

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

TNS CONVERGENCE MONITOR: 21 Prozent der Handybesitzer nutzen das mobile Internet

Verbreitung der mobilen Internetnutzung gewinnt an Fahrt / Potenzial aber noch bei weitem nicht ausgeschöpft.

München / Bielefeld, 22. September 2010 – Die mobile Internetnutzung gewinnt laut aktuellem TNS CONVERGENCE MONITOR im vergangenen Jahr deutlich an Fahrt. Mittlerweile gehen 21 Prozent der 14- bis 64-Jährigen privaten Handybesitzer mit ihrem mobilen Endgerät auch online – sei es um E-Mails abzurufen oder um im Netz zu surfen. Treiber dieser Entwicklung sind die zunehmende Verbreitung internetfähiger Handys und die sinkenden Kosten für die Datenübertragung. Das Potenzial für die mobile Internetnutzung ist damit aber bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

40 Prozent der Handynutzer besitzen bereits ein sogenanntes Smartphone, das heißt ein Mobiltelefon, mit dem man relativ bequem im Internet surfen sowie E-Mails empfangen und versenden kann. Die rasche Verbreitung der Smartphones hat auch dazu geführt, dass immer mehr 14- bis 64-Jährige mit ihrem Handy online gehen. 21 Prozent der Mobilfunknutzer nutzen das mobile Internet, was gegenüber dem vergangenen Jahr ein Zuwachs von 3 Prozentpunkten bedeutet. Die mobile Internetnutzung umfasst E-Mail und Surfen im Internet: Aktuell sind es 17 Prozent der Handynutzer, die Gebrauch von der E-Mail-Funktion ihres Mobiltelefons machen, 13 Prozent besuchen Webseiten im Internet. Besonders gerne gehen die 14- 29-Jährigen mobil online: In dieser Altersgruppe sind es 29 Prozent der Handynutzer, die mehr oder weniger häufig mit ihrem Handy im Internet surfen oder ihre E-Mails checken.

Bei den abgerufenen Inhalten ist eine Annäherung des mobilen Surfverhaltens an die stationäre Internetnutzung zu beobachten.

„Wurde das mobile Internet 2009 noch sehr gezielt für unterwegs benötigte Informationen wie z.B. das Wetter, aktuelle Nachrichten oder das Telefonbuch eingesetzt, zeigt sich 2010 eine verstärkte Nutzung von Suchmaschinen, ähnlich wie bei der stationären Internetnutzung“, sagt Wolfgang Werres, Geschäftsführer TNS Infratest MediaResearch und Mitglied der TNS CONVERGENCE GROUP.

Noch erreicht das mobile Internet nicht annähernd alle, die bereits über ein entsprechendes Endgerät verfügen. Zwar wissen 33 Prozent der Handybesitzer, dass ihr Handy internetfähig ist, aber nur deutlich weniger als die Hälfte nutzen diese Funktion auch. Ein ähnliches Bild

zeigt sich beim Abrufen von E-Mails: 38 Prozent könnten mit ihrem Handy eine E-Mail-Funktion nutzen, weniger als die Hälfte macht von dieser Gebrauch. Da nahezu jedes neu gekaufte Handy internetfähig ist, wächst die Zahl der zumindest potenziellen mobilen Surfer kontinuierlich.

„Mit zunehmender Verbreitung der entsprechenden Endgeräte und sinkenden Kosten für Internet-Flatrates ist mit einer dynamischen Entwicklung der mobilen Internetnutzung in den kommenden Jahren zu rechnen“, sagt Wolfgang Werres. „Neue Endgeräte wie beispielsweise das iPad tragen sicherlich dazu bei, dass die mobile Internetnutzung weiter zunehmen wird.“

Nach wie vor steht beim Handy aber One-to-one-Kommunikation im Vordergrund: Neben dem Telefonieren ist die SMS die mit Abstand am häufigsten genutzte Funktion: 88 Prozent der Handybesitzer tippen zumindest gelegentlich Kurznachrichten in ihr Handy. Und auch beim mobilen Internet ist die E-Mail-Funktion von größerer Relevanz als das Surfen im World Wide Web.

Diese und weitere Ergebnisse finden sich in der vierten Auflage der Forschungsreihe TNS CONVERGENCE MONITOR, einer Gemeinschaftsstudie der TNS CONVERGENCE GROUP und ARD-Werbung, Deutsche Telekom AG, IP Deutschland und ZDF. Die repräsentative Untersuchung unter 14- bis 64-Jährigen in Deutschland vom Frühjahr 2010 bietet einen fundierten Überblick über die Verbreitung konvergenter Techniken für Telekommunikation, Internet und Medien sowie Einstellungen und Interessen der Konsumenten.

Informationen zum TNS CONVERGENCE MONITOR

Für die Studie TNS CONVERGENCE MONITOR wurden insgesamt 1.501 Personen im Alter von 14 bis 64 Jahren in Deutschland befragt. Die Befragung ist repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung zwischen 14 und 64 Jahren in Privathaushalten in Deutschland und wurde in Form von persönlich-mündlichen Interviews (CAPI) im April / Mai 2010 durchgeführt. Der TNS CONVERGENCE MONITOR vermittelt neben der aktuellen und potenziellen Nutzung von Medien- und Telekommunikationsdienstleistungen wichtige Einblicke zu Themen und Trends rund um das Thema Konvergenz aus Kundensicht. Schwerpunkte waren u.a. die On-Demand Nutzung von Medieninhalten, z.B. durch Videoportale, die Online-Sendungsarchive der TV-Sender, die Verschmelzung von Fernseher und PC und die Nutzung von Smartphones / des mobilen Internets.

Zur TNS CONVERGENCE GROUP

Um den wachsenden Herausforderungen und Fragestellungen rund um das Thema „Konvergenz“ Rechnung zu tragen, haben TNS Infratest InCom, TNS Infratest MediaResearch und TNS Emnid Medienforschung die TNS CONVERGENCE GROUP gegründet. Sie ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für seine Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-)Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

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:

TNS CONVERGENCE GROUP
Wolfgang Werres
T +49 (0)89 5600 – 1428
f +49 (0)89 5600 – 1506
e wolfgang.werres@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com