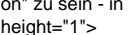




## Aktuelle Studie: So nutzen Pendler mobile Geräte

Aktuelle Studie: So nutzen Pendler mobile Geräte  
Mediaplus Gruppe veröffentlicht Studie zur Nutzung von mobilen Geräten in Wartesituationen  
Mobile Geräte erleichtern in vielen Bereichen den Alltag. Das gilt auch für die vielen Personen in Deutschland, für die das tägliche Pendeln dazu gehört - sei es mit dem Auto oder mit den öffentlichen Nahverkehrsmitteln. Seit der immer stärkeren Durchdringung mit Smart Devices eröffnen sich für die Nutzer dieser Geräte viele neue Optionen auf ihrem Weg zur Arbeit, Universität oder Schule.  
Bisher gab es keine validen Zahlen zum Smartphone- und Tablet-Nutzungsverhalten der allein über 13 Millionen Pendler in Deutschland. Die Mediaplus Gruppe hat sich mit ihrer aktuellen Studie "Mobile-Nutzung in Wartesituationen" genau diesem Schwerpunktthema gewidmet. Hierbei ging es in der Onlinebefragung darum, wie die 1.400 befragten Nutzer ihre mobilen Geräte einsetzen - welche Apps sie benutzen, wie oft und über welche Kanäle sie zu erreichen sind.  
Die erstmals gewonnenen Ergebnisse zeigen einmal mehr die hohe Relevanz der Mobile Devices auf:  
Das Smartphone ist das wichtigste Gerät für schnelle Informationsgewinnung im öffentlichen Nahverkehr  
Die wichtigsten App-Kategorien: Kommunikation, soziale Netzwerke, Nachrichten, Verkehr und Musik  
Mobile User lassen sich anhand von Pendelverhalten, Alter und Nutzung in 6 Gruppen einordnen  
Das Smartphone ist wichtigster Begleiter  
Das Smartphone gehört mittlerweile in fast jede Hosentasche. 96 Prozent der befragten Studienteilnehmer verfügen über dieses Smart Device. Mittlerweile besitzen fast 50 Prozent der Befragten ebenfalls ein Tablet. Die meisten Pendler gaben an, Tablets meist nur bei längeren Fahrzeiten zu nutzen. Hingegen das Smartphone kommt bei allen Streckenlängen zum Einsatz.  
Relevante Informationen über das Smart Device - Top Ranking  
Am häufigsten wird laut Angabe der befragten Pendler in der Annahme auf das mobile Gerät geschaut, eine Nachricht oder einen Anruf erhalten zu haben (87 Prozent). Weitere 84 Prozent lesen E-Mails oder SMS. Über die Hälfte der Nutzer schauen regelmäßig unterwegs in die sozialen Netzwerke (58 Prozent) oder checken den Wetterbericht (57 Prozent). Die Zeit in Zug, Bus oder Bahn wird auch verstärkt genutzt, um Nachrichten zu lesen (52 Prozent).  
Meist wird für die mobile Informationsgewinnung kein Browser mehr verwendet, vielmehr nutzen mittlerweile zwei Drittel der Studienteilnehmer regelmäßig Apps.  
Die 6 verschiedenen Pendler-Typen  
Aufgrund der Auswertung des Datenmaterials konnten für die Studie 6 verschiedene Pendlertypen identifiziert werden:  
Typ 1: Always on the run  
Sehr häufig mit dem öffentlichen Nahverkehr unterwegs. Zwischen 18 und 35 Jahren alt. Über die Hälfte nutzt nur ein Smartphone. Weitere 44 Prozent nutzen auch ein Tablet. Die App-Nutzung ist stark ausgeprägt.  
Typ 2: Social Networkers  
Diese nutzen besonders stark Apps im Bereich der sozialen Netzwerke. Zwischen 18 und 35 Jahren alt. Dieser Typ benutzt ausschließlich ein Smartphone.  
Typ 3: Mobile Addicts  
Sind durchweg mit Smartphone und Tablet ausgestattet und sehr medienaffin. Zwischen 36 und 59 Jahren alt. Verfügen über ein relativ hohes Haushaltsnettoeinkommen und besitzen auch sonst diverse technische Geräte. Bei der Nutzung von Apps liegt ihr Fokus auf den Kategorien News, Verkehr und Online-Shopping.  
Typ 4: Laid Backs  
Besitzen nur ein Smartphone, nutzen aber weniger Apps als andere Pendlertypen. Zwischen 36 und 59 Jahren alt. Sind überwiegend aktiv beim Onlineshopping und der Nutzung von News.  
Typ 5: Actives  
Besitzen ein Tablet und ein Smartphone. Zwischen 18 und 35 Jahren alt. In dieser Gruppe befinden sich viele Studenten. Hoher Aktivitätsgrad, sehr sportlich und auch in ihrem Umfeld sozial sehr gut vernetzt.  
Typ 6: Weekend Traveler  
Die kleinste Gruppe der Pendler. Ausschließlich am Wochenende mit dem öffentlichen Nahverkehr und besonders häufig mit dem Zug unterwegs. Die Nutzung der mobilen Geräte ist hier besonders auf längere Wartezeiten ausgerichtet.  
Die immer stärkere Zunahme und Nutzung der mobilen Endgeräte und die damit verbundene Ablösung von anderen Informationsbringern wird zudem positiv beeinflusst durch eine steigende Verfügbarkeit des mobilen Internets und verbraucherfreundlichen Preisen für die Nutzung. Nutzern wird damit die Möglichkeit gegeben "always on" zu sein - in jedem Moment mit dem Netz verbunden.  


### Pressekontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

eplus-gruppe.de/  
presse@eplus-gruppe.de

### Firmenkontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

eplus-gruppe.de/  
presse@eplus-gruppe.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.