

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer
t +49 (0) 521 9257 687
f +49 (0) 521 9257 333
e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com

Fehlende Begeisterung für die Nutzung von Smartphones

Global Technology Inside von TNS Infratest zum Gap zwischen Verfügbarkeit und Nutzung mobiler Smartphones

München/London, 4. März 2008 – Die Verbreitung von Smartphones ist in Deutschland so hoch wie nirgendwo sonst auf der Welt. Doch klafft eine Lücke zwischen Verfügbarkeit und Nutzung mobiler Büro- und Datenkommunikation. Denn benutzerfreundliche Konzepte für mobile Business Lösungen sind eher noch Mangelware. Handys, deren Grundfunktionen sich auf Telefonieren und Kurzmitteilungen beschränken, sind längst passé. Zunehmend werden Mobiltelefone von den Endgeräteherstellern zu sogenannten Smartphones aufgerüstet, Multifunktionsgeräte, die alle wesentlichen Funktionen zur mobilen Büro- und Datenkommunikation vereinen. Darüber hinaus verfügen die meisten Geräte noch über Digitalkameras und MP3 Player, einige neue Modelle sogar über integrierte GPS-Empfänger.

Die Verbreitung von Smartphones liegt weltweit allerdings noch auf einem sehr niedrigen Niveau, nur etwa jeder Achte besitzt ein solches Gerät. In Deutschland sind es dagegen mehr als 40 Prozent, was die Deutschen zu den Vorreitern in der Adoption von Smartphones macht. Das ergab die von TNS Infratest im dritten Jahr durchgeführte Studie „Global Technology Insights 2007-08“ (GTI), die das Nutzerverhalten und das Interesse an mobilen Inhalten auf dem Handy in weltweit 29 Ländern untersucht. Als Smartphone definiert TNS dabei alle Handymodelle, die neben einem Internetzugang mindestens zwei Anwendungen aus E-Mail Funktionalität, PDA-Funktion, drahtlose Datenübertragung (WLAN), Microsoft Office Kompatibilität und Touchscreen aufweisen.

Auf den ersten Blick lässt die hohe Verfügbarkeit von Smartphones ein enormes Geschäftsvolumen für Content- und Datendienste in Deutschland vermuten. Dem ist laut GTI Report allerdings (noch) nicht so. „Nur eine einzige Anwendung wird auch tatsächlich flächendeckend genutzt: Die gute alte SMS, die somit für einen großen Teil der mobilen Datenumsätze bei den Netzbetreibern sorgt und schon auf den Handys der ersten Generation verfügbar war“, sagt Robert A. Wieland, Geschäftsführer der TNS Infratest GmbH. Dagegen senden bzw. empfangen gerade einmal 14 Prozent der Bundesbürger E-Mails via Mobiltelefon. Ins Internet gehen immerhin 20 Prozent über ihr Handy. Dabei gibt es allerdings deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Während etwa jede zwölfte Frau mobil

E-Mails versendet und jede Achte via Handy ins Internet geht, sind es bei den Männern jeder Fünfte (E-Mails) bzw. jeder Vierte (Internet). Was die Nutzung von SMS angeht, gibt es mit 93 Prozent Nutzung im Übrigen keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern.

Die Smartphone Funktion, die am häufigsten genutzt wird, ist die PDA Funktionalität, beispielsweise Adressbuch, Terminplaner, Kalender oder Aufgabenplaner. Laut GTI nutzt diese jeder vierte Deutsche, in der Gruppe der 22- bis 30-Jährigen und bei den Selbständigen jeder Dritte. Nur profitieren davon lediglich die Endgerätehersteller sowie Anbieter von Kalender- und Organizer-Software. Andere Akteure auf dem Mobilfunkmarkt, wie etwa Netzbetreiber, Content- und Dienste-Anbieter sowie Medienunternehmen gehen bei PDA Nutzern nahezu leer aus, da etwa Terminplanung und Adressmanagement für diese nicht umsatzwirksam sind. Gleiches gilt für die Microsoft Office Funktionen und den Touchscreen, die allerdings auch in der Nutzung mit acht Prozent respektive fünf Prozent Anwendern noch weit abgeschlagen sind.

Die weitere Verbreitung des Touchscreens und die dadurch tendenziell wachsende Bildschirmgröße könnte jedoch ein klarer Motor für die Akzeptanz vieler Daten- aber auch Unterhaltungsdienste sein. „Die kleinen Handy-Bildschirme sind für Büroanwendungen und die Internetnutzung schlicht unbequem“, meint Wieland. Außerdem seien die meisten Menüführungen noch zu komplex und die angebotenen Datendienste zu wenig benutzerfreundlich. Allerdings zeigt sich Wieland optimistisch: „Smartphones der neuen Generation, wie beispielsweise das iPhone, haben vielen Menschen vor Augen geführt, wie mit attraktiven Anwendungen und Geräten Begeisterung erzeugt werden kann. Das Mobiltelefon entwickelt sich immer mehr zu einem prestigeträchtigen entertainment-orientierten Multifunktionsgerät. Es ist somit der Vorreiter der sich immer schneller vollziehenden Endgerätekonvergenz.“

Der kommerzielle Erfolg des iPhones und die Ansätze weiterer Internet- und IT- Größen wie Google und Microsoft lassen darauf schließen, dass mit zunehmendem Angebot attraktiver Dienstleistungen in absehbarer Zeit ein relevanter Teil des Branchenumsatzes auf Internet- und Servicedienste entfällt. Und diese Hoffnung nähren auch die Ergebnisse des GTI Reports. Beispielsweise Location Based Services: Jeder vierte Deutsche zeigt sich an ortsbezogenen Dienstleistungen rund um das Thema GPS interessiert. Für die Anbieter ist besonders erfreulich, dass vor allem Personen mit hohem Haushaltseinkommen und hohem

durchschnittlichem Erlös pro Kunde (ARPU), sowie Selbständige und Manager diese Services reizen. „Die Kombination von Location Based Services und Mobile Advertisement stellt eine hochinteressante Mischung dar, die große Wachstumspotenziale für unterschiedliche Player im Mobilfunkmarkt bietet“, so Wieland. Mit der Verbreitung von Handys, die über GPS ihren Standort erkennen, können Konsumenten gezielte Informationen zu Unterhaltungsangeboten oder Restaurants in ihrer jeweiligen unmittelbaren Nähe aufs Handy gesendet bekommen. Damit auch die nächste Generation der Smartphones ein Verkaufsschlager wird, kann man sich über Location Based Services auch den Weg zum nächsten Handy-Shop anzeigen lassen.

Informationen zu "Global Tech Insight 2007-08"

Für die Studie "Global Tech Insight 2007-08" wurden im November 2007 insgesamt 16.000 Personen im Alter von 16 bis 60 Jahren in folgenden 29 Ländern befragt: Australien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Hong Kong, Italien, Japan, Kanada, Korea, Niederlande, Schweden, Spanien, Taiwan und USA. Ferner in Ballungsgebieten in Ägypten, Algerien, Brasilien, China, Indien, Indonesien, Kuwait, Marokko, Mexiko, Russland, Saudi Arabien, Südafrika, Thailand, Vereinigte Arabische Emirate und Vietnam. Weitere Informationen zum "Global Tech Insight 2007-08 Report" unter http://www.tns-infratest.com/01_business_areas/01005_IT_Telekom.asp

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
Jakov Cavar
t +49 (0)89 5600 - 1090
f +49 (0)89 5600 - 1437
m +49 (0)173 361 48 83
e jakov.cavar@tns-infratest.com