

## PRESSEINFORMATION

## **Routenplanung und Navigation am weitesten verbreitet beim Einsatz mobiler Datendienste**

Nutzung und Bekanntheit standortbezogener Mobilfunkdienste / Location-based Services auch für Nichtnutzer interessant

Bielefeld / Düsseldorf, 5. März 2013 – Bei Smartphone- und Tabletutzern stehen Location-based Services ganz hoch im Kurs: 95 Prozent kennen Navigations- und Routenplanungsdienste nicht nur, sondern haben auch eine konkrete Vorstellung von diesen Diensten. 73 Prozent nutzen sie über ihr mobiles Endgerät gelegentlich oder regelmäßig. Die Ortsbestimmung von Geschäften, Restaurants und Werkstätten in der Umgebung hat ebenfalls eine mit 90 Prozent hohe Bekanntheit und wurde von 59 Prozent bereits mindestens einmal aufgerufen. An dritter Position folgt die Suche nach Empfehlungen oder Bewertungen zu Geschäften, Werkstätten oder Restaurants in der näheren Umgebung, die 83 Prozent der Besitzer mobiler Devices kennen und zu 45 Prozent auch nutzen. 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 3. bis 28. Januar 2013 insgesamt 2.068 persönlich mündliche Interviews geführt wurden.

Auch die Suche nach Angeboten, Aktionen oder Gutscheinen von Geschäften, Werkstätten oder Restaurants in der Umgebung kennen 82 Prozent und wird von 36 Prozent zumindest gelegentlich genutzt. Nach Freunden oder Bekannten zu suchen, die sich in der Nähe befinden (z.B. via Foursquare, Friendticker oder Facebook) ist bei 81 Prozent verankert und wird von 36 Prozent in Anspruch genommen. Freunden oder Bekannten mitteilen, an welchem Ort man sich gegenwärtig aufhält, diesen Mobilfunkdienst kennen 75 Prozent; genutzt wird er von 37 Prozent.

Sind standortbasierte Navigations- und Routenplanungsdienste aktuell am weitesten verbreitet und weisen insgesamt das größte Nutzungspotenzial auf, so sind diese Applikationen auch für 32 Prozent aktueller Nichtbesitzer mobiler Endgeräte am interessantesten und denkbar für eine künftige Nutzung.

„Das Nutzungspotenzial können alle standortbezogenen Mobilfunkdienste noch deutlich steigern. Bei einigen fehlt es allerdings noch an relevanten und überzeugenden Angeboten. Überzeugungsarbeit ist auch bei den aktuellen Nicht-Besitzern mobiler Endgeräte angezeigt, fehlt ihnen häufig die Fantasie für den relevanten Anlass, standortbezogene Mobilfunkdienste einzusetzen“, kommentiert Walter Freese, Associate Director Mobile Research bei TNS Infratest.

„Erwartungsgemäß gehört die Suche nach Freunden und Bekannten sowie das Bedürfnis, den eigenen Standort diesen mitzuteilen, in der jüngeren Altersgruppe bereits zur alltäglichen Nutzung. Um aber

auch ältere Smartphone- und Tabletutzer zu überzeugen, müssen Anbieter die Nutzenargumentation gegenüber dieser Zielgruppe verdeutlichen. Dies würde nicht nur die Bekanntheit steigern, sondern auch die deutlich zahlungskräftigeren Verbraucher würden diese kreativen digitalen Helfer und Marketinginstrumente häufiger nutzen“, ergänzt Olav A. Waschkies, stv. Vorsitzender der Fachgruppe Mobile im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

**\*TNS Infratest Mobile Club ist** eine kontinuierliche, repräsentative Studie für die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren, bei der 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 Redaktionsschlussstermine). Kontakt und weitere Informationen: [katja.rick@tns-infratest.com](mailto:katja.rick@tns-infratest.com)

#### **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](http://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](http://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](http://www.bvdw.org)

### Kontakt und weitere Informationen:

Walter Freese, TNS Infratest  
Associate Director Mobile Research  
t 0521 9257 690  
e [walter.freese@tns-infratest.com](mailto:walter.freese@tns-infratest.com)  
[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

Mike Schnoor, Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
t 0211 600456-25  
e [schnoor@bvdw.org](mailto:schnoor@bvdw.org)  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

### TNS Infratest unterstützt die Initiative Markt- und Sozialforschung



Als Journalist/in wissen Sie, wie wichtig verlässliche Quellen und auskunftsbereite Personen sind. Ebenso wichtig sind valide Daten für Unternehmensentscheidungen, zum Beispiel wenn es um die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen geht. Diese Daten werden von der Marktforschung durch qualifizierte Bevölkerungsbefragungen gewonnen, natürlich unter Wahrung von Datenschutz und Anonymität. Vielen Menschen ist das leider nicht bewusst. Sie verwechseln Markt- und Sozialforschungsbefragungen mit Verkaufsgesprächen. Langfristig leidet darunter die seriöse Markt- und Sozialforschung. Um die Teilnahmebereitschaft bei Befragungen zu erhöhen, starteten die Marktforschungsverbände ADM, BVM, ASI und DGOF im Oktober 2010 mit der Initiative Markt- und Sozialforschung eine umfassende

Öffentlichkeitsarbeit. Über Ihre Unterstützung unserer Aufklärungsarbeit würden wir uns freuen!  
Näheres unter [www.deutsche-marktforscher.de](http://www.deutsche-marktforscher.de).