



Frankfurt/Köln, 17. September 2013  
[Pressemitteilung](#)

## **AGOF Sonderbericht: Mobile Werbung zeigt ihr enormes Potenzial**

### **AGOF, Koelnmesse und BVDW veröffentlichen Branchenvergleich zu mobilen Kundenpotenzialen anlässlich der digitalen Leitmesse dmexco am 18. und 19. September**

Unter dem an die dmexco angelehnten Motto „Turning mobile advertising visions into reality“ untersucht die diesjährige Sonderausgabe aus der etablierten Reihe „AGOF facts & figures“ die Attraktivität des Werbekanals Mobile. Zwölf Branchen, von Bücher bis Versicherungen, wurden dabei dem Praxis-Check unterzogen: Welche Zielgruppen erreichen Markenartikler über mobiloptimierte Webseiten oder Apps? Welche Eigenschaften machen mobile Nutzer als Werbe-Adressaten so attraktiv? Und welche Branche hat diese Vorteile bereits für sich erkannt und setzt sie „in der Realität“ auch um?

Die Sonderpublikation „Mobile Kundenpotenziale“, die ab morgen auf der dmexco 2013 verfügbar ist, geht erstmals diesen Fragen nach und zeigt die Mobile-Potenziale für zwölf verschiedene Branchen in punkto Produktinteresse, mobiler Informationssuche und mobilem Kauf auf. Für den „Realitätscheck“ werden zudem die aktuellen Mobile-Spendings der jeweiligen Branchen unter die Lupe genommen. Denn mit der wachsenden Mobile-Durchdringung in der Bevölkerung wird das Smartphone ein immer interessanterer Werbeträger, mit dem sich Konsumenten in allen Lebenslagen erreichen lassen. Der Zielgruppdialog kann somit um neue Facetten bereichert werden. Für viele Markenartikler ein gewichtiger Grund, mehr über die im mobilen Internet vertretenen Verbraucher wissen zu wollen. Und es zeigt sich: Neben ihrem großen Interesse an den entsprechenden Produkten nutzen viele User das mobile Internet bereits regelmäßig für die Produktinformation und auch der Bereich Mobile-Commerce entwickelt sich rasant. Dabei punkten nicht nur die Telekommunikation- und Computerbranche, die naturgemäß eine Affinität für diesen Kanal mitbringen, auch die Reise- und Touristikindustrie, die Mode- und Kosmetikbranche oder die Buchbranche treffen im mobilen Internet auf vielversprechende Zielgruppen.

Mit dem Report „Mobile Kundenpotenziale“ basiert erstmals eine Publikation der Reihe AGOF facts & figures auf den Struktur- und Reichweiten-Daten der Markt-Media-Studie mobile facts, die die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung quartalsweise herausgibt. Die Sonderauswertung steht Besuchern der dmexco in gedruckter und digitaler Version am Messestand der AGOF, sowie im Pressezentrum, im Eingang Nord und im Boulevard der dmexco zur Verfügung.

Für alle, die einen Besuch der dmexco nicht einrichten können, ist der Sonderbericht ab 20. September auch

---

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



als Download unter <http://www.agof.de/download-facts-figures-branchenberichte/> verfügbar.

### **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](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