

## MEDIENMITTEILUNG

6. Juni 2011

### **Das mobile Internet erobert die Schweiz**

Das IAB Switzerland präsentiert Studie zur mobilen Internetnutzung

**Wollerau/Zürich.** Das Interactive Advertising Bureau (IAB Switzerland) liess im Frühjahr 2011 eine repräsentative Befragung zur mobilen Internetnutzung durchführen. Die Studie zeigt, dass das mobile Internet inzwischen im Alltag verankert ist. So verfügen drei Viertel der deutschsprachigen Bevölkerung über einen mobilen Internetzugang. Ein Drittel nennt sogar ein Smartphone sein eigen. Spannend sind auch die Erkenntnisse zur Nutzung von Apps: denn drei Viertel der Smartphone-Besitzer ziehen kostenlose Apps vor, die dafür Werbung anzeigen. Die Studie kann unter [roger.baur@iabschweiz.ch](mailto:roger.baur@iabschweiz.ch) bestellt werden.

Die hohe Mobilität der Schweizer, fördert und fordert eine ausgezeichnete Infrastruktur – Verkehrs- und Informationstechnisch. Und diese Infrastruktur wird auch ausgiebig genutzt. Denn längst wird unterwegs nicht mehr nur telefoniert, sondern auch gearbeitet, gelesen, gespielt und recherchiert. Viele Schweizer sind quasi «always online». Drei Viertel der Befragten verfügen über einen mobilen Internetzugang. Nur 6% haben gar kein mobiles Gerät. Noch kleiner ist der Anteil der Tablet-Nutzer. Erstaunlich hoch ist hingegen der Anteil an Laptop-Besitzern.

#### **Viel Business, wenig Apps**

Gerade bei den Smartphone-Besitzern überwiegen die geschäftlichen Zwecke. Wobei der Hauptverwendungszweck immer noch das Telefonieren ist. Apps werden zwar eingesetzt, doch kommen die meisten Befragten mit zehn oder weniger Apps aus. Allgemein gilt: Je mehr Funktionen ein Gerät hat, desto weniger begrenzt sich die Nutzung auf die Grundfunktion wie Telefonieren oder SMS. Bei herkömmlichen Handys mit Internetzugang hingegen, wird der Browser nur selten eingesetzt. Ganz klare Unterschiede gibt es bei der Zahlungsbereitschaft: Für Online Game-Apps wird am häufigsten Geld bezahlt. Alle anderen Apps liegen deutlich dahinter. Denn immerhin bevorzugen drei Viertel der Smartphone-User kostenlose Apps, welche über Werbung finanziert werden. Auch wenn viele der Ansicht sind, dass kostenpflichtige Apps über eine vergleichsweise bessere Qualität verfügen.

#### **Der Trend setzt sich fort**

Die Sättigungsgrenze scheint indessen noch lange nicht erreicht. Denn über ein Drittel der Befragten plant den Kauf eines Smartphones – 8% innerhalb der nächsten sechs Monate. Acht von zehn Befragten sind sogar überzeugt, dass der mobile Internetzugang in Zukunft ein unverzichtbarer Bestandteil des Lebens sein wird. Und die meisten glauben auch daran, dass dies den Alltag erheblich erleichtern wird.

#### **Mobile Task-Force ins Leben gerufen**

Gerade weil das mobile Internet so stark an Bedeutung gewonnen hat, soll die Studie des IAB nur ein erster Schritt sein. So wurde gleichzeitig eine «Mobile Task-Force» gegründet, die in Zukunft weitere Studien, Publikationen und Events erarbeiten soll. Ziel ist die Bereitstellung fundierter Informationen, Daten und Erkenntnisse zur mobilen Landschaft für Werbeauftraggeber, Agenturen und alle Marktteilnehmer. Geleitet wird die Gruppe von Philipp Scheidegger, Head of Advertising bei Swisscom.

#### **Bestellung/Weitere Informationen:**

Die Mobile Studie von IAB Switzerland kann unter [roger.baur@iabschweiz.ch](mailto:roger.baur@iabschweiz.ch) bestellt werden. Der Preis beträgt 350 CHF.

Zeichen inkl.: 3255

## **Über die Studie:**

Die aktuelle Mobile Studie von IAB Switzerland fokussierte auf die Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung der Schweiz im Alter von 15 bis 99 Jahren, die mehrmals pro Woche oder täglich im Internet sind; hochgerechnet entspricht dies 3.2 Mio. Personen (gemäss MA Strategy 2010). Die Online-Befragung wurde mittels eines vollstrukturierten Fragebogens nach einer E-Mail-Einladung durch das LINK Institut Zürich vom 24. März 2011 bis zum 7. April 2011 realisiert. Die Stichprobe umfasste 1'044 Befragte in der deutschsprachigen Schweiz (repräsentativ für den ENK Internet gemäss MA Strategy 2010). Der Vertrauensbereich liegt bei der Gesamtstichprobe bei maximal +/- 3.1%.

## **Über IAB Switzerland:**

Im Rahmen der Gründungsversammlung vom 1. Oktober 2009, an der die 11 Firmen admazing, Goldbach Audience, Microsoft Advertising, NetProfit, Plan.Net Suisse, PubliGroupe, Ringier, swissclick, Swisscom, Tamedia und Simsa vertreten waren, wurde der Verband IAB Switzerland gegründet. Dieser hat es sich zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Onlinewerbemarkt zu betreiben sowie professionelle Standards zu etablieren. Der Verband will fundiertes Online-Know-how vermitteln, die Planbarkeit von Onlinewerbung vereinfachen so wie auch rechtliche Grundlagen für den Onlinewerbemarkt schaffen. Dazu gibt verschiedene Arbeitsgruppen, welche in den Bereichen Ausbildung, Forschung, Standards, Events und Kommunikation, PR sowie Recht tätig sind.

## **Über IAB International:**

1996 wurde in den USA das Interactive Advertising Bureau (IAB) gegründet, um gemeinsam mit weltweiten Partnerorganisationen die wirtschaftlichen Interessen der Online-Branche zu stärken und die Weiterentwicklung des Online-Marketings zu fördern. Das IAB Europe wurde 1998 ins Leben gerufen und zählt mittlerweile 20 Mitgliederstaaten.

## **Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:**

Roger Baur  
Geschäftsführer IAB Schweiz  
Felsenstrasse 152 / Postfach 224  
8832 Wollerau  
+41 79 600 13 17  
[roger.baur@iabschweiz.ch](mailto:roger.baur@iabschweiz.ch)  
[www.iabswitzerland.ch](http://www.iabswitzerland.ch)