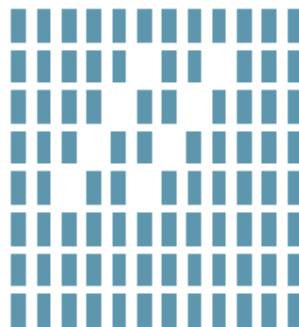


■ ■ **PDA-Portale und PDA-Nutzer**

■ ■ **August 2002**

■ ■ **Dauer der Studie: 2 Wochen**



NETSTUDIEN
Infos on demand

ANDREAS BORNEFELD | INFOBROKER

Thürmchenswall 43 | 50668 Köln | Telefon 0173 - 544 65 02

www.netstudien.de | webmaster@netstudien.de

Inhalt

1	Einleitung	3
2	Mobile Endgeräte im Vergleich.....	4
2.1	Geräte-Spektrum	4
2.2	Mobile Verbindungswege für den PDA.....	5
2.2.1	Standards	5
2.2.2	Verbindungswege von PDA ins Internet	6
2.2.3	WAP – auch für PDAs einsetzbar	6
2.3	Systeme/Modelle	7
2.4	PDA- Marktanteile	8
3	PDA-Nutzer.....	9
3.1	Typologie	9
3.2	Soziodemographie	10
3.3	Interessen	11
3.4	Nutzungsgewohnheiten	12
4	Mobile Portale.....	13
4.1	Merkmale	13
4.2	Haupt-Nutzenvorteile von mobilen Diensten	13
4.3	Multi-Access.....	14
4.4	Segmente Privatkunden	15
4.5	Nutzerwünsche	15
4.6	Mobile Content.....	16
5	PDA-Portale.....	18
5.1	PDA-Portal als Instrument der Kundenbindung/-gewinnung.....	18
5.2	Attraktive Zielgruppe.....	19
5.3	Vorteile von PDAs.....	20
6	PDA-Aktivitäten der Mobilfunkkonzerne.....	20
6.1	Quam	20
6.1.1	Strategie	20
6.1.2	WAP-Portal.....	20
6.2	E-Plus/ i-mode	21
6.2.1	Strategie	21
6.2.2	i-mode-Nutzer	21
6.2.3	i-mode-Portal.....	22
6.3	O2	23
6.3.1	Strategie	23
6.3.2	PDA-Portal	24
6.3.3	Unternehmenskommunikation/Marketing	25
6.4	Vodafone/ Vizzavi	25
6.4.1	Strategie	25
6.4.2	PDA-Portal	26
6.4.3	Unternehmenskommunikation/Marketing	28

6.5	Zusammenfassung	29
7	Content-Analyse T-Mobile online – t-zones	31
7.1	T-Mobile online	31
7.2	Mobile Informationen	32
7.3	Entertainment/Freizeit.....	33
7.4	News	34
7.5	Mobile Finanzinformationsdienste	35
7.6	Mobiler Spaß.....	37
7.7	Shopping.....	38
8	Content-Analyse T-Mobile.de	40
8.1	T-Mobile	40
8.2	Dienste	40
8.3	Shop.....	42
8.4	Kundenservice	42
8.5	Tarife	43
8.6	Sport & Fun.....	45
9	Summary und Empfehlung	46
10	Quellen.....	48