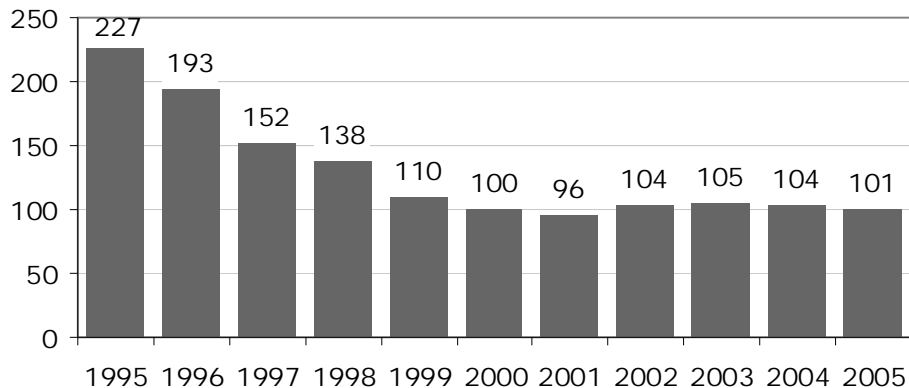
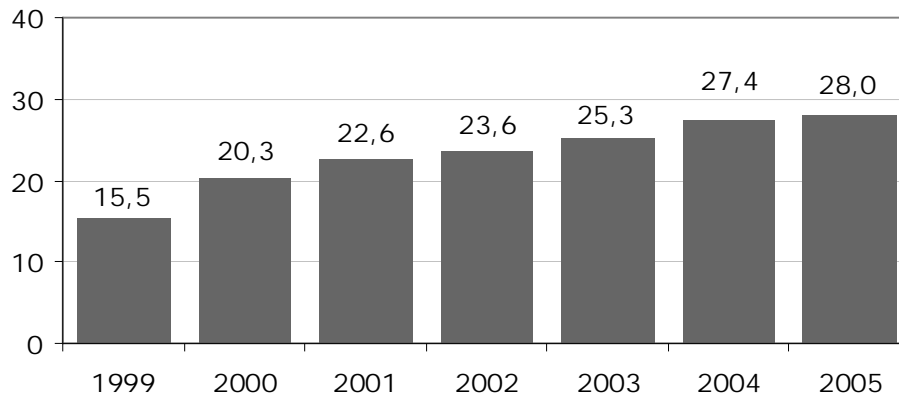


Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Mobilfunk

Oktober 06

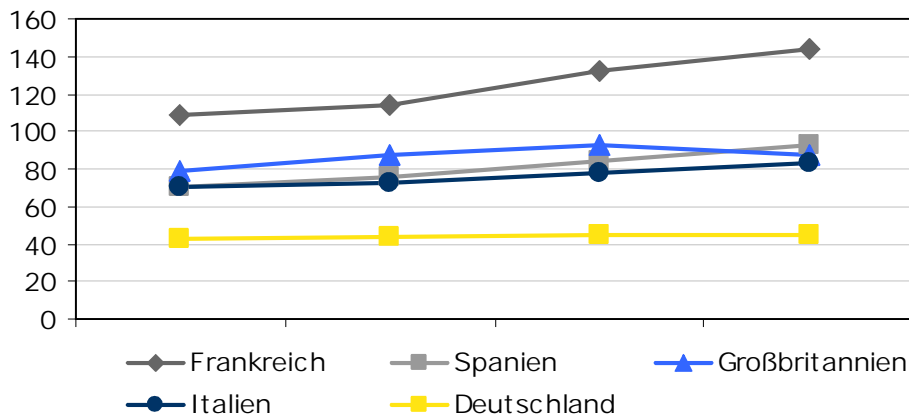
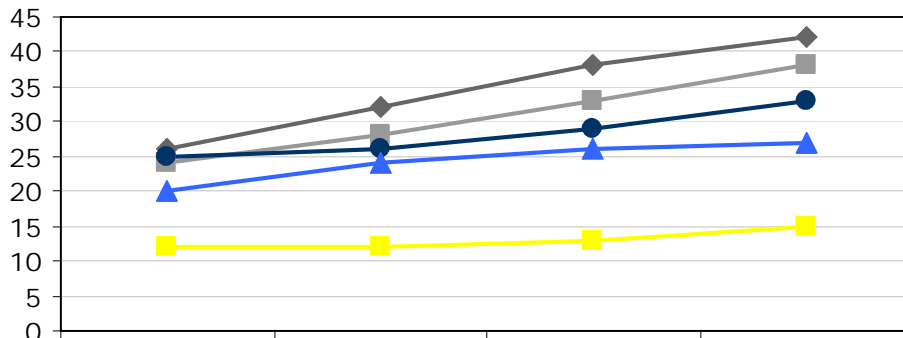
Mobilfunkmarkt: Umsatz- & Preisentwicklung



- Die Umsätze im deutschen Markt steigen kontinuierlich, zuletzt um ca. 2%.
- Die Preise für mobile Dienste sanken in den letzten Jahren kaum. Erst seit 2003 sind leichte Rückgänge zu sehen.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Bundesnetzagentur, Umsätze in Mrd. Euro, Indexpreis mit Jahr 2000=100

Anteil Mobilfunk und abgehende Minuten



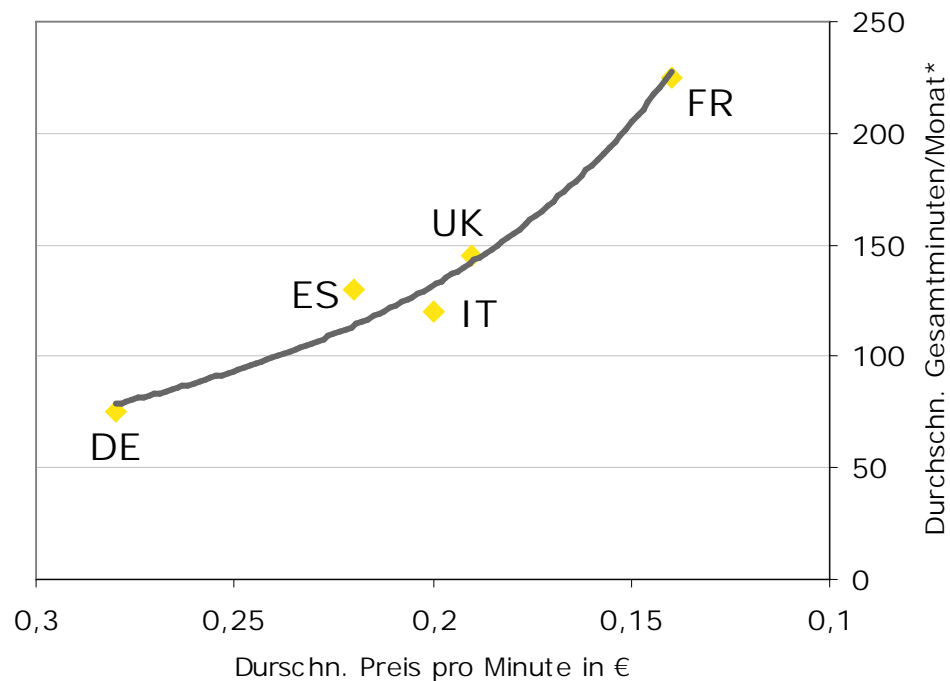
- Der Anteil des Mobilfunks am Gesamtmarkt steigt in Deutschland langsamer als in anderen europäischen Ländern.

- Im Vergleich zu anderen Ländern stagniert in Deutschland die Zahl der telefonierten Mobilminuten. Grund hierfür dürften die stagnierenden Preise sein.

Quelle: Mercer Management Consulting: Festnetzsubstitution durch Mobilfunk 2006, Anteil abgehende Mobilfunkminuten an den abgehenden Gesamtminuten in Prozent; abgehende Mobilminuten pro Kopf und Monat

25. Oktober 2006

Preis-Nutzungsverhältnis



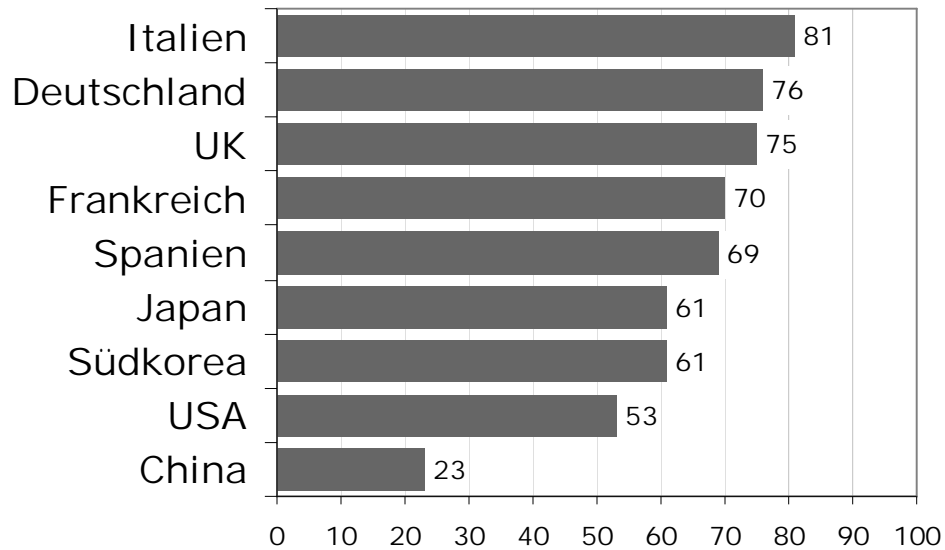
- Deutlicher Zusammenhang zwischen Durchschnittspreisen und telefonierten Minuten.
- Minuten steigen überproportional zu sinkenden Preisen.
- Hohe Mobilfunkpreise führen zu geringer Nutzung in Deutschland.

*Ab- und eingehende Gesprächsminuten (Privat- und Geschäftskunden)

Quelle: Mercer Management Consulting: Festnetzsubstitution durch Mobilfunk, 2006

25. Oktober 2006

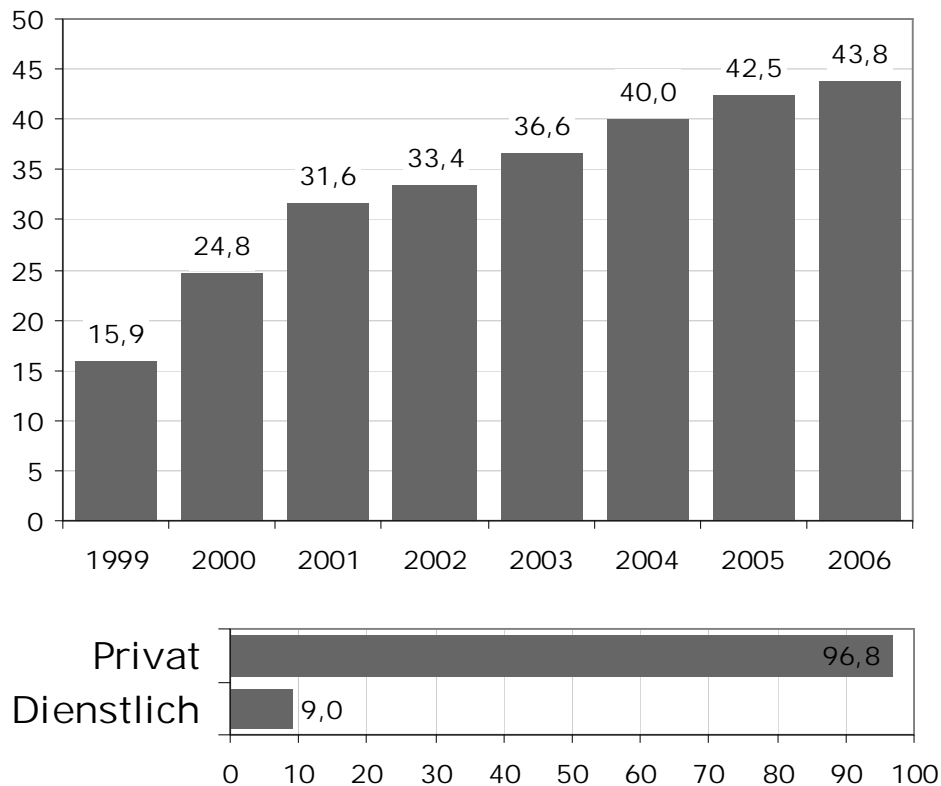
Handynutzung international



- Handy-Petration in Europa sehr hoch.
- Deutschland mit 76 % auf Platz zwei
- USA mit 53 % erstaunlich weit hinten
- China mit viel Potential

Quelle: Forrester, Isobar, 2006, Regelmäßige Nutzung eines Mobiltelefons in Prozent

Handyverbreitung Deutschland

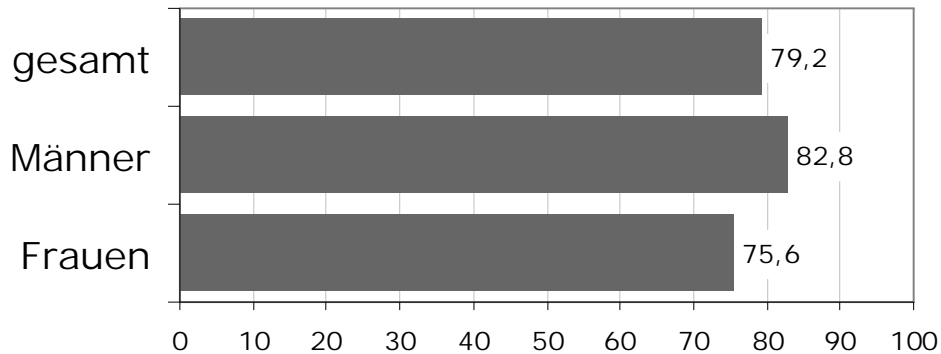


- Immer mehr Menschen nutzen ein Handy. 2005 schon über 42 Millionen.
- Die stärkere Penetration ist momentan die einzige Wachstumsquelle für die Anbieter, da die Nutzung pro Person stagniert.
- Fast alle Handynutzer haben ein privates Handy, nur sehr wenige (3,2%) benutzen ausschließlich beruflich ein Mobiltelefon, 5,8% beides.

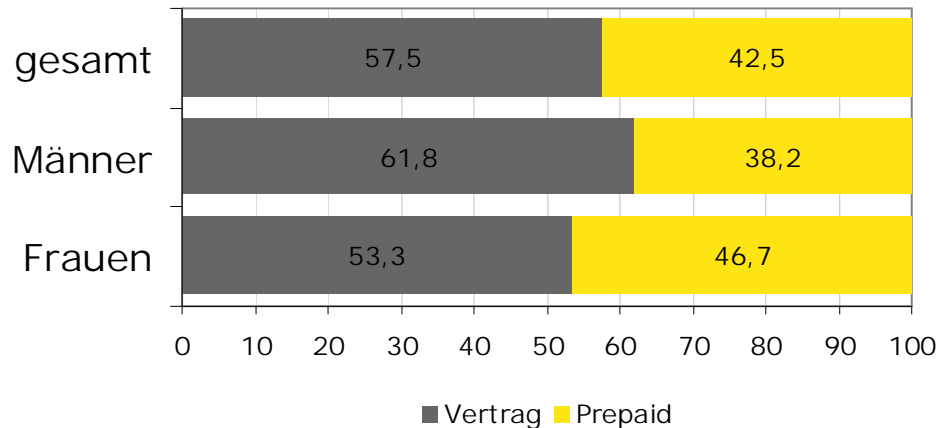
Quelle: Communication Networks 10, Handynutzer in Mio. Basis: Deutschsprachige Bevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren
TdWI 2005: Nutzung des Handys in Prozent, Basis: Handy im HH und in Benutzung

25. Oktober 2006

Handynutzung



- Unter den Männern nutzen über 80% ein Handy, bei Frauen sind es fast 10% weniger.

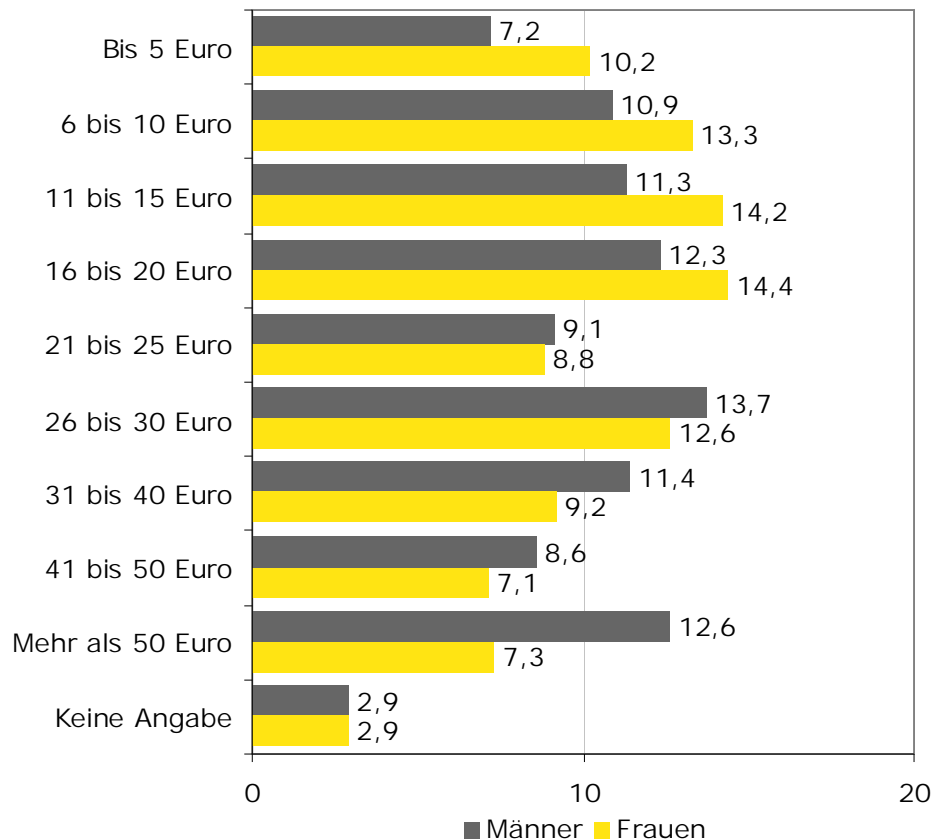


- Über die Hälfte der Handynutzer verfügen über einen Mobilfunkvertrag.
- Frauen nutzen Prepaidsysteme häufiger als Männer.

Quelle: Communication Networks 10, Handynutzer in Prozent, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren ACTA 2005, Basis: Handynutzer zwischen 14 und 64 Jahren in Privathaushalten

25. Oktober 2006

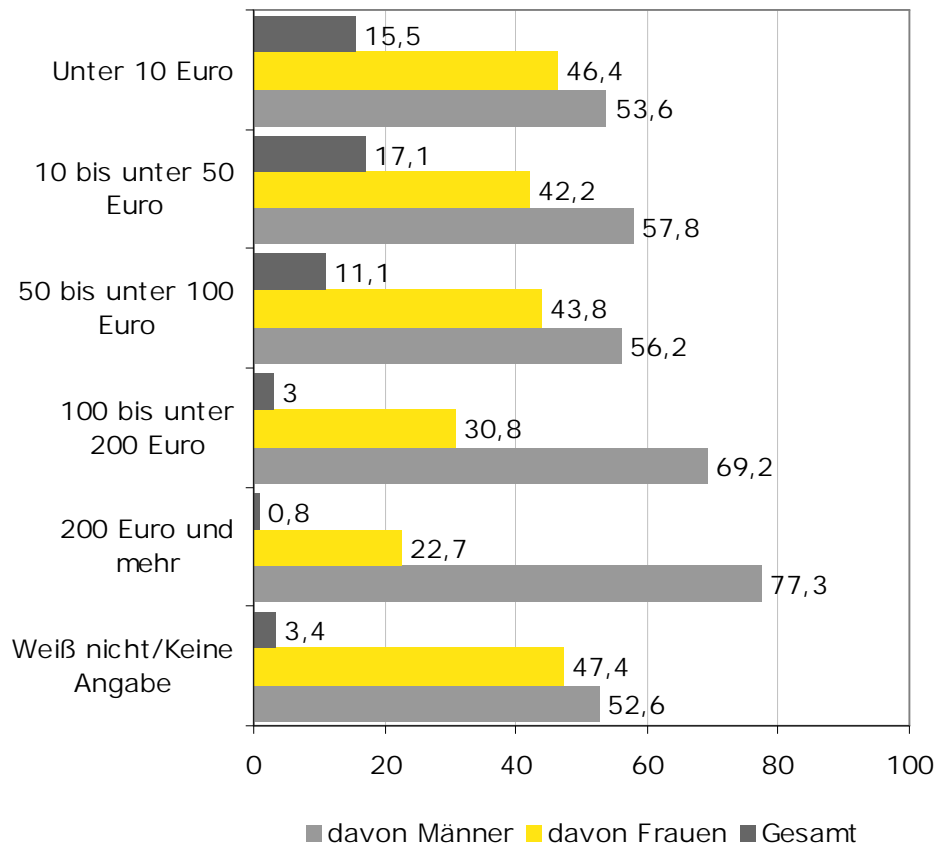
Monatliche Handykosten



- Entgegen des Klischees haben Männer bei den hohen Handyrechnungen die Nase vorn.
- Über 12% der Männer haben eine Rechnung von mehr als 50 Euro pro Monat.
- Frauen haben prozentual öfter Rechnungen bis 20 Euro.

Quelle: TdWI 2005, Höhe der privaten monatlichen Handyrechnung in Prozent, Basis: Bevölkerung in Privathaushalten 14 Jahre +

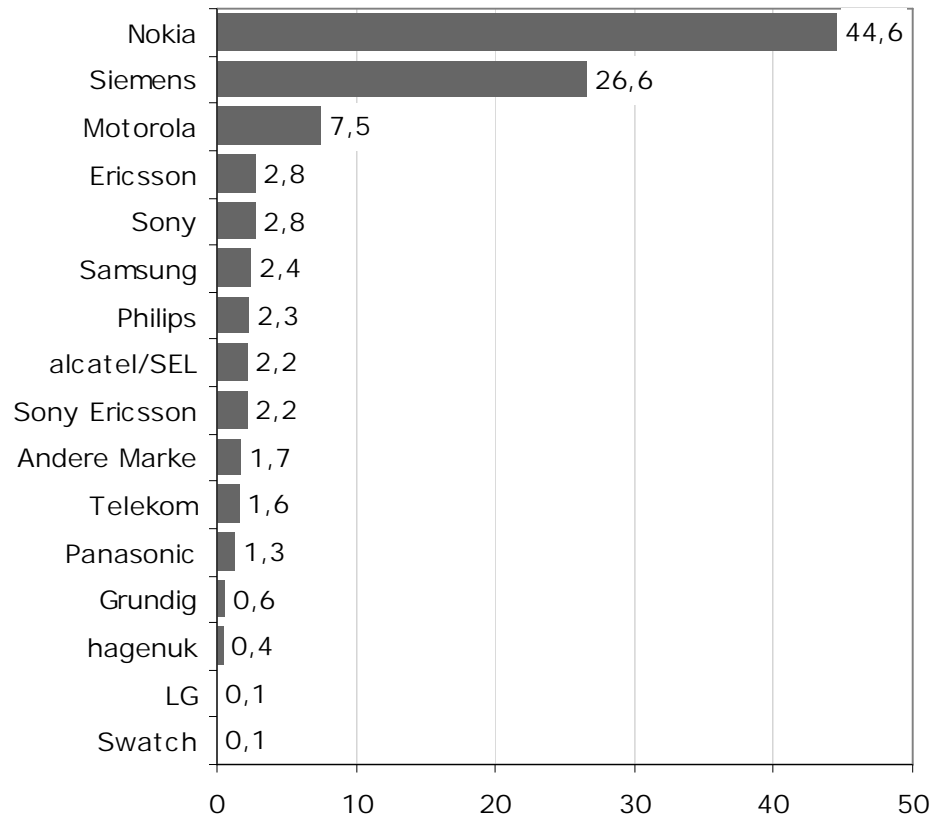
Das Handy: Anschaffungskosten



- Je höher die Anschaffungskosten, desto höher der Anteil der Männer.
- Bei Kosten über 100 Euro sind die Käufer zu über zwei Dritteln männlich.

Quelle: Communication Networks 10, Basis: Handynutzer 14-69 Jahre mit Festvertrag, in Prozent
 Lesebeispiel: 15,5 % der Handykäufer zahlen unter 10 €. Davon sind 46,4 % weiblich, 53,6 % männlich
 25. Oktober 2006

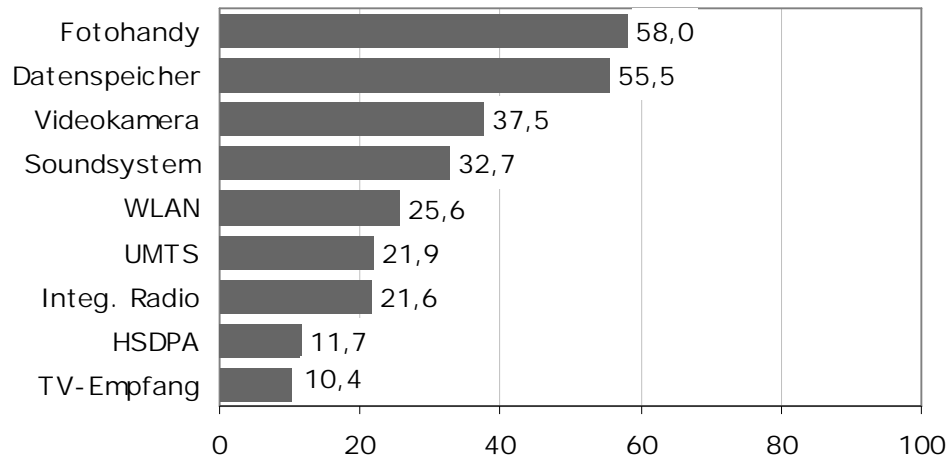
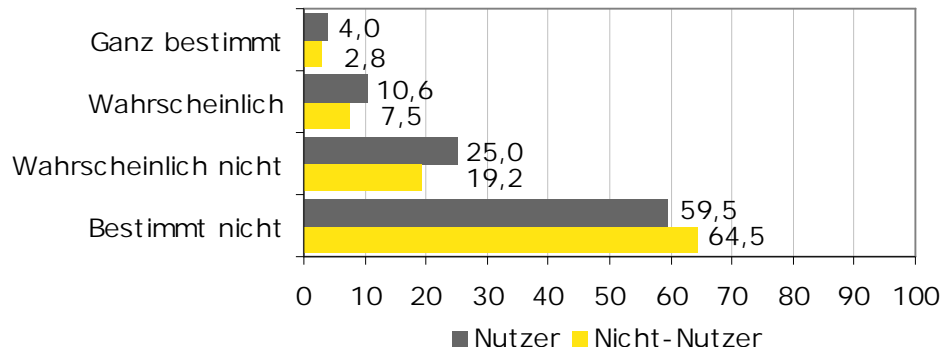
Handymarke



- Fast die Hälfte aller Mobiltelefone ist von Nokia.
- Nur Siemens hat sonst noch einen zweistelligen Marktanteil.
- Die meisten Anbieter haben einen Anteil von 1-3%.

Quelle: TdWI 2005, deutsche Bevölkerung in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland im Alter von 14 Jahren und mehr

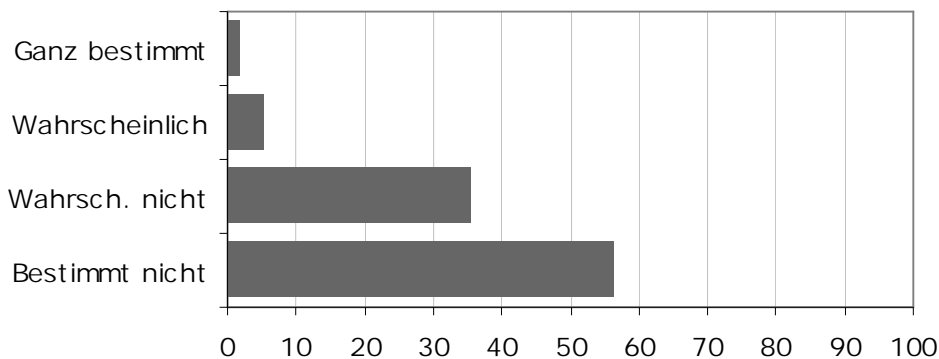
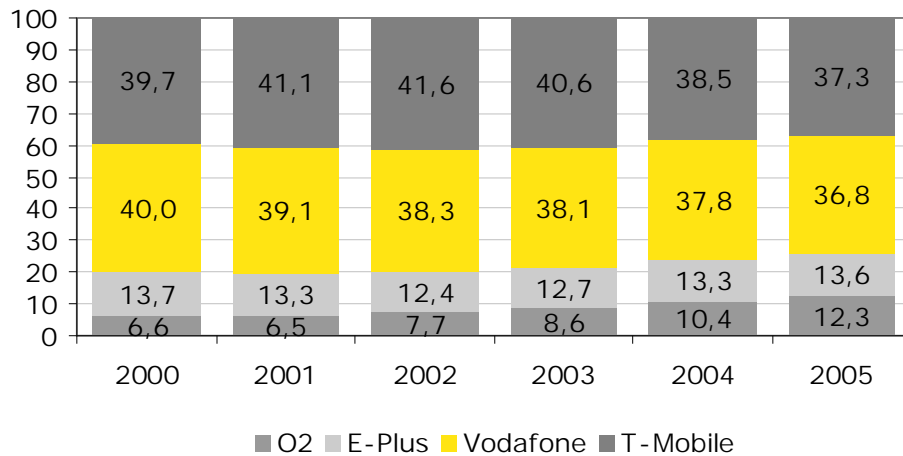
Handy: Anschaffungsabsicht und Kaufkriterien



- Nur wenige Menschen planen in nächster Zeit die Anschaffung eines Handys.
- Handynutzer planen eher einen Neukauf, als Menschen, noch kein Handy besitzen.
- Bei einem Neukauf sind vor allem eine Kamera und Datenspeicher wichtig.
- Radio und Handy-TV werden nicht so wichtig eingestuft.

Quelle: TdWI 2005, Basis: deutsche Bevölkerung in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland im Alter von 14 Jahren und mehr
 BVDW-Trendbarometer 2006, Basis: Handynutzer Deutschland
 25. Oktober 2006

Provider: Anteile und Wechselabsicht

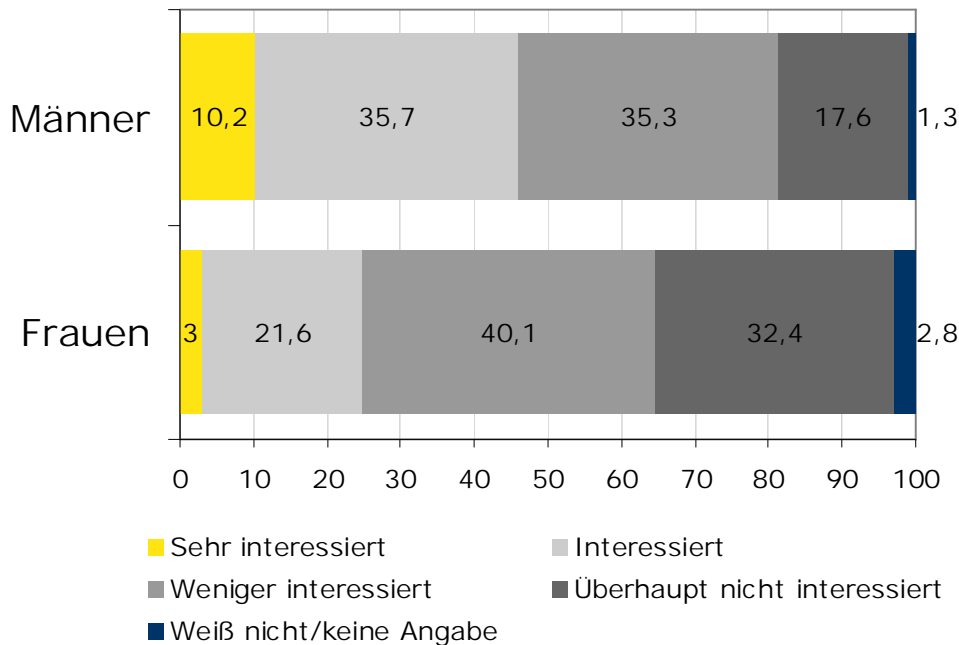


- T-Mobile und Vodafone verlieren kontinuierlich Marktanteile, liegen aber weiterhin deutlich vor E-Plus und O2.

- Nur wenige Handynutzer planen in naher Zukunft Ihren Provider zu wechseln. Grund könnten die langen Vertragslaufzeiten sein.

Quelle: Bundesnetzagentur, Marktanteile in Prozent
TdWI 2005, Basis: Nutzer Mobiltelefon von 14 Jahren und mehr
25. Oktober 2006

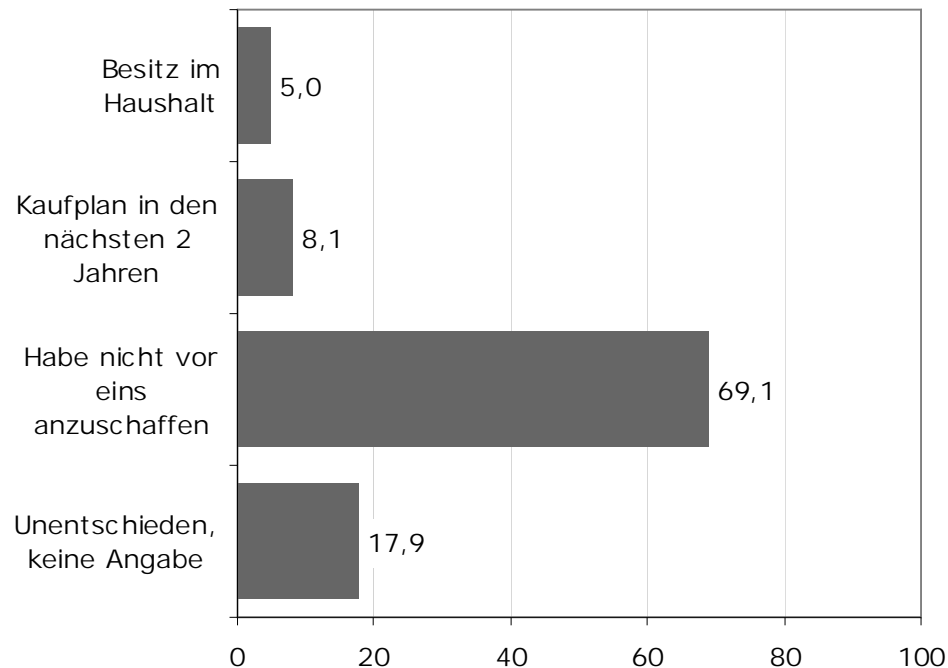
Interesse an neuen Diensten



- Nur wenige Menschen interessieren sich überhaupt nicht für neue Entwicklungen.
- Bei den Männern interessieren sich ca. 45% für neue Entwicklungen, bei den Frauen nur halb so viele.

Quelle: Communication Networks 10, Interesse an neuen Entwicklungen in %, Basis: Handynutzer 14-69 Jahre

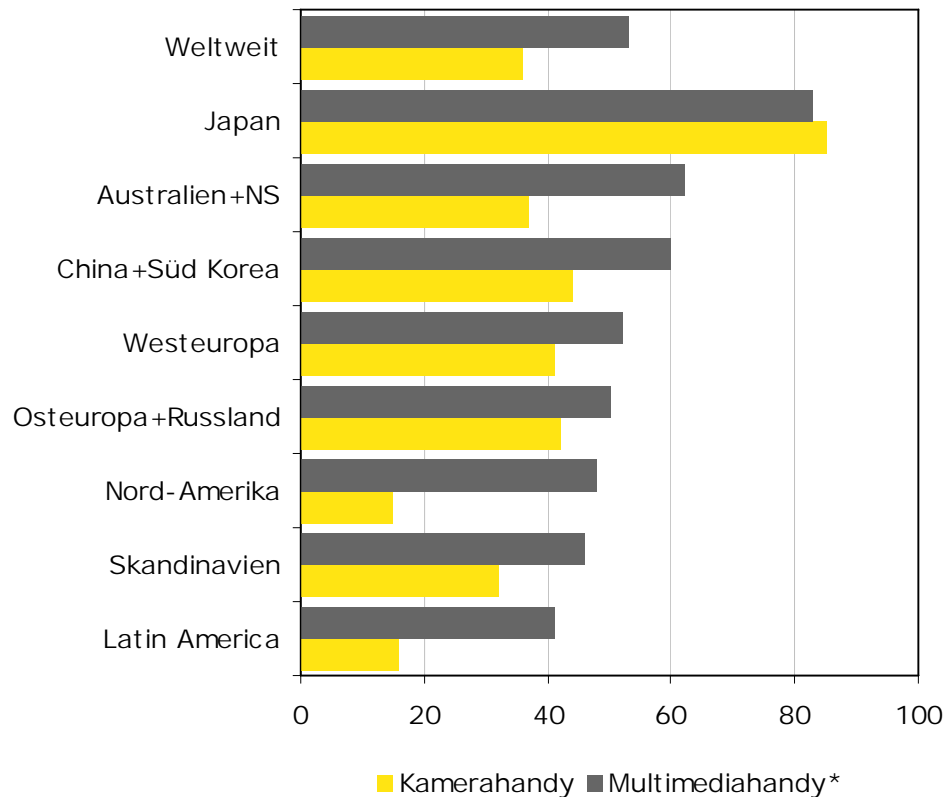
UMTS: Besitz und Kaufplan



- Unter den Handynutzern verwenden nur 5 % ein UMTS-Handy.
- Über zwei Drittel wollen auch kein UMTS-Handy kaufen.

Quelle: Acta 2006, Angaben in Prozent, Basis: Handynutzer zwischen 14 und 64 Jahren in Privathaushalten

Moderne Handys: Internationaler Vergleich



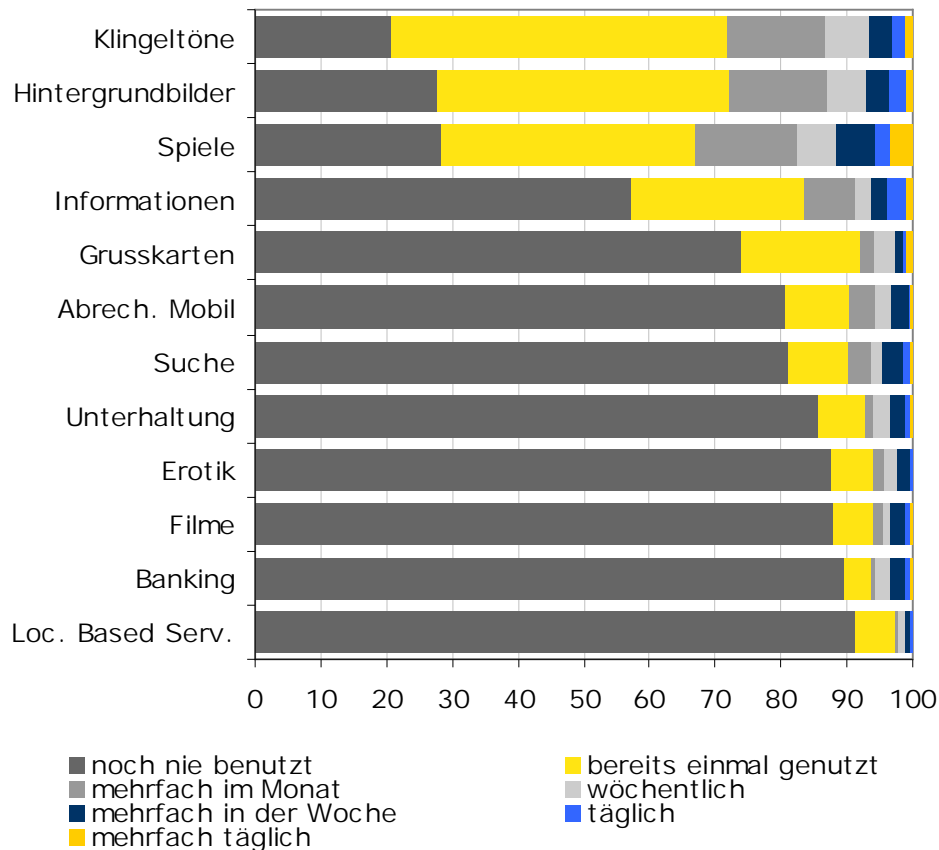
- Asiatische Länder und Ozeanien liegen bei der Verbreitung von Multimedia-Handys klar vorn.
- Bei Kamerahandys liegt lediglich Japan weit vor den westeuropäischen Ländern.
- Überraschender Weise liegen Nordamerika und Skandinavien im hinteren Drittel.

*Multimedia-Telefone: Telefone, die in der Lage sind Datendienste wie Email oder die Nutzung von Websites zu verwenden

Quelle: ATKearney: Mobinet 2005

25. Oktober 2006

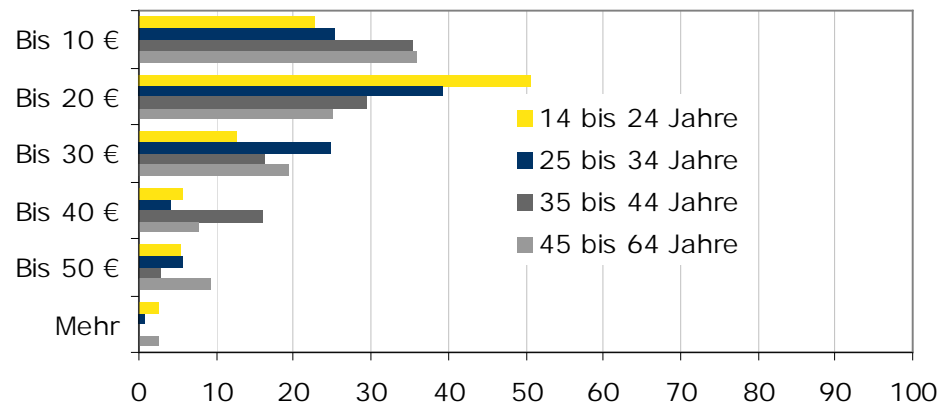
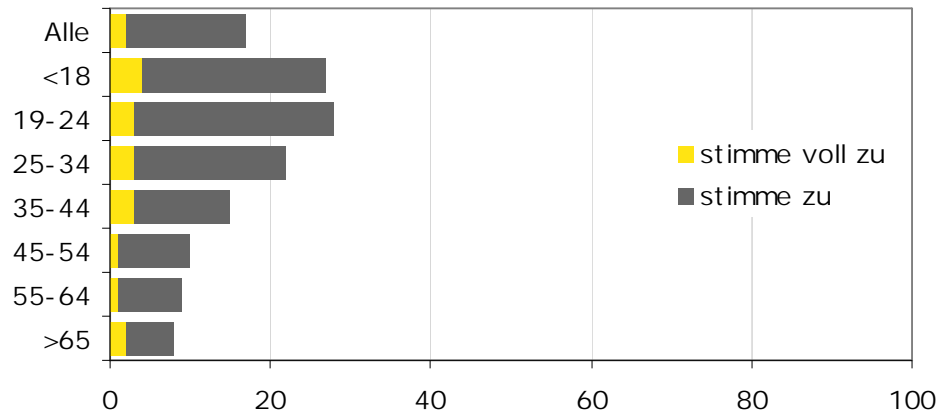
Nutzung neuer Services



- Nur Klingeltöne, Hintergrundbilder und Spiele wurden von mehr als der Hälfte schon einmal benutzt.
- Keine Anwendung wird von mehr als 20% wöchentlich oder öfter genutzt.
- Es bestehen noch große Potentiale, da die meisten Nutzer viele Services noch nie ausprobiert haben.

Quelle: BVDW-Trendbarometer 2006, Basis: Handynutzer Deutschland

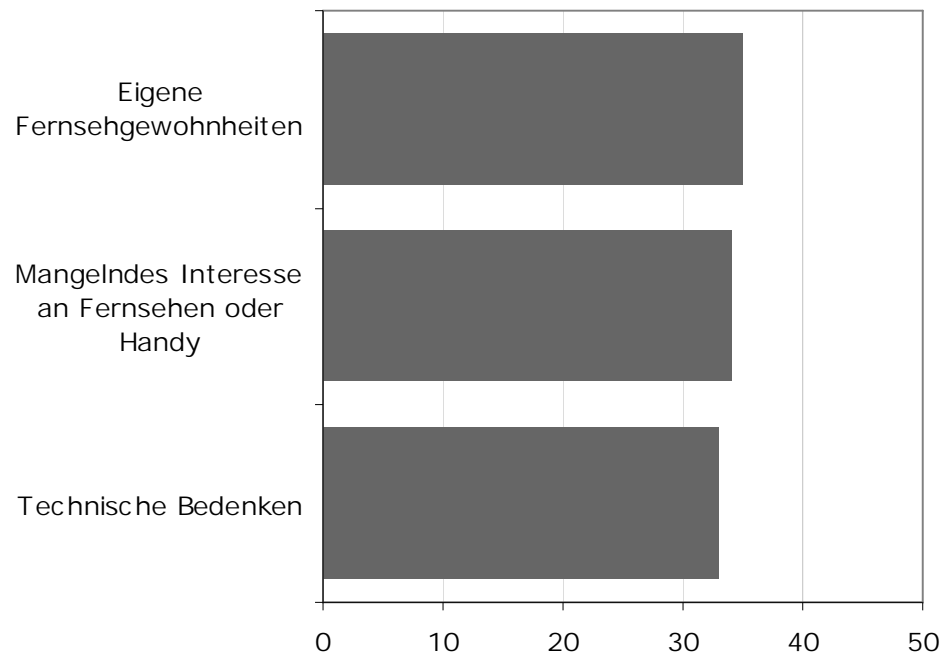
Handy-TV: Zahlungsbereitschaft



- Unter jungen Zielgruppen sind bis zu einem Viertel bereit für Mobile-TV Geld zu bezahlen. Mit zunehmendem Alter nimmt die Bereitschaft ab.
- Allerdings hört die Zahlungsbereitschaft für Handydienste bei jungen Menschen früher auf.
- Die Zahlungsbereitschaft der unter 25jährigen nimmt ab 30 Euro stark ab.

Quelle: AT&Kearney: Mobinet 2005, „Ich wäre bereit für Handy-TV zu bezahlen“, Basis: Handynutzer weltweit.
 BVDW-Trendbarometer 2006, Zahlungsbereitschaft für mobile Datendienste, Basis: Handynutzer Deutschland
 25. Oktober 2006

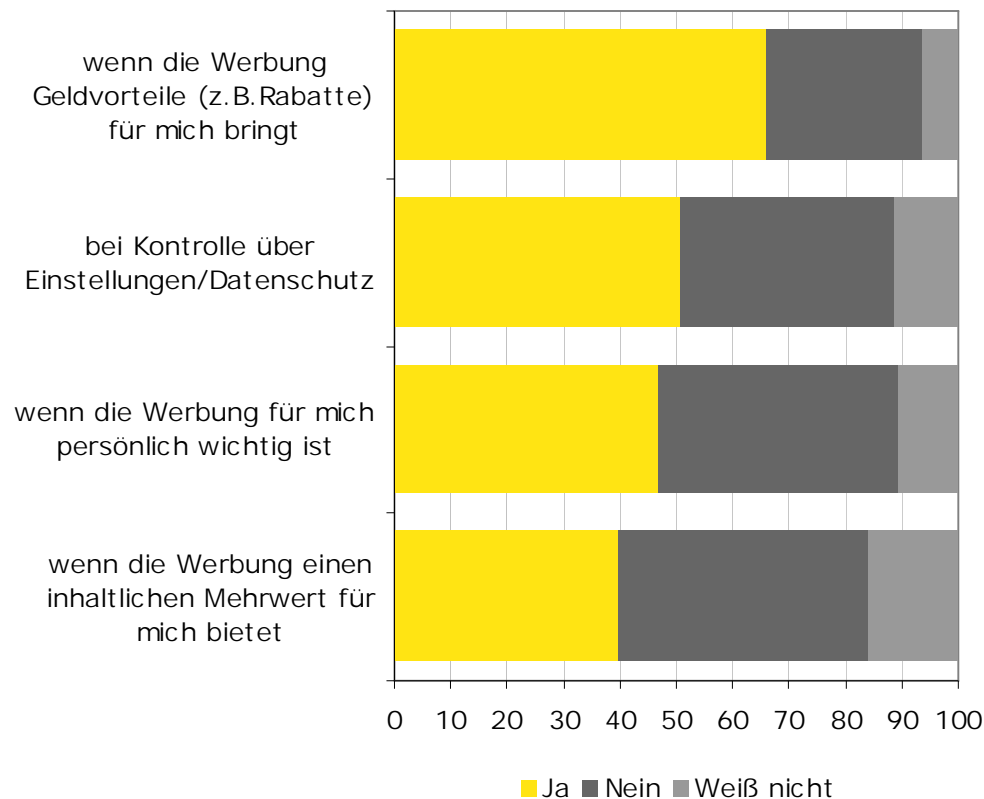
Handy-TV: Bedenken



- Bedenken gegenüber Handy-TV bestehen auf mehreren Ebenen.
- Sowohl an der Ausgereiftheit der Technik wird gezweifelt, als auch die eigenen Fernsehgewohnheiten als zu stark empfunden, um diese zu ändern.

Quelle: Quelle: TNS Infratest, Gründe Handy-TV nicht zu nutzen (Mehrfachnennungen möglich)

Werbeakzeptanz



- Handywerbung wird durchaus akzeptiert, wenn sie persönliche Vorteile bringt.
- Monetäre Vorteile wirken am stärksten.
- Datenschutzbedenken, relevanter Content und Personalisierung werden aber auch als wichtig angesehen.

Quelle: BVDW-Trendbarometer 2006, Basis: Handynutzer Deutschland

Kontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Dr. Bernd Henning
Referat Forschung

Büro Berlin
Schlüterstr. 41/II
10707 Berlin

mafo@bvdw.org
Tel: +49 (0)30 88 00 78 38
Fax: +49 (0)30 88 00 78 33
www.bvdw.org

B V D W
BUNDESVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT

Gemeinsam die digitale Welt bewegen.

www.bvdw.org

© Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.