

ZUSAMMENFASSUNG

Studie über Nutzung mobiler Geräte

BBC World News und BBC.com/news: Studie über die Nutzung von Mobilgeräten durch kaufkräftige Konsumenten.
Befragte: 6.000 Smartphone-Besitzer // BBC World News und BBC.com/news, Februar 2014

Mobile Werbung ist 4 Mal so effektiv wie Desktop-Werbung:

Dies belegt die Studie zur Smartphone-Nutzung von BBC World News. 39 Prozent der befragten Smartphone-Nutzer sind demnach mindestens einmal pro Stunde mobil im Internet. Allen voran kaufkräftige Konsumenten nutzen Mobilgeräte auch im Arbeitsalltag. Dadurch steigt der Konsum von Nachrichteninhalten jährlich um 15 Prozent, während News auf dem Desktop-PC immer seltener gelesen werden.

Link zur Pressemitteilung: <http://www.pressrelations.de/new/standard/dereferer.cfm?r=557770>

Die Studie zeigt den signifikanten Wandel im Bereich Mobilkonsum. Deutlich wird, wie stark Mobilgeräte ins Privatleben, vor allem aber in den Beruf mit einbezogen werden, wobei verbesserte Technologien eine immer größere Interaktion mit Inhalten zulassen.

Ergebnisse:

- Zahl derer, die **Nachrichten lieber über ihr Smartphone** lesen steigt pro Jahr um 15% (via Desktop-Computer ein Rückgang von 17%)
- **Mobile Werbung ist doppelt so wirksam wie Desktop-Werbung, bei kaufkräftigen Konsumenten ist mobile Werbung vierfach so wirksam.**
- 39% sind mindestens einmal pro Stunde mobil im Internet
- 30 % bezeichnen das Smartphone als wichtiges Tool für die Organisation ihres Privatlebens (das sind 25 % der Gesamtbevölkerung).
- 51% der kaufkräftigen Konsumenten nutzen ihr Mobilgerät geschäftlich (Allgemeine Bevölkerung: 40%, Deutschland: 31 % der kaufkräftige Konsumenten, 22 % Rest der Bevölkerung)
- Bei kaufkräftigen Konsumenten ist die Wahrscheinlichkeit 18% höher, dass sie für relevante Dienste ihren Standort mitteilen als bei der allgemeinen Bevölkerung.
- Bei kaufkräftigen Konsumenten gehören **Nachrichten-Apps*** zu den am häufigsten genutzten Apps, während die allgemeine Bevölkerung die **Apps sozialer Netzwerke** bevorzugt.
- Ein Drittel der kaufkräftigen Konsumenten stimmen zu, dass eine **Marke mobil präsent sein muss, wenn sie modern und dynamisch wirken soll** - 15% mehr als die allgemeine Bevölkerung.
- Besserverdienende sind gegenüber Werbung auf Mobilgeräten positiver eingestellt (19%) als auf Desktop-Geräten (18%).
- **Die Prozentzahl derer, die auf mobilen Webseiten gerne Werbung sehen, steigt auf 41% für Seiten, die kostenlose Inhalte anbieten.**

* Die zurückliegende Umfrage von 2012 zeigte deutlich, dass sich der Nachrichtenkonsum auf Mobilgeräten auf ein schnelles Überfliegen von Schlagzeilen beschränkte. Im Vergleich dazu sagen aktuell 34% der Benutzer neuer Mobiltelefone, die für die aktuelle Studie befragt wurden, sie würden Nachrichten eingängiger lesen und neben dem eigentlichen Artikel manchmal sogar **verwandte zusätzliche Artikel**. Das sind 42% mehr als Benutzer älterer Mobiltelefone. Besitzer der neuesten Modelle sehen außerdem mit 10% größerer Wahrscheinlichkeit Nachrichten-Videos oder streamen Inhalte auf ihren Mobiltelefonen als die allgemeine Bevölkerung.