Interrogare Trendstudie 2012: Smartphones und Tablets dominieren die private Mediennutzung – Apps bevorzugt

Marktforscher untersuchen erstmals Verhalten von Multi-Device-Innovatoren / Nutzung von Tablet, Smartphone und klassischem PC

Die verstärkte Nutzung mobiler Endgeräte einhergehend mit einer deutlichen Etablierung der App-Nutzung teilt das Internet verstärkt in einzelne Zugriffswelten auf und treibt die digitale Fragmentierung weiter voran. Das ist ein Kernergebnis der Interrogare Trendstudie 2012 zur digitalen Mediennutzung im Zeitalter von Tablets, Smartphones und Apps, welche die Nutzungsvorlieben bei digitalen Vorreitern beleuchtet. Das Marktforschungsinstitut Interrogare befragte hierfür erstmals die schnell wachsende Gruppe der Multi-Device-Innovatoren, die sowohl über ein Tablet, Smartphone als auch einen klassischen PC verfügen. Detaillierte Studienergebnisse und resultierende Implikationen für die digitale Wirtschaft stehen als kostenfreier Download unter www.interrogare.de zur Verfügung.

Der Trend ist eindeutig: Tablets und Smartphones dominieren mit rund 70 Prozent Nutzungsanteil den privaten Gerätegebrauch und degradieren den Desktop-PC oder Laptop zum Arbeitsgerät. Während das Smartphone als digitale Kommunikationszentrale situationsbezogen über den gesamten Tag zum Einsatz kommt, entwickelt sich das Tablet zum bevorzugten privaten Unterhaltungs- und Internetmedium. „Multi-Device-Innovatoren greifen situativ beeinflusst und von Raum und Zeit endlich unabhängig über verschiedene Endgeräte auf präferierte Dienste und Inhalte zu. Diese Trendzielgruppe eröffnet der digitalen Wirtschaft neue Einblicke, um auf die kommenden digitalen Herausforderungen vorbereitet zu sein,“ so Daniel Rieber, Director Digital Research bei Interrogare und verantwortlich für die Studiendurchführung.

Das Tablet ist das favorisierte private Unterhaltungsinstrument

Bereits zwei Jahre nach der Einführung des iPads ist das Tablet bei den untersuchten Multi-Device-Innovatoren zum favorisierten privaten Unterhaltungsinstrument avanciert. Es rückt laut Befragungssteilnehmer „immer mehr in den Lebensmittelpunkt“ der Nutzer. Zu Hause wird das Tablet unter Multi-Device-Innovatoren am stärksten genutzt: 96 Prozent der Befragten nutzen es zum Surfen und Recherchieren, 93 Prozent für E-Mails lesen und schreiben, 87 Prozent für den Konsum digitaler Medienangebote, 82 Prozent für Videoclips und 75 Prozent zum online Einkaufen. Auch unterwegs dabei, löst es den Laptop als mobilen Computer ab und punktet als Statussymbol.

Das Smartphone als allgegenwärtige Kommunikationszentrale

An sein Smartphone ist der Besitzer besonders stark persönlich gebunden. Multi-Device-Innovatoren haben ihr Smartphone „immer und überall griffbereit dabei“. Es ist unverzichtbar in seiner Funktion als Chat- und Kommunikationszentrale, verbindet die private mit der beruflichen Welt und ist in allen Lebenslagen der „verlängerte digitale Arm“. Die durchschnittliche Nutzungszeit des Smartphones ist von allen Geräten die höchste und liegt bei 182 Minuten am Tag.

App-Nutzung übertrifft zunehmend die browserbasierte Internetnutzung

In der Internetnutzung kristallisieren sich zwei Verhaltensströmungen heraus: auf der einen Seite eine mobile, situationsgetriebene und appbasierte Nutzung mit dem Smartphone als Hauptvertreter, auf der anderen Seite ein auf größeren Screens stattfindender, umfassender Medienkonsum, der zunehmend auf das Tablet verlagert wird. Bei Smartphones und Tablets übertrifft die Nutzung von Apps für den Großteil der Anwendungszwecke die Browser-Nutzung. Dies gilt insbesondere für situationspezifische Dienste, wie beispielsweise die ortsbezogene Suche, mit 76 Prozent, aber auch bei der Kommunikation (60 Prozent), dem E-Commerce (56 Prozent) und der Nutzung von News-Diensten (48 Prozent). Browserbasierte Schwerpunkte, die über das Tablet oder Smartphone stattfinden, liegen auf ausführlichen Recherchen (42 Prozent) und der Nutzung von Lifestyle-Angeboten (41 Prozent).

Implikationen für die digitale Wirtschaft und die Marktforschung

Die fragmentierte Mediennutzung stellt die digitale Wirtschaft, insbesondere Medienhäuser, Werbetreibende und E-Commerce-Anbieter, vor neue Herausforderungen. Die Nutzung einzelner digitaler Produkte über den Browser ist durch Multi-Channel-Angebote abgelöst. Digitale Kampagnen finden verstärkt auf verschiedenen Medienplattformen statt. Durch die rasante Verbreitung neuer Endgeräte wird sich diese digitale Fragmentierung weiter beschleunigen. Die digitale Wirtschaft trägt dieser Entwicklung zunehmend Rechnung und erweitert ihre Produkt- und Medienpräsenz um mobile und appbasierte Angebote. „Um der veränderten Internetnutzung gerecht zu werden, besteht aus unserer Sicht konkreter Bedarf an medienübergreifenden Forschungsansätzen, um die jeweiligen präferierten Formate und Anwendungssituationen zu identifizieren und spezifische Effektivitätsnachweise für digitale Kampagnen zu erbringen,“ resümiert Peter Wiegelmann, CEO von Interrogare.

Zur Studie:

Für die Trendstudie untersuchten Medienforscher von Interrogare die digitale Mediennutzung von 321 Nutzern. Um diese für die Studienziele relevante Zielgruppe der Multi-Device-Innovatoren (überwiegend männlich, zwischen 30 und 49 Jahre alt und mit hohem Bildungs- und Einkommensniveau) zu erreichen, wurde im April 2012 eine Befragung im iPad-Panel von Axel Springer Media Impact durchgeführt. In der Interrogare Trendstudie wird erstmals das Verhalten von Multi-Device-Innovatoren, also von Personen, die sowohl ein Tablet, Smartphone, Desktop oder Laptop einsetzen, konzeptualisiert, um einen Ausblick auf das zukünftig zu erwartende Mediennutzungsverhalten zu geben.

Die Studienbroschüre steht zum kostenfreien Download bereit unter:

www.interrogare.de/Trendstudie2012

Hochauflösendes Bildmaterial erhalten Sie im Pressebereich der Interrogare Website:

www.interrogare.de/presse/downloadservice/

► Pressemitteilung

Bielefeld, 24.09.2012, Seite 3 von 3

INTERROGARE

Kontakt:

Daniel Rieber
Interrogare GmbH
Director Digital Research
Fon +49 (0)30 609 85 636
Fax +49 (0)521 2997 3460
daniel.rieber@interrogare.de

Ansprechpartner für die Presse:

Mirijam Handschack
Interrogare GmbH
Marketing und PR
Fon +49 (0)521 2997 394
Fax +49 (0)521 2997 3460
mirijam.handschack@interrogare.de

Über Interrogare:

Interrogare bietet Marktforschung auf höchstem methodischen und technischen Niveau. Sie erhalten von uns zuverlässige Insights, die Ihren Entscheidungen Sicherheit geben. Wissenschaftlich fundierte, innovative Methoden und konkrete Handlungsempfehlungen unterstützen Sie dabei, im Markt erfolgreich zu agieren.

Interrogare bietet Ihnen mit aktuell rund 40 festangestellten Spezialisten herausragende Expertise in den Bereichen Marketing und Digital Research sowie in der Umsetzung wissenschaftlich und technisch anspruchsvoller Studienkonzepte. Unser Ziel ist es, Sie mit hervorragenden Leistungen zu überzeugen. Wir haben höchste Ansprüche an Verlässlichkeit, Flexibilität, Qualität und Robustheit der Ergebnisse.