



Presse-Information

Keine Online-Befragung ohne mobile Nutzer Ipsos Grundlagenstudie vergleicht PC- und Mobile-Nutzer

Hamburg, 01. März 2017. Verbraucher greifen zunehmend mit mobilen Geräten auf das Internet zu. In Deutschland liegt der Anteil der mobilen Internetnutzung laut statistischem Bundesamt aktuell bei ca. 73 Prozent. Bei den 16 bis 24-Jährigen gehen sogar 94 Prozent auch per Smartphone oder Tablet ins World Wide Web. Diese Tatsache macht es immer wichtiger, Online-Befragungen so zu gestalten, dass auch mobile Nutzer ungehindert teilnehmen können. Tatsächlich sind viele Umfragen jedoch noch nicht „mobilfreundlich“.

Höhere Teilnahmebereitschaft bei mobilfreundlichem Design

Ipsos ging dieser Thematik mit internationalen Research on Research Projekten auf den Grund und betrachteten Antwortprofile, Antwortverhalten, Aufmerksamkeitslevel und das Engagement der Befragten in Paralleltests mit Nutzern von PCs (Computer oder Laptop) und mobilen Endgeräten (Smartphone oder Tablet).

Es zeigte sich, dass die grundsätzliche Teilnahmebereitschaft bei Nutzern beider Gerätegruppen im Wesentlichen gleich groß ist. Zudem unterscheiden sich die erhobenen Daten aus mobilfreundlichen Umfragedesigns nicht von denen, die über PCs gewonnen wurden. Für mobile Nutzer ist allerdings ein mobiles Fragebogendesign essentiell, um eine hohe Beteiligung zu gewährleisten. Das mobile Design gewährleistet gleichzeitig eine hohe Aufmerksamkeit der User. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die weit verbreitete Annahme, mobile Nutzer seien stärker abgelenkt, nicht bestätigt. Tatsächlich ist es eher so, dass die Aufmerksamkeit und das Engagement bei mobilen Nutzern höher ist - vorausgesetzt das Design stimmt. Der Anteil der Nutzer, die sich neben der Befragung noch Alltagsdingen zuwenden, ist unabhängig vom Gerät gleich hoch.

Mobile User wichtig für Repräsentativität

Die Ipsosforscher zeigen auch auf, dass mobile Nutzer immer wichtiger für die Repräsentativität von Stichproben werden, denn immer mehr Zielgruppen, und zwar nicht mehr nur die Jüngeren, sind nur noch schwer über PC und Laptop zu erreichen.

Die ausführlichen Ergebnisse dieser Studie stellen Diana Livadic und Mara Badita von Ipsos unter dem Titel „**Understanding mobile respondents and their importance for representative samples: attitudes, behavior, demographics and survey-taking**“ am **17.03. um 14:00 Uhr im Rahmen der GOR vor.**



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179



Presse-Information

Über Ipsos

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen, dabei orientieren wir uns an den „4S“: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 88 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179