

Goede vooruitzichten voor mobiele websites

Leidschendam – 24 juni 2008. **Mobiel Internet heeft inmiddels vaste grond onder de voet in Nederland. Zo'n 1,6 miljoen gebruikers surfen één of meerdere keren per maand over het mobiele web. De groei van het aantal mobiele surfers is bovendien 30% tot 40% per jaar. Desondanks blijkt de kwaliteit en het aanbod van mobiele websites nog wisselend, waarmee sommige exploitanten kansen laten liggen. Dit blijkt uit het onderzoek "Mobiel Internet in Nederland 2008", een marktstudie van OMI², Jungle Rating en Multiscope.**

Beschikbaarheid mobiele websites

Van de 200 grootste websites van Nederland heeft inmiddels ruim een kwart (25,5%) een mobiele website. Er blijken echter aanzienlijke verschillen te zijn tussen de verschillende website categorieën:

Categorie	% mobiele website
Nieuws	60%
Portalen	50%
Audiovisueel	35%
ICT	30%
Financieel	25%
Contact	25%
Health & Leisure	15%
E-commerce	15%
Doelgroepen	15%
Non-profit	10%
Entertainment	0%
Totaal	25,5%

Wanneer we in detail kijken naar het type websites dat goed vertegenwoordigd is, blijken vooral sites op het gebied van nieuws, weer & verkeer en communities sterk vertegenwoordigd te zijn. De websites die er in minder positieve zin uitspringen bevinden zich in de categorieën entertainment, non-profit, doelgroepen, e-commerce en health & leisure.

Er zijn bijvoorbeeld nog maar weinig grote winkelketens en online shops die een mobiele variant van hun website aanbieden. Uit zoekgegevens van mobiele operators blijkt echter dat er wel specifiek wordt gezocht naar zulke diensten. Ook in de non-profit hoek zijn er veel voorbeelden zoals de Belastingdienst of andere overheidsinstellingen die nog ontbreken op het mobiele web.

Kwaliteit van mobiele websites

Jungle Rating toetste de gevonden mobiele websites ook op de criteria vindbaarheid, navigatie, hyperlinks, lay-out en relevantie. Daarnaast werd voor iedere categorie een 'best in class' mobiele website gekozen. De resultaten ziet u in onderstaande tabel (maximum score = 100)

Categorie	Vindbaarheid	Navigatie	Hyperlinks	Lay-out	Relevantie	Totaal	Best in class
Audiovisueel	57	62	100	50	100	74	NOS
Contact	87	80	73	30	90	72	Hyves
Doelgroepen	22	56	78	83	50	58	-
E-commerce	56	78	100	83	100	83	Funda
Financieel	47	60	93	20	100	64	ABN AMRO
Health & Leisure	56	67	89	50	100	72	KLM
ICT	44	56	94	50	92	67	Google Mail
Nieuws	53	67	86	50	83	68	DAG
Non-profit	33	83	100	75	50	68	KvK
Portalen	57	60	93	70	90	74	9292OV
Totaal	54	65	90	54	88	70	

Succesfactoren voor groei

Na een trage start groeit mobiel op dit moment snel. Er zijn in de afgelopen tijd een aantal belangrijke stappen gezet die het gebruik van mobiel internet stimuleren:

1. Toestellen worden beter en verbindingen sneller.
2. Opkomst van 'flat-fee' abonnementen waardoor kosten overzichtelijk zijn.
3. Het openstellen van operator portals en de opkomst van mobiele zoekmachines vergemakkelijken het zoeken en vergroten het aanbod.

Achtergrond van het onderzoek

Met de publicatie van het rapport "Mobiel Internet in Nederland 2008" hoopt OMI² Nederlandse site exploitanten te inspireren om hun aanwezigheid op het mobiele web te optimaliseren en aan te passen aan de groeiende behoeften bij consumenten.

Op basis van website ranglijsten van online onderzoeksbureau Multiscope onderzocht Jungle Rating of er van deze websites ook een mobiele variant beschikbaar is. Daarnaast toetste het Jungle Rating de kwaliteit en de gebruiksvriendelijkheid van de gevonden mobiele websites. Dit gebeurde op basis van een tiental vooraf vastgestelde criteria op het gebied van vindbaarheid, navigatie, lay-out, relevantie van content en hyperlinks.

Diverse leden van de OMI² werkgroep "mobiele content" leverden een bijdrage in de vorm van hun kennis en kunde. Zonder de actieve bijdrage van de volgende personen en organisaties had OMI² dit onderzoek niet kunnen voltooien: Sjoerd Mesker (Jungle Rating), John Kivit (Multiscope), Laurens Rutten (MoMac), Jeroen Jonker Roelants (IDG Nederland), Mark de Buck (Vodafone Nederland), Marnix Laurs (KPN) en Dorine Vreugdenhil (ECP.nl)

Een volledige versie van het onderzoeksrapport kunt u downloaden op:

www.openmobielinternet.com/downloads/

Over OMI²

OMI² is een alliantie tussen content partijen, mobiele aanbieders, banken en dienstverleners aan de mobiele waardeketen – ruim 30 partijen - met als doel al die belemmeringen weg te nemen die een gezonde ontwikkeling van 'internet op je mobiel' in de weg staan. OMI² is in 2006 als programma van ECP.NL (www.ecp.nl) opgericht en heeft in die 2 jaar flink kunnen bijdragen met de komst van flat fee abonnementen, vrije toegang tot het internet op je mobiel en technische standaards. Bekende deelnemers zijn Rabobank, ANWB, Meteo Consult, KPN, T-Mobile, Vodafone, NS en Ilse Media.

Bezoek voor meer informatie de websites www.openmobielinternet.com of www.omi2.mobi op het mobiele internet. U kunt ook contact opnemen met Paul Brackel, OMI² voorzitter op 06-53174816

ⁱ De totale gemiddelde score is een gewogen gemiddelde. De gemiddelde score per categorie telt in de totaalscore net zo vaak mee als er mobiele sites in die categorie voorkomen. De score voor vindbaarheid in bijvoorbeeld de categorie audiovisueel telt in de gemiddelde score totaal 3 keer mee.