

# Bestimmung von Nutzerprofilen im mobilen Internet

Ein Marktforschungsansatz zur Optimierung Ihres mobilen Internetauftritts

*Zunehmender Bedarf an vermarktungsrelevanten Informationen über die mobilen Internetnutzer*

Die Nutzung des mobilen Internets gewinnt aus Sicht der Mobilfunkanbieter, aber auch der Contentanbieter sowie der Werbetreibenden deutlich an Bedeutung. So nutzten im 1. Quartal 2007 bereits 8%\* der Mobilfunknutzer in Deutschland das mobile Internet.

TNS Infratest hat in diesem Zusammenhang einen Marktforschungsansatz entwickelt, mit dem erste Nutzerdaten aus dem mobilen Internet erhoben werden können. Bei diesem Marktforschungsansatz findet die **Onlinebefragung** direkt **auf dem mobilen Endgerät** der Befragungsperson statt.

Im Ergebnis stehen Nutzerprofile der untersuchten mobilen Internetseiten sowie weitere Informationen, die einen Einblick in die Nutzerschaft der noch sehr jungen mobilen Internetgemeinde bieten.



## Studiensteckbrief

### Zielsetzung

Bestimmung von Nutzerprofilen im mobilen Internet

### Methodendesign

- Onlinebefragung auf mobilen Endgeräten
- Zufallsgenerierte Stichprobe

### Grundgesamtheit

- Nutzer des mobilen Internets

### Zielpersonen

- Besucher Ihrer mobilen Internetseiten

### Anzahl Interviews

- n=200+ Interviews

## Schwerpunkte des Ergebnisberichts

- **Soziodemographische Beschreibung** der Nutzer Ihrer mobilen Internetseite
- **Bewertung des mobilen Internetauftritts** aus Nutzersicht
- **Benchmarkvergleiche** zu anderen mobilen Internetseiten (Branchenvergleich, Wettbewerbervergleich)

Die erhobenen Nutzerprofile der untersuchten Internetseiten werden dabei im Sinne eines Benchmarking-Ansatzes mit den Profilen anderer mobiler Seiten verglichen sowie vergleichbaren Zahlen aus dem stationären Internet (bspw. AGOF) gegenübergestellt.

\* Quelle: (N)ONLINER Atlas 2007 der Initiative D21  
(Durchführung: TNS Infratest) / Statistisches Bundesamt 2007

## Fallbeispiel

Im November/Dezember 2007 führte TNS Infratest eine Pilotbefragung durch. Thema der Befragung war die Ermittlung von Nutzerprofilen mobiler Internetseiten.

### Zielsetzung

Bestimmung der Nutzerprofile eines Nachrichtenportals sowie eines Auskunftsportals (Telefonnummern/Adressen) im mobilen Internet.

### Kernergebnisse

Im Vergleich zum stationären Internet handelt es sich bei den Nutzern des mobilen Internets derzeit noch um eine tendenziell jüngere und höher gebildete Zielgruppe, mit höherem männlichen Anteil. Dies trifft für beide untersuchten Portale gleichermaßen zu.

Damit erfüllen diese Personen jene Merkmale, die man gemeinhin mit den Early Adopters in einem neuen Markt assoziiert.

Interessant sind die Unterschiede zwischen den Besuchern der untersuchten Portale hinsichtlich deren grundsätzlichen Nutzungsverhaltens. So liegt der Anteil regelmäßiger Besucher (mehrmals pro Woche) des Nachrichtenportals (84%) deutlich über jenem des Auskunftsportals (46%). Weiter liefert die Untersuchung Hinweise darauf, dass Besucher des Auskunftsportals kurz und bündig ihre gewünschten Informationen abrufen, während Besucher des Nachrichtenportals eher verweilen und sich umsehen.

### Fazit

Die Ergebnisse liefern insgesamt **wertvolle Informationen für Mediavermarkter und -planer im mobilen Internet**. Derzeit ist die aus Vermarktungssicht attraktive Zielgruppe der Early Adopters auf diesem Weg relativ einfach zu erreichen. Deren Nutzungsverhalten im mobilen Internet hängt aber stark mit dem Service- und Contentangebot der jeweils genutzten Seite zusammen. Entsprechend zielgruppengerecht muss auch die Werbung ausgewählt, gestaltet und auf der Seite eingebettet werden, um eine optimale Zielgruppenansprache zu gewährleisten.



## Benchmarking-Studie – Frühjahrsbefragung 2008

In Zusammenarbeit mit der Sevenval AG bietet TNS Infratest die Durchführung einer Benchmarking-Studie an. Hier haben Sie die Gelegenheit, Ihren mobilen Internetauftritt aus Nutzersicht bewerten zu lassen. Ihre Daten werden dabei stets dem Branchendurchschnitt sowie vergleichbaren Zahlen aus dem stationären Internet gegenübergestellt.

### Wertvolle vermarktungsrelevante Informationen

Im Ergebnis steht eine Reihe an vermarktungsrelevanten Informationen, die Ihnen helfen, den mobilen Internetauftritt weiter zu optimieren und Nutzer wie Werbetreibende noch besser anzusprechen.

### Kostenvorteile durch Multi-Client-Ansatz

Das Projekt ist als Multi-Client-Studie angelegt. Das heißt, die Teilnehmer an der Benchmarking-Studie teilen sich die Kosten der Durchführung. Hierdurch können wir Ihnen das Projekt zu einem attraktiven Preis anbieten.

### Anmelden und Frühbucher-Rabatt sichern

Der Projektstart ist im April 2008. Für die ersten drei Teilnehmer gibt es einen Frühbucher-Rabatt in Höhe von 500 Euro!

Bei Fragen zur Methode, zur Benchmarking-Studie oder zum Kostenrahmen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

### Ihr Ansprechpartner bei TNS Infratest:

Ulrich Maier  
Senior Consultant InCom / Technology Sector

TNS Infratest GmbH  
Stieghorster Strasse 66  
33605 Bielefeld

t +49 (0)521 9257 341  
m +49 (0)160 7433 696  
f +49 (0)521 9257 333  
e [ulrich.maier@tns-infratest.com](mailto:ulrich.maier@tns-infratest.com)

[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

TNS is a trade mark of Taylor Nelson Sofres plc