

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer

t +49 (0) 521 9257 687

f +49 (0) 521 9257 250

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

Mobiles Internet für den Massenmarkt

München / Bielefeld, 2. März 2009 – Weltweit nutzen derzeit 16 Prozent das mobile Internet, in Deutschland sind es etwa 20 Prozent. Dies ergab eine Studie von TNS Infratest, in der weltweit 20.622 Personen befragt wurden (in Deutschland 484 Online-Interviews). Damit handelt es sich bei der mobilen Internetnutzung um einen globalen Trend und um ein neues Massenphänomen. In Zukunft ist davon auszugehen, dass die mobile Nutzung des Internets weiterhin stark ansteigen wird, denn die Befragten bekunden immenses Interesse. Weltweit geben 60 Prozent der Befragten an, Interesse an mobiler Internetnutzung zu haben (Deutschland: 41 Prozent). Das Potenzial an zukünftigen „mobilen Surfern“ ist folglich sehr groß. Mobiles Internet ist somit einer der Treiber im mobilen Kommunikationsmarkt.

Bei der mobilen Internetnutzung zeigt sich das Zusammenspiel von technischer Ausstattung, Gebrauchstauglichkeit und Tarifmodellen sehr deutlich. Einerseits müssen die mobil genutzten Endgeräte natürlich internetfähig sein. Weltweit geben 41 Prozent der Konsumenten an, ein internetfähiges Mobiltelefon zu besitzen. In Deutschland sind es sogar noch deutlich mehr (60 Prozent). Andererseits ist nicht nur die Internetfähigkeit der Geräte, sondern auch ihre Gebrauchstauglichkeit entscheidend für die Nutzung. So verfügen global 15 Prozent über ein Endgerät mit Touchscreen (Deutschland: 19 Prozent). Weltweit äußern 62 Prozent Interesse an einem Telefon mit Touchscreen; in Deutschland sind es 48 Prozent.

Der Datentarif spielt eine entscheidende Rolle bei der Nutzung des mobilen Internets. Seit es Datentarife mit Flatrate, Freivolumen oder Freiminuten gibt, ist die Nutzung des mobilen Internets stark angestiegen. Auf der anderen Seite gibt ein Drittel der Nichtnutzer an, dass sie das mobile Internet nicht nutzen, weil es ihnen noch zu teuer sei. In Deutschland sind dies sogar 42 Prozent. Für die Mobilfunkanbieter kommt es also darauf an, die Balance zwischen Preis und Anzahl der Nutzer zu optimieren.

Welche Inhalte sind für die „mobilen Surfer“ relevant? Hierzu ergeben die globalen Daten des GTI 2009 klare Aussagen zur Nutzung. Durch die große Stichprobe des GTI 2009 wurden weltweit 3.825 mobile Internetnutzer zu den genutzten Websites befragt. Aus ihren Aussagen resultieren die folgenden Ergebnisse: Auf dem ersten Platz befinden sich – nicht ganz unerwartet – die Suchseiten. Insgesamt 34 Prozent der Befragten nutzen Suchmaschinen im mobilen Internet. Auf Platz zwei steht die Newsfunktion: Auf dem Weg zur Arbeit, in der Mittagspause und in kurzen „Verschnaufpausen“ über den Tag hinweg greifen die Nutzer zum

Mobiltelefon und informieren sich über die aktuellsten Geschehnisse. Auf dem dritten Platz können sich in der globalen Betrachtung Musikseiten wie „iTunes“ und „Napster“ platzieren – ein positives Signal für die Anbieter von gebührenpflichtigen Services und Applikationen, denn diese Musiksites sind gebührenpflichtig. Auf Platz vier mit einer globalen Nutzung von 19 Prozent stehen die Social Networking Sites. In der mobilen Variation sind Community Sites insbesondere in den USA sehr beliebt und weit verbreitet. Auf dem fünften und sechsten Platz finden sich die Dauerbrenner des Small Talks: Informationen über Wetter und Sport sind sehr gefragt. Beides ist immer aktuell und wird gerne auch mobil in der Freizeit abgerufen.

In Deutschland verhält es sich da sehr ähnlich wie auf globaler Ebene. Musikseiten und Social Communities haben hierzulande im Vergleich zur globalen Nutzung noch Nachholbedarf. Doch aufgrund der Nutzungszahlen für das stationäre Internet ist auch in Deutschland Potential für mobile Social Networking Sites vorhanden. Auffällig höhere Nutzungsraten haben die Deutschen dagegen bei mobilen Videosites. Zudem rufen sie unterwegs häufiger Seiten zu Finanzgeschäften auf. In Deutschland wurde sehr früh das BTX-System für Online-Banking eingeführt. Die Aufgeschlossenheit der Deutschen gegenüber Online-Banking rührt aus dieser Zeit und setzt sich nun auch in der Nutzung des mobilen Bankings fort.

Zusammengefasst ist die mobile Internetnutzung kein Nischenthema mehr. Weltweit sind 16 Prozent und in Deutschland jeder Fünfte bereits mobil online. Die Anzahl der Nutzer wird weiter ansteigen: Sowohl das Interesse am mobilen Internet als auch an Geräten mit Touchscreens zur einfachen Nutzung des mobilen Internets sind immens. Durch die Preisgestaltung der Datentarife lässt sich sowohl die Nutzung des mobilen Internets als auch der Absatz von hochwertigen und hochpreisigen Geräten beeinflussen. Am häufigsten werden Suchmaschinen, News und Musikseiten genutzt. Global liegen Musiksites unter den gebührenpflichtigen Angeboten im mobilen Internet klar auf dem ersten Platz.

Informationen zu „Global Telecoms Insights 2009“

Für die Studie „Global Telecoms Insights 2009“ wurden insgesamt 20.622 Personen im Alter von 16 bis 60 Jahren im November und Dezember 2008 in den folgenden 32 Ländern befragt: USA, Kanada, England, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien, Niederlande, Schweden, Japan, Korea, Hongkong, Malaysia, Singapur, Taiwan, Australien, China, Indien, Russland, Pakistan, Indonesien, Vietnam, Thailand, Mexiko, Brasilien, Argentinien, Marokko, Ägypten, Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Kuwait, Südafrika. In Deutschland wurden insgesamt 484 Online-Interviews durchgeführt. Die bereits zum vierten Mal durchgeführte Studie vermittelt wertvolle Einblicke in die Inhalte und Anwendungen von Mobilfunkdiensten, in zukünftige Technologien, in die Leistungsstärke von Marken, in Co-Branding und das Thema Konvergenz.

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Kontakt und weitere Informationen:

TNS Infratest GmbH
InCom / Technology Sector
Dr. Wolfgang Neubarth
t +49 (0)89 5600 1658
e wolfgang.neubarth@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com