

+++ Pressemitteilung vom 09. Februar 2010 +++

Aktuelle Studie: Großes Absatzpotenzial für das Apple iPad in Deutschland

Köln, 09.02.2010. Der vom Computerhersteller Apple ab Ende März angebotene Tablet-Computer iPad dürfte sich in Deutschland großer Beliebtheit erfreuen.

Dies geht aus einer internationalen Studie des Kölner Marktforschungsinstituts YouGovPsychonomics hervor, für die in Deutschland repräsentativ mehr als 1.000 Internetnutzer befragt wurden. Demnach hat jeder fünfte deutsche Internet-User in diesem Jahr einen Kauf des iPads bereits fest eingeplant (vier Prozent) oder hält diesen zumindest für sehr wahrscheinlich (16 Prozent).

Somit sind die Marktchancen des iPads in Deutschland sehr hoch, obwohl auch kritische Stimmen zum Sinn und Zweck des neuen Mini-Computers laut wurden. Dabei ist das Absatzpotenzial in der Gruppe der Personen, die bereits jetzt ein Apple-Produkt nutzen, besonders groß: Acht Prozent der Apple-Nutzer geben demnach an, auf jeden Fall ein iPad kaufen zu wollen. Etwa jeder dritte Nutzer eines Apple-Produkts hält dies immerhin für sehr wahrscheinlich.

Überraschend ist unterdessen, dass die Mehrheit der iPhone-Nutzer über den Kauf eines iPads nachdenken, obwohl der Tablet-PC von Kritikern auch als „XL-iPhone“ bezeichnet wird. Ähnliches gilt zudem für die Besitzer von Netbooks: Auch Personen die bereits ein Mini-Notebook verwenden, spielen häufiger mit dem Gedanken, sich ein iPad zuzulegen.

Die Aufmerksamkeit, die Apple Apple-Chef Steve Jobs durch die Präsentation des neuen Produkts erreichen konnte ist hoch: So geben mehr als zwei Drittel der befragten Internetnutzer an, bereits von dem neuen iPad gehört zu haben. Allerdings herrscht unter diesen Personen offensichtlich in weiten Teilen Unklarheit darüber, welche Eigenschaften das Gerät vorweisen kann. Multitasking wird von der Mehrheit vorausgesetzt, jeweils mehr als ein Drittel der Befragten glaubt zudem, dass eine Kamera, Telefonfunktion oder die Möglichkeit zur Videotelefonie zur Standardausrüstung gehören.

Als Verkaufshindernis könnte sich aber insbesondere der Preis des neuen Computers erweisen. Obwohl Steve Jobs von einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt ist, liegt die Zahlungsbereitschaft der potenziellen Kunden größtenteils unter den von Apple angekündigten

Verkaufspreisen. Der Untersuchung zufolge sind nur gut 40 Prozent der potenziellen Käufer bereit, mehr als 400 Euro für das iPad zu bezahlen.

Allerdings bevorzugt die Mehrheit der Befragten die Version mit UMTS- bzw. 3G-Funktion, die nochmals deutlich teurer ist als das Einstiegsmodell. Zum Vergleich: Nur etwa 10 Prozent der potenziellen Käufer würden für das iPad mehr als 600 Euro ausgeben. Zwar hat Apple die Verkaufspreise für Deutschland noch nicht bekannt gegeben, sie dürften jedoch umgerechnet eher über den US-Preisen liegen, die bei 499 bzw. 629 Dollar (mit UMTS-Funktion) beginnen.

„Vieles spricht für einen Verkaufserfolg des iPads in Deutschland“, sagt Carolin Thomas, Leiterin der Studie bei der YouGovPsychonomics AG. „Allerdings dürften die Verkaufspreise sowie der reduzierte Funktionsumfang einige Interessenten vom Kauf abhalten. Von dieser Situation könnten dann wiederum Apple-Konkurrenten profitieren.“

Kontakt zur Studienleitung:

Carolin Thomas | Senior Project Manager | T: +49 221 42061-428 |
carolin.thomas@psychonomics.de

+++ +++ +++

Über YouGovPsychonomics:

Die YouGovPsychonomics AG ist ein international tätiges Institut für Marktforschung, Organisationsforschung und Beratung mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin und Wien.

Mit psychologisch fundierter Marktforschung und Organisationsforschung liefern wir unseren Auftraggebern hochwertiges Entscheidungswissen für Marketing, Vertriebssteuerung und Organisationsentwicklung. YouGovPsychonomics gehört zu den Top 10 der umsatzstärksten Marktforschungsinstitute Deutschlands. Zu unseren Auftraggebern zählen viele namhafte nationale wie internationale Unternehmen aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Industrie. Derzeit beschäftigen wir über 120 hoch qualifizierte Forscher und Berater. Unsere Geschäftstätigkeit erstreckt sich über den gesamten deutschsprachigen wie den zentral- und osteuropäischen Raum. Seit September 2007 ist YouGovPsychonomics Mitglied der internationalen YouGov Gruppe mit Sitz in London.

Weitere Informationen finden Sie unter www.psychonomics.de