

Mobile Life



Motivationen und Bedürfnisse des neuen, mobilen Konsumenten

Mobile Life liefert Informationen zu Verhaltensweisen, Motivationen und Bedürfnissen des mobilen Konsumenten in 43 Ländern und stellt somit eine unerlässliche **Planungsgrundlage** für die Entwicklung lokaler, regionaler und globaler **Marketingstrategien** im **mobilen Markt** dar

Die zunehmende „Mobilisierung“ der Konsumenten muss im Marketing Berücksichtigung finden

Mobile
Life

Schaffung eines fundierten Überblicks zu Verhalten, der Motivation und Prioritäten von Nutzern mobiler Devices als stabile Grundlage für die Strategieausrichtung



Studienhintergrund 2013

- Repräsentative Studie der 16 bis 60 jährigen mit und ohne Mobiltelefon
- Insgesamt 36.000 Befragte in 43 Ländern
- In Europa sind mit 14 Ländern alle wichtigen Märkte abgedeckt
- In Deutschland werden 1.000 Nutzer online befragt

Inhalte der Studie

- Basisdaten Mobilkommunikation| Eigentum und Nutzung mobiler Endgeräte
- Zusammenspiel verschiedener Endgeräte | Deep Dive Tablets
- Mobiles Umfeld| Endgeräte-Nutzung: Marken und Betriebssysteme
- Mobile Nutzung | Wie werden mobile Endgeräte genutzt – WiFi-Nutzung, Mobile Social Networking, App-Nutzung etc.
- Fokusthemen:
 - M-Payment | Mobile Wallet und Mobile Banking
 - Mobile Path to Purchase| Rolle des Mobiltelefons beim Einkaufen – Analyse von vier Produktkategorien
 - Innovative mobile Angebote im Handel

Studieninhalte Mobile Life (1/2)

MOBILE KOMMUNIKATION | **Besitz und Nutzung mobiler Endgeräte**

Besitz Mobiltelefon(e), geschäftliche und private Nutzung

ZUSAMMENSPIEL VERSCHIEDENER ENDGERÄTE | **Rolle mobiler Endgeräte**

Nutzung und Anschaffungsplanung von Endgeräten, bevorzugte Endgeräte

Zusammenspiel von Mobiltelefon, Smartphone, Tablet, Netbook, Notebook & PC

Tablets – Marke, Kauftreiber, Nutzung

MOBILE AUSSTATTUNG | **Endgeräte Marken und Operating Systems**

Mobiltelefon Marke & Modell; Smartphonebesitz

Preisbereitschaft beim Endgerät; Lebenszyklus des Endgeräts; Interesse an Zubehör

Genutzter Netzanbieter & Datentarif

Marken Commitment; genutztes OS & Bindung an OS

MOBILE NUTZUNG | **Wie nutzen Konsumenten ihr mobiles Endgerät**

Momentane Nutzung und latente Bedürfnisse hinsichtlich einer Reihe von Features & Services

Nutzung von WiFi und Auswirkung auf mobile Datennutzung*

Nutzung von Instant Messaging und Auswirkungen auf SMS Nutzung*

Nutzungssituationen – Tageszeitanalyse mobiler Aktivitäten

Social Networking – Nutzung & Nachfrage; genutzte Arten von LBS / Gründe für die Nutzung

App Nutzung; Gründe für die Nutzung von Apps, generelle Einstellungen zu Apps

* Neu in Mobile Life 2013



TNS Infratest

Mobile Life

©TNS 2013

Studieninhalte Mobile Life (2/2)

M-COMMERCE | **Rolle von Mobile Finance**

Momentane Nutzung und Interesse an mobiler Bezahlung

Treiber & Barrieren von Mobile Wallet*

Treiber & Barrieren von Mobile Banking

MOBILE IM PATH-TO-PURCHASE | **Rolle von Mobile in der Online Informationssuche & Kauf**

Momentane Nutzung von Mobile bei der Suche oder beim Kauf von Produkten/Services / Betrachtung einzelner Möglichkeiten: z.B. mobile Suche, Preisvergleich über Mobiltelefon, Bezahlung mit dem Mobiltelefon, etc.

Tiefergehende Analyse der vier Kategorien Essen/Trinken, Personal Care, Bekleidung/Schuhe, Elektronische Geräte*

Nutzung des Mobiltelefons beim Kauf oder zur Bezahlung: Betrachtung von 21 Produktkategorien

Interesse an innovativen mobilen Möglichkeiten im Handel*

Nutzung des Mobiltelefons für die Recherche im Bereich Neu- und Gebrauchtwagen*

„Showrooming“ (Mobile Online Suche nach dem besten Produktpreis, nachdem man sich im Geschäft informiert hat)*

PROFIL | **Demographische Informationen**

Genutzte Technologien / Services, z.B.: Breitband, UMTS, Pay-TV, VOIP etc.

Haushaltseinkommen, Bildung, Familienstand, Monatliche Lebensmittelausgaben, Mitglieder im Haushalt

Alter, Geschlecht, Region, Beschäftigung

* Neu in Mobile Life 2013



TNS Infratest

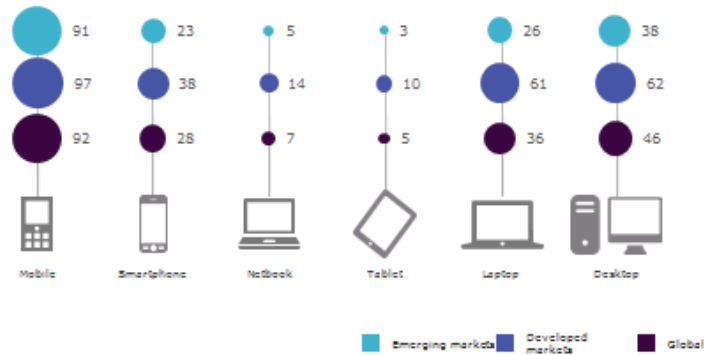
Mobile Life

©TNS 2013

Beispiele aus Mobile Life 2012

Smartphone penetration closely trails laptops in emerging markets highlighting the lack of legacy PC development in these markets; smartphone penetration will exceed that of laptops over the coming year

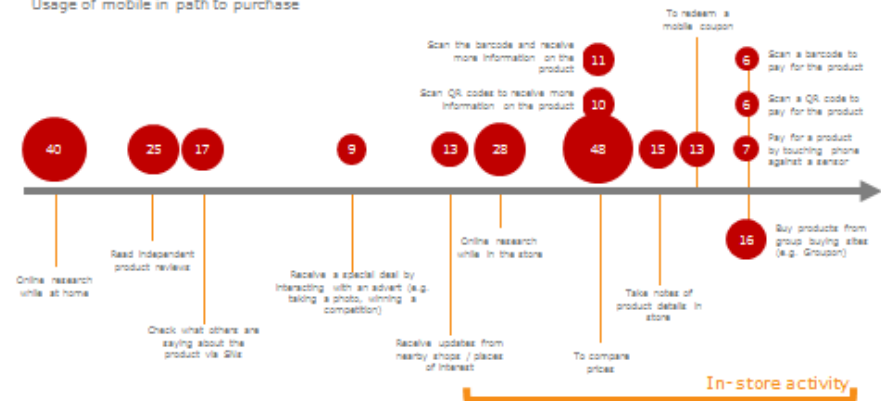
Device ownership



TNS Infratest
©TNS 2012

Mobile fosters a flurry of activities while consumers are in-store; the challenge for businesses is to embrace and utilise these activities

Usage of mobile in path to purchase



TNS Infratest
©TNS 2012

Die globale Ausrichtung der Studie ermöglicht die Entwicklung von lokalen, regionalen und globalen Mobile Marketing Strategien

Nordamerika

Kanada
USA

Lateinamerika

Argentinien
Brasilien
Mexiko

Afrika

Kamerun
Ghana
Kenia
Nigeria
Senegal
Südafrika
Uganda

Australasien

Australien
Neuseeland

Asien und Mittlerer Osten

China
Hong Kong
Indien
Indonesien
Japan
Malaysia
Philippinen
Saudi Arabien
Singapur
Südkorea
Taiwan
Thailand
Türkei
VAE
Vietnam

Europa

Deutschland
Finnland
Frankreich
Italien
Niederlande
Norwegen
Polen
Portugal
Russland
Schweden
Slowakei
Spanien
Tschechien
UK

Mobile Life Pakete und Verfügbarkeit

Paket	Verfügbarkeit	Preis (€)
Globales Paket (Bericht + Excel Tabellen) Globaler Bericht (ca. 100 Seiten in PowerPoint), globale Excel Tabellen, globaler SPSS Datensatz, iClick Online Reporting Tool, 5 Std. Beratung.	April 2013	80.000 €
Deutschland-Paket (Bericht + Excel Tabellen) Bericht Deutschland (ca. 100 Seiten in PowerPoint), Excel Tabellen Deutschland.	Mai 2013	8.000 €
Länder-Pakete (Bericht + Excel Tabellen) Bericht für ein ausgewähltes Land (ca. 100 Seiten in PowerPoint), Excel Tabellen für dieses Land.	Mai 2013	5.000 – 11.000 €
Rabattstaffel Nach Anzahl der Länder, an denen Sie interessiert sind gibt es interessante Rabatte		10-40% Rabatt

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die unter www.tns-infratest.com einsehbar sind (http://www.tns-infratest.com/das_unternehmen/Allgemeine_Geschaeftsbedingungen.asp)



TNS Infratest

Mobile Life

©TNS 2013

Länder-Pakete 2013: Preis und Anzahl Interviews

Land	Geplante Anzahl Interviews	Preis
Argentinien	500	5.000 €
Australien	1000	8.000 €
Brasilien	1600	9.500 €
China	4000	11.000 €
Deutschland	1000	8.000 €
Finnland	500	5.750 €
Frankreich	1000	8.000 €
Ghana	500	5.000 €
Hong Kong	500	6.500 €
Indien	5500	11.000 €
Indonesien	1500	8.000 €
Italien	500	7.250 €
Japan	500	6.500 €
Kamerun	500	5.000 €
Kanada	1000	8.000 €
Kenia	500	5.000 €
Malaysia	500	5.000 €
Mexiko	1000	7.250 €
Neuseeland	500	6.500 €
Niederlande	800	6.500 €
Nigeria	1600	8.000 €
Norwegen	500	6.500 €

Land	Geplante Anzahl Interviews	Preis
Philippinen	500	5.000 €
Polen	1000	5.000 €
Portugal	500	5.000 €
Russland	1000	7.250 €
Saudi Arabien	500	5.000 €
Schweden	500	6.500 €
Senegal	500	5.000 €
Singapur	500	6.500 €
Slowakei	500	5.000 €
Spanien	500	6.500 €
Südafrika	1000	6.500 €
Südkorea	1000	6.500 €
Taiwan	500	6.500 €
Thailand	1000	6.500 €
Tschechien	1000	5.000 €
Türkei	1000	6.500 €
Uganda	500	5.000 €
UK	500	6.500 €
USA	1500	9.500 €
VAE	500	5.000 €
Vietnam	500	5.000 €

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die unter www.tns-infratest.com einsehbar sind
(http://www.tns-infratest.com/das_unternehmen/Allgemeine_Geschaeftsbedingungen.asp)



TNS Infratest

Mobile Life

©TNS 2013

Rabattstaffel

Bei Bestellung von mehr als einem Länderpaket gewähren wir die folgenden Rabatte:

- 2-5 Länderpakete: 10% Rabatt auf den Gesamtpreis
- 6-10 Länderpakete : 15% Rabatt auf den Gesamtpreis
- 11-20 Länderpakete : 20% Rabatt auf den Gesamtpreis
- 21 oder mehr Länderpakete : 40% Rabatt auf den Gesamtpreis

Alle Länderpakete können für 136.000 € bestellt werden.

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die unter www.tns-infratest.com einsehbar sind
(http://www.tns-infratest.com/das_unternehmen/Allgemeine_Geschaeftsbedingungen.asp)



TNS Infratest

Mobile Life

©TNS 2013

Profitieren Sie von unserem "Frühbucherangebot"

Für jede Bestellung von Mobile Life **bis zum 24. April** erhalten Sie nach Eingang Ihrer Bestellung das entsprechende Paket von **Mobile Life 2012 kostenfrei.**

Bestellen Sie also beispielsweise das Deutschlandpaket Mobile Life 2013 für 8.000 €, dann erhalten Sie das Deutschlandpaket 2012 umgehend kostenfrei.

Kontakt: walter.freese@tns-infratest.com, T. +49 521 9257 690

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die unter www.tns-infratest.com einsehbar sind
(http://www.tns-infratest.com/das_unternehmen/Allgemeine_Geschaeftsbedingungen.asp)



TNS Infratest

Mobile Life

©TNS 2013



www.tnsglobal.com/mobilelife
www.tns-infratest.com/mobilelife



TNS Infratest

Mobile Life

©TNS 2013