

Frankfurt, 29. August 2013  
Pressemitteilung

## Mit dem Mobiltelefon das Shopping-Center immer dabei

**Knapp 26 Millionen Deutsche surfen mobil / 18 Prozent nutzen es dabei bereits häufiger als das stationäre Internet / mobile facts 2013-I liefert deutlich erweiterte Marktdaten**

Das mobile Internet ist längst ein selbstverständlicher Begleiter für jede Lebenslage. Und das nach aktuellem Stand für 25,92 Millionen Nutzer, womit mehr als jeder dritte Deutsche mobil im Internet unterwegs ist. Die Einsatzmöglichkeiten reichen von der Abfrage von Wetterdaten und Nachrichten über den Besuch sozialer Netzwerke bis hin zur Recherche in Suchmaschinen. Für 37 Prozent dient der mobile Kanal zudem immer häufiger auch als Einkaufscenter. Die beliebtesten Produkte mobiler Shopper sind dabei Bücher, Schuhe, Damen- und Herrenbekleidung sowie Bahntickets. Aber auch Eintrittskarten sowie Computer- und Videogames werden gerne über mobil-optimierte Webseiten oder Apps bestellt.

Diese und weitere Ergebnisse veröffentlichte heute die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) in der neuesten Ausgabe ihrer Regelstudie mobile facts. Die mobile facts 2013-I liefert neben umfangreichen Daten zu Reichweiten und Strukturen mobiler Werbeträger erstmals auch noch detaillierte Produktinformationen: Hier finden sich Ergebnisse zum Produktinteresse, zur Recherche von Informationen über Produkte und zur Kaufabsicht bzw. zu getätigten Käufen im mobilen Internet. Damit schafft die AGOF Markt-Media-Studie, die ab dieser Welle quartalsweise erscheinen wird, eine noch umfassendere Planungsbasis für eine hochwertige und detailtiefe Mobile-Mediaplanung. Aufgrund einer Veränderung im Messsystem sind die heute veröffentlichten Daten jedoch nicht mit den vorangegangenen Wellen vergleichbar.

### Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 5.360 Tausend Unique Usern pro Monat (20,7%) liegt Gute Frage bei den mobile-enabled Websites an erster Stelle, gefolgt von Bild.de (3.256 Tsd. bzw. 12,6%) und SPIEGEL ONLINE (3.236 Tsd. bzw. 12,5%). Die Deutsche Telekom (2.780 Tsd. bzw. 10,7%) und FOCUS (2.757 Tsd. bzw. 10,6%) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt G+J EMS mit 10.974 Tausend Unique Mobile Usern pro Monat (42,3%) vor InteractiveMedia mit 10.088 Tausend (38,9%) und Axel Springer Media Impact mit 8.525 Tausend (32,9%). Es folgen TOMORROW FOCUS Media (6.892 Tsd. bzw. 26,6%) und SevenOne Media (6.184 Tsd. bzw. 23,9%).

Auf Platz eins bei den Apps führt die WETTER.com Android Phone App mit 2.660 Tausend Unique Usern pro

Monat (10,3%), gefolgt von der TV Spielfilm Android Phone App (1.327 Tsd. bzw. 5,1%). Auf den Plätzen drei bis fünf finden sich die WEB.DE Android Phone App (1.082 Tsd. bzw. 4,2%), die TV Spielfilm iPhone App (1.069 Tsd. bzw. 4,1%) und die GMX Android Phone App (866 Tsd. bzw. 3,3%).

Zudem steht 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 2013-I waren 25,92 Millionen Menschen pro Monat mobil im Internet (36,9% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren). Mehr als zwei Drittel dieser Nutzer (70,5 % bzw. 18,29 Mio.) werden dabei über AGOF Angebote erreicht.

Eine ausführliche Präsentation der mobile facts 2013-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](#) 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 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](mailto: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](mailto: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 | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA  
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | STRÖER  
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING