

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer

t +49 (0) 521 9257 687

f +49 (0) 521 9257 250

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

Männer und Frauen nutzen das mobile Internet deutlich unterschiedlich

Aktuelle Ergebnisse aus der „Mobile Internet Benchmarking Studie 2008“ von TNS Infratest

München / Bielefeld, 28. Oktober 2008 – Bei der Nutzung von Informations- und Download-Diensten im mobilen Internet sind Männer und Frauen deutlich unterschiedlich unterwegs. Während die klassischen Internetdienste wie Suchmaschinen, E-Mail-Portale oder beispielsweise der Wetterbericht von beiden Geschlechtern gleichermaßen genutzt werden, nutzen männliche Nutzer deutlich häufiger als Frauen das mobile Internet zur Beschaffung aktueller Nachrichten. Dies betrifft insbesondere das Abrufen tagesaktueller Nachrichten (Männer: 59 Prozent, Frauen: 39 Prozent), Sportnachrichten (Männer: 37 Prozent, Frauen: elf Prozent) sowie Aktienkurse / Finanznachrichten (Männer: zwölf Prozent, Frauen: zwei Prozent). Das sind die aktuellen Ergebnisse einer Auswertung von Befragungsdaten, die im Rahmen der „Mobile Internet Benchmarking Studie 2008“ von TNS Infratest gewonnen wurden. Das Projekt läuft seit Juli 2008 als kontinuierliches Tracking mit dem Ziel, Nutzer im mobilen Internet zu beschreiben. Die Nutzer werden dabei direkt auf ihrem Handy im mobilen Internet befragt. Der Auswertung liegen 642 Interviews mit Nutzern verschiedener mobiler Internetportale zugrunde, die in den Monaten Juli bis September 2008 befragt wurden.

Erstaunlich anders ist das Verhalten bei der Nutzung von Download-Diensten, die von Frauen tendenziell intensiver aufgesucht werden. So gaben 70 Prozent der befragten Frauen an, über das mobile Internet bereits mindesten einmal ein Spiel auf ihr Handy geladen zu haben, während dies nur 59 Prozent der männlichen Handy-Nutzer bestätigen. Stärker noch der Unterschied bei den Download-Diensten für Klingeltöne (Männer: 45 Prozent, Frauen: 65 Prozent) und Musiktitel (Männer: 37 Prozent, Frauen: 57 Prozent), wo der Nutzungsanteil der Frauen jeweils um 20 Prozentpunkte über dem der Männer liegt.

Allerdings stellen Frauen erst rund ein Viertel der derzeitigen Nutzer im mobilen Internet im deutschsprachigen Raum. Mit durchschnittlich 30 Jahren sind sie dabei drei Jahre jünger als die männlichen Nutzer.

Das wesentliche Ergebnis dieser Analyse liegt dabei in der Erkenntnis, dass es sich bei beiden Geschlechtern zwar um Early Adopters handelt, die tendenziell eher jünger, besser gebildet sind, ein überdurchschnittliches Haushaltseinkommen haben und neuen Medien und Technologien gegenüber sehr offen sind, diese aber doch auffällig geschlechtsspezifische Unterschiede in ihrer Nutzungspräferenz zeigen. Insbesondere die hohe Affinität der

weiblichen Nutzer zu Download-Diensten war im Vorfeld der Analysen in dieser deutlichen Ausprägung nicht erwartet worden.

„So ist diese Auswertung ein erneuter Beleg dafür, dass unterschiedliches Nutzungsverhalten von entsprechenden Vermarktungsstrategien und Werbemaßnahmen aufgegriffen und begleitet werden muss“, so Ulrich Maier, Teamleiter bei TNS Infratest und verantwortlicher Studienleiter des Benchmarking Projektes. „Zielgruppenspezifische Analysen des Werberaumes helfen Streuverluste zu vermeiden und die Ansprache bestehender und neuer Kunden zu optimieren.“

Die „Mobile Internet Benchmarking Studie“ ist ein Multi-Client-Ansatz von TNS Infratest und bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihren mobilen Internetauftritt aus Nutzersicht bewerten zu lassen und die soziodemografischen Profile ihrer Nutzer zu bestimmen. Die Daten werden dabei stets dem Branchendurchschnitt und vergleichbaren Zahlen aus dem stationären Internet gegenübergestellt. Im Ergebnis steht eine Reihe von vermarktungsrelevanten Informationen, die helfen, den eigenen mobilen Internetauftritt weiter zu optimieren und Nutzer wie Werbetreibende noch besser anzusprechen. Unternehmen, die an der Benchmarking Studie teilnehmen möchten und weitere Informationen zum Projektdesign wünschen, wenden sich an Ulrich.Maier@tns-infratest.com.

Studiensteckbrief der „Mobile Internet Benchmarking Studie 2008“:

| | |
|-----------------------------|---|
| Zielsetzungen: | Bestimmung von Nutzerprofilen im mobilen Internet Bewertung des mobilen Internetauftritts aus Nutzersicht |
| Methodendesign: | Onlinebefragungen auf mobilen Endgeräten Zufallsgenerierte Stichprobe |
| Grundgesamtheit: | Nutzer des mobilen Internets |
| Zielpersonen: | Besucher von mobilen Internetseiten, die im Fokus der Analyse stehen |
| Anzahl Interviews: | N=200+ Interviews |
| Auswertung/Ergebnisbericht: | Soziodemographisches Nutzerprofil der mobilen Internetseite Bewertung des mobilen Internetauftritts aus Nutzersicht Benchmarking-Vergleiche zu anderen mobilen Internetseiten (Branchenvergleich, Wettbewerbervergleich) Vergleichsanalyse zu Daten aus dem stationären Internet |

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Kontakt und weitere Informationen:

TNS Infratest
Ulrich Maier
t +49 (0)521 9257 341
e ulrich.maier@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com