

Social Media Trends Teil 2: Mobile und Location Based Services

Während im ersten Teil der Artikelserie [Social Media Trends](#) die Themen S-Commerce, F-Commerce und Augmented Reality beleuchtet wurden, geht es im zweiten Teil um [Mobile](#) und [Location Based Services](#).

Mobile Nutzung von Internet und sozialen Medien

Im Jahr 2012 waren 70 Prozent aller in Deutschland verkauften Handys Smartphones. Im selben Jahr wurden in Deutschland mehr als drei Millionen Tablets verkauft. Da mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets mittlerweile günstig zu erwerben und sich somit immer größerer Beliebtheit erfreuen, wird das Internet aufgrund geringerer technologischer und ökonomischer Zugangsbarrieren auch zunehmend mobil genutzt.

Der German Social Media Consumer Report 2012/2013 der Unternehmens- und Strategieberatung Roland Berger kommt zu dem Ergebnis, dass in Deutschland gut ein Fünftel (21,3 Prozent) aller Zugriffe auf das Internet von mobilen Endgeräten stattfindet.

Google ist bestrebt seinen Nutzer möglichst passende Suchergebnisse zu liefern. So fließen bspw. die Besuchsdauer, die Anzahl von aufgerufenen Seiten pro Besucher, aber auch Social Signals in das Ranking von Internetseiten ein. Auf diesem Blog finden mittlerweile 15 Prozent aller Zugriffe von mobilen Endgeräten aus statt. Hinzukommt, dass mobile Besucher mehr Zeit auf diesem Blog verbringen und mehr Artikel lesen als „klassische“ PC-Nutzer. Es ist davon auszugehen, dass Google mobilen Nutzern verstärkt Internetseiten anzeigen wird, die für eine mobile Darstellung optimiert sind.

Da soziale Medien zu den beliebtesten Internetanwendungen zählen, werden auch diese – analog zur Entwicklung der mobilen Internetnutzung – zunehmend mobil genutzt. Des Weiteren sind soziale Medien durch mobile Endgeräte orts- und

zeitunabhängig verfügbar und werden – laut einer repräsentativen Untersuchung von TNS Infratest – von mehr als der Hälfte der Befragten häufiger als bisher genutzt.

Dem Facebook-Werbeanzeigen-Manager zufolge wurde Facebook im April 2013 in Deutschland von 16 Millionen Mitgliedern mobil genutzt. Im selben Monat verzeichnete Facebook 24,9 Millionen monatlich aktive Nutzer. Demnach beträgt der Anteil mobiler Facebook-Nutzer 64 Prozent. Sicher schwanken die Zahlen im Tages- und Wochenverlauf. Jedoch wird Facebook von deutlich mehr als 50 Prozent seiner Nutzer mobil genutzt. Durch die zunehmende Beliebtheit von mobilen Endgeräten und der damit einhergehenden Verbreitung von Smartphones, Tablets und Co. ist davon auszugehen, dass auch der Anteil mobiler Facebook Nutzer weiter steigen wird. Und das obwohl Facebook seit Dezember 2012 in Deutschland aktive Nutzer verliert.

Demnach finden auf Facebook in Deutschland gegenwärtig zwei Entwicklungen statt: Zum einen ist die Anzahl von aktiven Nutzern tendenziell eher rückläufig. Zum anderen verlagert sich die stationäre Nutzung mit dem PC hin zur mobilen Nutzung per Smartphone oder Tablet.

Wie werden Inhalte im Netz mobil?

Sogenanntes Responsive Design ermöglichte eine benutzerfreundliche Darstellung von Internetseiten auf mobilen Endgeräten. Dabei werden Inhalte u. a. automatisch an Bildschirmgrößen und spezielle Funktionen mobiler Endgeräte, z. B. die Anruffunktion durch das Anklicken einer Telefonnummer, angepasst. Eine weitere Möglichkeit, um Inhalte auf mobilen Endgeräten zugänglich zu machen, sind Apps, die auf Smartphones, Tablets und Co. installiert und intuitiv durch Antippen bedient werden können.

Die Facebook-App wurde bis Juli 2013 mehr als 7,5 Millionen Mal für Android-Geräte heruntergeladen. Für Apple-Geräte ist bekannt, dass die Facebook-App bei den

Downloads für das iPhone im Frühjahr 2013 auf Platz 60 rangierte. Der Grund für diese Platzierung könnte sein, dass die meisten iPhone-Nutzer die Facebook-App schon vor langer Zeit heruntergeladen haben und sie daher in den aktuellen Download-Charts eine untergeordnete Rolle spielt. Aktuelle Zahlen von comScore zufolge, verbrachten im Februar 2013 Smartphone-Nutzer in den USA ein Fünftel ihrer Handy- bzw. Smartphone-Zeit mit der Facebook-App; ähnlich ist es sicher auch in Deutschland.

Location Based Services

Die Nutzung sogenannter Location Based Services (LBS) geht mit der mobilen Internetnutzung einher. LBS sind Internetanwendungen, die Nutzer von mobilen Endgeräten mit Informationen versorgen, die im Zusammenhang mit dem jeweiligen Standort stehen. So kann bspw. ein Tourist, der auf einem Städtetrip in Barcelona ist, schnell und unkompliziert erfahren, wo schöne Freizeitparks, lebhaftes Cafés oder leckere Restaurants zu finden sind und wie andere Nutzer diese Orte bewerten. Dienste wie Google Maps, Google Places oder Foursquare, aber durch die zunehmende Verbreitung von mobilen Endgeräten treiben die Entwicklung von LBS weiter voran.

Auch auf Facebook können Nutzer an Orten „einchecken“ und diese bewerten. Dadurch können sie ihren Freunden mitteilen, wo sie sich momentan befinden, wie sie den jeweiligen Ort finden und was sie dort gerade tun. Des Weiteren ermöglicht Facebook seinen Nutzern zu sehen, ob sich Freunde bzw. angesagte Orte in unmittelbarer Nähe ihres gegenwärtigen Standortes befinden.

Die von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) beauftragte Studie Location Based Services 2013 zeigt, dass die Anzahl von LBS-Anbieter von weniger als zehn Anbieter im Jahr 2005 auf mehr als 180 Anbieter im Jahr 2012 angestiegen ist. Mit der wachsenden Anzahl von Anbietern wird auch das Angebot vielfältiger. Mittlerweile gibt es LBS-Angebote in den Bereichen Tourismus, Sport, Gesundheit,

Gastronomie, Verkehr, Shopping etc. – kurzum für alle Lebensbereiche gibt es das passende Angebot.

Und das wirkt sich auf die Beliebtheit von LBS-Angeboten aus: Rund ein Drittel der Onliner in Deutschland nutzen LBS-Angebote. Unter den Smartphone-Nutzern liegt der Anteil bei rund zwei Drittel.

Auch für Unternehmen können sich LBS-Dienste positiv sowohl auf die Bekanntheit als auch auf den Absatz auswirken. So kann bspw. der Einzelhandel Rabatte oder sonstige Vergünstigungen gewähren, wenn Kunden beim Ladenbesuch auch digital auf Facebook einchecken oder das Geschäft auf Google Places (positiv) bewerten.

Fazit

Mobile Endgeräte erfreuen sich immer größerer Beliebtheit, wodurch sich das Internetnutzungsverhalten verändert: von der stationären hin zur mobilen Nutzung. Damit einhergehend werden auch soziale Medien, insbesondere soziale Netzwerke – allen voran Facebook – zunehmend mobil genutzt. In Verbindung mit LBS verschmelzen soziale Medien noch mehr mit alltäglichen Handlungen, was dazu führt, dass soziale Medien zukünftig noch intensiver genutzt werden.



Frank Rapp studierte Medien- und Kommunikationsmanagement. Während des Studiums entdeckte er seine Leidenschaft für die „Neuen Medien“. Zu seinen Steckenpferden zählen neben dem klassischen Marketing insbesondere Online Marketing, SEO und Social Media. Auf www.frankrapp.de finden Sie weitere Informationen.