

EIAA Wireless User Report 2007

Kurzfassung

Mobile Internetnutzer (Wireless User)

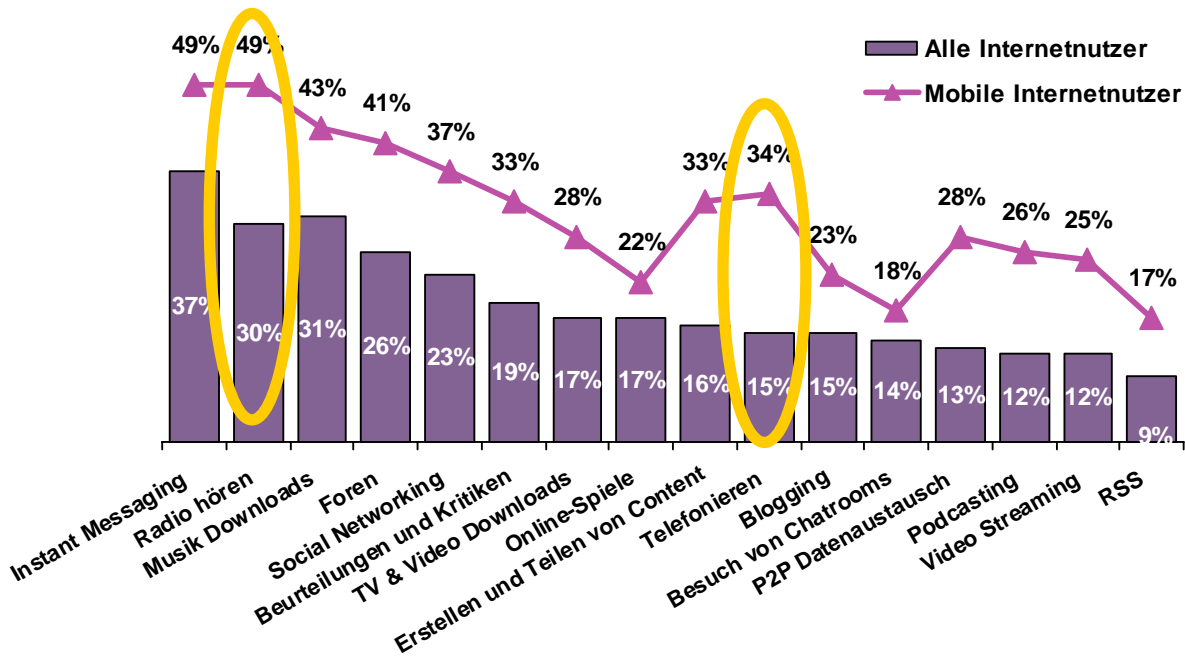
Der EIAA Wireless Users Report ist Bestandteil der fortlaufenden Studie Mediascope Europe. Die Mediascope Europe ist seit nunmehr vier Jahren eine der umfangreichsten Studien, die untersucht, wie Anwender Medien nutzen und wie sie die Inhalte, Kommunikationsmöglichkeiten und den Handel im Internet nutzen.

Zusammenfassung

Mobile Internetnutzer

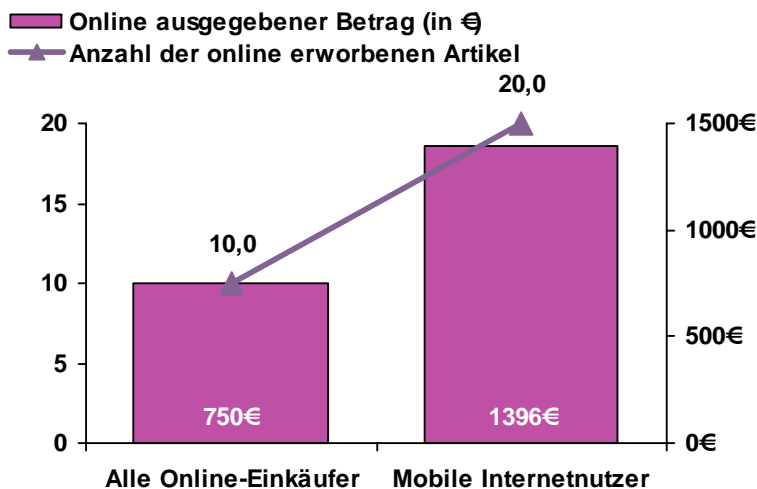
- Mobile Internetnutzer sind Internetnutzer, die regelmäßig unterwegs per PDA oder Laptop über einen WLAN-Standort auf das Internet zugreifen.
- Mobile Internetnutzer sind mehr als 17 Stunden oder 10 Prozent einer Woche online
- Mobile Internetnutzer sind viel häufiger geneigt an Online-Aktivitäten teilzunehmen:
 - 37 % der mobilen Internetnutzer in Europa besuchen regelmäßig Social Networking-Websites
 - Mehr als ein Drittel der mobilen Internetnutzer erstellen und veröffentlichen eigene Inhalte und/oder veröffentlichen Rezensionen und Bewertungen auf Websites.
 - Mobile Internetnutzer hören eher online Radio und telefonieren häufiger über das Internet als durchschnittliche Internetnutzer:

Anteil der Befragten, die entsprechende Online Angebote nutzen in %



- 48 Prozent der mobilen Internetnutzer verbringen aufgrund der Internetnutzung weniger Zeit mit Fernsehen
- Mobile Internetnutzer erledigen Einkäufe häufiger über das Internet:

Anzahl der innerhalb von sechs Monaten online erworbenen Artikel und des online ausgegebenen Betrages (in €)

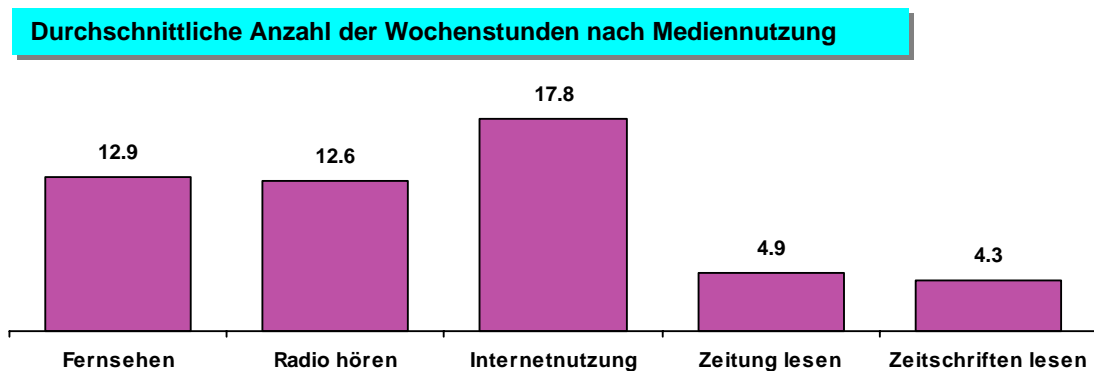


- Urlaube und Elektronikartikel sind bei mobilen Internetnutzern im Vergleich zu anderen Online-Einkäufern sehr beliebt. Mobile Internetnutzer sind souverän im Einkauf über das Netz.

- Mehr als 80 Prozent der mobilen Internetnutzer sind der Meinung, dass sie im Internet das finden, was sie suchen und genau dann, wenn sie es benötigen.

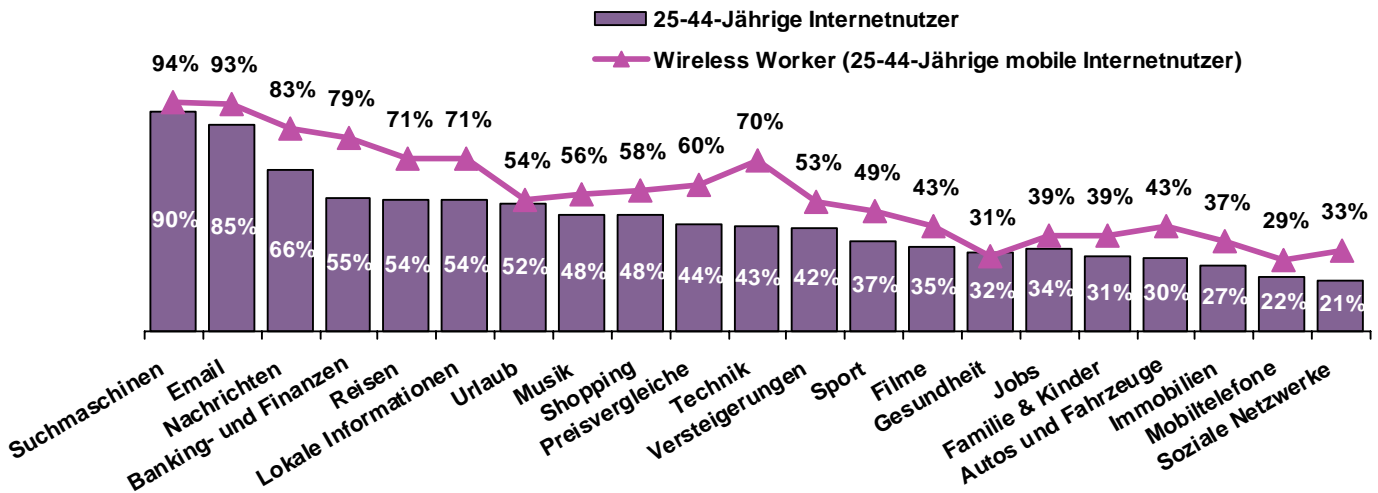
WIRELESS WORKER

- Wireless Worker sind berufstätige, mobile Anwender im Alter von 25 bis 44 Jahren, die regelmäßig von unterwegs per PDA oder Laptop über einen WLAN-Standort auf das Internet zugreifen.
- In der Altersgruppe der 25- bis 44-Jährigen sind zahlreiche Anwender, die das Internet stark nutzen und 5 Stunden mehr online (17,8 Stunden) verbringen als mit Fernsehen (12,9 Stunden), ihrem zweitliebsten Freizeitmedium:



- Die Studie verdeutlicht einen neuen „Wireless Workstyle“:
 - 83 Prozent dieser Gruppe nutzen regelmäßig Nachrichten-Websites (im Vergleich zu 66 Prozent der durchschnittlichen, gleichaltrigen Internetnutzer innerhalb Europas)
 - 79 Prozent nutzen Banking- und Finanz-Websites (im Vergleich zu 55 Prozent)
 - 70 Prozent nutzen Technologie-Websites (im Vergleich zu 43 Prozent)
 - Das Internet dient in dieser Gruppe darüber hinaus als Schlüsselmedium für Recherchen. 39 Prozent gaben an, dass sie Online-Stellenbörsen nutzen oder online nach Stellenangeboten suchen.

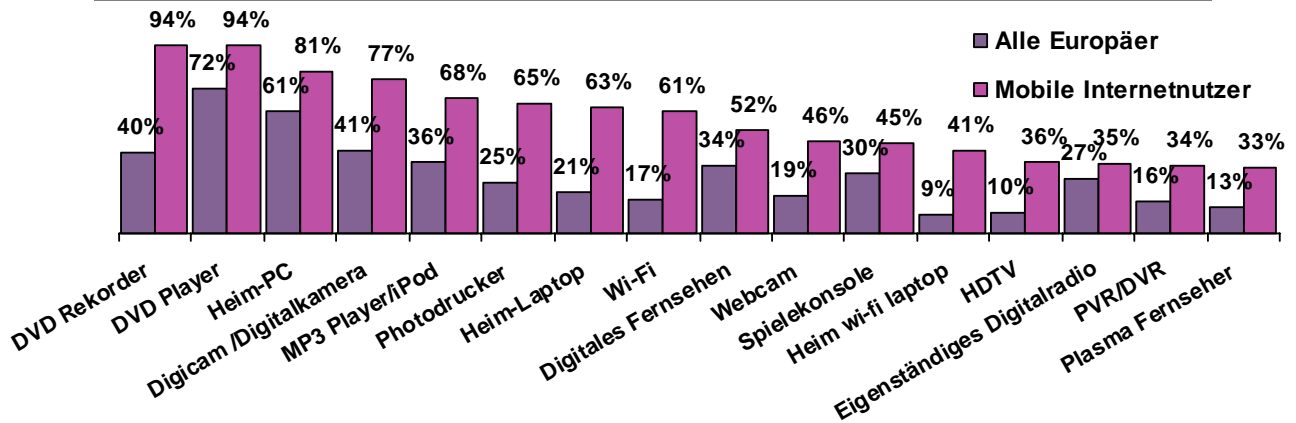
Anteil der Befragten, die entsprechende Webseiten besuchen in %



MOBILE INTERNETNUTZER – ZUGRIFF AUF TECHNOLOGIEN

- 94 % aller mobilen Internetnutzer, die von unterwegs über einen PDA oder ein Laptop über einen WLAN-Standort auf das Internet zugreifen, nutzen einen Breitbandanschluss als primären Internet-Zugang. Damit liegen sie deutlich über dem europäischen Durchschnitt mit 75 Prozent – ein Wachstum von 9 % seit 2005.
- Wireless User legen Wert auf modernste Technologien:
 - 94 Prozent besitzen einen DVD Rekorder in ihrem Haushalt
 - 81 Prozent haben einen PC
 - 68 Prozent besitzen einen MP3-Player oder iPod.
 - 61 Prozent verfügen zu Hause über einen WLAN-Zugang

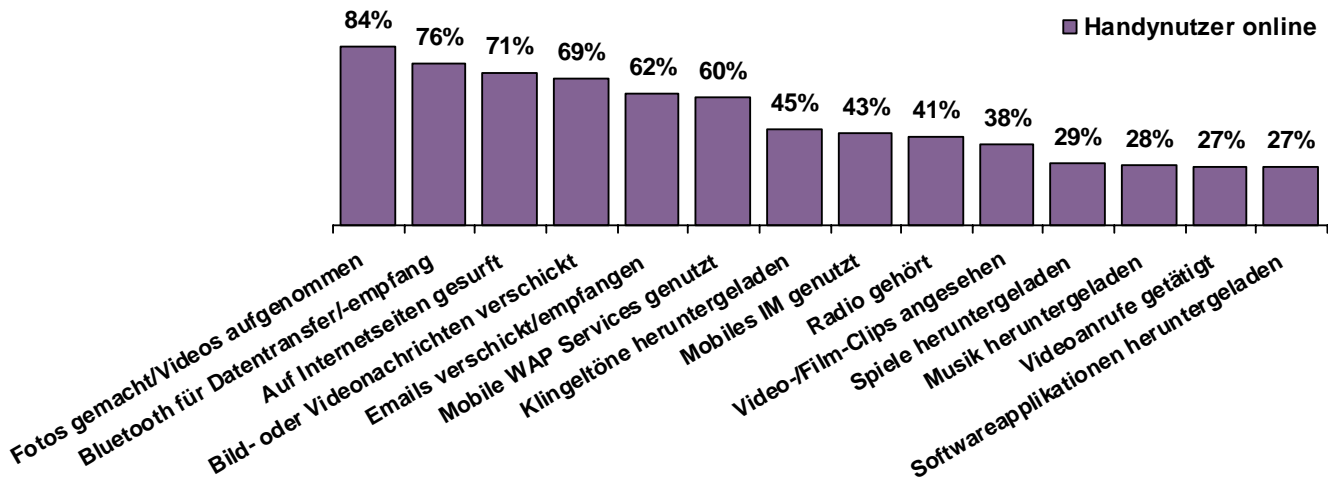
Anteil der Befragten, die in ihrem Haushalt Zugriff auf entsprechende Technologien haben in %



HANDY-NUTZER ONLINE

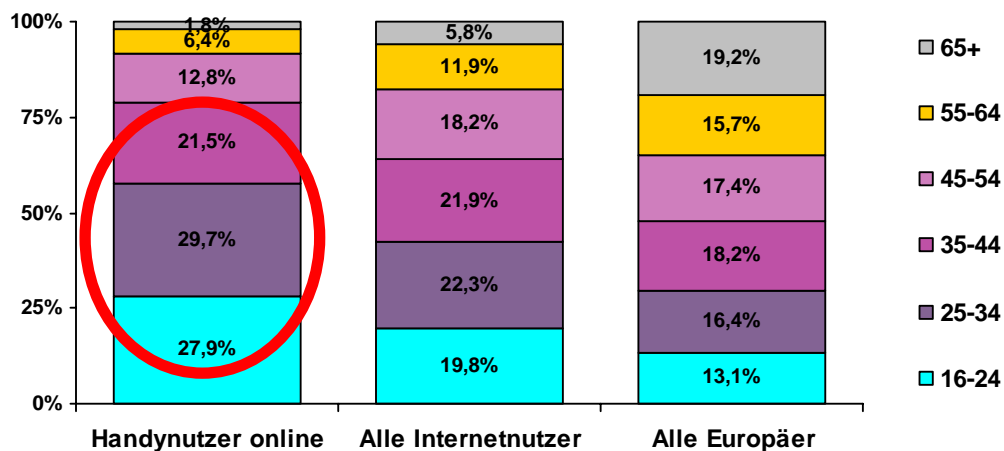
- Handynutzer online sind Handybesitzer, die ein Mobiltelefon besitzen und über dieses regelmäßig ins Internet gehen.
- Personen, die unterwegs über ein Mobiltelefon auf das Internet zugreifen, nutzen das Internet sehr häufig. Im Durchschnitt verbringt diese Gruppe mehr als 15 Stunden pro Woche online. Die durchschnittliche wöchentliche Online-Zeit aller Internetanwender liegt bei 11 Stunden.
 - 71 Prozent haben Websites im Internet über ihr Mobiltelefon abgerufen
 - 62 Prozent haben E-Mails über ihr Mobiltelefon versendet/empfangen
 - 43 Prozent haben mobiles Instant Messaging genutzt

Anteil der Handynutzer online, die entsprechende Tätigkeiten ausgeübt haben in %



- 79 Prozent dieser Anwendergruppe ist jünger als 45 Jahre (gegenüber 64 Prozent aller Internetnutzer):

Anteil der Altersgruppen in %



Methodik

Mit über 7.000 befragten Internetnutzern in ganz Europa gehört die **EIAA Mediascope Europe** zu den umfassendsten Umfragen, in denen Internetgewohnheiten von Konsumenten untersucht werden. Die Studie wurde von den Marktforschungsinstituten SPA und Synovate durchgeführt. Im Rahmen der Erhebung wurden mit jeweils 1.000 Personen in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien und Skandinavien sowie jeweils 500 Personen in Belgien und den Niederlanden computergestützte Telefoninterviews nach Zufallsauswahl (CATI) geführt. Die Interviews fanden im September 2006 statt.

Weitere Informationen finden Sie unter www.eiaa.net oder wenden Sie sich bitte an: info@eiaa.net

Über die European Interactive Advertising Association (EIAA)

Die EIAA (European Interactive Advertising Association) ist der Branchenverband pan-europäischer Online-Vermarkter. Das wichtigste Ziel der Organisation ist es, die Entwicklung des europäischen Online-Werbemarktes weiter voran zu treiben, indem die Bedeutung des Mediums Internet und die Wertschätzung für die Online-Werbung gefördert wird. So soll der Anteil der Online-Werbung am Gesamtwerbevolumen erhöht und die Rolle der Online-Werbung im traditionellen Mediageschäft gestärkt werden.

Die EIAA fokussiert sich auf hoch entwickelte Media-Research-Projekte über den gesamten europäischen Online-Markt, die Einführung branchenweit einheitlicher Arbeitsmethoden und die effektive Vermarktung des Mediums Internet. So veröffentlicht die EIAA jährlich die derzeit einzige gesamt-europäische Studie zur Entwicklung des Online-Mediums (EIAA Media Consumption Study).

Das Mitglieder-Netzwerk der EIAA erreicht nahezu 80 Prozent der Online-Zielgruppe in Europa. Die Mitglieder sind AD Europe, AdLINK Internet Media, AOL Europe, LYCOS Europe, Microsoft Digital Advertising Solutions, Tiscali, Yahoo! Europe und wunderLOOP. Vorsitzender der EIAA ist Michael Kleindl, Managing Partner von Valkiria Network.