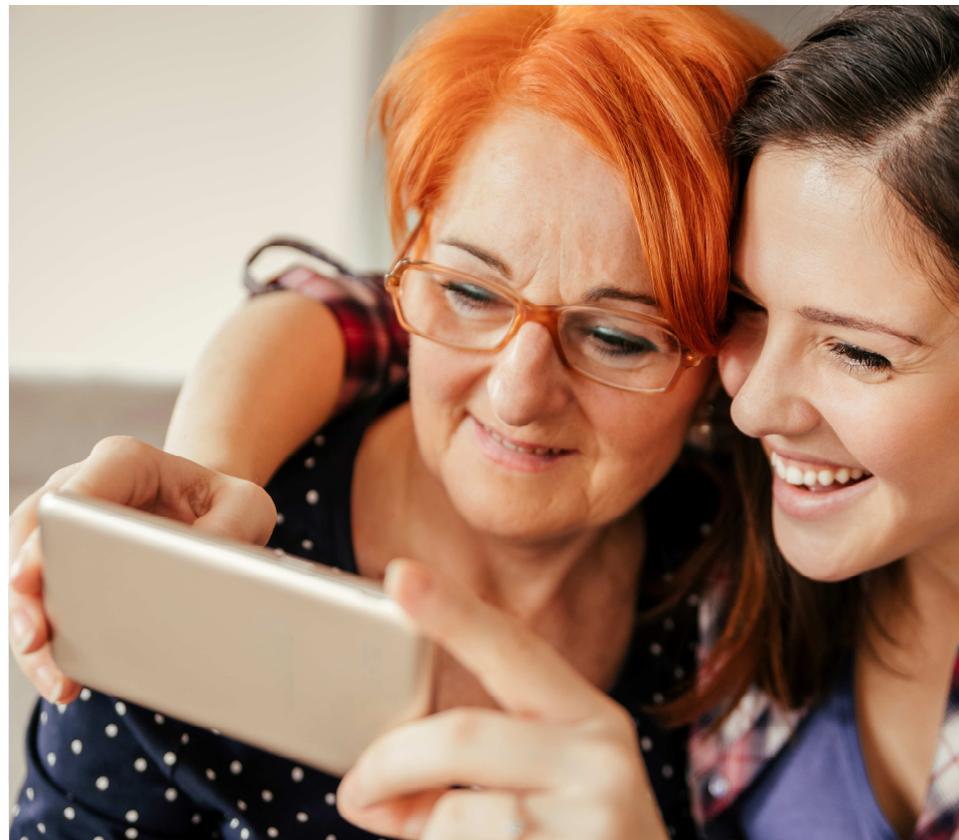


GfK Verein

## Mobile Kommunikation 2018 – eine Studie des GfK Vereins in acht Ländern

Welche Geräte habe ich, wie nutze ich sie  
und was ist mir dabei wichtig?



Copyright GfK Verein

Nachdruck, Weitergabe und Ähnliches – auch auszugsweise – sind nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des GfK Vereins gestattet.

April 2018

Verantwortlich: Ronald Frank

GfK Verein  
Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V.  
Nordwestring 101, 90419 Nürnberg

Tel.: +49 911 95151-983 und -972 – Fax: +49 911 37677 872

Vereinsregister Amtsgericht Nürnberg VR200665

E-Mail: [hello@gfk-verein.org](mailto:hello@gfk-verein.org)  
Internet: <http://www.gfk-verein.org>

## Mobile Kommunikation 2018

## Welche Geräte habe ich, wie nutze ich sie und was ist mir dabei wichtig?

---

GfK Verein:  
Ronald Frank

GfK Consumer Insights:  
Birgit Müller

Einleitung	4
Länder und Zielgruppen	8
Nutzungsverhalten	16
Telefonie-Verhalten, Erreichbarkeit	26
Einstellungen, Lebenswelten und Werte	34
Konsumtrends	46
Methode	54

Die vorliegende inzwischen vierte Ausgabe der Studie „Mobile Kommunikation“ zeigt eine weiter zunehmende Vernetzung im Alltag der Konsumenten in den acht untersuchten Ländern. Die hier dargestellte Typologie von Non-Connected bis hin zu Super-Connected basiert auf einem umfangreichen Fragenkatalog zum Verhalten und zu den Einstellungen rund um das Smartphone bzw. Handy und die Möglichkeiten mobiler Kommunikation. Eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Typen finden Sie in den jeweiligen Kapiteln zu Nutzung, Telefonie, Einstellungen und Konsumtrends.

Um der Weiterentwicklung Rechnung zu tragen, wurde die Typologie erweitert und aktualisiert, so dass 2018 eine neue Gruppe hinzukommt, die Fully-Connected. Gleichzeitig werden die bisherigen Super-Connected enger definiert, so dass die Omnipräsenz mobiler Online-Aktivitäten noch stärker hervortritt. In Folge bleibt der Anteil dieser Gruppe mit 15 Prozent gegenüber 2016 unverändert. Ein Zuwachs ist 2018 dagegen sowohl für die Fully-Connected als auch für die Semi-Connected zu beobachten, und zwar zu Lasten derjenigen Konsumenten, die das Internet (noch) nicht oder nur sporadisch mobil nutzen.

Betrachtet man den Verkauf von Geräten zur Internetnutzung, so wird klar, dass sich auch das Nutzungsverhalten geändert haben muss: Gerade der

Anteil der verkauften Smartphones in diesen acht Ländern hat sich in den letzten zehn Jahren kontinuierlich erhöht, stagniert aber inzwischen seit einigen Jahren. Und folgt man der aktuellen *ARD/ZDF-Onlinestudie 2017*, so ist gerade die Nutzung eines mobilen Gerätes weiterhin ein wesentlicher Treiber für mehr und häufigere Aktivität im Web: Wer einen mobilen Netzzugang hat, der verweilt pro Tag 60 Minuten länger im Internet als die Onlinenutzer insgesamt (209 Min. gegenüber 149 Min.).

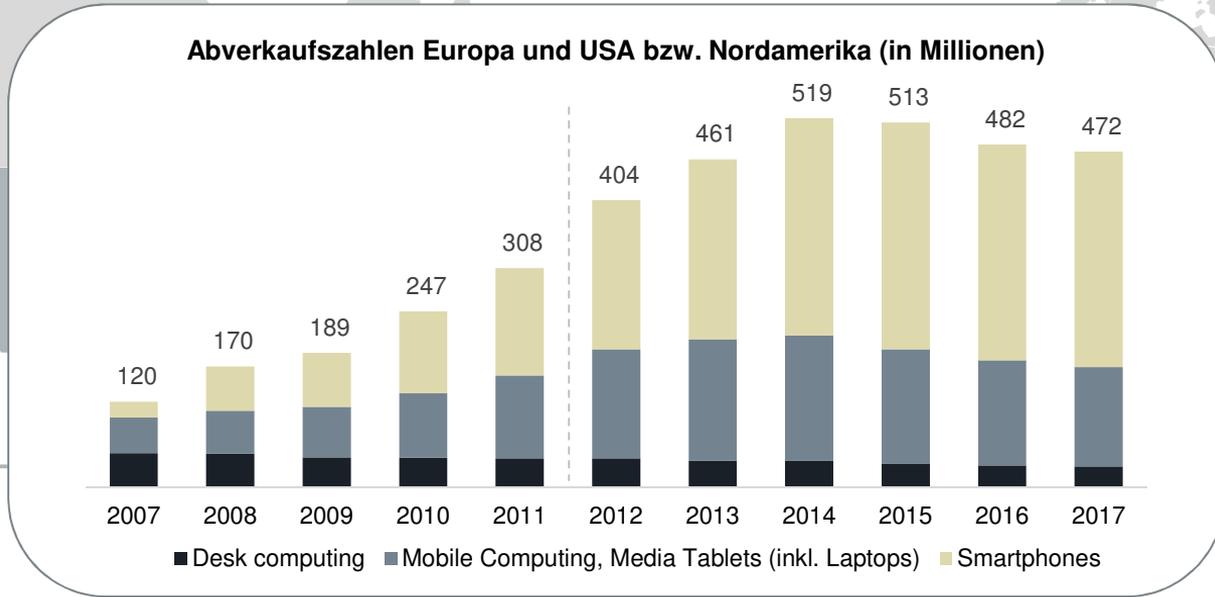
Grund genug also, die Frage erneut aufzugreifen und zu untersuchen, wie sich die mobile Kommunikation entwickelt hat: Inzwischen sind sieben von zehn Konsumenten in diesen acht Ländern als zumindest „semi-connected“ zu bezeichnen, d.h. der praktische Nutzen, unabhängig von Ort und Zeit sowohl mit anderen kommunizieren zu können als auch unterwegs permanent die Angebote des Internets zur Verfügung zu haben, ist aus dem Alltag der Verbraucher Europas und der USA nicht mehr wegzudenken.

Wie sich die mobile Evolution im einzelnen in diesen Ländern darstellt, was sie bedeutet, aber auch, was dabei durchaus kritisch gesehen wird (Stichwort: Netiquette), das erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

Ronald Frank  
GfK Verein

# Im gesättigten Markt dominiert weiterhin der Abverkauf von Smartphones

## Marktentwicklung: Abverkauf von Geräten



Quelle: GfK POS data; Sales Units Total Market, Smartphones, Mobile Computing/Media Tablets, Desk Computing, Januar bis Dezember des jeweiligen Jahres kumuliert in Deutschland, Frankreich, Spanien, Polen, Italien, UK, Russland und den USA bzw. ab 2012 Nordamerika gesamt; Quelle Daten USA/Nordamerika: GfK Boutique Research

### Wie entwickeln sich die Stufen der mobilen Evolution – insgesamt und in den Ländern?

Das Segment der Fully-Connected wächst deutlich, der Anteil der Super-Connected bleibt stabil.

In Großbritannien ist der Anteil an Super-Connected am höchsten.

Und je jünger die Menschen sind, desto vernetzter sind sie. Bei den Älteren ist die mittlere Lebenslage vernetzter als die einfache Lebenslage.



### Länder und Zielgruppen

### Wie verändert sich die Nutzung des Web und der mobilen Geräte?

Die Internetnutzung nimmt leicht zu und knapp die Hälfte der Internetnutzer lässt sich im Internet treiben.

Die Handynutzung nimmt leicht zu, die Smartphone-nutzung deutlich. Auch das Internet wird am häufigsten mit dem Smartphone genutzt, und zwar täglich.

Das Smartphone ist aber nicht das einzige Gerät: Die Multi Device-Nutzung für das Internet hat seit 2016 zugenommen.



### Nutzungsverhalten

# Welche Geräte habe ich, wie nutze ich sie und was ist mir dabei wichtig?

Mobile Kommunikation 2018 (2/2)

## Wie entwickeln sich aktive Telefonie, Kommunikationswege und Erreichbarkeit?

Von zu Hause überwiegt inzwischen die Telefonie mit dem Handy; Russland und Polen weisen den höchsten Anteil an Handy-Telefonie von zu Hause auf, Deutschland den niedrigsten.

Zwei Drittel der Bürger geben nur noch die Handynummer weiter.

Am besten sind die Menschen über ihr Handy erreichbar, es gibt aber auch ein Bedürfnis nach Nicht-Erreichbarkeit.



**Einstellungen,  
Werte**

## Wie verändern sich die Einstellungen in Bezug auf die mobile Kommunikation?

Mobile Kommunikation verändert das Leben, auch zu Lasten der Offline-Kontaktpflege.

Bei der Nutzung des mobilen Internets wird die Zeitersparnis vermehrt geschätzt.

Die Mehrheit möchte nicht ungefragt mit dem Smartphone fotografiert werden.

Fast genauso viele finden es unhöflich, persönliche Gespräche wegen Nachrichten usw. zu unterbrechen.

**Telefonie,  
Erreichbarkeit**

## Welche Auswirkungen hat die mobile Kommunikation auf den Konsum?

Je vernetzter, desto eher setzen die Menschen auf Internet-Anleitungen.

Die Offenheit für neue Trends nimmt generell mit dem Grad der Vernetzung zu.

**Konsum**

# 1. Länder und Zielgruppen

# Wie entwickeln sich die Stufen der mobilen Evolution?

## Überblick Länder und Zielgruppen

### Das Segment der Fully-Connected wächst ...

Insgesamt bleibt in den acht Ländern das Segment Super-Connected mit 15% stabil. Dagegen steigen die Anteile der Fully-Connected deutlich und der Semi-Connected leicht – wodurch die beiden Segmente zusammen über 50% ausmachen. Im Gegenzug wird die Gruppe der weniger vernetzten kleiner: Das Segment der Pre-Connected verliert sechs Prozentpunkte auf 18% und auch der Anteil der Non-Connected sinkt etwas, womit das nicht vernetzte Segment nun mit 13% das kleinste bildet.

### ... das Segment der Super-Connected bleibt stabil

Der unveränderte Anteil der Super-Connected ist nicht überraschend. Denn die angewandte Clusteranalyse ist kein starres Raster, sondern eine Methode, die im Zeitverlauf weiterentwickelt werden muss – so wie sich auch die Möglichkeiten und die Einstellungen gegenüber der mobilen Vernetzung verändern. Daher berücksichtigt dieses Modell aktuell zusätzlich weitere Kriterien, um die Befragten einem Segment zuzuordnen. Dass die Segmente der Fully-Connected und Semi-Connected zu Lasten der Pre-Connected und Non-Connected zugenommen haben, zeigt somit deutlich, wie das mobile Internet weiter in den Alltag vordringt und wir zunehmend vernetzter agieren.

### In Großbritannien ist der Anteil an Super-Connected am höchsten

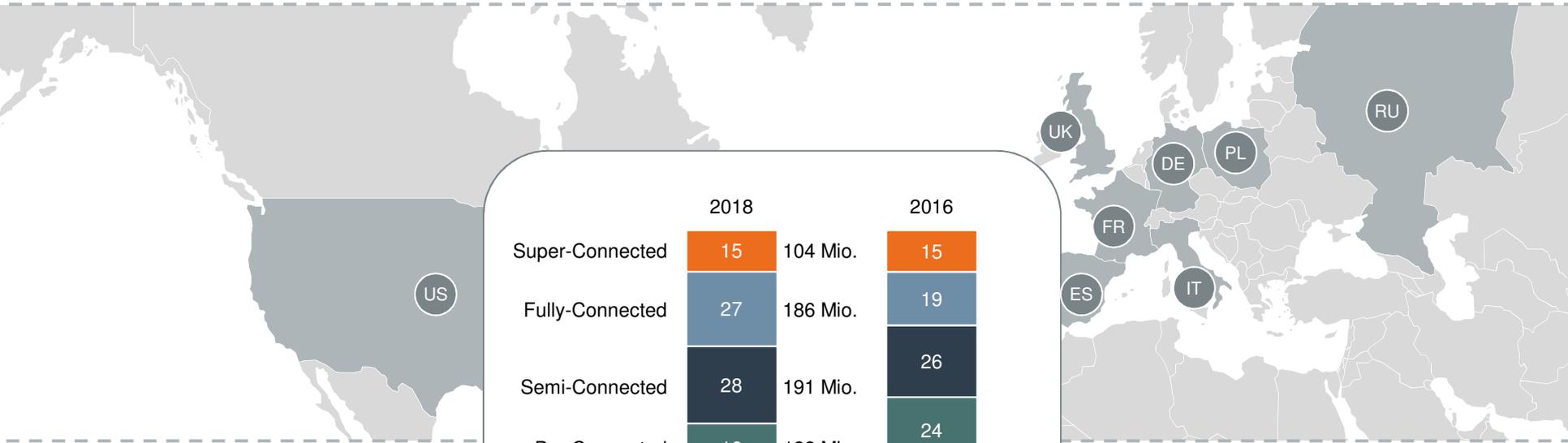
Anders als 2016 weist 2018 Großbritannien (24%) den höchsten Anteil an Super-Connected auf und nicht mehr Russland (19%). Dort sind zahlreiche Super-Connected zu den Fully-Connected gewandert. Dafür sind die derzeitigen Super-Connected nun nicht nur einstellungsbezogen, sondern auch ausstattungsmäßig super-connected. Mit 18% ist der Anteil der Super-Connected in Spanien am dritthöchsten, gefolgt von Deutschland, Italien und Polen mit jeweils 14%, den USA mit 13% und Schlusslicht Frankreich mit nur 7% - aber einem merklich gewachsenen Anteil an Fully-Connected.

### Je jünger, desto vernetzter

Das Lebensalter und die mobile Evolution hängen klar zusammen: Je jünger die Menschen sind, desto vernetzter sind sie. Zugenommen hat die Konnektivität aber in allen Altersgruppen. Bei den 14- bis 29-Jährigen steigt der Anteil der Super-Connected sichtlich auf 33%. Insgesamt ist bei den Jüngeren quasi jeder „connected“. Unter den 30- bis 49-Jährigen nimmt der Anteil der Fully-Connected von 22% auf 35% zu, und zwischen 50 und 69 Jahren gewinnen die Fully-Connected und Semi-Connected an Gewicht. In der Altersgruppe 70+ fiel 2016 noch die Hälfte ins Segment Non-Connected, 2018 trifft das nur noch auf 43% zu. Bei den Älteren ist die mittlere Lebenslage vernetzter als die einfache Lebenslage.

# Das Segment der Fully-Connected wächst, das der Super-Connected bleibt stabil

## Stufen der mobilen Evolution, Überblick über alle Länder

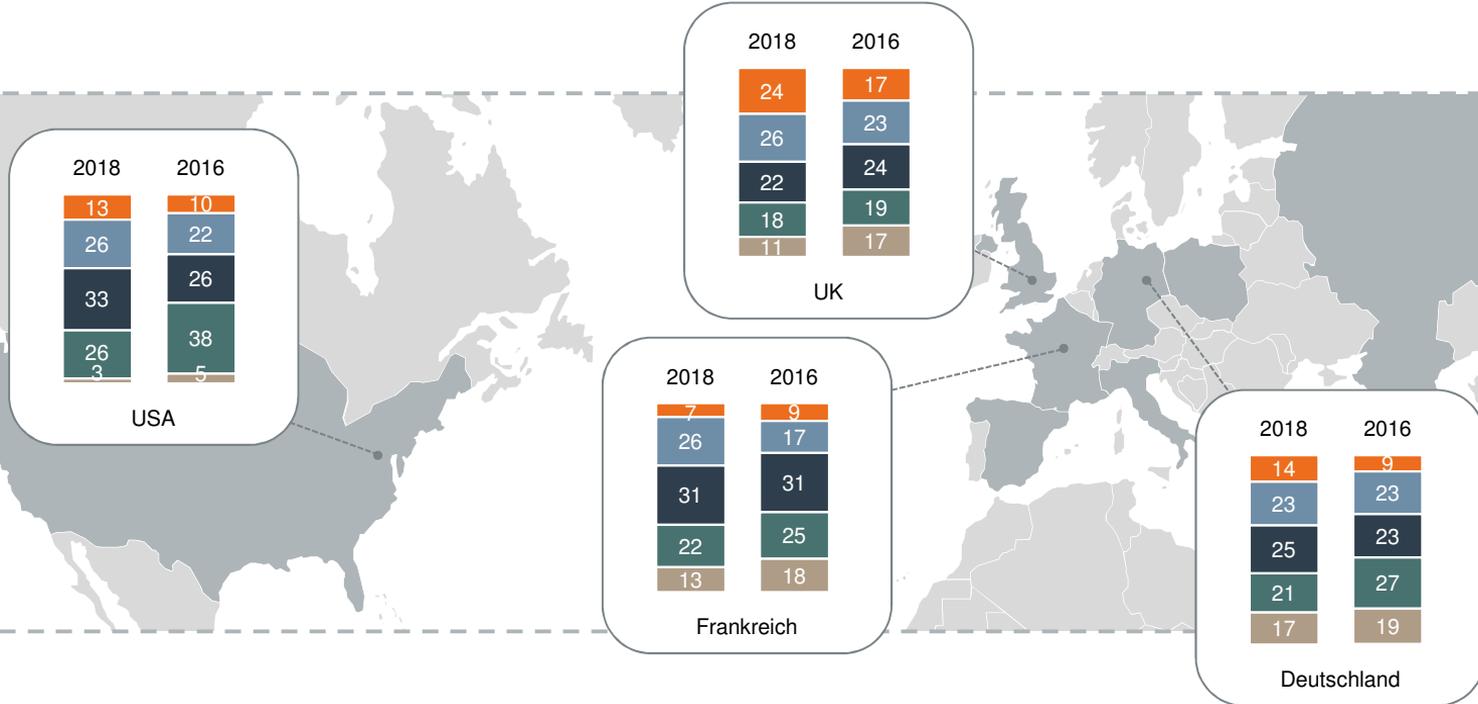


	2018		2016	
Super-Connected	15	104 Mio.	15	
Fully-Connected	27	186 Mio.	19	
Semi-Connected	28	191 Mio.	26	
Pre-Connected	18	122 Mio.	24	
Non-Connected	13	87 Mio.	16	

Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 Basis 2018: 72 Mio. Deutsche (n=2.045), 54 Mio. Franzosen (n=1.010), 39 Mio. Spanier (n=1.017), 32 Mio. Polen (n=998), 51 Mio. Italiener (n=1.002), 54 Mio. Briten (n=1.036), 119 Mio. Russen (n=2.041), 267 Mio. US-Amerikaner (n=985)

# In Großbritannien ist der Anteil an Super-Connected am höchsten

## Stufen der mobilen Evolution, Verteilung je Land (US, UK, FR, DE)

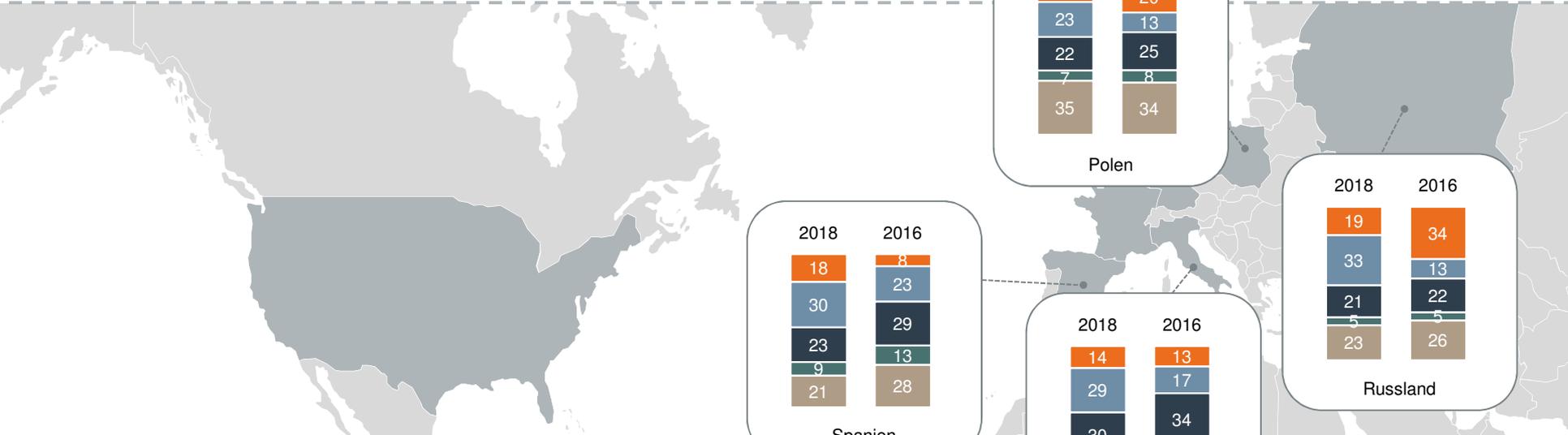


- Super-Connected
- Fully-Connected
- Semi-Connected
- Pre-Connected
- Non-Connected

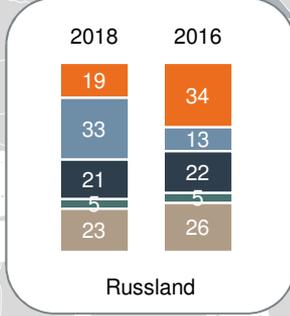
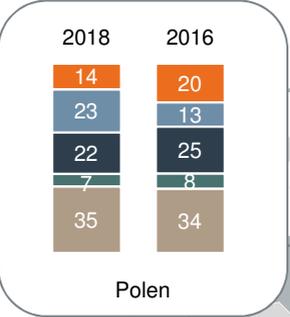
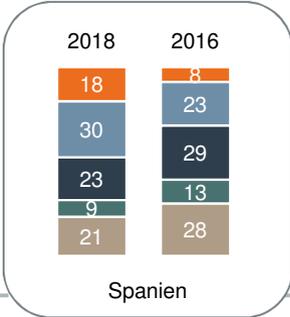
Angaben in % | Basis 2018: 72 Mio. Deutsche (n=2.045), 54 Mio. Franzosen (n=1.010), 39 Mio. Spanier (n=1.017), 32 Mio. Polen (n=998), 51 Mio. Italiener (n=1.002), 54 Mio. Briten (n=1.036), 119 Mio. Russen (n=2.041), 267 Mio. US-Amerikaner (n=985)

# In Polen und Russland nimmt der Anteil an Super-Connected sichtlich ab ...

## Stufen der mobilen Evolution, Verteilung je Land (ES, IT, PL, RU)



- Super-Connected
- Fully-Connected
- Semi-Connected
- Pre-Connected
- Non-Connected



Angaben in % | Basis 2018: 72 Mio. Deutsche (n=2.045), 54 Mio. Franzosen (n=1.010), 39 Mio. Spanier (n=1.017), 32 Mio. Polen (n=998), 51 Mio. Italiener (n=1.002), 54 Mio. Briten (n=1.036), 119 Mio. Russen (n=2.041), 267 Mio. US-Amerikaner (n=985)

# ... aber die aktuellen Super-Connected sind inzwischen besser ausgestattet

## Stufen der mobilen Evolution: Deep Dive Super-Connected (PL, RU)



■ Super-Connected  
 Super-Connected mit Nutzung (= Nutzung Smartphone oder Internetnutzung mit Laptop, Handy oder Tablet/Netbook woanders außer Haus)

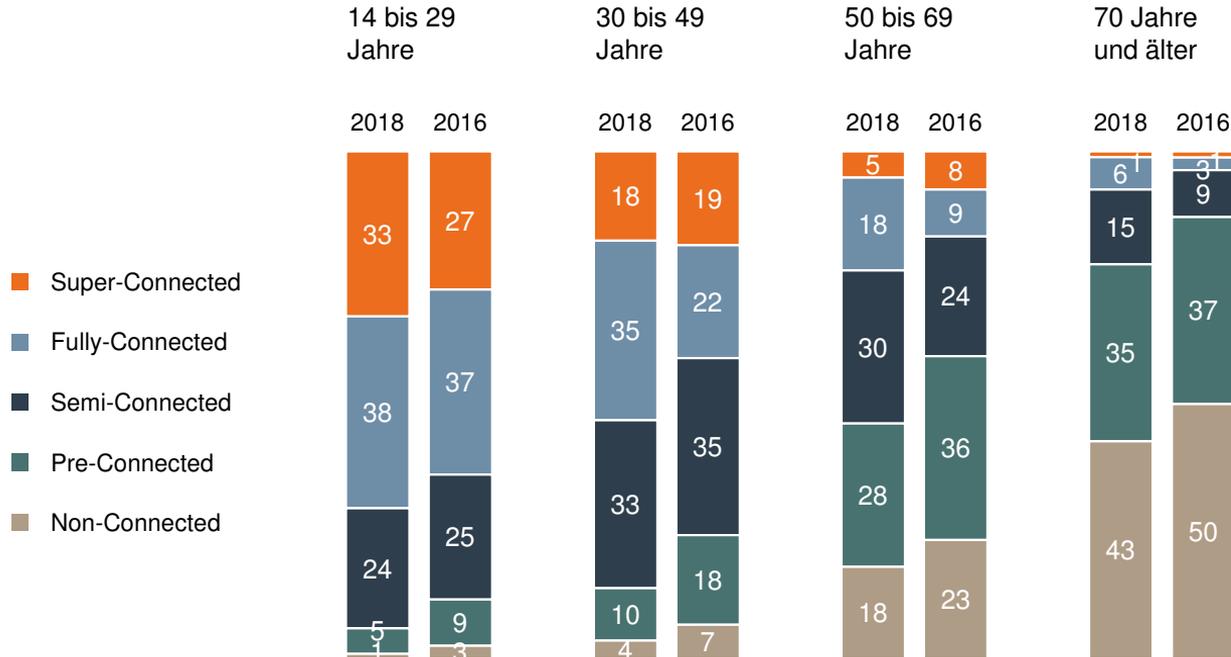


Super-Connected ohne entspr. Nutzung  
 (Anteile in den anderen Ländern: 1%-3%, ebenfalls rückläufig)

Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 Basis 2018: 32 Mio. Polen (n=998), 119 Mio. Russen (n=2.041)

# Je jünger, desto vernetzter ...

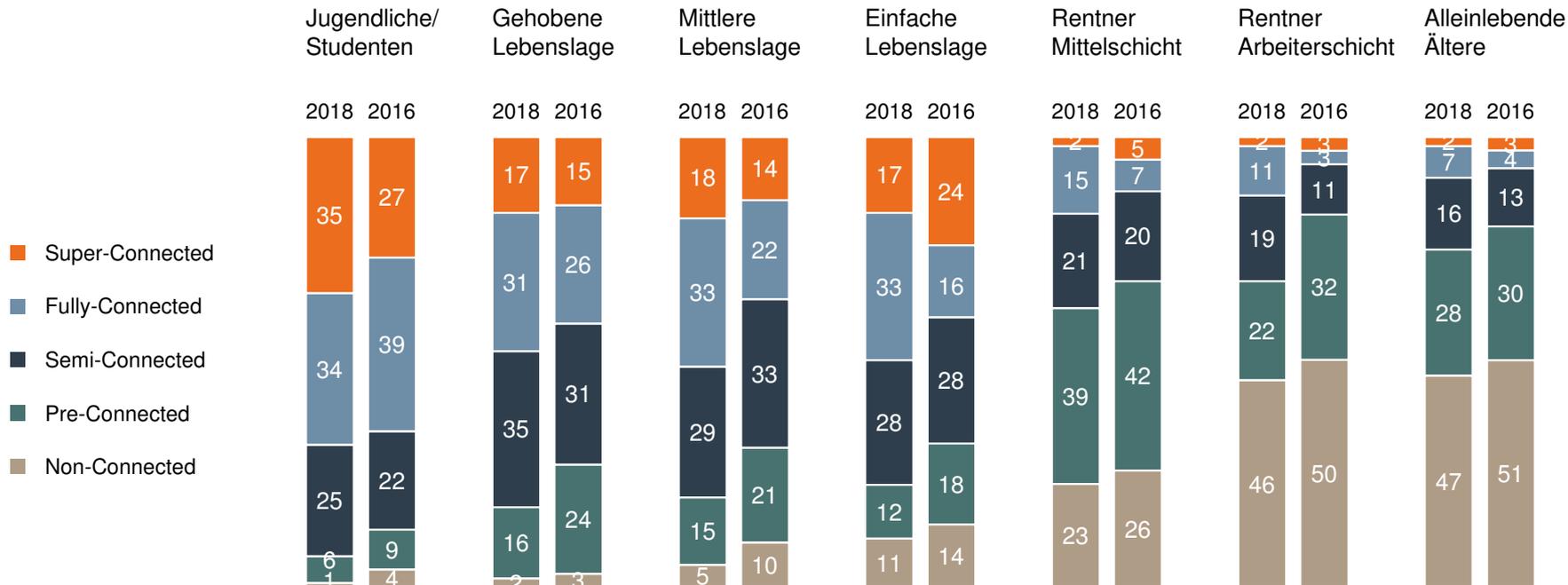
## Stufen der mobilen Evolution: Verteilung nach Altersgruppen im Zeitvergleich



Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 160 Mio. 14-29 Jahre (n=2.037), 223 Mio. 30-49 Jahre (n=3.328), 223 Mio. 50-69 Jahre (n=3.441), 84 Mio. 70+ Jahre (n=1.328)

# ... und bei den Älteren ist die Mittelschicht vernetzter als die Arbeiterschicht

## Stufen der mobilen Evolution: Verteilung nach Lebenswelten im Zeitvergleich



Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 64 Mio. Jugendliche/Studenten (n=834), 205 Mio. Gehobene Lebenslage (n=2.293), 131 Mio. Mittlere Lebenslage (n=2.083), 114 Mio. Einfache Lebenslage (n=2.043), 72 Mio. Rentner Mittelschicht (n=1.042), 54 Mio. Rentner Arbeiterschicht (n=950), 49 Mio. Alleinlebende Ältere (n=889)

## 2. Nutzungsverhalten

# Wie verändern sich Internetnutzung und Handy- bzw. Smartphonennutzung?

## Überblick Nutzungsverhalten

### Die Internetnutzung nimmt leicht zu

Über alle Länder und Segmente hinweg wird das Internet 2018 von 85% der Bevölkerung genutzt, 2016 waren es 82%. Da die Nutzung des Internets eine Grundvoraussetzung für die Konnektivität darstellt, ist dieses Kriterium indirekt in die Cluster-Analyse eingegangen. Daher nutzen im Segment der Non-Connected nur 2% das Internet, in allen anderen Segmenten machen das so gut wie alle.

### Knapp die Hälfte der Internetnutzer lässt sich im Internet treiben

Unter allen Internetnutzern gibt gut die Hälfte an, im Internet gezielt Informationen zu suchen, und 47%, dass sie Stunden im Internet verbringen können. Das ist bei den Super-Connected wesentlich stärker ausgeprägt als bei den Pre-Connected.

### Das Smartphone dominiert, nur bei den Non-Connected nimmt die Handynutzung noch etwas zu

Ein Handy oder Smartphone besitzen 96% der Gesamtbevölkerung, nach 92% im Jahr 2016. Dabei besitzen inzwischen 77% der Menschen in den untersuchten Ländern ein Smartphone, das trifft bei allen Evolutionsstufen außer den Non-Connected auf die Mehrheit zu.

### Am häufigsten wird das Web - mit deutlichem Anstieg - mit dem Smartphone genutzt

Das Smartphone ist das Gerät, mit dem das Internet am häufigsten – und zunehmend – genutzt wird, und zwar täglich. Auch die Nutzung via Netbook/ Tablet (44%) und Fernseher/Spielekonsole (35%) nimmt zu. Dagegen entwickeln sich PCs (58%) rückläufig.

### Die Multi Device-Nutzung hat seit 2016 zugenommen

Interessant ist nicht nur, mit welchen Geräten das World Wide Web genutzt wird, sondern auch, mit wie vielen verschiedenen Gerätetypen die Menschen ins Internet gehen. Der Anteil der Nutzer nur eines Geräts geht zurück, zugunsten der Nutzer von drei oder mehr Geräten.

### Fast alle nutzen das Internet zu Hause

Die Internetnutzung in den eigenen vier Wänden ist ein selbstverständlicher Bestandteil des Lebens geworden: In allen Segmenten nutzen beinahe alle das Internet zu Hause, ein stabiler bis leicht steigender Wert, so weit noch möglich. Die Nutzung am Arbeitsplatz (52%) sowie die Nutzung außer Haus (57%) verbuchen leichte Zuwächse, was vor allem der gestiegenen Nutzung in den Segmenten der Semi-Connected und Super-Connected geschuldet ist.

# Wie verändern sich Internetnutzung und Handy- bzw. Smartphoneusage?

## Überblick Nutzungsverhalten – mobile Evolution

### Non-Connected

**Smartphones** sind in dieser Gruppe noch nicht verbreitet. 70% nutzen ein einfaches Handy, weiterhin nur 10% ein Smartphone.

Die **Internetnutzung** ist noch niedriger, nur 2% gehen ins World Wide Web.

Da die Internetnutzung immer selbstverständlicher wird, besteht für die nicht vernetzte Gruppe die Gefahr, gesellschaftlich abgehängt zu werden.

### Pre-Connected

Der Anteil an einfachen Handys geht zurück. Aber 65% besitzen ein **Smartphone**, das ist ein deutlicher Anstieg.

Alle nutzen das **Internet**, sie bewegen sich aber sehr gezielt im Netz.

Nur knapp die Hälfte nutzt das Internet auch unterwegs, knapp ein Drittel am Arbeitsplatz.

Zur Internetnutzung wird am häufigsten das Smartphone verwendet, aber weniger intensiv als die anderen Segmente.

Das sind gute Voraussetzungen für eine weitere Vernetzung.

### Semi-Connected

Nur noch 12% besitzen ein einfaches Handy, 87% ein **Smartphone**, deutlich mehr als 2016.

Fast jeder nutzt das **Internet** – und mit immer mehr verschiedenen Geräten.

Zwei Drittel gehen mit dem Laptop ins Internet, mit dem Smartphone sind es 90%; und 80% gehen sogar täglich mit dem Smartphone ins Internet.

Der Aufenthalt im Internet ist noch recht fokussiert.

### Fully-Connected

Jeder besitzt ein Handy, die allermeisten ein **Smartphone** (93%).

Das **Internet** wird mit weniger verschiedenen Gerätetypen genutzt als 2016, stationäre Geräte sind dabei rückläufig.

Am häufigsten wird das Internet mit Laptops und vor allem Smartphones (95%) genutzt, und zwar jeden Tag.

Rund 60% nutzen das Internet auch in der Arbeit und unterwegs.

Mehr als die Hälfte verbringt Stunden im Internet und surft wenig gezielt.

### Super-Connected

96% besitzen ein **Smartphone**.

Ins **Internet** gehen 96%, 43% mit 4 oder mehr Geräten, mit steigender Tendenz.

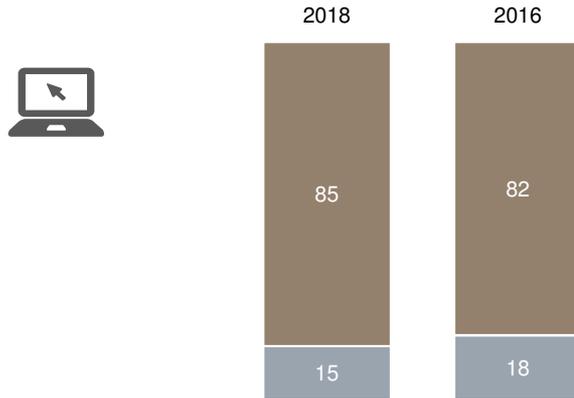
Dabei dominiert das Smartphone (98%), 74% nutzen Laptop, rund die Hälfte Netbook/Tablet oder TV als Gerät für das Internet – überall bis auf den PC zeigt sich ein Zuwachs.

Fast alle nutzen das Internet zu Hause, zwei Drittel aber auch am Arbeitsplatz und unterwegs.

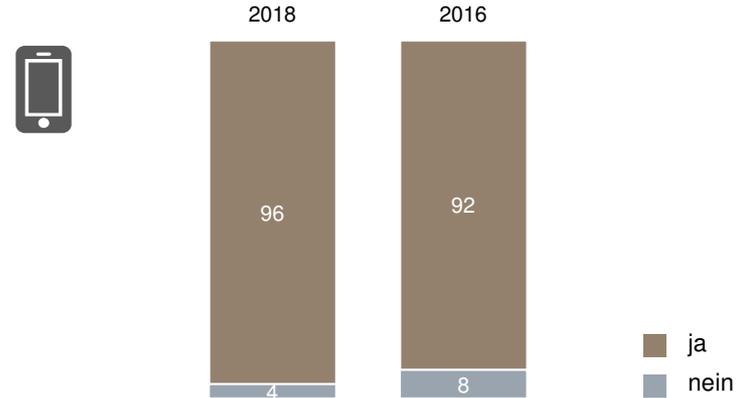
72% lassen sich im Netz treiben.

# Internetnutzung und Handynutzung nehmen insgesamt noch leicht zu

## Internetnutzung



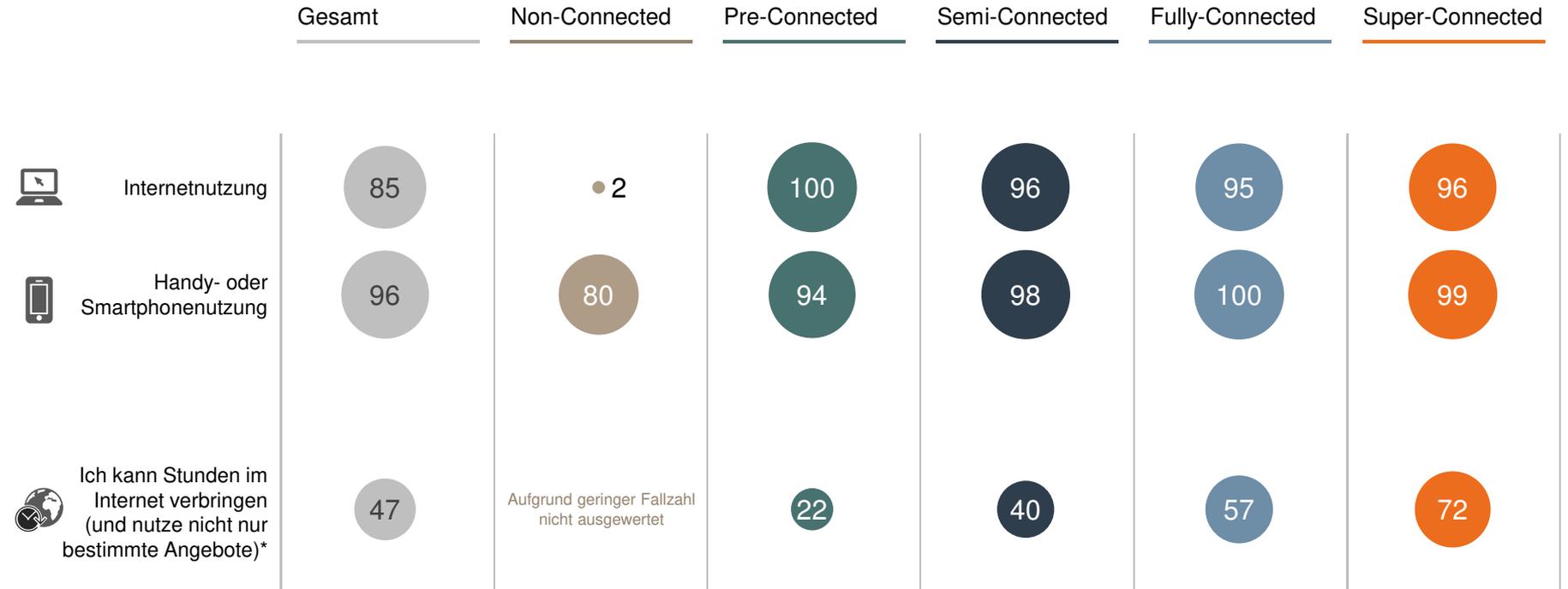
## Handy- bzw. Smartphonenuutzung



Angaben in %  
Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134)

# Knapp die Hälfte der Internetnutzer lässt sich im Internet treiben

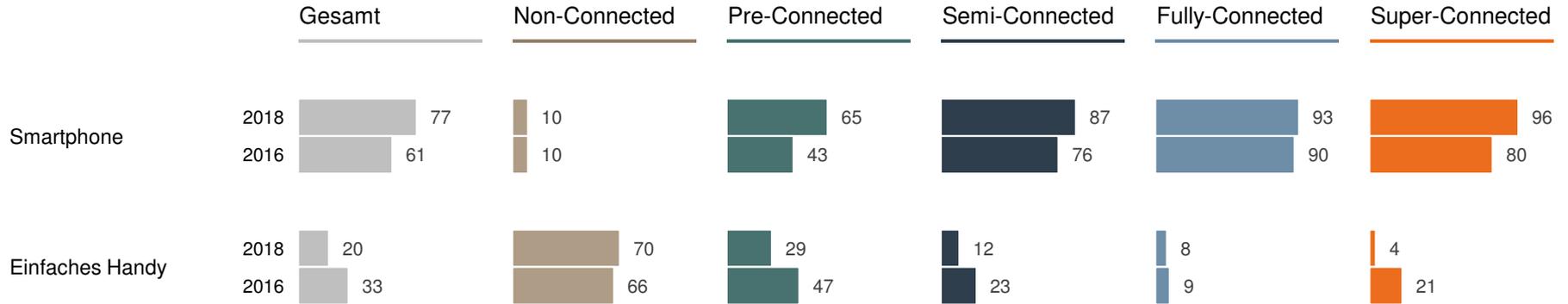
## Internetnutzung und Handy- bzw. Smartphonennutzung im Überblick



Angaben in %, \*Teilgruppe Internetnutzer  
 Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Das Smartphone dominiert, nur bei Non-Connected nimmt die Handynutzung noch etwas zu

## Besitz von Handy und Smartphone

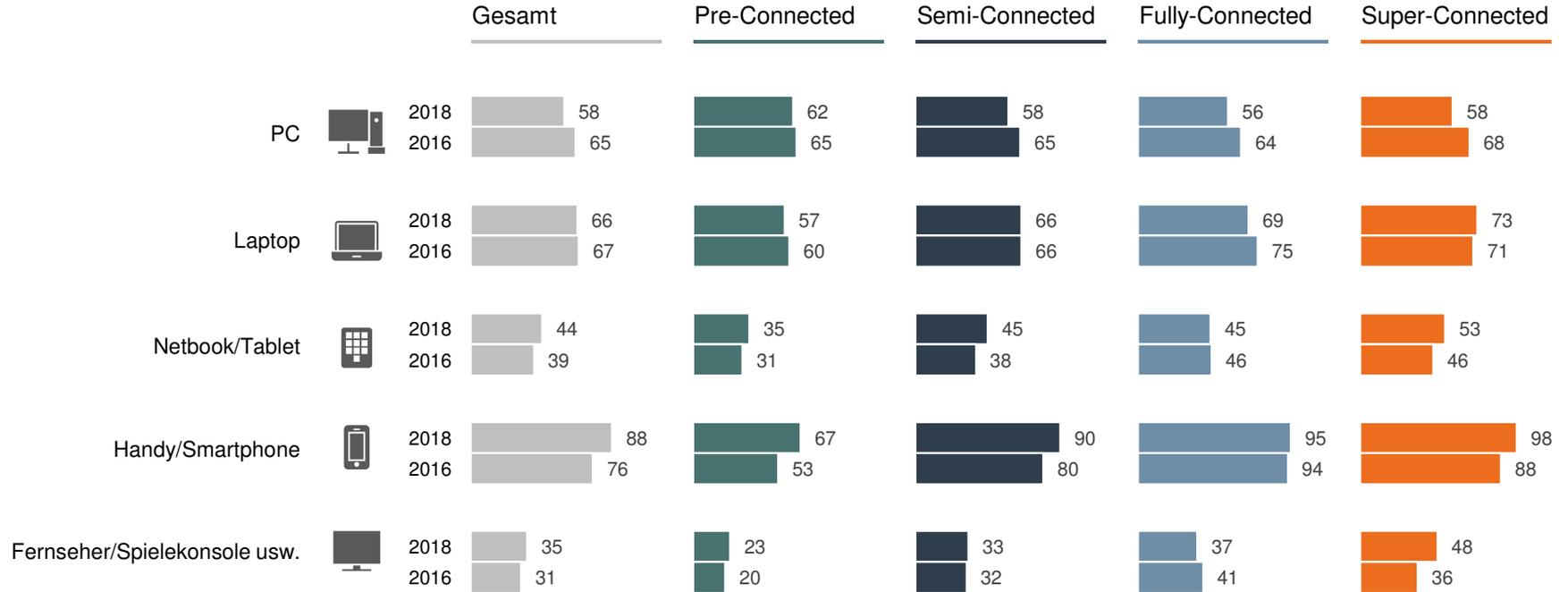


Angaben in %, Mehrfachnutzung möglich

Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Am häufigsten wird das Web - mit deutlichem Anstieg - mit dem Smartphone genutzt

## Internet-Nutzung nach Endgeräten

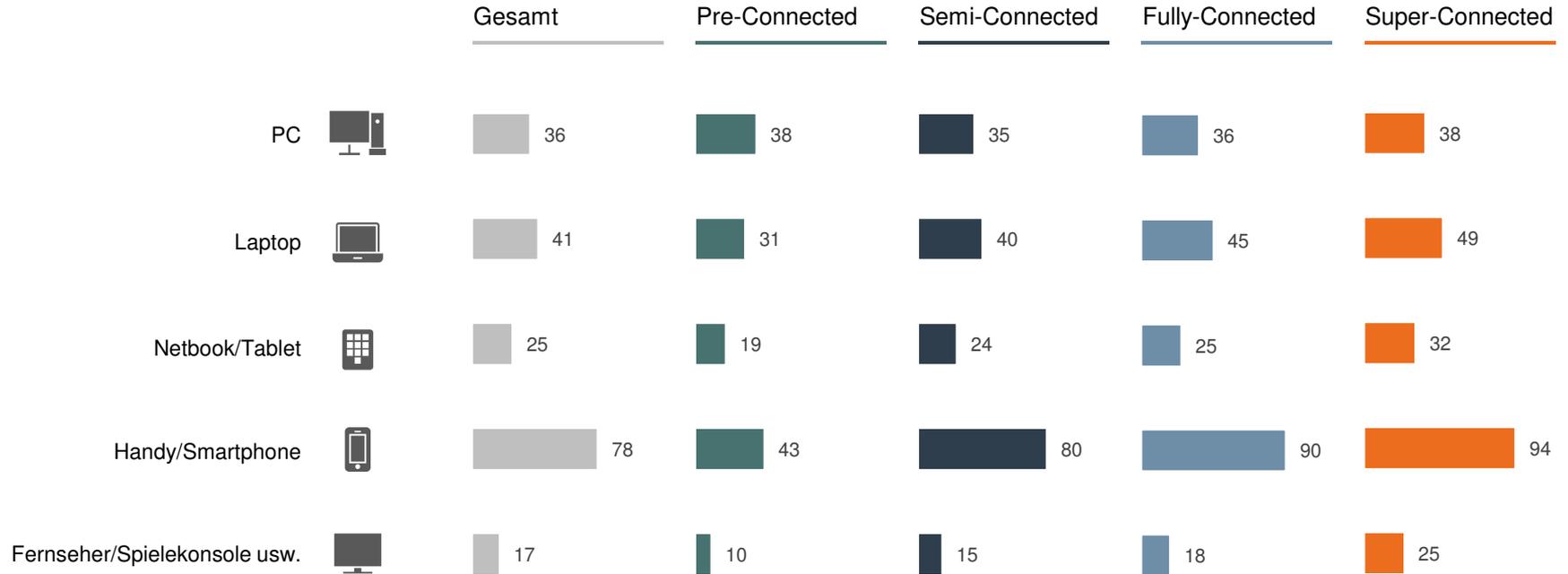


Angaben in %, Mehrfachnutzung möglich  
 Basis 2018: 584 Mio. Internetnutzer (n=7.993)

122 Mio. Pre-Connected (n=1.504), 184 Mio. Semi-Connected (n=2.398), 177 Mio. Fully-Connected (n=2.573), 99 Mio. Super-Connected (n=1.495)

# Auch bei der täglichen Internetnutzung dominiert das Smartphone

## Internet-Nutzung nach Endgeräten – tägliche Nutzung



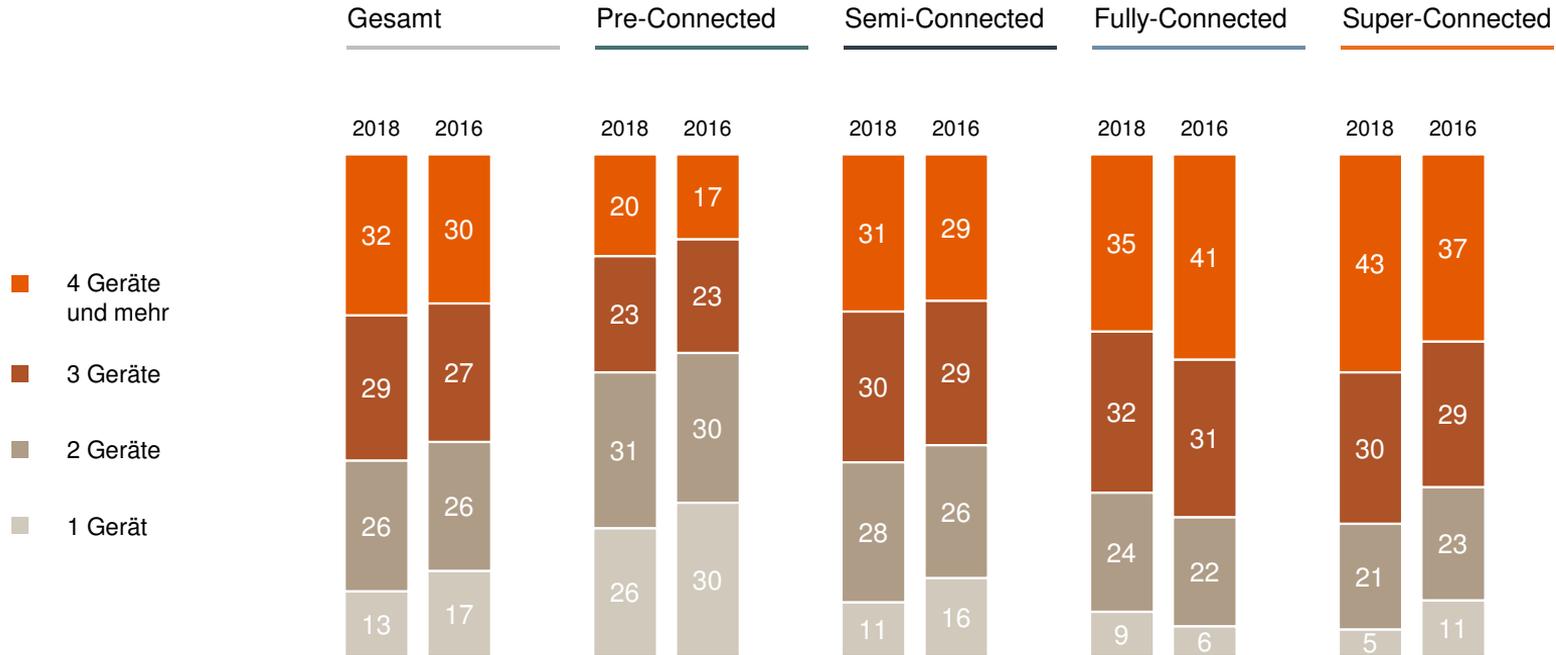
Angaben in %, mehrmals täglich/täglich, Mehrfachnutzung möglich

Basis: 584 Mio. Internetnutzer (n=7.993)

122 Mio. Pre-Connected (n=1.504), 184 Mio. Semi-Connected (n=2.398), 177 Mio. Fully-Connected (n=2.573), 99 Mio. Super-Connected (n=1.495)

# Die Multi-Device-Nutzung hat seit 2016 zugenommen

## Anzahl der Gerätetypen, mit denen das Internet genutzt wird



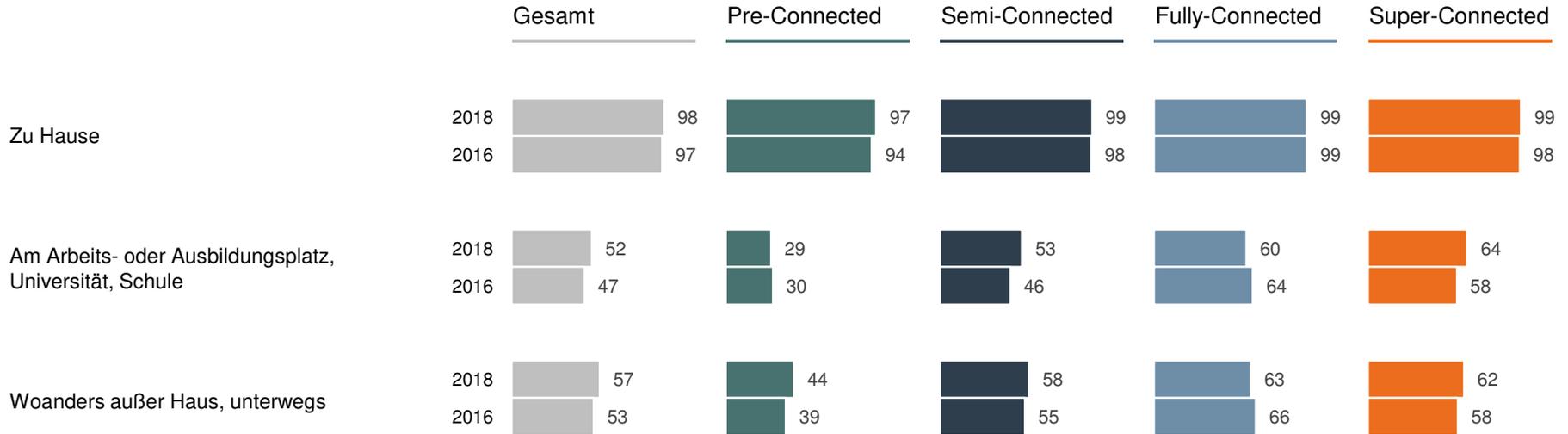
Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

Basis 2018: 584 Mio. Internetnutzer (n=7.993)

122 Mio. Pre-Connected (n=1.504), 184 Mio. Semi-Connected (n=2.398), 177 Mio. Fully-Connected (n=2.573), 99 Mio. Super-Connected (n=1.495)

# Fast alle nutzen das Internet zu Hause

## Internet-Nutzung nach Orten



Angaben in %, Mehrfachnutzung möglich  
 Basis 2018: 584 Mio. Internetnutzer (n=7.993)

122 Mio. Pre-Connected (n=1.504), 184 Mio. Semi-Connected (n=2.398), 177 Mio. Fully-Connected (n=2.573), 99 Mio. Super-Connected (n=1.495)

# 3. Telefonie-Verhalten, Erreichbarkeit

# Wie entwickeln sich aktive Telefonie, Kommunikationswege und Erreichbarkeit?

## Überblick Telefonie-Verhalten, Erreichbarkeit

### Zu Hause überwiegt inzwischen die Telefonie mit dem Handy

Wenn von zu Hause aus jemand angerufen wird, dann telefonieren 71% der Befragten überwiegend mit dem Handy oder Smartphone, 2016 waren es erst 62%. Auch in jedem einzelnen Segment ist eine Zunahme der Telefonie über Handy/Smartphone zu verzeichnen, wobei der Anteil in der Gruppe der Pre-Connected am geringsten ist, im Segment Super-Connected am höchsten.

### Russland und Polen weisen den höchsten Anteil an Handy-Telefonie von zu Hause auf, Deutschland den niedrigsten

Besonders viele Menschen telefonieren in Russland und Polen von zu Hause über Mobilfunk, gerade auch bei den Non-Connected. Das hängt sicherlich mit der schlechteren Festnetzabdeckung zusammen. Aber auch in Italien, Spanien, den USA und Großbritannien telefonieren mindestens 70% überwiegend mit dem Handy. Deutschland sticht als einziges Land in der Studie hervor, in dem das Festnetz die erste Wahl ist. Aber auch hier nimmt die Handy-Telefonie von zu Hause tendenziell zu.

### Zwei Drittel der Bürger geben nur noch die Handynummer weiter

Knapp zwei Drittel der Menschen geben nur noch ihre Handynummer weiter, nicht die Festnetznummer, das sind etwas mehr als 2016. Vor allem bei den

Pre-Connected steigt der Anteil merklich, allerdings auf einem niedrigeren Niveau verglichen mit den anderen Segmenten. Ebenso nimmt der Anteil derer zu, die bevorzugt die Handynummer anrufen. Auch Videotelefonie und Internet-telefonie, etwa über Skype oder WhatsApp, erfreuen sich wachsender Beliebtheit, doch beides schätzt bisher nur bei den Super-Connected die Mehrheit.

### Erreichbarkeit ist über das Handy am besten gewährleistet

Neben den Unterschieden gibt es aber auch Bereiche, in denen sich die Segmente relativ einig sind. So geben 77% an, dass sie über ihr Handy am besten zu erreichen sind. Das sind zwar bei den Super-Connected fast alle und bei den Pre-Connected 45%, allerdings ist auch hier die Tendenz steigend. Generell nehmen knapp zwei Drittel Anrufe von einer unbekanntem Nummer nur selten an – das dürfte telefonische Befragungen schwieriger machen.

### Es gibt ein Bedürfnis nach Nicht-Erreichbarkeit

Insgesamt schalten 37% aller zwischendurch ganz bewusst das Handy aus und sind für niemanden erreichbar. Durch deutliche Verschiebungen seit 2016 präsentiert sich der Anteil in den Segmenten recht homogen.

# Wie entwickeln sich aktive Telefonie, Kommunikationswege und Erreichbarkeit?

## Überblick Telefonie-Verhalten, Erreichbarkeit – mobile Evolution

### Non-Connected

Aktive Telefonie von zu Hause aus, d.h. selbst jemanden anrufen: Hier zeigt sich ein fast überraschend hoher Anteil bei denen, die von zu Hause (fast) nur über das Handy telefonieren.

Das kommt vor allem von Russen und Polen, sicher aufgrund der schlechteren Festnetzabdeckung in diesen Ländern.

### Pre-Connected

Aktuell ist die aktive Telefonie von zu Hause über Handy und Festnetz ausgeglichen, und zwar weil die Handytelefonie von zu Hause auch in diesem Segment zunimmt.

Internet- und Videotelefonie spielen derzeit keine Rolle.

Zwei Drittel nehmen Anrufe von einer unbekanntenen Nummer nur selten an – etwa genauso viele wie in den anderen Segmenten.

### Semi-Connected

Bereits drei Viertel der Telefonate von zu Hause aus laufen über das Handy.

80% sind am besten über das Handy erreichbar.

Nur noch ein Drittel schaltet das Handy zwischendurch bewusst aus, um nicht erreichbar zu sein.

Internettelefonie, z.B. über Skype/WhatsApp, und Videotelefonie werden noch kaum als Mehrwert wahrgenommen.

### Fully-Connected

Weiterhin gut 80% führen aktive Telefonate auch von zu Hause aus mit dem Handy.

Fast die Hälfte sieht Videotelefonie als Gewinn und 38% telefonieren immer, wenn die Möglichkeit besteht, über das Internet. Das sind jeweils wesentlich mehr als 2016.

Aber auch deutlich mehr als 2016 schalten zwischendurch das Handy ganz bewusst aus.

### Super-Connected

Inzwischen tätigen 90% Anrufe von zu Hause überwiegend oder nur über das Handy.

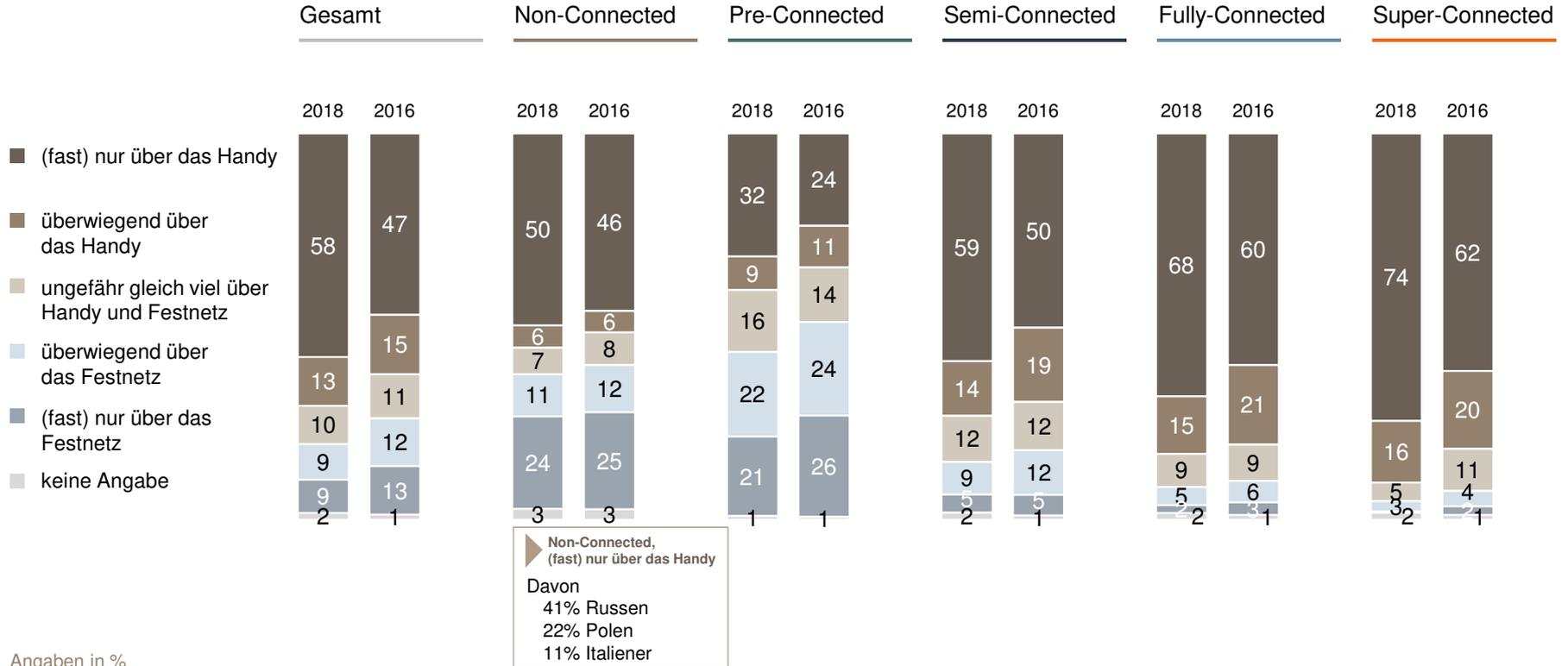
95% sind am besten über das Handy erreichbar, knapp 90% geben nur noch ihre Handynummer weiter.

Rund zwei Drittel bevorzugen die Internettelefonie, das sind sichtbar mehr als in den anderen Segmenten.

Das Handy wird seltener bewusst abgeschaltet – die Super-Connected sind in vielen Lebensbereichen auf das Smartphone angewiesen.

# Zu Hause überwiegt inzwischen die Telefonie mit dem Handy/Smartphone

## Telefonie-Verhalten, Verteilung der aktiven Telefonate von zu Hause aus

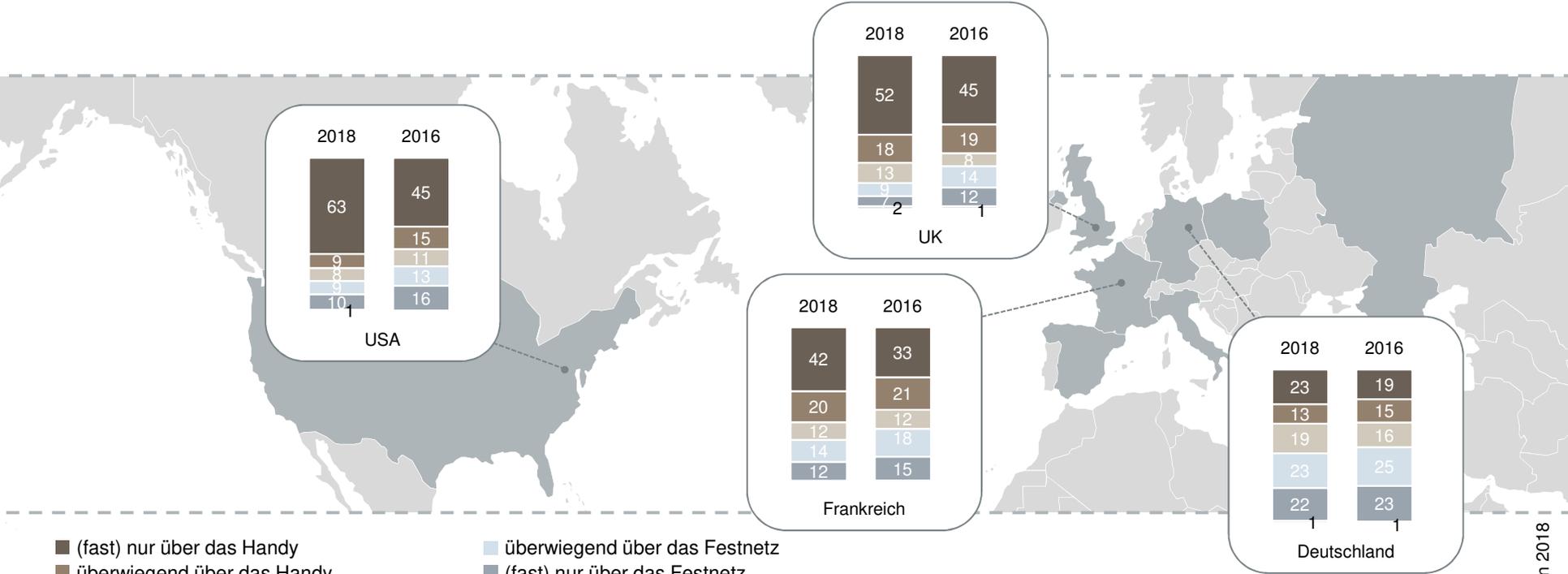


Angaben in %

Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Deutschland weist den niedrigsten Anteil aktiver Handy-Telefonie zu Hause auf

## Telefonie-Verhalten, Verteilung der aktiven Telefonate von zu Hause (US, UK, FR, DE)

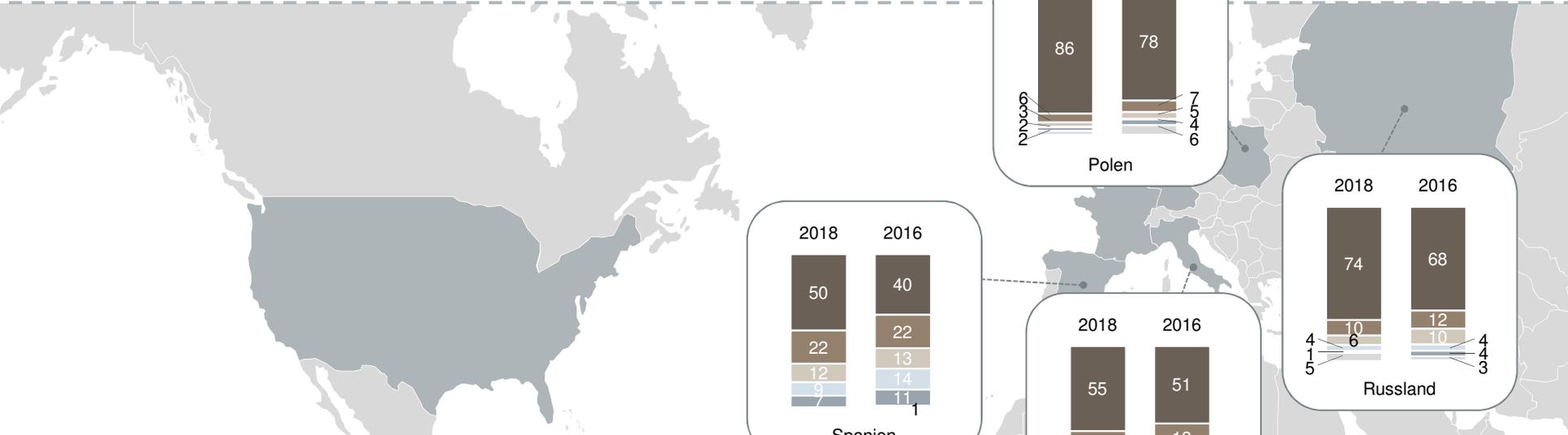


- (fast) nur über das Handy
- überwiegend über das Handy
- ungefähr gleich viel über Handy und Festnetz
- überwiegend über das Festnetz
- (fast) nur über das Festnetz
- keine Angabe

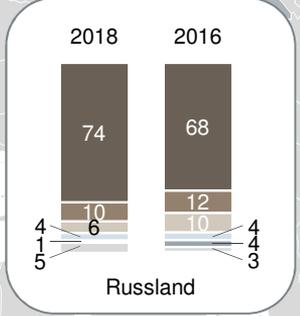
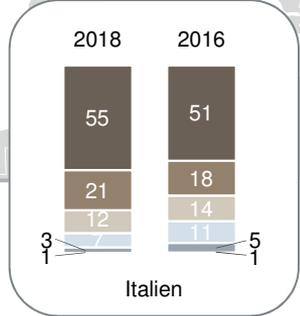
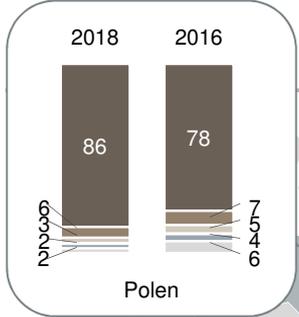
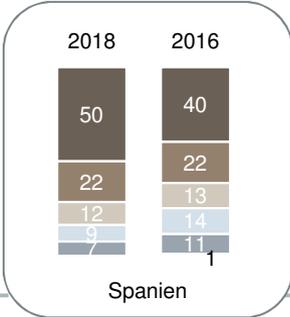
Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt | Basis 2018: 72 Mio. Deutsche (n=2.045), 54 Mio. Franzosen (n=1.010), 39 Mio. Spanier (n=1.017), 32 Mio. Polen (n=998), 51 Mio. Italiener (n=1.002), 54 Mio. Briten (n=1.036), 119 Mio. Russen (n=2.041), 267 Mio. US-Amerikaner (n=985)

# Russland und Polen weisen den höchsten Anteil an Handy-Telefonie zu Hause auf

## Telefonie-Verhalten, Verteilung der aktiven Telefonate von zu Hause (ES, IT, PL, RU)

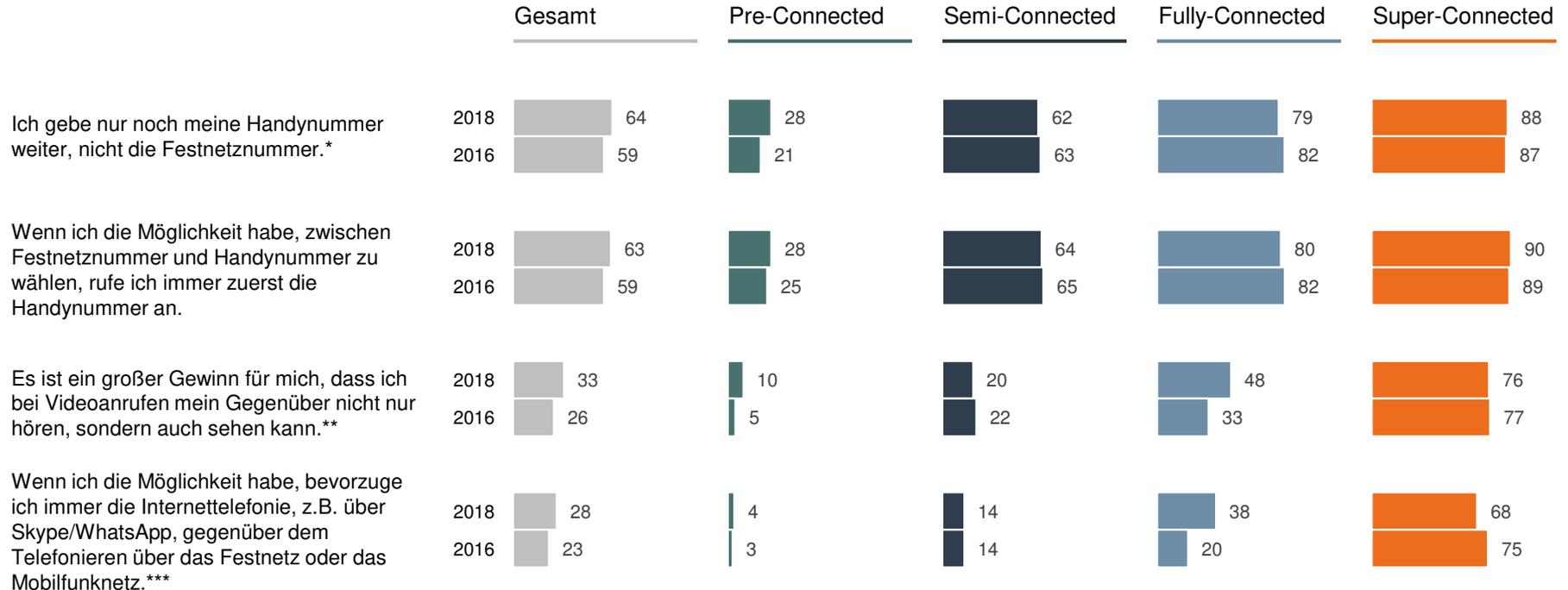


- (fast) nur über das Handy
- überwiegend über das Handy
- ungefähr gleich viel über Handy und Festnetz
- überwiegend über das Festnetz
- (fast) nur über das Festnetz
- keine Angabe



Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt | Basis 2018: 72 Mio. Deutsche (n=2.045), 54 Mio. Franzosen (n=1.010), 39 Mio. Spanier (n=1.017), 32 Mio. Polen (n=998), 51 Mio. Italiener (n=1.002), 54 Mio. Briten (n=1.036), 119 Mio. Russen (n=2.041), 267 Mio. US-Amerikaner (n=985)

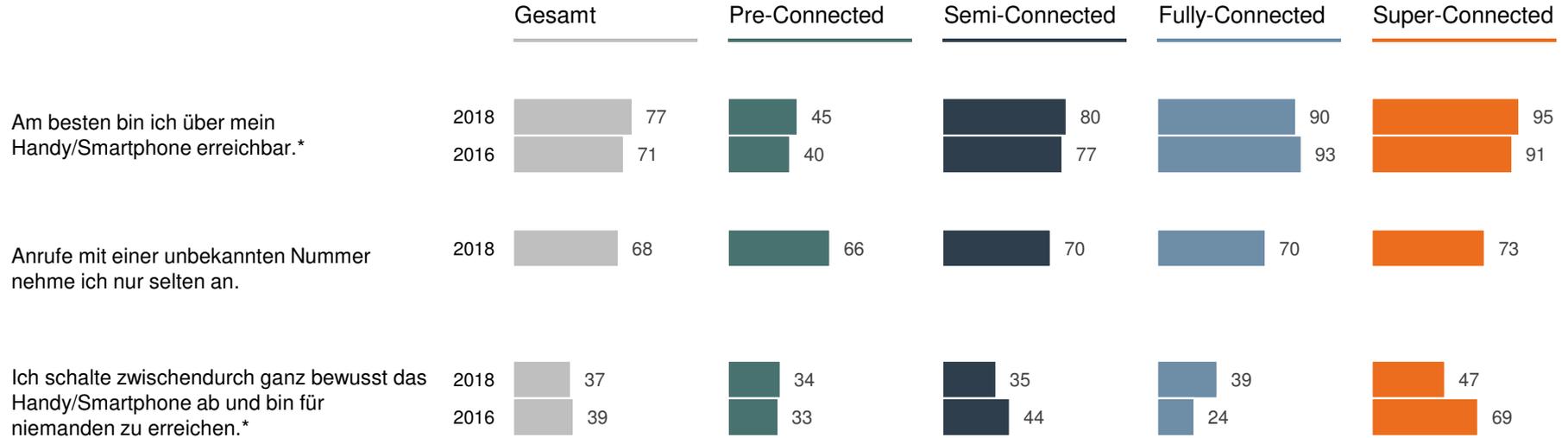
# Zwei Drittel geben nur noch die Handynummer weiter, besonders die Super-Connected Vielfalt und Wahl der Kommunikationswege – Unterschiede durch mobile Evolution



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134); Teilgruppen: \*Handy- oder Smartphonennutzer, \*\*Handy- oder Internetnutzer, \*\*\*Internetnutzer  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Erreichbarkeit ist über das Handy am besten gewährleistet

## Vielfalt und Wahl der Kommunikationswege – Gemeinsamkeiten trotz mobiler Evolution



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134); \*Teilgruppe Handy- oder Smartphonebenutzer  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# 4. Einstellungen, Lebenswelten und Werte

# Wie verändern sich die Einstellungen in Bezug auf die mobile Kommunikation?

## Überblick Einstellungen und Werte – mobile Evolution

### Non-Connected

#### Die Vorsichtigen

##### Lebenswelten:

Rentner Arbeiterschicht und alleinlebende Ältere

Sind von allen Segmenten am vorsichtigsten.

### Pre-Connected

#### Die Zögerlichen

Zögerlich und vorsichtig insgesamt sowie gegenüber den Funktionen von Smartphone und Internet, etwa der Cloud. Stichwort: Sicherheitsbedenken

Empfinden umstrittene Handy-Umgangsformen als besonders störend, z.B. wenn andere für Nachrichten ein Gespräch unterbrechen.

Auf niedrigem Niveau scheint mobile Kommunikation allmählich ihr Leben zu verändern.

**Lebenswelten:** gehobene Lebenslage, Rentner Mittelschicht

### Semi-Connected

#### Die Pragmatischen

Sind aufgeschlossener gegenüber neuer Technik, wenn sie ein echter Nutzen ist.

Mobile Vernetzung ist fester Bestandteil zur Organisation des Alltags, Stichworte: Zeitersparnis und Information.

Weniger wichtig als 2016: Jederzeit mit Jedem kommunizieren zu können – obwohl 55% häufiger Text- oder Sprachnachrichten verschicken als zu telefonieren.

**Lebenswelten:** gehobene und mittlere Lebenslage

### Fully-Connected

#### Die Aufgeschlossenen

Fully-Connected sind offen für viele Funktionen von Smartphones, wie Clouds, Apps (z.B. für Gesundheit), Features zur Organisation und Kommunikation.

62% werden nervös, wenn sie ihr Smartphone nicht bei sich haben.

70% haben über soziale Netzwerke alte Kontakte wieder aufgenommen.

Sind besorgter über Datensicherheit in der Cloud als 2016.

**Lebenswelten:** gehobene, mittlere und einfache Lebenslage

### Super-Connected

#### Die Begeisterten

Smartphone ist unverzichtbar in allen Lebenslagen – und das finden sie toll: Von Gesundheit, über Organisation bis zur Kommunikation, z.B. über Messages.

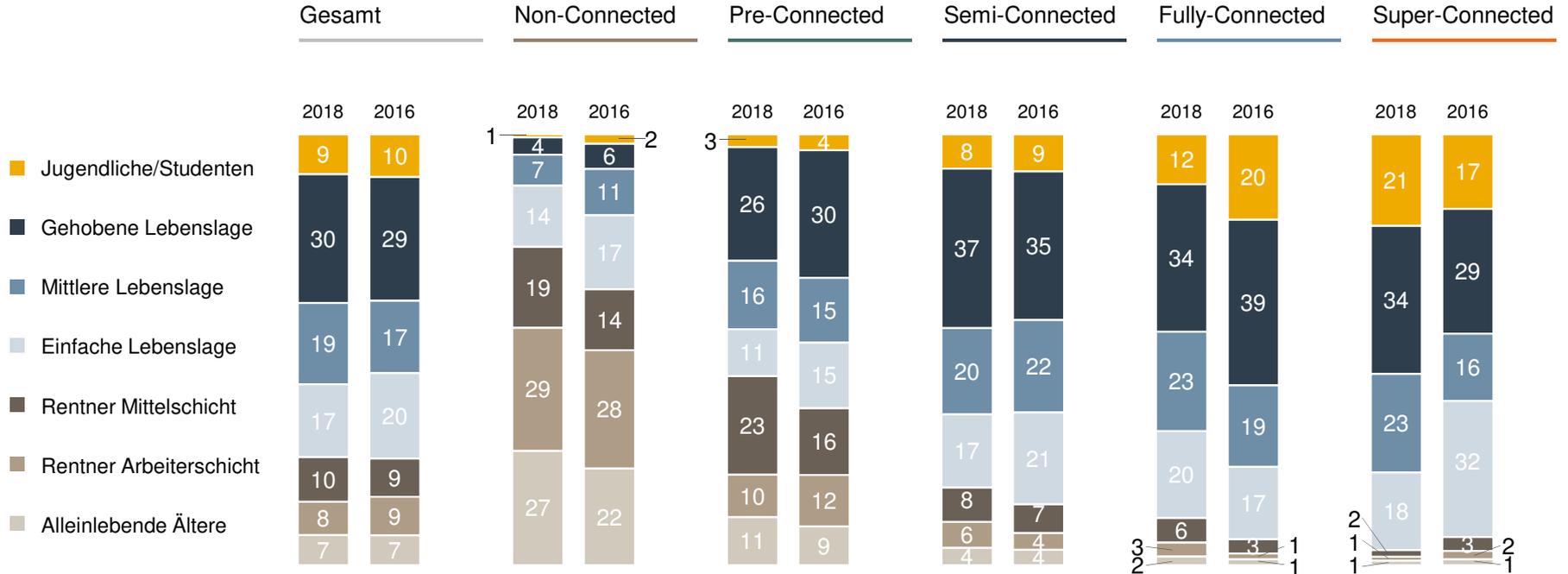
Offline-Kontaktpflege ist schwierig. Machen auch Termine mehrheitlich über WhatsApp-Gruppen aus. Dennoch achten sie relativ stark auf mobile Etikette.

Zeichen für „Abhängigkeit“: 85% werden ohne Handy nervös. Für 79% wäre es schlimmer das Smartphone zu verlieren als die Geldbörse.

**Lebenswelten:** Jugendliche/ Studenten, gehobene, mittlere Lebenslage

# Jugendliche/Studenten sowie die gehobene Lebenslage sind stärker vernetzt

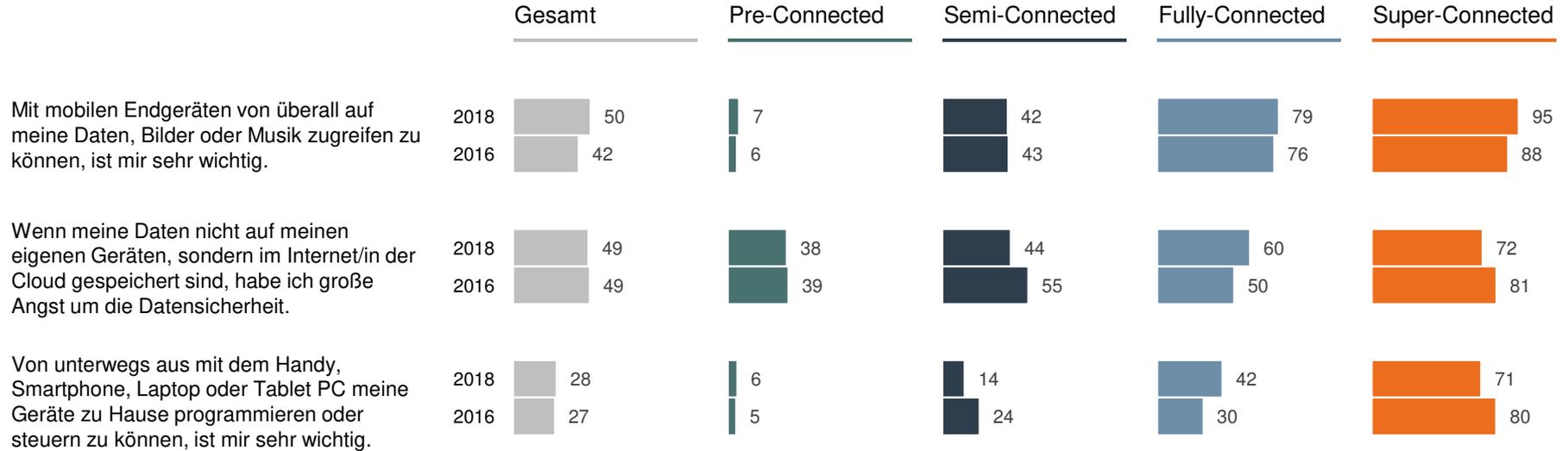
## Biografische Lebenswelten nach Evolutionsstufen im Überblick



Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt

Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

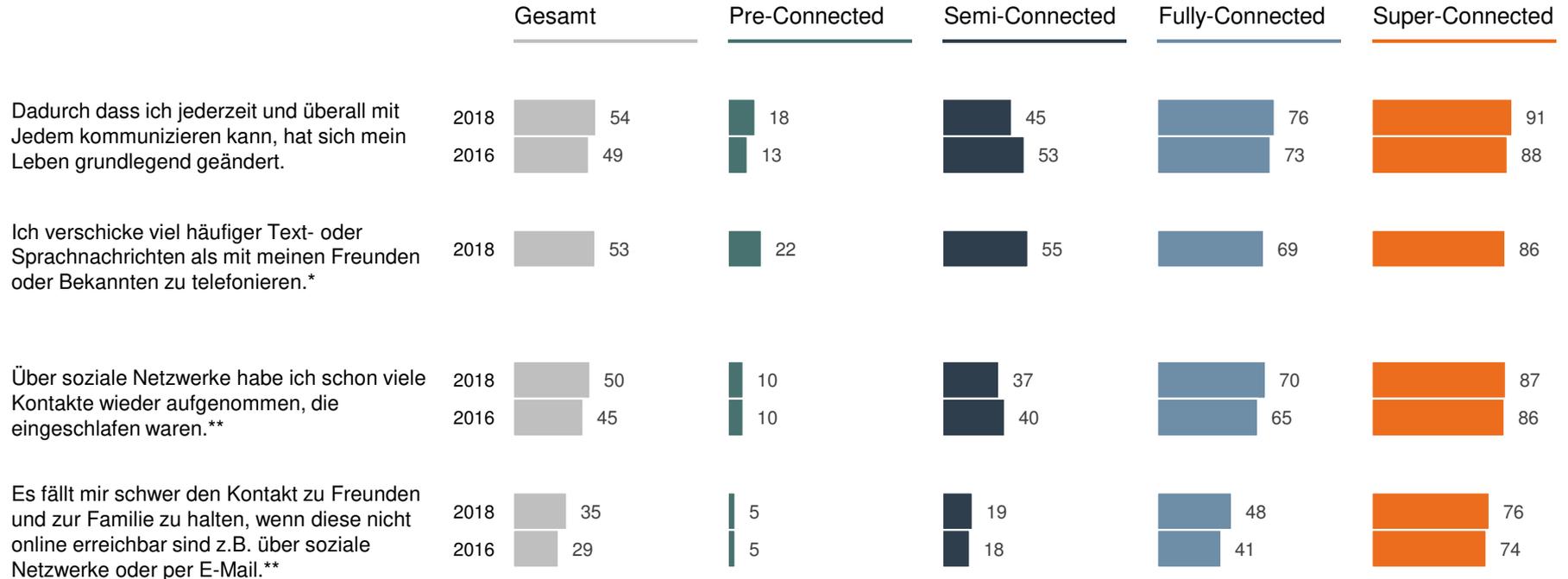
# Zunehmend besorgt über die Datensicherheit zeigen sich die Fully-Connected Cloud Computing



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 672 Mio. Handy- oder Internetnutzer (n=9.733)  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.524), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 103 Mio. Super-Connected (n=1.548)

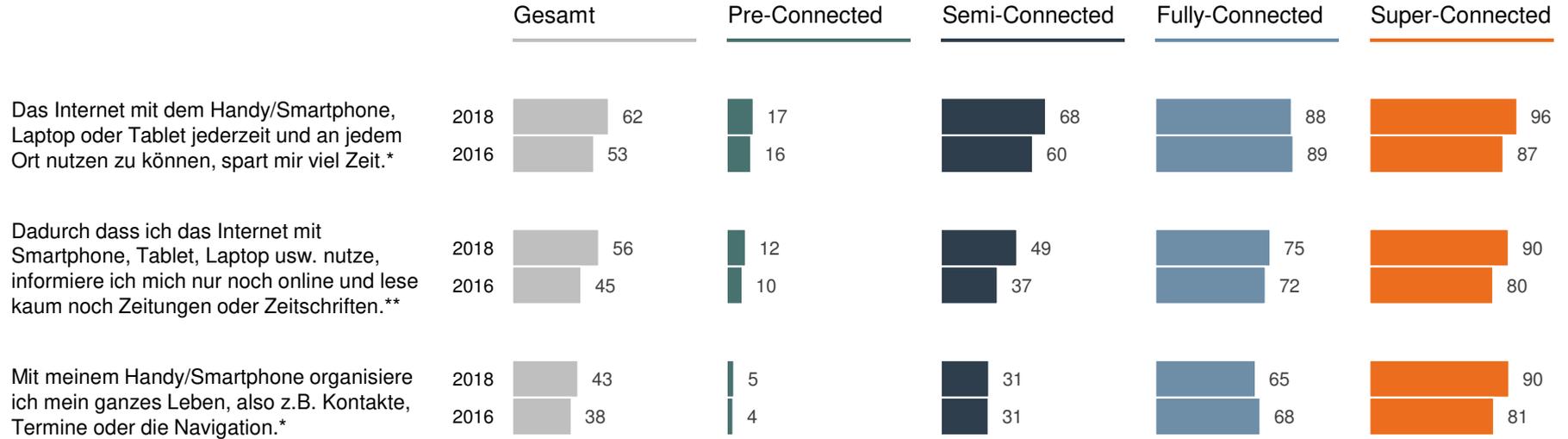
# Mobile Kommunikation verändert das Leben, auch zu Lasten der Offline-Kontaktpflege

## Veränderung der Kommunikationswege



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 672 Mio. Handy- oder Internetnutzer (n=9.733); Teilgruppen: \*Handy- oder Smartphonennutzer, \*\*Internetnutzer  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.524), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 103 Mio. Super-Connected (n=1.548)

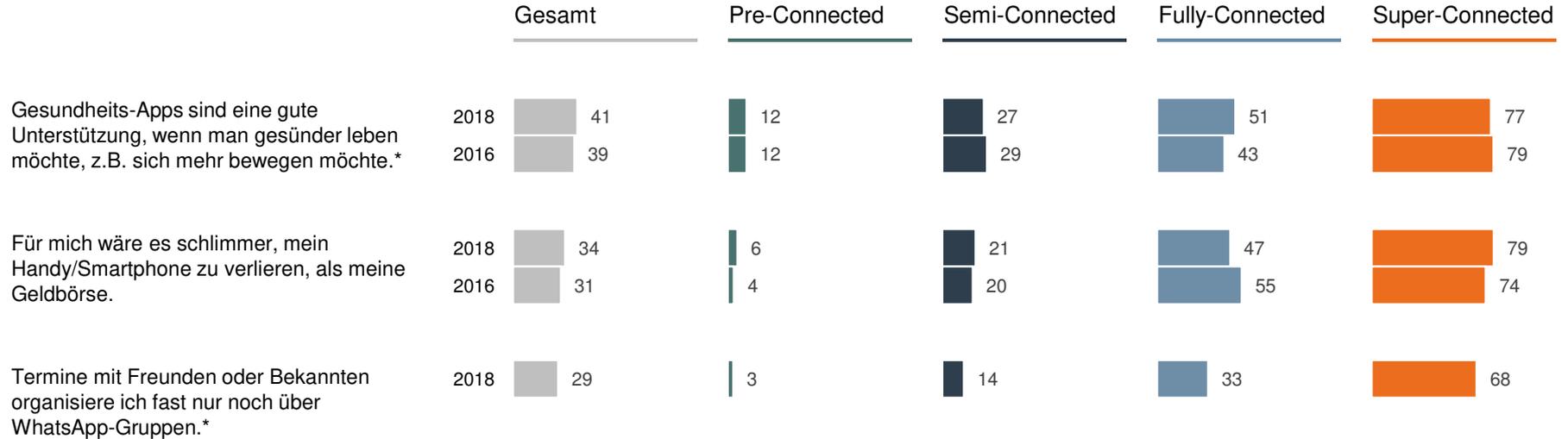
# Die Semi-Connected schätzen bei der Nutzung des mobilen Internets die Zeitersparnis Zeitmanagement und Organisation mobil (1/2)



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
Basis 2018: 672 Mio. Handy- oder Internetnutzer (n=9.733); Teilgruppen: \*Handy- oder Smartphonennutzer, \*\*Internetnutzer  
122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.524), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 103 Mio. Super-Connected (n=1.548)

# Für die Super-Connected wäre es schlimmer das Smartphone zu verlieren als die Geldbörse

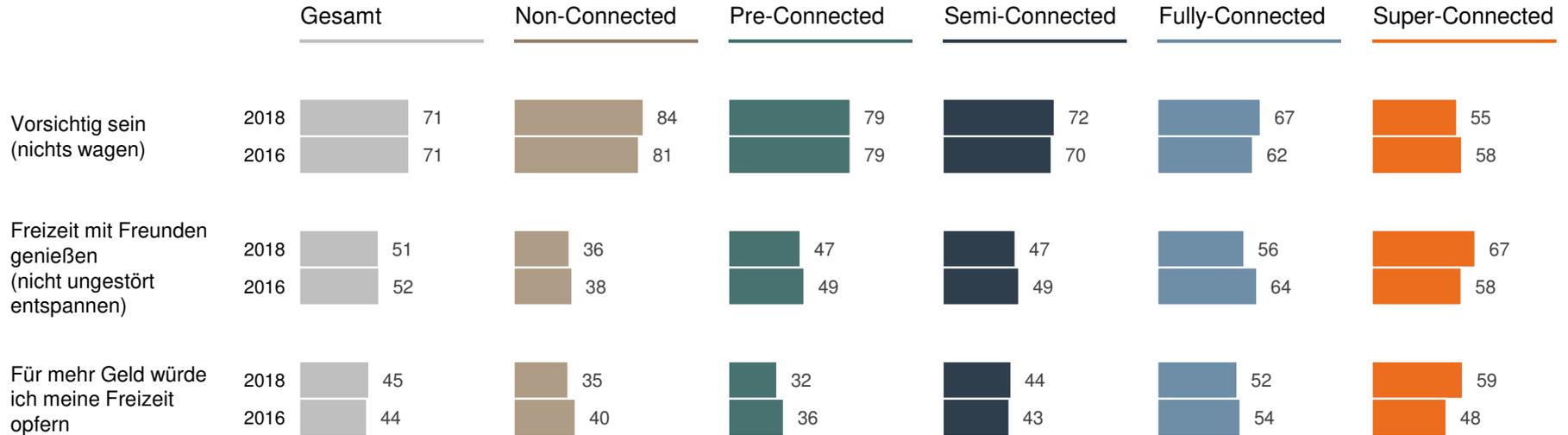
## Zeitmanagement und Organisation mobil (2/2)



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 672 Mio. Handy- oder Internetnutzer (n=9.733); \*Teilgruppe Smartphone Nutzer  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.524), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 103 Mio. Super-Connected (n=1.548)

# Die Non-Connected präsentieren sich am vorsichtigsten

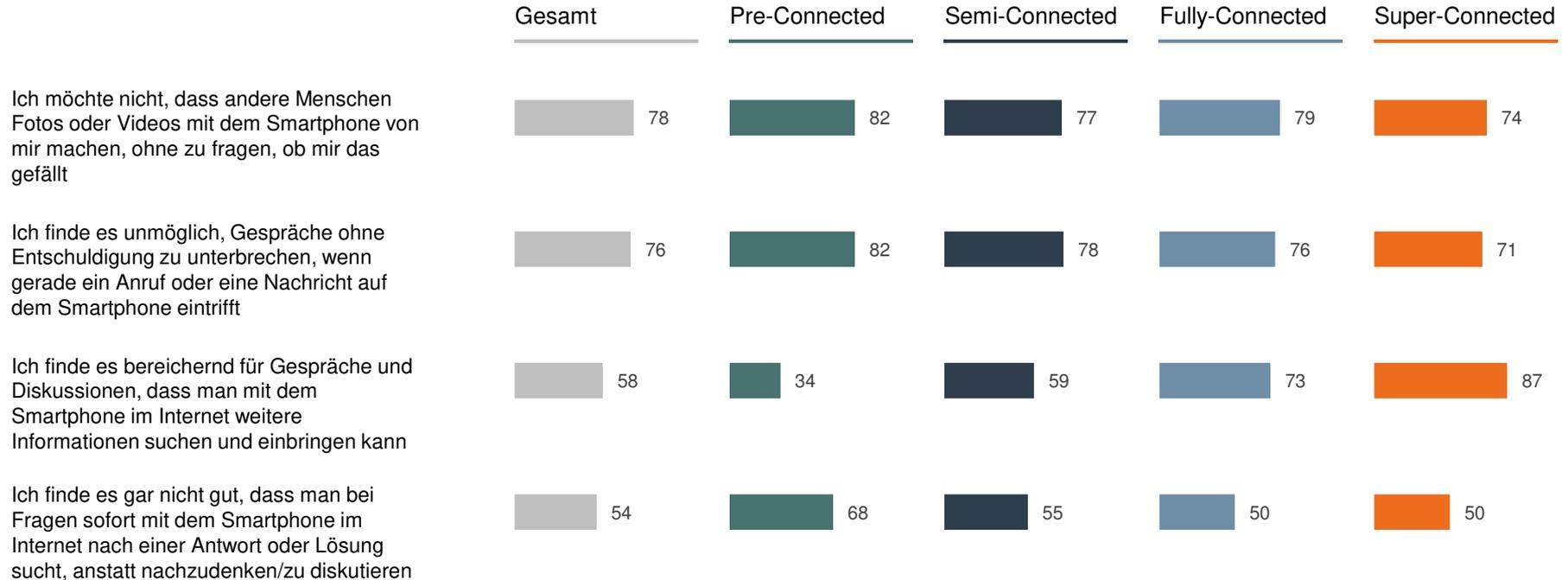
## Persönlichkeitsmerkmale nach Evolutionsstufen im Überblick



Angaben in %, bipolare Skala mit 4 Ausprägungen, Gegenpole in Klammern  
 Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508),  
 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Umstrittene Handy-Umgangsformen empfinden die Pre-Connected als besonders störend

## Stellenwert der Smartphone-Nutzung (1/4)



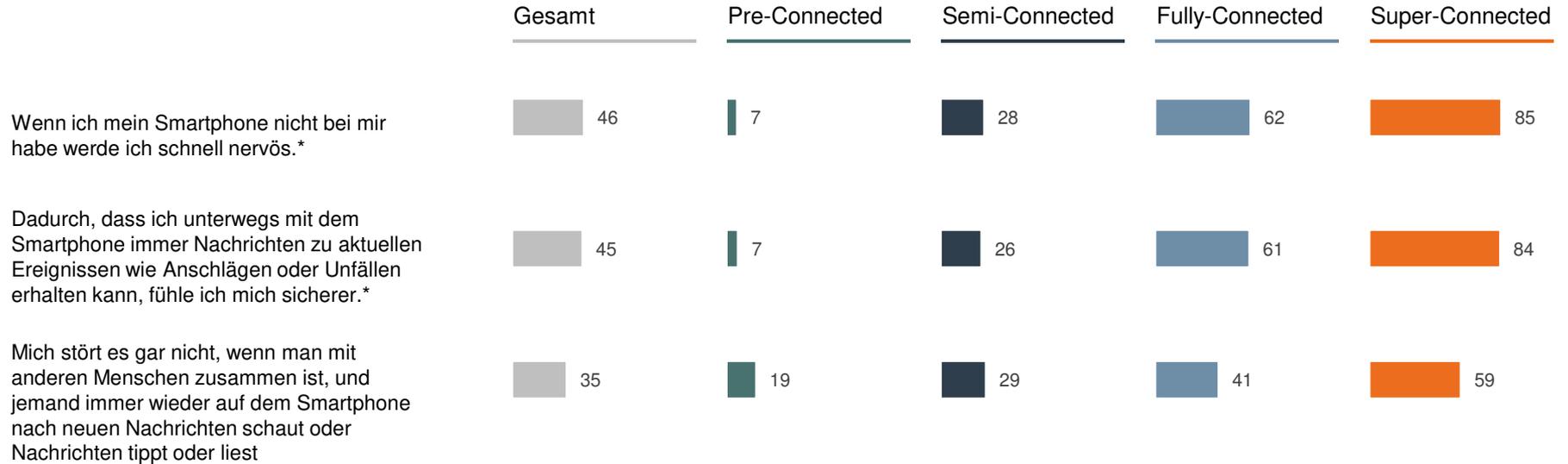
Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu

Basis: 690 Mio. Befragte (n=10.134)

122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Besonders die Super-Connected geben an, ohne Smartphone schnell nervös zu werden

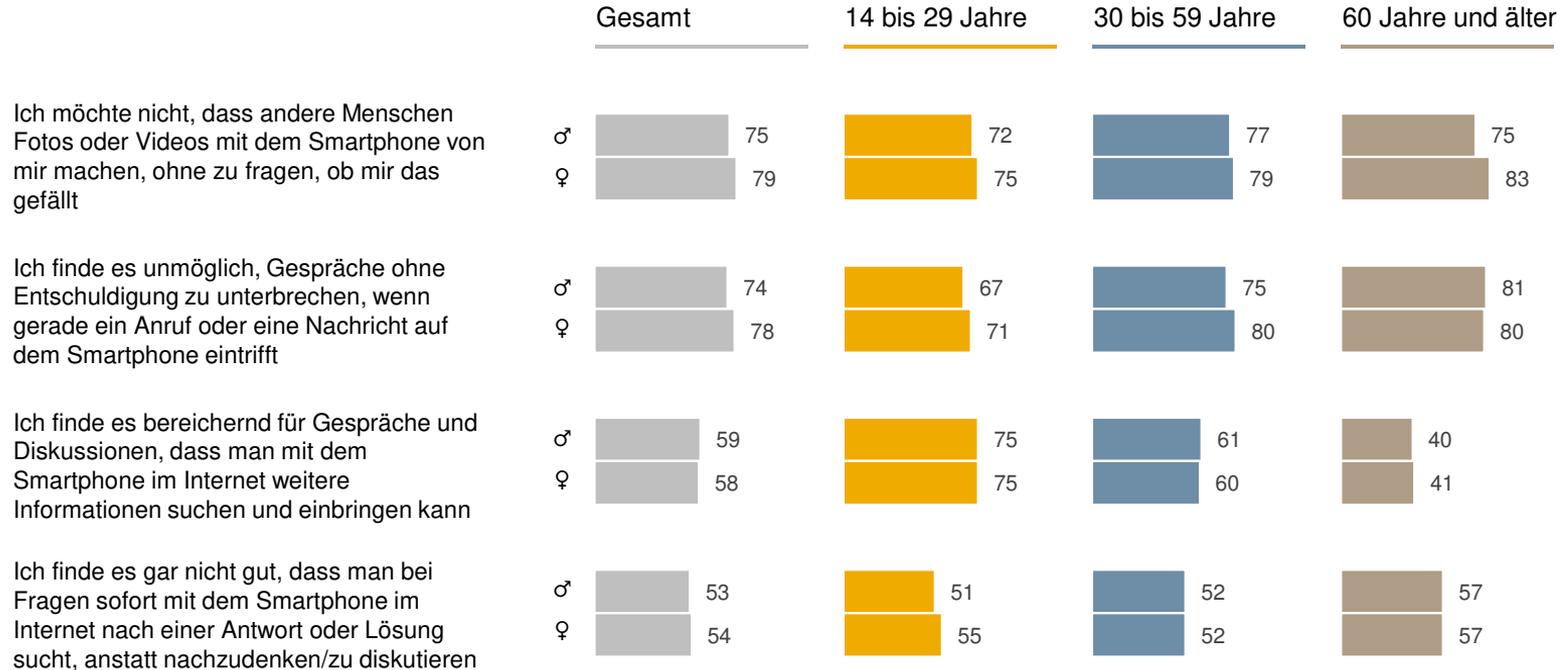
## Stellenwert der Smartphone-Nutzung (2/4)



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis: 690 Mio. Befragte (n=10.134); Teilgruppe: \*Smartphonennutzer  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Frauen – vor allem 60plus – möchten am wenigsten ungefragt fotografiert werden

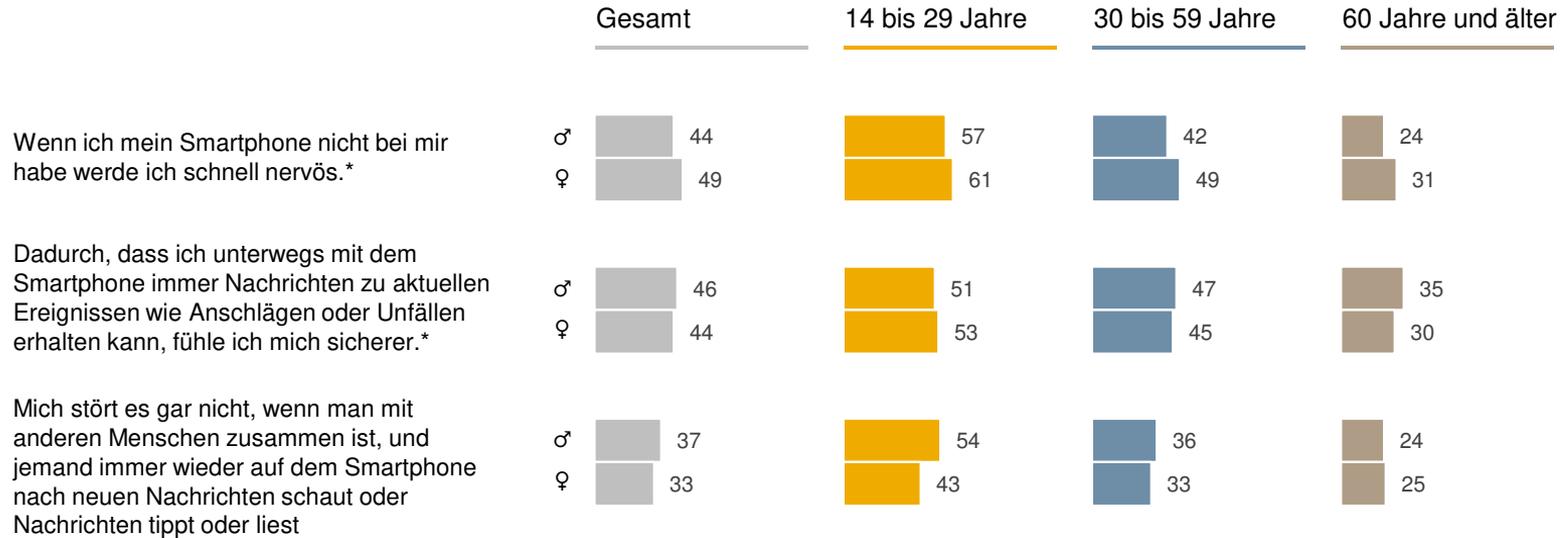
## Stellenwert der Smartphone-Nutzung (3/4)



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 330 Mio. Männer (n=4.789), 82 Mio. Männer bis 29 Jahre (n=1.061), 162 Mio. Männer 30-59 Jahre (n=2.372), 86 Mio. Männer 60 Jahre und älter (n=1.356), 360 Mio. Frauen (n=5.345), 78 Mio. Frauen bis 29 Jahre (n=976), 178 Mio. Frauen 30-59 Jahre (n=2.757), 104 Mio. Frauen 60 Jahre und älter (n=1.612)

# Frauen werden eher nervös, wenn sie das Smartphone nicht dabei haben

## Stellenwert der Smartphone-Nutzung (4/4)



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis: 690 Mio. Befragte (n=10.134); Teilgruppe: \*Smartphonennutzer

330 Mio. Männer (n=4.789), 82 Mio. Männer bis 29 Jahre (n=1.061), 162 Mio. Männer 30-59 Jahre (n=2.372), 86 Mio. Männer 60 Jahre und älter (n=1.356), 360 Mio. Frauen (n=5.345), 78 Mio. Frauen bis 29 Jahre (n=976), 178 Mio. Frauen 30-59 Jahre (n=2.757), 104 Mio. Frauen 60 Jahre und älter (n=1.612)

# 5. Konsumtrends

# Welche Auswirkungen hat die mobile Kommunikation auf den Konsum?

## Überblick Konsum – mobile Evolution

### Non-Connected

#### Die Vorsichtigen

Haben praktisch kein Interesse an **neuen Trends und Entwicklungen**: 68% bleiben lieber beim Bewährten.

### Pre-Connected

#### Die Zögerlichen

Sind wenig aufgeschlossen für **neue Trends und Entwicklungen**: 50% warten erst einmal ab, ob sich etwas bewährt.

Auch das Internet wird in punkto Konsum kaum genutzt. Ausnahme: 25% suchen nach Anleitungen im Internet z.B. bei YouTube, wenn sie nicht wissen, wie etwas funktioniert.

Die Gefahr dabei: Da sie wenig versiert im Umgang mit dem Internet sind, können sie Vieles glauben und im schlimmsten Fall auf Betrug hereinfliegen.

### Semi-Connected

#### Die Pragmatischen

Relativ wenig Interesse an **Innovationen**: 50% warten ab, ob sich etwas bewährt, aber 16% probieren als Erste etwas Neues aus.

Nur geringe Verknüpfung von Internet und Konsum, die dann aber praktisch sein muss: 53% nutzen Anleitungen im Internet, etwa auf YouTube, wenn sie nicht wissen, wie etwas funktioniert.

Trotzdem relativ gute Aussichten für schöne Smartphone-Modelle: 56% legen insgesamt Wert auf Einrichtung und Design

### Fully-Connected

#### Die Aufgeschlossenen

Ein Drittel probiert gerne als Erstes **innovative Produkte** aus.

77% nutzen Anleitungen auf YouTube

62% teilen online mit Freunden und Familie, wenn etwas Interessantes passiert

61% legen Wert auf Einrichtung und Design

### Super-Connected

#### Die Begeisterten

53% setzen bewusst auf **Innovationen**. Das korrespondiert mit dem Modebewusstsein.

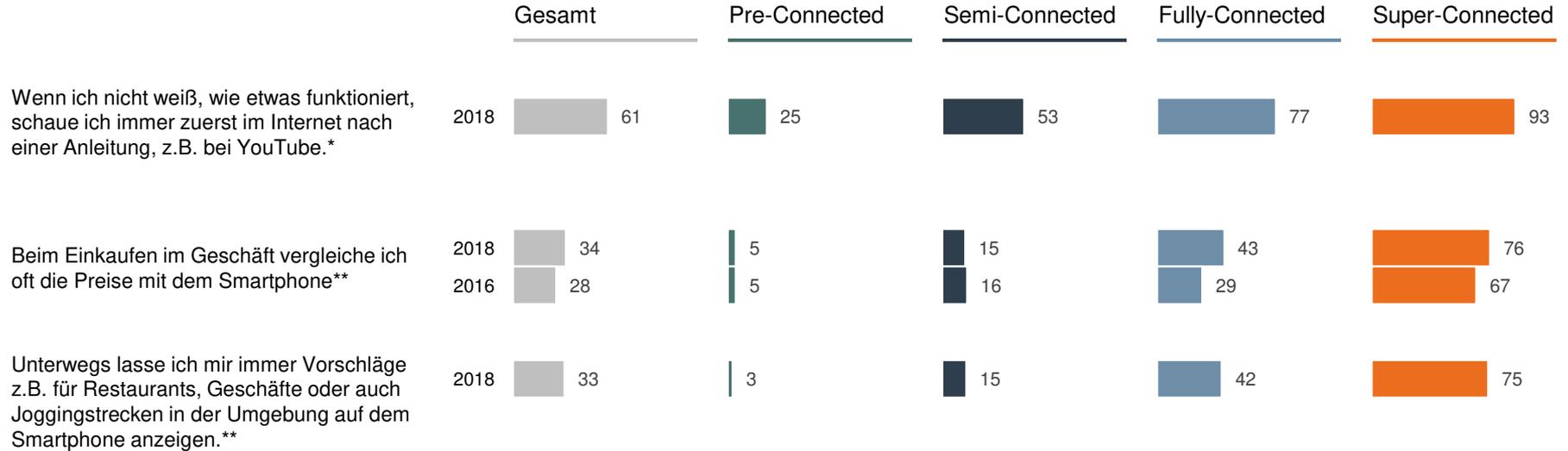
47% bewertet neue Produkte im Netz. Sie teilen Interessantes auch mit Familie/Freunden, z.B. mit Selfies von neuen Produkten; sind Influencer in ihrer Peergroup für IT.

Das Smartphone ist zunehmend unverzichtbar beim Einkauf: Um im Geschäft Preise zu vergleichen oder direkt einzukaufen.

Nutzen location based services.

# Je vernetzter, umso eher setzen die Menschen auf Internet-Anleitungen

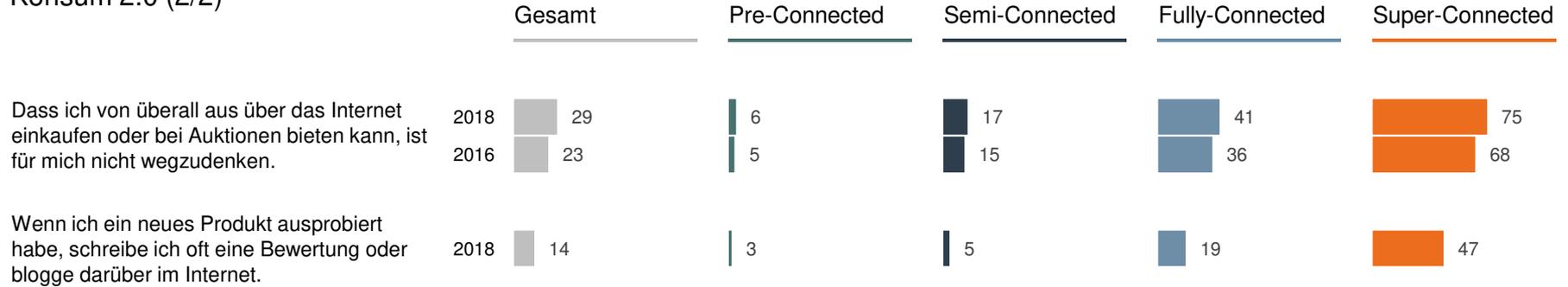
## Konsum 2.0 (1/2)



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 672 Mio. Handy- oder Internetnutzer (n=9.733); Teilgruppen: \*Internetnutzer, \*\*Smartphonennutzer  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.524), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 103 Mio. Super-Connected (n=1.548)

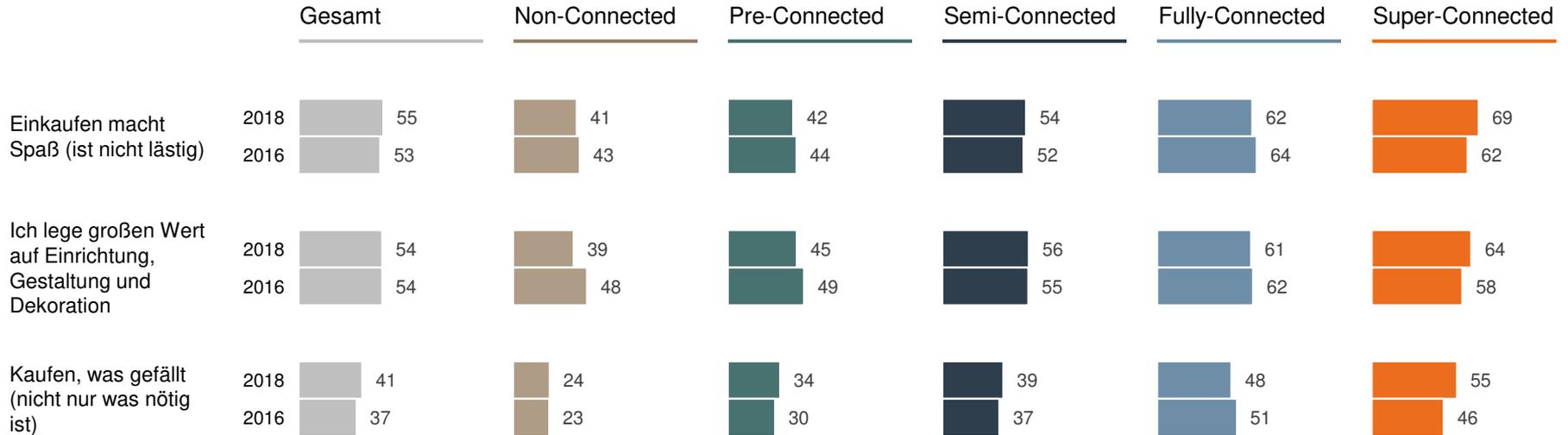
# Direkt mit dem Smartphone kaufen eher die Super-Connected ein, zunehmend aber auch die Fully-Connected

## Konsum 2.0 (2/2)



Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 672 Mio. Handy- oder Internetnutzer (n=9.733)  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.524), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 103 Mio. Super-Connected (n=1.548)

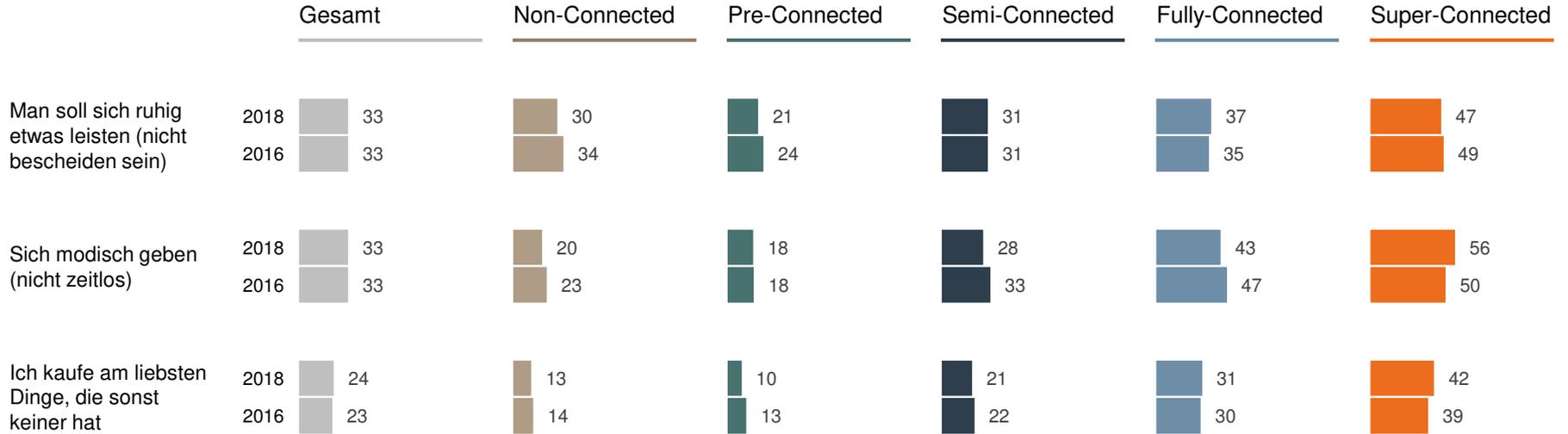
# Einkaufslust und Design haben ab den Semi-Connected einen höheren Stellenwert Konsum-Einstellungen nach Evolutionsstufen im Überblick (1/2)



Angaben in %, bipolare Skala mit 4 Ausprägungen, Gegenpole in Klammern  
Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Insbesondere die Super-Connected geben sich eher modisch und distinktiv

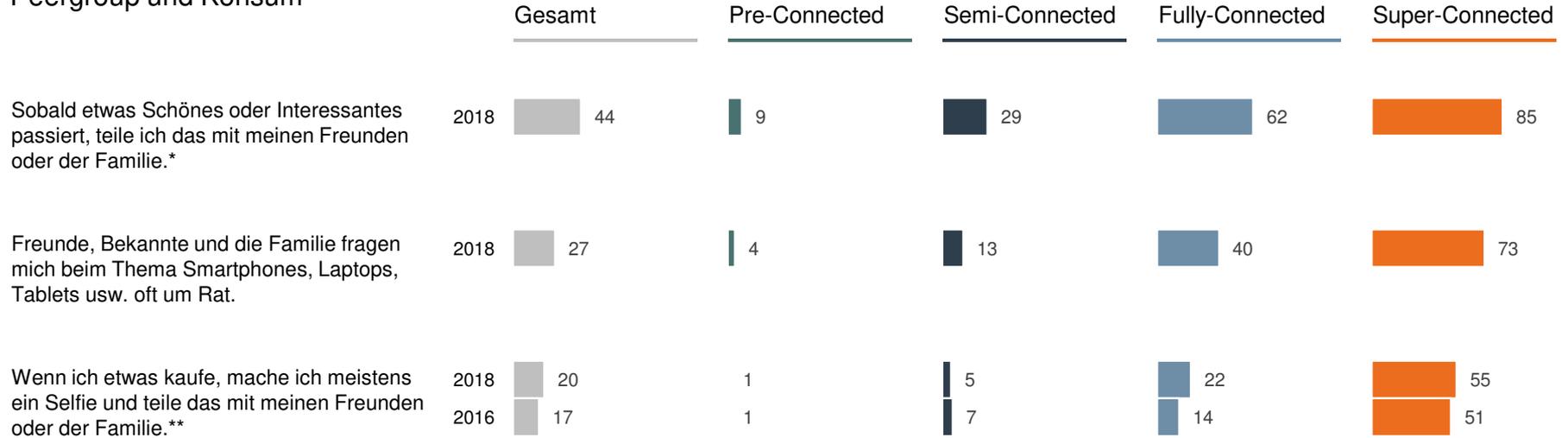
## Konsum-Einstellungen nach Evolutionsstufen im Überblick (2/2)



Angaben in %, bipolare Skala mit 4 Ausprägungen, Gegenpole in Klammern  
 Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508),  
 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# Wenn etwas Interessantes passiert, teilen das die Fully- und Super-Connected online mit Freunden oder der Familie

## Peergroup und Konsum

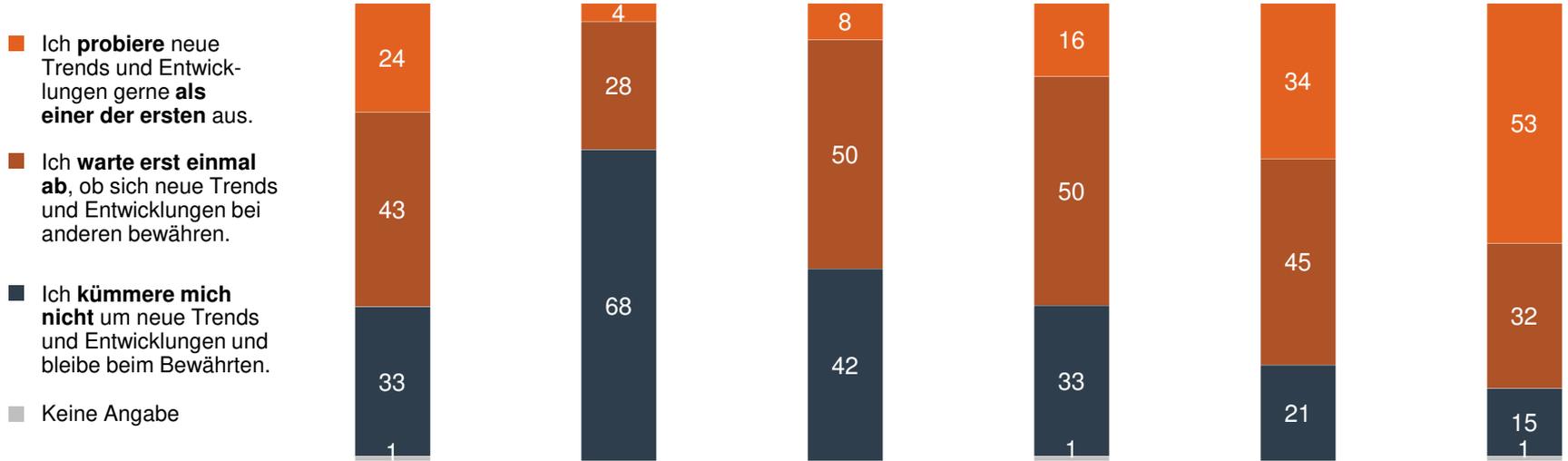


Angaben in %, Top 2 auf einer Skala von: 1=Trifft voll und ganz zu, 2=Trifft eher zu, 3=Trifft weniger zu, 4=Trifft überhaupt nicht zu  
 Basis 2018: 672 Mio. Handy- oder Internetnutzer (n=9.733); Teilgruppen: \*Internetnutzer, \*\*Smartphonennutzer  
 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508), 191 Mio. Semi-Connected (n=2.524), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 103 Mio. Super-Connected (n=1.548)

# Die Offenheit für neue Trends korreliert mit dem Grad der mobilen Vernetzung

## Einstellung zu Innovationen

Gesamt      Non-Connected      Pre-Connected      Semi-Connected      Fully-Connected      Super-Connected



Angaben in %, Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt  
 Basis 2018: 690 Mio. Befragte (n=10.134), 87 Mio. Non-Connected (n=1.859), 122 Mio. Pre-Connected (n=1.508),  
 191 Mio. Semi-Connected (n=2.525), 186 Mio. Fully-Connected (n=2.692), 104 Mio. Super-Connected (n=1.550)

# 6. Methode

Land	2018		2016	
	Anzahl Interviews	Bevölkerung in Mio.	Anzahl Interviews	Bevölkerung in Mio.
Deutschland	2.045	72,3	2.087	71,0
Frankreich	1.010	53,8	1.007	53,3
Spanien	1.017	39,5	1.035	39,3
Polen	998	32,4	1.008	32,8
Italien	1.002	51,2	1.017	51,6
Großbritannien	1.036	54,4	1.016	53,2
Russland	2.041	118,7	2.013	118,2
USA	985	267,3	1.084	265,1
Gesamt	10.134	689,6	10.267	684,5

Feldphase: Winter 2017/2018, Winter 2015/2016

Methode: Face-to-Face-Interviews via CAPI bzw. PAPI (Russland), USA: Online-Interviews (Knowledge Panel, enthalten: Internetnutzer und Nicht-Internetnutzer)

# Clusteranalyse: Aktive Variablen im Vergleich

2018	2016	Statement
x	x	Mit mobilen Endgeräten von überall auf meine Daten, Bilder oder Musik zugreifen zu können, ist mir sehr wichtig
x	x	Wenn meine Daten nicht auf meinen eigenen Geräten, sondern im Internet/ in der Cloud gespeichert sind, habe ich große Angst um die Datensicherheit
x	x	Von unterwegs aus mit dem Handy, Smartphone, Laptop oder Tablet PC meine Geräte zu Hause programmieren oder steuern zu können, ist mir sehr wichtig
x	x	Dadurch dass ich jederzeit und überall mit Jedem kommunizieren kann, hat sich mein Leben grundlegend geändert
x	x	Dass ich von überall aus über das Internet einkaufen oder bei Auktionen bieten kann, ist für mich nicht wegzudenken
x	x	Es ist ein großer Gewinn für mich, dass ich bei Videoanrufen mein Gegenüber nicht nur hören, sondern auch sehen kann
x	nicht erhoben	Freunde, Bekannte und die Familie fragen mich beim Thema Smartphones, Laptops, Tablets usw. oft um Rat
x	x	Mit meinem Handy/Smartphone organisiere ich mein ganzes Leben, also z.B. Kontakte, Termine oder die Navigation
x	x	Ich schalte zwischendurch ganz bewusst das Handy/Smartphone ab und bin für niemanden zu erreichen
x	x	Das Internet mit dem Handy/Smartphone, Laptop oder Tablet jederzeit und an jedem Ort nutzen zu können, spart mir viel Zeit
x	x	Für mich wäre es schlimmer, mein Handy/Smartphone zu verlieren, als meine Geldbörse
x	x	Ich gebe nur noch meine Handynummer weiter, nicht die Festnetznummer
x	x	Gesundheits-Apps sind eine gute Unterstützung, wenn man gesünder leben möchte, z.B. sich mehr bewegen möchte
x	x	Beim Einkaufen im Geschäft vergleiche ich oft die Preise mit dem Smartphone
x	nicht erhoben	Ich verschicke viel häufiger Text- oder Sprachnachrichten als mit meinen Freunden oder Bekannten zu telefonieren
x	nicht erhoben	Termine mit Freunden oder Bekannten organisiere ich fast nur noch über WhatsApp-Gruppen
x	nicht erhoben	Unterwegs lasse ich mir immer Vorschläge z.B. für Restaurants, Geschäfte oder auch Joggingstrecken in der Umgebung auf dem Smartphone anzeigen
x	nicht erhoben	Dadurch, dass ich unterwegs mit dem Smartphone immer Nachrichten zu aktuellen Ereignissen wie Anschlägen oder Unfällen erhalten kann, fühle ich mich sicherer
x	nicht erhoben	Wenn ich mein Smartphone nicht bei mir habe werde ich schnell nervös
x	x	Es fällt mir schwer den Kontakt zu Freunden und zur Familie zu halten, wenn diese nicht online erreichbar sind z.B. über soziale Netzwerke oder per E-Mail
x	x	Über soziale Netzwerke habe ich schon viele Kontakte wieder aufgenommen, die eingeschlafen waren
x	x	Dadurch dass ich das Internet mit Smartphone, Tablet, Laptop usw. nutze, informiere ich mich nur noch online und lese kaum noch Zeitungen oder Zeitschriften
x	x	Wenn ich die Möglichkeit habe, bevorzuge ich immer die Internettelefonie, z.B. über Skype/ WhatsApp, gegenüber dem Telefonieren über das Festnetz oder das Mobilfunknetz
x	nicht erhoben	Sobald etwas Schönes oder Interessantes passiert, teile ich das mit meinen Freunden oder der Familie
x	nicht erhoben	Wenn ich nicht weiß, wie etwas funktioniert, schaue ich immer zuerst im Internet nach einer Anleitung, z.B. bei YouTube
x	x	Internetnutzer
x	x	Ich kann Stunden im Internet verbringen vs. Ich nutze im Internet gezielt nur bestimmte Angebote (Seiten)