

Mobiles Internet: Aktuelle Nutzerdaten, Trends und Perspektiven

11.09.2015, 08:23 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Nordlight Research GmbH*

Das mobile Internet hat sich fest im Alltag der Bundesbürger etabliert. Aktuell nutzen rund 28 Millionen Deutsche ab 16 Jahren das mobile Web täglich oder mehrmals wöchentlich, vorzugsweise per Smartphone. Eine rasante Entwicklung: 2010 lag die Zahl der "Heavy User" erst bei 4 Millionen.

Intensiv genutzt wird das mobile Internet auf dem Smartphone vor allem für das E-Mailing (61% der Nutzer), Suchmaschinen-Abfragen (60%), News-Empfang (51%) und für die Nutzung sozialer Netzwerke (48%) - allen voran Facebook. Mobile Banking (22%) und Mobile Shopping (11%) zählen derzeit noch zu seltener regelmäßig praktizierten Aktivitäten im mobilen Internet; ebenso das Internet-Radio-Hören (15%) und das Internet-Fernsehen (9%).

Dies sind Ergebnisse der aktuellen Trendstudie "Mobile Internetnutzung 2015" des Marktforschungsinstituts Nordlight Research in Zusammenarbeit mit dem Online-Befragungsdienstleister Webfrager. 1.000 Bundesbürger ab 16 Jahren wurden repräsentativ zu ihrem Nutzerverhalten im mobilen Internet befragt. Die Studie wird seit 2010 jährlich durchgeführt und liefert wichtige Daten und Trendinformationen zur Entwicklung der mobilen Internetnutzung in Deutschland.

Klassisches Internet verliert an Bedeutung

42 Prozent der mobilen User nutzen das mobile Internet mittlerweile ebenso häufig wie das stationäre Internet oder sogar bereits häufiger; 2014 lag dieser Anteil erst bei 31 Prozent. Zugleich wandelt die hohe Verbreitung mobiler Endgeräte das gesamte Internetverhalten. "Klassisches Surfen via Hyperlinks auf inhaltlich vernetzten Seiten wird im mobilen Internet deutlich seltener praktiziert als im stationären", sagt Rafael Jaron, Geschäftsführer beim Marktforscher Nordlight Research. Bodo Griehl, Senior Projektleiter beim Befragungsdienstleister Webfrager, ergänzt: "Gefördert wird diese Entwicklung durch die rasante Verbreitung von Apps mit sehr kompaktem Funktionsumfang."

Insgesamt geht der Trend im mobilen Internet zu impulshaft konsumierender Mediennutzung und überwiegend privater Unterhaltung über soziale Netzwerke.

Ambivalentes Verhältnis zu Facebook und zur Kommerzialisierung von Nutzerdaten

Viele Bürger nutzen das mobile Internet weitgehend sorglos und geben dabei zahlreiche Nutzerdaten preis, ohne dies überhaupt zu wissen. Dies lässt sich auch am Beispiel von Facebook zeigen, wo aktuell fast drei Viertel (72%) der mobilen Internetnutzer registriert sind: 90 Prozent der Facebook-User haben zwar mitbekommen, dass Facebook Anfang 2015 seine AGBs geändert hat. Zugleich wissen aber nur 17 Prozent um welche Änderungen es sich dabei genau handelt.

Klärt man die Nutzer darüber auf, lehnen diese einige der zentralen Änderungen mehrheitlich ab und zeigen sich sogar empört darüber: dies betrifft beispielsweise die Erfassung des Besuchs anderer Webseiten und darüber gesteuerte Werbeeinblendungen (Ablehnung: 85%), die werbliche Nutzung von Standortdaten (73%) oder den "Kaufen-Button" (72%).

Befragt, ob die AGB-Änderungen von Facebook konkrete Auswirkungen auf ihr künftiges Nutzerverhalten haben, gibt jeder zweite (informierte) mobile Facebook-Nutzer an, dies könne zu einem vorsichtigeren (35%) oder zu einem nur noch zuschauenden (16%) Nutzungsverhalten führen. Eine Kündigung ihres Accounts ziehen lediglich 7 Prozent in Betracht. 41 Prozent sagen hingegen, die AGB-Änderungen werde keinerlei Auswirkungen auf ihr künftiges Facebook-Verhalten haben. Überwiegend positiv wird aufgenommen, dass die Sichtbarkeit für andere Mitglieder auf Facebook nun besser steuerbar ist, und das Unternehmen zumindest etwas mehr Einblick in die aus den gesammelten Daten erstellten Anzeigenpräferenz-Profile gibt.

"Die Kritik an immer umfassenderen Datensammlungen im Internet bleibt bisher oft kurzfristiger emotionaler Natur und

im Alltag oft wenig verhaltenswirksam. Zugleich mehrt sich jedoch das Unbehagen und Misstrauen in der digitalen Kultur. Selbst über Jahre aufgebaute vertrauensvolle Kundenbindungen können so erodieren", so Jaron. Aktiv praktizierter und kommunizierter Datenschutz und der Verzicht auf intransparente Datensammlungen könnten daher einmal zu zentralen Markenzeichen von Unternehmen und Institutionen werden.

Mobile Werbung häufig unerwünscht

Deutlich ablehnender als stationäre Internetnutzer zeigen sich die mobilen Internetnutzer gegenüber Online-Werbung: zwei Drittel (65%) beurteilen Werbeeinblendungen auf ihrem Smartphone ausdrücklich negativ. Zwischen Frauen und Männern oder jüngeren und älteren mobilen Internetnutzern zeigen sich hier keine signifikanten Beurteilungsunterschiede. Zum Vergleich: nur knapp jeder zweite stationäre Internetnutzer (47%) beurteilt Werbeeinblendungen auf dem PC als grundsätzlich störend.

Genutzt wird das mobile Internet unterwegs auch gerne während des Einkaufs im stationären Handel, für Preisvergleiche mit dem Online-Handel. Aktuell haben dies 37 Prozent der Nutzer bereits praktiziert (2014: 34%). Insbesondere Bücher, DVDs, Urlaubeisen, Elektronikartikel und Mobilfunkverträge werden - sofern der stationäre Handel bei deutlichen Preisunterschieden kein Entgegenkommen zeigt - am Ende dann häufig im Internet gekauft. QR-Codes zum Abrufen von Produktinformationen hat jeder zweite mobile Internetnutzer (51%) bereits genutzt; zehn Prozent mehr als noch 2014 (41%).

Die komplette Studie "Mobile Internetnutzung 2015" mit vielen weiteren Ergebnissen zum aktuellen Nutzerverhalten und zu relevanten Trends und Perspektiven ist direkt über Nordlight Research beziehbar.

Pressecharts zur Studie sind abrufbar unter: <http://kurzlink.de/mobile-internet-2015>

Portrait

Die NORDLIGHT research GmbH ist ein unabhängiges Full-Service Marktforschungsinstitut. Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit liegt in der Durchführung kundenindividueller Forschungsprojekte in den Bereichen Kundenbeziehungsmanagement, Produktentwicklung, Marke und Kommunikation. Darüber hinaus veröffentlicht das Unternehmen regelmäßig Marktstudien in den Branchen Energie, ITK, Finanzdienstleistungen, Handel und Medien. Nordlight Research wurde 2007 von den erfahrenen Marktforschungsexperten Thomas Donath, Rafael Jaron und Dr. Torsten Melles gegründet. Der Firmensitz ist Hilden bei Düsseldorf.

News-ID: 869854 • Views: 674 (Stand: 09.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/869854/Mobiles-Internet-Aktuelle-Nutzerdaten-Trends-und-Perspektiven.html>