

# Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

**ROGator** 

MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

## Presseinformation

exeo / Rogator untersuchen Mobile-Onlineforschung  
(MobileResearch *TRENDS* 2019):

**„Mobile Research: Chancen der Studienteilnahme per Smartphone prüfen: Der MobileScore hilft bei der Studienplanung!“**

Datum: Nürnberg, 09. April 2019

Verantwortlich für die Studie:

**Johannes Hercher**

**ROGator**   
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

### Rogator AG

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg  
Tel: +49 (0) 911 8100 558  
Fax: +49 (0) 911 8100 570  
j.hercher@rogator.de  
www.rogator.de

**Prof. Dr. Andreas Krämer**

  
Strategic Consulting AG

**exeo Strategic Consulting AG**  
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn  
Tel: +49 (0) 178 256 22 41  
Fax: +49 (0) 228 629 78 51  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher  
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum  
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

Rogator AG  
Emmericher Str. 17  
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550  
fax: +49 911 8100 - 570  
mail: info@rogator.de

## **Mobile Research: Chancen der Studienteilnahme per Smartphone prüfen: Der MobileScore hilft bei der Studienplanung!**

Innerhalb der Marktforschung erhält Mobile Research eine zunehmende Bedeutung, auch weil teilweise der (nicht immer zutreffende) Eindruck entsteht, dass Onlinestudien mittelfristig vorrangig durch Smartphone-Teilnehmer und weniger durch Desktops und Tablets bestimmt werden. Der Studienansatz MobileResearch*TRENDS* 2019 untersucht diese Entwicklungen.

### **Die Ergebnisse der Studie im Überblick:**

#### **Steigender Anteil mobiler Internetnutzer verändert die Bedeutung der Mobile-Onlineforschung**

Nicht nur der Anteil der Internetnutzer nimmt kontinuierlich zu, auch die mobile Internetnutzung stieg in den letzten Jahren deutlich an. Beide Werte nähern sich langsam aber sicher der 100 %-Marke. Vor knapp 20 Jahren betrug diese Werte noch unter 10 %. Diese Entwicklungen lassen sich auf spezielle Trends in der Gerätenutzung zurückführen, die wiederum Auswirkungen auf die Onlineforschung zeigen: So hat die Nutzung des Smartphones bei Teilnehmern an Onlinestudien in den letzten Jahren ebenfalls deutlich zugenommen.

Die steigende Bedeutung der Mobile-Onlineforschung bringt ebenfalls Herausforderungen und Diskussionspotenzial für die Forschenden mit sich: So ist etwa auf eine deutliche Reduzierung der Fragebogenlänge zu achten. Ebenso sollten die Frageformulierungen stark vereinfacht und das Skalenformat entsprechend angepasst werden. Darüber hinaus werden methodische Einschränkungen beim Conjoint Measurement und der Einblendung von Bildmaterial diskutiert.

#### **Wachstumspotenzial für Mobile Research, aber limitierende Faktoren**

Die Beobachtung eines sehr heterogenen Mobilanteils in Onlinestudien kann Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG, durch interne Analysen bestätigen. Durch die Untersuchung von mehr als 300 Onlinestudien, die im Zeitraum von 2016 bis 2019 bei Rogator durchgeführt wurden, ließ sich feststellen, dass lediglich 20 % der Studien ohne Mobilanteil stattfanden. 50 % der Studien wiesen einen Mobilanteil von höchstens 5 % auf: Es ergibt sich ein Median von 5 % bzw. ein arithmetisches Mittel von 21,8 % über alle ausgewerteten Studien hinweg. Somit kann der Mobile-Research-Trend auf Basis der eigenen Ergebnisse nicht ohne weiteres als dominierend für die Onlineforschung bezeichnet werden. Dabei gilt es jedoch zu beachten, dass die ausgewerteten Projekte überwiegend aus dem B2B-Bereich stammen und diese Tendenzen im B2C-Bereich anders gestaltet sein könnten.

#### **Beschränkte Präferenz für die Teilnahme per Smartphone in Onlinestudien**

Trotz der Tatsache, dass ein Großteil der Menschen regelmäßig mobil im Internet vertreten ist, präferieren die meisten Personen für die Teilnahme an Online-Befragungen überwiegend ein Notebook bzw. einen Desktop-PC. Diese Erkenntnisse lassen sich durch die Studienergebnisse von Rogator und exeo zur Akzeptanz und Präferenz von unterschiedlichen Gerätetypen in einem Online-Interview über insgesamt vier Untersuchungswellen aufzeigen. Die

Analyse verdeutlicht, dass das Smartphone nicht das primäre Gerät der Wahl für die Studienteilnahme ist (B2C, Access Panel). Auch in der Gruppe der Smartphone-Besitzer entscheidet sich die Mehrheit der Studienteilnehmer gegen eine Teilnahme per Smartphone. Knapp 90 % der Probanden präferieren einen Desktop-PC / Laptop zum Ausfüllen des Fragebogens. Lediglich 6-12 % der Smartphone-Nutzer akzeptieren gar keinen Desktop-PC für das Interview. Demgegenüber gibt etwa ein Fünftel der Studienteilnehmer per Smartphone an, dass sie ohne die Smartphone-Nutzungsoption nicht an der Studie teilgenommen hätten. Dies entspricht 4 % der gesamten Teilnehmerzahl der Untersuchung, die man somit ohne Mobile-Variante maximal verloren hätte.

### **Mobile First: Von der taktischen zur strategischen Perspektive**

Die „Mobile-First-Strategie“ empfiehlt, Design und Inhalte von Websites primär für die Darstellung auf mobilen Endgeräten zu konzipieren. Auf Online-Befragungen bezogen, verspricht „Mobile First“ somit eine größere Teilnahmebereitschaft, die leichtere Ansprache jüngerer Zielgruppen sowie gesteigerte Rücklaufquoten, um nur einige der zahlreichen Vorteile zu nennen. Die sicherste Lösung wäre es, eine Umfrage immer für das kleinstmögliche Display zu konzipieren, denn was in einer kleinen Darstellungsform funktioniert, klappt mit Sicherheit auch auf einem großen Bildschirm. Jedoch eignet sich nicht jedes Befragungsthema für eine mobile Teilnahme. Hieraus leitet sich die Notwendigkeit ab, die Eignung einer Umfrage für die Durchführung auf mobilen Endgeräten im Vorfeld sorgfältig zu überprüfen und deren Qualität im Hinblick auf das Forschungsziel sicherzustellen.

Somit ist die Relevanz der Teilnahme per Smartphone (Mobile-Anteil) je nach Zielsetzung und Rahmen einer Studie unterschiedlich. Daher sollte das Thema grundsätzlich differenzierter behandelt werden: Während Mobile Research meist vorrangig taktisch diskutiert wird, sollten primär strategische Fragestellungen im Vordergrund stehen. Demnach rücken Fragen in Bezug auf die Ziele der Studie, die Bedeutung mobiler Endgeräte für die Durchführung der Studie sowie die Gerätekompatibilität in den Vordergrund.

### **MobileScore: Bewertung der Eignung für Smartphone-Teilnahme**

Das von Rogator und exeo speziell vor diesem Hintergrund entwickelte Tool „MobileScore“ hilft zum Zeitpunkt der Studienplanung, die Eignung des Fragebogens auf Smartphone-Teilnahme zu bewerten. Somit kann bereits vor der Umfrage deren Qualität sichergestellt werden. Mit wenigen Klicks gibt der interaktive Test Aufschluss, ob und inwieweit eine Online-Umfrage für die mobile Durchführung geeignet ist. Dabei helfen zehn Beurteilungspunkte zur Studienplanung, einen Indikatorwert festzulegen, welcher ausweist, ob die Studienteilnahme per Smartphone oder Tablet ohne Einschränkung, mit Einschränkung oder grundsätzlich nicht empfehlenswert ist. Zu den relevanten Kriterien zählen unter anderem Interviewlänge, Einsatz von Bildmaterial oder die Relevanz des Befragungsortes.

Das Tool wurde im Oktober 2018 von Rogator auf der Research & Results in München präsentiert und verzeichnete bisher Nutzerzahlen von knapp 2.000 Anwendern – Tendenz steigend. Der MobileScore ist unter folgendem Link nutzbar:

<https://www.rogator.de/mobilescore/>.

**Studienbericht:** Diesen erhalten Sie kostenfrei auf Anfrage: [j.hercher@rogator.de](mailto:j.hercher@rogator.de)