

Pressemeldung

Apple-Dominanz im Markt bröckelt M-Days und Goldmedia präsentieren aktuelle Zahlen zum Smartphone-, Tablet- und Mobile-Markt

Berlin, Frankfurt am Main, 25. Januar 2012. Aktuelle Untersuchungen des Marktforschungsunternehmens Goldmedia Custom Research GmbH belegen die hohe Dynamik im Mobile-Markt. Smartphones dringen immer tiefer in die Lebenswelt der Menschen ein. Der Verkauf von Smartphones verzeichnet in Deutschland eine jährliche Wachstumsrate von aktuell 31 Prozent (BITKOM, 2012). Am 1. und 2. Februar 2012 wird sich die Kongress-Messe „M-Days“ daher zum siebten Mal diesem Themenfeld widmen. Goldmedia stellt einige Studienergebnisse im Vorfeld der Kongress-Messe zur Verfügung. Weitere Studieninhalte werden auf den M-Days in Frankfurt am Main präsentiert.

Mit Smartphones und Tablets sind zwei ganz neue Märkte entstanden, die noch um Geschäftsmodelle ringen: der App-Markt und der Werbemarkt im mobilen Internet. Trotz der hervorragenden Targeting-Möglichkeiten hinkt der mobile Werbemarkt dem Markt für Werbung im stationären Internet noch meilenweit hinterher.

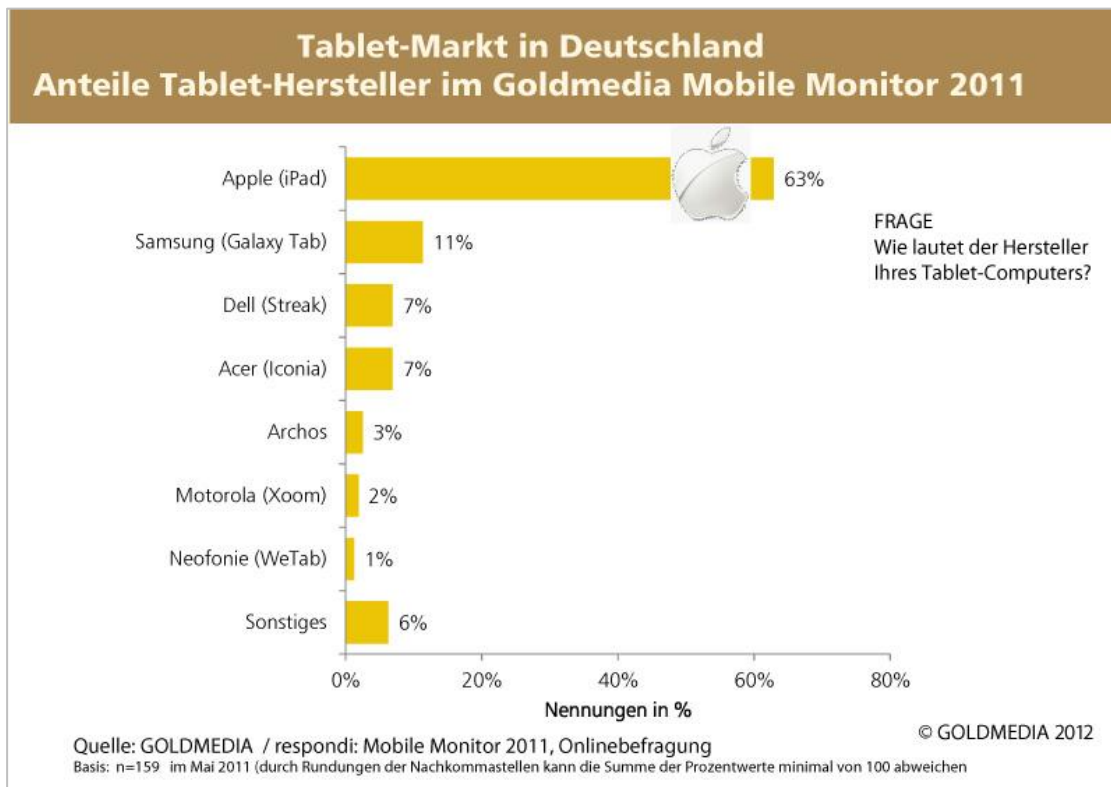
Smartphone- und Tablet-Markt genießen breiten Zuspruch

Wie die Studie „Mobile Monitor 2011“ von Goldmedia in Zusammenarbeit mit respondi zeigt, sind die Stärken des iPhones von Apple vor allem auf drei Aspekte zurückzuführen: Bedienbarkeit, App Store und Design. Diese Faktoren sind für die Smartphone-Nutzer am wichtigsten und werden von Apple am besten bedient. Auch die „post-sales-Zufriedenheit“ der Apple-Kunden ist extrem hoch und die Wiederkaufsbereitschaft überdurchschnittlich gut. Zudem gaben 27 Prozent der Nutzer anderer Smartphone-Marken an, beim nächsten Mal ein iPhone kaufen zu wollen. Auf den zweiten Platz kommt bei dieser Frage mit 20 Prozent der asiatische Hersteller HTC, gefolgt von Samsung mit 18 Prozent und Nokia mit fünf Prozent.

Was das Betriebssystem anbelangt, hat das iOS von Apple allerdings seine Vormachtstellung inzwischen verloren. Der Grund dafür: Das Smartphone ist zum Massenprodukt geworden, und für die Durchschnittskunden sind die attraktiven Apple-Geräte häufig zu teuer. Sie weichen daher auf Android aus, das – anders als bei iOS – nicht an eine bestimmte Hardware gebunden, sondern auf den Geräten zahlreicher Hersteller verfügbar ist. Daher räumt Goldmedia auch dem Windows Phone-Betriebssystem große Chancen ein, zumal Microsoft durch die hohe Anzahl von Windows-Desktoprechnern über eine enorme Anzahl von Kundenkontakten verfügt.

Ungebrochen ist die Dominanz von Apple im Markt der Tablet-Computer, den man nach wie vor auch als iPad-Markt bezeichnen kann. Laut Mobile Monitor von Goldmedia führt Apple die Konkurrenz mit 63 Prozent Marktanteil überaus deutlich an. Alle anderen Hersteller mühen sich redlich, doch nur Samsung erzielt mit elf Prozent Marktanteil zumindest Achtungserfolge. Abzuwarten sind auch die neuen Markteinflüsse von Microsoft, Nokia, HTC und besonders Amazon Kindle Fire. Nach einer Hochrechnung von Goldmedia liegt das Potenzial für Tablet-Computer in Deutschland bei neun Millionen Nutzern.

Grafik 1



Geschäftsmodell in der mobilen Welt gesucht

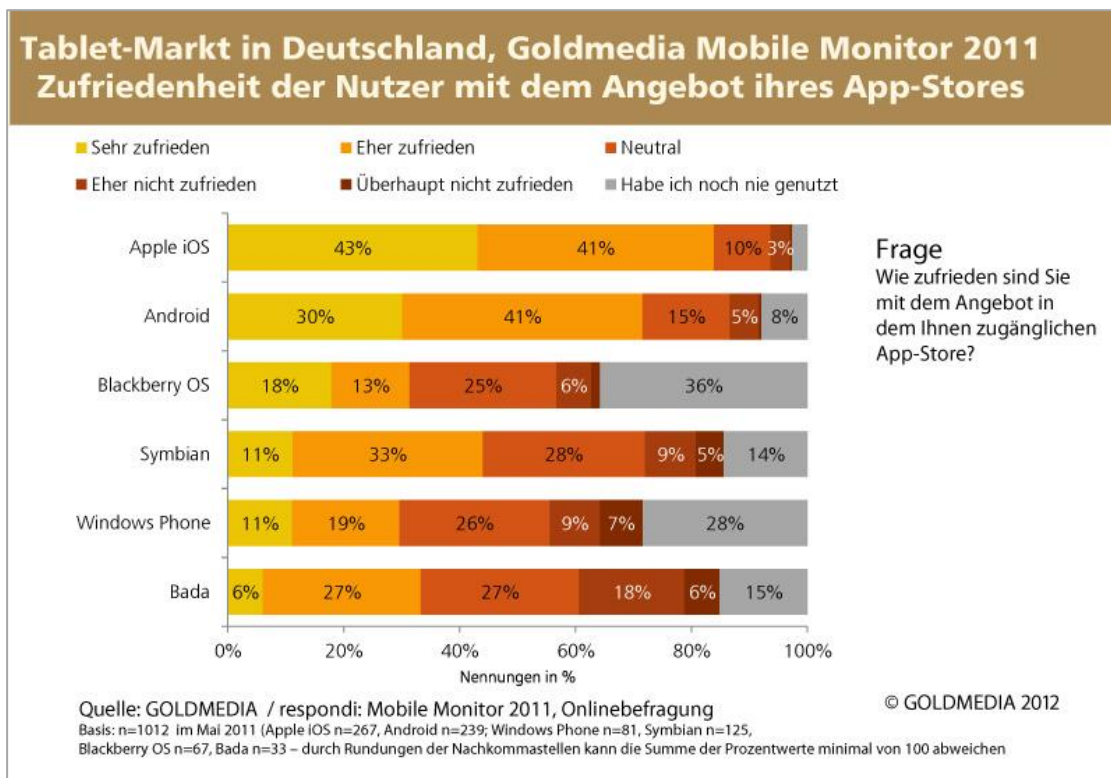
Durch die immer größere Marktdurchdringung mit mobilen Endgeräten wächst die Nachfrage nach mobilen Diensten und Services. Mit der Chance, Angebote personalisiert, zeitunabhängig und „location based“ zu kreieren, bietet der Mobile Markt an sich eine Fülle von Möglichkeiten. Dennoch sind im Gegensatz zum stationären Internet die Geschäftsmodelle in der mobilen Welt noch vergleichsweise gering entwickelt und wenig ausdifferenziert. Aus den USA ist nach Informationen des Branchendienstes eMarketer bereits bekannt, dass zwar über acht Prozent der Mediennutzungszeit auf das Segment Mobile entfällt, jedoch nur 0,5 Prozent des Gesamtwerbemarktes im mobilen Segment investiert werden. Korrespondierend hierzu zeigen auch die Ergebnisse des Goldmedia Mobile Monitors 2011, dass bisher lediglich die Hälfte der Befragten die mobile Werbung überhaupt bemerkt hat. Von diesen 50

Prozent gaben 17 Prozent an, den Werbe-Angeboten wissentlich gefolgt zu sein, 16 Prozent jedoch besuchten die Angebote versehentlich und 67 Prozent folgten bisher gar keinem Angebot.

Auch die Zahlungsbereitschaft wächst langsam. 37 Prozent der Befragten gaben inzwischen an, kostenpflichtige Apps zu nutzen und hierfür im Durchschnitt zwölf Euro monatlich auszugeben. Besonders einkaufslustig zeigen sich die 30- bis 39-Jährigen (43 Prozent der Befragten). Eine besondere Stellung unter den kostenpflichtigen Apps nehmen die Spiele ein, für die häufig mehr als vier Euro bezahlt werden.

Den Zugang zu den Apps bietet jeweils das Portal des Betriebssystemanbieters. Dabei wird die Auswahl an verfügbaren Apps von den Nutzern des Apple App-Stores besser bewertet als die Auswahl im Android Market, gefolgt vom Blackberry-Portal, dem Nokia OVI Store und Windows.

Grafik 2



Mobile Dschungel: Die neuen Herausforderungen der Gerätefragmentierung

Der mobile Markt wird derzeit in Featurephones, Smartphones und Tablets unterteilt, indem jedes Gerät seine Nische besetzt und die Bedürfnisse eines bestimmten Nutzerkreises abdeckt. Doch die Gerätefragmentierung geht noch viel weiter über diese drei Kategorien hinaus und stellt die Entwickler von Betriebssystemen vor eine unübersichtliche Vielfalt von Geräten, die unterschiedlichste Funktionen mit sich bringen. Dr. Florian Kerkau, Geschäftsführer der Goldmedia Custom Research GmbH, wird im Panel „Mobile Dschungel: Die neuen Herausforderungen der Gerätefragmentierung“

einen aktuellen Überblick zum Markt schaffen. Wie wirkt sich das heute auf den Markt aus? Welche künftigen Entwicklungen sind wahrscheinlich? Wie werden Nutzer und Betriebssysteme-Anbieter mit dieser Situation umgehen? Antworten auf diese und andere Fragen werden in diesem Panel die Repräsentanten von AUDI AG, Microsoft Deutschland und Pixelpark AG diskutieren.

Die Informationen der Pressemeldung entstammen der Studie „Mobile Monitor 2011: Nutzerbefragung zu Smartphones und Tablet PCs in Deutschland“ der Goldmedia Custom Research GmbH in Zusammenarbeit mit der respondi AG. Sie basiert auf einer Onlinebefragung von Smartphone-Besitzern (n=1012) im Mai 2011 und enthält Informationen zur Nutzung von Smartphones und Tablet-PCs und zur Kundenzufriedenheit bezogen auf Geräte, Betriebssysteme, genutzte Netze und Serviceleistungen. Die Studie erschien bei Goldmedia im Juli 2011.

Weitere Informationen zu den M-Days unter www.m-days.com und im Blog Connected der Messe Frankfurt zur Digitalisierung des Geschäftslebens unter <http://connected.messefrankfurt.com>.

Pressekontakt

Pressekontakt Goldmedia GmbH

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, Katrin.Penzel@Goldmedia.de

Pressekontakt Messe Frankfurt

Sylvia Beckerhoff, Tel. +49 69 75 75-6249, sylvia.beckerhoff@messefrankfurt.com

Veranstaltungsprofil M-Days

Die Kongress-Messe spiegelt am 1. und 2. Februar 2012 in Halle 1.2 der Messe Frankfurt alle Facetten der mobilen Marktentwicklung wider. Im kommenden Jahr werden die 7. M-Days „The home of Mobile“ zum zweiten Mal als Veranstaltung der Messe Frankfurt in der Mainmetropole ausgerichtet. Die etablierten M-Days – Kongress-Messe für mobile Kommunikations-, Vertriebs- und Contentlösungen – haben 2012 verstärkt den europäischen Markt im Fokus. Mit 200 Top-Speakern aus dem In- und Ausland und über 120 Ausstellern sind die M-Days die größte Leitkongress-Messe rund um das mobile Internet. Die vergangene Veranstaltung besuchten über 3.000 Teilnehmer, was bereits 50 Prozent Zuwachs zum Vorjahr darstellte. Neben den sechs Vortragsreihen im Kongress- und offenen Messebereich werden Developer-Foren für die unterschiedlichen Betriebssysteme angeboten. Themen 2012: Mobile Web, Applikationen, Mobile Advertising, Mobile Enterprise, Mobile Payment, Automotive-Lösungen, Mobile Content, Business Solutions, Devices, Mobile Technik, Mobile Venture, Augmented Reality usw.

Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by

Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland. Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent. Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).

11 Prozent Communication

11 Prozent Communication mit Sitz in Erding ist Herausgeber der GFM Nachrichten (www.gfm-nachrichten.de) mit den Themenbereichen Mobile, Social Media, webTV und eGame Marketing – ein Fach-Informationstool im Umfeld der Neuen Medien für Marken, Medien und die Telekommunikationsindustrie. Im Rahmen der M-Days, der Kongress-Messe für das mobile Internet, die 2010 an die Messe Frankfurt veräußert wurde, ist die Agentur Content-, Marketing- und Vertriebspartner der Messe Frankfurt Exhibition, um ihr kontinuierliches Wachstum sicherzustellen.

Goldmedia Custom Research GmbH

Die Goldmedia Custom Research GmbH wurde innerhalb der Goldmedia-Gruppe im Januar 2007 gegründet. Die Gesellschaft ist auf den Bereich Nutzer- und Usability-Forschung sowie auf Markt- und Meinungsforschung spezialisiert. Die Goldmedia Custom Research GmbH bietet alle Formen und Instrumente der klassischen Marktforschung, von CATI, CAPI, Auditoriumstest oder Fokusgruppe über Conjoint-Analyse bis zur Pricing-Studie. Zudem ist das Unternehmen auf biometrische Medienforschung spezialisiert und hat eigene Instrumente im Bereich Usability-Forschung (Pupillometrie, Eyetracking) entwickelt und international patentiert. www.goldmedia.com/research.html

Zur Goldmedia-Gruppe gehören neben der Goldmedia Custom Research GmbH auch die Goldmedia GmbH Strategy Consulting, die Goldmedia Sales & Services GmbH, die Goldmedia Political & Staff Advising GmbH sowie die Goldmedia Innovation GmbH.