

Deutschlands Smartphone-Nutzer: Always und überall online

06.05.2013, 11:55 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.*



Mark Wächter, Vorsitzender der Fachgruppe Mobile im BVDW

Jeder zweite Smartphone-Besitzer ist stets und überall online

München, 6. Mai 2013 – 49 Prozent der Smartphone-Besitzer älter als 14 Jahre nutzen ihr mobiles Endgerät stets und überall. 58 Prozent der iPhone-Besitzer sind immer und allerorten online. 60 Prozent der Social Networker legen ihr Endgerät ebenfalls nicht aus der Hand. Für 67 Prozent der 20- bis 29-jährigen gilt ebenfalls „always on“ zu sein. Dies sind die zentralen Ergebnisse einer von TNS Infratest gemeinsam mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. durchgeführten Studie, für die mittels des Mobile Club* im Zeitraum vom 21. Februar bis 18. März 2013 insgesamt 557 Smartphone-Besitzer persönlich-mündliche zu ihren mobilen Aktivitäten befragt wurden.

Danach gefragt in welchen Situationen bzw. an welchen Orten das Smartphone als Internetzugang oder zur Nutzung von Apps genutzt wird, geben 92 Prozent das eigene zu Hause an. Als Beifahrer im Auto nutzen es 74 Prozent. Auch an Bahnhöfen oder Haltestellen kommen die smarten Wegbegleiter zu 70 Prozent zum Einsatz. Fehlen darf das Smartphone auch nicht in öffentlichen Verkehrsmitteln (65 Prozent) oder im Restaurant (65 Prozent). Beim Einkaufen kommen die

digitalen Wegbegleiter zu 60 Prozent zum Einsatz und am Arbeitsplatz wird zu 61 Prozent gesurft oder eine App aufgerufen. In der Natur oder beim Spaziergehen wird zu 51 Prozent nicht auf den digitalen Zugang verzichtet. Bars oder Nachtclubs sind zu 32 Prozent der mobile Verbindungsort in die virtuelle Welt. Auch beim Sport wird das mobile Endgerät sogar noch von 27 Prozent genutzt. 16 Prozent geben sogar an, selbst im Kino mobile Services zu nutzen.

Besonders interessant ist der Steckbrief altersunterschiedlicher Smartphone-Nutzer: Während 20- bis 29-Jährige zu 31 Prozent auch im Restaurant oder Café online sind, nutzen 30- bis 39-Jährige das mobile Endgeräte vornehmlich in Geschäften oder beim täglichen Einkauf. Vor allem die Digital Natives (14- bis 29-Jährige) sind während ihrer Outdoor-Aktivitäten mit ihren Smartphones beschäftigt. Üblicherweise wird es von dieser Altersgruppe zu 60 Prozent in öffentlichen Verkehrsmitteln eingesetzt, aber auch zu 31 Prozent in der freien Natur.

„Smartphones und Tablets zählen für nahezu alle Bevölkerungsschichten zu ihrem modernen Alltag. Für Unternehmen, Behörden und Institutionen wird daher eine mobil optimierte Präsenz und eine gute Erreichbarkeit im Mobile Internet immer wichtiger. Wir sehen es als unsere Aufgaben an, Deutschland bei dem Weg ins Mobile Internet zu begleiten“, sagt Mark Wächter, Vorsitzender der Fachgruppe Mobile im BVDW.

„Mobile Endgeräte in Kommunikation und Vertrieb einzubeziehen, wird immer wichtiger. Multi-Kanal ist nicht mehr länger das Thema, sondern es geht um Multi-Digital. Wenn Unternehmen heute sicherstellen wollen, ihre Zielgruppen zuverlässig zu erreichen, geht kein Weg mehr an mobiler Ansprache vorbei, denn insbesondere die jüngere Generation ist im Prinzip always on“, sagt Katja Rick, Associate Director bei TNS Infratest.

*TNS Infratest Mobile Club ist eine kontinuierliche, repräsentative Studie für die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren, für die monatlich ca. 2.000 Personen befragt werden (CAPI / persönlich mündliche Befragung). Der Basisteil liefert monatlich Strukturdaten zur Entwicklung der mobilen Internetnutzung in Deutschland und kann jeden Monat um Sonderfragen zu branchen- und unternehmensspezifischen Themen ergänzt werden (feste Redaktionsschlusstermine). Kontakt und weitere Informationen: olivera.radukic@tns-infratest.com

Portrait

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied der TNS-Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. TNS, das mit Research International im Februar 2009 fusionierte, ist seit Oktober 2008 Teil der Kantar-Group, dem weltweit größten Netzwerk in den Bereichen Research, Insight und Consultancy. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT-/Tele-Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „fact based consulting“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com.

Über Kantar

Kantar ist eines der führenden Marktforschungs- und Consulting-Netzwerke der Welt. Mit der gebündelten Expertise und Kompetenz seiner 13 spezialisierten Unternehmen verfolgt Kantar das Ziel, für nationale und internationale Auftraggeber weltweit der Premium-Anbieter für strategisches Wissen und inspirierende Insights zu sein. Über 28.000 Mitarbeiter in rund 100 Ländern bearbeiten das ganze Spektrum an Forschungs- und Beratungsdisziplinen und können so

ihren Kunden in jeder Phase des Konsumenten-Zyklus die wettbewerbsentscheidenden Informationen bereitstellen. Mehr als die Hälfte der Fortune Top 500-Unternehmen sind Kantar-Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.kantar.com.

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz. www.bvdw.org

News-ID: 717600 • Views: 130 (Stand: 04.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/717600/Deutschlands-Smartphone-Nutzer-Always-und-ueberall-online.html>