

# Mobiles Internet – ein Massen-Thema

**Zwei aktuelle Studien belegen: Das Internet in der Westentasche ist auf breiter Front angekommen. Die Berater von Accenture sowie die Marktforscher von Allensbacher haben Nutzer in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. E-Mails checken, Routen planen und Wetterinfos konsumieren sind momentan die Hauptgründe für Nutzer, von unterwegs ins Internet zu gehen. Business-Anwendungen sind noch Mangelware.**



Knapp 19,5 Millionen Deutsche, Österreicher und Schweizer surfen mobil im Web. Produkte im Wert von 119 Milliarden US-Dollar werden in den kommenden vier Jahren über die virtuelle Ladentheke gehen, so die Prognosen von Accenture. Fast jeder dritte Internetnutzer in Deutschland surft laut der Umfrage „Mobile Web Watch“ mobil im Netz (28 Prozent). Die Analyse der Consultants basiert auf der Befragung von mehr als 4.000 Verbrauchern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In der wirtschaftlich unsicheren Zeit 2009 und 2010 seien wenige neue Nutzer hinzugekommen – zwischen 2010 und 2011 explodierte die Entwicklung dagegen: einen Anstieg der Nutzerzahl um elf Prozentpunkte, was umgerechnet etwa sieben Millionen Menschen entspricht. Damit hat der deutsche Markt allerdings noch nicht das Niveau seiner Nachbarn erreicht: In Österreich beträgt der Anteil der Mobilsurfer 42 Prozent, in der Schweiz sogar 44 Prozent.

## **Ein Handy pro Einwohner**

Der Branchenverband Bitkom wagt einen Blick in die Glaskugel: In Deutschland werde der Handy-Absatz in diesem Jahr voraussichtlich um 4,3 Prozent auf rund 29 Millionen Stück zulegen. Damit wächst das Segment um 5 Prozent auf 4,4 Milliarden Euro, wie der Bitkom mitteilt. Besonders dynamisch entwickle sich der Smartphone-

Markt: hier lege der Absatz um 36 Prozent auf 10,1 Millionen Stück zu. Der Umsatz mit den modernen und besonders leistungsfähigen Geräten steige um 25 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro. Damit ist bei uns jedes dritte verkaufte Handy ein Smartphone. Momentan kommt, je nach Recherchequelle, hierzulande rund ein Handy oder Smartphone auf jeden Einwohner.

Wenig wundert es, dass mehr Männer als Frauen ein internetfähiges Handy haben. „Er“ surft damit im Internet – und dies häufiger. Doch „sie“ holt auf: Frauen nutzen stärker als Männer mobile Social-Web-Anwendungen und bewegen sich häufiger in Online Communitys. Innerhalb eines Jahres hätten sie, so Accenture, die Männer beim Surfen in Facebook & Co, beim mobilen Bloggen und Twittern und auch beim Herunterladen von Musik überholt.

40 Prozent der Smartphones, die in Deutschland beruflich genutzt werden, sind jünger als ein Jahr. Bei den privaten Geräten sind es 29 Prozent. Der Trend hin zu immer aktuelleren Endgeräten hat Einfluss auf das Spektrum an Herstellern, von denen Geräte im beruflichen Zusammenhang eingesetzt werden: Noch kann Nokia mit 37 Prozent seine Vormachtstellung in der Berufswelt halten, aber Apple ist mit 18 Prozent auf den zweiten Platz vorgerückt, gefolgt von RIM (BlackBerry) mit 16 Prozent und HTC mit zehn Prozent.

### **Business-Anwendungen selten mit Apps integriert**

Im Büro greifen 64 Prozent der Befragten überhaupt nicht mehr auf Alternativen wie Netbooks oder Laptops zurück, um mobil zu surfen. Bei der privaten Nutzung sind es 47 Prozent. Während die Nutzung des mobilen Internets im geschäftlichen Umfeld wesentlich stärker ausgeprägt ist als im privaten Gebrauch, verhält es sich beim Einsatz von Apps genau umgekehrt. Nur 31 Prozent der Berufstätigen nutzen die Applikationen, während es im privaten Umfeld 77 Prozent sind. Laut Accenture liegt die Diskrepanz unter anderem darin, dass es verhältnismäßig wenig Apps für den beruflichen Einsatz gibt. Der Grund: Firmen übertragen und integrieren ihre geschäftlich genutzten Daten und Anwendungen, etwa von ERP- und CRM-Systemen, deutlich seltener mit Smartphones als sie das mit herkömmlichen PCs tun. Die Folge: Sie müssen Applikationen häufig erst eigens dafür entwickeln. Bei aller Mobility-Euphorie empfehlen die Accenture-Berater den Anbietern mobiler Internetzugänge und -dienste sich mit den folgenden drei Feldern auseinanderzusetzen:

1. Mobile Werbung – sie wird als störend wahrgenommen, nur bei Jugendlichen stößt sie auf verhaltene Akzeptanz.

2. Sicherheit – immer mehr User haben konkrete Sicherheitsbedenken. Zum Beispiel befürchtet jeder Zweite, dass Bewegungsdaten ohne sein Wissen übertragen und gespeichert werden. 2010 hatte nur knapp jeder Dritte Angst vor Datenmissbrauch im mobilen Internet.
3. Synchronisation – geräteübergreifenden Zugriff auf aktuelle persönliche Daten zu haben, ist ein wichtiges Anliegen der Nutzer.

### **E-Books sind Nischenthema**

Zwei Prozent der Deutschen besitzen laut der aktuellen Allensbacher Computer- und Technik-Analyse (ACTA) bereits einen Tablet-PC. Die Marktforscher von IDC haben für Apples iPad 2 im zweiten Quartal 9,3 Millionen verkaufte Geräte ermittelt.

Dagegen sind Lesegeräte für digitale Bücher (E-Books) ein Nischenprodukt – noch. Nur 1,5 Prozent besitzen ein E-Book-Lesegerät, 3 Prozent wollen eines kaufen. Die Besitzer eines E-Book-Lesegeräts sind zu 60 Prozent männlich, die potenziellen Käufer mehrheitlich weiblich. Bildungsabschluss, Einkommen und Technikaffinität sind bei Besitzern und möglichen Käufern überdurchschnittlich.

Amazon hat jüngst den Versuch gestartet, den plätschernden Lesegerätemarkt in Schwung zu bringen: Mit einem 7-Zoll-Bildschirm ist der vor kurzem angekündigte „Kindle Fire“ des Internetversenders zwar etwas kleiner als Apples iPad, aber dafür ein Schnäppchen. Nur 199 Dollar – umgerechnet rund 146 Euro – kostet der neue Tablet-Computer – weniger als die Hälfte des Preises des günstigsten iPads. Vor allem deswegen wird er Apple womöglich große Konkurrenz machen, sind sich Branchenexperten sicher.

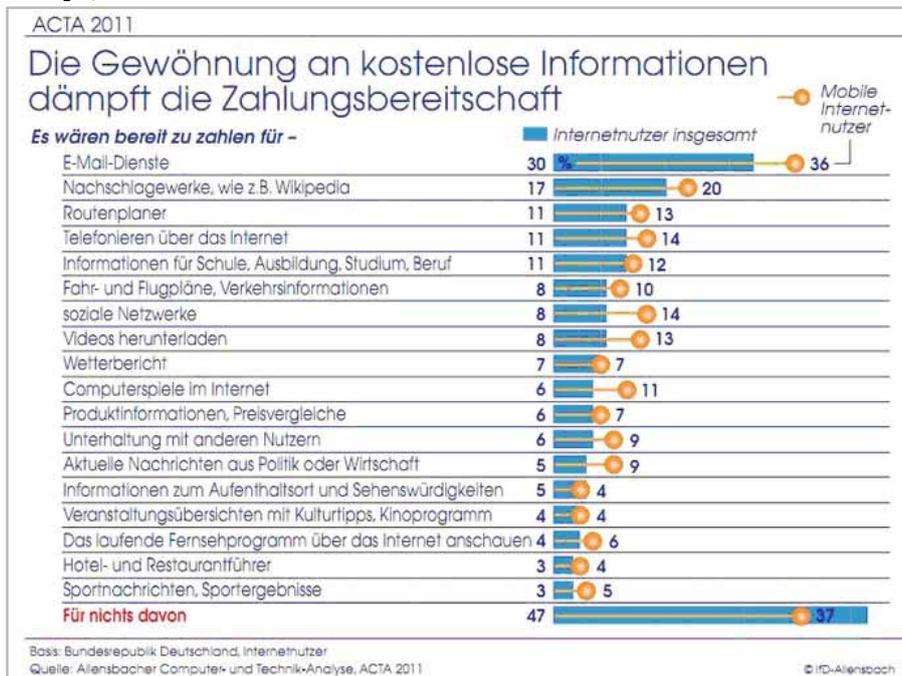
### **On the road again: was interessiert**

Die Allensbacher Forscher wollten auch wissen, für welche Zwecke die User ihre mobilen Endgeräte nutzen: An der Spitze der mobilen Nutzung steht unangefochten die E-Mail-Kommunikation. 74 Prozent der mobilen Internetnutzer schreiben und empfangen E-Mails auf dem Smartphone oder einem anderen Handheld-Gerät. Es folgen die Nutzung von Wetterinformationen (53 Prozent) und die Routenplanung (48 Prozent). Aktuelle Nachrichten aus der Politik konsumieren 32 Prozent mobil, Sportnachrichten drei von zehn Nutzern und Wirtschaftsmeldungen jeder Fünfte. Gerne gelesen sind Klatsch und Tratsch: 12 Prozent der mobilen Internetnutzer gaben an, Promi-News auf ihrem Handheld-Gerät zu konsumieren.

### **Money for nothing**

Bei aller Geräteeuphorie, die Zahlungsbereitschaft für Inhalte ist lausig: 47 Prozent der Internetnutzer und 37 Prozent der mobilen Internetnutzer gaben an, für kein Angebot Geld ausgeben zu wollen. Am ehesten sind Internetnutzer noch dazu bereit, für E-Mail-Dienste zu bezahlen: 30 Prozent der Internetnutzer und 36 Prozent der mobilen Internetnutzer bejahten dies. Es folgen Nachschlagewerke wie Wikipedia (17 bzw. 20 Prozent), Routenplaner (11 bzw. 13 Prozent) und Internettelefonie (11 bzw. 14 Prozent). Für Nachrichten wären nur 5 Prozent der Internetnutzer und 9 Prozent der mobilen Internetnutzer bereit, Geld zu zahlen, für Sportnachrichten lediglich 3 bzw. 5 von hundert Usern. Im Vergleich zur Studie aus dem Vorjahr entwickelte sich die Zahlungsbereitschaft der Deutschen eher rückläufig: Lediglich für Fernsehen via Internet legte sie zu (um 32 Prozentpunkte), ebenso für soziale Netzwerke (um 28 Prozentpunkte). Dagegen sank die Zahlungsbereitschaft für Nachrichten um 6 Prozentpunkte. Gut beraten sind Anbieter, neben den Geräten gleichzeitig umfangreiche und vielfältige Anwendungen – am besten einen Marktplatz für Programme – mitliefern zu können, für die User bereit sind, Geld zu bezahlen.

### Konsumieren ja, aber bitte ohne



### Gebühren

#### Deutsche sind mobile Bezahl-Muffel

Das Gros der Bundesbürger steht mobilen Zahldiensten in Deutschland reserviert gegenüber. Das ist das Ergebnis einer Umfrage der Unternehmensberatung Putz & Partner, für die 1000 Bundesbürger befragt wurden.

In den USA läuft die Einführung von Google Wallet, auch in Asien stehen die Konsumenten auf Bezahlen mit dem Handy. Doch hierzulande wünscht sich nur jeder Vierte, die Einkäufe künftig mit dem Handy bezahlen zu können. Wenig besser schneidet derzeit das angekündigte mobile Zahlssystem für EC-Karten ab. 28 Prozent halten die mit einem Funk-Chip ausgestatteten Bankkarten für ein attraktives neues Bezahlverfahren. Für 54 Prozent kommt dagegen jegliche Nutzung mobiler Zahlssysteme nicht in Betracht.

Kritisch bewerten die befragten Bürger die Sicherheit. Knapp 45 Prozent der Befragten trauen keinem Unternehmen zu, den nötigen Schutz für das Mobile Payment gewährleisten zu können. Aufgeschlüsselt nach Branchen schneiden hier die Banken besser ab als die Telekommunikationsunternehmen. Während gut jeder dritte Befragte bei den Kreditinstituten eine hohe Kompetenz zur Absicherung mobiler Zahlverfahren vermutet, sind es bei den Telekommunikationshäusern nur 17 Prozent.

Überraschend großzügig kalkulieren die Befürworter mobiler Zahlssysteme die Höchstbeträge, die aus ihrer Sicht per Funk-Chip täglich abgebucht werden dürften. So würden sich knapp 30 Prozent der Befragten mit einem Limit von 1000 Euro oder mehr einverstanden erklären. 21 Prozent plädieren für eine Beschränkung auf 400 Euro am Tag.