

PRESSEMELDUNG

Ergebnis einer bevölkerungsrepräsentativen Telefonbefragung von result Markt- und Medienforschung, Köln: 46 Prozent gestützte Bekanntheit, aber große Zurückhaltung in punkto Kaufbereitschaft für das iPad.

Köln, 12.04.2010 – Derzeit ist das iPad von Apple Gegenstand zahlreicher massenmedialer Berichte. Das Markt- und Medienforschungsinstitut result gmbh, Köln, wollte wissen, wie sich die Bekanntheit des iPad in einer repräsentativ angelegten Studie darstellt. Zu diesem Zweck hat result n=1.000 Verbraucher ab 14 Jahren telefonisch befragt.

Das Ergebnis von result zeigt, dass bereits vor der eigentlichen Markteinführung in Deutschland 46 Prozent aller befragten Verbraucher das iPad (auf gestützter Basis) kennen. Allerdings bekunden von diesen Personen lediglich 18 Prozent Interesse am iPad. Gefragt nach der Kaufbereitschaft, signalisieren 31 Prozent, dass Sie es „wahrscheinlich nicht kaufen“ und weitere 53 Prozent, dass Sie es „ganz sicher nicht kaufen“ werden. Auch wenn diese Kaufbereitschaft an einer Repräsentativstichprobe und damit nicht in einem wie auch immer definierten engeren Potenzial gemessen wurde, kommt hier große Zurückhaltung des Verbrauchers zum Ausdruck.

Die Bekanntheit des iPad entwickelt sich erwartungsgemäß mit ansteigendem Lebensalter rückläufig. Den höchsten Bekanntheitsgrad erreicht das iPad in der Altersgruppe von 20 bis 29 Jahren. Hier kennen es – zumindest dem Namen nach -77 Prozent.

Demgegenüber ermittelte result ein überraschend präzises Verständnis für die Funktionalität des iPad: 82 Prozent geben gestützt „mobiles Internet“ als Funktion an. 73 Prozent nennen die Funktion „Elektronische Zeitung“ und 72 Prozent „Elektronisches Buch“. Nur 28 Prozent halten das iPad für eine Lösung für die mobile Telefonie.

Das Unternehmen result gmbh

Die result gmbh agiert seit 1995 im Bereich der Markt- und Medienforschung. Das Institut zeichnet sich durch seine Nähe zu innovativen Medien und durch methodische Vielfalt aus. So erarbeitete result unlängst Grundlagenstudien zur Zukunft des Radios (Stichwort iPhone App's) sowie zur Typologie von Twitter Nutzern. Hierbei wurde offen gelegt, wer bei Twitter mit welchen Strategien welchen Erfolg realisiert.

Hinweis für Journalisten:

Wenn Sie die Studie besprechen möchten wenden Sie sich bitte per E-Mail an Alexa Brandt unter alexa-brandt@result.de.

Weitere Informationen:

result gmbh

Alexa Brandt

Subbelrather Str. 15

50823 Köln

Tel. 0221/952971-341

Fax 0221/952971-396

E-Mail: alexa-brandt@result.de

Internet: <http://www.result.de/presse/>