



Je jünger desto iPhone

28.06.2007 - 11:57 Uhr, Accenture GmbH

Kronberg (ots) -

Accenture-Umfrage: Integrierter iPod lockt vor allem Schüler / Jeder zweite Deutsche kennt es, aber wenige beabsichtigen bislang es zu kaufen / Kaum Bereitschaft für iPhone den Handyanbieter zu wechseln

Besonders Jugendliche interessieren sich für Handys, die mehrere Funktionen in sich vereinen. Das zeigt das jüngste Beispiel iPhone: Laut einer repräsentativen Umfrage des Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleisters Accenture würden vor allem Schüler das neue Apple-Handy kaufen. Sie spricht besonders der integrierte iPod an.

Der integrierte Musikplayer wäre für 37 Prozent der deutschen Schüler ein relevantes Kaufkriterium und ist den Jugendlichen damit dreimal so wichtig wie den übrigen Verbrauchern, von denen sich bislang 13 Prozent für dieses Ausstattungsmerkmal interessieren. "Das iPhone ist nicht nur ein Handy, sondern ein innovatives Produktkonzept. Es verlängert die digital Wertschöpfungskette des iPod, um mit der Telefon-Funktion neue Zielgruppen anzusprechen", sagt Dr. Nikolaus Mohr, Geschäftsführer im Bereich Communications & High Tech bei Accenture. Das zeige schon der 'look and feel' des iPhone, das nicht mehr an ein klassisches Telefon erinnere sondern an ein innovatives und konvergentes Multimedia-Gerät. "Es bleibt abzuwarten, ob das neue Produkt es schafft, sich den Bedürfnissen und dem Nutzungsverhalten neuer Zielgruppen zu entsprechen."

Hohe Bekanntheit, geringe Kauf- und Wechselbereitschaft

Obwohl schon 50 Prozent der Deutschen das iPhone kennen, ohne dass es bislang in Deutschland offensiv beworben wurde und auch noch kein Veröffentlichungsdatum feststeht, wollen sich gerade einmal drei Prozent der Deutschen das neue Handy anschaffen. Knapp 80 Prozent interessieren sich überhaupt nicht dafür.

Accenture stellte darüber hinaus die Frage, ob Kunden bereit wären, ihren Mobilfunkanbieter zu wechseln, um das iPhone zu bekommen. Hintergrund der Frage ist, dass Apple sein Gerät in den USA exklusiv über den Handyprovider AT&T vertreibt. In Deutschland steht ein Partner bislang noch nicht fest. Das Ergebnis: Zwölf Prozent der Befragten würden einen Wechsel in Betracht ziehen, jedoch nur einer von hundert vor Ablauf seines bisherigen Vertrages. Auf Schüler übt das iPhone eine besonders starke Faszination aus, 35 Prozent würden gegebenenfalls für das Apple-Handy zu einem anderen Handyanbieter wechseln.

Dreht das iPhone den Mobilfunkmarkt?

"Bislang entscheiden sich Verbraucher insbesondere in Deutschland meist für einen bestimmten Mobilfunkvertrag und bekommen das Handy dazu?", sagt Dr. Nikolaus Mohr. "Diesen Mechanismus könnte das iPhone umdrehen: Das Gerät steht im Vordergrund, nicht der Handyvertrag."

Mehr Musik aus dem Internet

Bereits heute hören viele Menschen Musik auf ihrem Handy. Und immerhin sechs Prozent der Befragten würden sich mehr Musik als bisher aus dem Internet herunterladen, wenn sie das iPhone besäßen. Auch in diesem Punkt liegen die Jüngeren weit vor dem Durchschnitt (23 Prozent der Schüler und 15 Prozent der Unter-30-jährigen). "Das iPhone verschafft Apple einen weiteren Zugangspunkt zur digitalen Wertschöpfungskette", sagt Dr. Nikolaus Mohr, Geschäftsführer im Bereich Communications & High Tech bei Accenture. "Apple möchte sich die direkte Beziehung zum Kunden sichern. Das zeigt sich bisher darin, dass man in den USA einen iTunes-Account benötigt, um das iPhone zu bestellen."

Vergleich Deutschland - USA

Ein Vergleich mit den USA zeigt, dass es in Sachen Bekanntheit des iPhone keinen großen Unterschied gibt. Laut zweier unter anderem im Wall Street Journal veröffentlichten Umfragen kannten Mitte Juni 54 Prozent der US-Amerikaner das iPhone (Deutschland: 50 Prozent). Ganz anders dagegen beim Thema Kaufbereitschaft: Neun Prozent der befragten Amerikaner äußerten hohes Interesse, sich das Apple-Handy zuzulegen, gegenüber drei Prozent hierzulande.

Zur Umfrage

Im Auftrag von Accenture befragte TNS Infratest Ende Juni deutschlandweit 1.003 Personen zwischen 14 und 70 Jahren.

Über Accenture

Accenture ist ein weltweit agierender Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister. Mit dem Ziel, Innovationen umzusetzen, hilft das Unternehmen seinen Kunden durch die gemeinsame Arbeit leistungsfähiger zu werden. Umfangreiches Branchenwissen, Geschäftsprozess-Know-how, internationale Teams und hohe Umsetzungskompetenz versetzen Accenture in die Lage, die richtigen Mitarbeiter, Fähigkeiten und Technologien bereit zu stellen, um so die Leistung seiner Kunden zu verbessern. Mit rund 152.000 Mitarbeitern in 49 Ländern erwirtschaftete das Unternehmen im vergangenen Fiskaljahr (zum 31. August 2006) einen Nettoumsatz von 16,65 Milliarden US-Dollar. Die Internet-Adresse lautet www.accenture.de

@@infblk@@

Weitere Informationen:

Accenture

Campus Kronberg 1
61476 Kronberg im Taunus
www.accenture.de

Jens Derksen

Tel.: (06173) 94 61 393

Fax: (06173) 94 41 393

E-Mail: jens.derksen@accenture.com

Originaltext:

Accenture GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/39565/accenture-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_39565.rss2