

MINDMINUTES

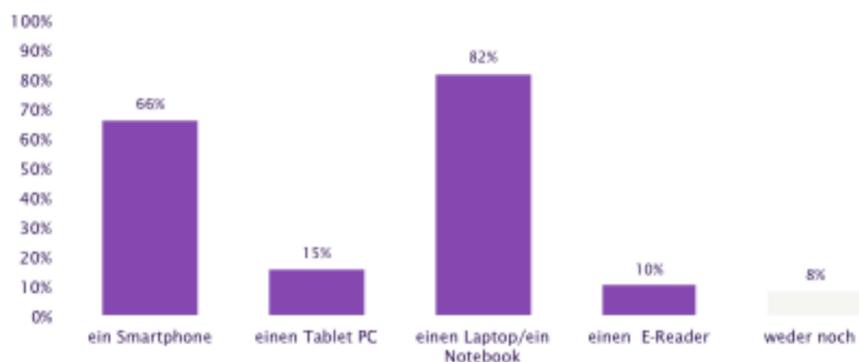
Devices machen dem Bewegtbild FüÙe

Veröffentlicht am: 8th August 2012 / Kategorie [News](#)

Endgeräte Besitz

Zwei Drittel besitzen ein Smartphone, 15% einen Tablet PC

Welches der folgenden mobilen Endgeräte besitzen Sie? Sie können auch mehrere Geräte auswählen



Quelle: Mindshare, 2012, 15.08.2012, 14.08.2012

MINDSHARE

Ist es tatsächlich so, dass werbetreibende Unternehmen an den Themen Video-Content und Bewegtbild-Spots im Web nicht mehr vorbeikommen? Mindshare wollte von usern wissen, ob und über welches mobile Endgerät sie online „fernsehen“.

Zwei Drittel der 15- bis 59-jährigen Befragten besitzen ein Smartphone und bereits 15 Prozent einen Tablet-PC. Auf Smartphone, Tablet sowie Laptop und Notebook werden am häufigsten das Wetter, soziale Netzwerke und Nachrichten zum tagesaktuellen Geschehen abgerufen. Bewegtbildangebote finden eher auf mobilen Endgeräten mit größeren Displays Anwendung. 51 Prozent der Smartphone Besitzer nutzen zumindest gelegentlich Mediatheken, 68 Prozent greifen über Tablet darauf zu, auf dem Laptop sind es bereits 69 Prozent. Jeweils 18 Prozent der Tablet- und Laptop/Notebook Besitzer geben an, häufig über das Endgerät Mediatheken zu besuchen.

Wenn über das Smartphone Videos aufgerufen werden, dann am ehesten in Form von Video-Plattformen. 57 Prozent greifen über ihr Smartphone zumindest gelegentlich auf das Angebot zu, jeder zehnte Smartphone Besitzer besucht die Plattformen häufiger. Bei den Nutzungsgründen von Videos auf mobilen Endgeräten ist das Smartphone besonders in Wartesituationen ein beliebter Begleiter (69 Prozent). Zu Hause auf der Couch wird bevorzugt zu Tablet (52 Prozent) und Laptop/Notebook (55 Prozent) gegriffen. Ebenso wird das Tablet von 48 Prozent gerne als Zeitvertreib auf Reisen mit Bus, Bahn oder Auto für Bewegtbilder genutzt. Damit bewährt sich das Tablet sowohl zu Hause als auch unterwegs. „Die Bewegtbildwerbung profitierte in den letzten Jahren am stärksten von der wachsenden Nachfrage nach aufmerksamkeitsstarken Werbeformen“, erklärt Helmut Prattes, Business Planning Director Mindshare und für die Studie verantwortlich die Entwicklung. „Die vielfältigen Gestaltungsformen, bewährt haben sich besonders Pre-Roll Ads, lassen die Übertragung komplexer Werbebotschaften zu. Die Vielfalt der Endgeräte und deren immer stärkere Nutzung tragen ihr Übriges zur Verbreitung bei.“

Momentaufnahmen neu 14-tägig mit Mindshare MindMinutes

Praktisch alle 14 Tage neu liefert die Momentaufnahmen-Studie MindMinutes Stimmungen und Zahlen für aufkommende Trends, die für die Mediaplanung von Bedeutung sind. Dafür werden 250 Österreicher im Alter von 15 - 59 Jahren online befragt.

FILTERS

> [News](#)

TEILEN



