

## **Mobile Websites fallen bei jedem zweiten Smartphone-Nutzer durch**

Fachgruppe Mobile im BVDW, Google und TNS Infratest veröffentlichen Studie zur Nutzung und Akzeptanz von mobilen Endgeräten und mobilen Branchen-Websites

**Düsseldorf, 26. August 2013 – Mobile ist nicht mehr aufzuhalten, jedenfalls nicht bei den Verbrauchern. Die Nutzung von Smartphones ist in den letzten zwei Jahren um 122 Prozent angestiegen und der Nutzungsanteil in der deutschen Bevölkerung liegt aktuell bei 40 Prozent. Auf Unternehmensseite scheint dieser Trend noch nicht angekommen zu sein. Die mobilen Websites bleiben hinter den Erwartungen der User zurück. Von den befragten Smartphone-Nutzern geben 52 Prozent eine negative Bewertung der mobilen Websites bei den untersuchten Branchen an. Das ist das Ergebnis der repräsentativen Studie „Deutschland wird Mobile – Sind die Unternehmen vorbereitet?“, die für die Initiative „DO MOBILE“ im Rahmen einer Kooperation der Fachgruppe Mobile im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Google und TNS Infratest erstellt wurde.**

Jeder Zweite, der ein Smartphone besitzt, nutzt es inzwischen täglich. Das sind 41 Prozent mehr als noch vor zwei Jahren. Vor allem Frauen und Personen im Alter zwischen 35 und 54 Jahren haben in den letzten zwei Jahren bei der Smartphone-Nutzung aufgeholt. Zudem planen 12 Prozent der Besitzer eines einfachen Handys sich im nächsten halben Jahr ein Smartphone anzuschaffen.

„Die Studie zeigt deutlich, dass der Gebrauch mobiler Endgeräte stetig zunimmt. Während sich die Smartphone-Nutzung in den letzten drei Jahren mehr als verdoppelt hat, ist die Nutzung von Tablets innerhalb der letzten zwölf Monate sogar auf das Dreifache angestiegen.“, macht **Jens Redmer**, Head of New Products and Solutions Development bei **Google**, deutlich.

**Walter Freese**, Head of Mobile bei **TNS Infratest** ergänzt: „Parallel zum stark wachsenden Smartphone-Besitz in der Bevölkerung nehmen auch die Zugriffe auf Internetseiten über mobile Devices zu. In den Augen der User entsprechen aber viele Marken- und Corporate-Seiten nicht ihren Ansprüchen und Erwartungen. In Sachen ‚Optimierung für Mobile‘, aber auch bei der Frage des relevanten Contents gibt es noch Nachholbedarf.“

**Die Befragungsdaten zur Nutzung des mobilen Internets zeigen, dass über alle untersuchten Branchen hinweg noch deutlicher Verbesserungsbedarf hinsichtlich der vorhandenen mobilen Websites besteht. Die Performance vieler Angebote wird den Anforderungen und Erwartungen der Nutzer nicht gerecht.** Die Gründe für die schlechte Bewertung der mobilen Websites unterscheiden sich je nach Branche. Über alle Branchen hinweg, wird von den Usern vor allem bemängelt, dass die Seiten unübersichtlich

(58 Prozent) und nicht benutzerfreundlich sind (36 Prozent). Auch dass man viel scrollen muss, kommt nicht gut an. (26 Prozent)

„Angesichts der rasanten Entwicklung der Nutzung mobiler Endgeräte ist es von zentraler Bedeutung, dass die Unternehmen den Erwartungen und Bedürfnissen ihrer potenziellen Kunden auch im mobilen Umfeld gerecht werden“, stellt **Mark Wächter**, Vorsitzender der **Fachgruppe Mobile im BVDW**, fest. „Die vorliegende Studie macht deutlich, wie wichtig die Initiative „DO MOBILE“ des Verbandes ist. Unser Ziel ist es, über die Stärke des Mediums Mobile aufzuklären und eine breite Akzeptanz für mobile Lösungen zu schaffen.“

Im Rahmen der Initiative „DO MOBILE – Deutschland geht ins Mobile Internet!“ bietet der BVDW Unternehmen eine übergreifende Orientierungsplattform mit Handlungsempfehlungen, Marktzahlen und Best Cases rund um das Thema Mobile. Weitere Informationen zu der Initiative finden Sie auf der neu gelaunchten Website unter <http://domobile.org>.

Die Studie „Deutschland wird Mobile – Sind die Unternehmen vorbereitet?“ kann unter <http://www.bvdw.org/medien/studie-deutschland-wird-mobile--sind-die-unternehmen-vorbereitet?media=5057> heruntergeladen werden.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: [http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw\\_do-mobile\\_studie/](http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_do-mobile_studie/)

## Über die Studie

Die Ergebnisse der Studie gliedern sich in die Themenbereiche „Mobile Verbreitung in Deutschland“ und „Nutzung und Bewertung von Mobile-Websites“. Grundlage sind die „Google Connected Consumer Study“ und die „TNS-Infratest-Dual-Frame Telefonbefragung“. Beide Studien werden in dieser Form erstmals in Kooperation mit dem BVDW veröffentlicht.

Die **Global Connected Consumer Study** von Google liefert Basisdaten zur Marktpenetration von „connected devices“ seit 2011, darunter auch in Deutschland. Speziell werden Internetpenetration & Zugangsquellen (Desktop, Smartphone, Tablet) analysiert. Es handelt sich um eine repräsentative Erhebung für die Gesamtbevölkerung ab 16 Jahren im Januar/Februar 2013. Es wurden ca. 1.000 Personen per Telefoninterview (CATI) und Face-2-Face befragt.

Für die **Dual-Frame Telefonbefragung von TNS Infratest** wurden im Mai 2013 bevölkerungsrepräsentativ deutsche Festnetz- und Mobilfunknutzern ab 14 Jahren befragt. Die Befragung erfolgte im Rahmen des CATI 100 Omnibus von TNS Infratest mit ca. 1.000 Befragten pro Woche.

## Kontakt:

Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR  
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: [woodroffe@bvdw.org](mailto:woodroffe@bvdw.org)

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf

[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

## 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.**