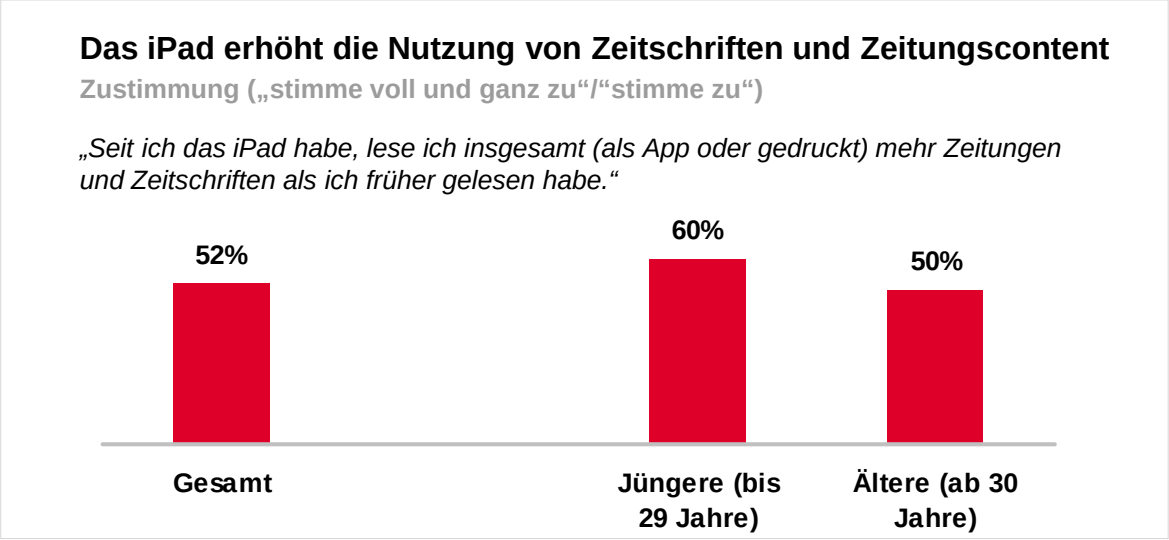
Tablet PCs erhöhen die Mediennutzung

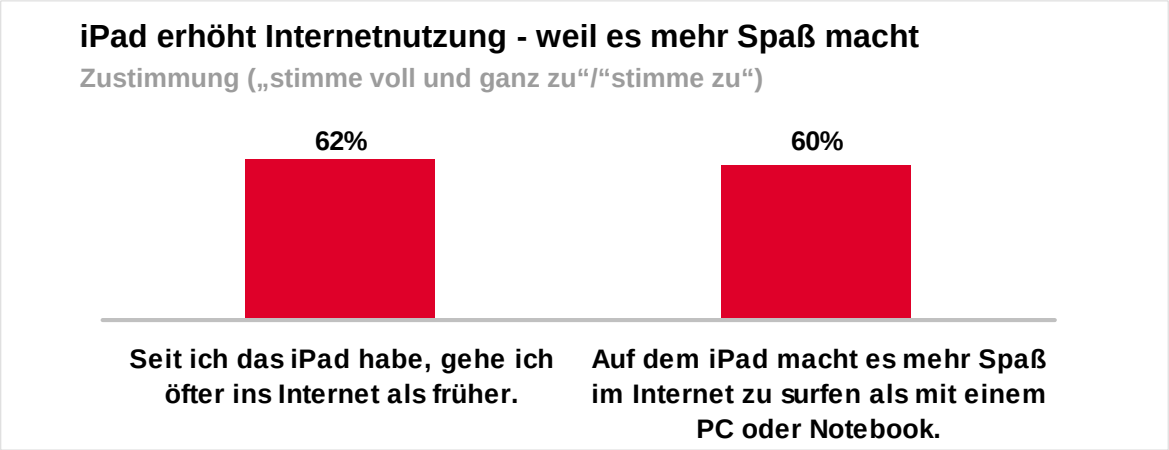
Erste Ergebnisse des iPad-Panels von Axel Springer Media Impact: Vor allem junge Leser greifen häufiger zu Zeitungen und Zeitschriften / Durchschnittlich mehr als zehn kostenpflichtige Apps installiert

Die Nutzung des iPads führt zu erhöhter Zeitungs- und Zeitschriftenlektüre. Dies zeigen erste Ergebnisse des iPad Panels von Axel Springer Media Impact, Deutschlands größtem crossmedialen Vermarkter. 52 Prozent der Befragten geben an, mehr Zeitungen und Zeitschriften (als App oder gedruckt) zu lesen, seit sie das iPad haben. Insbesondere junge Leser – 60 Prozent der unter 30-Jährigen – begeistern sich wieder stärker für Inhalte von Printmedien.



Auch die Internet-Nutzung steigt bei iPad-Besitzern: So gehen 63 Prozent der Befragten öfter ins Internet, seit sie das Gerät haben. 60 Prozent der Befragten haben sogar mehr Spaß, wenn sie mit dem iPad statt mit PC oder Notebook im Internet surfen. Darüber hinaus ist es für die Mehrzahl der Tablet PC-Nutzer (79 Prozent) durchaus vorstellbar, künftig nur noch digitale Versionen von Zeitungen und Zeitschriften zu lesen. In der kurzen Zeit, in der das iPad existiert, ist es für seine Nutzer bereits „unverzichtbar“ geworden. Das sagen 78 Prozent der Befragten.

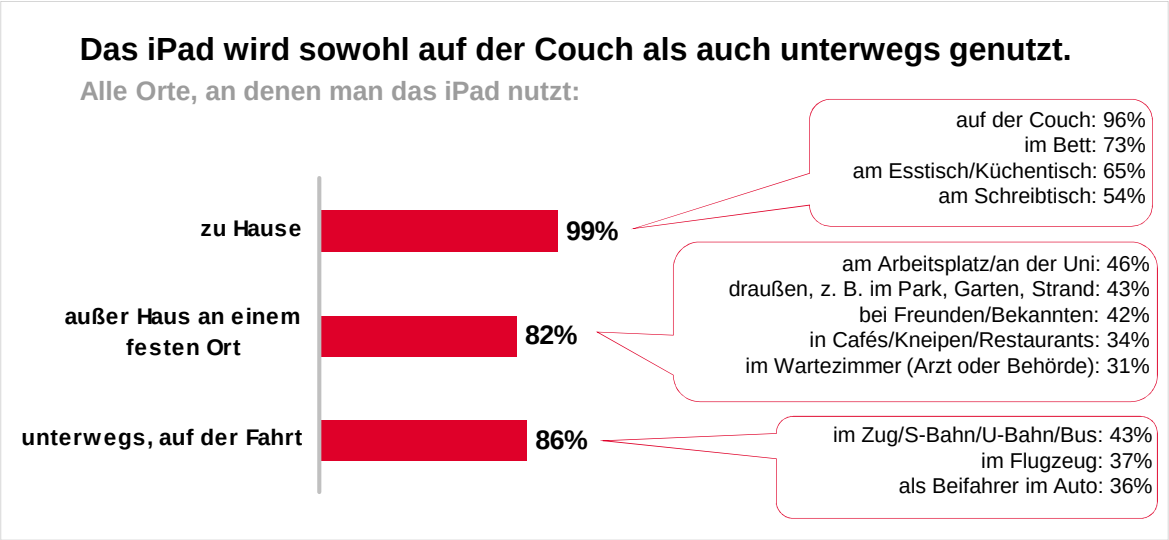
Das iPad wird sowohl zu Hause als auch unterwegs verwendet, so ein weiteres Ergebnis des iPad-Panels. 99 Prozent nutzen ihr Gerät zu Hause, vorwiegend auf der Couch (97 Prozent) oder im Bett (75 Prozent).



91 Prozent der Befragten schalten es aber auch außer Haus ein, meistens an einem festen Ort – zum Beispiel am Arbeitsplatz (47 Prozent), bei Freunden (44 Prozent) oder draußen im Garten, Park oder am Strand (46 Prozent). 70 Prozent der Befragten nutzen den Tablet PC aber auch unterwegs – zum Beispiel in Bus und Bahn (45 Prozent), im Flugzeug (39 Prozent) oder sogar als Beifahrer im Auto (37 Prozent).

Zudem zeigt das iPad-Panel von Axel Springer Media Impact, dass iPad-Nutzer sich intensiv mit den unterschiedlichen Angeboten im App Store beschäftigen. 70 Prozent der Nutzer stöbern mehrmals in der Woche nach neuen Apps und haben durchschnittlich mehr als zehn kostenpflichtige Apps auf ihrem iPad, obwohl die Mehrheit der Befragten das Gerät erst seit maximal sechs Monaten besitzt. In dem kurzen Zeitraum des iPad-Besitzes hat die Mehrheit der Befragten schon insgesamt mehr als 50 Euro für Apps ausgegeben.

Etwa jeder Fünfte hat sogar schon 150 Euro oder mehr für kostenpflichtige Angebote bezahlt, wobei die Ausgabebereitschaft für eine einzelne App sehr unterschiedlich ist. Im Durchschnitt hat die teuerste App auf dem eigenen iPad 20 Euro gekostet, aber immerhin jeder Zehnte hat schon mehr als 50 Euro für eine App ausgegeben.



Über das iPad Panel

Axel Springer Media Impact, Deutschlands größter crossmedialer Vermarkter, präsentiert erste Erkenntnisse des iPad Panels, das die Zielgruppe der Tablet PC-Nutzer schnell und effizient erforscht.

Das neue Marktforschungstool befragt iPad-Nutzer der Apps und Online-Angebote von Axel Springer. Insgesamt nahmen bislang 1584 Personen an der Befragung teil.

Über die Premium-Initiative der Axel Springer AG

2009 startete die Axel Springer AG die Premium-Initiative zur Etablierung kostenpflichtiger Inhalte im stationären und mobilen Internet. Die erste Zwischenbilanz des Experiments im Dezember 2010 war positiv und bestärkt Axel Springer darin, die klassische Reichweitenvermarktung perspektivisch um ein neues digitales Geschäftsmodell (Vertriebsmodell) zu ergänzen.

Kontakt:

Presse:
Svenja Friedrich
Tel: +49 30 2591 77609
svenja.friedrich@axelspringer.de

Marktforschung:
Anja Manouchehri
Tel.: +49 40 347 23568
anja.manouchehri@axelspringer.de