

Weltweite Smartphone-Penetration steigt 2018 auf 66 Prozent

Düsseldorf, 16. Oktober 2017 – Im Jahr 2018 werden 66 Prozent der Menschen in 52 Schlüsselmärkten* ein Smartphone besitzen, gegenüber 63 Prozent im Jahr 2017 und 58 Prozent im Jahr 2016. Dies ist das Ergebnis der Zenith Mobile Advertising Forecasts 2017, die heute veröffentlicht wurden. Die rasche weltweite Ausweitung des Besitzes von Smartphones hat die Art und Weise, wie Werbekunden mit den Verbrauchern kommunizieren, verändert. Diese Entwicklung verlangsamt sich nun, da die Marktdurchdringung in den am weitesten entwickelten Märkten 80 bis 90 Prozent erreicht. Die Zahl der Smartphone-Besitzer wird im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr um 7 Prozent steigen, verglichen mit 10 Prozent Wachstum im Jahr 2017, 14 Prozent im Jahr 2016 und 21 Prozent im Jahr 2015.

Die Verbreitung von Smartphones und anderen mobilen Endgeräten erhöht die Zahl der Kontakte zwischen Marken und Verbrauchern, indem sie den Verbrauchern neue Möglichkeiten bietet, zu jeder Zeit und an jedem Ort der Welt Medieninhalte zu nutzen. Einige dieser Kontakte erfolgen in Form von kostenpflichtiger Werbung, aber mobile Technologien ermöglichen auch erweiterte Markenerfahrungen durch Branded Content und Social Media Engagement.

„In Deutschland wird die Smartphone-Verbreitung im kommenden Jahr bei 81 Prozent liegen“, so Dirk Lux, CEO Zenith. „In den werberelevanten Zielgruppen sprechen wir hier bereits von kompletter Flächendeckung.“ Die Lücke klafft dagegen in der Personengruppe 70+. Nur 17 Prozent der über 70-Jährigen nutzen überhaupt ein Mobiltelefon.“

Westeuropa und Asien-Pazifik sind weiterhin weltweit führend in Bezug auf Smartphone-Besitz. Wir gehen davon aus, dass es im Jahr 2018 fünf Märkte mit einer Smartphone-Penetration von über 90 Prozent geben wird: Niederlande (94 Prozent), Taiwan (93 Prozent), Hongkong (92 Prozent), Norwegen und Irland (jeweils 91 Prozent). 11 Märkte werden eine Marktdurchdringung zwischen 80 Prozent und 90 Prozent aufweisen, alle in

Westeuropa und Asien-Pazifik. Die einzige Ausnahme bildet Israel mit einer Marktdurchdringung von 86 Prozent.

Das Land mit der höchsten Zahl von Smartphone-Nutzern wird China mit 1,3 Milliarden Nutzern sein, gefolgt von Indien mit 530 Millionen Nutzern. Die USA werden mit 229 Millionen Nutzern an dritter Stelle stehen.

Verbreitung von Tablets stabilisiert sich bei etwa 20 Prozent.

Der Besitz von Tablet-PCs ist weit weniger verbreitet als der Besitz von Smartphones, zum einen, weil die Wahrscheinlichkeit einer gemeinsamen Nutzung in den Haushalten höher ist und zum anderen, weil die Verbraucher in einigen Märkten lieber größere Smartphones verwenden. In China haben sich Tablets überhaupt nicht durchgesetzt, wo wir die Marktdurchdringung in diesem Jahr nur auf 4,8 Prozent schätzen, verglichen mit 85,4 Prozent bei Smartphones. In Thailand nimmt die Penetration von Tablets sogar ab.

Die Verbreitung von Tablets ist in den 52 untersuchten Ländern sehr unterschiedlich; sie liegt in 12 Märkten bei über 50 Prozent und in sieben Ländern unter 10 Prozent. Tablets sind in den Niederlanden (74 Prozent), Australien (66 Prozent) und Irland (65 Prozent) am weitesten verbreitet. In Deutschland liegt die Verbreitung bei 46 Prozent. Sie wird bis 2019 auf 49 Prozent ansteigen.

Weltweit schätzen wir die Penetration der Tablets in diesem Jahr auf 18,7 Prozent, gegenüber 17,8 Prozent im Jahr 2016. Sie scheint sich bei etwa 20 Prozent zu stabilisieren: Wir prognostizieren eine Marktdurchdringung von 19,5 Prozent im Jahr 2018 und 20,1 Prozent im Jahr 2019.

Mobilgeräte machen kommendes Jahr 73 Prozent der Internetnutzung aus

Mobile Endgeräte (einschließlich Smartphones und Tablets) sind heute für die meisten Nutzer das wichtigste Mittel für den Internetzugang und werden im Jahr 2018 73 Prozent der Internetnutzung ausmachen, gegenüber 70 Prozent im Jahr 2017 und 65 Prozent im Jahr 2016. Die mobile Internetnutzung hat sich seit 2011 verdoppelt, wo sie 36 Prozent der gesamten Online-Nutzung ausmachte. Bis 2019 erwarten wir einen Anteil von 76 Prozent.

Die Märkte mit den höchsten Anteilen an der Internetnutzung durch mobile Endgeräte sind geografisch vielfältig. Spanien liegt an der Spitze, mit einem geschätzten Anteil von 81 Prozent der Internetnutzung durch mobile Geräte in diesem Jahr, gefolgt von Italien (78 Prozent), China und den USA (jeweils 77 Prozent) sowie Indien (73 Prozent).

Auch in Deutschland findet die Online-Nutzung überwiegend mobil statt (2017 zu 66 Prozent, 2018 zu 69 Prozent). „Wir sehen hier aber langsam eine Sättigung“, so Dirk Lux, „da nach wie vor Computer und Laptop während der Arbeit und für komplexere Tätigkeiten wie Urlaubsrecherche und Buchung verwendet werden. Unternehmen müssen sich heute sehr genau überlegen wie sie Mobile bestmöglich für die Zielgruppenansprache nutzen. Einfach nur hoffen, dass der richtige Anteil der Online-Videos mobil ausgespielt wird, reicht nicht.“

59 Prozent der Ausgaben für Internetwerbung werden 2018 mobil sein

Wie wir in unseren vierteljährlichen Werbeausgabenprognosen dokumentiert haben, haben die Ausgaben für Internet-Anzeigen, die auf mobile Anzeigen geschaltet werden, in diesem Jahr zum ersten Mal die Ausgaben für Desktop-Werbung überholt. Wir schätzen, dass 53 Prozent aller Investitionen in Online-Ads im Jahr 2017 in solche fließen werden, die auf mobilen Endgeräten zu sehen sein werden und prognostizieren einen Anstieg dieses Anteils auf 59 Prozent im Jahr 2018 und 62 Prozent im Jahr 2019. Im Jahr 2019 wird der Mobile Adspend insgesamt 156 Milliarden US-Dollar betragen und 26 Prozent der gesamten Werbeausgaben ausmachen.

„Für die meisten Verbraucher und Werbetreibenden ist das mobile Internet heute das normale Internet“, erläutert Jonathan Barnard, Head of Forecasting und Director of Global Intelligence bei Zenith. „Beim Besitz von mobilen Geräten beginnt in einigen Märkten eine Sättigung, aber es gibt noch viel Raum für weiteres Wachstum im Rest der Welt.“

*Die 52 Länder, die in diesem Bericht enthalten sind: Argentinien, Australien, Weißrussland, Belgien, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, China, Kanada, Kolumbien, Dänemark, Ecuador, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Hongkong, Indien, Irland, Israel, Italien, Japan, Lettland, Litauen, Malaysia, Mexiko, Niederlande, Neuseeland, Norwegen, Österreich, Pakistan, Peru, Philippinen, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Serbien, Singapur, Slowakei, Spanien, Südafrika, Südkorea, Schweden, Schweiz, Taiwan, Thailand, Tschechien, Ukraine, Ungarn, USA und das Vereinigte Königreich.

Kontakt für weitere Informationen:

Nicole Karepin

Director Communications

Tel: +49 211 17 540-9249

E-mail: nicole.karepin@zenithmedia.de

Über Zenith

Zenith ist die ROI Agency. Wir kombinieren Daten, Technologie und brillante Spezialisten, um neue Chancen zu erkunden, komplexe Herausforderungen zu lösen und das Business unserer Kunden wachsen zu lassen. Zenith ist Teil von Publicis Media, einem von vier Solution Hubs innerhalb der Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC40] und hat Büros innerhalb von Publicis One. Wir haben über 5.000 brillante Spezialisten in 90 Märkten. Wir sind Experten für Kommunikations- & Mediaplanung, Content, Performance-Marketing, Wertoptimierung und Data & Analytics. Zenith arbeitet mit einigen der weltweit führenden Marken wie Aviva, Coty, Essity, Kering, Lactalis, L'Oréal, Nestlé, Nomad Foods, Oracle, RB und 21st Century Fox zusammen.