

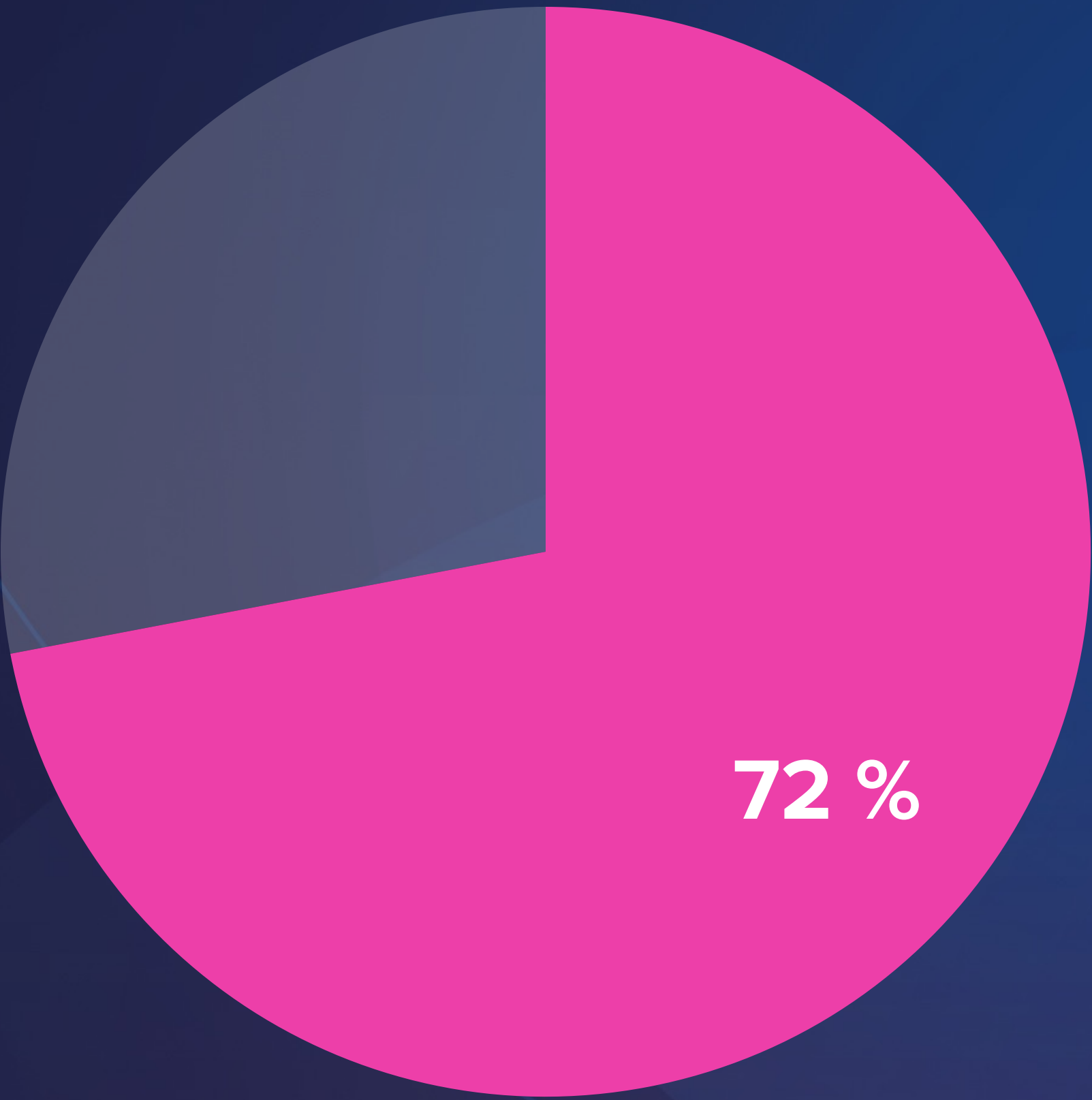
The Big Game

US Umfrage zu Mobile Nutzung & Engagement

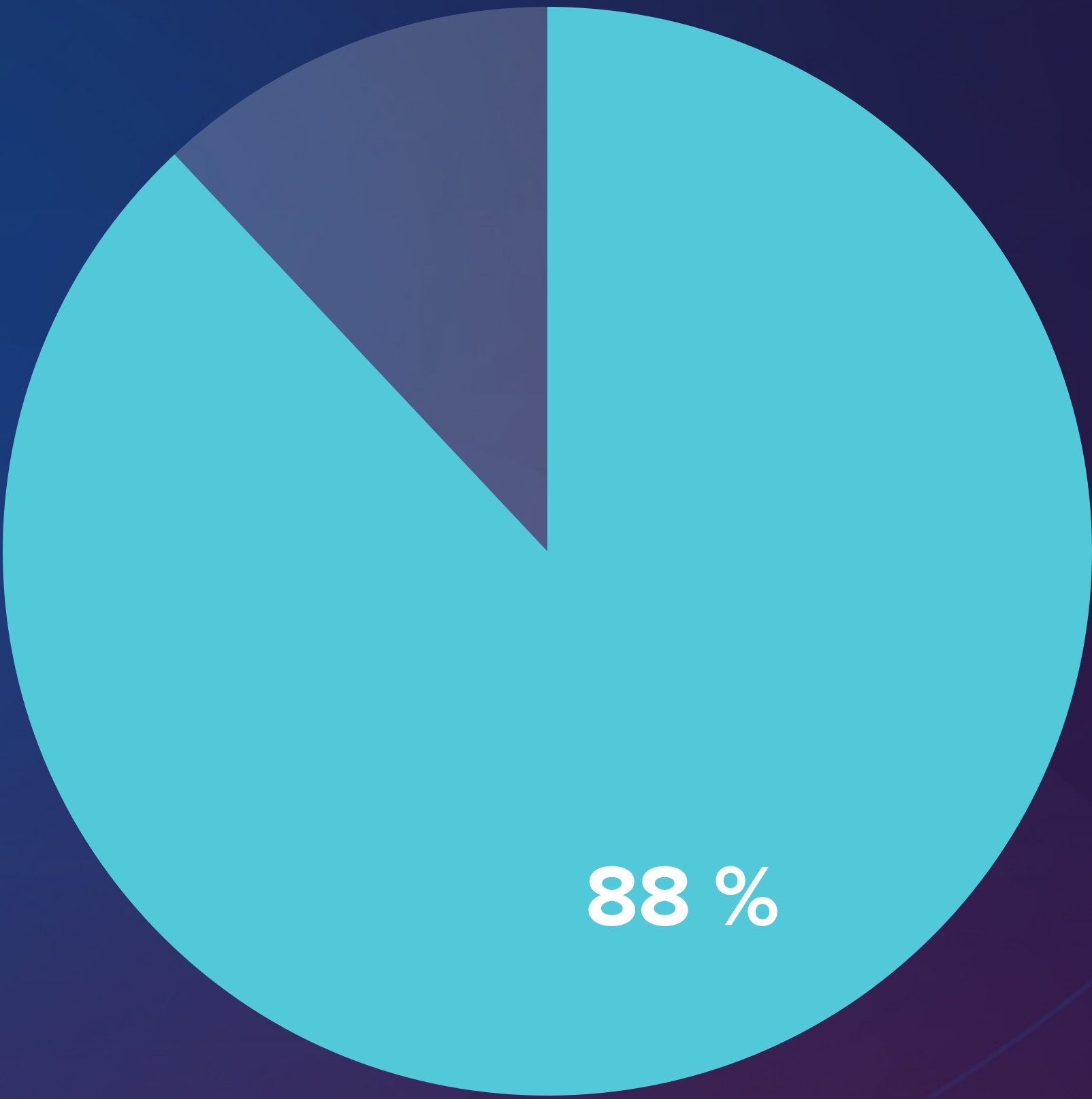


Mehrheit beider Geschlechter schaut das Spiel

Frauen

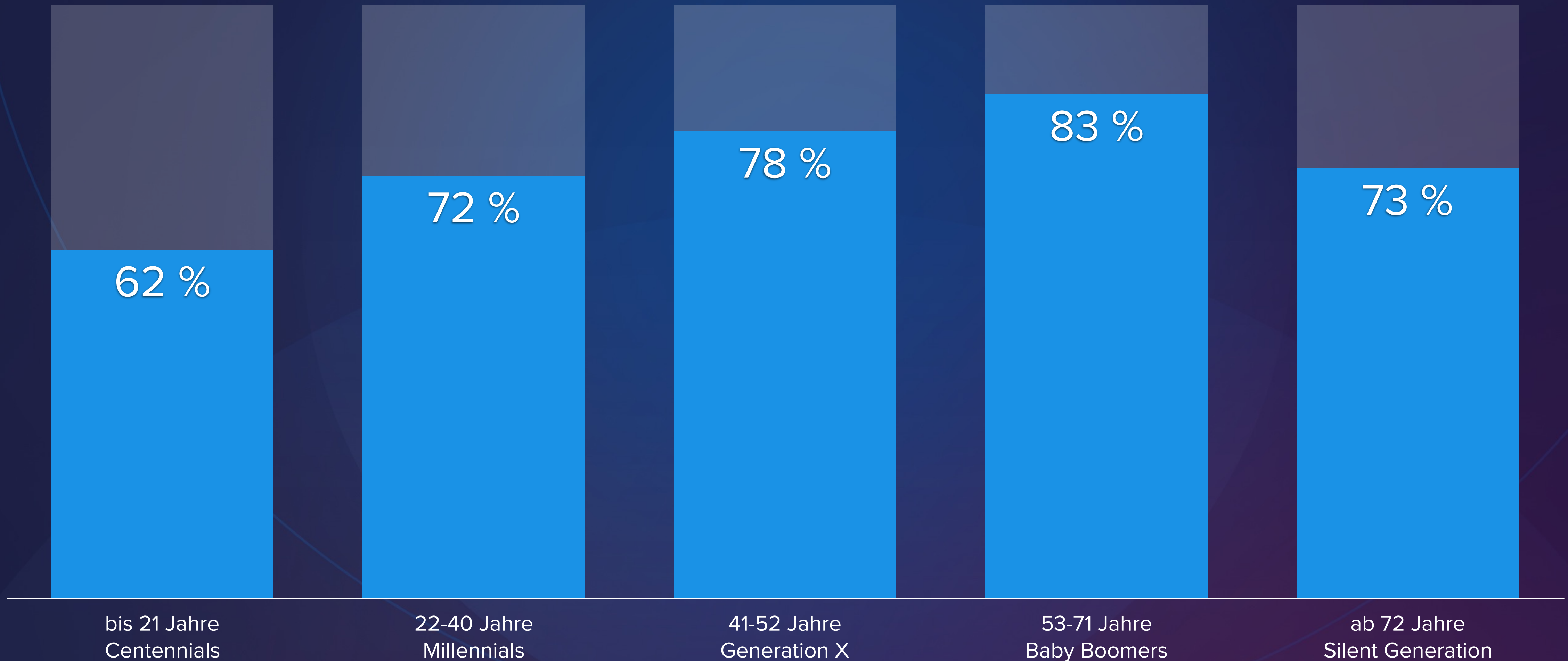


Männer



Überwiegende Mehrheit aller Altersstufen schaut das Spiel

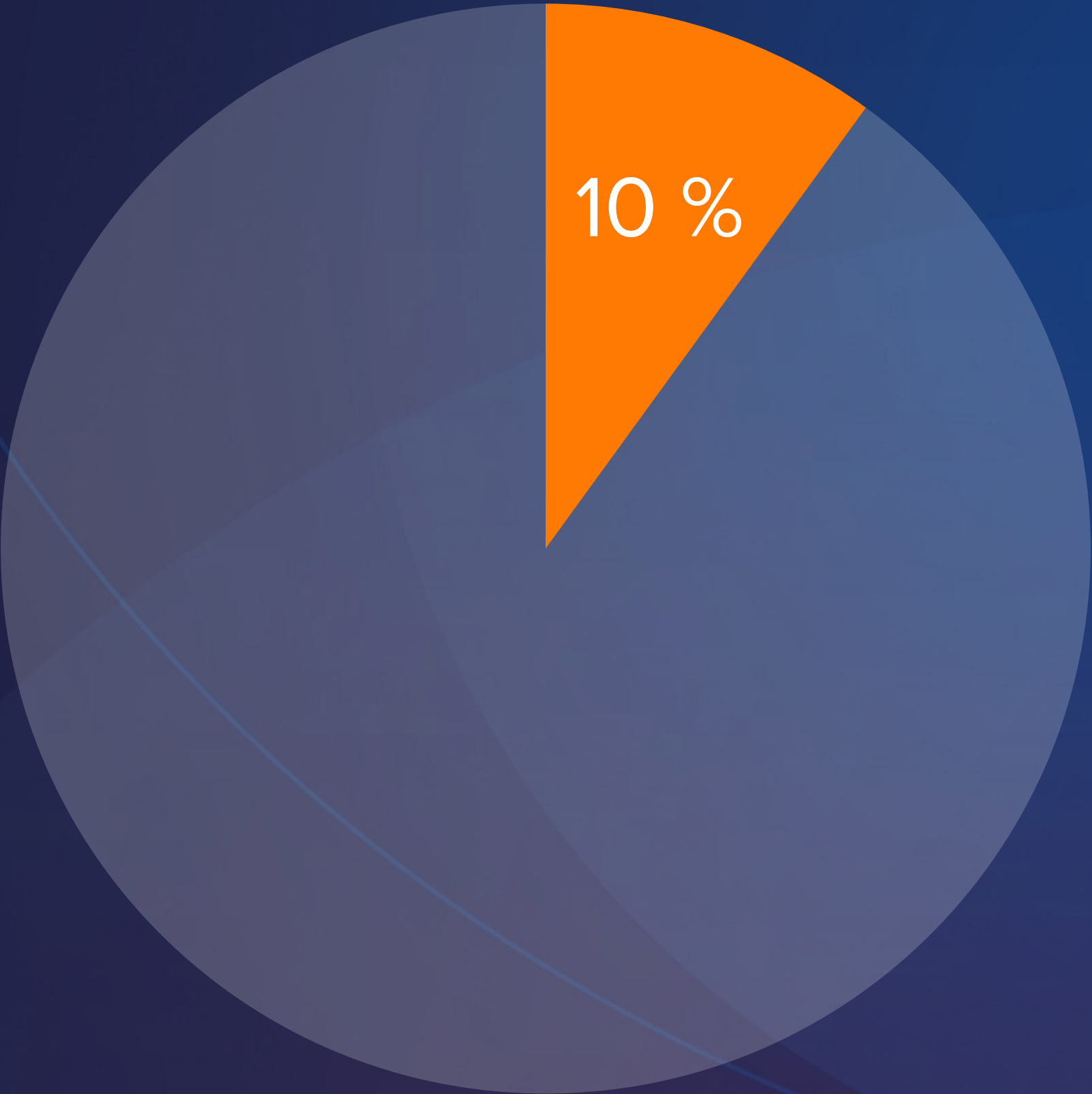
Bei Generation X & den Baby Boomers schalten die meisten sehr wahrscheinlich ein



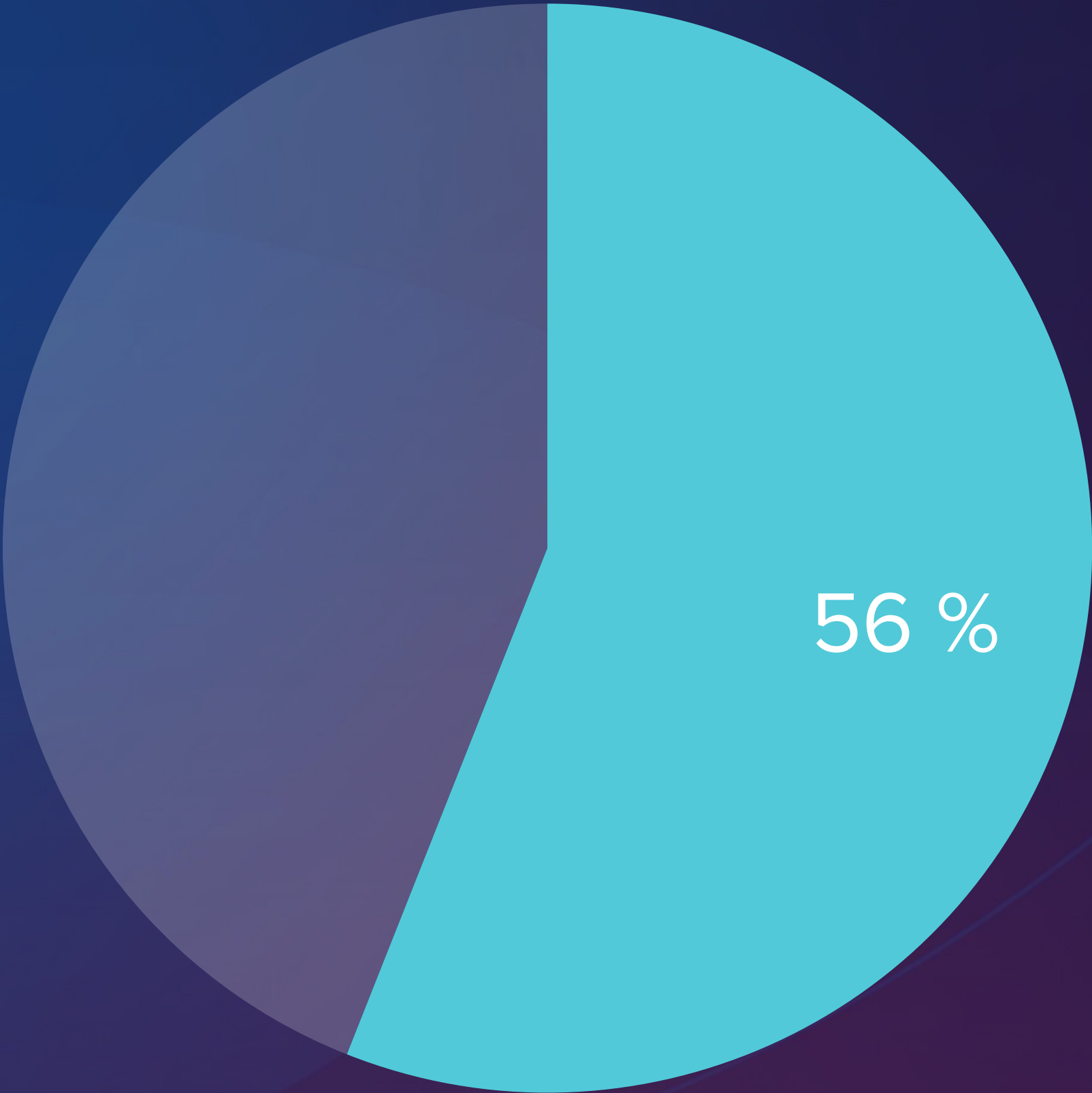


Großteil schaut auf mehreren Screens

Schauen es nicht im Fernsehen,
sondern über andere Screens



Schauen auf mehreren Screens



Quelle: AdColony Q1 2017 Consumer Survey

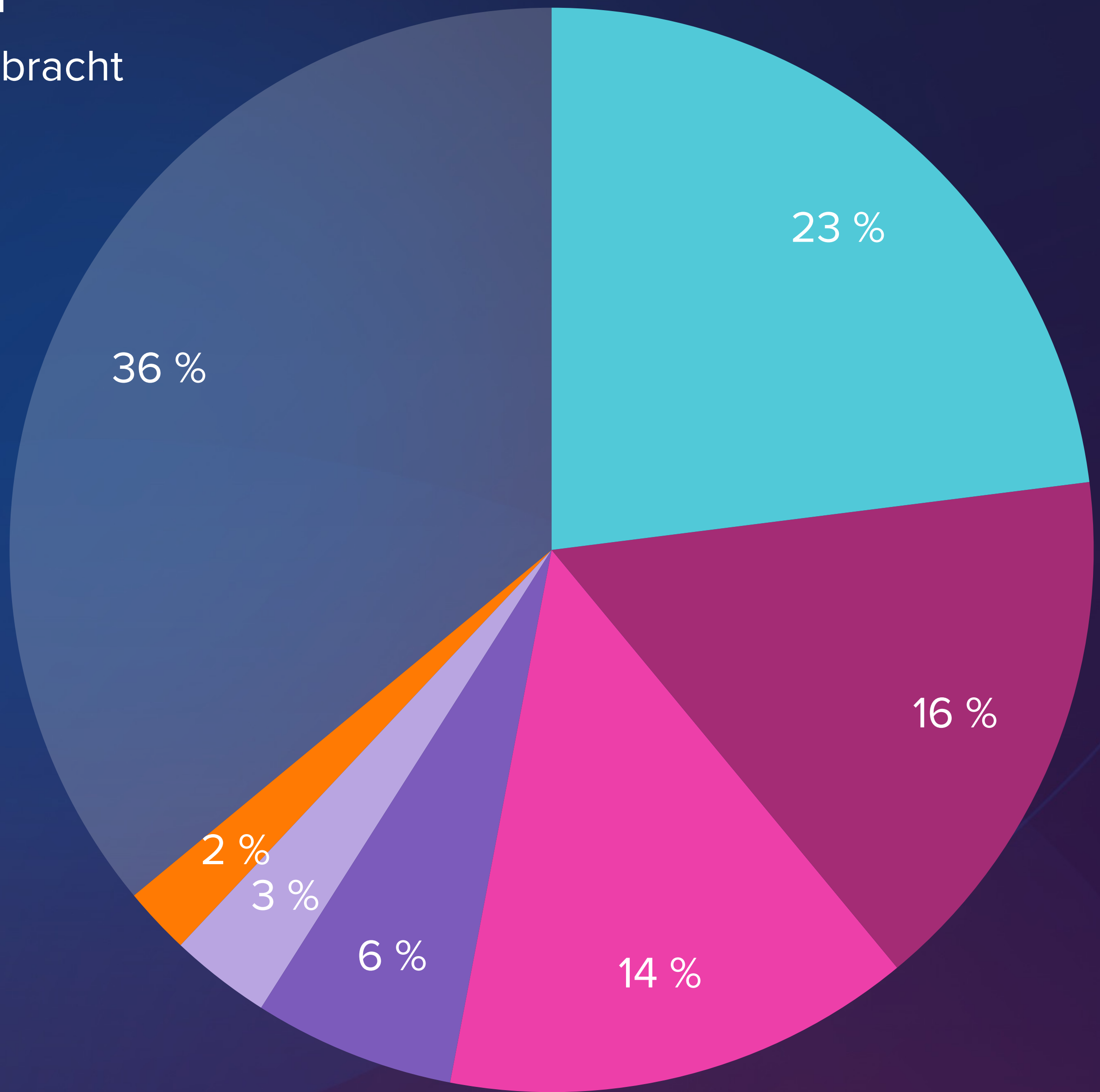


Mobile Multitasking beim Spiel

Erwartete Zeit, die während des Spiels In-App verbracht wird, nach Kategorie

Wo Zeit verbracht wird

- Games
- Social Media
- News & Sport News
- Kommunikation
- Musik
- Fantasy Sports
- Andere



Quelle: AdColony Q1 2017 Consumer Survey



Mobile Engagement Heat Map nach Alter

Fast jede Altersgruppe wird sich während des Spiels am meisten mit Mobile Games beschäftigen

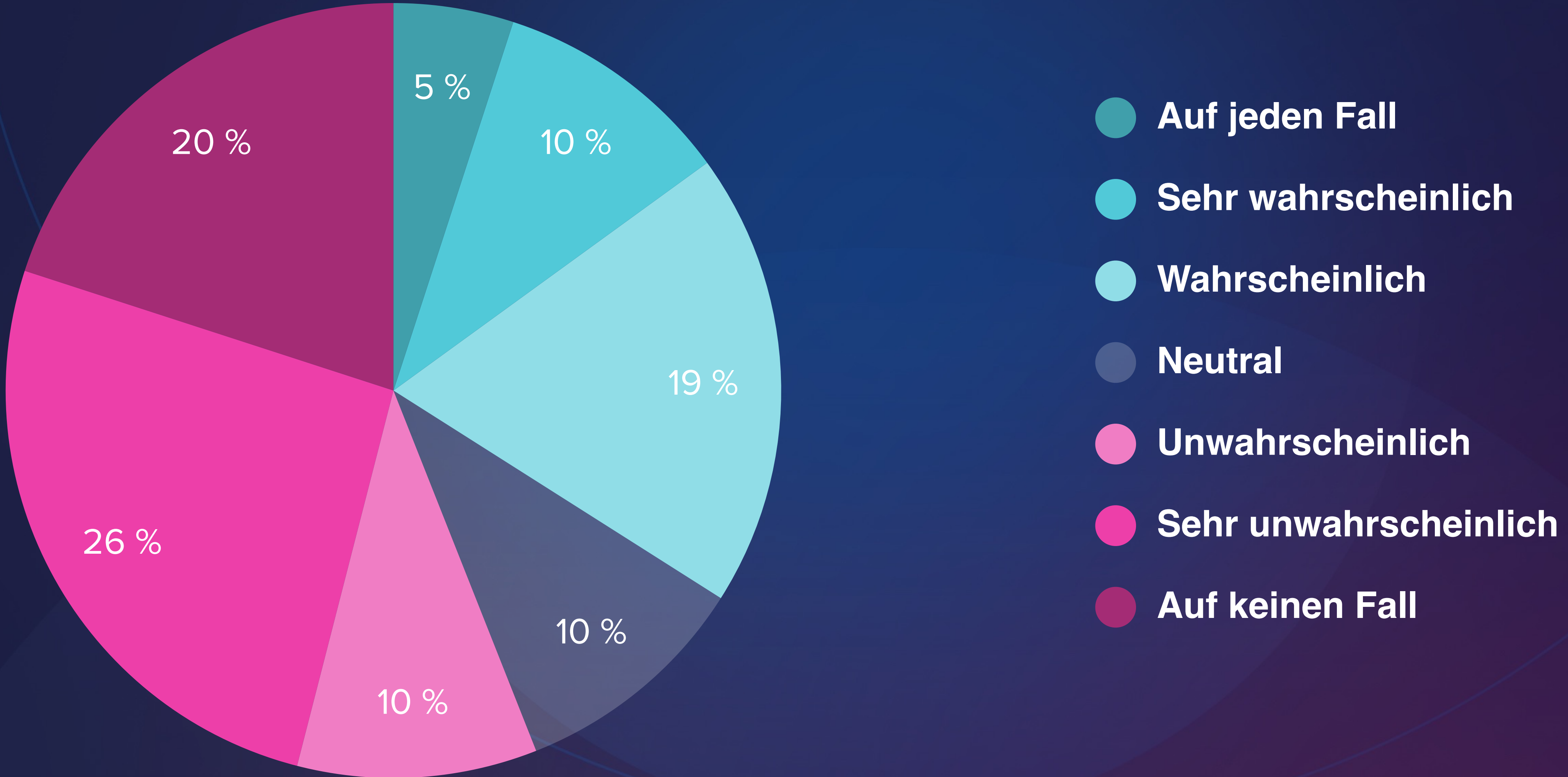
	News & Sport	Fantasy Sports	Messaging	Social Media	Games	Musik
20-40 Jahre Millennials	17 %	2 %	4 %	23 %	25 %	0 %
41-52 Jahre Gen X	19 %	3 %	7 %	24 %	16 %	3 %
53-71 Jahre Boomers	13 %	1 %	6 %	9 %	26 %	3 %
ab 71 Jahre Silent Gen	12 %	1 %	4 %	6 %	29 %	1 %

Quelle: AdColony Q1 2017 Consumer Survey



Suche nach TV Werbespots

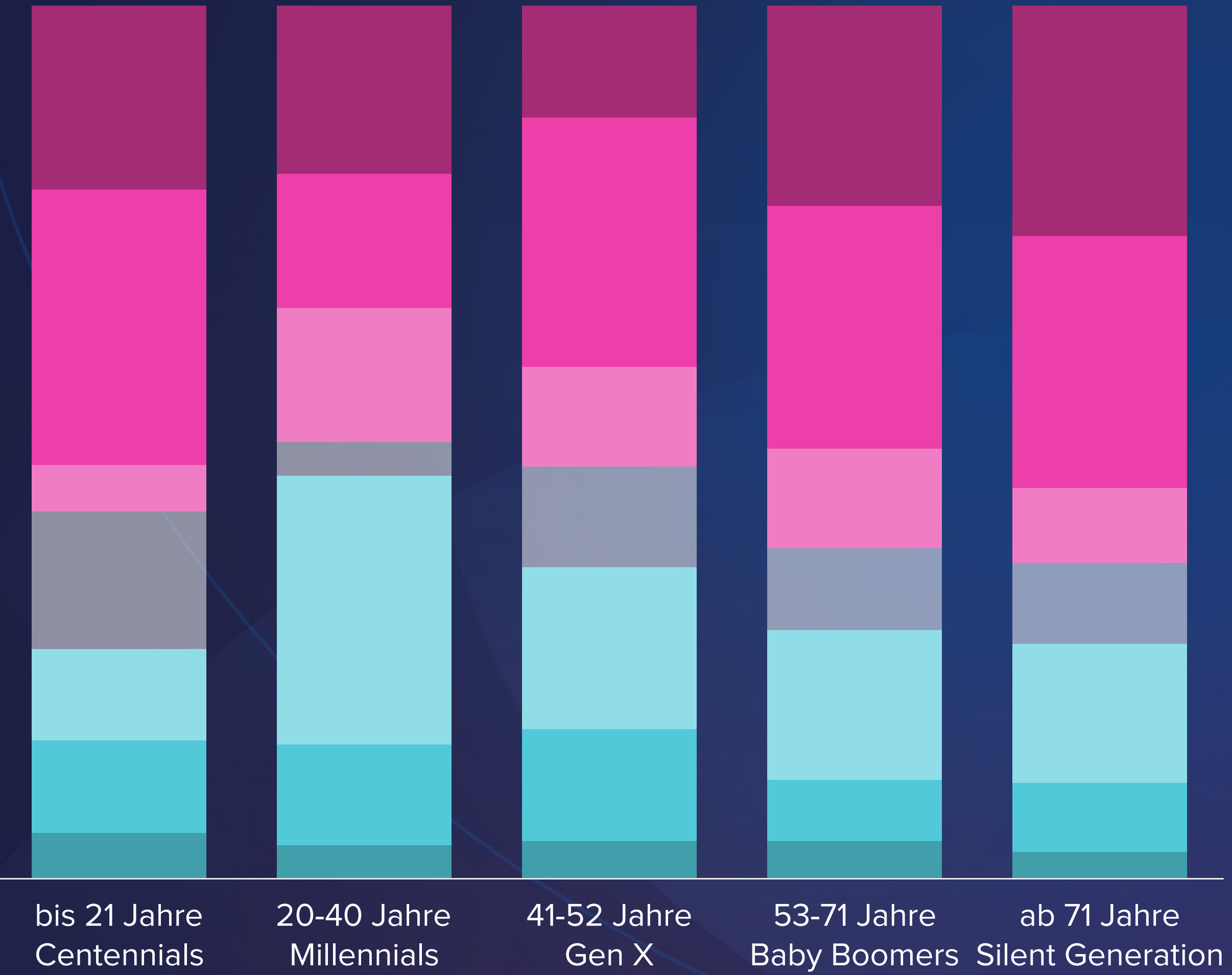
Wahrscheinlichkeit, dass beim Spiel gesehene TV Werbespots hinterher gesucht werden



Quelle: AdColony Q1 2017 Consumer Survey



Interesse am Suchen nach Werbung nach Alter



Wahrscheinlich Unwahrscheinlich

- 26% der Centennials suchen wahrscheinlich nach einer Werbung, die sie während des Spiels gesehen haben, 58% wahrscheinlich nicht.
- 46% der Millennials suchen wahrscheinlich nach einer Werbung nach dem Spiel, 50% wahrscheinlich nicht.
- 36% der Generation X sucht wahrscheinlich nach einer Werbung, 53% wahrscheinlich nicht.
- Nur 28% der Baby Boomers suchen wahrscheinlich nach einer Werbung, 62% wahrscheinlich nicht.
- Lediglich 27% der Silent Generation sucht wahrscheinlich nach einer Werbung.

Quelle: AdColony Q1 2017 Consumer Survey



Quellenverzeichnis

Über die Umfrage

- 933 Personen in den USA haben an der Umfrage teilgenommen.
- 54% der Teilnehmer waren weiblich, 41% männlich, 1% gaben weiteres an und 4% machten keine Angaben zum Geschlecht.
- Die Umfrage wurde über die AdColony Plattform durchgeführt, die monatlich über 1 Mrd User erreicht.
- Antworten wurden zwischen dem 10. Januar 2017 und 18. Januar 2017 gesammelt.

Über AdColony

AdColony ist mit einer Reichweite von 1,4 Milliarden Nutzern eine der größten mobilen Werbeplattformen der Welt und hat es sich zur Aufgabe gemacht, Konsumenten über die wichtigsten Apps und Sites durch einzigartige mobile Werbeerlebnisse mit Marken zu verbinden.

Die proprietäre Instant-Play™ Technologie & innovativen Werbeformate machen AdColony zum führenden Anbieter für qualitativ hochwertiges Mobile Marketing und effektive Monetarisierung.

Fortune 500 Unternehmen und 85% der umsatzstärksten Mobile Publisher vertrauen auf AdColony, um mobile Zielgruppen skalierbar zu erreichen und nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.