

MOBILE 360° STUDIE

Smartphone-Nutzung in Deutschland
Ergebnisse der Befragung 2021

Ein Überblick der **Studieninhalte**

Key Facts & Studiensteckbrief

Stichprobenzusammensetzung

Ergebnisse

Smartphone-Nutzung

Social Media & Messenger

Relevanz des Smartphones

Sehnsucht & Entschleunigung

Mobile Fitness

Voice & Smart Speaker

Zusammenfassung

Fazit

Methode und Studiensteckbrief

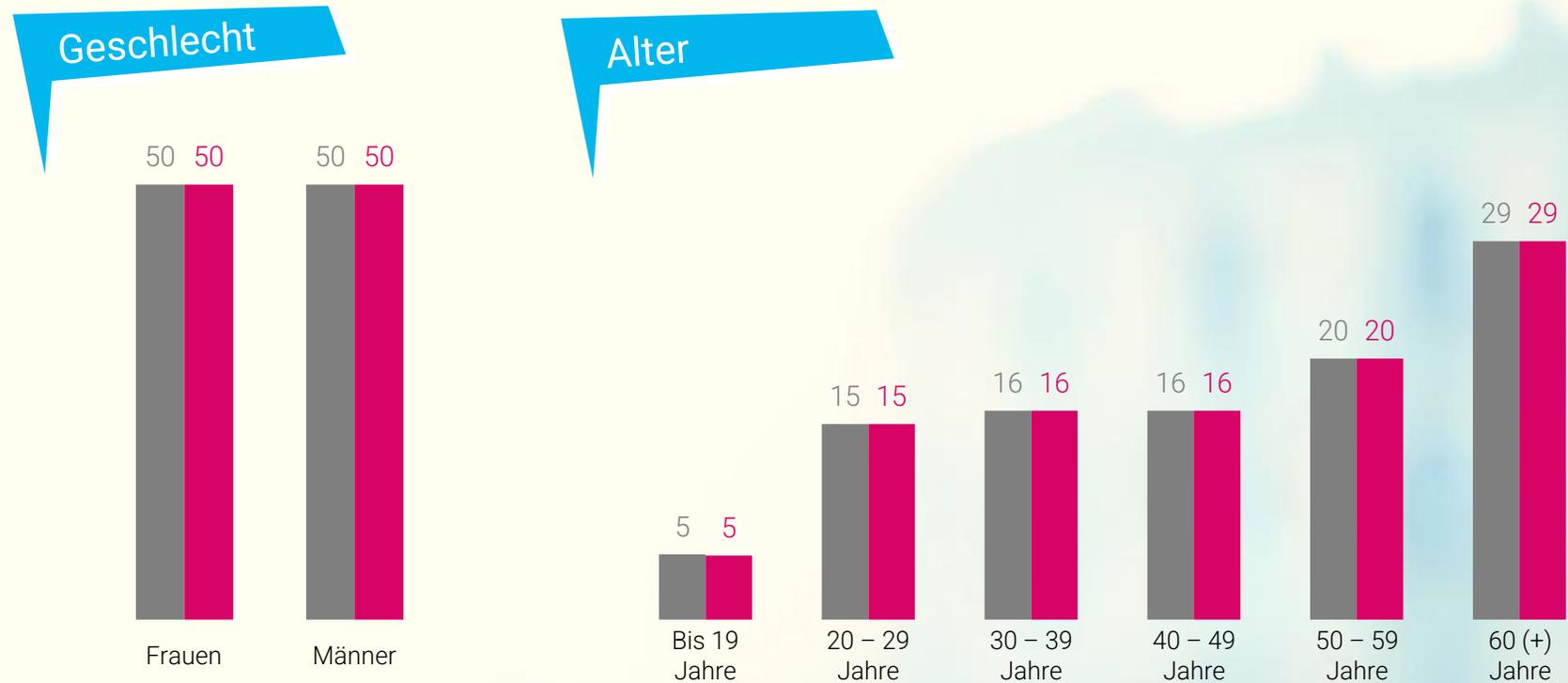
Methode	Panel-Befragung im G+J medientrend- & I love MyMedia-Panel	
Auswahlverfahren	Quotiert und gewichtet nach Struktur der AGOF daily digital facts (deutschsprachige Smartphone-Nutzer:innen)	
Stichprobe	Smartphone-User:innen (Tablet-PC-Nutzung ist nicht ausgeschlossen)	
Stichprobenumfang	Gesamtstichprobe	n=1409
	Junge Zielgruppe (16-29 J.)	n=277
Erhebungszeitraum	August & September 2021	

Zusammensetzung der

STICHPROBE



Die Zusammensetzung der Stichprobe steht für die Smartphone-Nutzer:innen in Deutschland



Quelle: AGOF daily digital facts 2021, Monat August 2021 // Nutzung Smartphone: Ja
 G+J mobile 360° Studie 2021 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe n=1409 // Quotiert und gewichtet nach Alter, Geschlecht)

Smartphone-Nutzer:innen |
agof ddf

Mobile 360° Stichprobe

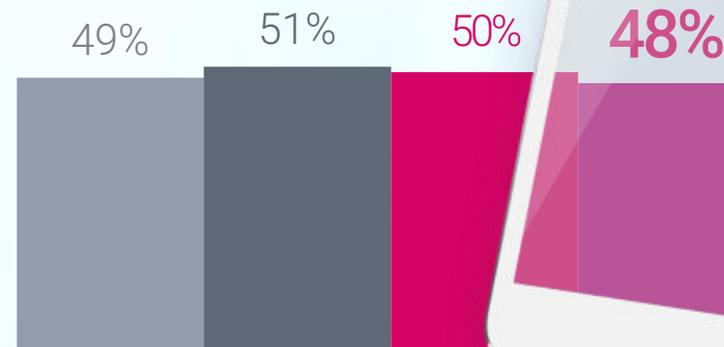
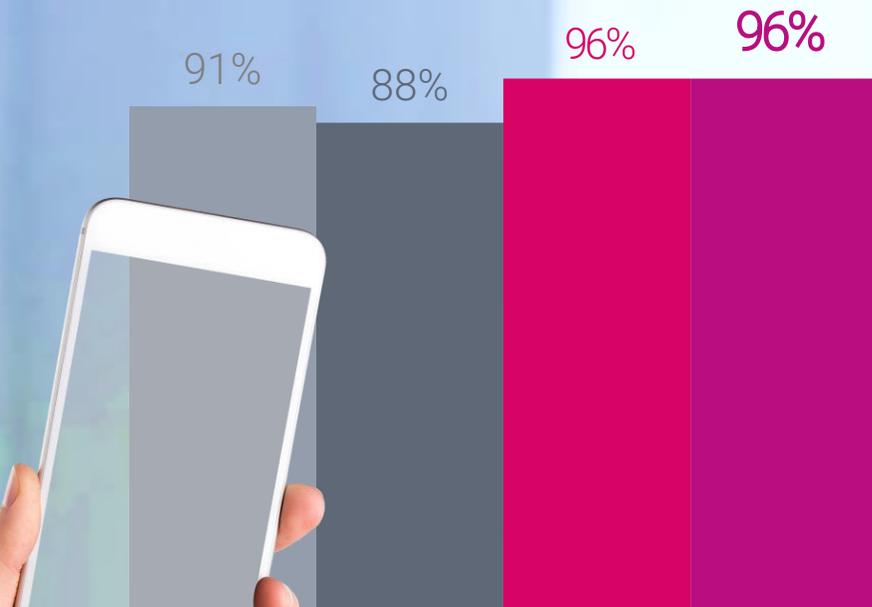
Allgemeine Informationen zur

SMARTPHONE-NUTZUNG



Die (mehrmals) tägliche Nutzung des Smartphones ist der Standardfall für fast alle User:innen in Deutschland

Ich nutze mein Smartphone / Tablet **mindestens** täglich ...

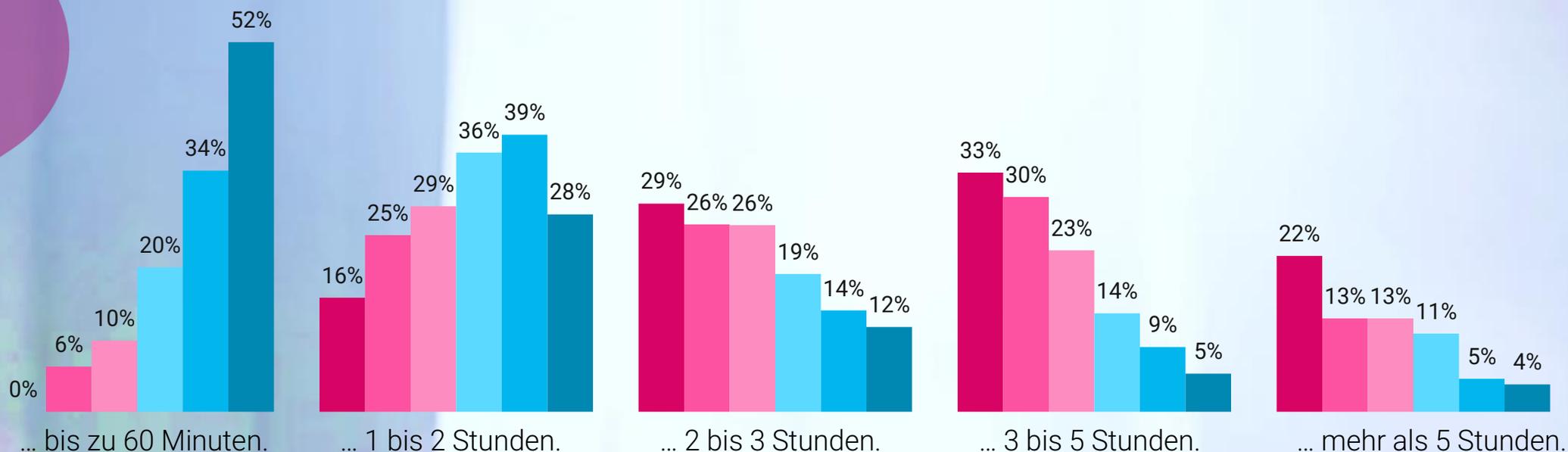


Wie häufig nutzen Sie Ihr Smartphone? // Wie häufig nutzen Sie Ihren Tablet PC?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409, Tablet PC User n=842)

2018 2019 2020 2021

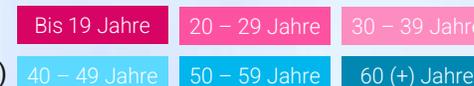
Vor allem die jungen Nutzer:innen haben das Smartphone **mehr als 5 Stunden am Tag** in der Hand

Ich nutze mein Smartphone am Tag durchschnittlich ...



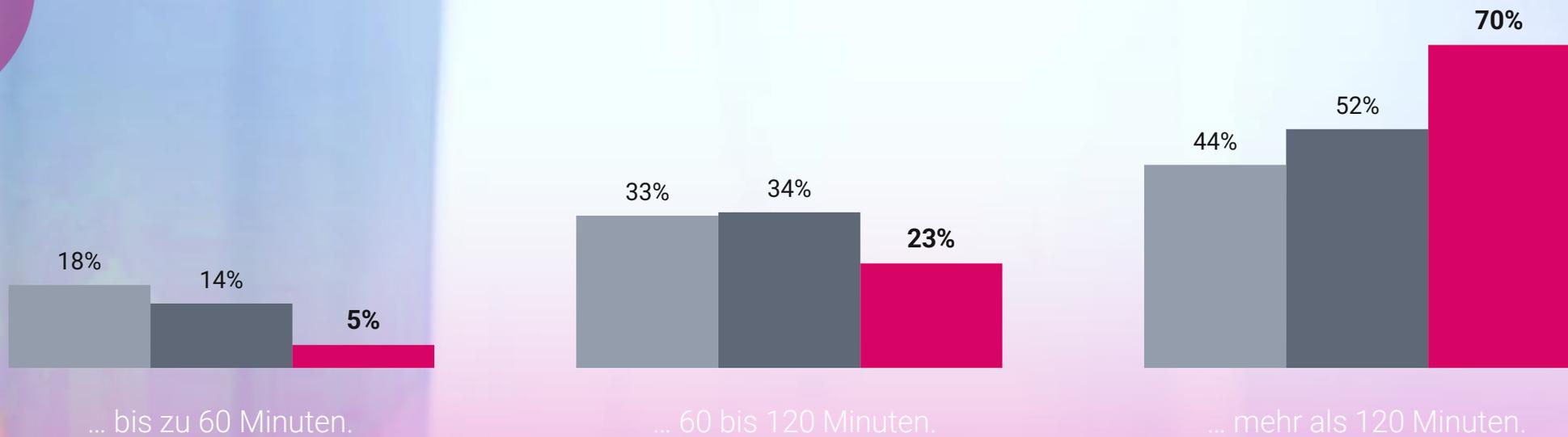
Wie viele Minuten pro Tag nutzen Sie durchschnittlich Ihr Smartphone?

(Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409, Angabe „Ich weiß nicht / kann ich nicht einschätzen“ n=30 Fälle)



70% der jungen Zielgruppe* nutzen ihr Smartphone mehr als 2 Stunden am Tag

Ich nutze mein Smartphone am Tag durchschnittlich ...



Wie viele Minuten pro Tag nutzen Sie durchschnittlich Ihr Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: *16-29-Jährige // Smartphone User:innen, 2019: n=249 | 2020: n=336 | 2021: n=276)

2019 2020 2021

Für eine Vielzahl der Smartphone-Nutzer:innen beginnt und endet der Tag mit einem Blick auf das Smartphone

A photograph of a man with dark, curly hair and a beard, lying in bed. He is holding a smartphone up to his face, looking at the screen. The room is dimly lit, suggesting it's either early morning or late evening. The image is partially obscured by a large, semi-transparent pink arrow graphic pointing to the right.

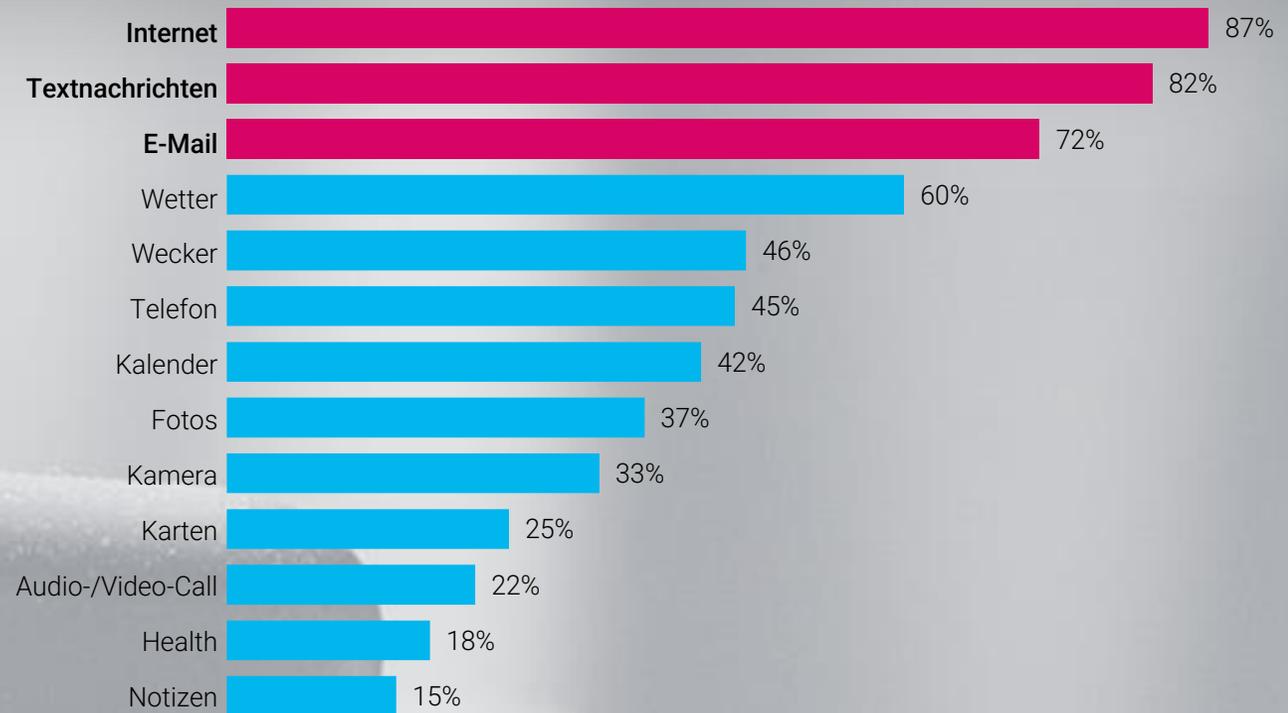
55%

der User:innen bis 29 Jahre nutzen das Smartphone **in den ersten 10 Minuten** nach dem Aufwachen **und 59% in letzten 10 Minuten** vor dem Einschlafen.

Denken Sie nun einmal an Ihr Verhalten an einem gewöhnlichen Tag in der Woche: Wie lange dauert es am Morgen nach dem Aufwachen / am Abend vor dem Einschlafen, bis Sie das erste Mal / das letzte Mal Ihr Smartphone nutzen? (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409)

Bei der Smartphone-Nutzung spielen Funktionen rund um Internet und Kommunikation eine zentrale Rolle

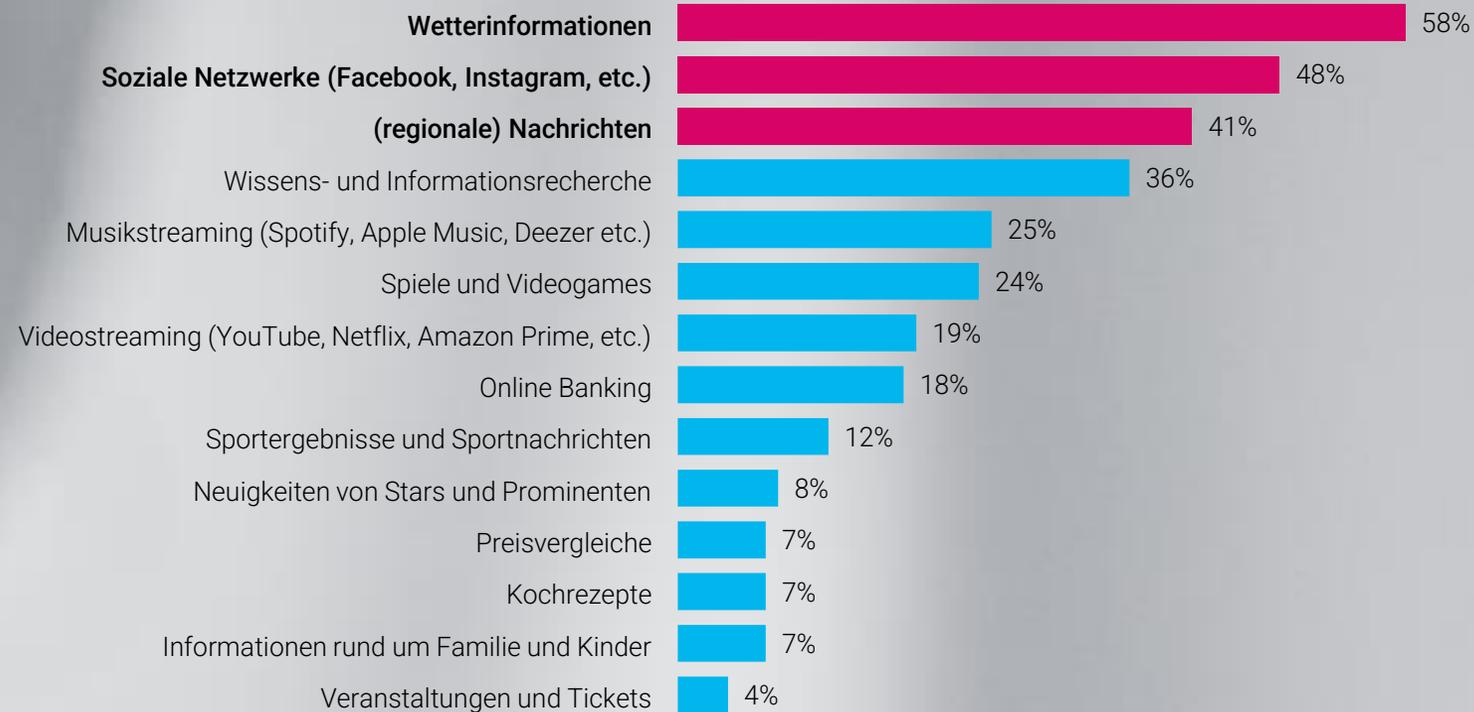
Ich nutze **täglich**...



Wie häufig nutzen Sie die folgenden Funktionen auf Ihrem Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409)

Wetter, Soziale Netzwerke und Nachrichten sind bei den genutzten Inhalten das A und O

Ich nutze täglich ...



Wie häufig nutzen Sie die folgenden Inhalte über Ihr Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409)

Die Gründe der Nutzung werden hauptsächlich bestimmt durch Messenger-Dienste und den Zugang zu Informationen

84%

Zur Telefonie und um über **Messenger-Dienste** (z.B. WhatsApp) zu kommunizieren.

70%

Um zu **navigieren** und nach dem **Weg** zu schauen.

83%

um **Informationen** und **Nachrichten** zu erhalten.

76%

um **lokale Informationen** zu suchen, zum Beispiel Öffnungszeiten.

61%

um Informationen über **Produkte** und **Dienstleistungen** zu bekommen

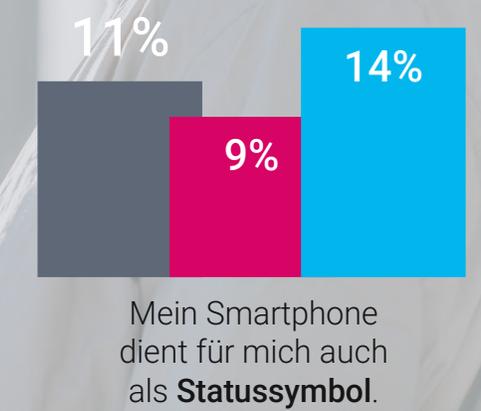
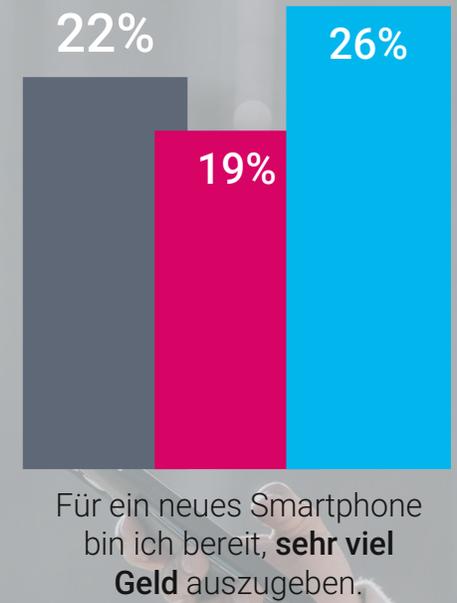
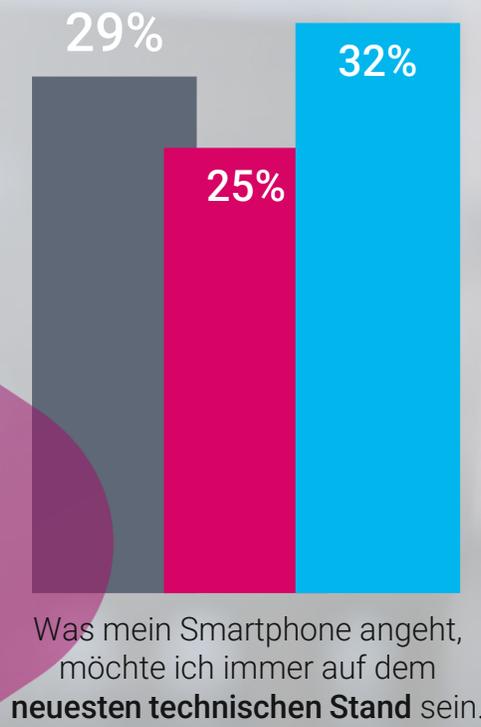
57%

Zur **Unterhaltung / Entspannung**.

Aus welchen Gründen nutzen Sie Ihr Smartphone?
(Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409)

Männer schreiben ihrem Smartphone einen höheren Stellenwert zu als Frauen

10% kaufen **gebrauchte Smartphones**



Wie wichtig ist Ihnen Ihr Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409 (m=702; w=707) // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

Gesamt Frauen Männer

Die Zahlungsbereitschaft für ein neues Smartphone ist bei den Männern deutlich größer als bei den Frauen

80%

der Personen, die 1.000 Euro oder mehr bezahlen würden, sind Männer.

63%

der Frauen kaufen ihr Smartphone gebraucht, weil ihnen ein komplett neues Smartphone zu teuer ist*.

Wie viel Euro sind Sie im Allgemeinen dazu bereit für ein neues Smartphone zu zahlen? // Was waren Ihre Gründe (für ein gebrauchtes Smartphone)?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409 (m=702; w=707) // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu) * In der Gruppe der Personen, die ihr Smartphone gebraucht kaufen n = 143

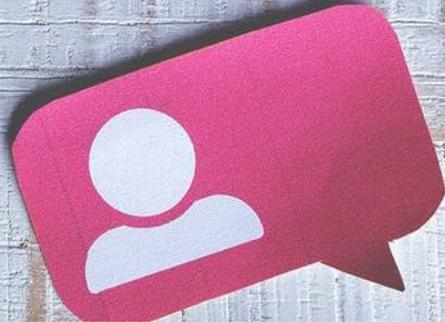
62%

bleiben beim Erwerb eines neuen Smartphones **der** zuvor genutzten Marke **treu.**

3,4 Jahre

nutzen die Deutschen im Durchschnitt ihr Smartphone, bis sie sich ein neues kaufen.

Wie lange haben Sie das Smartphone vor Ihrem aktuellen Smartphone genutzt? (Mittelwert aus offenen Nennungen; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409)
Wie wichtig ist Ihnen Ihr Smartphone? (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu))



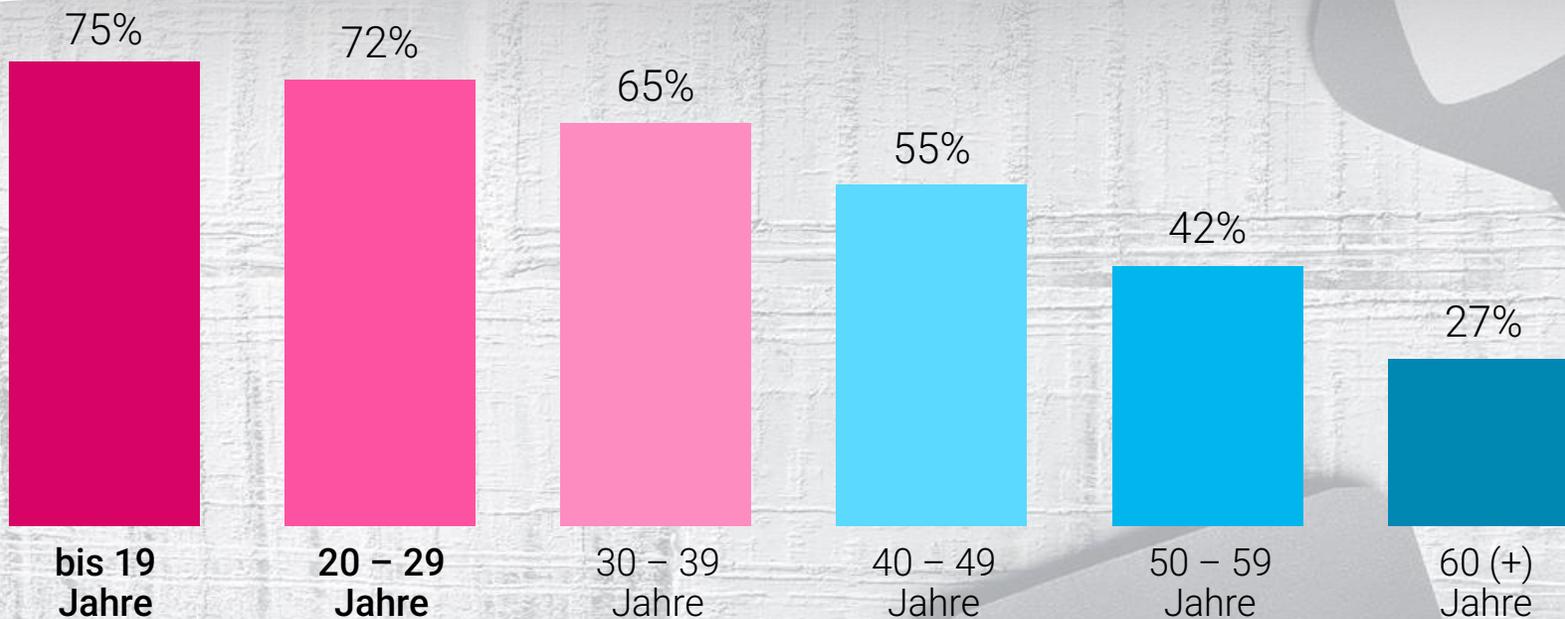
Informationen über

SOCIAL MEDIA & MESSENGER



Soziale Netzwerke sind vor allem bei den User:innen unter 30 Jahren sehr beliebt

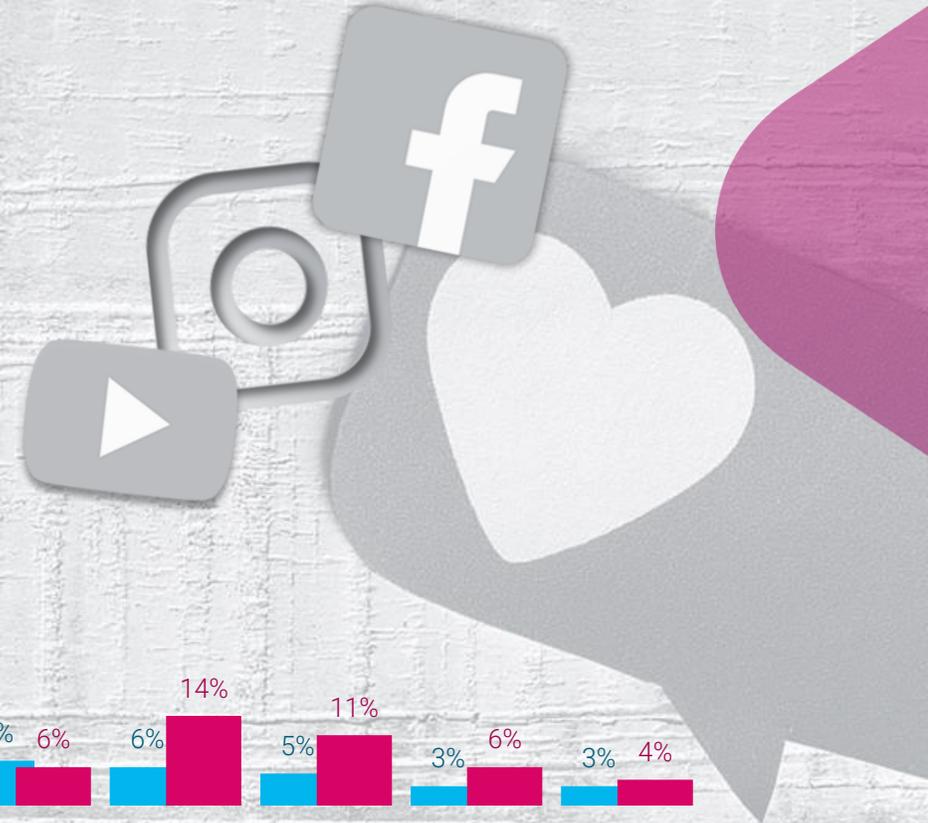
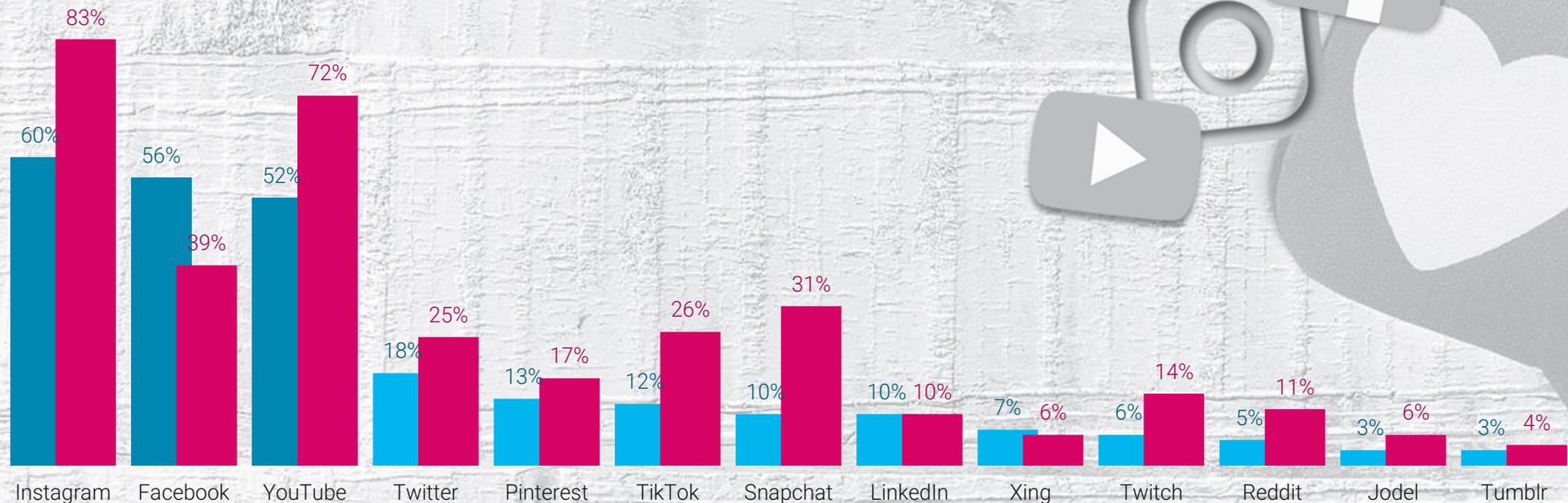
Ich nutze mein Smartphone, um soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, Twitter, etc. zu nutzen.



Aus welchen Gründen nutzen Sie Ihr Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409)

In der jungen Zielgruppe sind Instagram, YouTube, Snapchat und TikTok stark überrepräsentiert

Auf meinem Smartphone nutze ich folgende soziale Netzwerke (sehr) häufig ...

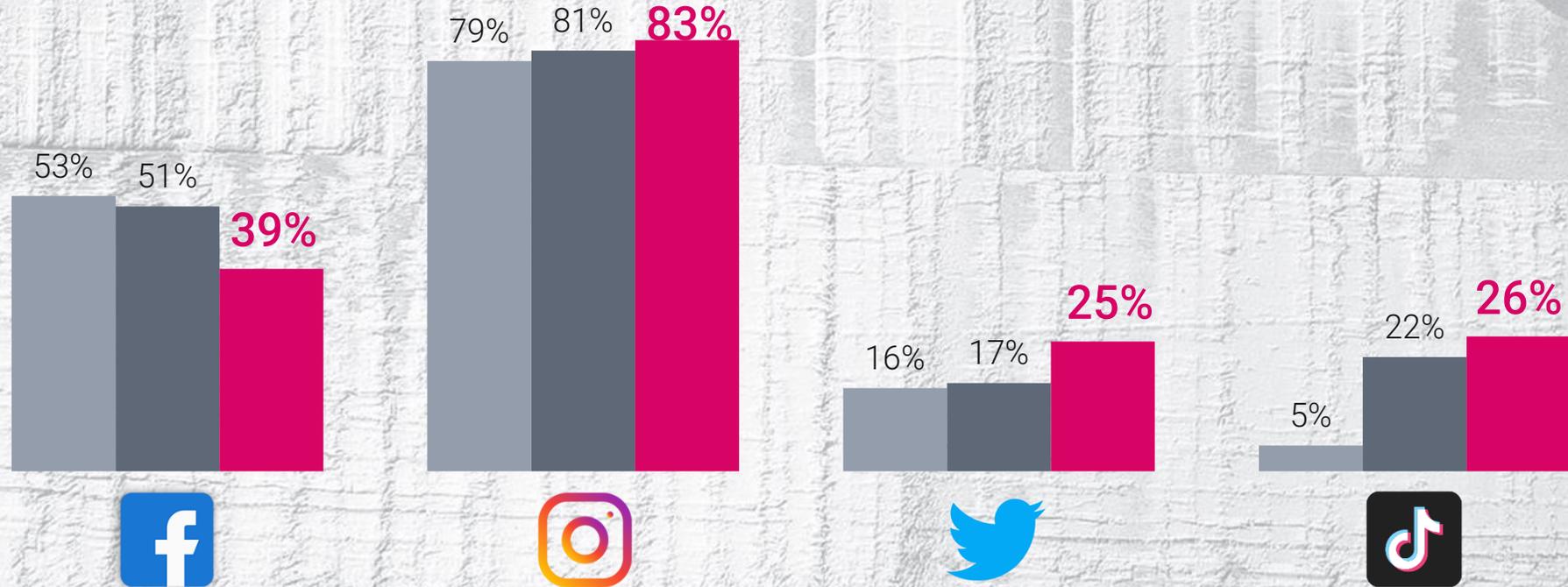


Wie häufig nutzen Sie die folgenden sozialen Netzwerke mit Ihrem Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Social Media User:innen n=767 // TOP 2: sehr häufig / häufig)

Gesamt 16 – 29 Jahre

Die junge Zielgruppe entdeckt Twitter und TikTok für sich – Facebook verliert in der Nutzungshäufigkeit

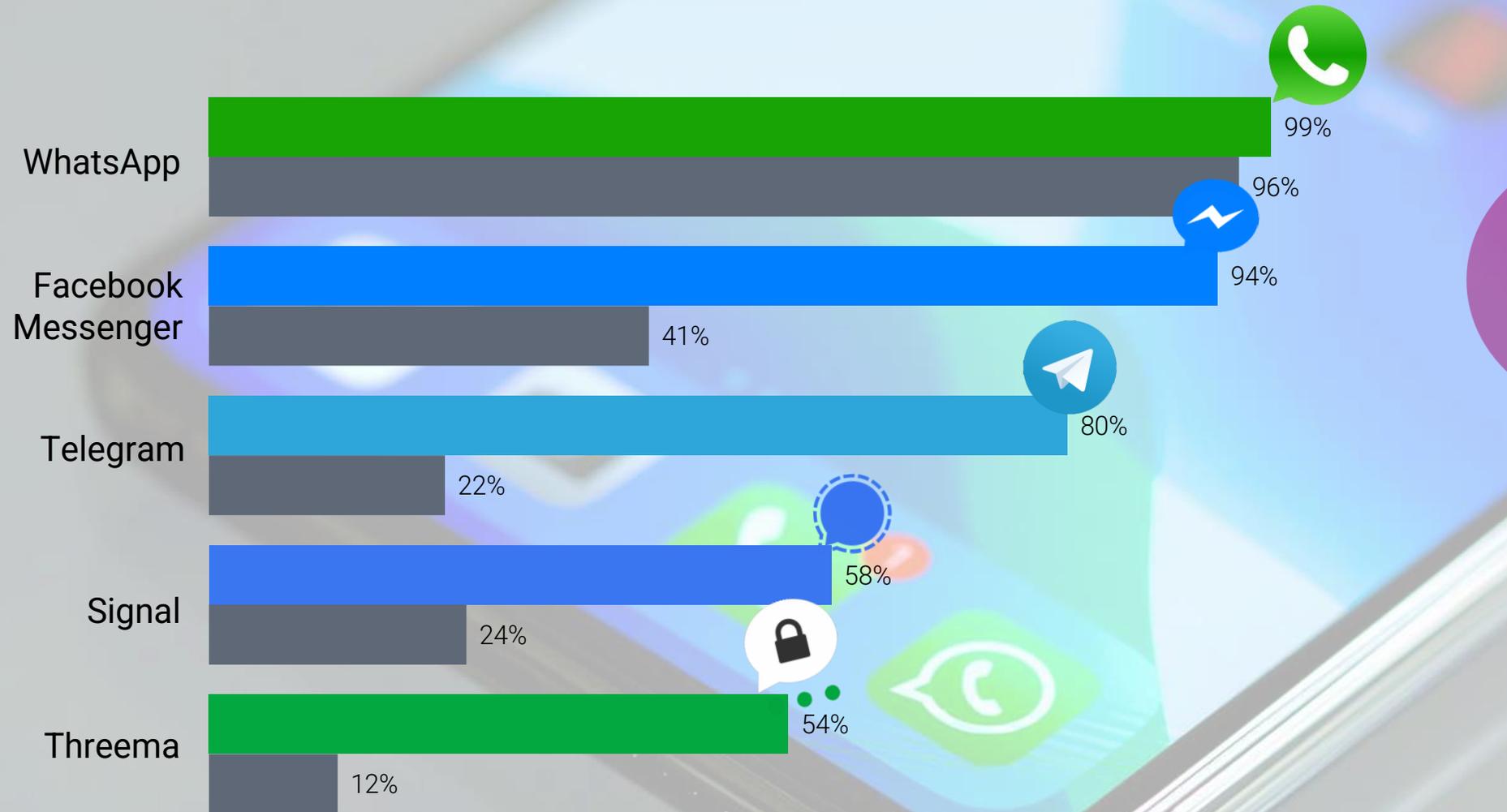
Auf meinem Smartphone nutze ich folgende soziale Netzwerke (sehr) häufig ...



Wie häufig nutzen Sie die folgenden sozialen Netzwerke mit Ihrem Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Social Media User:innen bis 29 Jahre n=210 (2021), n=280 (2020), n=193 (2019) // TOP 2: sehr häufig / häufig)

2019 2020 2021

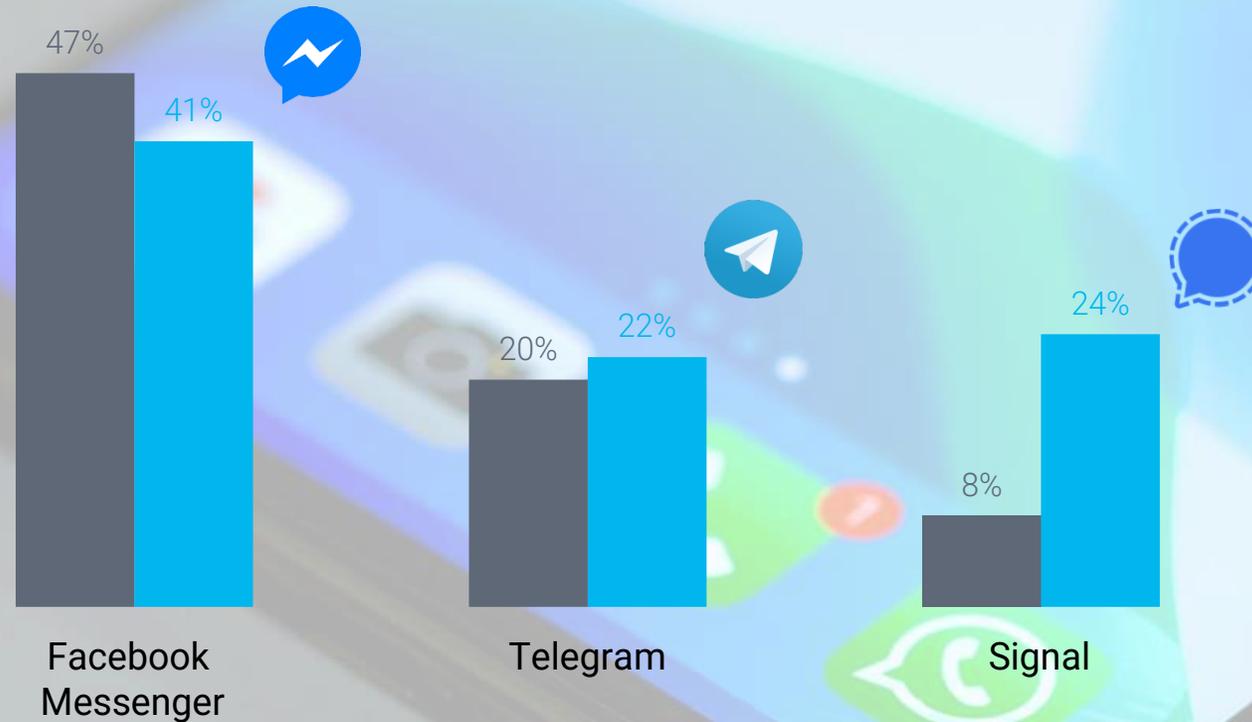
WhatsApp dominiert den Messenger-Markt!



Welche der folgenden Messenger Apps sind Ihnen bekannt oder nutzen Sie auf Ihrem Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Instant Messenger User:innen n=1181)

ist mir bekannt nutze ich

Signal hat den größten Zuwachs unter Messenger-Diensten, während die Nutzung des Facebook-Messengers abnimmt



Welche der folgenden Messenger Apps sind Ihnen bekannt oder nutzen Sie auf Ihrem Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: Instant Messenger User:innen n=1181)

Ist mir bekannt und nutze ich

2020

2021

Das Smartphone zwischen

SEHNSUCHT & ENTSCHEUNIGUNG

68%

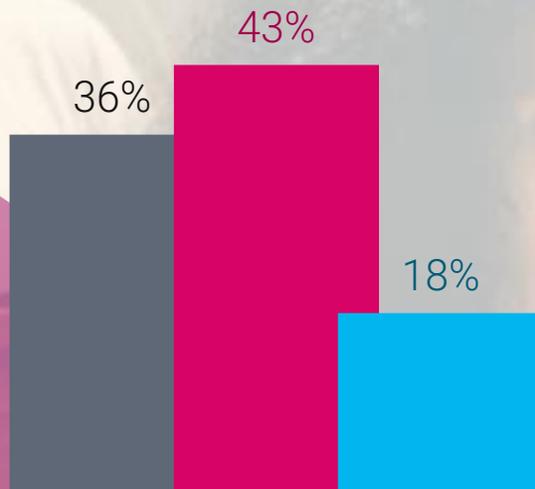
verlassen **ohne** ihr Smartphone **nicht mehr das Haus.**

71%

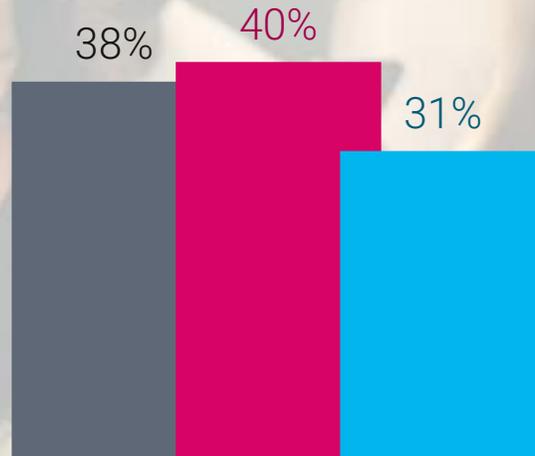
der **jungen Nutzer:innen*** verlassen **ohne** ihr Smartphone **nicht mehr das Haus.**

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Nutzung von Smartphones im Alltag zu? (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409, *16-29-jährige Smartphone User:innen n=336 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

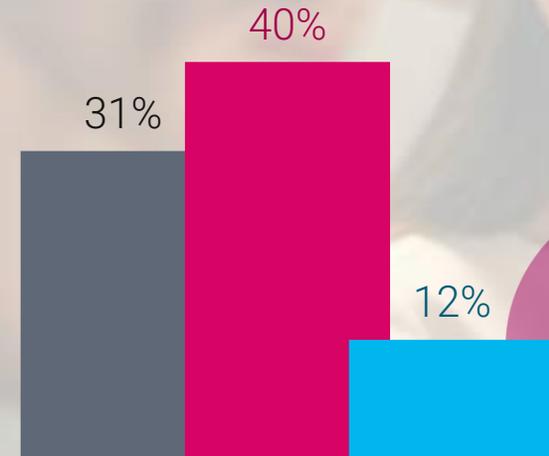
Aber: Die jungen Nutzer:innen sehen ihre eigene Smartphone-Nutzung am kritischsten



Ich selbst finde, dass ich zu oft mein Smartphone benutze.



Ich werde unruhig, wenn ich mein Smartphone verlegt habe und es für kurze Zeit nicht finden kann.



Ich erwische mich selbst manchmal dabei, dass ich in Gesellschaft anderer mein Smartphone benutze.

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Nutzung von Smartphones im Alltag zu?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

Gesamt
16 – 29 Jahre
60 (+) Jahre

Die meisten fühlen sich gestört, wenn sich Personen in ihrer Gegenwart **zu viel mit ihrem Smartphone beschäftigen**

Es **stört mich**, wenn sich Leute in meiner Gesellschaft häufig mit ihrem Smartphone beschäftigen.

72%

Wenn ich **Ruhe brauche**, schalte ich mein Smartphone bewusst aus.

48%

Manchmal **verlasse ich mich** in meinem Alltag zu sehr auf das Smartphone.

31%

Manchmal stört es mich, über mein Smartphone **immer erreichbar** zu sein.

41%

Wenn mein Smartphone-Akku fast leer ist, **werde ich nervös**.

29%

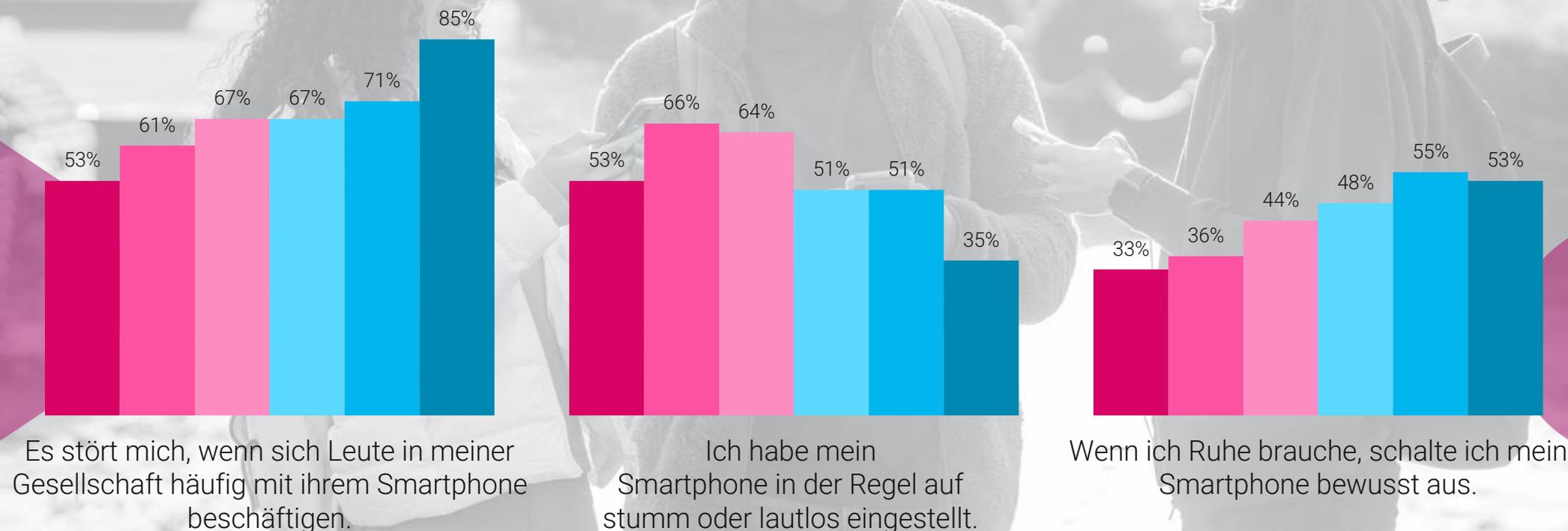
Ich **verspüre oft den Drang** in mir, auf mein Smartphone zu schauen.

34%

Mir wurde schon einmal gesagt, dass ich **Smartphone-süchtig** sei.

12%

Je älter man ist, desto weniger akzeptiert man die Smartphone-Nutzung in Gesellschaft anderer

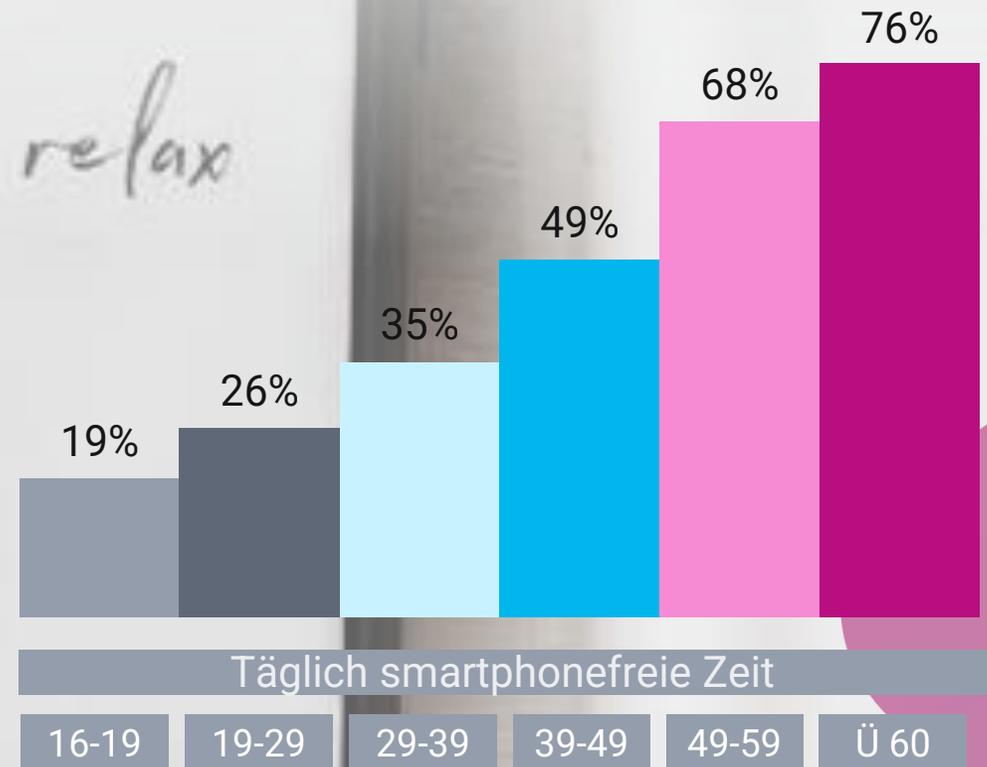
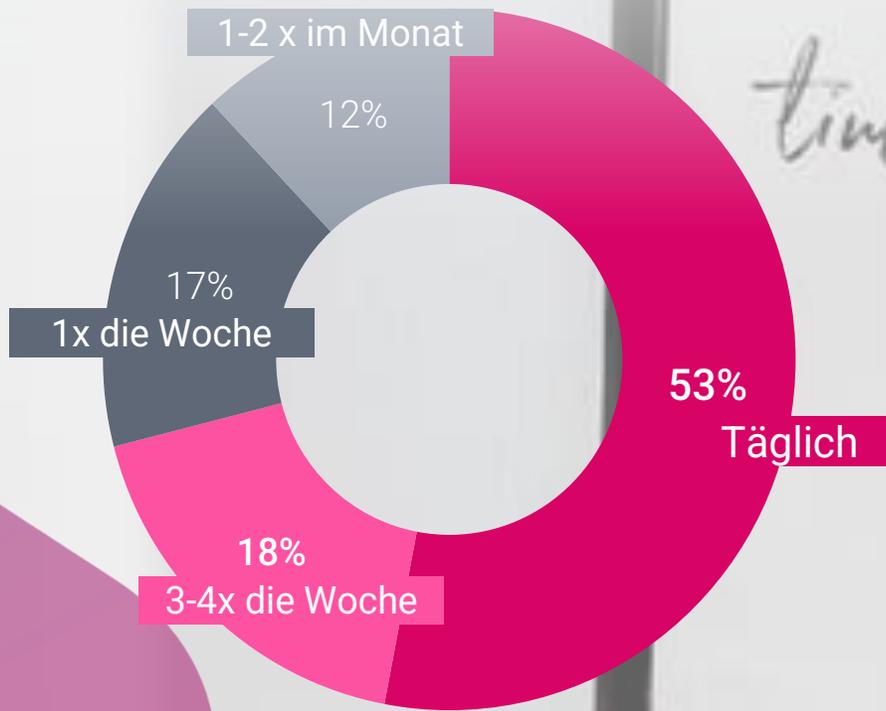


Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Nutzung von Smartphones im Alltag zu?
 (Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)



Über die Hälfte der Personen, die smartphonefreie Zeiten einlegen, versuchen dies täglich – besonders ältere Personen

time to relax



Wie häufig legen Sie „Smartphonefreie Zeiten“ ein?
 (Angaben in %; Basis: User:innen, die angeben smartphonefreie Zeiten einzulegen=637)

Unterm Strich lässt sich festhalten ...

81%

der Smartphone-Nutzer:innen in Deutschland sagen, **dass die Vorteile des Smartphones insgesamt überwiegen.**

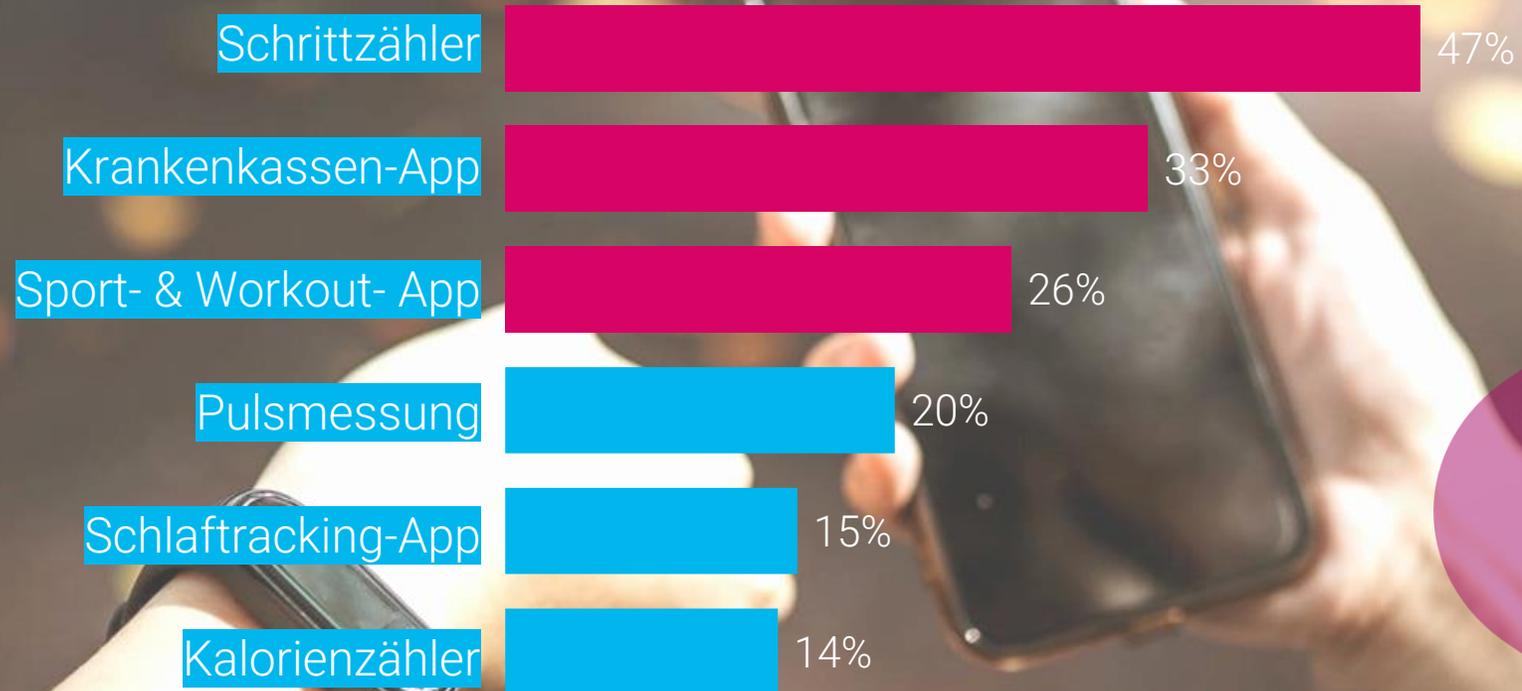
Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Nutzung von Smartphones im Alltag zu?
(Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

Smartphone als aktiver Begleiter

MOBILE FITNESS



Das Smartphone begleitet Schritt für Schritt durch den Tag - den Schrittzähler nutzen fast die Hälfte aller Befragten



Welche der folgenden Möglichkeiten zur Überwachung des Gesundheitszustands (Mobile Fitness) sind Ihnen bekannt oder nutzen Sie auf Ihrem Smartphone?
(Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409)

Vor allem bei Männern sind Sport- und Workout-Apps beliebt – mehr als ein Drittel nutzt die Runtastic-App



Welche der folgenden Sport-Apps sind Ihnen bekannt oder nutzen Sie auf Ihrem Smartphone?
 (Angaben in %; Basis: User:innen, die Sport- und Workout-Apps nutzen n=371)

Männer Frauen

Ein Blick auf

MOBILE PAYMENT





24%

nutzen im stationären Handel bereits die Möglichkeit der **mobilen Bezahlung** über das Smartphone.

Nutzen Sie bei der Bezahlung im stationären Handel die Möglichkeit der mobilen Bezahlung über Ihr Smartphone?
(Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe Smartphone User:innen n=1409)

PayPal ist vor Apple Pay die beliebteste Art der mobilen Zahlung



Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

(Angaben in %; Basis: Smartphone User:innen, die einen mobile Payment getätigt haben, n=339 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

Das Smartphone als ultimative Informationsquelle nimmt auch Einfluss auf die Kaufentscheidung

Wenn ich **Informationen über Produkte oder Dienstleistungen** brauche, greife ich als erstes zum Smartphone.

53%

Das Smartphone ist für mich **sehr wichtig**, wenn ich beabsichtige, mich **vor einem Kauf über Produkte zu informieren**.

50%

Ich habe mein **Smartphone beim Einkaufen immer dabei**, um mich über **Produkte informieren** zu können.

32%

Wenn ich interessante Produkte im Geschäft sehe, nutze ich noch **vor Ort mein Smartphone**, um mehr darüber zu erfahren.

29%

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

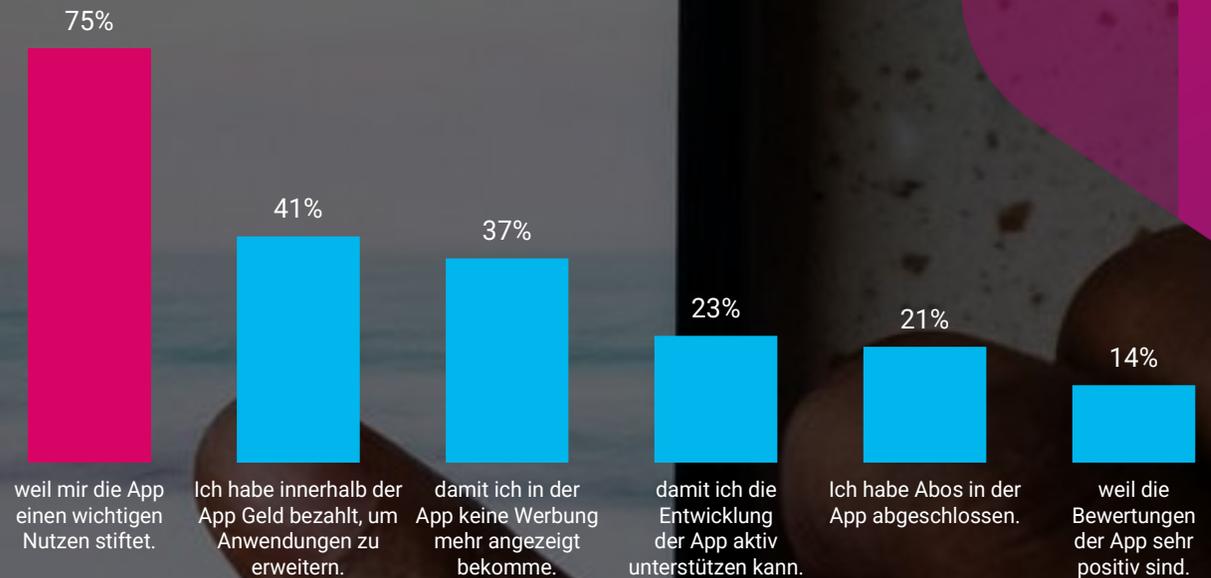
(Angaben in %; Basis: Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

Der Kauf von Apps kommt vor allem dann in Frage, wenn für die Nutzer:innen ein spürbarer Mehrwert erkennbar ist

42%

Geben an, kostenpflichtige Apps auf ihrem Smartphone zu besitzen.

Ich kaufe kostenpflichtige Apps auf meinem Smartphone...



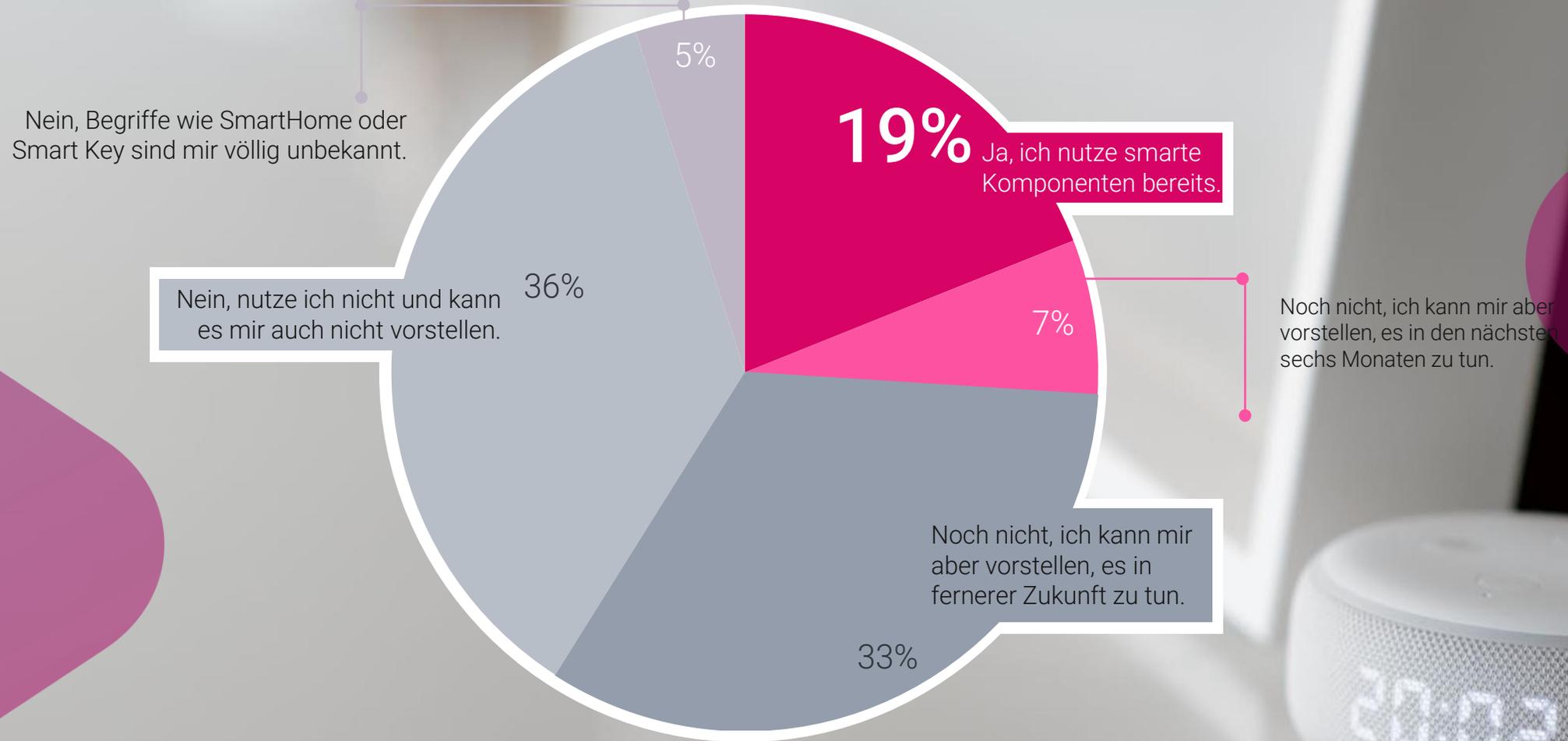
Wie hoch ist der geschätzte Anteil an kostenpflichtigen Apps an der Gesamtsumme aller Apps, die Sie heruntergeladen haben? // Aus welchen Gründen entscheiden Sie sich hauptsächlich, kostenpflichtige Apps auf Ihrem Smartphone zu kaufen? (Angaben in %; Basis: User:innen, die angeben, kostenpflichtige Apps zu kaufen n=562)

Die neue Welt von

VOICE & SMART SPEAKER



Jede vierte Person nutzt bereits smarte Komponenten oder könnte sich dies in den kommenden sechs Monaten vorstellen.

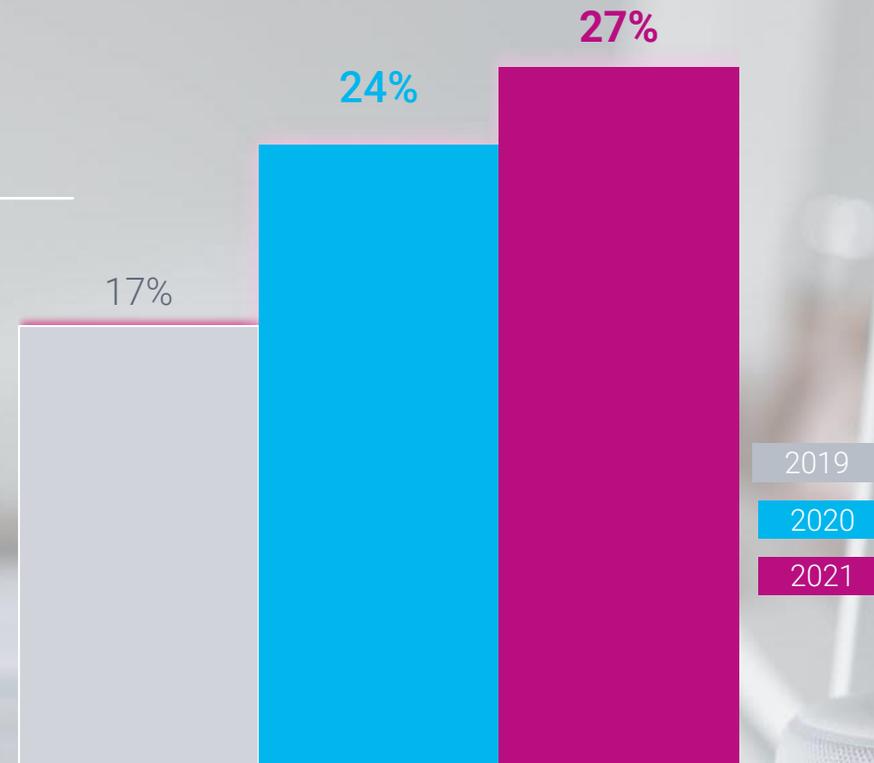


Nutzen Sie Ihr Smartphone zur Steuerung smarterer Komponenten?
 (Angaben in %; Gesamtstichprobe, Smartphone User:innen n=1409)



+ **59%**

Die Anzahl der Nutzer:innen von Smart Speakern ist im Vergleich zu 2019 stark gestiegen.

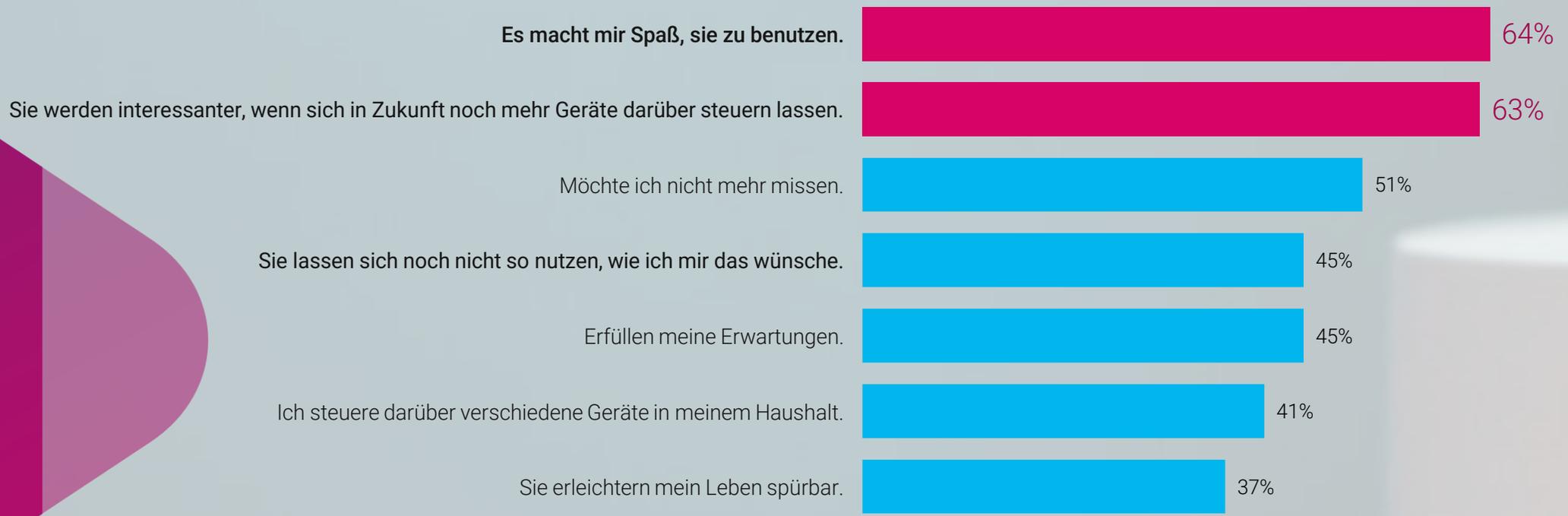


Nutzen Sie "Smarte Lautsprecher" bereits oder können Sie es sich vorstellen, diese zu nutzen?
 (Angaben in %; Basis: User:innen denen „Smarte Lautsprecher“ bekannt sind, n=1175)



Über die Hälfte der Nutzer:innen möchten Smart Speaker in ihrem Zuhause nicht mehr missen

Hinsichtlich der Smart Speaker Nutzung **stimme ich (voll und ganz) zu ...**



Nun geht es um Ihre Nutzung von "Smarten Lautsprechern". Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
 (Angaben in %; Basis: User:innen, die Smart Speaker bereits nutzen n=319 // TOP 2: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu)

Fassen wir zusammen.

DIE KERNERGEBNISSE



KERNERGEBNISSE ZUR

SMARTPHONE-NUTZUNG

Die **Smartphone-Nutzung steigt** vor allem in der jungen Zielgruppe – mit einer täglichen Nutzung von mehreren Stunden.

Über die Hälfte bleibt ihrer zuvor genutzten **Smartphone-Marke** treu.

Die Nutzung von Facebook geht weiter zurück. **Twitter und TikTok** werden immer beliebter.



KERNERGEBNISSE ZUR

SMARTPHONE-NUTZUNG

Vor allem **junge Nutzer:innen** finden, dass sie **zu oft** das Smartphone nutzen.

Bereits **etwas mehr als ein Viertel** nutzen die **Möglichkeiten** des **Mobile Payments**.

Die Nutzung der Smart Speaker steigt immer weiter - im Vergleich zu 2019 ist sie **um 59% gestiegen**.

Haben Sie Fragen? Ihre Ansprechpartner



Timo Lütten
Advertising
Research Expert

Am Baumwall 11
20459 Hamburg

Tel.: +49 40 / 3703 - 7381
luetten.timo@ems.guj.de



Kay Schneemann
Head of
Advertising Research

Am Baumwall 11
20459 Hamburg

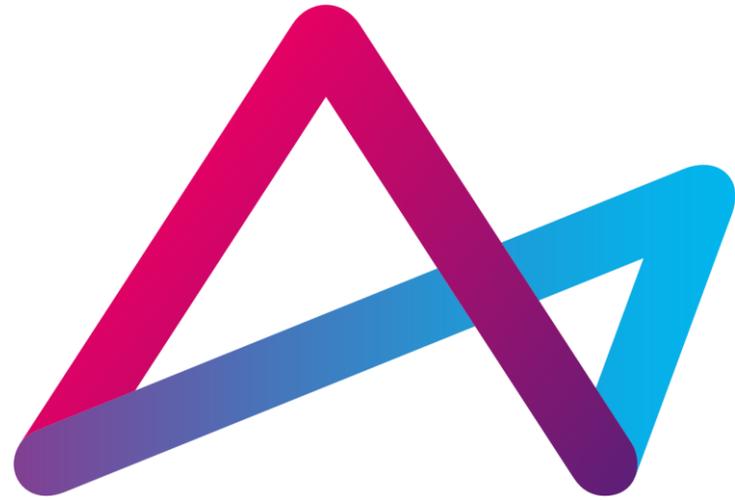
Tel.: +49 40 / 3703 - 7371
schneemann.kay@ems.guj.de



Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | spotX GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.



AdAlliance