

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

Mobiltelefone und Touchscreen-Geräte stehen bei den Deutschen hoch im Kurs

TNS Infratest Studie „Global Telecoms Insights 2010“ zur Kaufbereitschaft von mobilen Endgeräten / Mobilfunkprodukte im Aufwärtstrend

München / Bielefeld, 4. Februar 2010 – Nach den wirtschaftlichen Turbulenzen im vergangenen Jahr stehen die Zeichen im deutschen Mobilfunkmarkt in diesem Jahr offenbar wieder auf Wachstum. Insbesondere die Erwartung starker Anstiege bei der Nachfrage nach neuen Mobilfunkprodukten schürt die Hoffnung auf ein Ende der Rezession in 2010.

Laut „Global Telecoms Insights“ (GTI) planen rund 45 Prozent der Deutschen den Kauf eines Mobiltelefons binnen der nächsten sechs Monate. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Kaufplanung für mobile Endgeräte mehr als verdoppelt. In 2008 waren es zum selben Zeitpunkt nur 21 Prozent. In diesem Jahr stehen vor allem Touchscreen-Geräte hoch im Kurs der deutschen Mobilfunknutzer. Jeder dritte Mobilfunknutzer gibt an, die Anschaffung eines solchen Gerätes zu planen. Auch die Popularität von Geräten mit QWERTZ*-Tastatur verdoppelt sich im Vergleich zum Vorjahr auf elf Prozent. „Dies kann sicherlich als Signal für die ungebrochene Attraktivität von mobilen Messaging-Diensten wie SMS, E-Mail, Twitter & Co. verstanden werden“, sagt Oliver Janßen, Research Director bei TNS Infratest Technology und Media.

Dies sind zentrale Ergebnisse für Deutschland, die von TNS Infratest im November 2009 für die weltweite Marktforschungsstudie „Global Telecoms Insights 2010“ erhoben wurden. Weltweit wurden insgesamt 24.000 Online-Interviews mit Personen im Alter von 16 bis 60 Jahren zu den jeweiligen Entwicklungen in den 35 wichtigsten Telekommunikationsmärkten geführt.

Der erwartete Anstieg der Nachfrage geht einher mit einer erhöhten Ausgabebereitschaft für mobile Endgeräte. So ist die Ausgabebereitschaft für das nächste Mobiltelefon binnen eines Jahres um ca. 20 Prozent gestiegen. Eine Entwicklung, die den erwarteten Aufwärtstrend im Markt unterstreicht. „Das gestiegene Vertrauen der Verbraucher und die Vielzahl auch neuer Smartphones sind die Grundlagen für einen deutlichen Aufschwung im Endgerätemarkt. Darauf sollten sich die Anbieter entsprechend einstellen. Die Kaufabsicht ist seit dem letzten Jahr massiv angestiegen und hat inzwischen ein noch nie dagewesenes Niveau erreicht. Dies gibt Endgeräte-Herstellern die Möglichkeit, den Verkauf von Handys voranzutreiben. Gleichzeitig haben Mobilfunk-Anbieter die Chance, durch attraktive Inhalte und dazu

passende Datentarife zusätzliche Einnahmen mit der mobilen Internetnutzung zu erzielen“, führt Janßen aus. Der erwartete Aufwärtstrend im Mobilfunkmarkt wird jedoch keinesfalls zu einem „Selbstläufer“. Vielmehr verdeutlichen die GTI-Ergebnisse, dass die Mobilfunkanbieter bereits heute die Weichen für eine nachhaltige Ausnutzung des Aufschwungs stellen müssen.

So zeigt der GTI, dass sich die Verbraucher mit einer Fülle neuer Mobilfunk-Geräte und deren Funktionalitäten konfrontiert sehen. In dieser Angebotsvielfalt gilt es, auf Anbieterseite die wichtigsten Faktoren bei der Anschaffung eines neuen Handys zu berücksichtigen. In erster Linie wünschen Verbraucher eine einfache und benutzerfreundliche Menüführung (26 Prozent) sowie die Möglichkeit Apps und Inhalte auf das Handy laden zu können (16 Prozent). Noch immer meiden 29 Prozent der deutschen Verbraucher aufgrund mangelnder Benutzerfreundlichkeit die neuen Mobilfunkservices wie den Download von Inhalten oder den mobilen Zugriff auf soziale Netzwerke.

„Die Branche hat allerdings auch mit Wachstumsrisiken zu rechnen. Allein die weiter stark steigende Anzahl mobil vernetzter Endgeräte kann die Netzverfügbarkeit verschlechtern und dazu führen, die vorhandenen Datenkapazitäten unter allen Nutzern teilen zu müssen“, so Janßen.

Daneben haben auch andere Produkte wie Netbooks, Tablet-PC oder E-Reader Chancen, in Zukunft einen größeren Anteil am Mobilfunkmarkt zu gewinnen. So wird sich der Netbook-Boom laut GTI-Ergebnissen auch in 2010 weiter fortsetzen. Bei einer derzeit noch geringen Verbreitung geben 14 Prozent der deutschen Verbraucher an, dass sie innerhalb der nächsten sechs Monate die Anschaffung eines Netbooks planen. Im Vergleich dazu liegt die Kaufwahrscheinlichkeit für Notebook-PC's bei 16 Prozent und für Desktop-PCs bei nur vier Prozent. „Gespannt sein darf man außerdem, wie sich neuartige Geräte wie das kürzlich vorgestellte iPad von Apple am Markt behaupten können. Gelingt es der Industrie, die vielfältigen Herausforderungen des Marktes zu meistern, steht einem erfolgreichen nächsten Jahrzehnt nichts im Wege“, so Janßen abschließend.

*Die *QWERTZ-Tastaturbelegung* (Q, W, E, R, T, Z) ist die normale Anordnung der Tasten auf Schreibmaschinen- und Computertastaturen im deutschsprachigen Raum.

Informationen zu „Global Telecoms Insights 2010“

Für die Studie „Global Telecoms Insights 2010“ wurden im November 2009 insgesamt 24.000 Personen im Alter von 16 bis 60 Jahren in folgenden 35 Ländern befragt: Australien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Hongkong, Italien, Japan, Kanada, Korea, Niederlande, Schweden, Spanien, Taiwan, Malaysia, Singapur und den USA. Ferner in Ballungsgebieten in Brasilien, Argentinien, China, Indien, Indonesien, Mexiko, Russland, Saudi-Arabien, Südafrika, Thailand, Vereinigte Arabische Emirate, Vietnam, Guatemala, Kolumbien, Kambodscha, Pakistan, Philippinen, Kenia und Nigeria.

Weitere Informationen zu „Global Telecoms Insights 2010“ unter http://www.tns-infratest.com/branchen_und_maerkte/global_telecoms_insights.asp

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied der TNS-Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. TNS, das mit Research International im Februar 2009 fusionierte, ist seit Oktober 2008 Teil der Kantar-Group, dem weltweit größten Netzwerk in den Bereichen Research, Insight und Consultancy. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT-/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „fact based consulting“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Über Kantar

Kantar gehört zu den weltweit größten Marktforschungs-, Analyse- und Consulting-Netzwerken. Mit der Zusammenführung der vielfältigen Kompetenzen seiner 13 spezialisierten Unternehmen verfolgt Kantar das Ziel, sich für Wirtschaftsunternehmen auf der ganzen Welt zum herausragenden Anbieter von faszinierenden und inspirierenden Einblicken zu entwickeln. Seine 26.500 Mitarbeiter in 95 Ländern bearbeiten das gesamte Spektrum der Forschungs- und Beratungsdisziplinen und befähigen das Unternehmen, seinen Kunden in jeder Phase des Konsumzyklus aussagekräftige Informationen bereitzustellen. Mehr als die Hälfte der Fortune-Top-500-Unternehmen nutzen die Dienstleistungen von Kantar. Weitere Informationen unter www.kantar.com

Kontakt und weitere Informationen:

Oliver Janßen
TNS Infratest GmbH
InCom / Technology Sector
t +49 (0)521 9257 - 688
f +49 (0)521 9257 - 333
e oliver.janssen@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com