

Frankfurt, 24. Januar 2013
Pressemitteilung

„Mobile“ knackt 20-Millionen-Grenze: Mobiles Wachstum ungebremst

Jeder dritte Deutsche ist im mobilen Netz unterwegs / AGOF weist erstmals *mobile facts* mit Belegungseinheiten aus / Yahoo! und eBay werden Mitglieder in der Sektion Mobile

„Mobile“ ist in Deutschland weiterhin auf dem Vormarsch: 21,30 Millionen Nutzer, d.h. 30,3 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren sind inzwischen im mobilen Internet unterwegs. Dies belegt die neueste Studienausgabe der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF). Damit hat sich die Anzahl der Unique Mobile User in Deutschland seit der ersten Erhebung in 2010 beinahe verdoppelt. Gleichzeitig emanzipiert sich Mobile zunehmend als eigenständiger Kanal, fast jeder Sechste nutzt das mobile Netz schon eher als das klassisch-stationäre Internet. Über 60 Prozent setzen das Smartphone dabei für Telefonieren (87,8%), SMS schreiben (77,7%), Emails (71,5%), Nachrichten lesen (71,5%) oder Soziale Netzwerke (62,6%) ein. Außerdem auf dem Vormarsch: Online-Banking (+2,4%), Location Based Services (+1,8%) und Online-Shopping (+1,5%).

Diese Wachstumszahlen setzen sich in der AGOF selbst fort: 72 mobil-optimierte Angebote und 102 mobile Applikationen von 14 Vermarktern aus dem digitalen Markt werden in der *mobile facts* 2012-II erhoben und veröffentlicht, ein Plus um sechs Prozent gegenüber der Vorwelle. Gleichzeitig kann die Sektion Mobile der AGOF seit Jahresbeginn **Yahoo! Deutschland** und die **eBay Advertising Group** als neue Mitglieder begrüßen. Damit liefert die AGOF mit ihrer Markt-Media-Studie *mobile facts* die perfekte Planungsbasis für mobile Werbekampagnen, ergänzt um 105 Angebotsreichweiten und – ganz neu – mit 244 Belegungseinheiten für eine hochwertige und detailtiefe Mobile-Mediaplanung.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 4.443 Tausend Unique Mobile Usern pro Monat (20,9%) liegt Gute Frage bei den mobile-enabled Websites an erster Stelle, gefolgt von Bild.de (4.041 Tsd. bzw. 19,0%) und SPIEGEL (2.755 Tsd. bzw. 12,9%). Focus (2.128 Tsd. bzw. 10,0%) und DIE WELT (1.967 Tsd. bzw. 9,2%) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt G+J EMS mit 10.105 Tausend Unique Mobile Usern pro Monat (47,4%) vor InteractiveMedia mit 8.016 Tausend (37,6%) und Axel Springer Media Impact mit 6.398 Tausend (30,0%). Es folgen TOMORROW FOCUS Media (5.671 Tsd. bzw. 26,6%) und YOC Mobile Advertising (5.532 Tsd. bzw.

26,0%).

Auf Platz eins bei den Apps führt die TV Spielfilm iPhone App mit 1.234 Tausend Unique Mobile Usern pro Monat (5,8%), gefolgt von der TV Spielfilm Android-Version (1.020 Tsd. bzw. 4,8%). Auf den Plätzen drei bis fünf finden sich die WETTER.com Android App (748 Tsd. bzw. 3,5%), die GMX Mail Android App (722 Tsd. bzw. 3,4%) und die WEB.DE Mail Android App (697 Tsd. bzw. 3,3%).

Zusätzlich steht für die mobile facts 2012-II 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-II waren im zweiten Halbjahr 2012 pro Monat 21,30 Millionen Menschen mobil im Internet (30,3 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, die 70,21 Millionen beträgt). Dreiviertel dieser Nutzer (73,9 % bzw. 15,74 Mio.) werden dabei über AGOF Angebote erreicht.

Eine ausführliche Präsentation der mobile facts 2012-II 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: Matthias Wahl, Björn Kaspring, 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