

## Presseinformation

### Wichtigste Ansprüche der Nutzer an ihre Smartphones: Gute Bedienbarkeit und viele Apps

- Aktuelle Studie von Goldmedia und respondi zur Smartphone-Nutzung in Deutschland auf der ConLife 2011 präsentiert
- Apple bleibt aus Nutzersicht der TOP-Anbieter, immer beliebter werden Smartphones von HTC
- SMS und mobiles Internet sind wichtigste Nutzungsart nach Telefonieren
- 37 Prozent der Smartphone-Nutzer kaufen Apps und digitalen Content, sie geben dafür monatlich rund 12 Euro aus
- Apple App Store deutlich beliebter als Android Market
- Werbung als Geschäftsmodell noch wenig effektiv

Berlin, Köln, 29. Juni 2011. Der Smartphone-Boom geht weiter. Schon jeder fünfte Handynutzer in Deutschland besaß Ende 2010 ein Smartphone. (BITKOM Oktober 2010) Mit zunehmender Verbreitung der mobilen Mini-Computer aber verändern sich die Ansprüche der Nutzer. Waren bislang vor allem Design und technologische Features kaufentscheidend, ist inzwischen die gute Bedienbarkeit das wichtigste Kriterium für die Kundenzufriedenheit. Apples iPhone ist nach wie vor das beliebteste Smartphone, stark aufgeholt haben aber vor allem die Geräte von HTC.

Dies sind Ergebnisse des Mobile Monitors 2011 des Marktforschungsinstitutes Goldmedia Custom Research GmbH (<http://www.goldmedia.com>) in Zusammenarbeit mit dem Online-Panel-Anbieter respondi AG (<http://www.respondi.com>). Erste Ergebnisse der Online-Nutzerbefragung zu Smartphones und Tablet-PCs in Deutschland wurden heute im Rahmen der ConLife 2011 in Köln vorgestellt.

#### Kundenzufriedenheit der Smartphone-Besitzer

Am zufriedensten mit ihrem Smartphone sind die Apple-Kunden. Insgesamt 94 Prozent der Befragten gaben an, mit ihrem Gerät „sehr“ (61 Prozent) und „eher zufrieden“ (33 Prozent) zu sein. Schon auf Platz zwei der Kundenzufriedenheit folgt der asiatische Hersteller HTC mit 88 Prozent Positivbewertung. Die schlechtesten Werte erzielen hier Sony Ericsson und LG. (siehe Grafik 1)

Der Hauptgrund für die Zufriedenheit oder Unzufriedenheit mit dem eigenen Smartphone liegt in der Bedienungsfreundlichkeit des Gerätes. Sie ist den Nutzern inzwischen dreimal wichtiger als attraktives Design und fünfmal wichtiger als Display- oder Kameraqualität. (siehe Grafik 2) Dieses Ergebnis spiegelt den Entwicklungsstand des Smartphone-Marktes wider: Technische Produkt-Unterschiede werden immer geringer, Usability-Aspekte daher zunehmend wichtiger.

Dass Apples iPhone bei den Nutzern weiter hoch im Kurs steht, zeigt auch der Weiterempfehlungs-Index (Net Promoter Score, +100 bis -100): Nur Apple (+29) und HTC (+15) erhalten hier deutlich positive Werte. Die schlechtesten bekommen die Geräte von Motorola (-21), Nokia (-25) und Sony Ericsson (-31). Entsprechend wechselwillig sind auch deren Nutzer: 66 Prozent der Sony Ericsson-Kunden, 60 Prozent der LG-Kunden und 57 Prozent der Motorola-Kunden gaben an, sich beim

nächsten Kauf für ein anderes Gerät entscheiden zu wollen. Bei den Apple-Nutzern sind das mit 26 Prozent deutlich weniger.

Die meisten „Wechselwilligen“ würden sich bei Neukauf für ein iPhone (27 Prozent) entscheiden. Aber schon 20 Prozent liebäugeln mit einem Smartphone des Anbieters HTC, 18 Prozent mit einem von Samsung.

### **Häufigste Nutzungssituationen**

Smartphones sind die idealen Alleskönner zur Kommunikation, Rezeption und Interaktion. Bei der Nutzungshäufigkeit ist nach dem Telefonieren immer noch die SMS am wichtigsten. Aber schon am zweithäufigsten ist für die befragten User das browserseitige Surfen im Internet. Es folgen Adress- und Terminverwaltung, das Bearbeiten von E-Mails, die Nutzung sozialer Netzwerke und Nachrichten-Apps. Das Ranking der Nutzungssituationen variiert dabei in Abhängigkeit von der Smartphone-Marke: Bei Apple-Besitzern ist zum Beispiel das Internet-Surfen am wichtigsten, weniger interessant ist dieses Feature dagegen für RIM BlackBerry- und LG-Kunden. Dagegen liegen bei BlackBerry-Besitzern die E-Mail- und Terminkalender-Nutzung vorn. HTC-Kunden nutzen ihr Smartphone am häufigsten für SMS-Nachrichten.

### **Beliebtste Smartphone-Apps**

Die am häufigsten genutzten Apps sind Social Media-Apps, gefolgt von Nachrichten- und Spiele-Apps. Auf Platz eins der Lieblings-Apps der in der Studie befragten Nutzer liegt eindeutig die Facebook-App vor der Messenger-App „WhatsApp“ und der Sport-App des Kickers.

### **Zahlungsbereitschaft der Smartphone-Kunden**

Mit 37 Prozent geben mehr als ein Drittel der Befragten Geld für Apps und andere digitale Inhalte auf ihrem Smartphone aus. Bei den Apple-Kunden sind das mit 60 Prozent besonders viele, bei den anderen Anbietern kauft nur etwa ein Drittel.

Apple-Nutzer sind auch diejenigen, die mit ihrem App-Store besonders zufrieden sind. Immerhin 84 Prozent der Apple iOS-User gaben hier positive Wertungen ab, beim zweitplatzierten Android (Android-Market) sind das 71 Prozent und beim drittplatzierten Symbian (OVI Store) 44 Prozent.

Für durchschnittlich 12 Euro erwerben die zahlungswilligen Smartphone-Nutzer pro Monat Apps und digitalen Content. Am zahlungsfreudigsten zeigten sich in der Studie die RIM BlackBerry-Kunden sowie Motorola- und Samsung-Kunden.

Die Wahrnehmung von Werbeeinblendungen im mobilen Internet ist bislang eher gering. Nur etwa die Hälfte der befragten Nutzer hat angegeben, diese Werbung überhaupt bemerkt zu haben. Davon sind immerhin mehr als zwei Drittel noch keinem einzigen Werbelink gefolgt. Lediglich 7 Prozent der Nutzer haben bislang eine Anzeige willentlich besucht.

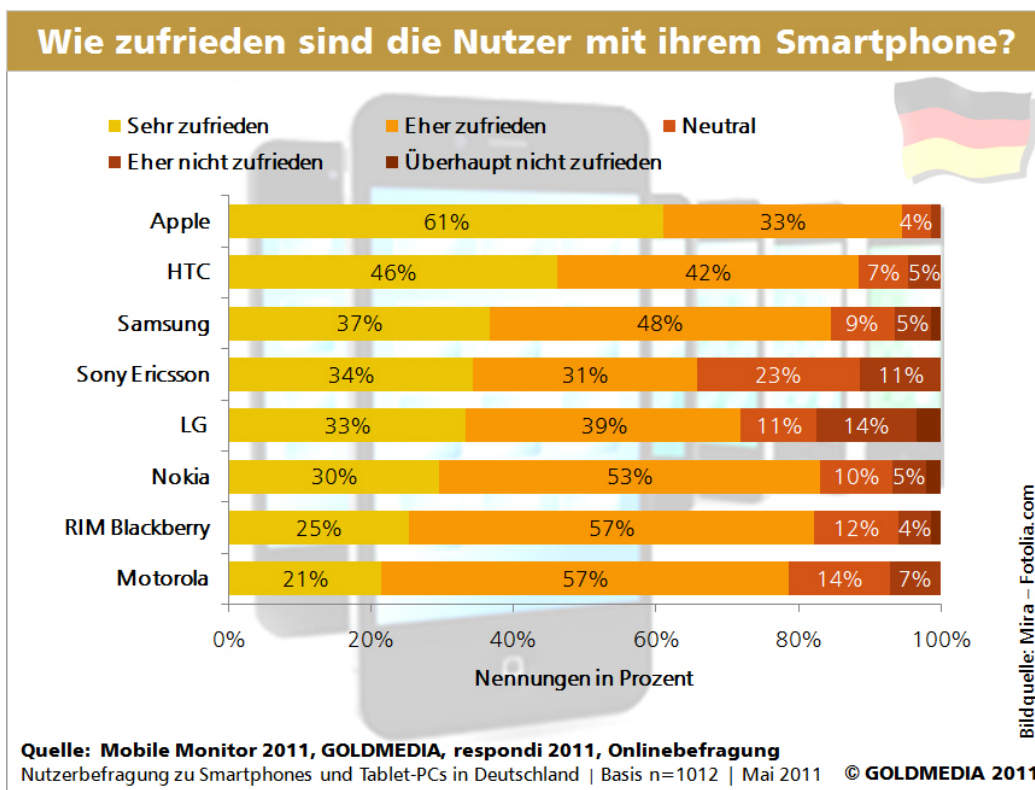
### **Smartphone-Verteilung bei den befragten Nutzern im Mobile Monitor 2011**

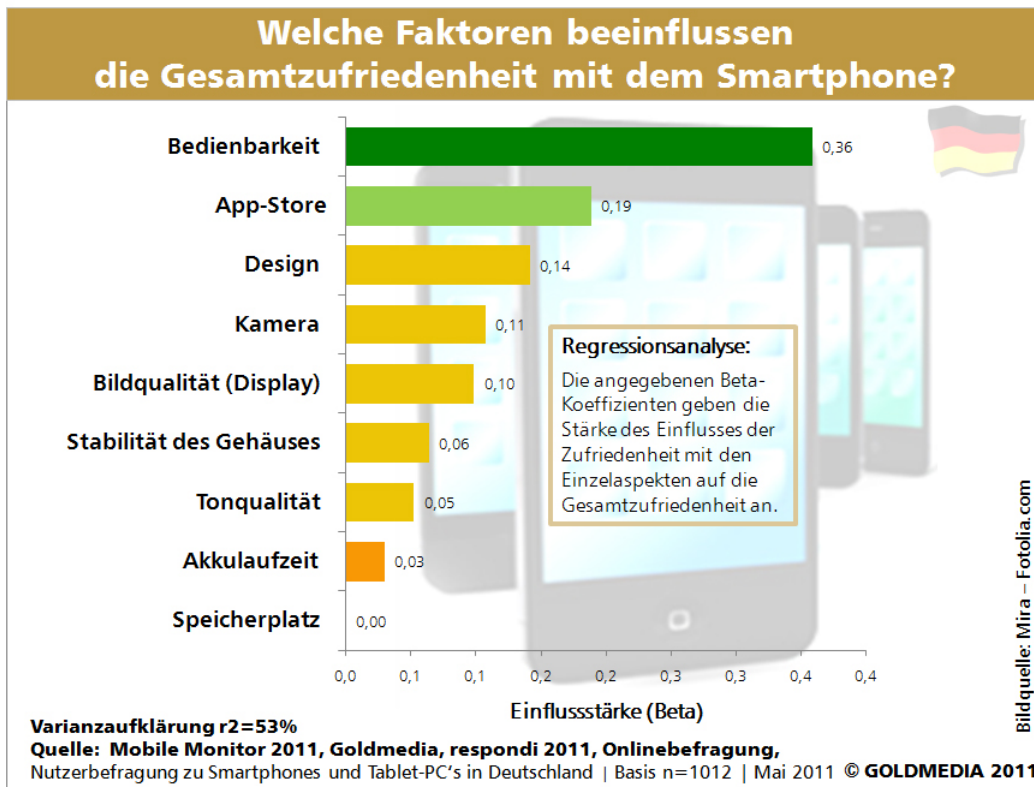
Knapp ein Drittel der in der Online-Erhebung befragten Smartphone-Nutzer (n=1012, Mai 2011) ist Besitzer eines iPhones (29 Prozent) von Apple. Je ein Fünftel der Befragten nutzen Smartphones von Samsung (21 Prozent) und Nokia (19 Prozent). Auf Platz vier liegt mit einem Anteil von 13 Prozent HTC. RIM BlackBerry mit lediglich 7 Prozent bedient eine besondere Klientel von Businesskunden und spielt im Consumer-Segment nur eine geringe Rolle.

Dr. Florian Kerkau, Geschäftsführer Goldmedia Custom Research GmbH

„Smartphones erobern immer stärker unseren Alltag und werden als persönliche Mini-Computer multifunktional eingesetzt. Folgerichtig also, dass ihre Bedienbarkeit für die Nutzer ein immer wichtigeres Kriterium wird. Wie unsere Studie deutlich zeigt, ist Apple immer noch der Top-Anbieter. Aber, es gibt daneben einen Player, der deutlich aufholt – der asiatische Hersteller HTC. Gerade HTC hat in allen Bewertungen bei den Kunden positive Noten bekommen. Besonders wichtig für einen substantiellen Erfolg ist eine funktionierende App-Ökonomie. Nur Android ist derzeit in der Lage, Apple etwas entgegen zu setzen. Windows tut sich nach wie vor schwer, Synergien aus seiner Vormachtstellung im PC-Markt in der mobilen Welt zu nutzen.“

**Grafik 1: Zufriedenheit der Nutzer mit ihren Smartphones in Deutschland**



**Grafik 2: Einfluss verschiedener Faktoren auf die Zufriedenheit der Nutzer****Quelle: Mobile Monitor 2011. Nutzerbefragung zu Smartphones und Tablet-PCs in Deutschland**

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 erscheint bei Goldmedia im Juli 2011.

Weitere Informationen: [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)

**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. <http://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.

**respondi AG:** Die respondi AG baut für Marktforschung und Marketing direkte Beziehungen zu Konsumenten auf. Das Kölner Unternehmen stellt ihren Kunden sorgsam ausgewählte Teilnehmer als Feedback-Geber für Online-Befragungen zur Verfügung und unterstützt ihre Kunden bei der Planung und Durchführung von Online-Befragungsprojekten. Die respondi AG ist führender Anbieter von Online-Panels für die betriebliche Marktforschung und betreibt Online-Communities für Kunden aus Marketing und Public Relations. Die respondi AG hat ihren Sitz in Köln und eine Niederlassung in Paris. Weitere Informationen: [www.respondi.com](http://www.respondi.com)