



Pressemitteilung

05. Juli 2012

Initiative Markt- und
Sozialforschung e.V.
Kontorhaus Mitte
Friedrichstraße 187
10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 – 49 90 74 19
Fax: +49 (0)30 – 49 90 74 21
presse@deutsche-marktforscher.de
www.deutsche-marktforscher.de

Stichwort Marktforschung – Verbraucherwissen: mobile Befragungen

Berlin, 5. Juli 2012. Immer mehr Menschen haben ein Smartphone – das mobile Internet wächst und damit auch die Befragung über mobile Endgeräte. Befragte können überall und jederzeit Fragen beantworten. So können zum Beispiel bei Veranstaltungen Antworten entweder von Interviewern oder von den Befragten direkt via Smartphone eingegeben und sofort ausgewertet werden. Umfragen über Smartphones sind praktisch und sollen auch Spaß machen.

Auch zum Tag der Marktforschung wurde die mobile Befragung eingesetzt: Passanten vor Ort wurden zufällig ausgewählt und beantworteten einige Fragen, deren Antworten eine Interviewerin oder ein Interviewer direkt in einem Smartphone oder einem Tablet-PC erfasste. Der Vorteil: bei einer solchen Live-Umfrage können die Ergebnisse direkt auf einen Bildschirm übertragen werden, so dass sie auch zum Beispiel für das Publikum zu sehen sind.

Oder man wird per SMS zu einer Umfrage auf dem eigenen Smartphone eingeladen – dann können die Fragen überall beantwortet werden. Vor dem Fernseher, im Park oder im Bus, jeder kann selbst entscheiden, wann er Zeit für eine Umfrage hat. Und natürlich gilt auch hier: Die Befragungen werden anonym durchgeführt und nach den geltenden Datenschutzbestimmungen verarbeitet. Außerdem darf in Verbindung mit einer Befragung nichts verkauft werden. Wer dennoch unsicher ist, ob er es mit einer seriösen Studie zu tun hat, der sollte nachfragen. Das durchführende Institut gibt immer eine Rückrufnummer an, unter der man sich informieren kann.

Die Nutzung von mobilem Internet ist mit der Verbreitung von Smartphones stark gewachsen – laut dem (N)ONLINER Atlas 2012 der Initiative D21 stieg die mobile Internetnutzung der Bevölkerung in Deutschland von 2011 auf 2012 um 76 Prozent, von 2,9 auf 5,1 Prozent. In manchen Zielgruppen – insbesondere mobilen – ist der Anteil bereits deutlich höher. Damit gewinnt auch die Befragung über mobile Endgeräte an Bedeutung, denn ein wachsender Anteil der Bevölkerung ist auf diesem Weg gut zu erreichen. Bald wird diese Art des Interviews vielleicht eine größere Rolle spielen – und jeder kann entspannt auf dem Sofa Fragen beantworten und seine Meinung einbringen.

Die **Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.** will die Öffentlichkeit über Markt- und Sozialforschung und deren Unterschied zu Werbung und Verkauf



ADM Arbeitskreis Deutscher
Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.



Arbeitsgemeinschaft
Sozialwissenschaftlicher Institute
e.V. (ASI)



BVM Berufsverband Deutscher
Markt- und Sozialforscher e.V.



Deutsche Gesellschaft für
Online-Forschung e.V. (DGOF)

informieren. Weitere Aufgaben sind, die Garantie von Anonymität und Datenschutz zu betonen und den Nutzen von Markt- und Sozialforschung für die Gesellschaft zu verdeutlichen.

Träger der Initiative sind die Branchenverbände der Markt- und Sozialforschung:

- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.
- Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Kontakt

Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.

Dr. Sibylle Appel

Kontorhaus Mitte

Friedrichstraße 187

10117 Berlin

Tel.: +49 (0)30 – 49 90 74 19

Fax: +49 (0)30 – 49 90 74 21

presse@deutsche-marktforscher.de

www.deutsche-marktforscher.de