



Hamburg, 15. Juni 2006

Pressemitteilung

Mobile Unterhaltungsdienste: Studie sieht hohes Nutzungsinteresse trotz Seriositätsdefiziten

Potenzielle Kunden stehen mobilen Unterhaltungsdiensten („Mobile Entertainment“) in Deutschland aufgeschlossener gegenüber als noch vor wenigen Jahren. Vor allem unter Jugendlichen ist das Interesse an der Nutzung von Handys zu Unterhaltungszwecken weit verbreitet. Zudem weist ein hoher Anteil dieser Nutzergruppe eine evidente Zahlungsbereitschaft für Mobile Unterhaltungsdienste auf, wie eine Studie der Technischen Universität Hamburg-Harburg (TUHH) ermittelt hat.

Die Untersuchung, die eine Teilstudie des Forschungsprojektes „Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland“ ist, widmet sich dem Bereich mobiler Unterhaltungsdienste, einer Teilmenge des Mobile Content. In einer umfangreichen empirischen Untersuchung wurden 555 hauptsächlich junge Personen im Alter zwischen 12 und 30 Jahren zu ihren Nutzungspräferenzen sowie Zahlungsbereitschaften für unterschiedliche mobile Unterhaltungsdienste befragt. 13% der Befragten gaben an, aktuell bereits mindestens einen mobilen Unterhaltungsdienst zu nutzen. Die höchste Akzeptanz für mobile Unterhaltungsdienste (22%) wurde bei Jugendlichen bis 14 Jahren festgestellt. Die 15-18-Jährigen wiesen die höchste Nutzungsintensität (7,8 Dienst-Abrufe pro Nutzer) auf. 71% aller Teilnehmer bekundeten Zahlungsbereitschaft für den Fall einer Inanspruchnahme eines mobilen Unterhaltungsdienstes. Hierbei konnte jedoch ein differierendes Nutzungspotenzial für die unterschiedlichen Angebotskategorien festgestellt werden. Während auf Audiodienste, Logos und Videos ein vergleichsweise hohes Nachfragerinteresse entfällt, erfahren Angebote auf Basis mobiler Ortungstechnologie sowie Glücksspiele einen deutlich geringeren Zuspruch.

Abgeschreckt wird eine Vielzahl potenzieller Nutzer von der gegenwärtigen Abrechnungspraxis vieler Anbieter, die eine Bereitstellung ihrer mobilen Unterhaltungsangebote nur im Rahmen von Abonnements anbieten. Ebenso wirkt die Preisgestaltung der Mobilfunkbetreiber einem beschleunigten Marktwachstum entgegen. Die Studie unterstreicht die Notwendigkeit größerer Kundenorientierung und Berücksichtigung der Kundenwünsche. Denn: „Nur auf diesem Wege könnte die Attraktivität der Angebote gesteigert und gleichfalls den bestehenden Seriositätsdefiziten entgegen gewirkt werden“, so Dr. Stephan Buse, der gemeinsam mit Karsten Siegmund die Studie durchgeführt hat.

Nähere Informationen: <http://www.mobile-prospects.de>

Für Rückfragen:

Dr. Stephan Buse

Tel.: (040) 428 78 – 38 29, E-Mail: stephan.buse@mobile-prospects.de