



## **Das Mobiltelefon: ein Instrument mit großem Potenzial für die Verbrauchermarktforschung**

**London, 5. Februar 2009** Dr. Liz Nelson, Hauptrednerin der Mobile Research Conference diesen Monat, sieht großes Potential im Einsatz des Mobiltelefons in der Verbrauchermarktforschung. Als Vorstand des englischen Marktforschungsinstituts Q Research beschäftigt sie sich bereits seit mehreren Jahren mit mobiler Marktforschung. Q Research zählt zu den ersten Unternehmen, die das Handy als Plattform für quantitative Forschung eingesetzt haben. In ihrem Konferenzbeitrag wird sie über die Erfahrungen des Unternehmens mit diesem innovativen Modus berichten.

Die Vorteile des mobilen Marktforschungsansatzes für die Verbrauchermarktforschung sieht sie wie folgt: „Mit mobilen Endgeräten kann man vor allem junge Zielgruppen sehr gut erreichen. Mobile Befragungen zeichnen sich außerdem durch die schnelle Rücklaufgeschwindigkeit und beeindruckende Rücklaufquoten aus.“ Darüber hinaus, so Nelson, hielten Handys interessante technische Möglichkeiten für innovative Forschungsansätze bereit, etwa durch die Möglichkeit, mit Befragungsteilnehmern über ihre Geräte schnell und einfach Fotos auszutauschen.

Neben der Vorstellung praktischer Fallbeispiele wird Nelson in ihrem Vortrag auf die Notwendigkeit eingehen, dass die Standards und Regularien der Marktforschungsindustrie zukünftig die Anforderungen mobiler Marktforschung reflektieren. Besonderen Handlungsbedarf sieht Nelson bei den Themen Projektleiter-Training, Teilnehmerrekrutierung, Datenschutz und Interaktivität.

In ihrer Keynote am zweiten Tag der am 16. und 17. Februar stattfindenden Konferenz wird Nelson diese Themen vertiefend diskutieren. Auf der Veranstaltung, die vom Online-Feedback-Software-Anbieter Globalpark ausgerichtet wird, stehen die Chancen und Herausforderungen des mobilen Endgeräts als Forschungsplattform im Mittelpunkt. Marktforscher aus Wissenschaft und Praxis werden den Teilnehmern während der 1,5-tägigen Konferenz über ihre Erfahrungen berichten, sowie Techniken und Perspektiven vorstellen.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.mobileresearch09.com](http://www.mobileresearch09.com).

**Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:**

Lucy Green, PR-Beraterin (englisch)

Tel: +44 (0)7817 698366, [lgreen@greenfieldscommunications.com](mailto:lgreen@greenfieldscommunications.com)

Nina May, PR-Beraterin (deutsch, englisch)

Tel: +44 (0)7971 430242, [nmay@greenfieldscommunications.com](mailto:nmay@greenfieldscommunications.com)

Globalpark AG

Zacharias de Groote, Unternehmenskommunikation

Tel: 02233 79336, [zacharias.degroote@globalpark.com](mailto:zacharias.degroote@globalpark.com)

**Zu Globalpark**

Globalpark mit Sitz bei Köln, in London, New York und Wien gehört zu den weltweit führenden Anbietern von Online-Feedback-Software für Marktforschung, Personalwesen, Marketing und Kundenbeziehungsmanagement. Im deutschsprachigen Raum ist Globalpark in diesen Segmenten Marktführer. Mehr als 1.000 Kunden arbeiten weltweit erfolgreich mit Globalpark-Software. Über 350 davon sind internationale Konzerne, führende Marktforschungsinstitute und Beratungsunternehmen. Zu den Kunden von Globalpark zählen namhafte Unternehmen wie Continental, Daimler, die Deutsche Lufthansa, die Deutsche Telekom, die GfK Gruppe, Siemens, Warner Music und Wrigley.

Weitere Informationen zu Globalpark unter [globalpark.de](http://globalpark.de).