuge der Komponentenkrise. Eine solide Endverbrauchernachfrage sowie Vorabkäufe im Channel trugen zum Wachstum bei, wie die Analysten von Omdia festhalten.

"Die Nachfrage auf dem europäischen Smartphone-Markt bleibt robust, da die Auslieferungen durch die anhaltende Erneuerungswelle sowie durch die Aufstockung der Lagerbestände durch die Vertriebspartner angekurbelt wurden", sagt Runar Bjorhovde, Principal Analyst bei Omdia.

Aber schon jetzt zeigen sich die Effekte der Komponentenkrise. Der durchschnittliche Verkaufspreis (ASP) von Smartphones stieg im ersten Quartal 2026 auf ein Rekordhoch von 580 Euro. Der Fokus sowohl der

Hersteller als auch der Vertriebspartner hat sich dabei von Volumen auf Value verlagert, um bessere Ergebnisse und operative Nachhaltigkeit zu erzielen. "Viele Hersteller, die sich normalerweise auf die Massenmarktsegmente konzentrieren, richten ihren Fokus zunehmend auf das mittlere bis obere Preissegment, in der Hoffnung, von weniger preissensiblen und aufrüstungswilligen Käufern zu profitieren", so Bjorhovde.

Doch der weitere Ausblick bleibt pessimistisch, resümieren die Analysten. Omdia prognostiziert für 2026 einen Rückgang der Lieferungen nach Europa um 12 Prozent, wobei der Grossteil davon in der zweiten Jahreshälfte zu verzeichnen sein wird. "Wir gehen davon aus, dass die Lagerbestände über dem Normalniveau bleiben, solange die Entwicklung auf künftige starke Preisanstiege hindeutet. Mittelfristig wird jedoch eine Marktkorrektur unvermeidlich sein, da es vorteilhaft sein wird, vorsichtig zu agieren und die Lagerbestände wieder abzubauen, sobald sich die Speicherpreise zu stabilisieren beginnen", sagt Bjorhovde. Sowohl Anbieter als auch Vertriebspartner müssten unter den sich wandelnden Marktbedingungen äusserst agil bleiben.