



Ergebnisse
mobile facts 2011

Die Veröffentlichung der mobile facts 2011 stellt aufgrund der damit vorgenommenen methodischen Anpassungen eine deutliche Zäsur zur vorhergehenden Welle, der mobile facts 2010 dar. Beide Wellen wurden auf Basis unterschiedlicher Methodenmodelle erhoben: Das ursprüngliche mobile 3-Säulen-Modell wurde nach eingehender Evaluierung in ein Hybrid-Modell überführt, das nun auf einer ergänzten technischen Messung (inklusive App-Erhebung), einer Panelerhebung und einer repräsentativen Telefonbefragung basiert. Dies führt dazu, dass bei der Veröffentlichung und bei der Verwendung von Daten der mobile facts 2011 grundsätzliche Richtlinien zu beachten sind, die sich vor allem auf eine **Nicht-Vergleichbarkeit des aktuellen mobile facts Datensatzes mit der vorangegangene mobile facts 2010 beziehen.**

Das betrifft insbesondere alle Vergleiche auf Angebotsbasis, also Vergleiche von Reichweiten- oder Strukturdaten auf Angebots- oder Vermarkterebene mit der direkten Vorwelle mobile facts 2010 (z.B. Darstellung von Reichweitzuwächsen oder -verlusten, sowohl in Unique Mobile User wie auch Kontakte und sowohl innerhalb einzelner Angebote/ Vermarkter als auch zwischen verschiedenen Angeboten/ Vermarktern)

Ein Vergleich mit den Daten der zurückliegenden mobile facts 2010 führt zu falschen Ergebnissen. Jede Form einer Gegenüberstellung ist unzulässig!

Bitte beachten Sie dazu auch die Kommunikationsrichtlinien zur Veröffentlichung der mobile facts 2011!



Rankings

Vermarkterranking



Vermarkter	Rang	Reichweite (in %)	Reichweite (in Tsd.)
G+J Electronic Media Sales	1	37,0	6.273
InteractiveMedia CCSP	2	29,4	4.980
YOC Mobile Advertising	3	27,1	4.594
Axel Springer Media Impact	4	23,8	4.033
TOMORROW FOCUS MEDIA	5	20,0	3.389
iq digital	6	8,0	1.361
Juno Internet	7	3,6	616
Sport1	8	3,2	534
ad pepper media	9	2,4	401
United Internet Media	10	1,2	204
mediasports Digital	11	0,6	102

Top15 mobile-enabled Websites

Monatsreichweite



mobile-enabled Website	Rang	Reichweite (in %)	Reichweite (in Tsd.)
Bild.de Mobil	1	16,5	2.789
SPIEGEL Mobil	2	10,1	1.712
VODAFONE	3	10,1	1.704
web.de Mobil	4	7,3	1.233
gmx.de Mobil	5	6,1	1.028
Focus Mobile	6	5,5	925
chefkoch.de Mobil	7	5,3	895
Welt Mobil	8	5,0	854
stern.de Mobil	9	4,0	686
Gofeminin.de Mobil	10	4,0	672
Süddeutsche.de Mobilportal	11	3,7	633
T-Online Mobil	12	3,6	605
Mobile.de Mobil	13	3,5	599
Wetter.com Mobil	14	3,2	548
Chip Mobile	15	2,9	492

Basis: 23.515 Fälle, deutschsprachige Unique Mobile User in Deutschland ab 14 Jahren
 Quelle: AGOF mobile facts 2011, Einzelmonat

Top15 mobile-enabled Websites

Wochenreichweite



mobile-enabled Website	Rang	Reichweite (in %)	Reichweite (in Tsd.)
Bild.de Mobil	1	6,9	1.177
VODAFONE	2	3,9	665
SPIEGEL Mobil	3	3,9	659
web.de Mobil	4	2,7	455
gmx.de Mobil	5	2,0	337
chefkoch.de Mobil	6	1,7	287
Focus Mobile	7	1,7	287
Welt Mobil	8	1,6	273
T-Online Mobil	9	1,5	256
stern.de Mobil	10	1,3	220
Süddeutsche.de Mobilportal	11	1,2	197
Gofeminin.de Mobil	12	1,1	193
Mobile.de Mobil	13	1,0	176
Wetter.com Mobil	14	0,9	149
Kicker Mobil	15	0,8	144

Basis: 23.515 Fälle, deutschsprachige Unique Mobile User in Deutschland ab 14 Jahren
 Quelle: AGOF mobile facts 2011, durchschnittliche Woche im Monat

Top15 Applikationen (App) Monatsreichweite



App	Rang	Reichweite (in %)	Reichweite (in Tsd.)
TV Spielfilm iPhone App	1	5,4	916
radio.de iPhone App	2	4,5	770
wetter.com Android App	3	3,3	552
Barcoo iPhone App	4	3,2	543
iLiga iPhone App	5	2,9	488
TV Spielfilm Android App	6	2,6	445
Sport1 iPhone App	7	2,4	404
wetter.com iPhone App	8	2,4	404
n-tv iPhone App	9	2,3	396
wetter.info.IPhone App	10	2,2	369
SPIEGEL ONLINE iPhone App	11	2,1	354
Kicker iPhone App	12	1,8	304
Das Örtliche iPhone App	13	1,8	300
Barcoo Android App	14	1,7	295
Mobile.de iPhone App	15	1,5	256

Basis: 23.515 Fälle, deutschsprachige Unique Mobile User in Deutschland ab 14 Jahren
Quelle: AGOF mobile facts 2011, Einzelmonat

Top15 Applikationen (App) Wochenreichweite



App	Rang	Reichweite (in %)	Reichweite (in Tsd.)
TV Spielfilm iPhone App	1	3,1	524
iLiga iPhone App	2	1,7	290
radio.de iPhone App	3	1,6	275
Sport1 iPhone App	4	1,6	265
n-tv iPhone App	5	1,6	263
wetter.com Android App	6	1,5	250
TV Spielfilm Android App	7	1,3	226
wetter.com iPhone App	8	1,3	217
SPIEGEL ONLINE iPhone App	9	1,2	203
wetter.info.IPhone App	10	1,1	193
Kicker iPhone App	11	1,1	181
Barcoo iPhone App	12	1,0	173
web.de Mail iPhone App	13	1,0	163
gmx.de Mail iPhone App	14	0,8	134
Mobile.de iPhone App	15	0,8	130

Basis: 23.515 Fälle, deutschsprachige Unique Mobile User in Deutschland ab 14 Jahren
Quelle: AGOF mobile facts 2011, durchschnittliche Woche im Monat

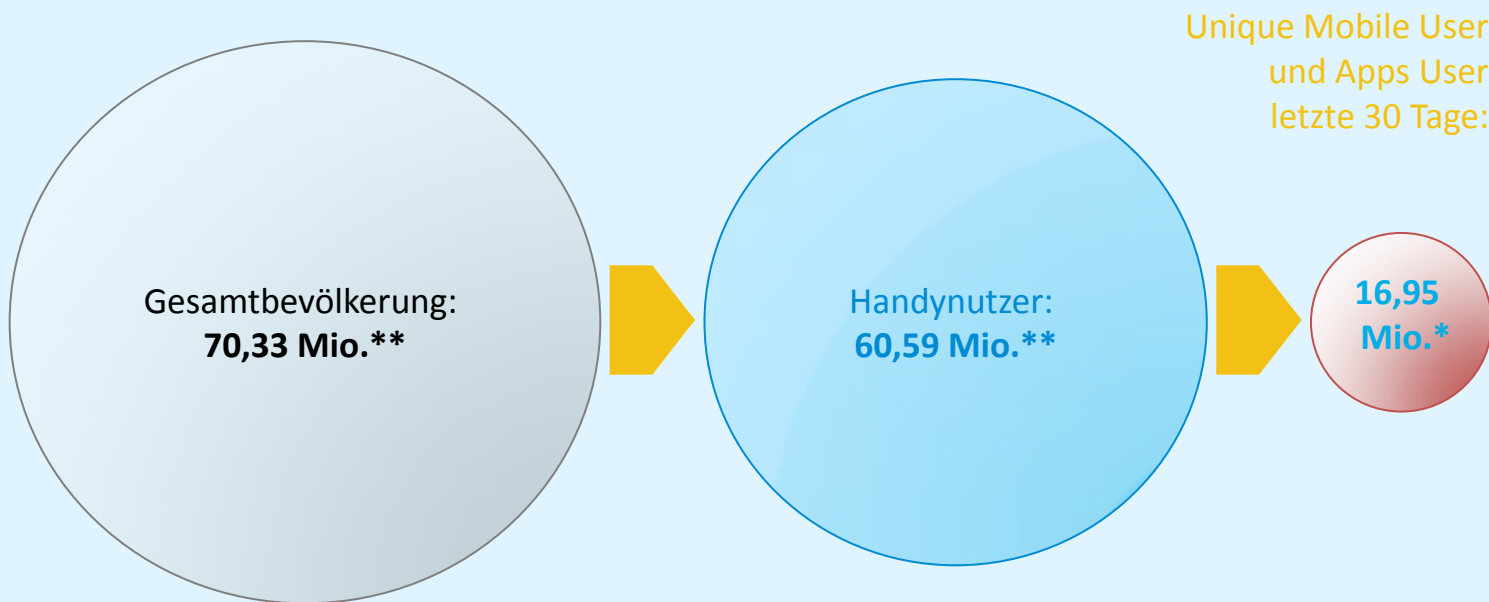


Das AGOF Mobile Universum

Das AGOF Mobile Universum

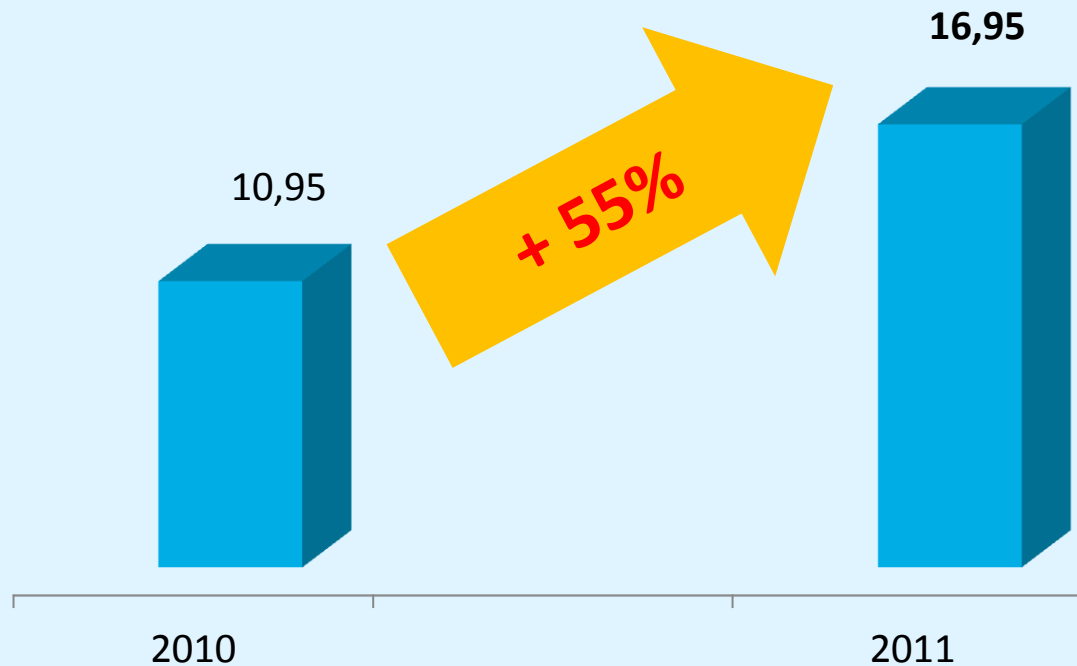


- **16,95 Millionen (2010: 10,95) Erwachsene ab 14 Jahren** zählen zu den Unique Mobile Usern (UMU), damit haben **24,1 (2010: 15,5) Prozent** der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren innerhalb der letzten 30 Tage auf eine mobile-enabled Website oder eine mobile App zugegriffen.



- Dynamisches Wachstum der Nutzungszahlen im mobilen Web

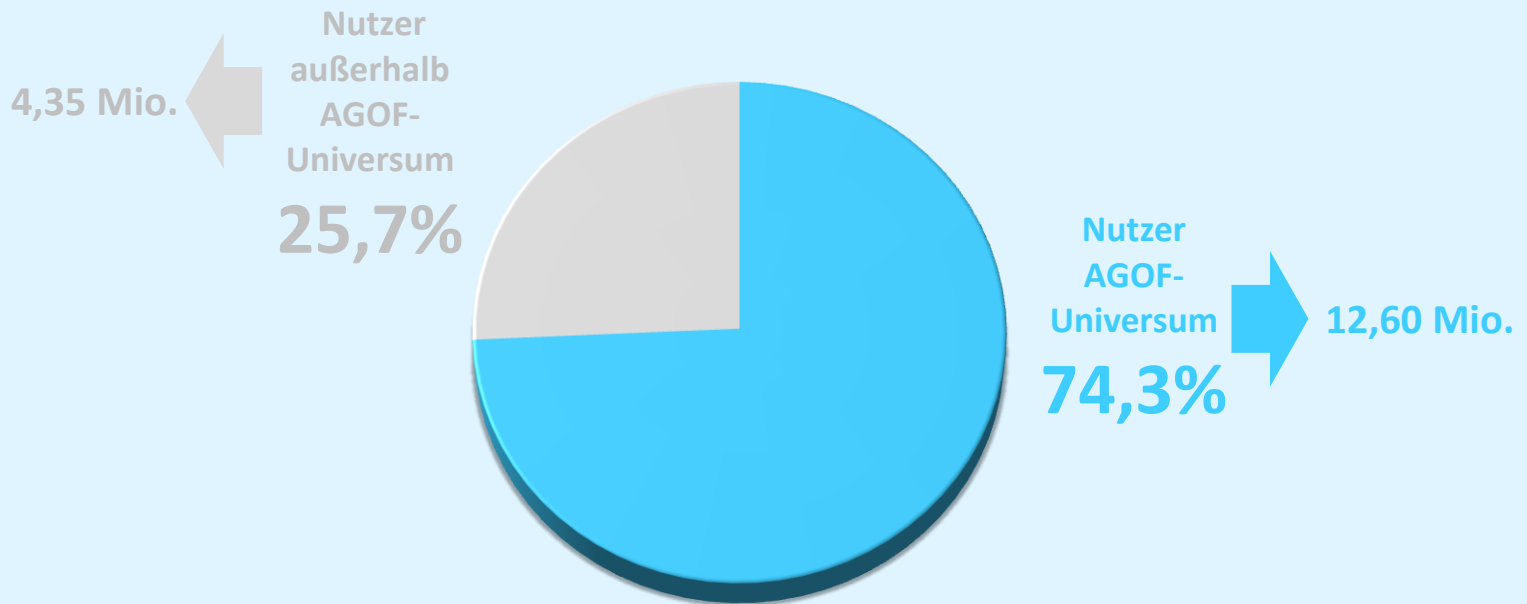
Unique Mobile User (in Mio.)



Nutzer des AGOF Mobile-Universums



- Etwa drei Viertel der Nutzer des mobilen Internets gehören zum AGOF Universum: 12,60 Mio.



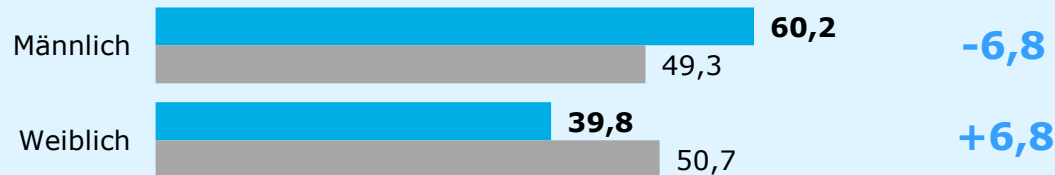
Soziodemografie

Soziodemografie (%)

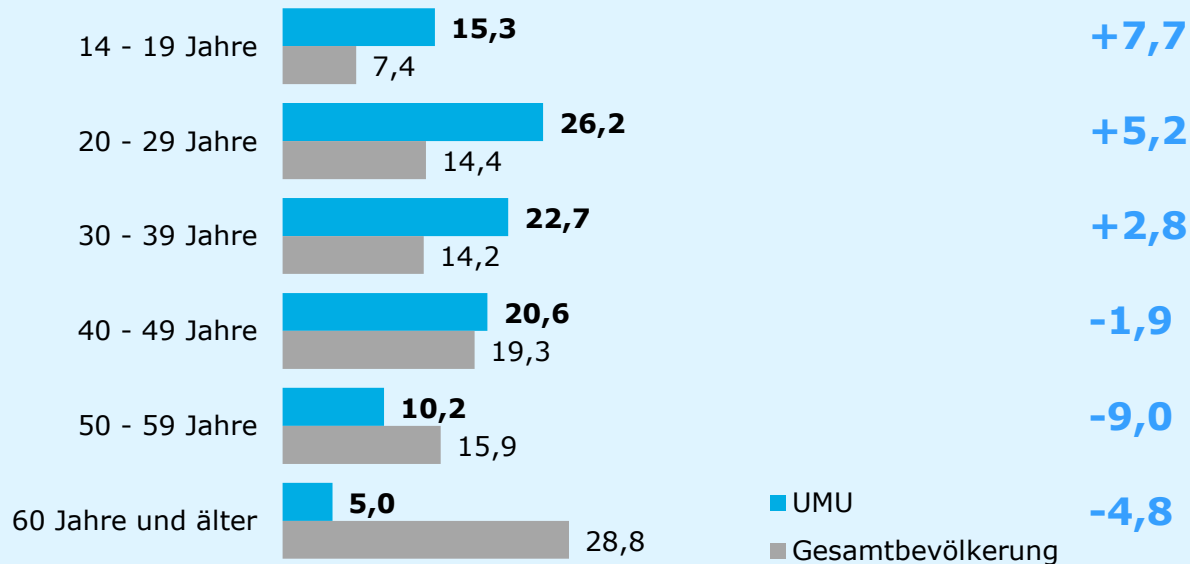


- Männer liegen in der mobilen Internetnutzung weiter klar vor den Frauen.
- In der Altersstruktur liegt der Schwerpunkt bei den 20 bis 49-Jährigen.

Geschlecht



Altersklassen



Veränderung UMU 2010 zu 2011
(in Prozentpunkten)

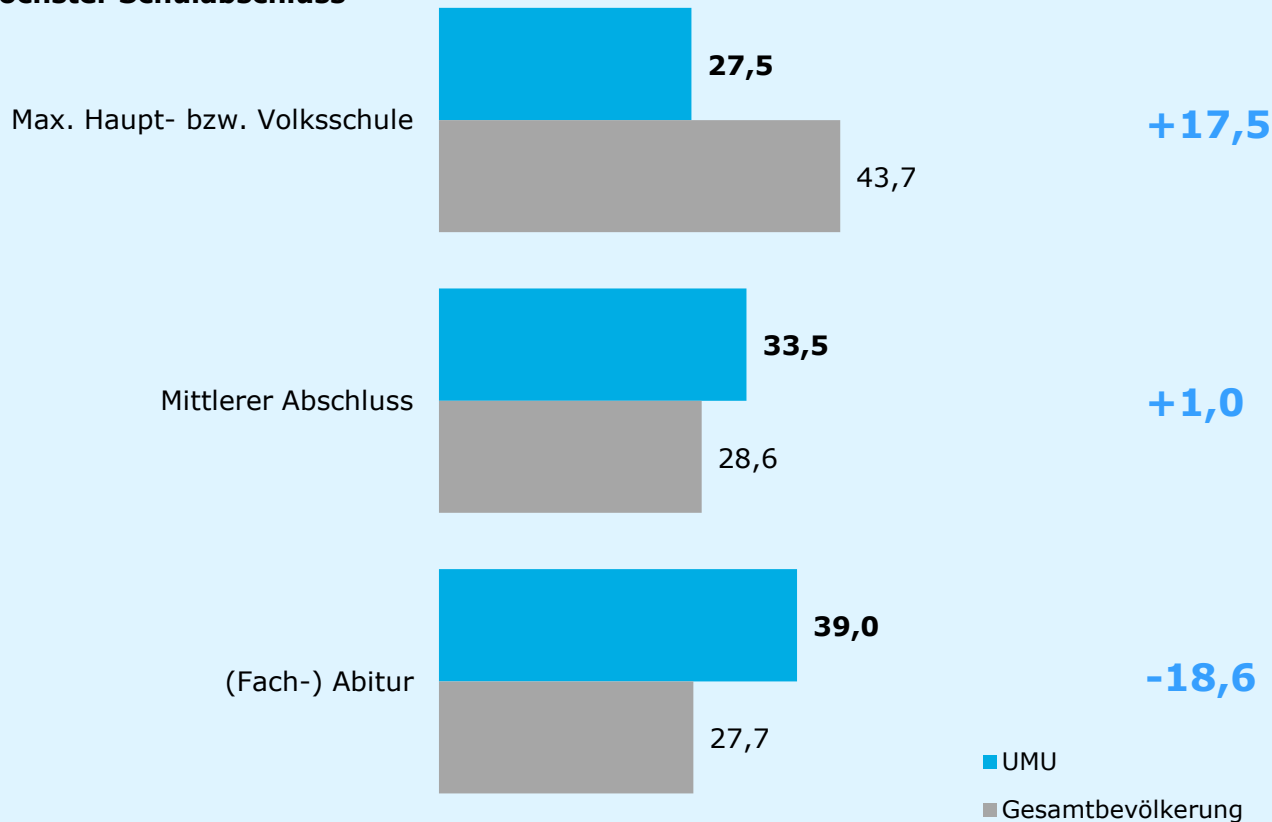
Achtung: Die Verluste / Gewinne in der prozentualen Verteilung zeigen nur die Verschiebung in der Zielgruppenzusammensetzung der Unique Mobile User. Sie spiegeln nicht die absoluten Zuwächse wider.

Soziodemografie (%)



- Mobile-User besitzen einen überdurchschnittlich hoher Bildungslevel. Es dominieren Personen mit Hochschulreife.

Höchster Schulabschluss

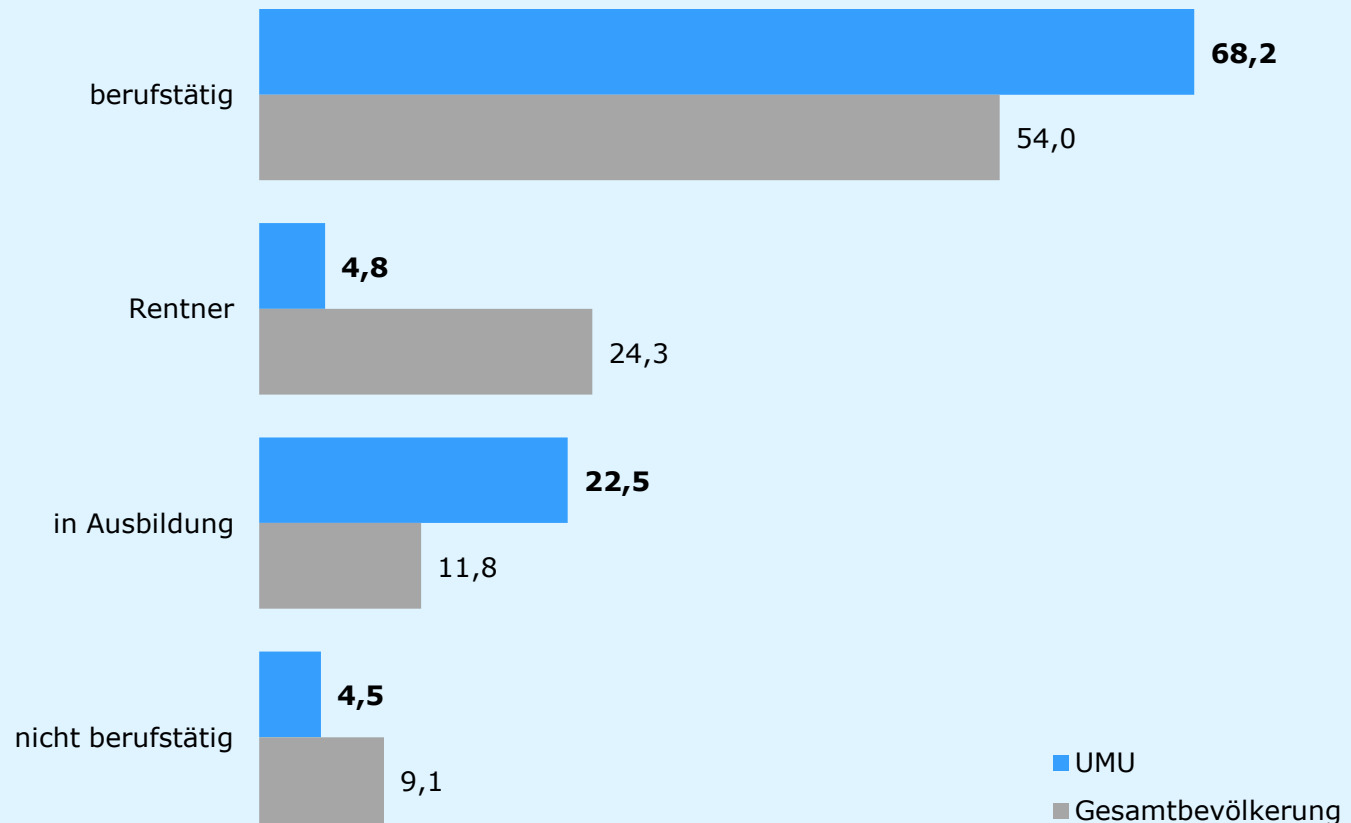


Veränderung UMU 2010 zu 2011
(in Prozentpunkten)

Achtung: Die Verluste / Gewinne in der prozentualen Verteilung zeigen nur die Verschiebung in der Zielgruppenzusammensetzung der Unique Mobile User. Sie spiegeln nicht die absoluten Zuwächse wider.

Beschäftigungsverhältnis (in %)

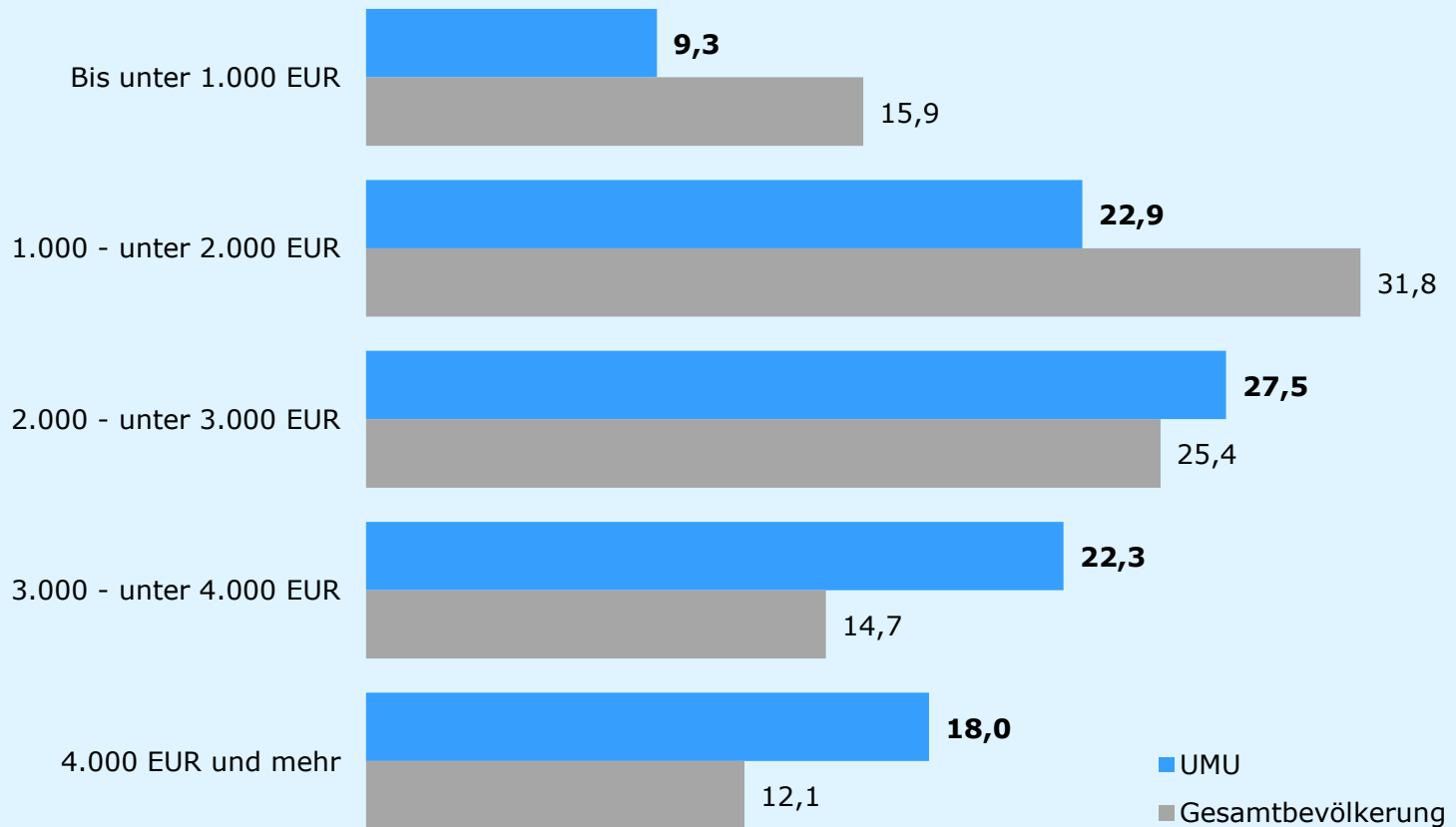
- Drei von vier Unique Mobile User sind in Voll- oder Teilzeit berufstätig



Haushalt Nettoeinkommen (in %)



- Zwei von fünf Unique Mobile User leben in einem Haushalt mit mehr als 3.000 € Nettoeinkommen



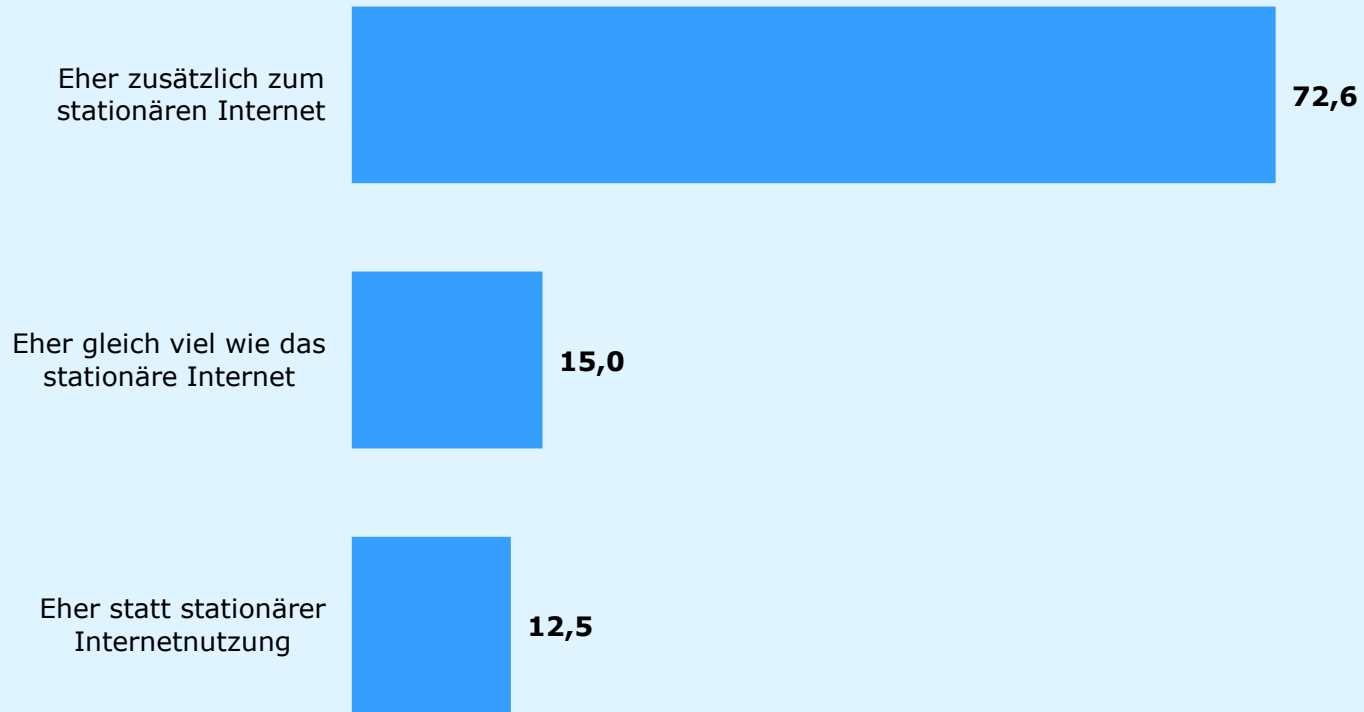


Nutzung des mobilen Internets

Nutzung des Mobilens Internets (in %)

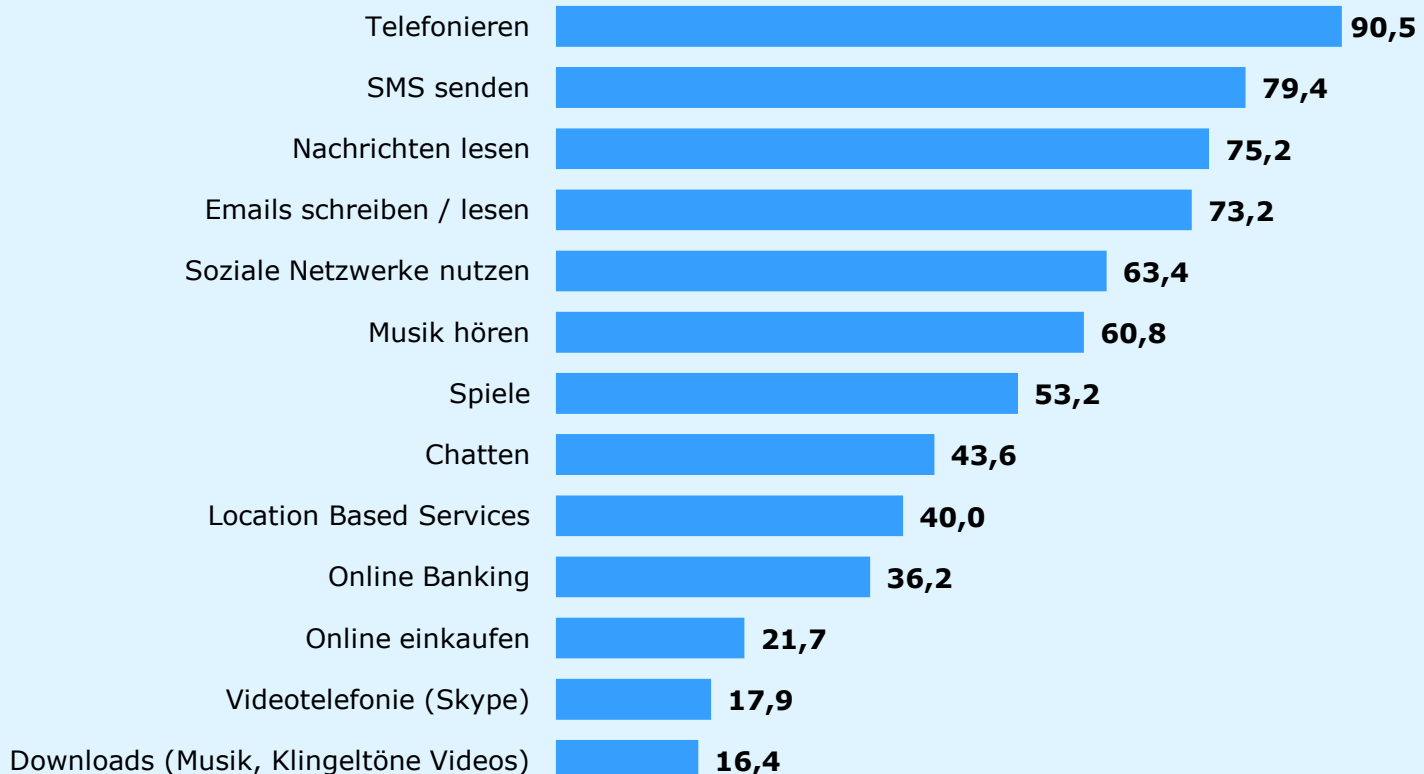
- Es findet überwiegend keine Substituierung des stationären Internets durch das mobile Internet statt

Nutzen Sie das mobile Internet...



- Jeder fünfte mobile Internetnutzer kauft einmal die Woche mobil ein

Nutze das mobile internetfähige Gerät mindestens 1x Woche für

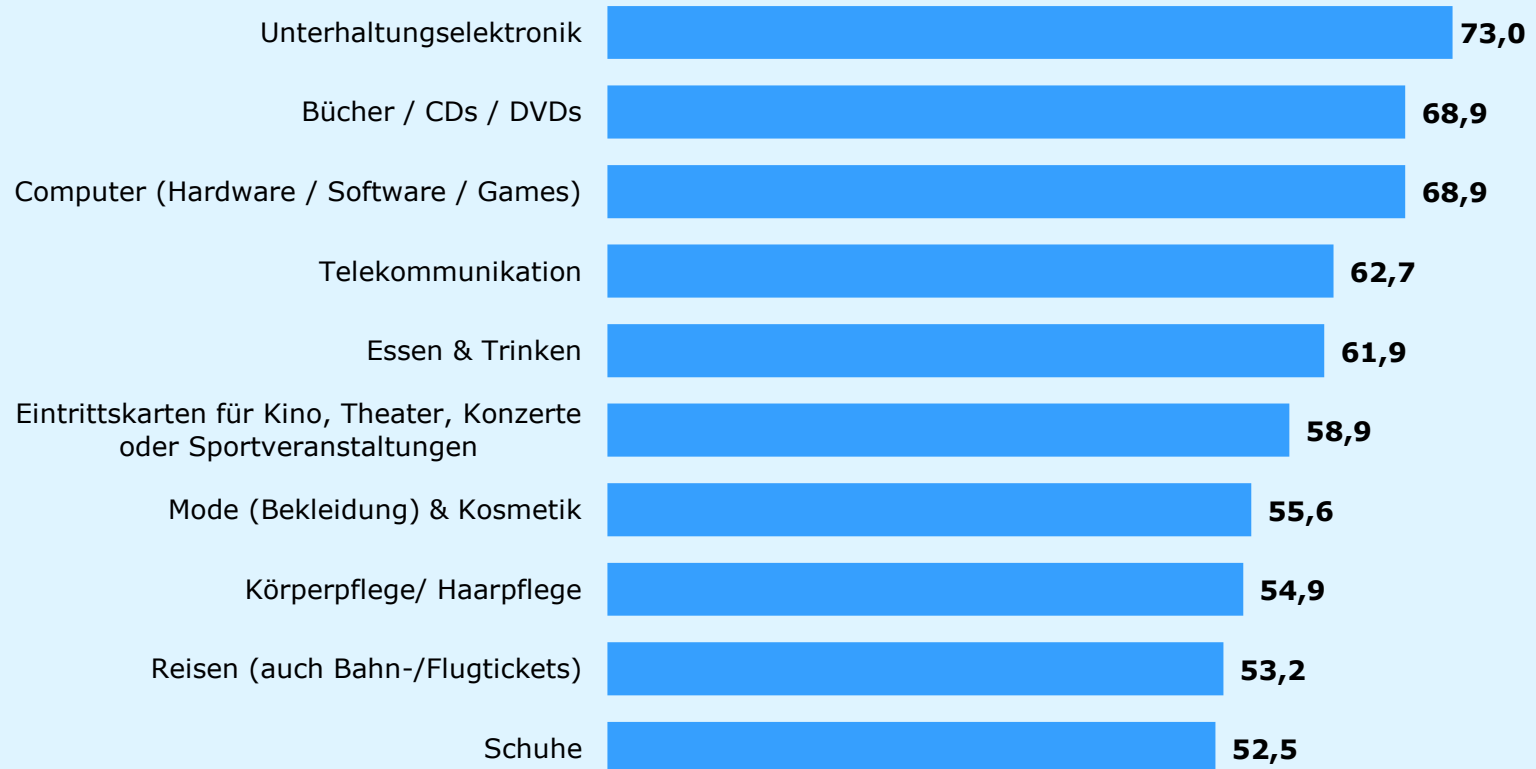


Top10 Interesse Produkte / Dienstleistungen (in %)



- TOP 10 der Produkt-/Dienstleistungsinteressen

Bin (sehr) interessiert an

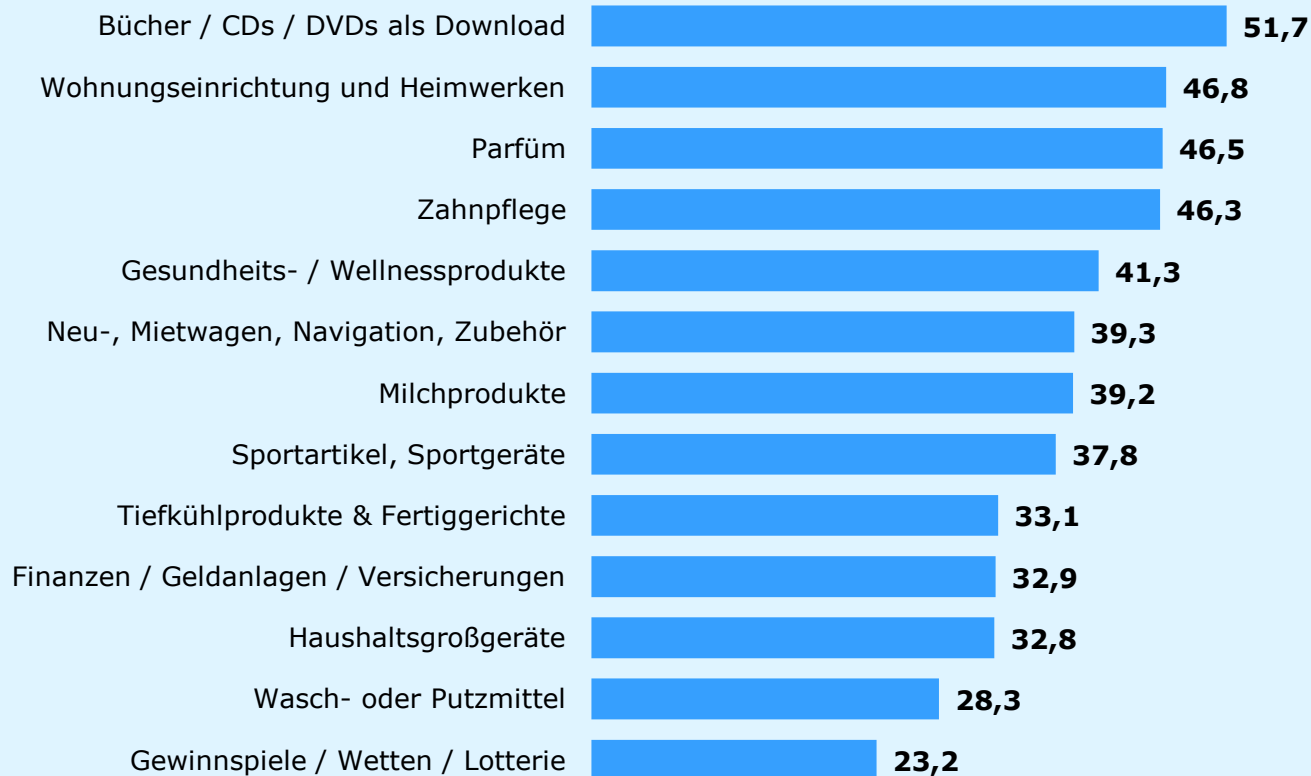


Interesse Produkte / Dienstleistungen (in %) Platz 11-23



- Produkt- und Dienstleistungsinteresse – Platz 11-23

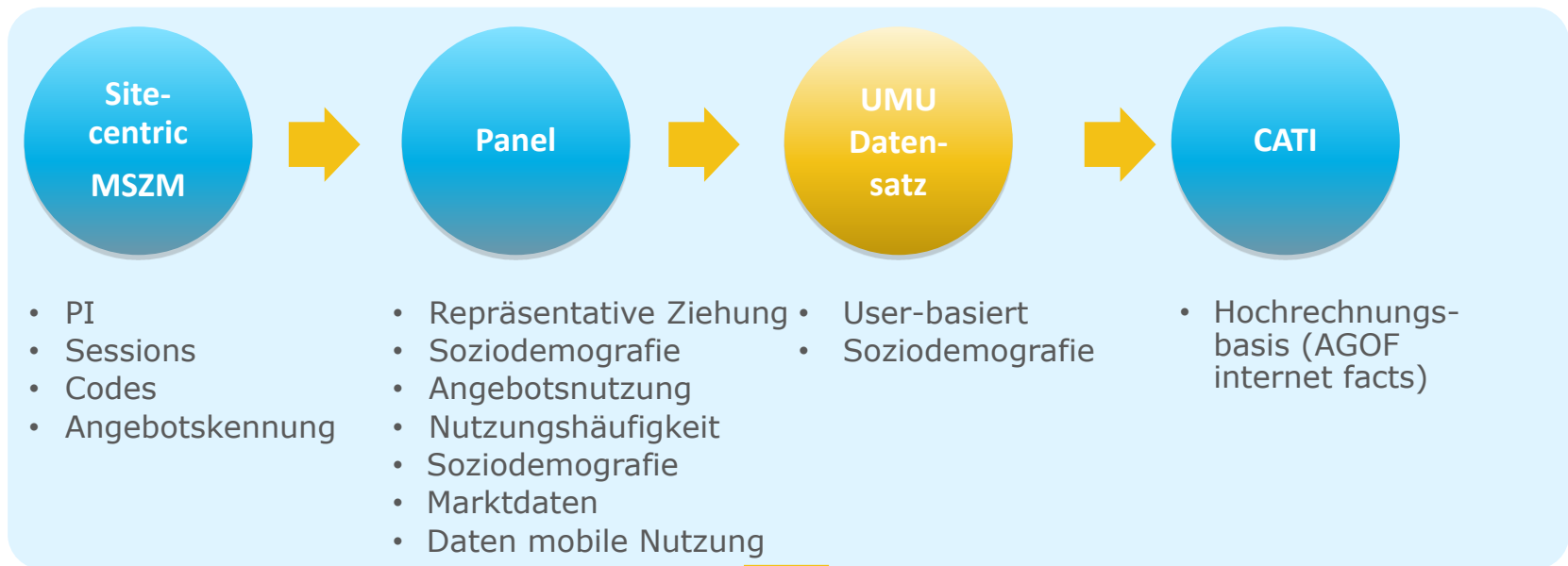
Bin (sehr) interessiert an



Studienmodell

Das Hybrid-Modell der mobile facts Für mobile-enabled Websites und Apps

Die methodische Grundlage der mobile facts vereint für eine medienadäquate Messung drei Erhebungsansätze: Eine technische Messung, eine bevölkerungsrepräsentative Panelstichprobe und eine bevölkerungsrepräsentative Telefonbefragung



mobile facts

Für die Erhebung der mobile facts 2011 wurde ein **Drei-Säulen-Modell**, bestehend aus einer technischen Messung, Panel-Befragung und bevölkerungsrepräsentativen Telefonbefragung etabliert.

Die **technische Messung** wurde weiterentwickelt und optimiert, so dass u.a. auch die Messung von Apps ermöglicht wurde. Dazu wurden neu konzipierte Messinstrumente (Mobile Sensor und Mobile App Sensor) eingesetzt. Als 2. Säule wurde die bei der mobile facts 2010 bereits eingesetzte Befragung optimiert und als fester Bestandteil bzw. Datensäule in Form einer **Panelbefragung** integriert, sowie um eine technische Messung auf den Mobiltelefonen der teilnehmenden Panelisten ergänzt. Als dritte Säule zur Hochrechnung auf die Gesamtbevölkerung dient weiterhin eine repräsentative Telefonbefragung, die bereits bei der internet facts zum Einsatz kommende **CATI-Befragung**.

Die Grundlage der Reichweitenermittlung wurden dadurch für die mobile facts 2011 gegenüber der mobile facts 2010 maßgeblich verändert. **Aus methodischer Sicht sind diese Veränderungen so groß, dass eine Vergleichbarkeit der Daten ausgeschlossen werden muss.**

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die AGOF:

Claudia Dubrau
Geschäftsführerin AGOF e.V.
Tel: 069 / 264 888 - 311
Mail: claudia.dubrau@agof.de

Katharina Böhm
Pressesprecherin AGOF
Tel.: 069 / 264 888 - 318
Mail: katharina.boehm@agof.de
www.agof.de

Bei Interesse zur Teilnahme an der mobile facts wenden Sie sich bitte an das AGOF Service Center:

AGOF Service Center
Tel: 01805 / 264 888
Mail: servicecenter@agof.de