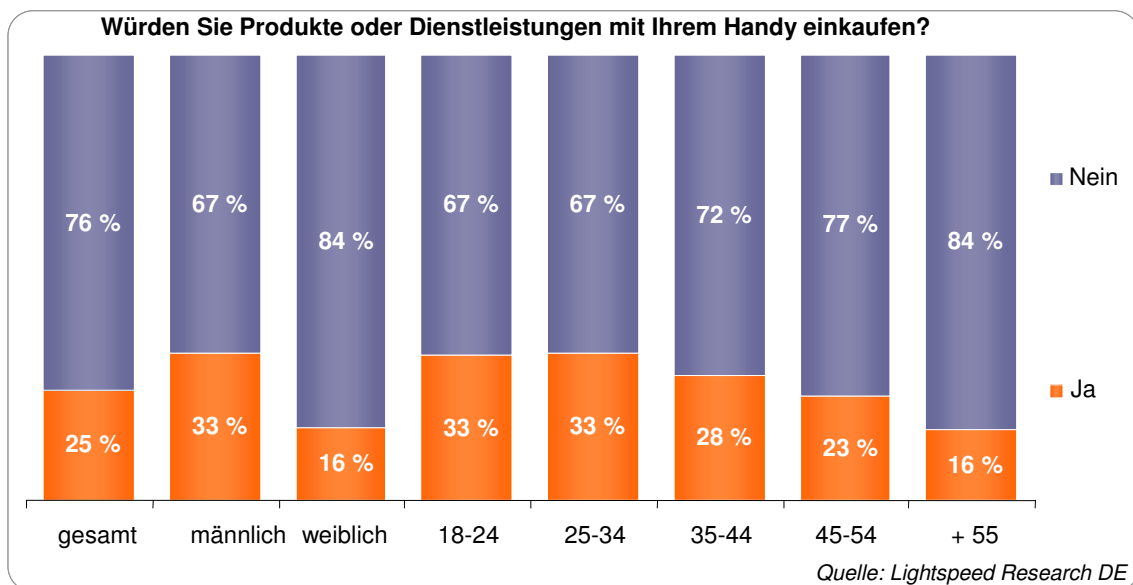


## Wählen Sie S für Shopping!

*25% aller Deutschen würden mit dem Handy einkaufen  
Britten und Franzosen weit weniger aufgeschlossen*

**Hamburg, 19 Mai:** Lightspeed Research, ein führendes Online-Marktforschungsunternehmen, hat die Ergebnisse einer Umfrage unter 1000 Personen aus seinem deutschen Panel veröffentlicht. Die Umfrage ermittelte die Bereitschaft zum mobilen Einkaufen im Internet. Da die Marktdurchdringung beim Handy höher ist als beim PC, hat das Einkaufen mit dem Mobiltelefon das Potenzial, sich zu einem Zukunftsmarkt des Einzelhandels zu entwickeln.



Laut den Ergebnissen der Umfrage würden 25% der deutschen Befragten über ihr Telefon Produkte und Dienstleistungen einkaufen, wobei mehr Männer als Frauen daran interessiert sind (33% bzw. 16%). Diese Prozentsätze sind höher

als bei den Befragten in Großbritannien und Frankreich. 17% der Briten und nur 9% der Franzosen gaben an, dass sie über ihr Telefon einkaufen würden. Von den Deutschen, die dem Einkaufen über ihr Handy gegenüber aufgeschlossen sind, gaben 60% der Befragten an, dass sie bei einem bekannten Online-Händler einkaufen würden, 56% würden bei einer Website einkaufen, bei der sie schon Kunde sind und 55% bei einer bekannten Handelskette. „Jedes Unternehmen, das gute Preise anbietet“ war für weniger als ein Drittel (32%) der Befragten eine attraktive Option.



Ein Vorteil beim Einkaufen mit dem Handy ist, dass man überall und jederzeit einen Kauf tätigen kann. Dieser Vorteil spiegelt sich auch in der Art der Produkte und Dienstleistungen wider, die die Befragten auf diese Weise kaufen würden. Die beiden Spitzenreiter bei den deutschen Befragten waren sogenannte „on-the-go“-Produkte. Am häufigsten wurden Fahrkarten und Flüge, am zweithäufigsten Kino-, Theater- und Veranstaltungskarten genannt.

Olaf Siemen, Account Director für Deutschland, erklärt: „Da viele Leute Ihr Handy immer bei sich tragen, hat das Einkaufen mit dem Mobiltelefon einen

beachtlichen Vorteil gegenüber dem Einkaufen mit dem PC. Die Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit des Handys und die zunehmende Internetfähigkeit der Telefone bieten Händlern die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen anzubieten, die Kunden kaufen, wenn sie unterwegs sind. Unsere Umfrage hat ergeben, dass die Deutschen diesem Konzept gegenüber vergleichsweise positiv eingestellt sind. Wir sind davon überzeugt, dass in dieser Idee ein bemerkenswertes Geschäftspotenzial für den Handel schlummert."

Ende

**Für Presserückfragen wenden Sie sich bitte an:**

Ralph Risk, Marketing-Manager für Europa - Lightspeed Research  
Tel. Büro: +44 (0)20 7896 1950 Tel. Mobil: +44 (0)787 650 7689  
[rrisk@lightspeedresearch.com](mailto:rrisk@lightspeedresearch.com)

Lucy Green, PR-Berater - Greenfields Communications  
Tel. Mobil: +44 7817 698366  
[lgreen@greenfieldscommunications.com](mailto:lgreen@greenfieldscommunications.com)

**Hinweis an die Redaktion:**

Die Umfrage wurde zwischen dem 10. und 14. April 2008 unter 1001 Befragten aus dem deutschen Online-Panel von Lightspeed Research durchgeführt.

**Informationen zu Lightspeed Research**

Lightspeed Research ist ein zuverlässiger Anbieter für Online-Marktforschungslösungen, der über weltweite Online-Gremien Forschungsergebnisse liefert. Lightspeed Research bietet Zugriff auf Haushaltsmitglieder in 34 Ländern in Europa, Nordamerika und im Asien-Pazifik-Raum.

Die eigenen Gremien von Lightspeed Research werden rekrutiert und gepflegt, um Qualität und repräsentative Stichproben zur Unterstützung von Studien sicherzustellen, deren Umfang und Komplexität sich quer durch die meisten Branchensektoren erstreckt. Lightspeed Research verfügt über Gremien in den Bereichen von Gesundheitswesen, Finanzdienstleistungen, Automobile, B2B, Telekommunikation, Familie, und vieles mehr.

Lightspeed Research ist ein Mitglied von WPP (LSE: WPP) (NASDAQ: WPPGY), einer der weltweit führenden Unternehmen für Kommunikationsdienste. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte [www.lightspeedresearch.com](http://www.lightspeedresearch.com)