



## Mit dem Mobiltelefon das Shopping-Center immer dabei

Mit dem Mobiltelefon das Shopping-Center immer dabei  
Knapp 26 Millionen Deutsche surfen mobil 18 Prozent nutzen es dabei bereits häufiger als stationäre Internet mobile facts 2013-I liefert deutlich erweiterte Marktdaten Das mobile Internet ist längst ein selbstverständlicher Begleiter für jede Lebenslage. Und das nach aktuel-lem 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 Produktinfor-ma-tionen: 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 hoch-wertige und detaillierte 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 Planungspa-rameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.  
AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V.  
64202 Darmstadt  
Deutschland  
Mail: [geschaeftsstelle@agof.de](mailto:geschaeftsstelle@agof.de)  
URL: <http://www.agof.de>

## Pressekontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

agof.de  
[geschaeftsstelle@agof.de](mailto:geschaeftsstelle@agof.de)

## Firmenkontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

agof.de  
[geschaeftsstelle@agof.de](mailto:geschaeftsstelle@agof.de)

Die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Der Verein setzt sich zusammen aus allen Mitgliedern der AGIREV, Auftraggeberin des Online-Reichweiten-Monitors (ORM), und den Trägern und Lizenznehmern der Arbeitsgemeinschaft @facts sowie weiteren führenden Online-Vermarktern. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Ziel ist es, die neue einheitliche Reichweiten-Währung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt zu etablieren. Zu den aktuellen Mitgliedern der AGOF zählen (in alphabetischer Reihenfolge): AdLINK Internet Media GmbH, AOL Deutschland GmbH & Co. KG, BAUER MEDIA KG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GMX GmbH, GWP online-marketing Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Interactive Media CCSP AG, IP NEWMEDIA GmbH, Lycos Europe GmbH, mobile.de GmbH, QUALITY CHANNEL GmbH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, WEB.DE AG und Yahoo! Deutschland GmbH.