

# Sein und Schein



Beim Kauf eines neuen Handys hat der Käufer die Qual der Wahl – und lässt sich oftmals vom schönen Schein blenden. Doch nicht jedes Handy eignet sich für jeden Nutzer. Damit der Lustkauf nicht zum Frustkauf wird, sollte die persönliche Nutzung immer berücksichtigt werden.

**V**iele haben diese Situation schon erlebt: Der Freund oder Kollege präsentiert stolz sein neues Mobiltelefon, das mit allerlei Schnickschnack ausgestattet ist. Die Begierde ist geweckt, das Handy wird bald selbst gekauft – und landet ebenso schnell in der Schublade: Zu viele Funktionen, die nicht benötigt werden, eine ungewohnte Menüführung, möglicherweise fehlen sogar

lieb gewonnene Ausstattungsmerkmale. Aus Lust wird Frust.

Ob i-Phone, Blackberry oder Luxushandy, sie alle haben zahllose Funktionen integriert und lassen sich mit nahezu jeder erdenklichen Applikation für alle Lebenslagen ausrüsten, teils nützlich, teils Spielerei. „Smartphones und Luxushandys sind derzeit voll im Trend“, weiß Berthold Christmann, Geschäftsführer des Bochumer Mobilfunkoptimierers Rabeconcept. „Doch die schicken Geräte sind noch

lange nicht für jeden Nutzer geeignet. Wer hauptsächlich telefoniert und Kurznachrichten verschickt, für den ist ein Smartphone überdimensioniert.“ Nicht jeder braucht die oft zahlreich integrierten Applikationen, mit denen Smartphones aufwarten: So ist das Blackberry für die mobile E-Mail- und Internetnutzung ausgelegt, es hat WLAN und GPS für die Navigation integriert und es lassen sich Videos und Filme abspielen. Wer all das nicht nutzt, der braucht auch kein Blackberry.

Christmann erlebt regelmäßig, dass seine Kunden auch nach intensiver Einweisung in ihr neues Mobiltelefon schon nach kurzer Zeit wieder auf ihr altes Gerät zurückgreifen. „Wir raten unseren Kunden immer dazu, nicht jedem Modetrend zu folgen, sondern genau zu schauen, welche Funktionen ihr Gerät für sie haben muss.“ Das ist ja langweilig, mag da so mancher ausrufen. Der Kauf eines neuen Handys soll doch auch Spaß machen ... „Stimmt“, sagt Christmann. „Wir raten auch niemandem vom Kauf seines Wunschhandys ab. Unsere Kunden sollen ihre Kaufentscheidung auch nach emotionalen Gesichtspunkten treffen – aber stets mit Sinn und Verstand.“ Eine lange Liste von Ausstattungen macht die Bedienung des Mobiltelefons schließlich nicht einfacher ...

## KEINE SPIELCHEN

Dabei ist genau dies für das Gros der Handynutzer, nämlich rund 63 Prozent, besonders wichtig, fand das Institut für Demoskopie Allensbach im Herbst letzten Jahres heraus. Auf das neueste Modell legen dagegen nur etwa 27 Prozent der Befragten Wert. Häufig genutzt werden Organizer-Funktionen wie Kalender und Adressbuch, MMS und Bluetooth-Schnittstelle. Spielereien wie Fernsehempfang, der automatische Emp-

fang von Nachrichten über RSS-Feeds und die Navigation über GPS dagegen nutzen kaum zwei Prozent.

Also: Die tatsächliche Nutzung ist entscheidend. Dient das Handy hauptsächlich zum Telefonieren und SMS-Schreiben, genügt oft ein Einsteigergerät. Sollen große Datenmengen wie Fotos, Dokumente oder E-Mails übertragen oder gespeichert werden, sollte der Käufer darauf achten, dass eine ausreichend große Speicherkarte mitgeliefert wird. Wird das Gerät hauptsächlich zum Arbeiten genutzt, ist ein Smartphone oft die beste Wahl – eine komfortable E-Mail und Internetnutzung werden Geschäftsleute, die häufig unterwegs sind, nicht missen wollen. Auch Adressbuch und Kalender sind meist notwendige Funktionen. Anders sieht es jedoch mit Spielen, Videos und Musik aus, mit umfangreichen Kamerafunktionen und Software.

Und nicht zuletzt spielen auch Größe und Gewicht des Handys eine Rolle, ebenso wie die Größe von Tastatur und Display. Der Trend geht zu immer kleineren Tasten und immer größeren Displays – Letztere braucht nicht jeder und sie machen das Gerät unnötig groß, zu kleine Tasten erschweren die Bedienung. Oft ist es besser, sich ein Gerät anzuschaffen, das nur wenige, aber dafür sinnvolle Funktionen hat, als eines mit vielen unnützen Anwendungen. ■

## INFO Alles eine Typfrage

Und wer kauft was? Welche Nutzertypen gibt es denn?  
Eine (nicht ganz ernst gemeinte) Typologie der Handy-Nutzer:

**DER I-PHONE-TYP** will der Gruppe der stylischen Apple-User angehören. Er ist technisch versiert, empfindet die Touchscreen-Technologie als das Nonplusultra und hat nichts dagegen, durch die außergewöhnliche Bedienung aufzufallen. Er will immer und überall über die neuesten Trends informiert werden und über alle Veränderungen seines Umfelds auf dem Laufenden sein.

**DER BLACKBERRY-TYP** ist 24 Stunden, sieben Tage die Woche und rund um den Globus erreichbar. Er lebt für den Job. Kommunikation ist sein Lebenselixier. Der Entertainment-Bereich spielt eine deutlich untergeordnete Rolle. Das würde ja nur von der Arbeit ablenken ...

**DER LUXUS-HANDY-TYP** will vor allem Individualität und jedem zeigen, was er kann: einen möglichst hohen vierstelligen Betrag für ein Telefon auf die Ladentheke legen. Und dann: repräsentieren. Alles andere ist nebensächlich, aber Kurznachrichten schreiben und telefonieren manchmal ganz hilfreich.