



# Dialego

Market Research Online | For Better Decisions

## Mobiles Internet

Eine Befragung der Dialego AG

März 2009

- **Projektdokumentation**
- **Hauptbefragung**
  - Nutzungsfrequenz mobiler Netzdienste
  - Nutzung bestimmter mobiler Netzdienste
  - Ausgaben für mobiles Internet
  - Entscheidende Aspekte beim Handykauf
- **Zusammenfassung**
- **Kontakt**

## ■ Hintergrund der Studie:

- Ziel der Studie war es, herauszufinden, wie viele Handybesitzer ein Gerät und einen Vertrag mit mobilem Internetzugang besitzen und in welchem Umfang dieser Zugang genutzt wird. Außerdem interessiert zu welchen Zwecken das mobile Internet eingesetzt wird.

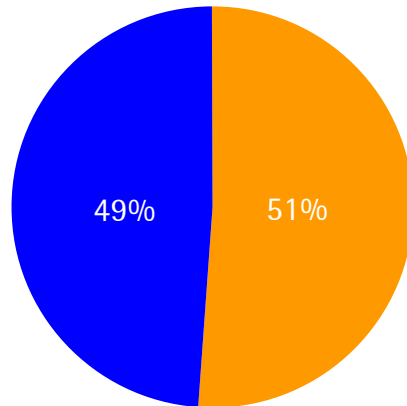
## ■ Vorgehensweise:

- Online Befragung in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus dem Dialego Access Panel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht selektiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails inkl. Hyperlink zum Fragebogen
- Die Stichprobe wurde quotiert nach den Variablen Alter und Geschlecht gemäß der Verteilung in der deutschen Bevölkerung (Mikrozensus)

## ■ Erhebungszeitraum:

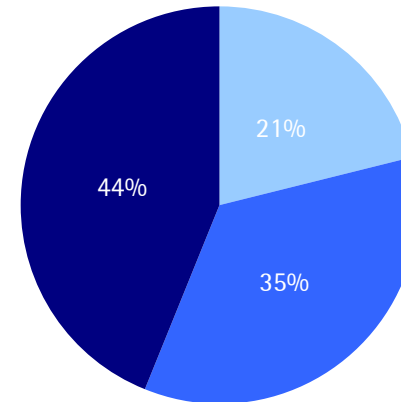
- Feldstart: 15.03.2009
- Feldende: 22.03.2009

## Geschlecht



■ Männer  
■ Frauen

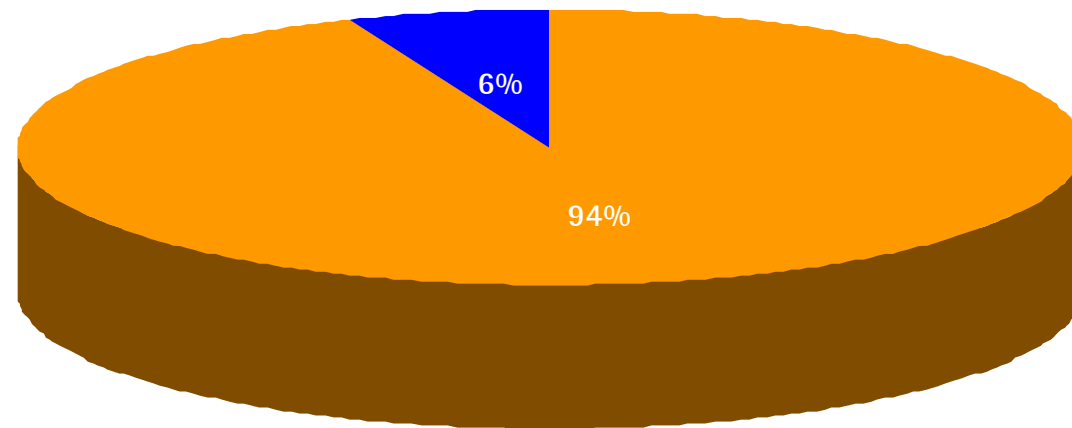
## Alter



■ 14-29 Jahre  
■ 30-49 Jahre  
■ 50 Jahre und älter

Basis: n = 1.000 Befragte

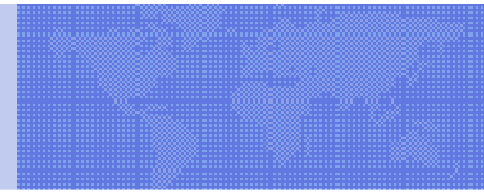
Besitzen Sie ein Handy?



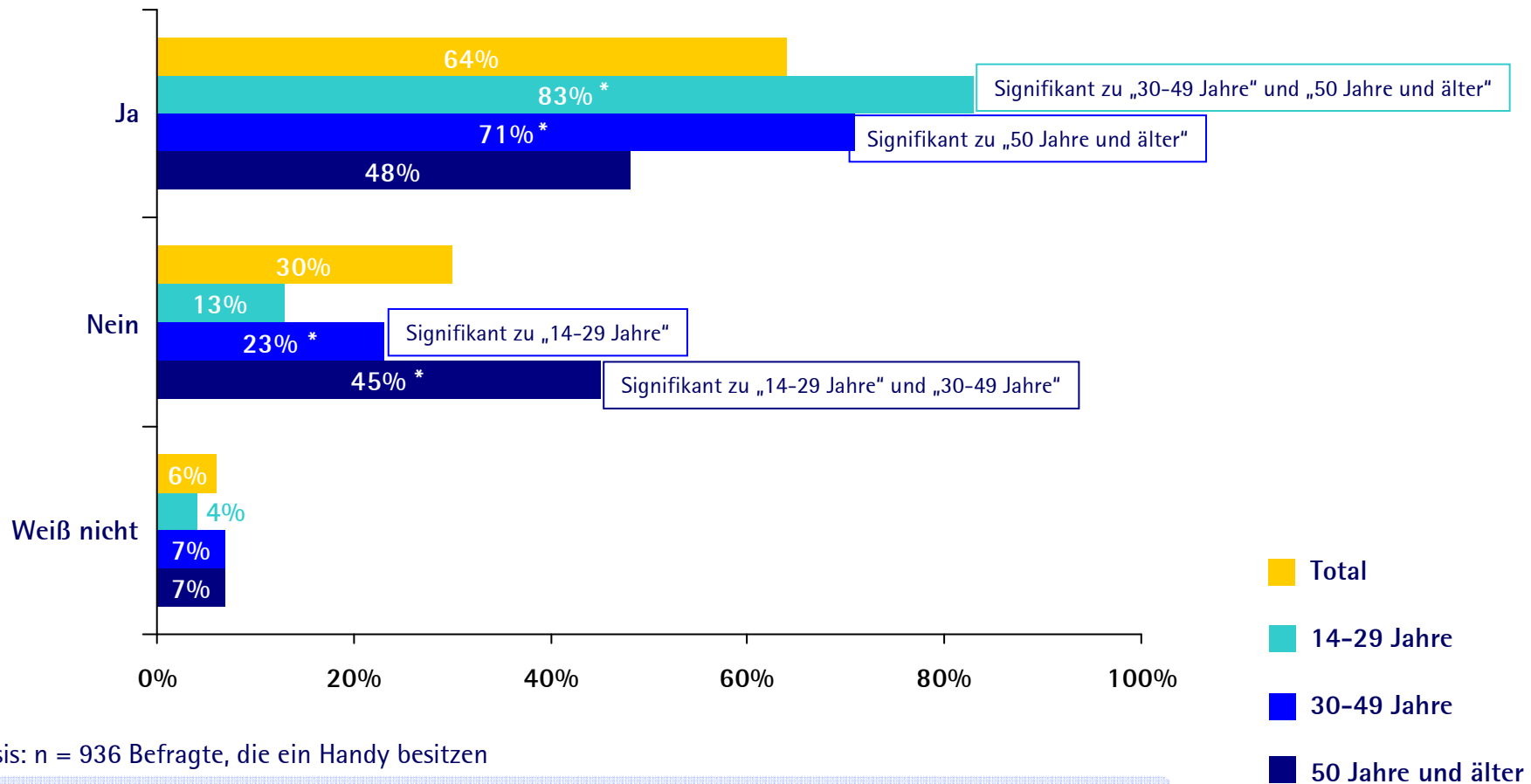
Basis: n = 1.000 Befragte

# Handy mit Internetzugang

## Aufbruch nach Alter



### Bietet Ihr Gerät eine Zugangsmöglichkeit ins Internet?



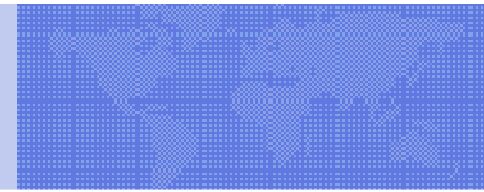
Basis: n = 936 Befragte, die ein Handy besitzen

**Fast zwei Drittel der Handybesitzer verfügen über ein Gerät mit mobilem Internetzugang, bei den Jüngeren sind es bereits vier Fünftel.**

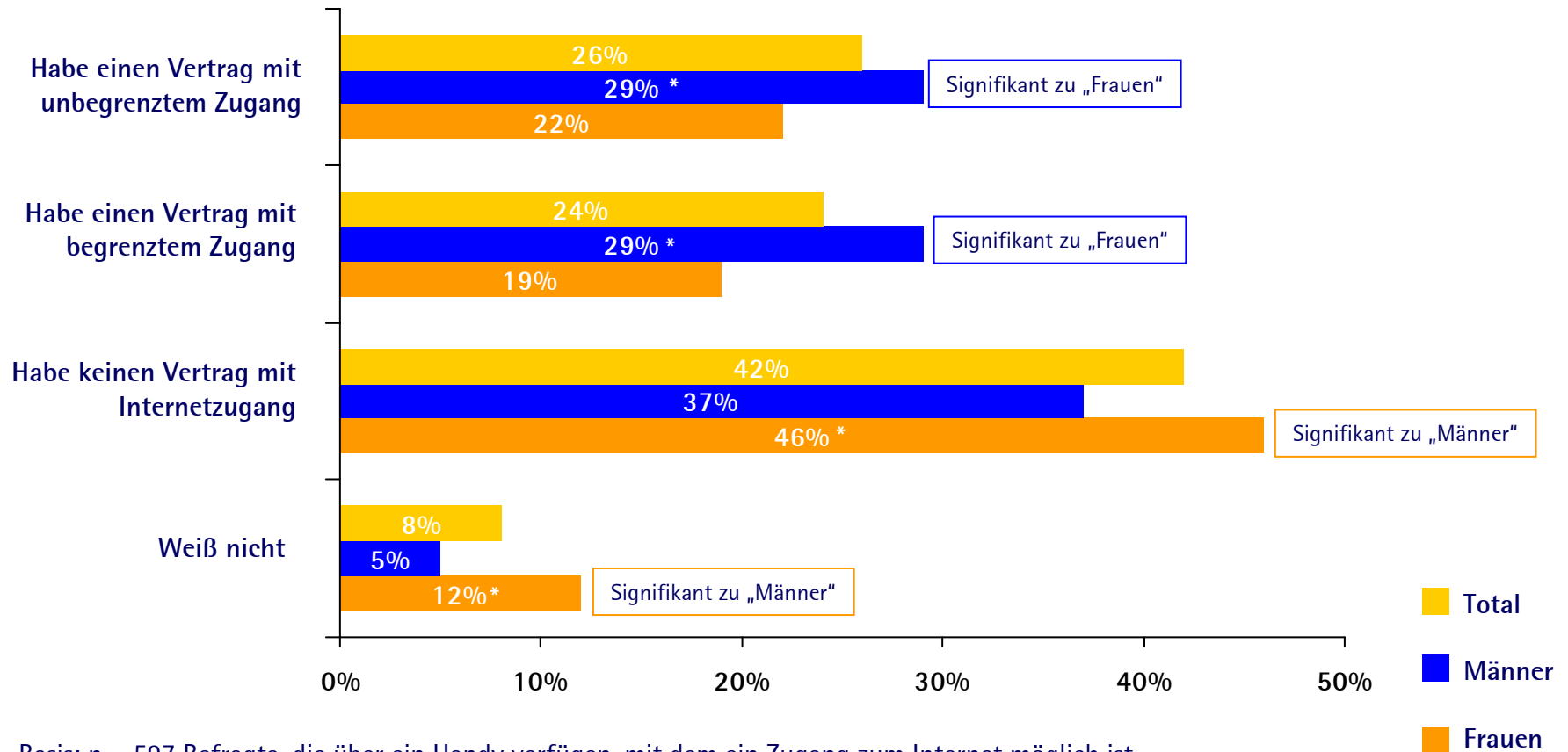
\* Ein Stern bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Handy-Vertrag mit Internetzugang

## Aufbruch nach Geschlecht



Welche Zugangsmöglichkeit ins Internet bietet Ihr derzeitiger Handyvertrag?



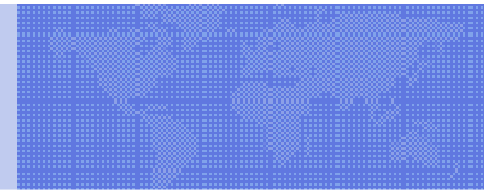
Basis: n = 597 Befragte, die über ein Handy verfügen, mit dem ein Zugang zum Internet möglich ist

**Männer haben häufiger als Frauen einen Handy-Vertrag mit Internetzugang abgeschlossen.**

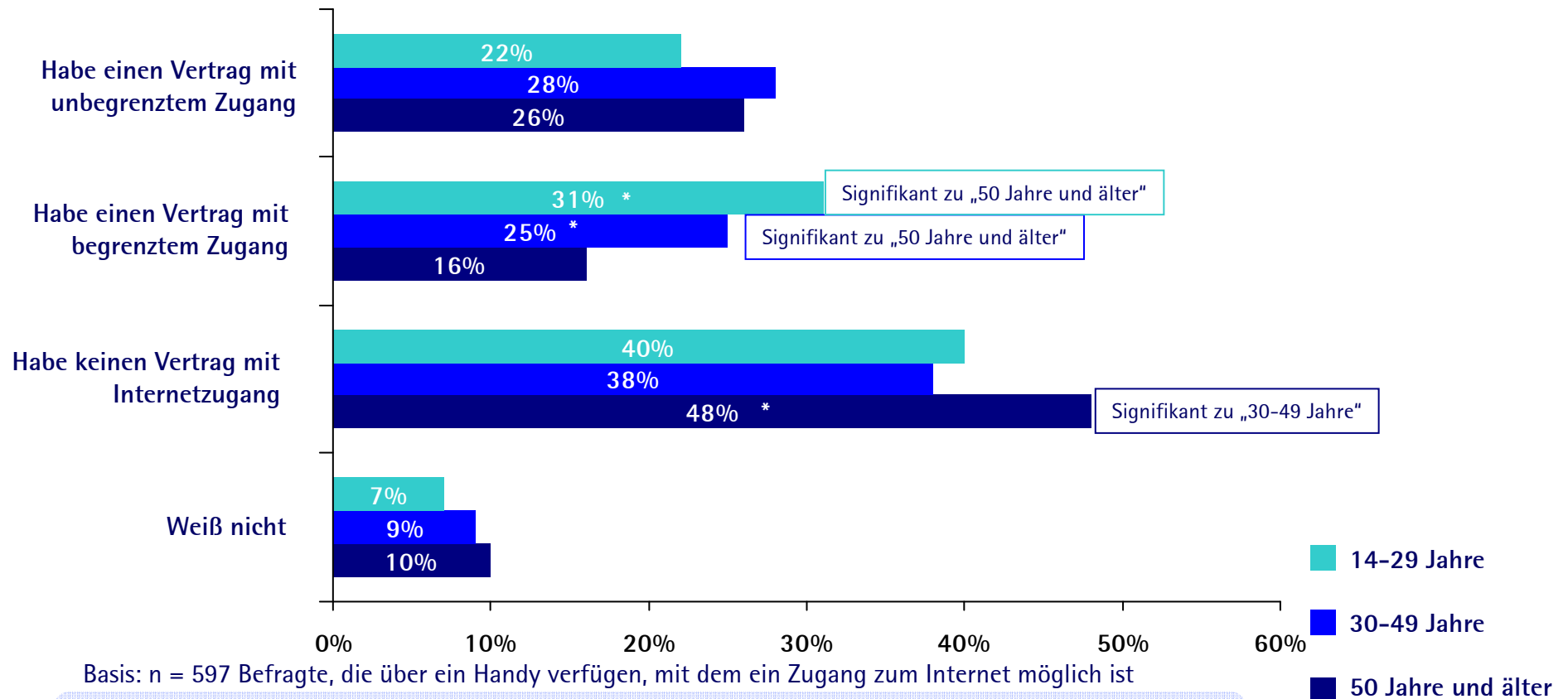
\* Ein Stern bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Handy-Vertrag mit Internetzugang

## Aufbruch nach Alter



Welche Zugangsmöglichkeit ins Internet bietet Ihr derzeitiger Handyvertrag?

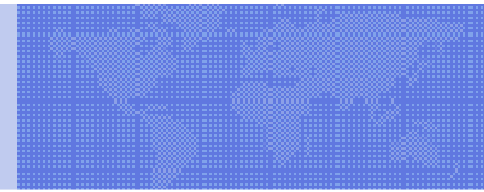


Basis: n = 597 Befragte, die über ein Handy verfügen, mit dem ein Zugang zum Internet möglich ist

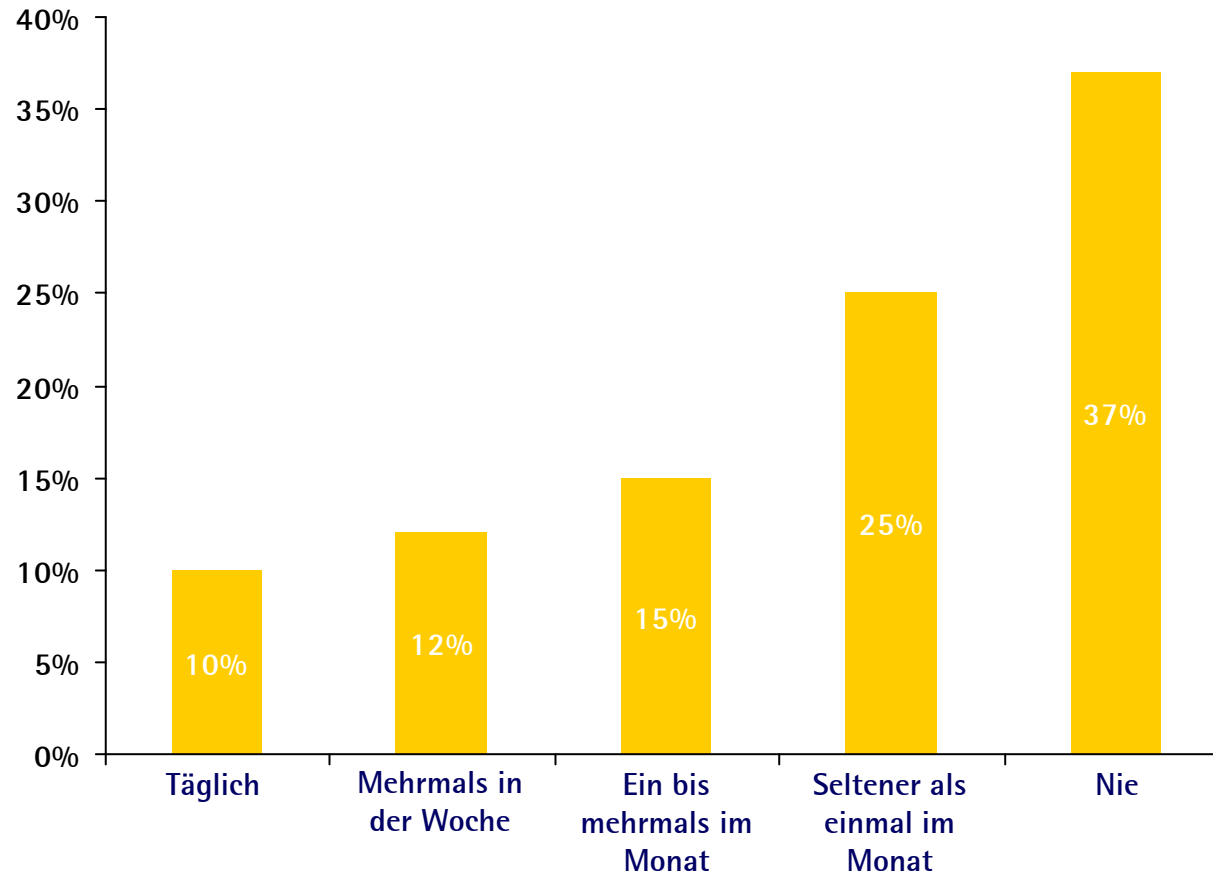
Beim Vertrag mit unbegrenztem Zugang zum Internet liegen tendenziell die 30-49 Jährigen vorn, beim Vertrag mit begrenztem Zugang die 14-29 Jährigen. Fast die Hälfte der über 50 Jährigen hat keinen Handy-Vertrag mit Zugang ins Internet.

\* Ein Stern bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Nutzungsfrequenz des mobilen Internetzugangs



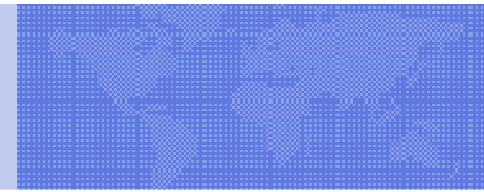
Wie oft gehen Sie in der Regel mit Ihrem Handy ins Internet?



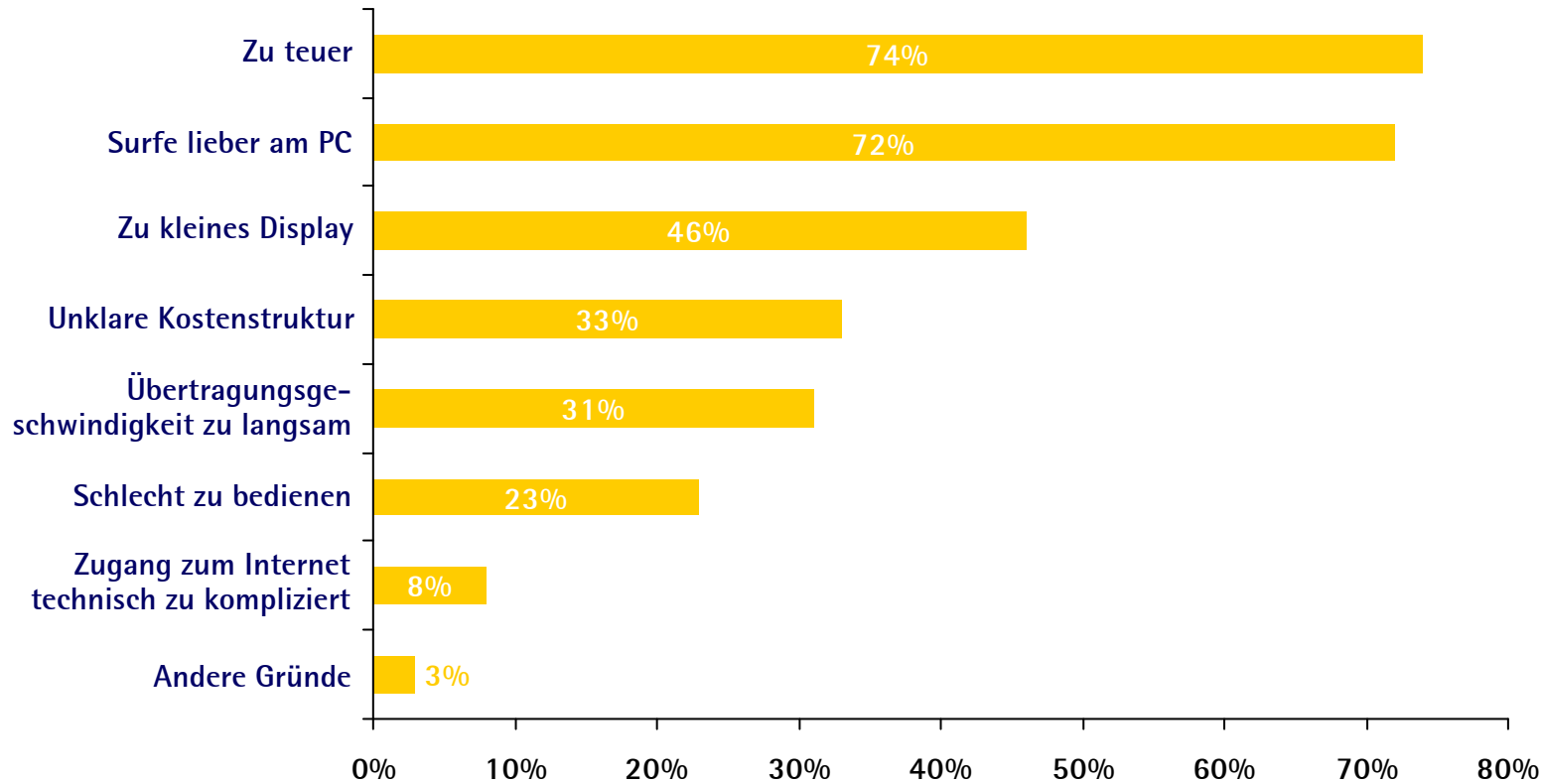
Basis: n = 299 Befragte, die über einen Handy-Vertrag mit Internetzugang verfügen

Mehr als ein Fünftel nutzt den mobilen Internetzugang mehrmals pro Woche.

# Gründe gegen die Nutzung des mobilen Internets



Warum sind Sie bisher noch nicht oder nur selten mit Ihrem Handy ins Internet gegangen?

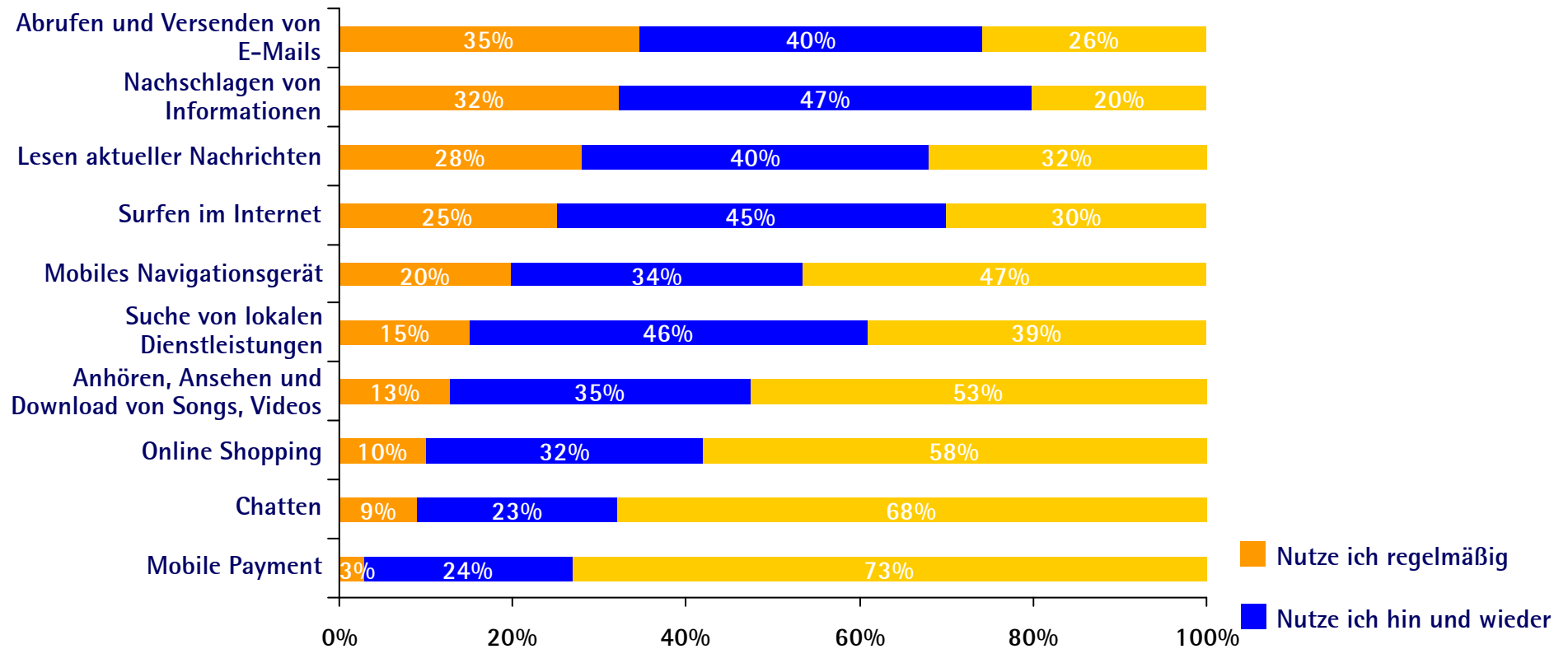


Basis: n = 185 Befragte, die ihren mobilen Internetzugang bislang noch nicht oder nur selten nutzten; mehrere Antworten möglich

**Vor allem die Kosten halten die Verbraucher noch von der Nutzung des mobilen Internets ab. Zum Surfen ist der heimische PC besser geeignet, denn auch das Display finden die meisten zu klein fürs Internet.**

# Nutzung bestimmter mobiler Netzdienste

Wie oft nutzen Sie mobile Netzdienste wofür?

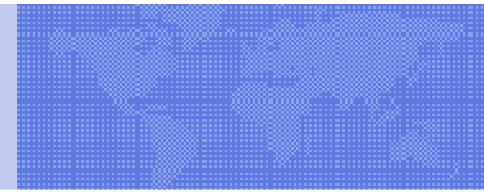


Basis: n = 188 Befragte, die ihren mobilen Internetzugang nutzen

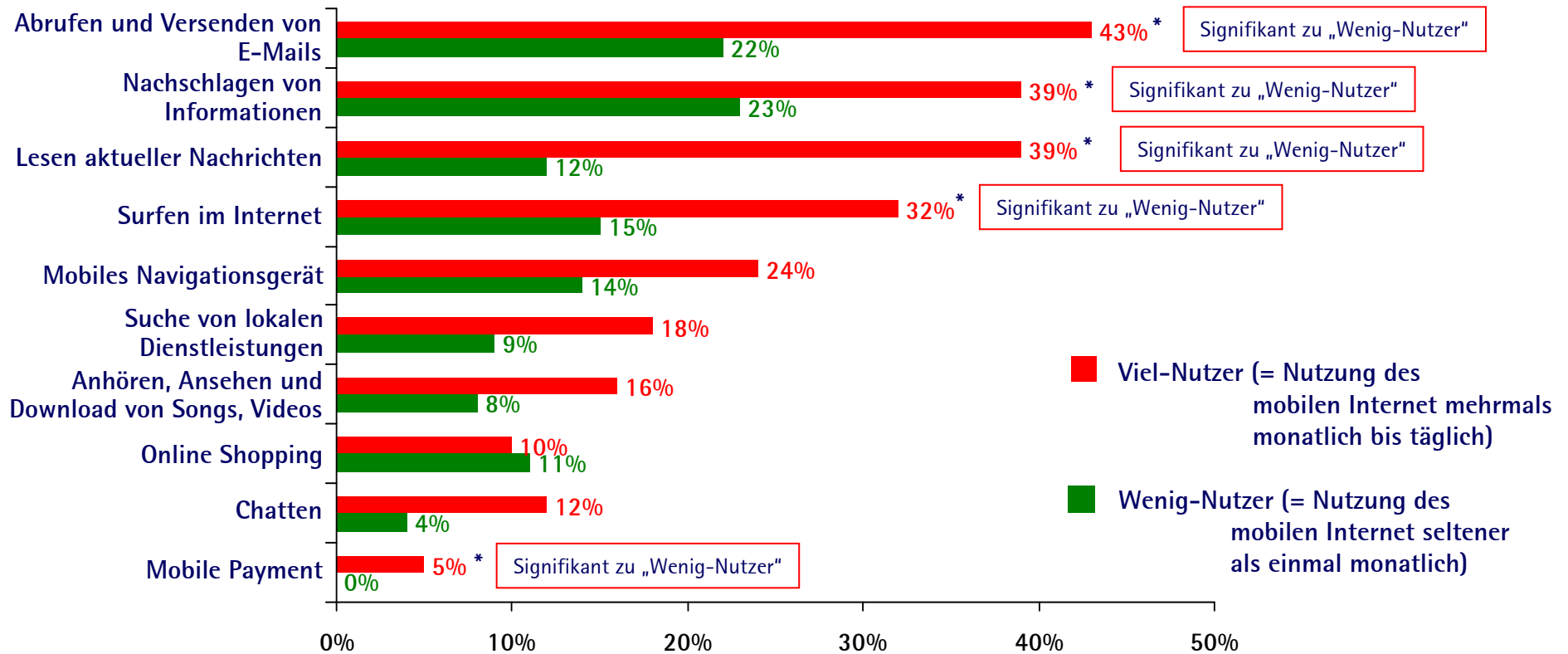
Die Top 3 der regelmäßigen Nutzung mobiler Dienste sind das Versenden und Empfangen von E-Mails, das Nachschlagen von Informationen, sowie das Lesen aktueller Nachrichten.

# Nutzung bestimmter mobiler Netzdienste

## Aufbruch nach Viel-Nutzer / Wenig-Nutzer



Wie oft nutzen Sie mobile Netzdienste wofür?



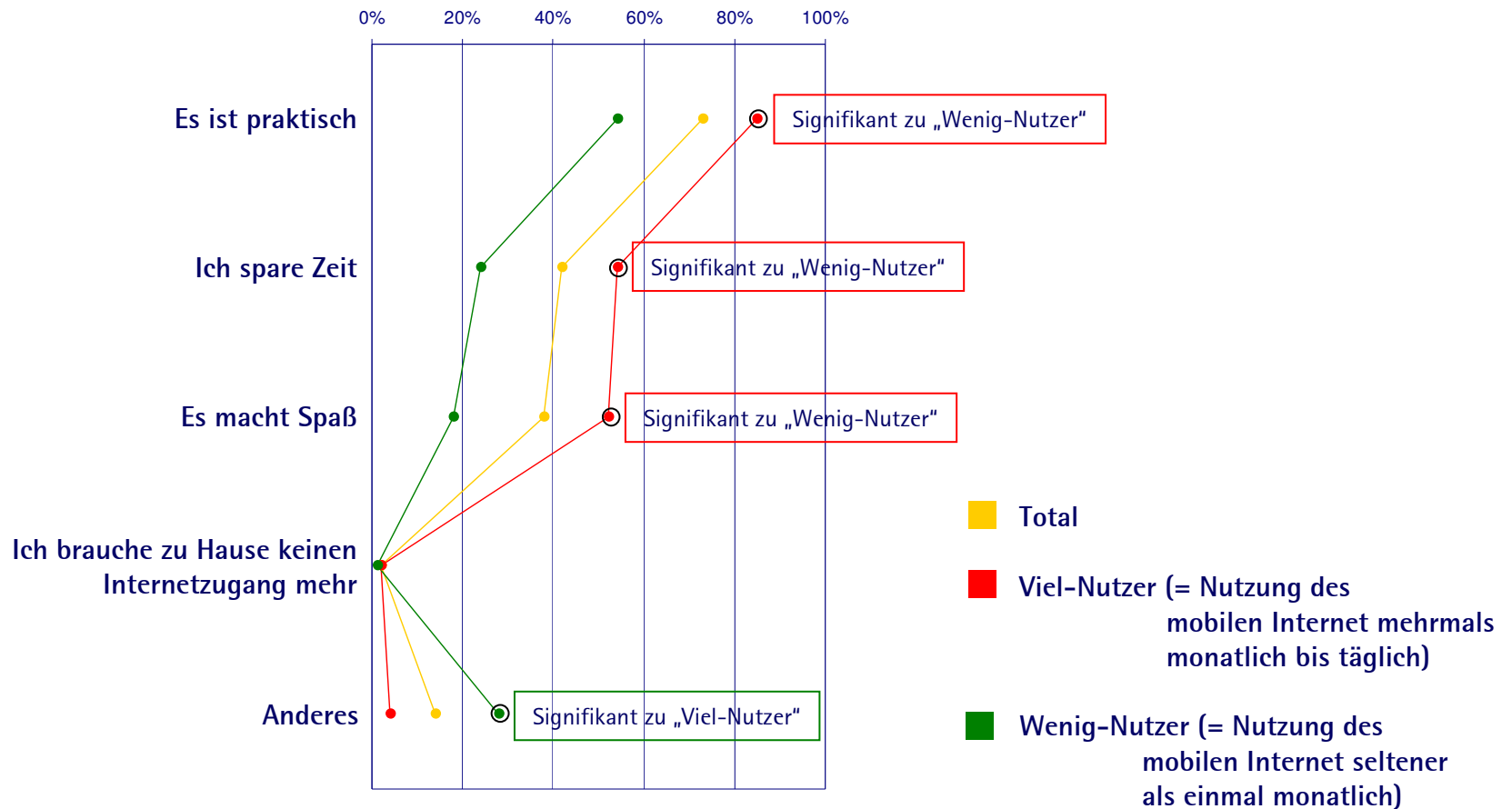
Basis: n = 188 Befragte, die ihren mobilen Internetzugang nutzen; nur „Nutze ich regelmäßig“- Nennungen

**Viel-Nutzer nutzen die verschiedenen mobilen Netzdienste um ein vielfaches häufiger als Wenig-Nutzer.**

# Bewertung

## Aufbruch nach Viel-Nutzer / Wenig-Nutzer

### Wie bewerten Sie die mobilen Dienste im Großen und Ganzen?

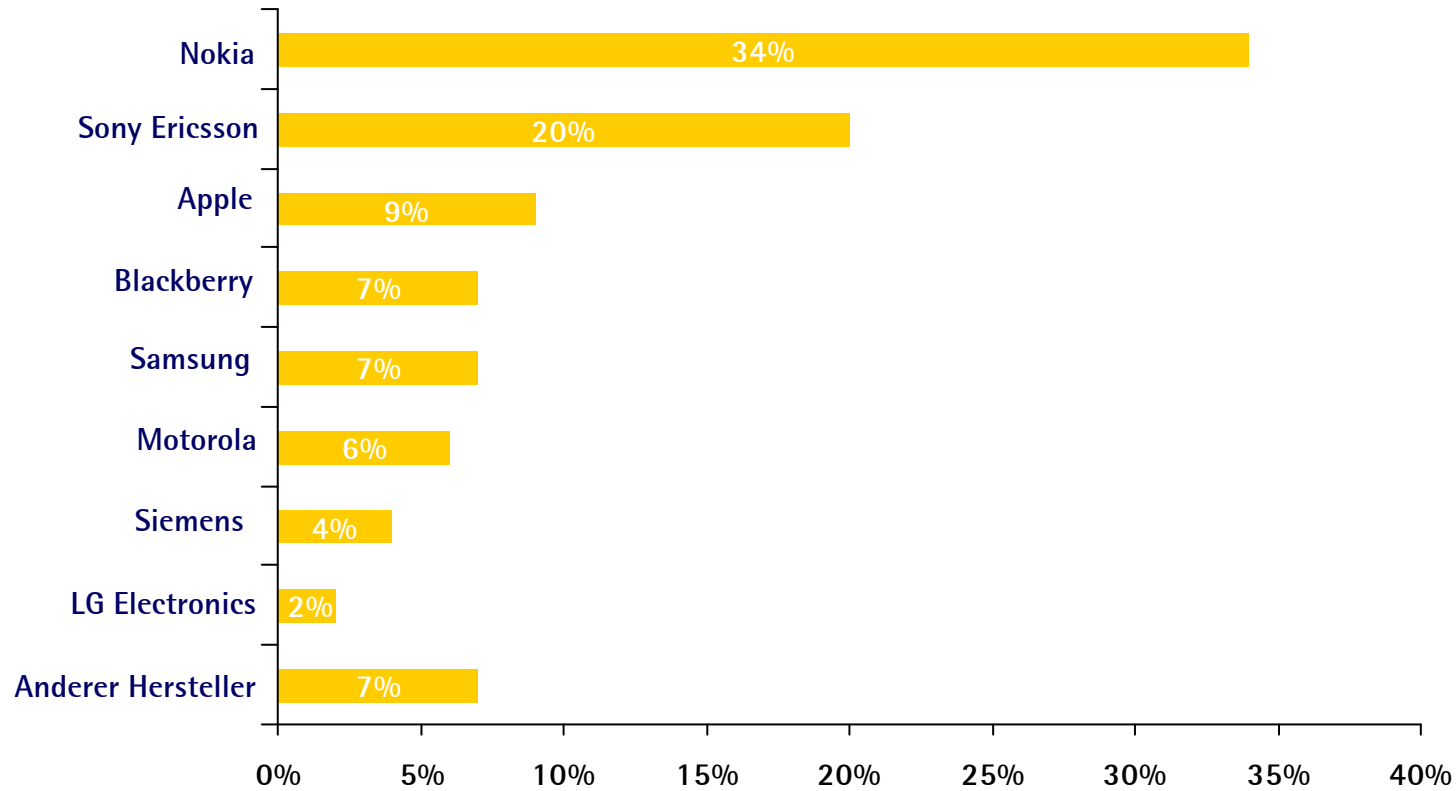


Basis: n = 188 Befragte, die ihren mobilen Internetzugang nutzen; mehrere Antworten möglich

**Vor allem, wenn es um praktische Handhabung im Alltag, Spaß und Zeitersparnis durch mobile Internetnutzung geht, liegen die Viel-Nutzer weit vor den Wenig-Nutzern.**

Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

## Von welchem Hersteller ist das Handy, mit dem Sie ins Internet gehen?

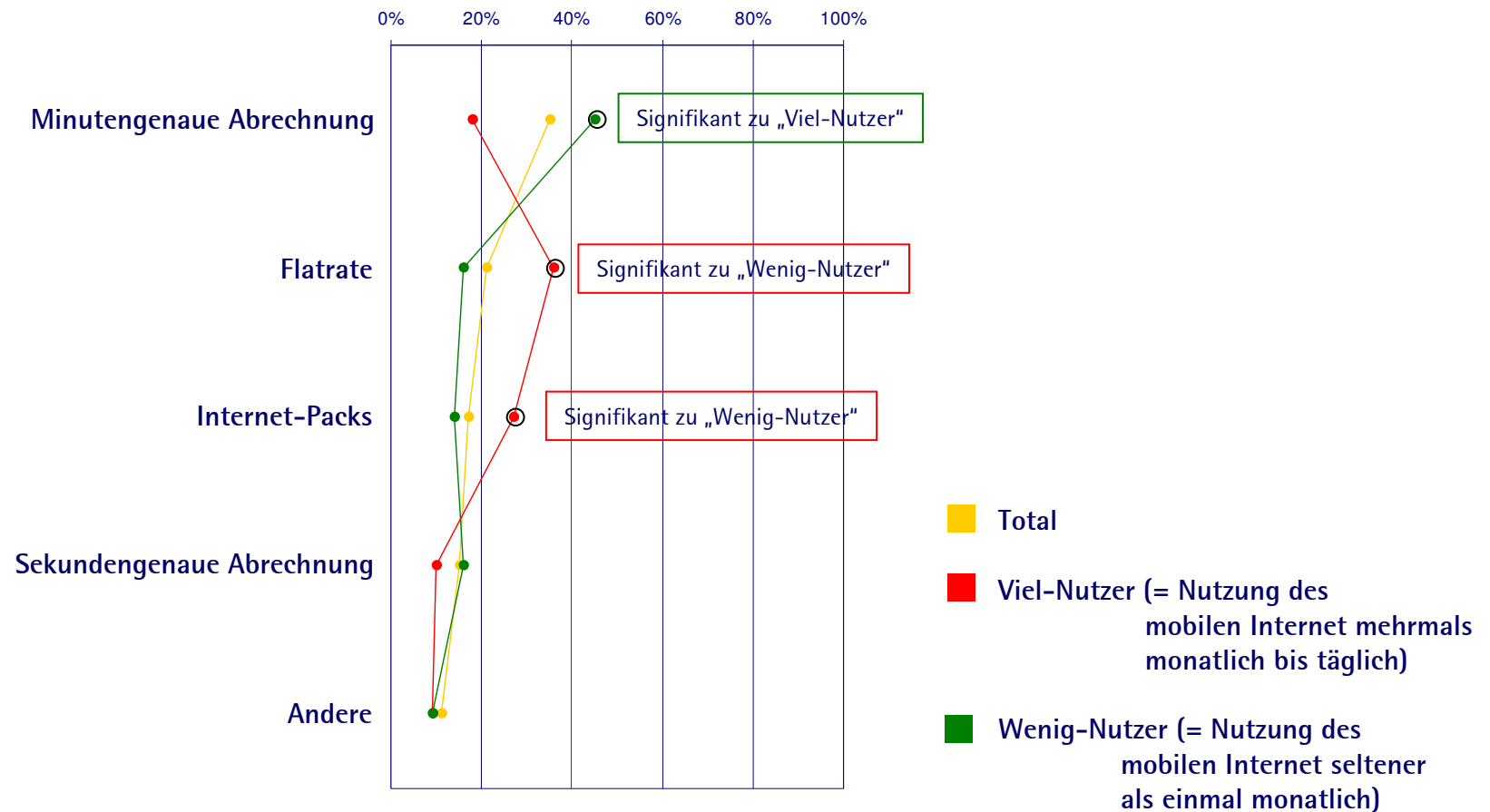


Basis: n = 188 Befragte, die ihren mobilen Internetzugang nutzen, nur Nennungen  $\geq 2\%$

# Tarife

## Aufbruch nach Viel-Nutzer / Wenig-Nutzer

Welchen Tarif haben Sie in Ihrem Mobilfunkvertrag für die Internetnutzung abgeschlossen?



Basis: n = 299 Befragte, die über einen Handyvertrag mit Internetnutzung verfügen

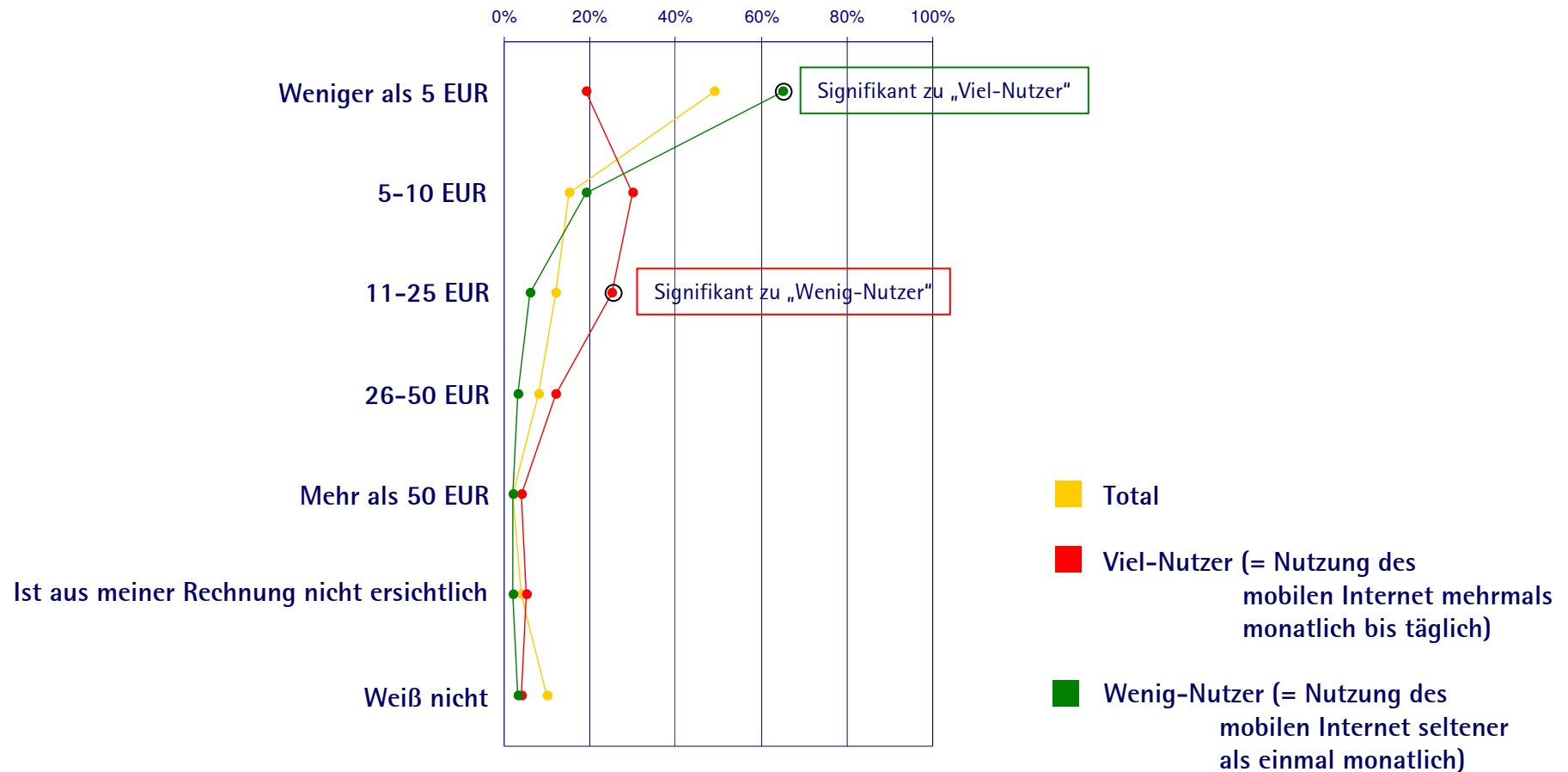
Minutengenaue Abrechnung ist der am häufigsten genutzte Tarif. Viel-Nutzer wählen allerdings vorwiegend die Flatrate.

Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Ausgaben

Aufbruch nach Viel-Nutzer / Wenig-Nutzer

Wie hoch sind ungefähr Ihre monatlichen Kosten für die mobile Nutzung des Internet?

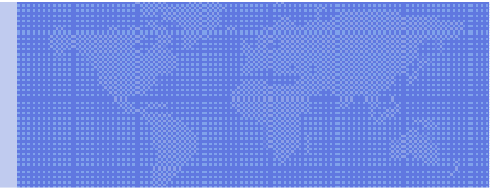


Basis: n = 235 Befragte, die Ihren mobilen Internetzugang nicht über eine Flatrate abrechnen

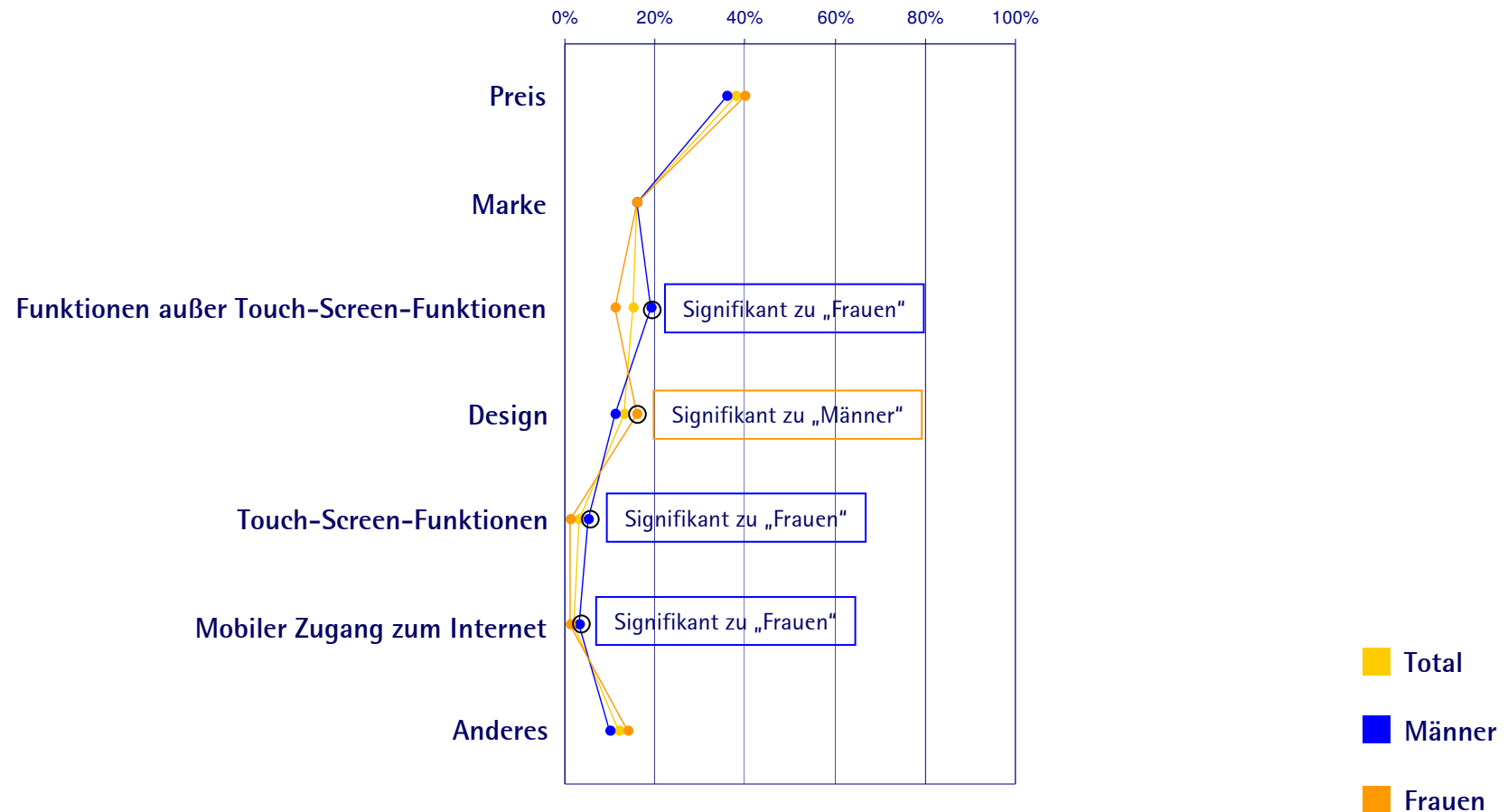
**Viel-Nutzer geben deutlich mehr Geld für die Nutzung mobiler Netzdienst aus als Wenig-Nutzer.**

# Entscheidende Kaufaspekte

## Aufbruch nach Geschlecht



### Welcher Aspekt war beim Kauf Ihres Handys entscheidend?



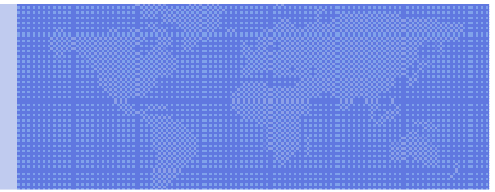
Basis: n = 936 Befragte, die ein Handy besitzen

**Frauen ist beim Kauf eines Handys das Design wichtiger als Männern.**

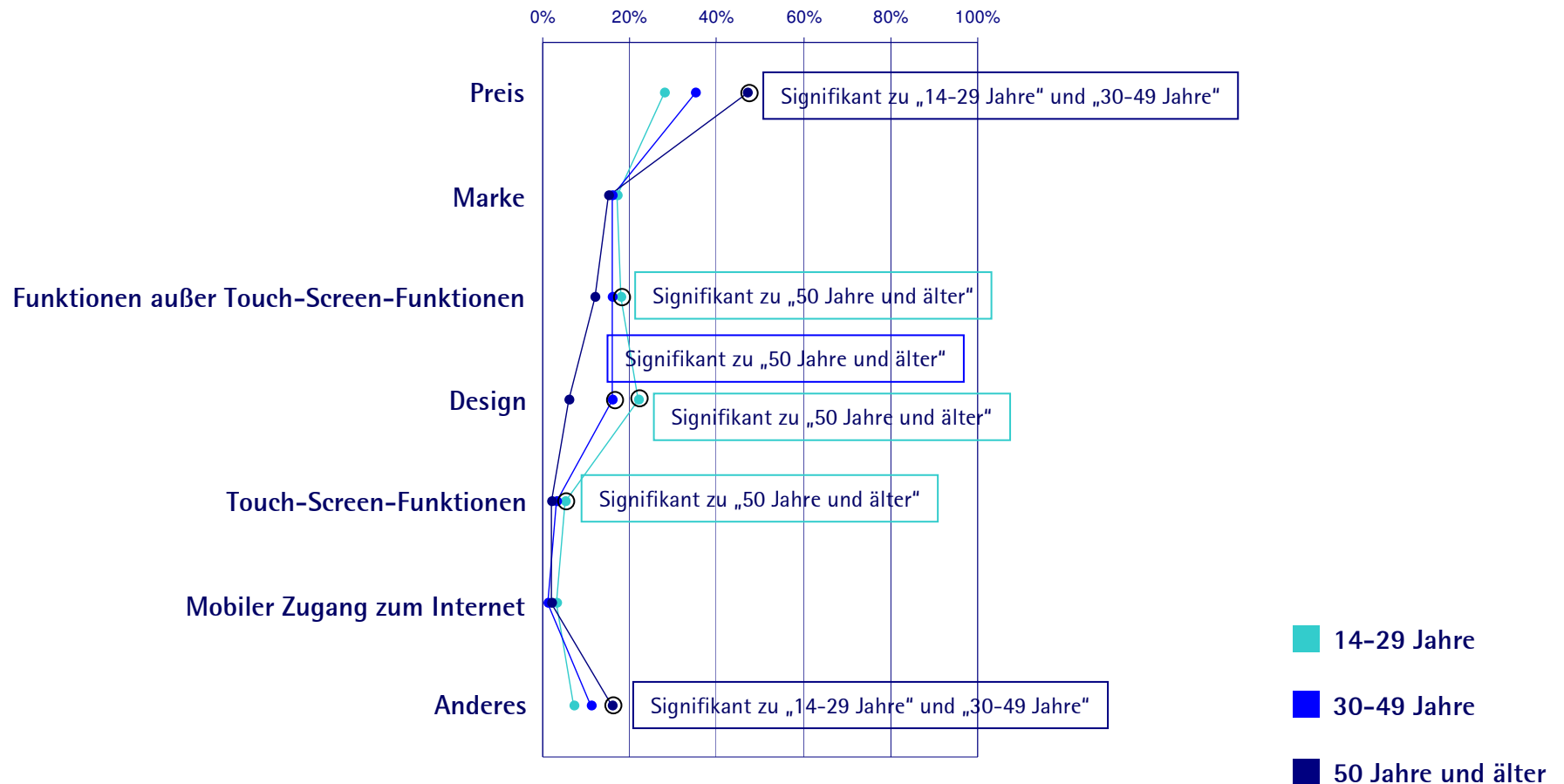
○ Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

# Entscheidende Kaufaspekte

## Aufbruch nach Alter



### Welcher Aspekt war beim Kauf Ihres Handys entscheidend?



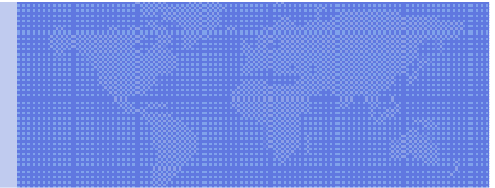
Basis: n = 936 Befragte, die ein Handy besitzen

**Vor allem ältere Verbraucher achten beim Kauf eines Handys auf den Preis. Bei den 14-29-Jährigen hat das Design einen deutlich höheren Stellenwert als bei den Älteren.**

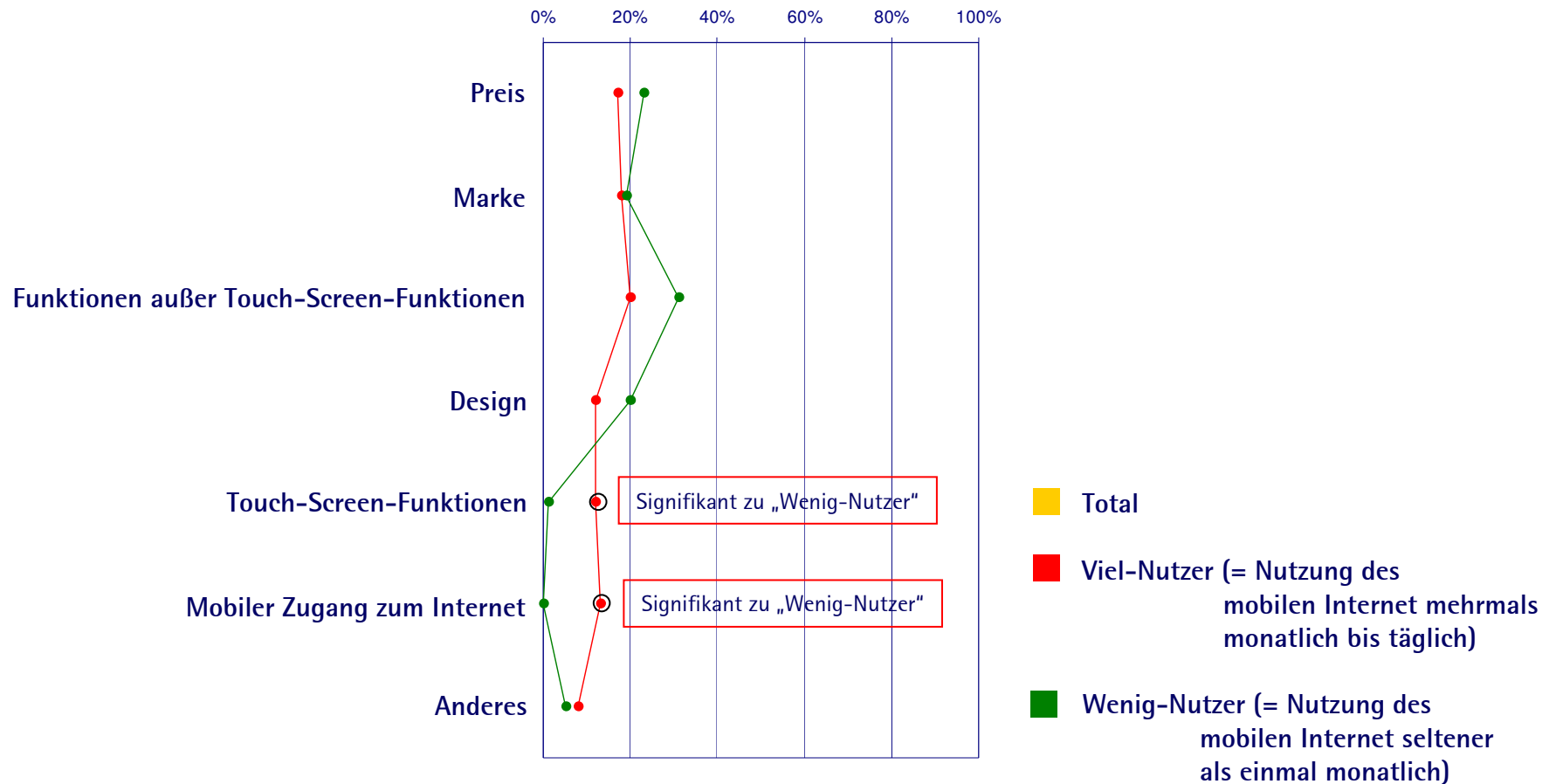
○ Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95-prozentigem Niveau signifikant ist.

# Entscheidende Kaufaspekte

## Aufbruch nach Viel-Nutzer / Wenig-Nutzer



### Welcher Aspekt war beim Kauf Ihres Handys entscheidend?



Basis: n = 936 Befragte, die ein Handy besitzen

Für Viel-Nutzer hat beim Kauf eines Handys die Touch-Screen Funktion einen deutlich höheren Stellenwert als für Wenig-Nutzer.

Ein Kreis bedeutet, dass der Wert auf 95 prozentigem Niveau signifikant ist.

## Mobiles Internet

Ob Konzerttickets kaufen, schnell die neuesten E-Mails abrufen oder digital zum Ziel führen lassen: Mobile Internet-Dienste eröffnen ihren Nutzern zahlreiche Möglichkeiten, den Alltag spontaner und bequemer zu gestalten. Hinzu kommt, dass die Anbieter ständig neue Dienste auf den Markt bringen. Doch nutzen die Deutschen die vielfältigen Möglichkeiten des „Internet to go“?

Trotz immenser Vorteile zeigen sich die Deutschen insgesamt skeptisch gegenüber dem mobilen Internet. So verfügen zwar rund zwei Drittel der Handybesitzer (64 Prozent) über ein internetfähiges Handy, allerdings hat lediglich gerade mal ein Viertel (26 Prozent) von ihnen einen Vertrag mit unbegrenztem Internetzugang abgeschlossen. 24 Prozent haben immerhin einen begrenzten Zugang zu mobilen Internet-Diensten. Deutschland hat hier großen Nachholbedarf, denn in anderen Ländern ist die Nutzung mobiler Internetdienste viel weiter verbreitet. Lediglich 22 Prozent derjenigen mit einem Internet-Vertrag wählen sich täglich oder mehrmals wöchentlich mit ihrem Mobilfunkgerät ins Internet ein. Zudem zeigen die Ergebnisse, dass mehr als ein Drittel (37 Prozent) der Personen, die einen mobilen Zugang ins Internet haben, diesen gar nicht nutzen.

Die zentralen Gründe für die Zurückhaltung sind recht simpel: Verbraucher finden mobile Internetdienste teuer und die Handhabung umständlich. Drei Viertel (74 Prozent) derjenigen, die auf die Webdienste ihres Netzbetreibers nur selten oder gar nicht zurückgreifen, schreckt der hohe Preis. 72 Prozent surfen lieber bequem am PC, denn dort bleibt ihnen erspart, was sie ebenfalls beklagen – zu kleine Displays (46 Prozent). Ein knappes Drittel (31 Prozent) moniert die langsame Übertragungsgeschwindigkeit und ein knappes Viertel (23 Prozent) die schlechte Bedienbarkeit.

Eine weitere Erkenntnis der Studie ist die Tatsache, dass nur wenige der zahlreichen Funktionen des mobilen Internets ausgiebig genutzt werden. Die Top drei der regelmäßig genutzten Netzdienste sind: Abrufen und Versenden von E-Mails (35 Prozent), Nachschlagen von Informationen (32 Prozent) und das Lesen aktueller Nachrichten (28 Prozent). Weit abgeschlagen hingegen mit 3 Prozent ist das eigentlich hochpraktische Bezahlen mit dem Handy („mobile Payment“).

Interessant sind auch die Unterschiede zwischen den gewählten Tarifen von „Viel-Nutzern“, die mobile Internetdienste täglich oder zumindest mehrmals pro Monat nutzen, und „Wenig-Nutzern“, die seltener als einmal monatlich mit ihrem Handy ins Internet gehen.

.....

Während Viel-Nutzer vorwiegend Verträge mit Flatrates (36 Prozent) und Internet-Packs (27 Prozent) abschließen, bevorzugen Wenig-Nutzer die minutengenaue Abrechnung. Aufschluss über die Gründe dafür geben die Ausgaben der jeweiligen Gruppen für das mobile Internet. So zahlen zwei Drittel (65 Prozent) der Wenig-Nutzer weniger als fünf Euro monatlich für die Nutzung des mobilen Internets, die monatlichen Ausgaben der Viel-Nutzer hingegen liegen deutlich darüber: 5 bis 10 Euro (30 Prozent), 11 bis 25 Euro (25 Prozent) und 26 bis 50 Euro (12 Prozent).

Die regelmäßige Nutzung der verschiedensten Internetdienste durch Viel-Nutzer liegt in allen Fällen um ein vielfaches höher als die der Wenig-Nutzer. Außerdem bewerten Viel-Nutzer die mobilen Netzdienst im Hinblick auf Aspekte wie „Es macht Spaß“, „Es ist Praktisch“ und „Ich spare Zeit“ deutlich positiver als Wenig-Nutzer.

Die regelmäßige Nutzung der verschiedensten Internetdienste durch Viel-Nutzer liegt in allen Fällen um ein vielfaches höher als die der Wenig-Nutzer. Außerdem bewerten Viel-Nutzer die mobilen Netzdienst im Hinblick auf Aspekte wie „Es macht Spaß“, „Es ist Praktisch“ und „Ich spare Zeit“ deutlich positiver als Wenig-Nutzer.

Befragt, von welchem Hersteller das Gerät ist, mit dem man ins Internet geht, zeigt sich folgende Rangfolge: Nokia (34 Prozent), Sony Ericsson (20 Prozent), sehr gut schlägt sich das vergleichsweise neue iPhone von Apple, bereits 9 Prozent der mobilen Surfer gehen damit ins Internet; hier dürfte dem Unternehmen sein guter Ruf als Anbieter intuitiver Nutzeroberflächen geholfen haben. Andere etablierte Marken wie das „Business-Handy“ Blackberry und die Geräte von Samsung teilen sich den vierten Platz (je 7 Prozent).

## Sprechen Sie mit uns:

Angelika Tings, Public Relations & HR

### **Dialego AG** Market Research Online

Friedrichstr. 69-71

52070 Aachen, Germany

+49/241/97828-0 TEL

+49/241/97828-118 FAX

[www.dialego.de](http://www.dialego.de)

[info@dialego.de](mailto:info@dialego.de)

Dialego AG ist Mitglied bei:



As an ESOMAR member, I comply with the ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice

