

75 Prozent mobile Internetnutzung in 2017

London/Düsseldorf, 28. Oktober 2016 – Laut den heute von Zenith veröffentlichten neuen *Mobile Advertising Forecasts* wird im nächsten Jahr weltweit 75 Prozent der Internetnutzung über mobile Geräte erfolgen. Damit setzt sich der Trend des mobilen Internets weiter fort und nach einem rasanten Anstieg von 40 Prozent im Jahr 2012 auf 68 Prozent in 2016 prognostizieren wir für das Jahr 2018 einen Anteil von 79 Prozent.

Diese erste Ausgabe der *Mobile Advertising Forecasts* wirft einen genaueren Blick auf die mobile Werbung und die Mobiltechnologie in 60 wichtigen Ländern in der ganzen Welt. Prognostiziert werden die steigende Zeit, die Verbraucher im mobilen Internet verbringen, die zunehmende Verbreitung von Smartphones und Tablets und die steigenden mobilen Werbeinvestitionen.

Spanien, Hongkong und China führen bei mobilem Internetkonsum

Die Länder mit dem höchsten mobilen Internetkonsum finden sich in Westeuropa, Asien und Nordamerika. Mobiles Internet ist in Spanien bereits die bevorzugte Form der Internetnutzung und wir erwarten, dass der mobile Internetkonsum hier 2016 bei 85 Prozent liegen wird. An zweiter Stelle liegt Hongkong mit einer mobilen Internetnutzung von 79 Prozent, danach folgen China mit 76 Prozent und die USA mit 74 Prozent. Den fünften Platz teilen sich Italien und Indien mit je 73 Prozent.

Wir gehen davon aus, dass 2018 Hongkong mit einer mobilen Internetnutzung von 89 Prozent weltweit an der Spitze liegen wird. Knapp dahinter folgen an zweiter Stelle China mit 87 Prozent und an dritter Stelle Spanien mit 86 Prozent, danach die USA und Italien mit jeweils 83 Prozent sowie Indien mit 82 Prozent.

„Auch hierzulande erfolgt der größere Anteil der Internetnutzung inzwischen über mobile Endgeräte“, konstatiert Dirk Lux, CEO von Zenith in Deutschland. „Der mobile Internetkonsum liegt im laufenden Jahr bei 63 Prozent und bei 66,6 bzw. 68,4 Prozent in den kommenden Jahren. Anstelle eines sprunghaften Anstiegs sehen wir vor allem einen Shift vom stationären ins mobile Internet.“

Smartphone-Durchdringung steigt zwischen 2012 und 2016 um das 2,4-fache

Hauptverantwortlich für den Anstieg der mobilen Internetnutzung ist die rasante Verbreitung von Mobilgeräten. 2012 besaßen nur 23 Prozent der Bevölkerung in den 60 von uns untersuchten Märkten ein Smartphone, und gerade einmal 4 Prozent hatten ein Tablet. Die Smartphone-Durchdringung hält jetzt bei 56 Prozent, das bedeutet einen 2,4-fachen Anstieg in den letzten vier Jahren, und wir prognostizieren eine weitere Zunahme auf 63 Prozent bis 2018. Tablets sind nach wie vor mehr im Luxusbereich angesiedelt und somit bei weitem nicht so stark verbreitet: Derzeit haben 15 Prozent der Konsumenten in unseren 60 Märkten ein Tablet, und wir erwarten, dass diese Zahl bis 2018 auf 17 Prozent steigen wird.

Smartphones am stärksten verbreitet in Westeuropa und Asien

Die höchste Smartphone-Durchdringung finden wir in Westeuropa und in Asien. Unserer Schätzung nach hat Irland in diesem Jahr mit 92 Prozent die höchste Smartphone-Durchdringung, gefolgt von Singapur mit 91 Prozent, Spanien mit 88 Prozent, Norwegen mit 86 Prozent und Südkorea mit 84 Prozent. Unsere Prognose sieht Irland auch 2018 mit einer Durchdringung von 94 Prozent auf dem ersten Platz, danach folgen die Schweiz und Singapur mit jeweils 92 Prozent sowie Norwegen und Taiwan mit jeweils 91 Prozent auf den weiteren Plätzen. In Deutschland nutzen 79 Prozent der mobilen Surfer ein Smartphone.

Die Tablet-Durchdringung ist in den einzelnen Märkten extrem unterschiedlich. In 10 der von uns untersuchten 60 Märkte gibt es eine Durchdringungsrate von über 50 Prozent, und in weiteren 10 gibt es eine Durchdringungsrate von unter 10 Prozent. In China besitzen nur 3 Prozent der Bevölkerung ein Tablet, was den Durchschnittswert stark nach unten zieht, da 27 Prozent der Bevölkerung in diesen 60 Märkten aus China stammen. In Indien, das weitere 26 Prozent der Bevölkerung in diesen 60 Märkten stellt, haben 6 Prozent ein Tablet. Die höchste Tablet-Durchdringung gibt es mit 75 Prozent in Singapur. Den letzten Platz teilen sich China und Thailand mit je 3 Prozent.

60 Prozent mobile Internetwerbung in 2018

Wie in unseren *Advertising Expenditure Forecasts* im September 2016 veröffentlicht, wird der Anteil der Internetwerbung weltweit von 44 Prozent in diesem Jahr auf 52 Prozent im nächsten Jahr steigen und damit 2017 erstmals mehr Geld in die mobile Werbung fließen als in Festnetzmedien. 2018 sehen wir den Anteil der mobilen Werbung an der gesamten Internetwerbung bei 60 Prozent. 2017 rechnen wir mit Werbeausgaben in mobilen Medien von insgesamt US\$ 134 Mrd., das ist mehr als für Werbung in Zeitungen, Zeitschriften, Kinos und Außenwerbung zusammen ausgegeben wird.

„In Deutschland werden dieses Jahr 1,6 Prozent der Online-Werbung an mobile Endgeräte ausgeliefert“, so Lux. „Das entspricht einem Gegenwert von 317 Mio. Euro. Für 2017 rechnen wir mit einem Anstieg auf 2,4 Prozent und 483 Mio. Euro, 2018 werden es 3,5 Prozent und 736 Mio Euro sein. Dieser Boom mobiler Werbung sollte von werbungtreibenden Unternehmen als Signal verstanden werden, an einer gezielten mobilen und mobilisierenden Konsumentenansprache zu arbeiten. Echte, mobile Werbung, die mit den Möglichkeiten des mobilen Endgeräts spielt, ist immer noch rar.“

Was das für Werbetreibende bedeutet

Zenith rät, dass alle Marken in ihrer digitalen Kommunikation sich vorrangig auf mobile Medien ausrichten: Alle Bereiche – von Marken-Websites bis zu Videowerbungen sind so zu gestalten, dass sie die bestmöglichen Ergebnisse auf mobilen Geräten erzielen. Dabei ist es für Werbetreibende aber auch wichtig, nicht nur die mobilen Geräte zu berücksichtigen sondern auch die Mobilität der Kunden. Im Verlauf eines Tages wechseln Konsumenten zwischen Tablet, Desktop und Smartphone hin und her, manchmal auch während dem Fernsehschauen, d.h. Werbetreibende müssen Markenbotschaften generieren, die auf verschiedenen Medien und Geräten stimmig und einheitlich sind.

Zenith empfiehlt Werbern auch bei der Planung ihrer Kommunikationsstrategie das umfassende mobile Ökosystem zu nutzen, darunter Smartwatches, Activity Tracker und andere intelligente Geräte. Da Verbraucher dazu tendieren, diese Spezialgeräte bei ganz konkreten Anlässen zu nutzen, erhalten Werbetreibende hier die Gelegenheit, ihre Werbebotschaft zielgenau darauf auszurichten.

„Weltweit erfolgen bereits heute die meisten Zugriffe auf das Internet mit mobilen Geräten,“ erklärte Jonathan Barnard, Head of Forecasting bei Zenith. „Länder in Westeuropa, Asien und Nordamerika sind bei diesem Umstieg zwar führend, aber mobile Technologien sind weltweit stark im Kommen. Nächstes Jahr werden mobile Geräte auch zum wichtigsten Medium für Internetwerbung.“

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Jonathan Barnard

Head of Forecasting

Tel: +44 20 7961 1192

E-Mail : jbarnard1@publicisgroupe.net

Nicole Karepin

Communications Director

Tel: +49 17540 9249

E-Mail : nicole.karepin@publicismedia.com

Über Zenith

Zenith versteht sich als „The ROI Agency“. Zenith ist die erste Agentur, die mit ihrem konsequenten und datengetriebenen Ansatz die Effektivität der Marketingausgaben erhöht und Unternehmen bei der Transformation ihre Geschäftsmodelle und Marken unterstützt. Zenith gehört zu Publicis Media, eine von vier Säulen der Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC40], mit Büros bei Publicis One. Als eines der weltweit größten Media-Netzwerke beschäftigt Zenith mehr als 5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 95 Ländern. Dank der Unterstützung der globalen Ressourcententren von Publicis Media bietet Zenith seinen Kunden umfassende Beratung bei der Kommunikationsplanung, Wertoptimierung, Medieneffizienz, Erstellung von Inhalten sowie bei Daten & Analysen. Zu den Kunden zählen einige der weltweit führenden Marken wie etwa Aviva, Coty, Kering, Lactalis, L'Oréal, LVMH, Nestlé, Nomad Foods, Oracle, RB, SCA, Sanofi, Toyota und 21st Century Fox.