

Couchpotato 2.0? Das iPad im Nutzertest

Erste deutschsprachige Studie zum iPad überprüft das Produkterleben in qualitativen Interviews auf Herz und Nieren.

Das iPad ist da - über 450.000 Verkäufe innerhalb der ersten Woche in den USA, begleitet von journalistischen Rezensionen und Blogbeiträgen aus aller Welt. Doch was sagen die "normalen" Nutzer zum iPad? Welche Nutzungsszenarien können überzeugen? Und wie werden die neuen Anwendungen angenommen?

Diesen Fragestellungen ging das Kölner Forschungs- und Beratungsunternehmen phaydon | research+consulting in einer qualitativen Studie zum iPad nach: In persönlichen Interviews wurden 18 Teilnehmer im Alter von 20 bis 65 Jahren bei der Nutzung des iPads beobachtet und befragt. Hierbei wurden verschiedene Nutzungsszenarien wie Website-Surfing, E-Mail, Pages, iBooks, Spiele und YouTube berücksichtigt. iPhone Nutzer wurden bewusst ausgeschlossen, um die breite Alltagstauglichkeit des iPads zu untersuchen.

iPad bringt die digitale Welt ins Wohnzimmer

Zentrales Ergebnis der Studie: Das iPad wird von den Nutzern als Gerät für Freizeit-Anlässe wahrgenommen, das die digitale Welt in einer bequemen Lean-Back-Atmosphäre auf die Couch bringt. Die von Experten vorgebrachte Kritik, dem iPad mangle es an Ausstattung für berufliche Zwecke, wird von den Alltagsnutzern daher kaum geteilt. Auch die mobile Nutzung für unterwegs scheint spontan nicht im Vordergrund zu stehen. Im Gegenteil: Das iPad wird klar als "Unterhaltungskomputer" im häuslichen Kontext gesehen, bei dem das entspannte Surfen mit Entertainment-Komponente das zentrale Nutzungsszenario darstellt. Die Nutzer sind von Anwendungen begeistert, die innerhalb der Lean-Back Situation einen sinnvollen Mehrwert stiften - hierzu gehören neben dem Surfen im Internet vor allem Social Networking und Gaming. Potenzial haben in den Augen der Nutzer auch eCommerce Apps, die sich durch Einfachheit, visuelle Attraktivität und Partizipation auszeichnen und damit zum Stöbern und Mitmachen einladen. Gerade für Nutzer, die nicht über ein Apple-Produkt verfügen, tun sich mit den Foto- und Videofunktionen neue Welten bzw. Nutzungsszenarien auf: Wegen seiner handlichen Größe wird das iPad als "digitaler Bilderrahmen" genutzt, den man bequem zu Hause oder bei Familie und Freunden verwenden kann, um Urlaubsbilder oder -videos zu teilen.

Haben Sie Fragen zur Studie oder wünschen Sie ein Beratungsgespräch? Wir beraten Sie gerne!

Ihre Ansprechpartnerin ist:

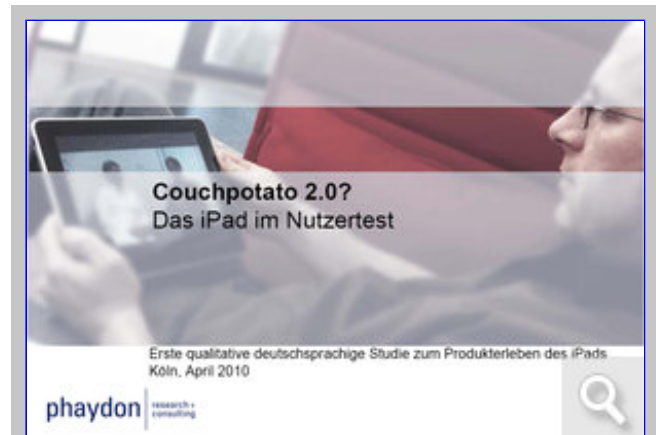
phaydon | research+consulting GmbH & Co. KG

Nicole Oberg

Tel: 0221-964376-0

nicole.oberg(at)phaydon.de

www.phaydon.de



Studiensteckbrief

- Titel der Studie: "Couchpotato 2.0? Das iPad im Nutzertest. Erste deutschsprachige Studie zum iPad überprüft das Produkterleben in qualitativen Interviews auf Herz und Nieren."
- Umfang: 35 Seiten
- Erscheinungsdatum: April 2010

Die vollständige Studie kann kostenfrei angefordert werden unter [info\(at\)phaydon.de](mailto:info(at)phaydon.de)

