



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Mobilfunkmarkt: Nutzer kostenpflichtiger Apps sind eine bewegliche und anspruchsvolle Zielgruppe



**Esslingen am Neckar, 30. September 2014 – 14 Prozent der Gesamtbevölkerung nutzen kostenpflichtige Apps. 60 Prozent davon gaben dafür im letzten Monat weniger als fünf Euro aus. Laut der „Studie Mobilfunk-Zielgruppe Nutzer kostenpflichtiger Apps 2014“ nutzen etwa ein Zehntel der Zielgruppe Abo-Apps.**

Etwa 14 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung nutzen kostenpflichtige Apps. Das entspricht annähernd 9,5 Millionen Menschen. Männer sind in dieser Zielgruppe mit 63 Prozent überdurchschnittlich stark vertreten. Knapp ein Drittel der Nutzer kostenpflichtiger Apps ist zwischen 20 und 29 Jahre alt. In Berlin ist der Anteil kostenpflichtiger App-Nutzer erhöht.

Die Zielgruppe zeigt sich bezüglich ihres Smartphones und der Smartphonennutzung überdurchschnittlich wechselaffin. Sowohl der Mobilfunkanbieter, als auch der genutzte Tarif werden so oft wie möglich den Bedürfnissen angepasst. Der möglichst häufige Wechsel auf ein aktuelles Handy ist für 50 Prozent wichtig.

Der größte Teil der Zielgruppe nutzt kostenpflichtige Apps mit einmaligen Kosten. 11 Prozent haben sich in der Vergangenheit auch schon für Abo-Apps entschieden. Am beliebtesten sind Apps für Wetter, Soziale Netzwerke, Musik, Unterhaltung und Kommunikation. 60 Prozent der Zielgruppe gaben im letzten Monat weniger als fünf Euro für die App-Nutzung aus.

Auf die vier großen Mobilfunkanbieter Telekom, Vodafone, O2 und Base entfallen mehr als drei Viertel der Mobilfunkverträge in der Zielgruppe. O2 und Base haben erhöhte Anteile unter den App-Nutzern und schöpfen ihr Potenzial gut aus. Elf Prozent der App-Nutzer planen einen Wechsel des Mobilfunkanbieters in den nächsten zwölf Monaten.

Apple und Samsung sind die führenden Handymarken unter den kostenpflichtigen App-Nutzern. Besonders Apple schöpft sein Potenzial in der Zielgruppe überdurchschnittlich aus. 28 Prozent der Zielgruppe planen die Neuanschaffung eines Smartphones in den nächsten zwölf Monaten.

Das beliebteste Medium der internetaffinen Zielgruppe ist das Internet. Die Printmedien Tageszeitung und Zeitschriften haben in der Zielgruppe geringere Anteile, jedoch werden IT/TK-Zeitschriften wie Computer Bild oder Chip von der Zielgruppe überdurchschnittlich häufig gelesen.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „Studie Mobilfunk-Zielgruppe Nutzer kostenpflichtiger Apps 2014“ von *research tools* gibt auf 88 Seiten Einblick in das Mobilfunkverhalten der Nutzer kostenpflichtiger Apps. Basis sind über 4.100 Interviews mit bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Personen, die kostenpflichtige Apps auf ihrem Smartphone nutzen. Neben Kundenverhalten, Mobilfunkanbieter, Handymarken, Smartphone- und App-Nutzung wird Soziodemografie sowie Freizeit- und Medienverhalten der Zielgruppe analysiert und mit der Gesamtbevölkerung verglichen.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)