



SwissLife
Select

Thema: Freizeit und Konsum

Fonds Swiss Life Select Classic:

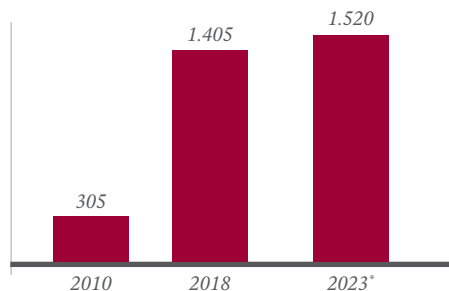
- Invesco Global Consumer Trends, LU0052864419
- Templeton EM Fund, LU0029874905
- Fidelity China Consumer, LU0594300096

Fonds Swiss Life Select Individual:

- iShares MSCI EM Consumer Growth, IE00BKM4H197
- Fidelity China Consumer Y, LU0594300500
- Fidelity Global Consumer Industries Y, LU0346388613

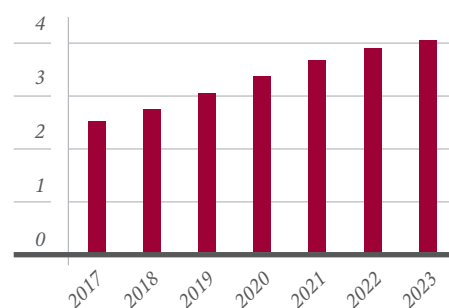
Freizeit & Konsum

Prognose weltweiter Smartphone-Absatz in Millionen Stück



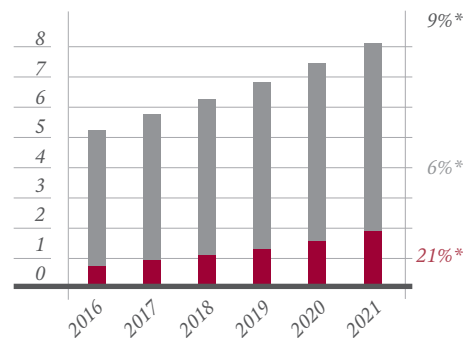
* Prognose
Quelle: Statista 2019, IDC 2019

Weltweite Transaktionen im E-Commerce in Billionen Euro



■ Welweiter Umsatz im E-Commerce in Bio. €
Quelle: Statista (2019)

Chinas E-Commerce legt kräftig zu



■ Stationäre Verkäufe in China in Bio. USD
■ E-Commerce Verkäufe in China in Bio. USD
* CAGR (durchschnittliche jährliche Wachstumsrate)
Quelle: pwc analysis/ Global Consumer Insights 2018

Revolutionierung der Freizeit- und Konsumbranche

„Nicht ohne mein Smartphone“ – Früher hat man beim Verlassen der Wohnung in seinen Taschen nur nach Schlüssel und Geldbörse gefühlt, heute auch nach dem Smartphone. Viele fühlen sich ohne Smartphone geradezu gehandicapt – durchaus verständlich, wenn man sich ansieht, wie stark das Freizeit- und Konsumverhalten heutzutage vom mobilen Internet geprägt ist: Kommunizieren und Freundschaften pflegen, einkaufen, fernsehen, spielen, reisen und Erinnerungen festhalten – nicht nur bei den jüngeren Generationen spielt das Smartphone bei diesen Tätigkeiten eine große Rolle.

Einige der größten Unternehmen der Welt leben es bereits vor: Heutzutage muss man keine Hotelkette mehr sein, um Wohnraum zu vermieten. Ein Händler muss auch nicht mehr selbst handeln und ein Medienunternehmen muss keine eigenen Inhalte mehr produzieren. E-Sports sind auf dem besten Weg, die Zuschauerzahlen des echten Sports zu erreichen.

Die Freizeit- und Konsumbranche hat sich durch diese Trends stark gewandelt. Unterhaltung ist nicht mehr nur bei realen Unternehmungen oder zu Hause vor dem Fernseher konsumierbar, sondern digital in Form von Videos, Musik und mobilen Games jederzeit und überall. Kommunikation und Information sind nicht nur für alle frei zugänglich, sie sind auch so gut wie kostenfrei. Unternehmen, mit deren Lösungen dieses neue Unterhaltungs-, Kommunikations- und Informationsverhalten noch komfortabler wird, werden sich in den kommenden Jahren positiv entwickeln.

Gleiches gilt für den Konsum: Das Smartphone bietet orts- und zeitunabhängige Einkaufsmöglichkeiten, die Verbraucher sehr zu schätzen wissen. In der eCommerce Studie Österreich 2019 wurde ein massiver Trend zum Mobile-Commerce festgestellt. In diesem Bereich haben sich die Umsätze seit 2013 vervierfacht, mehr als jeder vierte Österreicher kauft im Internet bereits per Smartphone ein – Tendenz steigend, auch in den älteren Generationen. Doch der Trend zum Online-Einkauf zeichnet sich nicht nur in den einkommensstarken Industrieländern ab, sondern ist auch in den Emerging Markets, die mehr als 30 % des Welt-BIP beisteuern, massiv spürbar. Ca. 20 % der weltweiten Internetnutzer befinden sich in China, ca. 11 % in Indien.