

**Pressekontakt:**

Michael Knippelmeyer

t +49 (0) 521 9257 687

f +49 (0) 521 9257 250

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

### **TNS CONVERGENCE MONITOR: 26 Prozent der Handybesitzer nutzen das mobile Internet**

Die Verbreitung der mobilen Internetnutzung schreitet weiter voran / Das Potenzial ist aber noch längst nicht ausgeschöpft

München / Bielefeld, 7. September 2011 – Die mobile Internetnutzung gewinnt laut aktuellem TNS CONVERGENCE MONITOR im vergangenen Jahr weiter an Fahrt. Mittlerweile gehen 26 Prozent der 14- bis 64-Jährigen privaten Mobilfunknutzer mit ihrem Handy auch online – sei es um E-Mails abzurufen oder um im Netz zu surfen. Treiber dieser Entwicklung sind die zunehmende Verbreitung internetfähiger Handys und die sinkenden Kosten für die Datenübertragung. Das Potenzial für die mobile Internetnutzung ist damit aber längst noch nicht ausgeschöpft.

19 Prozent der Handynutzer geben an, privat ein Smartphone zu besitzen, das heißt ein Mobiltelefon, mit dem man bequem im Internet surfen sowie E-Mails empfangen und versenden kann. 14 Prozent verfügen überdies über eine Flatrate für das mobile Surfen. Die rasche Verbreitung der Smartphones und Internet-Flats auch im privaten Bereich hat konsequenterweise dazu geführt, dass immer mehr 14- bis 64-Jährige mit ihrem Handy online gehen. 26 Prozent der Mobilfunknutzer nutzen das mobile Internet, was gegenüber dem vergangenen Jahr ein Zuwachs von fünf Prozentpunkten bedeutet.

Treiber dieser Entwicklung sind vor allem die Jüngeren: Durch sinkende Preise für Datentarife und Smartphones ist der Zuwachs bei den 14- bis 29-Jährigen im Vergleich zu den Älteren sehr viel größer: Hatten sich 2009 nur 23 Prozent in dieser Altersgruppe das mobile Surfen geleistet, gehen 2011 bereits 40 Prozent der 14- bis 29-Jährigen mehr oder weniger häufig mit ihrem Handy ins Internet oder checken ihre E-Mails. Bei den 30- bis 49-Jährigen, sind es in diesem Jahr 23 Prozent, bei den 50- bis 64-Jährigen erst 16 Prozent.

Die mobile Internetnutzung umfasst E-Mails und Surfen im Internet: Aktuell sind es 19 Prozent der Handynutzer, die Gebrauch von der E-Mail-Funktion ihres Mobiltelefons machen, 22 Prozent besuchen Webseiten im Internet.

Bei den mit dem Handy abgerufenen Inhalten hat insbesondere das Social Networking eine steile Karriere gemacht: 31 Prozent derer, die mobil im Internet surfen, halten sich so zumindest hin und wieder unterwegs über ihre Freunde und Bekannten auf dem Laufenden. Häufig genutzt werden außerdem Produkt-Informationen und aktuelle Informationen, z.B. auf Websites von Zeitungen / Zeitschriften oder TV-Sendern.

Noch erreicht das mobile Internet aber nicht annähernd alle, die bereits über ein entsprechendes Endgerät verfügen – denn die allermeisten neu gekauften Handys sind internetfähig. Hier bestehen also noch große Wachstumspotenziale.

Gleiches gilt für Tablet-PC: Zwar nutzen aktuell nur zwei Prozent der 14- bis 64-Jährigen mit einem Tablet-PC das Internet – eine deutlich größere Verbreitung der Geräte ist aber absehbar und wird die mobile Internetnutzung durch das größere Display noch komfortabler machen.

„Wir rechnen mit einer weiterhin dynamischen Entwicklung der mobilen Internetnutzung in den kommenden Jahren“, sagt Wolfgang Werres, Geschäftsführer TNS Infratest MediaResearch und Mitglied der TNS CONVERGENCE GROUP. „Durch immer bedienerfreundlichere Smartphones und noch schnellere Datenverbindungen wird das mobile Internetsurfen immer komfortabler. Der neue LTE Mobilfunkstandard mit seinen wesentlich größeren Übertragungskapazitäten wird dies noch weiter beschleunigen. Auf dem größeren Display des Tablet-PC macht es – im Gegensatz zum Handy – auch Spaß, die Zeitung zu lesen oder Videos aus den Archiven der TV Sender anzusehen.“

Nach wie vor steht beim Handy aber One-to-one-Kommunikation im Vordergrund: Neben dem Telefonieren (von 100 Prozent der Handy-Besitzer genutzt) ist die SMS immer noch die mit Abstand am häufigsten genutzte Funktion: 88 Prozent der Handybesitzer tippen zumindest gelegentlich Kurznachrichten. Und auch beim mobilen Internet hat das Senden und Empfangen von E-Mails größere Relevanz als das Surfen im World Wide Web.

Diese und weitere Ergebnisse finden sich in der fünften Auflage der Forschungsreihe TNS CONVERGENCE MONITOR, einer Gemeinschaftsstudie von TNS CONVERGENCE GROUP und ARD-Werbung, Deutscher Telekom, IP Deutschland, Vodafone und ZDF. Die repräsentative Untersuchung unter 14- bis 64-Jährigen in Deutschland vom Frühjahr 2011 bietet einen fundierten Überblick über die Verbreitung konvergenter Techniken für Telekommunikation, Internet und Medien sowie Einstellungen und Interessen der Konsumenten.

## **Informationen zum TNS CONVERGENCE MONITOR**

Für die Studie TNS CONVERGENCE MONITOR wurden insgesamt 1.502 Personen im Alter von 14 bis 64 Jahren in Deutschland befragt. Die Befragung ist repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung zwischen 14 und 64 Jahren in Privathaushalten in Deutschland und wurde in Form von persönlich-mündlichen Interviews (CAPI) im April / Mai 2011 durchgeführt. Der TNS CONVERGENCE MONITOR vermittelt neben der aktuellen und potenziellen Nutzung von Medien- und Telekommunikationsdienstleistungen wichtige Einblicke zu Themen und Trends rund um das Thema Konvergenz aus Kundensicht. Schwerpunkte waren u.a. die HDTV, 3D TV, On-Demand Nutzung von Medieninhalten, z.B. durch Videoportale, die Online-Sendungsarchive der TV-Sender und die Nutzung von Smartphones / des mobilen Internets.

## **Zur TNS CONVERGENCE GROUP**

Um den wachsenden Herausforderungen und Fragestellungen rund um das Thema „Konvergenz“ Rechnung zu tragen, haben TNS Infratest InCom, TNS Infratest MediaResearch und TNS Emnid Medienforschung die TNS CONVERGENCE GROUP gegründet. Sie ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für seine Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-)Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter [www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com).

## **Über Kantar**

Kantar ist eines der weltweit größten Marktforschungs-, Informations- und Consulting-Netzwerke. Mit der Zusammenführung der vielfältigen Kompetenzen seiner 13 spezialisierten Unternehmen verfolgt Kantar das Ziel, sich für Wirtschaftsunternehmen auf der ganzen Welt zum herausragenden Anbieter von faszinierenden und inspirierenden Einblicken zu entwickeln. Seine 28.500 Mitarbeiter in 100 Ländern bearbeiten das gesamte Spektrum der Forschungs- und Beratungsdisziplinen und ermöglichen es Unternehmen und seinen Kunden in jeder Phase des Konsumzyklus aussagekräftige Informationen bereitzustellen. Mehr als die Hälfte der Fortune-Top-500-Unternehmen nutzen die Dienstleistungen von Kantar. Weitere Informationen unter [www.kantar.com](http://www.kantar.com)

## **Kontakt und weitere Informationen:**

TNS CONVERGENCE GROUP  
Andrea Geißlitz  
t +49 (0)89 5600 – 1664  
e [andrea.geisslitz@tns-infratest.com](mailto:andrea.geisslitz@tns-infratest.com)

[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

### TNS Infratest unterstützt die Initiative Markt- und Sozialforschung



Als Journalist/in wissen Sie, wie wichtig verlässliche Quellen und auskunftsbereite Personen sind. Ebenso wichtig sind valide Daten für Unternehmensentscheidungen, zum Beispiel wenn es um die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen geht. Diese Daten werden von der Marktforschung durch qualifizierte Bevölkerungsbefragungen gewonnen, natürlich unter Wahrung von Datenschutz und Anonymität. Vielen Menschen ist das leider nicht bewusst. Sie verwechseln Markt- und Sozialforschungsbefragungen mit Verkaufsgesprächen. Langfristig leidet darunter die seriöse Markt- und Sozialforschung. Um die Teilnahmebereitschaft bei Befragungen zu erhöhen, starteten die Marktforschungsverbände ADM, ASI,

BVM und DGOF im Oktober 2010 mit der Initiative Markt- und Sozialforschung eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit. Über Ihre Unterstützung unserer Aufklärungsarbeit würden wir uns freuen! Näheres unter [www.deutsche-marktforscher.de](http://www.deutsche-marktforscher.de)