

# ACTA 2013

---

Smartphone und Tablet verändern  
Märkte und Nutzer

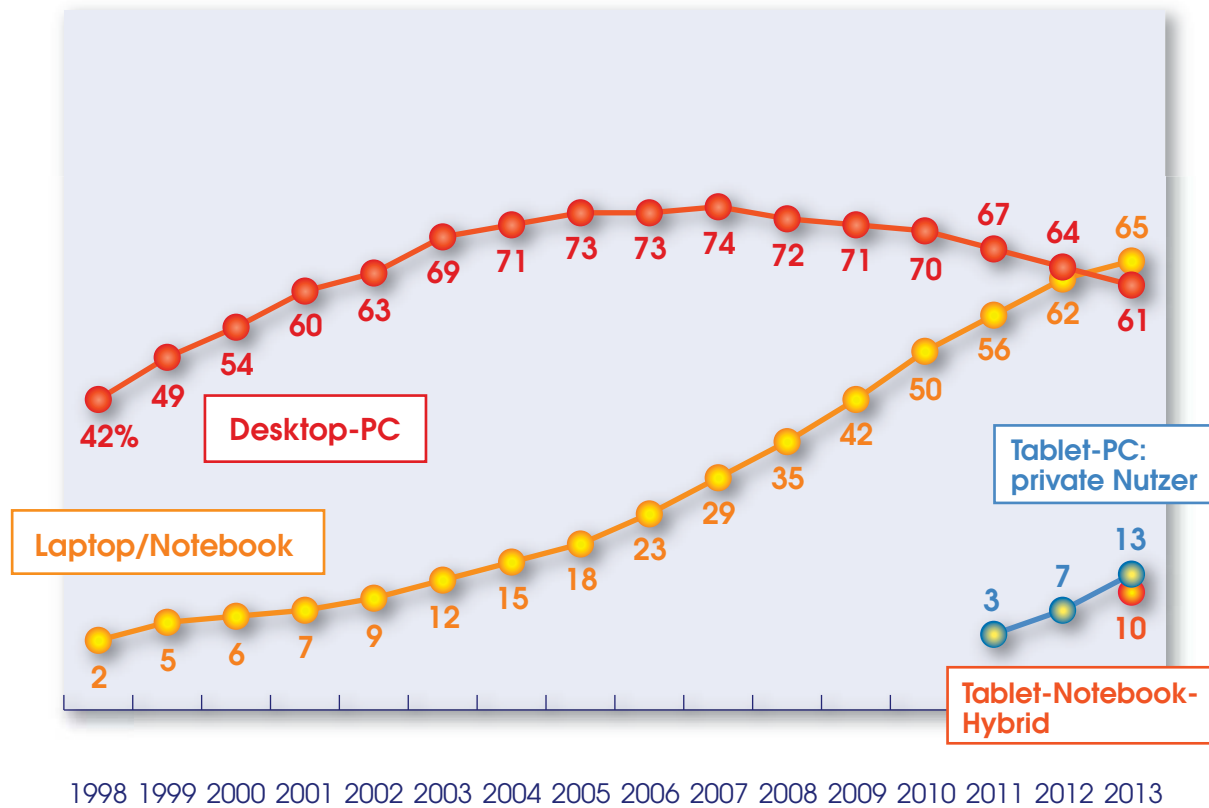
---

*Dr. Steffen de Sombre*

Präsentation am 29. Oktober 2013 in München

Institut für Demoskopie Allensbach

# Innovationswellen im Computermarkt



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

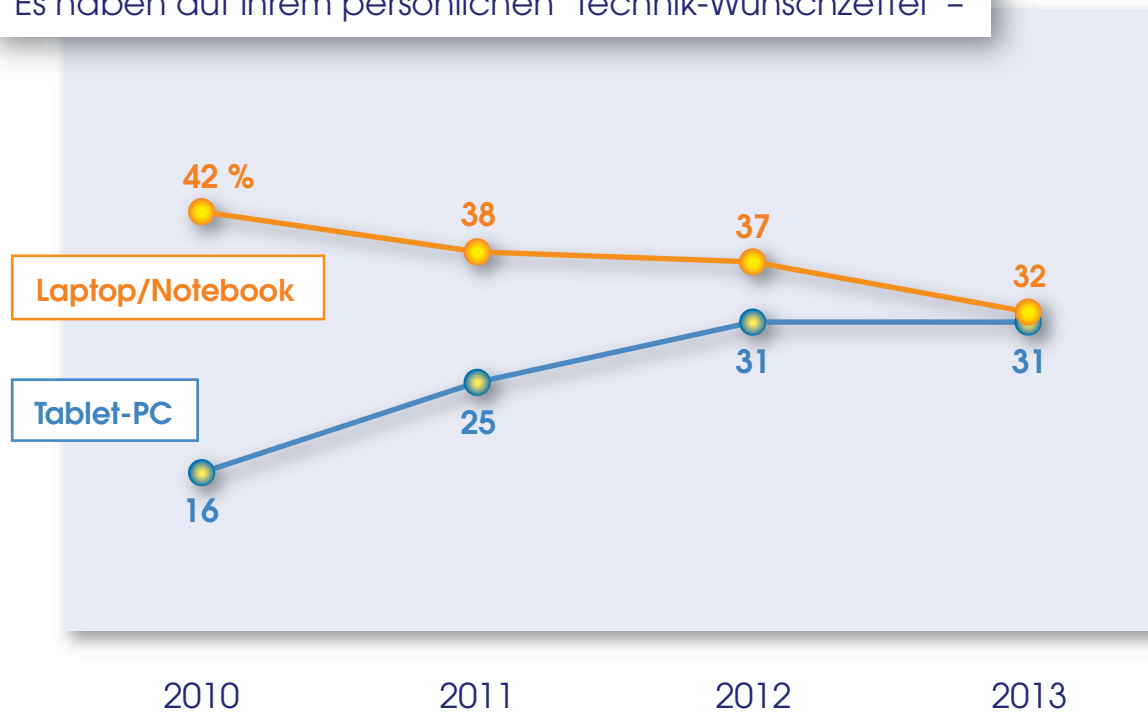
## Kaufpläne: Tablets werden sich weiter durchsetzen

Es planen, in den kommenden 2 Jahren zu kaufen -

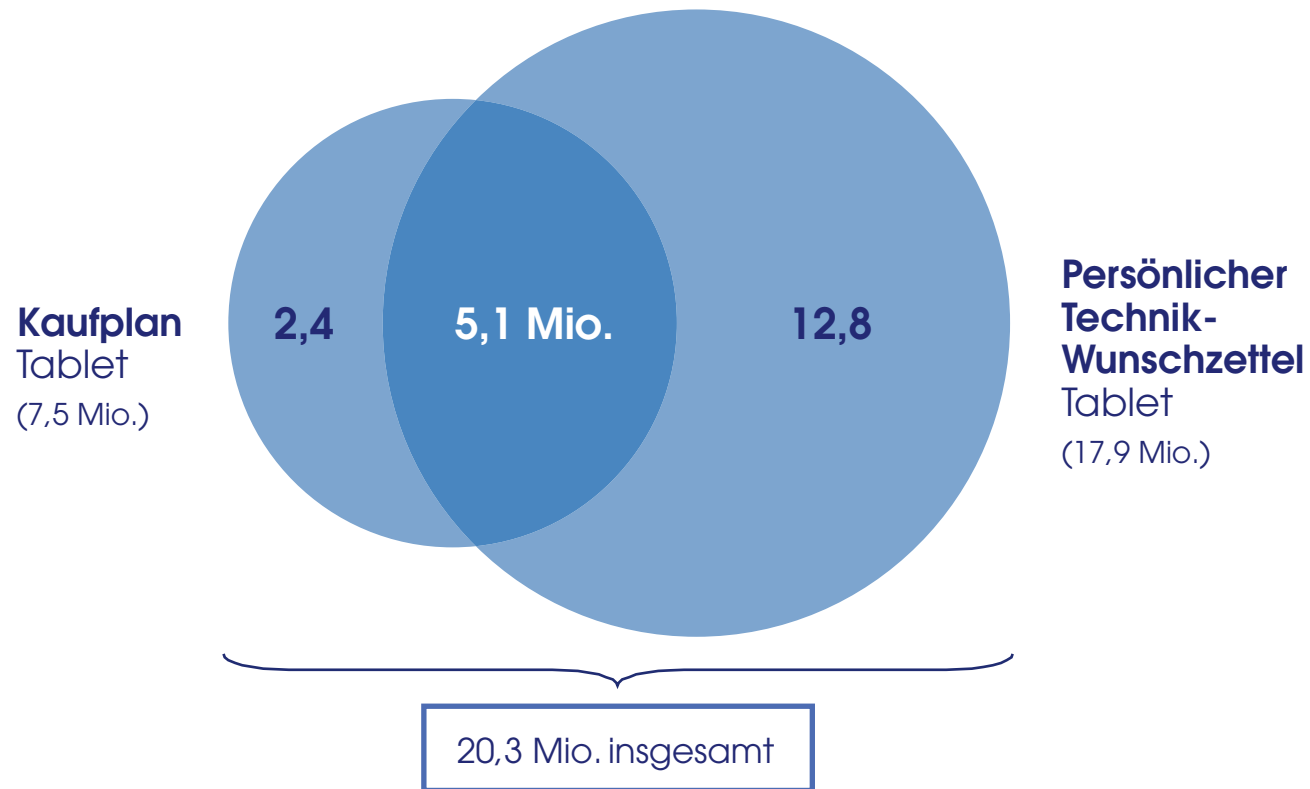


## Gestiegene Attraktivität von Tablets – sinkende Attraktivität von Laptops

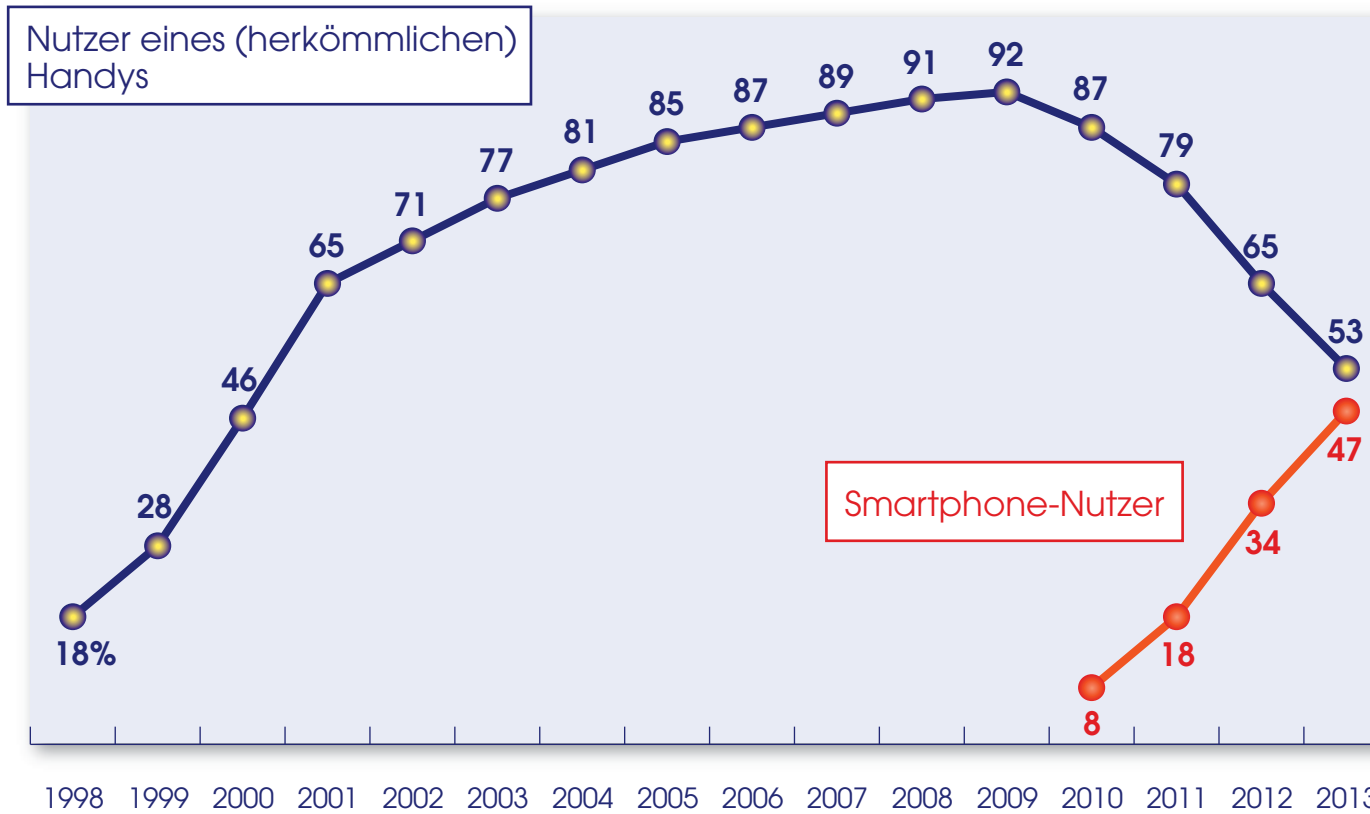
Es haben auf ihrem persönlichen "Technik-Wunschzettel" –



## Potentiale im Tablet-Markt



## Das Smartphone löst das Handy ab



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

## Eine weitere Beschleunigung der Innovationswelle "Smartphone" ist zu erwarten

Es planen in den kommenden 2 Jahren den Kauf eines –



## Weiter steigende Attraktivität von Smartphones

Es haben auf ihrem persönlichen "Technik-Wunschzettel" –





## Verlierer auf dem Handy-Markt ...

Marke des privaten Handys/Smartphones



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

## ... und Gewinner

Marke des privaten Handys/Smartphones

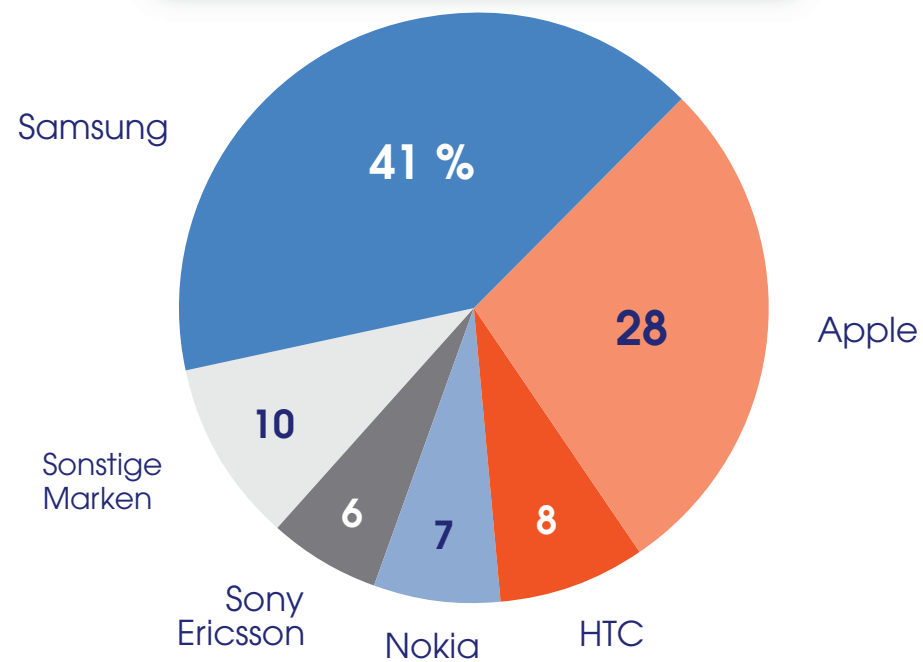


x = weniger als 0,5 Prozent

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

## Samsung und Apple beherrschen den Smartphone-Markt

Marke des privaten Smartphones



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Smartphone-Nutzer 14 bis 69 Jahre, die ein privates Mobiltelefon besitzen

Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2013

© IfD-Allensbach

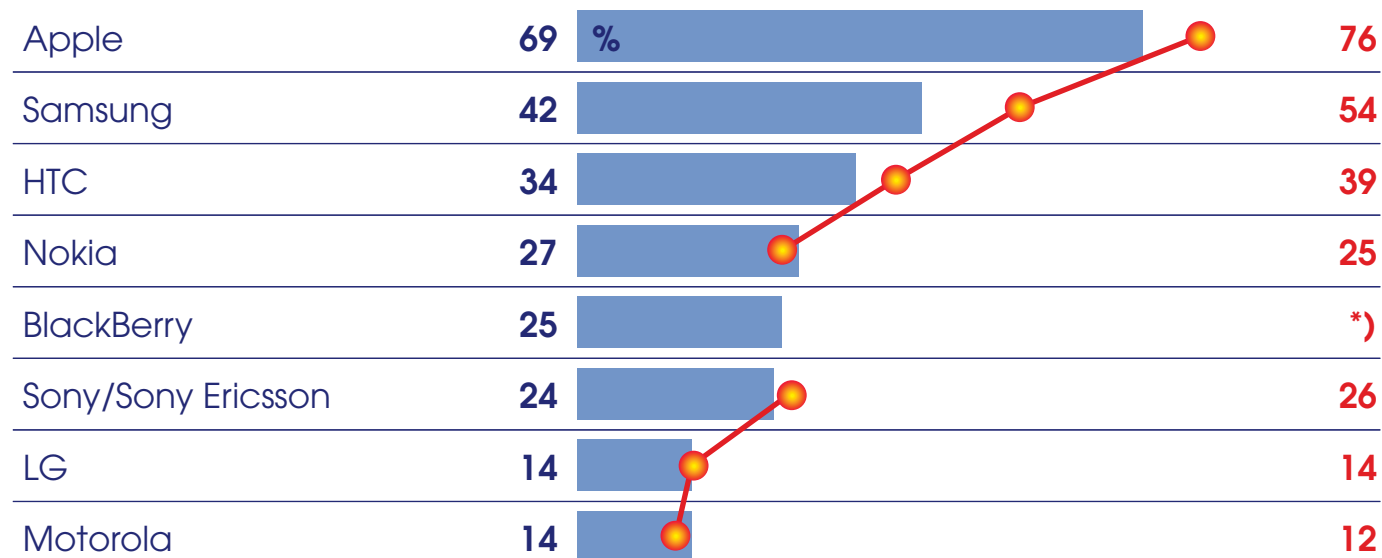
## Deutliche Unterschiede in der Bindungskraft der Handymarken

Es würden wahrscheinlich wieder ein Handy bzw. Smartphone derselben Marke kaufen –

**Marke des privat genutzten Handys bzw. Smartphones –**

Private Handy- bzw. Smartphone-Nutzer insgesamt

die planen, in den kommenden 2 Jahren ein neues Handy/ Smartphone zu kaufen



\*) wegen zu geringer Fallzahl (n = 29) nicht ausgewiesen

## Technische Avantgarde: Galaxy überholt iPhone

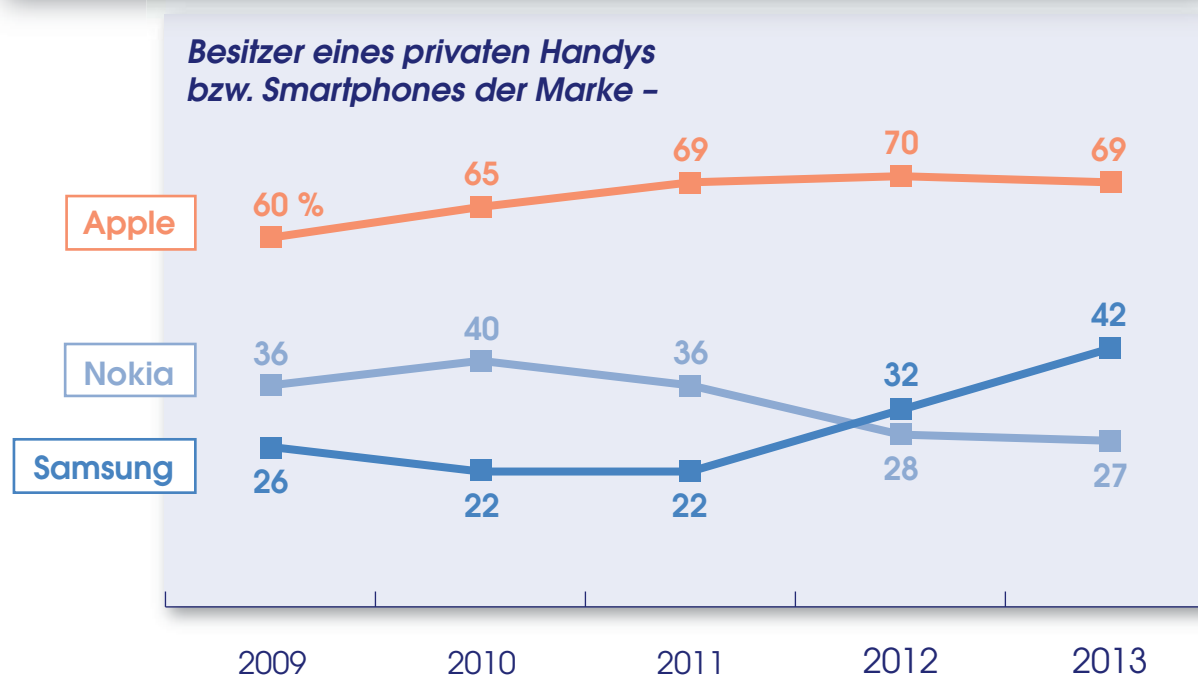
Es besitzen ein Handy/Smartphone der Marke -



Basis: Bundesrepublik Deutschland, 14- bis 64-jährige Deutsche, die der technischen Avantgarde angehören  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

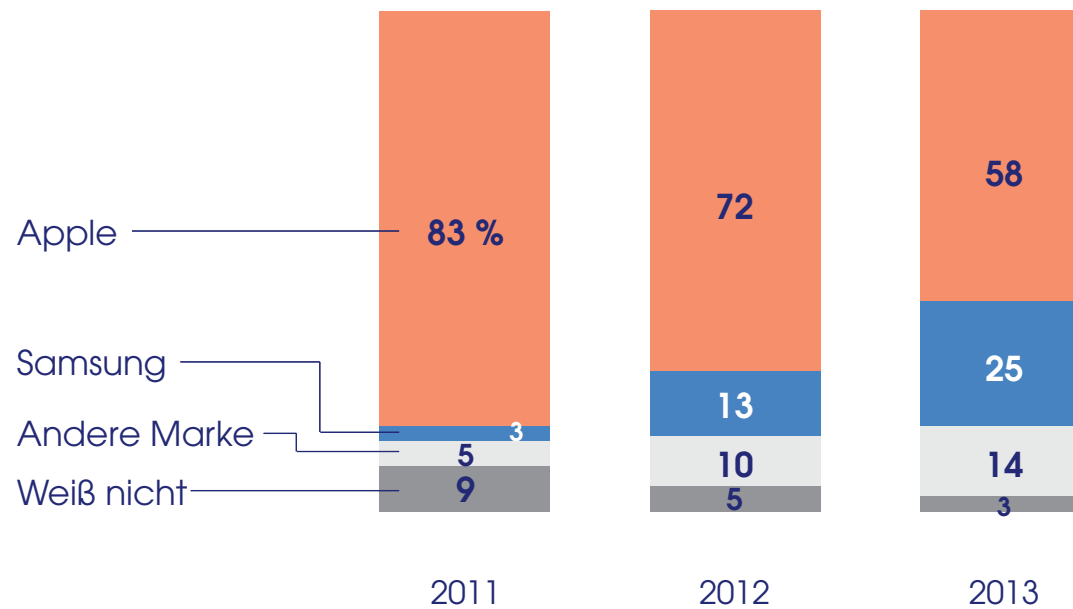
## Markenbindung: Samsung auf dem Vormarsch im Smartphone-Markt

Es würden wahrscheinlich wieder ein Gerät derselben Marke kaufen -

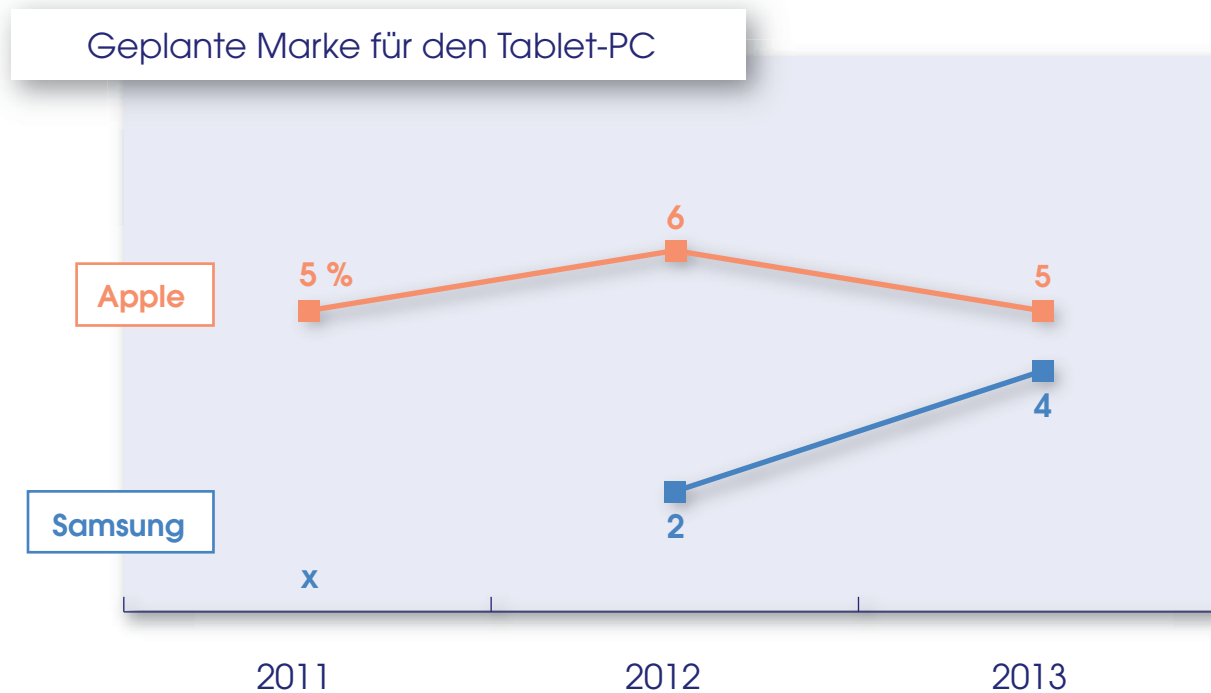


## Der Tablet-Markt wird bunter

Marke des privaten Tablet-PCs



## Apple wird wohl weniger am Wachstum des Tablet-Marktes partizipieren als Samsung

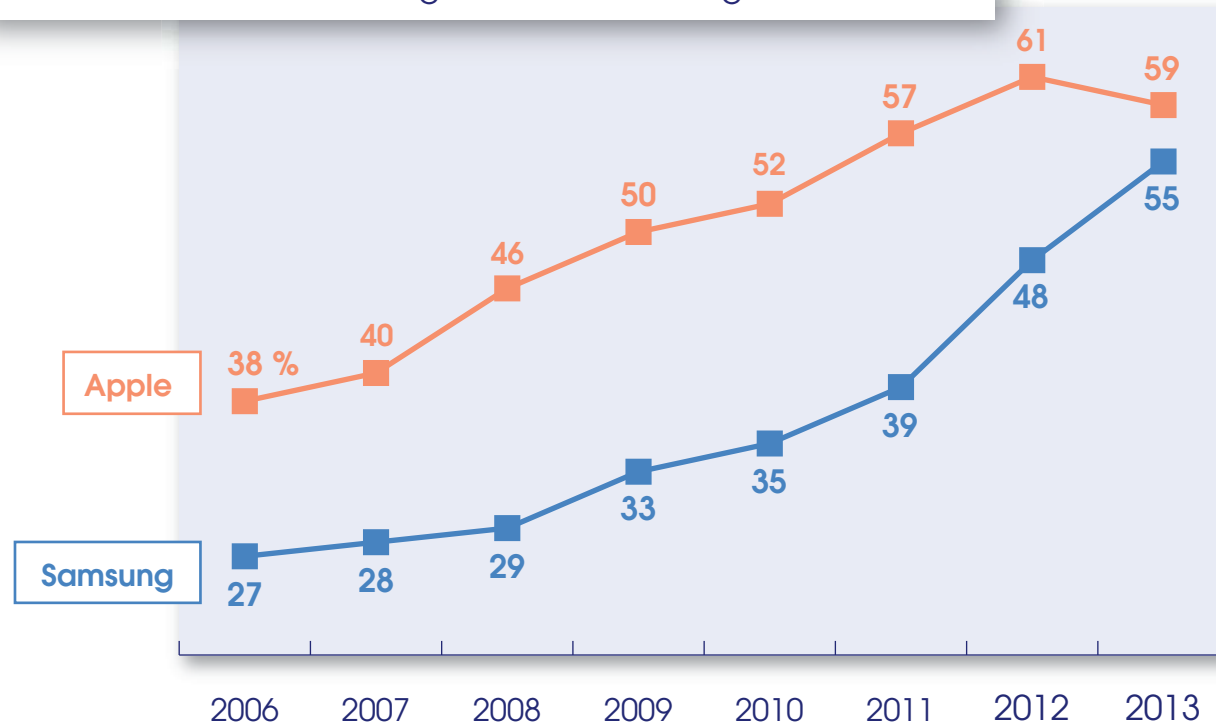


x = weniger als 0,5 Prozent



## Qualitätsanmutung: Samsung schließt zu Apple auf

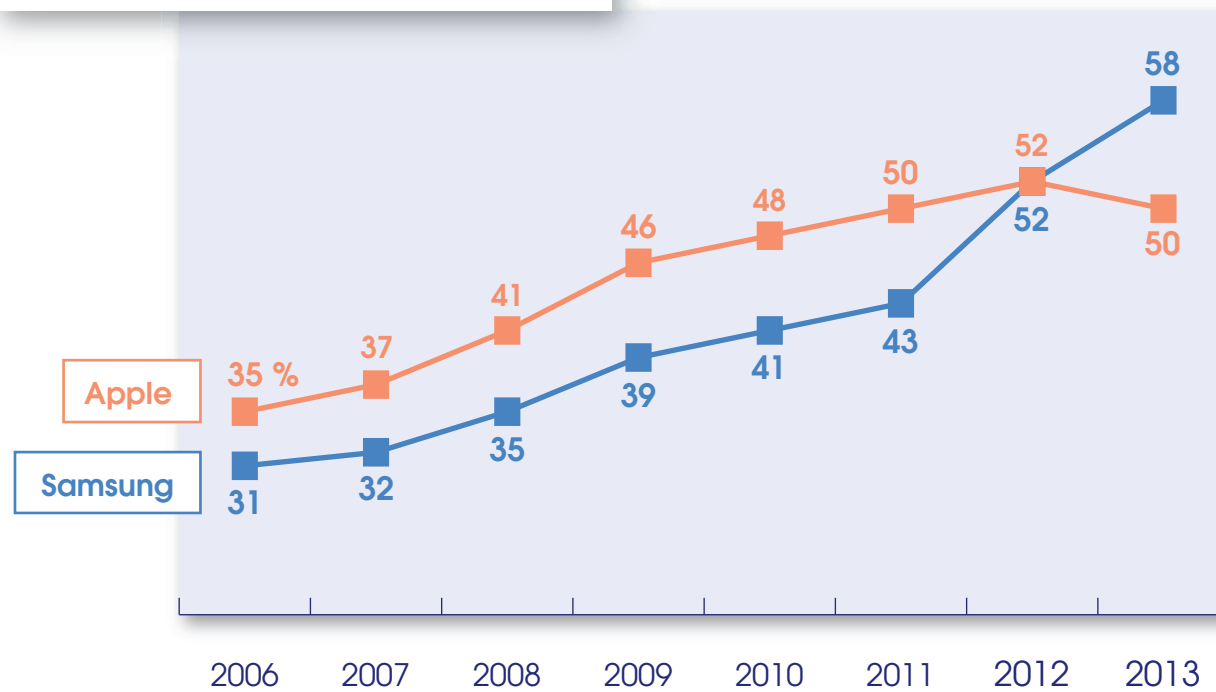
Diese Marke ist hochwertig, bietet eine sehr gute Qualität -



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre; Personen, denen die jeweilige Marke bekannt ist  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

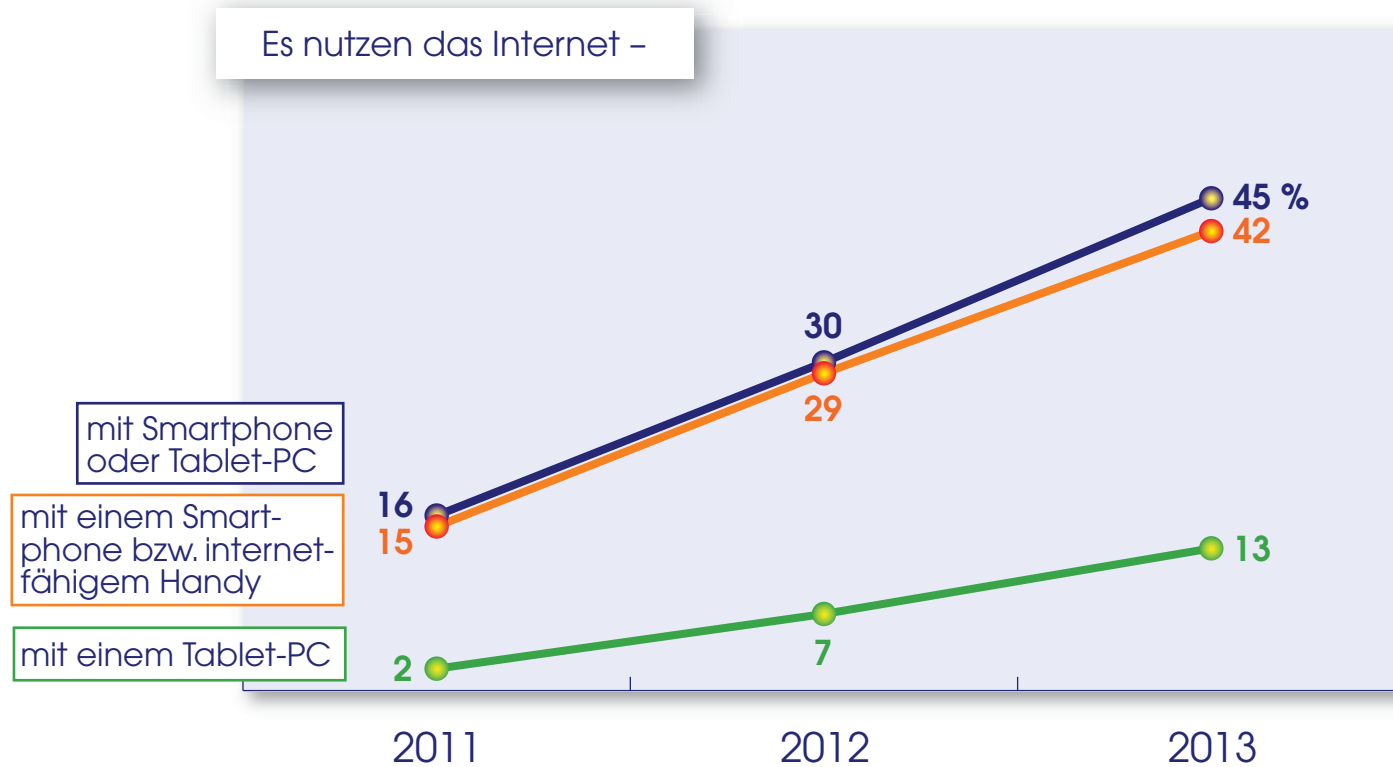
## Markensympathie: Samsung hat Apple überholt

Diese Marke ist mir sympathisch –



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre; Personen, denen die jeweilige Marke bekannt ist  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

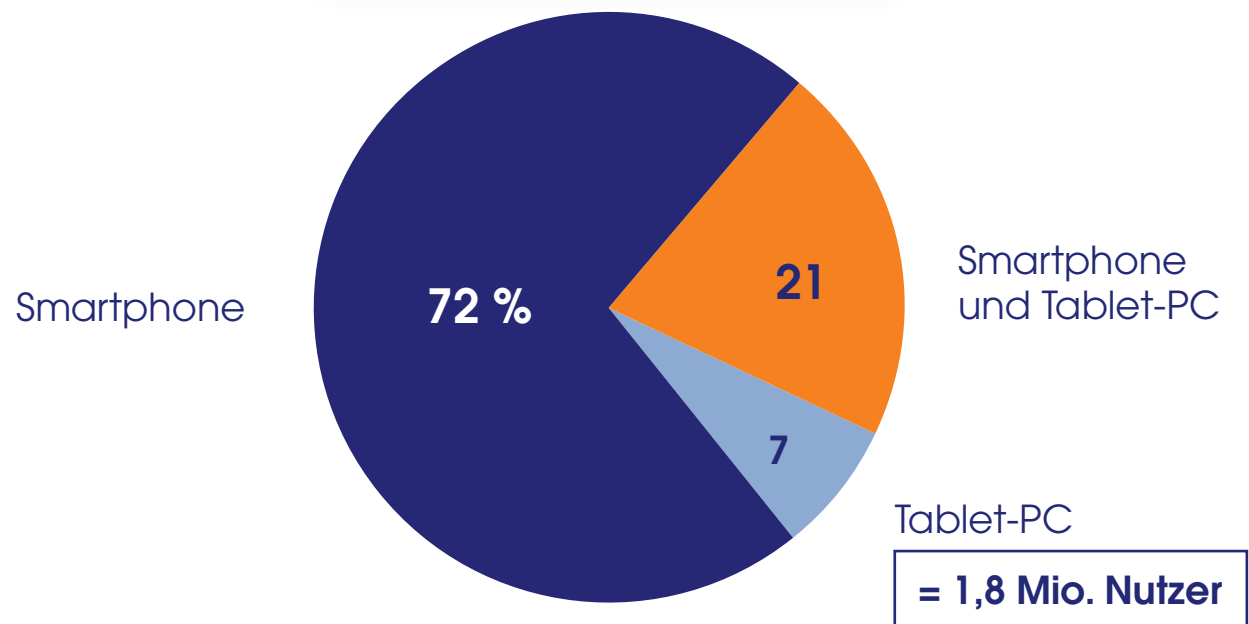
## Starker Anstieg der Internetnutzung mit Handheld-Geräten



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung 14 bis 69 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

## Geräteausstattung der Handheld-Nutzer

Es nutzen das Internet mit –

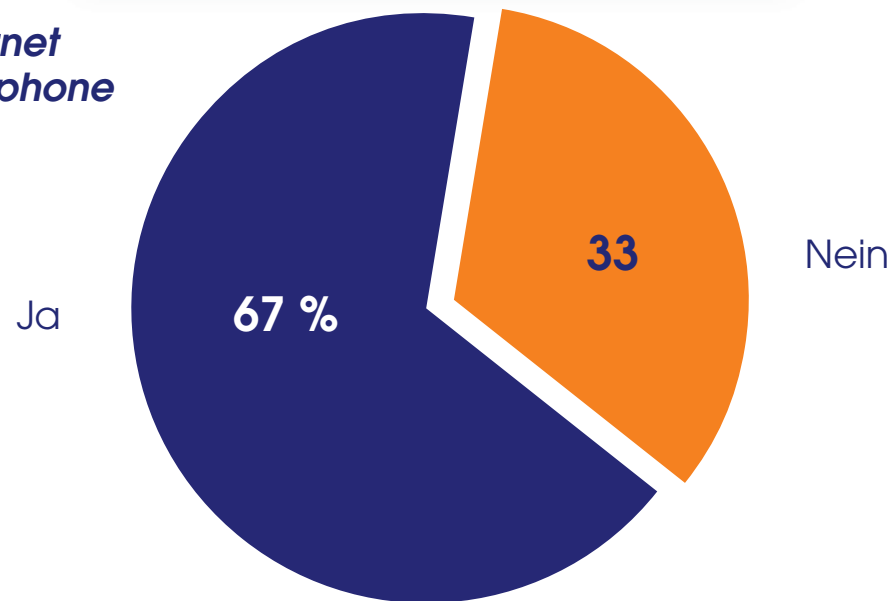


Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre; Personen, die das Internet mit Smartphone oder Tablet-PC nutzen  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2013

## Kaufpläne Tablet-PCs: für viele der Einstieg in die Handheld-Welt

Personen, die planen, in den nächsten 2 Jahren einen Tablet-PC zu kaufen

*Es nutzen das Internet bereits über Smartphone oder Tablet-PC -*



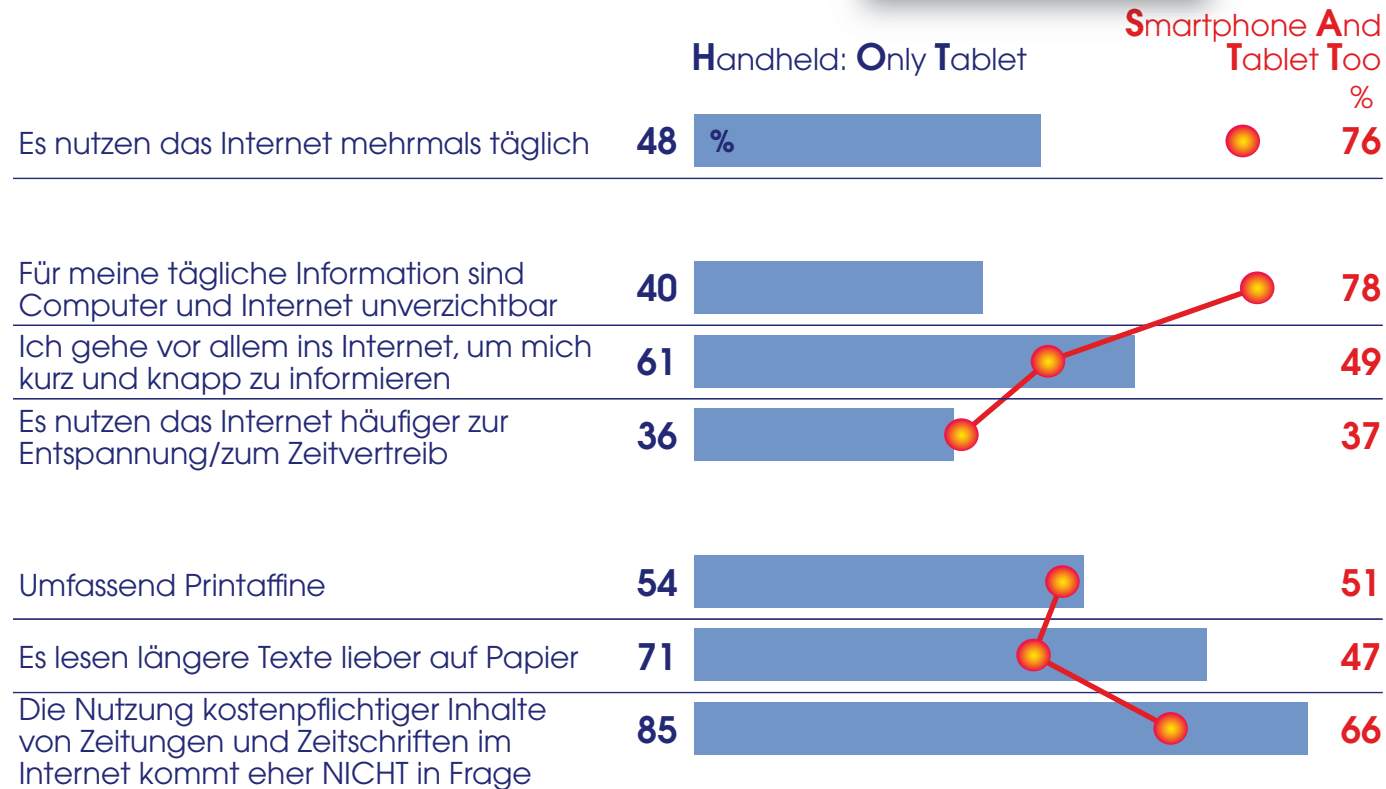
## Unterschiedliche Handheld-Geräte – unterschiedliche Nutzertypen

**Es nutzen das Internet –**  
(in überdurchschnittlichem Anteil)

mit Smartphone (und nicht Tablet-PC)	mit Tablet-PC <u>und</u> Smartphone	mit Tablet-PC (und nicht Smartphone)
Unter-30-Jährige	20- bis 49-Jährige	40- bis 59-Jährige
	Personen mit hohem gesellschaftlich- wirtschaftlichem Status, hoher Bildung	Personen mit hohem gesellschaftlich- wirtschaftlichem Status, hoher Bildung
	Technische Avantgarde	Weniger Technik-Affine, Technik-Distanzierte

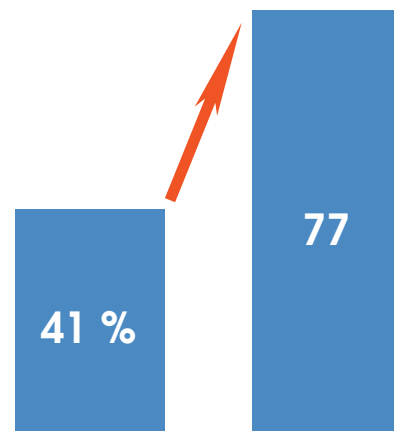
# SATT oder HOT: deutliche Unterschiede im Mediennutzungsverhalten

40- bis 59-Jährige

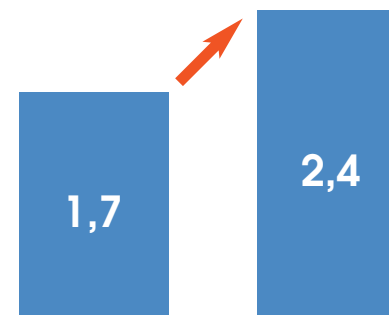


## Durch Handheld-Geräte nimmt die Frequenz der Internetnutzung stärker zu als die Nutzungsdauer

*Es sind mehrmals täglich online*



*Durchschnittliche Dauer der Internetnutzung (Stunden pro Tag)*



14- bis 29-jährige Internetnutzer

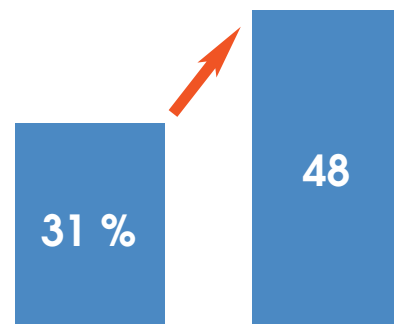
nur mit Desktop-PC oder Laptop    auch mit Smartphone

nur mit Desktop-PC oder Laptop    auch mit Smartphone

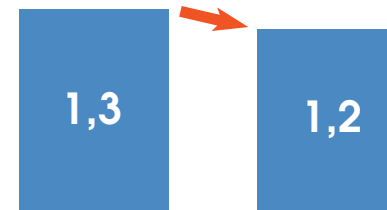


## Tablets erhöhen im Vergleich zur stationären Nutzung die Nutzungsfrequenz, nicht die Nutzungsdauer

*Es sind mehrmals täglich online*



*Durchschnittliche Dauer der Internetnutzung (Stunden pro Tag)*



40- bis 59-jährige Internetnutzer

nur mit Desktop-PC oder Laptop

H O T

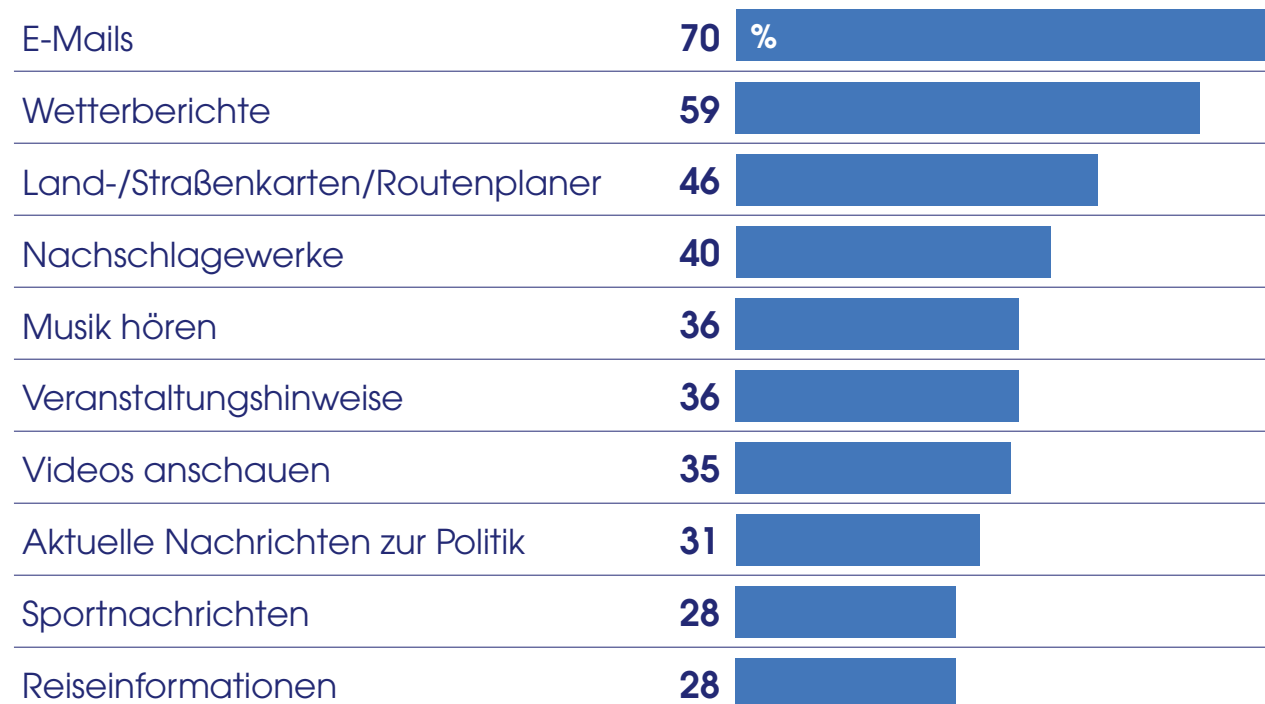
nur mit Desktop-PC oder Laptop

H O T

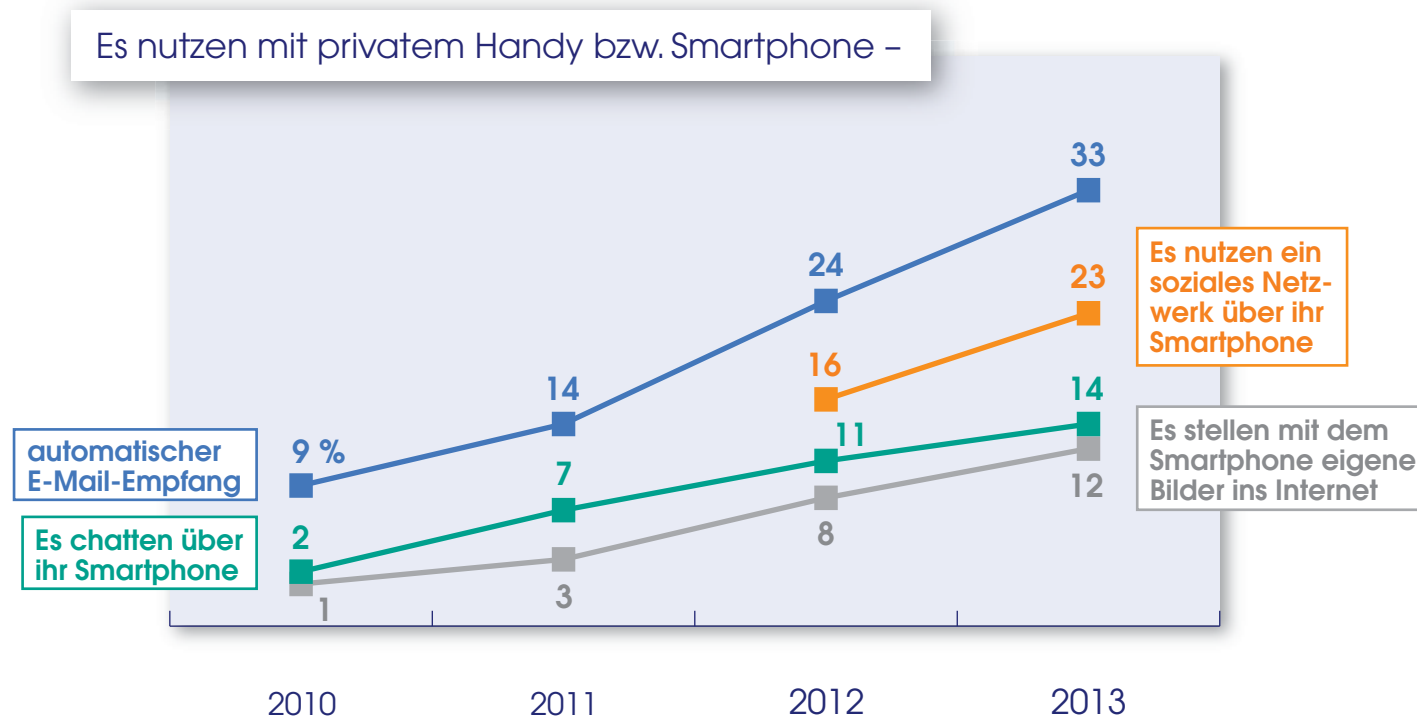
## Mobil häufig genutzte Internet-Inhalte

*Von den Personen, die (auch) mit Smartphones ins Internet gehen, nutzen auf diesem Gerät -*

- Auszug (Top 10) -

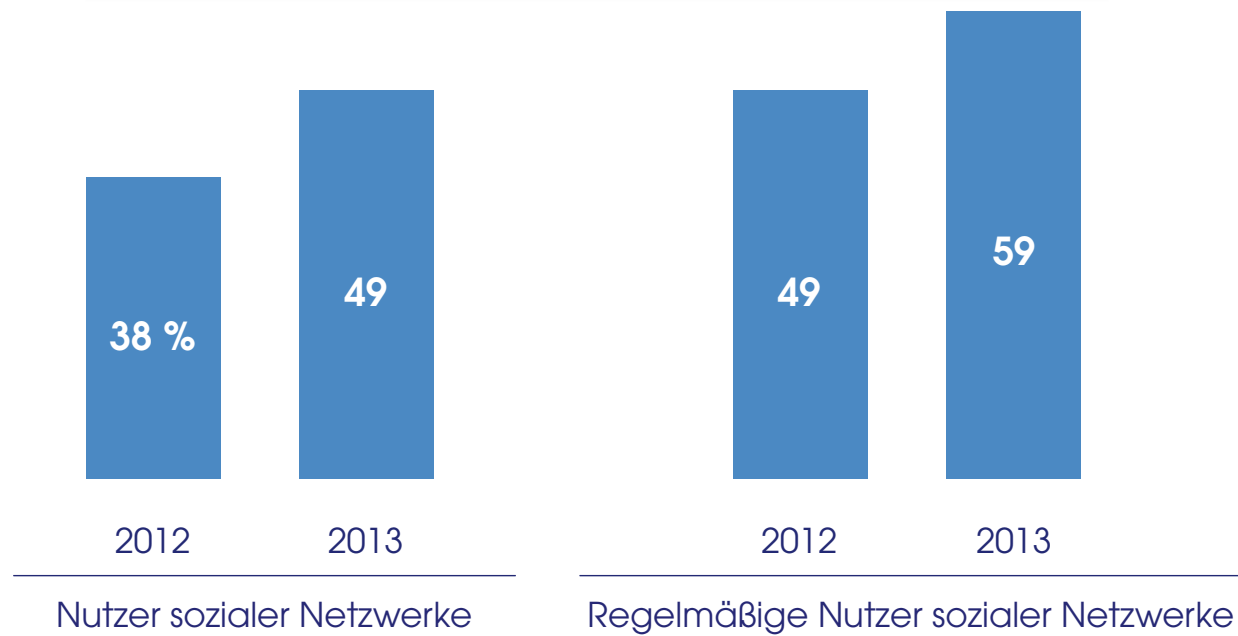


## Rasche Zunahme der Optionen mobiler Kommunikation in der Bevölkerung



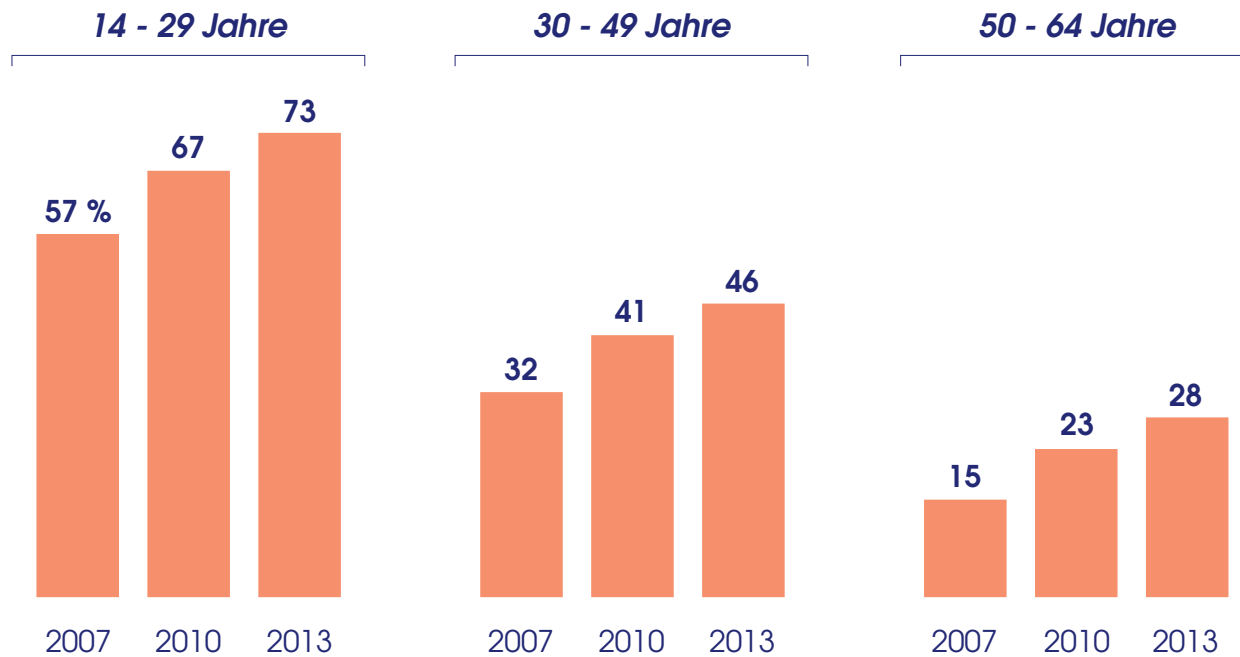
## Die sozialen Netzwerke werden mobil(er)

Es nutzen soziale Netzwerke (auch) mit ihrem Smartphone -

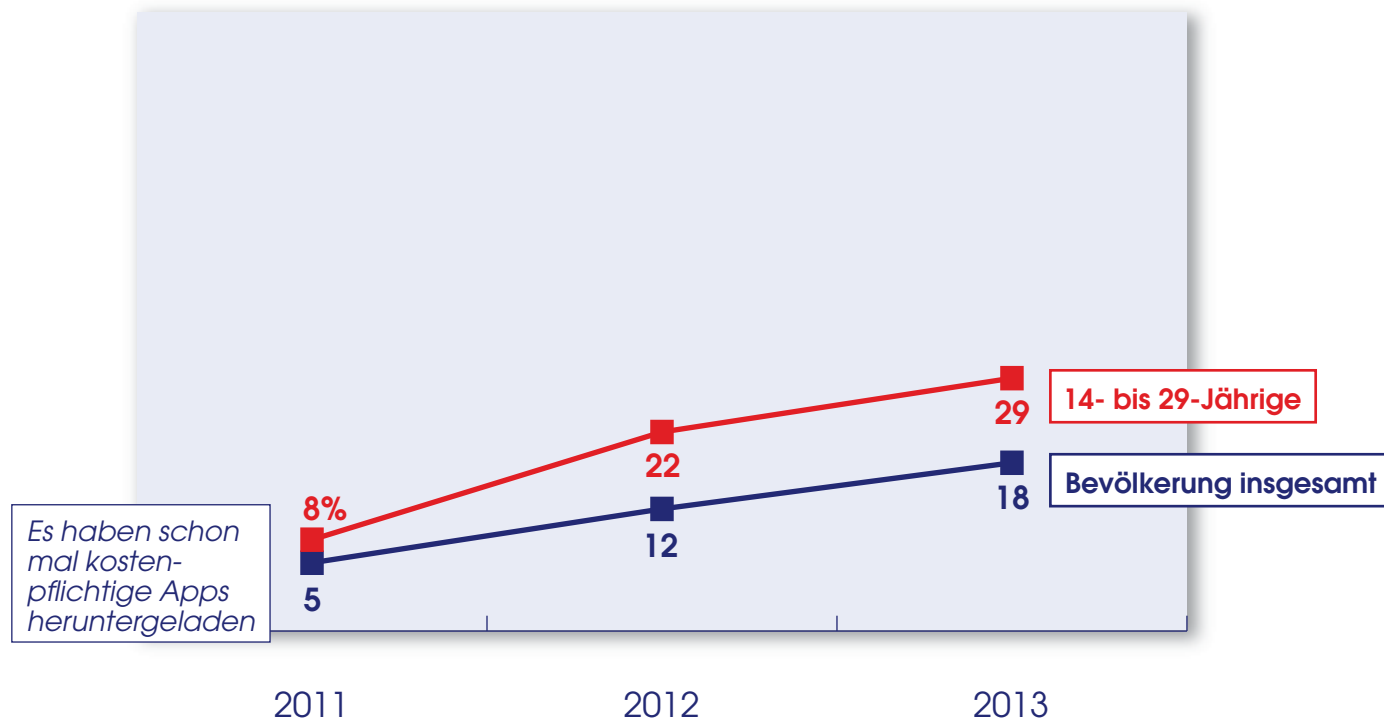


## Zunehmende Kontaktdichte

Es gibt Personen, mit denen ich täglich oder sogar mehrmals am Tag über Handy oder im Internet in Kontakt bin

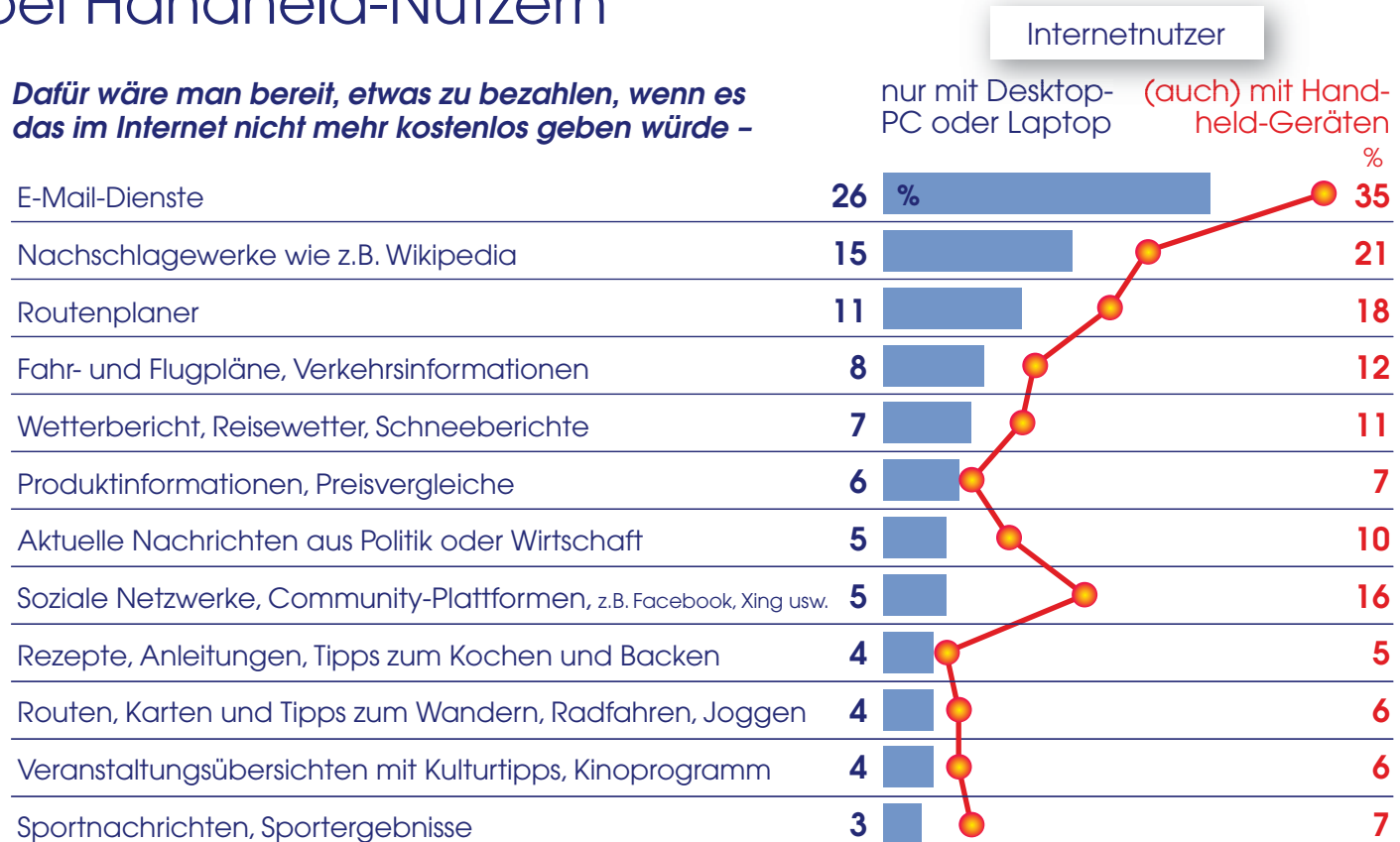


## Ausweitung des Nutzerkreises kostenpflichtiger Apps

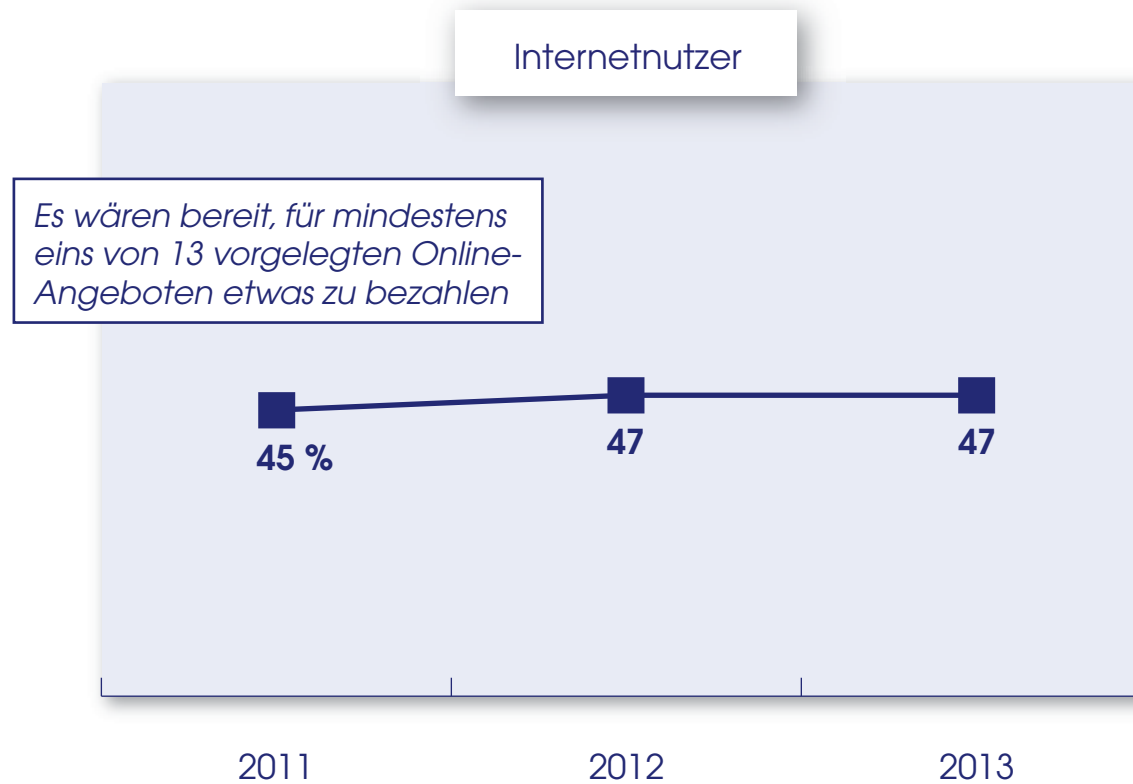


# Höhere Zahlungsbereitschaft für Online-Angebote bei Handheld-Nutzern

***Dafür wäre man bereit, etwas zu bezahlen, wenn es das im Internet nicht mehr kostenlos geben würde -***

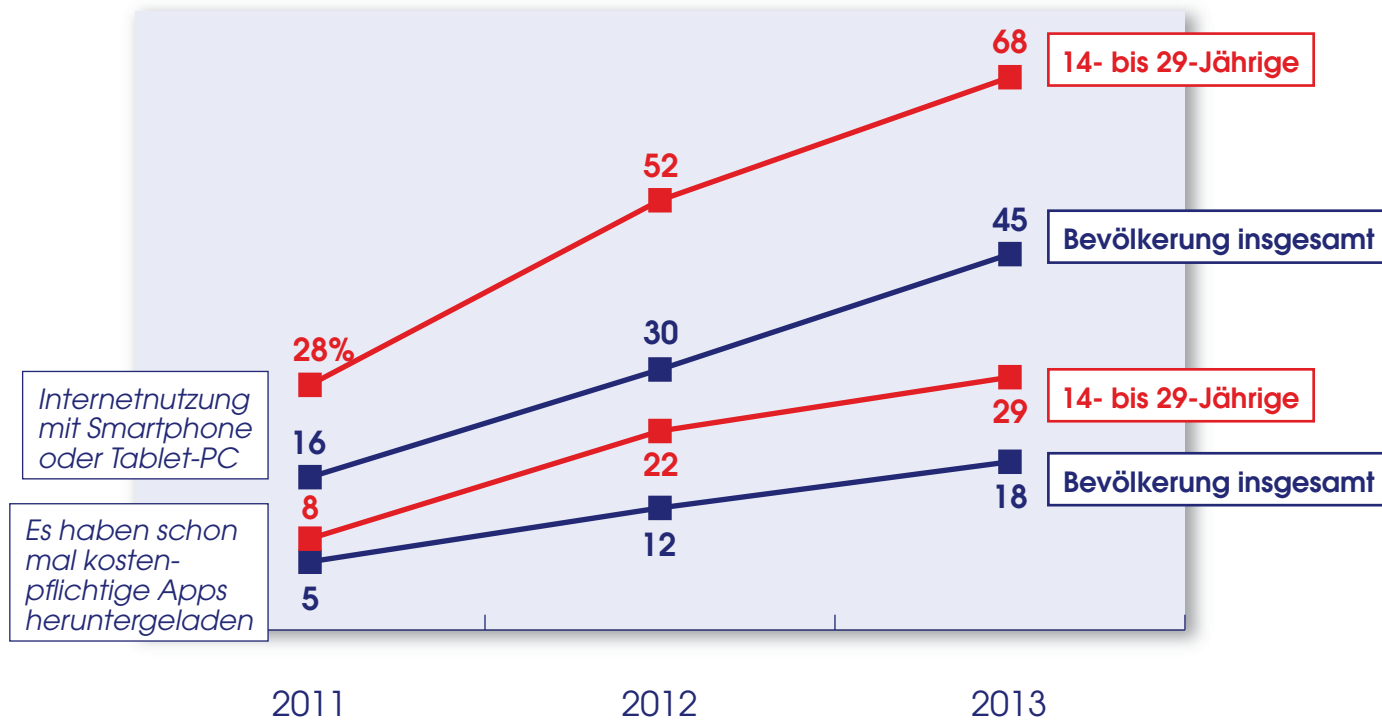


## Keine Ausweitung des Kreises Zahlungsbereiter!





## Ausweitung des Nutzerkreises kostenpflichtiger Apps – vor allem durch Ausweitung der Handheld-Nutzung



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung 14 bis 69 Jahre  
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013

## Die Zahlungsbereitschaft für Online-Angebote ist gering, steigt aber – allerdings nur unter Handheld-Nutzern

Durchschnittliche Anzahl von Online-Angeboten, für die Zahlungsbereitschaft besteht (13 Angebote vorgelegt)

