

Pressemitteilung

Studie »zwei.null trends«:

Jeder Fünfte nutzt das Mobile Web

Dienstag, 10. September 2008 10:00

Das Internet wird immer mehr auch zum Immer-und-überall-dabei-Netz: Inzwischen nutzt bereits jeder fünfte Internet-Nutzer zumindest gelegentlich das WWW auch mobil mit dem Handy oder PDA. Weitere 13% planen demnächst in die mobile Internet-Nutzung einzusteigen, 25% zeigen zumindest Interesse, das World Wide Web auch unterwegs zu nutzen. Bei Frauen kommt das mobile Web bislang nicht so gut an: Lediglich 15% der weiblichen Nutzer verwenden derzeit das mobile Internet. **(siehe Chart 1)**

Dies geht aus der heute veröffentlichten Studie »zwei.null trends« hervor, die der Internet-Marktforscher INNOFACT in Kooperation mit deutsche-startups.de herausgibt.

Uninteressiert an der Nutzung des Internet per Handy oder PDA sind 38% der Web-User. Häufigste Gründe für das Desinteresse sind ein Bedarfsmangel (52% der Nennungen), die (noch) zu hohen Kosten (39%) sowie das umständliche Handling der aus Nutzersicht langsamen und unübersichtlichen Technik (26%). **(siehe Chart 2)**

Deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern bestehen bei der Nutzungsintensität des mobilen Netzes: 27% der Männer sind täglich mobil im WWW unterwegs, aber nur 11 % der Frauen. Insgesamt verwenden 60% der Mobil-Internet-Nutzer das Web einmal oder mehrmals wöchentlich. **(siehe Chart 3)**

Zu den beliebtesten Anwendungsmöglichkeiten hierbei gehören das Abrufen (73%) und Verfassen von E-Mails (69%) - gefolgt von Nachrichten (62%), Wetterbericht (49%) und Routenplaner (41%). Typische Web 2.0-Anwendungen wie Social Networks und Communities als auch die Nutzung von Web TV werden heute von 19% der Nutzer mobil genutzt. Geo-Tagging wird dagegen nur von 8 % genutzt. **(siehe Chart 4)**

Aus Sicht von Internet Professionals, die ebenfalls von INNOFACT befragt wurden, gehören gerade Nutzungsmöglichkeiten wie regionale Informationsbeschaffung – worunter auch das Geo Tagging einzuordnen ist - Social Networks und mobiles Fernsehen zu den wichtigen Trends im mobilen Internet der kommenden Jahre. **(siehe Chart 5)**

Das mobile Web wird nach mehrheitlicher Meinung der Experten (60% der Nennungen) jedoch erst innerhalb der nächsten fünf Jahre zum Massenmedium avancieren. **(siehe Chart 6)**

Über »zwei.null Trends«

Für die erste Erhebungswelle der Kooperationsstudie »zwei.null trends« haben deutsche-startups.de und der Internet-Marktforscher INNOFACT (www.innofact.com) Trends und Entwicklungstendenzen im Internet untersucht. Dafür wurde im August dieses Jahres eine internet-repräsentative Online-Umfrage sowie eine On-Site-Befragung unter den Besuchern von deutsche-startups.de durchgeführt. Im Rahmen der Panelstudie wurden 1.000 Internetnutzer zu den Schwerpunktthemen Web 2.0, Tendenzen im Online-Shopping, Mobiles Internet sowie Gaming befragt. Bei der On-Site-Befragung unter den Lesern von deutsche-startups.de wurden 297 Besucher zu den selben Entwicklungstendenzen im Web befragt - allerdings aus Sicht der Internet-Professionals. Die Studie wird zukünftig mit wechselnden Themen zu Internet-Trends wiederholt werden.

Weiterführende Informationen, Grafiken und Interpretationen erhalten Sie bei:

Matthias Hallmann (Geschäftsleitung)
INNOFACT AG Niederlassung Hamburg
Gänsemarkt 21-23
20354 Hamburg
Tel. +49-40-3501630-0
Fax: +49-40-3501630-10
hamburg@innofact.com
m.hallmann@innofact.com

Über INNOFACT:

Die INNOFACT AG ist ein Fullservice-Marktforschungsinstitut aus Düsseldorf und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Das Unternehmen realisiert Marktforschungsstudien für Kunden aus unterschiedlichsten Branchen. Kompetenzschwerpunkte liegen in den Bereichen Markenartikel, Handel, Telekommunikation, Pharma/Health und Medien/Verlage.

Im Bereich der onlinebasierten Marktforschung zählt INNOFACT zu den erfahrensten Anbietern in Europa. Bereits seit 1998 werden über das Internet Marktforschungsstudien realisiert. Über verschiedene selbst aufgebaute Onlinepanel besteht direkter Zugriff auf alle relevanten Verbraucher- und B2B-Zielgruppen. So sind im gemeinsam mit der Verlagsgruppe Holtzbrinck betriebenen Consumerpanel www.meinungsplatz.de in Deutschland bereits über 300.000 Verbraucher identitätssicher registriert.

INNOFACT beschäftigt an den Standorten Düsseldorf (Zentrale), Hamburg (Competence Center Internet), Lengerich (IT) und Zürich (Full-Service) 50 Mitarbeiter und bundesweit 400 freie Kräfte für Telefon- und Face-to-Face-Interviews.