

## **BVDW: Einkaufen und bezahlen per Mobiltelefon etabliert sich in Deutschland**

Schon jeder zehnte Handynutzer shoppt mobil / Treiber sind 18 bis 34-jährige mit 21 Prozent Kaufbereitschaft

**Düsseldorf, 17. Juni 2010 – Per Mobiltelefon einzukaufen und zu bezahlen etabliert sich in Deutschland: Schon jetzt führt jeder zehnte Handynutzer in Deutschland mobile Transaktionen aus. Verglichen mit Großbritannien (19 Prozent) und Frankreich (neun Prozent) liegt Deutschland (13 Prozent) damit auf Platz zwei im direkten Vergleich. Treiber des Mobile Commerce sind in allen drei Ländern vor allem 18 bis 34-jährige – hier liegt die Kaufbereitschaft in Deutschland bei 21 Prozent. Dies geht aus den „Mobile Consumer Briefing“-Reports der Mobile Marketing Association (MMA) in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungspartner Lightspeed Research hervor. Die Fachgruppe Mobile im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist der German Council der MMA. Befragt wurden im April 2010 in Großbritannien, Deutschland und Frankreich jeweils 1000 erwachsene Mobiltelefonnutzer. Die „Mobile Consumer Briefing“-Reports sind für Mitglieder der MMA sowie Fachgruppe Mobile im BVDW kostenlos unter [www.mmaglobal.com](http://www.mmaglobal.com) und [www.bvdw.org](http://www.bvdw.org) erhältlich.**

### **Anteil nicht digitaler Produkte nimmt zu**

„Internetfähige Mobiltelefone werden immer mehr auch zum Einkaufen und Bezahlen genutzt. Auch wenn derzeit vor allem Inhalte wie Musik und Apps per Mobiltelefon gekauft werden, wird der Anteil nicht digitaler Produkte am M-Commerce deutlich weiter zunehmen. Dafür müssen viele Online-Shops allerdings noch für die mobile Nutzung umgesetzt beziehungsweise zugeschnitten werden“, sagt Mark Wächter (MWC.mobi), Vorsitzender der Fachgruppe Mobile im BVDW und Mitglied im Global Board der MMA.

### **Schnelle und einfache Abwicklung ist Voraussetzung**

An erster Stelle der Verkäufe stehen Inhalte für Mobiltelefone wie Anwendungen (Apps) und Klingeltöne. Aber auch Produkte und Dienstleistungen werden per Handy geordert. Ausschlaggebend für den mobilen Einkauf ist für viele Befragte eine schnelle und einfache Abwicklung der Bestellung.

### **Mobiles Bezahlen auf dem Vormarsch**

Auch mit dem Mobiltelefon zu bezahlen wird immer gängiger. Der beliebteste Weg ist mit 54 Prozent in Deutschland die direkte Abrechnung über den Netzanbieter. Aber auch mobile Payment-Dienstleister wachsen derzeit und werden vor allem zum Bezahlen von nicht digitalen Inhalten genutzt. In allen drei Ländern gehen die Befragten der Studie davon aus, in den nächsten zwölf Monaten ihr Handy für mobile Transaktionen zu verwenden, um Rabatte und Coupons einzulösen sowie Bonuspunkten zu sammeln.

Weitere Informationen sowie die kompletten „Mobile Consumer Briefing“-Reports für Journalisten auf Anfrage.

Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:  
[www.bvdw.org/presseserver/bvdw\\_mma\\_consumer\\_reports/](http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_mma_consumer_reports/)

#### **BVDW Kontakt:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

Ansprechpartner für die Presse:  
Ingo Notthoff, Pressesprecher  
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33  
[notthoff@bvdw.org](mailto:notthoff@bvdw.org)

#### **MMA Kontakt:**

Jen Allen oder Becca Daniel  
Mi liberty Ltd  
Tel: +44 207 751 4444  
[press.emea@mmaglobal.com](mailto:press.emea@mmaglobal.com)

#### **Über den BVDW**

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**

#### **About the Mobile Marketing Association (MMA)**

The Mobile Marketing Association (MMA) is the premier global non-profit trade association established to lead the growth of mobile marketing and its associated technologies. The MMA is an action-oriented organization designed to clear obstacles to market development, establish mobile media guidelines and best practices for sustainable growth, and evangelize the use of the mobile channel. The more than 750 member companies, representing over forty countries around the globe, include all members of the mobile media ecosystem. The Mobile Marketing Association's global headquarters are located in the United States and it has regional chapters including North America (NA),

Europe (EUR), Latin America (LATAM), Middle East & Africa (MEA) and Asia Pacific (APAC) branches. For more information, please visit [www.mmaglobal.com](http://www.mmaglobal.com).