

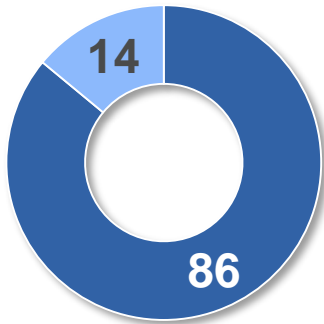
# Nutzung mobiler Dienstleistungen



Die Mehrheit (86%) der Smartphone-Besitzer nutzt soziale Netzwerke & Messenger Dienste, knapp die Hälfte (48%) nutzt Online-Shops über das Smartphone.

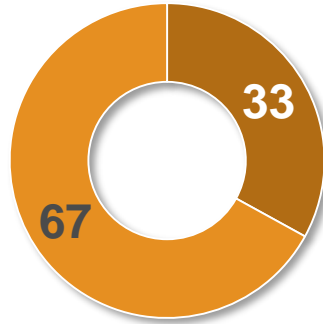
Nutzung von Dienstleistungen auf dem Smartphone (per App oder Browser)

Soziale Netzwerke & Messenger-D.



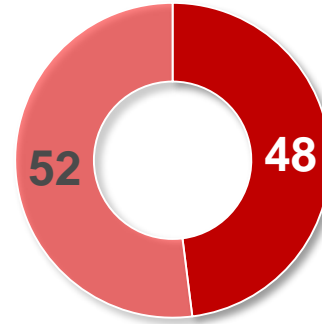
Nein Ja

Online-Banking



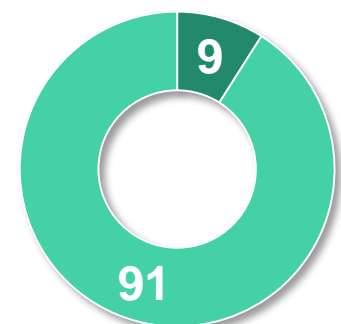
Nein Ja

Online-Shops



Nein Ja

Versicherungsangelegenheiten



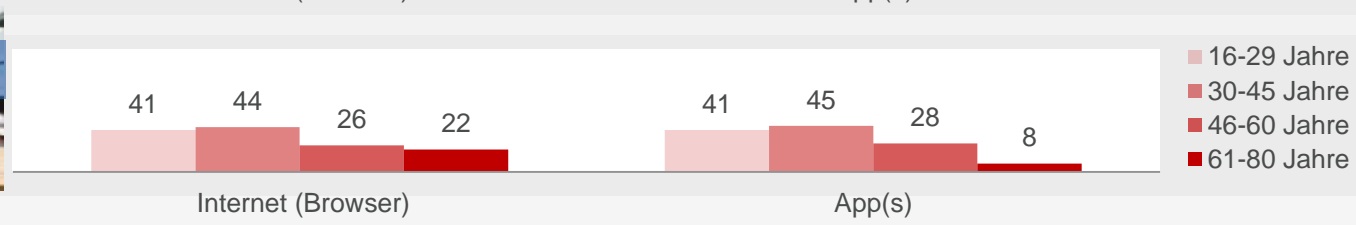
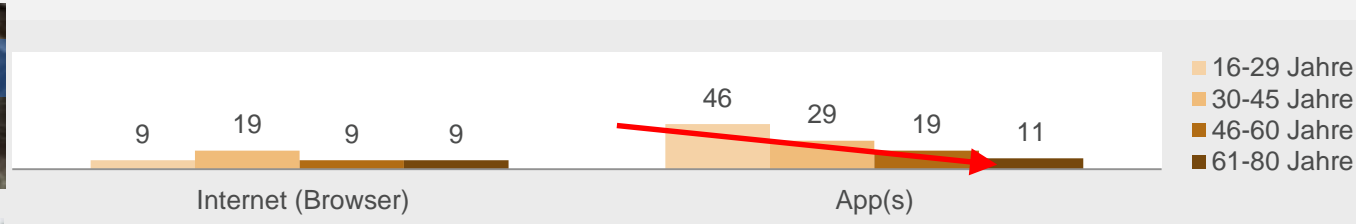
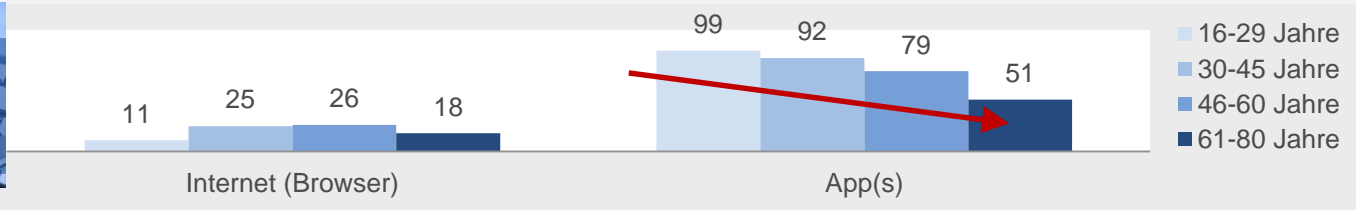
Nein Ja

Nutzen Sie ... auf Ihrem Handy?

Basis: Smartphone-Besitzer  
Werte in %

Mit zunehmendem Alter reduziert sich die App-Nutzung sozialer Netzwerke/Messenger-Dienste sowie von Online-Banking-Apps deutlich. Jüngere nutzen Online-Shops zu gleichen Teilen über den Browser und über Apps.

Nutzung von Dienstleistungen auf dem Smartphone (per App oder Browser)



Nutzen Sie ... auf Ihrem Handy?

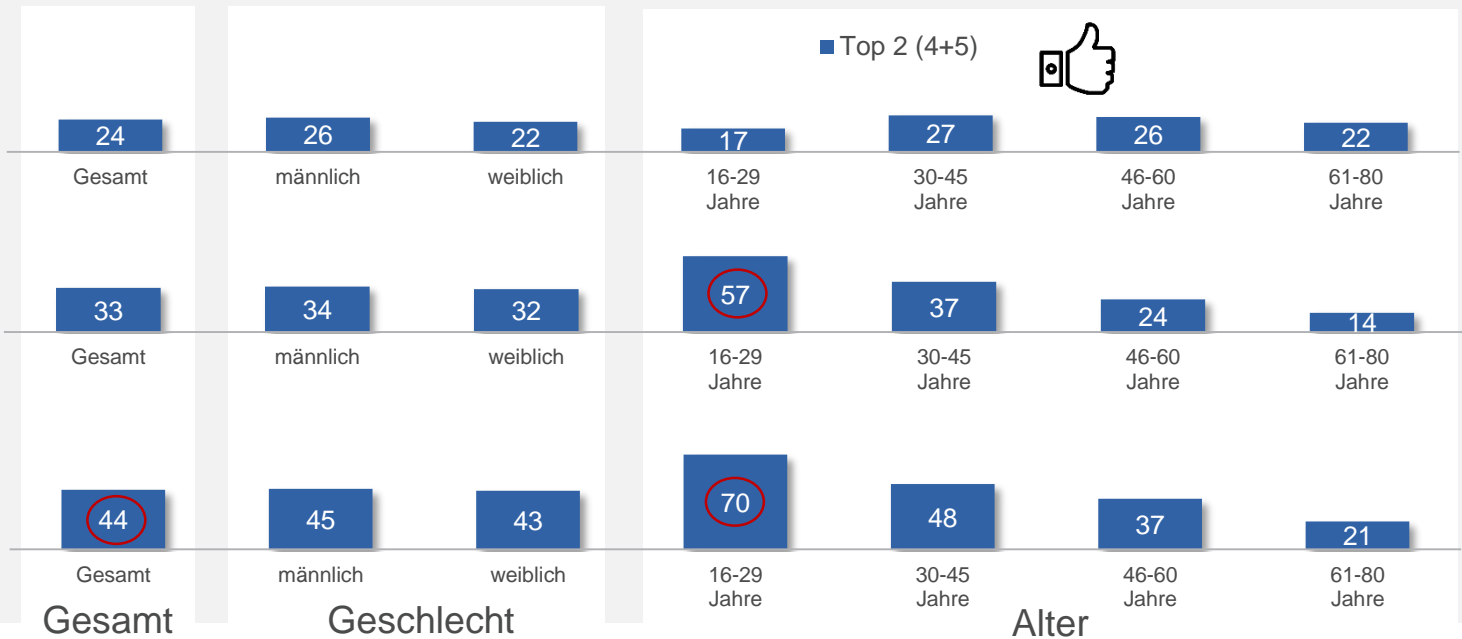
Basis: Smartphone-Besitzer  
Werte in %

App-Dienstleistungen:  
Vertrauen oder Misstrauen



Das stärkste Vertrauen der Smartphone-Nutzer in die fokussierten Dienstleistungen genießen Online-Shops. Jüngere Befragte zeigen starkes Vertrauen in Online-Shops und Online-Banking.

Vertrauen in die Nutzung von Dienstleistungen auf dem Handy (per App oder Browser)

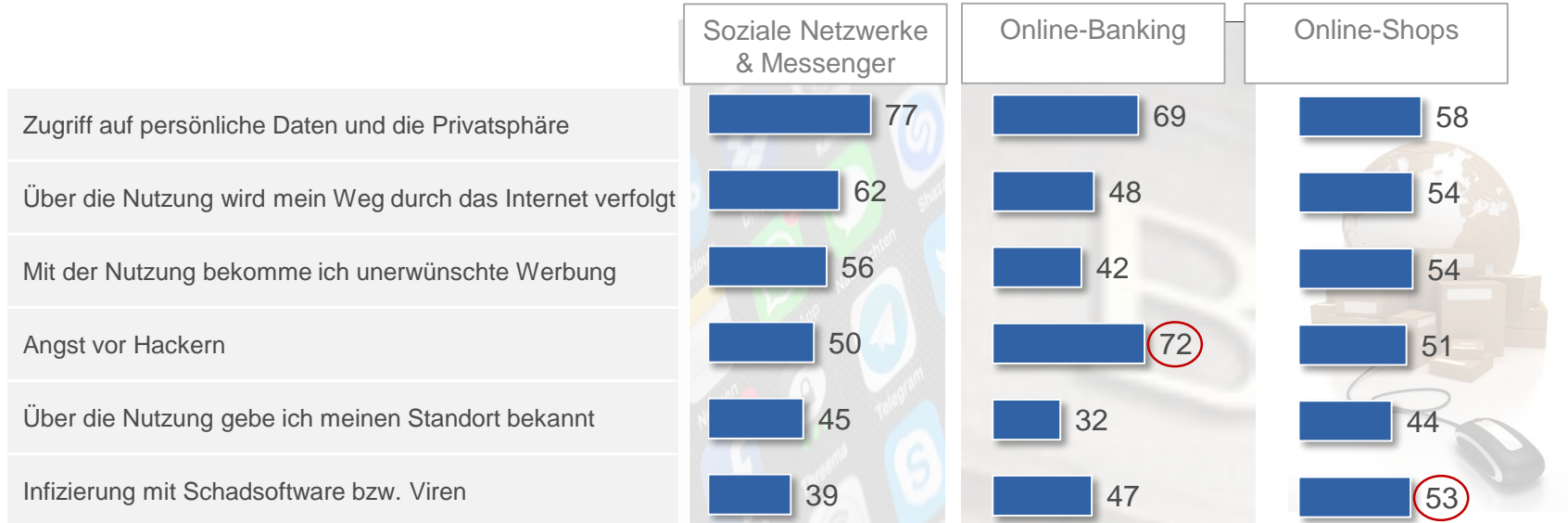


Wie stark vertrauen Sie den folgenden Nutzungsmöglichkeiten über das Handy?  
Skala 1 bis 5: 1 = vertraue ich überhaupt nicht / 5 = vertraue ich uneingeschränkt  
Januar 2019 / Mobilfunknutzung und mobile Apps

Basis: Smartphone-Besitzer  
Werte in %

Die Angst vor Hackern ist beim Online-Banking am größten.  
Bei den Online-Shops ist die Sorge vor Viren deutlicher ausgeprägt.

### Gründe für mangelndes Vertrauen



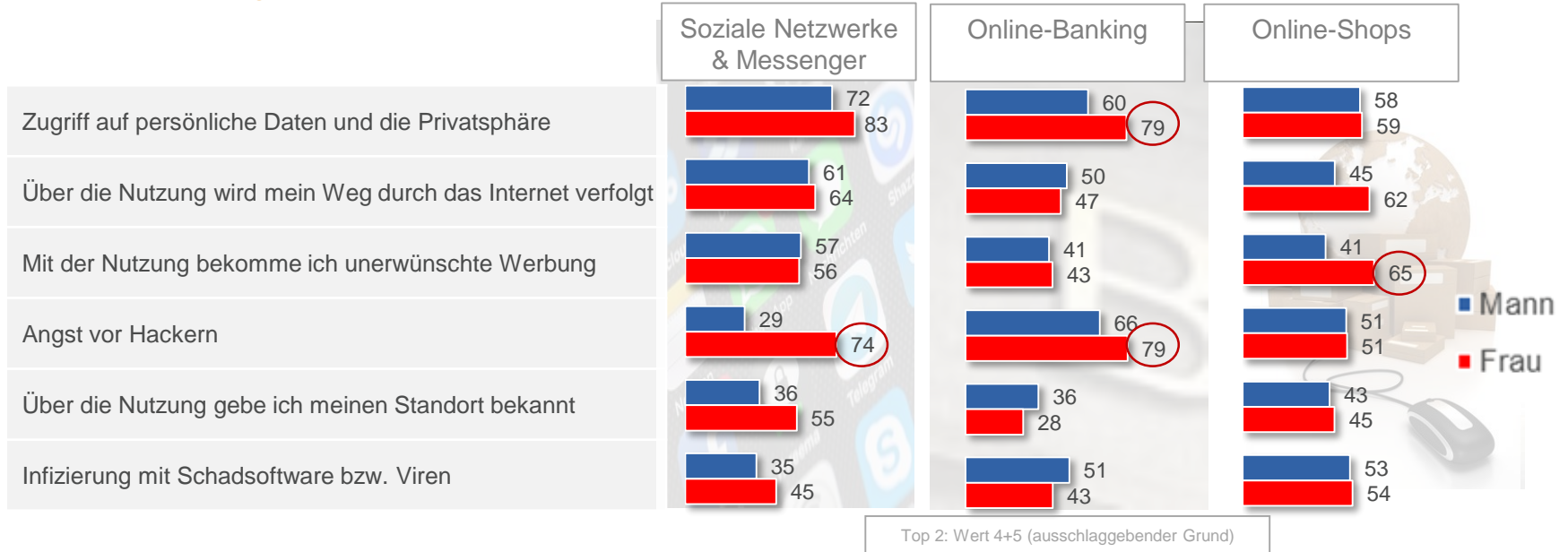
Top 2: Wert 4+5 (ausschlaggebender Grund)

Warum vertrauen Sie der Nutzung von ...über das Handy nicht bzw. wenig? Filter: Falls kein/wenig Vertrauen  
Skala 1 bis 5: 1 = überhaupt nicht ausschlaggebend / 5 = absolut ausschlaggebend

Basis: Smartphone-Besitzer  
Werte in %

Frauen sind zumeist skeptischer als Männer. Insbesondere die Sorge vor unerwünschter Werbung bei der Nutzung von Online-Shops sowie die Angst vor Hackern und dem Zugriff auf persönliche Daten ist bei Frauen ausgeprägter.

### Gründe für mangelndes Vertrauen



Warum vertrauen Sie der Nutzung von ...über das Handy nicht bzw. wenig? Filter: Falls kein/wenig Vertrauen  
 Skala 1 bis 5: 1 = überhaupt nicht ausschlaggebend / 5 = absolut ausschlaggebend

Basis: Smartphone-Besitzer  
 Werte in %

## Short Summary

### Soziale Netzwerke: Jeder kennt sie - fast jeder nutzt sie.

Dennoch ist das Vertrauen in die sozialen Netzwerke und Messenger-Dienste in Deutschland gering, auch bei den jüngeren Smartphone-Nutzern. Lediglich 17% haben uneingeschränktes Vertrauen in die Nutzungsmöglichkeiten. Gut drei Viertel (77%) der Skeptiker haben Sorge vor dem Zugriff auf persönliche Daten und die Privatsphäre.

### Online-Banking: Apps sind auf dem Vormarsch

Deutlich anders stehen die jungen Leute zum Online-Banking. Ungefähr die Hälfte der 16 bis 29-Jährigen nutzt Online Banking. Online-Banking auf dem Smartphone nutzt ein Drittel der Smartphone Besitzer (33%), bei den unter 30-jährigen bereits fast jeder zweite (46%) über eine App. Die Angst vor Hackern hat hier größere Bedeutung. 70% der Skeptiker geben dies als Grund an, Online-Banking wenig oder kein Vertrauen zu schenken. Diese Sorge ist bei Frauen noch ausgeprägter als bei Männern.

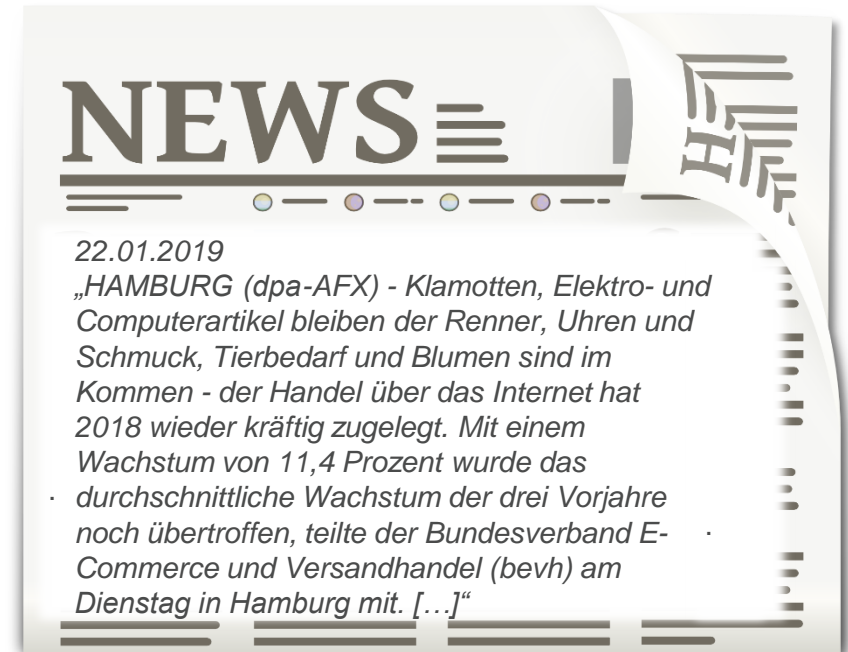




## Short Summary

### Online-Shops boomen

Online-Shops genießen gegenüber Online-Banking und Sozialen Netzwerken/Messenger-Diensten insgesamt mehr Vertrauen. Je jünger die Smartphone-Nutzer, desto höher ist das Vertrauen in Online-Shops. Skepsis besteht vor allem hinsichtlich des Umgangs mit den persönlichen Daten (58%). Frauen haben deutlich mehr Bedenken als Männer, mit der Nutzung von Online-Shops unerwünschte Werbung zu erhalten.



# Untersuchungssteckbrief

Befragungsmethode	CATI
Untersuchungsthema	Nutzung mobiler Dienstleistungen
Untersuchungszeitraum	Dezember 2018
Befragungsgebiet	Bundesrepublik Deutschland
Zielpersonen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bevölkerung repräsentativ im Alter von 16-80 Jahren*</li><li>• Besitzer eines Mobiltelefons</li></ul>
Stichprobengröße	n=361 Mobilfunk-Nutzer, davon n=306 Smartphone-Besitzer
Durchführendes Institut	Forschungsgruppe g/d/p, Hamburg



## Ihre Ansprechpartner

Carola Kastowski  
Research Director  
Tel. 040 – 298 76 126  
kastowski@gdp-group.com

Sibylle Merten  
Research Consultant  
Tel. 040 – 298 76 160  
merten@gdp-group.com

- **g/d/p**  
Markt- und  
Sozialforschung GmbH
- **g/d/p**  
Marktanalysen GmbH

Richardstraße 18  
22081 Hamburg  
Tel. 040-298 76-0  
Fax: 040-298 76-127

[kontakt@gdp-group.com](mailto:kontakt@gdp-group.com)  
[www.gdp-group.com](http://www.gdp-group.com)  
[www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp](https://www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp)