

Frankfurt, 06. September 2012
Pressemitteilung

Mehr als jeder Vierte ist mobil im Internet

Die mobile Nutzerschaft wächst um 13 Prozent / Knapp sechs Millionen Deutsche setzen das mobile Internet ebenso oft oder sogar häufiger als das stationäre ein

Der Mobile-Boom ist ungebrochen: Alleine im letzten halben Jahr ist die Anzahl der Unique Mobile User in Deutschland von 16,95 auf 19,18 Millionen angewachsen. Damit sind mehr als 27 Prozent der Deutschen über 14 Jahren im mobilen Internet unterwegs – Tendenz steigend. Von diesen nutzt bereits beinahe jeder Dritte das mobile Netz ebenso oft oder sogar häufiger als das klassisch-stationäre Internet. Deutlich zugenommen, nämlich um 42 Prozent, hat auch die Zahl der Angebote, die ihre Nutzung von der AGOF erfassen lässt: Die heute veröffentlichte mobile facts 2012-I weist somit Reichweiten- und Strukturdaten für 68 mobile-enabled Websites und 102 Applikationen von 14 Vermarktern aus.

Männlich, jung, gebildet und einkommensstark – mit diesen Attributen lässt sich die mobile Nutzerschaft in Deutschland treffend umschreiben. Doch auch Frauen entdecken das Medium Mobile vermehrt für sich: Seit der Studienausgabe vom März 2012 ist der weibliche Anteil bereits um 1,3 Prozent auf 7,88 Millionen gestiegen. Über 64 Prozent der Mobiler sind zwischen 14 und 39 Jahre alt, fast 49 Prozent zählen zur Altersgruppe 20-39 Jahre. Kombiniert mit einem überdurchschnittlich hohen Bildungslevel (rund 70 Prozent besitzen die mittlere Reife oder einen höheren Abschluss) und bei 7,77 Millionen Usern mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro im Monat erreichen Werbetreibende aller Branchen über den Werbekanal Mobile besonders attraktive Zielgruppen.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 3.550 Tausend Unique Mobile Usern pro Monat (18,5%) liegt Bild.de Mobil bei den mobile-enabled Websites an erster Stelle, gefolgt von Gute Frage Mobil (3.040 Tsd. bzw. 15,8%) und SPIEGEL Mobil (2.597 Tsd. bzw. 13,5%). VODAFONE LIVE! Mobil (1.825 Tsd. bzw. 9,5%) und Focus Mobil (1.691 Tsd. bzw. 8,8%) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt G+J EMS mit 9.797 Tausend Unique Mobile Usern pro Monat (51,1%) vor InteractiveMedia mit 7.251 Tausend (37,8%) und TOMORROW FOCUS MEDIA mit 6.677 Tausend (34,8%). Es folgen Axel Springer Media Impact (5.590 Tsd. bzw. 29,1%) und YOC Mobile Advertising (5.196 Tsd. bzw. 27,1%).

Auf Platz eins bei den Apps führt die TV Spielfilm iPhone App mit 1.229 Tausend Unique Mobile Users pro Monat (6,4%), gefolgt von der WETTER.com Android App (1.021 Tsd. bzw. 5,3%). Auf den Plätzen drei bis fünf finden sich die TV Spielfilm Android App (897 Tsd. bzw. 4,7%), die radio.de iPhone App (739 Tsd. bzw. 3,9%) und die Barcoo iPhone App (683 Tsd. bzw. 3,6%).

Erstmals mit der mobile facts 2012-I steht auch ein Ranking für die Reichweite aller Bestandteile eines Angebots – mobile-enabled Website und App-Plattformvarianten – zur Verfügung.

Allgemeine Angaben zur mobilen Internetnutzung

Gemäß der mobile facts 2012-I waren im ersten Halbjahr 2012 pro Monat 19,18 Millionen Menschen mobil im Internet (27,3 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, die 70,21 Millionen beträgt). Dreiviertel dieser Nutzer (75,3 % bzw. 14,44 Mio.) werden dabei über AGOF Angebote erreicht.

Eine ausführliche Präsentation der mobile facts 2012-I sowie alle Rankings und der Studiensteckbrief stehen unter <http://www.agof.de/aktuelle-studie.1022.de.html> zum Download bereit.

Über die mobile facts

Die Markt-Media-Studie mobile facts wird von der [Sektion Mobile](#) in der AGOF verantwortet und herausgegeben. Die Studie erhebt Reichweiten- und Strukturdaten für Mobile-Werbeträger in Deutschland, um sie für eine qualitativ hochwertige Mobile-Mediaplanung verfügbar zu machen. Zielsetzung ist, die Studie und den darin ausgewiesenen Reichweiten-Leistungswert Unique Mobile User (UMU), in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, als Reichweiten-Währung in der Mobile-Mediaplanung zu etablieren.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparemeter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.



Bei Rückfragen:

Katharina Böhm

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 069/264 888-318

Fax: 069/264 888-320

Mobil: 0151/126 713 88

Mail: katharina.boehm@agof.de

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING