

Adello

SCHWEIZER MOBILE NUTZUNGSSTUDIE 2019



Mobile ist die nutzungsstärkste Mediengattung der Schweiz

Ende 2018 hat der von NET-Metrix beglaubigte Mobile-Traffic in der Schweiz erstmals über 75 Prozent aller digitaler Webbesuche ausgemacht. Beim grössten Schweizer Publisher, 20 Minuten, beträgt der Desktop-Anteil nur noch 10 Prozent.

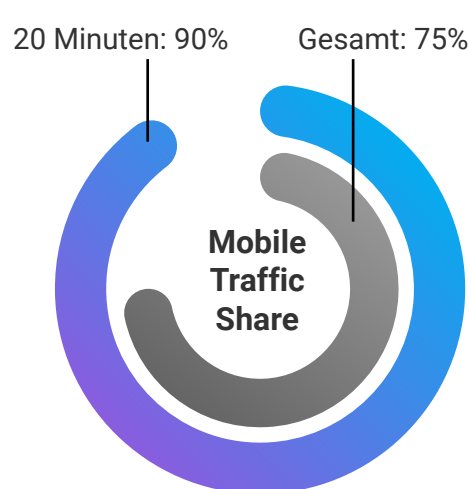


Abbildung 1: Mobile-Share am gesamten digitalen Traffic

Smartphones dominieren die Mobile-Nutzung

Über einen durchschnittlichen Tag generieren Smartphones gut vier Mal so viel Traffic wie Tablets. Drei von fünf in der Schweiz verwendeten Tablets sind iPads. Ihre Nutzung erfolgt primär zwischen 20 und 22 Uhr über private IP's innerhalb der eigenen vier Wände.

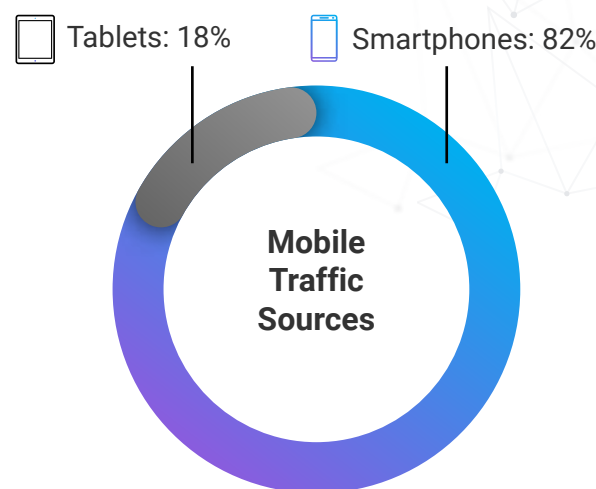


Abbildung 2: Traffic nach Geräteklassen

Die wichtigsten Smartphone-Produzenten

Apple dominiert weiterhin die Smartphone-Nutzung in der Schweiz. Der Kampf mit Samsung um Marktanteile hat sich deshalb aber nicht entschärft - dies gilt auch für Tablets.

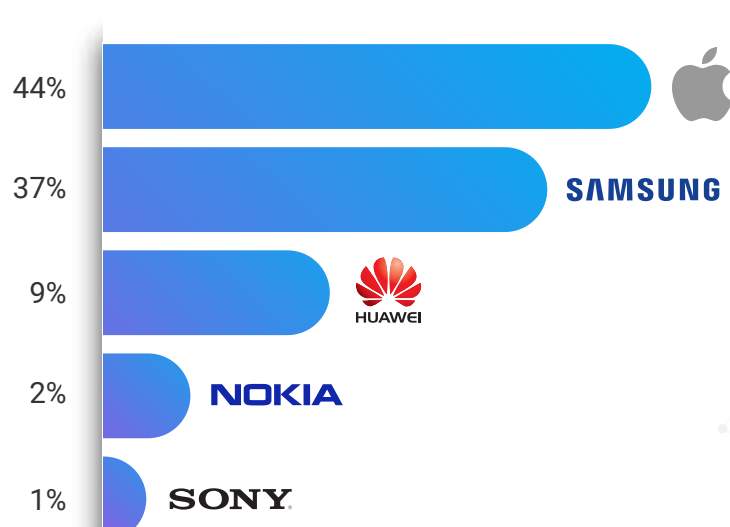


Abbildung 3: Smartphone-Verbreitungsraten nach Geräteherstellern

Die beliebtesten Smartphones

iPhone X und Galaxy S9 schaffen es beide nicht in die Top 5 der meistgenutzten Smartphones. Sie sind die neuesten, aber auch teuersten Geräte der Platzhirsche Apple und Samsung. Im Unterschied zu anderen technischen Devices werden Smartphones rasch durch neuere Geräte ersetzt. Der Median des Lebenszyklus liegt bei 2 Jahren.



Mobile Datenübertragung

Die mobile Internetnutzung erfolgt hauptsächlich über WLAN. Über 90 Prozent aller mobilen Daten werden mit höchster Bandbreite übertragen. 2020 wird die Einführung der fünften Generation des Mobilfunks erwartet, welche die Datendurchsatzrate des heutigen 4G-Standards nochmals verzehnfachen soll.

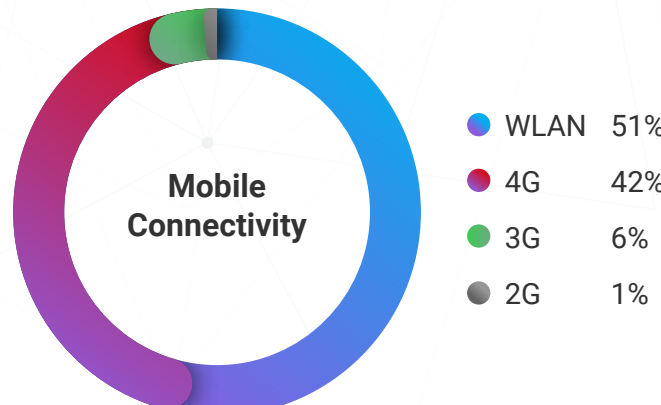


Abbildung 5: Traffic nach Datenübertragungstechnologie

Die wichtigsten mobilen Betriebssysteme

53 Prozent der aktiven Smartphones operieren auf Google Android. Diese sind aber nur für 37 Prozent des Traffics verantwortlich. Obwohl der Marktanteil von iOS nur bei 44 Prozent liegt, werden damit 59 Prozent des Traffics produziert. iPhones werden somit intensiver für das mobile Internet genutzt als Geräte anderer Hersteller. Windows Mobile und Blackberry generieren zusammen nur noch 3 Prozent des mobilen Traffics in der Schweiz. Damit sind sie praktisch aus dem Markt verschwunden.

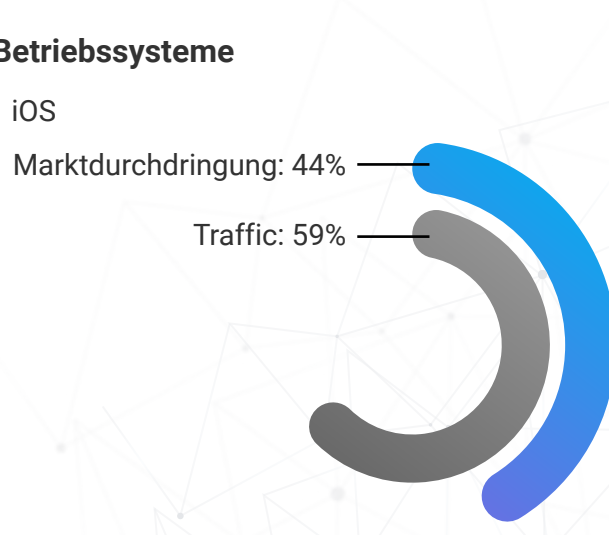
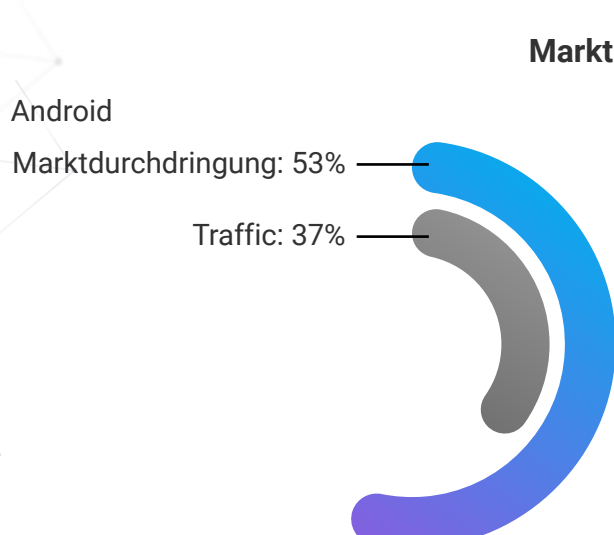


Abbildung 6: Marktpenetration und Internetnutzung mobiler OS

Mobile Werbung

Das in der Schweiz verfügbare mobile Werbeinventar konzentriert sich auf die drei Standardformate Interstitial, Rectangle und Banner. Diese unterscheiden sich nicht nur in der Verfügbarkeit, sondern auch nach Klickrate (CTR). Immer häufiger wird dieses Inventar mit animierten, interaktiven Creatives bespielt wie Swipe Cubes, Videostitials oder neu auch Hypercubes. Das restliche Inventar entstammt diversen, teilweise exotischen Formaten.

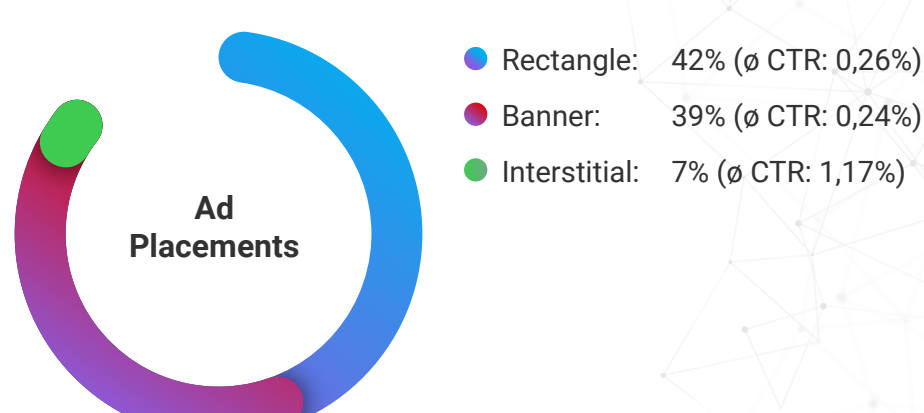


Abbildung 7: Verfügbares Inventar und durchschnittliche Click-through rates

Mobile Nutzung im Tagesverlauf

Die Nutzung von Smartphones und Tablets ändert sich über die Tageszeit stetig und folgt einem bestimmten Muster. Dasselbe gilt für die Wirkung von Werbung, sowie die Wahrscheinlichkeit, dass diese angeklickt wird.

Der grösste mobile Datenverkehr entsteht in den Rush Hours in den Morgenstunden, während der Mittagspause und am ausgeprägtesten am späteren Abend. Die Effizienz von Werbekampagnen nimmt im Verlauf des Tages tendenziell ab.

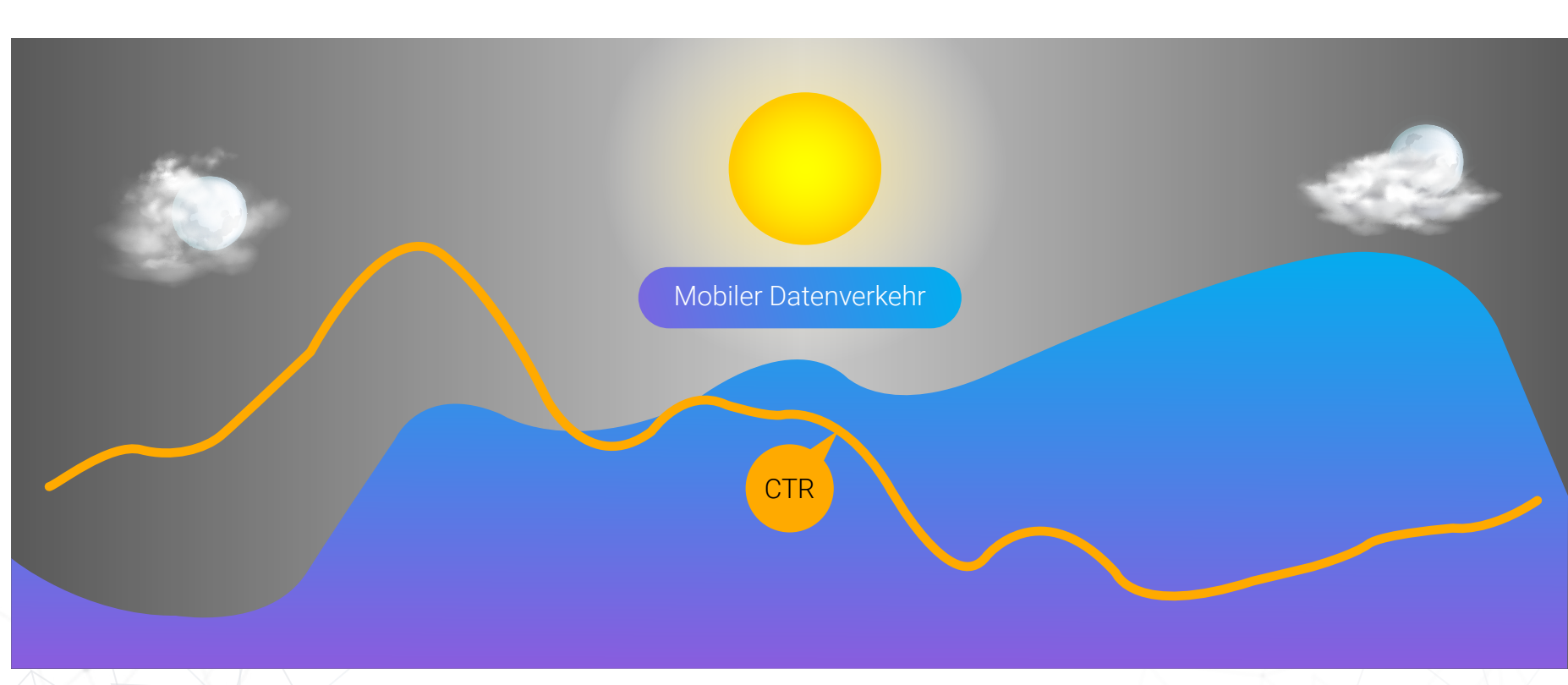


Abbildung 8: Entwicklung des mobilen Datenverkehrs (Fläche) und der Click-through rates mobiler Werbekampagnen (gelbe Linie) über 24 Stunden

Do you speak mobile?

Die Spracheinstellungen in der Schweiz genutzter Mobile Devices geben die vier offiziellen Landessprachen nicht wieder. Rätoromanisch fehlt, während Englisch fast drei Mal mehr Reichweite erzielt als Italienisch.

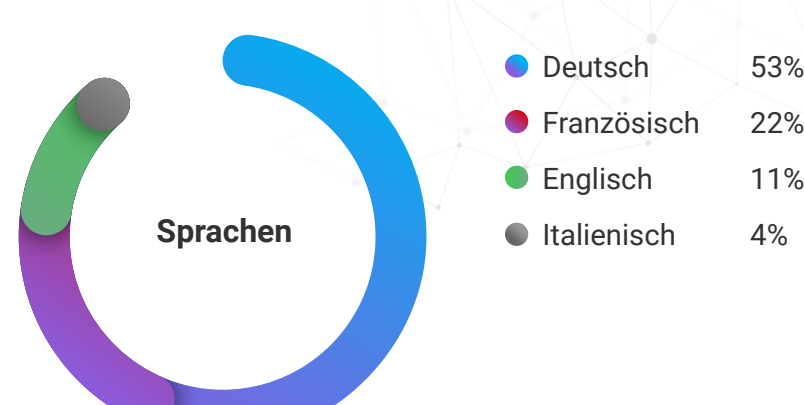


Abbildung 9: Traffic nach Gerätespracheinstellung