

Die heutige Multiscreen- Welt



Wie das mobile Internet unser Leben verändert



ZAHLEN UND FAKTEN

Wonach Sie suchen und warum dies eine Rolle spielt

Warum wird diese Studie jetzt durchgeführt?

- Wir sehen alle, dass die Verwendung verschiedener internetfähiger Geräte in unserem Alltag immer stärker zunimmt und unser Leben beeinflusst.
- Um diese Veränderung besser begreifen zu können, hat Google drei globale Studien durchgeführt: „The Connected Consumer Study“, „Our Mobile Planet“ und „Mobile Purchase Journey“.

Warum sind diese Studien für Unternehmen von Bedeutung?

- 40 % der Deutschen verwenden ein Smartphone, 15 % verwenden ein Tablet. Da Nutzer überall auf das Internet zugreifen, bietet sich Unternehmen eine Chance, diese mit neuen Methoden anzusprechen.

Was war die größte Überraschung bei den Studienergebnissen?

- Im Durchschnitt verwenden Deutsche 2,2 internetfähige Geräte.
- Die Marktdurchdringung von Smartphones hat sich in den letzten zwei Jahren verdoppelt, die von Tablets hat sich im letzten Jahr verdreifacht.
- 64 % der Smartphone-Nutzer sind mit ihrem Mobiltelefon täglich online, 67 % gehen nie ohne ihr Mobiltelefon aus dem Haus und 38 % suchen mit ihrem Mobiltelefon täglich nach Informationen.

- 53 % verwenden ein Smartphone bei der Produktsuche oder für Käufe.
- Recherchen auf mobilen Endgeräten beeinflussen mobile und andere Käufe. Nachdem sich Nutzer auf Smartphones über Reisen informiert hatten, buchten z.B. 9 % eine Reise auf dem Smartphone, während 91 % dazu einen Computer, ein Tablet oder ein Reisebüro genutzt haben.

Was sagt uns das in erster Linie?

- Websites von Unternehmen müssen auf allen Geräten funktionieren. Andernfalls entgehen den Unternehmen potentielle Umsatzchancen.
- Werbetreibende müssen Anzeigen geräteübergreifend schalten und potenzielle Kunden je nach Kontext (Gerät, Zeit, Standort) ansprechen.

Was sollten Sie als Werbetreibender als Nächstes tun?

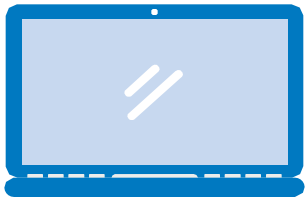
- Informieren Sie sich unter www.startmobile.de über Best Practices, mit denen Sie Ihre Website geräteübergreifend gestalten und verfügbar machen können.
- Verwenden Sie erweiterte AdWords-Kampagnen, um potenzielle Kunden genau im richtigen Moment und unabhängig vom verwendeten Gerät anzusprechen und das mit noch relevanteren Anzeigen: Weitere Informationen unter www.google.de/adwords/erweitertekampagnen.



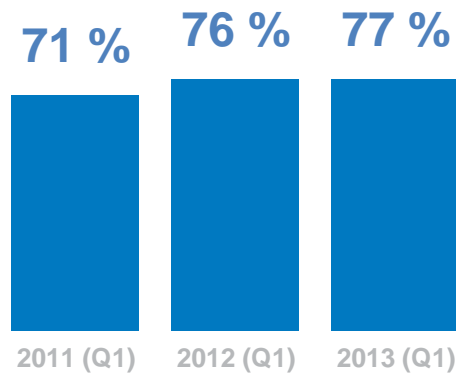
IMMER MEHR DEUTSCHE NUTZEN MEHRERE GERÄTE

2,2

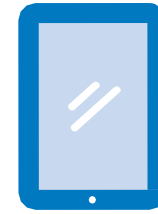
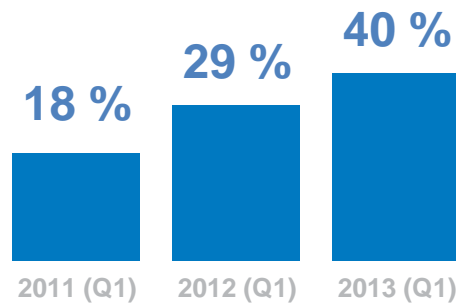
internetfähige Geräte werden in Deutschland durchschnittlich pro Person verwendet.



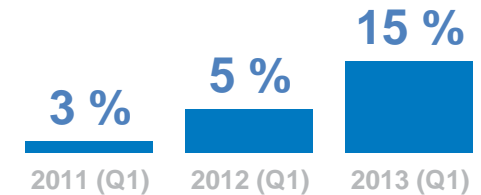
Nutzung von Computern



Nutzung von Smartphones

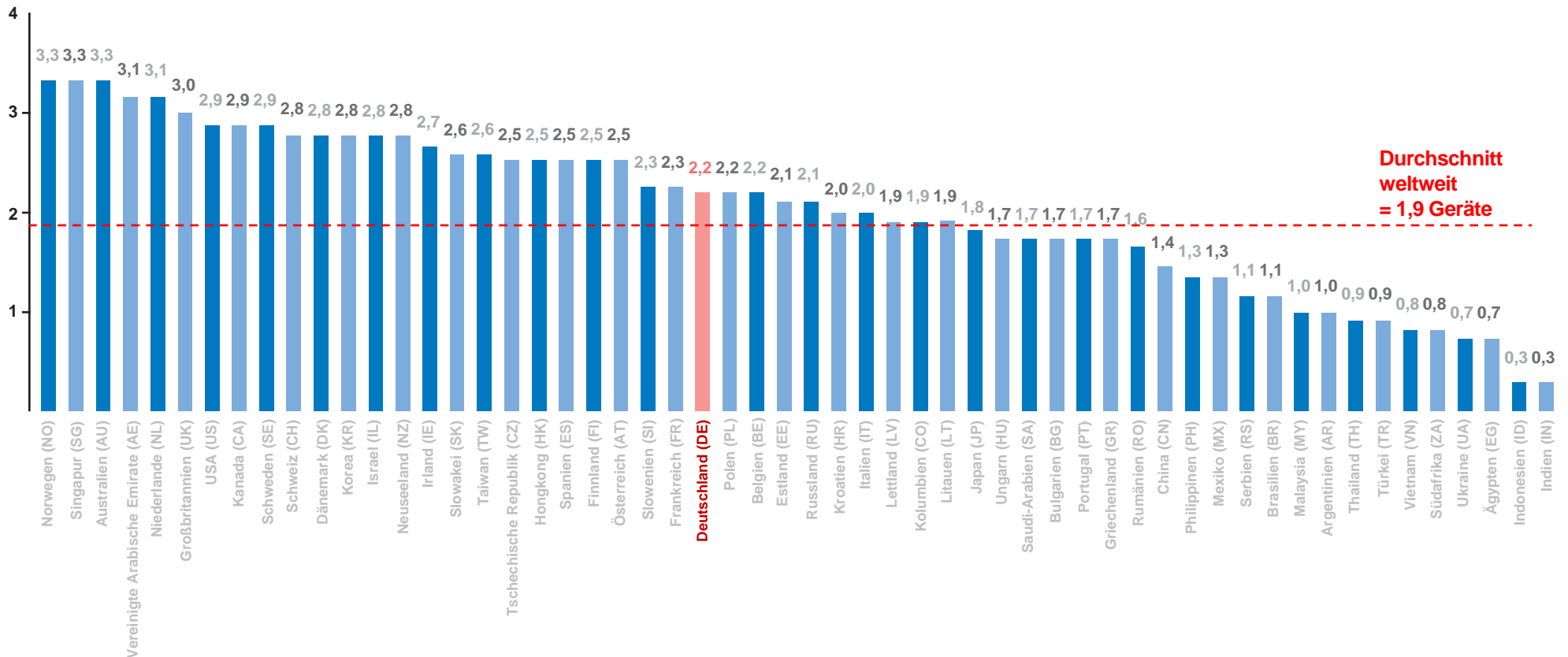


Nutzung von Tablets



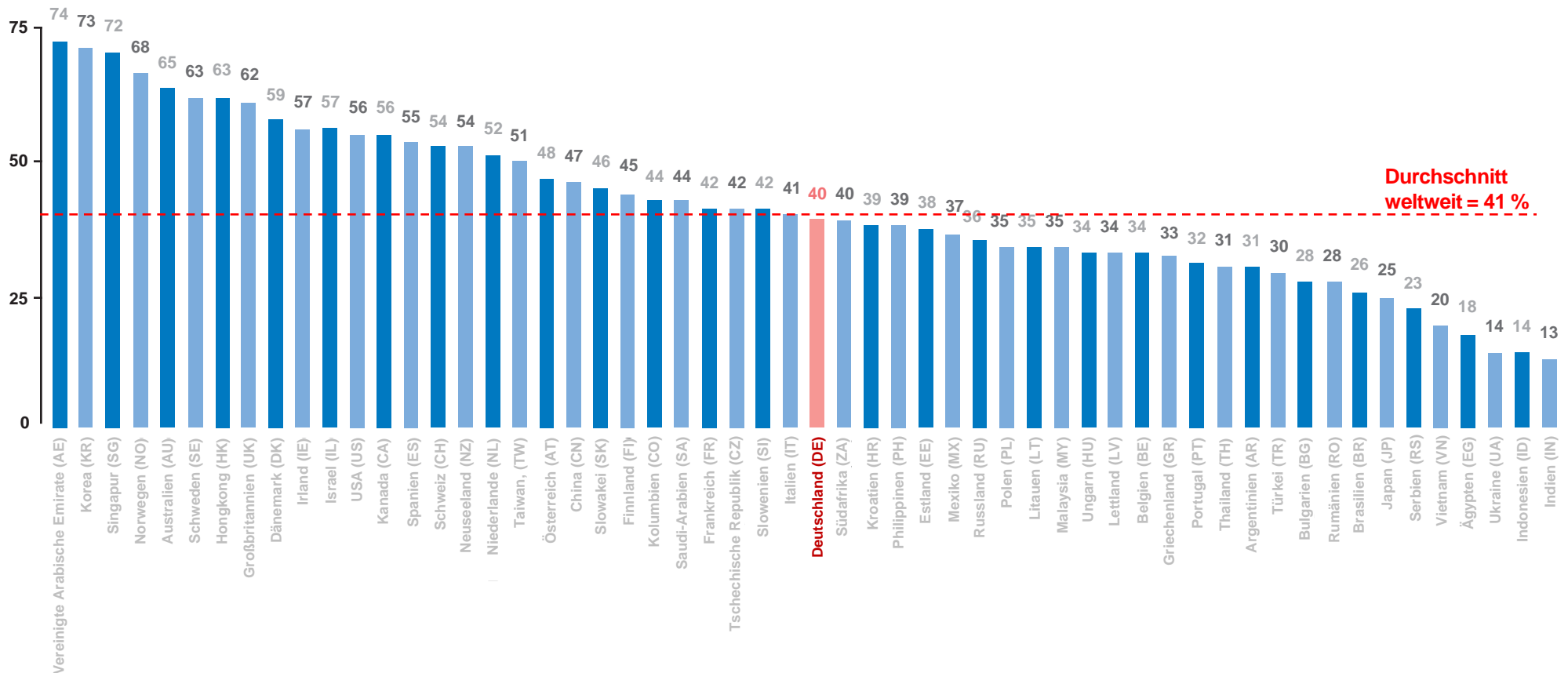
WELTWEIT WERDEN RUND ZWEI INTERNET-FÄHIGE GERÄTE PRO PERSON VERWENDET

Anzahl der internetfähigen Geräte



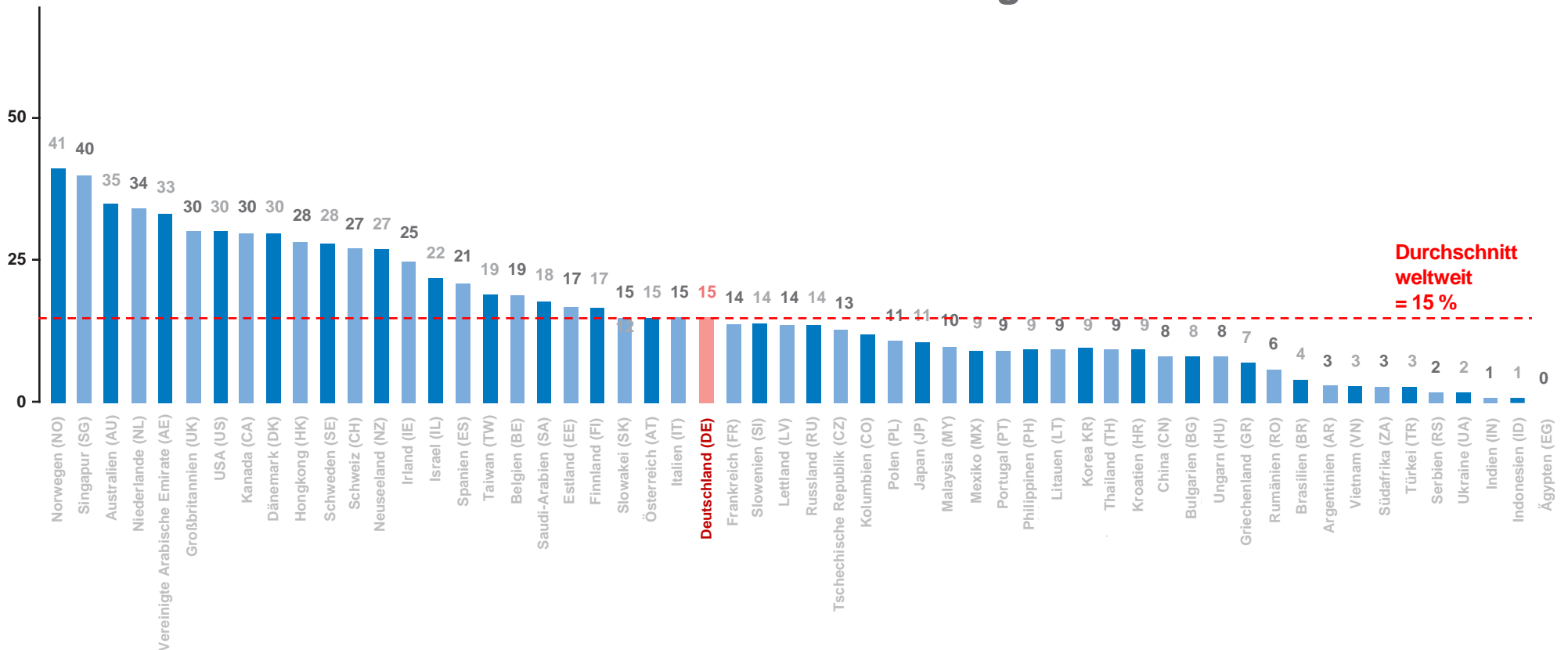
BALD BESITZEN DIE MEISTEN NUTZER EIN SMARTPHONE

% der Smartphone-Nutzung



TABLETS SETZEN SICH AUCH IMMER MEHR DURCH

% der Tablet-Nutzung



SMARTPHONES HABEN DAS NUTZERVERHALTEN VERÄNDERT



67 %

DER SMARTPHONE-NUTZER GEHEN NICHT OHNE IHR SMARTPHONE AUS DEM HAUS



64 %

SIND TÄGLICH MIT IHREM SMARTPHONE ONLINE



38 %

SUCHEN TÄGLICH MIT IHREM SMARTPHONE IM INTERNET NACH INFORMATIONEN



DAS HEISST ALSO: MOBILE WEBSITES SIND EIN ECHTES MUSS



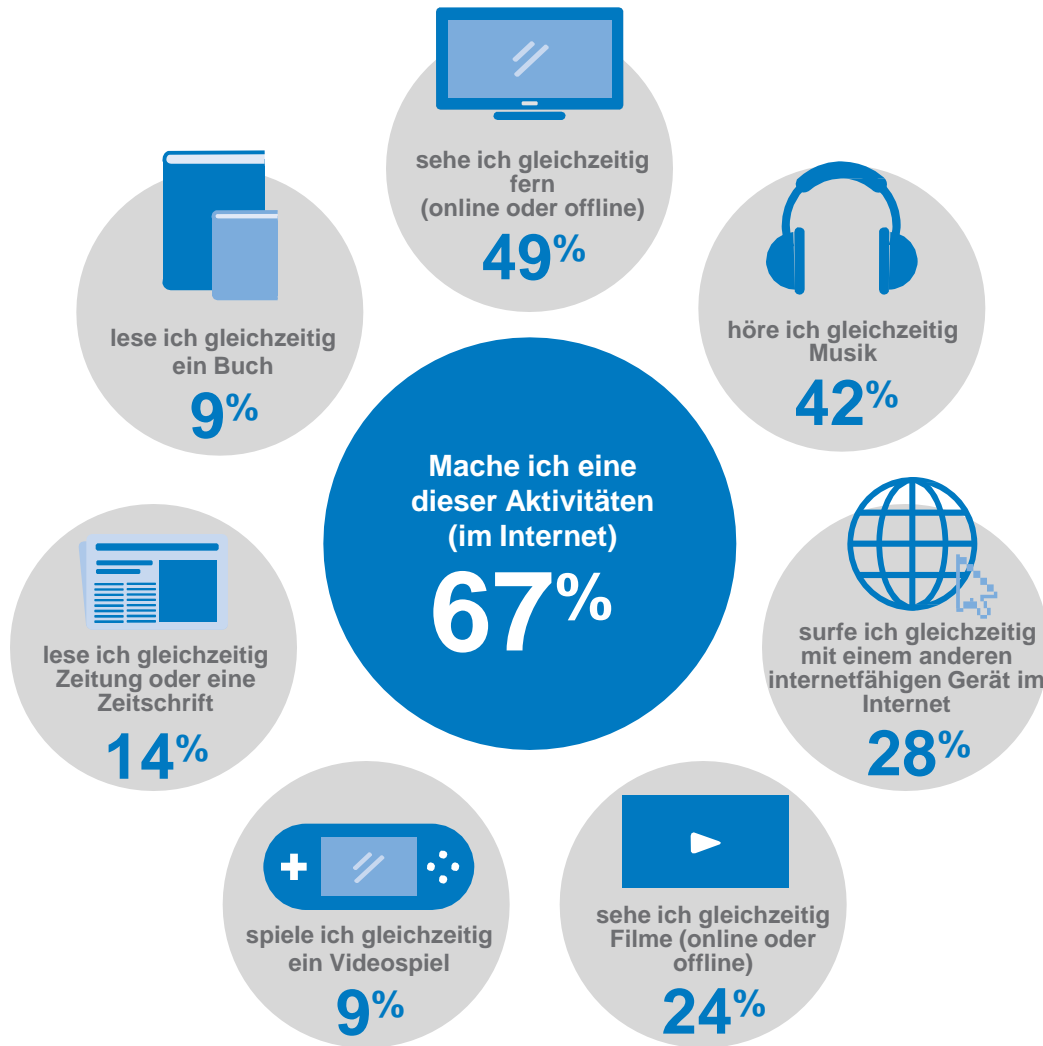
70 %

DER SMARTPHONE-NUTZER ERWARTEN, DASS WEBSITES AUF IHREM MOBILGERÄT GENAUSO GUT FUNKTIONIEREN WIE AUF IHREM DESKTOP-COMPUTER



SMARTPHONE-BESITZER SIND MULTITASKING-TALENTE

WENN ICH MEIN SMARTPHONE
VERWENDE...



MIT SMARTPHONES IST NOCH MEHR MÖGLICH...

81%



HABEN IM INTERNET GESURFT

76%



HABEN EIN FOTO ODER VIDEO AUFGENOMMEN

77%



HABEN EINE E-MAIL GESENDET ODER GELESEN

72%



HABEN EINE SUCHMASCHINE VERWENDET

73%



HABEN EINE ANWENDUNG (APP) GENUTZT

50%



HABEN NACH EINER ROUTE GESUCHT ODER EINE KARTE VERWENDET

62%



HABEN AUF EIN SOZIALES NETZWERK ZUGRIFFFEN

64%



HABEN EIN SPIEL GESPIELT

69%



HABEN MUSIK GEHÖRT



... EINSCHLIESSLICH DER RECHERCHE UND DER KÄUFE VON PRODUKTEN



53%

**DER SMARTPHONE-BESITZER
VERWENDEN IHR
SMARTPHONE, UM ZU
RECHERCHIEREN ODER
PRODUKTE ZU KAUFEN**



SMARTPHONE-BESITZER INFORMIEREN SICH ÜBERALL



Zu Hause

43%



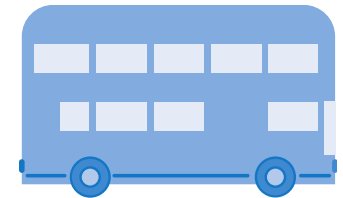
Unterwegs

34%



Im
Geschäft

17%



In öffentlichen
Verkehrsmitteln

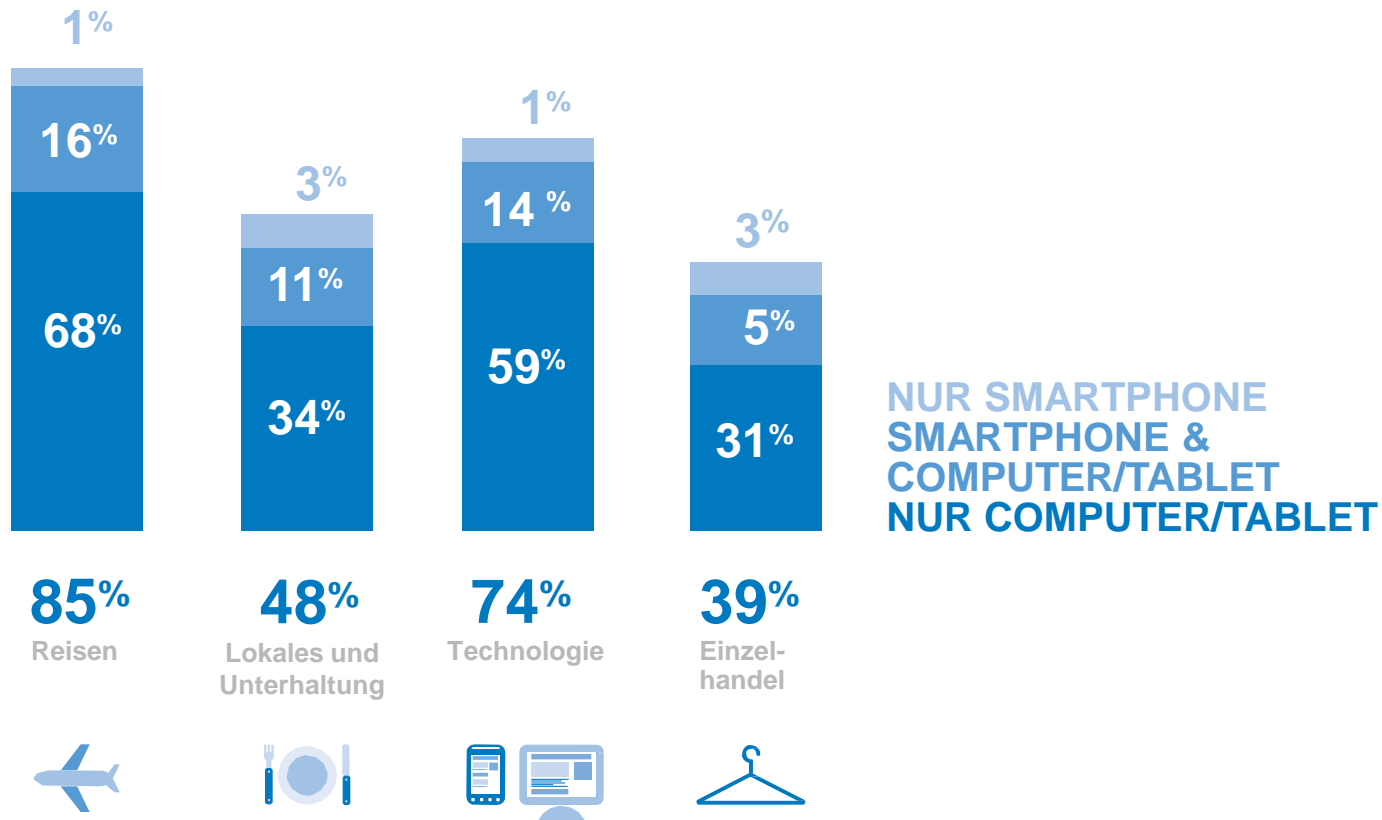
22%



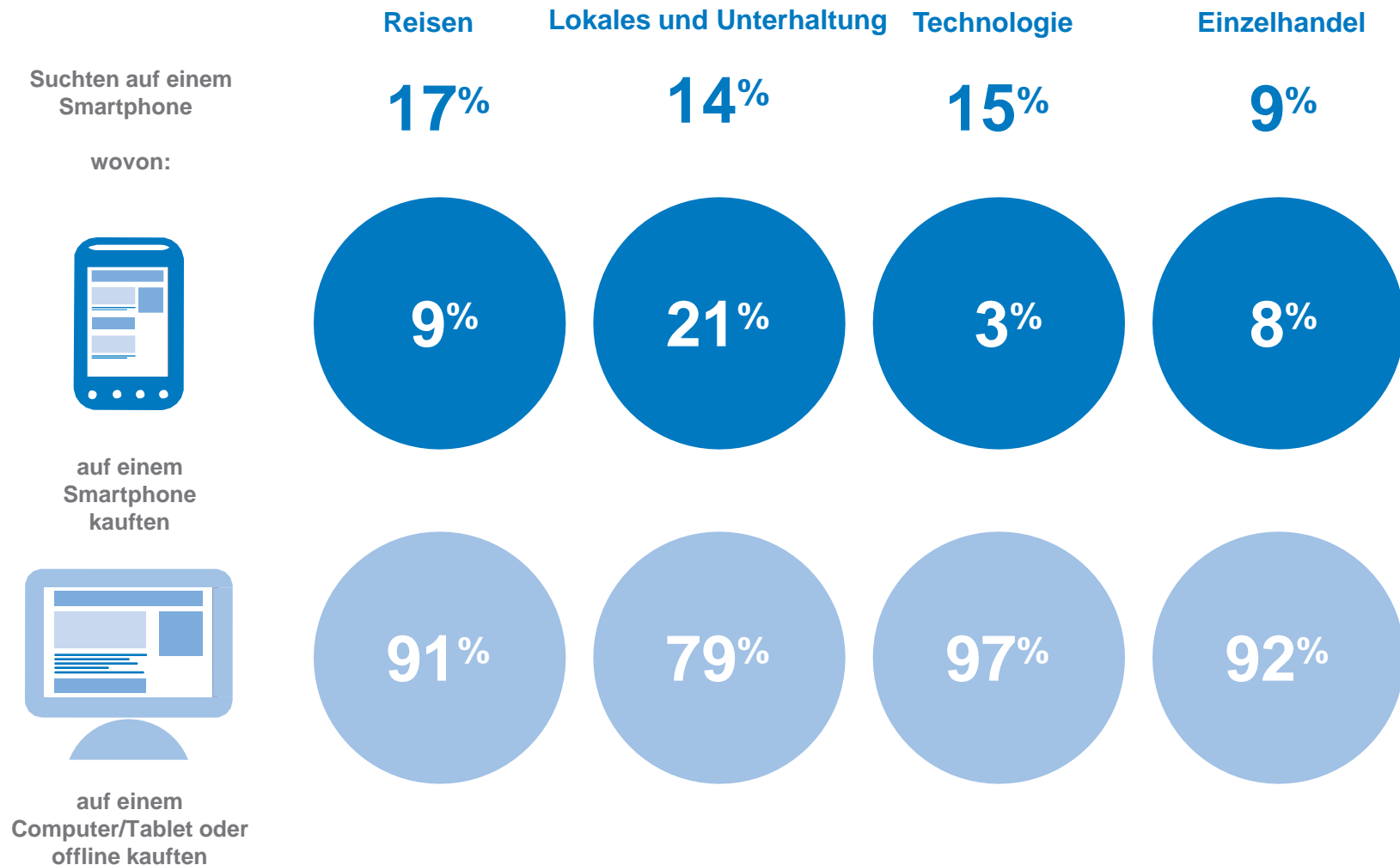
MOBILE RECHERCHEN VARIIEREN JE NACH TAGESZEIT



ONLINE-RECHERCHEN UNTERSCHIEDEN SICH JE NACH BRANCHE



NACH MOBILER INFORMATIONSSUCHE ERFOLGT DER KAUF MEIST AUF ANDEREN GERÄTEN



ZUSAMMENFASSUNG

Multiscreen ist allgegenwärtig

- Die Smartphone-Nutzung hat sich in Deutschland innerhalb der letzten zwei Jahre verdoppelt und die Tablet-Nutzung innerhalb eines Jahres verdreifacht. Die Smartphone-Nutzung liegt bei 40 %, die Tablet-Nutzung bei 15 % und die Desktop-PC-/Laptop-Nutzung bei 77 %.

Smartphones für Recherche und Käufe

- 53 % verwenden ihr Smartphone für Recherchen und Käufe.
- Zudem beeinflusst die mobile Informationssuche auch die Verkäufe auf anderen Geräten. Nachdem sich Nutzer auf Smartphones über Reisen informiert hatten, buchten 9 % eine Reise auf dem Smartphone, während 91 % dazu einen Desktop-Computer, ein Tablet oder ein Reisebüro nutzen.

Nutzer erwarten, dass Websites auf allen Geräten funktionieren

- 70% der Smartphone-Nutzer erwarten, dass Websites auf ihrem Smartphone genauso gut funktionieren wie auf ihrem Desktop-Computer.

Optimieren Sie Websites geräteübergreifend

- Die zunehmende Nutzung von mehreren Geräten bedeutet, dass eine geräteübergreifend positive Nutzererfahrung unverzichtbar ist.
- Gehen Sie auf www.startmobile.de, um sich über Best Practices zu informieren.

Der Kontext zählt

- Informationen über den Standort, die Tageszeit und das verwendete Gerät bieten Werbetreibenden neue Möglichkeiten, potenzielle Kunden noch zielgerichteter mit relevanten Werbebotschaften zu erreichen.

Anzeigen geräteübergreifend schalten

- Erweiterte AdWords-Kampagnen bieten Werbetreibenden eine einfache Möglichkeit auf allen Geräten präsent zu sein und ihre Kunden in relevanten Momenten anzusprechen.
- Gehen Sie auf www.google.de/adwords/erweitertekampagnen, um mehr über erweiterte Kampagnen zu erfahren.



ZUSAMMENFASSUNG DER STUDIENMETHODE

Connected Consumer Study:

Hintergrund: **Einblicke, inwiefern Nutzer verschiedene Geräte verwenden, um auf das Internet zuzugreifen**

Zeitraum: **Q1 2013**

Anzahl der Länder: **56**

Anzahl der Befragten: **mindestens 1.000 pro Land**

Basis: **Repräsentativ für die Gesamtbevölkerung der Länder (Erwachsene)**

Partner für die Studie: **TNS**

www.consumerbarometer.com

Our Mobile Planet:

Hintergrund: **Einblicke in das Verhalten von Smartphone-Nutzern**

Zeitraum: **Q1 2013**

Anzahl der Länder: **47**

Anzahl der Befragten: **mindestens 1.000 pro Land**

Basis: **repräsentativ für Smartphone-Nutzer (Erwachsene)**

Partner für die Studie: **Ipsos**

www.thinkwithgoogle.com/mobileplanet

Mobile Purchase Journey:

Hintergrund: **Einblicke, inwiefern Nutzer ihr Smartphone für Nachforschungen und Käufe neuer Produkte verwenden**

Zeitraum: **Q2 2013**

Anzahl der Länder: **37**

Anzahl der Befragten: **mindestens 2.000 pro Land**

Basis: **repräsentativ für Smartphone-Nutzer (Erwachsene)**

Partner für die Studie: **TNS**

