

## Die wichtigsten Ergebnisse des Monats März 2006 im Überblick

M:Metrics befragt Mobilfunkkunden zu ihrem Nutzungsverhalten. Hierbei steht vor allem die Ermittlung, welche mobilen Inhalte und Anwendungen sie bevorzugen, im Vordergrund. Ebenso bewertet das Analystenhaus basierend auf festgesetzten Benchmarks die Leistung von Mobilfunknetzbetreibern, Endgeräteherstellern, Content Providern und Publishern. M:Metrics setzt bei der Auswertung der gesammelten Daten, die aus den derzeit umfassendsten unter US-amerikanischen, britischen und deutschen Mobilfunkkunden durchgeführten monatlichen Befragungen resultieren, auf eine multidimensionale Methodik. Die nachfolgend aufgeführten Angaben resultieren aus der im vergangenen Quartal, das am 31. März 2006 endete, in Deutschland, Großbritannien und den USA durchgeführten Benchmark-Untersuchung.

### Aktuelle Zahlen zum Thema Mobile Games

**Tabelle 1: Ursachen für das im März 2006 beobachtete Download-Verhalten**

<b>Deutschland</b>		
<b>Gründe, kein neues Spiel zu kaufen*</b>	<b>Mobilfunkkunden (in 000)</b>	<b>Mobilfunkkunden, die ein Download-Game spielten (prozentualer Anteil)</b>
Preis für Handyspiele zu hoch	994	39,90 %
Interessiert, doch fanden kein den eigenen Vorstellungen entsprechendes Handyspiel	508	20,40 %
Generell kein Interesse	436	17,50 %

<b>Großbritannien</b>		
<b>Gründe, kein neues Spiel zu kaufen*</b>	<b>Mobilfunkkunden (in 000)</b>	<b>Mobilfunkkunden, die ein Download-Game spielten (prozentualer Anteil)</b>
Bereits Spiel heruntergeladen, das gefällt	1.113	36,12 %
Preis für Handyspiele zu hoch	732	23,75 %
Interessiert, doch fanden kein den eigenen Vorstellungen entsprechendes Handyspiel	461	14,95 %

<b>USA</b>		
<b>Gründe, kein neues Spiel zu kaufen*</b>	<b>Mobilfunkkunden (in 000)</b>	<b>Mobilfunkkunden, die ein Download-Game spielten (prozentualer Anteil)</b>
Bereits Spiel heruntergeladen, das gefällt	4.483	39,72 %
Preis für Handyspiele zu hoch	2.350	20,82 %
Interessiert, doch fanden kein den eigenen Vorstellungen entsprechendes Handyspiel	1.958	17,35 %

\* **Bezieht sich ausschließlich auf Mobilfunkkunden, die im Monat März ein heruntergeladenes Handygame spielten.**

**Tabelle 2: Die Zahlen der einzelnen Länder im Überblick**

<b>Mobile Gaming: Zahlen März 2006 - Deutschland</b>		
<b>Aktivität</b>	<b>Mobilfunkkunden (in 000)</b>	<b>Mobiltelefonkunden prozentualer Anteil</b>
Spielten Handygame	9.910	22,8 %
Spielten heruntergeladenes Handygame	3.097	7,1 %
Luden in diesem Monat ein Handygame herunter	1.092	2,5 %
Luden zum ersten Mal ein Handygame herunter	236	0,5 %

<b>Mobile Gaming: Zahlen März 2006 - Großbritannien</b>		
<b>Aktivität</b>	<b>Mobilfunkkunden (in 000)</b>	<b>Mobiltelefonkunden prozentualer Anteil</b>
Spielten Handygame	13.691	31,8 %
Spielten heruntergeladenes Handygame	4.347	10,1 %
Luden in diesem Monat ein Handygame herunter	1.813	4,2 %
Luden zum ersten Mal ein Handygame herunter	344	0,8 %

<b>Mobile Gaming: Zahlen März 2006 - USA</b>		
<b>Aktivität</b>	<b>Mobilfunkkunden (in 000)</b>	<b>Mobiltelefonkunden prozentualer Anteil</b>
Spielten Handygame	45.042	24,2 %
Spielten heruntergeladenes Handygame	15.514	8,3 %
Luden in diesem Monat ein Handygame herunter	4.957	2,7 %
Luden zum ersten Mal ein Handygame herunter	1.520	0,8 %

**Tabelle 3: Die beliebtesten Spiele im Überblick / Die Top-Five-Liste im März 2006**

<b>Derzeit auf dem Handy installierte Spiele sortiert nach Genre</b>	
<b>Deutschland</b>	<b>Mobiltelefonkunden (in 000)</b>
Kartenspiele	871
Arcade-Puzzle	833
Quiz-/Denkspiele	773
Strategiespiele	716
Brettspiele	664

<b>Derzeit auf dem Handy installierte Spiele sortiert nach Genre</b>	
<b>Großbritannien</b>	<b>Mobiltelefonkunden (in 000)</b>
Arcade-Puzzle	1.829
Retro Arcade	1.343
Kartenspiele	1.086
Sportspiele	1.058
Brettspiele	876

<b>Derzeit auf dem Handy installierte Spiele sortiert nach Genre</b>	
<b>USA</b>	<b>Mobiltelefonkunden (in 000)</b>
Arcade-Puzzle	7.463
Kartenspiele	4.612
Casino-Spiele	4.131
Retro Arcade	3.414
Strategiespiele	2.634

**M:Metrics Benchmark-Befragung März 2006**

**Tabelle 1: Ergebnisse Deutschland  
Von deutschen Mobilfunkkunden nachgefragte mobile Inhalte und Anwendungen\***

Aktivität	Mobilfunk- kunden (in 000)	Mobilfunkkunden (prozentualer Anteil)	Veränderung (Prozent)
Versand Textnachrichten	34.523	79,4 %	3,1 %
Versand Bildnachrichten	8.426	19,4 %	0,7 %
Kauf von Klingeltönen	3.140	7,2 %	(0,7 %)
Private E-Mail-Kommunikation	2.777	6,4 %	2,9 %
Abruf Nachrichten/Infodienste	1.780	4,1 %	2,6 %
Nutzung Instant-Messaging-Dienste	1.509	3,5 %	14,3 %
Hintergrundbilder/ Bildschirmschoner	1.285	3,0 %	(4,1 %)
Geschäftliche E-Mail-Kommunikation	1.256	2,9 %	4,7 %
Herunterladen mobiler Spiele	1.092	2,5 %	(2,8 %)

*Quelle: M:Metrics Inc., Copyright © 2006. Befragung deutscher Mobilfunkkunden. Daten basieren auf einem gleitenden Mittelwert von drei Monaten für das Quartal, das am 31. März 2006 endete. Repräsentative Stichprobe: n= 15.303*

**Tabelle 2: Ergebnisse Großbritannien  
Von britischen Mobilfunkkunden nachgefragte Inhalte und Anwendungen\***

Aktivität	Mobilfunk- kunden (in 000)	Mobilfunkkunden (prozentualer Anteil)	Veränderung (Prozent)
Versand von Textnachrichten	35.880	83,4 %	4,7 %
Versand von Bildnachrichten	11.752	27,3 %	7,9 %
Abruf Nachrichten/Infodienste	4.787	11,1 %	9,2 %
Kauf von Klingeltönen	2.690	6,3 %	0,8 %
Private E-Mail-Kommunikation	2.582	6,0 %	6,1 %
Herunterladen mobiler Spiele	1.813	4,2 %	9,7 %
Nutzung Instant-Messaging-Dienste	1.500	3,5 %	13,7 %
Geschäftliche E-Mail-Kommunikation	1.110	2,6 %	1,0 %
Hintergrundbilder/ Bildschirmschoner	1.055	2,5 %	2,3 %

*Quelle: M:Metrics Inc., Copyright © 2006. Befragung britischer Mobilfunkkunden. Daten basieren auf einem gleitenden Mittelwert von drei Monaten für das Quartal, das am 31. März 2006 endete. Repräsentative Stichprobe: n= 15.025*

**Tabelle 3: Ergebnisse USA**  
**Von US-amerikanischen Mobilfunkkunden nachgefragte Inhalte und Anwendungen\***

Aktivität	Mobilfunkkunden (in 000)	Mobilfunkkunden (prozentualer Anteil)	Veränderung (Prozent)
Versand von Textnachrichten	64.834	34,9 %	0,8 %
Versand von Bildnachrichten	20.186	10,9 %	2,7 %
Abruf Nachrichten/Infodienste	18.471	9,9 %	(1,9 %)
Kauf von Klingeltönen	18.349	9,9 %	(1,5 %)
Private E-Mail-Kommunikation	13.297	7,1 %	(3,0 %)
Nutzung Instant-Messaging-Dienste	11.710	6,3 %	(3,0 %)
Geschäftliche E-Mail-Kommunikation	7.592	4,1 %	(7,0 %)
Hintergrundbilder/ Bildschirmschoner	6.968	3,7 %	(4,4 %)
Herunterladen mobiler Spiele	4.957	2,7 %	(9,7 %)

*Quelle: M:Metrics Inc., Copyright © 2006. Befragung US-amerikanischer Mobilfunkkunden. Daten basieren auf einem gleitenden Mittelwert von drei Monaten für das Quartal, das am 31. März 2006 endete. Repräsentative Stichprobe: n= 35.500*

**\*Anmerkung:**

Zu mobilen Inhalten und Anwendungen zählt der Download von Spielen, Bildern und Klingeltönen, der Internet-Zugriff über den Mobiltelefon-Browser oder das Herunterladen von Applikationen. Ebenso umfasst die Auswertung per Textnachricht eingehende Hinweismeldungen, den Versand von Fotos oder Videos, die Nutzung integrierter IM- oder E-Mail-Clients, abonnierte Soundlogos und den Abruf von Videos oder Musiktiteln.

**Verwendung von Quellenhinweisen bei der Veröffentlichung und Weiterverwertung von Daten**

Die Veröffentlichung oder Weiterverwertung von Befragungsergebnissen, Zitaten oder Texten in den Medien ist nur dann gestattet, wenn als Quelle auf M:Metrics verwiesen wird (zum Beispiel: „Quelle: M:Metrics Inc.“ oder „Gemäß M:Metrics ...“). Bei der Veröffentlichung oder Weiterverwertung von Graphiken, Datentabellen, Folien und anderen Materialien ist darauf zu achten, dass diese stets einen Copyright-Vermerk enthalten („Copyright © 2006, M:Metrics Inc.“).