

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer

t +49 (0) 521 9257 687

f +49 (0) 521 9257 333

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

Mangelnde Akzeptanz von UMTS-Anwendungen aufgrund von überhöhten Kosten und unattraktiven Preiskonzepten

Global Tech Insight 2006 (GTI) von TNS zeigt, dass die Kosten weltweit das größte Hemmnis für die Akzeptanz von UMTS sind

München/Bielefeld/London, 11. Oktober 2006 - Trotz vieler Anstrengungen der Mobiltelefonanbieter, Kunden für UMTS zu gewinnen, zeigen die Handynutzer auf der ganzen Welt wenig Interesse an der Technologie der dritten Generation. Größter Hinderungsgrund aus Nutzersicht sind vor allem die Kosten. Die vom führenden Marktforschungsunternehmen TNS im zweiten Jahr durchgeführte Studie „Global Tech Insight“ (GTI) zeigt, dass die Nutzung der UMTS-Technologie unter den Nutzern aus 29 Ländern kaum zugenommen hat. Handynutzer sehen Anwendungen wie mobiles TV und Internet-Surfing eher als teure und unnötige Dienste an.

Weltweit führt fast ein Viertel der Befragten (23 Prozent) die Kosten als das Haupthindernis für die Nutzung von UMTS an. Weitere 22 Prozent geben an, dass sie aufgrund der hohen Preise keine Wi-Fi-Technologie (kurz für „Wireless Fidelity“) nutzen. Ein Fünftel (21 Prozent) läßt sich hauptsächlich wegen der damit verbundenen Kosten keine Spiele- und Musikanwendungen auf das Handy. 23 Prozent sagen, dass sie aufgrund zu hoher Gebühren mit ihrem Mobiltelefon nicht im Internet surfen. 2005 gaben noch sieben Prozent der Befragten an, dass UMTS als wichtige Funktion auf zukünftigen Handys vorhanden sein müsse. 2006 fällt dieser Prozentsatz auf nur vier Prozent ab.

„Da die Kosten ein entscheidendes Hindernis für die Akzeptanz fortgeschrittener Mobilfunkdienste sind, müssen die Netzbetreiber attraktivere Preis- und Produktkonzepte entwickeln. Interessant sind insbesondere transparente und erschwingliche Flat-Fee-Angebote bei denen man für einen festen monatlichen Betrag eine unbegrenzte Nutzung erhält. Erkennbar ist auch eine gewisse Zahlungsbereitschaft für die Zeit der Nutzung mobiler Musik- und TV-Dienste. Somit könnte das Angebot paralleler Dienste durchaus eine sinnvolle Lösung sein. Durch die Einführung neuer Mobilfunkdienste, darunter Side-Loading und Pod-Casting, wird es für Dienste- und Content-Anbieter immer wichtiger, ihre Angebote an den Kundenbedürfnissen auszurichten und konkurrenzfähig zu gestalten“, erläutert Robert A. Wieland, Geschäftsführer TNS Infratest.

Die weltweite TNS-Studie zeigt, dass andere Elemente wie die Übertragungsgeschwindigkeit des Netzes, gute Akkulaufzeiten, die Display-Größe, die Bildqualität und der Speicherplatz für viele Dienste ebenfalls ein Hindernis darstellen können. Allerdings sind diese Faktoren im Vergleich zu den Kosten für die Nutzer von geringerer Bedeutung.

„Durch preislich attraktive und an den Kundenbedürfnissen ausgerichtete Angebote könnte ein schneller Anstieg der Nutzungsintensität, vor allem bei solchen Diensten wie dem Download von Musiktiteln und Echtzeit-TV, die schon heute auf das Interesse der Kunden stoßen, erreicht werden“, ergänzt Wieland.

Veranstaltungshinweis: Robert A. Wieland, Geschäftsführer TNS Infratest GmbH wird in seiner Keynote „Digital Business: Global Trends“ auf den „Mobile-Content-Tagen“, 26. bis 27. Oktober 2006 in München einen Ausblick auf Konvergenz, mobile Anwendungen und das Nutzerverhalten von morgen geben. Weitere Informationen unter www.mobile-content-days.de

Informationen zu „Global Tech Insight 2006“

Für die Studie „Global Tech Insight 2006“ wurden insgesamt 16.000 Verbraucher im Alter von 16 bis 49 Jahren im Juli 2006 in folgenden 29 Ländern befragt: Ägypten (Ballungsgebiete), Algerien (Ballungsgebiete), Australien, Brasilien (Ballungsgebiete), China (Ballungsgebiete), Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Hong Kong, Indien (Ballungsgebiete), Indonesien (Ballungsgebiete), Italien, Japan, Korea, Mexiko (Ballungsgebiete), Neuseeland, Niederlande, Portugal, Russland (Ballungsgebiete), Saudi Arabien (Ballungsgebiete), Schweden, Singapur, Spanien, Taiwan, Türkei (Ballungsgebiete), USA, Vereinigte Arabische Emirate (Ballungsgebiete). Die im zweiten Jahr durchgeführte Studie vermittelt wichtige Einblicke in die Inhalte und Anwendungen von Mobilfunkdiensten, in zukünftige Technologien, in die Leistungsstärke von Marken, in Co-Branding und Konvergenz. Weitere Informationen zur „Global Tech Insight 2006“ unter www.tns-global.com/gti

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit.

Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Kontakt und weitere Informationen:

TNS Infratest GmbH
Nikola Backhaus
t +49 (0)89 5600 1909
f +49 (0)89 5600 1747
e nikola.backhaus@tns-infratest.com