

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/39565/1620746/deutsche-verbraucher-zoegern-beim-kauf-mobiler-internet-geraete-accenture-studie-vorsicht-und-hoher> abgerufen werden.



Deutsche Verbraucher zögern beim Kauf mobiler Internet-Geräte Accenture-Studie: Vorsicht und hoher Informationsbedarf bestimmen das Kaufverhalten in Deutschland

27.05.2010 - 08:00 Uhr, Accenture GmbH

Kronberg im Taunus (ots) - Deutsche Verbraucher halten sich beim Kauf mobiler Internet-Geräte zurück: Acht Prozent planen, im Laufe des Jahres ein internetfähiges Mobiltelefon zu erwerben. Sechs Prozent wollen sich ein Netbook zulegen, drei Prozent ein Lesegerät für elektronische Bücher. Eine Erhebung des Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleisters Accenture zeigt: In anderen Ländern ist die Kaufbegeisterung deutlich größer.

Befragt wurden 16.000 Personen in China, Deutschland, Frankreich, Indien, Japan, Malaysia, Singapur und den USA, 2.000 davon aus Deutschland.

In diesen acht Ländern wollen durchschnittlich 21 Prozent der Befragten noch in diesem Jahr ein so genanntes Smartphone kaufen, zwölf Prozent ein Netbook und fünf Prozent ein E-Book-Lesegerät.

"Die Ergebnisse sind beispielhaft für die Haltung der deutschen Verbraucher bei technischen Geräten und Diensten", sagt Reiner Fischer, Geschäftsführer des Bereichs Communications & High Tech bei Accenture. "Der deutsche Markt ist gesättigt und außerdem kein Early-Adopter-Markt. Die Käufer sind vorsichtig und probieren neue Technologien nicht um der Neuheit willen aus, sondern prüfen genau, welchen Mehrwert ihnen ein Gerät oder ein Service bringt."

Auch in den vergangenen eineinhalb Jahren haben sich deutsche Verbraucher mit Ausgaben für technische Geräte zurückgehalten. Nach eigenen Angaben haben 2009 nur acht Prozent der Befragten ein Smartphone gekauft, gegenüber durchschnittlich 17 Prozent in den untersuchten acht Ländern. 19 Prozent haben ein PC oder Laptop erworben (Durchschnitt: 30 Prozent).

"In einem Markt wie dem deutschen können Hersteller die Nachfrage mit niedrigen Einstiegspreisen ankurbeln", sagt Reiner Fischer. "Vor allem aber ist es wichtig, dem hohen Informationsbedürfnis der Kunden entgegenzukommen."

Denn für viele deutsche Verbraucher sind die Ergebnisse ihrer persönlichen Recherche der wichtigste Faktor bei der Entscheidung, ob sie ein neues Gerät kaufen oder nicht. Das sagen 31 Prozent, gegenüber 26 Prozent im Durchschnitt aller Befragten.

Für ein knappes Drittel der Befragten in Deutschland und in allen untersuchten Ländern ist der Preis das wichtigste Kaufkriterium (32 und 30 Prozent).

Dass eine Neuheit als innovativ wahrgenommen wird, gibt nur für sieben Prozent der Deutschen den Ausschlag beim Kauf (Durchschnitt: zehn Prozent).

Die globalen Ergebnisse der Studie finden Sie unter www.accenture.com/consumertech2010 .

Über die Studie

Für den '2010 Consumer Electronics Products and Services Usage Report' wurden 16.000 Endverbraucher in vier 'erschlossenen' Märkten (USA, Deutschland, Frankreich und Japan) und vier 'Schwellenmärkten' (China, Indien, Malaysia und Singapur) zu ihren Nutzungsgewohnheiten sowie ihren aktuellen und zukünftigen Kaufabsichten hinsichtlich Consumer Technology befragt. In Deutschland wurden rund 2.000 Anwender befragt.

Über Accenture

Accenture ist ein weltweit agierender Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister mit mehr als 181.000 Mitarbeitern, die für Kunden in über 120 Ländern tätig sind. Das Unternehmen bringt umfassende Projekterfahrung, fundierte Fähigkeiten über alle Branchen und Unternehmensbereiche hinweg und Wissen aus qualifizierten Analysen der weltweit erfolgreichsten Unternehmen in eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit seinen Kunden ein. Accenture erwirtschaftete im vergangenen Fiskaljahr (zum 31. August 2009) einen Nettoumsatz von 21,58 Mrd. US-Dollar. Die Internetadresse lautet www.accenture.de .

Pressekontakt:

Jens Reinhard Derksen

Media & Analyst Relations
Accenture GmbH
Campus Kronberg 1
D-61476 Kronberg im Taunus
Telefon +49 6173 94-61393
Mobile: +175-57 61393
jens.derksen@accenture.com

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

Accenture GmbH

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

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