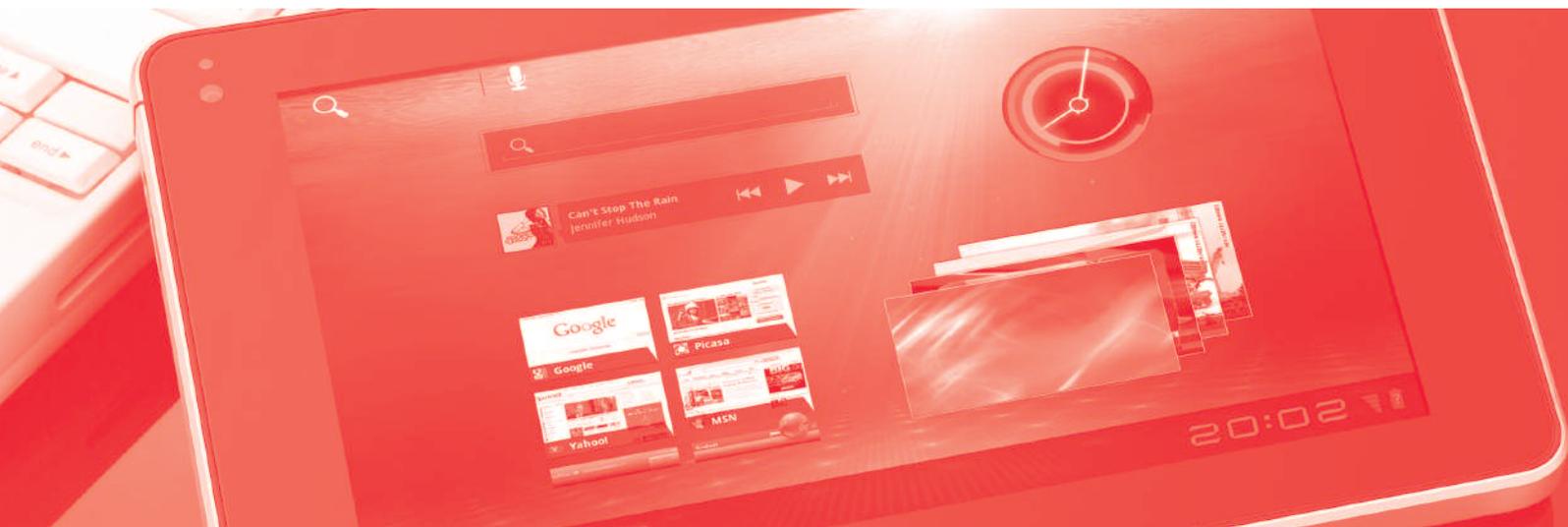


# INITIATIVE D21

Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest

## Mobile Internetnutzung

Entwicklungsschub für die digitale Gesellschaft?



Eine Sonderstudie im Rahmen des (N)ONLINER Atlas 2012

mit freundlicher Unterstützung von





**Mobile Internetnutzung –  
Entwicklungsschub für die digitale Gesellschaft?**



## Mobil den digitalen Graben überwinden



Auf den ersten Blick erscheint die digitale Zukunft in Deutschland rosig: Die Internetnutzung steigt seit Jahren kontinuierlich und steht aktuell bei knapp 75 Prozent. Die netzpolitische Debatte hat an Fahrt gewonnen, und auch auf diesem Feld scheint man in Deutschland gewillt zu sein, die Weichen für eine digitale Gesellschaft stellen zu wollen. Doch Ersteindrücke können täuschen. Gerade mit Blick auf die gesellschaftlichen Entwicklungen rund um die digitalen Medien hat Deutschland noch einen langen Weg vor sich, bis die Möglichkeiten der digitalen Revolution voll ausgeschöpft sind.

Tatsächlich stagniert die Entwicklung einer digitalen Gesellschaft, deren Mitglieder souverän und sicher die digitalen Medien für ihren persönlichen Nutzen einsetzen können. Die Studie „Digitale Gesellschaft 2011“ der Initiative D21 zeigt auf, dass es im Vergleich zu den Vorjahren nur marginale Steigerungen gegeben hat. Gerade einmal um einen Prozentpunkt auf 38 Prozent wuchs die Gruppe der Nutzer in der deutschen Bevölkerung, die zu den sogenannten „Digital Souveränen“ gezählt werden können.

Die Hintergründe für eine solche Stagnation lassen sich anhand einiger Fakten zumindest annähernd erklären: Die Internetnutzung steigt inzwischen nur noch langsam an, da sich entlang bestimmter soziodemografischer Faktoren (Alter, Einkommen, Geschlecht) ein digitaler Graben manifestiert hat. Wenn hier nicht der Hebel angesetzt und die identifizierten Gruppen der Offliner nicht gezielt gefördert werden, wird die Wachstumsrate in den nächsten Jahren weiter sinken. Dies ist heute schon an den Nutzungsplanern ablesbar, die im kommenden Jahr erstmals das Internet für sich entdecken möchten. Während es 2010 noch 3,8 Prozent Nutzungsplaner gab, ist diese Zahl 2011 auf 3,3 Prozent gefallen. Kontraproduktiv wirkt sich bei der Entwicklung hin zu einer digital souveränen Gesell-

schaft gewiss auch aus, dass in den öffentlichen Diskussionen nur zu gerne auf das Gefahrenpotenzial anstatt auf die tatsächlich positiven Möglichkeiten der digitalen Medien eingegangen wird. Eine inflationäre Flut an Themen rund um Datendiebstahl oder Datenmissbrauch sind hinsichtlich eines Vertrauens gegenüber dem Internet nur wenig förderlich – besonders, wenn die potenziellen Neuankömmlinge der digitalen Welt noch keine ausgeprägte Orientierung haben. Eine sachliche und unaufgeregte Aufklärung mit Bezug zu den vielfältigen Möglichkeiten und zur Sicherheit könnte hier helfen.

Einen besonderen Stellenwert bei der Entwicklung der digitalen Gesellschaft kann aber auch die mobile Technik einnehmen. Smartphones und Tablet-Computer sind erst seit kurzer Zeit auf dem Markt und schon prägen sie die Gewohnheiten hinsichtlich der mobilen Internetnutzung, wie keine Gerätegeneration vor ihr. Die einfache Handhabung und die immer attraktiveren mobilen Internettarife lassen diesen Trend zu einer Konstante werden. Entsprechend wird auch in der vorliegenden Studie deutlich, dass die Entwicklung der digitalen Gesellschaft sehr stark von der mobilen Nutzung digitaler Medien abhängt. So zeigt sich, dass bereits jeder Vierte in der Bevölkerung ein Smartphone besitzt. Fast 60 Prozent der Befragten geben an, dass sie durch mobile Endgeräte mehr Zeit im Internet verbringen.

Mobiles Internet birgt also offenbar aufgrund der hohen Flexibilität und mithilfe einfach bedienbarer Endgeräte das Potenzial, auch bisher digital wenig Erreichte an das Internet heranzuführen und so zu einem Entwicklungsschub für die digitale Gesellschaft in Deutschland beizutragen.

Die Initiative D21 unterstützt diese Entwicklung, indem sie mit ihren zahlreichen Studien diesen Prozess begleitet und aufzeigt, wo Handlungsbedarf herrscht. Die vorliegende Studie ist dafür ein sehr gutes Beispiel und ich wünsche Ihnen nun viel Vergnügen bei deren Lektüre.

**Hannes Schwaderer**  
Präsident der Initiative D21  
Geschäftsführer Intel GmbH

## Mobiles Internet – Tor zur digitalen Welt



Erfindergeist wird oft davon angetrieben, unser Leben einfacher und bequemer zu machen. So ist es auch bei den mobilen Endgeräten, die innerhalb kürzester Zeit durch ihre vielseitigen Einsatzmöglichkeiten unseren Alltag stark beeinflussen haben. Wer heute ein Smartphone besitzt und mobil online ist, der fragt inzwischen nicht mehr nach dem Weg oder sucht vergeblich nach dem nächsten guten Restaurant. Präzise und schnelle Antworten auf diese und andere Fragen sind nur einen Klick auf dem Handy oder Tablet-Computer entfernt. Davon wollen immer mehr profitieren, und so ist es kaum überraschend, dass inzwischen 24 Prozent der deutschen Bevölkerung ein Smartphone und fünf Prozent bereits einen Tablet-Computer besitzen.

Die steigende Beliebtheit mobiler Endgeräte erklärt sich sicherlich auch durch immer weiter vereinfachte Nutzeroberflächen. Die aktuelle Gerätegeneration glänzt durch eine niedrige technische Einstiegshürde, die die Hemmschwelle für nicht netzaffine Menschen, das Internet zu nutzen, senkt. Es überrascht mich daher nicht, dass die aktuelle Studie zur digitalen Gesellschaft der Initiative D21 zeigt, dass mobile Geräte das Internet selbst für Netzmuffel zunehmend attraktiv machen. Damit sinkt nicht nur die Zahl derer, die sich in einer fremden Umgebung verlaufen, sondern auch derjenigen, die den digitalen Medien bisher mit einer gewissen Skepsis begegneten.

Wer erst einmal ein mobiles internetfähiges Gerät besitzt, für den wird auch der mobile Internetzugang immer selbstverständlicher. Mehr als ein Drittel der befragten Internetnutzer nehmen bereits die Möglichkeit wahr, unterwegs zu surfen. Das wirkt sich entsprechend auf die im Internet verbrachte Zeit aus: 57 Prozent der Befragten gaben an, dass sie durch mobile Endgeräte noch häufiger im Netz sind. Die beliebtesten Anwendungen sind dabei E-Mails, Nachrichtenseiten, soziale Netzwerke und Suchmaschinen.

Die mobile Internetnutzung bietet auch neue Entwicklungschancen für die digitale Medienkompetenz und damit verbunden auch für die Zukunft der digitalen Gesellschaft in Deutschland. Es ist eine Art des „Learning by doing“, die der jungen Generation durch ihr Aufwachsen mit den digitalen Medien in die Wiege gelegt wurde. Der älteren Generation muss diese Art des Kompetenzerwerbs aber teilweise erst durch ein positiveres Bild der digitalen Revolution vorsichtig näher gebracht werden.

Was heißt dies für aktuelle technische Entwicklungen? Der LTE-Ausbau sollte weiter forciert werden, denn er ist das Tor hin zu neuen mobilen Anwendungsmöglichkeiten, von denen wir heute nur träumen können. Diese attraktiven Angebote werden immer mehr Nutzer anlocken, die sich dann mit den Themen rund um die mobile Internetnutzung auseinandersetzen. Die vorliegende Studie zeigt es deutlich: Bereits heute würden 40 Prozent der aktiven und potenziellen Nutzer von mobilem Internet dieses intensiver nutzen, wenn die Übertragungsgeschwindigkeiten höher wären.

Und die Nutzer und Nutzungsplaner sind bereit, dafür auch zu bezahlen. Egal ob die bereits souveränen Nutzer der digitalen Welt oder die Digital wenig Erreichten, beide Gruppen wären bereit, über 20 Euro pro Monat für ihren mobilen Internetanschluss auszugeben. Dass die Digital wenig Erreichten mit durchschnittlich 23,70 Euro sogar bereit sind, über zwei Euro mehr zu bezahlen als die Digital Souveränen, legt den Schluss nahe, dass der Wunsch nach der vermehrten Nutzung des Mobilitätsvorteils durchaus vorhanden ist. Es ist daher zu erwarten, dass die mobile Internetnutzung zukünftig der wichtigste Zugangspunkt sein wird, über den Netzabstinenten den Weg in die digitale Welt finden.

Eine zentrale Erkenntnis, die sich aus der vorliegenden Studie ableiten lässt, ist daher, dass die weitere Entwicklung der digitalen Gesellschaft in Deutschland ganz wesentlich von der weiteren Verbesserung der Möglichkeiten zur mobilen Internetnutzung abhängig sein wird.

**Olaf Reus**

Mitglied des Gesamtvorstands der Initiative D21  
Director Public Affairs & Government Relations  
Huawei Technologies Deutschland GmbH

# Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief

## Zur Studie: Methodensteckbrief

- **Grundgesamtheit:** deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt (ca. 70,5 Millionen Personen)
- **Stichprobenziehung:** Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersample; gewichtet nach zentralen Merkmalen (Geschlecht, Alter und formaler Bildung)
- **Anzahl Interviews:** Durchführung von 1.005 Interviews
- Repräsentative, auf die Grundgesamtheit hochrechenbare Stichprobe
- **Erhebungsmethode:** Computer Assisted Telephone Interviews (CATI) im Rahmen des TNS-Bus (KW 02/2012)
- **Definition:** Unter mobilem Internet wird der Internetzugang über das Datennetz eines Mobilfunkproviders verstanden, d. h. Zugang via 3G, UMTS etc.

## Inhalte

- |  |          |
|--|----------|
| - Zentrale Ergebnisse – Mobile Internetnutzung               | Seite 8  |
| - Gerätebesitz und geplante Geräteanschaffung                | Seite 10 |
| - Einfluss mobiler Geräte auf die allgemeine Internetnutzung | Seite 11 |
| - Mobile Internetnutzung                                     | Seite 12 |
| - Geplante Internetnutzung über mobile Endgeräte             | Seite 13 |
| - Internetnutzung über Endgeräte                             | Seite 14 |
| - Nutzung von Anwendungen nach Verbindungsart                | Seite 16 |
| - Einstellungen zum mobilen Internet                         | Seite 18 |
| - Zahlungsbereitschaft mobiles Internet                      | Seite 19 |
| - Mobiles Internet in der deutschen Gesellschaft             | Seite 20 |

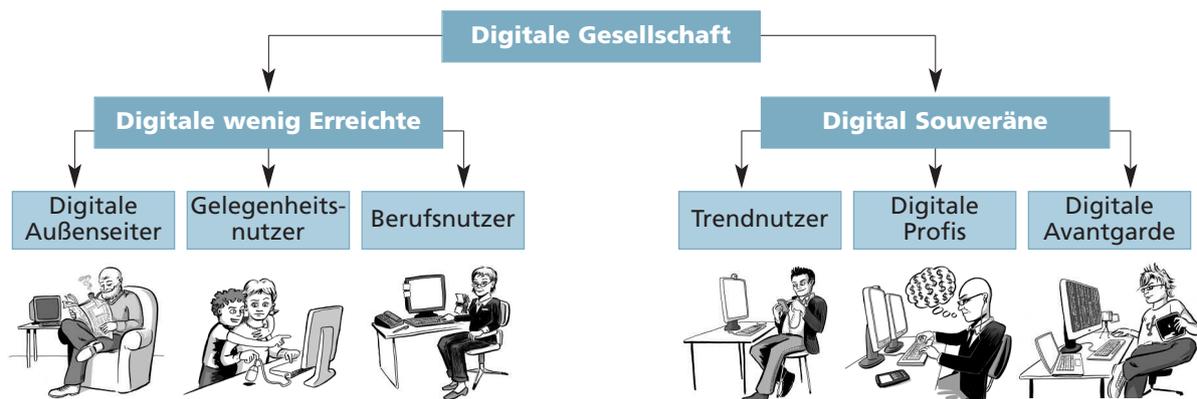
## Segmentierung und Typen der digitalen Gesellschaft

Mit der Studie zur mobilen Internetnutzung wird anhand der Nutzertypen der digitalen Gesellschaft ein detailliertes Bild der mobilen Internetnutzung in Deutschland wiedergegeben.

Die Studie „Die digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich“ untersucht und kategorisiert seit 2009 die deutsche Gesellschaft hinsichtlich ihrer Entwicklung in der digitalen Welt. Konkret wurden hierfür sechs Nutzertypen identifiziert, die bezüglich der Dimensionen „Digitales Potenzial“ sowie „Einstellungen und Nutzung“ miteinander vergleichbar, untereinander aber abgrenzbar sind. Unter dem Bereich Digitales Potenzial werden die Themen Infrastruktur, Kompetenz und Wissen zusammengefasst; Einstellungen und Nutzung umfasst die Nutzungsintensität, Nutzungsvielfalt und Einstellungen.

Um zu den sechs Nutzertypen der digitalen Gesellschaft auch hinsichtlich der mobilen Internetnutzung eine Aussage treffen zu können, wurde ein Fragebogen auf Basis der Studie zur digitalen Gesellschaft entwickelt, der eine Zuordnung der Befragten in die Segmente ermöglicht.

Die sechs Nutzertypen werden im weiteren Verlauf zu den Gruppen **Digital wenig Erreichte** und **Digital Souveräne** zusammengefasst. Einen Überblick zur Einteilung der Gruppen finden Sie in nachstehender Abbildung.



## Zentrale Unterschiede zwischen souveränen und wenig erreichten Nutzern

Die Studie „Die digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich“ zeigt, dass sich die Digital wenig Erreichten und Digital Souveränen hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen deutlich unterscheiden. Auch bei der mobilen Internetnutzung sind wesentliche Unterschiede erkennbar: Während die wenig Erreichten bisher kaum das mobile Internet nutzen, ist bereits jeder Zweite der souveränen Nutzer über das Netz eines Mobilfunkanbieter (3G, UMTS etc.) im Internet unterwegs. Auch beim Einfluss mobiler Endgeräte auf die Internetnutzung gibt es große Unterschiede: Während bei den Souveränen jeder Dritte angibt, seinen Konsum deutlich erhöht zu haben, gilt dies nur für jeden fünften wenig Erreichten.

Dagegen zeigen sich nur geringe Unterschiede bei der Zahlungsbereitschaft: Digital wenig Erreichte würden durchschnittlich 23,70 Euro monatlich für mobiles Internet ausgeben, die Preisbereitschaft bei Souveränen ist mit 21,40 Euro nur etwas niedriger. 41 Prozent der Digital wenig Erreichten und 45 Prozent der Digital Souveränen würden derzeit stationäres, kabelgebundenes Internet durch mobiles Internet ersetzen. Gleichzeitig denken aber 36 Prozent der Digital Souveränen, dass der Verzicht auf kabelgebundenes Internet nie bzw. nicht in naher Zukunft möglich sein wird.

## Zentrale Ergebnisse – Mobile Internetnutzung: Digital wenig Erreichte (62 Prozent der deutschen Bevölkerung)\*

### Typ 1: Digitale Außenseiter (26 Prozent)\*



- Derzeit noch weit vom mobilen Internet entfernt; häufigster Internetzugang: kabelgebundenes Internet und WLAN zu Hause/im Büro
- Derzeit erst 0,3 Prozent der Außenseiter im mobilen Internet (3G, UMTS etc.) unterwegs

### Typ 2: Gelegenheitsnutzer (28 Prozent)\*



- Internetnutzung durch mobile Endgeräte unverändert bzw. leicht gestiegen: 35 Prozent verbringen gleich viel Zeit im Internet, bei 29 Prozent ist die Internetzeit leicht gestiegen
- Durchschnittliche Zahlungsbereitschaft für mobiles Internet (mtl.): 22,70 Euro
- Ausschließliche mobile Internetnutzung würde bevorzugt werden (42 Prozent). Ein Viertel der Gelegenheitsnutzer denkt allerdings, dass mobiles Internet wahrscheinlich nie so schnell sein wird, um auf stationäres Internet verzichten zu können (24 Prozent)

### Typ 3: Berufsnutzer (7 Prozent)\*



- Einfluss mobiler Endgeräte auf Internetnutzung nur gering: 40 Prozent verbringen gleich viel Zeit im Internet, bei 31 Prozent ist die Verweildauer im Internet nur leicht gestiegen
- Höchste Zahlungsbereitschaft für mobiles Internet (mtl.): 25,50 Euro
- 30 Prozent würden das mobile Internet intensiver nutzen, wenn die Internetverbindungen schneller als heute wären

\*Anteil der Typen 2011. Zusätzliche Informationen zu den Typen der digitalen Gesellschaft 2011 finden Sie unter: [www.digitale-gesellschaft.info](http://www.digitale-gesellschaft.info)

## Zentrale Ergebnisse – Mobile Internetnutzung: Digital Souveräne (38 Prozent der deutschen Bevölkerung)\*

### Typ 4: Trendnutzer (21 Prozent)\*



- Internetnutzung wird durch mobile Endgeräte beeinflusst: 30 Prozent geben an, dass die Zeit im Internet stark gestiegen ist, 32 Prozent sehen leichten Anstieg
- Niedrigste Zahlungsbereitschaft für mobiles Internet (mtl.): 20,50 Euro
- 44 Prozent können sich bereits heute einen Verzicht auf kabelgebundenes Internet vorstellen. 47 Prozent geben an, dass sie das mobile Internet intensiver nutzen würden, wenn die mobilen Internetverbindungen schneller als heute wären

### Typ 5: Digitale Profis (12 Prozent)\*



- Einfluss mobiler Endgeräte auf Internetnutzung: 34 Prozent geben an, viel mehr Zeit im Internet zu verbringen, bei 37 Prozent ist die Zeit im Internet gleich geblieben
- Durchschnittliche Zahlungsbereitschaft für mobiles Internet (mtl.): 22,80 Euro
- Lediglich 21 Prozent geben an, dass für Dienste, die sie unterwegs nutzen wollen, die Verbindungen derzeit schon schnell genug sind. 28 Prozent glauben, dass mobiles Internet niemals schnell genug sein wird, um auf stationäres Internet verzichten zu können

### Typ 6: Digitale Avantgarde (5 Prozent)\*



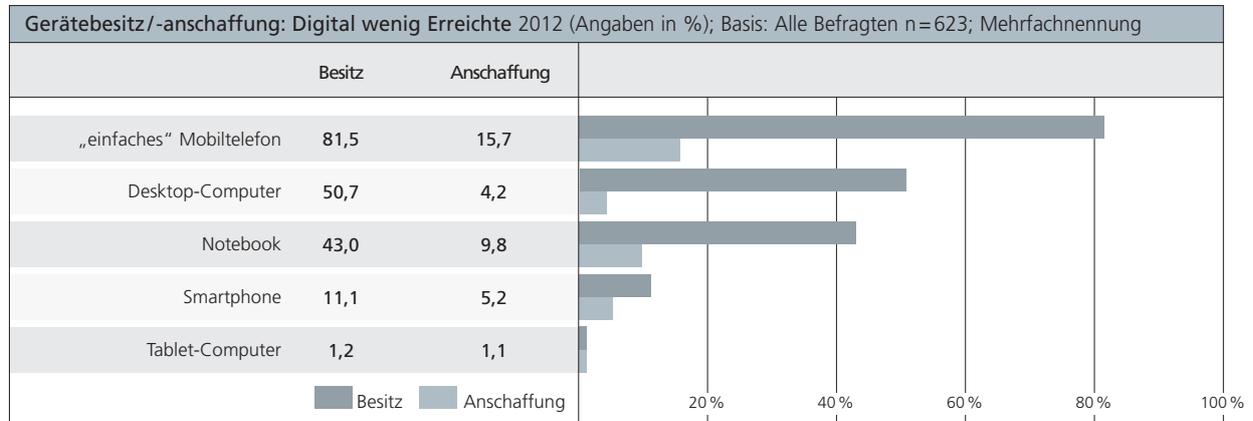
- Bei jedem Zweiten ist durch mobile Endgeräte die Verweildauer im Internet stark angestiegen (55 Prozent)
- Leicht unterdurchschnittliche Zahlungsbereitschaft für mobiles Internet (mtl.): 21,40 Euro
- 57 Prozent würden das mobile Internet mehr nutzen, wenn die Verbindungen schneller wären. 28 Prozent geben an, dass für Dienste, die sie unterwegs nutzen wollen, die Internetverbindungen derzeit schon schnell genug sind

\*Anteil der Typen 2011. Zusätzliche Informationen zu den Typen der digitalen Gesellschaft 2011 finden Sie unter: [www.digitale-gesellschaft.info](http://www.digitale-gesellschaft.info)

## Gerätebesitz und geplante Geräteanschaffung

Frage: Welche der folgenden Geräte besitzen Sie derzeit?/Welche der folgenden Geräte planen Sie in den nächsten zwölf Monaten (neu) anzuschaffen? (Mehrfachnennungen möglich)

### Digital wenig Erreichte



Die Hardwareausstattung in deutschen Haushalten wird immer vielfältiger, vor allem durch die Verbreitung mobiler Endgeräte. Betrachtet man aktuelle Absatzzahlen, so zeigt sich ein starkes Wachstum bei mobilen Endgeräten: 2011 wurden in Deutschland rund zwölf Millionen Smartphones und zwei Millionen Tablet-Computer verkauft.

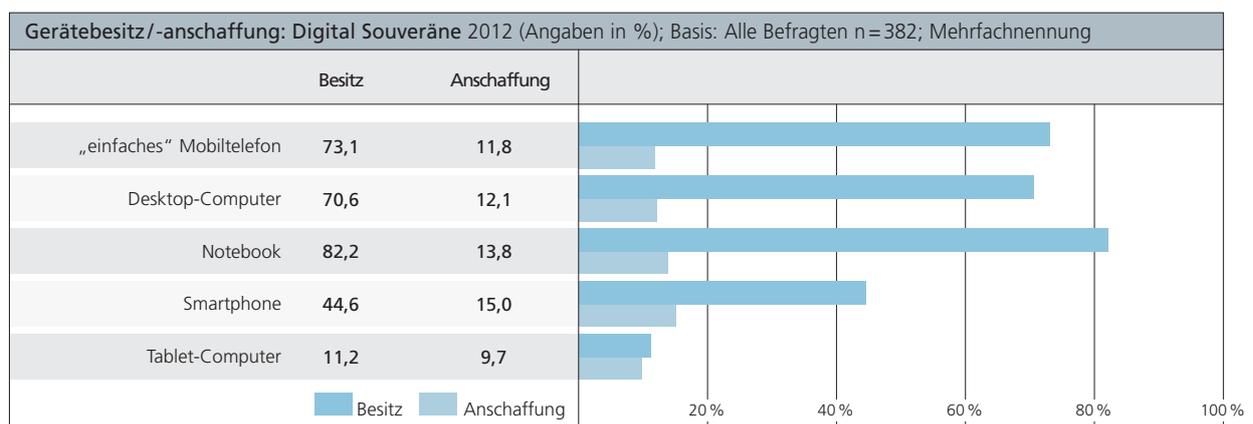
Bei näherer Betrachtung der einzelnen Nutzergruppen der digitalen Gesellschaft wird jedoch deutlich, dass die Hardwareausstattung noch immer auf sehr unterschiedlichem Niveau ist:

**Digital wenig Erreichte** verfügen über eine solide Grundausrüstung: Über 80 Prozent besitzen derzeit ein „einfaches“ Mobiltelefon, jeder Zweite dieser Gruppe hat einen Desktop-Computer, 43 Prozent besitzen ein Notebook. Bei Smartphones und Tablet-Computer zeigt sich ein anderes Bild: Lediglich elf Prozent haben ein Smartphone und ein Prozent besitzt einen Tablet-Computer. Rund fünf Prozent planen jedoch, in naher Zukunft ein Smartphone zu erwerben.

**Digital Souveräne** besitzen eine umfassende Hardwareausstattung, in allen Kategorien: Acht von zehn Digital Souveränen verfügen über ein Notebook, ein Mobiltelefon besitzen derzeit 73 Prozent. Auch bei den mobilen Endgeräten Smartphone und Tablet-Computer zeigen sich im Vergleich deutlich höhere Werte: 45 Prozent besitzen ein Smartphone, jeder Zehnte besitzt bereits einen Tablet-Computer. Bei der Anschaffungsplanung zeigt sich, dass jeder Zehnte in den nächsten zwölf Monaten den Erwerb von Hardware plant.

Die Studie zeigt, dass derzeit vor allem Befragte die Anschaffung von Hardware planen, die bisher dieses Endgerät noch nicht besitzen – die (Wieder-)Beschaffungsabsicht liegt derzeit jedoch insgesamt auf niedrigerem Niveau.

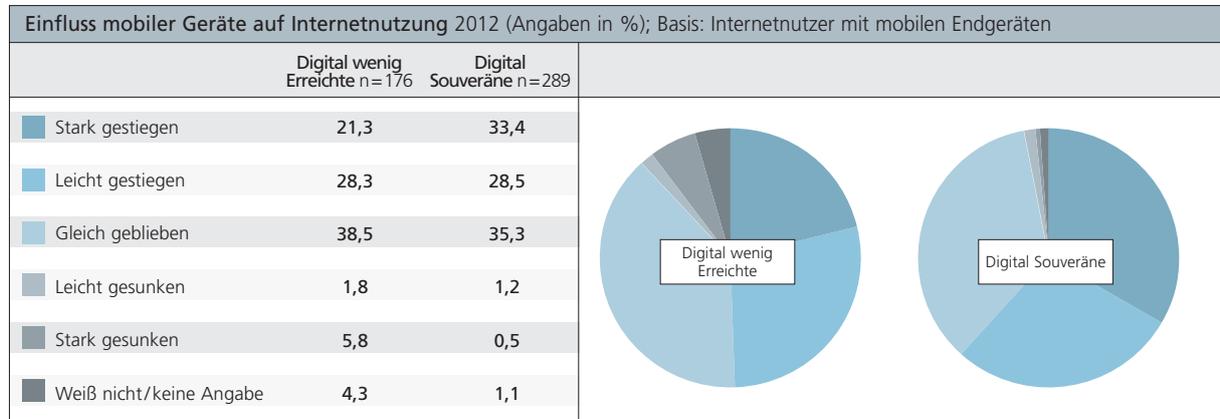
### Digital Souveräne



## Einfluss mobiler Geräte auf die allgemeine Internetnutzung

**Frage:** Wenn Sie jetzt einmal an die Zeit insgesamt denken, die Sie mit der Internetnutzung verbringen: Würden Sie sagen, die Zeit, die Sie insgesamt im Internet verbringen, ist durch mobile Endgeräte...

### Digital wenig Erreichte vs. Digital Souveräne



Durch mobile Endgeräte entsteht nicht nur ein alternativer Zugang zu Internetangeboten, vielmehr werden dadurch eine neue Kategorie des Konsums von Inhalten und eine neue Qualität der Interaktion zwischen den Nutzern der digitalen Welt ermöglicht.

Doch nicht nur die Art der Internetnutzung wird durch mobile Endgeräte beeinflusst, auch die im Internet verbrachte Zeit kann dadurch verändert werden. Inwiefern die Zeit, die deutsche Onliner im Internet verbringen, durch die Verbreitung mobiler Endgeräte beeinflusst wird, wurde deshalb in der Studie untersucht.

Bei Besitzern mobiler Endgeräte (Notebook, Smartphone oder Tablet-Computer) gibt bei den **Digital wenig Erreichten** jeder Zweite an, vermehrt online zu sein. Ähnlich äußern sich auch die **Digital Souveränen**: 62 Prozent dieser Gruppe verbringen durch mobile Geräte mehr Zeit im Internet. Das Internetverhalten ändert sich jedoch nicht unbedingt durch den Besitz eines mobilen Gerätes: Immerhin 39 Prozent der Digital wenig Erreichten und jeder Dritte der Digital Souveränen geben an, dass sie durch mobile Devices nicht mehr Zeit im Internet verbringen.

### Typenspezifische Besonderheiten



#### **Berufsnutzer:**

40 Prozent der Berufsnutzer geben an, dass durch den Besitz mobiler Endgeräte die im Internet verbrachte Zeit weitgehend konstant geblieben ist. Immerhin jeder Dritte ist durch Notebook, Smartphone und/oder Tablet-Computer jetzt etwas länger im Netz unterwegs (31 Prozent).



#### **Trendnutzer:**

Mobile Endgeräte haben bei Trendnutzern zu einer Veränderung des Internetverhaltens geführt. Ein Drittel dieser Gruppe gibt an, durch mobile Endgeräte viel mehr Zeit im Internet zu verbringen (30 Prozent), ein weiteres Drittel ist etwas länger im Internet unterwegs (32 Prozent). Immerhin 36 Prozent geben an, dass ihr Surfverhalten sich nicht geändert hat.



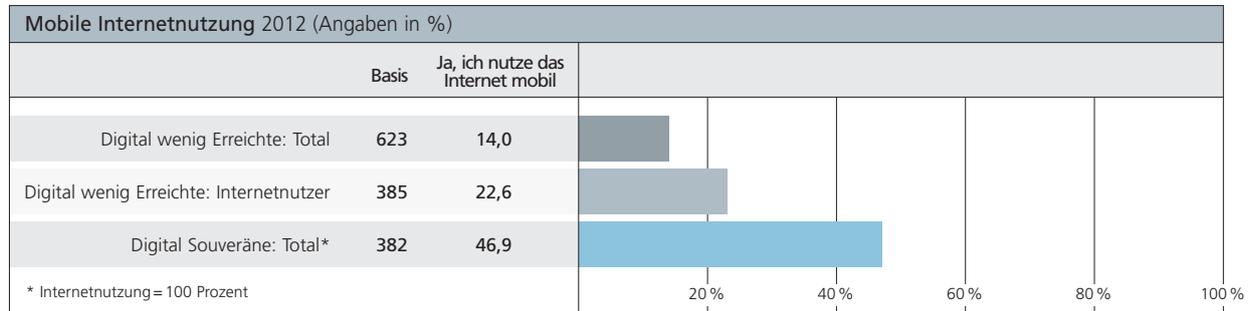
#### **Digitale Profis:**

Rund ein Drittel (34 Prozent) verbringt durch mobile Endgeräte viel mehr Zeit im Internet, gleichzeitig geben 37 Prozent der Profis an, ihr Internetverhalten nicht geändert zu haben.

## Mobile Internetnutzung

Frage: Nutzen Sie derzeit persönlich aus privaten und/oder aus beruflichen Gründen das Internet auch über das Datennetz eines Mobilfunkanbieters?

### Digital wenig Erreichte vs. Digital Souveräne



Die Ergebnisse zeigen, dass das mobile Internet sehr unterschiedlich bei einzelnen Typen der digitalen Gesellschaft angekommen ist. Während bereits jeder zweite **Digital Souveräne** (47 Prozent) den mobilen Internetzugang nutzt, haben bei den **Digital wenig Erreichten** lediglich 14 Prozent Zugang zum mobilen Internet.

Bei näherer Betrachtung der mobilen Internetnutzer in der Gruppe der Digital wenig Erreichten wird deutlich, dass Interneterfahrung über stationäres Internet bzw. WLAN dazu führt, auch mobiles Internet über das Netz eines Mobilfunkproviders zu nutzen: 23 Prozent der Internetnutzer dieser Gruppe nutzen derzeit mobiles Internet, im Vergleich zu allen Befragten dieser Gruppe mit 14 Prozent.

Ein Vergleich der einzelnen Typen zeigt, dass bei **Trendnutzern**, **Digitalen Profis** und der **Digitalen Avantgarde** über 45 Prozent das Internet über das Mobilfunknetz verwenden (u.a. Digitale Profis: 49 Prozent). Ein ganz anderes Bild zeigt sich bei den Digital wenig Erreichten: Während bei den **Digitalen Außenseitern** erst 0,3 Prozent mobiles Internet nutzen, sind es bei den **Gelegenheitsnutzern** 21 Prozent.

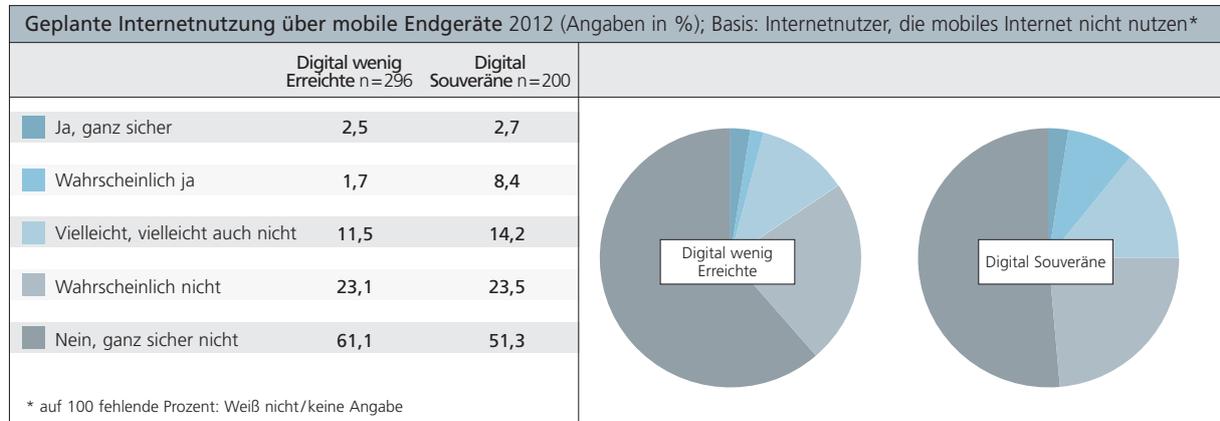
Gründe für den Anstieg der mobilen Internetnutzung können sehr vielfältig sein: u. a. gefallene Preise, neue Endgeräte, steigende Übertragungsgeschwindigkeiten, aber auch die Anzahl mobiler Dienste. Es ist jedoch davon auszugehen, dass LTE (Long Term Evolution) den Markt sowie die Nutzung des mobilen Internets nochmals deutlich verändern wird. Erste Angebote gibt es bereits, dennoch glauben die Befragten nicht, dass dauerhaft stationäres Internet durch mobiles Internet ersetzt werden wird (vgl. S. 18).



## Geplante Internetnutzung über mobile Endgeräte

**Frage:** Planen Sie, das Internet innerhalb der nächsten zwölf Monate auch mobil, d. h. über das Datennetz eines Mobilfunkanbieters, zu nutzen?

### Digital wenig Erreichte vs. Digital Souveräne



Nicht jeder Besitzer eines mobilen Endgerätes nutzt auch automatisch damit das Internet. 26 Prozent der **Digital wenig Erreichten** nutzen z. B. noch kein Internet über ihr Smartphone, bei den **Digital Souveränen** sind es aktuell 15 Prozent (vgl. S. 15).

16 Prozent der Digital wenig Erreichten, die bereits online sind, wollen in den nächsten zwölf Monaten auch einen mobilen Internetzugang neu nutzen. Dennoch gibt es noch immer Internetnutzer, die sich bewusst gegen das mobile Internet entschieden haben und auch nicht planen, diesen Zugangsweg innerhalb der nächsten Monate anzuschaffen. Die Studie zeigt, dass rund 60 Prozent der wenig Erreichten aktuell keinerlei Interesse haben, das mobile Internet zu nutzen. Eine Entwicklung bei den wenig Erreichten sticht hier hervor: Bei den **Berufsnutzern** gibt jeder Zehnte an, in naher Zukunft mobiles Internet sicher nutzen zu wollen.

Ein etwas anderes Bild ist bei den Digital Souveränen zu sehen: Hier plant jeder vierte Nichtnutzer, sich innerhalb der nächsten zwölf Monate einen Zugang zum mobilen Internet anzuschaffen. Jeder Zweite hat sich derzeit noch bewusst gegen diesen Internetzugang entschieden und hat auch nicht vor, dies in naher Zukunft zu ändern.

### Typenspezifische Besonderheiten



#### Gelegenheitsnutzer:

Bei den Gelegenheitsnutzern zeigt sich noch große Unentschlossenheit. Drei Prozent der Nichtnutzer werden gegenwärtig mit (großer) Sicherheit innerhalb der nächsten Monate mobil online sein – dennoch haben sich 58 Prozent bewusst gegen diesen Internetzugang entschieden.



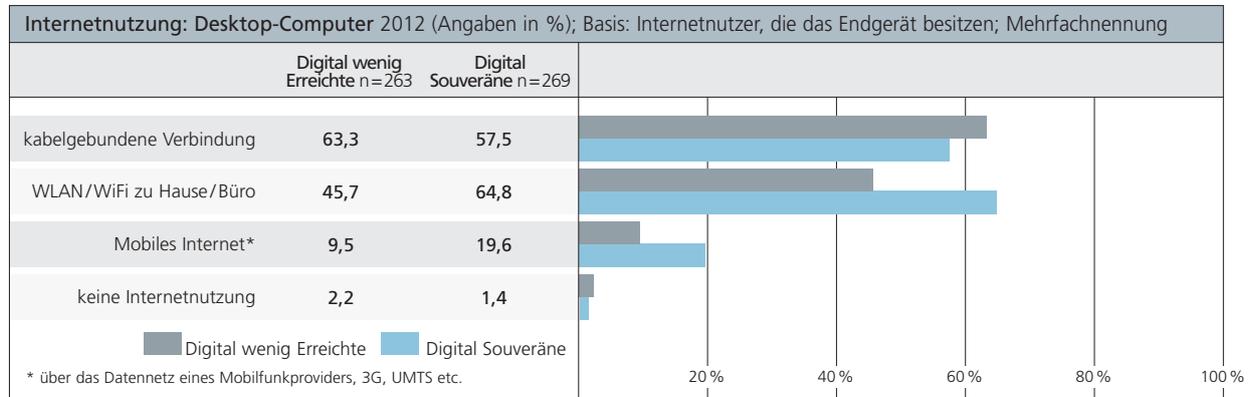
#### Berufsnutzer:

Bei den Berufsnutzern zeigt sich eine größere Entschlossenheit: Zehn Prozent wollen ganz sicher mobiles Internet innerhalb der nächsten zwölf Monate nutzen, ein Prozent gibt an, es wahrscheinlich nutzen zu wollen, weitere sechs Prozent sind derzeit noch unentschlossen („vielleicht, vielleicht auch nicht“). Gleichzeitig ist der Anteil der entschiedenen Verweigerer hier höher (70 Prozent).

## Internetnutzung über Endgeräte

Frage: Wie nutzen Sie derzeit das Internet mit Ihren Endgeräten? (Mehrfachnennungen möglich)

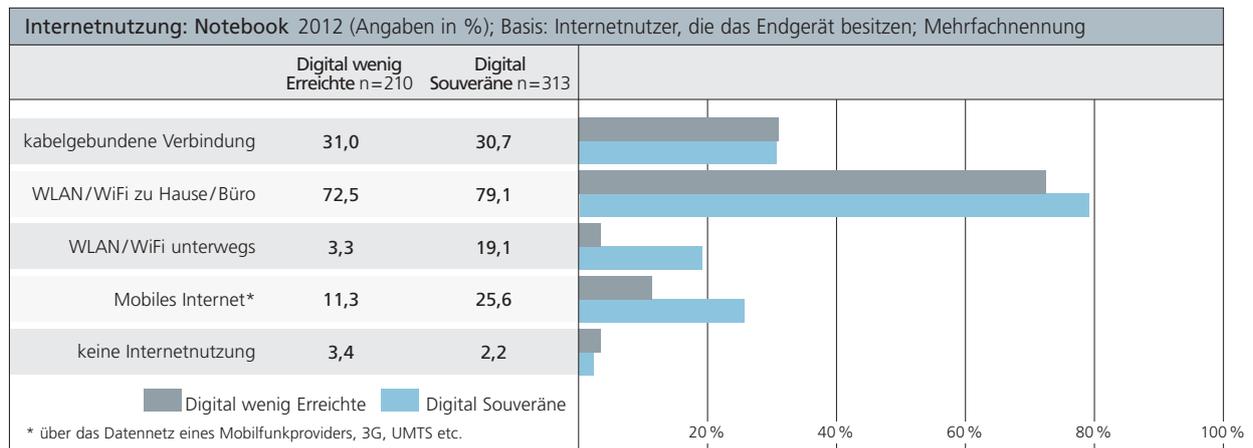
### Desktop-Computer



Der Desktop-Computer wird von den **Digital wenig Erreichten** derzeit überwiegend für stationäres, kabelgebundenes Internet genutzt. Dennoch nutzt bereits jeder Zweite dieser Gruppe auch kabellosen Internetzugang zu Hause bzw. im Büro. Eine Sonderstellung nehmen die **Digitalen Außenseiter** ein: aktuell nutzen diese mit ihrem Desktop-Computer nur kabelgebundenes Internet bzw. WLAN/WiFi zu Hause/Büro.

Ein ganz anderes Bild erkennt man bei den **Digital Souveränen**: Hier nutzen bereits zwei Drittel der Desktop-Besitzer das Internet über WLAN/WiFi – 58 Prozent gehen derzeit aber auch über stationäre, kabelgebundene Verbindungen mit ihrem Desktop-Computer ins Internet.

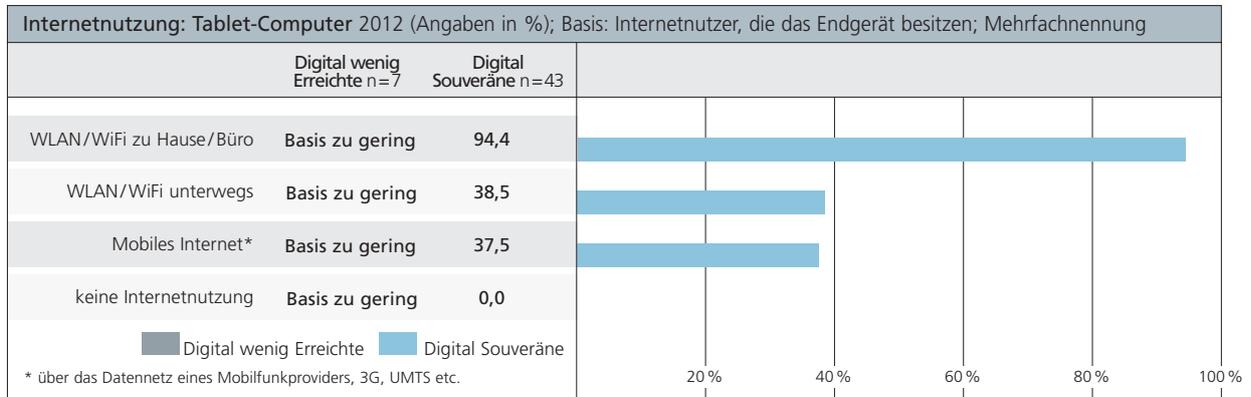
### Notebook



Das Internet wird von den Notebook-Besitzern privat bzw. beruflich überwiegend über WLAN genutzt. Bei den **Digital wenig Erreichten** sind dies drei Viertel der Besitzer, bei den **Digital Souveränen** sogar 79 Prozent.

Doch auch unterwegs wird das Notebook für den Internetzugang genutzt: 26 Prozent der Digital Souveränen gehen über das Datennetz eines Mobilfunkproviders ins Internet, jeder Fünfte nutzt unterwegs WLAN-Angebote, u. a. Hotspots. Bei den Digital wenig Erreichten ist hier noch eine gewisse Zurückhaltung zu sehen: Elf Prozent nutzen mobiles Internet, lediglich drei Prozent nutzen WLAN-Zugänge unterwegs.

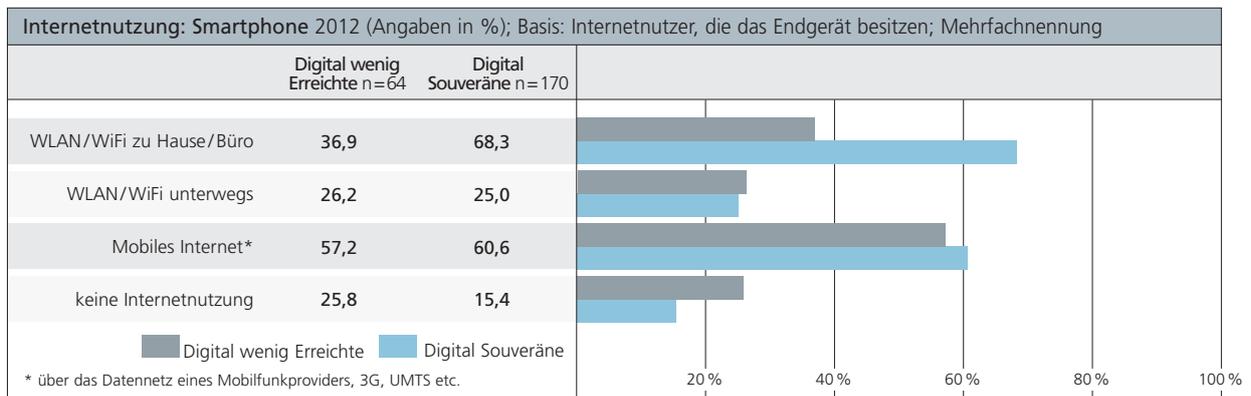
## Tablet-Computer



Aktuelle Studien zeigen, dass der Nutzungskontext von Tablet-Computern sehr vielfältig ist. Laut Digital Life 2011 nutzen 43 Prozent der Tablet-Besitzer ihr Endgerät unterwegs, 41 Prozent beim Fernsehen, jeweils 24 Prozent verwenden es beim Kochen oder Shoppen.

Die unterschiedlichen Einsatzbereiche spiegeln sich auch an den Internetzugängen der **Digital Souveränen** wider: WLAN zu Hause oder im Büro nutzen 94 Prozent, unterwegs über WLAN bzw. über das Datennetz eines Mobilfunkproviders gehen 39 bzw. 38 Prozent der Tablet-Besitzer ins Internet. Die einzelnen Typen der Digital Souveränen zeigen hier alle ein ähnlich hohes Niveau.

## Smartphone



Die Besitzer von Smartphones nutzen das Internet vor allem über mobile Internetverbindungen: **Digital wenig Erreichte** mit 57 Prozent und **Digital Souveräne** mit 61 Prozent sind hier auf ähnlich hohem Niveau. Interessant ist, dass Digital wenig Erreichte sich primär über mobile Internetverbindungen einwählen (57 Prozent), während bei den souveränen Nutzern sowohl WLAN zu Hause/im Büro als auch mobiles Internet von über 60 Prozent genutzt wird.

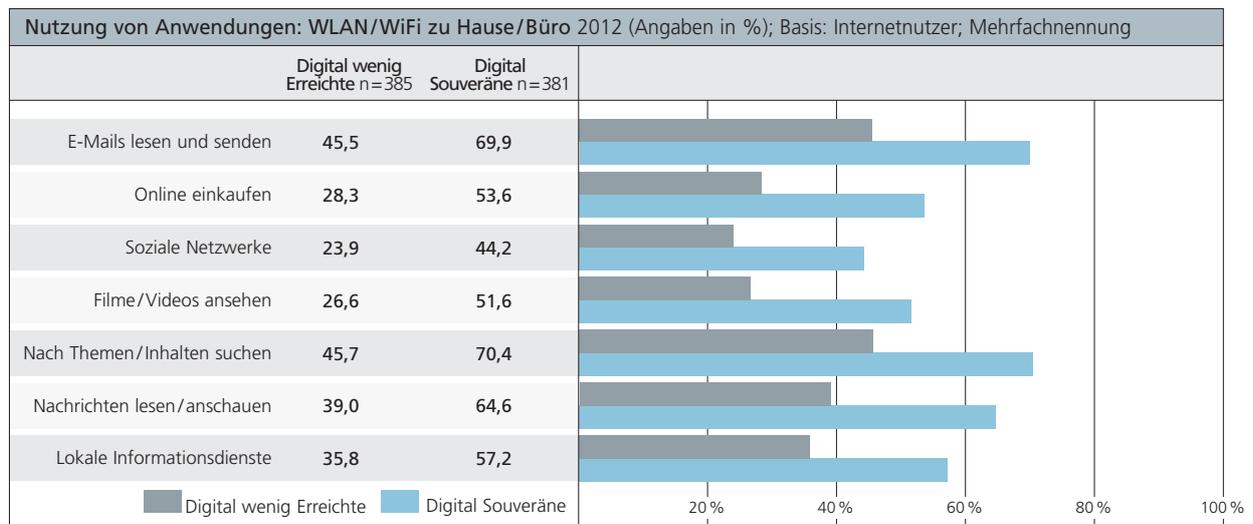
## Nutzung von Anwendungen nach Verbindungsart

Frage: Bitte geben Sie an, welche der folgenden Internetanwendungen Sie über welche Internetverbindung nutzen. (Mehrfachnennungen möglich)

### Kabelgebundene Verbindung



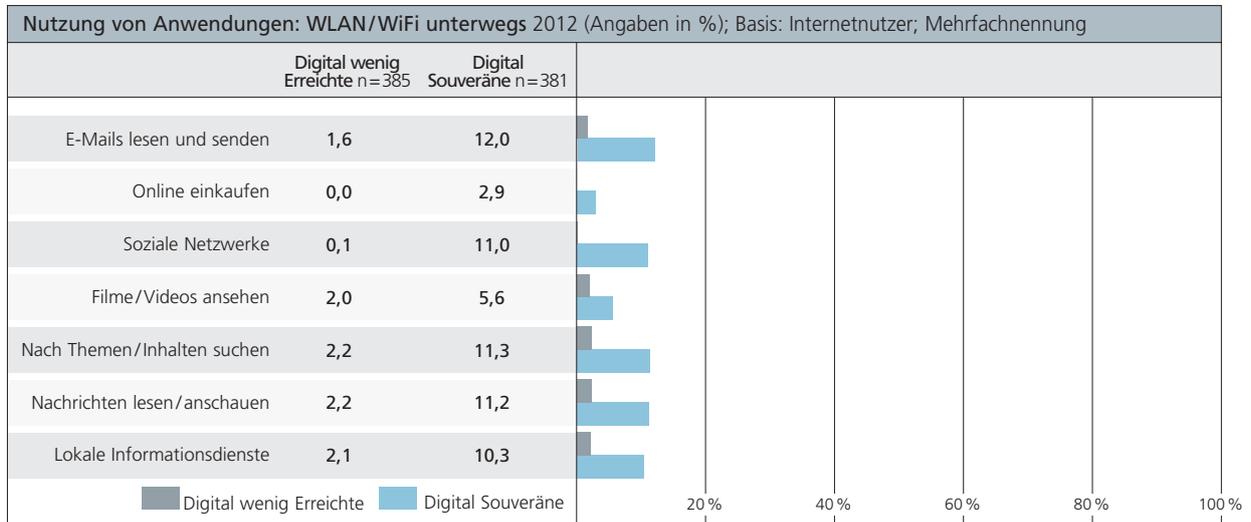
### WLAN/WiFi zu Hause/Büro



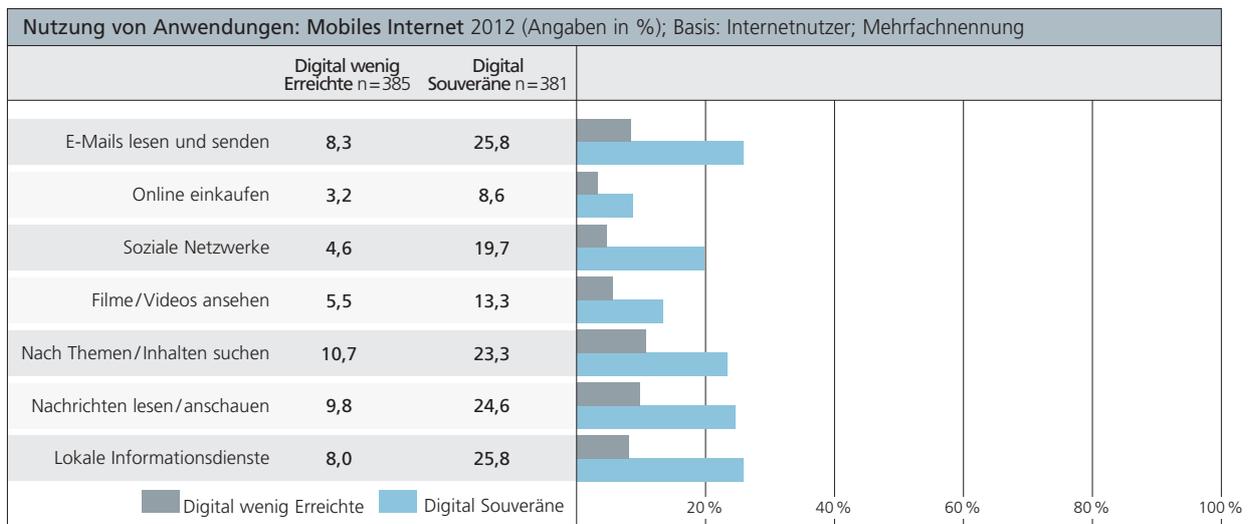
Das Spektrum der Anwendungen, das Onliner stationär nutzen, d. h. kabelgebunden bzw. über WLAN/WiFi zu Hause bzw. im Büro ist sehr umfassend. Die Studie zeigt, dass E-Mails, Internetrecherche und das Lesen von Nachrichten die am häufigsten genutzten Anwendungen der Internetnutzer darstellen – über alle Typen hinweg. Wesentliche Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen werden bei sozialen Netzwerken und dem Online-Shopping deutlich.

Die zwei Gruppen unterscheiden sich nicht nur in den Anwendungen, sondern auch in den Zugangsarten. Während die **Digital wenig Erreichten** weitgehend zu gleichen Anteilen die dargestellten Zugangsarten für die genutzten Anwendungen einsetzen, favorisieren die **digital souveränen Nutzer** über alle Anwendungen den kabellosen Zugang: Jeweils 70 Prozent der souveränen Internetnutzer bearbeiten E-Mails sowie Internetrecherchen über einen WLAN-Zugang – lediglich jeder Zweite nutzt hierfür auch kabelgebundenes Internet.

## WLAN/WiFi unterwegs



## Mobiles Internet über das Datennetz eines Mobilfunkproviders



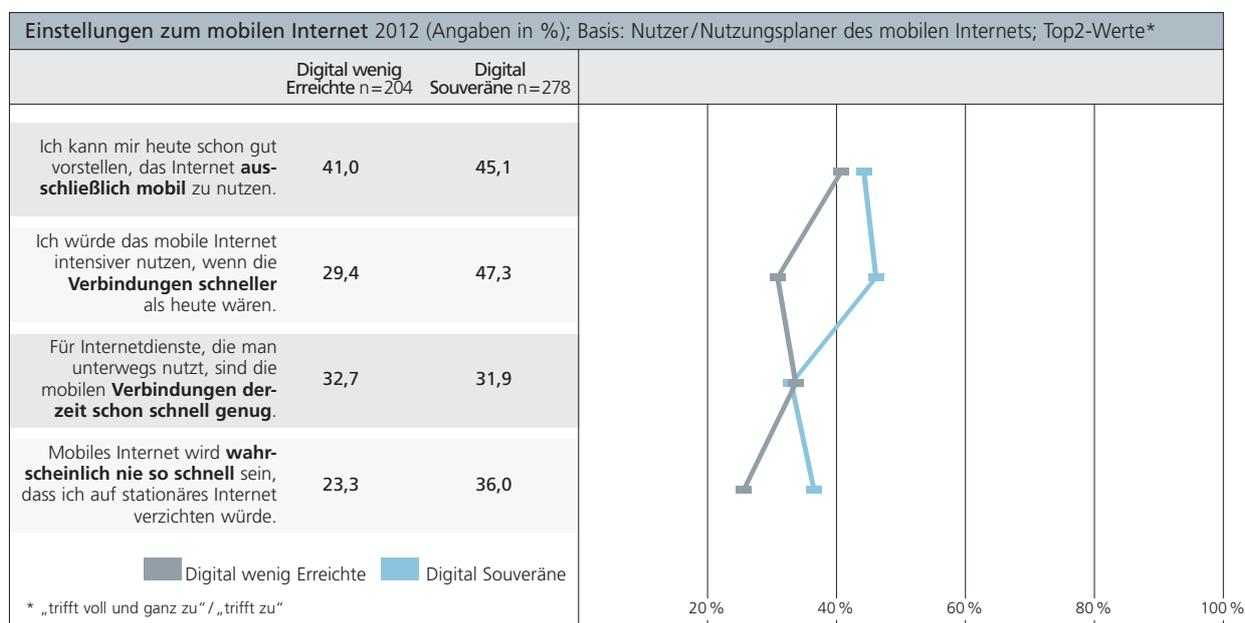
Noch ist die Nutzung mobiler Internetdienste vergleichsweise gering. Insbesondere die **Digital wenig Erreichten** sind hier noch sehr zurückhaltend. Auch bei den **Digital Souveränen** zeigen sich deutliche Unterschiede bei der Nutzung von mobilen Internetzugängen: Während mobiles Internet über das Netz eines Mobilfunkproviders von den Digital Souveränen für Anwendungen wie E-Mail und lokale Informationsdienste bereits von 26 Prozent eingesetzt werden, sind die Nutzungsraten mit zwölf bzw. zehn Prozent über WLAN-Zugänge unterwegs deutlich niedriger. Aber auch beim mobilen Internet gibt es noch Unterschiede bei der Nutzung. Insbesondere intensive Dienste, wie das Streamen von Filmen oder Videos, werden derzeit erst von 13 Prozent genutzt.

Ein Grund hierfür kann in den teilweise geringen Übertragungsgeschwindigkeiten des mobilen Internets liegen: Derzeit geben 47 Prozent der Digital Souveränen an, dass sie das mobile Internet intensiver nutzen würden, wenn die Geschwindigkeiten höher wären (vgl. S. 18).

## Einstellungen zum mobilen Internet

Frage: Inwieweit treffen folgende Aussagen auf Sie persönlich zu? Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 5. Eine 1 bedeutet „trifft voll und ganz zu“, eine 5 bedeutet „trifft überhaupt nicht zu“.

### Digital wenig Erreichte vs. Digital Souveräne



Das mobile Internet in Deutschland wird vor allem durch den Ausbau von LTE eine entscheidende Änderung erfahren. Dadurch wird mobiles Internet zukünftig für viele Internetnutzer eine wirkliche Alternative zum stationären Breitband darstellen. Inwiefern die Befragten bereits mit den bisherigen Internetgeschwindigkeiten zufrieden sind und ob sich Nutzer bzw. Nutzungsplaner eine Substitution des stationären Internets durch mobiles Internet vorstellen können, wurde näher untersucht.

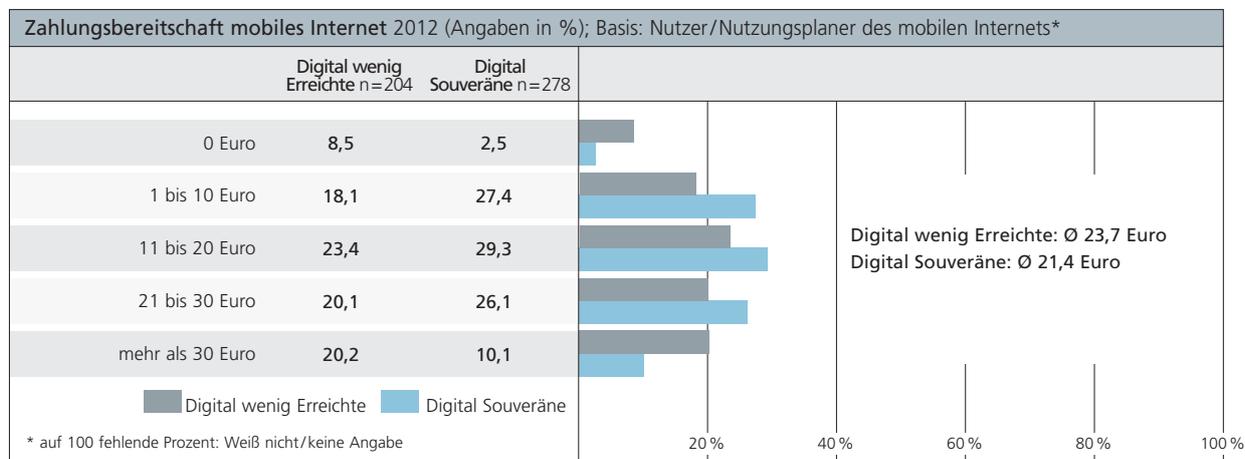
Die Ergebnisse zeigen, dass die Nutzer bzw. Nutzungsplaner sich derzeit sehr offen gegenüber einer Substitution des stationären Internets durch mobiles Internet zeigen: 41 Prozent der **Digital wenig Erreichten** und 45 Prozent der **Digital Souveränen** stimmen dieser Aussage zu. Dies wird jedoch dadurch relativiert, dass derzeit 36 Prozent der Digital Souveränen denken, dass der Verzicht auf kabelgebundenes Internet nie bzw. nicht in naher Zukunft möglich sein wird.

Ein konkreter Wunsch hinsichtlich des Ausbaus mobiler Bandbreiten wird in der Studie deutlich: 47 Prozent der Digital Souveränen geben an, dass sie das mobile Internet intensiver nutzen würden, falls die Verbindungen schneller werden. Hier zeigt sich, dass die wenig Erreichten aufgrund ihres Nutzungsverhaltens mit den aktuellen Übertragungsgeschwindigkeiten zufriedener sind. Lediglich 29 Prozent geben an, dass sie bei verbesserter Geschwindigkeit das mobile Internet mehr nutzen würden.

## Zahlungsbereitschaft mobiles Internet

Frage: Wie viel sind Sie monatlich maximal bereit, für mobiles Internet zu bezahlen?

### Digital wenig Erreichte vs. Digital Souveräne



Die Auswahl an Datentarifen für mobiles Internet ist sehr groß, u. a. Flatrate, Tagespauschalen, nutzungsabhängige Gebühren oder auch Prepaid sind möglich. Entsprechend unterschiedlich sind auch die Kosten, die auf die Nutzer zukommen. Wie viel die einzelnen Nutzergruppen zu zahlen bereit sind, soll hier gezeigt werden.

Die Zahlungsbereitschaft für mobiles Internet in Deutschland befindet sich in allen Gruppen auf relativ hohem Niveau. Im Durchschnitt sind die **Digital wenig Erreichten** bereit, monatlich bis zu 23,70 Euro für mobiles Internet zu bezahlen. Die Zahlungsbereitschaft der **Digital Souveränen** ist mit 21,40 Euro nur etwas niedriger.

Lediglich drei Prozent der souveränen Nutzer bzw. neun Prozent der wenig Erreichten geben an, dass sie nicht bereit sind, für mobiles Internet zu bezahlen. Gleichzeitig sind auch 20 Prozent der Digital wenig Erreichten bzw. zehn Prozent der Digital Souveränen bereit, 30 Euro und mehr für die Nutzung ihres mobilen Internetzugangs monatlich zu investieren.

Beim Vergleich der einzelnen Typen zeigt sich, dass insbesondere die **Berufsnutzer** bereit sind, tiefer in die Tasche zu greifen: Bis zu 25,50 Euro würden sie monatlich für mobiles Internet bezahlen. Dagegen sind die **Trendnutzer** mit 20,50 Euro etwas sparsamer beim mobilen Surfen.

### Typenspezifische Besonderheiten



#### Berufsnutzer:

Jeder vierte Berufsnutzer ist bereit, monatlich zwischen elf und 20 Euro (23 Prozent) zu bezahlen; jeder Zweite gibt an, 21 Euro und mehr als Preis zu akzeptieren. Mit 25,50 Euro ist die Gruppe der Berufsnutzer in der digitalen Gesellschaft die Gruppe, die die höchste Zahlungsbereitschaft aufweist.



#### Trendnutzer:

Lediglich jeder zehnte Trendnutzer ist bereit, mehr als 30 Euro für mobiles Internet zu bezahlen; jeder Dritte gibt an, bis zu zehn Euro bezahlen zu wollen (35 Prozent). Entsprechend ist die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft mit 20,50 Euro im Vergleich der Typen am niedrigsten.

# Mobiles Internet in der deutschen Gesellschaft

## Gerätebesitz und geplante Geräteanschaffung:

|                   | „einf.“ Mobiltelefon | Desktop-Computer | Notebook | Smartphone | Tablet-Computer |
|-------------------|----------------------|------------------|----------|------------|-----------------|
| Aktueller Besitz  | 78,3 %               | 58,2 %           | 57,9 %   | 23,8 %     | 5,0 %           |
| Gepl. Anschaffung | 14,2 %               | 7,2 %            | 11,3 %   | 8,9 %      | 4,4 %           |

Basis: Alle Befragten; Mehrfachnennung

- In Deutschland besitzt jeder Zweite einen Desktop-Computer und/oder ein Notebook. Über 78 Prozent besitzen ein Mobiltelefon, jeder Vierte sogar ein Smartphone; Tablet-Computer sind bei fünf Prozent der Deutschen vorhanden
- Notebooks werden bei der Anschaffung dem Desktop-Computer vorgezogen; die neueste Gerätegeneration Tablet-Computer erfreut sich großer Beliebtheit, in den nächsten zwölf Monaten wird sich die Nutzerzahl voraussichtlich verdoppeln

## Einfluss mobiler Endgeräte auf die allgemeine Internetnutzung:

|        | Stark gestiegen | Leicht gestiegen | Gleich geblieben | Leicht gesunken | Stark gesunken |
|--------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|----------------|
| Gesamt | 28,8 %          | 28,5 %           | 36,5 %           | 1,4 %           | 2,5 %          |

Basis: Internetnutzer mit mobilen Endgeräten; auf 100 fehlende Prozent: Weiß nicht /keine Angabe

- 57,3 Prozent der Befragten, die ein oder mehrere mobile Endgeräte besitzen, geben an, durch diese Geräte mehr Zeit im Internet zu verbringen. 36,5 Prozent haben das Internetverhalten durch mobile Geräte nicht geändert

## Mobile Internetnutzung\*:

|      | Gesamt* | Internetnutzer** |
|------|---------|------------------|
| Ja   | 26,5 %  | 34,8 %           |
| Nein | 73,5 %  | 65,2 %           |

Basis: Alle Befragten bzw. Internetnutzer; \* über das Datennetz eines Mobilfunkproviders, 3G, UMTS etc.

- 26,5 Prozent der Deutschen sind mobil im Internet unterwegs
- Betrachtet man nur die Internetnutzer, ist der Anteil höher: 34,8 Prozent nutzen mobiles Internet

## Geplante Internetnutzung über mobile Endgeräte:

|        | Ganz sicher | Wahrscheinlich ja | Vielleicht/viell. nicht | Wahrscheinl. nicht | Ganz sicher nicht |
|--------|-------------|-------------------|-------------------------|--------------------|-------------------|
| Gesamt | 2,6 %       | 4,4 %             | 12,5 %                  | 23,3 %             | 57,1 %            |

Basis: Internetnutzer, die mobiles Internet nicht nutzen; auf 100 fehlende Prozent: Weiß nicht /keine Angabe

- 57,1 Prozent der deutschen Onliner ohne mobilen Internetzugang wollen in den nächsten zwölf Monaten dieses ganz sicher nicht nutzen. 19,5 Prozent planen, in den nächsten Monaten zusätzlich einen mobilen Internetzugang anzuschaffen

## Internetnutzung über Endgeräte:

|                  | Kabel-Verbindung | WLAN zu Hause/Büro | WLAN unterwegs | Mobiles Internet* | Keine Internetnutzung |
|------------------|------------------|--------------------|----------------|-------------------|-----------------------|
| Desktop-Computer | 60,4 %           | 55,5 %             | –              | 14,6 %            | 1,8 %                 |
| Notebook         | 30,8 %           | 76,4 %             | 12,8 %         | 19,9 %            | 2,7 %                 |
| Tablet-Computer  | –                | 91,8 %             | 35,4 %         | 36,6 %            | 1,9 %                 |
| Smartphone       | –                | 59,7 %             | 25,3 %         | 59,7 %            | 18,3 %                |

Basis: Internetnutzer, die das Endgerät besitzen; Mehrfachnennung; \* über das Datennetz eines Mobilfunkproviders, 3G, UMTS etc.

- Internetzugang bei Desktop-Computern erfolgt vorwiegend kabelgebunden bzw. über WLAN/WiFi zu Hause/Büro
- Besitzer eines Notebooks nutzen primär privat bzw. beruflich einen kabellosen Internetzugang
- Tablet-Computer werden vorwiegend zu Hause/im Büro zum Surfen verwendet, über 35 Prozent gehen mit dem Tablet auch unterwegs ins Internet – sowohl über WLAN als auch über das Datennetz eines Mobilfunkproviders

### Nutzung von Anwendungen nach Verbindungsart:

|                     | Kabel-Verbindung | WLAN zu Hause/Büro | WLAN unterwegs | Mobiles Internet* |
|---------------------|------------------|--------------------|----------------|-------------------|
| E-Mails             | 45,9 %           | 57,7 %             | 6,8 %          | 17,0 %            |
| Online einkaufen    | 30,7 %           | 40,9 %             | 1,4 %          | 5,9 %             |
| Soziale Netzwerke   | 20,2 %           | 34,0 %             | 5,5 %          | 12,1 %            |
| Filme/Videos        | 28,1 %           | 39,0 %             | 3,8 %          | 9,4 %             |
| Themen suchen       | 43,6 %           | 58,0 %             | 6,7 %          | 17,0 %            |
| Nachrichten lesen   | 36,4 %           | 51,8 %             | 6,7 %          | 17,2 %            |
| Lokale Info-Dienste | 34,5 %           | 46,5 %             | 6,2 %          | 16,9 %            |

Basis: Internetnutzer, Mehrfachnennung; \* über das Datennetz eines Mobilfunkproviders, 3G, UMTS etc.

- Onliner nutzen die aufgeführten Anwendungen primär über WLAN zu Hause/Büro
- Über das mobile Internet werden bereits alle Anwendungen genutzt – ein Großteil der Internetnutzer greift mobil jedoch auf weniger datenintensive Anwendungen zurück, wie E-Mails, Internetrecherche oder Nachrichten lesen; Ausnahme: lokale Informationsdienste

### Einstellungen zum mobilen Internet:

|        | Mobile Nutzung* | Nutzungsintensität** | Geschwindigkeit*** | Substitution**** |
|--------|-----------------|----------------------|--------------------|------------------|
| Gesamt | 43,4 %          | 39,7 %               | 32,3 %             | 30,6 %           |

Basis: Nutzer/Nutzungsplaner des mobilen Internets; Top2-Werte: „trifft voll und ganz zu“ / „trifft zu“; \* Ich kann mir heute schon gut vorstellen, das Internet ausschließlich mobil zu nutzen. \*\* Ich würde das mobile Internet intensiver nutzen, wenn die Verbindungen schneller als heute wären. \*\*\* Für Internetdienste, die man unterwegs nutzt, sind die mobilen Verbindungen derzeit schon schnell genug. \*\*\*\* Mobiles Internet wird wahrscheinlich nie so schnell sein, dass ich auf stationäres Internet verzichten würde.

- Eine ausschließliche Nutzung des mobilen Internets können sich bereits 43,4 Prozent der Nutzer bzw. Nutzungsplaner des mobilen Internets vorstellen
- 39,7 Prozent würden das Internet intensiver nutzen, wenn höhere Übertragungsgeschwindigkeiten möglich wären; lediglich ein Drittel gibt an, mit der derzeitigen Internetgeschwindigkeit auch alle Services nutzen zu können

### Zahlungsbereitschaft mobiles Internet:

|        | 0 Euro | 1 bis 10 Euro | 11 bis 20 Euro | 21 bis 30 Euro | Mehr als 30 Euro |
|--------|--------|---------------|----------------|----------------|------------------|
| Gesamt | 5,0 %  | 23,4 %        | 26,8 %         | 23,6 %         | 14,4 %           |

Basis: Nutzer/Nutzungsplaner des mobilen Internets; auf 100 fehlende Prozent: Weiß nicht /keine Angabe

- Durchschnittlich sind die Befragten bereit, 22,30 Euro im Monat für die mobile Internetnutzung zu zahlen
- 38,0 Prozent der Nutzer bzw. Nutzungsplaner von mobilem Internet sind bereit, 21 Euro und mehr monatlich für diesen Zugang zu bezahlen

## **Ansprechpartner:**

### **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:**

Daniel Ott  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Initiative D21 e. V.  
Telefon 030 / 526 87 22 55  
daniel.ott@initiated21.de

Olaf Reus  
Director Public Affairs & Government Relations  
Huawei Technologies Deutschland GmbH  
Telefon 030 / 20 92 41 40  
olaf.reus@huawei.com

### **Projektleitung und Redaktion:**

Kerstin Dirtheuer  
TNS Infratest GmbH  
Telefon 089 / 56 00 10 71  
kerstin.dirtheuer@tns-infratest.com

### **Impressum:**

Herausgeber:  
Huawei Technologies Deutschland GmbH  
www.huawei.com

Initiative D21 e. V.  
www.initiated21.de

### **Gestaltung und Produktion:**

Kathleen Susan Hiller  
www.viaduct-b.de

### **Illustrationen:**

Malte Knaack  
www.malteknaack.com

### **Bildnachweis:**

© Huawei  
© Nmedia – Fotolia.com  
© demango23 – Fotolia.com

### **Druck:**

SCHWABENDRUCK  
www.schwabendruck.de



