



Studiensteckbrief

# Studie Internetmarktforschung in Deutschland

- Online-Umfragen - Mobile Research - Social Media Research - Big Data/  
Data-Mining - Crowdsourcing - Usability-Tests - Weblog-Analysen -

erarbeitet von:

planung & analyse, Frankfurt am Main, [www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)  
research tools, Esslingen am Neckar, [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

Juni 2013

# Informationen zur Studie (1)

## Sie möchten wissen ...

### auf Nachfragerseite

- ... wie die Bereiche der Internetmarktforschung bei den befragten Unternehmen Anwendung finden?
- ... seit wann und wie viele Projekte in den verschiedenen Bereiche durchgeführt werden?
- ... welche Gründe für die jeweilige Erhebungsmethode sprechen?
- ... was für die Projekte in den verschiedenen Bereichen der Internetmarktforschung charakteristisch ist?
- ... welche Trends es in den verschiedenen Bereichen der Internetmarktforschung gibt?
- ... welche zukünftige Herausforderungen in diesen Bereichen gesehen werden?
- ... wie sich die unterschiedlichen Bereiche in den letzten Jahren entwickelt haben und wie sie sich nach Meinung der Unternehmen in Zukunft weiterentwickeln werden?
- ... wie das letzte Internetmarktforschungs-Projekt der Unternehmen aussah?
- ...

### auf Anbieterseite

- ... wie sich die die Aktivitäten der Dienstleister im Bereich Internetmarktforschung in den letzten Jahren entwickelt haben?
- ... wie viele Anbieter in den einzelnen Bereichen der Internetmarktforschung Projekte anbieten und mit welchen aktuellen Herausforderungen sie dabei konfrontiert werden?
- ... welche aktuellen Trends die Institutsverantwortlichen für die Internetmarktforschung sehen?
- ... wie die Anbieter die Weiterentwicklung verschiedenen Bereichen der Internetmarktforschung in Zukunft sehen?
- ...

# Informationen zur Studie (2)

**Für diese Studie wurden 65 meist große Unternehmen (Nachfragersicht) aus unterschiedlichen Branchen in Deutschland zu folgenden Punkten befragt:**

- Durchführung von Internetmarktforschung, wie viele Projekte in welchem Zeitrahmen.
- Einsatz der verschiedenen Bereiche der Internetmarktforschung.
- Entwicklung der einzelnen Bereiche bis heute und wie die Zukunft derselben eingeschätzt wird.
- Aktuelle Trends und zukünftige Herausforderungen im Bereich Internetmarktforschung
- 44 Musterprojekte in den Internetmarktforschungs-Bereichen Online-Umfragen, Mobile Research, Social Media-Research, Big-Data / Data-Mining, Crowdsourcing, Usability-Tests und Weblog-Analysen werden skizziert.

**Für diese Studie wurden 48 deutschsprachige Anbieter von Internetmarktforschungs-Leistungen zu folgenden Punkten befragt:**

- Anzahl der durchgeführten Projekte in den einzelnen Bereichen der Internetmarktforschung.
- Trends und Herausforderungen im Bereich Internetmarktforschung.
- Einschätzungen zu zukünftigen Entwicklung der Projekte im Bereich Internetmarktforschung.
- ausführliche Anbieterprofile von 32 Anbietern.
- 31 persönliche Statements zur Internetmarktforschung aus Anbietersicht.

Die rund 250 Seiten umfassende Studie ist für 500 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF-Datei zur Verfügung gestellt.

# Inhaltsverzeichnis (1)

|   |    |
|---|----|
| ➤ Management Summary  | 5  |
| ➤ Forschungsdesign  | 10 |
| ➤ Internetmarktforschung aus Nachfragersicht  |    |
| ▪ <b>Internetmarktforschung</b> allgemein: Trends und Entwicklungen, Themenvergleiche   | 20 |
| Durchführung von Projekten, Entwicklung der Internetmarktforschungs-Aktivitäten, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Aktivitäten, Zukünftige Entwicklung der Internetmarktforschung, Zusammenarbeit mit Dienstleistern   |    |
| ▪ <b>Online-Umfragen:</b> Aktueller Stand, Trends, Projektstatistik, Musterprojekte   | 29 |
| Durchführung von Online-Umfragen, Anzahl der im Jahre 2012 durchgeführten Online-Umfragen, Vergangene Entwicklung/ Zukünftige Entwicklung, Zusammenarbeit mit einem Dienstleister, Beginn der Online-Umfragen, Aktuelle Trends / Herausforderungen, letzte Online-Umfrage: Thema, Zielgruppe, Stichprobenquelle, Projektart und beteiligte Länder, Anzahl der Interviews, Interviewdauer, Dauer der Feldzeit, Rücklaufquote, Incentivierung, Medienverwendung, Ergebnispräsentation, Gründe für die Wahl der Erhebungsmethode, Musterprojekte                                 |    |
| ▪ <b>Mobile Research:</b> Aktueller Stand, Trends, Musterprojekte   | 55 |
| Durchführung von Mobile Research, Vergangene Entwicklung/ Zukünftige Entwicklung, Zusammenarbeit mit einem Dienstleister, Gründe warum derzeit kein Mobile Research gemacht wird, Zukünftige Pläne, Musterprojekte  |    |
| ▪ <b>Social Media-Research:</b> Aktueller Stand, Trends, Projektstatistik, Musterprojekte   | 64 |
| Durchführung von Social Media-Research, Aktivität in den Social Media-Kommunikationskanälen, Anzahl Projekte, Vergangene/ Zukünftige Entwicklung, Zusammenarbeit mit einem Dienstleister, Beginn der Social Media-Research, Aktuelle Trends / Herausforderungen, Gründe warum derzeit kein Social Media-Research gemacht wird, Interessante Kanäle für zukünftige Social Media-Research, Zukünftige Pläne, letztes Social Media-Research-Projekt: Thema, Untersuchte Kanäle, Zielgruppe, Datenquelle, Projektart und beteiligte Länder, Betrachteter Zeitraum, Musterprojekte |    |
| ▪ <b>Big Data / Data-Mining:</b> Aktueller Stand, Trends, Musterprojekte  | 87 |
| Durchführung von Big Data-Projekten / Data-Mining-Analysen, Vergangene/ Zukünftige Entwicklung, Zusammenarbeit mit einem Dienstleister, Gründe warum derzeit kein Big Data / Data-Mining gemacht wird, Zukünftige Pläne, Musterprojekte   |    |

# Inhaltsverzeichnis (2)

- **Crowdsourcing:** Aktueller Stand, Trends, Musterprojekte 97  
Durchführung von Crowdsourcing, Vergangene/ Zukünftige Entwicklung, Zusammenarbeit mit einem Dienstleister, Gründe warum derzeit kein Crowdsourcing gemacht wird, Zukünftige Pläne, Musterprojekte
- **Usability-Tests:** Aktueller Stand, Trends, Projektstatistik, Musterprojekte 105  
Durchführung von Usability-Tests, Anzahl Usability-Tests, Vergangene/ Zukünftige Entwicklung, Zusammenarbeit mit einem Dienstleister, Beginn der Usability-Tests, Gründe warum derzeit keine Usability-Tests gemacht werden, Zukünftige Pläne, letzter Usability-Test: Thema, Untersuchungsgegenstand, Auswahlverfahren, Projektart, Form der Durchführung, Anzahl der Interviews, Musterprojekte
- **Weblog-Analysen:** Aktueller Stand, Trends, Musterprojekte 125  
Durchführung von Weblog-Analysen, Vergangene/ Zukünftige Entwicklung, Zusammenarbeit mit einem Dienstleister, Gründe warum derzeit keine Weblog-Analysen gemacht werden, Zukünftige Pläne, Musterprojekte
  
- **Internetmarktforschung aus Anbietersicht**
  - **Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends** 134  
Entwicklung der Anzahl der Internetmarktforschungs-Projekte, Durchführung von Projekten im Vergleich der Internetmarktforschungsbereiche, Durchschnittliche aktuelle und zukünftige Bedeutung der Bereiche, Aktuelle Trend-Bereiche in der Internetmarktforschung, Allgemeine Trends / Herausforderungen, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Projekte, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Marktforschungsthemen im Vergleich
  - **Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends** 142  
31 Institutsmanager skizzieren aktuelle Aspekte der Internetmarktforschung
  - **Online-Umfragen:** Aktueller Stand, Trends 154  
Durchführung von Online-Umfragen, Anzahl Online-Umfragen 2012, Projektart, Stichprobenquelle, Befragten-Zielgruppen, Interviewgrößenklassen, Interviewdauer-Klassen, Feldzeiträume, Rücklaufquotenklassen, Medienverwendung, Endkunden-Branchen, Aktuelle und zukünftige Bedeutung, Aktuelle Trends / Herausforderungen

# Inhaltsverzeichnis (3)

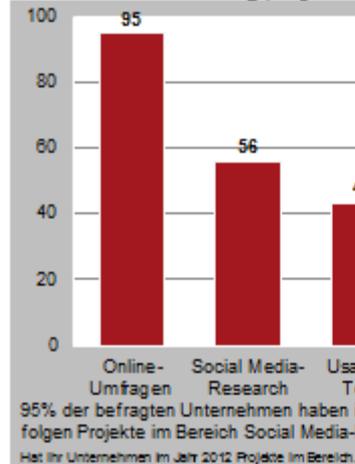
|   |     |
|---|-----|
| ▪ <b>Mobile-Research: Aktueller Stand, Trends</b>   | 168 |
| Durchführung von Projekten im Bereich Mobile Research, Anzahl Projekte 2012, Befragungsarten, Projektart, Befragten-Zielgruppen, Interviewgrößenklassen, Interviewdauer-Klassen, Feldzeiträume, Rücklaufquotenklassen, Ort der Durchführung, Medienverwendung, Endkunden-Branchen, Aktuelle und zukünftige Bedeutung, Aktuelle Trends / Herausforderungen |     |
| ▪ <b>Social Media-Research: Aktueller Stand, Trends</b>   | 183 |
| Durchführung von Social Media-Research, Anzahl Projekte 2012, Projektart, Befragten-Zielgruppen, Analyisierte Aspekte, Analyisierte Kommunikationskanäle, Aktuelle und zukünftige Bedeutung, Aktuelle Trends / Herausforderungen  |     |
| ▪ <b>Big Data / Data-Mining, Crowdsourcing, Usability-Tests/Weblog-Analysen: Aktueller Stand, Trends</b>  | 192 |
| Durchführung von Projekten, Aktuelle und zukünftige Bedeutung, Aktuelle Trends / Herausforderungen  |     |
| ▪ <b>Anbieterübersicht und Anbieterprofile</b>  | 201 |
| Anbieterprofile von 32 Anbietern von Leistungen im Thema Internetmarktforschung   |     |
| ➤ <b>Nachfrager- und Anbietersicht im Vergleich</b>   | 235 |
| Durchführung von Projekten im Jahre 2012, Entwicklung der Internetmarktforschungs-Aktivitäten, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung, Anteil Unternehmen mit optimistischen Prognosen unterschiedlicher Marktforschungsthemen im Vergleich   |     |
| ➤ <b>Literatur</b>  | 240 |
| ➤ <b>Kontakt</b>  | 247 |

# Beispielseiten (1)

## Internetmarktforschung aus Nachfragersicht

Internetmarktforschung allgemein: Trends und Entwicklungen, Vergleiche

Durchführung von Projekten im Jahre 2012 in den 6 Bereichen der Internetmarktforschung (Angaben in %)



Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Internetmarkt

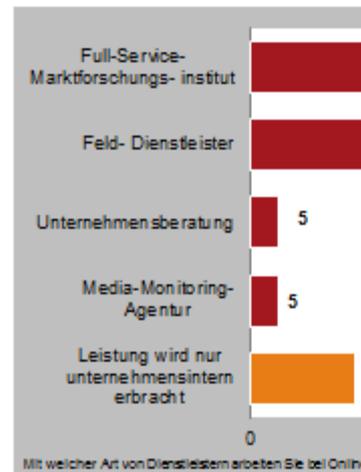
planung & analyse

Studie in

## Internetmarktforschung aus Nachfragersicht

Online-Umfragen: Aktueller Stand, Trends

Zusammenarbeit mit einem Dienstleister bei Online-Umfragen (Angaben in %)



Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Internetmarkt

planung & analyse

Studie in

## Internetmarktforschung aus Nachfragersicht

Mobile Research: Musterprojekte

Musterprojekte im Bereich Mobile Research

| Projekt-Beschreibung: | Werbewirkungsmessung                                | Identifikation der Treiber von Medikamentenverordnung einer bestimmten Indikation |
|-----------------------|---|---|
| Zielgruppe:           | Verbraucher: Online-Nutzer der Test-mobile-Angebote | B2B-Endabnehmer: Arzneimittelverordner (Fachärzte: Onkologie & Pulmologie)        |
| Befragungsart:        | Befragung über Smartphone                           | Befragung über Smartphone + Tablet  |
| Anzahl:               | 100 bis unter 500 Interviews                        | Unter 100 Interviews  |
| Dauer:                | 5 bis unter 10 Minuten                              | 5 bis unter 10 Minuten  |
| Feldzeit:             | Keine Angabe  | 14 Tage bis unter 1 Monat   |
| Rücklaufquote:        | Unter 5%  | Keine Angabe  |
| Befragungsort:        | An beliebigen Orten                                 | Zuvor definierte Orte   |
| Art:                  | Turnusmäßig durchgeführtes Projekt                  | Neues Projekt, erstmalig durchgeführt   |
| Art:                  | national  | national  |
| Branche:              | Online- und Print-Medien                            | Pharma  |
| Medien:               | Stimuli von Unternehmen/ Institut gezeigt           | Keine Angabe  |
| Reporting:            | Online-Reporting nach Abschluss                     | PowerPoint und persönliche Präsentation   |

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Internetmarktforschung

planung & analyse

Studie Internetmarktforschung in Deutschland

research tools  
Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

planung & analyse

Studiensteckbrief Studie  
Internetmarktforschung in Deutschland

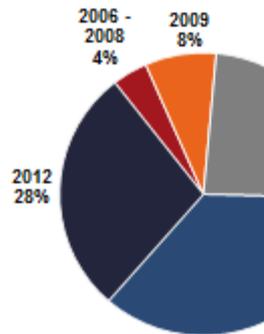
research tools  
Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

# Beispielseiten (2)

## Internetmarktforschung aus Nachfragersicht

Social Media-Research: Aktueller Stand, Trends

### Beginn der Social Media-Research



Seit wann führt Ihr Unternehmen Social Media-Research?

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Internetmarkt

planung & analyse

Studie in

## Internetmarktforschung aus Nachfragersicht

Big Data / Data-Mining: Aktueller Stand, Trends

### Gründe warum derzeit kein Big Data / Data-Mining gemacht wird (Angaben in %)

- zu geringer Nutzen/ nicht sinnvoll für unser Unternehmen
- problematische Umsetzung
- Umsetzung wird derzeit überlegt/ geplant
- unklare Zuständigkeiten
- Weiß nicht/ Keine Angabe

Warum führt Ihr Unternehmen keine Big Data-Projekte/Da

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Internetmarkt

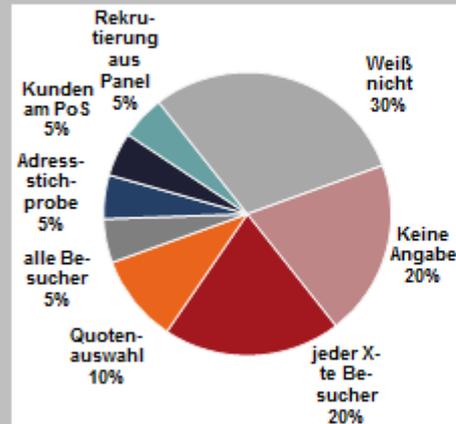
planung & analyse

Studie in

## Internetmarktforschung aus Nachfragersicht

Projektstatistik Usability-Tests: Thema, Zielgruppe, Branche etc.

### Auswahlverfahren beim letzten Usability-Test



20% der befragten Unternehmen gaben an, dass bei diesem letzten Usability-Tests jeder X-te Besucher der Internetseite befragt wurde.

Bemerkenswert: 50% der Befragten konnten zum Auswahlverfahren keine Angabe machen.

Welches Auswahlverfahren kam bei diesem letzten Usability-Test zum Einsatz? (n=20)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Internetmarktforschung

planung & analyse

Studie Internetmarktforschung in Deutschland

research tools  
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

planung & analyse

Studiensteckbrief Studie  
Internetmarktforschung in Deutschland

research tools  
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

# Beispielseiten (3)

## Internetmarktforschung aus Anbietersicht

Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends

Alexandra Wachenfeld, Mitglied der Geschäftsleitung, LINK Institut für Markt- und Sozialforschung



Keine technische Entwicklung Internet. Daraus ergibt sich methodischer Alternativen. Die Branche verändert sich. Eine Einfachheit der Onlineforschung.

Frank-Thomas Naether, Geschäftsführer



Selten war Marktforschung digitaler die Welt wird und je Einzelnen und sein Verhalten es nicht mehr.

Siegbert Schüller, Managing Director, F



Unsere Kunden hegen Biss Internet; wir müssen gewährt gerecht wird. Deshalb haben Qualitätssicherung von online Internetmarktforschung Analyse

planung & analyse

Studie

## Anbieterprofil



### Kontakt- und Firmendaten:

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Firma:                  | concertare Beratungs- und Dienstleistungsg.   |
| Ansprechpartner/ Email: | Harald Becker, <a href="mailto:harald.becker@concertare.de">harald.becker@concertare.de</a> |
| Homepage:               | <a href="http://www.concertare.de">www.concertare.de</a>                                    |
| Firmentyp:              | Full-Service Institut   |
| gegründet:              | 1998  |
| Mitarbeiter:            | 55  |
|                         | Verbandsmitgliedschaften:   |

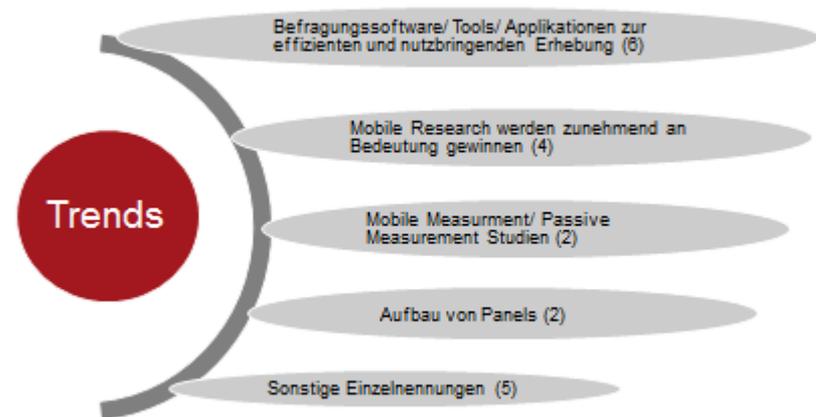
### Stärken im Bereich Internetmarktforschung:

Welche Bereiche/ Methoden und Aktivitäten der Internetmarktforschung bieten Sie an?

## Internetmarktforschung aus Anbietersicht

Mobile Research: Aktueller Stand, Trends

### Aktuelle Trends / Herausforderungen im Bereich Mobile Research



Welche aktuellen Trends/ Herausforderungen sehen Sie derzeit im Bereich Mobile Research? Anzahl der Nennungen in Klammern (n=19, MFN)

Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Internetmarktforschung

planung & analyse

Studie Internetmarktforschung in Deutschland

research tools  
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

planung & analyse

Studiensteckbrief Studie  
Internetmarktforschung in Deutschland



research tools  
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 - 55090384**

**Auftragnehmer:**

(stellvertretend für die Herausgeber planung&analyse, research tools)

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Wäldenbronner Straße 2

73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir die „Studie Internetmarktforschung in Deutschland“  
zum Preis in Höhe von 500 EUR zzgl. MwSt.

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

Datum/Ort: \_\_\_\_\_

# Kontakt

Dr. Gwen Kaufmann  
Chefredakteurin und Objektleitung  
planung & analyse

Telefon: +49 (0) 69-7595-2019

Fax: +49 (0) 69-7595-2017

E-Mail: [gwen.kaufmann@planung-analyse.de](mailto:gwen.kaufmann@planung-analyse.de)

Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstrasse 251  
60326 Frankfurt am Main  
[www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)  
[www.dfv.de](http://www.dfv.de)

**planung & analyse** ist die renommierte  
Fachzeitschrift für Markt-, Media- und  
Werbeforschung im deutschsprachigen Raum.

Dipl.-Kfm. Uwe Matzner  
Geschäftsführer  
Marktforscher BVM  
Lehrbeauftragter für Marktforschung

Telefon: +49 (0)711 55090381

Fax: +49 (0)711 55090384

E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Wäldenbronner Straße 2  
73732 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

**research tools**, Marketingmaßnahmen  
erfassen – verstehen – bewerten.