

Frankfurt, 25. September 2014
Pressemitteilung

Sieben Millionen neue „Mobilisten“!

Nutzung des mobilen Internets verzeichnet ein Plus von 28 Prozent im Vergleich zum Vorjahr / Deutliche Zuwächse im Bereich Kommunikation, Information und Entertainment

Die Nutzung des mobilen Internets steigt weiter sprunghaft an. Mittlerweile ist für mehr als 34 Millionen Deutsche das Smartphone ständiger Begleiter. Damit legte der digitale Kanal im Vergleich zum Vorjahr noch einmal um 28 Prozent zu, in absoluten Zahlen ein Plus von sieben Millionen Unique Usern. Wie beliebt der intelligente Taschencomputer ist, belegt auch die Nutzungspräferenz: 27,7 Prozent der „Mobilisten“ surfen via Smartphone bereits häufiger durchs Netz als mittels ihres stationären PCs – ein Plus von 41 Prozent gegenüber 2013.

Wachstum, von dem vor allem Anwendungen und Inhalte in den Bereichen Kommunikation, Information und Entertainment profitieren, wie der Vergleich der heute veröffentlichten AGOF mobile facts 2014-II mit der Vorjahreswelle zeigt. Bereits 2013 stark genutzte Themen wie Private E-Mails (aktuell 24,88 Mio. und 73,1%), soziale Netzwerke (aktuell 22,33 Mio. und 65,6%) oder Chats und Messenger (aktuell 20,06 Mio. und 58,9%) legten im Schnitt noch einmal um vier Prozent zu. Informative Angebote kletterten auf der Beliebtheitskala sogar um rund fünf Prozentpunkte. So werden Nachrichten zum Weltgeschehen aktuell von 52,2 Prozent der User genutzt, regionale oder lokale News von 50,2 Prozent, das Wetter von 75,5 Prozent und Sportinformationen von 38,2 Prozent.

Parallel wird der mobile Kanal zunehmend zum Unterhaltungsmedium. Jeweils drei Millionen mehr Nutzer schauen sich Videos ohne vorherigen Download auf ihrem Smartphone an oder spielen Online- und Browsergames.

Alle Auswertungen basieren auf der neuesten Ausgabe der AGOF Markt-Media-Studie mobile facts. Die heute veröffentlichte Welle mobile facts 2014-II untersuchte den Zeitraum von April bis Juni 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 14,14 Millionen Unique Usern im durchschnittlichen Monat (41,5%) vor InteractiveMedia mit 13,85 Millionen (40,7%) und Axel Springer Media Impact mit 12,18 Millionen (35,8%). Es folgen TOMORROW FOCUS Media (10,12 Mio. bzw. 29,7%) und United Internet Media (8,15 Mio. bzw. 23,9%).

Mit einer Reichweite von 6,69 Millionen Unique Usern im durchschnittlichen Monat (19,6%) liegt Gute Frage bei den mobile-enabled Websites an erster Stelle, gefolgt von BILD.de (5,98 Mio. bzw. 17,6%) und T-Online (4,16 Mio. bzw. 12,2%). SPIEGEL ONLINE (4,06 Mio. bzw. 11,9%) und CHEFKOCH.de (3,71 Mio. bzw. 10,9%) belegen die Plätze vier und fünf.

Auf Platz eins bei den Apps (plattformübergreifend) führen die WETTER.com Apps mit 3,24 Millionen Unique Usern pro Monat (9,5%), gefolgt von den WEB.DE Apps (2,51 Mio. bzw. 7,4%). Auf den Plätzen drei bis fünf finden sich die TV Spielfilm Apps (2,38 Mio. bzw. 7,0%), die GMX Apps (2,14 Mio. bzw. 6,3%) und die Mobile.de Apps (1,90 Mio. bzw. 5,6%).

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-II waren 34,06 Millionen Menschen im zweiten Quartal 2014 mobil im Internet (48,4% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren). Weit über drei Viertel dieser Nutzer (84,7% bzw. 28,84 Mio.) werden dabei über AGOF Angebote erreicht.

Eine ausführliche Präsentation der mobile facts 2014-II 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 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. 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, 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