

Studie zur Bekanntheit und Nutzung von Location-Based-Services (LBS) bei Besitzern und Nicht-Besitzern mobiler Devices

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. in Kooperation mit TNS Infratest –
Ergebnisse der Mobile Club Panelbefragung, Januar 2013

Zielsetzung und Methodik der Befragung

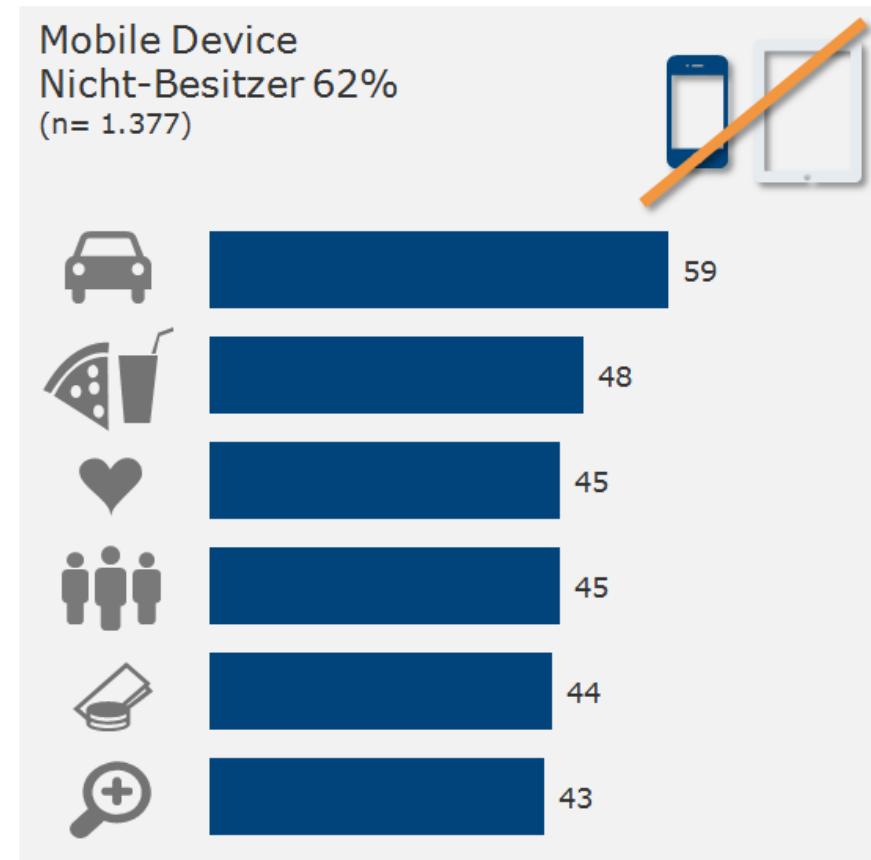
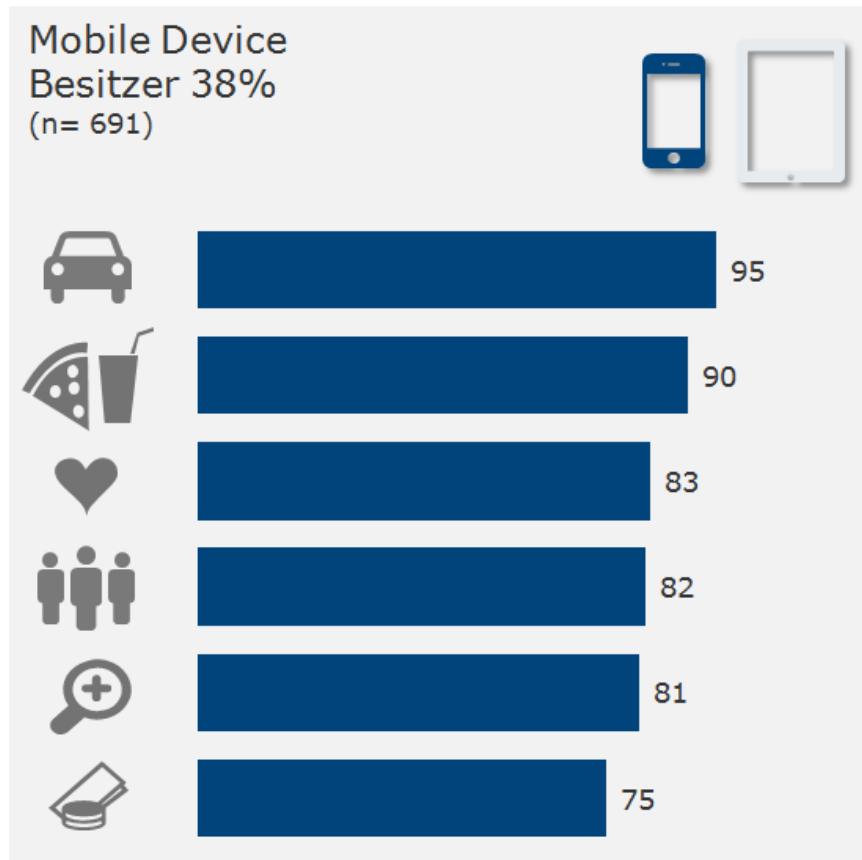
- ➔ Das Ziel von TNS Mobile Club besteht darin, aktuelle, qualitativ hochwertige Insights für bevölkerungsrepräsentative Aussagen zur Entwicklung der mobilen Internetnutzung in Deutschland sowie zu branchenspezifischen Spezialthemen zu bieten. In Kooperation mit der Fachgruppe Mobile im BVDW wurde in diesem Zuge die Bekanntheit und Nutzung von Location-Based-Services (LBS) bei Besitzern und Nicht-Besitzern mobiler Devices in Deutschland erforscht.
- ➔ Studienhintergrund TNS Mobile Club:
 - Kontinuierliche, repräsentative Studie für die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren
 - Qualitativ hochwertige Feldarbeit (CAPI / persönlich-mündliche Befragung) – 2.000 Befragte pro Monat
 - Basisteil liefert monatlich Strukturdaten zur Entwicklung der mobilen Internetnutzung in Deutschland
 - Basisteil kann jeden Monat um Sonderfragen zu branchen-/unternehmensspezifischen Themen ergänzt werden

Fokus: Bekanntheit und Nutzung von Location-Based-Services (LBS) bei Besitzern und Nicht-Besitzern mobiler Devices

- ➔ Routenplanung und Navigation über mobile Endgeräte 
- ➔ Ortsbestimmung von Geschäften, Werkstätten oder Restaurants in der Umgebung 
- ➔ Suche nach Empfehlungen oder Bewertungen zu Geschäften, Werkstätten oder Restaurants in der Umgebung 
- ➔ Suche nach Angeboten, Aktionen oder Gutscheinen von Geschäften, Werkstätten oder Restaurants in der Umgebung 
- ➔ Suche nach Freunden oder Bekannten, die in der Nähe sind (z.B. per Foursquare / Friendticker / Facebook o.ä.) 
- ➔ Freunden oder Bekannten mitteilen, an welchem Ort man ist (z.B. per Foursquare / Friendticker / Facebook o.ä.) 

Qualifizierte* Bekanntheit Location-Based Services

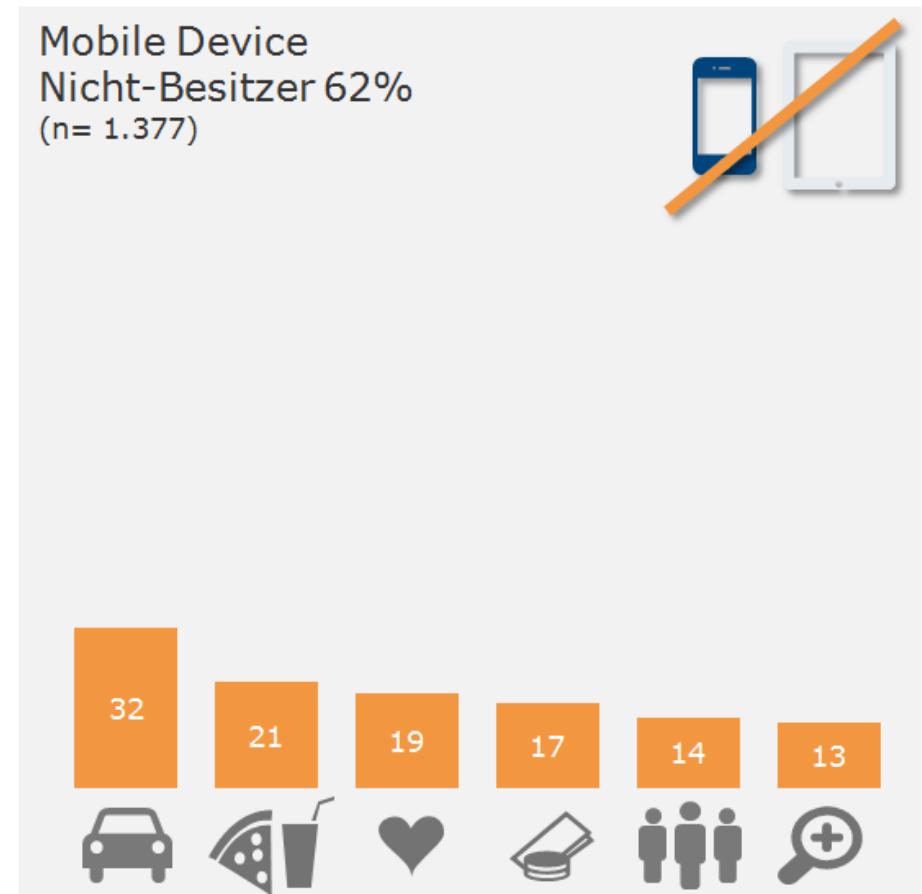
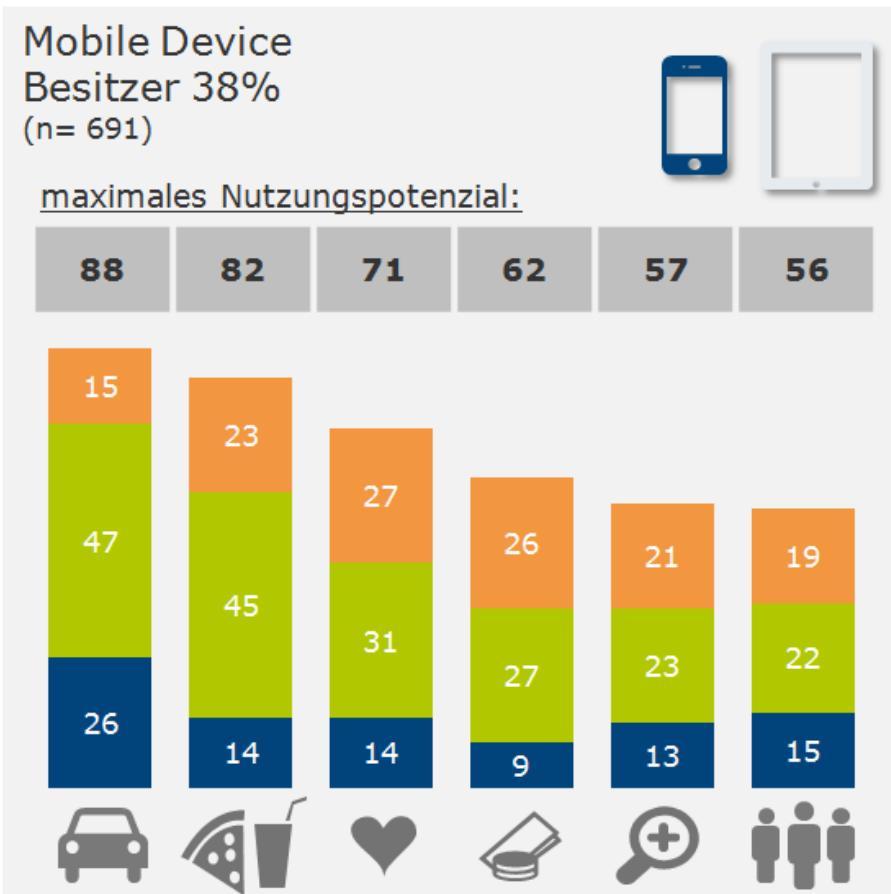
Standortbasierte Navigations- und Routenplanungsdienste am bekanntesten



* Service ist nicht nur bekannt, sondern konkrete Vorstellung
Grundgesamtheit: Deutsche Bev. ab 14 Jahren; n= 2.068 (TNS Infratest Mobile Club 2013)

Angaben in Prozent

(Potenzielle) Nutzung im Überblick - Möglichkeiten zur Ortsbestimmung haben nach Navigationsdiensten das größte Potenzial

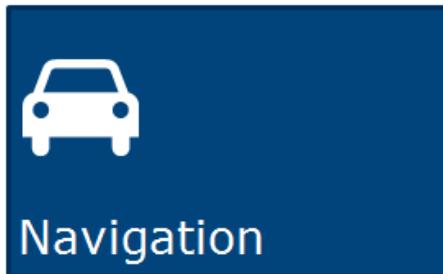


■ regelmäßige Nutzung ■ gelegentliche Nutzung ■ potenzielle Nutzung

Grundgesamtheit: Deutsche Bev. ab 14 Jahren; n= 2.068 (TNS Infratest Mobile Club 2013)

Angaben in Prozent

Zusammenfassung: Beurteilung Location-Based Services (LBS)



- Standortbasierte Navigations- und Routenplanungsdienste sind aktuell am weitesten verbreitet und weisen insgesamt das größte Nutzungspotenzial auf.
- Auch aktuelle Nicht-Besitzer mobiler Endgeräte könnten sich eine Nutzung dieser Dienstleistung am ehesten vorstellen.



- Ortsbestimmung von Geschäften, Restaurants und Werkstätten in der Umgebung wurde bisher von 59% der Smartphone-/ und Tabletutzer mindestens einmal genutzt – maximales Nutzungspotenzial rund 80%. Suche nach Empfehlungen und Rabatten mit dem größten potenziellen Nutzungszuwachs – hier fehlen möglicherweise noch (relevante) Angebote.
- Nicht-Besitzern mobiler Endgeräte fehlt meist die Fantasie für die Nutzungsanlässe.



- Suche nach Freunden und Bekannten sowie das Bedürfnis, den eigenen Standort diesen mitzuteilen, ist erwartungsgemäß ein großes Thema in der jüngeren Generation.
- Um ältere Semestern und aktuelle Nicht-Besitzer von mobile Devices für Services dieser Art begeistern zu können, bräuchte es eine klare Nutzenargumentation, um zunächst die Bekanntheit zu steigern.

LBS - Routenplanung und Navigation am weitesten verbreitet



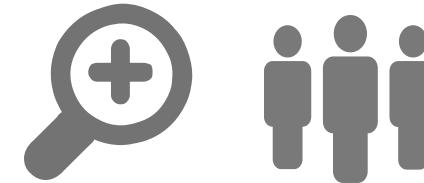
- ➔ **82%** aller Deutschen ab 14 Jahren haben von standortbasierten Navigations- und Routenplanungsdiensten zumindest schon einmal gehört, **73%** wissen was sich dahinter verbirgt
- ➔ **95 %** der Smartphone/Tablet-Nutzer kennen diese Möglichkeit, wobei **73 %** aller User sie bereits einmal genutzt haben und **26%** regelmäßig solche Dienste in Anspruch nehmen.
- ➔ **68%** der User von mobilen Devices, die diese LBS bisher noch nicht genutzt haben, können sich vorstellen, diese in Zukunft ebenfalls für sich zu verwenden.
- ➔ **73%** der Nicht-Smartphone/Tablet-Nutzer haben bereits von standortbasierten Navigations- und Routenplanungsdiensten gehört - **32%** können sich vorstellen, diese auch tatsächlich zu nutzen
- ➔ **Standortbasierte Navigations- und Routenplanungsdienste liegen in allen Personengruppen in ihrer Bekanntheit, tatsächlichen Nutzung und Nutzungsbereitschaft bei den Nicht-Smartphone/Tabletnutzer vor allen weiteren Location Based Services**

Hohe Nutzungsbereitschaft für Ortsbestimmung von Geschäften usw. in der Umgebung & Suche nach Empfehlungen und Bewertungen



- ➔ Die **Ortsbestimmung von Geschäften, Restaurants und Werkstätten in der Umgebung** wurde bisher von **59%** der Smartphone-/ und Tabletutzer mindestens einmal genutzt.
- ➔ **73%** der Personen, die diesen LBS trotz der Verfügbarkeit eines Endgeräts noch nicht genutzt haben, könnten sich jedoch vorstellen, diesen zu gebrauchen. **Für keinen anderen LBS ist die Nutzungsbereitschaft in dieser Personengruppe höher**
- ➔ Auf der **Suche nach Empfehlungen und Bewertungen** verzichteten **55 %** der Smartphone-/Tabletutzer bisher auf LBS, jedoch können sich **70%** vorstellen, diese Funktion auf ihrem Endgerät zu verwenden
- ➔ Auch unter den Personen, die bisher noch **kein mobiles Endgerät** besitzen, können sich **21%** die Ortsbestimmung von Einrichtungen in der Umgebung und **19%** die Suche nach Empfehlungen und Bewertungen mithilfe von LBS für sich persönlich vorstellen. Ein größerer Anteil liegt in dieser Personengruppe nur bei den Navigationsdiensten vor (32%).

LBS als Socialising ist vor allem in jungen Zielgruppen populär



- ➔ Sowohl in der Personengruppe mit Smartphone und/oder Tablet, als auch unter denjenigen, die kein Endgerät besitzen sind die Dienste, um seinen eigenen Standort mitzuteilen oder um den Standort von Freunden/Bekannten zu erkennen **in der Gruppe der 14-19 Jährigen am bekanntesten.**
- ➔ Geht es um das **Mitteilen des eigenen Standortes** weiß jedoch auch ein **ähnlich großer Anteil der 30-49 Jährigen**, was sich hinter dieser Funktion verbirgt.
- ➔ **Regelmäßig genutzt** werden diese beiden Funktionen bei Vorhandensein ebenfalls **vor allem von der jüngsten Zielgruppe** (14-29).
- ➔ Bei den bisherigen Nicht-Nutzern (unabhängig vom Gerätebesitz) zeigt sich in dieser Altersgruppe ebenfalls das **größte Potential für eine zukünftige Nutzung.**

Ansprechpartner TNS Infratest

Markus Mündel

Senior Director

tel: 089-5600-1781

markus.muendel@tns-infratest.com



Katja Rick

Associate Director /
Team Leader

tel: 089-5600-1147

katja.rick@tns-infratest.com



Walter Freese

Head of Mobile

tel: 0172 – 16 77 292

walter.freese@tns-infratest.com



Kontaktinformationen



Carola Lopez
Fachgruppenmanagerin,
Referentin Marktforschung

BVDW e.V.
Berliner Allee 57
40212 Düsseldorf
Fon +49 (0) 211 600456-27
Fax +49 (0) 211 600456-33
lopez@bvdw.org
www.bvdw.org



Franziska Kienle
Fachgruppenmanagerin

BVDW e.V.
Berliner Allee 57
40212 Düsseldorf
Tel 0211 600456-28
Fax 0211 600456-33
kienle@bvdw.org
www.bvdw.org