



**Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Lehrstuhl für Electronic Business,
Multimedia Campus Kiel, Westring 431-451, D-24118 Kiel**

Pressemitteilung

„Mit UMTS kann man Kunden gewinnen!“

***Ergebnisse einer Befragung zum ersten UMTS-Eventportal
für den privaten Nutzer in Deutschland liegen vor***

Pünktlich zu Beginn des weltgrößten Segelsportereignisses erlebte Kiel und die Kieler Woche den Start des ersten UMTS-Eventportals für private Nutzer in Deutschland. Dabei konnten sich die Besucher per UMTS-Handy über die wichtigsten Highlights auf der Kieler Woche informieren: Veranstaltungshinweise, Bühnenprogramme, Zieleinläufe der Segelregatten und Erläuterungen zu touristischen Sehenswürdigkeiten konnten per Knopfdruck als Text-, Bild- oder auch Video-Information abgerufen werden. Für Touristen und Einheimische bestand somit die Möglichkeit, sich während der gesamten Kieler Woche den multimedialen Stadt- und Eventführer einen ganzen Tag lang kostenlos auszuleihen. Während T-Mobile hierfür den UMTS-Zugang zur Verfügung stellte, wurden von Motorola 250 UMTS-Geräte des Typs A920 bereitgestellt. Im Gegenzug nahmen die Handy-Nutzer an einer Befragung zu ihren Erfahrungen

mit dem Gerät und dem UMTS-Dienst teil. Die ersten Resultate von 119 Teilnehmern liegen nun vor.

Als eines der wichtigsten Ergebnisse kann festgehalten werden, dass die Einführung von mobilen UMTS-Services mit erkennbarem Mehrwert zu einer Veränderung der Kundenstruktur führen kann. „Immerhin 31% der Befragten gaben an, dass Sie auch in Zukunft die neue Übertragungstechnik nutzen werden und sie bei einem besseren UMTS-Angebot den Provider wechseln würden.“, so der Initiator und Leiter des Projektes Prof. Dr. Tobias Kollmann (34), Inhaber des Lehrstuhls für E-Business am Multimedia Campus an der Universität Kiel. Hinsichtlich der UMTS-Anwendungen sind für die Nutzer die Bereiche „Nachrichten“, „Navigation“ und „Bankgeschäfte“ besonders wichtig. Eine bedeutende Rolle spielen aber auch „Eventinformationen“ und der Bereich „Tourismus“. Weniger wichtig sind die möglichen Angebote „Shopping“, „Tickets“ und „Sportangebote“. Hinsichtlich der Nutzungsbedingungen sind für die Handy-Besitzer die Aspekte „Kostenübersicht“, „Einfachheit“ und „Bedienbarkeit“ besonders wichtig, wenn es um die Entscheidung zur UMTS-Nutzung geht.

Ein weiteres Ergebnis war der Mangel an Informationen über die neuen Möglichkeiten von UMTS auf der Nutzerseite. „Es gibt ein Informationsbedürfnis auf der Seite der Nutzer und damit einen Informationsauftrag für die Netzbetreiber und die Anbieter von UMTS-Diensten bzw. -Anwendungen“, resümiert Prof. Dr. Tobias Kollmann. 38% der Befragten fühlten sich „kaum“ über die neue UMTS-Welt informiert, weitere 33% nur „einigermaßen“. Entsprechend verwundert es kaum, wenn die Informationspolitik der Netzbetreiber von nahezu jedem zweiten Teilnehmer der Studie als unzureichend beschrieben wird.

Ermutigender erscheint das Ergebnis, dass von den Befragten über die Hälfte (58%) grundsätzlich bereit war für das angebotene UMTS-Eventportal zur Kieler Woche zu bezahlen. In Anbetracht der hohen Kosten für die UMTS-Infrastruktur für Prof. Tobias Kollmann ein nicht unwichtiges Resultat: „Dies beweist, dass die Zahlungsbereitschaft auf der Seite der Nutzer für intelligente UMTS-Angebote mit einem erkennbaren Mehrwert durchaus vorhanden ist.“ Allerdings spielt sich diese Zahlungsbereit-

schaft im Bereich des Micro-Payment ab (0,5 – 5,-€), wobei die Kosten als fixe Gebühr erhoben werden sollten. Ein Kilobyte-Ticker für den jeweiligen download ist nicht erwünscht. Dies unterstreicht die Forderung nach der schnellstmöglichen Einführung einer Flat-Rate.

Abschließend kann festgestellt werden, dass das UMTS-Eventportal zur Kieler Woche auf eine breite Akzeptanz gestoßen ist. Immerhin jeder zweite Befragte fand das Angebot „einigermaßen gut“. 32% der Nutzer fanden das Angebot sogar „ziemlich gut“. Von den Nutzern würden 73% das UMTS-Portal weiterempfehlen und 89% empfinden ein Touristik-Portal für Schleswig-Holstein als eine allgemeine Bereicherung. „Über die ausgesprochen positive Resonanz des ersten UMTS-Eventportals im Handy-Bereich für private Nutzer in Deutschland freuen wir uns sehr“, so Prof. Tobias Kollmann abschließend.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse:

1. *Intelligente UMTS-Angebote können zur Kundengewinnung führen.*
2. *Hinsichtlich der Anwendungen sind für die Nutzer die Bereiche Nachrichten, Navigation und Bankgeschäfte besonders wichtig.*
3. *Hinsichtlich der Nutzungsbedingungen sind für die Nutzer die Aspekte Kostenübersicht, Einfachheit und Bedienbarkeit besonders wichtig.*
4. *Nutzer wünschen sich hinsichtlich der Kostenstruktur eine Flat-Rate für UMTS-Dienste.*
5. *Der Nutzer fühlt sich bislang schlecht über die neuen Möglichkeiten von UMTS-Anwendungen informiert.*

Allgemeine Informationen zum Lehrstuhl und Lehrstuhlinhaber:

Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann ist Inhaber des Lehrstuhls für Electronic Business an der *Universität Kiel – Multimedia Campus Kiel* und kann auf weitreichende wissenschaftliche und praxisrelevante Erfahrungen auf diesem Gebiet zurückgreifen. Er ist erfolgreicher Autor zahlreiche Fach- und Praxisbeiträge in nationalen und internationalen Zeitschriften bzw. Sammelbänden und war u.a. einer der

Gründungsgesellschafter des derzeit größten virtuellen Marktplatzes für den Gebrauchtwagenhandel – *autoscout24*. Sein **Lehrstuhl für Electronic Business** ist einer der führenden Anlaufpunkte für alle Fragen rund um elektronische Geschäftsprozesse im nationalen und internationalen Umfeld. Im Rahmen der praxisorientierten Ausrichtung wird ein Schwerpunkt auf die Gründung und Finanzierung neuer Start-ups in der Net Economy gelegt (E-Venture).

Weitere Informationen im Internet:

www.ebusiness-lehrstuhl.de

www.multimedia-campus-kiel.de

Kontakt:

Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Lehrstuhl für Electronic Business,

Universität Kiel – Multimedia Campus Kiel, Westring 431-451,

D-24118 Kiel, Tel: 0431/7097-620, Fax: 0431/7097-630,

E-Mail: t.kollmann@mmc-kiel.com

Zu Veröffentlichung freigegeben: Kiel, 28. Juli 2004

Bei Veröffentlichung dieser Presse-Info senden Sie uns bitte bei Print-Medien ein Belegexemplar bei Online-Medien eine E-mail mit dem entsprechenden Link zu. Besten Dank.