

## Mobile Internetnutzung überflügelt stationäre Nutzung

von **Wolfgang Flieger** am **27. September 2018**

*Die mobile Internetnutzung hat die stationäre Nutzung inzwischen deutlich überflügelt. Nach dem Nielsen Digital Content Measurement für Juni 2018 haben die insgesamt knapp 41 Mio. Personen in Deutschland, die im Untersuchungsmonat das mobile Internet über Smartphones oder Tablets genutzt haben, im Durchschnitt täglich 2 Std. 42 Min. im Internet verbracht.*

## Mobile Internetnutzung ist beliebter als stationäre Nutzung

Die 57 Mio. Personen, die mit stationären Geräten im Internet waren, haben dagegen lediglich 38 Minuten im Netz zugebracht. Die mobile Nutzungsdauer übersteigt die stationäre Nutzung damit fast um das Vierfache. Durchschnittlich 31 stationäre Nutzungen im Juni stehen dabei 202 mobilen Internet-Sessions gegenüber. Das Nielsen Online-Panel umfasst für die stationäre Nutzung knapp 20.000 Personen, für die mobile Nutzung 6.000 Personen.

### Google meistgenutztes mobiles Angebot, Whatsapp mit der höchsten Nutzungsdauer

Die TOP 5 Angebote im mobilen Internet waren im Juni 2018 in dieser Reihenfolge Google, Facebook, Whatsapp, Youtube und Amazon. Auf Rang 10 folgt mit Gruner+Jahr Publishing Network (u.a. stern.de und spiegel.de) das erfolgreichste deutsche Angebot mit 14,3 Mio. Unique Usern. Extrem unterschiedlich ist die Nutzungsdauer der Angebote: Während die knapp 40 Mio. mobilen Google-Nutzer im Untersuchungsmonat durchschnittlich 8 Std. 46 Min. auf der Suchmaschine verbracht haben, waren es bei den Whatsapp-Nutzern 13 Std. 26 Minuten, auf den Angeboten von Gruner+Jahr dagegen nur knapp 12 Minuten. Fast die Hälfte der gesamten mobilen Internetnutzungsdauer (49 %) entfallen auf die TOP 5 Angebote.

### Unterhaltungs- und Kommunikationsangebote dominieren

Fast drei Viertel der mobilen Internetnutzung entfallen auf die Angebotskategorien „Entertainment“ (33%), „Communication“ (22%) und „Search Engines, Portals & Social Networking“ (17%). Ausschlaggebend dafür ist die intensive mobile Nutzung von Videos, Gaming-Angeboten und sozialen Netzwerken. Weit hinter diesen Angeboten liegen die Kategorien „Commerce & Shopping“ (4,6%), „News & Information“ (3,2%) und Family & Lifestyle (2,6%).

### Private und öffentlich-rechtliche Angebote in der mobilen Nutzung gleichauf

In der mobilen Nutzung von Angeboten von Rundfunkanbietern liegen im Juni 2018 die Angebote des RTL-Networks deutlich an erster Stelle. Sie erreichen eine Reichweite von 9,1 Mio. Unique Usern. Das ZDF nimmt in diesem Ranking Platz zwei ein mit einer Reichweite von 3,7 Mio. Unique Usern, gefolgt von WDR (2,7 Mio.), Sky (2,5 Mio.) und Das Erste.de (1,6 Mio.). Das RTL-Network weist bei der Nutzung über stationäre Geräte wesentlich geringere Reichweiten auf als über mobile. Auch bei Sky überwiegt die mobile Nutzung, während das ZDF etwas häufiger stationär als mobil genutzt wird.

### Spotify klarer Marktführer bei mobiler Musikknutzung

Auf dem mobilen Musikmarkt ist Spotify mit einer Reichweite von 5,2 Mio. Unique Usern im Juni 2018 klarer

Marktführer vor Shazam (3,7 Mio.), SoundCloud (2,1 Mio.) und Deezer (1,2 Mio.). Bei all diesen Angeboten liegt die mobile Nutzung klar vor der stationären Nutzung. Besonders extrem ist der Unterschied bei Shazam. Während das Angebot stationär von lediglich etwa 100.000 Personen im Juni genutzt wurde, lag die mobile Nutzung im gleichen Zeitraum bei 3,6 Mio. Unique Usern.

## **Facebook mit doppelt so vielen mobilen Nutzern wie Instagram**

Facebook ist auch mobil das meistgenutzte Soziale Netzwerk in Deutschland. Über 80 Prozent der mobilen Internetnutzer (33,3 Mio. Personen) waren im Juni 2018 auf Facebook. Instagram kam im gleichen Zeitraum auf 16,1 Mio. Unique User. Auf den weiteren Rängen folgen Pinterest (8,1 Mio.), Snapchat (6,5 Mio.), LinkedIn (6,0 Mio.) und Twitter (5,8 Mio.). Auch bei der monatlichen Nutzungszeit liegt Facebook weit vor den anderen Netzwerken. Während Facebook im Juni durchschnittlich 8 Stunden genutzt wurde, sind es bei Instagram 3 Stunden, bei Pinterest eine Stunde neun Minuten, bei Snapchat vier Stunden vier Minuten, bei LinkedIn nur knapp 10 Minuten und bei Twitter eine Stunde 45 Minuten.

Soziale Netzwerke werden überwiegend mobil genutzt. Für Snapchat spielt die stationäre Nutzung überhaupt keine Rolle, bei Facebook und Pinterest liegt sie etwa bei der Hälfte der mobilen Nutzung. Die mobile Reichweite von Instagram ist rund fünfmal so hoch wie die stationäre.

## **Frauen nutzen das mobile Internet mehr als Männer**

Betrachtet man die durchschnittliche Verweildauer nach Geschlecht, zeigt sich, dass weibliche Nutzer im Juni etwa 10 Minuten länger pro Tag auf mobilen Endgeräten im Internet waren als Männer. Bei der stationären Internetnutzung ist dieses Verhältnis umgekehrt.