



**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

**Mit dem SMIX den Markt im Blick:  
Smartphone Mobile Internet eXperience**

*Webinar vom 12. Juni 2014*

# Hallo und herzlich willkommen!



- Dennis Schulze
- Diplom-Kaufmann
- Consultant bei YouGov, Telecoms & Technology
- Studienleiter SMIX

# YouGov im Überblick

## Unser Unternehmen in Zahlen

YouGov gehört zu den

# Top 25

Marktforschungsunternehmen der Welt



# 20



Standorte in Europa, dem Nahen Osten, den USA und China

Weltweit über

# 500

Mitarbeiter, davon 120 in Deutschland



Eigenes Online-Panel mit mehr als

# 3.000.000

Mitgliedern in 33 Ländern, davon rund 140.000 in Deutschland



Mit pro Geschäftsjahr mehr als

# 18.000

Presseennungen (alleine online) gehört YouGov zu den meistzitiertesten Markt- und Meinungsforschern Deutschlands



In Deutschland seit

# 1991

Ihr erfahrener Partner



# Agenda

- Zielsetzungen der Studie
- Set Up und Design
- Some Insights: März 2014
- Analyse und Reporting
- Lessons Learned



# Was ist die Zielsetzung der Studie?

Der SMIX soll den Markt aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten

- Regelmäßiges Tracking des Mobilfunkmarktes (Provider, Hardware, Nutzungsverhalten)
- Aktuelle Entwicklungen im Rahmen von Langzeitvergleichen über alle Wellen hinweg im Auge behalten
- Highlight-Themen zu aktuell aufkommenden Trends müssen beleuchtet, zukunftssträchtige Technologien ausgemacht werden können
- Möglichkeit für Kunden, persönliche Insights durch Einbindung von Zusatzfragen, Sonderauswertungen etc. zu schaffen



# Rahmenbedingungen

## Der Blick „hinter die Kulissen“

- Über welche Zielgruppen sollen Aussagen getroffen werden?
  - Allgemein:
    - *Mobiltelefonnutzer*
    - **Smartphonenu**nter / Nicht-Nutzer eines Smartphones
    - **Nutzer des mobilen Internets via Mobiltelefon** / Nicht-Nutzer des mobilen Internets
    - *Nutzer bestimmter Marken (Hersteller, Provider, Netze)*
  - Aus Unternehmenssicht:
    - *Kunden*
    - *Potentialkunden*
    - *Verlorene Kunden*
    - *Kunden des Wettbewerbs*
- Über welche Produkte, Dienstleistungen, ... sollen Aussagen getroffen werden?
  - *Hardware*
  - *Prepaid-/Postpaid-Tarife*
  - *Netzqualität*
  - *Mobiles Internet*
  - *Apps*
  - *Sicherheitssoftware u.v.m.*



# Agenda

- Zielsetzungen der Studie
- **Set Up und Design**
- Some Insights: März 2014
- Analyse und Reporting
- Lessons Learned



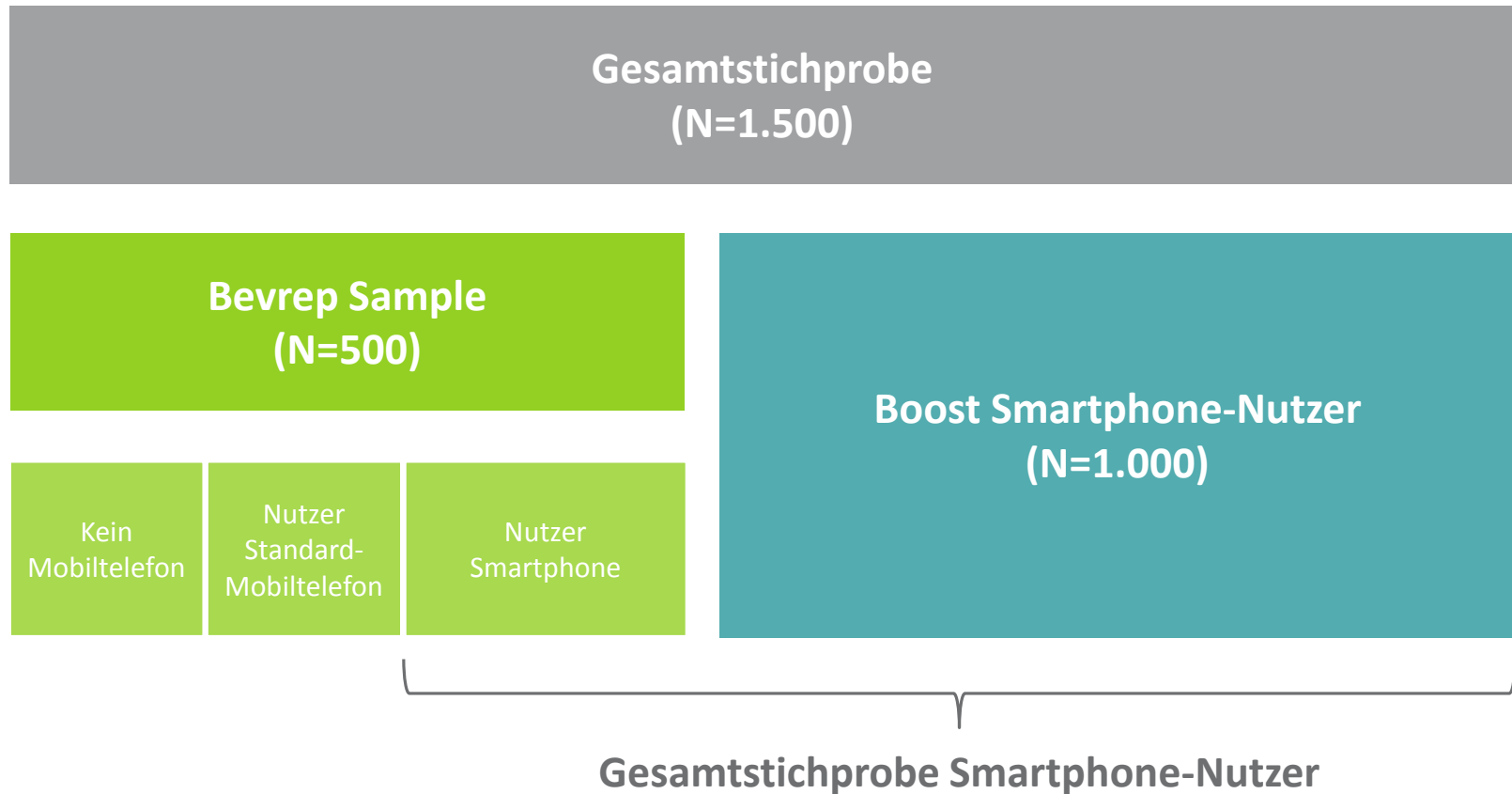
# Das YouGov Panel Deutschland

Durchführung der Befragung erfolgt über das YouGov Panel Deutschland; Dauer: 20 Minuten

Profil	Mitglieder	YouGov TurboSampling
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gründung im Jahr 2008</li><li>• Aktuell <b>140.000 Mitglieder</b>, monatlich ca. <b>1.800 Neuanmeldungen</b></li><li>• <b>Stammdaten aus verschiedenen Bereichen</b>, z.B. Telekommunikation, Social Media, Handel &amp; Konsum</li><li>• Standardquotierung und -gewichtung:<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Bevölkerungsrepräsentativ</b> ab 16 bzw. 18 Jahren</li><li>• <b>Internetrepräsentativ</b> 16+</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>„My YouGov“</b>: Komfortabler Mitgliederbereich für Panelisten</li><li>• <b>Vergütung</b>: Mitglieder erhalten Bonuspunkte (pro Fragebogenminute erhält ein Panelist € 0,10)</li><li>• <b>Einlösemöglichkeiten</b>: Bargeld, Gutscheine, Spenden, Sachprämien</li><li>• <b>Rekrutierung</b>: Über Google AdWords, Affiliate Marketing und Kooperationen sowie Offline-Kanäle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aussteuerung auch anspruchsvoller Quotenvorgaben und <b>Erreichung unterrepräsentierter Zielgruppen</b></li><li>• <b>Automatische Einladungssteuerung</b> und Zuweisung zur jeweils passenden Umfrage</li><li>• <b>Hohe Mitgliederzufriedenheit</b> durch Verzicht auf explizite Screenouts: Jeder Panelist erhält immer eine Umfrage</li></ul>

# SMIX – der regelmäßige Trendmonitor

Stichprobenbeschreibung je Befragungswelle



\* Bevölkerungsrepräsentative Stichprobe (nach Alter, Geschlecht und Bundesland) für Deutschland

# SMIX – der regelmäßige Trendmonitor

Zeiträume bisheriger Befragungswellen

Wellen



# SMIX – Aufbau der Befragung

Modularer Aufbau von Befragung, der sich auch im Reporting widerspiegelt



# SMIX – der regelmäßige Trendmonitor

Zeiträume bisheriger Befragungswellen und Highlightthemen

Wellen



# Agenda

- Zielsetzungen der Studie
- Set Up und Design
- **Some Insights: März 2014**
- Analyse und Reporting
- Lessons Learned

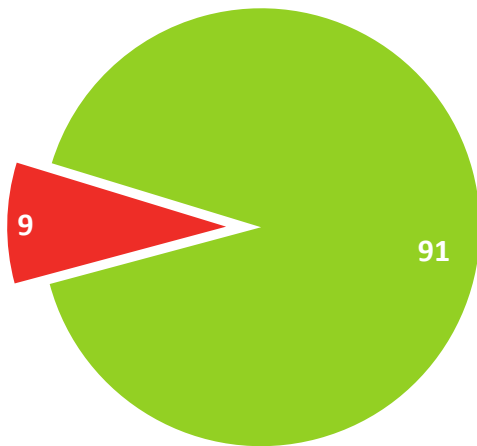


# Status Quo: Nutzung und Typ von Mobiltelefonen



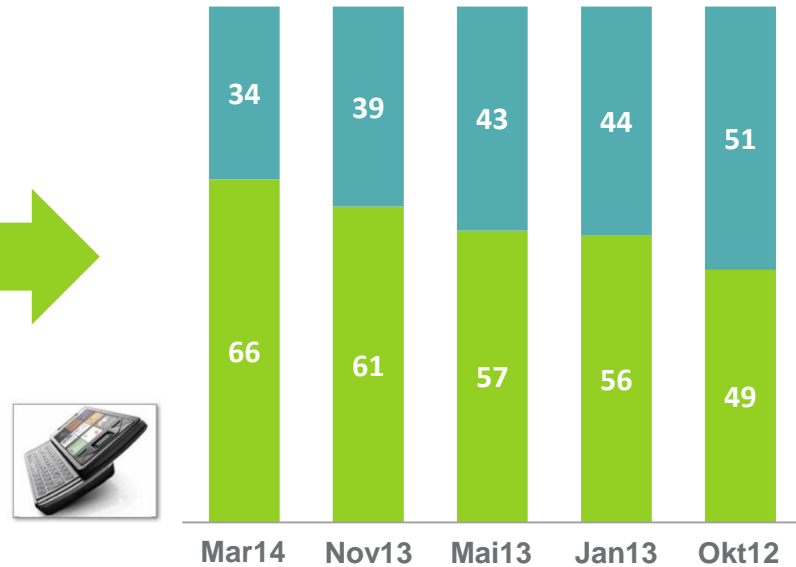
Mittlerweile nutzen zwei Drittel der Mobiltelefon-Besitzer ein Smartphone

Besitz und / oder Nutzung eines Mobiltelefons (%)



■ kein Mobiltelefon vorhanden ■ Mobiltelefon vorhanden

Typ des hauptsächlich genutzten Mobiltelefons (%)



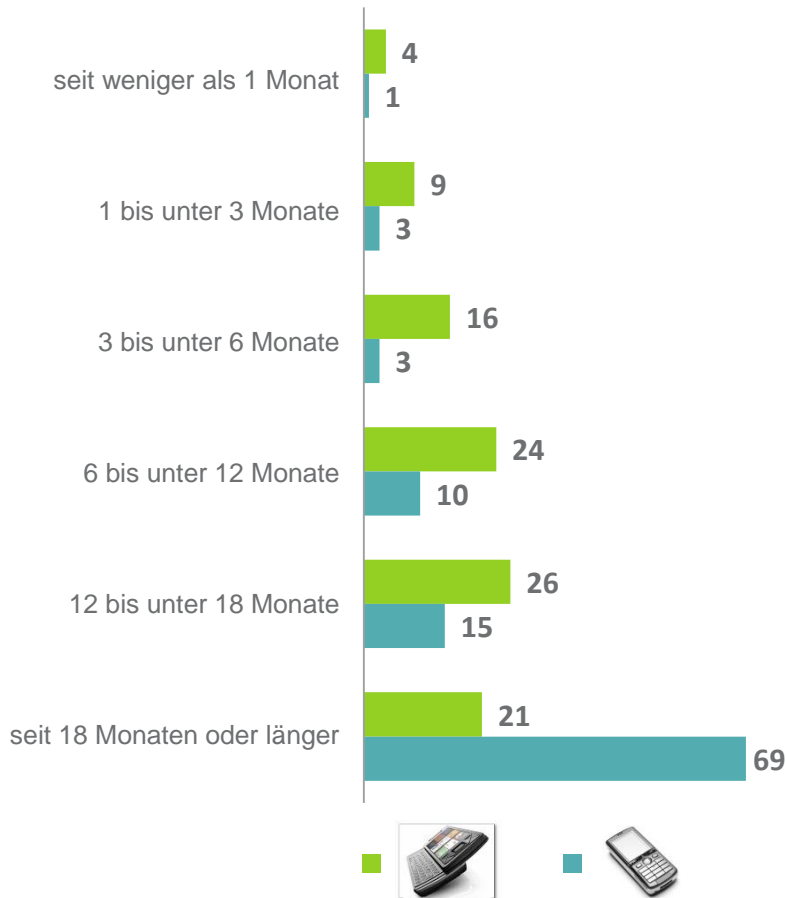
■ Smartphone ■ Standard-Mobiltelefon

# Status Quo: Anschaffung des aktuellen Mobiltelefons

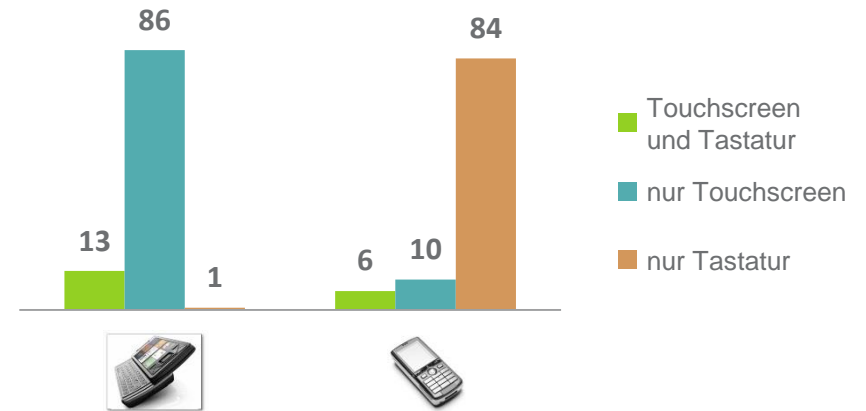


Fast die Hälfte aller Smartphone-Nutzer sind inzwischen keine Einsteiger mehr

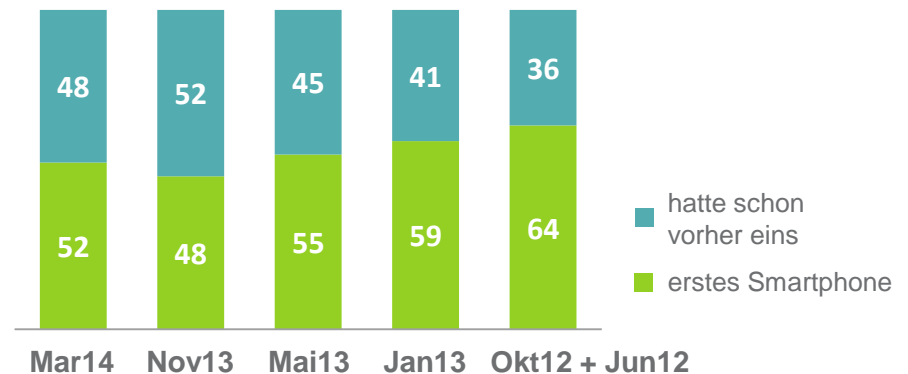
**Besitzdauer Mobiltelefon (%)**



**Bedienung des Mobiltelefons (%)**



**Vorerfahrung Smartphones (%)**



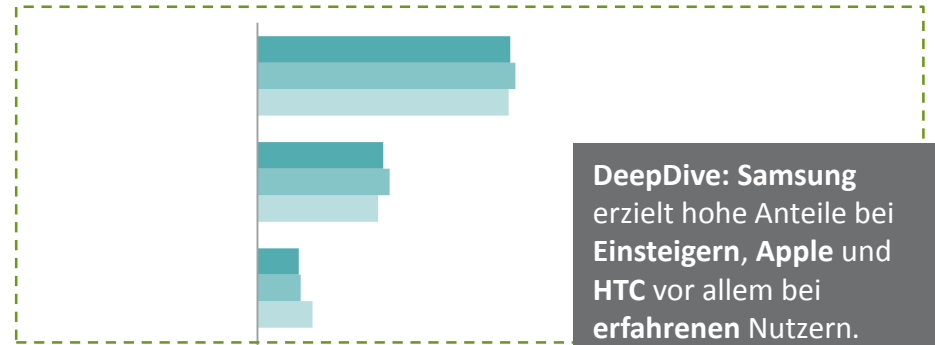
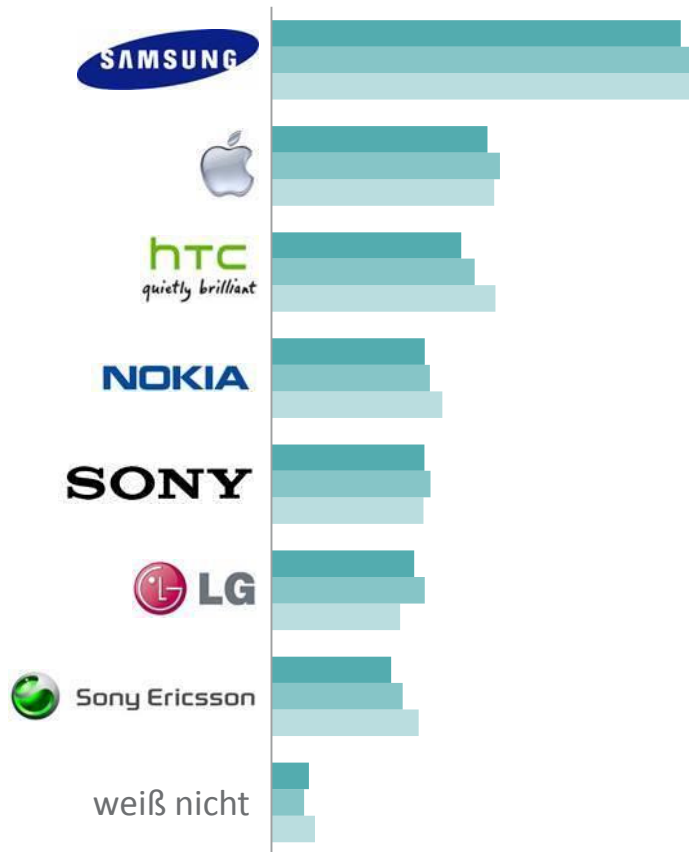
# Ausblick: Anschaffung des nächsten Smartphones



Samsung ist mit deutlichem Abstand First Choice, teilt sich mit Apple fast 60% des zukünftigen Markts

Relevant Set (%)

First Choice (%)



**DeepDive: Samsung** erzielt hohe Anteile bei **Einsteigern, Apple** und **HTC** vor allem bei **erfahrenen Nutzern**.

■ Mar14  
■ Nov13  
■ Mai13

# Status Quo: Aktuelles Smartphone – Marktanteile der Hersteller

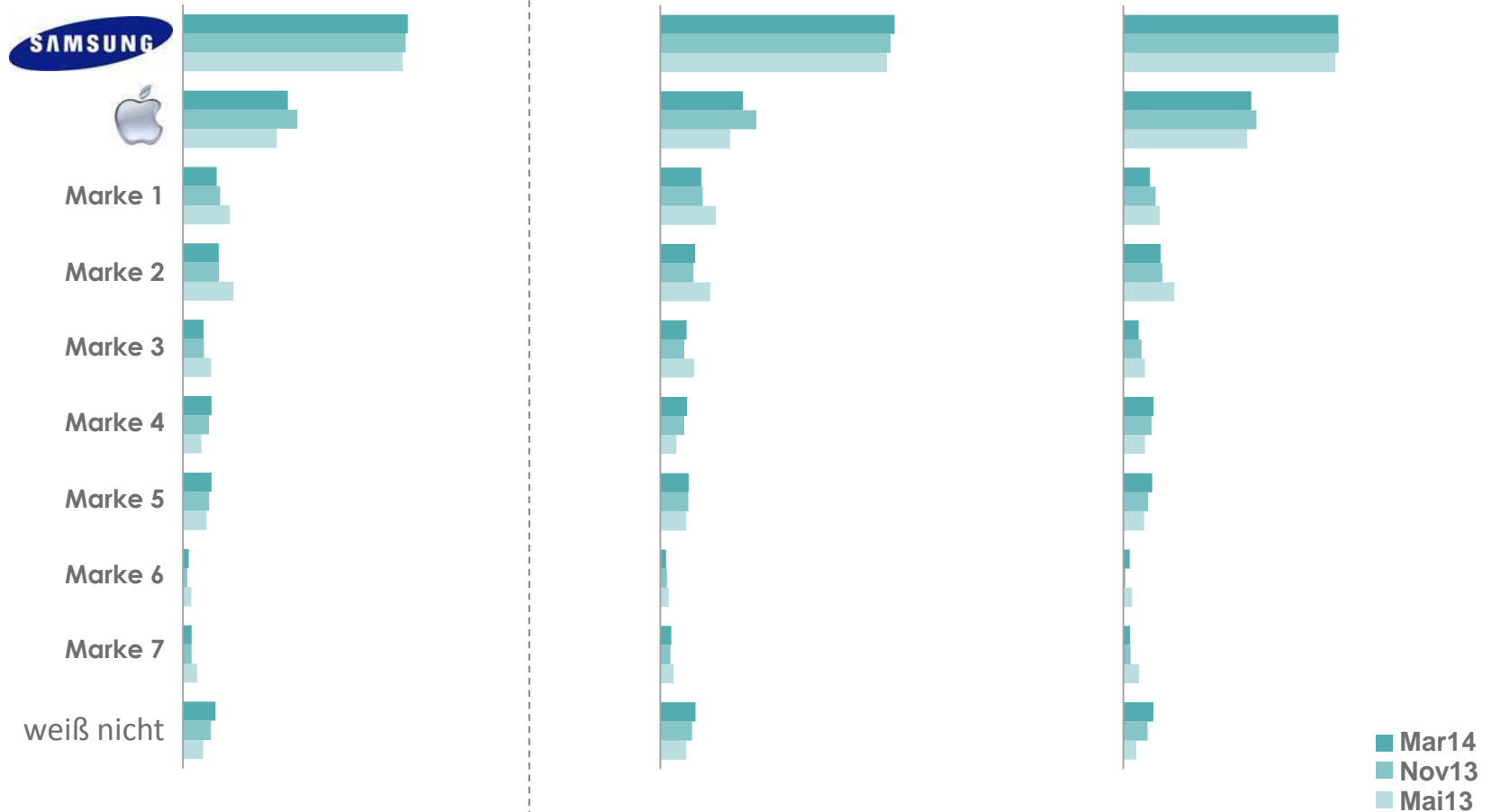


Samsung verteidigt Spitzenstellung im Smartphone-Markt deutlich, vor allem weil Apple wieder verliert

## Gesamt

## Smartphone-Einsteiger

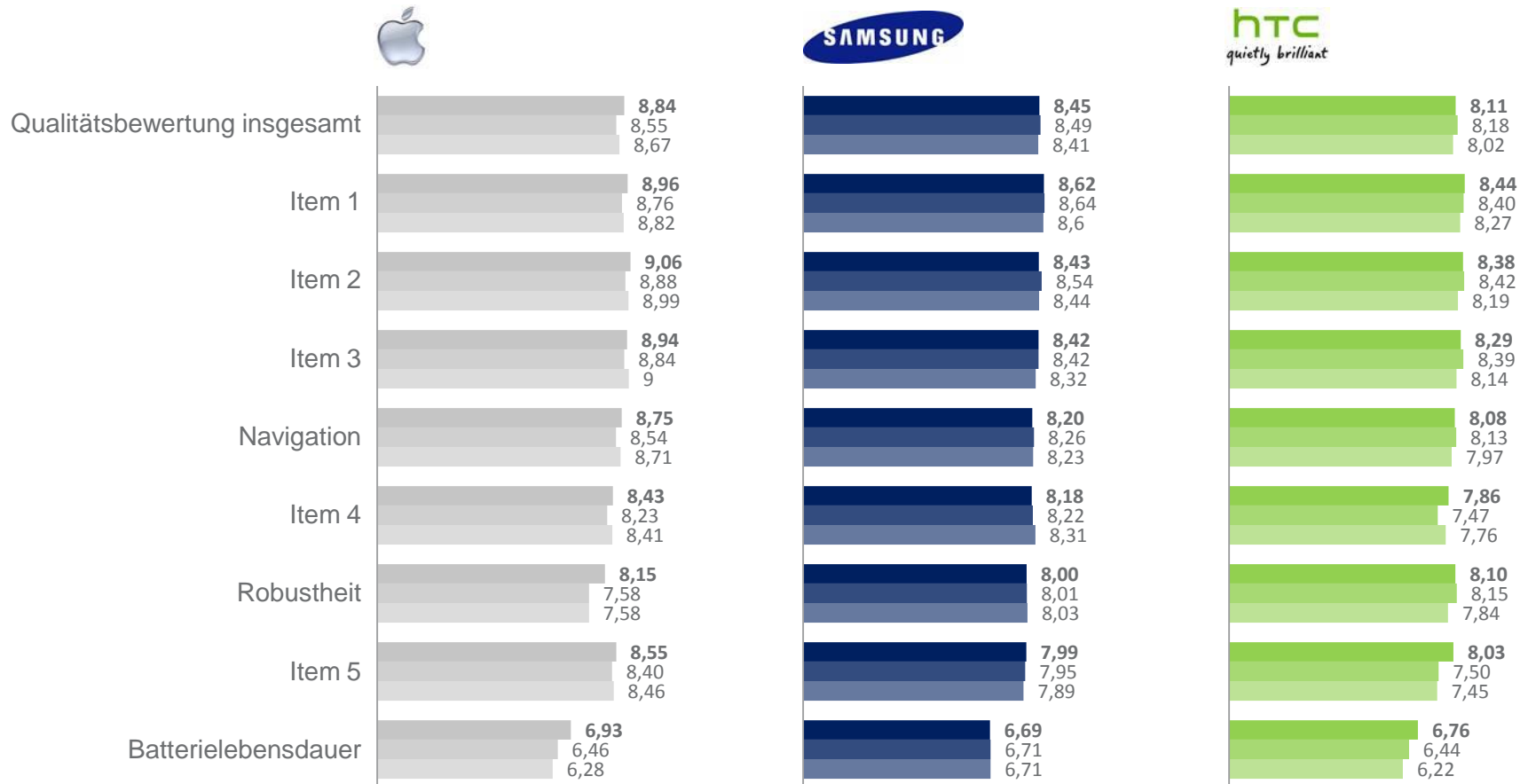
## Smartphone-Erfahrene



# Status Quo: Beurteilung des aktuellen Smartphones



Qualität des Smartphones wird herstellerunabhängig gut beurteilt; Apple (fast) durchgängig best in class

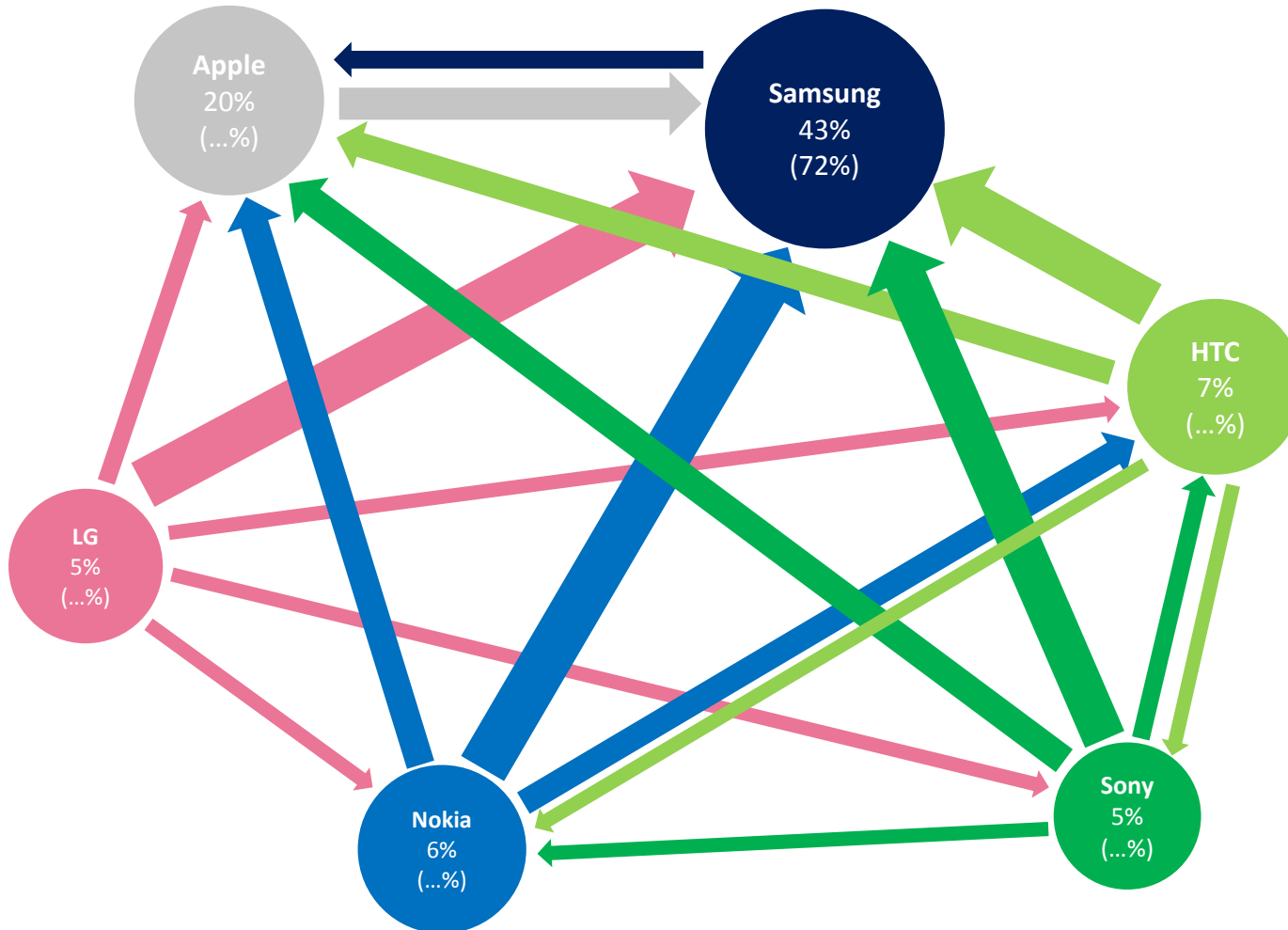


■ ■ ■ Mar14  
■ ■ ■ Nov13  
■ ■ ■ Mai13

# Ausblick: Kundenwanderungen zwischen Herstellern



Die Abwanderungsgefahr zu Samsung ist für alle Hersteller sehr groß; Apple trotzdem komfortabel



Die Kreisgröße stellt den momentanen Marktanteil dar

(%) Werte stellt den Anteil derjenigen Nutzer dar, die auch ihr nächstes Telefon von dieser Marke beziehen würden

Die Pfeile und deren Breite stellen die Wechselbewegungen zwischen den Mobiltelefonanbietern dar.

Es wurden nur Bewegungen von 3% oder mehr dargestellt.

# Ausblick: Zukünftiger Provider



Smartphone-Nutzer mit hoher Mobilität zwischen Providern – Rund 50% des Marktes potenziell mobil.

## Retention nach Providern (%)

*andere Marke als First Choice gewählt*

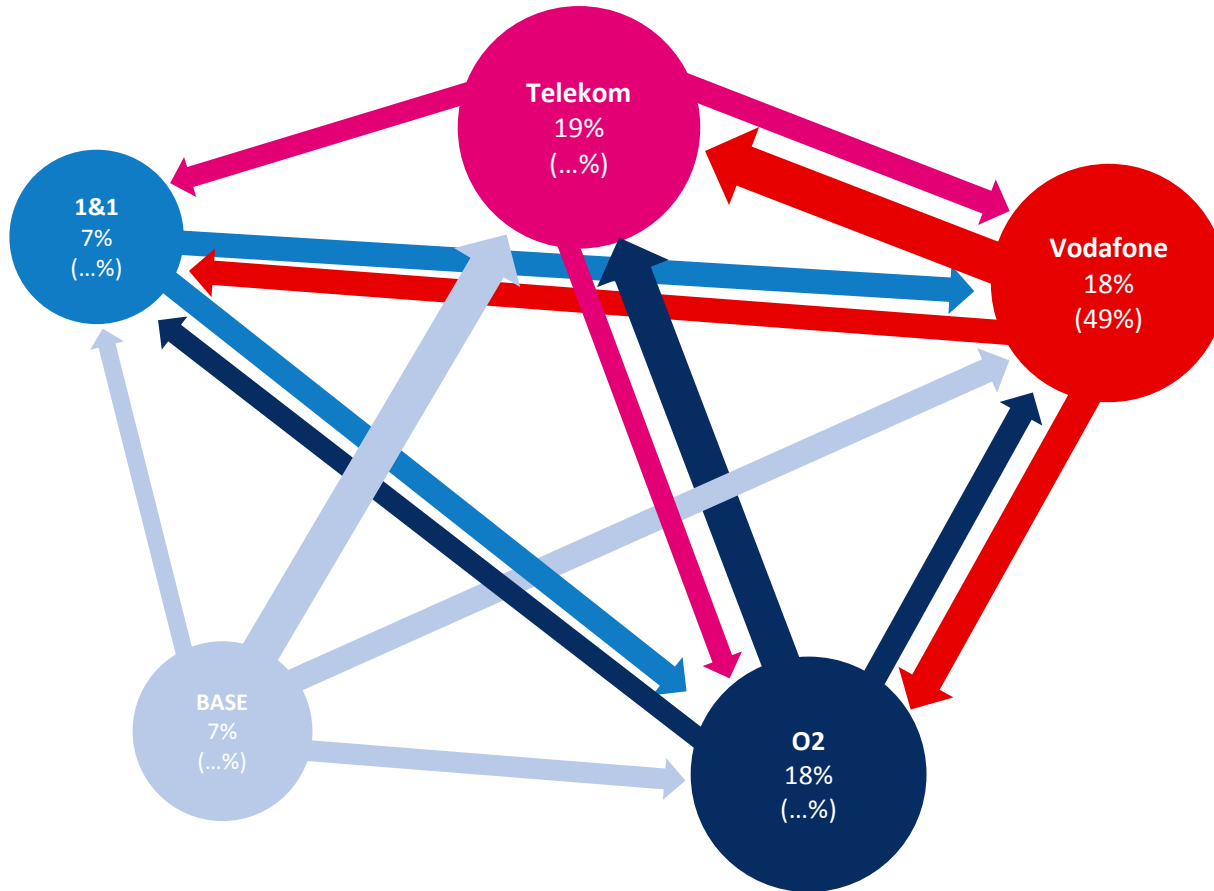
*gleiche Marke als First Choice gewählt*



# Ausblick: Kundenwanderungen zwischen Herstellern



Mittelfristig zeichnet sich insbesondere für BASE kritische Perspektive ab, 1&1 festigt Marktposition



Die Kreisgröße stellt den momentanen Marktanteil dar

(%) Werte stellt den Anteil derjenigen Nutzer dar, die auch ihr nächstes Telefon von dieser Marke beziehen würden



Die Pfeile und deren Breite stellen die Wechselbewegungen zwischen den Mobiltelefonanbietern dar.

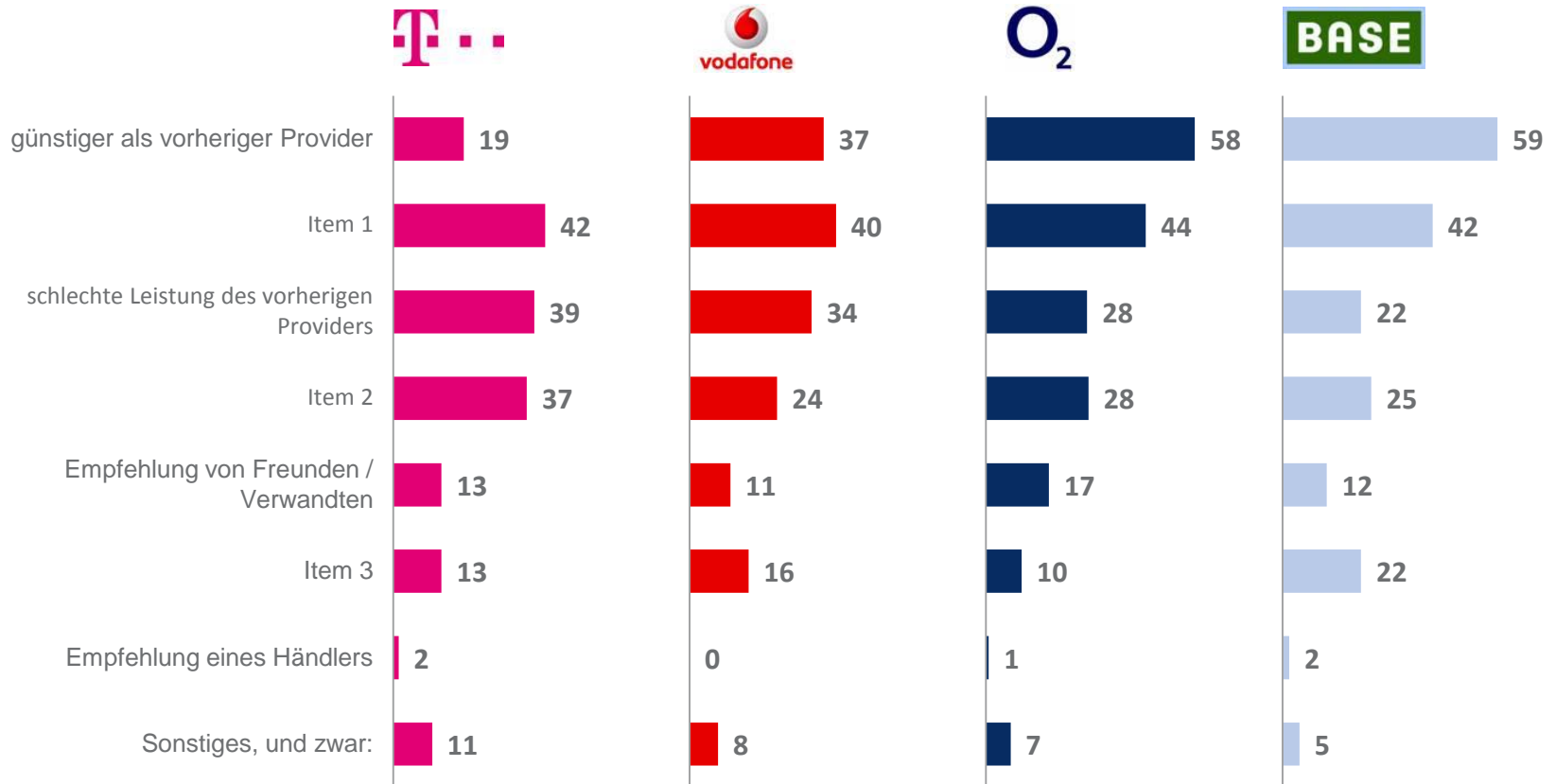
Es wurden nur Bewegungen von 3% oder mehr dargestellt.

# Status Quo: Beurteilung des aktuellen Smartphones



Haupttreiber für den Wechsel sind Preis & Leistung; Telekom überzeugt durch guten Kundenservice

## Auslöser für Wechsel zu... (%)

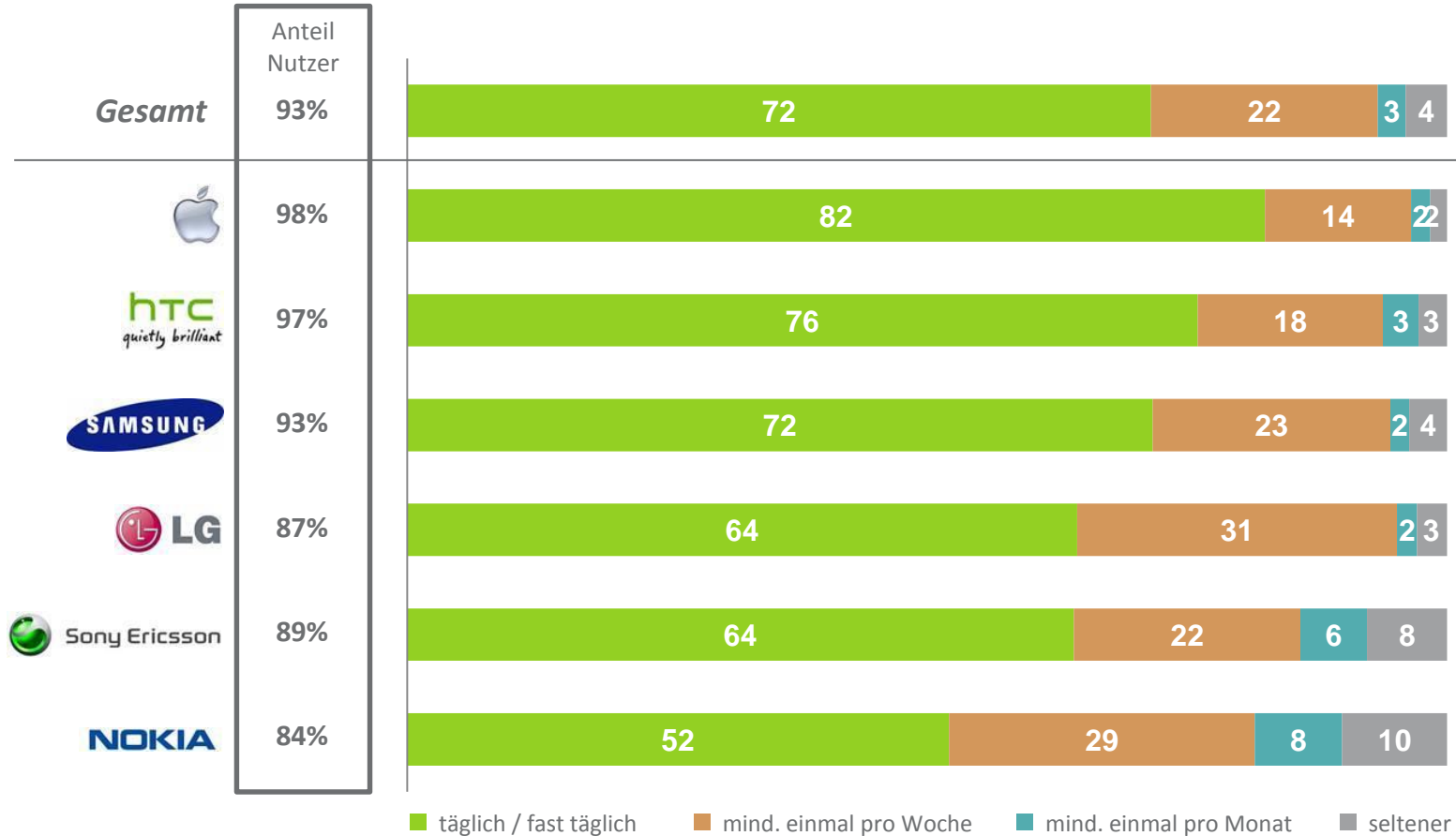


# Status Quo: Internetnutzung auf dem Smartphone



Vor allem iPhone- und HTC-Besitzer sind täglich online

## Internetzugriff mit Smartphone: Häufigkeit nach Smartphone-Hersteller (%)

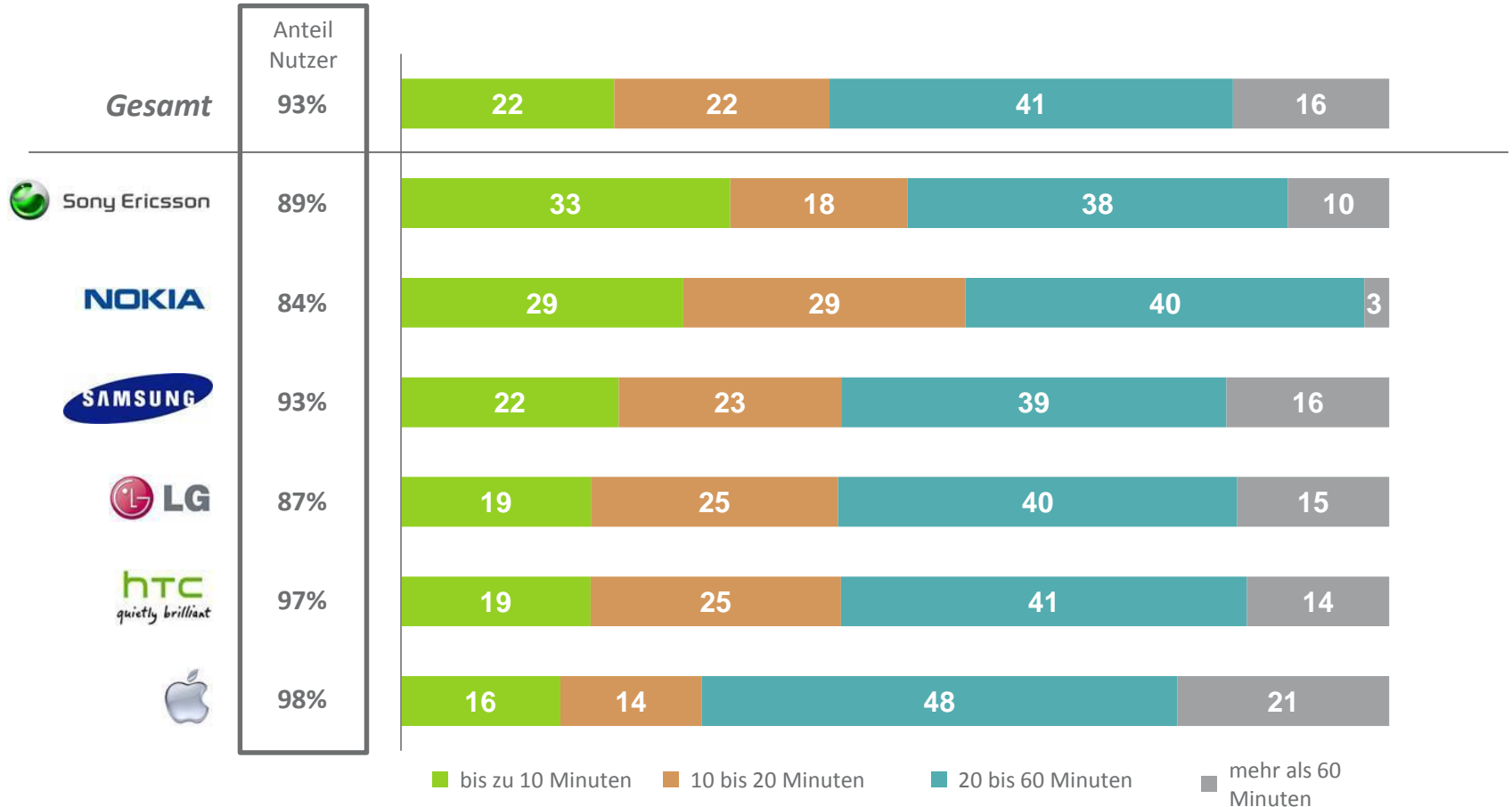


# Status Quo: Internetnutzung auf dem Smartphone



iPhone-Besitzer sind am längsten online, über zwei Drittel mehr als 20 Minuten pro Tag

## Internetzugriff mit Smartphone: Dauer nach Smartphone-Hersteller (%)

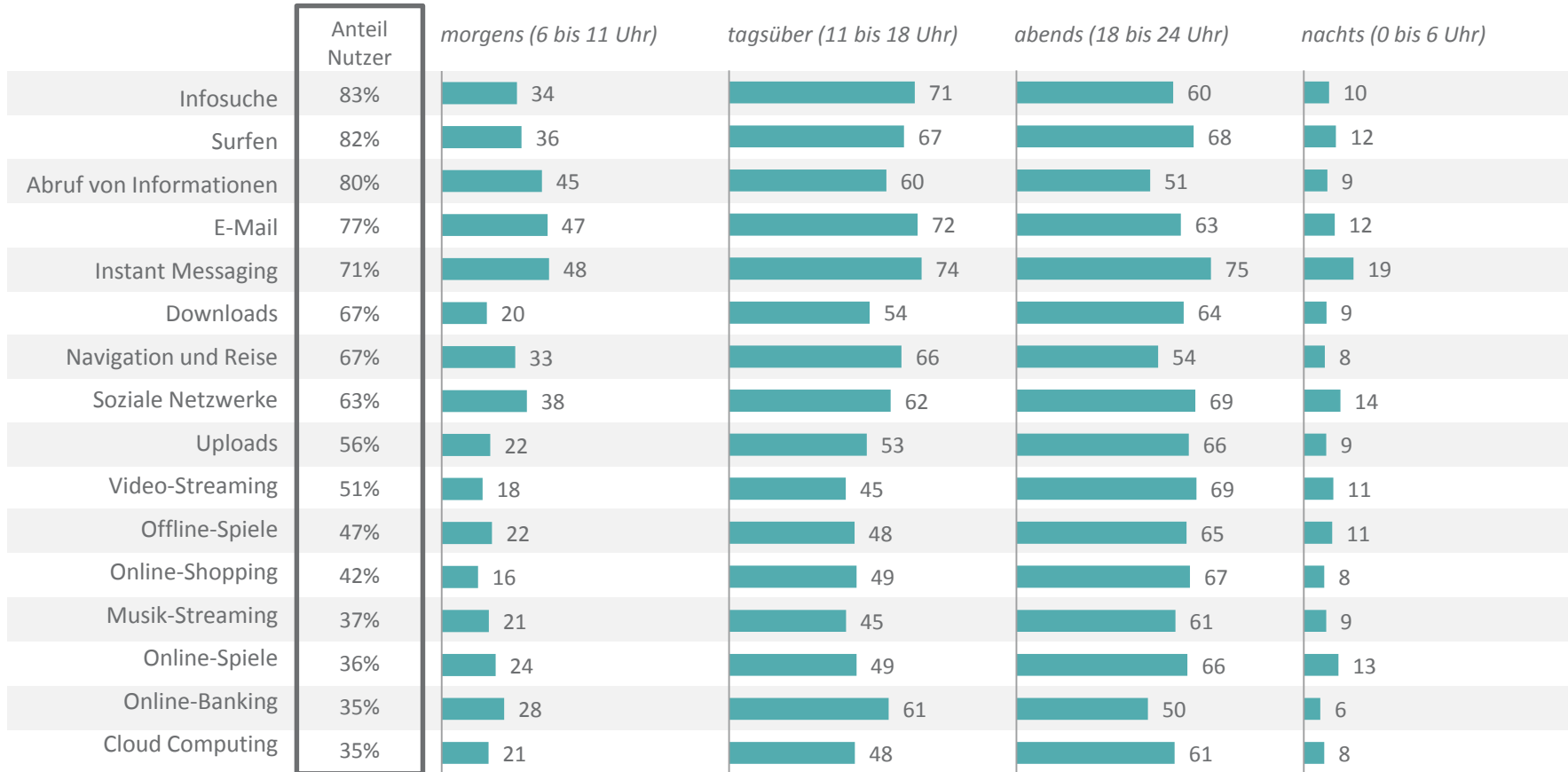


# Status Quo: Internetnutzung auf dem Smartphone



Nachts wird am ehesten kommuniziert, vormittags wird sich zudem informiert

## Anteil Nutzer, die einzelne Internetanwendungen zu bestimmten Zeiten nutzen (%)

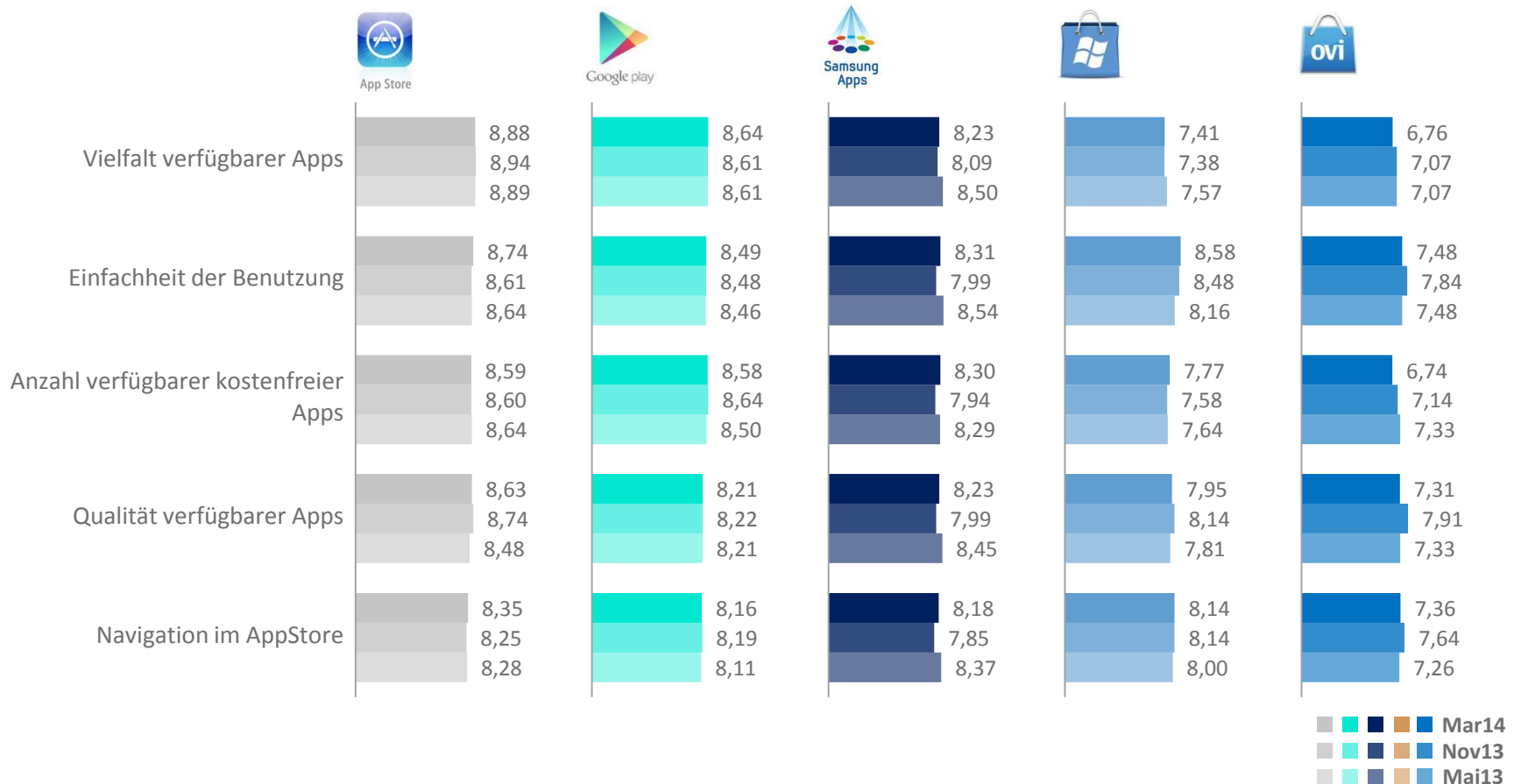


# Status Quo: Beurteilung von AppStores



Apple klarer Primus auf allen Leistungsdimensionen; Samsung verbessert sich

## Beurteilung einzelner Leistungskriterien des AppStores (Ø)



# Agenda

- Zielsetzungen der Studie
- Set Up und Design
- Some Insights: März 2014
- **Analyse und Reporting**
- Lessons Learned



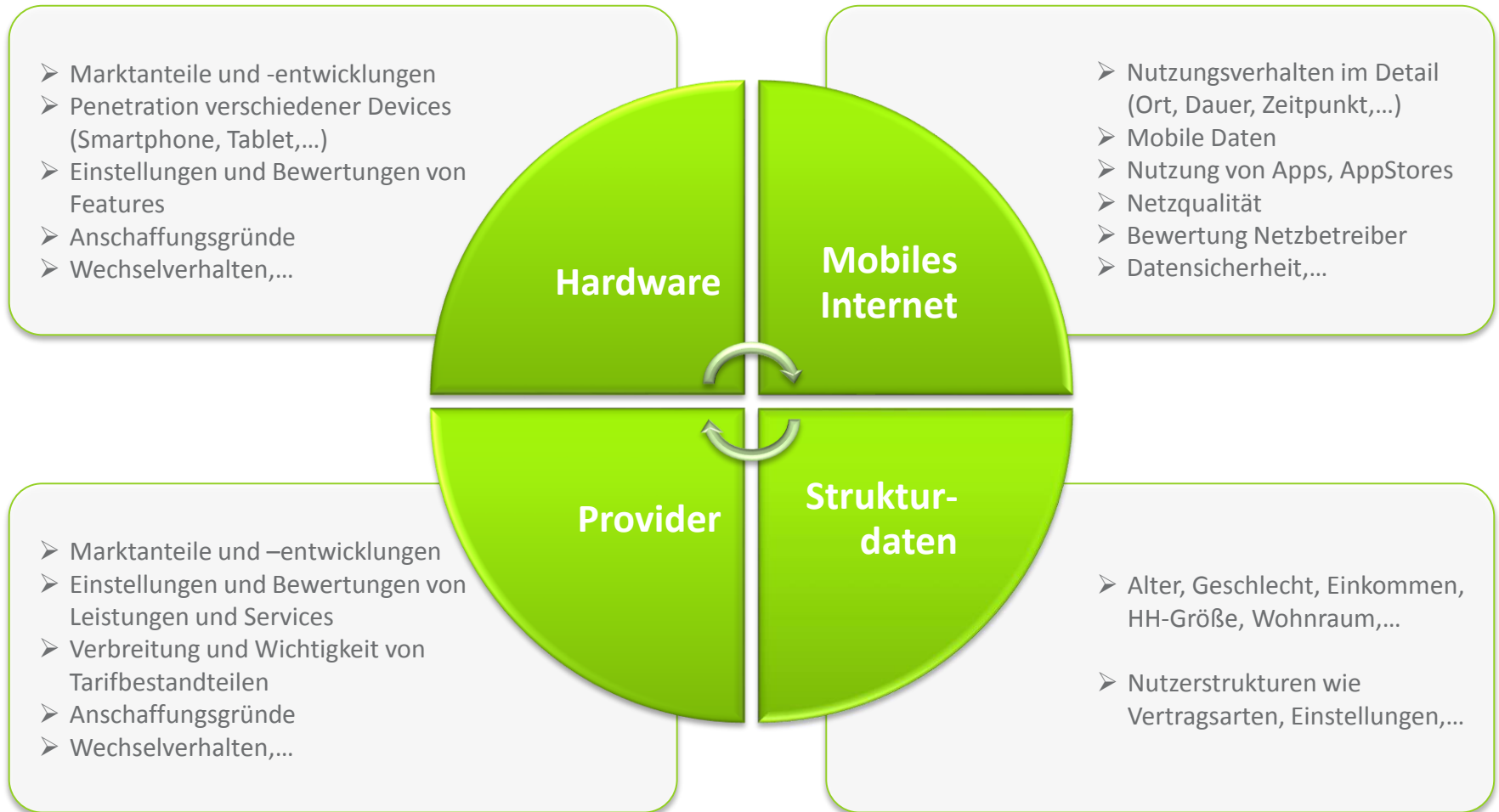
# SMIX – Standardreporting

## Umfassendes Reporting der Ergebnisse

- Ergebnisbericht in PowerPoint 2010, etwa 150 – 200 Slides pro Welle (bei Bezug aller vier Teile)
- Ergebnisse standardmäßig aufgeschlüsselt nach:
  - ✓ Art des Mobiltelefons (Smartphone oder Standard-Mobiltelefon)
  - ✓ Hersteller des Smartphones (Apple, Samsung, HTC, LG, SonyEricsson, Nokia)
  - ✓ Provider (Telekom, Vodafone, O2, E-Plus, BASE) oder Netzanbieter
- Standardmäßige Wellenvergleiche für zentrale Fragen (z.B. Anteile, Beurteilungen und NPS, Relevant Set und First Choice, generelles Nutzungsverhalten), ergänzende Interpretationen für interessante Entwicklungen im Wellenvergleich
- Kapitelweise Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse
- Individuelle Zusatzreportings buchbar, z.B.
  - ✓ Auswertung für weitere Hersteller...
  - ✓ ... oder Provider über standardmäßige Aufschlüsselung hinaus
  - ✓ Auswertung für von Ihnen definierte Segmente
- ... und vieles mehr!

# Umfangreicher Datenpool

Verknüpfung der Daten sowohl innerhalb der Themenbereiche als auch untereinander



# SMIX – Ergänzender Baustein: Unser Online-Tool

Individuelle Darstellungen und Zielgruppenaufbrüche jederzeit selbst gestalten

- Mit Hilfe des Tools können individuelle Thesen schnellstmöglich überprüft werden und auch das Darstellen von Ergebnissen, die über den Bericht hinausgehen, ist ohne Probleme umsetzbar. Dafür stimmen wir im Vorfeld mit Ihnen einen exakt auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Zugang ab.
- Ihre Vorteile auf einen Blick:
  - ✓ Individuell auf Ihre Bedürfnisse abgestimmte Aufbereitung/Darstellung der Ergebnisse
  - ✓ Sie entscheiden, welche Fragen in welcher Form dargestellt werden sollen
  - ✓ Zugang zu den hinter den Grafiken liegenden Datentabellen
  - ✓ Filter für ausgewählte Fragen einfach per Klick verändern, Grafik wird in Echtzeit angepasst
  - ✓ Grafiken sind jederzeit einfach in eine PowerPoint-, Excel-Datei exportierbar
  - ✓ Auswahl jederzeit an Ihre Bedürfnisse anpassbar

# Der nächste Schritt – Möglichkeiten der Erweiterung...

Verknüpfung der Daten mit internen Kennzahlen ermöglicht weitreichende Analysen

## Vertrieb

- Welche Faktoren beeinflussen den vertrieblichen Erfolg direkt bzw. indirekt?
- Hängt der vertriebliche Erfolg mit lokalen Unterschieden in der Nutzung zusammen?

## Nutzung

- Worin unterscheidet sich das Nutzungsverhalten meiner Kunden zu dem der Konkurrenz?
- Wie kann ich das Verhalten aktueller Kunden nutzen, um neue Kunden zu gewinnen?

## Interne Maßnahmen

- Wie wirken sich interne Maßnahmen auf die Bewertung der Kunden in Punkto Produkt- oder auch Servicequalität aus?
- Welchen Einfluss haben Maßnahmen auf Marktanteil sowie das Wechselverhalten der eigenen Kunden?

# Agenda

- Zielsetzungen der Studie
- Set Up und Design
- Some Insights: März 2014
- Analyse und Reporting
- **Lessons Learned**



## Lessons Learned



- ✓ Nur wer den Markt und seine Teilnehmer kennt, kann auch darauf reagieren!

Ihre Fragen!

