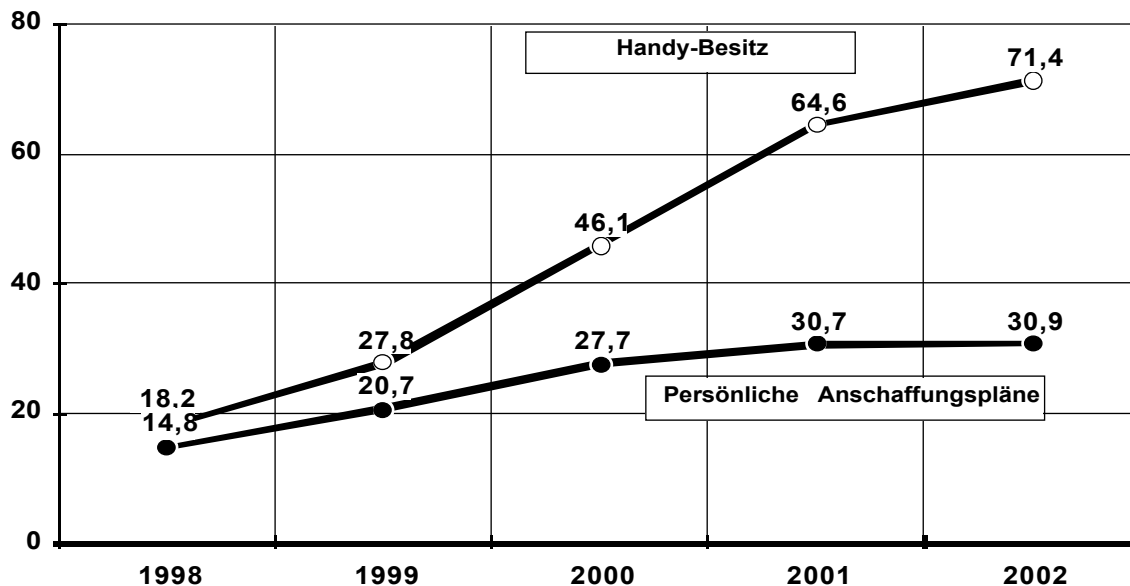


HANDY - HAT BALD JEDER EINES? Technische Innovationen sorgen weiterhin für Marktdynamik

Allensbach am Bodensee, Mitte November 2002 - Immer mehr Menschen in Deutschland besitzen ein Handy. Während vor zwei Jahren erst 46 Prozent der Bevölkerung im Alter zwischen 14 und 64 Jahren mit Handy ausgestattet waren, sind es inzwischen 71 Prozent. Die Zahl derjenigen, die sich demnächst ein Handy anschaffen wollen, ist mit 31 Prozent auf hohem Niveau stabil.

Handy-Besitz und Anschaffungspläne



Basis: Bundesrepublik Deutschland; 14- bis 64jährige Bevölkerung

Quelle: ACTA '98, ACTA '99, ACTA 2000, ACTA 2001, ACTA 2002

www.ifd-allensbach.de

Porträt des Instituts - Leistungsspektrum - Aktuelle Studien

Belege an

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH, 78472 Allensbach am Bodensee

Der Handymarkt mit seinen schnell aufeinanderfolgenden technischen Innovationen gewinnt seine Dynamik längst nicht mehr nur durch Erstanschaffungen. Das Anspruchsniveau der Nutzer steigt und fokussiert sich. Es sorgt dafür, daß alte Handys immer wieder durch neue ersetzt werden.

Besonders wichtig ist den Verbrauchern die benutzerfreundliche Handhabung, also daß das Handy einfach zu bedienen ist. Auch eine lange Akkuzeit und das geringe Gewicht sind hervorragende Kaufargumente. Immer wichtiger wird sowohl bei Erstkauf als auch bei Ersatzanschaffung, daß das Handy über Vibrationsalarm und vielfältige Zusatzfunktionen wie Uhrzeit, Kalender, Wecker, Taschenrechner oder Adreßbuch verfügt. Der Vibrationsalarm ist für 38 Prozent ein Kaufkriterium (1999: 18 Prozent). Der Anteil an potentiellen Käufern, die auf eine Vielzahl von Zusatzfunktionen Wert legen, hat sich in den letzten Jahren von 10 auf 31 Prozent mehr als verdreifacht. Auf eingebaute Spiele legen zwar nur 13 Prozent der 14- bis 64jährigen Bevölkerung großen Wert. Aber es sind vor allem die Jüngeren, also jene Zielgruppen, die dem Handymarkt in der Vergangenheit hohe Zuwachsraten bescherten, die die Spielefunktionen ihres Handys nutzen und bei einer eventuellen Neuanschaffung besonders beachten.

<u>Kaufkriterien bei Handys</u>	Bevölkerung insgesamt	
	1999	2002
	%	%
- Auszug -		
Darauf achte ich besonders:		
Einfache Bedienung.....	59.....	66
Lange Akkuzeit.....	55.....	61
Günstiger Preis.....	51.....	57
Geringes Gewicht.....	45.....	53
Gute Tastatur.....	40.....	51
Hohe Tonqualität.....	44.....	41
Geringe Größe.....	34.....	39
Vibrationssignal.....	18.....	38
Gutes Design.....	24.....	34
Vertragslaufzeiten, daß man sich nicht so lange binden muß.....	42.....	31
Vielfältige Zusatzfunktionen wie z.B. Uhrzeit, Kalender, Wecker, Taschenrechner, Adreßbuch.....	10.....	31
Den Hersteller, daß es ein bekannter Hersteller ist.....	21.....	28
Spielfunktionen, eingebaute Spiele.....	4.....	13

Daß das Handy nicht nur zum Telefonieren benutzt wird, zeichnet sich schon seit längerem ab. Die Mehrzahl der Handynutzer (79 Prozent) - Tendenz steigend - verschickt auch Textnachrichten per SMS. Fast jedem dritten Handynutzer dient das Handy auch als Taschenrechner; auch hier: steigende Tendenz. Ebenso ist es bei der Währungsumrechnungsfunktion, bei Spielen und Terminkalendern.

An Bedeutung verlieren hingegen Funktionen wie Rufumleitung, Freisprecheinrichtung und Mailbox. Die Freude an einer möglichst großen Auswahl von Klingeltönen hat viel mit der spielerischen Anfangsfreude am Handy zu tun. In dem Maß, in dem das Handy alltäglich wird, scheint sich die Lust an solchen Spielereien zu verlieren. Vor zwei Jahren erfreuten sich noch 45 Prozent der Handynutzer an wechselnden Klingeltönen, jetzt nur noch 32 Prozent.

Genutzte Handyfunktionen

- Auszug -	Handy-Nutzer	
	2000 %	2002 %
SMS, Kurznachrichten.....	66,0.....	79,4
Eingerichtete Mailbox.....	54,2.....	43,3
Vibrationsalarm.....	16,1.....	37,6
Adreßbuch mit gespeicherten Telefonnummern.....	40,9.....	32,6
Große Anzahl von Klingelzeichen, Anrufmelodien.....	44,7.....	32,4
Taschenrechner.....	17,0.....	30,9
Spielefunktion, eingebaute Spiele.....	18,2.....	29,5
Rufumleitung.....	33,7.....	27,7
Terminkalender.....	9,4.....	17,5
Makeln, Anklopfen.....	18,8.....	16,5
Währungsumrechnungsfunktion.....	5,9.....	12,6
Tragbare Freisprecheinrichtung (mit Kopfhörer).....	6,9.....	12,3
Festeingebaute Freisprecheinrichtung im Auto.....	18,6.....	11,7
E-Mail-Funktion.....	14,0.....	9,6
EMS, zum Verschicken von Kurznachrichten mit Grafiken, Tönen etc.....	-.....	8,2
WAP-Handy, mit dem man auch ins Internet gehen und Informationen aus dem Internet empfangen kann.....	2,6.....	6,3
Handy, mit dem man zu Hause im Festnetz und unterwegs im Mobilfunknetz telefonieren kann (z.B. Genion).....	4,9.....	4,3
Faxfunktion.....	6,1.....	3,9
Integrierte Digitalkamera.....	-.....	0,3

ACTA 2002

Allensbacher Computer- und Telekommunikations-Analyse

Untersuchungssteckbrief

Methodische Gesamtverantwortung: Institut für Demoskopie Allensbach

Anzahl der Befragten: 10.507
darunter 5.339 Online-Nutzer

Repräsentanz: Gesamtdeutschland,
Bevölkerung von 14 bis 64 Jahren

Zeitraum der Befragung: Januar bis August 2002

In einem jährlichen Beobachtungsrhythmus verfolgt das Allensbacher Institut mit seiner Allensbacher Computer- und Telekommunikations-Analyse (ACTA) seit 1997 auf breiter Befragtenbasis die Entwicklungen auf dem Computer- und Informationstechnologiemarkt einschließlich des Internet. Neben Besitz im Haushalt, Anschaffungsplänen und Nutzung werden zugleich Veränderungen von Einstellungen und Gewohnheiten, Wünschen und Interessen in der Bevölkerung beobachtet.

Die Berichterstattung der ACTA 2002 erfolgt in drei Berichtsbänden:

Basisinformationen (inkl. Codeplan)
MÄRKTE
MEDIEN

Zu beziehen sind die Bände beim:

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH
78472 Allensbach am Bodensee
Telefon: 07533/ 805-276
Telefax: 07533/ 805-172

E-Mail: acta@ifd-allensbach.de oder info@ifd-allensbach.de

<http://www.acta-online.de>

Die Gesamtdatei der ACTA 2002 liegt auch als CD-ROM in den Programmversionen Microsoft Windows 95/98/2000/NT 4.0 oder Apple Macintosh (PowerPC) vor.