



## Mobile Rich Media-Werbeformate zunehmend akzeptiert

Mobile Rich Media-Werbeformate zunehmend akzeptiert  
apprupt untersucht Akzeptanz und Interesse an mobiler Werbung im Rahmen der W3B-Studie  
Hamburg, 26.09.2013 - apprupt, der mobile Vermarktungsspezialist in der D-A-CH-Region, veröffentlicht eine umfassende Studie zum Thema "Werbung im Mobil Internet". Im Rahmen der 36. WWW-Benutzer-Analyse W3B befragte apprupt gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut Fittkau Maaß Consulting insgesamt 1.843 Besitzer von Smartphones/Tablets hinsichtlich ihrer Akzeptanz der verschiedenen Rich Media Werbe-Formate sowie ihres mobilen Werbe-Interesses in unterschiedlichen Produktbereichen.  
Expandable Ad zählt zu den akzeptiertesten Rich Media-Formaten  
Ein zentrales Ergebnis der Studie ist die hohe Zustimmung der Befragten gegenüber mobilen Werbeformaten mit Interaktions-Möglichkeiten und einem hohen Mehrwert. Die Expandable Ad zählt dabei zu den akzeptiertesten Rich Media-Werbeformaten: Insgesamt 39,9 Prozent der befragten Smartphone-Besitzer und über die Hälfte der trendbewussten Smartphone-Besitzer (51,7 Prozent) akzeptieren dieses Werbeformat, welches sich durch eine Vergrößerung durch Klick auszeichnet. Rich Media-Formate, die dem Nutzer eine Rundum-Ansicht eines Produktes ermöglichen, werden von insgesamt 42,8 Prozent der trendbewussten Smartphone-Besitzer positiv wahrgenommen.  
Besonders Frauen und iPhone-Besitzer sind empfänglich für mobile Werbung  
Im direkten Vergleich von Männern und Frauen wird deutlich, dass Frauen Rich Media-Formaten tendenziell offener gegenüber stehen als Männer. Besonders deutlich wird dies an Formaten, die eine Social-Sharing-Funktion besitzen: Insgesamt 20,5 Prozent der Frauen und 13,6 Prozent der Männer akzeptieren dieses Format. Auffallend ist zudem, dass die Werbe-Akzeptanz bei iPhone-Besitzern deutlich ausgeprägter ist.  
Höchstes mobiles Werbeinteresse an Kino/Filmen, Büchern und Elektronikgeräten  
Neben der Untersuchung der Werbe-Akzeptanz wurde in der Studie zudem Augenmerk auf das Nutzer-Interesse an branchenspezifischer Werbung gelegt. Dabei wurde das Interesse der Smartphone-Besitzer an Werbung von insgesamt 17 Branchen abgefragt. Die drei Branchen-Top-Platzierungen mit dem höchsten Nutzer-Interesse an mobiler Werbung belegen die Bereiche "Kino/Filme" (37,6 Prozent), "Bücher" (29,8 Prozent) und "Elektronikgeräte" (28 Prozent). Wenngleich sich bei der Betrachtung von Männern und Frauen einige Unterschiede zeigen: weibliche Smartphone-Nutzer interessieren sich in erster Linie für Werbung der Produktgruppen "Kino/Filme" (42,5 Prozent), "Kleidung/Schuhe" (39,6 Prozent) sowie "Bücher" (38,8 Prozent). Bei Männern hingegen stößt Werbung für die Produktgruppen "Elektronik" (36,5 Prozent), "Kino/Filme" (33,7 Prozent) sowie "Computer-Programme" (32,8 Prozent) auf erhöhtes Interesse.  
Jascha Samadi, Gründer und Geschäftsführer der apprupt GmbH, freut sich über die jüngsten Erkenntnisse zur mobilen Werbe-Akzeptanz: "Die Studienergebnisse zeigen, dass mobile Rich Media-Formate nutzerseitig in zunehmendem Maße akzeptiert werden. Es freut uns, dass wir diese bislang eher umstrittene These mit der vorliegenden Studie belegen können. Zukünftig wird Mobile Rich Media-Werbung weiter massiv an Bedeutung gewinnen - wir freuen uns darauf, die Weiterentwicklung dieser vergleichsweise neuen Werbe-Gattung im mobilen Web erfolgreich mitgestalten zu können."  
Die komplette Studie steht unter folgendem Link zum Download zur Verfügung: <http://www.apprupt.com/advertiser/research/>  
Daniela Wrage - Communications Marketing Manager  
Tel.: +49 (40) 325 278 7 - 00  
Fax: +49 (49) 325 278 7 - 29  
Mail: [d.wrage@apprupt.com](mailto:d.wrage@apprupt.com)  
apprupt GmbH  
Speersort 10  
20095 Hamburg  
[www.apprupt.com](http://www.apprupt.com)

### Pressekontakt

apprupt

20095 Hamburg

[d.wrage@apprupt.com](mailto:d.wrage@apprupt.com)

### Firmenkontakt

apprupt

20095 Hamburg

[d.wrage@apprupt.com](mailto:d.wrage@apprupt.com)

Über apprupt  
apprupt ist der mobile Vermarktungsspezialist in der D-A-CH-Region. Advertiser stellt apprupt mehrwertgetriebene und emotionalisierende Branding-Werbeformate für die aufmerksamkeitsstarke Bewerbung mobiler Produkt- und Markenbotschaften zur Verfügung. Daneben ermöglicht apprupt die effektive Aussteuerung von Kampagnen mit Performance-Zielen, wie z.B. die Generierung von App-Downloads. Publisher können ihre mobilen Umfeldler mithilfe des disziplin-übergreifenden Ansatzes von apprupt sowohl über die Performance- als auch die TKP-Vermarktung optimal monetarisieren.  
apprupt wurde 2008 gegründet und verfügt über ein bundesweit agierendes Vertriebsteam. Von den Standorten Hamburg und Düsseldorf bringen mehr als 40 Mitarbeiter innovative, mobile Werbung auf die mobilen Geräte von mehr als 11,6 Mio. deutschen Nutzern.