

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer

t +49 (0) 521 9257 687

f +49 (0) 521 9257 333

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

Was wollen mobile Internetnutzer?

Kernergebnisse Pilotbefragung / TNS Infratest startet im Mai 2008 eine Benchmarking-Studie zur Bestimmung der Nutzerprofile mobiler Internetseiten

München/Bielefeld, 14. April 2008 – Die Nutzung des mobilen Internets gewinnt aus Sicht der Mobilfunkanbieter, aber auch der Contentanbieter sowie der Werbetreibenden zunehmend an Bedeutung. So nutzten laut Statistischem Bundesamt/(N)ONLINER Atlas im 1. Quartal des vergangenen Jahres bereits acht Prozent 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 November/Dezember 2007 wurde hierzu erfolgreich eine Pilotbefragung durchgeführt. Thema der Befragung war die Ermittlung von Nutzerprofilen mobiler Internetseiten. Im Ergebnis stehen soziodemographische Nutzerprofile der mobilen Internetseiten von den am Pilotprojekt teilnehmenden Unternehmen, die einen ersten Einblick in die Grundgesamtheit der noch sehr jungen mobilen Internetgemeinde bieten.

Kernergebnisse der Pilotbefragung: 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 die untersuchten Portale gleichermaßen zu. Damit erfüllen diese Personen jene Merkmale, die man gemeinhin mit den Early Adopters in einem neuen Markt assoziiert. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die aus Vermarktungssicht attraktive Zielgruppe der Early Adopters im mobilen Internet derzeit noch relativ einfach zu erreichen ist. Ihr Nutzungsverhalten im mobilen Internet hängt nach den Ergebnissen der Pilotstudie aber stark von dem Service- und Contentangebot der jeweils genutzten Seite ab. „Entsprechend müssen Erkenntnisse derartiger Studien etwa bei der Gestaltung von Werbung sowie deren Einbettung auf einzelnen Websites berücksichtigt werden, um eine optimale Zielgruppenansprache zu gewährleisten“, so Ulrich Maier, Senior Consultant bei TNS Infratest und verantwortlicher Studienleiter des Pilotprojektes.

Im Mai dieses Jahres bietet TNS Infratest nun die Durchführung einer Benchmarking-Studie an. Hier haben Unternehmen die Gelegenheit, ihren mobilen Internetauftritt aus Nutzersicht bewerten zu lassen sowie die soziodemographischen Profile ihrer Nutzer zu bestimmen. Die Daten werden dabei stets dem Branchendurchschnitt sowie vergleichbaren Zahlen aus dem

stationären Internet gegenübergestellt. Im Ergebnis steht eine Reihe an vermarktungsrelevanten Informationen, die helfen, den mobilen Internetauftritt weiter zu optimieren und Nutzer wie Werbetreibende noch besser anzusprechen. Unternehmen, die an der Benchmarking-Studie teilnehmen und weitere Informationen zum Projektdesign haben möchten, wenden sich an Ulrich.Maier@tns-infratest.com.

Studiensteckbrief für die 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