

Frankfurt, 26. März 2015
Pressemitteilung

Mit dem Smartphone den Personal Guide immer bei der Hand

Mehr als 34 Millionen Deutsche nutzen den mobilen Internetzugang, insbesondere für Suchmaschinen

Mehr als ein tragbares Telefon: Smartphones sind heute kleine Taschencomputer, die den schnellen Zugriff auf das World Wide Web überall und jederzeit ermöglichen. Und auch gerne dafür eingesetzt werden, wie ein Blick auf die genutzten Anwendungen zeigt. Denn die Recherche hat die klassische Anwendung Telefonieren inzwischen von Platz eins verdrängt: Mehr als 80 Prozent der Nutzer recherchieren über ihr mobiles Endgerät in Suchmaschinen. Und das zu Fragen aller Art – gerne auch zu Produktinformationen. Am beliebtesten sind dabei für mehr als die Hälfte der Nutzer – ganz mediumsspezifisch – die Apps. Bei den physischen Produkten liegen Schuhe (36,7%) in der mobilen Produktrecherche ganz vorne, dicht gefolgt von Büchern (35,6%). Knapp 30 Prozent suchen nach Bahntickets (29,1%) oder Eintrittskarten (27,9%). Auf Platz fünf folgt Damenbekleidung, nach der immerhin ein Viertel der Mobiler sucht – übrigens nur knapp vor Herrenbekleidung.

Und bei der Recherche bleibt es oft nicht – lässt sich doch direkt das gefundene Objekt mit nur wenigen Klicks schnell nach Hause bestellen. Fast 18 Millionen Deutsche haben sich das im vierten Quartal 2014 zu Nutze gemacht und über ihr Smartphone eingekauft, das sind mehr als die Hälfte der Mobiler. Nach Apps (32,8%) werden Bücher (18,2%) am häufigsten direkt nach der Recherche gekauft. Dahinter folgen Schuhe, nach denen 17 Prozent der Mobiler suchen und sie dann auch direkt bestellen. Über 14 Prozent sind es bei Damenbekleidung und 12 Prozent buchen ihre Bahntickets nach der Verbindungssuche. Die Top 5 beschließt Herrenbekleidung, die noch vor Eintrittskarten von knapp vier Millionen Deutschen mobil gesucht und bestellt wird.

Diese Auswertungen basieren auf der neuesten Ausgabe der AGOF Markt-Media-Studie mobile facts. Die heute veröffentlichte Welle mobile facts 2014-IV untersuchte den Zeitraum von Oktober bis Dezember 2014 und liefert wieder umfangreiche Daten zu Reichweiten und Strukturen mobiler Werbeträger sowie detaillierte Informationen zu Themennutzung, Produktinteressen, Produktrecherche, Kaufabsichten bzw. getätigten Käufen im mobilen Internet. Alle Daten stehen ab sofort im Auswertungs- und Planungsprogramm TOP zur Verfügung.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Bei den Vermarktern führt G+J EMS mit 17,14 Millionen Unique Usern im durchschnittlichen Monat (50,0%) vor InteractiveMedia mit 16,16 Millionen (47,2%) und Axel Springer Media Impact mit 14,77 Millionen (43,1%). Es folgen TOMORROW FOCUS Media (13,50 Mio. bzw. 39,4%) und OMS (11,03 Mio. bzw. 32,2%).

Mit einer Reichweite von 8,95 Millionen Unique Usern im durchschnittlichen Monat (26,1%) liegt Gute Frage bei den mobile-enabled Websites an erster Stelle, gefolgt von BILD.de (7,30 Mio. bzw. 21,3%) und SPIEGEL ONLINE (5,55 Mio. bzw. 16,2%). CHEFKOCH.de (5,44 Mio. bzw. 15,9%) und T-Online (4,82 Mio. bzw. 14,1%) belegen die Plätze vier und fünf.

Auf Platz eins bei den Apps (plattformübergreifend) führen die WETTER.com Apps mit 3,50 Millionen Unique Usern pro Monat (10,2%), gefolgt von den WEB.DE Apps (3,42 Mio. bzw. 10,0%). Auf den Plätzen drei bis fünf finden sich die GMX Apps (2,85 Mio. bzw. 8,3%), die TV Spielfilm Apps (2,76 Mio. bzw. 8,1%) und die Mobile.de Apps (2,63 Mio. bzw. 7,7%).

Zudem steht ein Ranking für die einzelnen App-Plattformvarianten sowie für die Reichweite aller Bestandteile eines Angebots (mobile-enabled Website und App-Plattformvarianten) zur Verfügung.

Allgemeine Angaben zur mobilen Internetnutzung

Gemäß der mobile facts 2014-IV waren 34,26 Millionen Menschen im vierten Quartal 2014 mobil im Internet (48,6% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren). Weit über drei Viertel dieser Nutzer (84,0% bzw. 28,78 Mio.) werden dabei über AGOF Angebote erreicht.

Eine ausführliche Präsentation der mobile facts 2014-IV sowie alle Rankings und der Studiensteckbrief stehen unter <http://www.agof.de/aktuelle-studie-mobile/> zum Download bereit.

Über die mobile facts

Die Markt-Media-Studie mobile facts wird von der [Sektion Mobile](#) der AGOF verantwortet und publiziert. Die Studie erhebt Reichweiten- und Strukturdaten für Mobile-Werbeträger in Deutschland, um sie für eine qualitativ hochwertige Mobile-Mediaplanung verfügbar zu machen. Die in der Studie ausgewiesenen Leistungswerte sind mittlerweile etablierter Währungs-Standard in der Mobile-Mediaplanung.

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 Planungsparameter, 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. Europa-Allee 22, 60327 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, Jürgen Sandhöfer, Stefan Schumacher

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