



Agentur Reuter

## Smartphones dominieren

zunehmend die Märkte und deren Traffic-Aufkommen. Die Ausgaben für Mobile Advertising überflügeln schon bald die für traditionelle Werbeformate.

Ein aktueller Report von Zenith beziffert den Anteil der mobilen Internetnutzung für 2017 mit 75 Prozent weltweit. Demnach übersteigen kommendes Jahr die Investitionen in Mobile Advertising erstmals die traditionellen Werbeformen wie Out-of-Home, Kinowerbung, Zeitschriften und Co.

### **Der Mobile Traffic in Deutschland beträgt 63 Prozent**

Die Media Agentur Zenith, Teil der Publicis Groupe, veranschaulicht in ihren Mobile Advertising Forecasts den kontinuierlichen Anstieg des mobilen Webkonsums. Die Grundlage des Reports bildet eine umfangreiche Analyse von 60 Märkten weltweit. Untersucht wurden neben der Nutzung des Internets auch die Werbeinvestitionen in diesem Sektor.

So werden dieses Jahr 68 Prozent des globalen Traffics von mobilen Geräten verursacht. Zenith prophezeit für kommendes Jahr 75 und 2018 79 Prozent.

Bei der Nutzung des mobilen Webs tut sich in Europa insbesondere Spanien hervor. 85 Prozent des Traffic-Aufkommens wird hier bereits mobilen Geräten zugeschrieben. In Deutschland stammt zurzeit 63 Prozent des Internetaufkommens von Mobile Devices.



Agentur Reuter

Seite 2

Der Treiber für diesen Anstieg in der Nutzung ist natürlich die zunehmende Verbreitung von mobilen Geräten. Waren es 2012 weltweit noch knapp ein Viertel der Bevölkerung, die ein Smartphone besaß, sind es heute bereits über die Hälfte (56 Prozent). Für 2018 sieht der Report eine Steigerung weltweit auf 63 Prozent voraus. Irland (92 Prozent), Singapur (91 Prozent) und Spanien (88 Prozent) weisen zurzeit die höchste Smartphone-Penetration auf.

Tablets hingegen finden in sehr unterschiedlicher Anzahl Verwendung. Jeweils zehn der Märkte fallen mit einer Penetrations-Rate von über 50 Prozent und wiederum unter 10 Prozent auf. Während in wie Singapur 75 Prozent der Menschen ein Tablet besitzen, sind es in China gerade einmal 3 Prozent.

Marketer verlagern das Budget von traditionellen Werbeformaten in Mobile Advertising. Der Anteil der digitalen Werbung beläuft sich laut Zenith in diesem Jahr auf 44 Prozent und wird im kommenden Jahr ein Wachstum auf 52 Prozent hinlegen. 2017 fließt mit 134 Milliarden US-Dollar damit mehr Budget in Mobile Advertising als in traditionelle Formate wie Außenwerbung und Zeitungen. Mobile Werbung wird 2018 mit 60 Prozent deutlich die gesamte Digitale Werbung dominieren. Reuters hebt in diesem Zusammenhang besonders die Investitionen der Marketer in Facebook, Snapchat und Google hervor.