

Wie Mobile Apps für die Marktforschung nutzbar gemacht werden können

# Was Kurzes für zwischendurch

Menschen unterwegs per Smartphone-Applikation zu befragen, scheint einer der neuen Hoffnungsträger der Marktforschung zu sein. Am Beispiel der „Research & Results 2010 MobileFeedback“-App, die auf der diesjährigen Marktforschungsmesse zum Einsatz kam, stellt **Daniel Rieber** die neuen Möglichkeiten vor, die Mobile Apps für die Marktforschung bieten.

**D**ie Verbreitung schneller Mobilfunknetze, das Angebot von Daten-Flatrates und die Einführung von Smartphones der neuen Generation wie dem iPhone sind einige der Treiber für das rasante Wachstum des mobilen Internets in den letzten Jahren. So gibt es laut AGOF mobile facts, die im Herbst 2010 erstmals veröffentlicht wurden, in Deutschland bereits mehr als 9 Millionen Nutzer des mobilen Internets.

Während die Herausforderungen für die Marktforschung in den vergangenen Jahren noch darin lagen, technische Hürden zu überwinden, liegt der Fokus gegenwärtig darin, die neu gewonnenen Möglichkeiten frühzeitig zu erkennen und sinnvoll einzusetzen.

## Mobile Apps

In der Entwicklung des mobilen Internets spielt das mit dem iPhone eingeführte Prinzip der Mobile Apps eine entscheidende Rolle. Mobile Apps bieten dem Nutzer eine neue und für die Nutzung am mobilen Gerät optimierte Art des Zugangs zum Internet.

Laut Mobile Commerce Insights 2010, einer Studie, die von Interrogare in Zusammenarbeit mit denkwerk und phaydon veröffentlicht wurde, liegt die Nutzung von Apps bei Smartphone-Besitzern gleich-

auf mit der Nutzung des Internets über den mobilen Browser. Unterschiede gibt es lediglich in der Art der Nutzung. Während der mobile Browser eher für das ziellose Surfen und die Informationssuche genutzt wird, werden Mobile Apps für den zielgerichteten Zugriff auf Online-Plattformen und deren Inhalte eingesetzt.

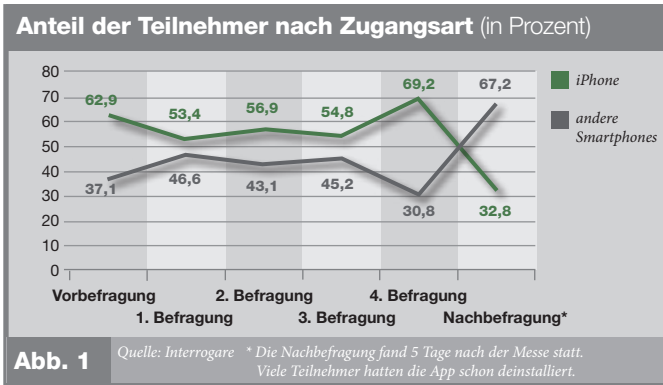
Neben den Verbesserungen, die Mobile Apps im Hinblick auf Performance und Datentransfer mit sich bringen, liegt der entscheidende Vorteil in dem Zusammenspiel mit den Funktionen des Smartphones. So kann eine App direkt vom Homescreen aus aufgerufen werden, hat Zugriff auf Gerätefunktionen wie die Kamera, kann die aktuelle Position über das GPS-Modul bestimmen und ermöglicht es, den Nutzer auch nach dem Schließen der App über Push-Benachrichtigungen zu erreichen.

## Neue Möglichkeiten für die Marktforschung

Um diese Vorteile für die Marktforschung zu nutzen, hat Interrogare eine Mobile App entwickelt, die es den Teilnehmern ermöglicht, Fragebögen bequem am mobilen Gerät auszufüllen. Die App wurde für den Einsatz von Panels entwickelt und ermöglicht Unternehmen und Panelanbietern eine neue Art der Kommunikation mit ihren Kunden beziehungsweise ihren Panelisten. Da es sich um eine Whitelabel-Lösung handelt, kann die App im Corporate Design des jeweiligen Unternehmens aufgesetzt werden.

Durch die Möglichkeit, Teilnehmer über Push-Benachrichtigungen direkt auf aktuelle Befragungen aufmerksam zu machen, ist die App vor allem für Fast-Response-Studien einsetzbar. Da das Smartphone immer dabei ist, sind die Teilnehmer theoretisch zu jedem Zeitpunkt erreichbar. Darüber hinaus ist es möglich, beim Start einer Befragung die aktuelle geografische Position über den GPS-Empfänger zu ermitteln und in den Ergebnisdaten zu speichern.

Die zeitliche und örtliche Unabhängigkeit stellt den größten Vorteil gegenüber klassischen Online-Befragungen dar. Da sich die Kommunikationswege in den letzten Jahren gewandelt haben, ist die App



„Für uns war es spannend, ein Mobile Research-Projekt zu erleben – zumal mit der eigens von Interrogare für die Research & Results 2010 entwickelten iPhone-App. Die zunehmende Durchdringung des Marktes mit Smartphones und anderen mobilen Empfangsgeräten deutet auf einen künftigen Bedeutungszuwachs von Mobile Research hin.“

Der Veranstalter der Research & Results 2010



darüber hinaus ein neuer Weg, spezifische Zielgruppen wie Early-Adopter, Jugendliche oder B2B-Entscheider über ihre bevorzugten Kanäle zu erreichen.

## Messe-Feedback

Über den Einsatz für Panelbefragungen hinaus ist die Interrogare Panel App auch für Events wie Messen oder Kongresse einsetzbar. Um diesen innovativen Ansatz zusammen mit den Besuchern der diesjährigen Research & Results zu validieren, wurde die Panel App für die Marktforschungsmesse unter dem Namen „MobileFeedback“ aufgesetzt und in enger Zusammenarbeit mit der Messeorganisation konzipiert. Im Gegensatz zu einem ausführlichen Online-Fragebogen, den die Besucher nach der Messe im Büro oder am heimischen PC ausfüllen, wurden die Teilnehmer in den entscheidenden Momenten während des Events zu mehreren kurzen Befragungen eingeladen.

Um auch den Messebesuchern, die weder über ein iPhone noch über ein iPad verfügen, die Möglichkeit zur Teilnahme zu bieten, wurden diese nach der Anmeldung per E-Mail zu den einzelnen Befragungen eingeladen. Das Ausfüllen des für alle mobilen Geräte optimierten Fragebogens war hierbei direkt über den mobilen Browser, also auch ohne den Einsatz der App, möglich.

## Ergebnisse der Fallstudie

Die Rückmeldung der Besucher auf der Marktforschungsmesse war äußerst positiv und in gemeinsamen Diskussionen entstanden spannende Ideen für weitere Einsatzmöglichkeiten der App.

Insgesamt meldeten sich zum MobileFeedback 205 Besucher der Messe an, was in etwa 13 Prozent der direkt eingeladenen Personen entspricht. Hierbei lag der Anteil der iPhone-Nutzer ungefähr bei dem der anderen Smartphone-Nutzer, die per Mail zu den Befragungen eingeladen wurden. Die Ausschöpfung unter den Teilnehmern über die App lag vor allem während der Messe insgesamt deutlich höher als die der anderen Smartphone-Nutzer (Abb. 1). Dies legt nahe, dass Push-Benachrichtigungen die bessere Lösung für die Einladung zu mobilen Befragungen sind.

Dass 76 Prozent der Interviews jeweils innerhalb der ersten Stunde nach Einladung durchgeführt wurden, zeigt die Vorteile der App für den Einsatz bei Fast-Response-Studien. Hervorzuheben ist auch, dass 80 Prozent der Teilnehmer bereit waren, ihre aktuelle geografische Position zu übermitteln. Diese Zahl deckt sich mit den Erfahrungen, die wir in anderen mobilen Studien gemacht haben, und verdeutlicht die Akzeptanz für die Nutzung von Location-Based-Services.

## Ein innovatives Tool

Laut Experten sind Smartphones und die Nutzung von Mobile Apps die Treiber und die Zukunft des mobilen Internets. Diese Entwicklung eröffnet der Marktforschung neue Perspektiven, die es zu evaluieren gilt. Mit dem Bereich Mobile Research Services und der Panel App hat sich Interrogare für diese neuen Herausforderungen aufgestellt.

Auch wenn das mobile Internet noch in der Entwicklung steckt, kann der Einsatz der Panel App für die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 als erfolgreiches Fallbeispiel für den sinnvollen und zukunftssträchtigen Einsatz dieser neuen Technik gelten. ■



Mehr Fachartikel zum Thema „Mobile“ unter

[www.research-results.de/fachartikel](http://www.research-results.de/fachartikel)

## Daniel Rieber

leitet die Abteilung Onsite & Mobile Services bei Interrogare und ist zuständig für die Entwicklung innovativer Lösungen für die Marktforschung auf mobilen Geräten.

[www.interrogare.de](http://www.interrogare.de)

