



Weltweite Studie von BBC World News belegt größere Nutzung von Smartphones für Nachrichtenkonsum

Weltweite Studie von BBC World News belegt größere Nutzung von Smartphones für Nachrichtenkonsum
Die weltweit erste Studie über die Nutzung mobiler Geräte durch kaufkräftige Konsumenten zeigt: Pro Jahr steigt die Zahl der Menschen, die Nachrichten lieber über ihr Telefon lesen um 15 % gegenüber einem Rückgang von 17% auf Desktop-Computern - 39% sind mit ihren Mobilgeräten mindestens einmal pro Stunde im Internet - Mobile Werbung viermal effektiver als Desktop-Werbung - 30 % der kaufkräftigen Deutschen bezeichnen das Smartphone als wichtiges Tool für die Organisation ihres Privatlebens (25 % der Gesamtbevölkerung) - BBC World News und BBC.com/news veröffentlichten heute die Ergebnisse der ersten weltweit durchgeführten Studie über die Nutzung von Mobilgeräten durch kaufkräftige Konsumenten. Auf die Frage, welches Gerät am ehesten für Nachrichten genutzt wird, ist die Zahl der kaufkräftigen Konsumenten, die ihr Mobilgerät nannten, seit 2012 um 15% gestiegen (Tablet um 9%). Im Gegensatz ist die Zahl derer, die Desktop-Gerät bevorzugen, um 17% gesunken. Befragt wurden 6.000 Smartphone-Besitzer in Australien, Deutschland, Schweden, Indien, Hongkong und in den USA, um die Gewohnheiten kaufkräftiger Konsumenten - die 20% höchsten Besserverdiener des jeweiligen Landes - mit denen der allgemeinen Bevölkerung zu vergleichen. Weitere wichtige Ergebnisse sind u. a.: - 51% der kaufkräftigen Konsumenten nutzen ihr Mobilgerät geschäftlich, bei der allgemeinen Bevölkerung sind es 40%. In Deutschland sind es 31 % der kaufkräftigen Konsumenten gegenüber 22 % beim 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. - Mobile Werbung ist doppelt so wirksam wie Desktop-Werbung, wenn es bei der Gesamtbevölkerung um die Durchsetzung wichtiger Branding-Kategorien geht: Bekanntheit, Beliebtheit und Kaufabsicht. Bei kaufkräftigen Konsumenten ist mobile Werbung vierfach so wirksam. - 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. - Laut Studie steigt die Bedeutung von Smartphones bei kaufkräftigen Konsumenten. Sie zeigt auch, wie sehr Mobilgeräte ins Privatleben, vor allem aber in den Beruf mit einbezogen werden, wobei verbesserte Technologien eine immer größere Interaktion mit Inhalten zulassen. Die Studie belegt zudem eindeutig, dass kaufkräftige Konsumenten, von denen ein großer Teil BBC World News und BBC.com/news sieht bzw. nutzt, deutlich mehr auf mobile Werbung ansprechen als die allgemeine Bevölkerung. - Die Studie betont besonders den wachsenden Trend hin zu Nachrichtenkonsum auf mobilen Plattformen und erinnert an die Ergebnisse einer BBC-Studie von 2012 - <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/worldnews/news-consumption.html>. Damals wurde bei 59% der kaufkräftigen Konsumenten in den nächsten fünf Jahren ein höherer Konsum von Nachrichten über Mobilgeräte erwartet. - Außerdem wurde durch die Umfrage von 2012 deutlich, dass sich der Nachrichtenkonsum auf Mobilgeräten auf ein schnelles Überfliegen von Schlagzeilen beschränkte. Im Vergleich dazu sagen 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. - Jim Egan, CEO von BBC Global News Ltd: "Mobile Nutzung ist für unsere internationalen Zuschauer von rasant zunehmender Bedeutung und damit eins der großen Themen unserer Branche. Wir sind ständig dabei, das mobile Internet-Erlebnis bestmöglich weiterzuentwickeln, sei es durch die Einführung unserer internationalen BBC News- und Sport- App oder durch ein immer innovativeres responsives Design. - Die neue Studie zeigt einen signifikanten Wandel im Bereich Mobilkonsum - Menschen tauchen auf ihren Mobilgeräten in Geschichten ein, sehen mehr Videos, und sie gewöhnen sich vor allem an Werbung auf ihren mobilen Geräten. Diese große Studie belegt deutlich, dass mobile Werbung insbesondere bei kaufkräftigen Mobilkonsumenten ankommt, was für Publisher und Werbetreibende gleichermaßen enorme Auswirkungen hat." - Ende - Hinweise für Redakteure: - *Aktuellste Generation von Smartphones, die seit September 2012 auf den Markt kam. - Die Studie wurde von Millward Brown durchgeführt. - Die BBC erreicht mit ihren internationalen Nachrichtenangeboten darunter den BBC World Service, den Fernsehsender BBC World News und bbc.com/news wöchentlich ein Publikum von 256 Millionen Menschen in aller Welt. - BBC World News und bbc.com/news, gehören zu BBC Global News Ltd, einem Geschäftsbereich der kommerziellen Unternehmen der BBC: - BBC World News, der internationale Nachrichten- und Informationskanal, ist in mehr als 200 Ländern und Regionen in aller Welt zu empfangen. Der Sender erreicht über 360 Millionen Haushalte und 1.8 Millionen Hotelzimmer. Die Inhalte des Senders sind außerdem auf 175 Kreuzfahrtschiffen, 53 Fluglinien und 22 Mobilfunknetzen zu empfangen. Weitere Informationen finden Sie unter bbc.com/tvschedule - bbc.com zählt zu den angesehensten Marken im Web und ergänzt BBC World News mit seinem Angebot an verlässlichen, aktuellen, internationalen Nachrichten, Wirtschaftsinformationen, sowie Sport-, Wetter-, Lifestyle- und Technologie-Inhalten und fundierten Analysen. Die Site ging im Jahr 2007 live und zählt wöchentlich 58 Millionen Unique Visitors. BBC Advertising vermarktet Anzeigen- und Sponsoring-Lösungen für BBC World News und BBC.com. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter <http://www.advertising.bbcworldwide.com> - Für weitere Informationen, Interviewwünsche und eine Infografik, die die Einzelergebnisse zeigt, wenden Sie sich bitte an - Judith Huss, - Huss-PR-Consult, - Tel: 0049 (0) 89 64945570; - E-Mail: judith.huss@hussprconsult.de -  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_557770 width="1" height="1">

Pressekontakt

BBC World News

judith.huss@hussprconsult.de

Firmenkontakt

BBC World News

judith.huss@hussprconsult.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage