

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 und seine Applikationen nutzen 16 Prozent der Deutschen

TNS Infratest Studie zur aktuellen Nutzung des mobilen Internets und seinem zukünftigem Potenzial

München, 11. September 2008 – 16 Prozent der Deutschen nutzen laut einer aktuellen Studie von TNS Infratest das mobile Internet. Somit surfen ca. 10,4 Millionen Personen ab 14 Jahren mit ihrem Handy im Internet oder empfangen und senden E-Mails mit ihrem Mobiltelefon. Das sind die zentralen Ergebnisse der TNS Infratest Marktforschung zum Thema „Mobiles Internet“.

Das mobile Internet ist derzeit das Thema, das die Mobilfunkbranche beschäftigt und große Wachstumspotenziale verspricht: Sowohl die Mobilfunkanbieter als auch die Betreiber von Websites hoffen auf neue Einnahmenquellen durch zusätzliche Verbindungsentgelte und Werbeerlöse.

Betrachtet man zunächst nur den E-Mail-Empfang oder Versand über das Handy, so geben zwölf Prozent an, diesen Service bereits genutzt zu haben. Drei Viertel dieser Nutzer bedienen sich dafür eines E-Mail-Push-Services, d.h. die E-Mails werden automatisch auf das Handy heruntergeladen, ohne dass die Website des E-Mail-Anbieters im Internet besucht werden muss. Zwei Fünftel gehen dafür mit dem Handy auf die Website des E-Mail-Anbieters, um ihre Mails zu „checken“.

Neun Prozent der Deutschen ab 14 Jahren haben mit dem Handy bereits eine Website im Internet besucht. Die Hälfte (55 Prozent) derer, die das mobile Internet bereits genutzt haben, surft auf sogenannten WAP-Seiten, Websites also, die speziell für die Nutzung mit dem Handy optimiert sind. Normale HTML-Seiten, so wie sie auch mit dem Computer angesteuert werden, nutzen nahezu drei Viertel (73 Prozent). Ein Viertel (24 Prozent) der mobilen Surfer besucht HTML-Seiten sogar einmal wöchentlich oder häufiger.

Auch bei der mobilen Internetnutzung dominiert der Aufruf von Suchmaschinen. Häufig werden aber auch aktuelle Nachrichten, Sportinformationen oder das Wetter abgerufen. Sogenannte Web 2.0-Anwendungen wie Social-Networking-Seiten und Videoportale werden

bislang nur von der Minderheit der Internetnutzer angesteuert: so besuchen beispielsweise 28 Prozent Social-Networking-Sites zumindest selten, bei Videoportalen sind es 21 Prozent. Diese mobilen Web 2.0-Nutzer gehören überwiegend zur Gruppe der 14- bis 29-Jährigen, die bekanntlich meist die Vorreiter für die Nutzung neuer Internetanwendungen sind.

Die Möglichkeit, mit Werbung im mobilen Internet in Kontakt zu kommen, haben derzeit neun Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren. Diese mobilen Web-Surfer rekrutieren sich aus den mindestens seltenen Nutzern von WAP- oder HTML-Seiten und denjenigen Mobiltelefonierern, die mit dem Handy ihre E-Mails über die Website des E-Mails-Anbieters abrufen. Personen, die mobil ausschließlich einen E-Mail-Push-Service nutzen, kommen mit Werbung im mobilen Internet dagegen in der Regel gar nicht in Kontakt.

„Die mobilen Internetsurfer sind eine Zielgruppe, die für die werbungtreibende Wirtschaft besonders interessant ist: Diese Mobiltelefonierer sind jung, innovativ und meinungsbildend“, sagt Wolfgang Werres, Geschäftsführer TNS Infratest. Weniger als die Hälfte dieser mobilen Web Surfer hat bisher auf Nachfrage hin im mobilen Internet Werbung - beispielsweise in Form von Bannern oder Pop-Ups - bemerkt, obwohl objektiv gesehen wohl nahezu jeder bereits bei seiner mobilen Internetnutzung mit Werbung in Berührung kam. Die Personen, denen Werbung aufgefallen ist, empfinden diese überwiegend als störend. Für die anderen ist sie entweder nicht störend oder war bisher noch gar nicht bemerkt worden. Das heisst 60 Prozent der mobilen Web-Surfer haben keine Werbung bemerkt, neun Prozent erinnern Werbung, stören sich aber nicht an ihr und 31 Prozent fühlen sich durch die Werbung, die ihnen beim mobilen Surfen aufgefallen ist, gestört.

Auf Seiten der Nicht-Nutzer ist das Interesse am mobilen Internet bereits groß: Derzeit gehören zwölf Prozent der ab 14-Jährigen zu den Nicht-Nutzern, die sich aber für das Surfen auf WAP- und/oder HTML-Seiten mit dem Handy interessieren. Das entspricht ca. acht Millionen Bundesbürgern ab 14 Jahren.

Größtes Nutzungshemmnis für das mobile Internet sind die vermuteten Kosten. Über die Hälfte derer, die sich für Internetsurfen mit dem Handy interessieren, geben an, dass sie zu hohe laufende Kosten erwarten. Die einmalige Investition für ein internetfähiges Handy steht derzeit einer Nutzung ebenfalls entgegen. Technische Probleme bzw. die mangelnde Tauglichkeit des Handys für die Internetnutzung werden ferner von den Befragten als

Barrieren genannt: Ein zu kleines Display, die langen Übertragungs- bzw. Ladedauern für Seiten sowie eine umständliche Bedienung.

„Mit sinkenden Kosten für die mobile Internetnutzung und der zunehmenden Verbreitung internetfähiger Handys ist für die nächste Zeit starkes Wachstum bei der Nutzung des mobilen Internets zu erwarten“, so Werres. „Mobiles Marketing kann damit immer mehr Menschen erreichen und vieles deutet darauf hin, dass sich das mobile Internet – ähnlich wie zuvor das Handy selbst oder das Schreiben von SMS - zu einer festen Größe im Alltag zumindest der jüngeren Deutschen entwickeln wird.“

Informationen zur Studie „Mobiles Internet“

Für die bevölkerungsrepräsentative Studie „Mobiles Internet“ wurden in der Zeit vom 16. Juni bis zum 3. Juli 2008 insgesamt 2.000 telefonische Interviews durchgeführt. Erhoben wurden neben der Handynutzung auch die Nutzung und das Interesse an mobilem Internet sowie die Bekanntheit mobilen Marketings. Die Befragung bildet Deutsche und in Deutschland lebende EU-Ausländer ab 14 Jahren ab.

Die Ergebnisse der Studie können gegen eine Schutzgebühr bei TNS Infratest bezogen werden. Bitte wenden Sie sich per E-Mail an andrea.geisslitz@tns-infratest.com.

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
MediaResearch
Wolfgang Werres
t +49 (0)89 5600 - 1428
f +49 (0)89 5600 - 1506
e wolfgang.werres@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com