

## Pressemeldung

# 80 Minuten unseres Tages gehören dem Smartphone

- **Mobile Monitor 2014 von Goldmedia mit umfangreichen Daten zum Smartphone- und Tablet-Markt in Deutschland veröffentlicht**
- **Samsung-Smartphones gewinnen in der Nutzergunst, Apple und Nokia büßen Marktanteile ein**
- **Zwei Drittel der Smartphone-Besitzer nutzen ein Android-Phone**
- **WhatsApp wird von fast 70 Prozent der unter 30-jährigen Smartphone-User täglich genutzt**

*Berlin, 25. Februar 2014.* Dynamisches Wachstum und weiter steigende Nutzungswerte kennzeichnen den Smartphone-Markt. Aktuell beträgt die durchschnittliche Nutzungsdauer von Smartphones in Deutschland schon 81 Minuten pro Tag (plus 3 Minuten gegenüber 2012). Über dem Durchschnitt liegen mit 87 Minuten die Apple-Nutzer. Am längsten aber sind die Besitzer von HTC- (103 Minuten) und Huawei-Geräten (111 Minuten) zugange.

Die meisten Smartphones werden nicht in Verbindung mit einem Mobilfunkvertrag angeschafft, lediglich 22 Prozent der Nutzer zahlen mit ihrem Vertrag das Smartphone ab. Gekauft werden die Geräte überwiegend in Onlineshops (42 Prozent). 34 Prozent der Nutzer beziehen ihr Smartphone über ein Ladengeschäft, davon 19 Prozent in einem des Mobilfunkanbieters und 15 Prozent in einem Elektronikgeschäft.

Dies sind Ergebnisse des Mobile Monitors 2014 des Marktforschungsinstituts Goldmedia Custom Research GmbH (<http://www.goldmedia.com>), unterstützt von der Deutschen Telekom AG. Die umfangreiche Branchenstudie zum Smartphone- und Tablet-Markt basiert auf einer Onlinebefragung von Smartphone-Nutzern in Deutschland (n=1.100), sie erscheint mittlerweile zum dritten Mal.

### Marktanteile von Geräten und Betriebssystemen

43 Prozent der im Mobile Monitor 2014 Befragten besitzen ein Smartphone von Samsung, das sind 13 Prozent mehr als noch im Mobile Monitor 2012. Damit ist der südkoreanische Hersteller inzwischen klarer Marktführer vor Apple mit einem Marktanteil von 20 Prozent.

Android konnte als Betriebssystem weiter punkten und steigerte seinen Anteil auf stolze 65 Prozent (plus 22 Prozent gegenüber 2012). Apples iOS kommt nur noch auf 20 Prozent.

Der Erfolg der Samsung-Geräte lässt sich durch eine Analyse der Nutzungsmotivation der Gerätebesitzer erklären. Die von Goldmedia dafür entwickelte Smartphone Usage Motivation Scale (SUMS) zeigt, dass Samsung attraktive Geräte für alle Nutzungstypen bereitstellt.

So haben User, die ihr Smartphone eher nur zweckgebunden einsetzen, sogenannte gering motivierte Nutzer, zu 40 Prozent ein Samsung-Gerät, nur 10 Prozent hingegen verfügen über Apples iPhone. Auch bei den Viel-Nutzern, den hochmotivierten Nutzern, dominiert mit 52 Prozent Samsung, 26 Prozent sind Apple-Nutzer.

### **Kundenzufriedenheit**

Am zufriedensten sind immer noch die iPhone-Nutzer. Dennoch gehen die Zustimmungswerte kontinuierlich zurück, was auf eine Verdichtung des Marktes hindeutet. Im Vergleich zur Analyse 2012 zeigten sich die Samsung-Nutzer ein wenig zufriedener mit ihrem Gerät. Deutlich zufriedener sind dagegen die LG-Besitzer. HTC, Blackberry und Nokia haben die unzufriedensten Nutzer.

Die gute Bedienbarkeit der Geräte ist nach wie vor der größte Treiber für die Zufriedenheit der Nutzer. Darin liegt Apple weiterhin ganz vorn, gefolgt von LG. Samsung erreicht hier nur den vorletzten Platz.

Neben der Displayqualität spielt inzwischen auch die Prozessorgeschwindigkeit eine große Rolle bei der Kundenzufriedenheit. Besonderer Schwachpunkt aller Geräte ist weiterhin die geringe Akkulaufzeit. Darin liegt Apple vor Blackberry auf dem vorletzten Platz. Noch am zufriedensten sind bei diesem Faktor Nokia-Kunden, allerdings ist auch hier jeder zweite Nutzer unzufrieden.

### **Häufigste Nutzungssituationen und Lieblings-Apps**

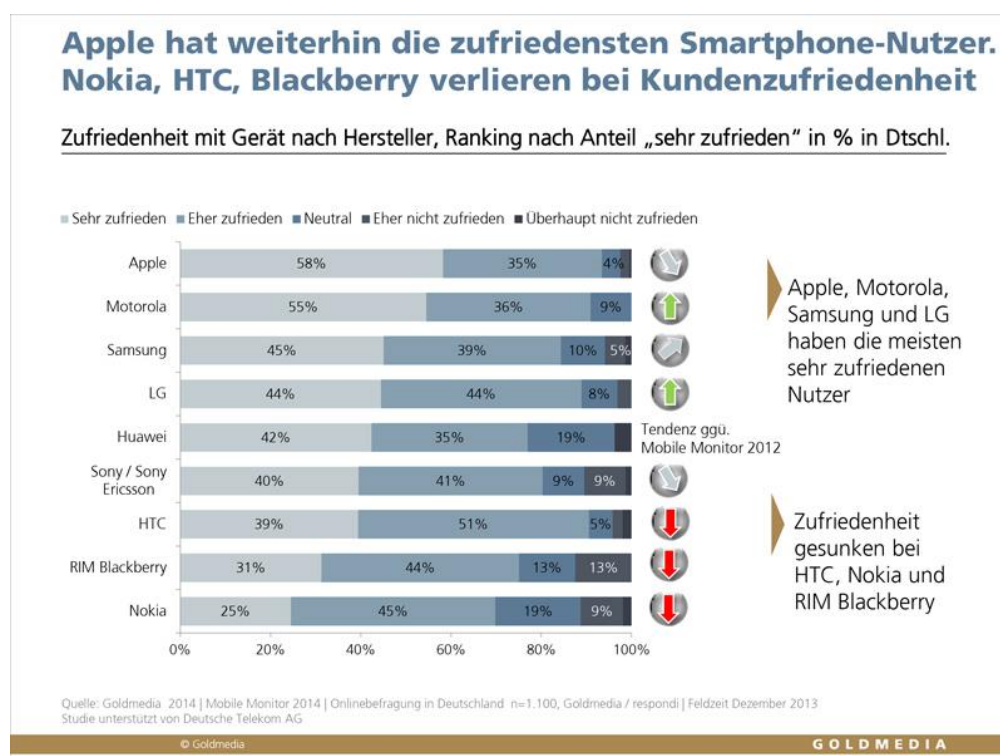
Messaging, das Versenden von Kurznachrichten über WhatsApp, Skype und andere Services, ist die wichtigste Nutzungssituation. WhatsApp wird von fast 70 Prozent der unter 30-jährigen Smartphone-Besitzer täglich genutzt. Der Dienst ist neben Facebook und Wettervorhersagen die meistgenutzte App und darüber hinaus auch die Lieblings-App der Befragten.

Neben dem Surfen im Internet gehören zu den wichtigsten Smartphone-Funktionen auch die Nutzung sozialer Netzwerke und das Schreiben/Empfangen von E-Mails. Das Telefonieren liegt nur noch auf Platz 5, die gute alte SMS gar nur auf Rang 9. Dagegen wird die mobile Videonutzung immer wichtiger. Besonders die unter 30-Jährigen sind hierbei sehr aktiv.

## Fazit von Studienleiter Dr. Florian Kerkau

„Der Smartphone-Markt ist längst im Mainstream angekommen. Ohne das Smartphone geht in vielen Bereichen heute nichts mehr. Durch die weite Durchdringung in der Gesellschaft wird die Nutzerschaft in ihrem Verhalten aber wieder etwas traditioneller: So haben es innovative Angebote mittlerweile wieder etwas schwerer, Akzeptanz zu finden. In der Geräteverteilung kann Apple seine Vorreiterrolle immer weniger behaupten. Die Mitbewerber sind in vielen Bereichen dem Branchenprimus dicht auf den Fersen, was sinkende Akzeptanzwerte und der Verlust an Marktanteilen belegen.“

### Grafik: Zufriedenheit der Smartphone-Nutzer nach Hersteller



### Quelle: Mobile Monitor 2014. Smartphone und Tablet-PC: Geräte, Nutzung und Zufriedenheit

Die Informationen der Pressemeldung entstammen der Studie „Mobile Monitor 2014: Smartphone und Tablet-PC: Geräte, Nutzung und Zufriedenheit“ der Goldmedia Custom Research GmbH in Zusammenarbeit mit der respondi AG, unterstützt von der Telekom AG. Die Studie basiert auf einer Onlinebefragung von Smartphone-Besitzern (n=1.100) im Dezember 2013 und enthält Informationen zur Nutzung von Smartphones und Tablet-PCs sowie zur Kundenzufriedenheit bezogen auf Geräte, Betriebssysteme und Mobilfunkanbieter. Die Studie hat einen Umfang von 130 PPT-Charts (100 Diagramme und 30 Tabellen mit soziodemografischer Aufschlüsselung) und kann kostenpflichtig bestellt werden. [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

**Pressekontakt**

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de), [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

**Goldmedia Custom Research GmbH**

Die Goldmedia Custom Research GmbH ist auf den Bereich Nutzer- und Usability-Forschung sowie auf Markt- und Meinungsforschung spezialisiert. Die Gesellschaft 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. Die Goldmedia Custom Research GmbH gehört zur Goldmedia Gruppe, sie wurde im Januar 2007 gegründet. <http://www.goldmedia.com/research.html>