

10. August 2001

**PRESSEMITTEILUNG****Nachlassende Dynamik im Multimedia-Markt der Kids****Trend zur Zwei-Klassen-Gesellschaft bei PC und Internet -  
Handy-Markt bei Jugendlichen gesättigt**

Die Zeit der zweistelligen Zuwachsraten im Multimedia-Bereich ist auch im Kinder- und Jugendmarkt zu Ende. Dies ist das Ergebnis der Ausgabe 2001 der repräsentativen Trendstudie Multimedia Youth des Münchener Marktforschungsinstitutes iconkids & youth.

Laut den Ergebnissen aus über 1.200 Interviews mit 6-17-Jährigen in ganz Deutschland können mittlerweile 56% der Befragten zu Hause einen PC nutzen. Dies sind immerhin noch 8% mehr als im Vorjahr, allerdings liegen die Zuwächse deutlich unter den in früheren Jahren erzielten Ergebnissen. Auffällig ist dabei, dass die Zahl der Computer-Familien zwar langsamer ansteigt, die Qualität der PCs in den Haushalten aber beständig besser wird. So haben z.B. im Jahr 2001 19% mehr PCs als im Vorjahr einen Pentium III Prozessor installiert. Während also ein großer Teil der deutschen Familien nicht an der Multimedia-Welt teilnimmt, rüstet der andere Teil kontinuierlich nach, um technisch auf dem neuesten Stand zu bleiben.

Deutlich wird dies auch am Internetzugang in der Familie: Mittlerweile können 31% der 6-17-Jährigen daheim ins Internet gehen, ein Zuwachs von über 200% (!) im Vergleich zum Vorjahr. Wer also einen PC im Haushalt hat, wird fast zwangsläufig bald auch zum Internetsurfer. Wer allerdings keinen PC besitzt, bleibt davon möglicherweise auf Dauer ausgeschlossen. Dazu Axel Dammler, Geschäftsführer von iconkids: "Wenn sich dieser Trend verfestigt, wird es in Deutschland in den nächsten Jahren zu einer Zwei-Klassen-Gesellschaft kommen: Den für die Zukunft gewappneten jungen Internetsurfern stehen dann Computer-Analphabeten gegenüber, die die Anforderungen der Informationsgesellschaft beim Eintritt ins Berufsleben nicht erfüllen können. Die Schule kann dies nur begrenzt auffangen."

Die abflauende Dynamik trifft allerdings nicht nur den PC-Markt: Auch im Bereich der Spielkonsolen fällt der Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr mit 4% auf nun 55% eher bescheiden aus. Dieser Zuwachs geht zwar vor allem auf das Konto der PlayStation II, die aber dennoch gerade in diesem Markt noch weit hinter den Erwartungen zurückbleibt.

Besonders deutlich wird die bescheidene Marktsituation aber bei den Handys: Bei den 12-17-Jährigen können nun 73% ein Handy benutzen, dies sind 36% mehr als im Vorjahr und damit fast genau der vor einem Jahr in einer Studie für die Zeitschrift BRAVO prognostizierte Marktzuwachs. Wer jetzt noch kein Handy besitzt, will auch keines. Für die Handy-Anbieter heißt dies, dass in Zukunft wie im PC-Markt vor allem Substitutionskäufe stattfinden werden, der große Goldrausch also vorbei ist.

Dauerhafte Nutznießer des Handy-Booms im vergangenen Jahr könnten jedoch die Netzbetreiber der Mobilfunkbranche sein, die nun über die Gebühren das Geld für die oft vorfinanzierten Handys zurückholen können. Hier liegt laut der Studie der Münchener Jugendforscher D2 Vodafone im lukrativen Jugendmarkt immer noch vor dem D1-Netz der T-Mobil, während die Bonner im Kindermarkt bis 10 Jahre die Nase vorn haben.