Digital research, with insight.

mindtake RESEARCH

Mobile Communication Report – MMA Umfrage 2013

MOBILEMARKETINGASSOCIATION

Der vorliegende Bericht wurde im Auftrag von der MMA erstellt.
Er ist alleiniges Eigentum des Auftraggebers.

MindTake Research GmbH
Wien, am 30. September 2013

Agenda

- Einleitung
  - Ziel der Studie
  - Eckdaten der Studie
  - Soziodemographie der Befragten
- Nutzung des Mobiltelefons
  - Anzahl der genutzten Handys
  - Privat- oder Firmenhandy
  - Genutzter Mobilfunkanbieter
  - Vertrags- bzw. Wertkartenhandy
  - Monatliche Handy-Rechnung
  - Inkludiertes Daten-Paket
  - Private bzw. berufliche Nutzung des Handys
  - Handytypen
  - Hersteller und Betriebssystem des genutzten Handys
  - Besitzdauer des aktuellen Handys
  - Anzahl der angeschafften Handys in den letzten 3 Jahren
  - Mitsprache bei der Anschaffung eines neuen Firmenhandys
  - Genutzte Handy-Funktionen
  - Nutzung von NFC am Handy

Agenda

- Nutzung von Internet am Handy
  - Internetnutzung am Handy
  - Gründe für die Nicht-Nutzung
  - Anreize für die Nutzung des Internets am Handy
  - Wahrscheinlichkeit für Internetnutzung am Handy
  - Exkurs: Einteilung der mobilen Internet-Nutzer in Nutzertypen
  - Wie lange wird das Internet am Handy bereits genutzt
  - Häufigkeit der Internetnutzung am Handy
  - Orte an denen das Internet am Handy genutzt
  - Surfverhalten
  - Gründe für die Unzufriedenheit beim Internetsurfen über das Handy
- Nutzung von Apps (nur für Smartphone-Nutzer)
  - Nutzung des App-Stores
  - Anzahl der installierten Apps
  - Anzahl der kostenpflichtigen, installierten Apps
  - Anzahl der Apps, die in den letzten 30 Tagen genutzt wurden
  - Häufigkeit des App-Store Besuches
  - Nutzung von Apps
  - Beachtung der Zugriffsrechte bei der Installation einer App

mindtake RESEARCH

Agenda

- M-Commerce
  - Nutzung des Handys um sich online über Produkte zu informieren
  - Genutzte Services um sich am Handy über Produkten zu informieren
  - Anzahl der Einkäufe via Handy
  - Gründe warum bisher noch nicht mobil eingekauft wurde
  - Durchschnittlicher Preis des billigsten / teuersten Produktes
  - Über das Handy gekaufte Produkte
- Mobile Werbung
  - Einstellung zu Werbung am Handy
  - Bekanntheit von mobilen Werbeaktivitäten
  - Klickverhalten bei Werbebanner am Handy
  - Gründe warum man auf Werbebanner klickt

Agenda

- Tablets
  - Tablet-Besitz
  - Wie viele Personen nutzen das Tablet
  - Private bzw. berufliche Nutzung des Tablets
  - Hersteller des Tablets
  - Tablet mit SIM-Karte
  - Art des Vertrags für Tablet
  - Genutzter Mobilfunk-Anbieter für das Tablet
  - Inkludiertes Datenvolumen Tablet-Vertrag
  - Häufigkeit der Nutzung von mobilem Internet am Tablet
  - Orte an denen das Tablet genutzt wird
  - Wahrscheinlichkeit für Tablet-Kauf

Einleitung

Einleitung

- **Ziel der Studie**

  Die Studie erfasst die allgemeinen Aspekte des Mobiltelefon-Nutzungsverhaltens der Österreicher(innen), sowie im Speziellen die Internetnutzung und das Einkaufen am Handy. Ein Hauptaugenmerk der Studie liegt dabei auch auf der Nutzung von Apps, dh. welche Apps sind am Handy installiert, werden diese auch tatsächlich genutzt und wenn ja, wie häufig werden diese genutzt. Ein weiteres Thema der ist die Nutzung von Tablets.

  Bei gleichen Fragestellungen wie im Vorjahr, wurden die Ergebnisse mit den Ergebnissen des Mobile Communication Report 2012verglichen, um aktuelle Trends und Entwicklungen in diesem Sektor aufzuzeigen. Weiters wurden die Ergebnisse nach Geschlecht, Alter und Bundesland graphisch aufbereitet um Unterschiede aufgrund der Soziodemographie aufzuzeigen.
  Die Befragten wurden zudem in Nutzertypen hinsichtlich ihrer Internetnutzung am Handy eingeteilt. Bei Fragen die die Internetnutzung am Handy betreffen wurden auch diese Nutzertypen graphisch dargestellt.

- **Eckdaten der Studie**
  - **Methode:** Computer Assisted Web-Interviews (CAWI) im MindTake Online-Panel
  - **Befragungszeitraum:** 08. August 2013 – 06. September 2013
  - **Stichprobengröße:** n=1.002; repräsentativ für die österreichische Bevölkerung
  - **Befragungsdauer:** 12,21Minuten (Median)
  - **Max. Schwankungsbreite** bei n=1.002: +/- 3,2%

Soziodemographie der Befragten - Überblick

Geschlecht	n	in %
Mann	502	50,1
Frau	500	49,9

Bundesland	n	in %
Wien	208	20,8
Niederösterreich	188	18,8
Burgenland	33	3,3
Steiermark	144	14,4
Kärnten	67	6,7
Oberösterreich	168	16,8
Salzburg	64	6,4
Tirol	86	8,6
Vorarlberg	44	4,4

Alter	n	in %
Bis 29 Jahre	304	30,3
30 – 39 Jahre	217	21,7
40 – 49 Jahre	273	27,2
50 – 59 Jahre	208	20,8

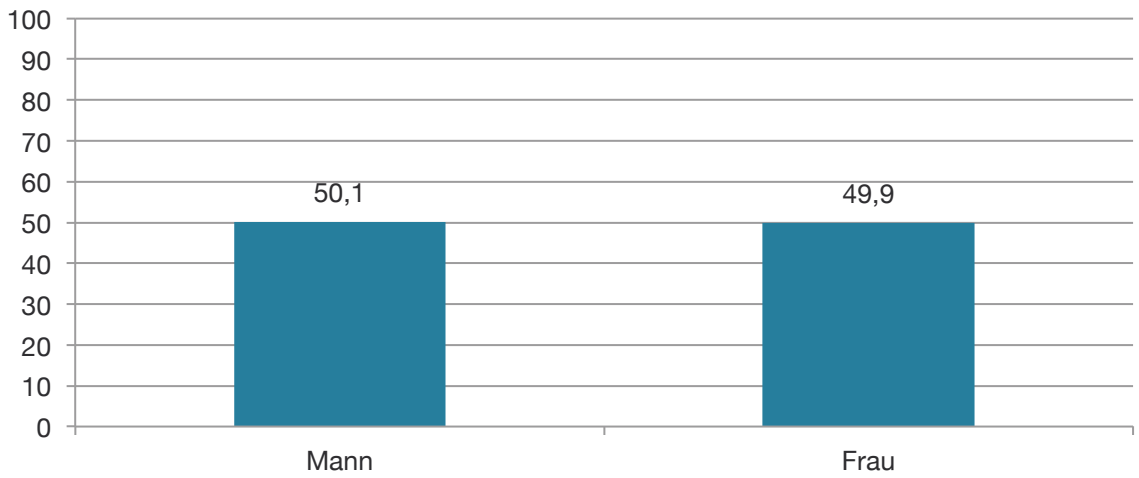
Bildung	n	in %
ohne Matura	712	71,1
mit Matura	290	28,9

in % und Absolut-Werten, Einfachauswahl, n=1.002

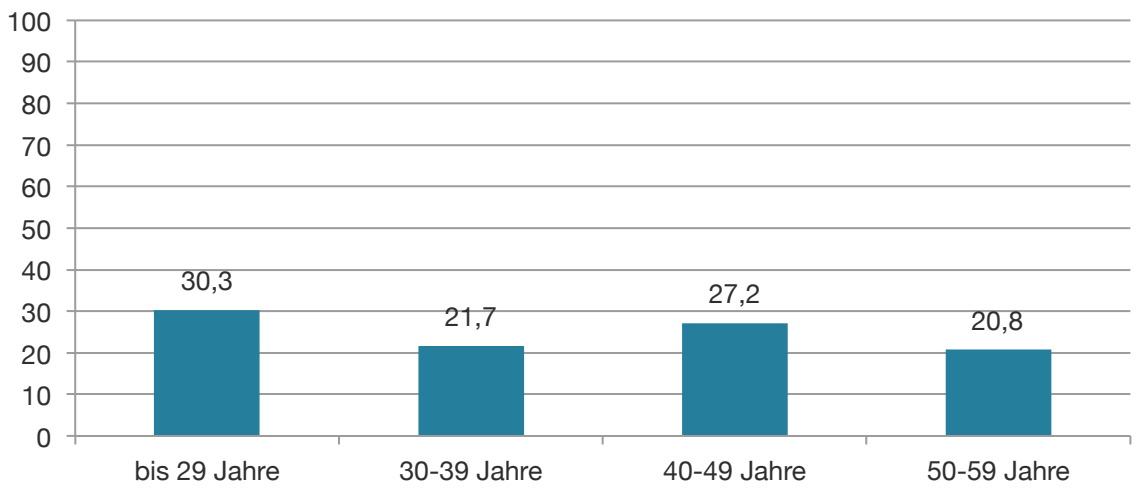
mindtake RESEARCH

Beschreibung der Stichprobe

Geschlecht



Alter

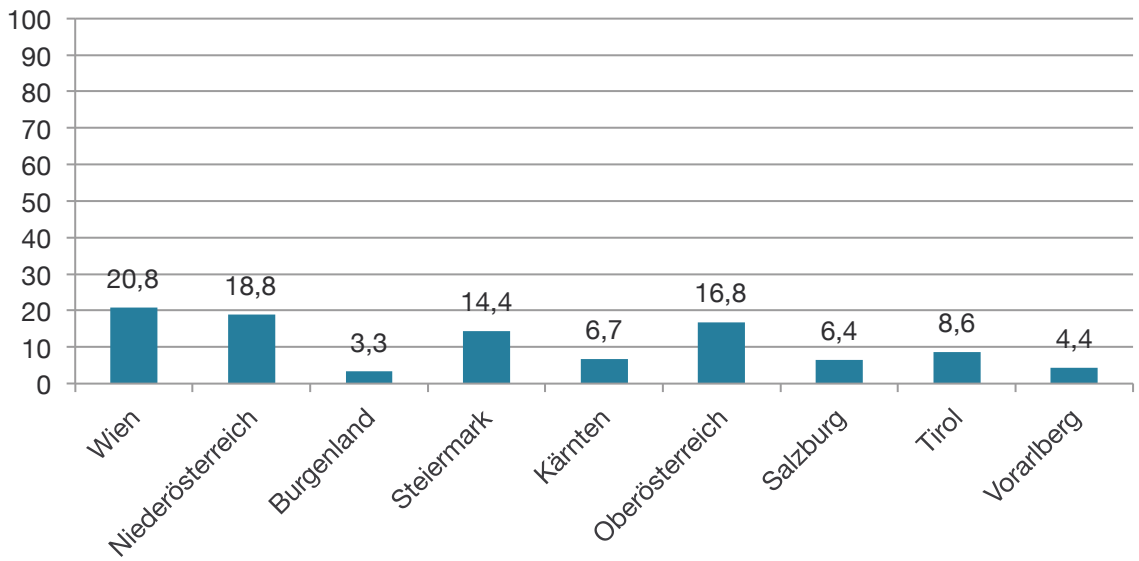


In %, Einfachantwort, n=1.002

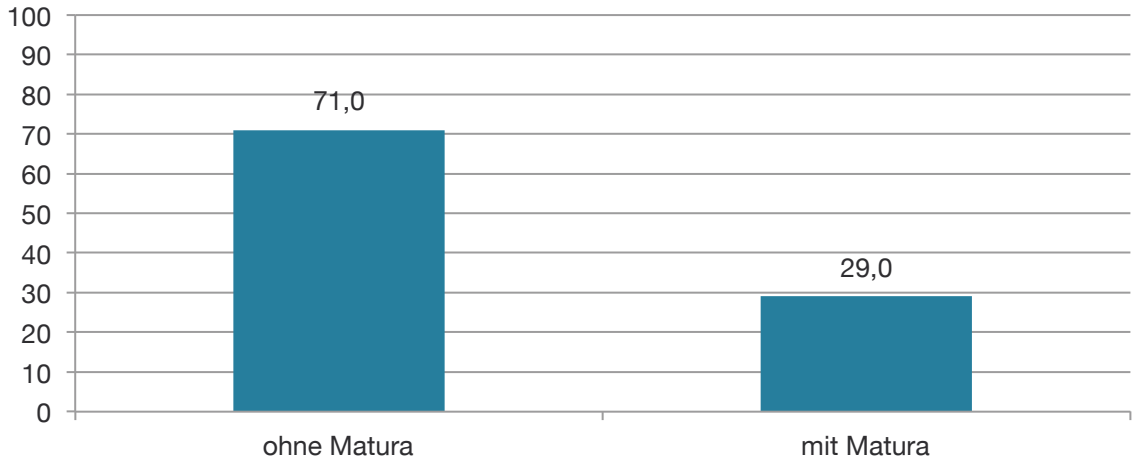
mindtake RESEARCH

Beschreibung der Stichprobe

Bundesland



Bildung

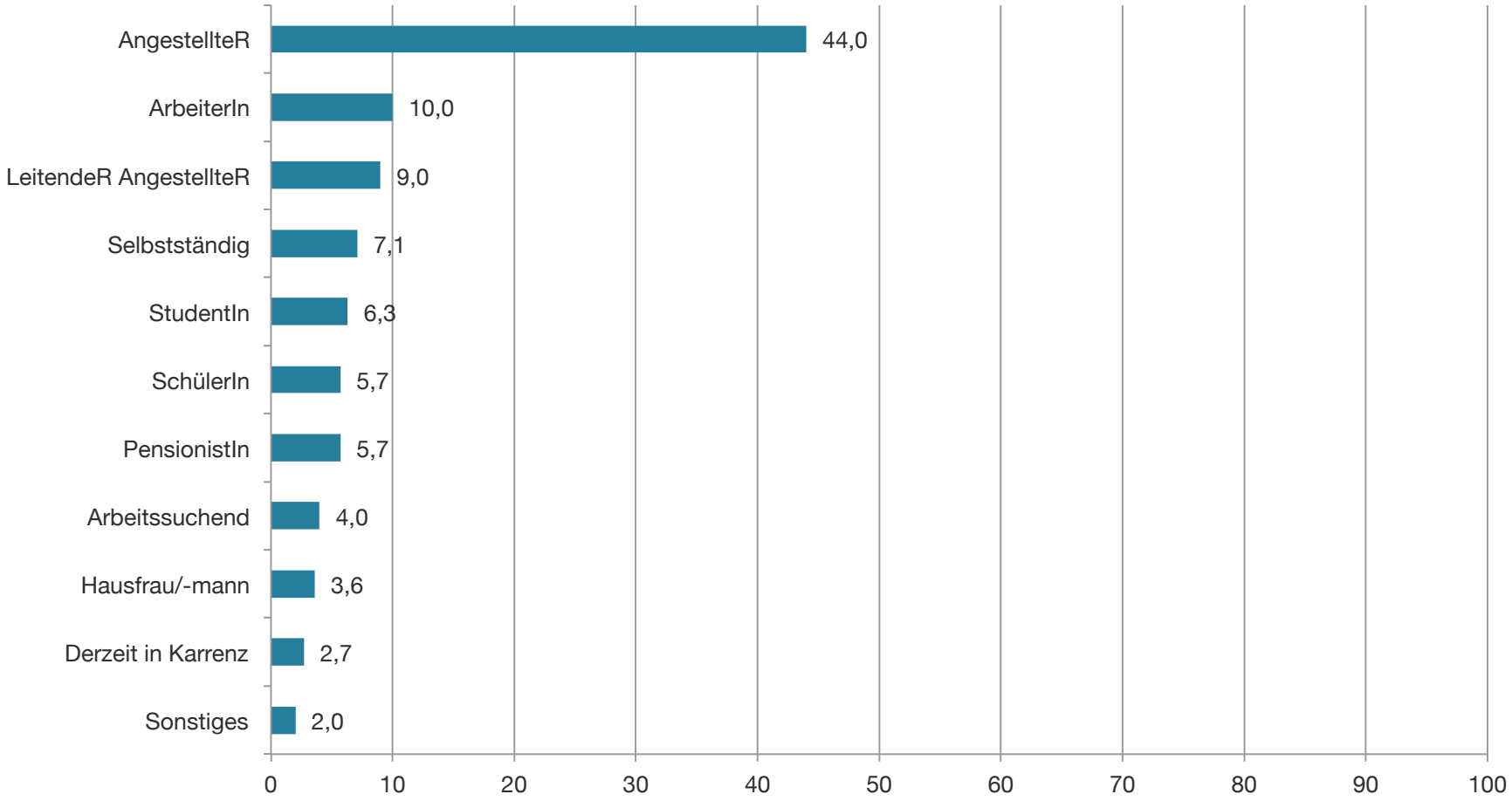


In %, Einfachantwort, n=1.002

mindtake RESEARCH

Beschreibung der Stichprobe

„Wo ordnen Sie sich zu? Ich bin ...“

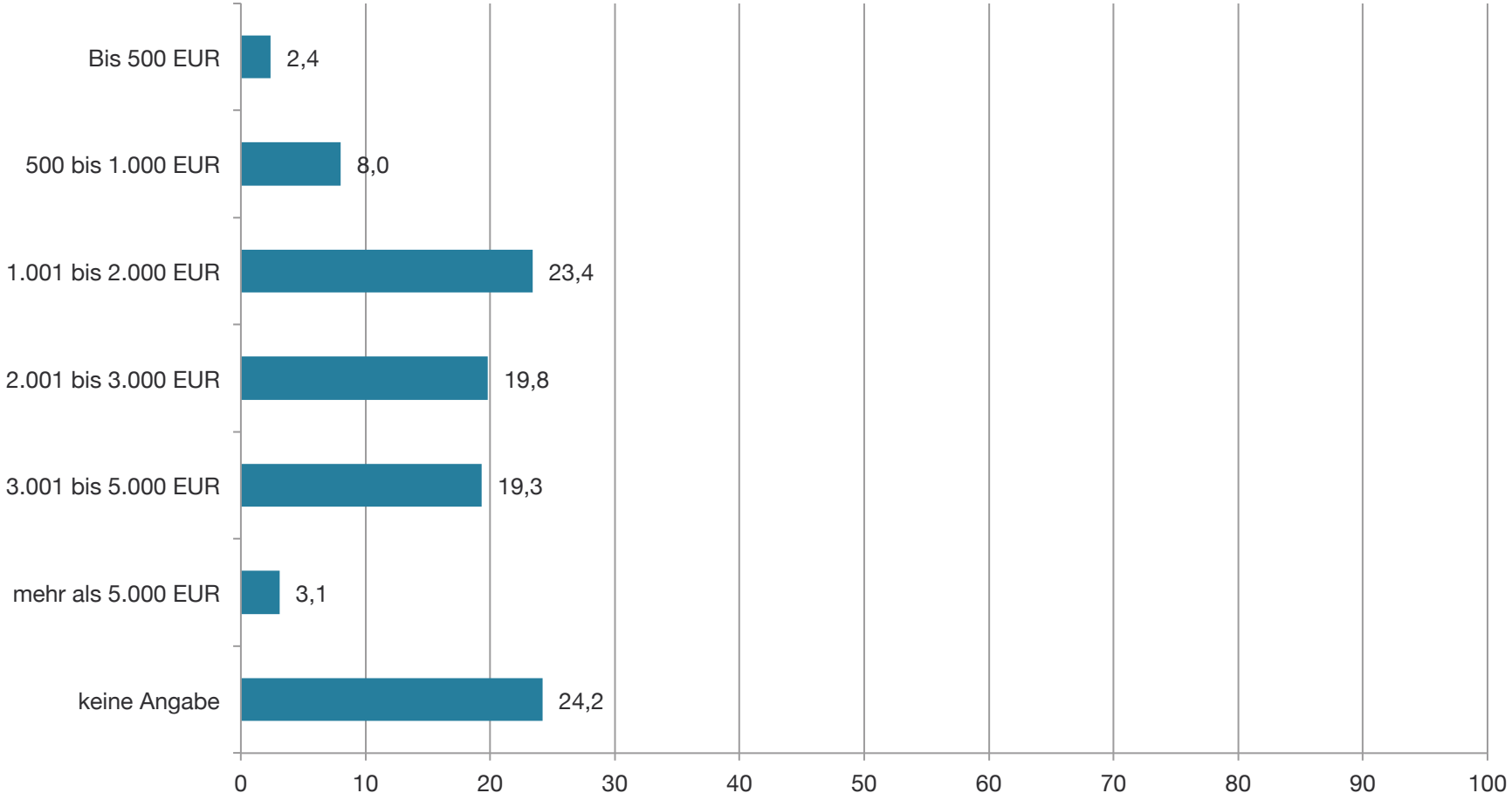


In %, Einfachantwort, n=1.002

mindtake RESEARCH

Beschreibung der Stichprobe

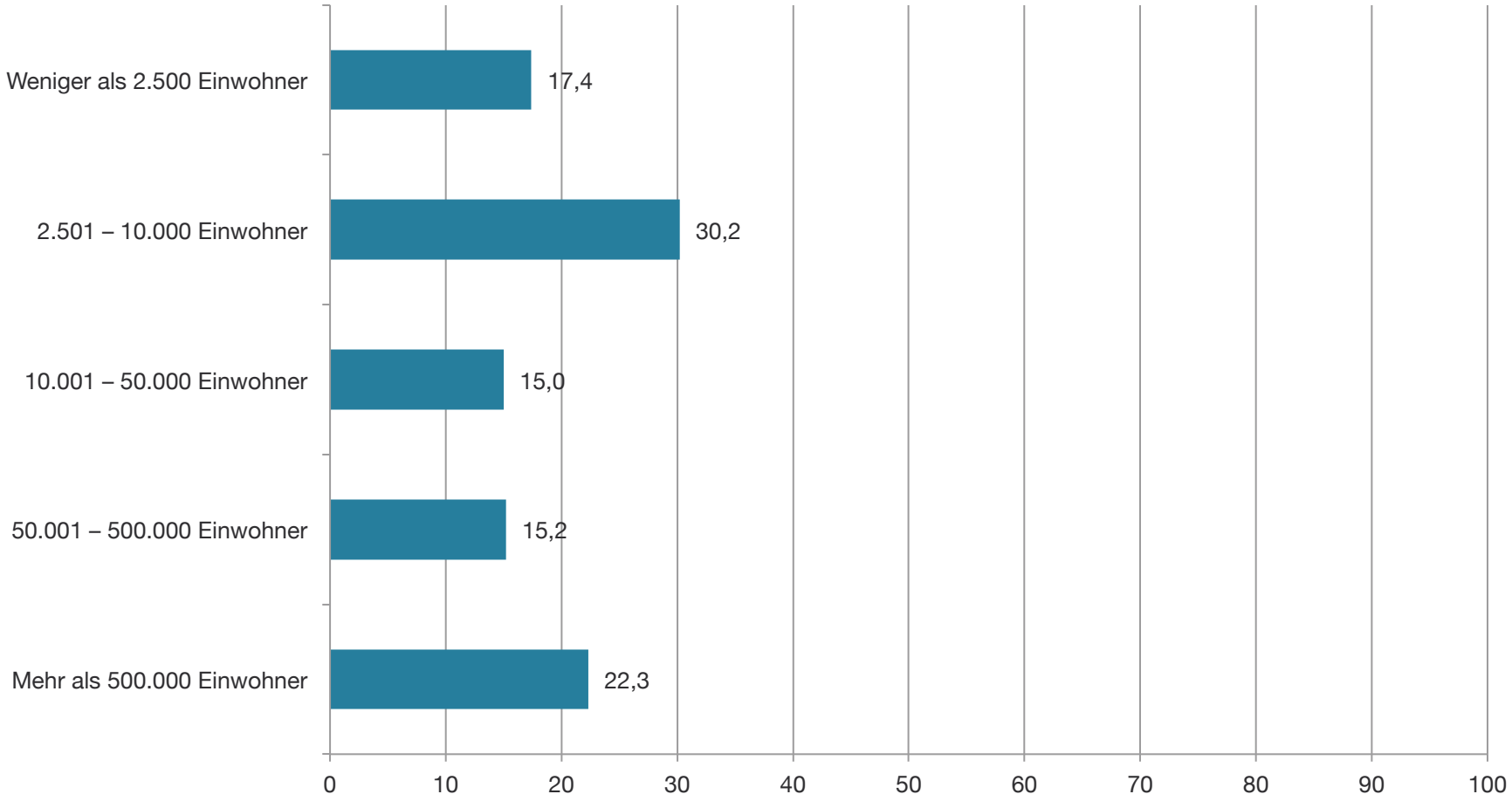
„Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen (=Nettoeinkommen aller Haushaltsmitglieder zusammengenommen)?“



In %, Einfachantwort, n=1.002

Beschreibung der Stichprobe

„Wie groß ist der Ort in dem Sie wohnen?“



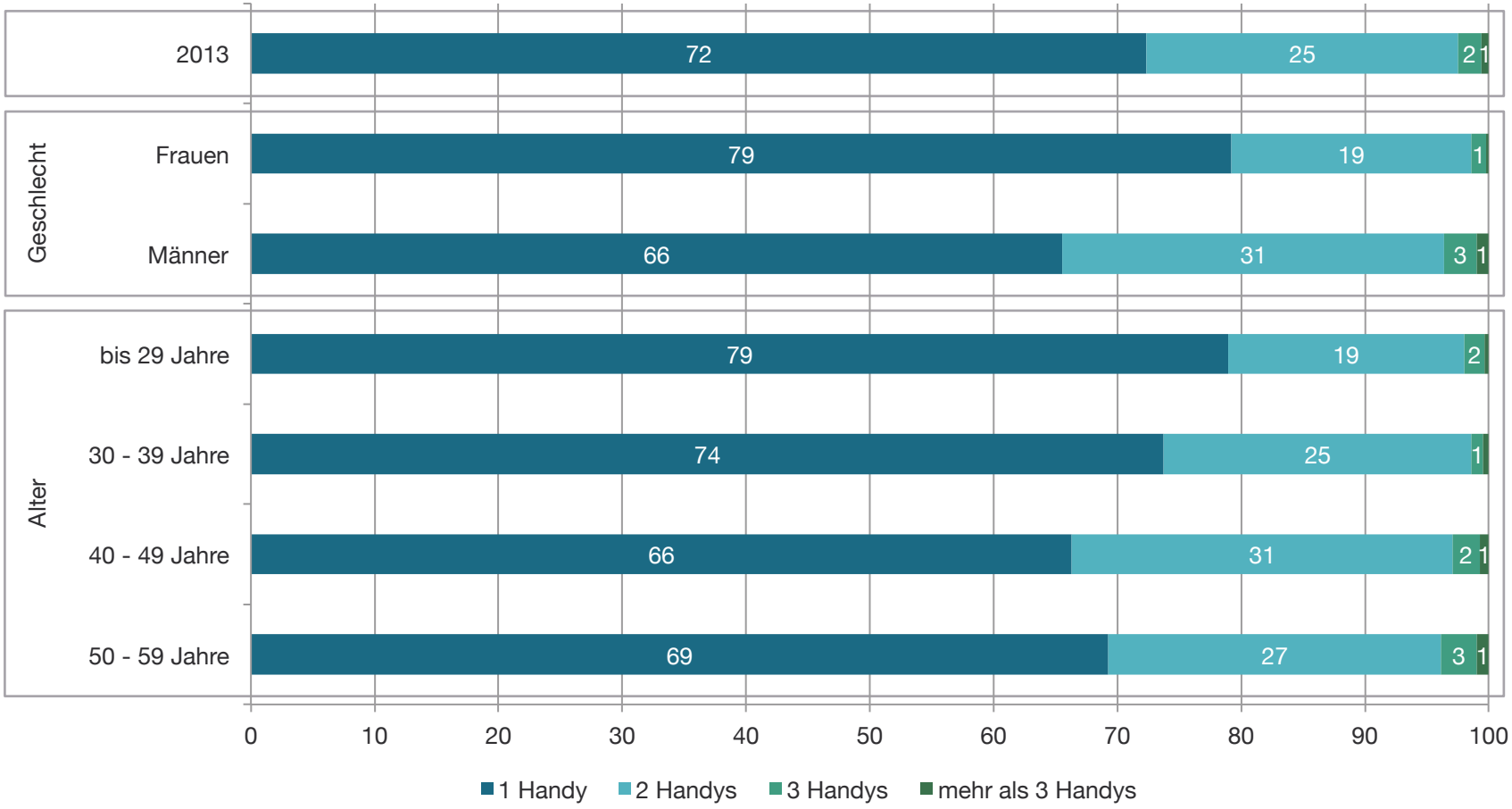
In %, Einfachantwort, n=1.002

mindtake RESEARCH

Nutzung des Mobiltelefons

Anzahl der genutzten Handys (1/2)
Geschlecht, Alter

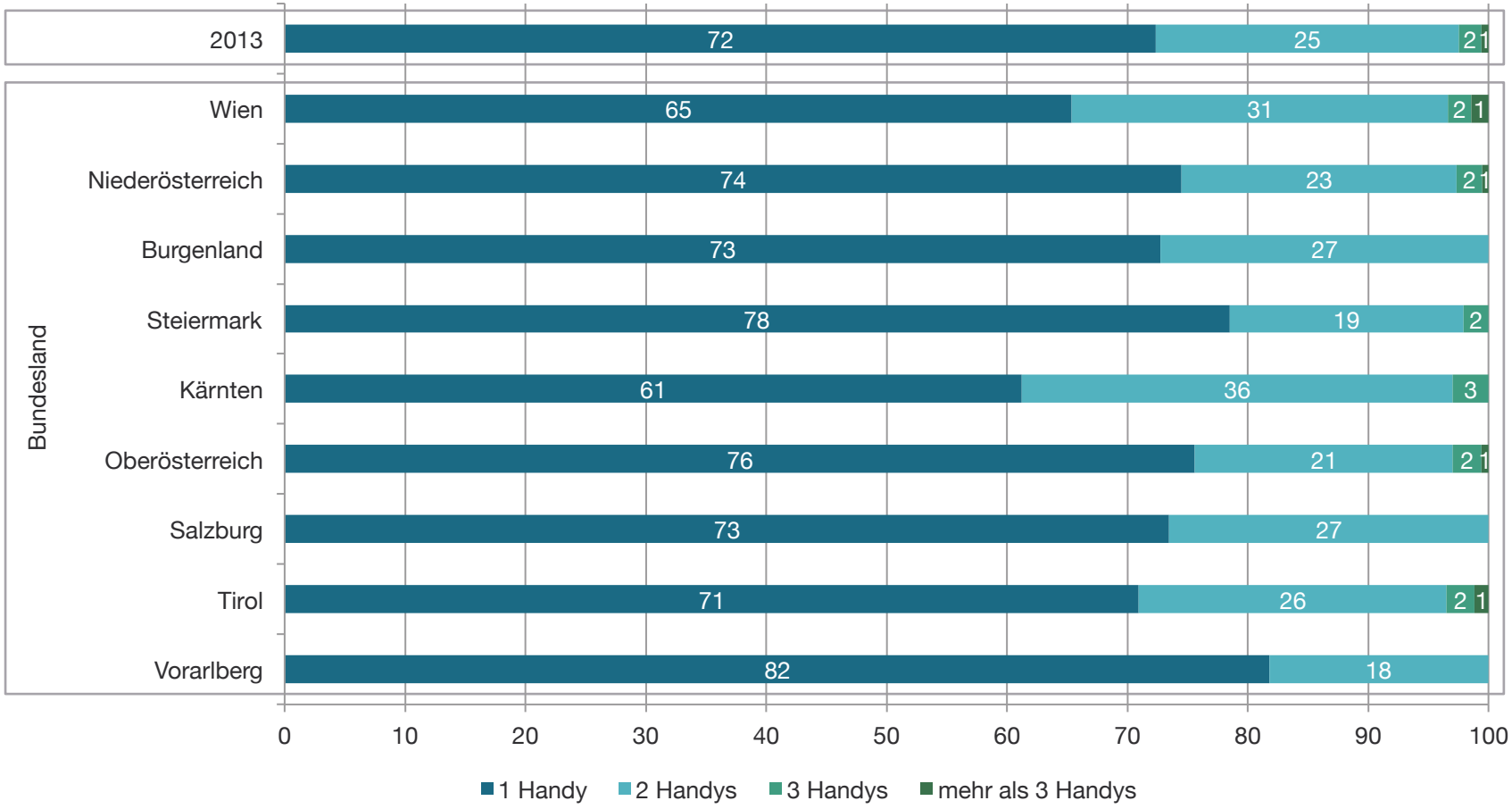
„Wie viele Handys nutzen Sie aktuell?“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

Anzahl der genutzten Handys (2/2)
Bundesland

„Wie viele Handys nutzen Sie aktuell?“

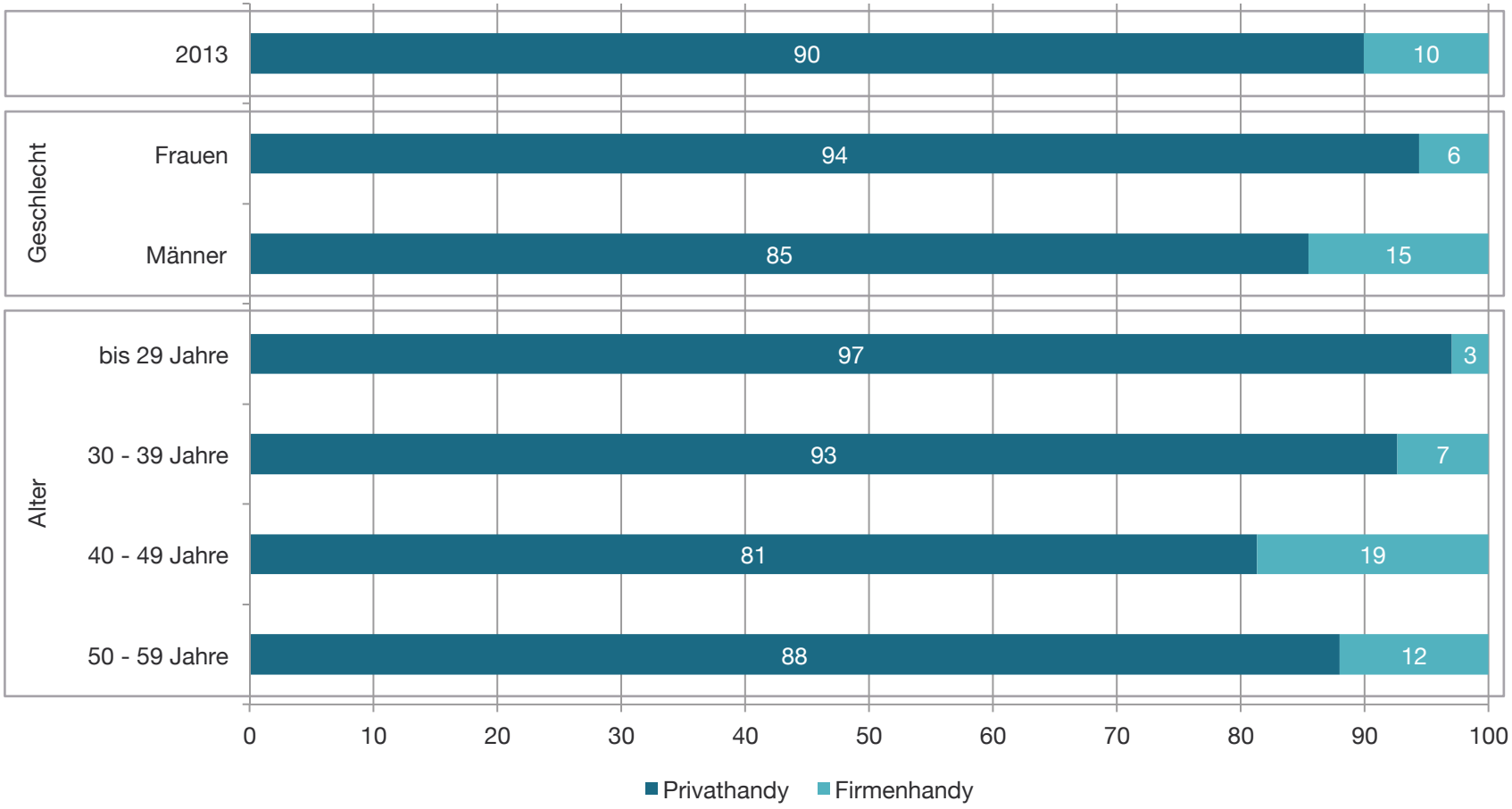


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

mindtake RESEARCH

Privat- oder Firmenhandy (1/2)
Geschlecht, Alter

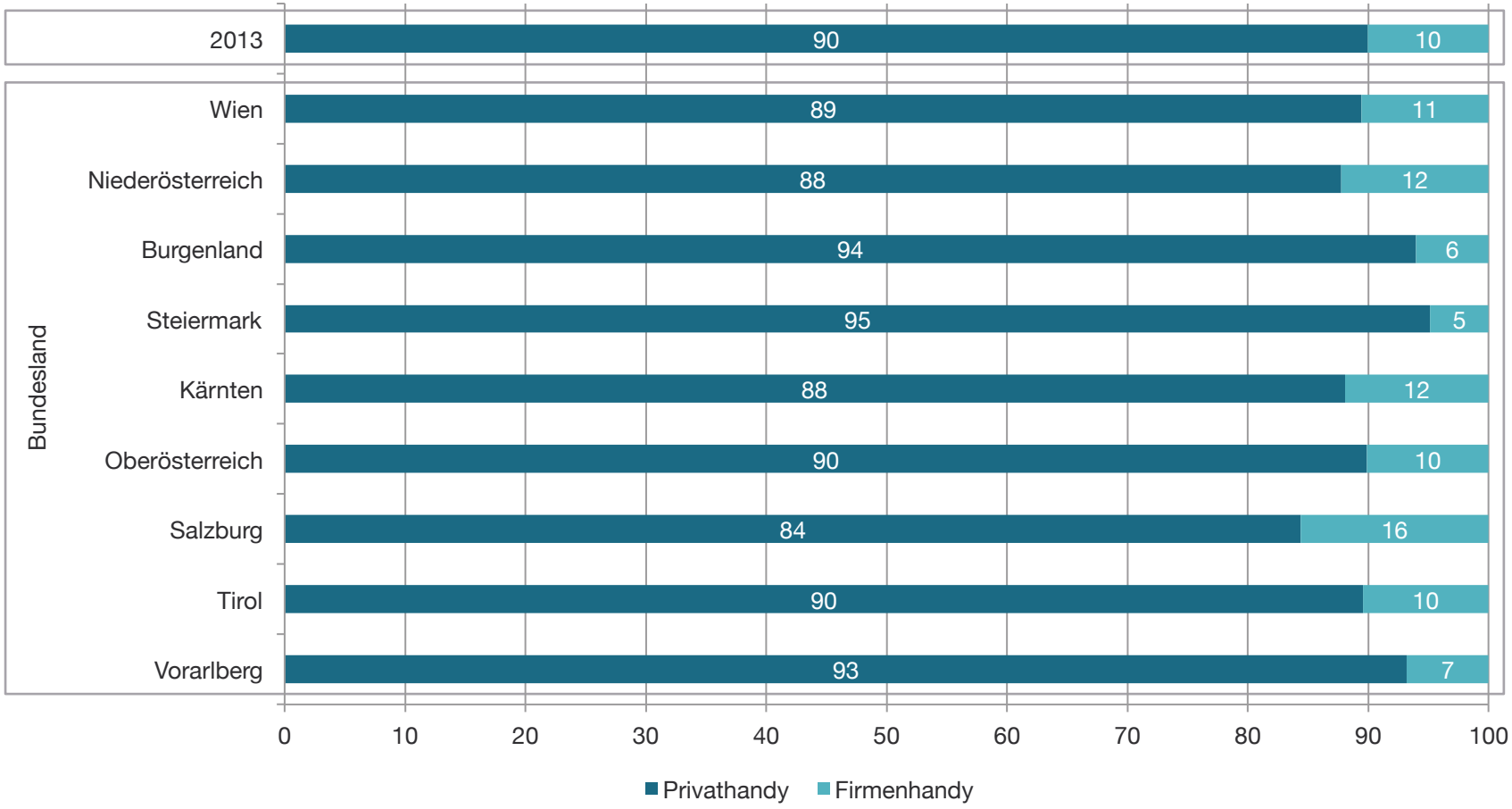
„Ist Ihr Handy ein...?“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

Privat- oder Firmenhandy (2/2)
Bundesland

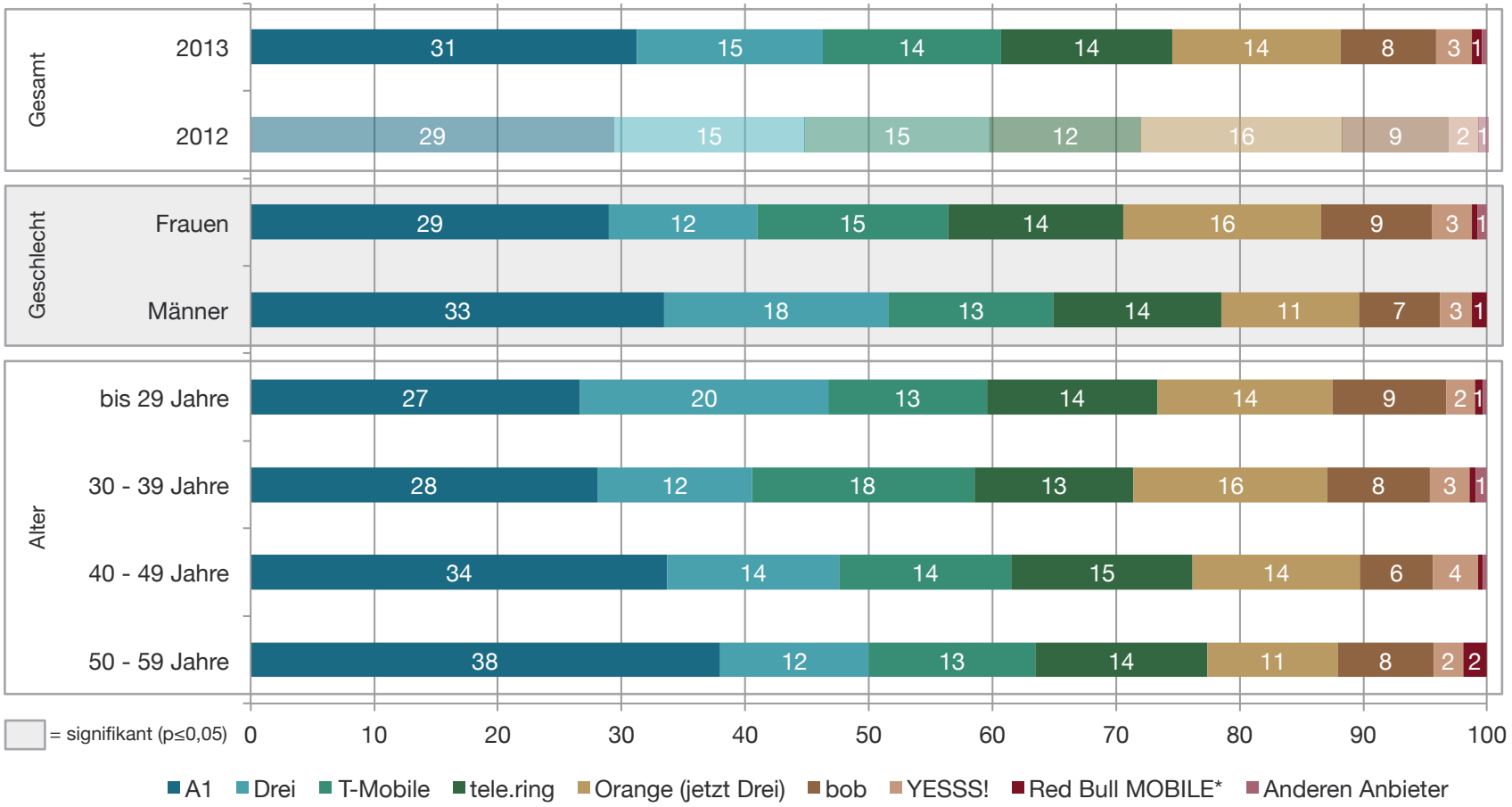
„Ist Ihr Handy ein...?“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Genutzter Mobilfunkanbieter (1/2)
Geschlecht, Alter

„Welchen Mobilfunkanbieter nutzen Sie auf Ihrem Handy?“



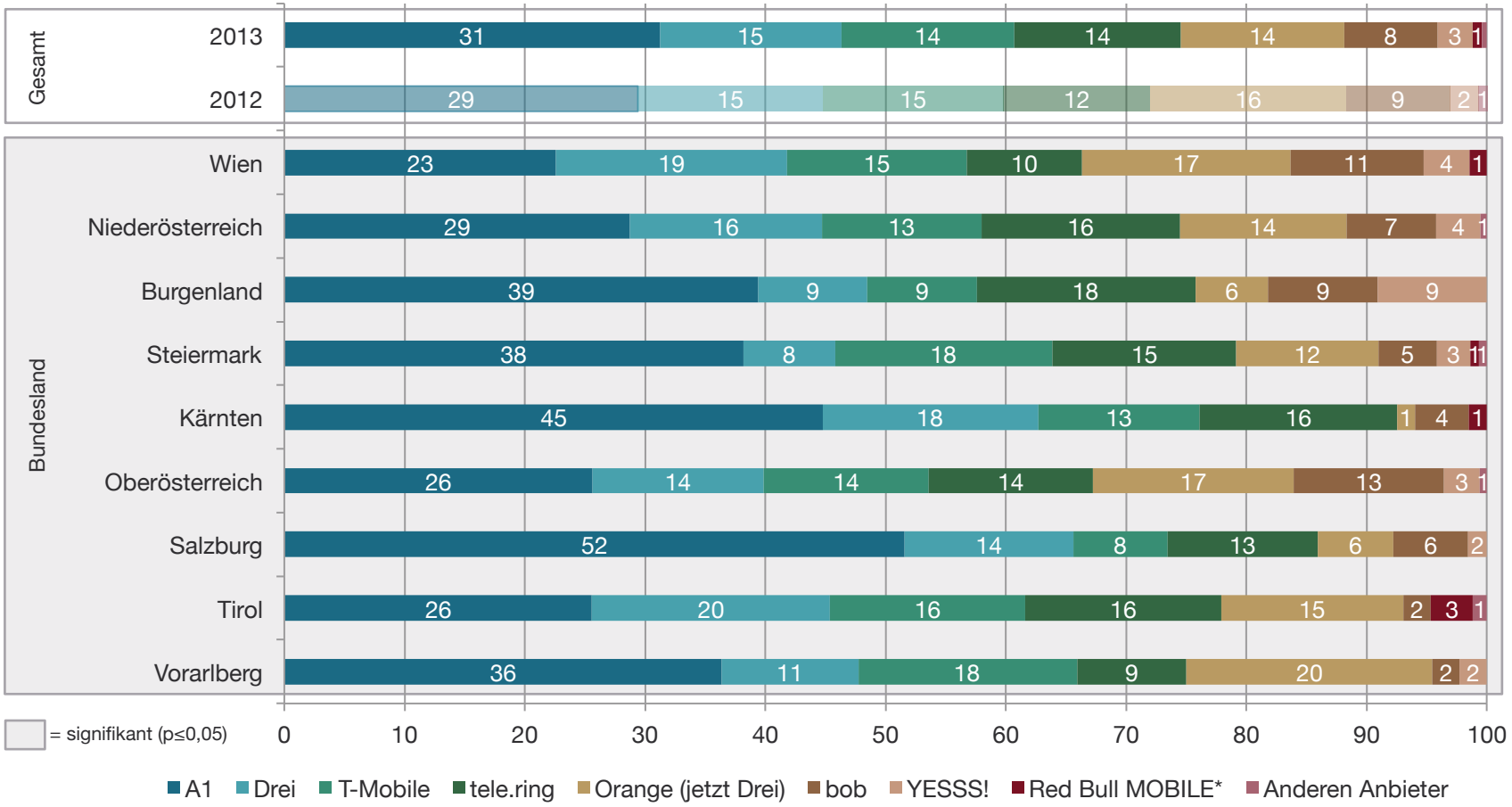
*wurde nur 2012 abgefragt

In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n (2012)=1.001, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Genutzter Mobilfunkanbieter (2/2)
Bundesland

„Welchen Mobilfunkanbieter nutzen Sie auf Ihrem Handy?“



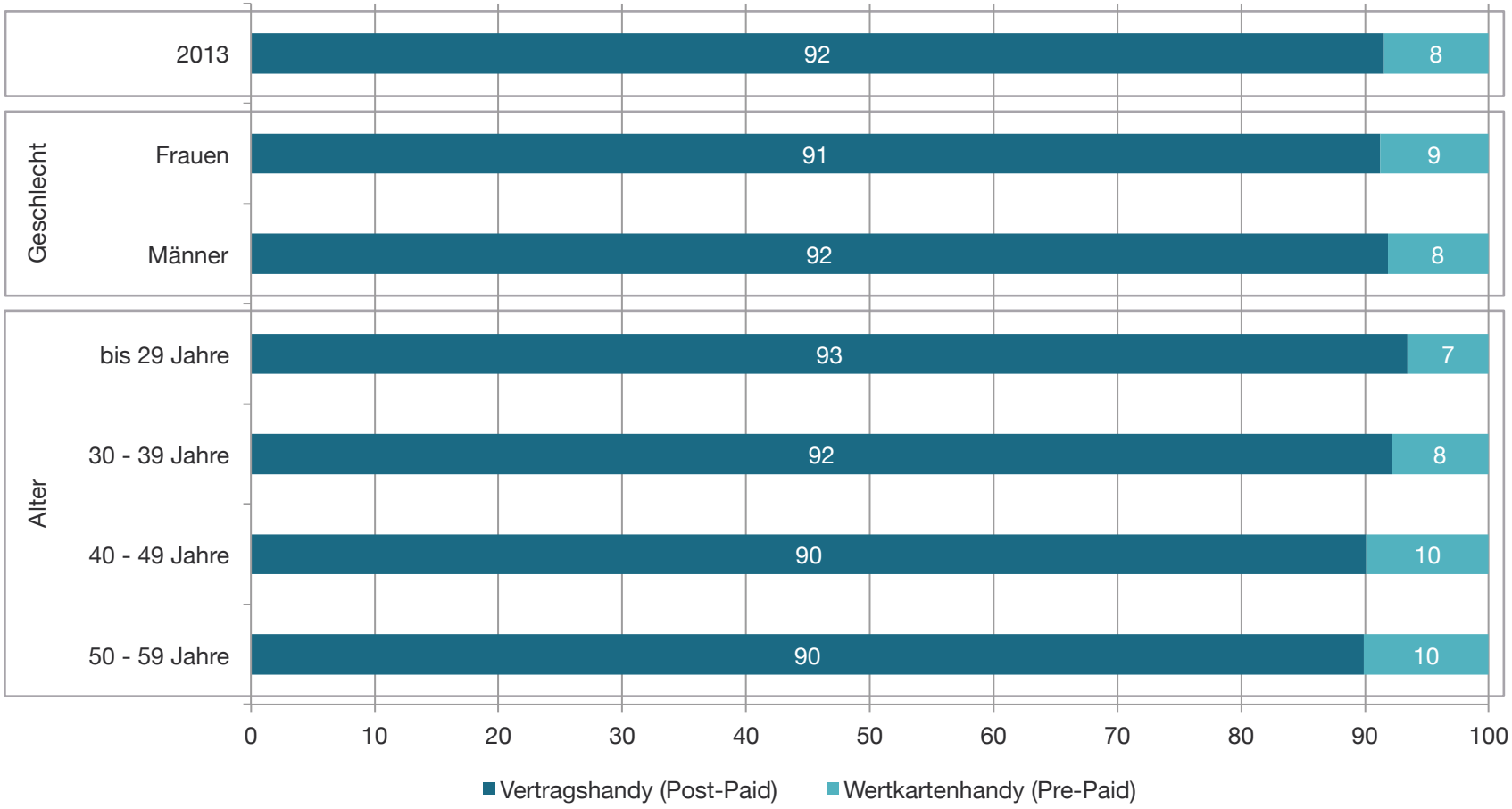
*wurde nur 2012 abgefragt

In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(2012)=1.001, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

mindtake RESEARCH

Vertrags- bzw. Wertkartenhandy (1/2)
Geschlecht, Alter

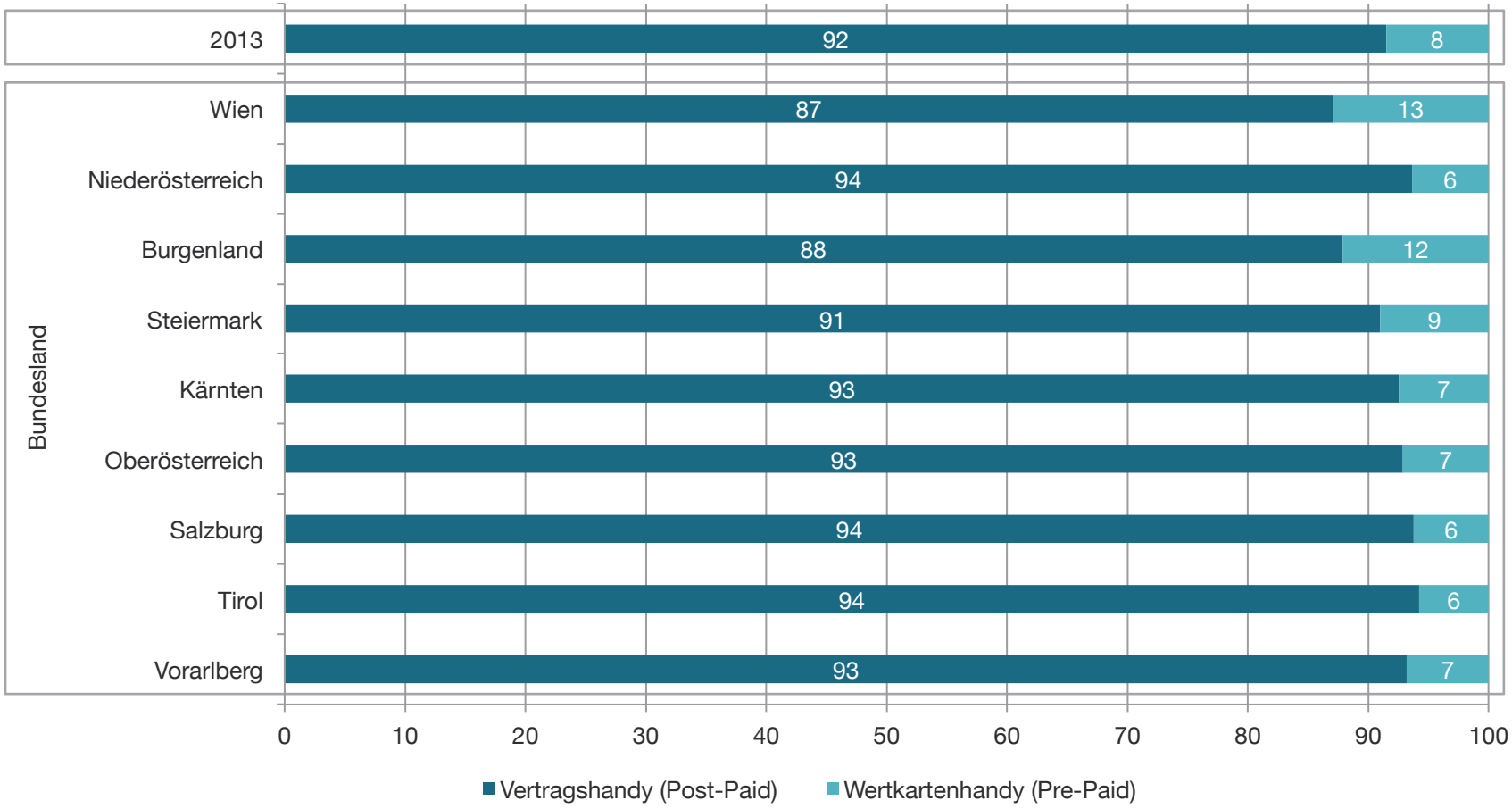
„Ist Ihr Handy ein...“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

Vertrags- bzw. Wertkartenhandy (2/2)
Bundesland

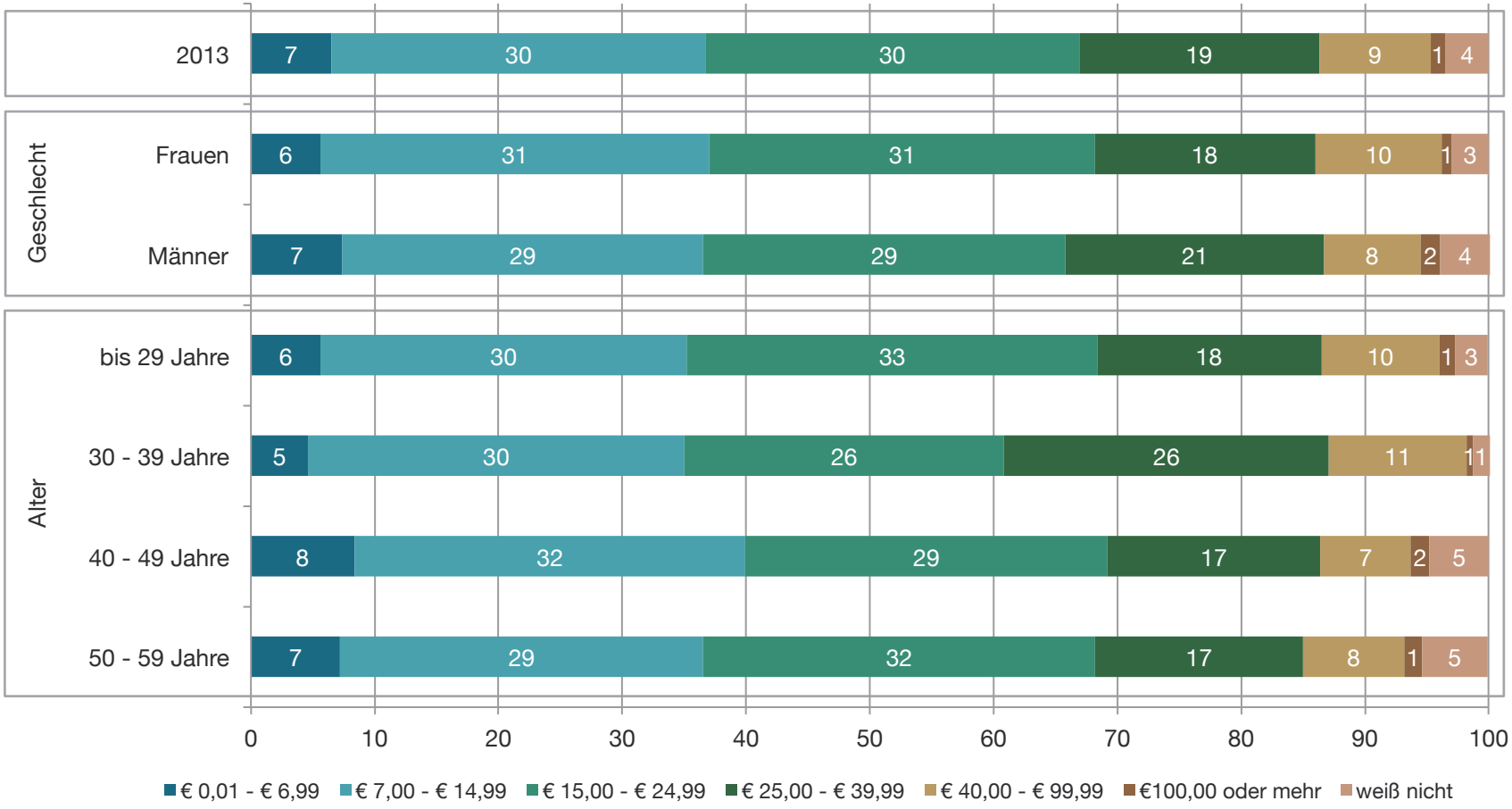
„Ist Ihr Handy ein...“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Monatliche Handy-Rechnung (1/2)
Geschlecht, Alter

„Wie hoch ist Ihre monatliche Handy-Rechnung im Schnitt?“

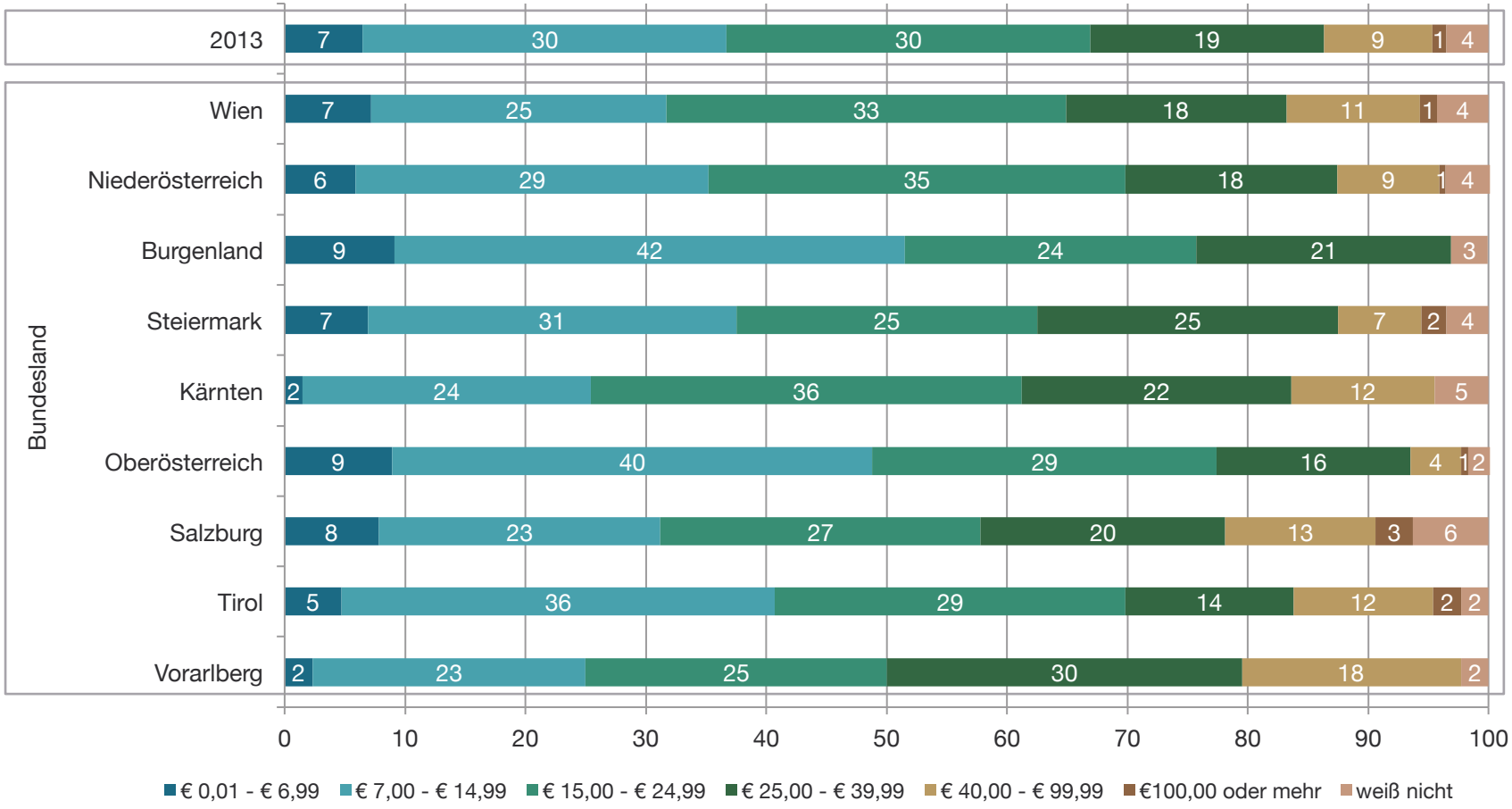


In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Monatliche Handy-Rechnung (2/2)
Bundesland

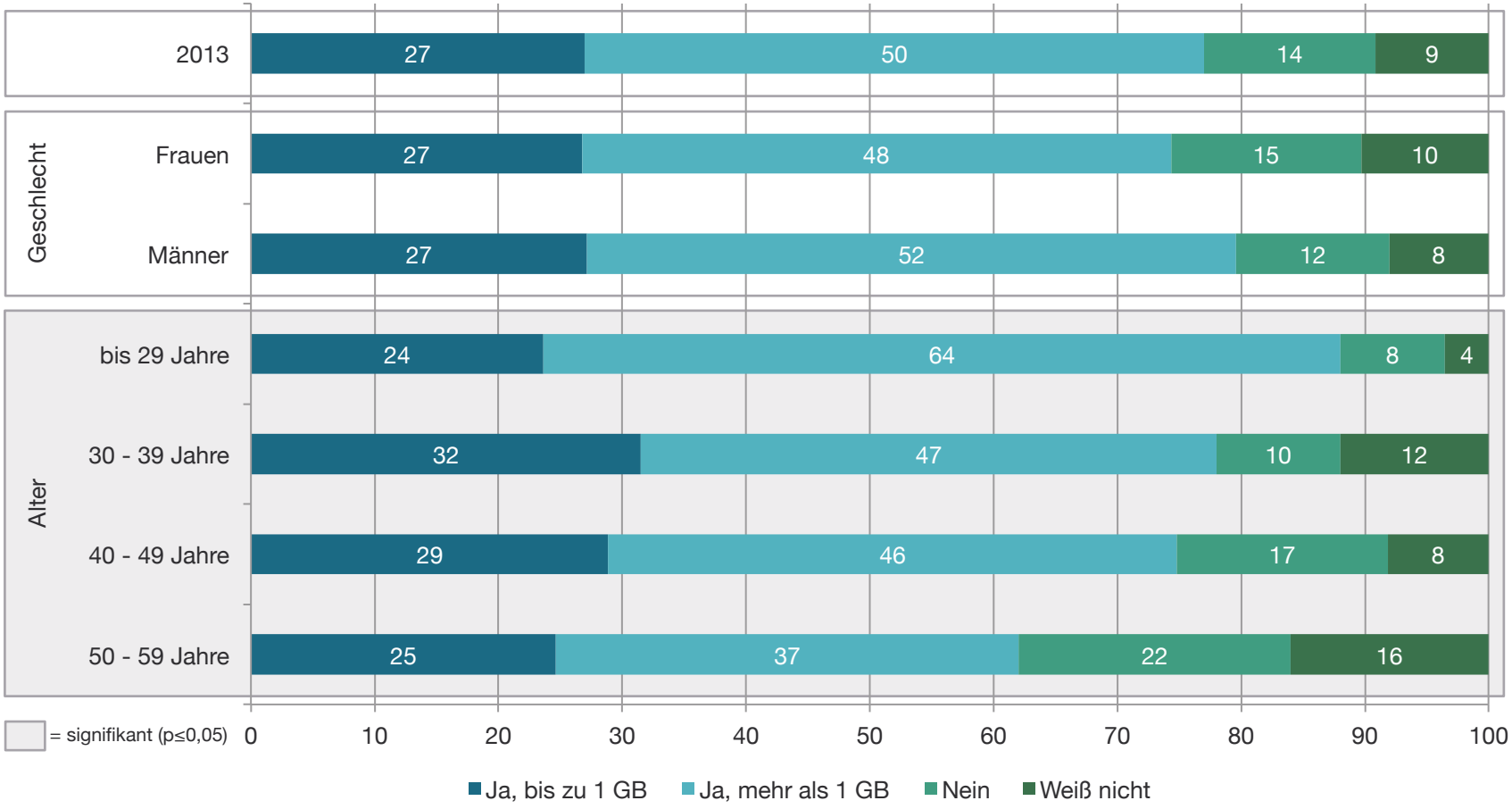
„Wie hoch ist Ihre monatliche Handy-Rechnung im Schnitt?“



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Inkludiertes Daten-Paket bei Vertragshandy (1/2)
Geschlecht, Alter

„Inkludiert Ihr Tarif ein Daten-Paket? Wenn ja, wie viele GB pro Monat sind in Ihrem Tarif inkludiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ein Vertragshandy zu besitzen.)

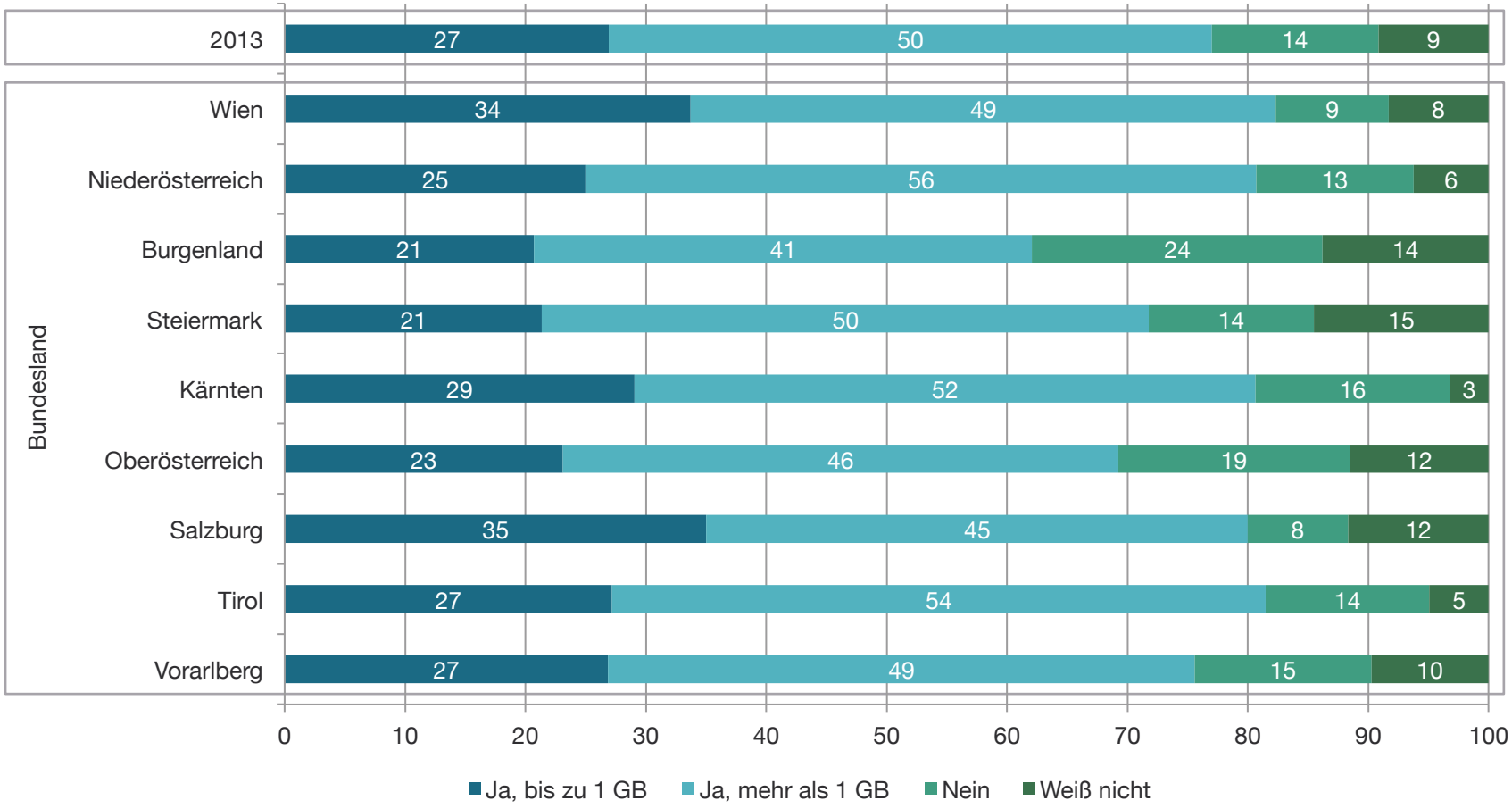


In %, Einfachantwort, n(2013)=917, n(Frauen)=456, n(Männer)=461, n(bis 29)=284, n(30-39)=200, n(40-49)=246, n(50-59)=187

mindtake RESEARCH

Inkludiertes Daten-Paket bei Vertragshandy (2/2)
Bundesland

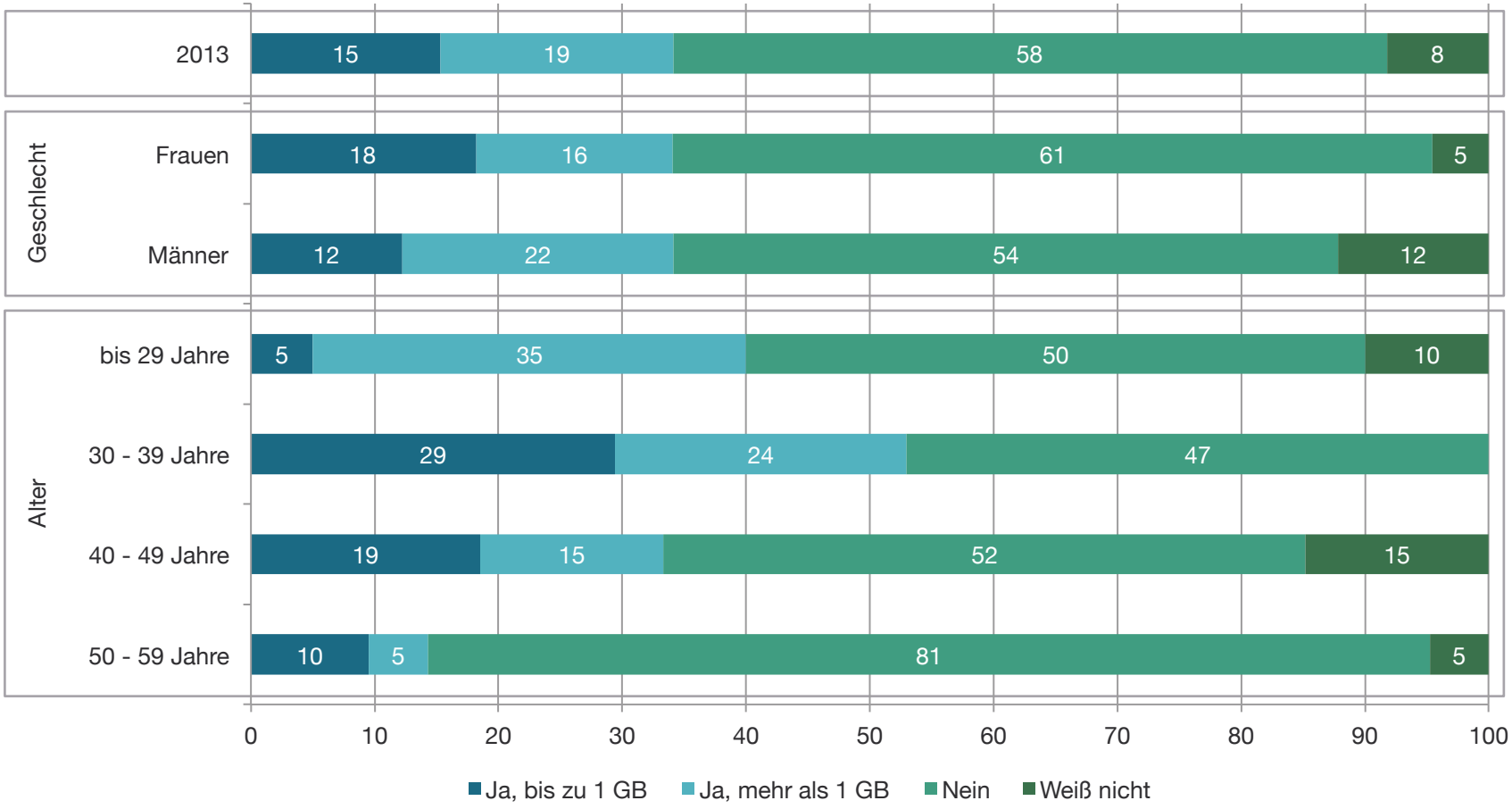
„Inkludiert Ihr Tarif ein Daten-Paket? Wenn ja, wie viele GB pro Monat sind in Ihrem Tarif inkludiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ein Vertragshandy zu besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=917, n(W)=181, n(NÖ)=176, n(Bgld)=29, n(Stmk)=131, n(Ktn)=62, n(OÖ)=156, n(Sbg)=60, n(T)=81, n(Vbg)=41

Inkludiertes Daten-Paket bei Wertkartenhandy (1/2)
Geschlecht, Alter

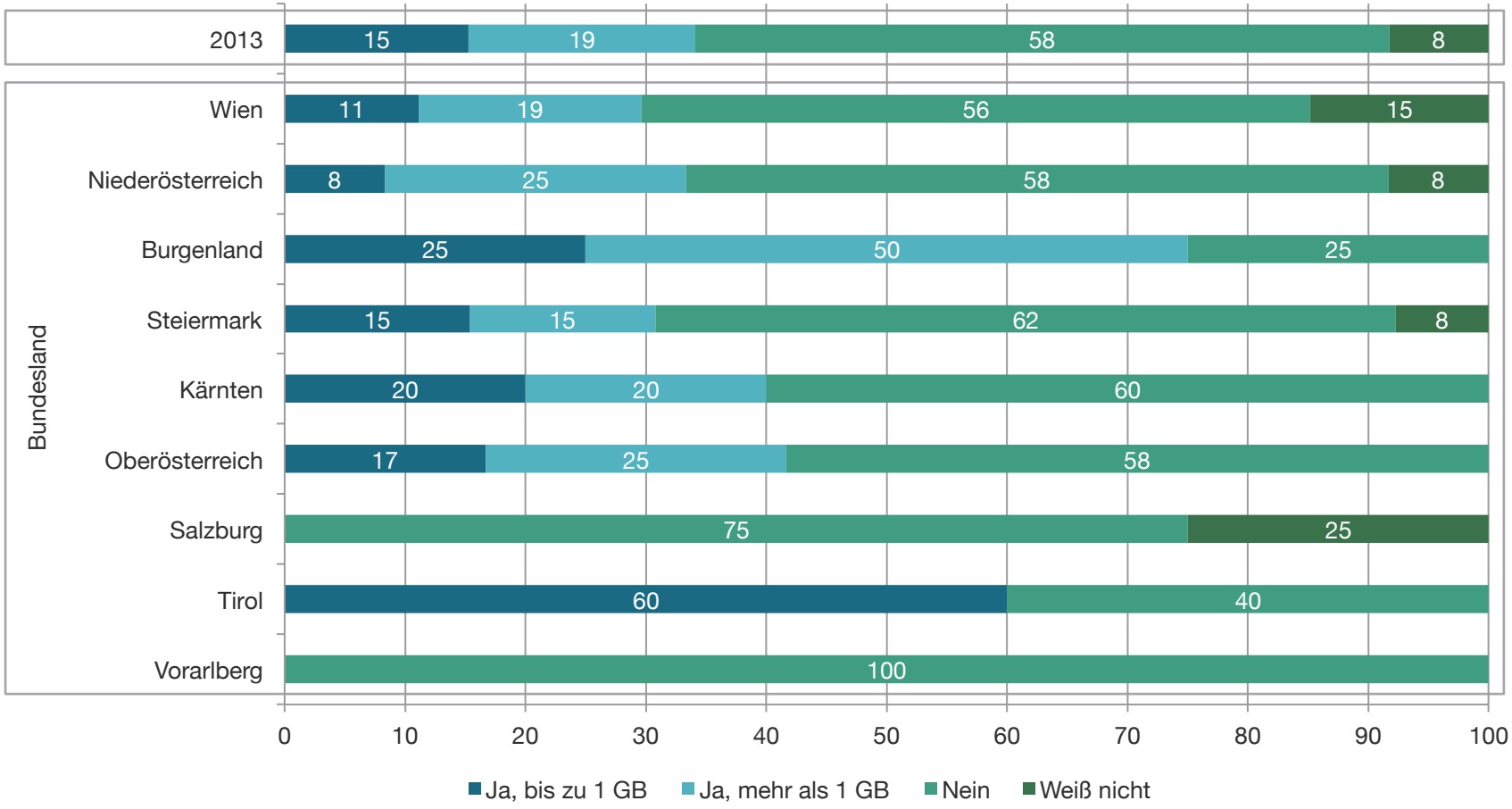
„Haben Sie bei Ihrer Wertkarte ein Daten-Paket aktiviert? Wenn ja, wie viel Datenvolumen ist hier inkludiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ein Wertkartenhandy zu besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=85, n(Frauen)=44, n(Männer)=41, n(bis 29)=20, n(30-39)=17, n(40-49)=27, n(50-59)=21

Inkludiertes Daten-Paket bei Wertkartenhandy (2/2)
Bundesland

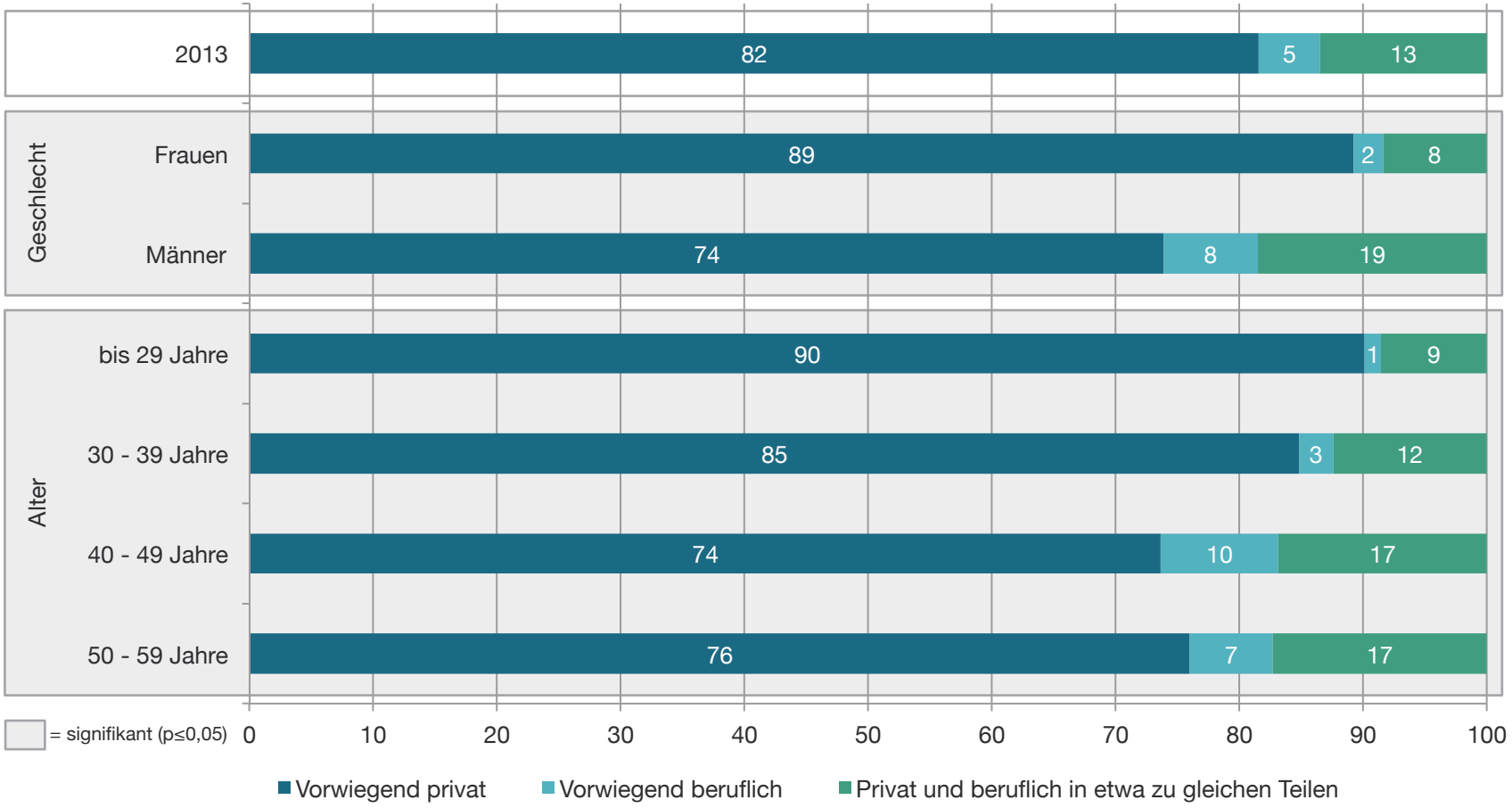
„Haben Sie bei Ihrer Wertkarte ein Daten-Paket aktiviert? Wenn ja, wie viel Datenvolumen ist hier inkludiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ein Wertkartenhandy zu besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=85, n(W)=27, n(NÖ)=12, n(Bgld)=4, n(Stmk)=13, n(Ktn)=5, n(OÖ)=12, n(Sbg)=4, n(T)=5, n(Vbg)=3

Private bzw. berufliche Nutzung des Handys (1/2)
Geschlecht, Alter

„Nutzen Sie Ihr Handy...“

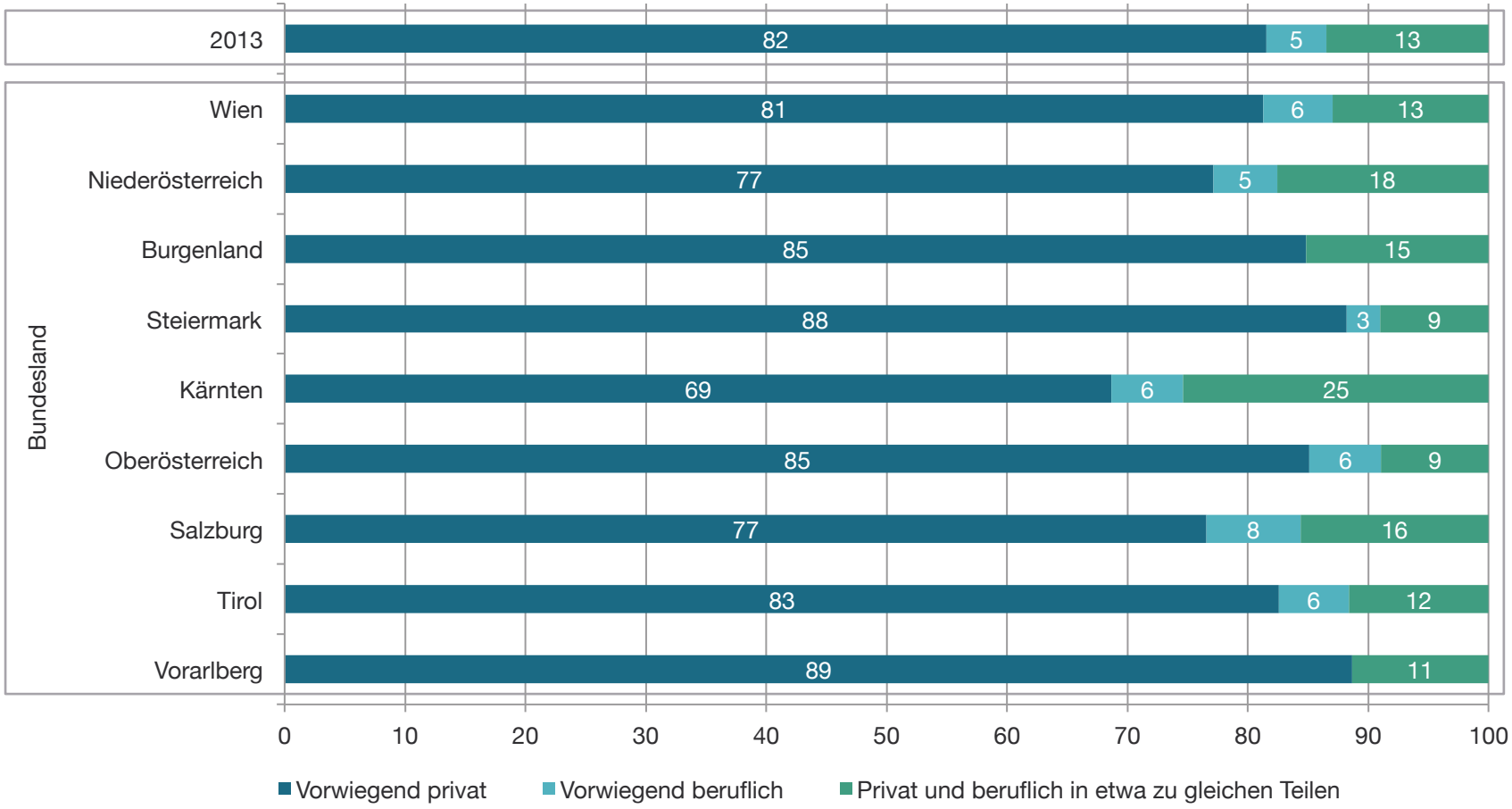


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Private bzw. berufliche Nutzung des Handys (2/2)
Bundesland

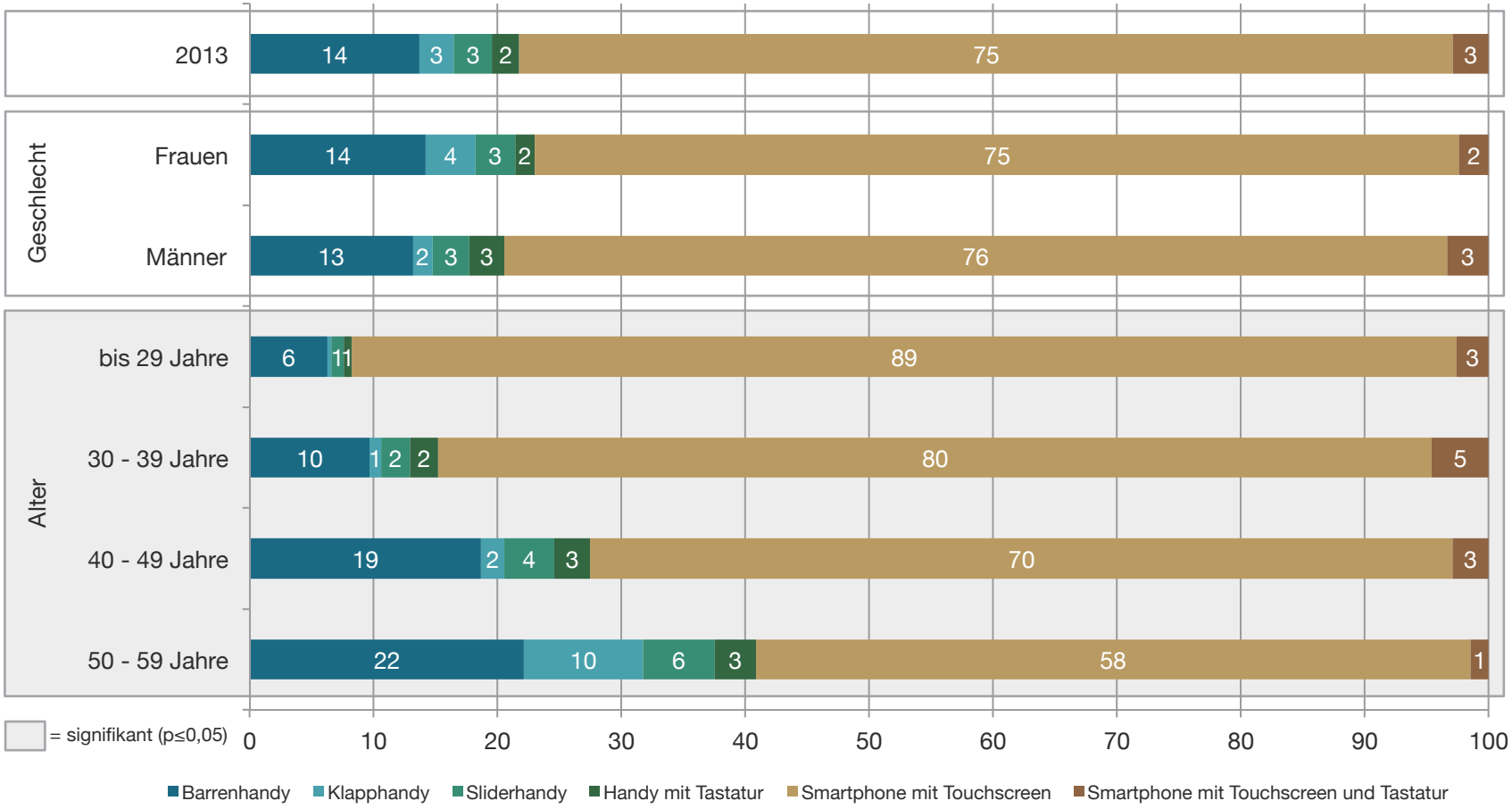
„Nutzen Sie Ihr Handy...“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Handytypen (1/2)
Geschlecht, Alter

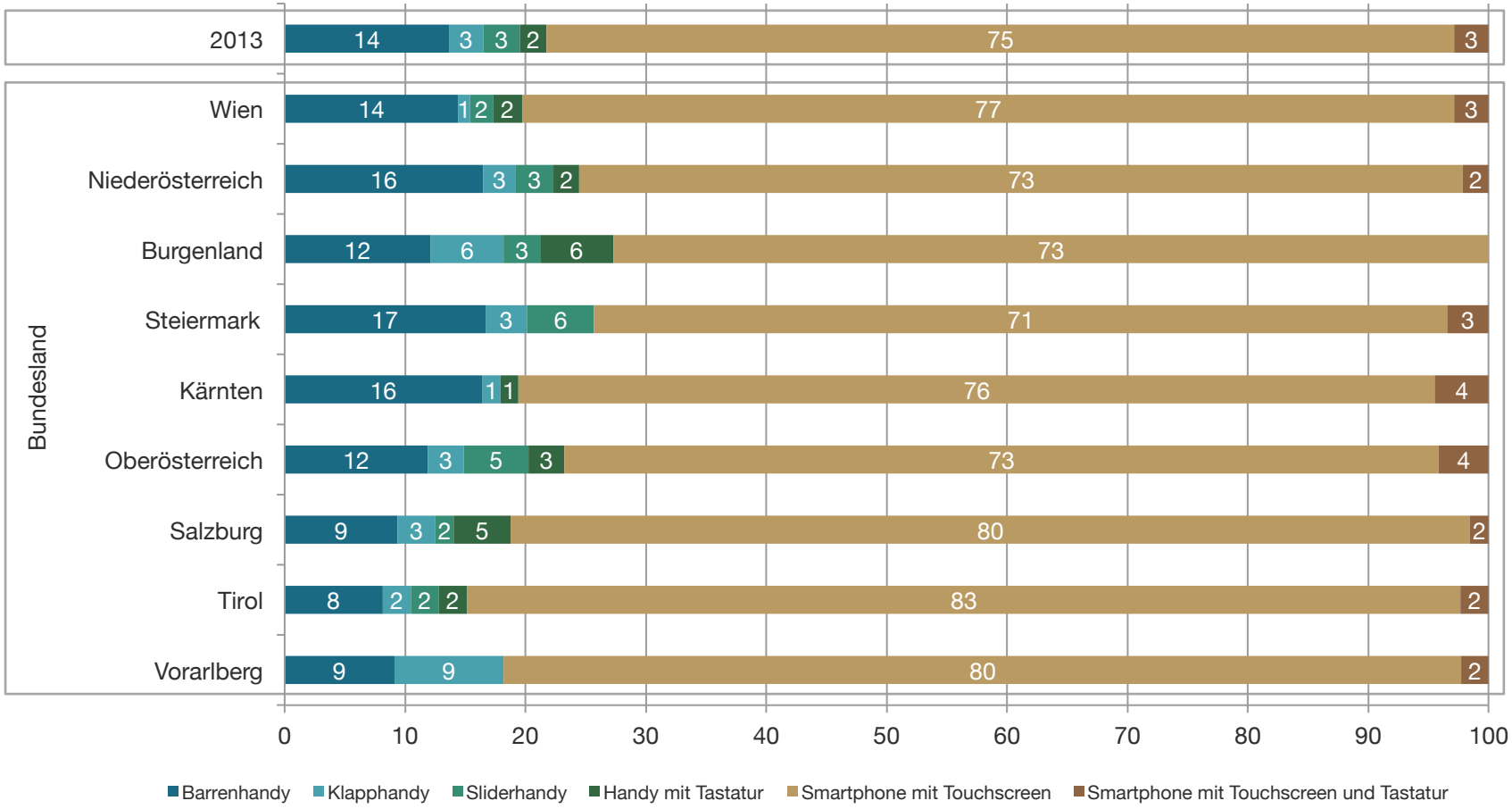
„Ist Ihr Handy ein...“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

Handytypen (2/2)
Bundesland

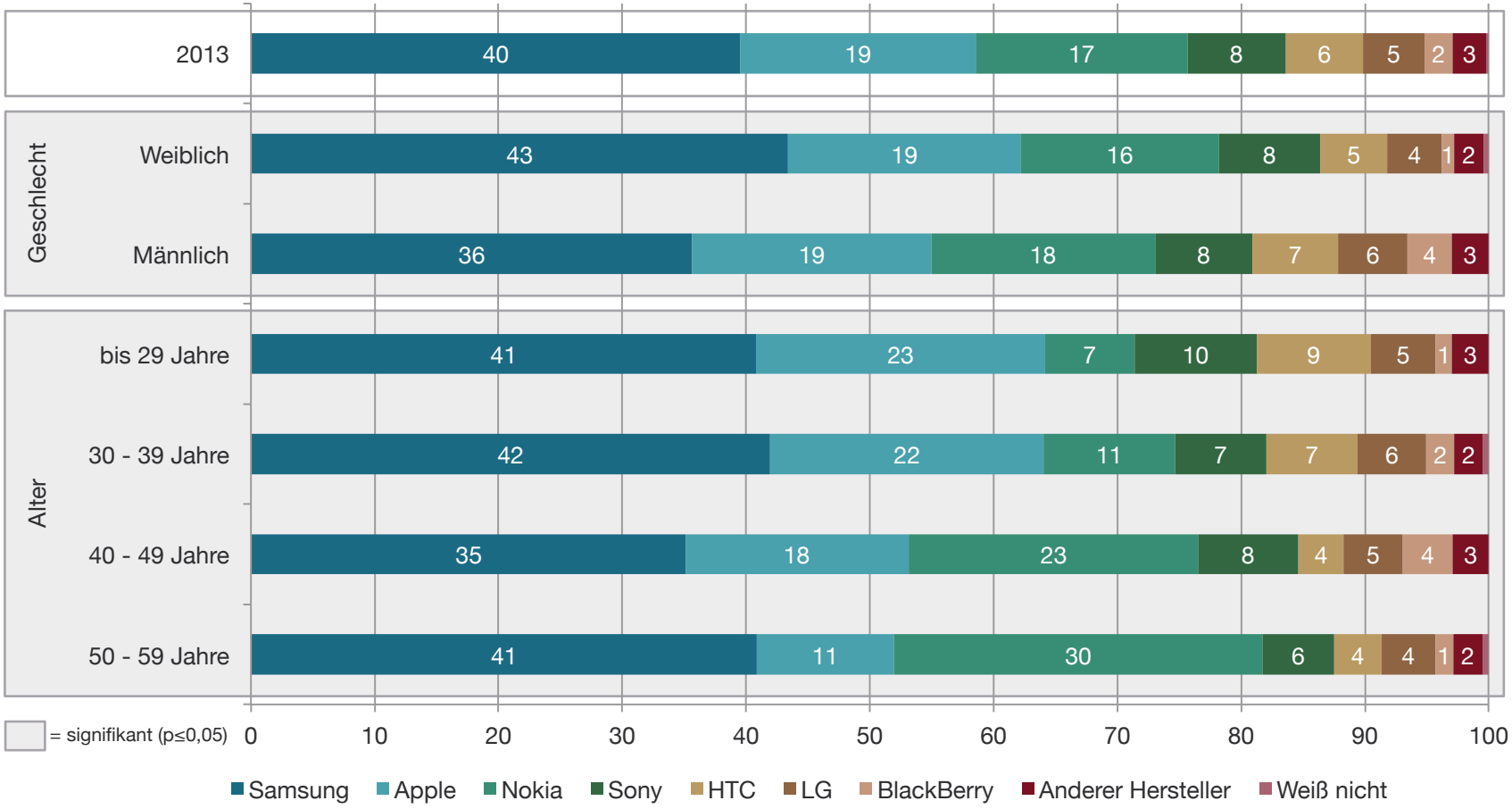
„Ist Ihr Handy ein...“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Hersteller des genutzten Handys (1/2)
Geschlecht, Alter

„Von welchem Hersteller ist Ihr Haupthandy?“

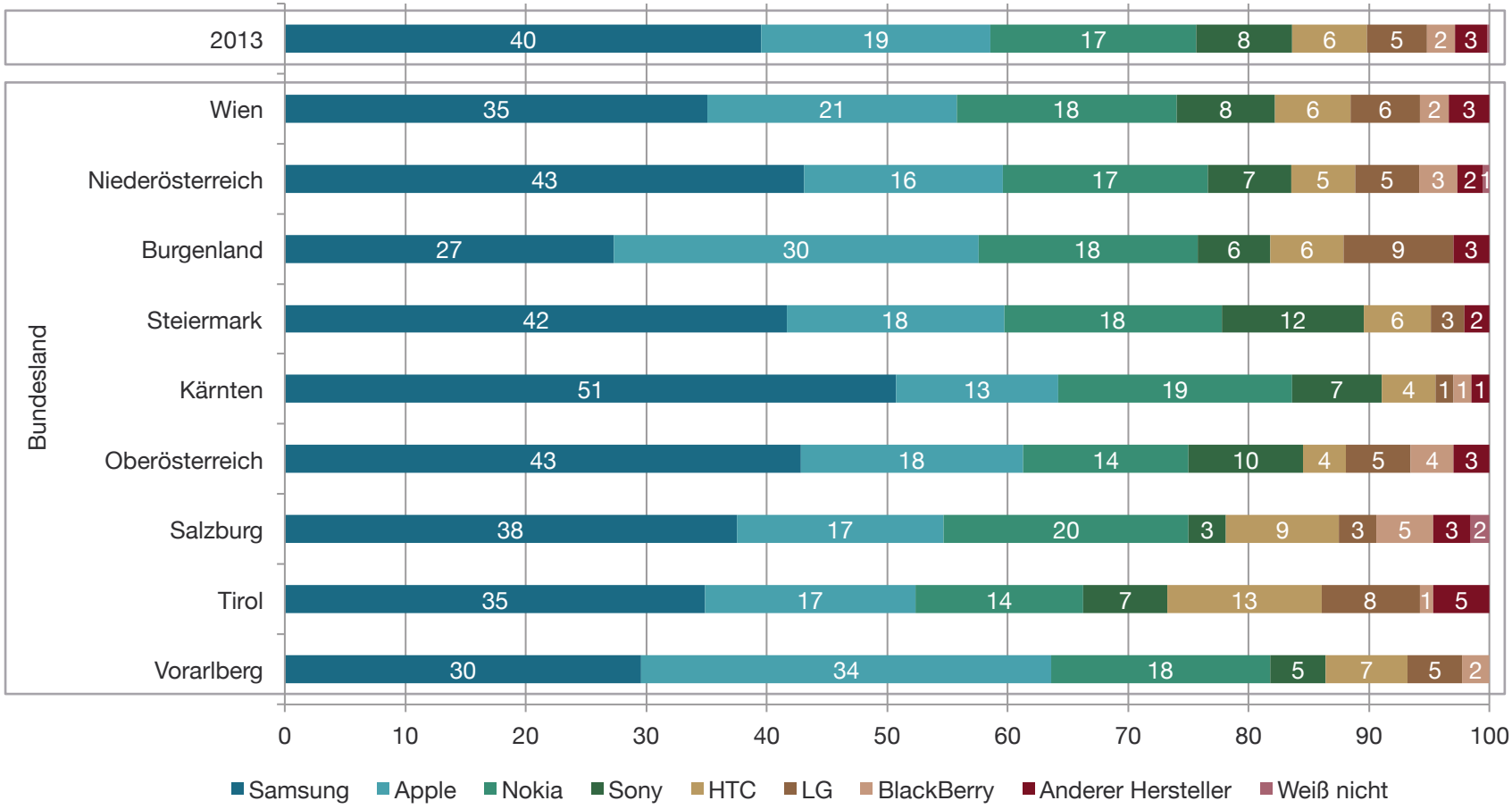


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Hersteller des genutzten Handys (2/2)
Bundesland

„Von welchem Hersteller ist Ihr Haupthandy?“

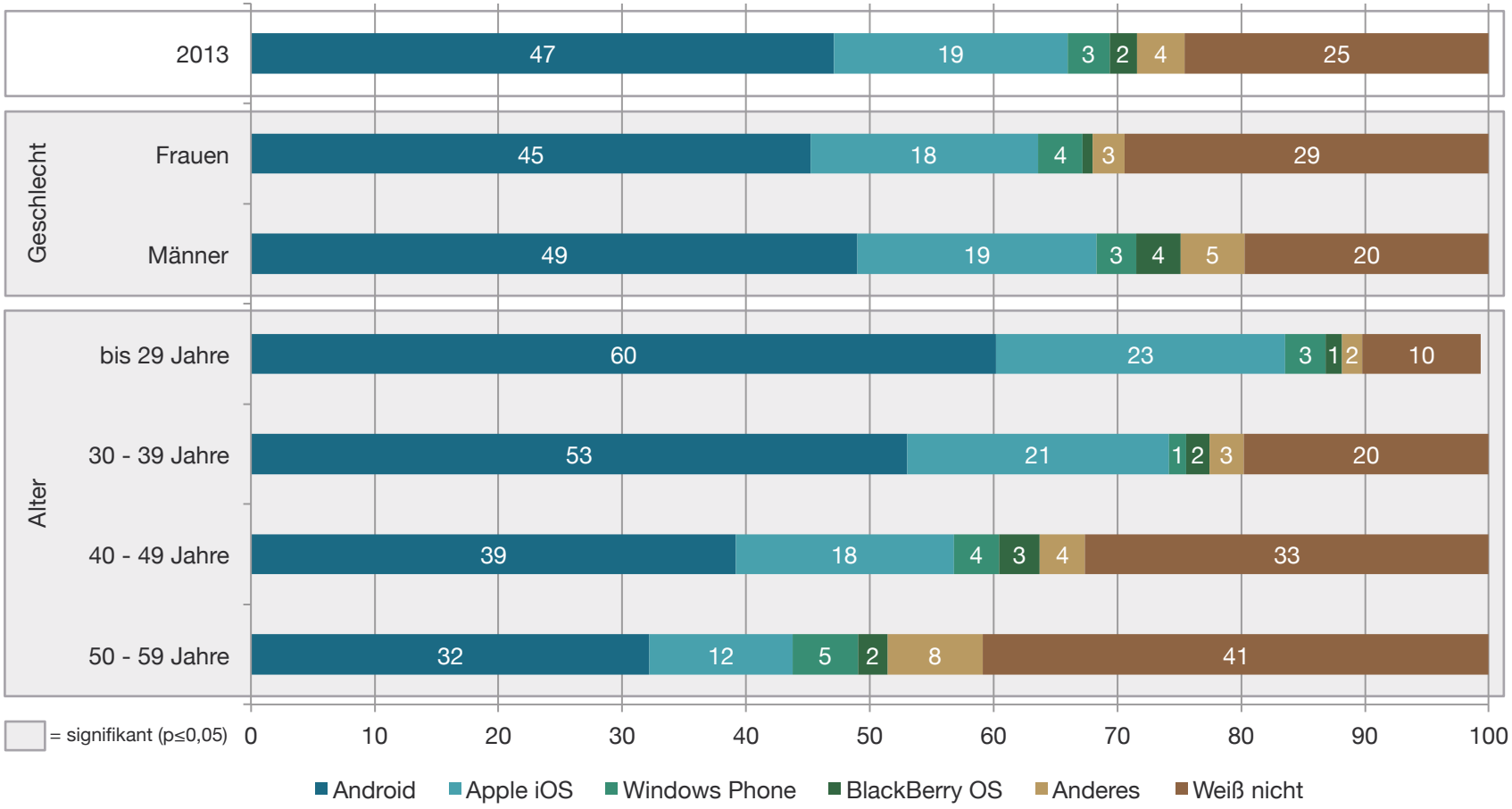


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

mindtake RESEARCH

Betriebssystem des genutzten Handys (1/2)
Geschlecht, Alter

„Welches Betriebssystem bzw. welche Software ist auf Ihrem Haupthandy installiert?“

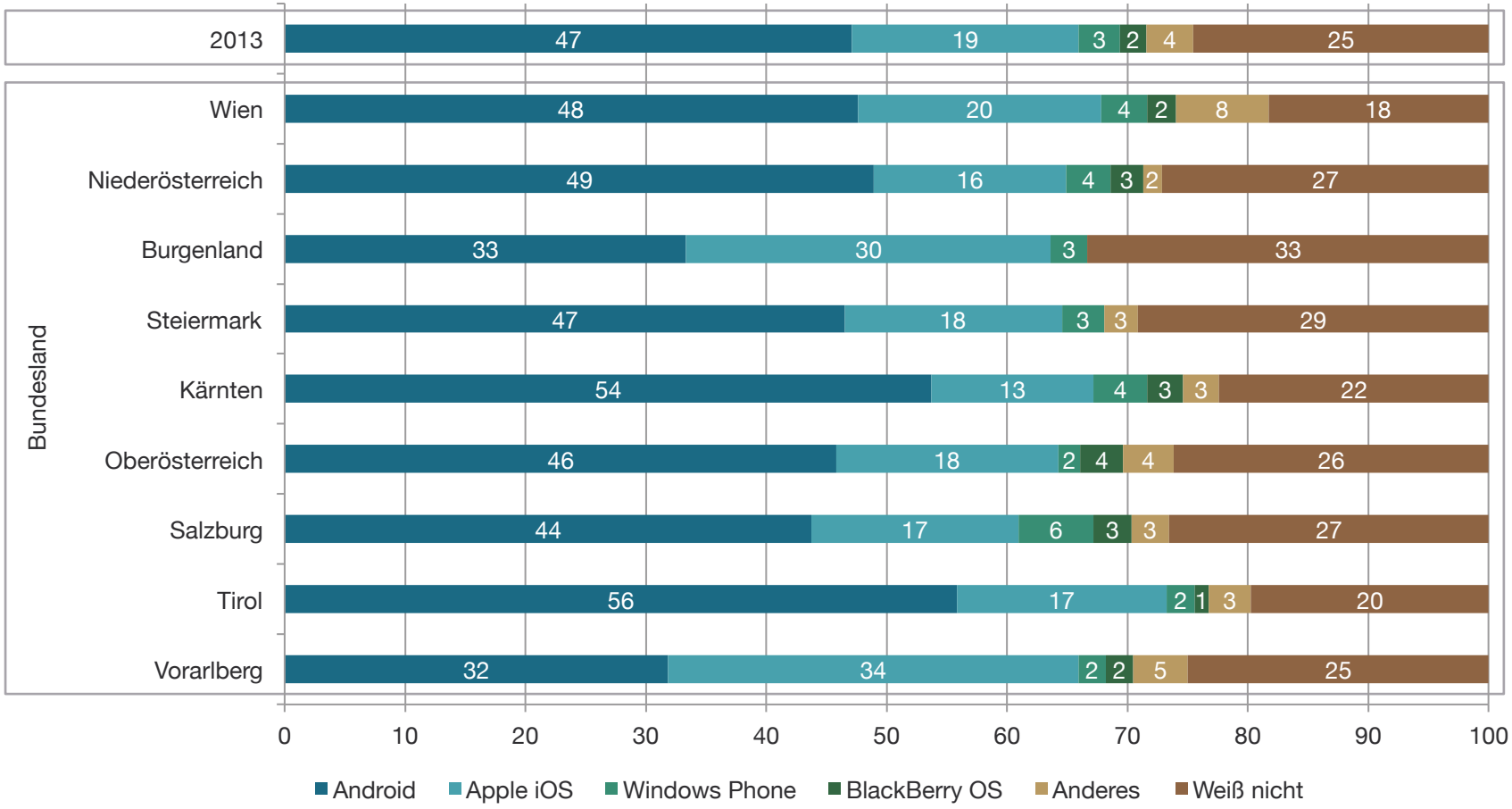


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Betriebssystem des genutzten Handys (2/2)
Bundesland

„Welches Betriebssystem bzw. welche Software ist auf Ihrem Haupthandy installiert?“

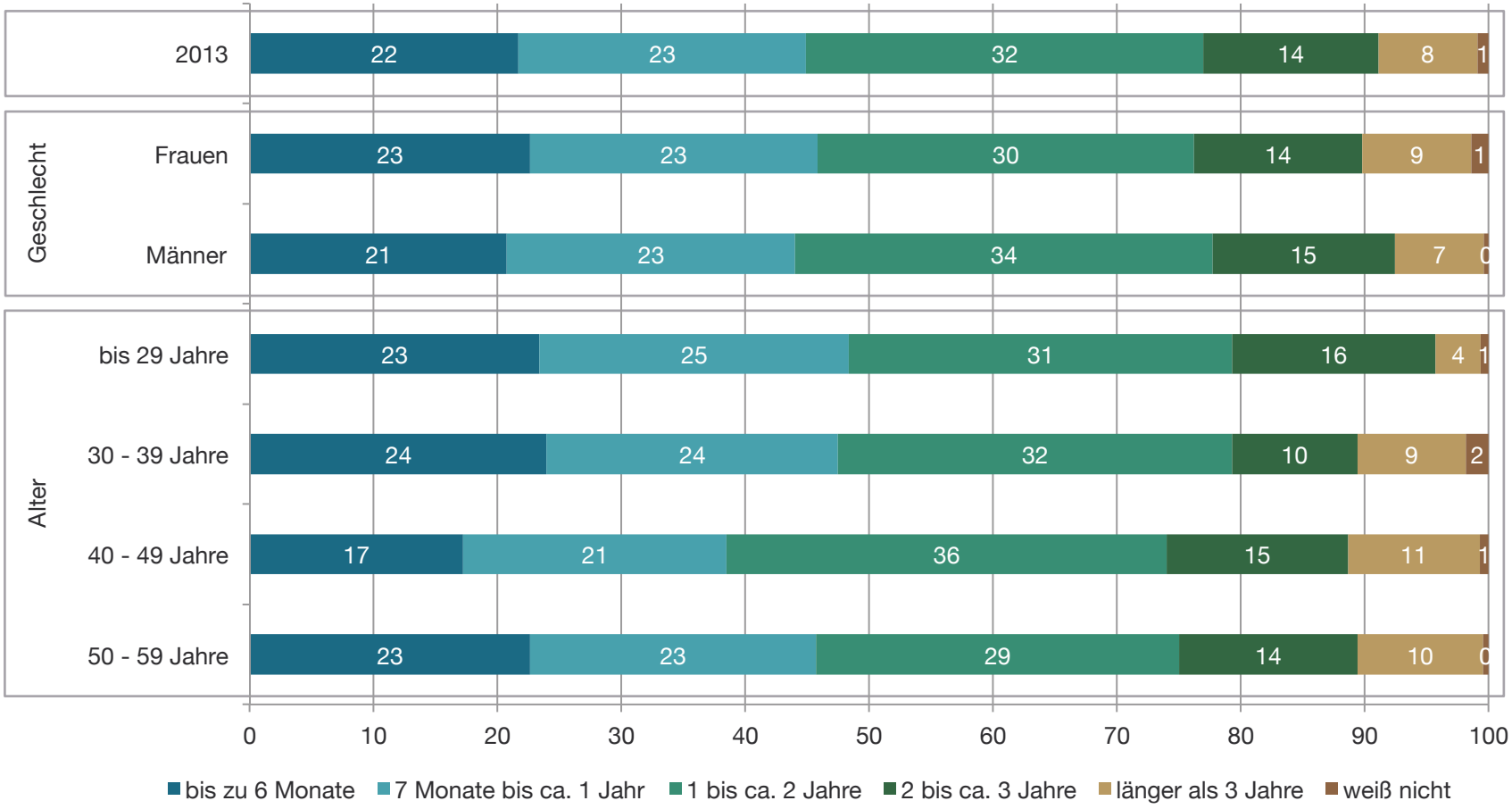


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

mindtake RESEARCH

Besitzdauer des aktuellen Handys (1/2)
Geschlecht, Alter

„Wie lange haben Sie Ihr aktuelles Handy bereits?“

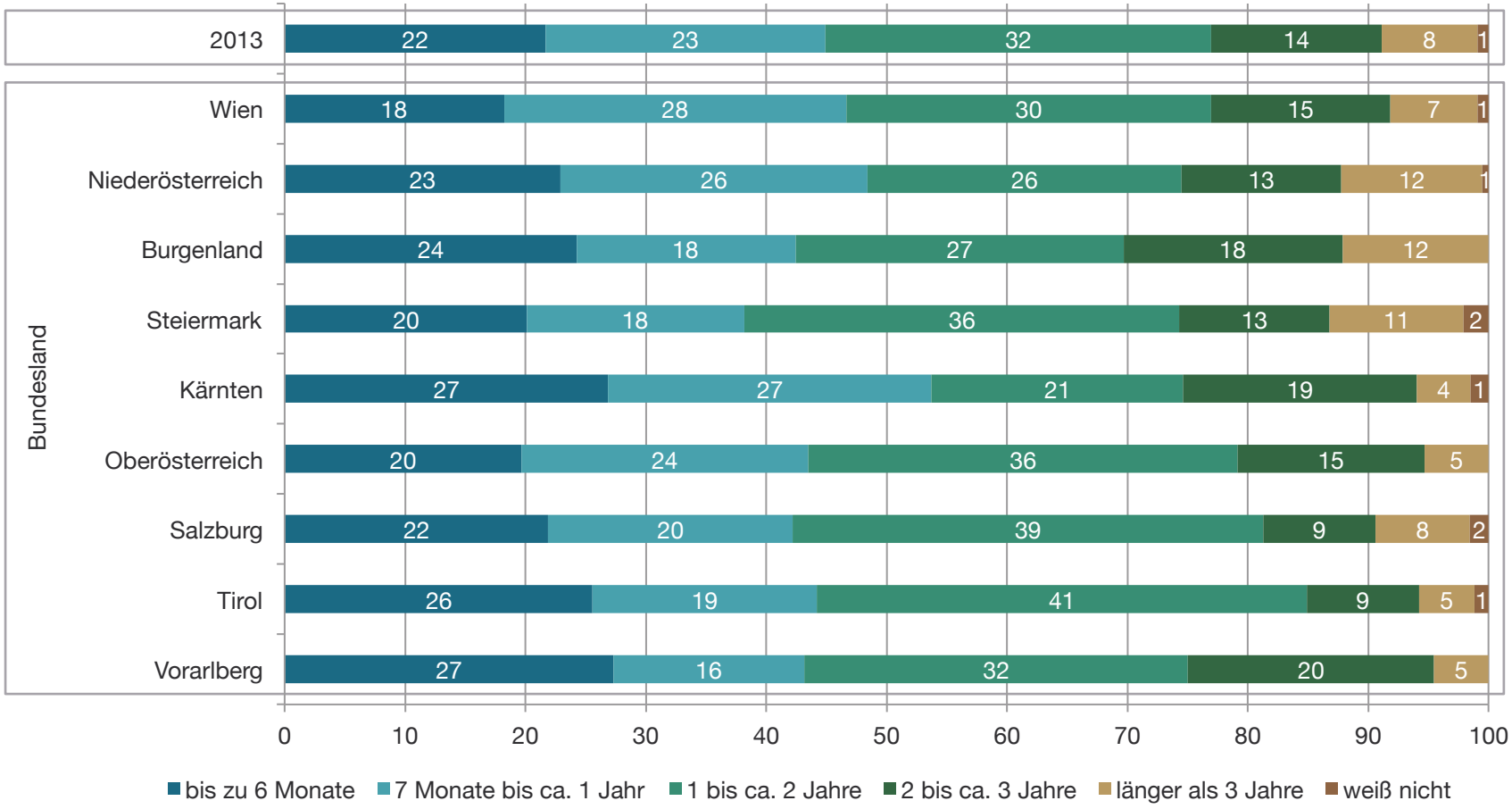


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Besitzdauer des aktuellen Handys (2/2)
Bundesland

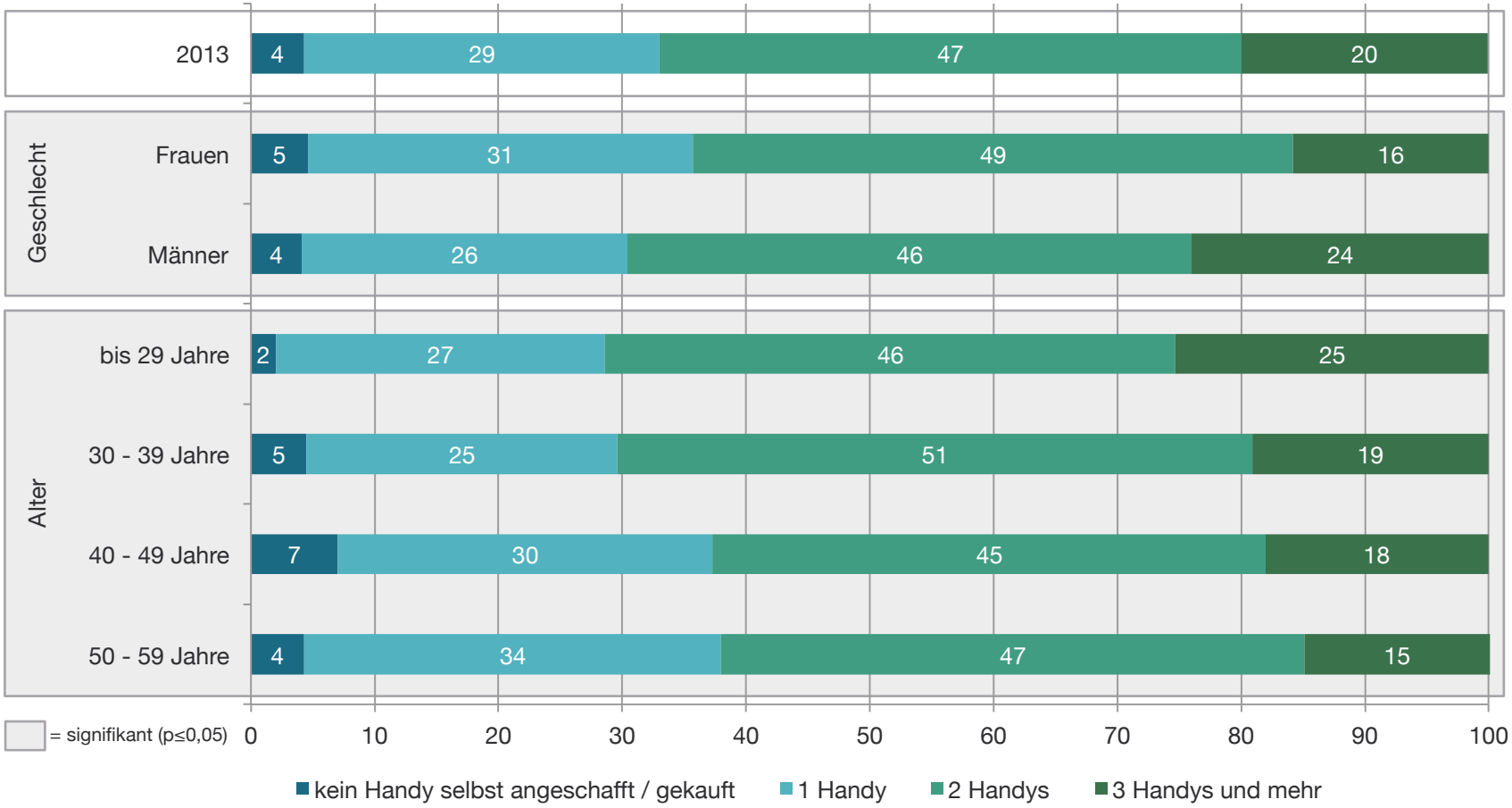
„Wie lange haben Sie Ihr aktuelles Handy bereits?“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Anzahl der angeschafften Handys in den letzten 3 Jahren (1/2)
Geschlecht, Alter

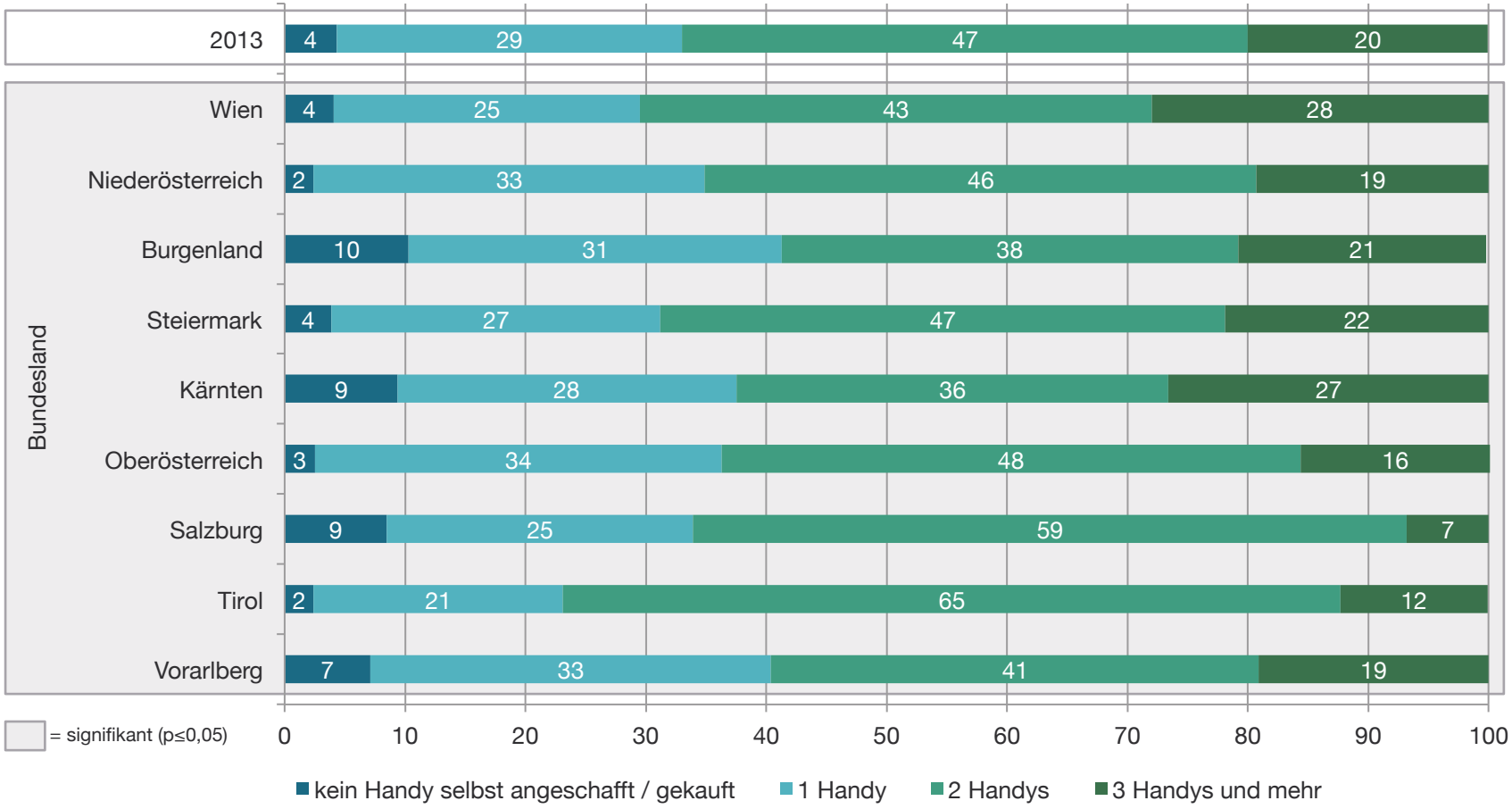
„Wenn Sie an die letzten 3 Jahre denken: Wie viele Handys haben Sie sich in dieser Zeit für sich selbst angeschafft bzw. gekauft?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ihr Handy seit max. 3 Jahre zu besitzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=923, n(Frauen)=456, n(Männer)=467, n(bis 29)=293, n(30-39)=199, n(40-49)=244, n(50-59)=187

Anzahl der angeschafften Handys in den letzten 3 Jahren (2/2)
Bundesland

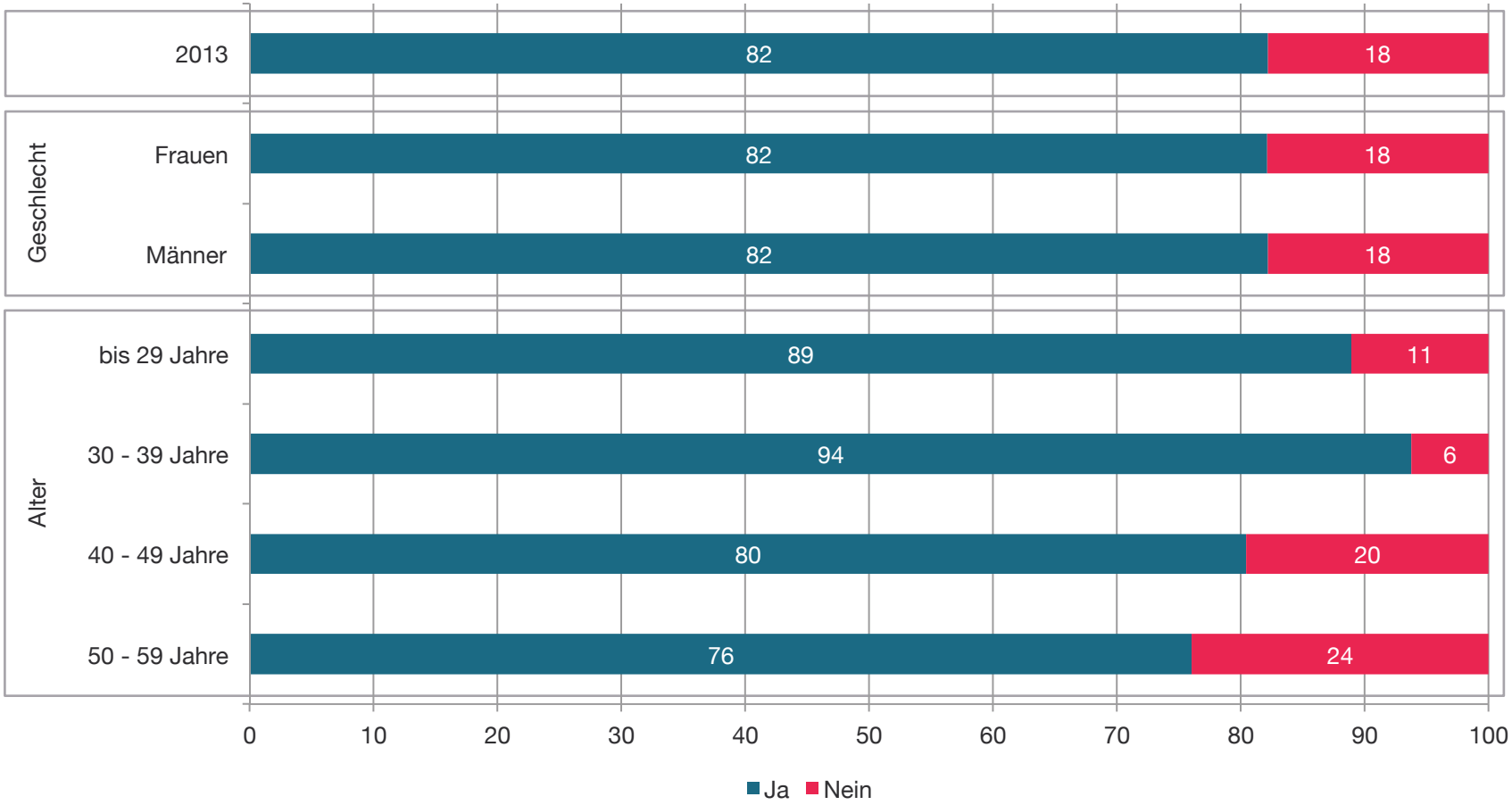
„Wenn Sie an die letzten 3 Jahre denken: Wie viele Handys haben Sie sich in dieser Zeit für sich selbst angeschafft bzw. gekauft?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ihr Handy seit max. 3 Jahre zu besitzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=923, n(W)=193, n(NÖ)=166, n(Bgld)=29, n(Stmk)=128, n(Ktn)=64, n(OÖ)=160, n(Sbg)=59, n(T)=82, n(Vbg)=42

Mitsprache bei der Anschaffung eines neuen Firmenhandys (1/2)
Geschlecht, Alter

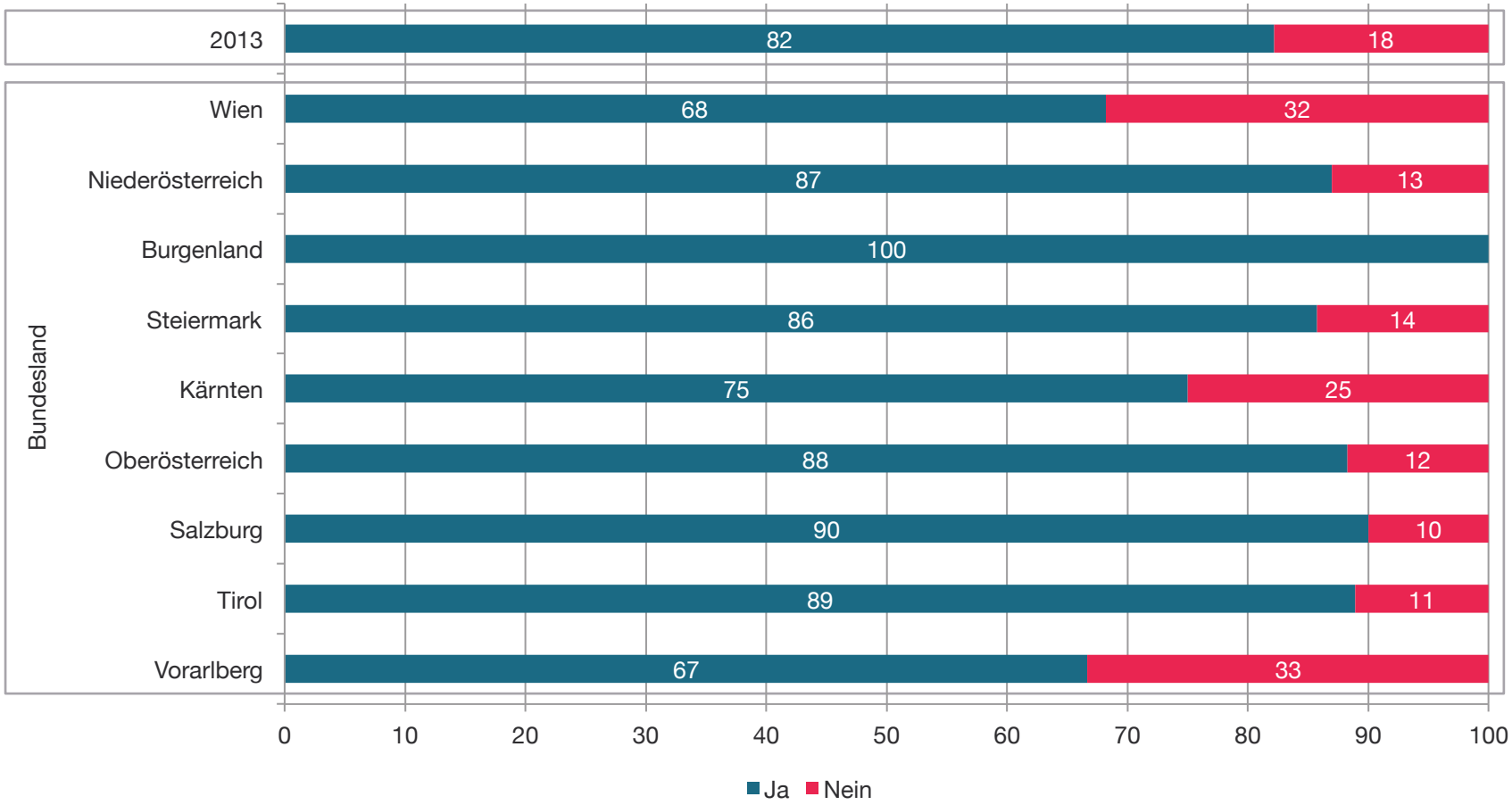
„Sie nutzen überwiegend ein Firmenhandy. Können Sie bei der Wahl eines neuen Handys mitbestimmen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, überwiegend ein Firmenhandy zu nutzen)



In %, Einfachantwort, n(2013)=101, n(Frauen)=28, n(Männer)=73, n(bis 29)=9, n(30-39)=16, n(40-49)=51, n(50-59)=25

Mitsprache bei der Anschaffung eines neuen Firmenhandys (2/2)
Bundesland

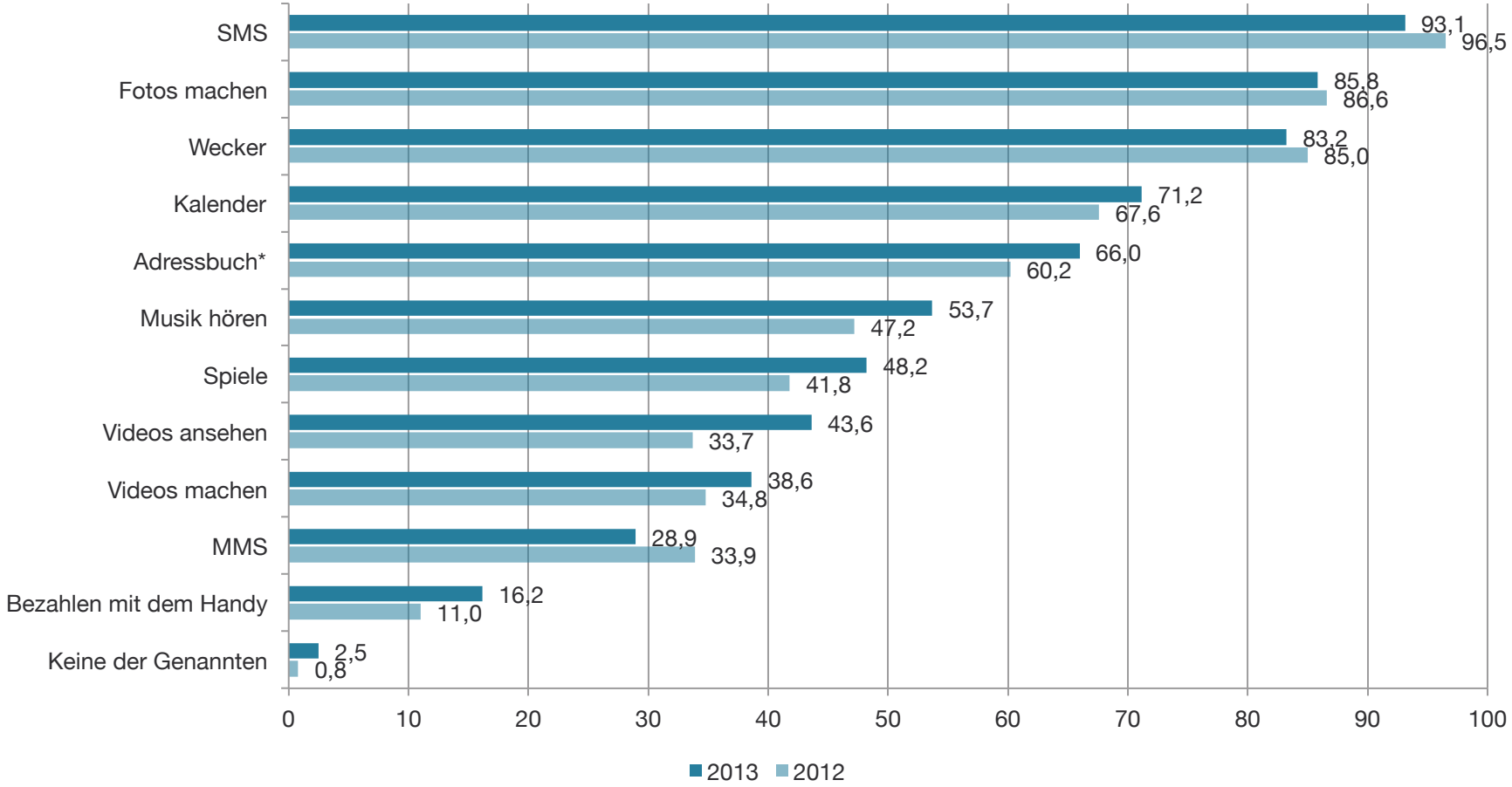
„Sie nutzen überwiegend ein Firmenhandy. Können Sie bei der Wahl eines neuen Handys mitbestimmen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, überwiegend ein Firmenhandy zu nutzen)



In %, Einfachantwort, n(2013)=101, n(W)=22, n(NÖ)=23, n(Bgld)=2, n(Stmk)=7, n(Ktn)=8, n(OÖ)=17, n(Sbg)=10, n(T)=9, n(Vbg)=3

Genutzte Handy-Funktionen (1/3)
Gesamt

„Welche der folgenden Handy-Funktionen, nutzen Sie - wenn auch nur gelegentlich - auf Ihrem Handy?“



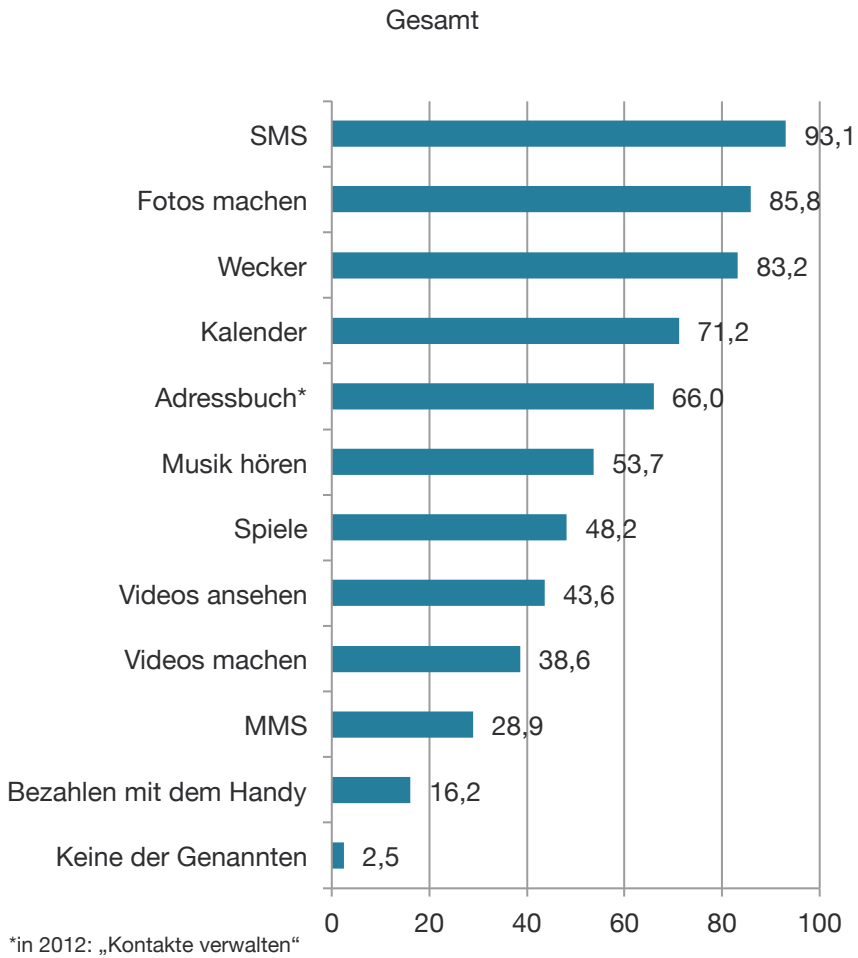
*in 2012: „Kontakte verwalten“

In %, Mehrfachantwort, n(2013)=1.002, n(2012)=1.001

mindtake RESEARCH

Genutzte Handy-Funktionen (2/3)
Geschlecht, Alter

„Welche der folgenden Handy-Funktionen, nutzen Sie - wenn auch nur gelegentlich - auf Ihrem Handy?“



Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
93,8	92,4	96,1	94,9	90,8	89,9
86,4	85,3	90,8	88,5	82,1	80,8
83,0	83,5	91,4	85,3	79,5	74,0
68,8	73,5	82,2	70,5	66,7	61,5
62,8	69,1	72,4	65,0	63,7	60,6
49,6	57,8	72,7	58,1	44,3	33,7
48,2	48,2	71,1	53,5	38,5	22,1
39,8	47,4	69,4	48,8	28,6	20,2
38,2	39,0	55,9	42,4	31,1	19,2
31,2	26,7	27,6	33,6	28,6	26,4
14,2	18,1	19,7	18,0	13,9	12,0
2,2	2,8	0,0	2,3	2,9	5,8

= signifikant (p≤0,05)

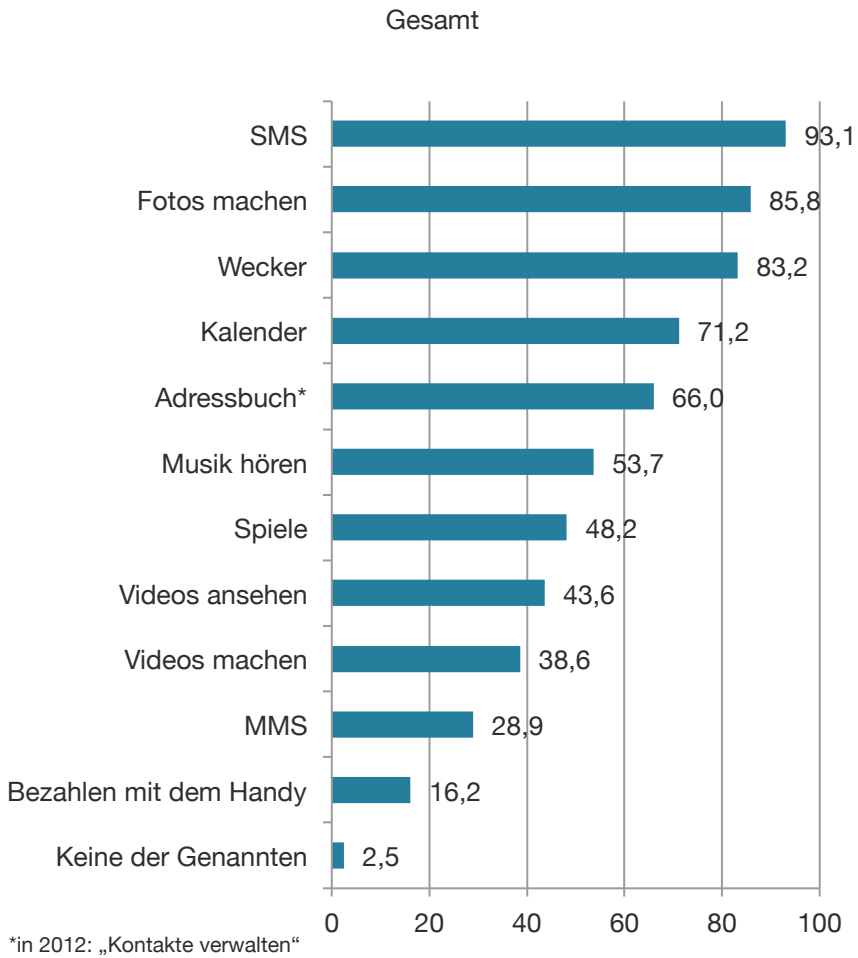
*in 2012: „Kontakte verwalten“

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-60)=208

mindtake RESEARCH

Genutzte Handy-Funktionen (3/3)
Bundesland

„Welche der folgenden Handy-Funktionen, nutzen Sie - wenn auch nur gelegentlich - auf Ihrem Handy?“



Gesamt	Bundesland								
	W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
SMS	93,8	92,0	87,9	89,6	98,5	93,5	90,6	95,3	100,0
Fotos machen	87,0	85,6	78,8	82,6	89,6	85,7	90,6	88,4	79,5
Wecker	84,1	84,0	87,9	79,9	85,1	80,4	81,3	87,2	86,4
Kalender	76,0	67,0	69,7	58,3	77,6	71,4	75,0	80,2	75,0
Adressbuch*	73,1	64,4	57,6	54,9	74,6	69,6	64,1	64,0	61,4
Musik hören	61,5	50,0	42,4	45,8	55,2	48,8	51,6	61,6	70,5
Spiele	51,0	50,0	48,5	41,7	46,3	43,5	50,0	59,3	45,5
Videos ansehen	48,6	44,1	33,3	42,4	46,3	36,9	45,3	45,3	45,5
Videos machen	39,9	38,8	51,5	38,9	47,8	32,1	37,5	38,4	34,1
MMS	27,9	23,4	36,4	33,3	31,3	29,2	39,1	27,9	20,5
Bezahlen mit dem Handy	19,7	17,0	15,2	13,9	20,9	11,9	17,2	18,6	6,8
Keine der Genannten	1,9	3,2	9,1	4,2	0,0	1,2	4,7	1,2	0,0

= signifikant (p≤0,05)

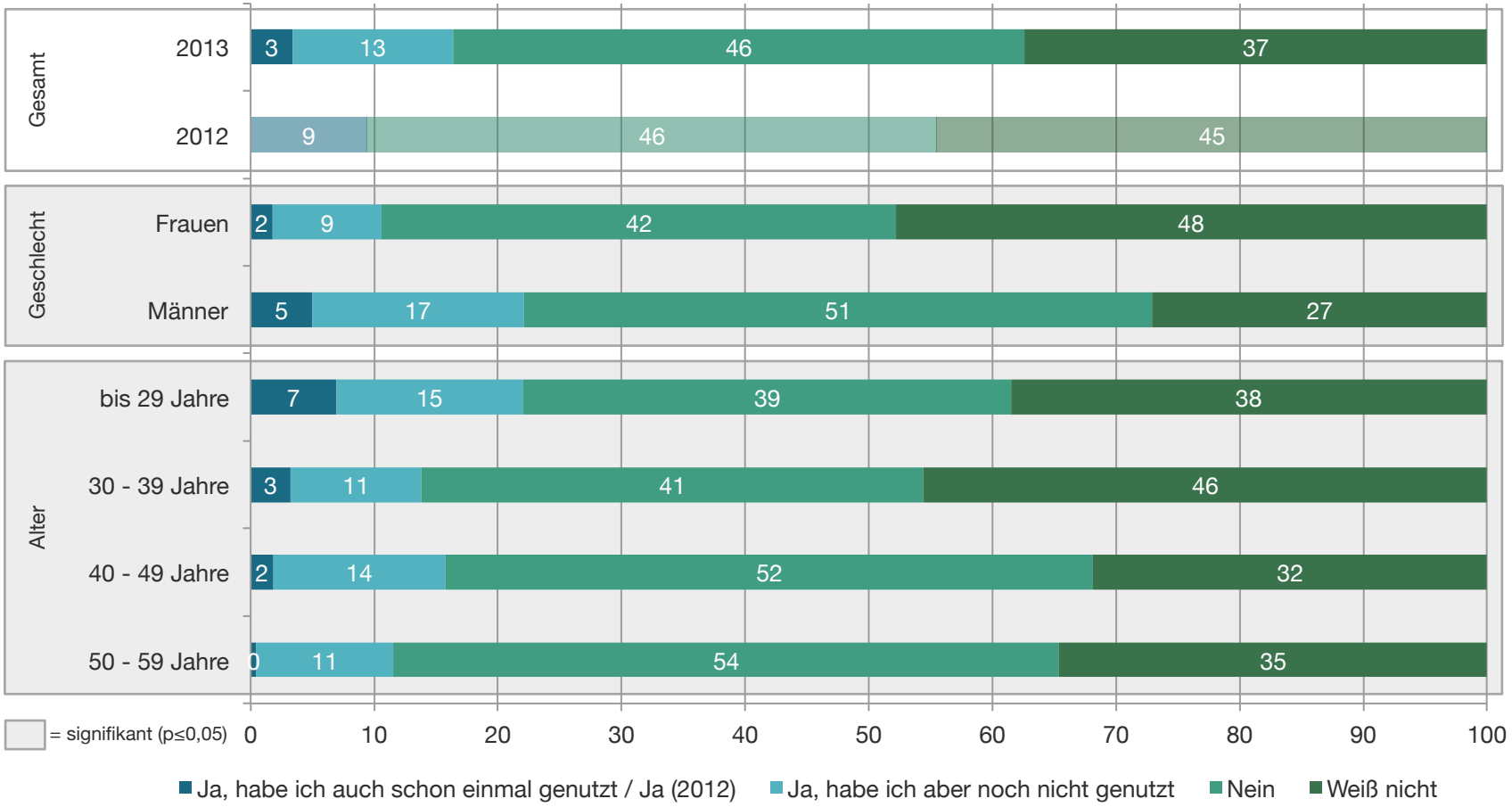
*in 2012: „Kontakte verwalten“

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgl)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(Tir)=86, n(Tir)=44

mindtake RESEARCH

Nutzung von NFC am Handy (1/2)
Geschlecht, Alter

„Verfügt Ihr Handy über NFC?“



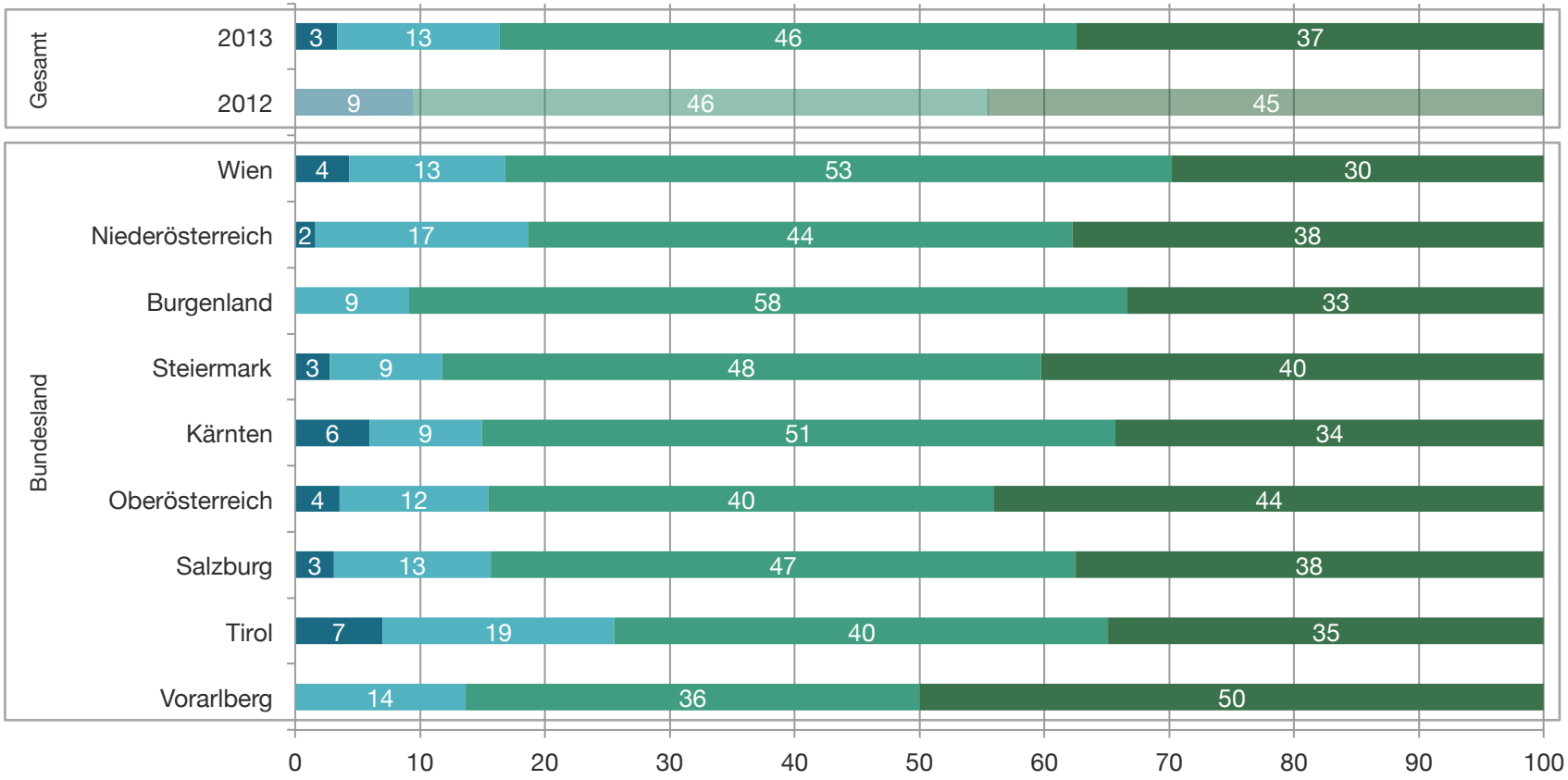
*in 2012 wurde die Nutzung nicht erhoben

In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(2012)=1.001, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Nutzung von NFC am Handy (2/2)
Bundesland

„Verfügt Ihr Handy über NFC?“



■ Ja, habe ich auch schon einmal genutzt / Ja (2012) ■ Ja, habe ich aber noch nicht genutzt ■ Nein ■ Weiß nicht

*in 2012 wurde die Nutzung nicht erhoben

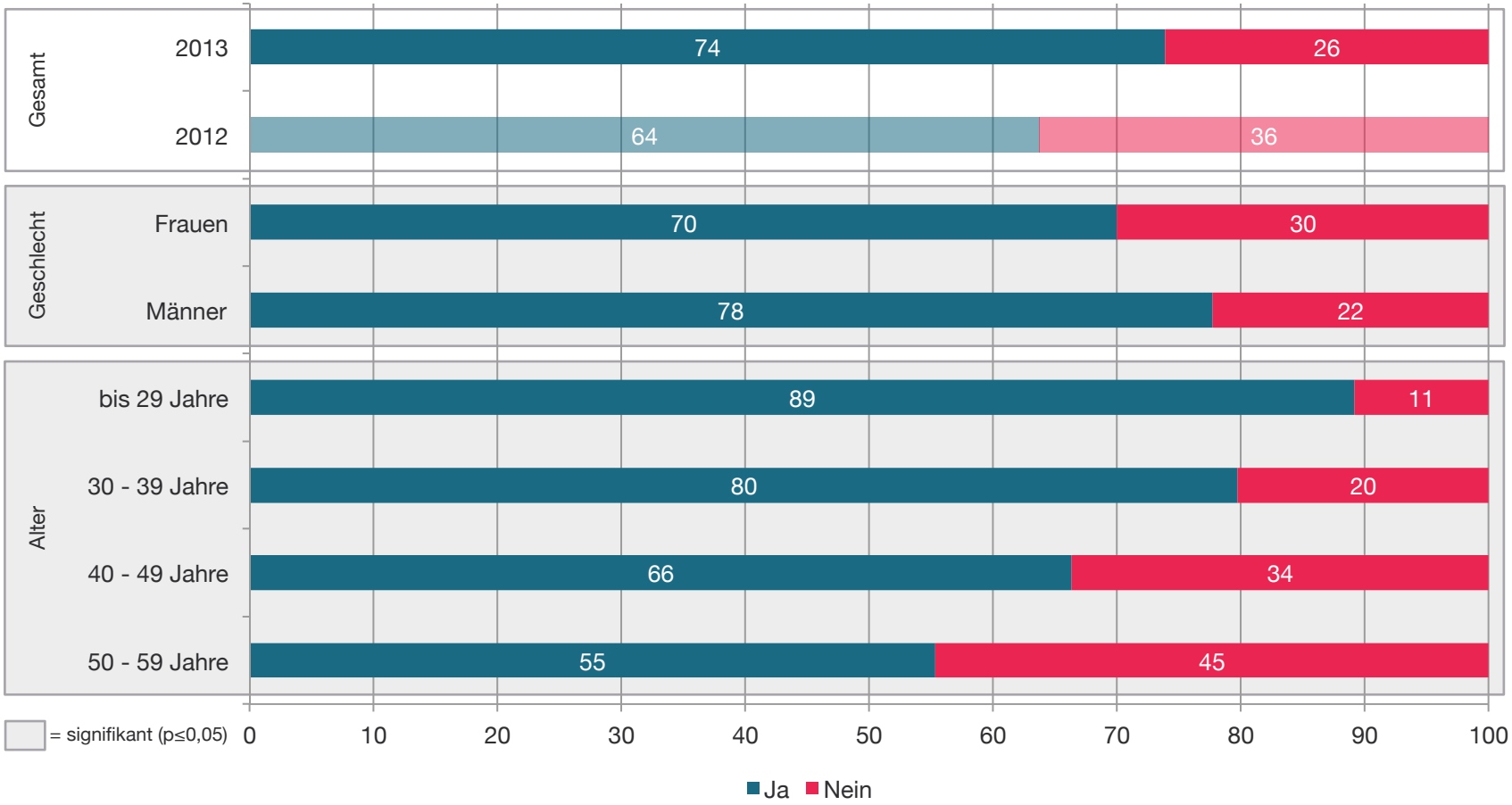
In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(2012)=1.001, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

mindtake RESEARCH

Nutzung von Internet am Handy

Internetnutzung am Handy (1/2)
Geschlecht, Alter

„Nutzen Sie auch Internet am Handy?“

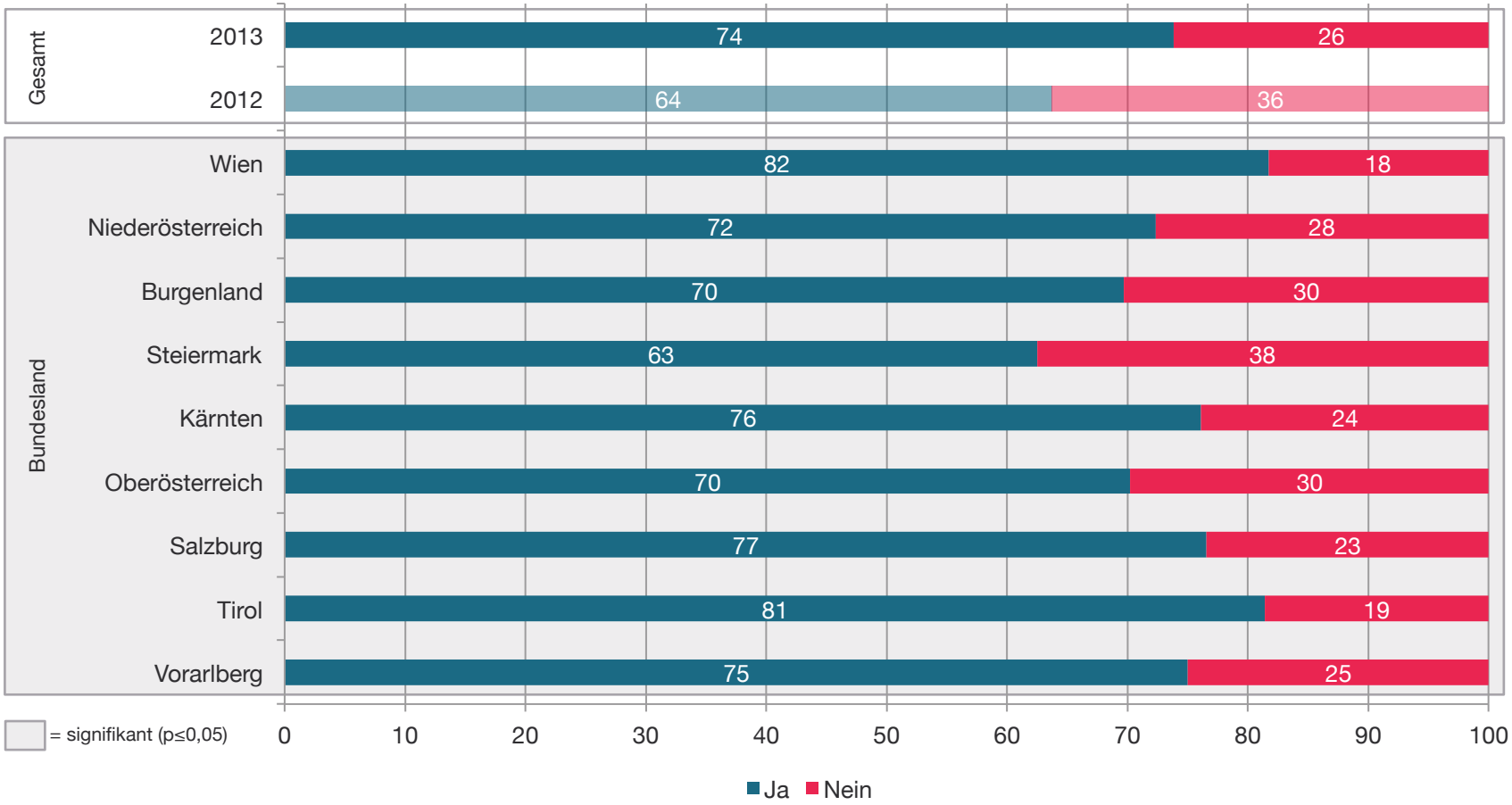


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(2012)=1.001, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Internetnutzung am Handy (2/2)
Bundesland

„Nutzen Sie auch Internet am Handy?“

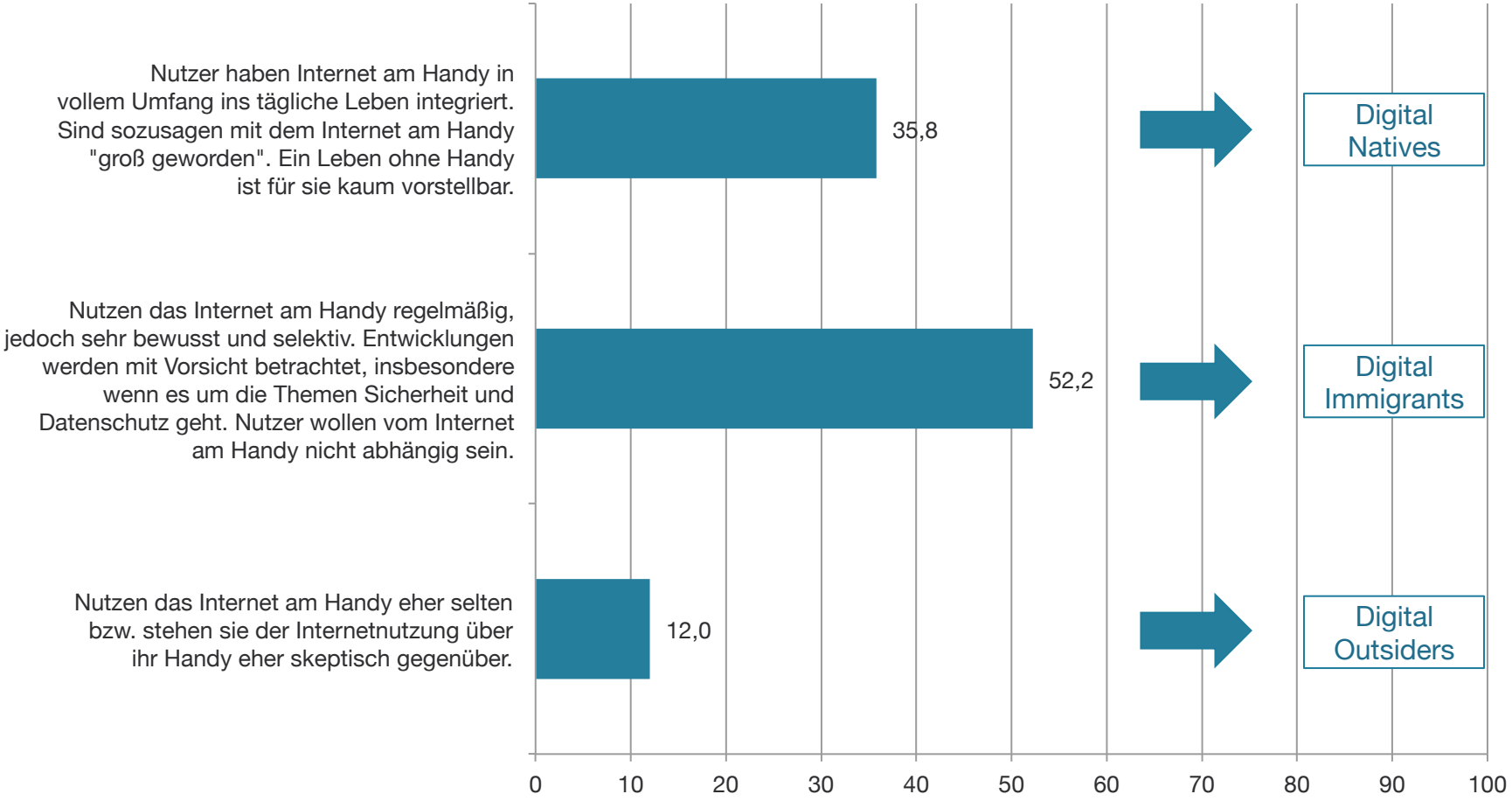


In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(2012)=1.001, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Exkurs:
Einteilung der mobilen Internet-Nutzer in Nutzertypen

Einteilung der mobilen Internet-Nutzer in Nutzertypen (1/2)

„Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

mindtake RESEARCH

Beschreibung der Stichprobe - Nutzertypen

Im Folgenden werden die drei Nutzertypen „Digital Natives“, „Digital Immigrants“ und „Digital Outsiders“ als Break-Variable verwendet, um Unterschiede zwischen den Nutzertypen aufzuzeigen. Auf den folgenden drei Folien wird außerdem die Soziodemographie der drei Nutzertypen dargestellt.

„Ich **habe das Internet** am Handy **in vollem Umfang** in mein **tägliches Leben inte**griert, bin sozusagen mit dem Internet am Handy „groß **geworden“. Ich kann mir ein Leben** ohne Internet am Handy nicht mehr vorstellen.“

Digital Natives

35,8%

„Ich nutze das **Internet am Handy regelmäßig**, jedoch sehr **bewusst und** selektiv. Entwicklungen, die meine Internetnutzung am Handy betreffen, betrachte ich dennoch mit Vorsicht, insbesondere wenn es um die Themen Sicherheit und Datenschutz geht und möchte mich **von** dieser **Technologie nicht abhängig** machen.“

Digital Immigrants

52,2%

„Ich nutze das **Internet am Handy eher selte**n bzw. stehe der **Internetnutzung** über mein Handy eher **skeptisch gegenüber**.“

Digital Outsiders

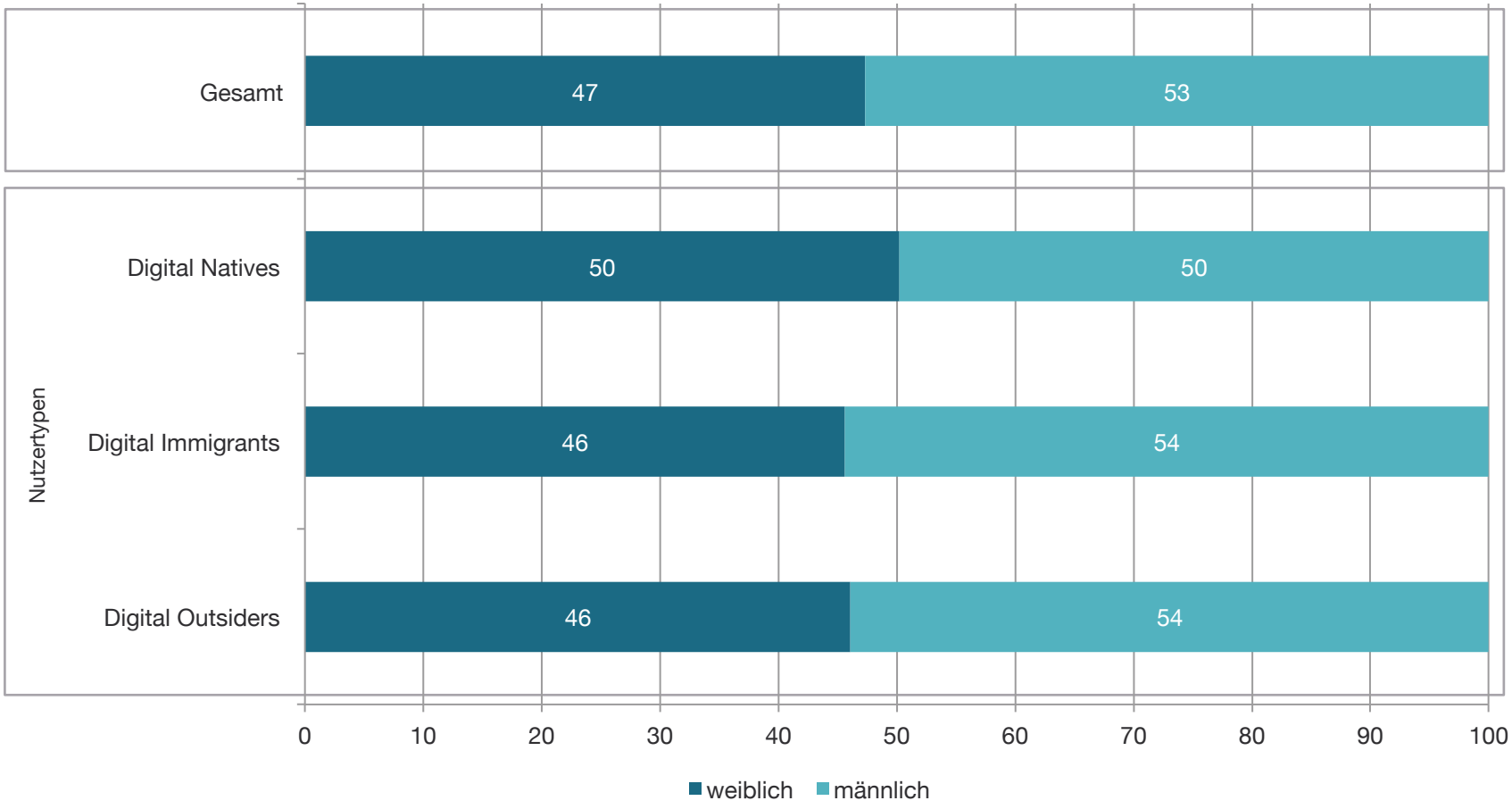
12,0%

In %, Einfachantwort, n=740

mindtake RESEARCH

Beschreibung der Nutzertypen
Geschlecht

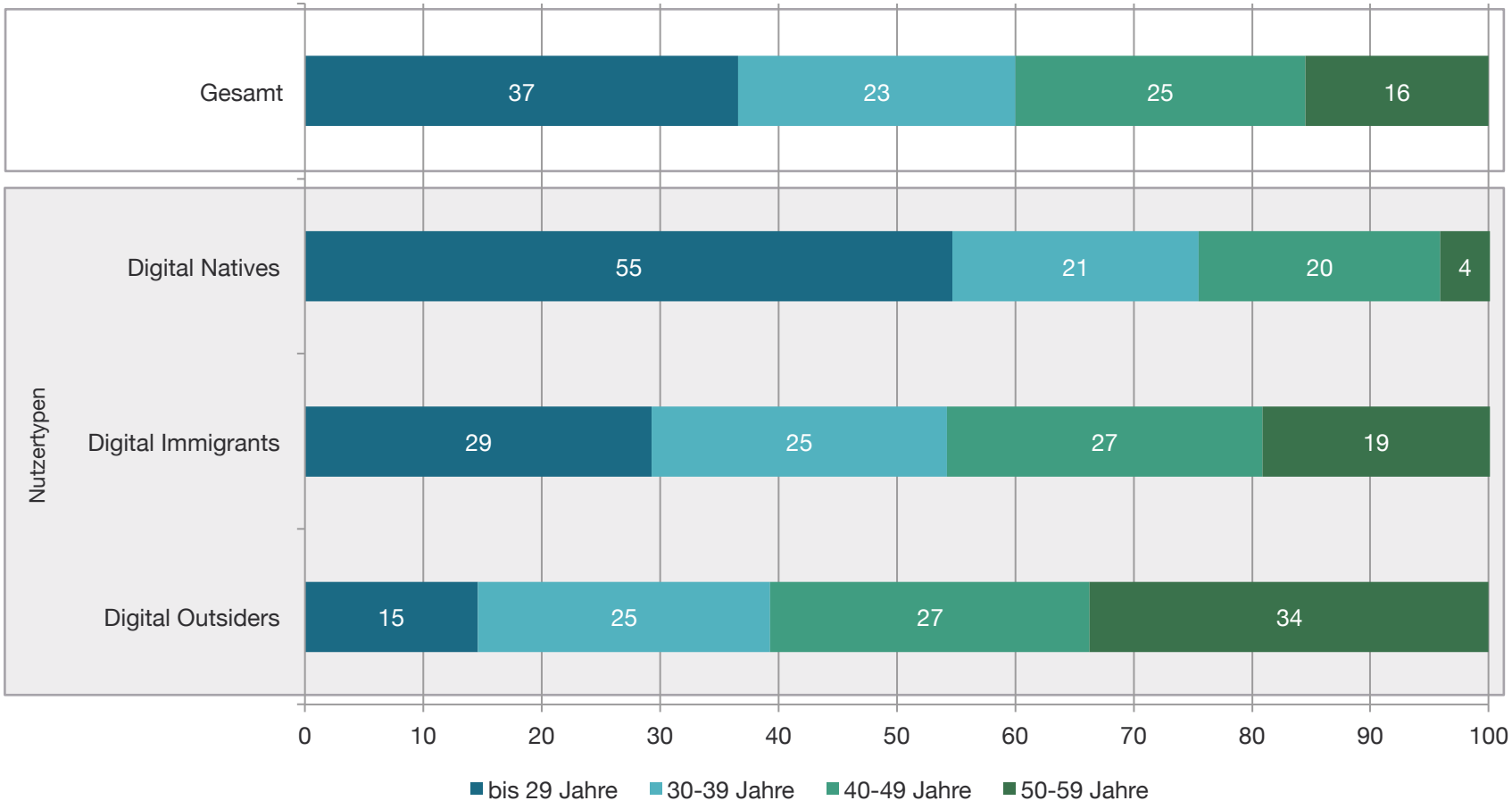
„Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Beschreibung der Nutzertypen
Alter

„Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

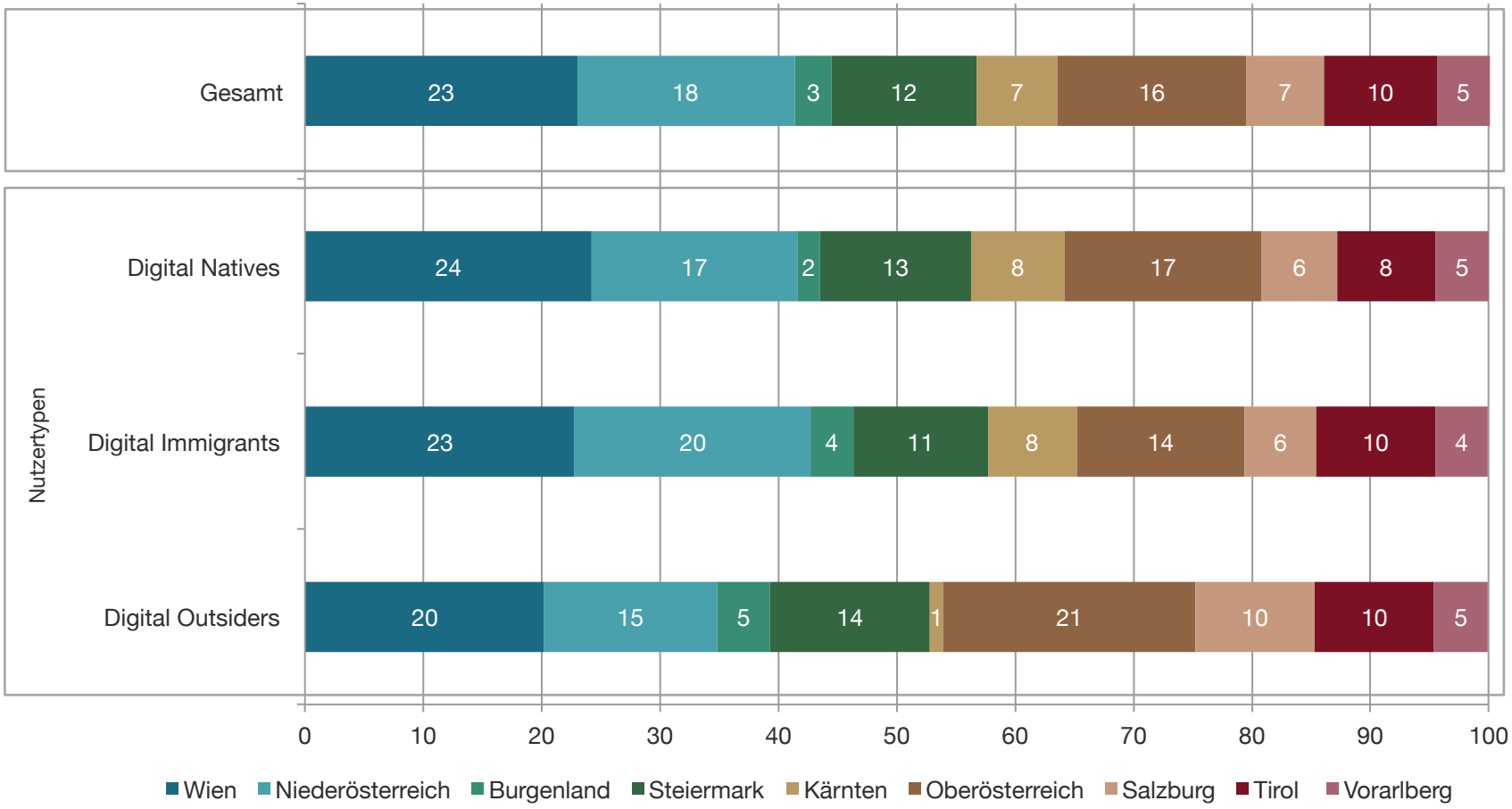


In %, Einfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

mindtake RESEARCH

Beschreibung der Nutzertypen
Bundesland

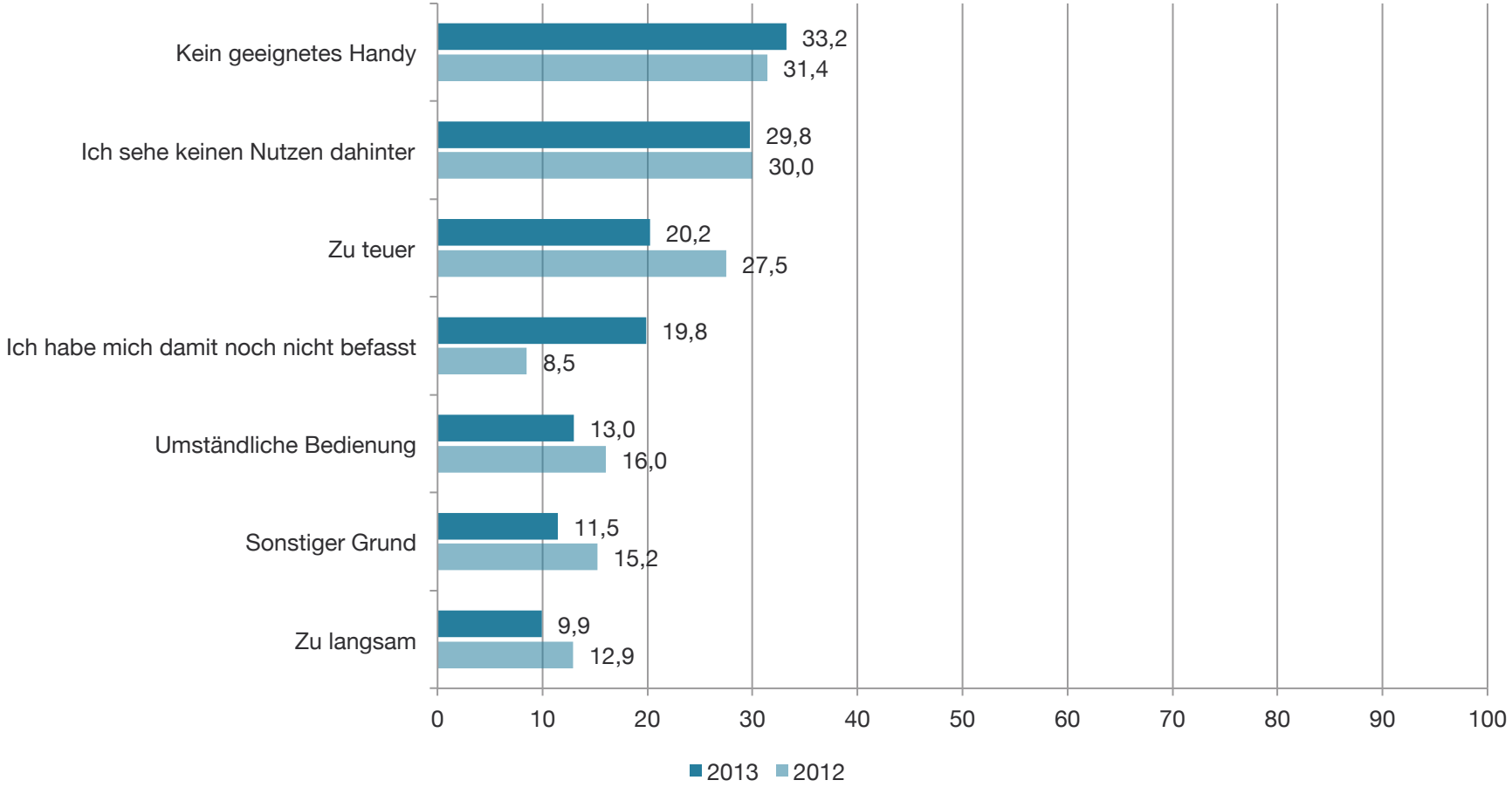
„Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Gründe für die Nicht-Nutzung
Gesamt

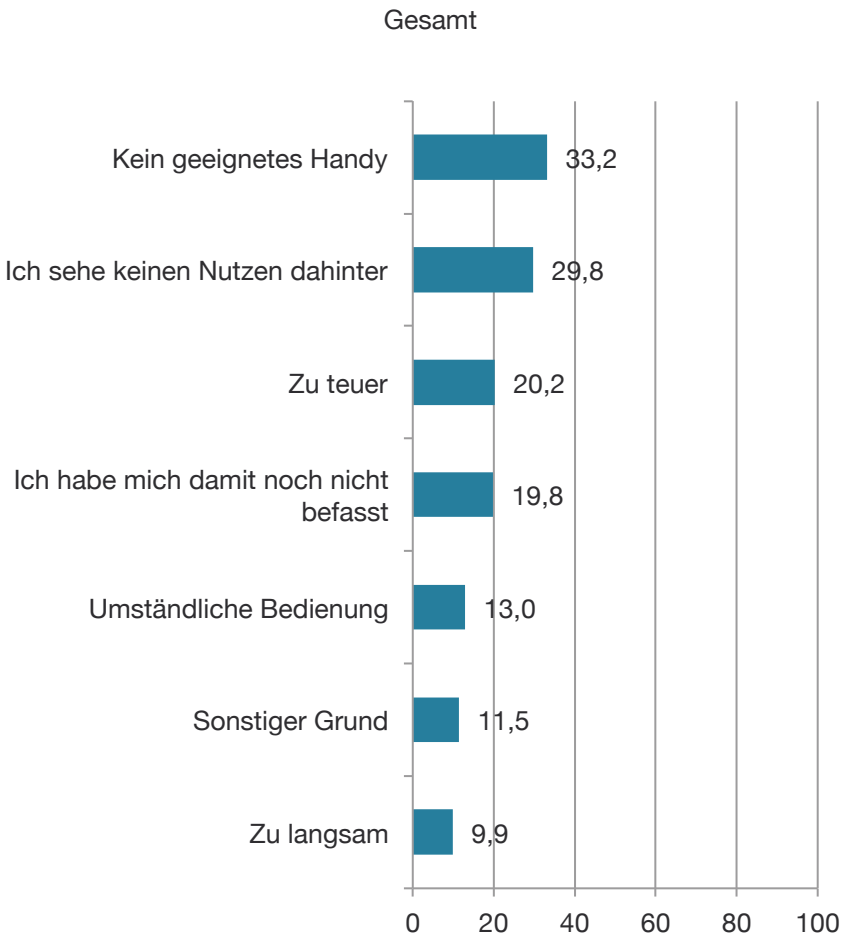
„Warum nutzen Sie das Handy für das Surfen im Internet noch nicht?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)



In %, Mehrfachantwort, n(2013)=262, n(2012)=363

Gründe für die Nicht-Nutzung
Geschlecht, Alter

„Warum nutzen Sie das Handy für das Surfen im Internet noch nicht?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)



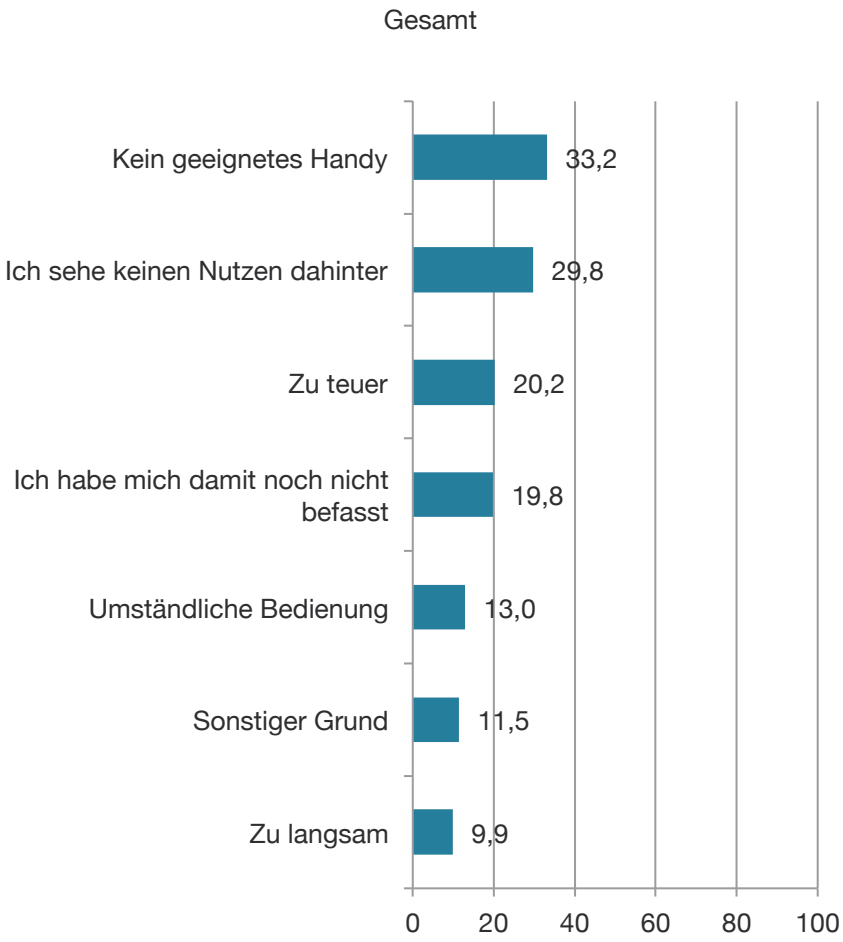
	Geschlecht		Alter			
	Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
Kein geeignetes Handy	32,0	34,8	39,4	25,0	41,3	26,9
Ich sehe keinen Nutzen dahinter	31,3	27,7	33,3	38,6	22,8	31,2
Zu teuer	14,0	28,6	24,2	25,0	17,4	19,4
Ich habe mich damit noch nicht befasst	20,0	19,6	12,1	18,2	16,3	26,9
Umständliche Bedienung	12,0	14,3	18,2	13,6	10,9	12,9
Sonstiger Grund	8,7	15,2	9,1	11,4	10,9	12,9
Zu langsam	8,0	12,5	15,2	15,9	7,6	7,5

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=262, n(Frauen)=126, n(Männer)=112, n(bis 29)=33, n(30-39)=44, n(40-49)=92, n(50-59)=93

Gründe für die Nicht-Nutzung
Bundesland

„Warum nutzen Sie das Handy für das Surfen im Internet noch nicht?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)



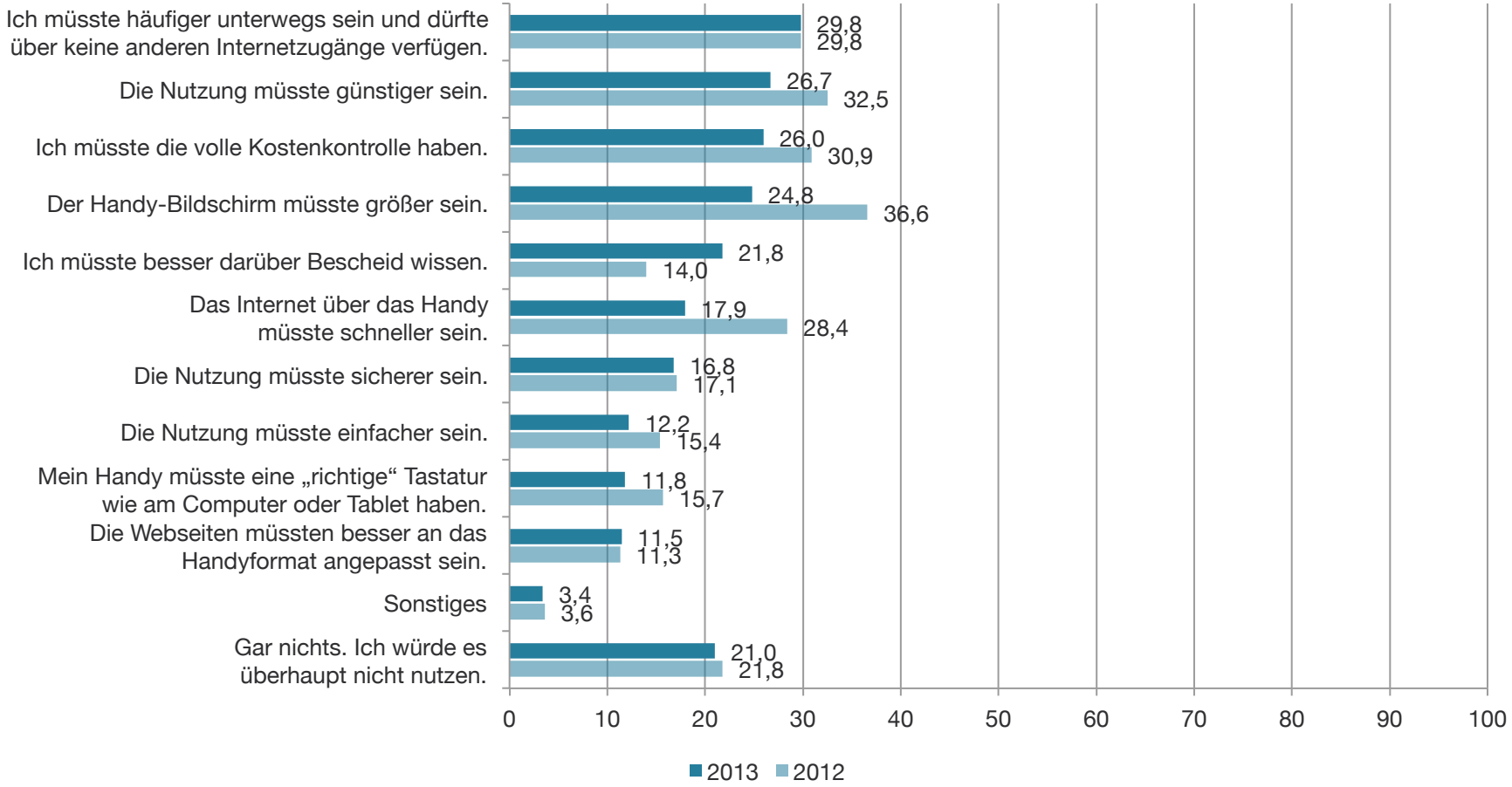
Bundesland								
W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
42,1	32,7	30,0	25,9	56,3	30,0	26,7	31,3	36,4
26,3	42,3	40,0	27,8	25,0	26,0	33,3	25,0	9,1
18,4	21,2	0,0	31,5	25,0	16,0	13,3	18,8	9,1
21,1	21,2	10,0	14,8	25,0	16,0	20,0	25,0	45,5
15,8	9,6	0,0	18,5	12,5	12,0	13,3	18,8	0,0
10,5	15,4	30,0	7,4	0,0	12,0	6,7	6,3	27,3
13,2	5,8	0,0	9,3	18,8	14,0	6,7	6,3	9,1

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=262, n(W)=38, n(NÖ)=52, n(Bgld)=10, n(Stmk)=54, n(Ktn)=16, n(OÖ)=50, n(Sbg)=15, n(T)=16, n(Vbg)=11

Anreize für die Nutzung des Internets am Handy (1/4)
Gesamt

„Was wäre ein möglicher Anreiz für Sie, das Internet über Ihr Handy zu nutzen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)

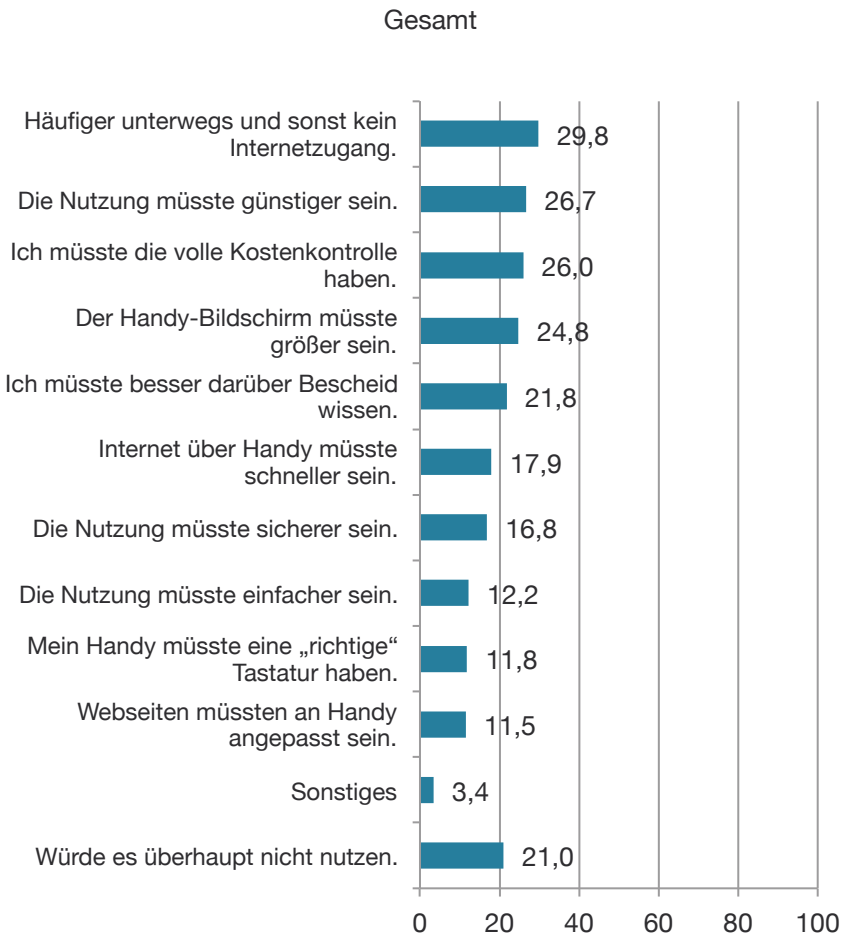


In %, Mehrfachantwort, n(2013)=262, n(2012)=363

mindtake RESEARCH

Anreize für die Nutzung des Internets am Handy (2/4)
Geschlecht, Alter

„Was wäre ein möglicher Anreiz für Sie, das Internet über Ihr Handy zu nutzen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)



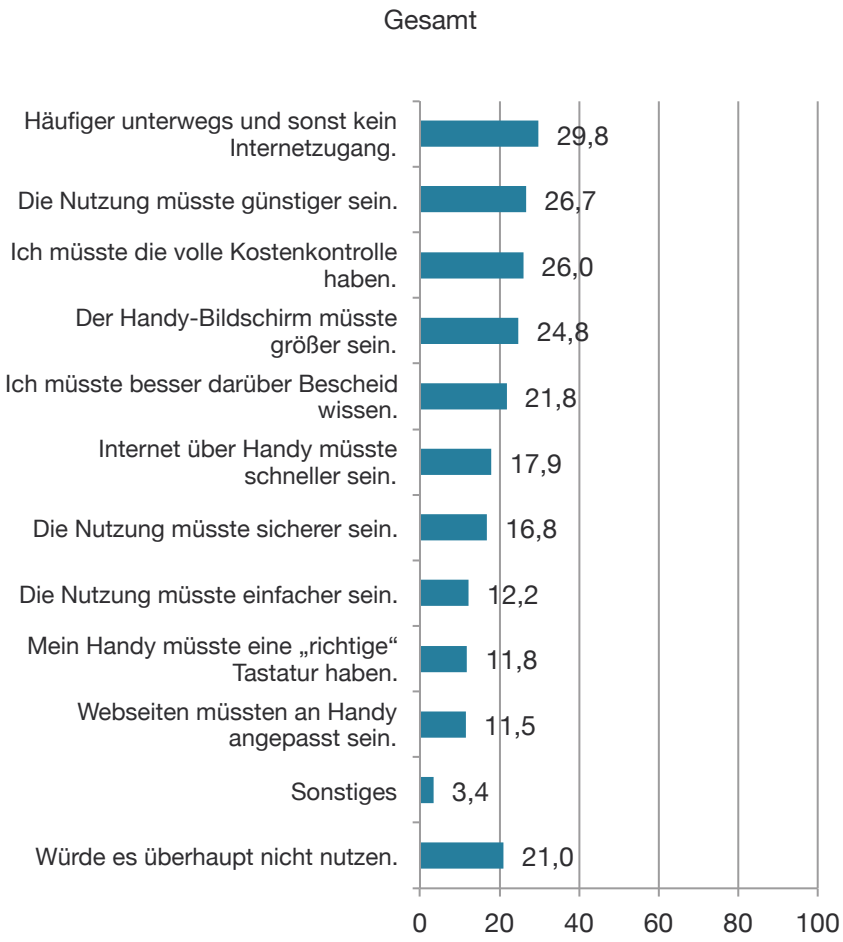
Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
32,7	25,9	21,2	27,3	35,9	28,0
20,7	34,8	24,2	27,3	25,0	29,0
27,3	24,1	21,2	29,5	23,9	28,0
23,3	26,8	12,1	22,7	23,9	31,2
22,7	20,5	12,1	25,0	18,5	26,9
14,7	22,3	27,3	25,0	14,1	15,1
16,0	17,9	12,1	15,9	15,2	20,4
13,3	10,7	9,1	15,9	7,6	16,1
10,7	13,4	9,1	6,8	13,0	14,0
10,7	12,5	9,1	11,4	15,2	8,6
2,7	4,5	6,1	2,3	4,3	2,2
23,3	17,9	27,3	15,9	20,7	21,5

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=262, n(Frauen)=126, n(Männer)=112, n(bis 29)=33, n(30-39)=44, n(40-49)=92, n(50-59)=93

Anreize für die Nutzung des Internets am Handy (3/4)
Bundesland

„Was wäre ein möglicher Anreiz für Sie, das Internet über Ihr Handy zu nutzen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)



Bundesland								
W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
30,8	30,0	22,2	43,8	42,0	13,3	31,3	18,2	18,2
23,1	0,0	29,6	37,5	18,0	13,3	43,8	27,3	27,3
25,0	30,0	25,9	25,0	26,0	6,7	43,8	27,3	27,3
25,0	0,0	27,8	37,5	16,0	13,3	37,5	27,3	27,3
23,1	30,0	22,2	31,3	12,0	13,3	18,8	36,4	36,4
15,4	0,0	13,0	25,0	26,0	20,0	12,5	18,2	18,2
17,3	10,0	16,7	25,0	18,0	6,7	18,8	18,2	18,2
11,5	10,0	16,7	18,8	10,0	0,0	25,0	9,1	9,1
9,6	0,0	16,7	12,5	8,0	20,0	18,8	18,2	18,2
9,6	0,0	13,0	18,8	12,0	6,7	25,0	0,0	0,0
3,8	10,0	0,0	6,2	6,0	6,7	0,0	0,0	0,0
19,2	40,0	24,1	0,0	22,0	33,3	6,2	27,3	27,3

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=262, n(W)=38, n(NÖ)=52, n(Bgld)=10, n(Stmk)=54, n(Ktn)=16, n(OÖ)=50, n(Sbg)=15, n(T)=16, n(Vbg)=11

Anreize für die Nutzung des Internets am Handy (4/4)
Sonstiges

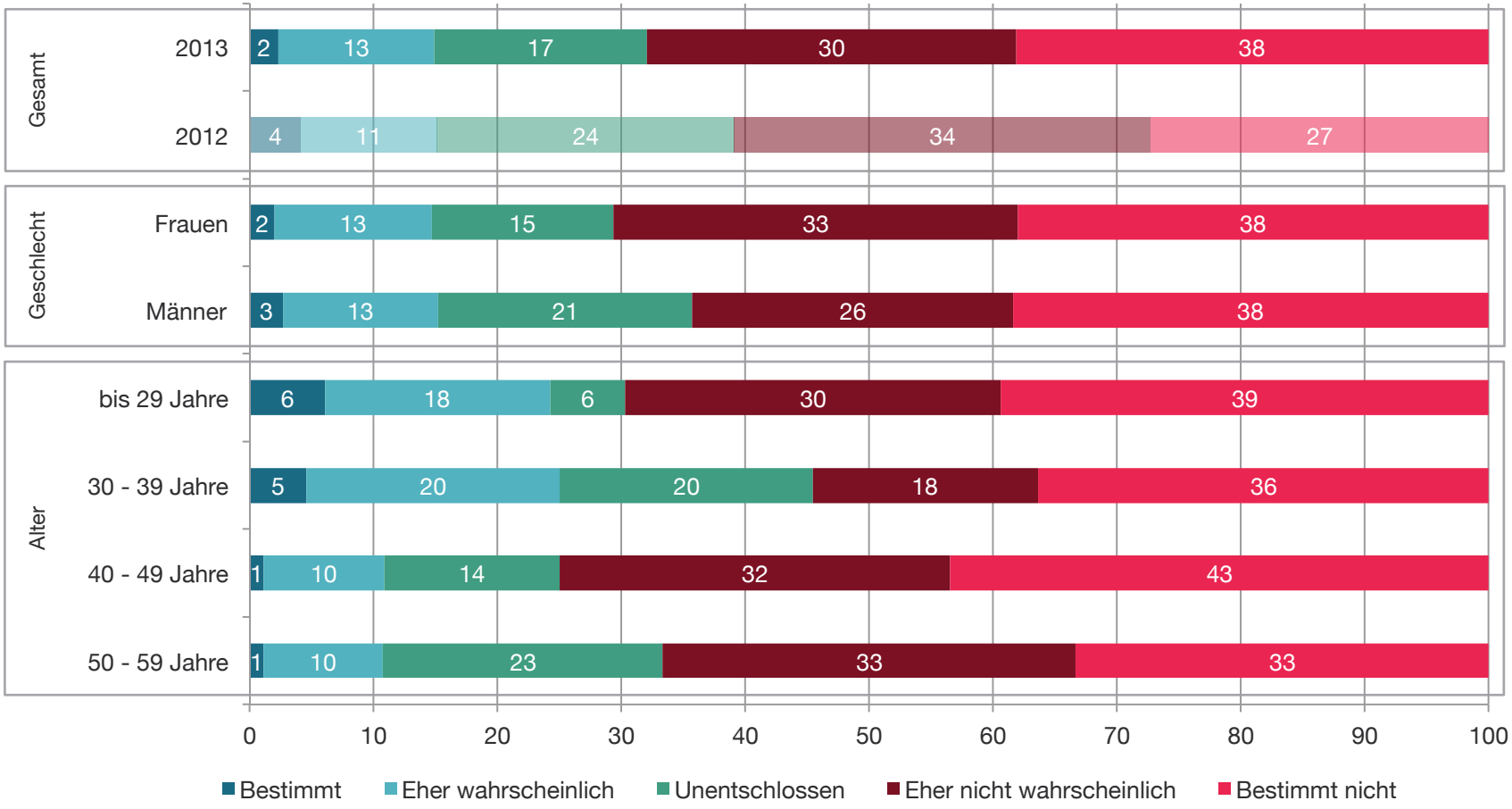
„Was wäre ein möglicher Anreiz für Sie, das Internet über Ihr Handy zu nutzen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)

- brauch ich nicht
- Dafür nutze ich ein anderes Handy
- es muss ein entsprechender tarif da sein
- ich bräuchte ein neues Handy, das das auch gut kann
- Ich müsste ein internetfähiges Handy haben.
- Ich sehe keine Notwendigkeit immer auf Internet zurück zugreifen.
- Ich wünsche keine Überwachung, also mag ich die persönliche Kommunikation lieber.
- nutze ich mit dem Zweithandy (Smartphone)
- Weil ich das Internet über Computer nutze

Offene Antworten

Wahrscheinlichkeit für Internetnutzung am Handy (1/2)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

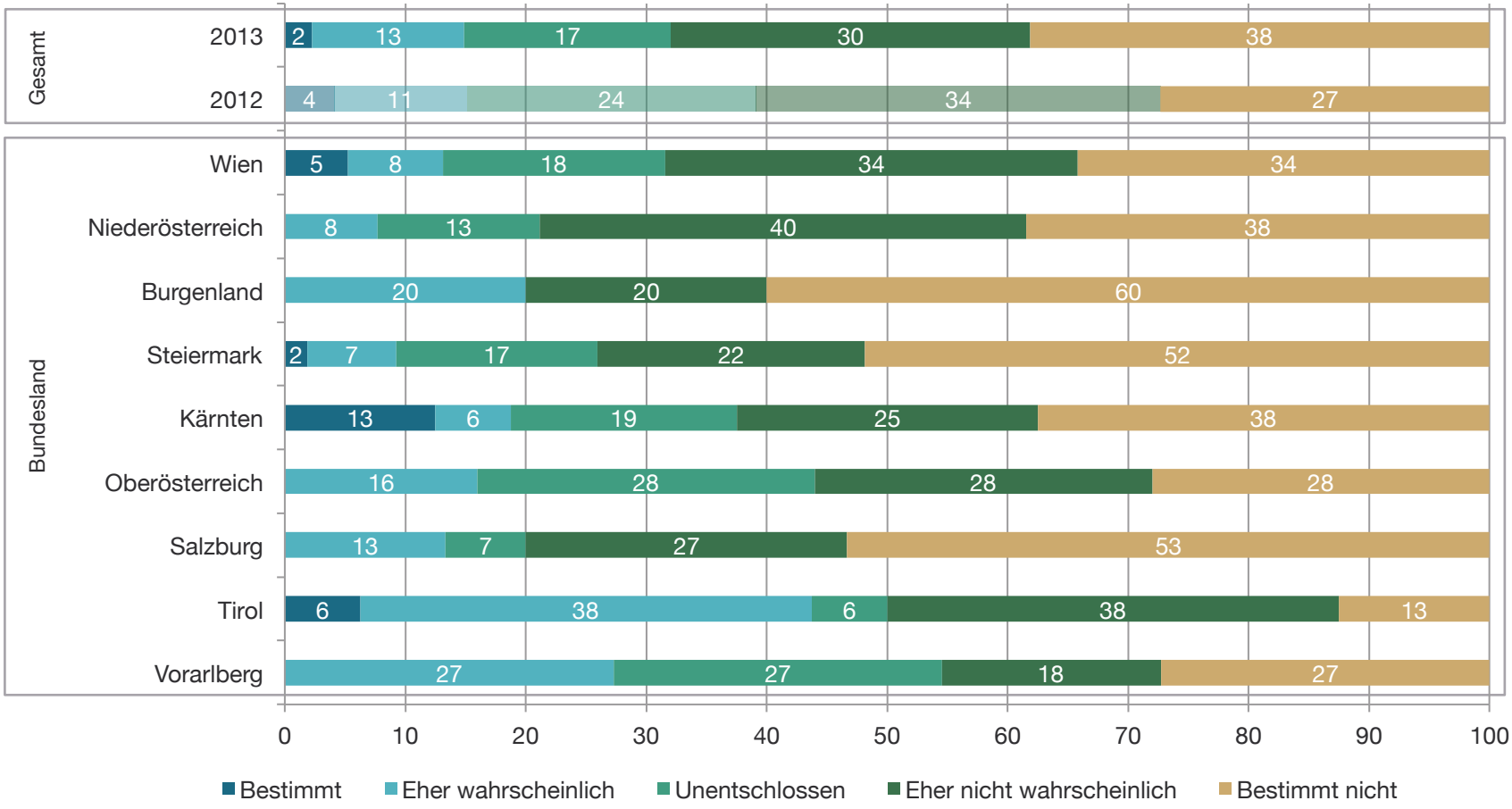
„Wie wahrscheinlich werden Sie Internet über Ihr Handy innerhalb der nächsten 6 Monate nutzen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=262, n(2012)=363, n(Frauen)=126, n(Männer)=112, n(bis 29)=33, n(30-39)=44, n(40-49)=92, n(50-59)=93

Wahrscheinlichkeit für Internetnutzung am Handy (2/2)
Bundesland

„Wie wahrscheinlich werden Sie Internet über Ihr Handy innerhalb der nächsten 6 Monate nutzen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nicht nutzen.)

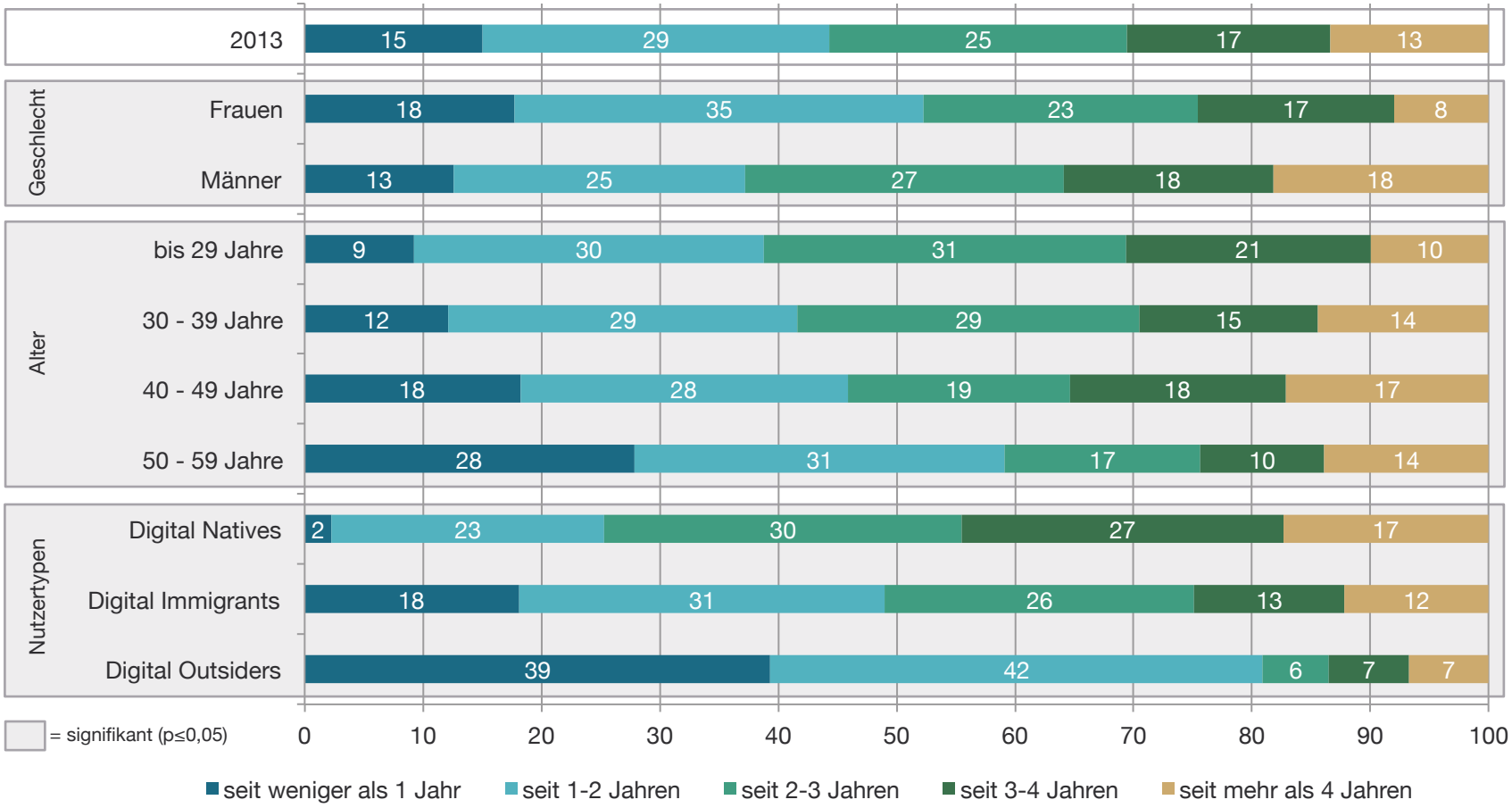


In %, Einfachantwort, n(2013)=262, n(2012)=363, n(W)=38, n(NÖ)=52, n(Bgld)=10, n(Stmk)=54, n(Ktn)=16, n(OÖ)=50, n(Sbg)=15, n(T)=16, n(Vbg)=11

Wie lange wird das Internet am Handy bereits genutzt (1/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

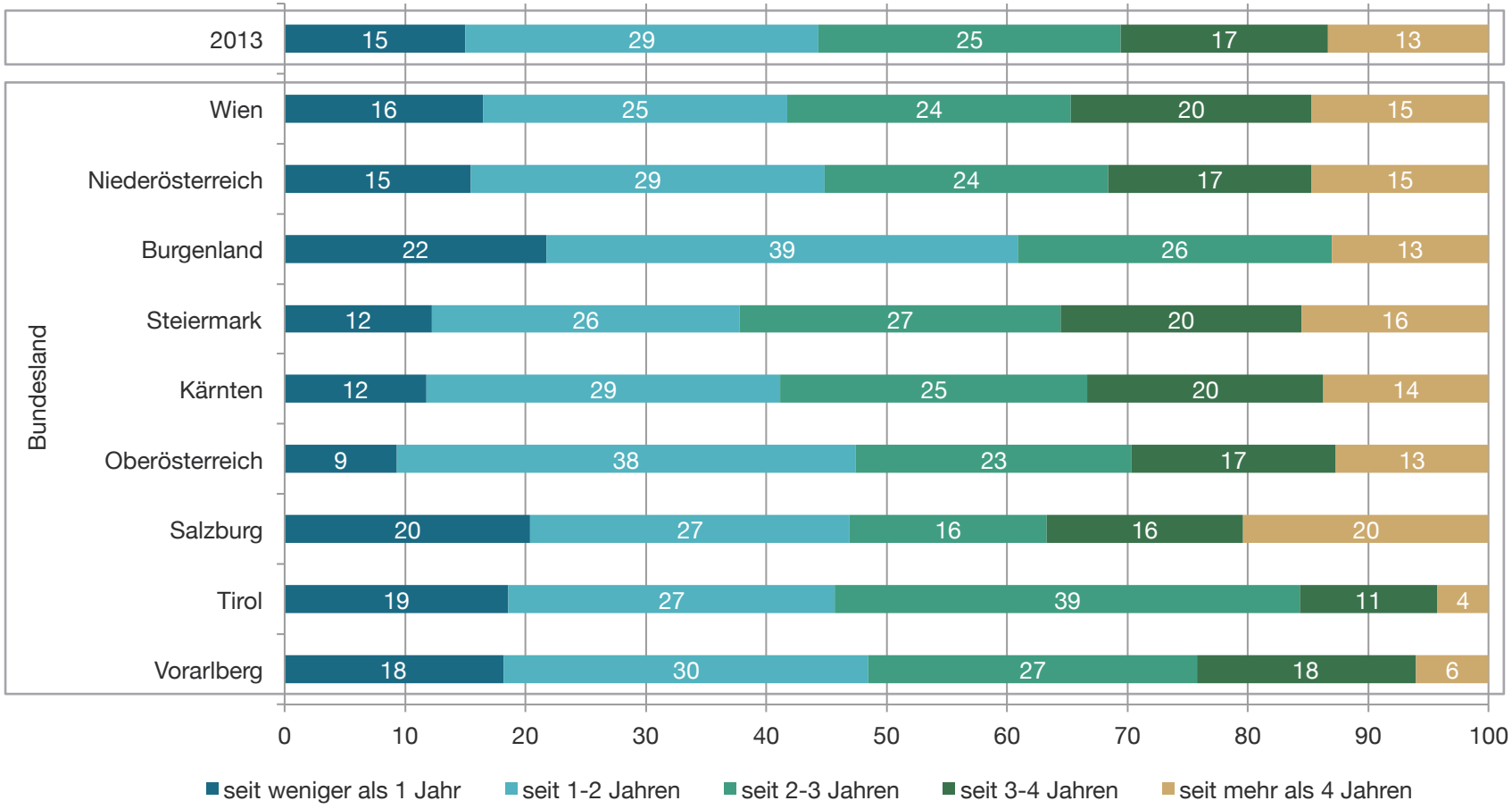
„Seit wann nutzen Sie bereits das Internet am Handy?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Wie lange wird das Internet am Handy bereits genutzt (2/2)
Bundesland

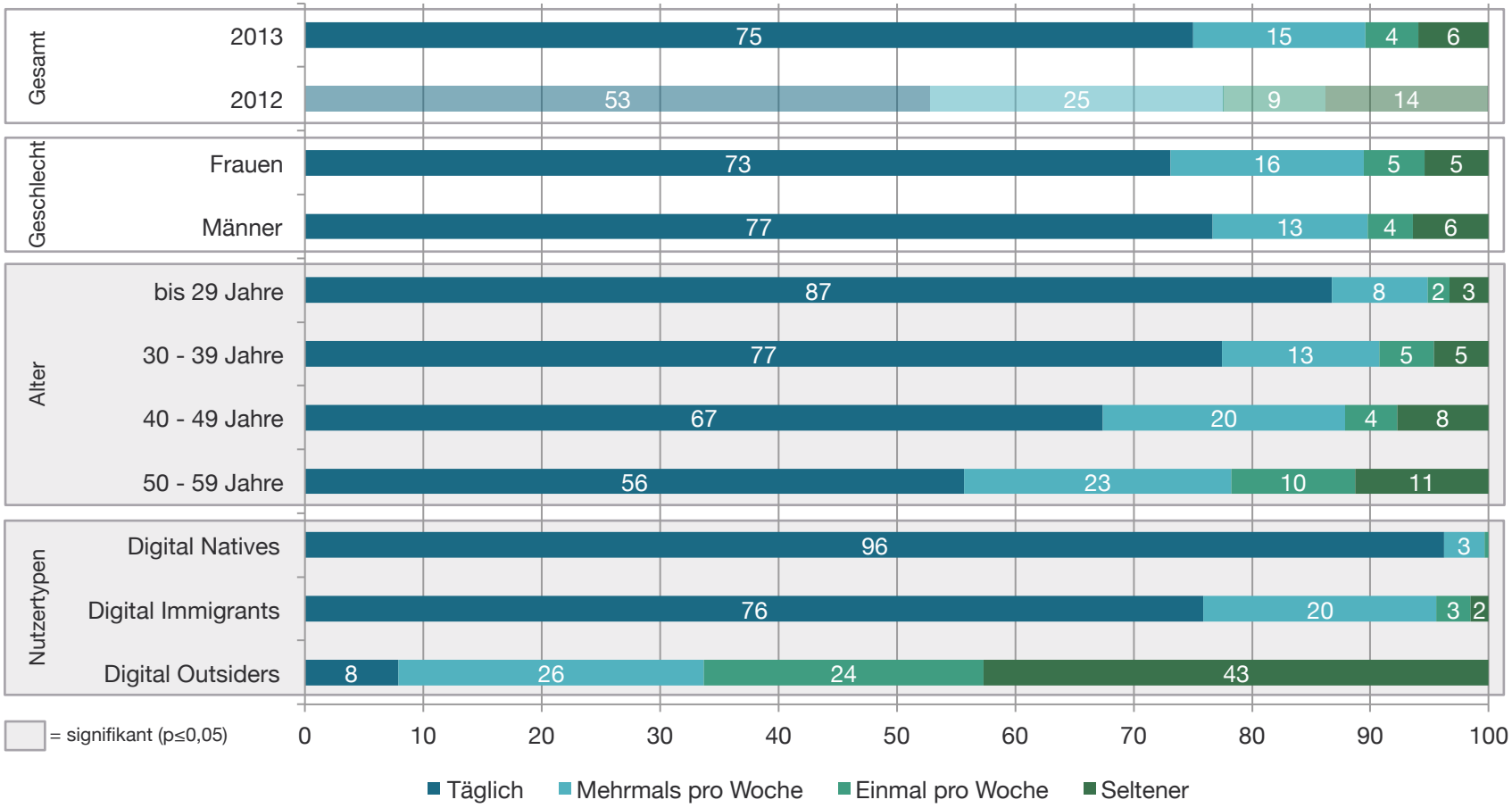
„Seit wann nutzen Sie bereits das Internet am Handy?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

Häufigkeit der Internetnutzung am Handy (1/2)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Wie oft nutzen Sie das Internet am Handy?“*
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

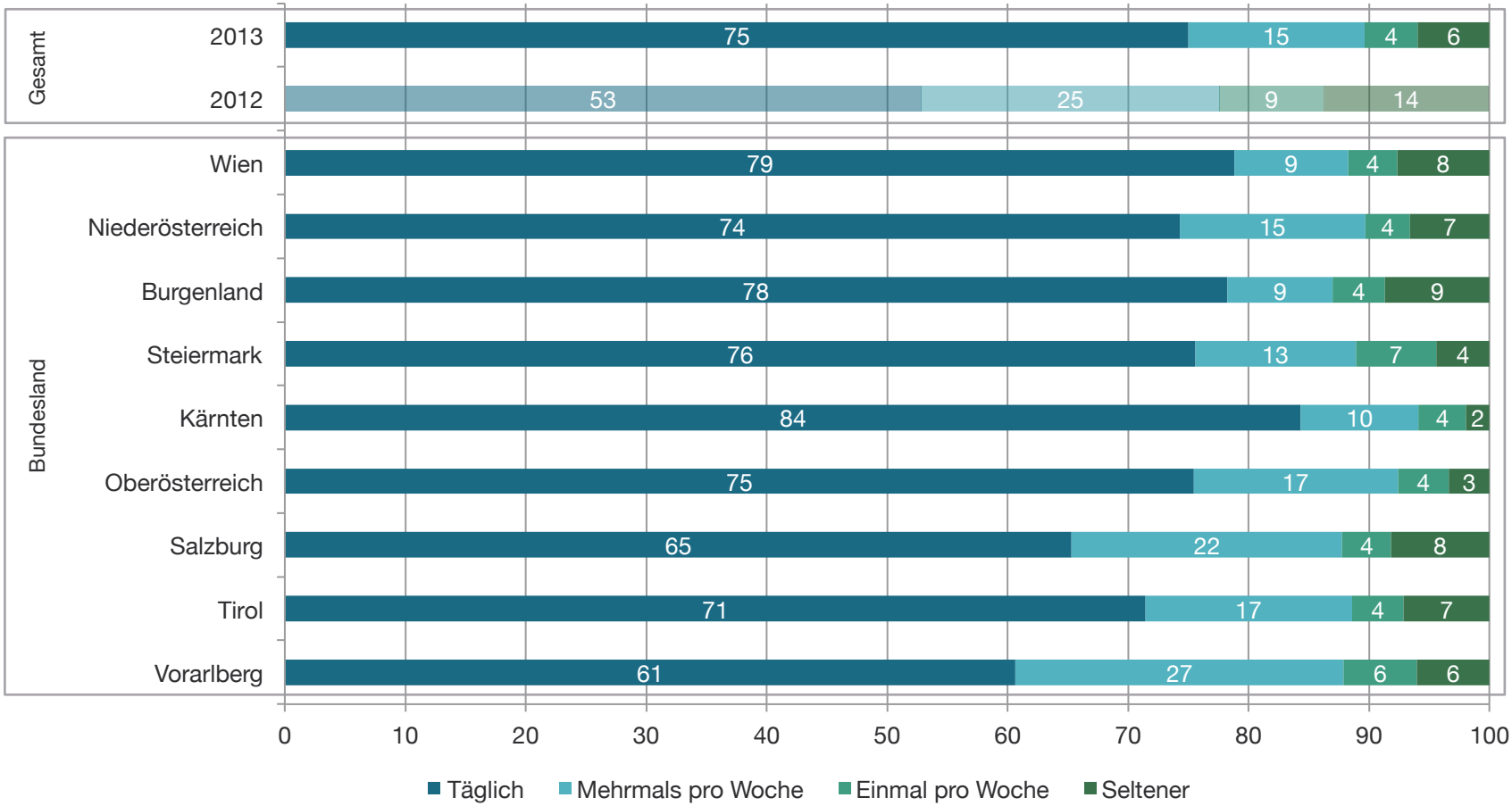


*in 2012: „Wie oft surfen Sie mit dem Handy im Internet?“

In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(2012)=638, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Häufigkeit der Internetnutzung am Handy (2/2)
Bundesland

„Wie oft nutzen Sie das Internet am Handy?“*
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

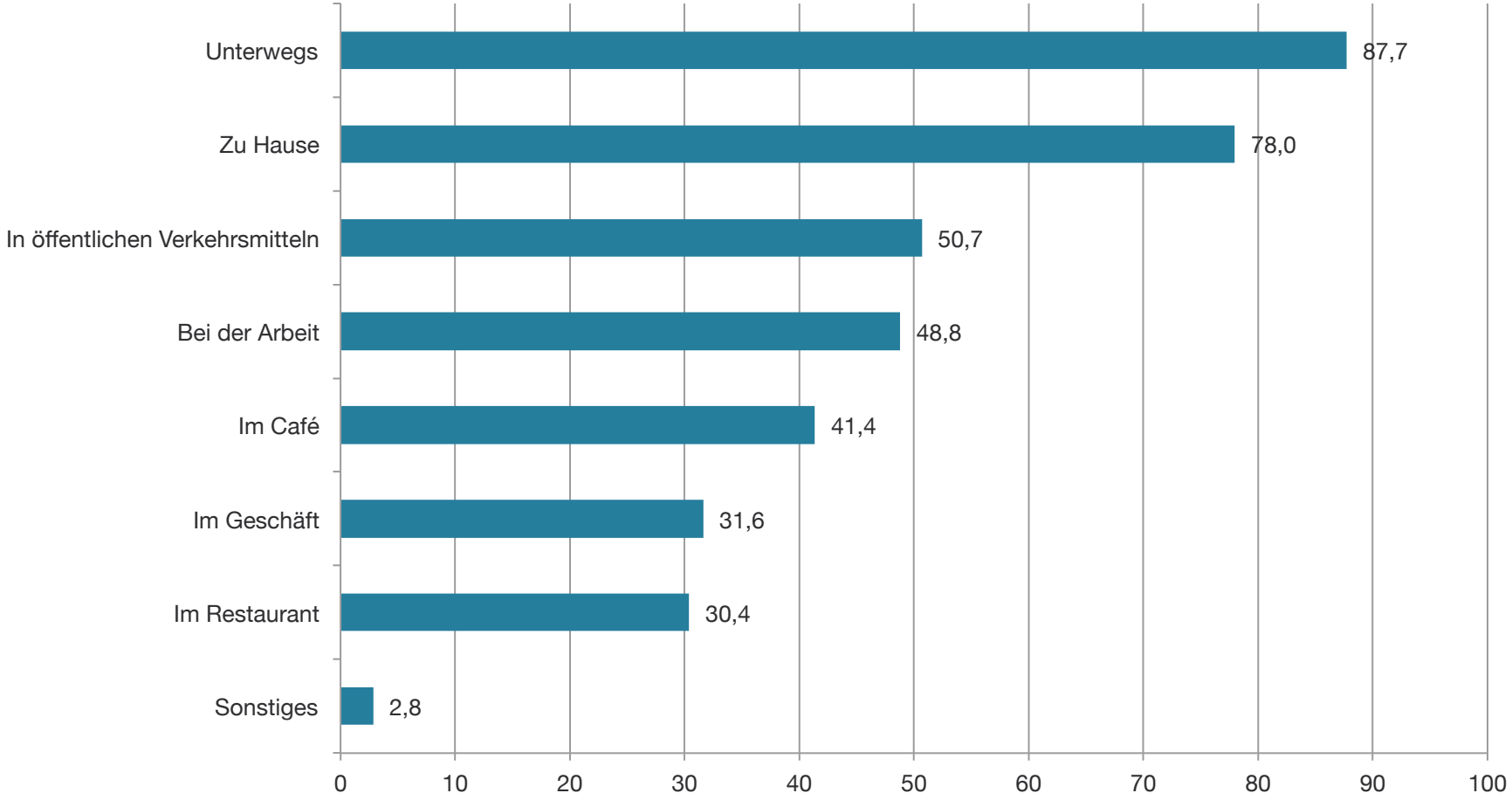


*in 2012: „Wie oft surfen Sie mit dem Handy im Internet?“

In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(2012)=638, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

Orte an denen das Internet am Handy genutzt (1/5)
Gesamt

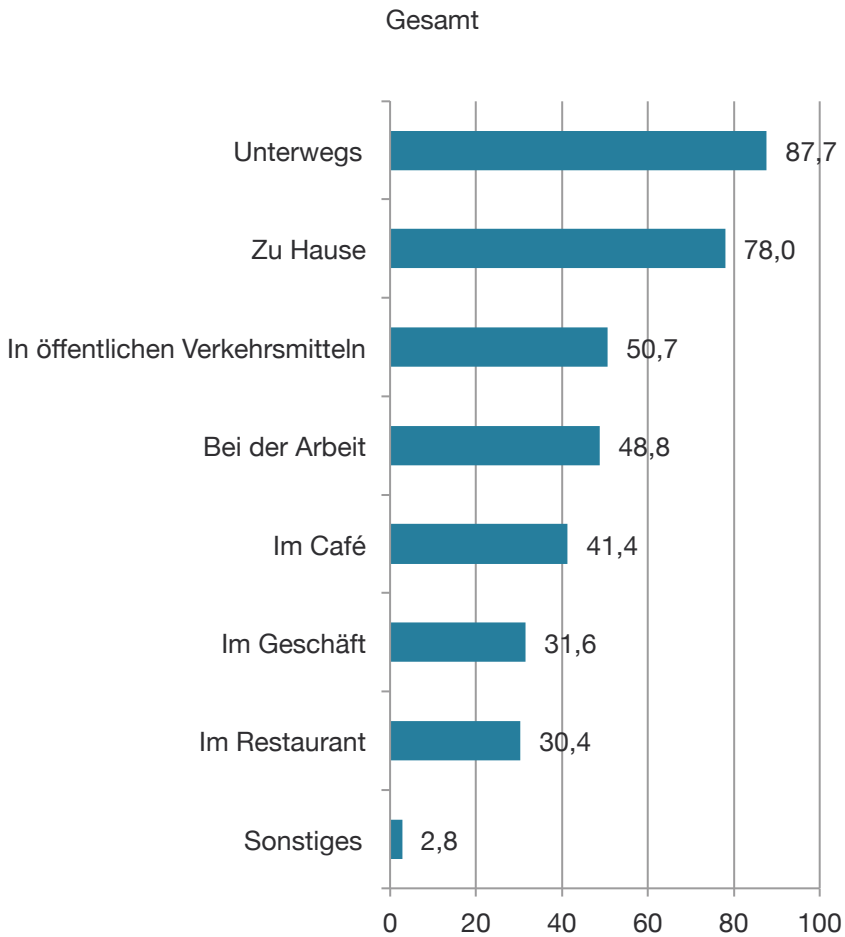
„Und wo nutzen Sie das Internet am Handy regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740

Orte an denen das Internet am Handy genutzt (2/5)
Geschlecht, Alter

„Und wo nutzen Sie das Internet am Handy regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



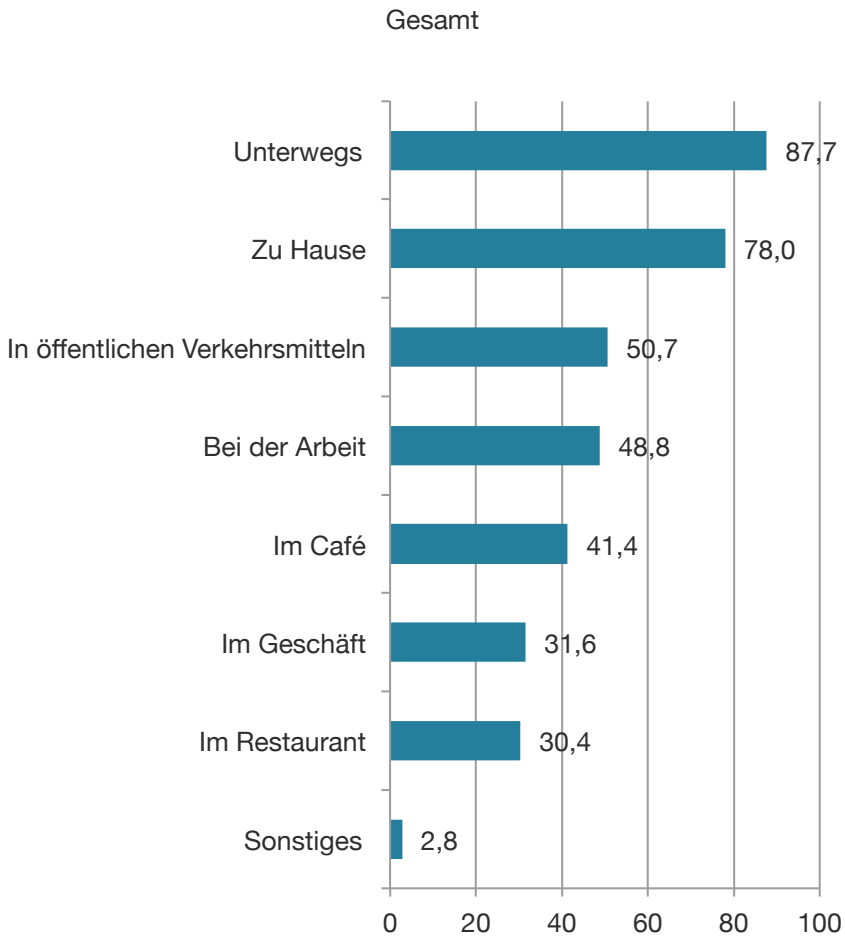
Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
88,3	87,2	90,8	86,1	87,3	83,5
80,6	75,6	88,6	81,5	71,3	58,3
46,9	54,1	67,2	46,2	39,2	36,5
40,6	56,2	57,9	47,4	47,5	31,3
40,0	42,6	50,9	35,8	38,1	32,2
26,9	35,9	42,1	31,8	27,1	13,9
27,1	33,3	41,3	25,4	27,1	17,4
3,4	2,3	3,0	1,7	3,3	3,5

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115

Orte an denen das Internet am Handy genutzt (3/5)
Nutzertypen

„Und wo nutzen Sie das Internet am Handy regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



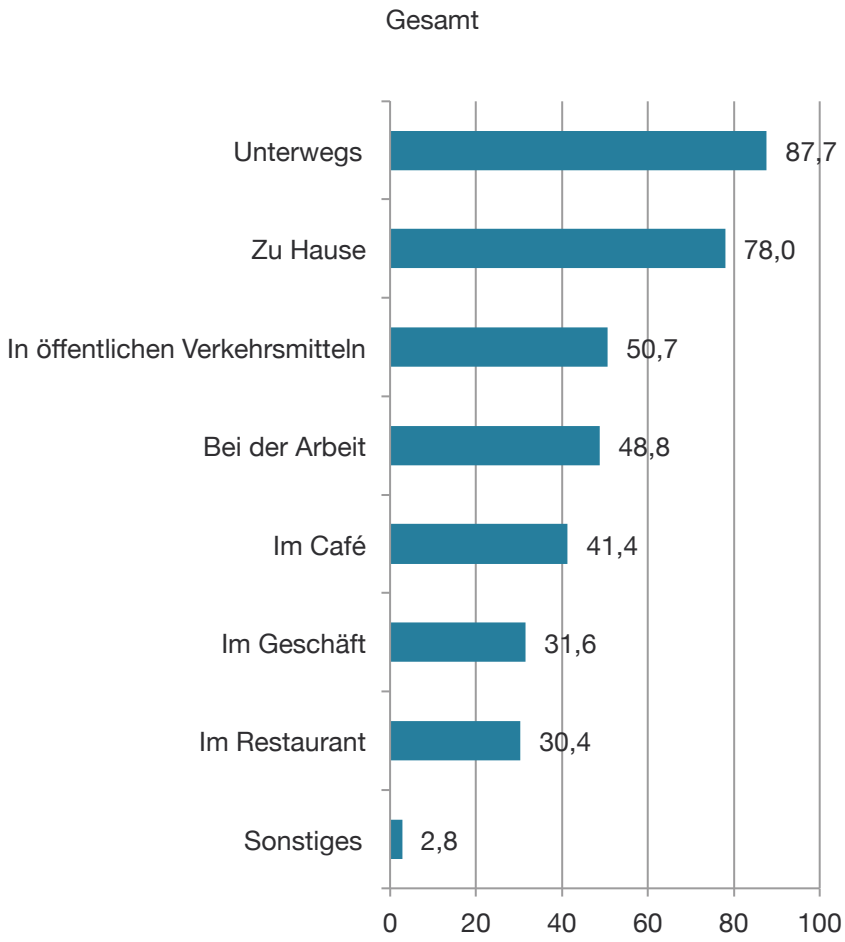
	Nutzertypen		
	Digital Natives	Digital Immigrants	Digital Outsiders
Unterwegs	94,3	87,8	67,4
Zu Hause	91,7	76,4	43,8
In öffentlichen Verkehrsmitteln	67,2	49,2	7,9
Bei der Arbeit	65,3	45,6	13,5
Im Café	62,6	34,2	9,0
Im Geschäft	52,5	24,4	1,1
Im Restaurant	54,0	21,2	0,0
Sonstiges	3,4	2,6	2,2

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Orte an denen das Internet am Handy genutzt (4/5)
Bundesland

„Und wo nutzen Sie das Internet am Handy regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



	Bundesland								
	W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
Unterwegs	90,6	90,4	82,6	90,0	94,1	80,5	91,8	81,4	81,8
Zu Hause	71,2	77,9	82,6	83,3	82,4	77,1	73,5	87,1	78,8
In öffentlichen Verkehrsmitteln	61,8	53,7	43,5	45,6	49,0	39,8	38,8	57,1	45,5
Bei der Arbeit	50,0	48,5	43,5	44,4	56,9	44,1	49,0	58,6	42,4
Im Café	44,7	36,8	39,1	44,4	49,0	33,9	40,8	47,1	39,4
Im Geschäft	38,2	32,4	30,4	25,6	45,1	23,7	26,5	32,9	24,2
Im Restaurant	35,9	27,9	39,1	31,1	37,3	23,7	24,5	31,4	24,2
Sonstiges	2,4	1,5	8,7	1,1	7,8	2,5	4,1	1,4	6,1

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

Orte an denen das Internet am Handy genutzt (5/5)
Sonstiges

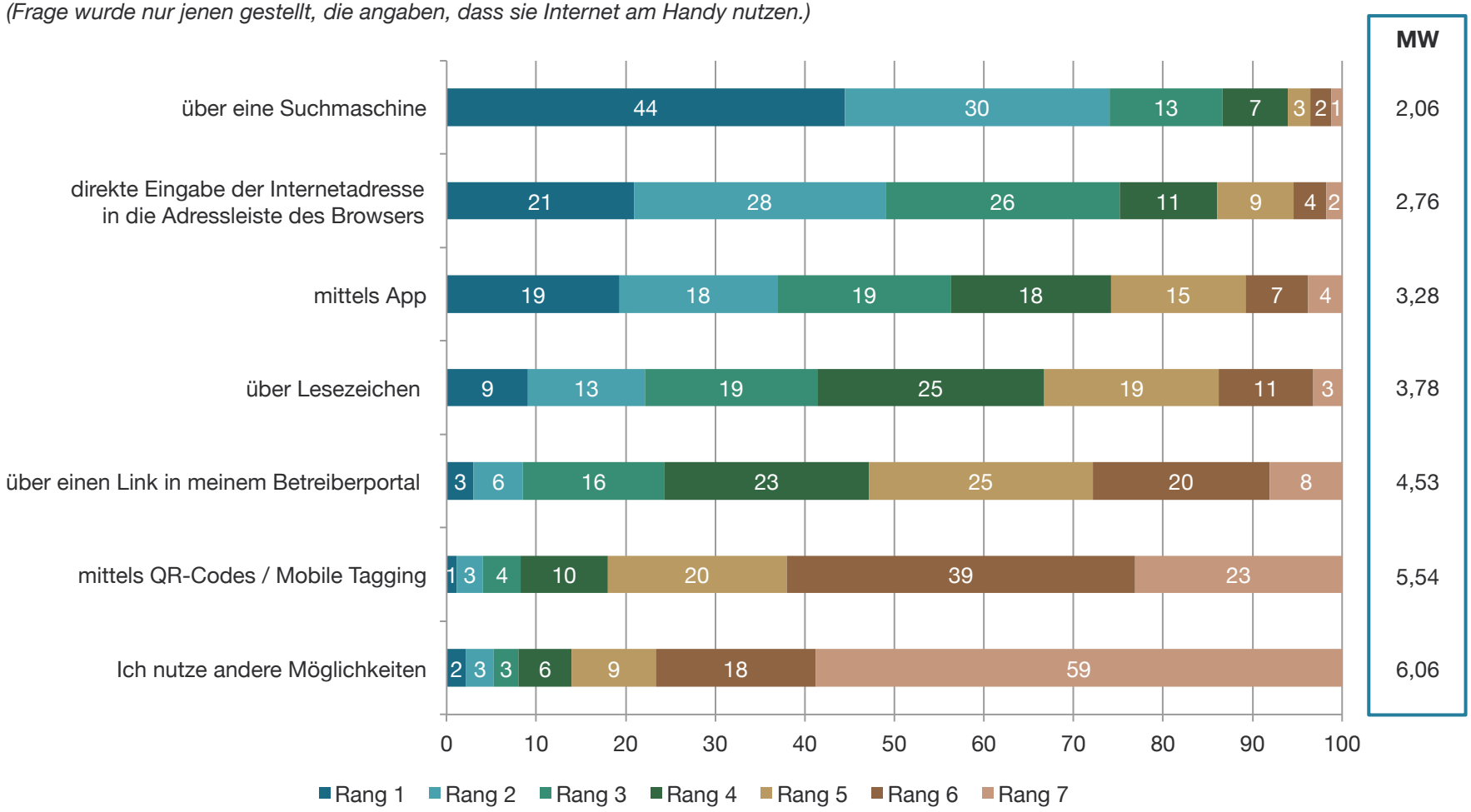
„Und wo nutzen Sie das Internet am Handy regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

- an jedem Ort
- Bei Freunden etc.
- bei Freunden, Bekannten und Verwandten
- bei Geschäftsreisen, v.a. im Ausland
- Bei meiner Mutter ;)
- bei/mit Freunden
- Frisör
- Im Auto
- im Auto (als Beifahrer)
- Immer und Überall
- in der Schule
- in meiner Mittagspause
- Schule
- Überall
- Überall
- Überall, manchmal sogar am Klo (Toilette)
- Urlaub
- Weiterbildung
- wenn ich FDahrplanauskunft brauche, oder irgendetwas nachschauen möchte auf wikipedia

Offene Antworten

Surfverhalten (1/2)

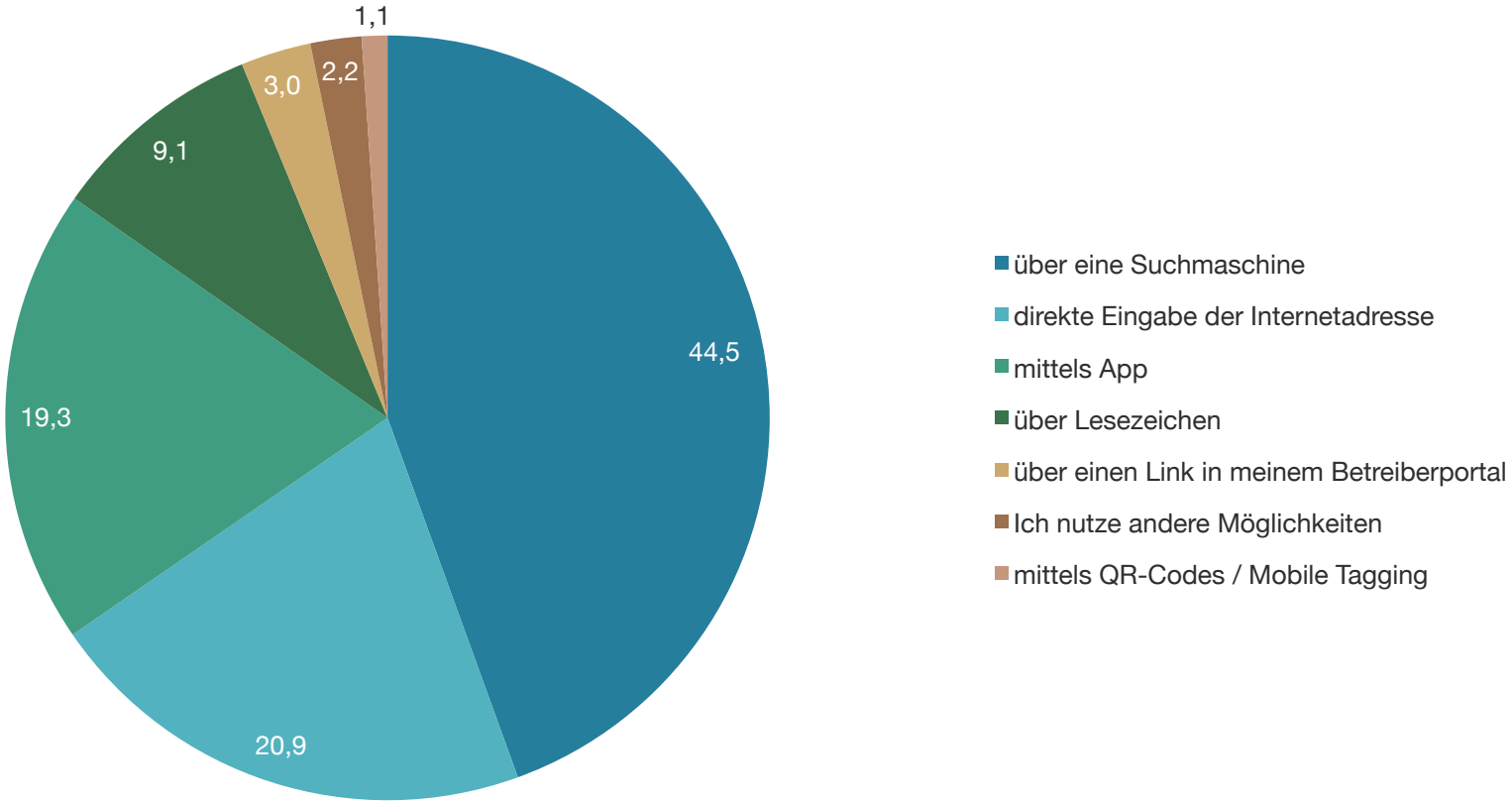
„Nachfolgend finden Sie unterschiedliche Möglichkeiten, wie man mit dem Handy zu einer gewünschten Webseite gelangen kann. Bitte reihen Sie nun die Möglichkeiten danach, wie häufig Sie diese nutzen.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In % und Mittelwerten, Bildung einer Rangreihe n=740

Surfverhalten (2/2) – 1. Rang
Gesamt

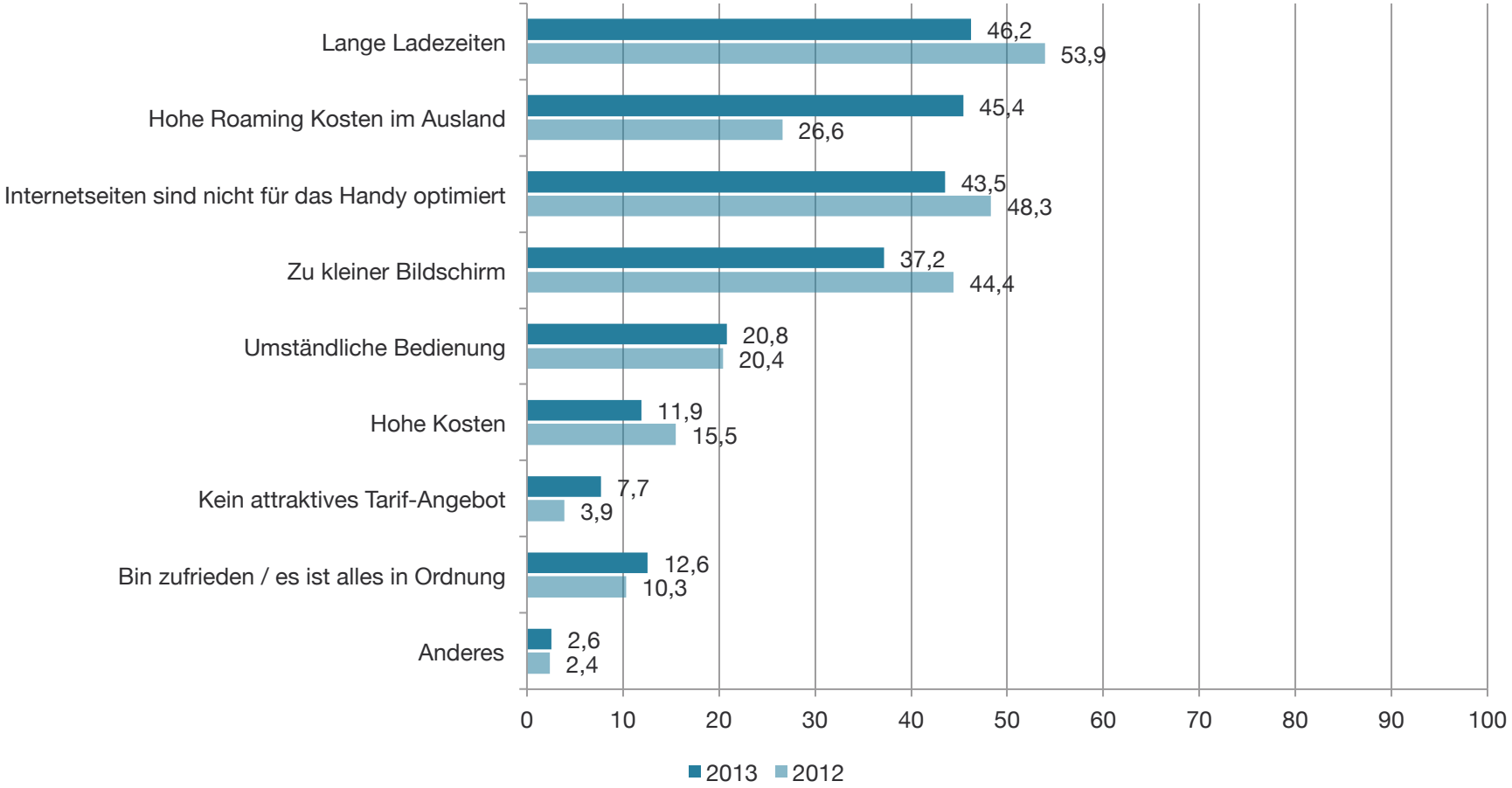
„Nachfolgend finden Sie unterschiedliche Möglichkeiten, wie man mit dem Handy zu einer gewünschten Webseite gelangen kann. Bitte reihen Sie nun die Möglichkeiten danach, wie häufig Sie diese nutzen.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In % und Mittelwerten, Bildung einer Rangreihe, dargestellt wurde der 1. Rang, n=740

Gründe für die Unzufriedenheit beim Internetsurfen über das Handy (1/5)
Gesamt

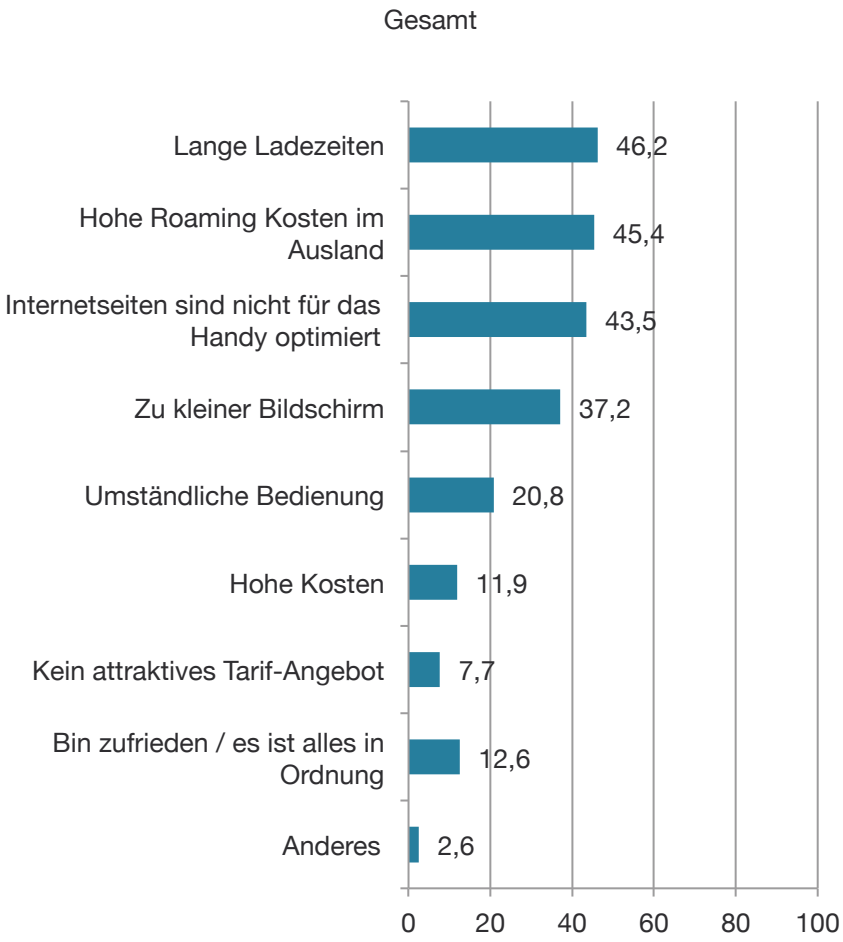
„Womit sind Sie beim Internetsurfen über Ihr Handy unzufrieden?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Mehrfachantwort, n(2013)=740, n(2012)=638

Gründe für die Unzufriedenheit beim Internetsurfen über das Handy (2/5)
Geschlecht, Alter

„Womit sind Sie beim Internetsurfen über Ihr Handy unzufrieden?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



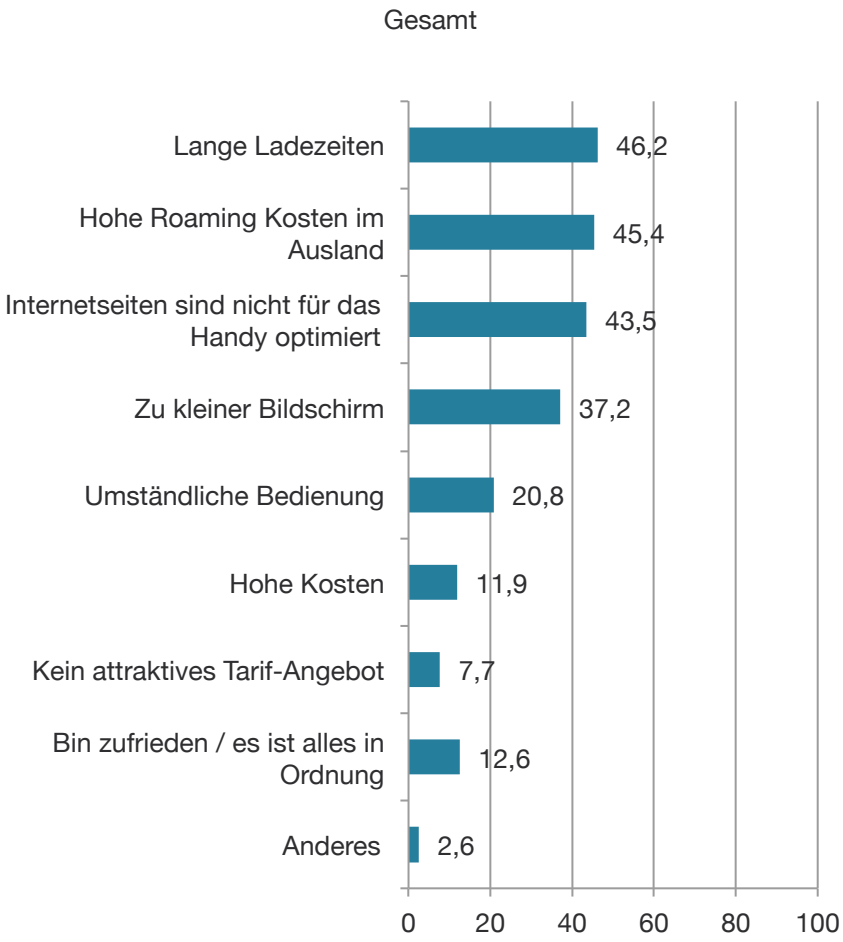
Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
50,0	42,8	49,4	51,4	44,2	33,9
42,0	48,5	52,4	41,0	44,2	37,4
46,6	40,8	46,9	41,6	43,6	38,3
38,6	35,9	24,7	39,3	49,2	44,3
18,9	22,6	21,4	16,2	21,0	26,1
9,7	13,8	12,5	11,6	12,2	10,4
4,6	10,5	10,3	5,2	7,2	6,1
12,3	12,8	11,8	13,9	7,7	20,0
2,0	3,1	2,6	2,3	2,2	3,5

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115

Gründe für die Unzufriedenheit beim Internetsurfen über das Handy (3/5)
Nutzertypen

„Womit sind Sie beim Internetsurfen über Ihr Handy unzufrieden?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



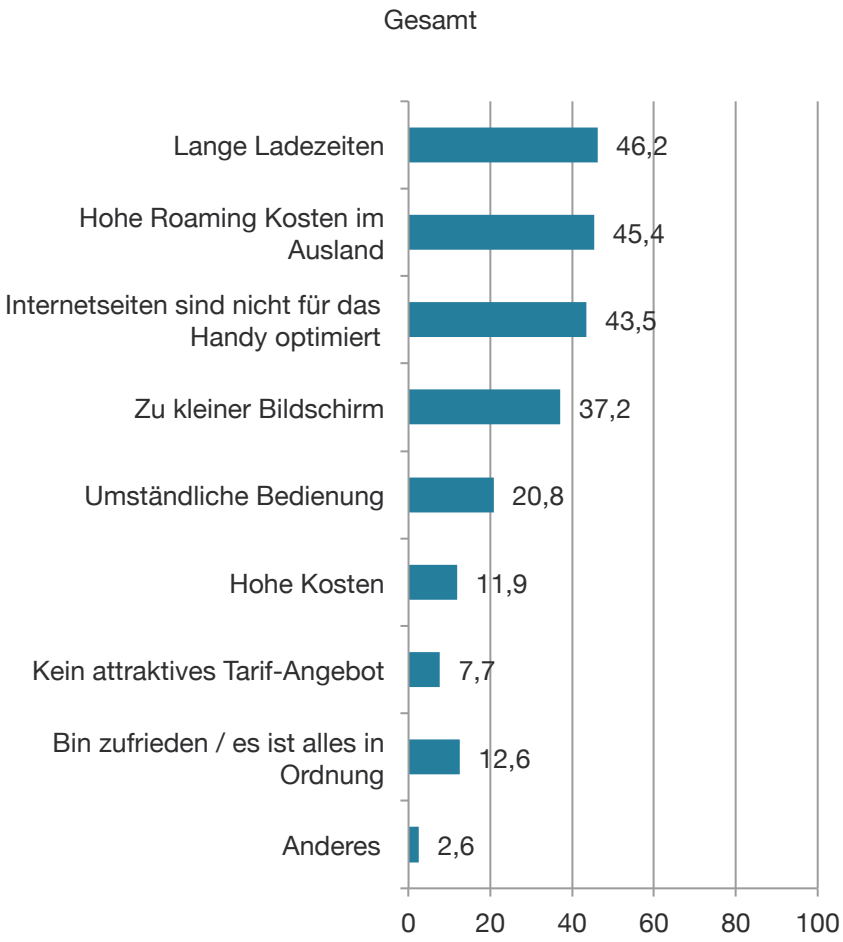
Nutzertypen		
Digital Natives	Digital Immigrants	Digital Outsiders
42,6	46,6	55,1
52,5	44,3	29,2
44,2	44,8	36,0
27,5	38,6	59,6
15,8	20,7	36,0
11,7	9,8	21,3
7,5	6,7	12,4
13,2	13,2	7,9
1,9	3,1	2,2

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Gründe für die Unzufriedenheit beim Internetsurfen über das Handy (4/5)
Bundesland

„Womit sind Sie beim Internetsurfen über Ihr Handy unzufrieden?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



Bundesland								
W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
48,8	53,7	47,8	60,0	54,9	53,4	63,3	47,1	66,7
41,2	47,1	56,5	45,6	35,3	39,8	51,0	62,9	42,4
41,8	46,3	34,8	42,2	43,1	48,3	49,0	42,9	27,3
31,2	35,3	47,8	43,3	31,4	38,1	38,8	44,3	39,4
20,0	19,9	26,1	22,2	27,5	16,1	24,5	25,7	12,1
10,6	10,3	0,0	15,6	9,8	13,6	14,3	18,6	3,0
7,6	4,4	4,3	8,9	5,9	6,8	14,3	11,4	9,1
16,5	8,1	8,7	15,6	13,7	13,6	8,2	7,1	18,2
4,7	1,5	13,0	2,2		0,8	2,0	1,4	3,0

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

Gründe für die Unzufriedenheit beim Internetsurfen über das Handy (5/5)
Anderes

„Womit sind Sie beim Internetsurfen über Ihr Handy unzufrieden?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

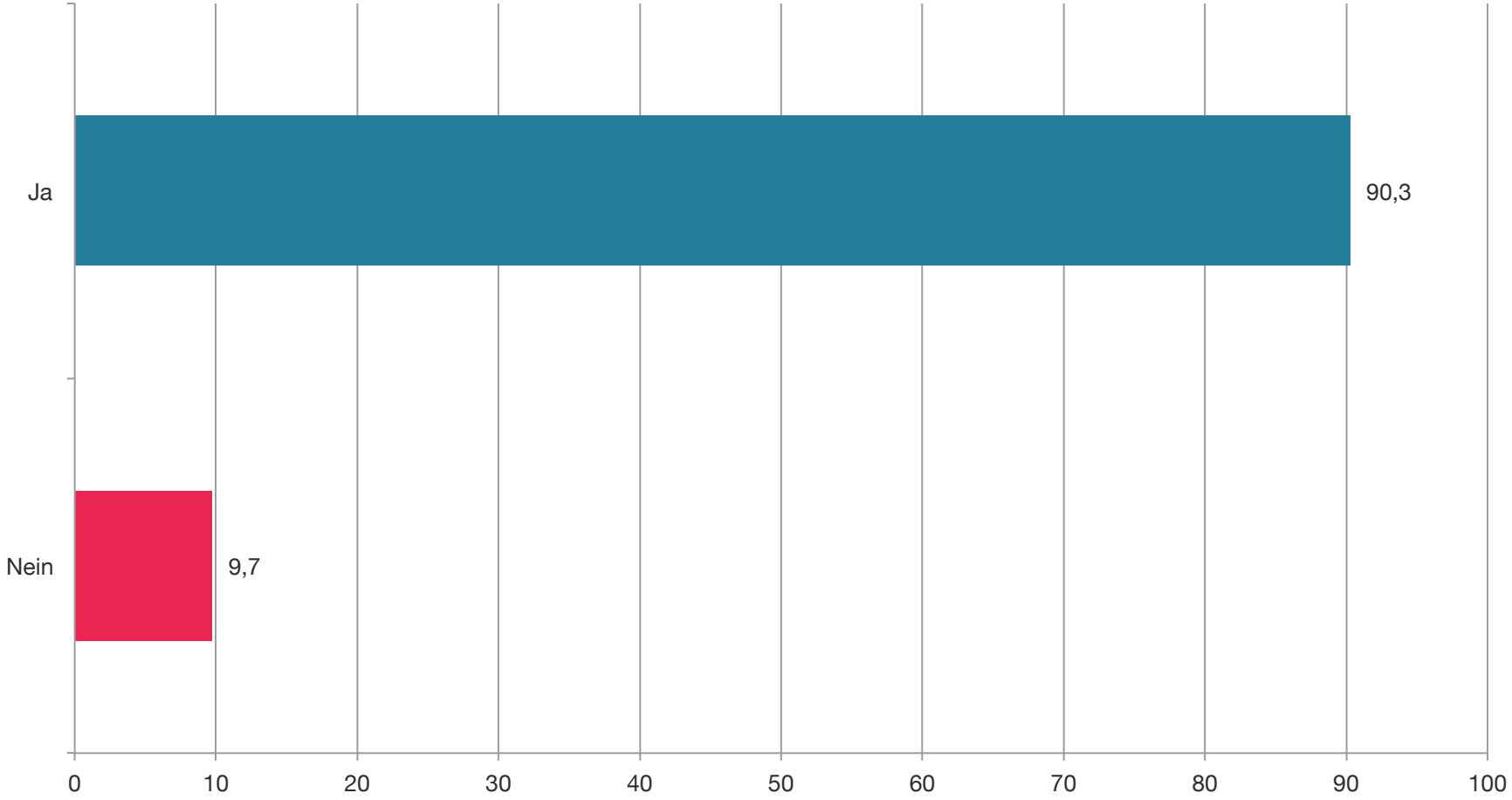
- Akku zu schnell leer, Speicher meines Handies zu klein
- brauche ich nicht unterwegs
- Empfang - keine 100% Netzabdeckung
- geringer interner Speicher, sodass viele Apps nicht genutzt werden können
- langsames internet
- Laufzeit des Akkus
- manche elemente (z.b. karten) lassen sich mit touchscreen garnicht bedienen; manche inhalte lassen sich nicht darstellen und/oder behindern die darstellung der kompletten seite
- Mein Handy ist für dasd Internet nicht wirklich gedacht.
- mobile Seiten mit stark reduziertem Inhalt
- Netzqualität
- oft kein empfang oder nur edge
- Reduzieren der Geschwindigkeit ab 1,5 GB trotz "unlimitiertem" Tarif
- schlechte Internetverbindung/störungen
- schlechter Netzausbau (Edge statt 3G, HSDPA ...)
- Schnelles Leeren des Akkus
- surfe nicht oft und wenn ich was brauche, ist es ok
- wenn fürs Handy adaptierte Webseiten nicht alle Funktionen der normalen Webseite bietet
- zu geringes inkludiertes Datenvolumen (nur 300mb)
- zu wenig Übersicht und schlechte Bedienbarkeit von Links

Offene Antworten

Nutzung von Apps (nur für Smartphone-Nutzer)

Nutzung des App-Stores (1/3)
Gesamt

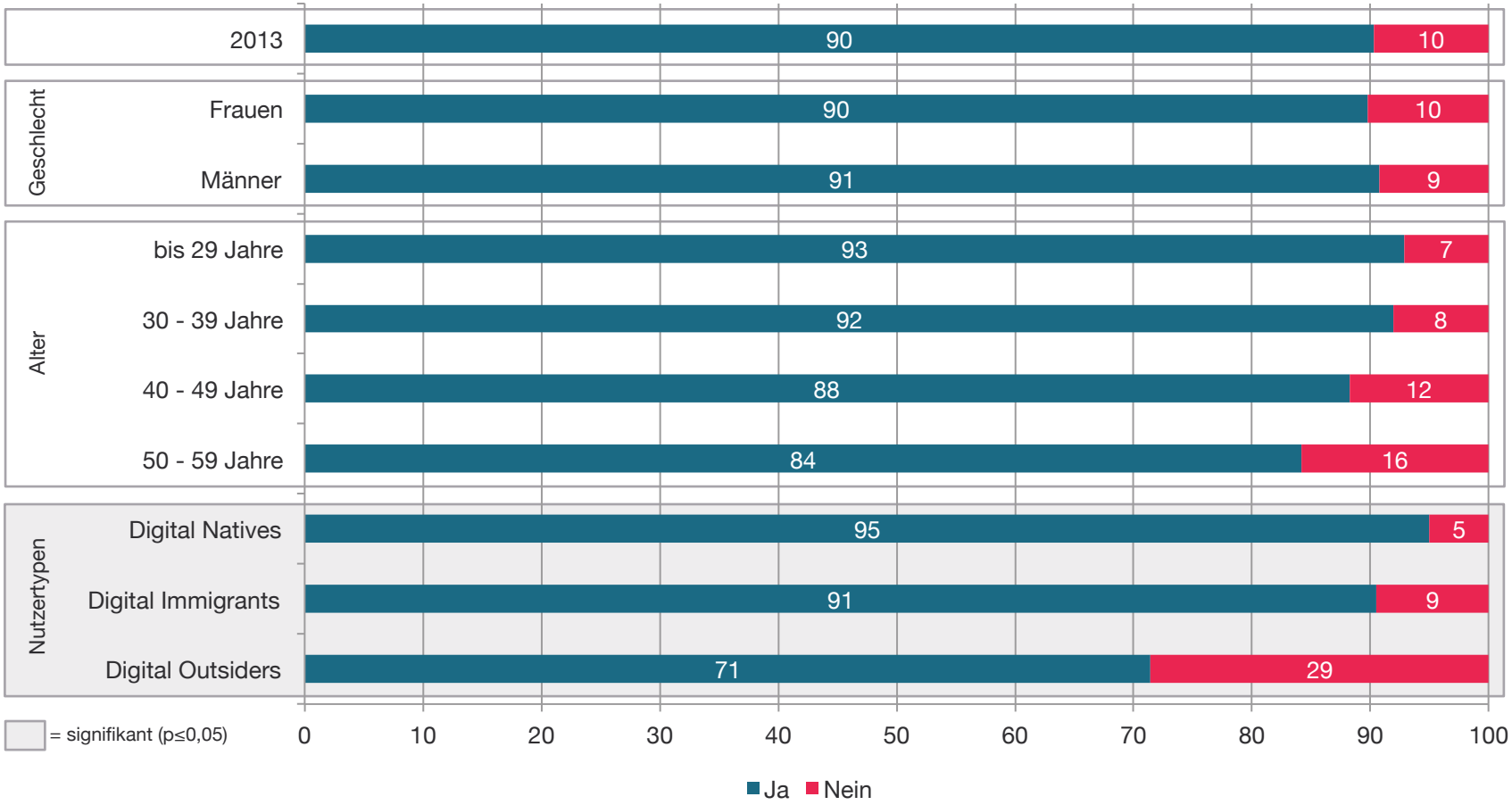
„Haben Sie sich bereits einmal Apps aus dem App-Store für Ihr Handy heruntergeladen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ein Smartphone zu besitzen.)



In %, Einfachantwort, n=699

Nutzung des App-Stores (2/3)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

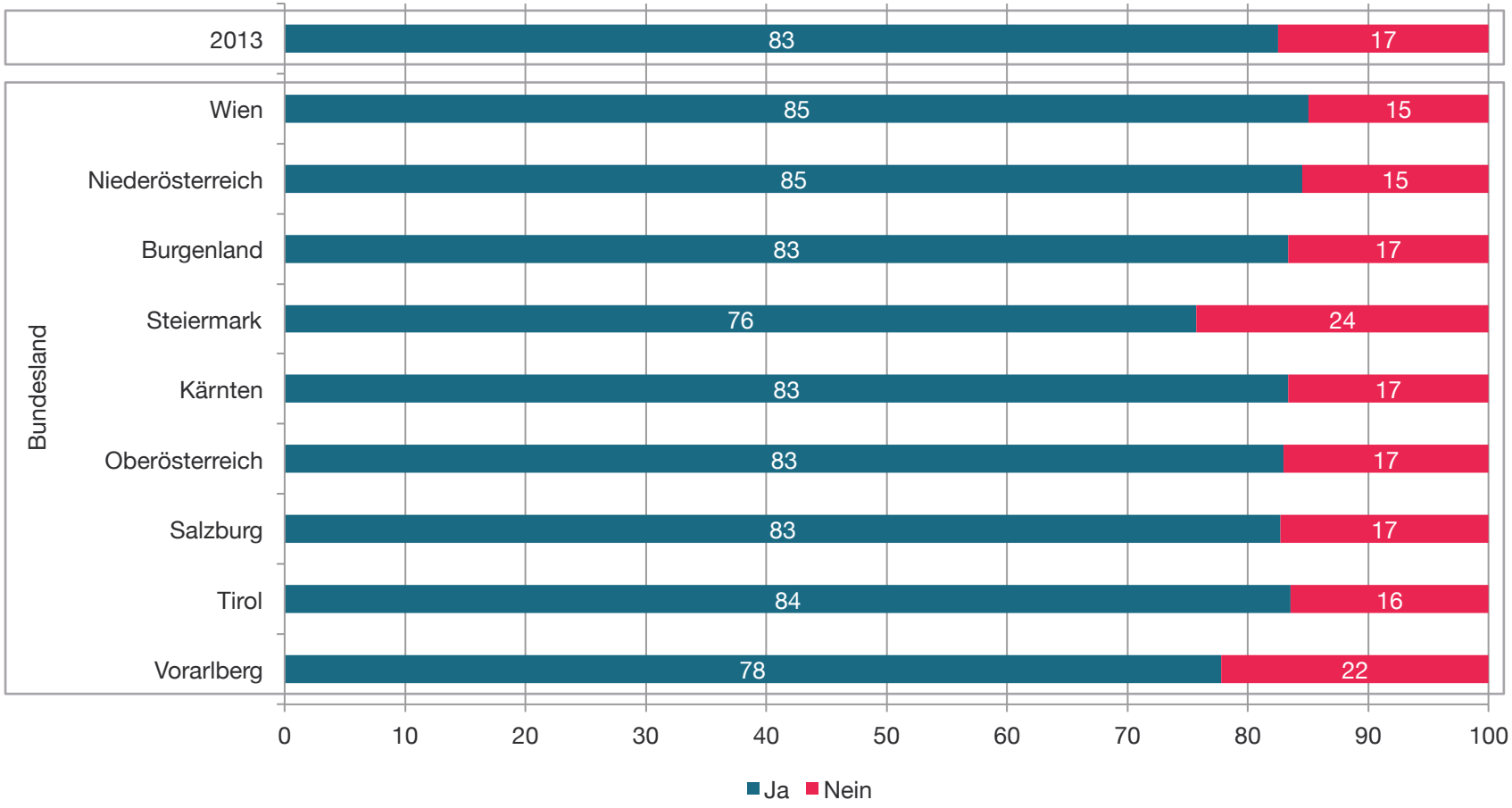
„Haben Sie sich bereits einmal Apps aus dem App-Store für Ihr Handy heruntergeladen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ein Smartphone zu besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=699, n(Frauen)=332, n(Männer)=367, n(bis 29)=266, n(30-39)=162, n(40-49)=170, n(50-59)=101, n(Digital Natives)=260, n(Digital Immigrants)=369, n(Digital Outsiders)=70

Nutzung des App-Stores (3/3)
Bundesland

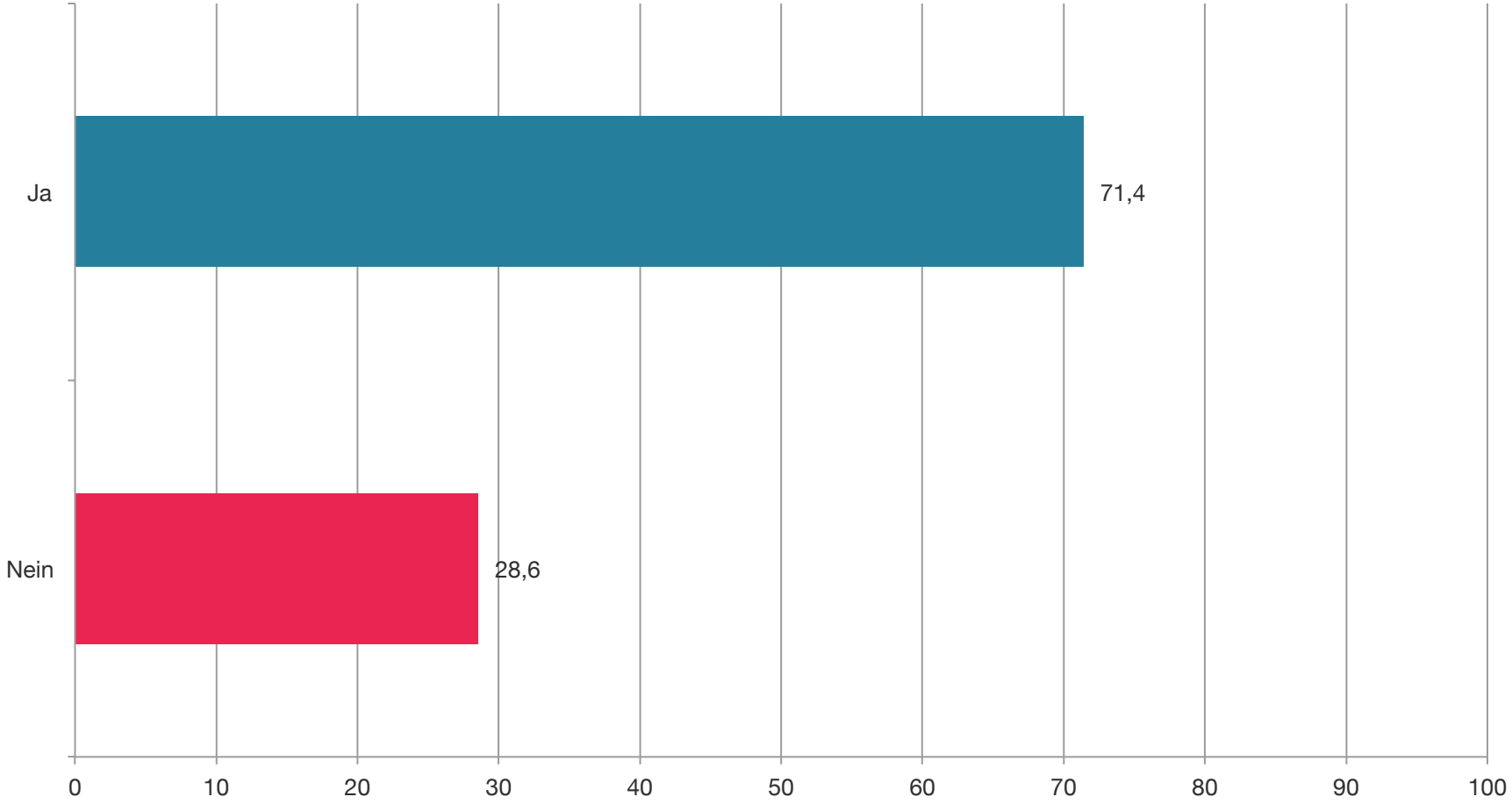
„Haben Sie sich bereits einmal Apps aus dem App-Store für Ihr Handy heruntergeladen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, ein Smartphone zu besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=699, n(W)=159, n(NÖ)=128, n(Bgld)=22, n(Stmk)=86, n(Ktn)=49, n(OÖ)=110, n(Sbg)=46, n(T)=66, n(Vbg)=33

Nutzung von Apps auf dem Firmenhandy
Gesamt

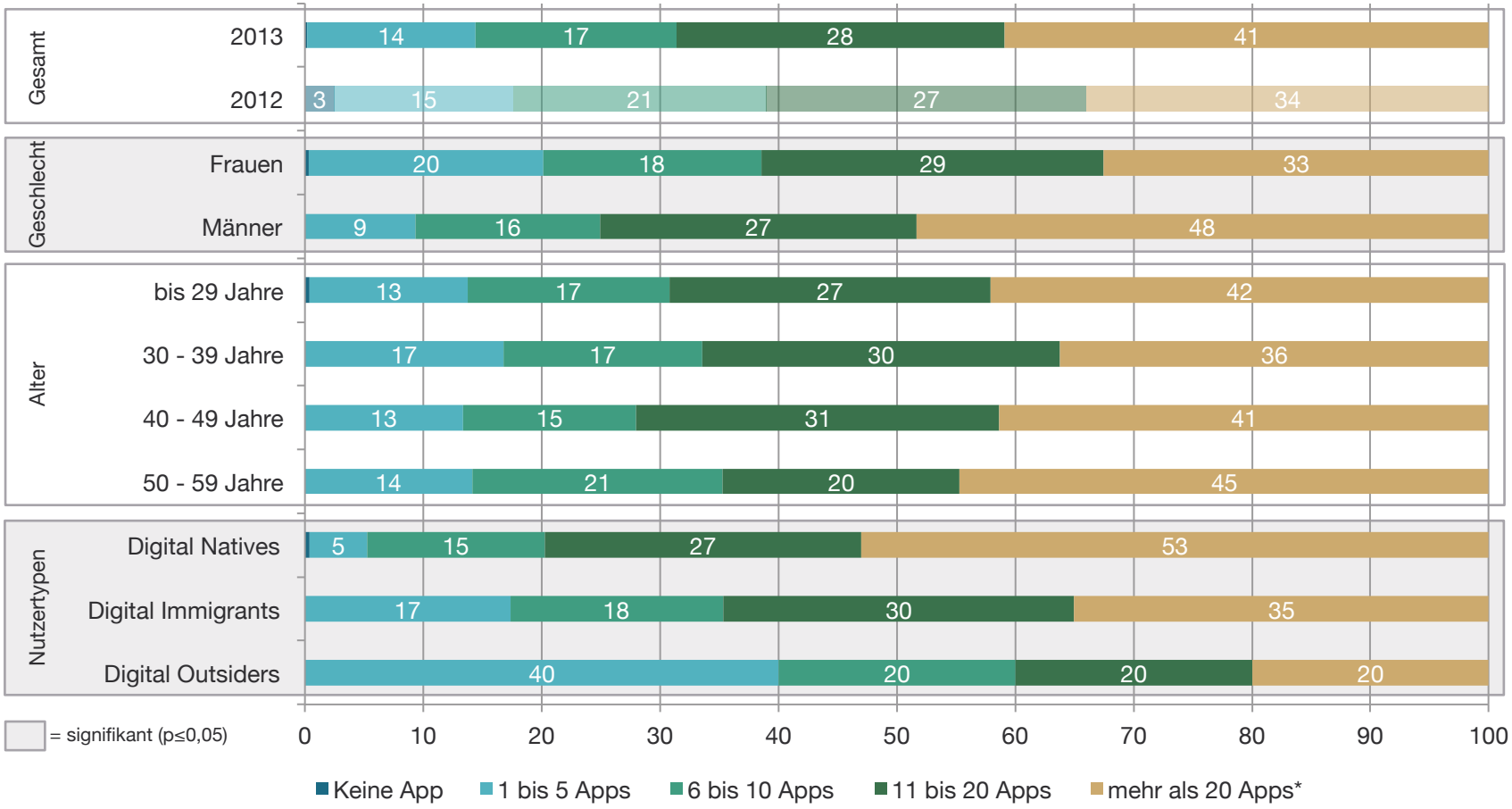
„Ist es Ihnen grundsätzlich erlaubt auf Ihrem Firmenhandy Apps zu installieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, hauptsächlich ein Firmenhandy zu nutzen, welches ein Smartphone ist.)



In %, Einfachantwort, n=7

Anzahl der installierten Apps (1/2)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

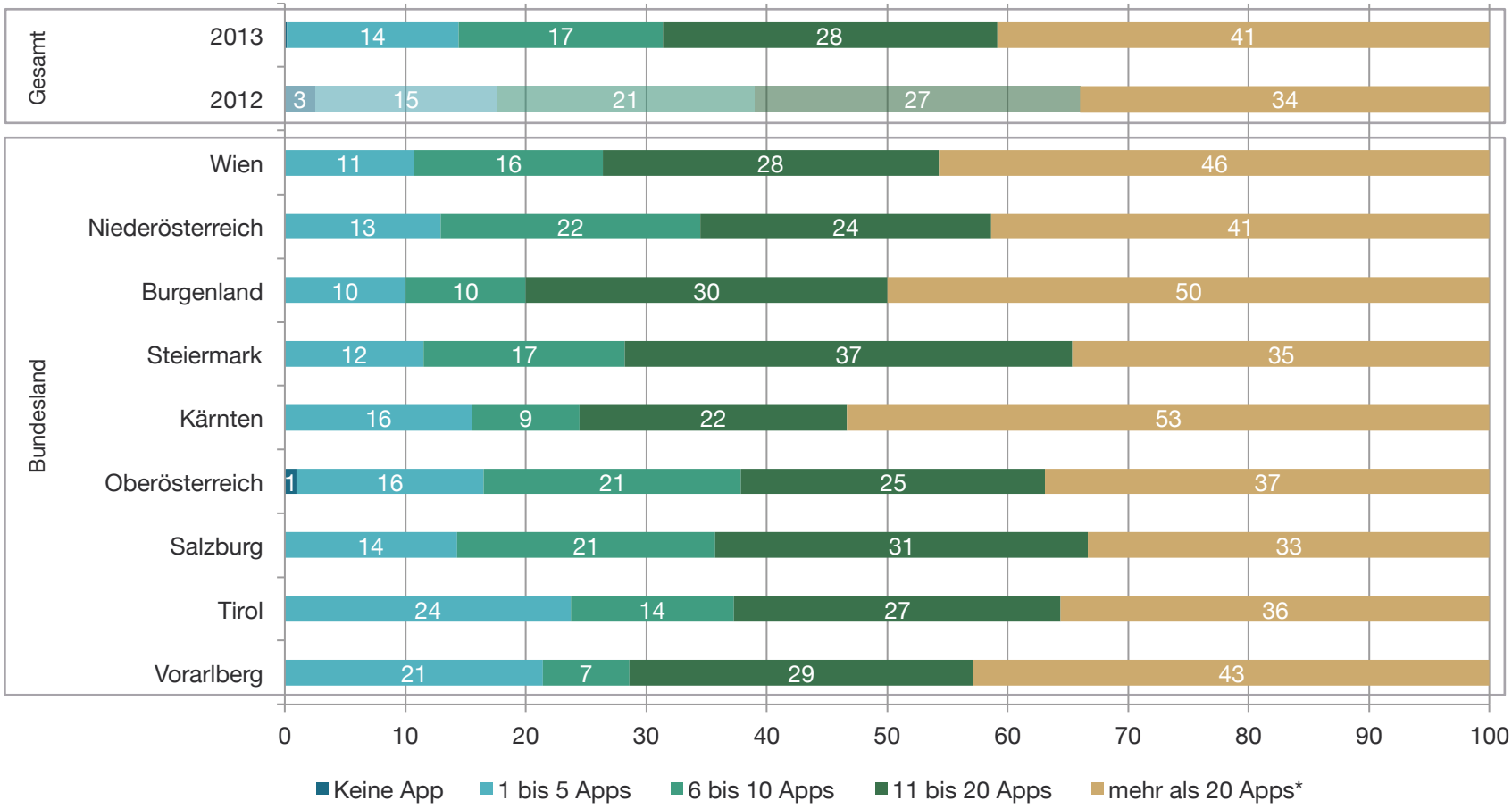
„Wie viele Apps sind aktuell auf Ihrem Smartphone installiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal Apps aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=631, n(2012)=477, n(Frauen)=298, n(Männer)=333, n(bis 29)=247, n(30-39)=149, n(40-49)=150, n(50-59)=85, n(Digital Natives)=247, n(Digital Immigrants)=334, n(Digital Outsiders)=50

Anzahl der installierten Apps (2/2)
Bundesland

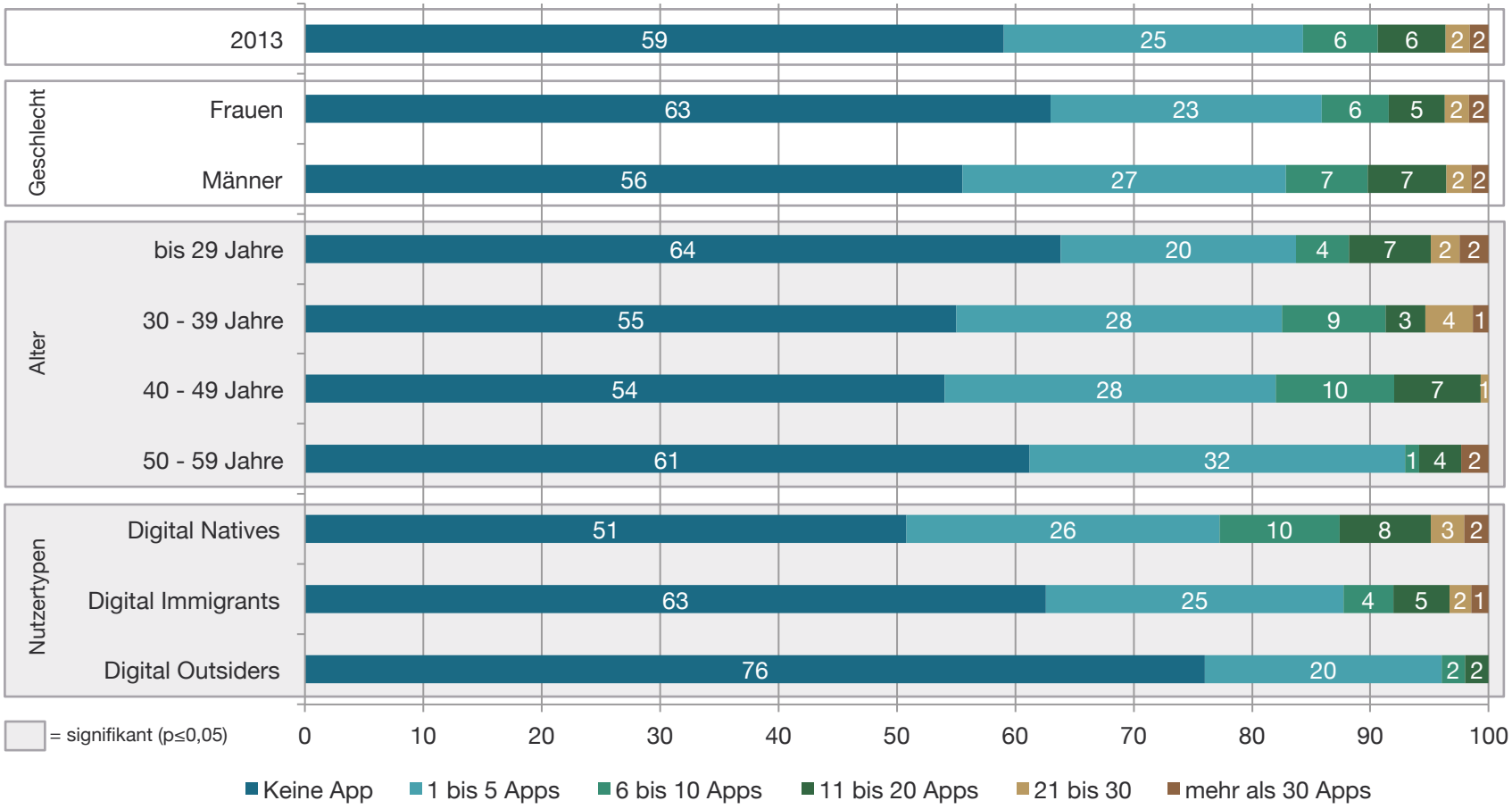
„Wie viele Apps sind aktuell auf Ihrem Smartphone installiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal Apps aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=631, n(W)=140, n(NÖ)=116, n(Bgld)=20, n(Stmk)=78, n(Ktn)=45, n(OÖ)=103, n(Sbg)=42, n(T)=59, n(Vbg)=28

Anzahl der kostenpflichtigen, installierten Apps (1/2)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

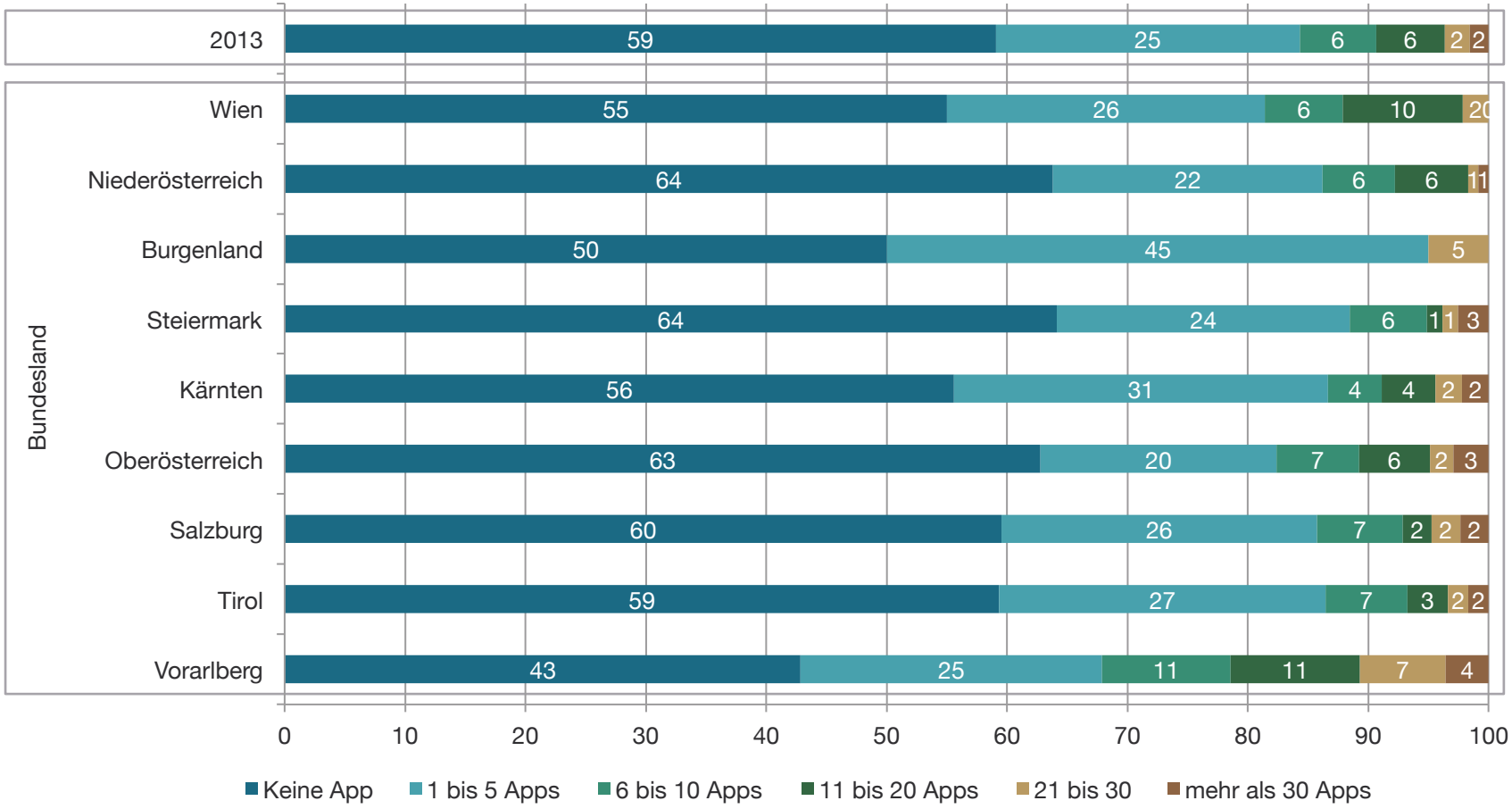
„Wie viele von den Apps, die Sie aktuell auf Ihrem Smartphone installiert haben, haben Sie im App Store gekauft?
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, mindestens eine App auf ihrem Smartphone installiert zu haben.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=630, n(Frauen)=297, n(Männer)=333, n(bis 29)=246, n(30-39)=149, n(40-49)=150, n(50-59)=85, n(Digital Natives)=246, n(Digital Immigrants)=334, n(Digital Outsiders)=50

Anzahl der kostenpflichtigen, installierten Apps (2/2)
Bundesland

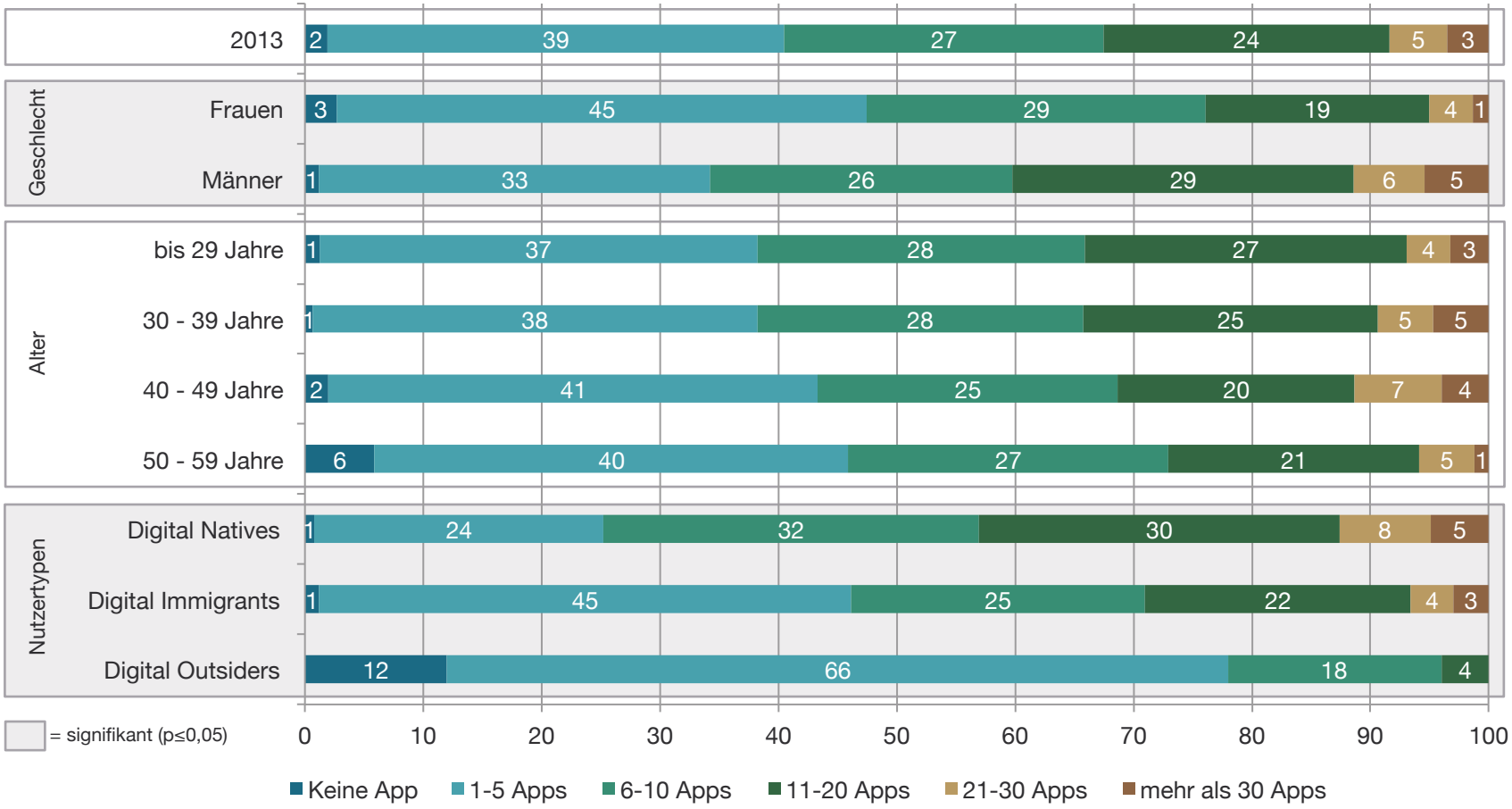
„Wie viele von den Apps, die Sie aktuell auf Ihrem Smartphone installiert haben, haben Sie im App Store gekauft?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, mindestens eine App auf ihrem Smartphone installiert zu haben.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=630, n(W)=140, n(NÖ)=116, n(Bgld)=20, n(Stmk)=78, n(Ktn)=45, n(OÖ)=102, n(Sbg)=42, n(T)=59, n(Vbg)=28

Anzahl der Apps, die in den letzten 30 Tagen genutzt wurden (1/2)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

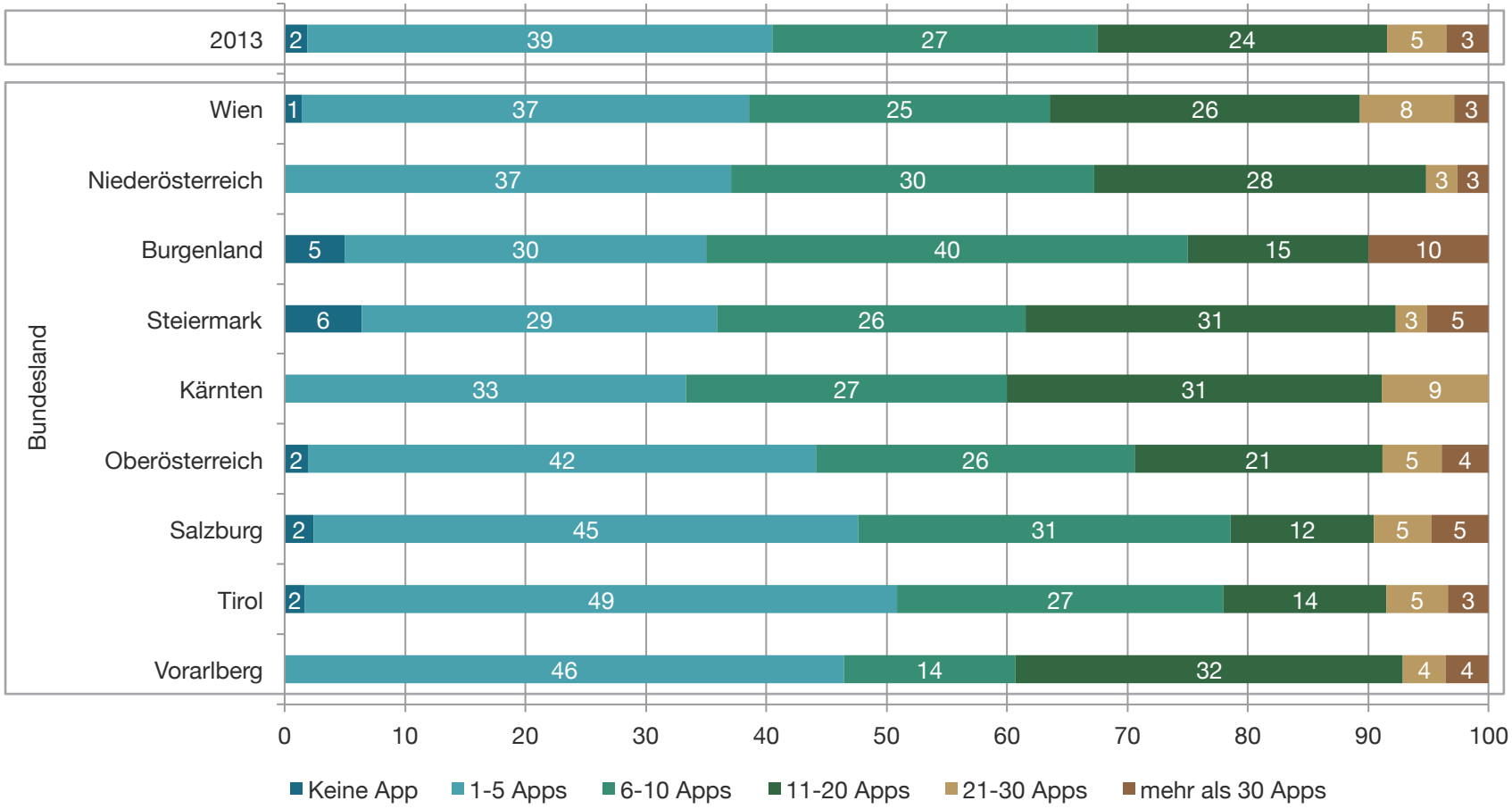
„Und wie viele von diesen Apps haben Sie in den letzten 30 Tagen aktiv genutzt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, mindestens eine App auf ihrem Smartphone installiert zu haben.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=630, n(Frauen)=297, n(Männer)=333, n(bis 29)=246, n(30-39)=149, n(40-49)=150, n(50-59)=85, n(Digital Natives)=246, n(Digital Immigrants)=334, n(Digital Outsiders)=50

Anzahl der Apps, die in den letzten 30 Tagen genutzt wurden (2/2)
Bundesland

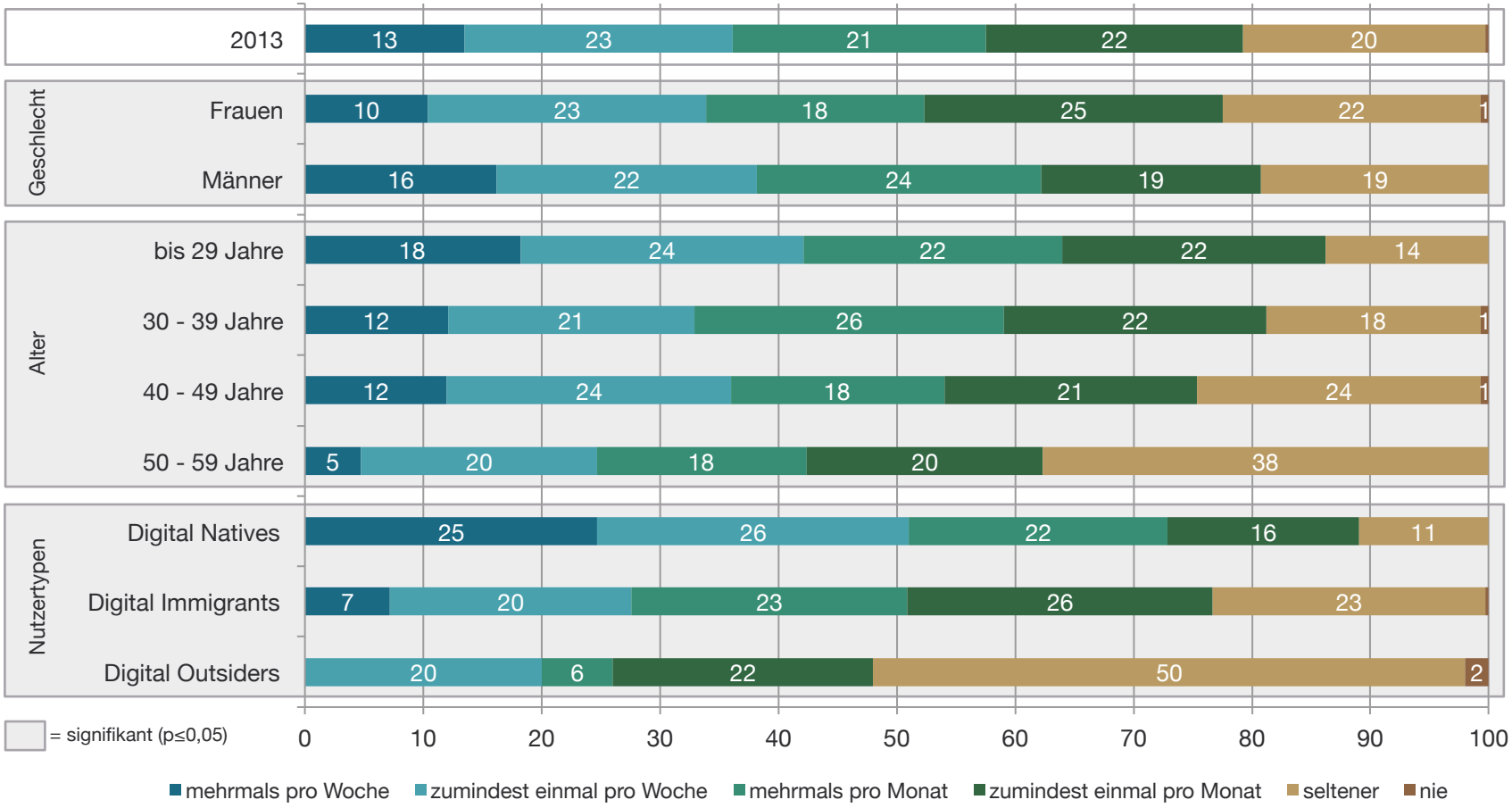
„Und wie viele von diesen Apps haben Sie in den letzten 30 Tagen aktiv genutzt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, mindestens eine App auf ihrem Smartphone installiert zu haben.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=630, n(W)=140, n(NÖ)=116, n(Bgld)=20, n(Stmk)=78, n(Ktn)=45, n(OÖ)=102, n(Sbg)=42, n(T)=59, n(Vbg)=28

Häufigkeit des App-Store Besuches (1/2)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

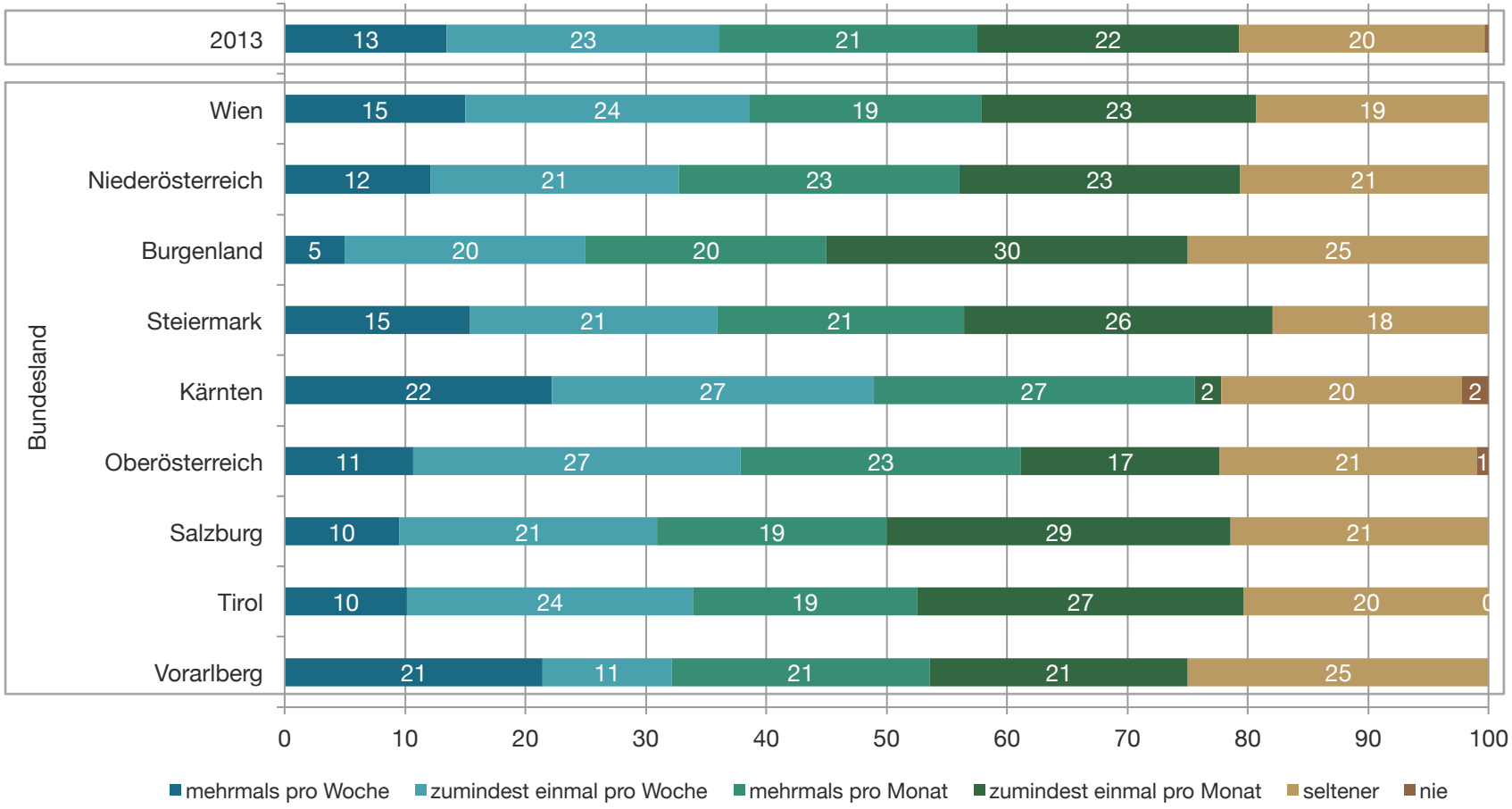
„Wie häufig besuchen Sie den App-Store Ihres Smartphones?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal eine App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=631, n(Frauen)=298, n(Männer)=333, n(bis 29)=247, n(30-39)=149, n(40-49)=150, n(50-59)=85, n(Digital Natives)=247, n(Digital Immigrants)=334, n(Digital Outsiders)=50

Häufigkeit des App-Store Besuches (2/2)
Bundesland

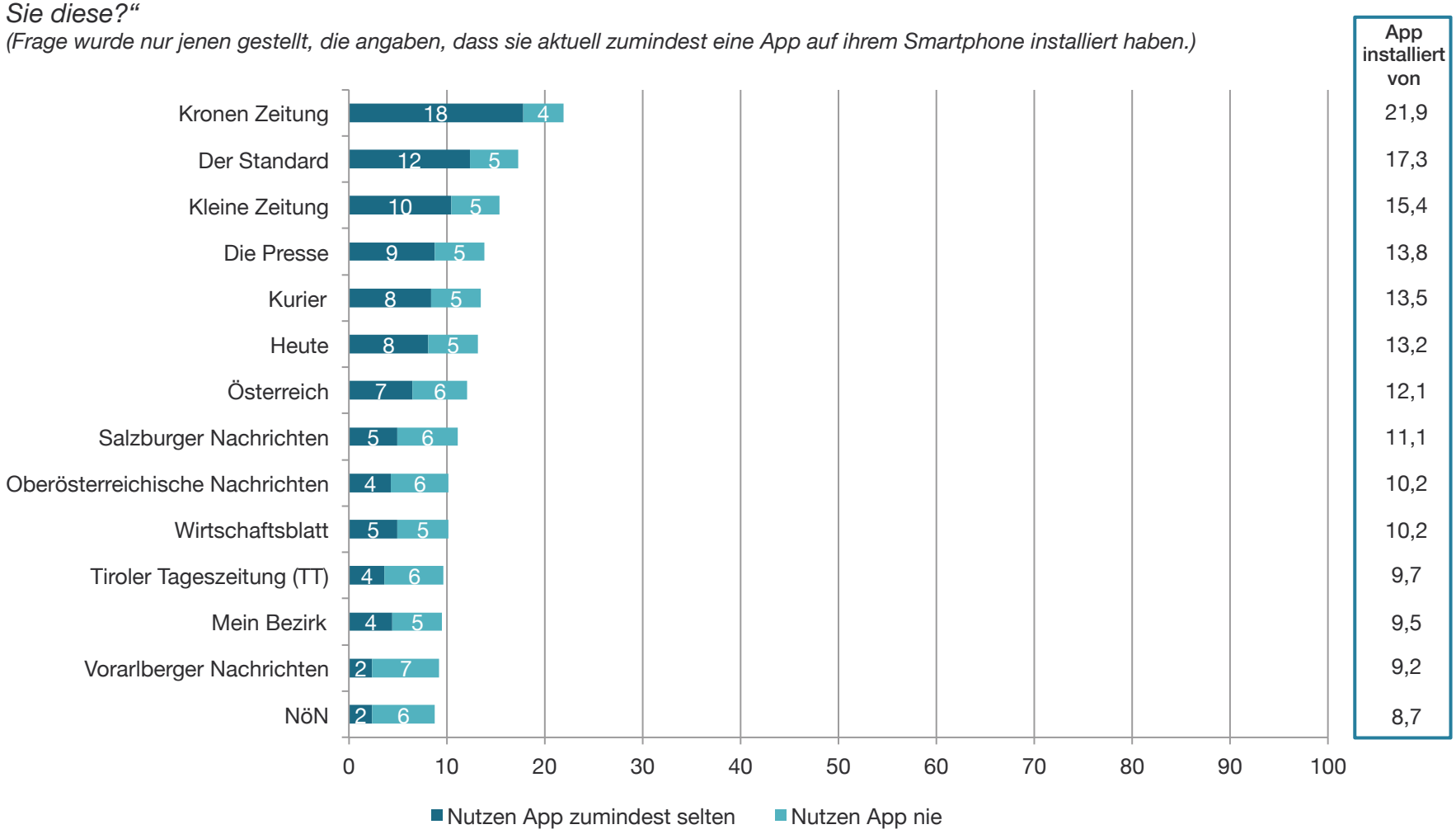
„Wie häufig besuchen Sie den App-Store Ihres Smartphones?„
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal ein App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=631, n(W)=140, n(NÖ)=116, n(Bgld)=20, n(Stmk)=78, n(Ktn)=45, n(OÖ)=103, n(Sbg)=42, n(T)=59, n(Vbg)=28

App-Nutzung: Kategorie „Zeitungen“ (1/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Zeitungen auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

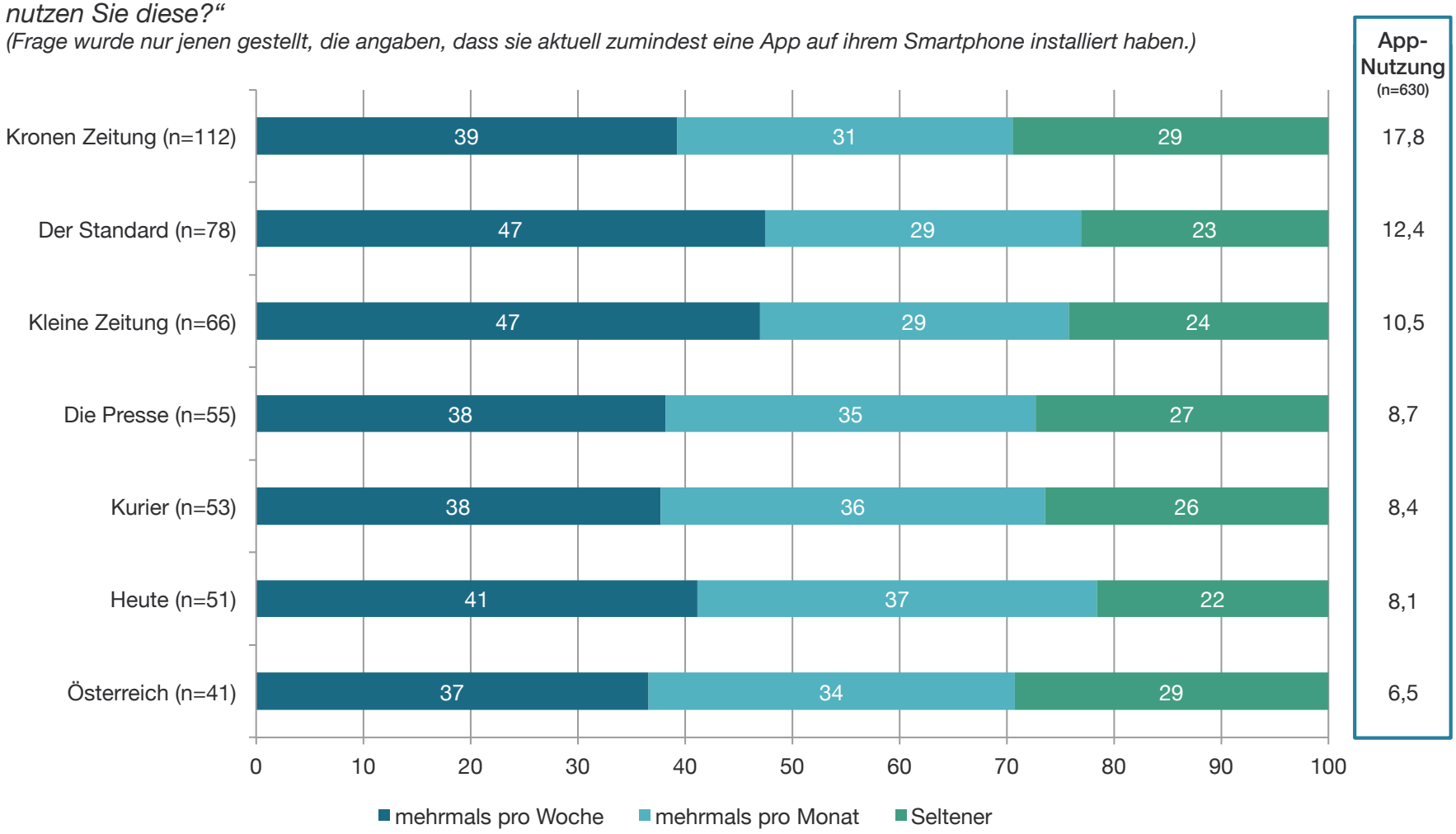


In %, Einfachantwort-Matrix, n=630

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Zeitungen“ (2/3)

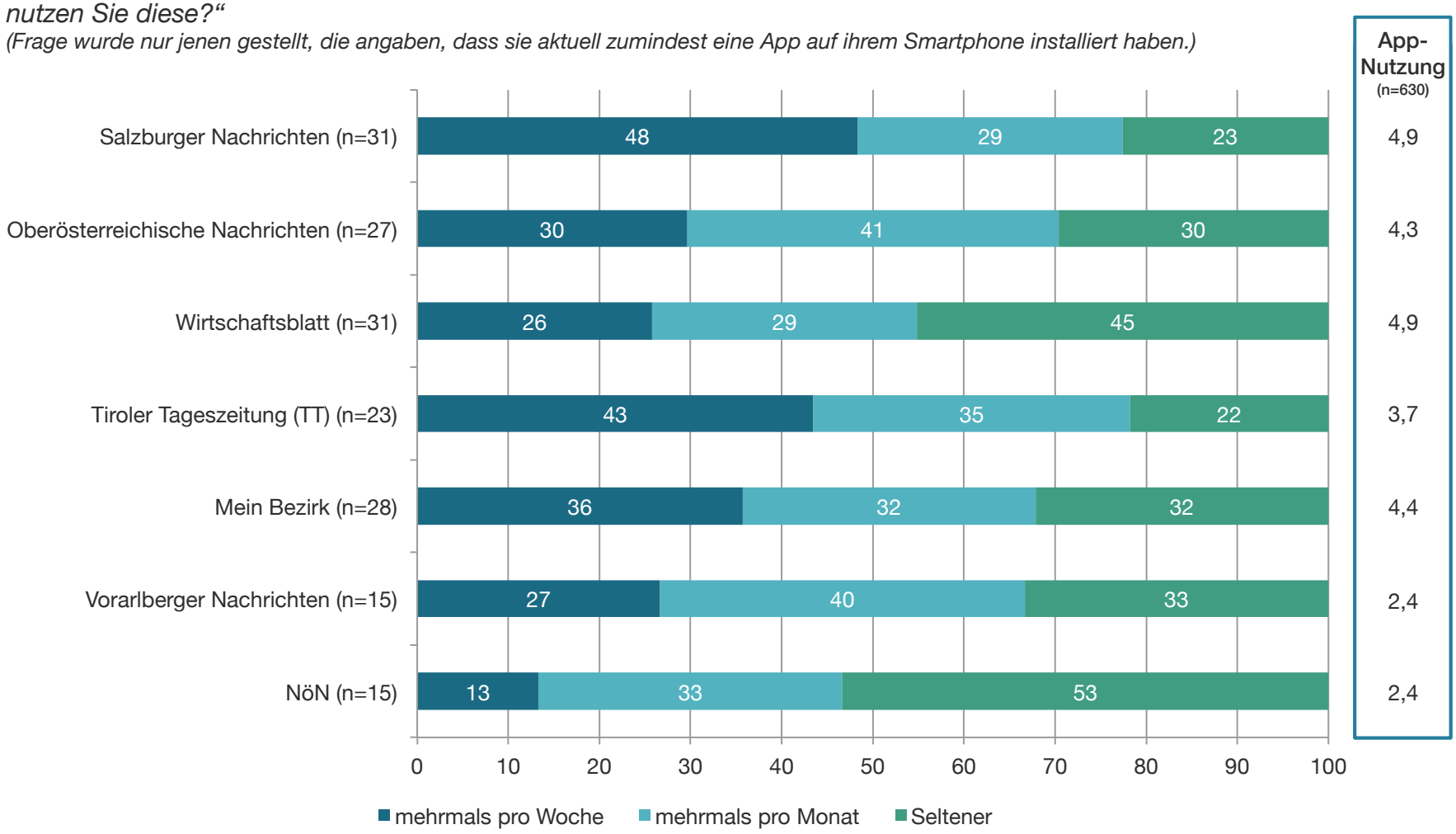
„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Zeitungen auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)



In %, Einfachantwort-Matrix

App-Nutzung: Kategorie „Zeitungen“ (3/3)

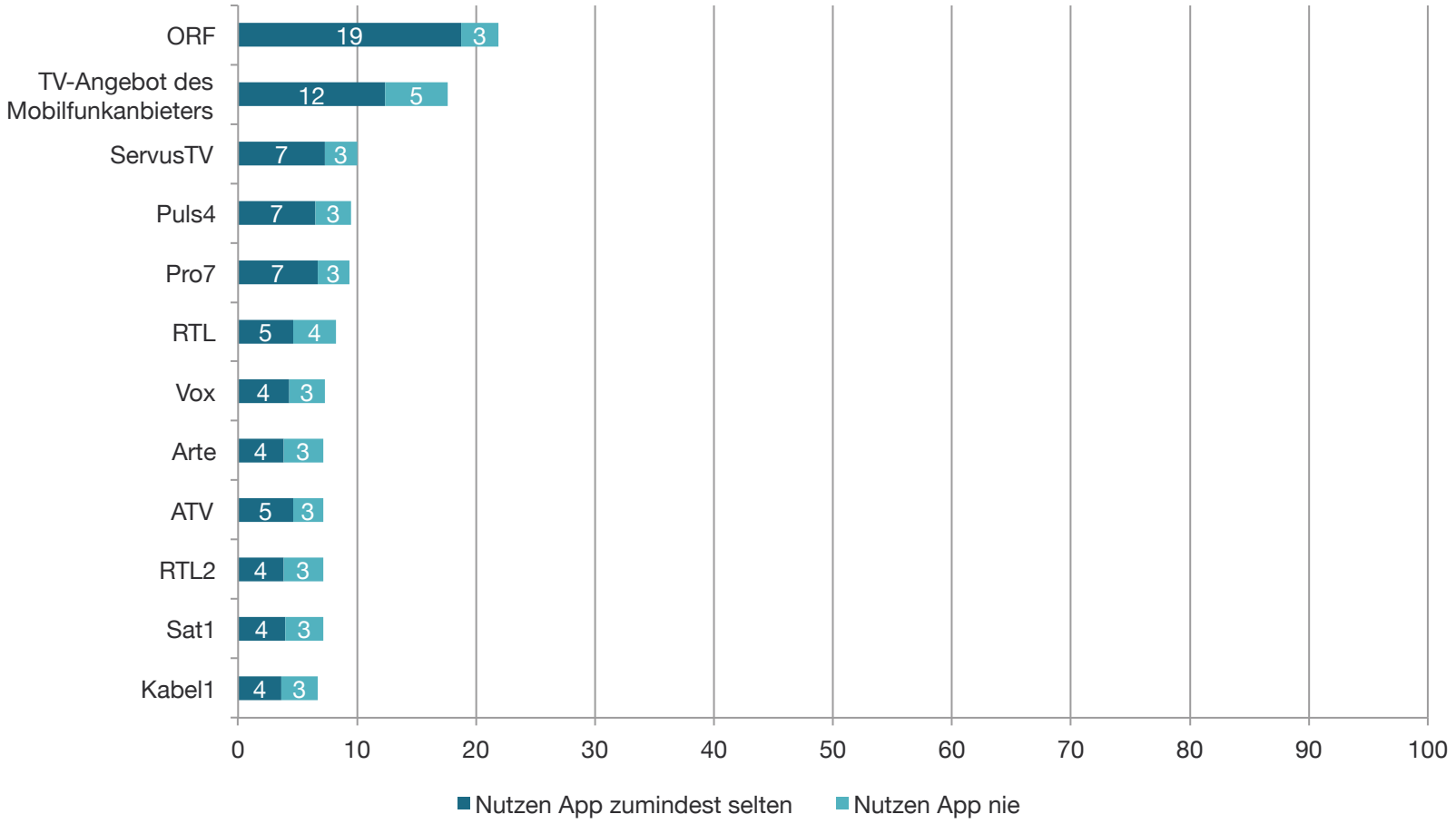
„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Zeitungen auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)



In %, Einfachantwort-Matrix

App-Nutzung: Kategorie „TV“ (1/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie TV auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

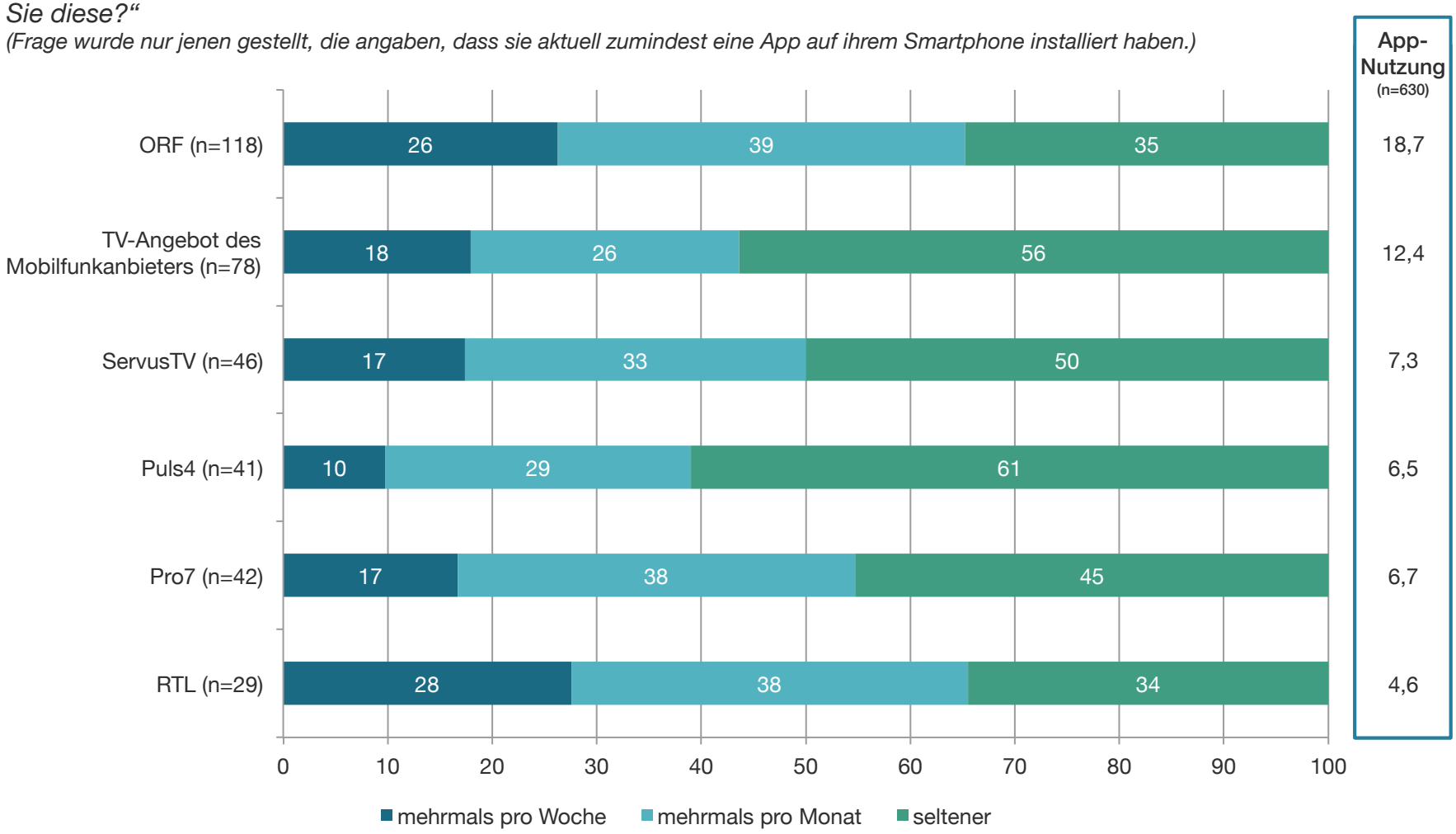


In %, Einfachantwort-Matrix, n=630

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „TV“ (2/3)

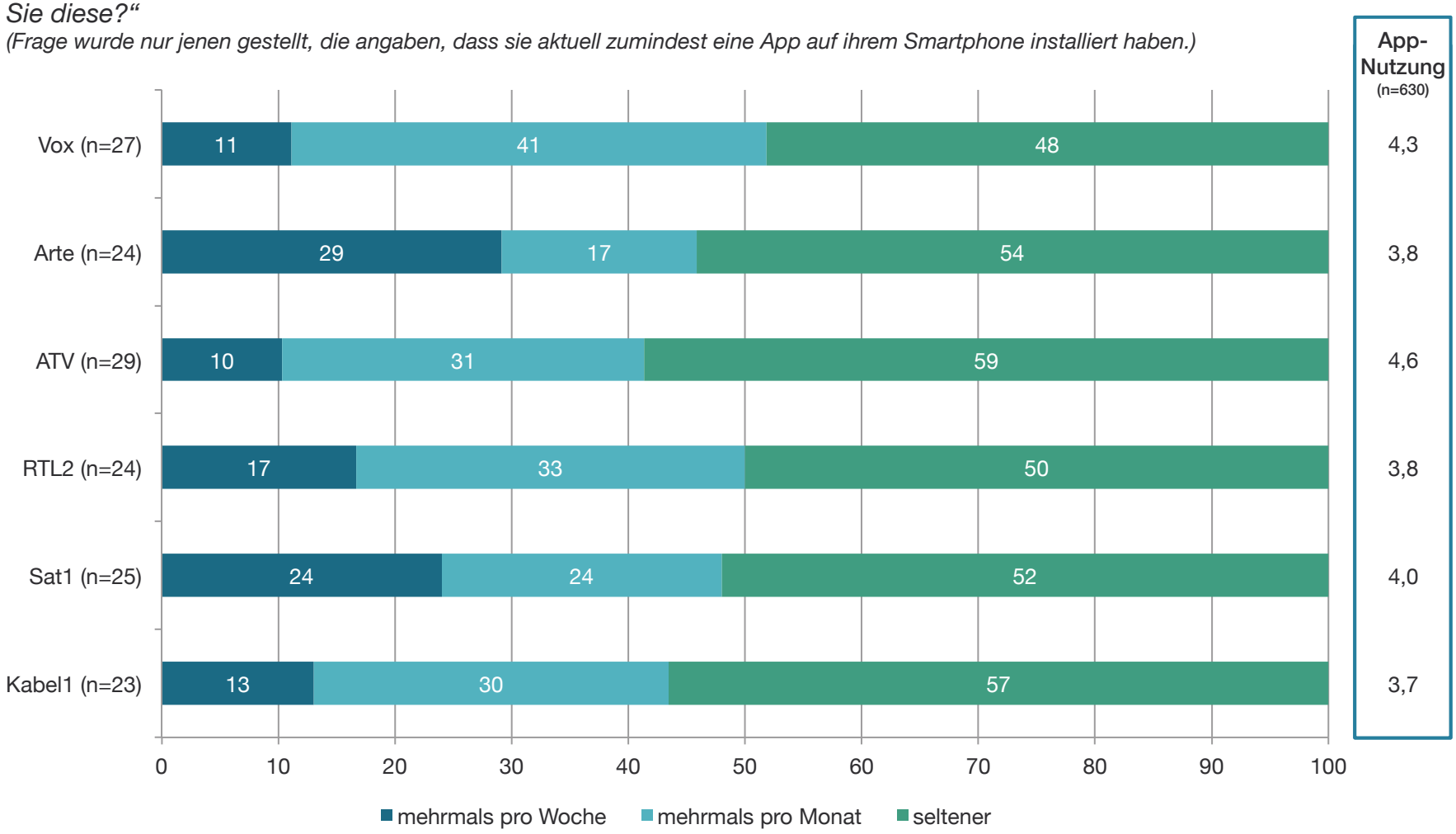
„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie TV auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)



In %, Einfachantwort-Matrix

App-Nutzung: Kategorie „TV“ (3/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie TV auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

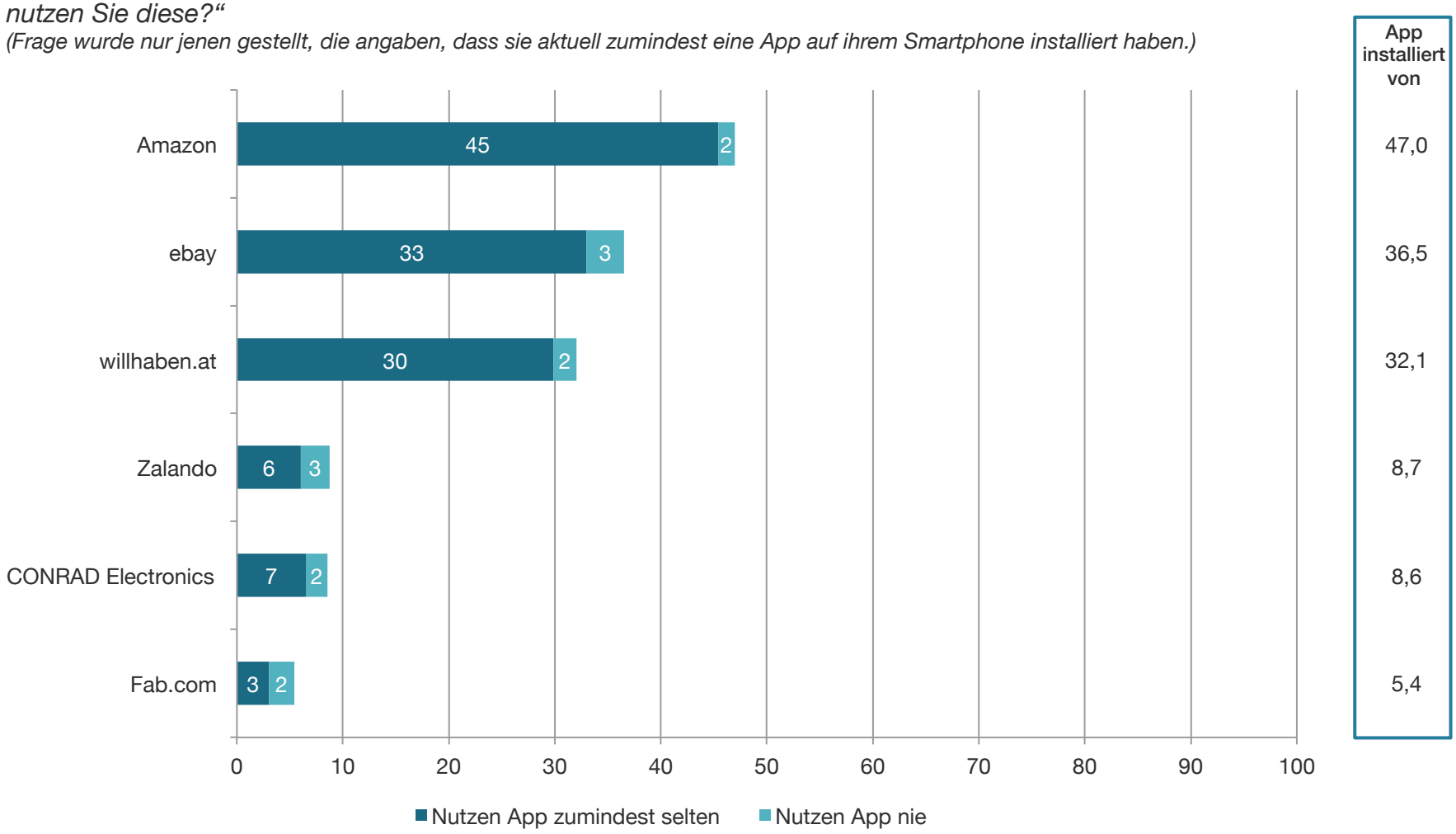


In %, Einfachantwort-Matrix

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Online-Shopping“ (1/2)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Online-Shopping auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

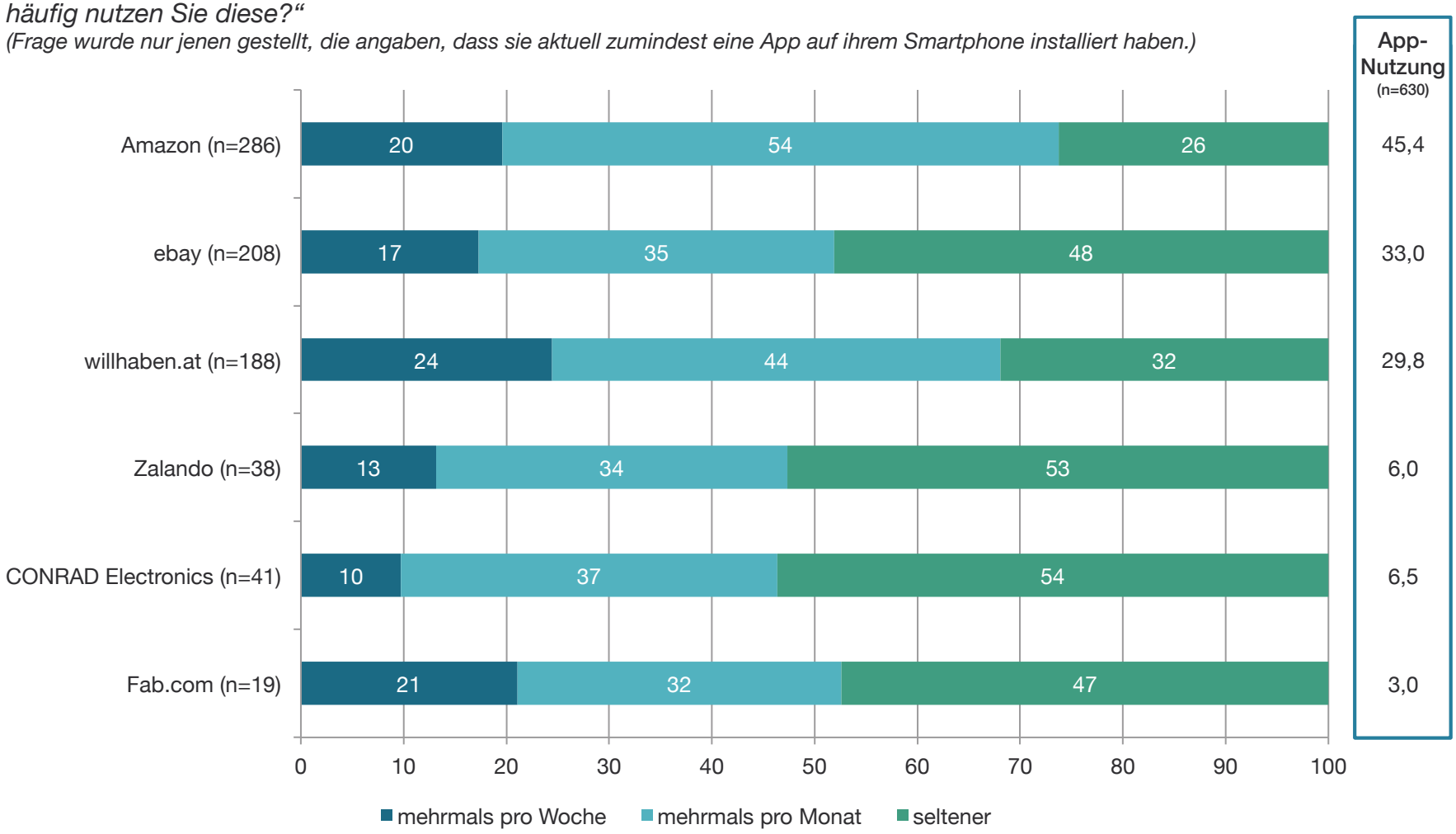


In %, Einfachantwort-Matrix, n=630

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Online-Shopping“ (2/2)

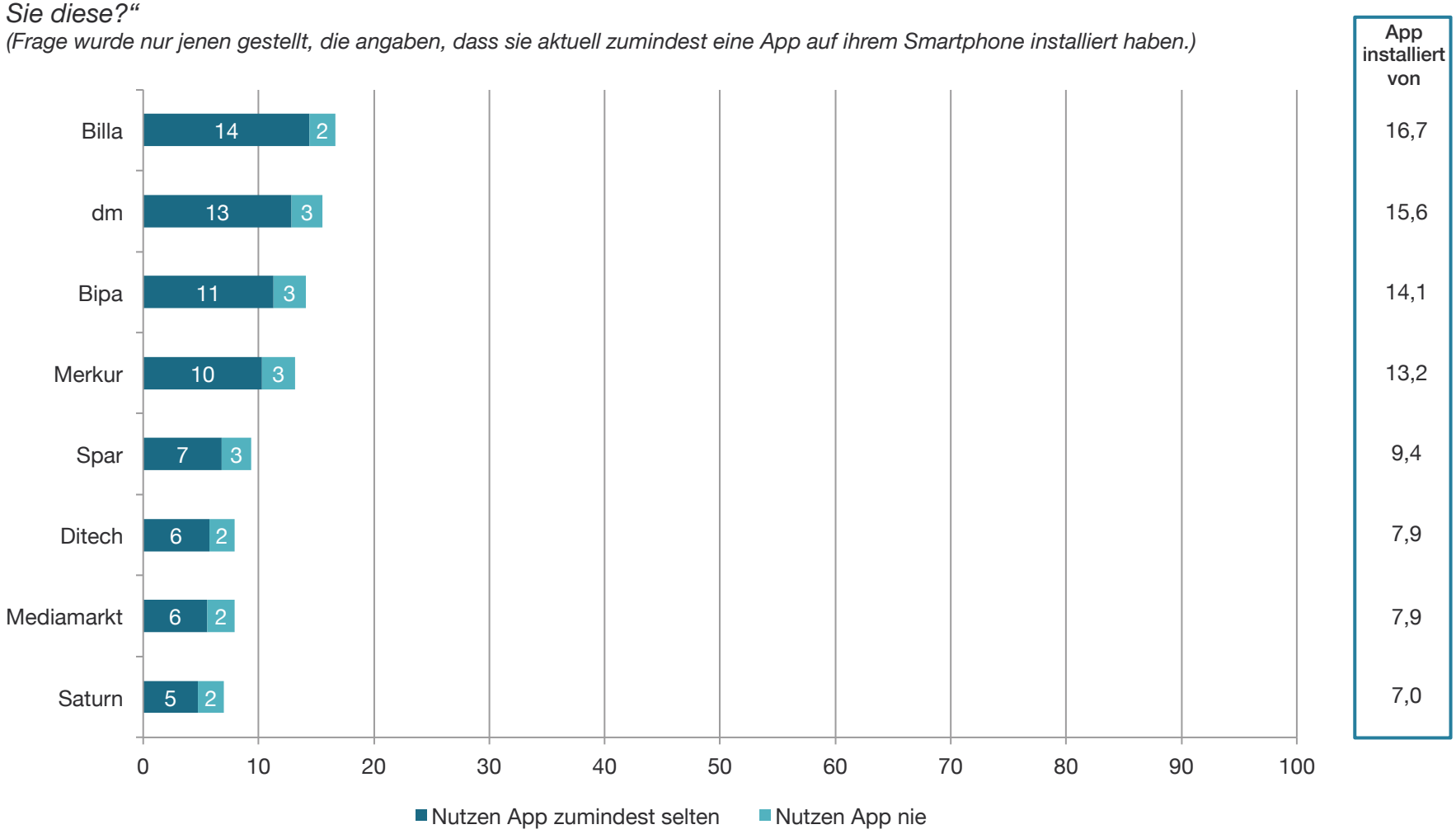
„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Online-Shopping auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)



In %, Einfachantwort-Matrix

App-Nutzung: Kategorie „Shopping“ (1/2)

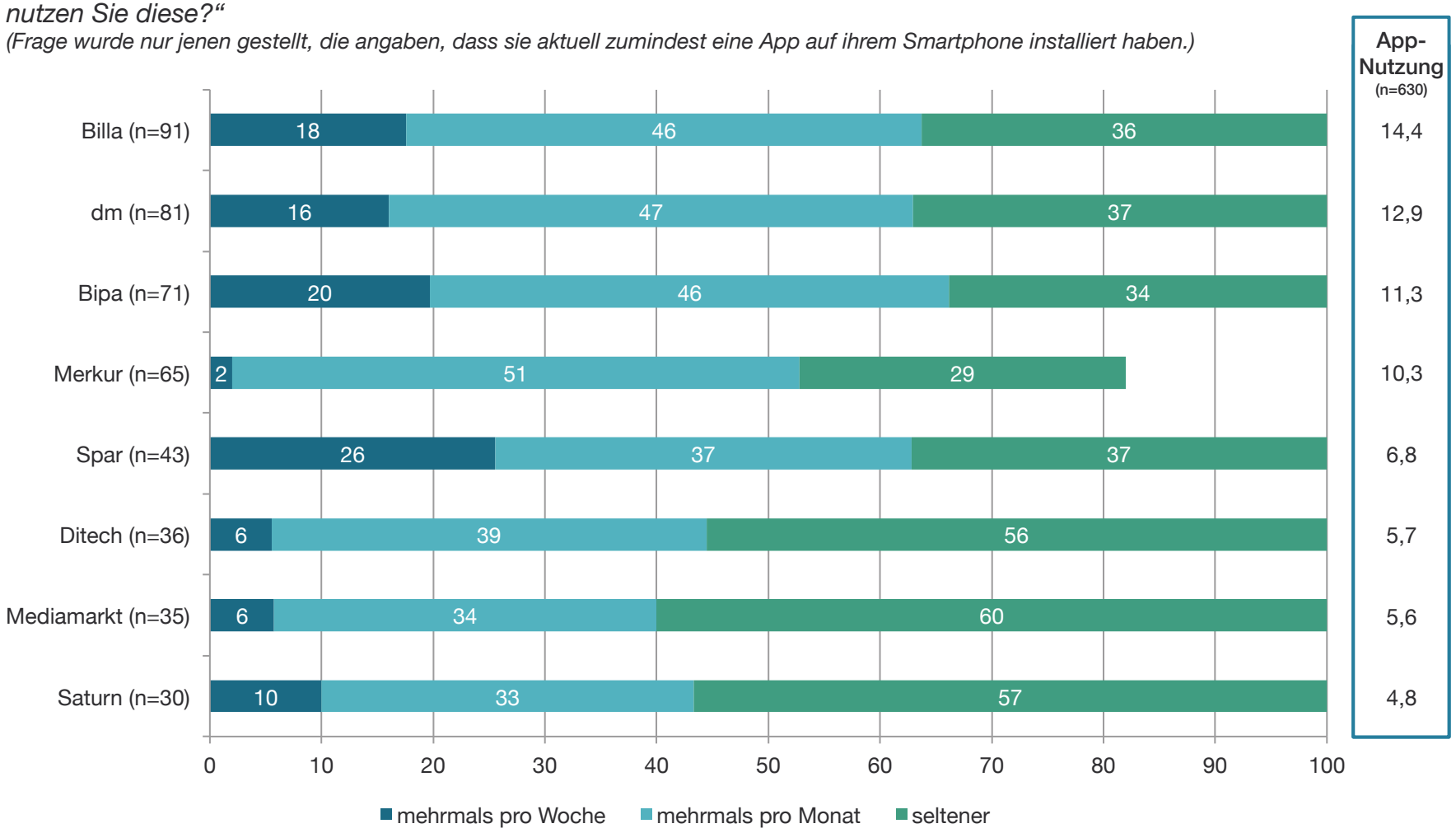
„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Shopping auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)



In %, Einfachantwort-Matrix, n=630

App-Nutzung: Kategorie „Shopping“ (2/2)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Shopping auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

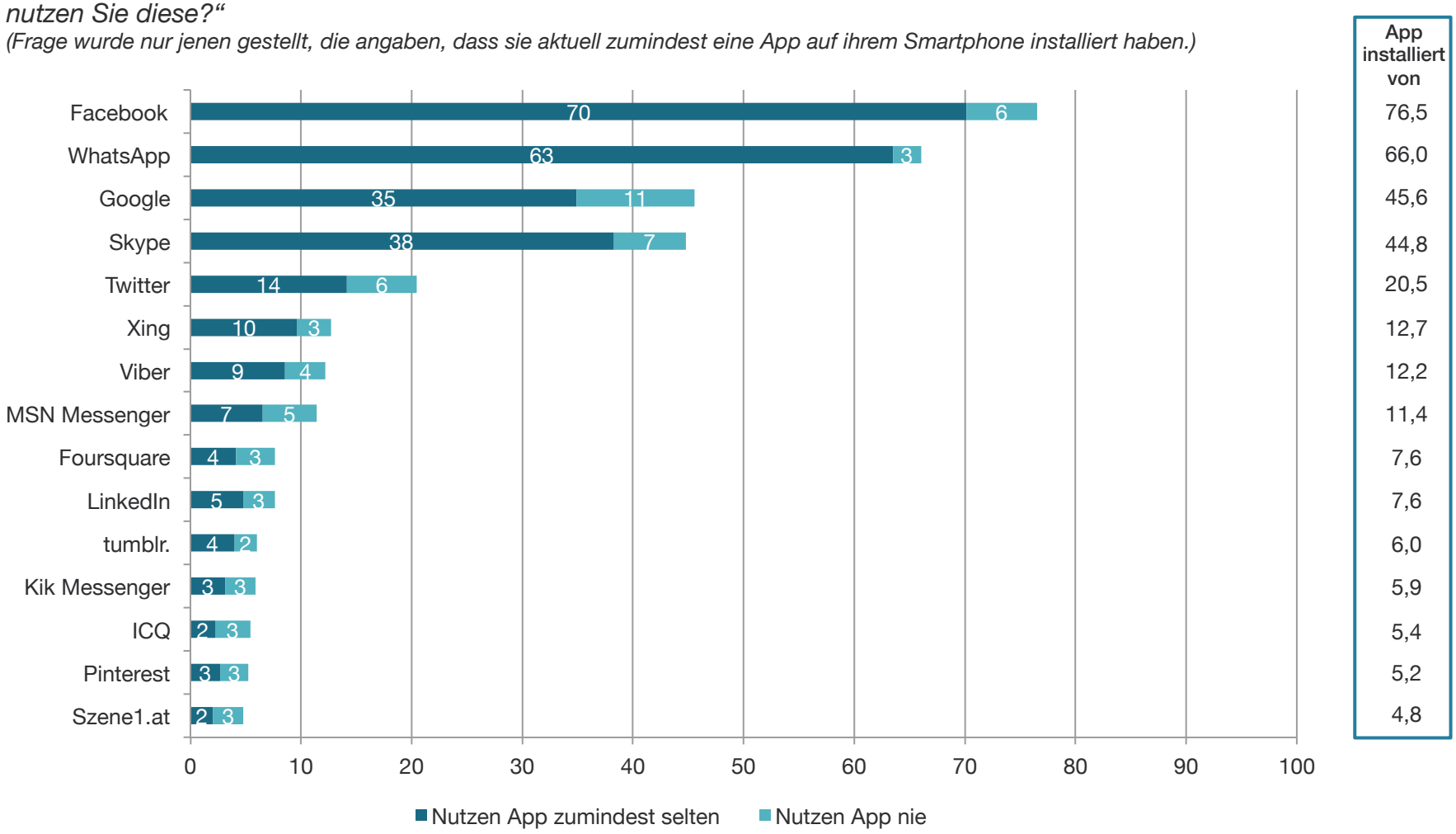


In %, Einfachantwort-Matrix

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Soziale Netzwerke“ (1/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Soziale Netzwerke auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

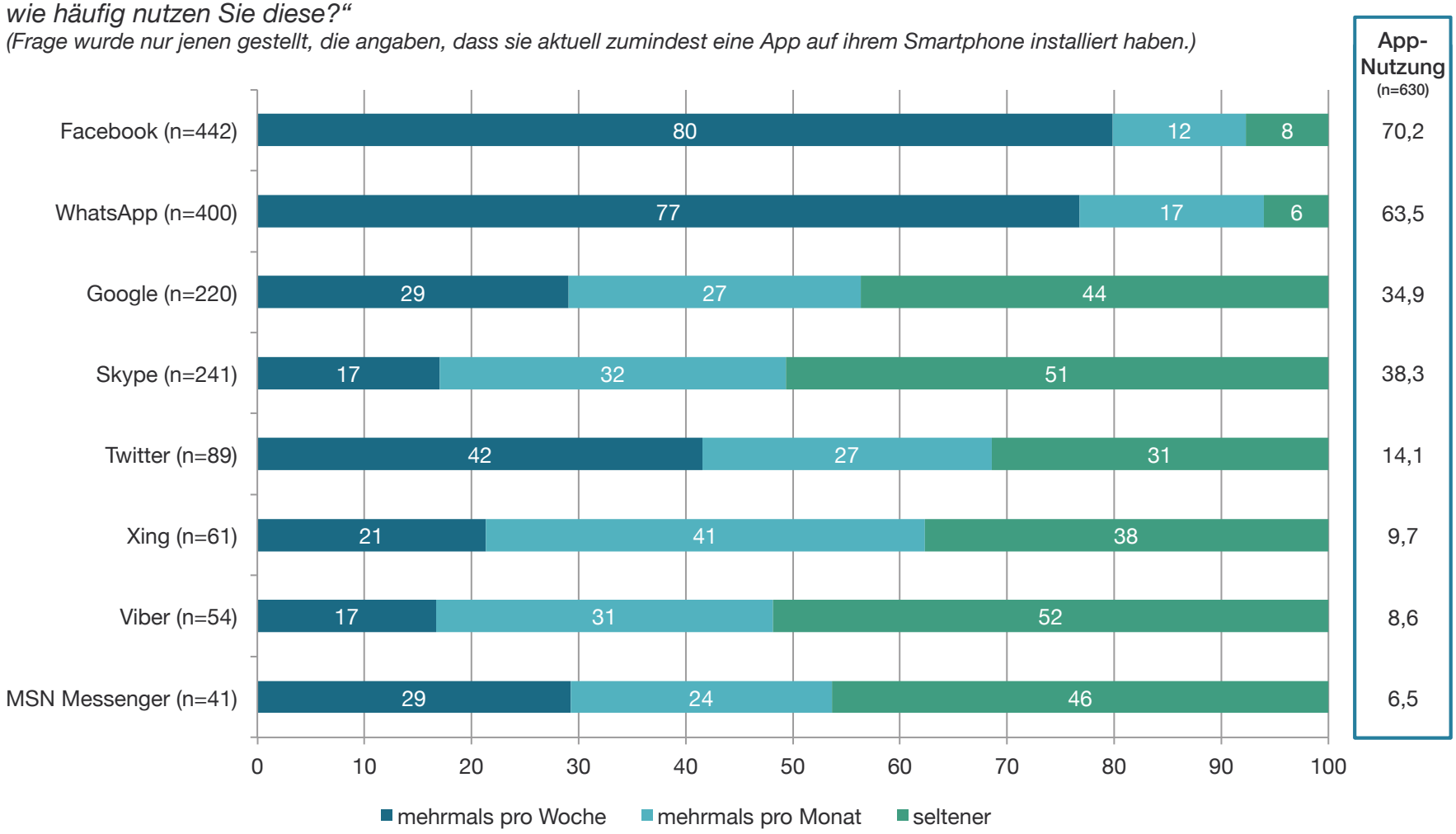


In %, Einfachantwort-Matrix, n=630

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Soziale Netzwerke“ (2/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Soziale Netzwerke auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

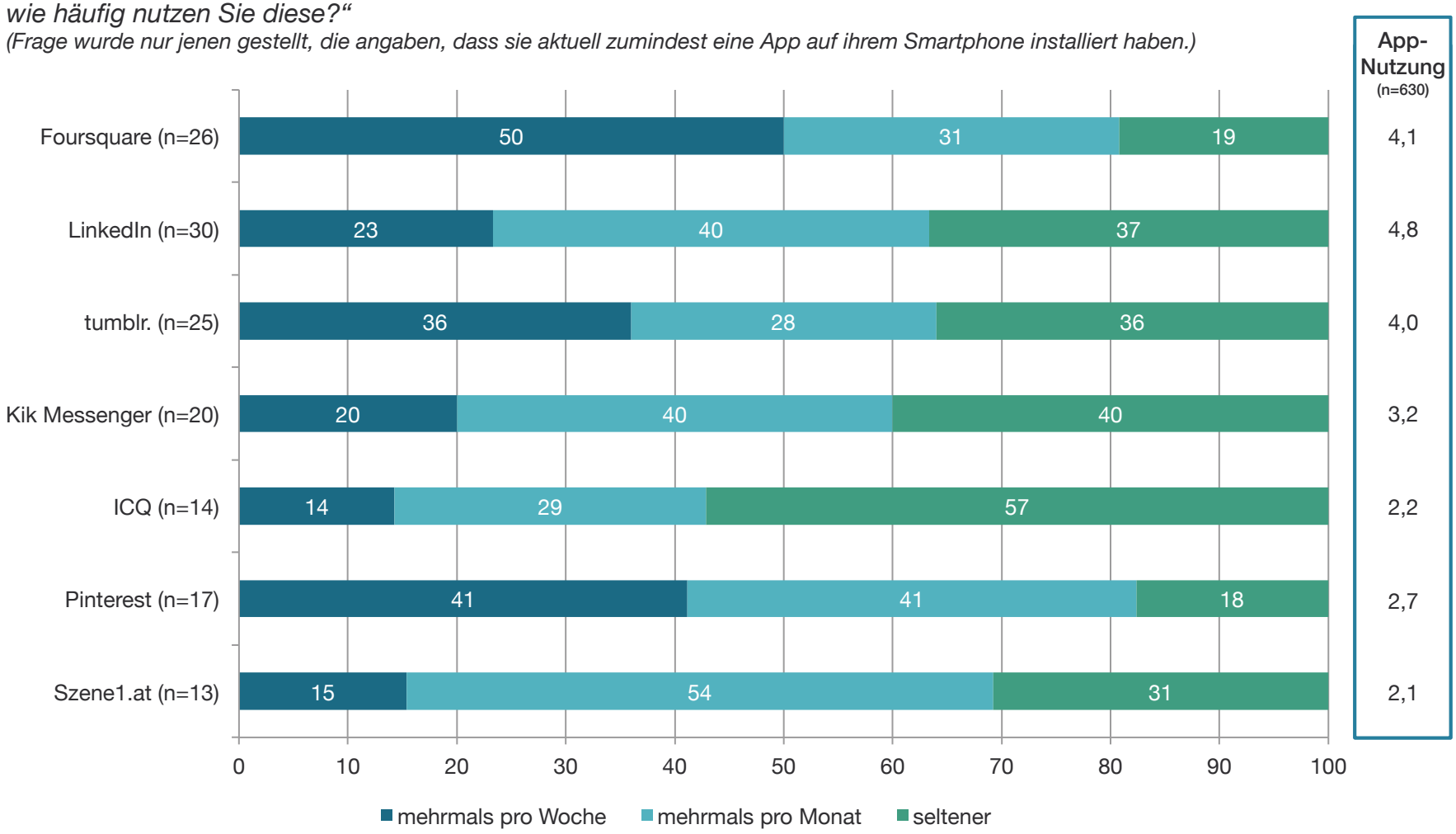


In %, Einfachantwort-Matrix

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Soziale Netzwerke“ (3/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Soziale Netzwerke auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

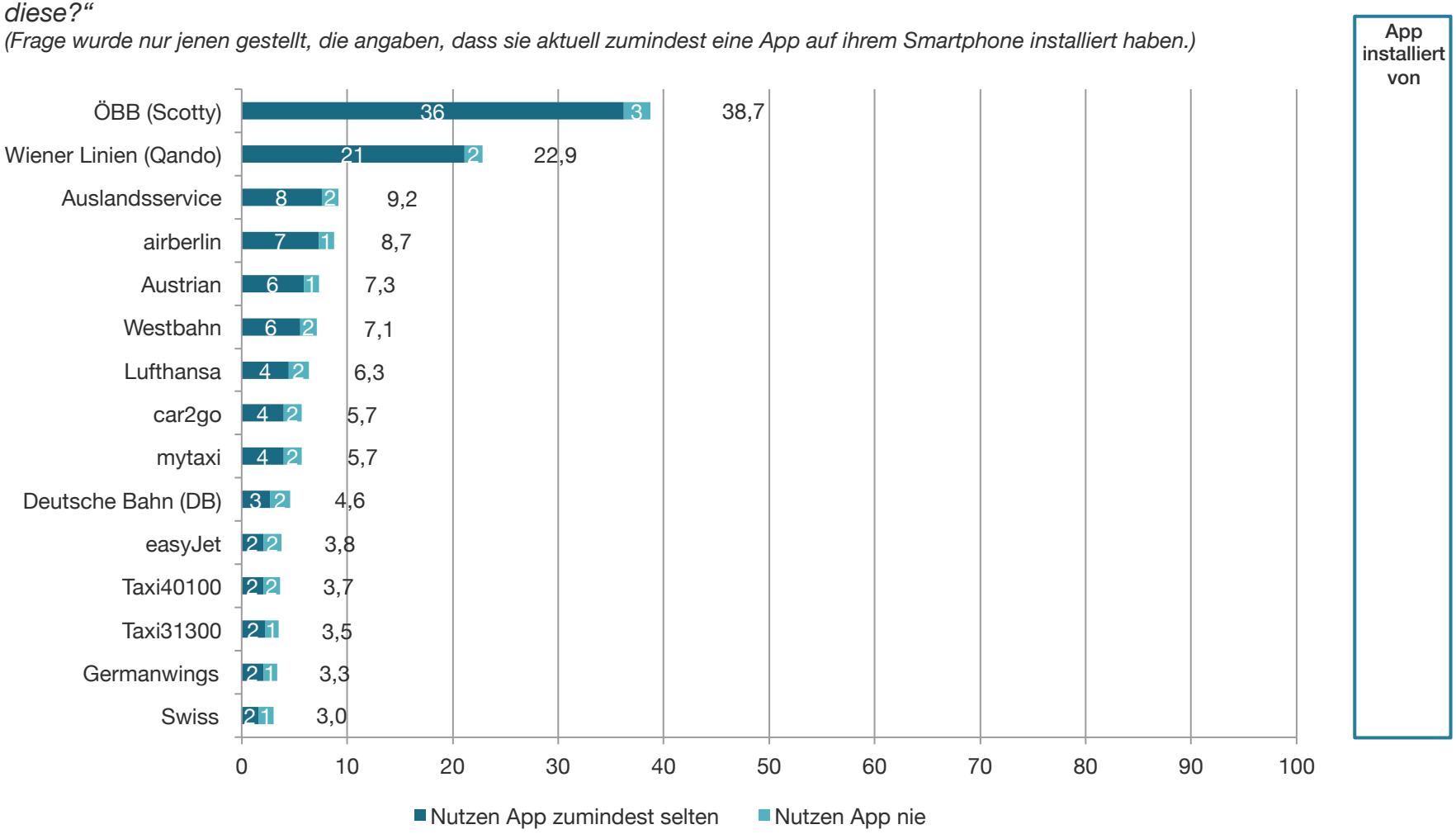


In %, Einfachantwort-Matrix

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Reisen“ (1/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Reisen auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

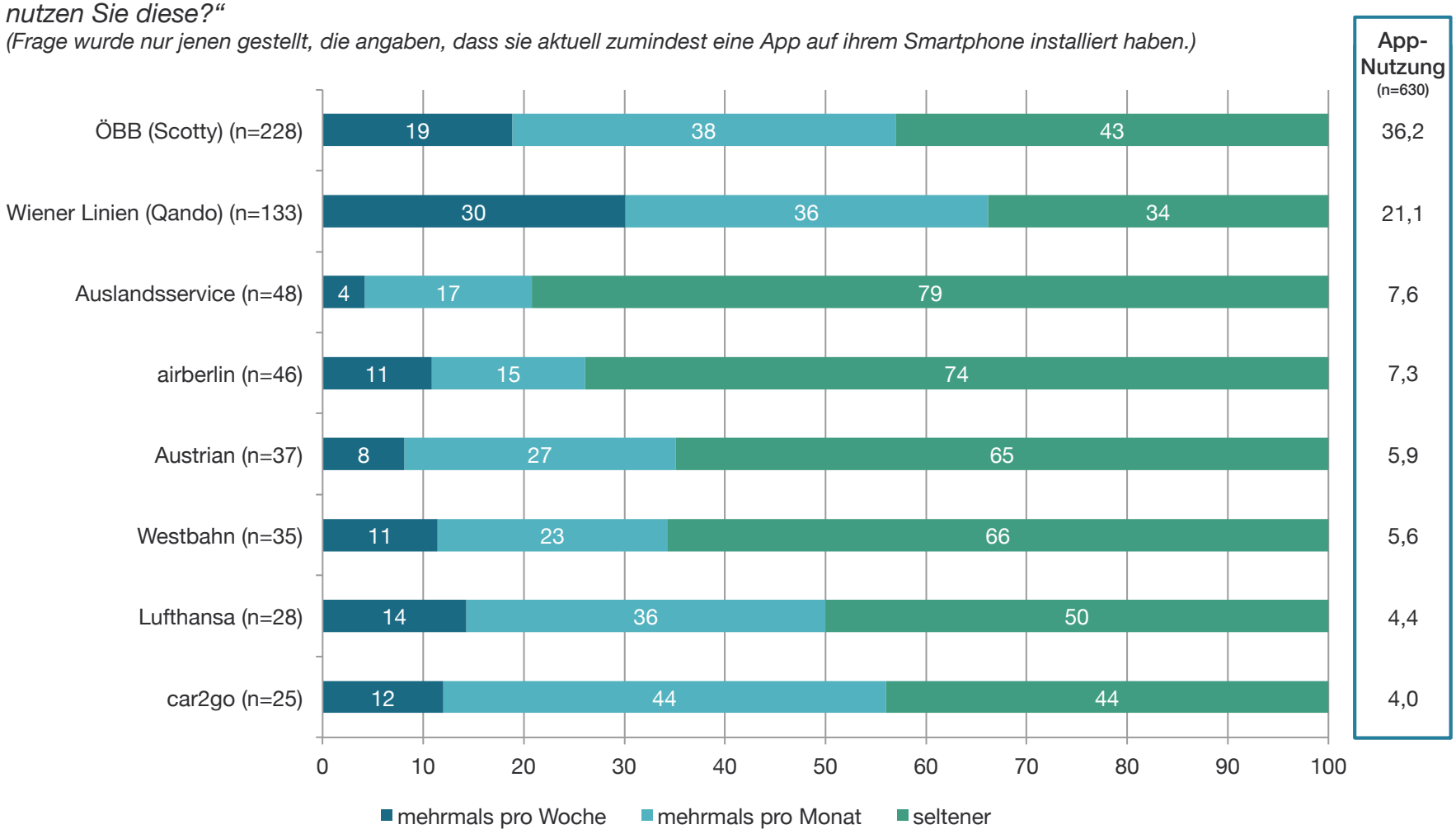


In %, Einfachantwort-Matrix, n=630

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Reisen“ (2/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Reisen auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)

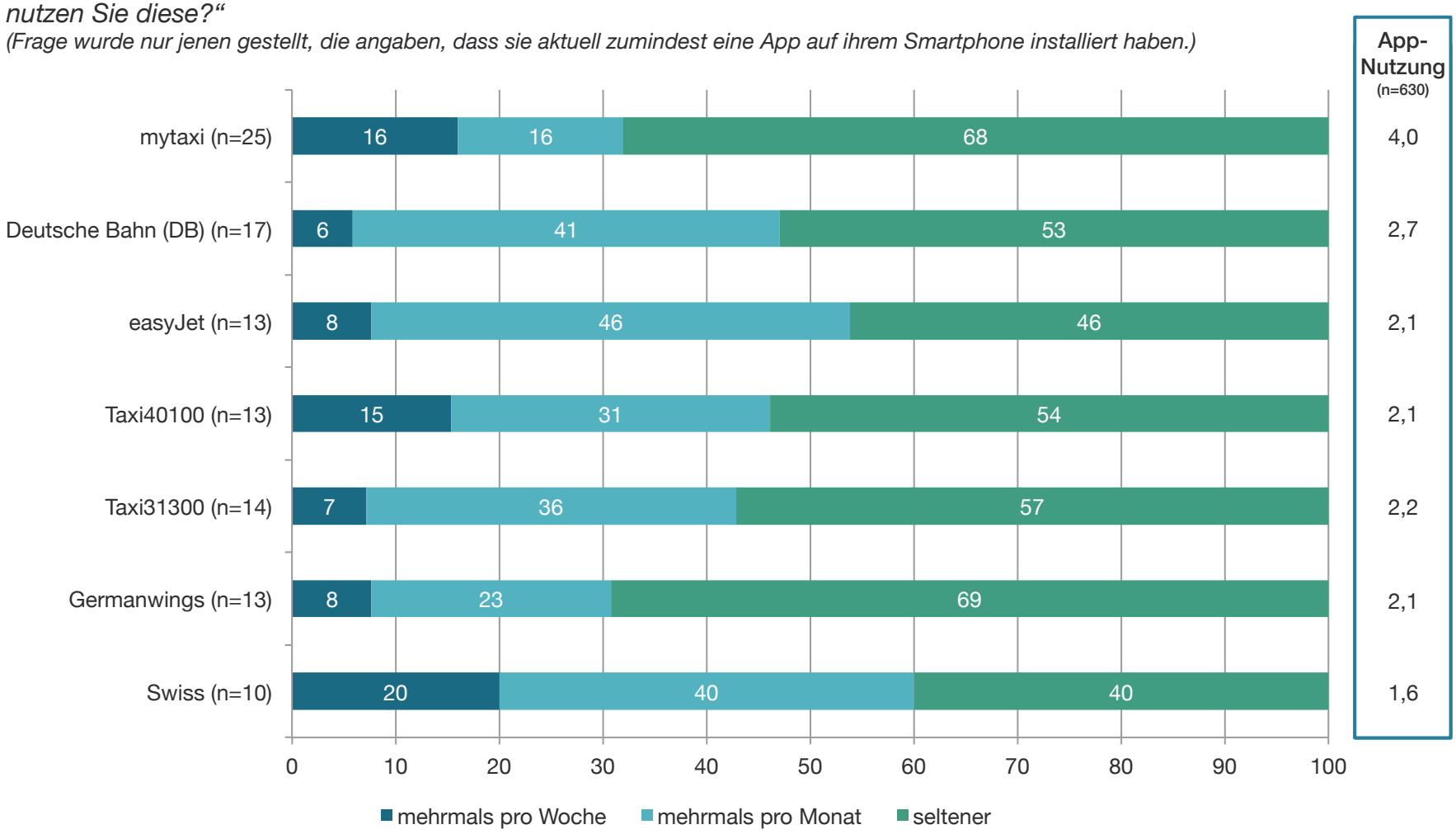


In %, Einfachantwort-Matrix

mindtake RESEARCH

App-Nutzung: Kategorie „Reisen“ (3/3)

„Haben Sie die folgenden Apps der Kategorie Reisen auf Ihrem Smartphone installiert und wenn ja, wie häufig nutzen Sie diese?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie aktuell zumindest eine App auf ihrem Smartphone installiert haben.)



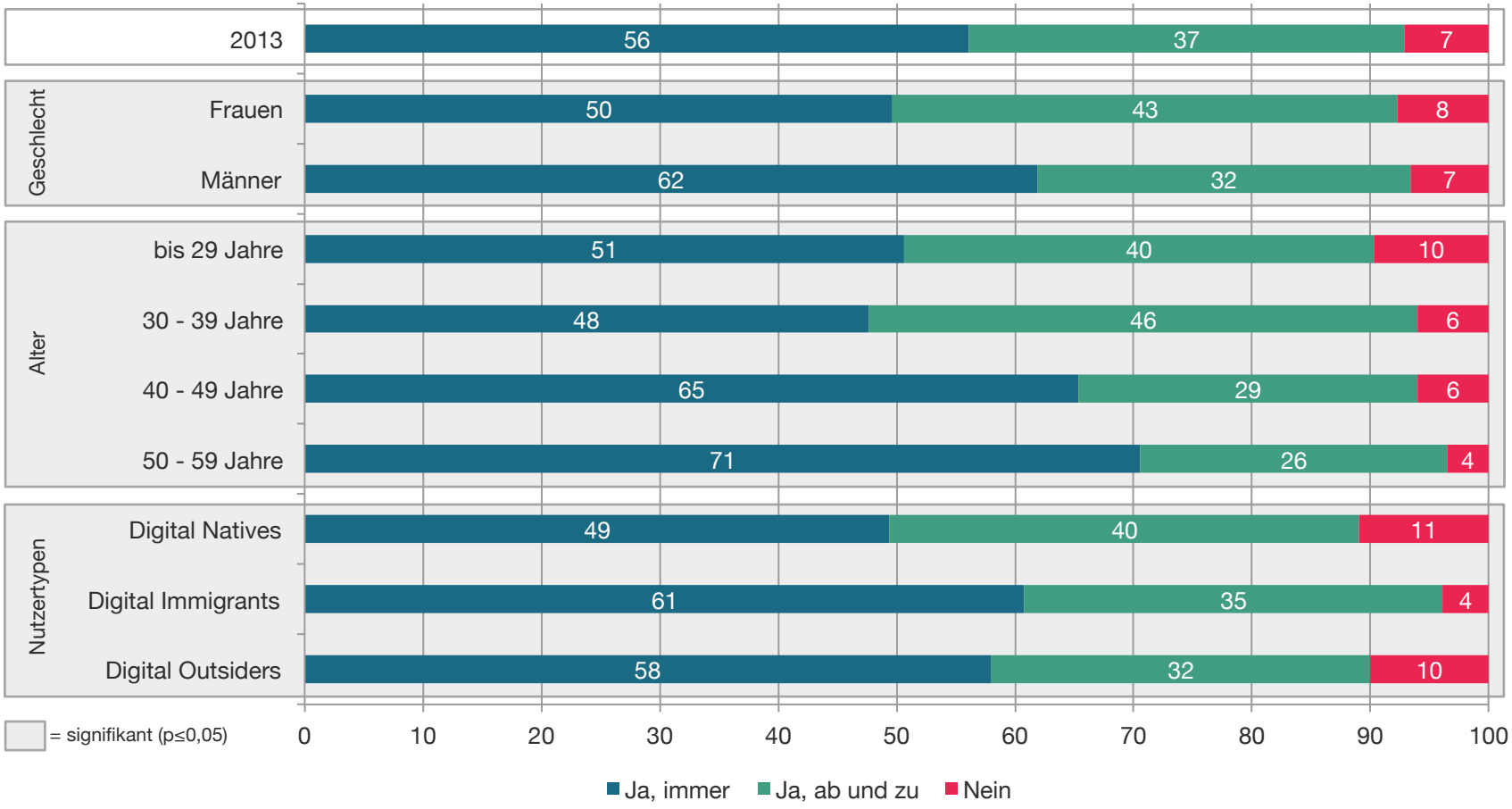
In %, Einfachantwort-Matrix

mindtake RESEARCH

Beachtung der Zugriffsrechte bei der Installation einer App (1/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

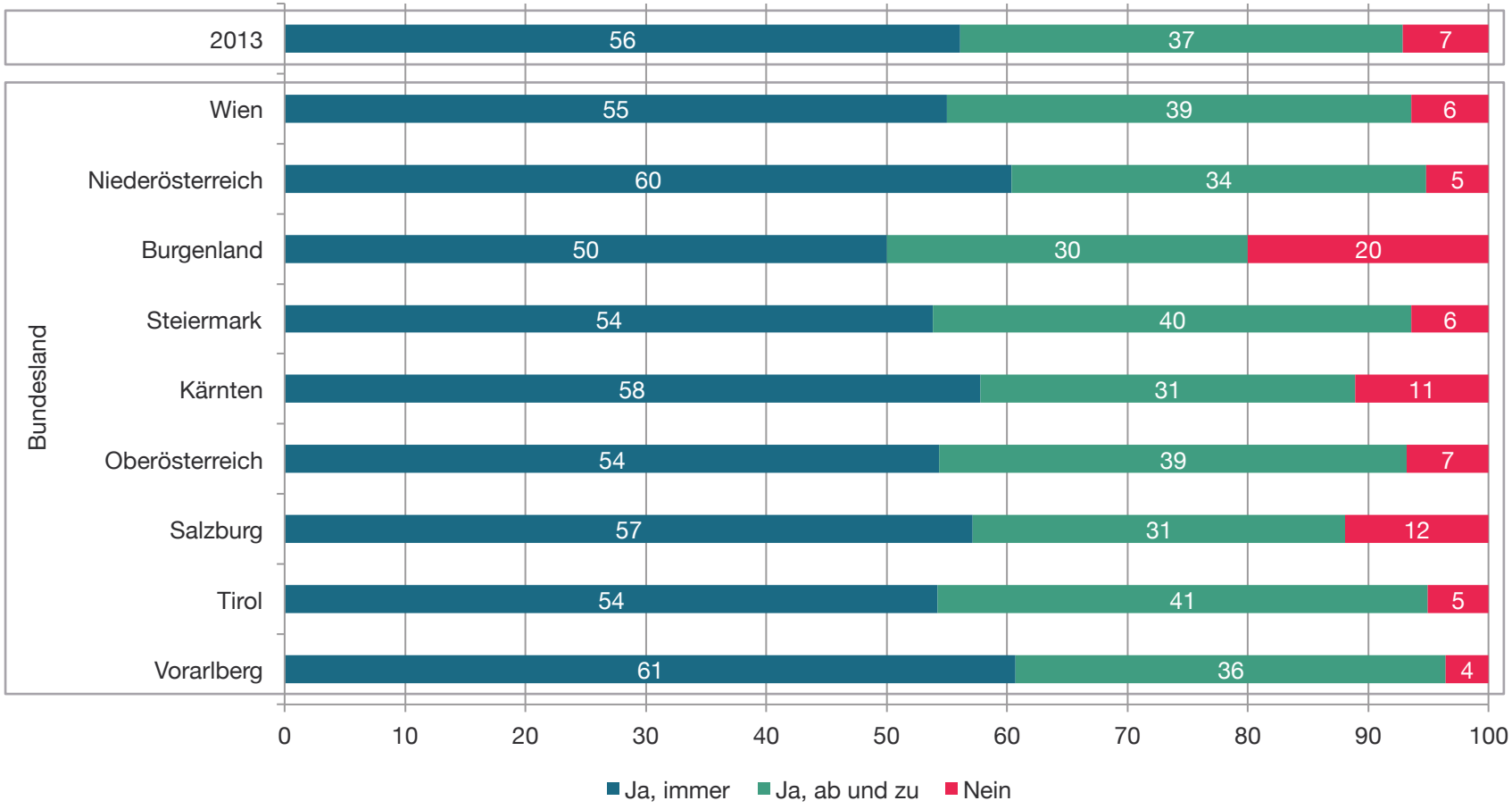
„Achten Sie bei der Installation darauf, auf welche Funktionen die App Zugriff haben wird?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal ein App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=631, n(Frauen)=298, n(Männer)=333, n(bis 29)=247, n(30-39)=149, n(40-49)=150, n(50-59)=85, n(Digital Natives)=247, n(Digital Immigrants)=334, n(Digital Outsiders)=50

Beachtung der Zugriffsrechte bei der Installation einer App (2/2)
Bundesland

„Achten Sie bei der Installation darauf, auf welche Funktionen die App Zugriff haben wird?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal ein App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)

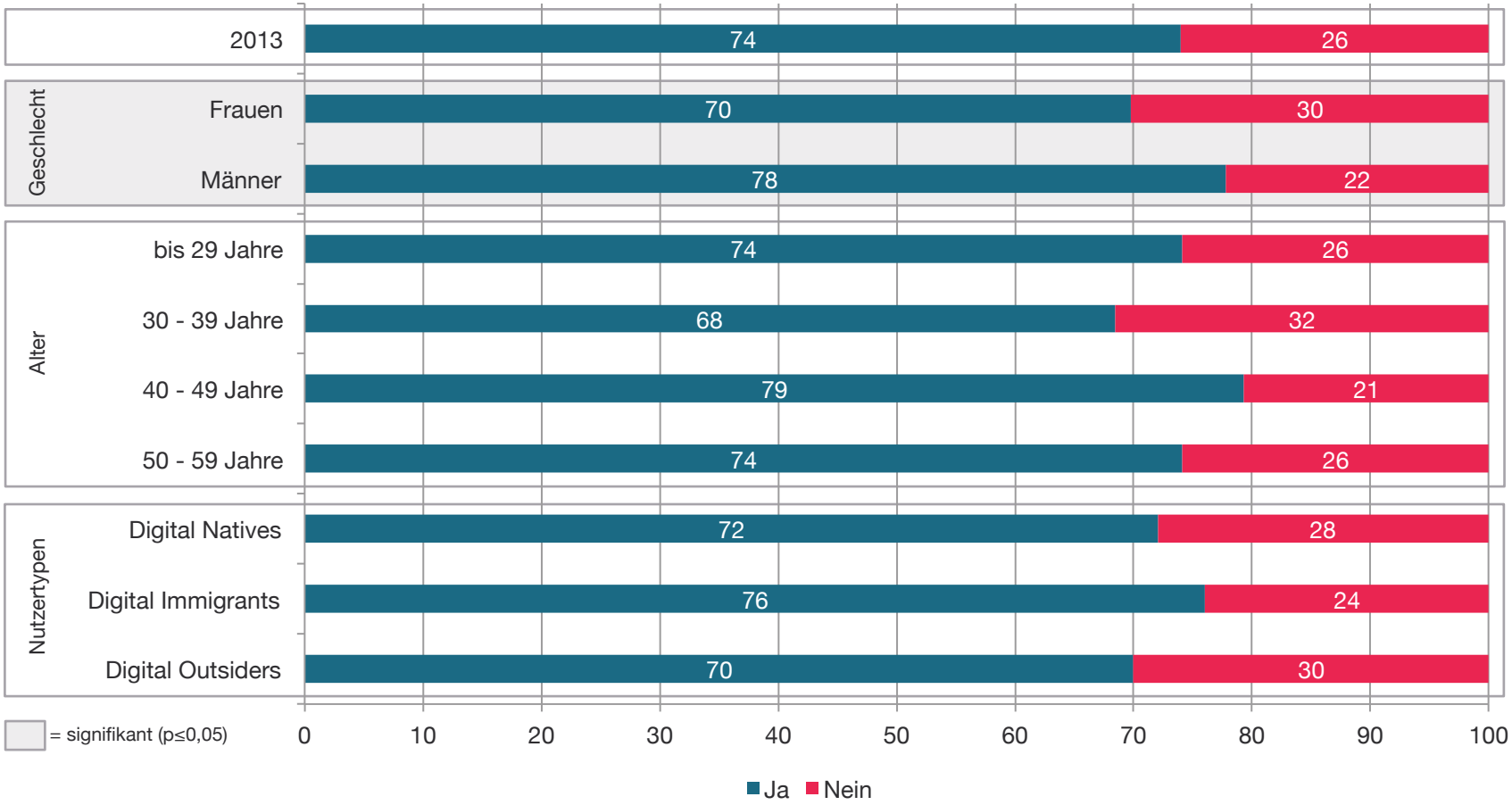


In %, Einfachantwort, n(2013)=631, n(W)=140, n(NÖ)=116, n(Bgld)=20, n(Stmk)=78, n(Ktn)=45, n(OÖ)=103, n(Sbg)=42, n(T)=59, n(Vbg)=28

Keine Installation aufgrund der Zugriffsrechte einer App (1/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

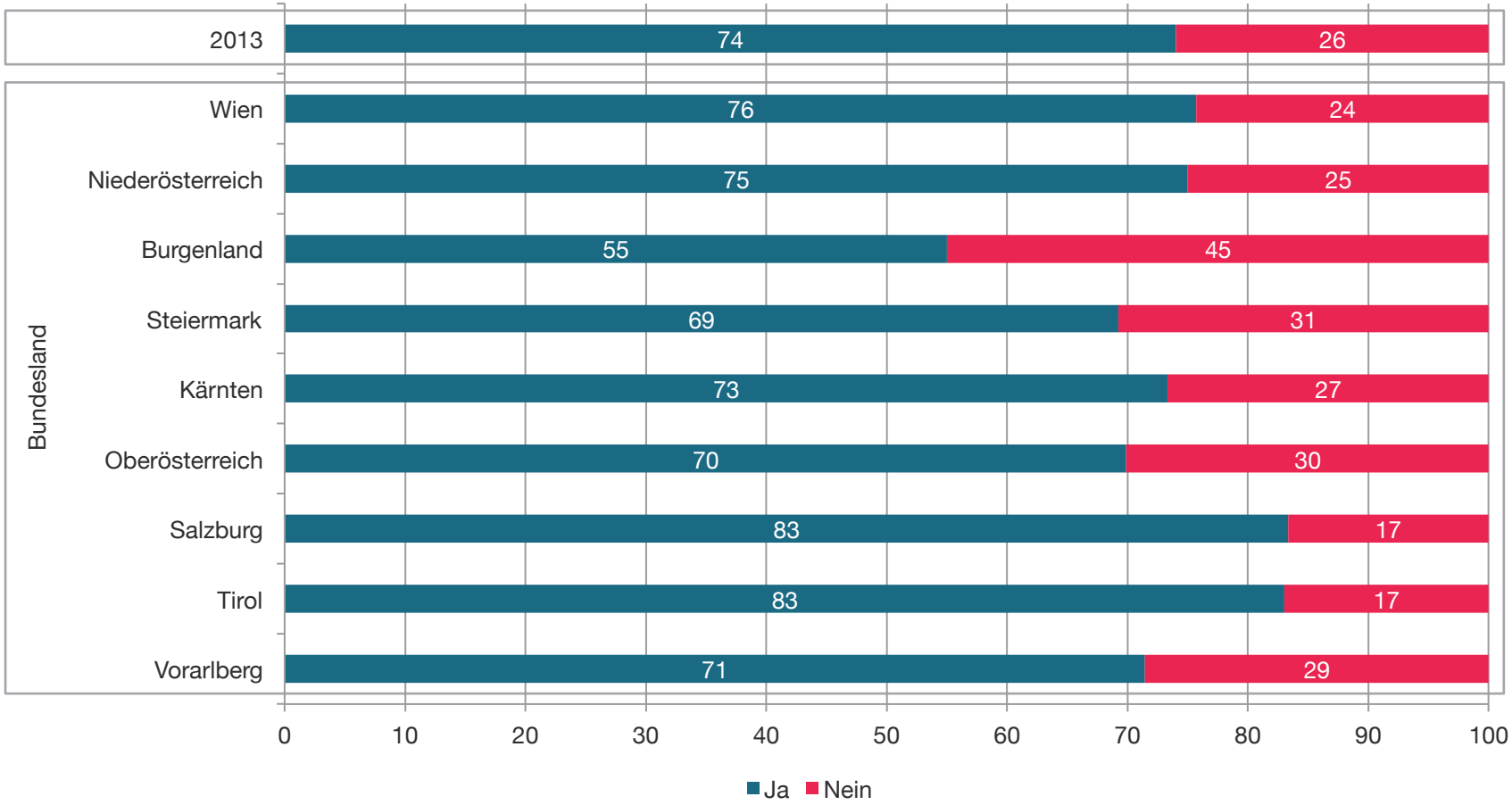
„Haben Sie schon einmal eine App aufgrund der Zugriffsrechte, die mit der Installation verbunden sind, nicht installiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal ein App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=631, n(Frauen)=298, n(Männer)=333, n(bis 29)=247, n(30-39)=149, n(40-49)=150, n(50-59)=85, n(Digital Natives)=247, n(Digital Immigrants)=334, n(Digital Outsiders)=50

Keine Installation aufgrund der Zugriffsrechte einer App (2/2)
Bundesland

„Haben Sie schon einmal eine App aufgrund der Zugriffsrechte, die mit der Installation verbunden sind, nicht installiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal ein App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



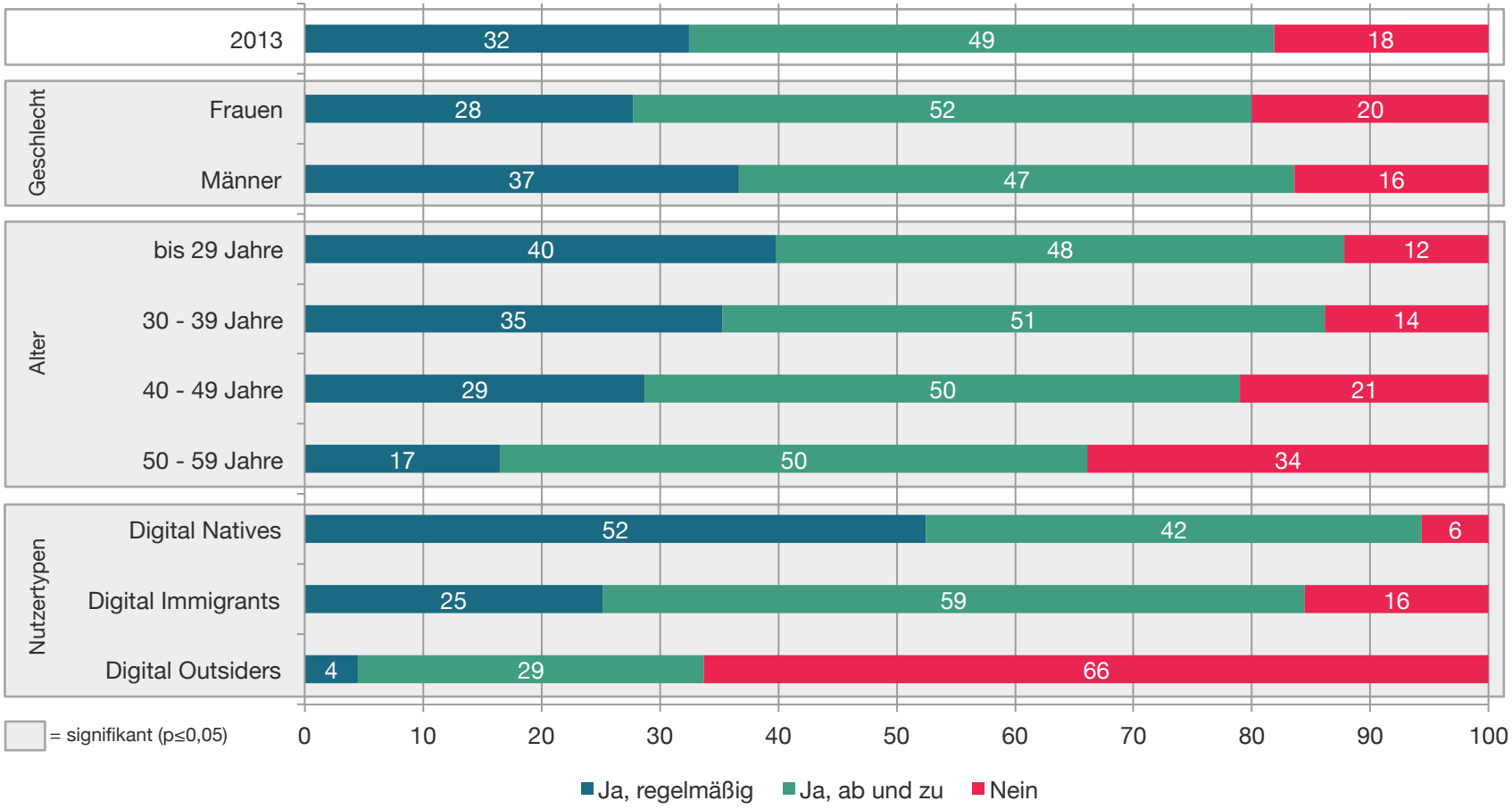
In %, Einfachantwort, n(2013)=631, n(W)=140, n(NÖ)=116, n(Bgld)=20, n(Stmk)=78, n(Ktn)=45, n(OÖ)=103, n(Sbg)=42, n(T)=59, n(Vbg)=28

M-Commerce

Nutzung des Handys um sich online über Produkte zu informieren (1/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Nutzen Sie das Internet auf Ihrem Handy, um sich über Produkte, die Sie kaufen wollen zu informieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

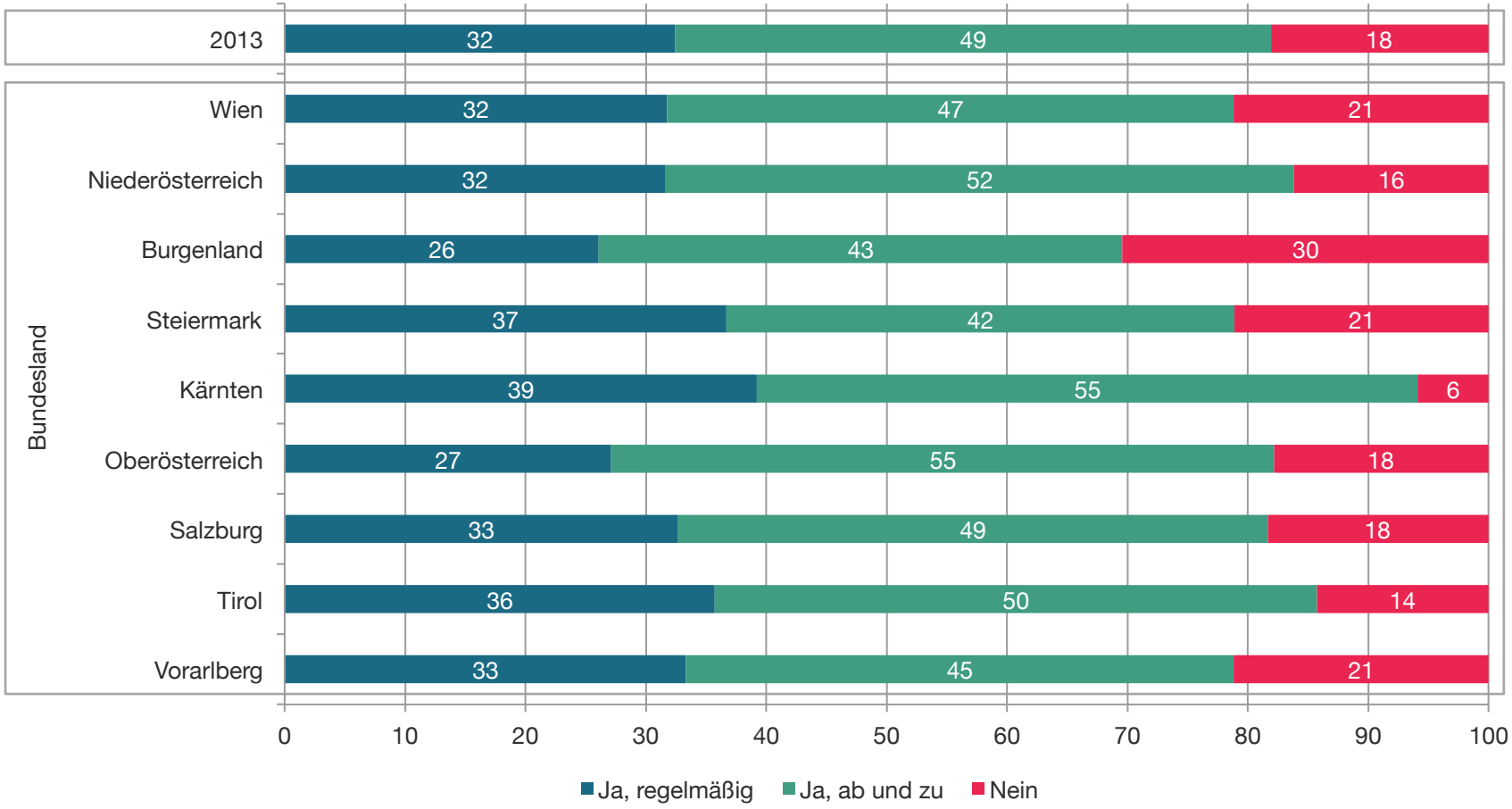


In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Nutzung des Handys um sich online über Produkte zu informieren (1/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Nutzen Sie das Internet auf Ihrem Handy, um sich über Produkte, die Sie kaufen wollen zu informieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

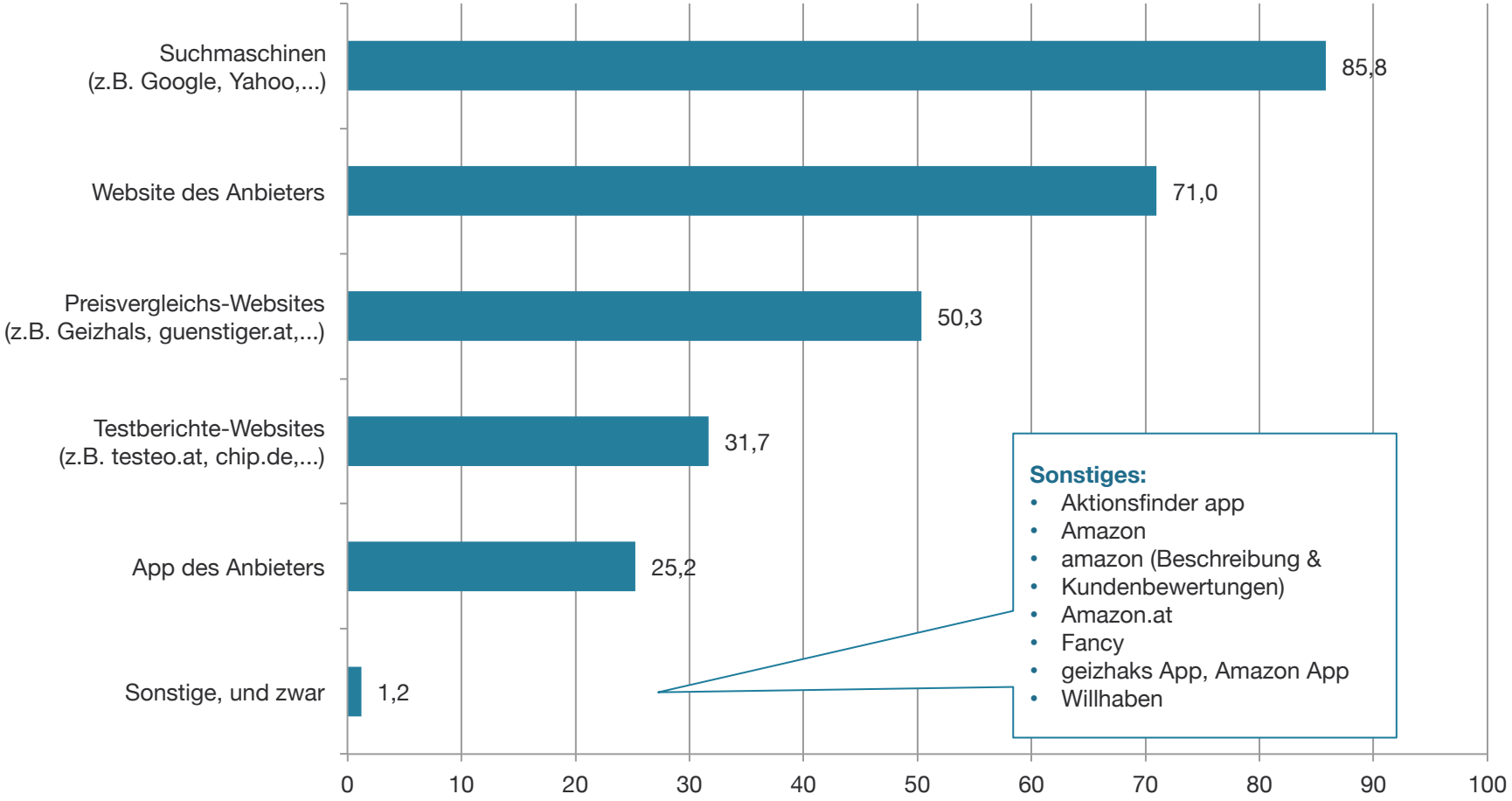


In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

mindtake RESEARCH

Genutzte Services um sich am Handy über Produkten zu informieren (1/4)
Gesamt

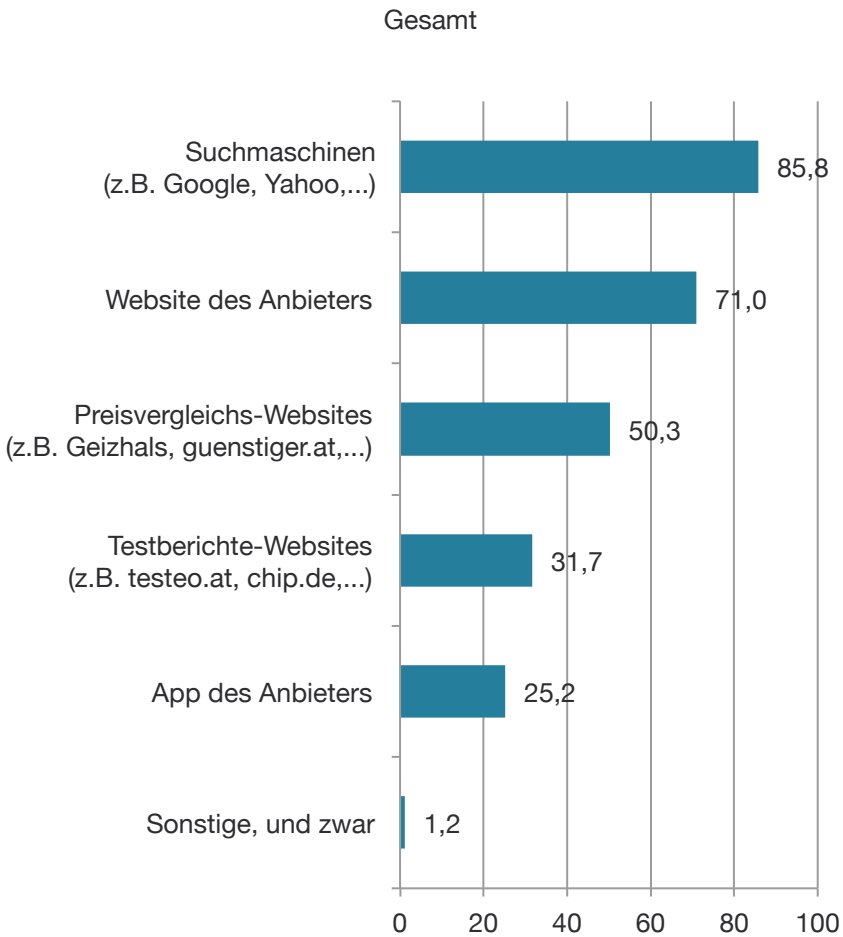
„Welche Services bzw. Internet-Seiten nutzen Sie, um sich auf Ihrem Handy über Produkte zu informieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, sich via Handy über Produkte zu informieren.)



In %, Mehrfachantwort, n=606

Genutzte Services um sich am Handy über Produkten zu informieren (2/4)
Geschlecht, Alter

„Welche Services bzw. Internet-Seiten nutzen Sie, um sich auf Ihrem Handy über Produkte zu informieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, sich via Handy über Produkte zu informieren.)



Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
88,6	83,4	89,5	83,9	82,5	84,2
67,5	73,9	69,3	74,5	67,1	76,3
41,8	57,7	46,2	53,0	53,1	52,6
26,4	36,2	38,7	30,9	27,3	19,7
23,9	26,4	29,4	21,5	21,7	26,3
0,7	1,5	1,3	0,7	2,1	0,0

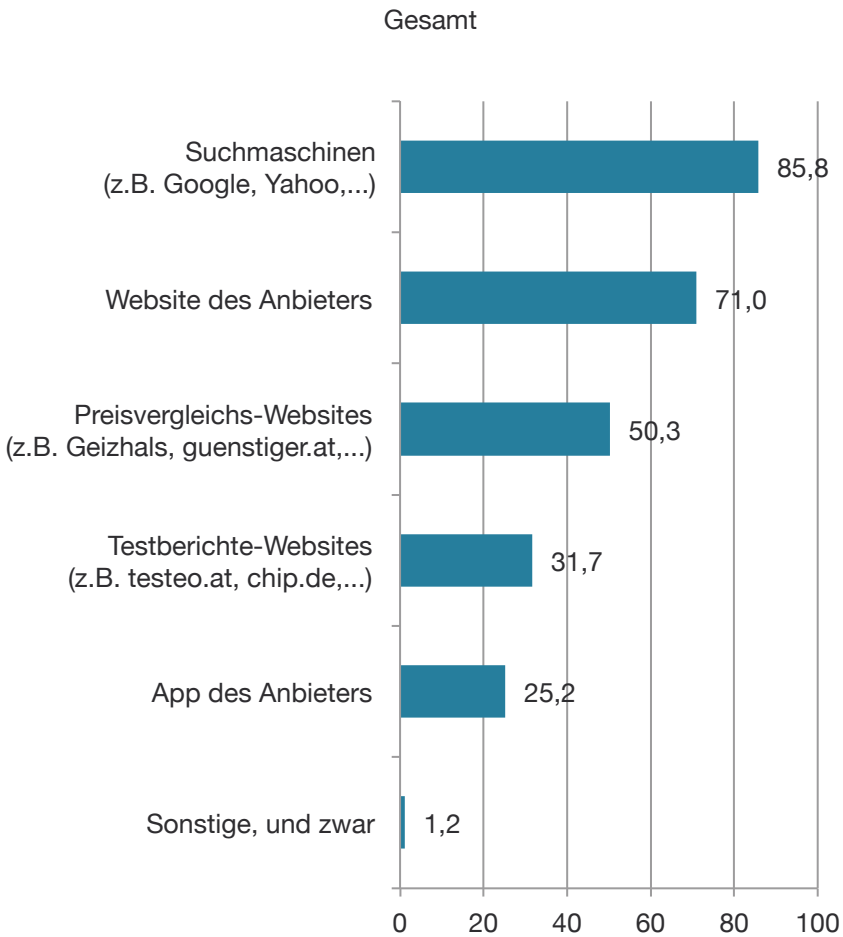
= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=606, n(Frauen)=280, n(Männer)=326, n(bis 29)=238, n(30-39)=149, n(40-49)=143, n(50-59)=76

Genutzte Services um sich am Handy über Produkten zu informieren (3/4)

Nutzertypen

„Welche Services bzw. Internet-Seiten nutzen Sie, um sich auf Ihrem Handy über Produkte zu informieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, sich via Handy über Produkte zu informieren.)



Nutzertypen		
Digital Natives	Digital Immigrants	Digital Outsiders
86,8	86,5	70,0
74,4	69,0	63,3
53,2	50,6	23,3
36,8	29,4	13,3
30,8	22,1	13,3
2,4	0,3	0,0

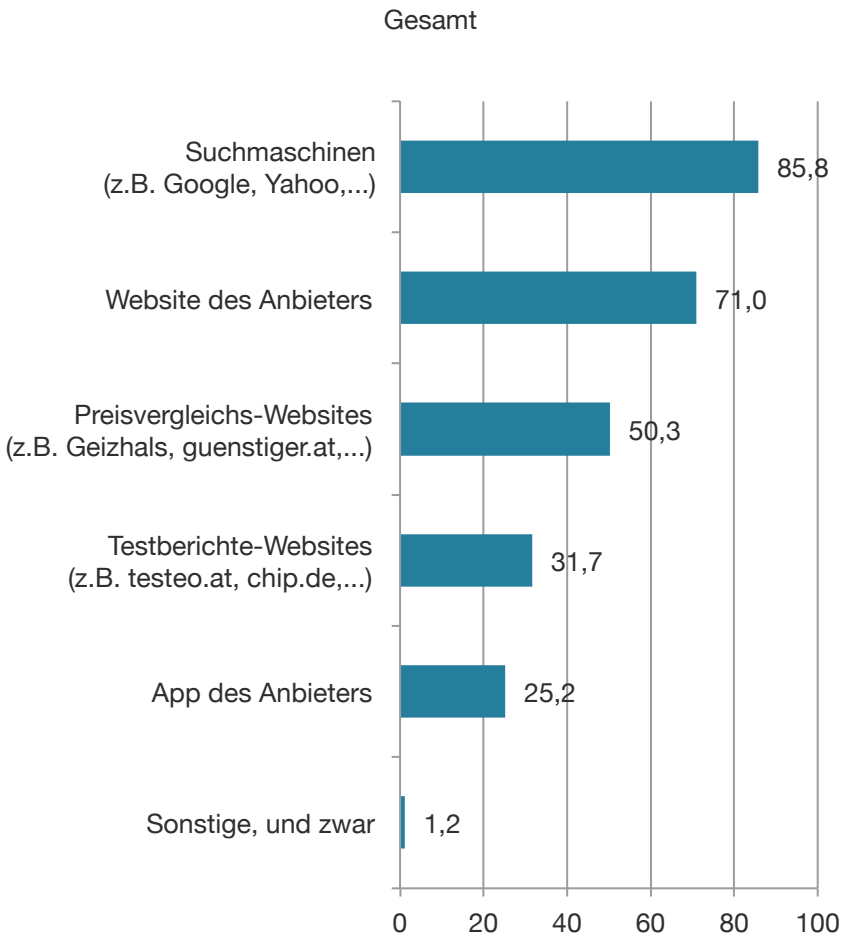
= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=606, n(Digital Natives)=250, n(Digital Immigrants)=326, n(Digital Outsiders)=30

mindtake RESEARCH

Genutzte Services um sich am Handy über Produkten zu informieren (4/4)
Bundesland

„Welche Services bzw. Internet-Seiten nutzen Sie, um sich auf Ihrem Handy über Produkte zu informieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, sich via Handy über Produkte zu informieren.)



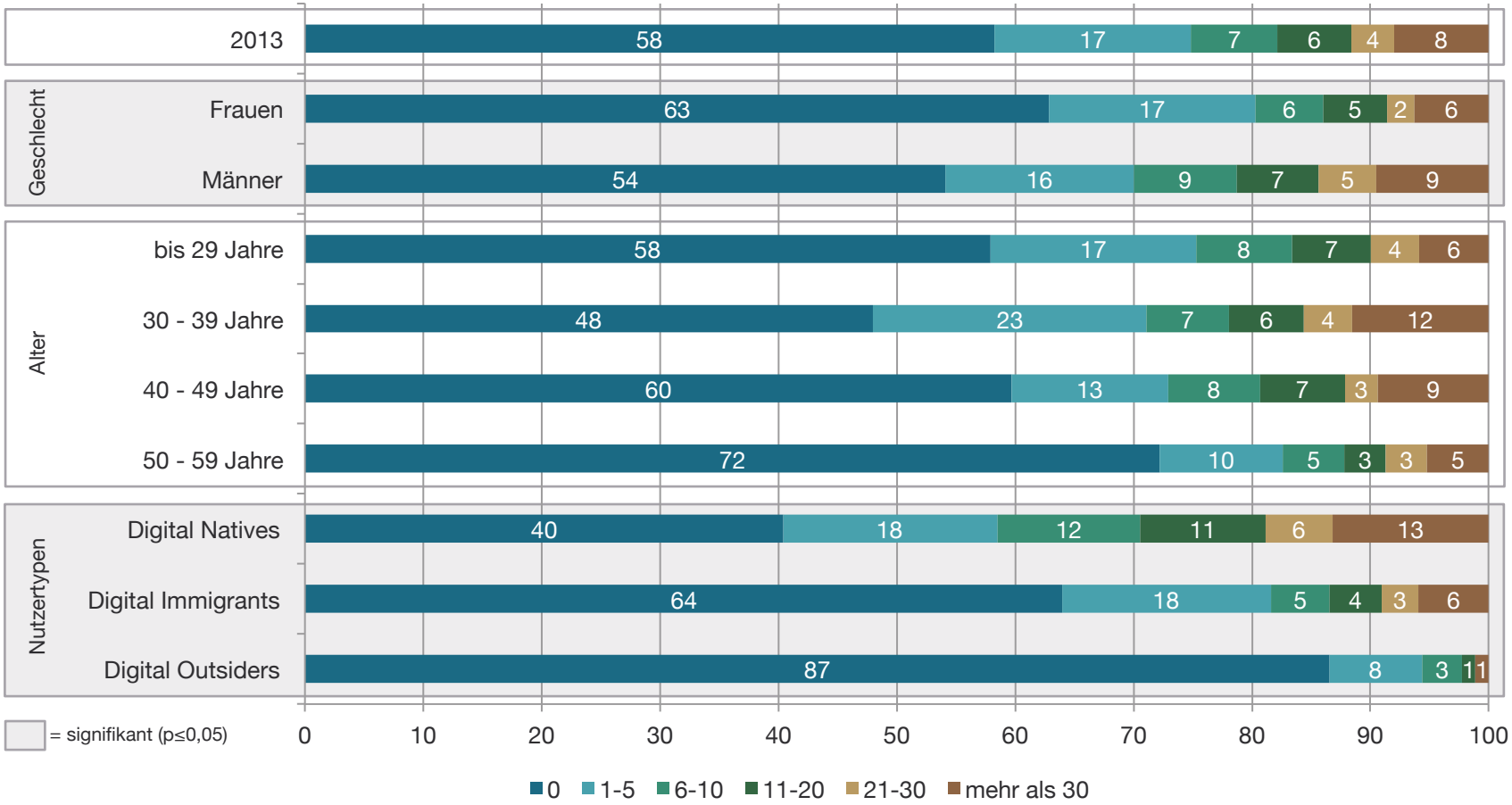
	Bundesland								
	W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
Suchmaschinen (z.B. Google, Yahoo,...)	84,3	86,8	87,5	85,9	87,5	81,4	87,5	90,0	88,5
Website des Anbieters	70,1	69,3	50,0	74,6	68,8	66,0	85,0	76,7	73,1
Preisvergleichs-Websites (z.B. Geizhals, guenstiger.at,...)	50,7	56,1	37,5	47,9	56,3	37,1	50,0	61,7	50,0
Testberichte-Websites (z.B. testeo.at, chip.de,...)	29,1	28,1	37,5	33,8	47,9	24,7	32,5	40,0	26,9
App des Anbieters	27,6	27,2	25,0	25,4	29,2	23,7	30,0	13,3	23,1
Sonstige, und zwar	1,5	0,9	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0	1,7	0,0

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=606, n(W)=134, n(NÖ)=114, n(Bgld)=16, n(Stmk)=71, n(Ktn)=48, n(OÖ)=97, n(Sbg)=40, n(T)=60, n(Vbg)=26

Anzahl der Einkäufe via Handy (1/2)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

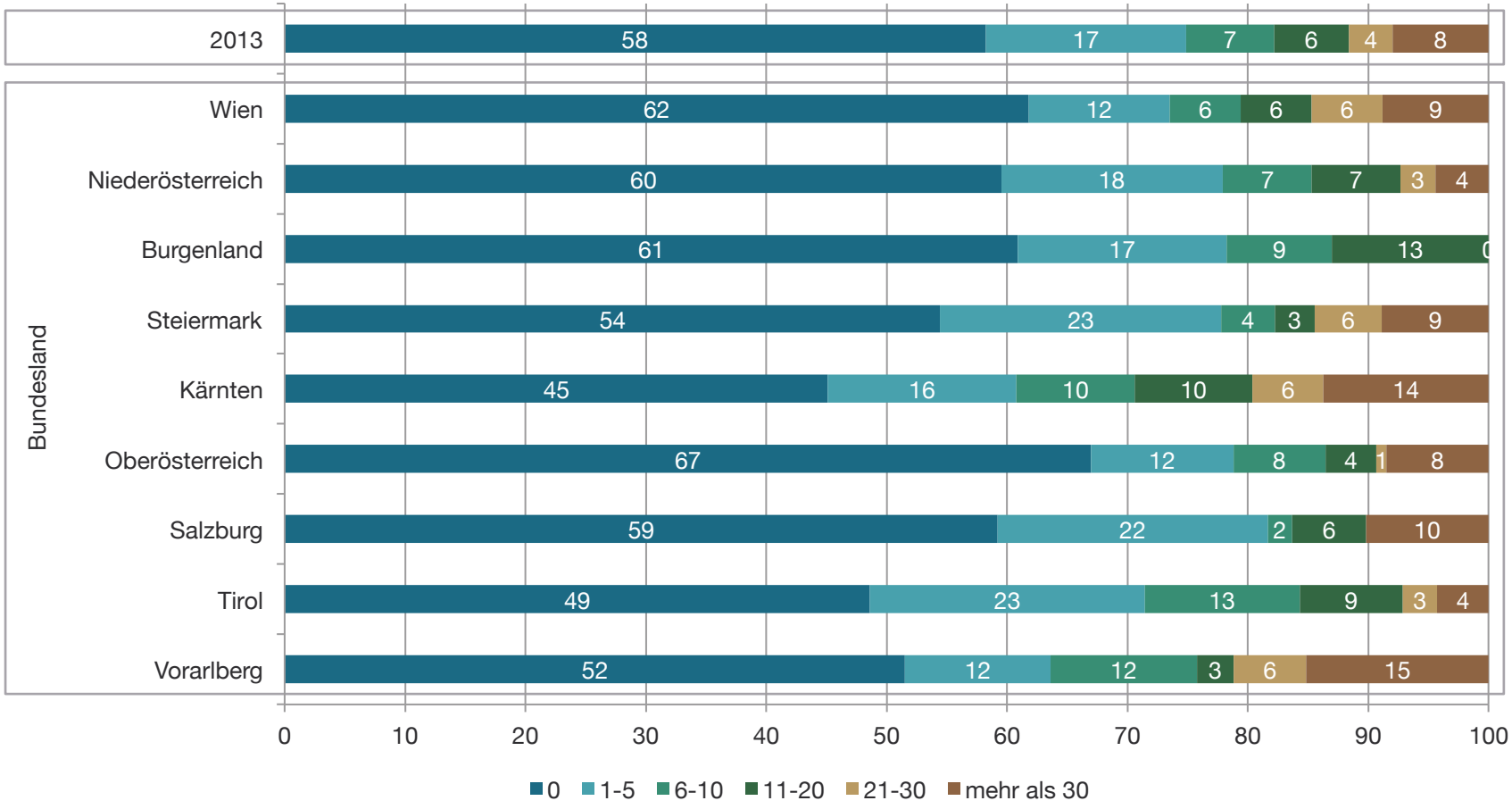
„Wie viele Einkäufe haben Sie bereits direkt über Ihr Handy getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=740, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Anzahl der Einkäufe via Handy (1/2)
Bundesland

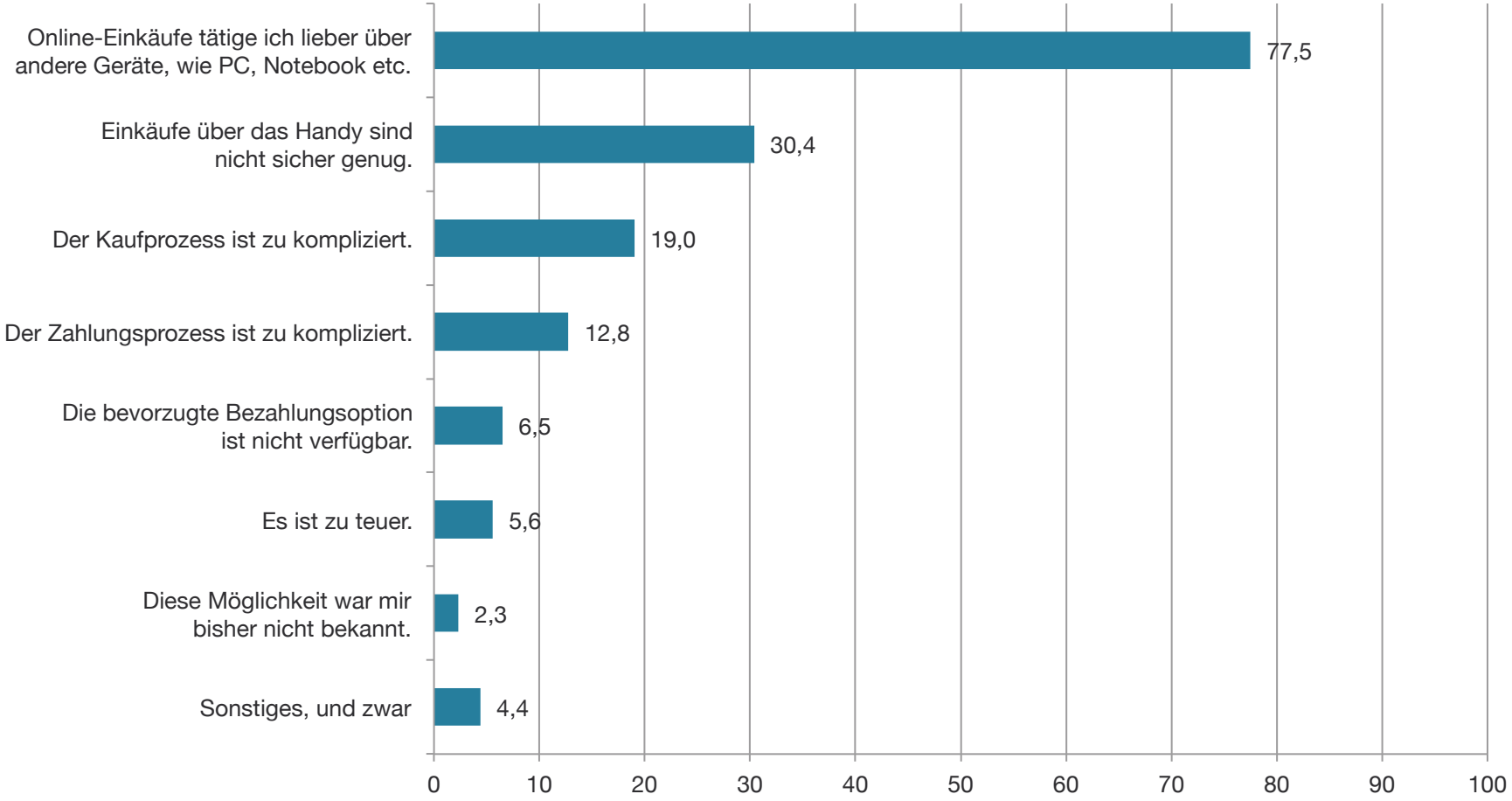
„Wie viele Einkäufe haben Sie bereits direkt über Ihr Handy getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=740, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

Gründe warum bisher noch nicht mobil eingekauft wurde (1/5)

„Warum haben Sie bisher noch nicht über Ihr Handy Einkäufe getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie noch nie via Handy eingekauft haben.)

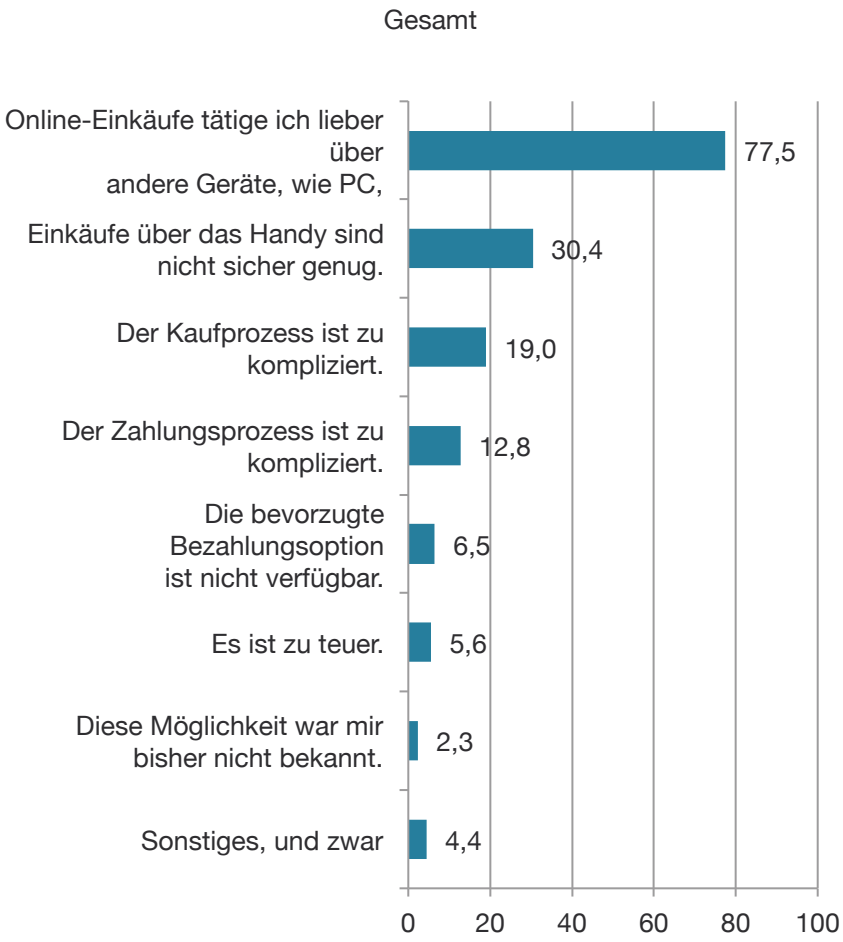


In %, Mehrfachantwort, n=431

mindtake RESEARCH

Gründe warum bisher noch nicht mobil eingekauft wurde (2/5)
Geschlecht, Alter

„Warum haben Sie bisher noch nicht über Ihr Handy Einkäufe getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie noch nie via Handy eingekauft haben.)



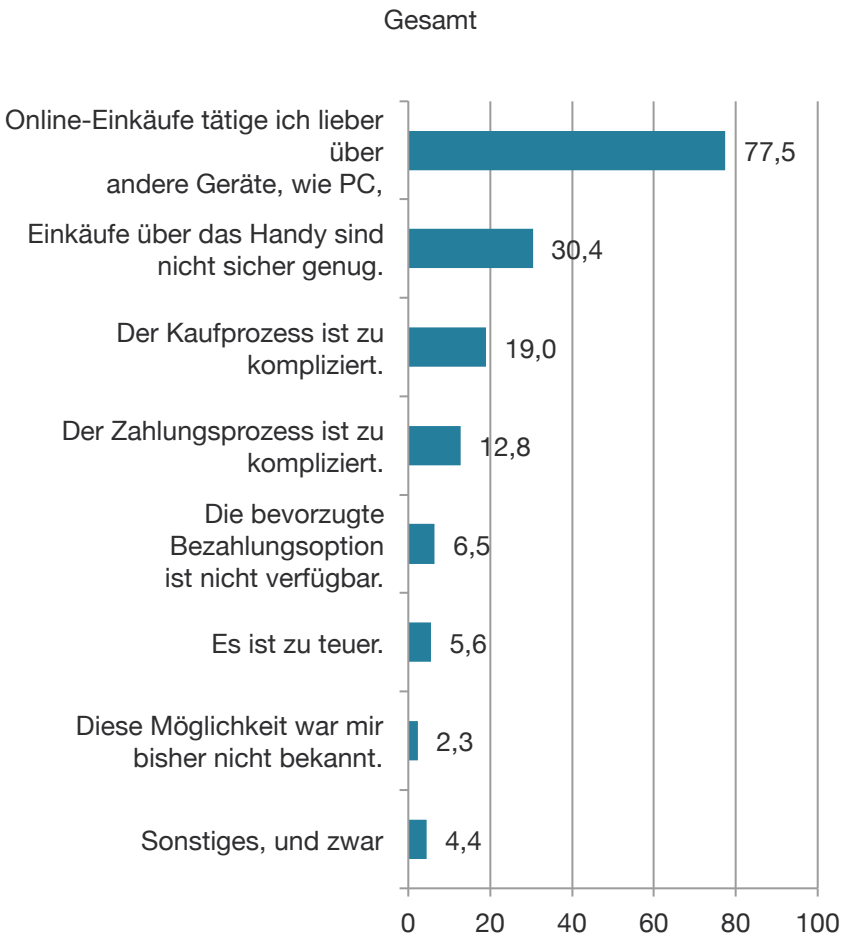
Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
76,4	78,7	73,9	75,9	82,4	79,5
29,1	31,8	29,9	24,1	33,3	33,7
17,3	20,9	22,3	18,1	20,4	12,0
9,5	16,1	15,3	7,2	14,8	10,8
5,0	8,1	7,6	6,0	7,4	3,6
5,9	5,2	7,0	3,6	5,6	4,8
1,4	3,3	2,5	2,4	1,9	2,4
5,9	2,8	5,7	3,6	1,9	6,0

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=431, n(Frauen)=220, n(Männer)=211, n(bis 29)=157, n(30-39)=83, n(40-49)=108, n(50-59)=83

Gründe warum bisher noch nicht mobil eingekauft wurde (3/5)
Nutzertypen

„Warum haben Sie bisher noch nicht über Ihr Handy Einkäufe getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie noch nie via Handy eingekauft haben.)



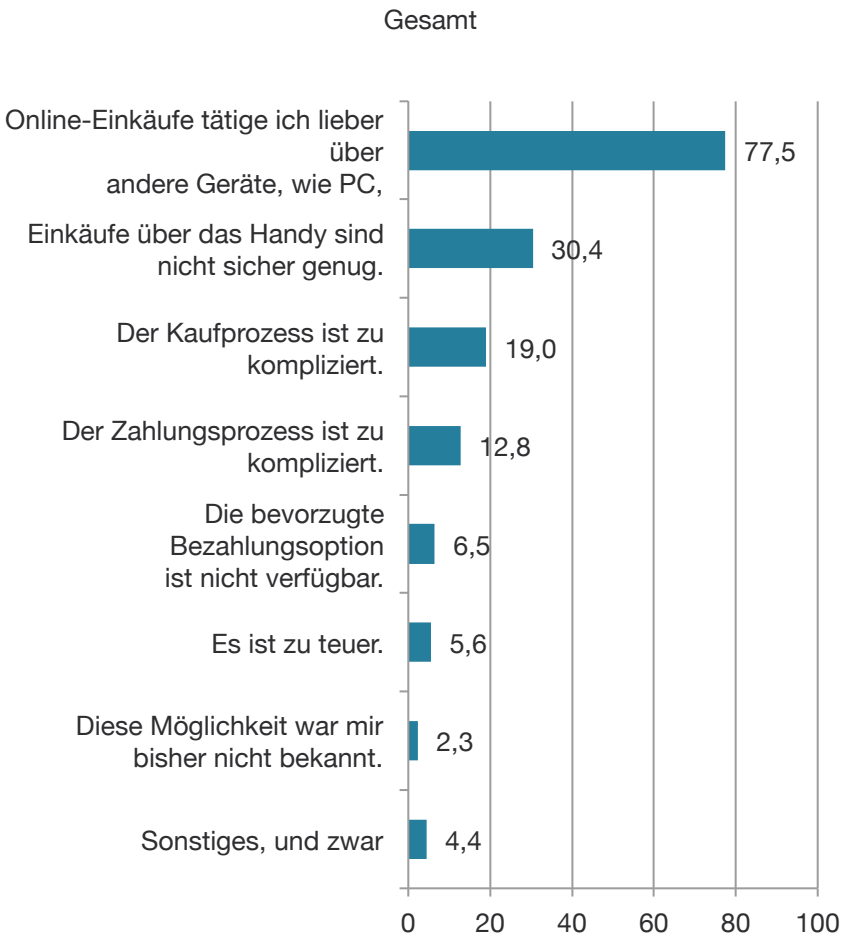
Nutzertypen		
Digital Natives	Digital Immigrants	Digital Outsiders
67,3	81,8	77,9
33,6	30,4	26,0
25,2	16,6	18,2
18,7	11,3	9,1
10,3	4,9	6,5
10,3	2,4	9,1
2,8	2,0	2,6
2,8	5,3	3,9

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=431, n(Digital Natives)=107, n(Digital Immigrants)=247, n(Digital Outsiders)=77

Gründe warum bisher noch nicht mobil eingekauft wurde (4/5)
Bundesland

„Warum haben Sie bisher noch nicht über Ihr Handy Einkäufe getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie noch nie via Handy eingekauft haben.)



Bundesland								
W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
72,4	82,7	85,7	67,3	78,3	77,2	82,8	82,4	88,2
38,1	30,9	28,6	32,7	13,0	26,6	27,6	32,4	17,6
20,0	17,3	35,7	12,2	21,7	16,5	10,3	41,2	5,9
17,1	13,6	0,0	14,3	17,4	11,4	0,0	14,7	5,9
7,6	3,7	0,0	12,2	13,0	7,6	0,0	5,9	0,0
3,8	7,4	0,0	8,2	8,7	5,1	6,9	5,9	0,0
2,9	2,5	0,0	0,0	0,0	1,3	6,9	5,9	0,0
4,8	2,5	0,0	8,2	4,3	5,1	0,0	2,9	11,8

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=431, n(W)=105, n(NÖ)=81, n(Bgld)=14, n(Stmk)=49, n(Ktn)=23, n(OÖ)=79, n(Sbg)=29, n(T)=34 , n(Vbg)=17

Gründe warum bisher noch nicht mobil eingekauft wurde (5/5)
Sonstiges

„Warum haben Sie bisher noch nicht über Ihr Handy Einkäufe getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie noch nie via Handy eingekauft haben.)

- habe keinen PayPal-Account o.Ä.
- Habe mich für Handy-Einkäufe sperren lassen.
- Ich gehe lieber in einen Supermarkt und tätige dort meine Einkäufe
- ich kaufe lieber im Geschäft
- ich kaufe nicht über Internet
- interessiert mich nicht
- Kaufe generell nicht gerne über Internet ein.
- kein interesse (3x)
- Kleiner Bildschirm
- ladet ewig, stürzt evtl ab,...lieber auf PC
- lieber am PC
- mein handy ist nicht wirklich dafür ausgestattet
- nutze eher den pc
- Ohne Kreditkarte kann man übers Handy nichts kaufen
- unsicher
- zu kleiner bildschirm
- zu kleiner bildschirm, passwörter etc auf notebook gespeichert, schnelles tab-wechseln möglich

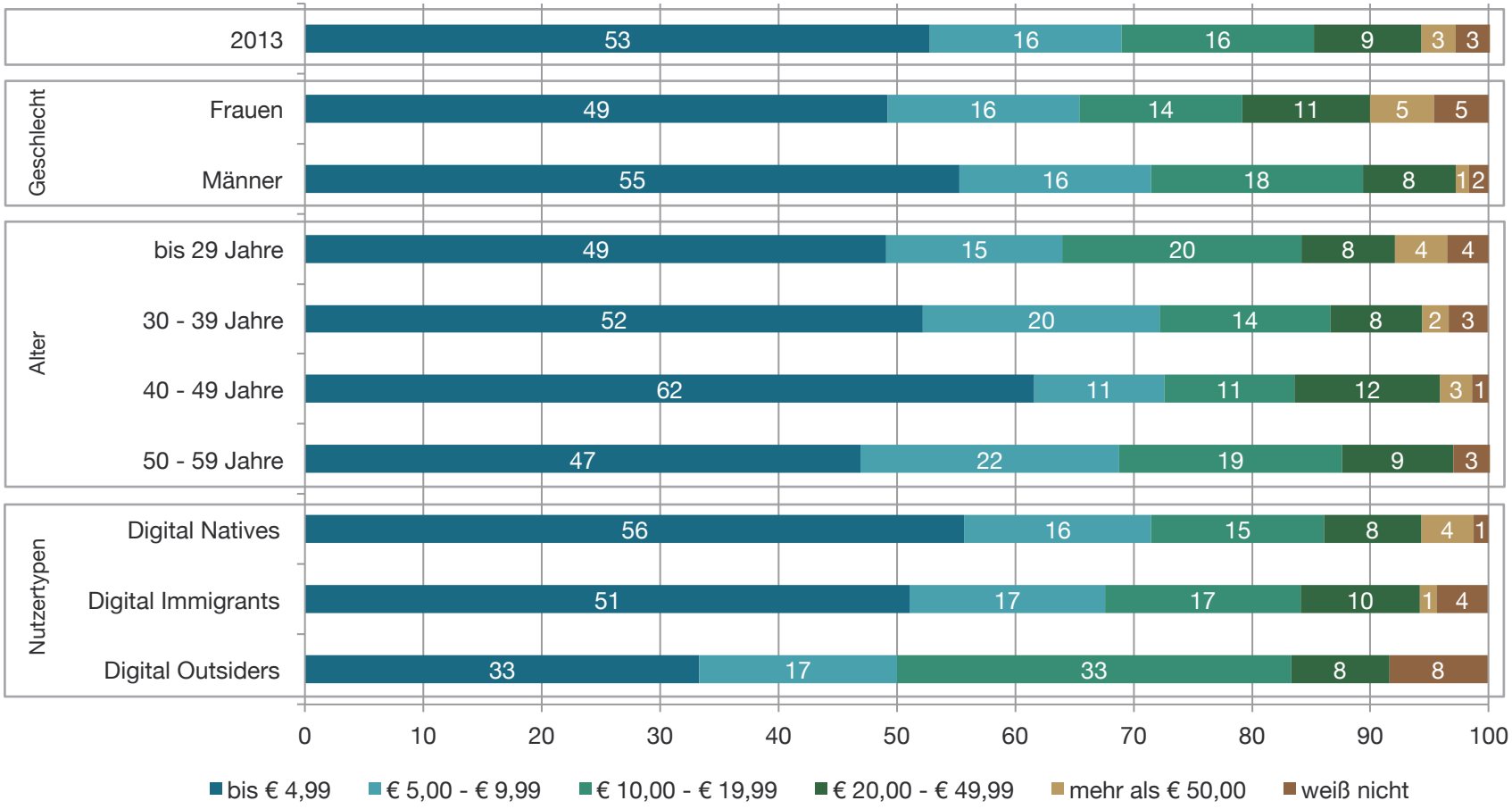
Offene Antworten

Durchschnittlicher Preis des billigsten Produktes (1/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Welchen Betrag haben Sie für das billigste Produkt, das Sie über Ihr Handy eingekauft haben, bezahlt? Bitte rechnen Sie App-Einkäufe wieder mit ein."

(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=309, n(Frauen)=130, n(Männer)=179, n(bis 29)=114, n(30-39)=90, n(40-49)=73, n(50-59)=32, n(Digital Natives)=158, n(Digital Immigrants)=139, n(Digital Outsiders)=12

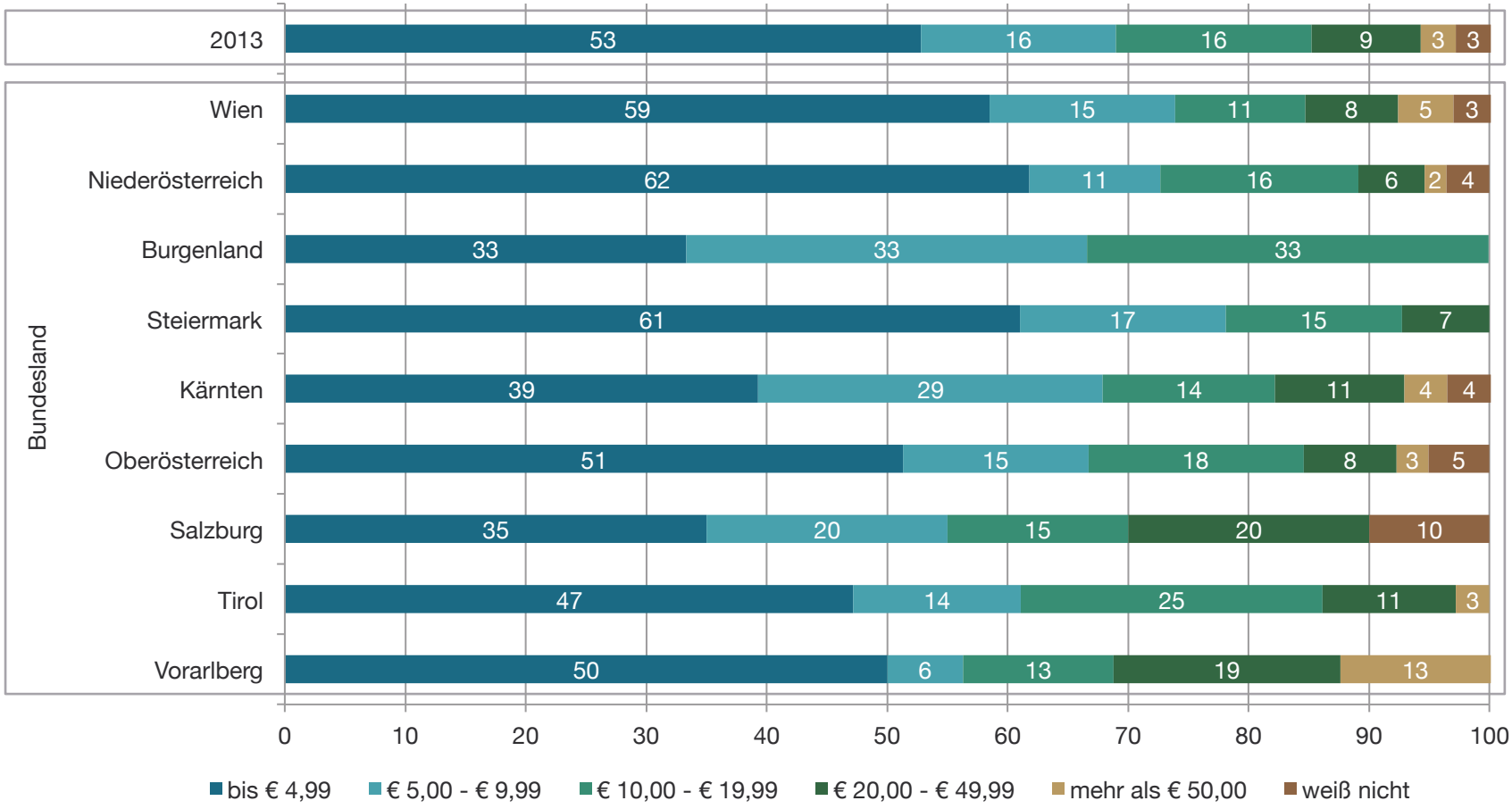
mindtake RESEARCH

Durchschnittlicher Preis des billigsten Produktes (2/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Welchen Betrag haben Sie für das billigste Produkt, das Sie über Ihr Handy eingekauft haben, bezahlt? Bitte rechnen Sie App-Einkäufe wieder mit ein."

(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)



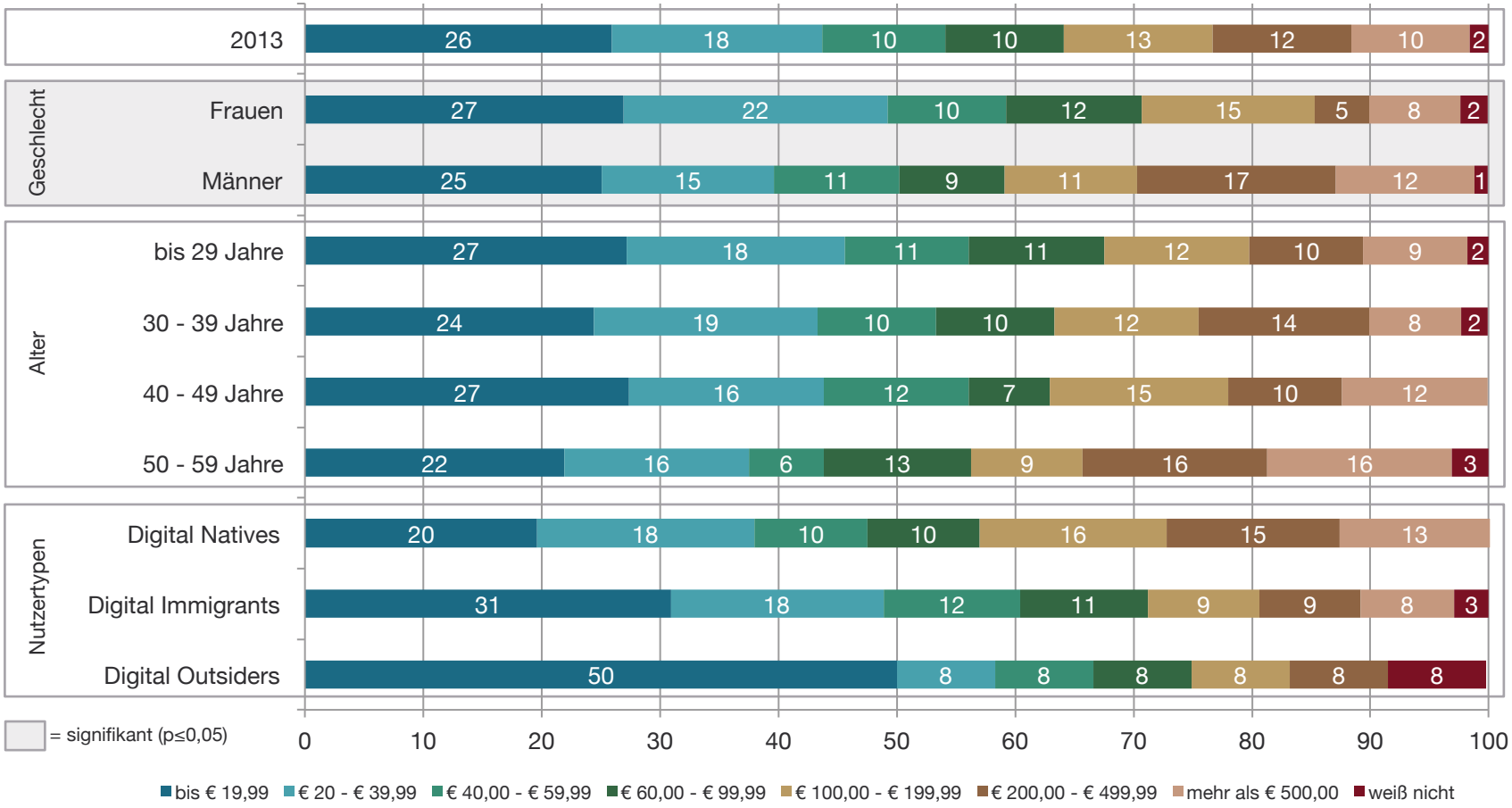
In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=309, n(W)=65, n(NÖ)=55, n(Bgld)=9, n(Stmk)=41, n(Ktn)=28, n(OÖ)=39, n(Sbg)=20, n(T)=36, n(Vbg)=16

mindtake RESEARCH

Durchschnittlicher Preis des teuersten Produktes (1/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Und wie viel haben Sie für das teuerste Produkt bezahlt? Bitte rechnen Sie App-Einkäufe wieder mit ein.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)

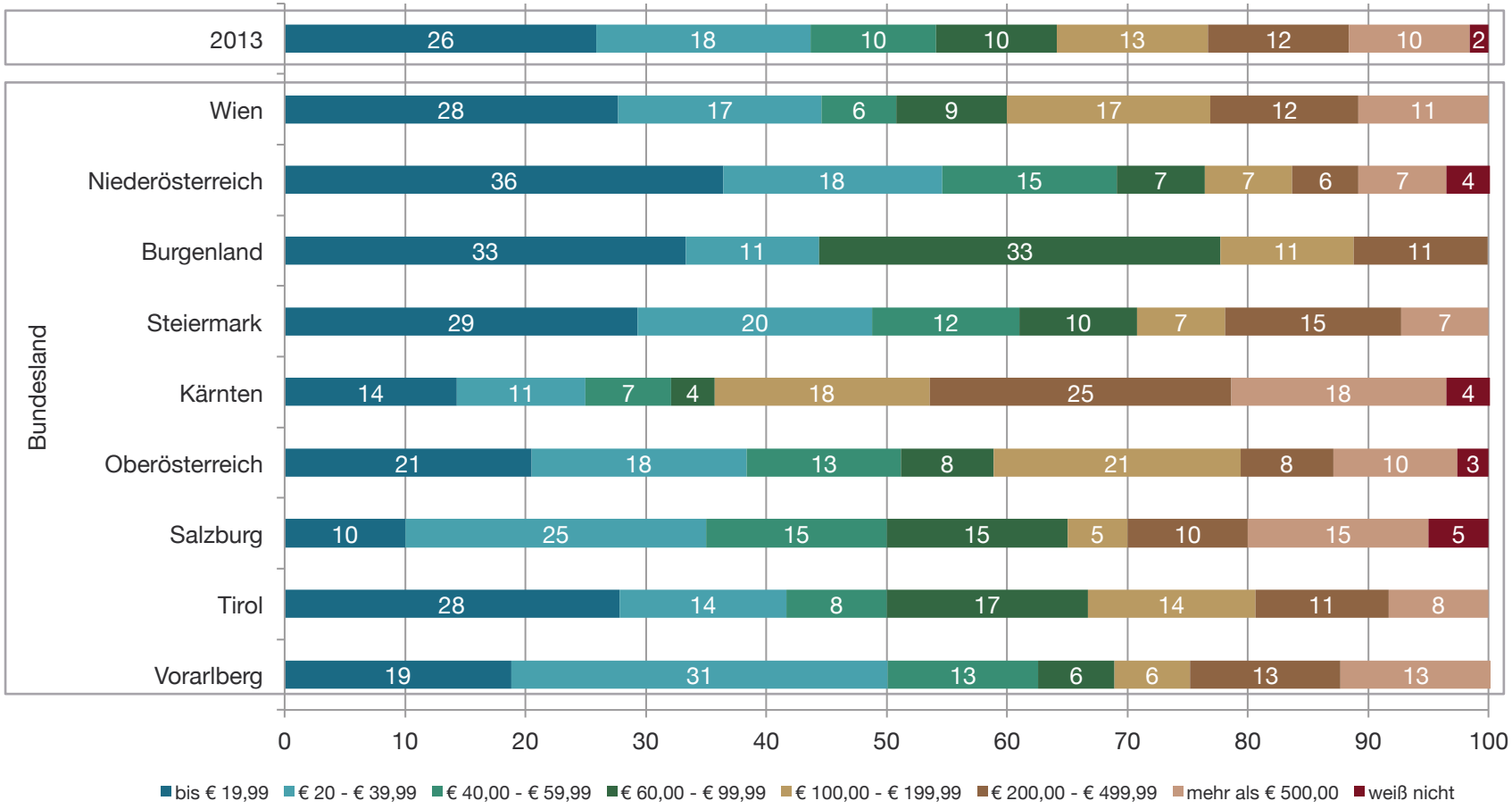


In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=309, n(Frauen)=130, n(Männer)=179, n(bis 29)=114, n(30-39)=90, n(40-49)=73, n(50-59)=32, n(Digital Natives)=158, n(Digital Immigrants)=139, n(Digital Outsiders)=12

Durchschnittlicher Preis des teuersten Produktes (2/2)

Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Und wie viel haben Sie für das teuerste Produkt bezahlt? Bitte rechnen Sie App-Einkäufe wieder mit ein.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)

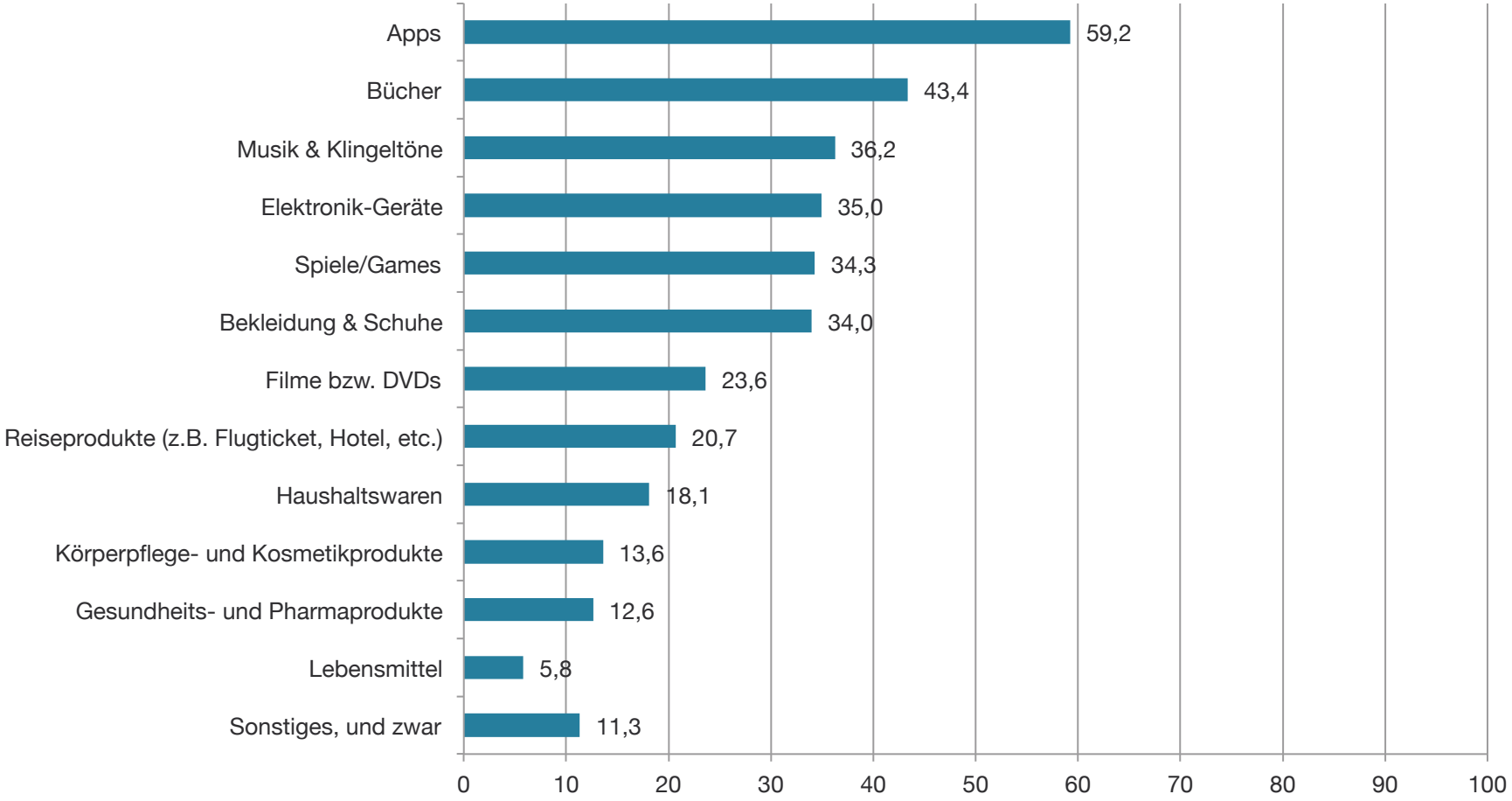


In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2013)=309, n(W)=65, n(NÖ)=55, n(Bgld)=9, n(Stmk)=41, n(Ktn)=28, n(OÖ)=39, n(Sbg)=20, n(T)=36, n(Vbg)=16

mindtake RESEARCH

Über das Handy gekaufte Produkte (1/5)
Gesamt

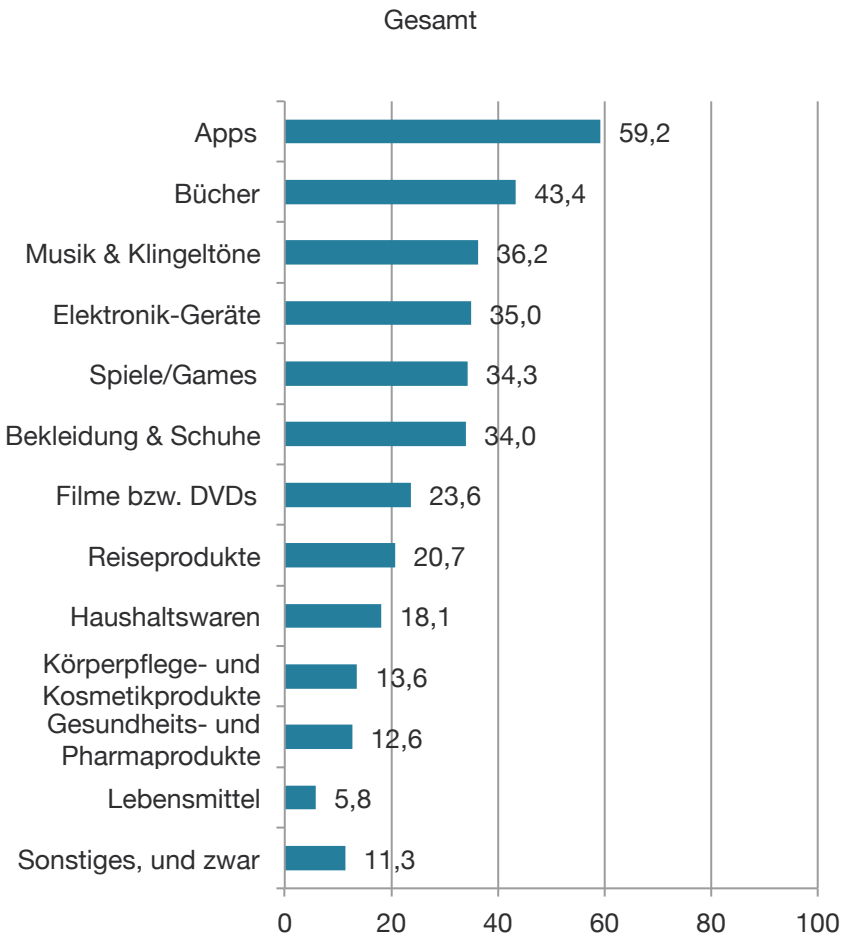
„Welche Produkte haben Sie bereits über Ihr Handy gekauft?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)



In %, Mehrfachantwort, n=309

Über das Handy gekaufte Produkte (2/5)
Geschlecht, Alter

„Welche Produkte haben Sie bereits über Ihr Handy gekauft?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)



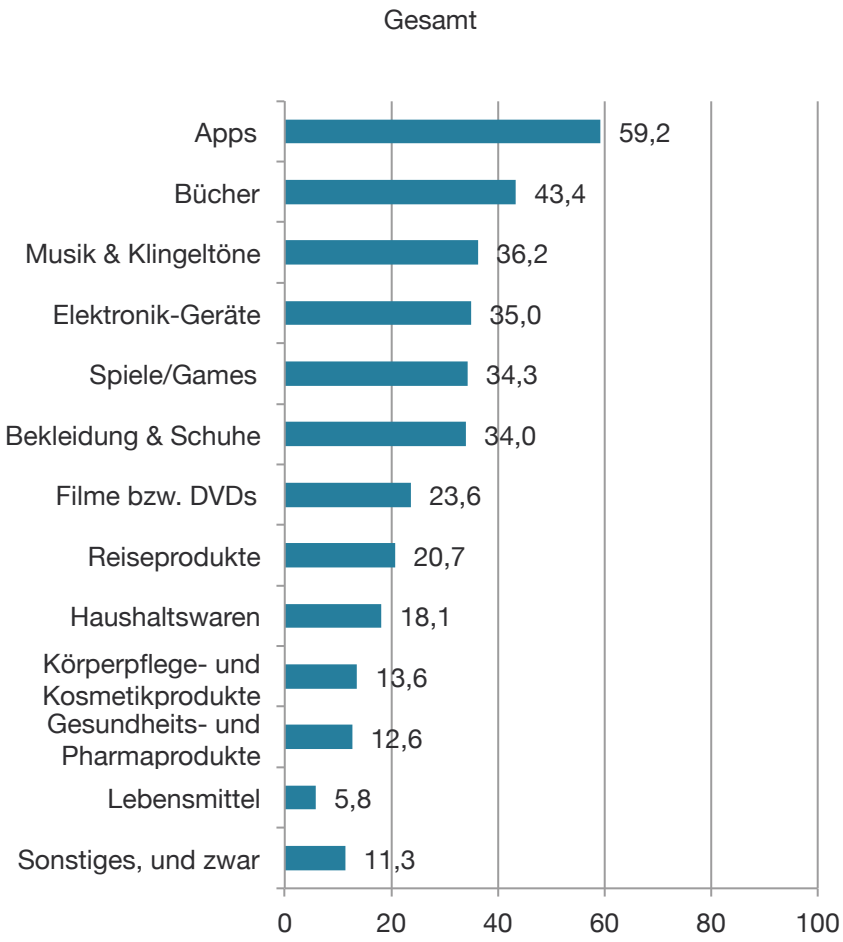
Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
56,2	61,5	54,4	56,7	69,9	59,4
40,8	45,3	36,8	37,8	54,8	56,3
41,5	32,4	33,3	35,6	42,5	34,4
23,1	43,6	36,8	37,8	27,4	37,5
36,9	32,4	43,9	34,4	24,7	21,9
39,2	30,2	42,1	36,7	20,5	28,1
19,2	26,8	28,1	23,3	19,2	18,8
16,2	24,0	15,8	22,2	24,7	25,0
16,9	19,0	16,7	21,1	15,1	21,9
18,5	10,1	13,2	14,4	12,3	15,6
16,2	10,1	12,3	10,0	12,3	21,9
4,6	6,7	7,9	5,6	2,7	6,3
10,8	11,7	10,5	11,1	12,3	12,5

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=309, n(Frauen)=130, n(Männer)=179, n(bis 29)=114, n(30-39)=90, n(40-49)=73, n(50-59)=32

Über das Handy gekaufte Produkte (3/5)
Nutzertypen

„Welche Produkte haben Sie bereits über Ihr Handy gekauft?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)



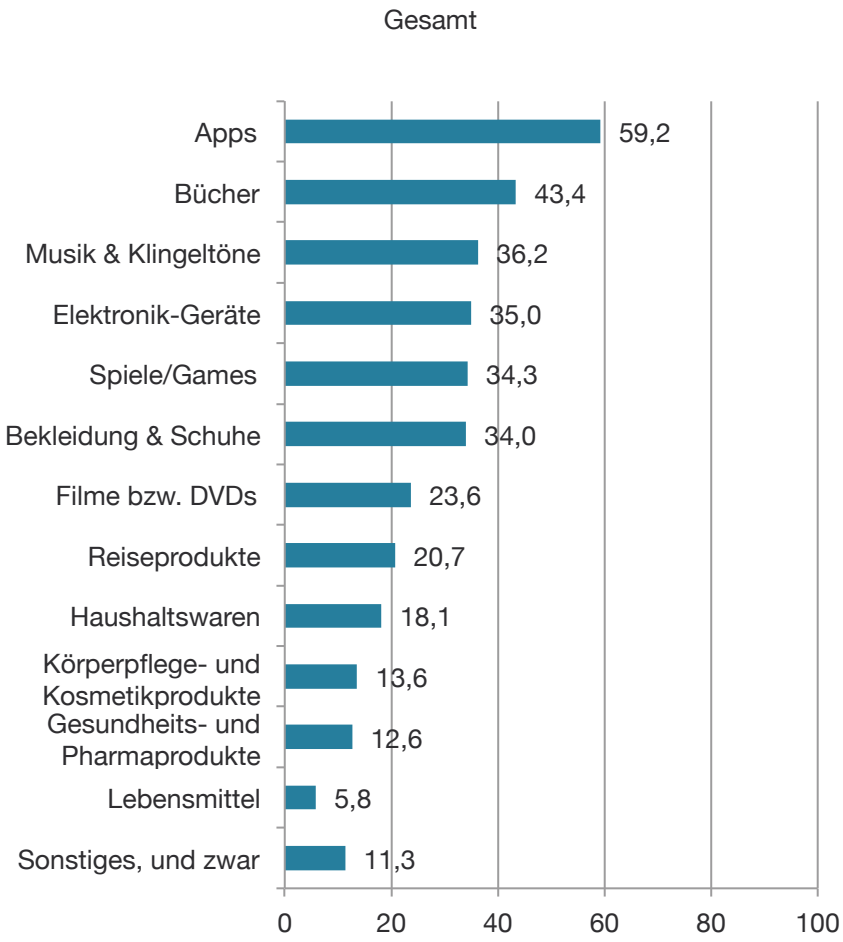
Nutzertypen		
Digital Natives	Digital Immigrants	Digital Outsiders
62,7	57,6	33,3
48,7	40,3	8,3
37,3	36,7	16,7
41,8	29,5	8,3
39,9	30,2	8,3
43,7	23,7	25,0
26,6	21,6	8,3
22,2	20,1	8,3
19,0	17,3	16,7
13,9	13,7	8,3
13,9	10,8	16,7
5,7	5,8	8,3
11,4	10,8	16,7

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=309, n(Digital Natives)=158, n(Digital Immigrants)=139, n(Digital Outsiders)=12

Über das Handy gekaufte Produkte (4/5)
Bundesland

„Welche Produkte haben Sie bereits über Ihr Handy gekauft?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie schon einmal via Handy eingekauft haben.)



Bundesland								
W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
64,6	61,8	33,3	53,7	50,0	59,0	50,0	58,3	87,5
47,7	36,4	22,2	41,5	46,4	43,6	55,0	36,1	62,5
43,1	25,5	0,0	43,9	39,3	46,2	40,0	25,0	37,5
32,3	21,8	44,4	31,7	64,3	38,5	45,0	36,1	18,8
32,3	34,5	22,2	39,0	28,6	43,6	45,0	33,3	12,5
32,3	21,8	55,6	24,4	50,0	35,9	40,0	38,9	43,8
23,1	18,2	11,1	22,0	35,7	33,3	25,0	19,4	18,8
20,0	14,5	22,2	29,3	28,6	12,8	10,0	27,8	25,0
18,5	12,7	33,3	22,0	14,3	25,6	15,0	16,7	12,5
13,8	7,3	0,0	12,2	25,0	10,3	20,0	16,7	18,8
7,7	5,5	0,0	9,8	25,0	17,9	30,0	13,9	12,5
7,7	5,5	0,0	9,8	3,6	2,6	15,0	2,8	0,0
9,2	14,5	11,1	19,5	14,3	5,1	0,0	11,1	12,5

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=309, n(W)=65, n(NÖ)=55, n(Bgld)=9, n(Stmk)=41, n(Ktn)=28, n(OÖ)=39, n(Sbg)=20, n(T)=36, n(Vbg)=16

Über das Handy gekaufte Produkte (5/5)
Sonstiges

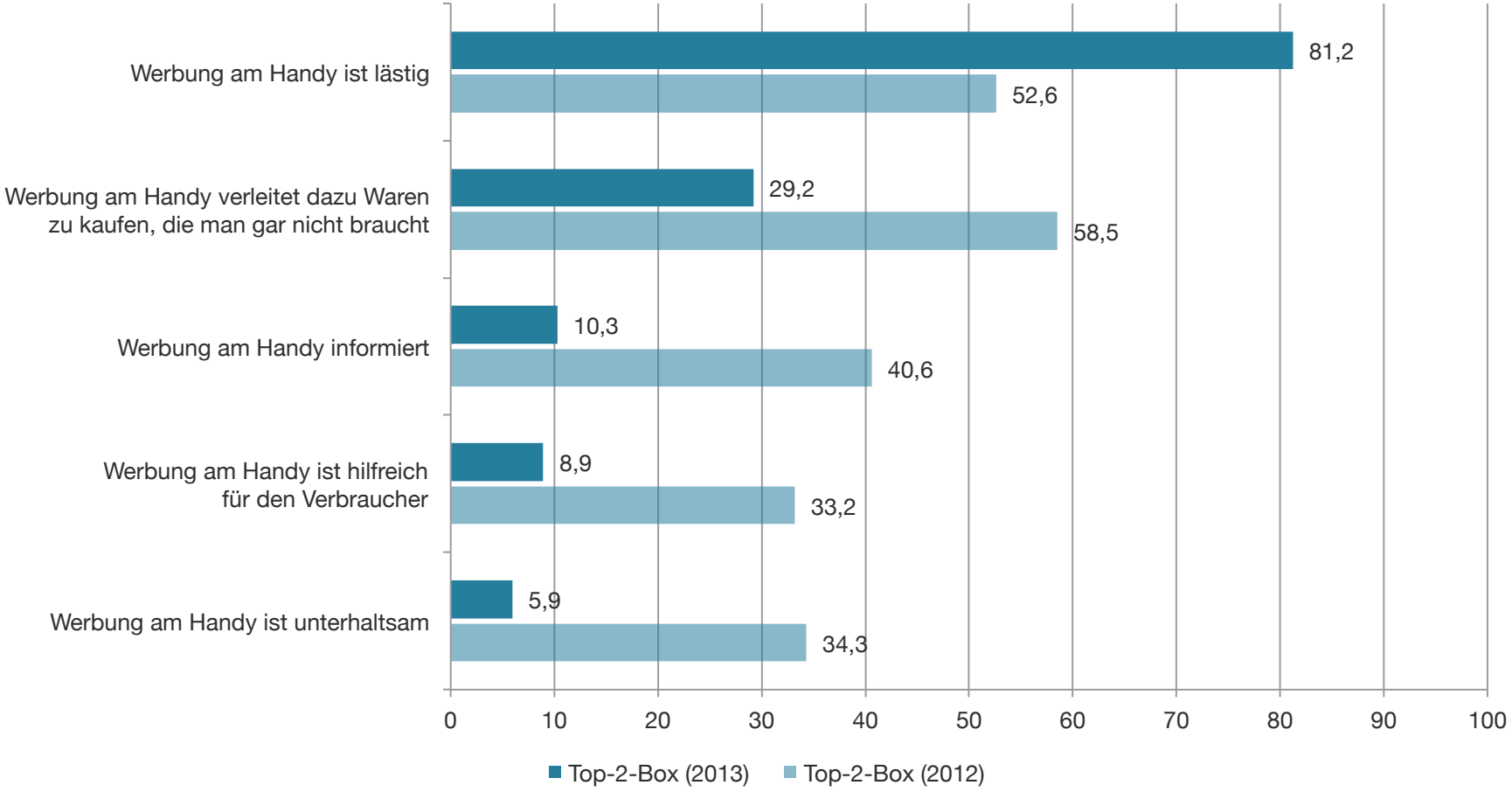
„Warum haben Sie bisher noch nicht über Ihr Handy Einkäufe getätigt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie noch nie via Handy eingekauft haben.)

- auctions artikel
- Auto
- Design Gadgets
- Ebay, Amazon verschiedenes
- ein paar Dinge bei ebay
- Fahrkarten (2x)
- Fahrschein, Parkscheine
- Fahrscheine
- Geocaching
- Golf-Produkte
- Gutscheine
- Hobbyartikel
- inserat
- Katzenfutter
- KFZ-Zubehör
- Lotto
- Modelhubschrauber
- moped
- Öffi-Tickets
- Parkscheine
- Postkarten verschickt
- Postmarken
- Reservierung
- Routenplaner
- Sportartikel
- Sportgeräte
- Tauchsport
- tickets
- über ebay ersteigert
- Vase
- wein
- zigaeretten
- zigaretten
- Zigarretten

Offene Antworten

Einstellung zu Werbung am Handy (1/2)

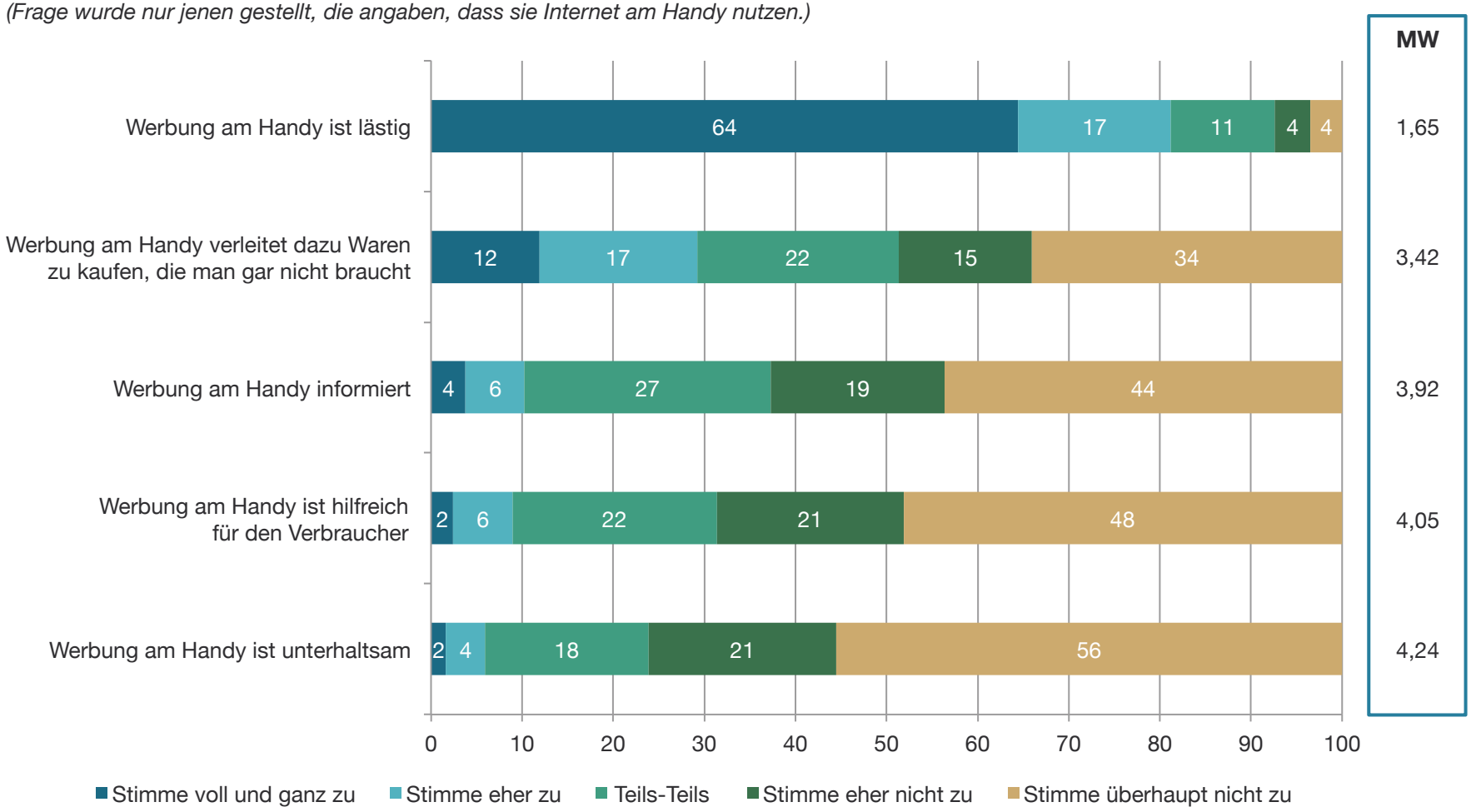
„Kommen wir nun zum Thema „Werbung“ am Handy: Sagen Sie uns bitte zunächst, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort-Matrix, dargestellt wurde die Antworten „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“, n(2013)=740, n(2012)=638

Einstellung zu Werbung am Handy (2/2)

„Kommen wir nun zum Thema „Werbung“ am Handy: Sagen Sie uns bitte zunächst, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

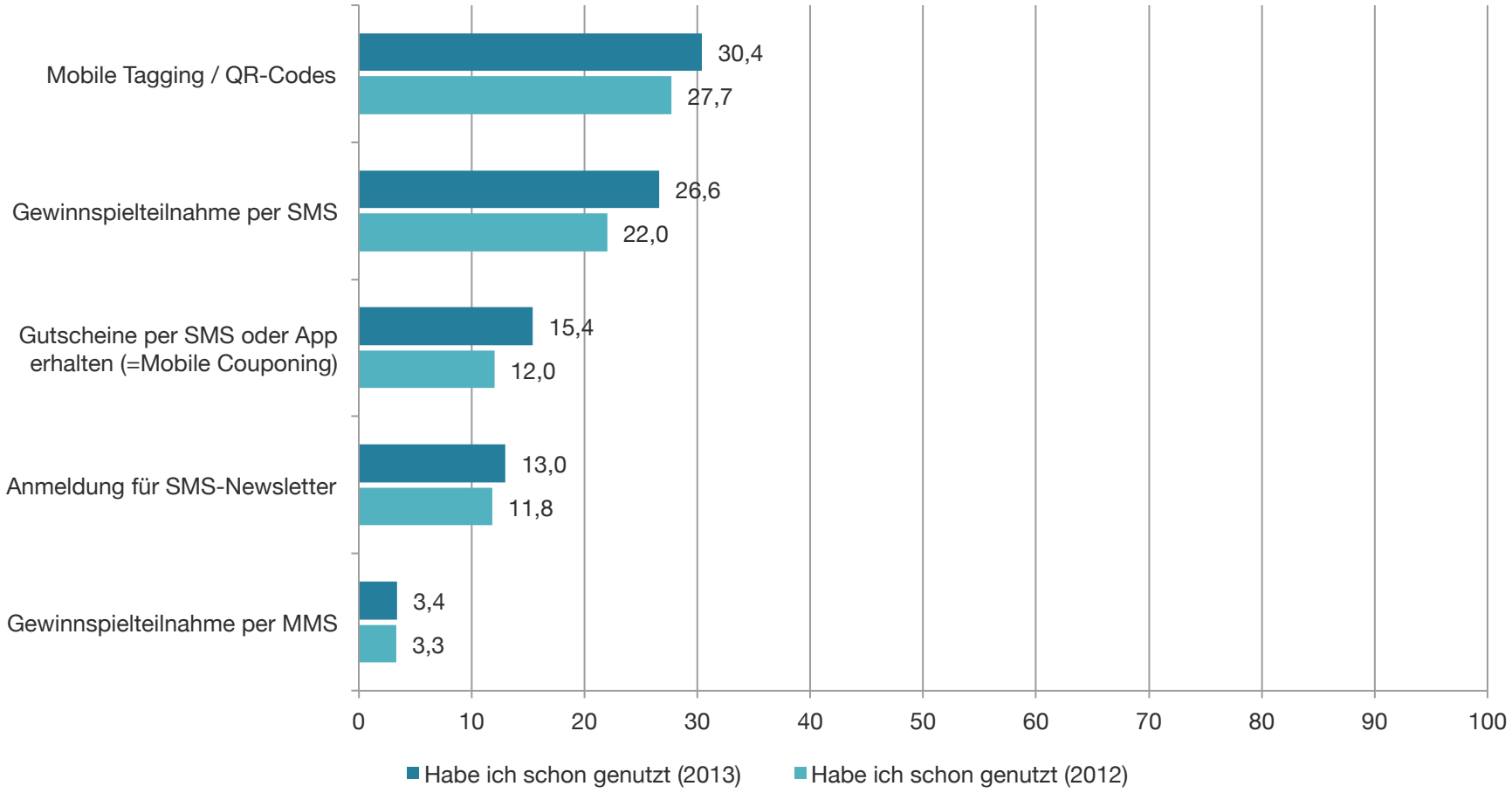


In %, Einfachantwort-Matrix, n(2013)=740

mindtake RESEARCH

Bekanntheit von mobilen Werbeaktivitäten (1/2)

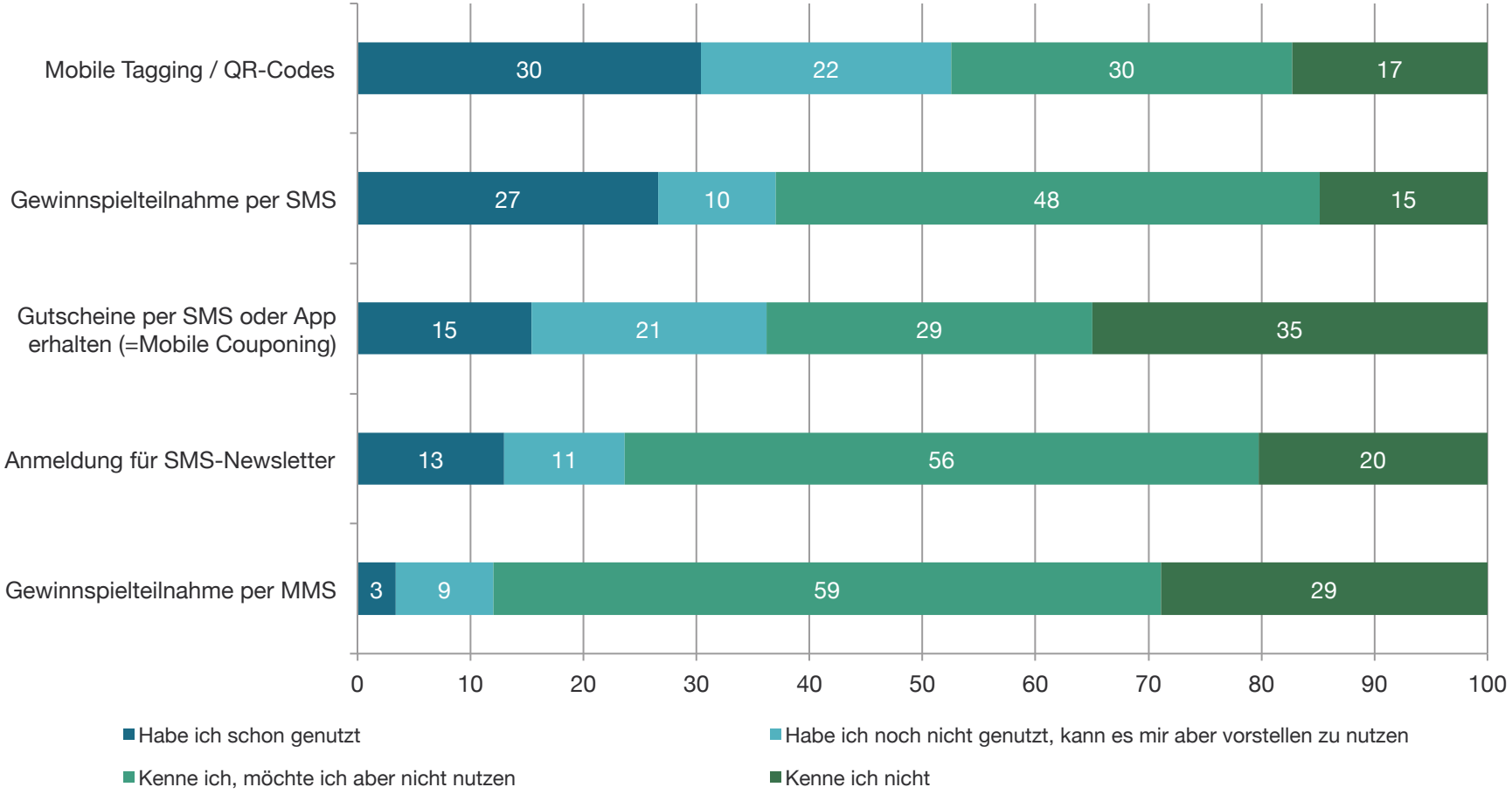
„Das Mobiltelefon wird auch immer häufiger für Werbezwecke eingesetzt (=Mobile Marketing). Welche der folgenden Werbeaktivitäten kennen bzw. nutzen Sie?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort-Matrix, n(2013)=740, n(2012)=638

Bekanntheit von mobilen Werbeaktivitäten (2/2)

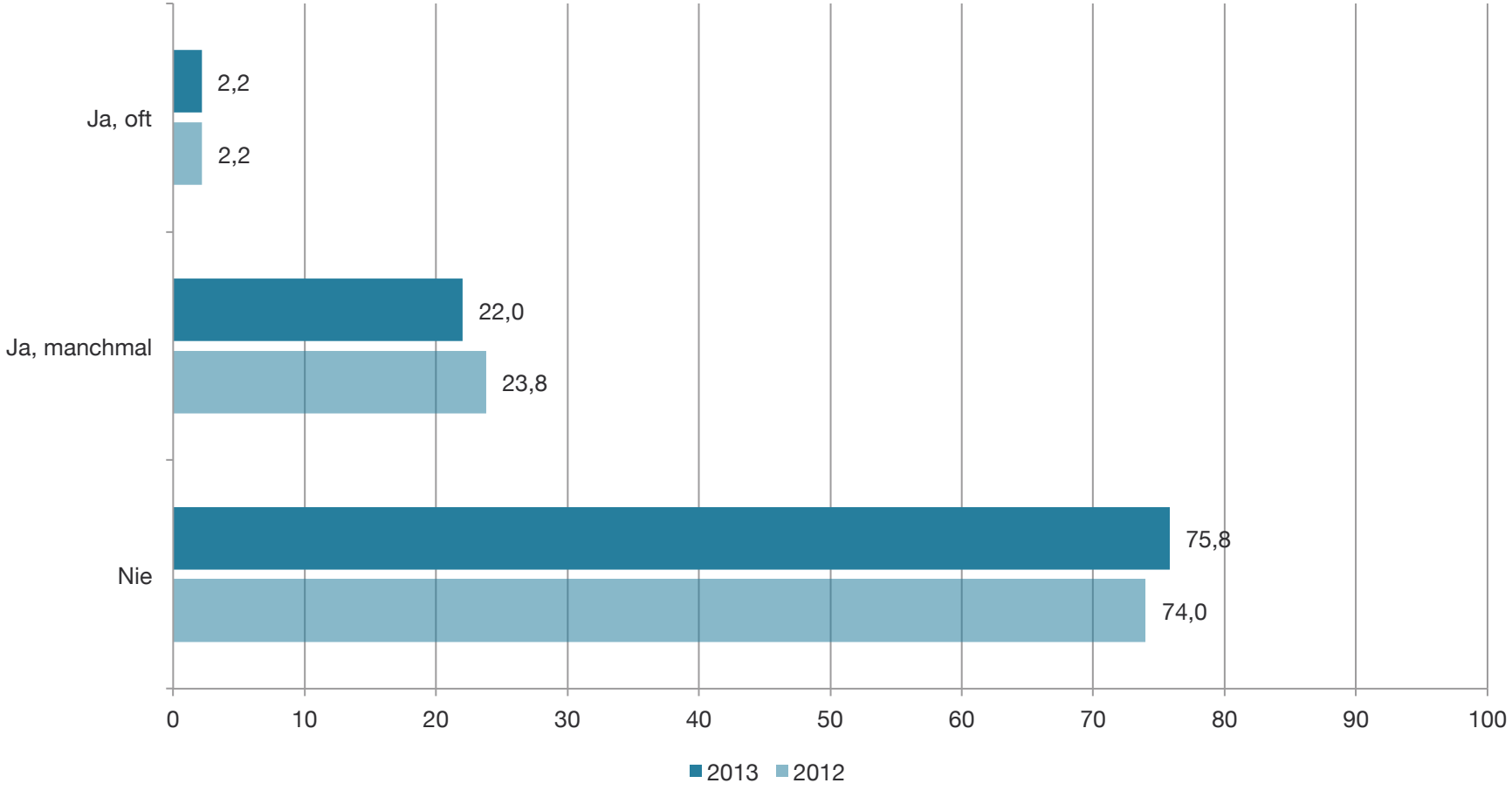
„Das Mobiltelefon wird auch immer häufiger für Werbezwecke eingesetzt (=Mobile Marketing). Welche der folgenden Werbeaktivitäten kennen bzw. nutzen Sie?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort-Matrix, n(2013)=740

Klickverhalten bei Werbebanner am Handy(1/3)
Gesamt

„Klicken Sie auf Banner, wenn Sie mit Ihrem Handy im Internet surfen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)

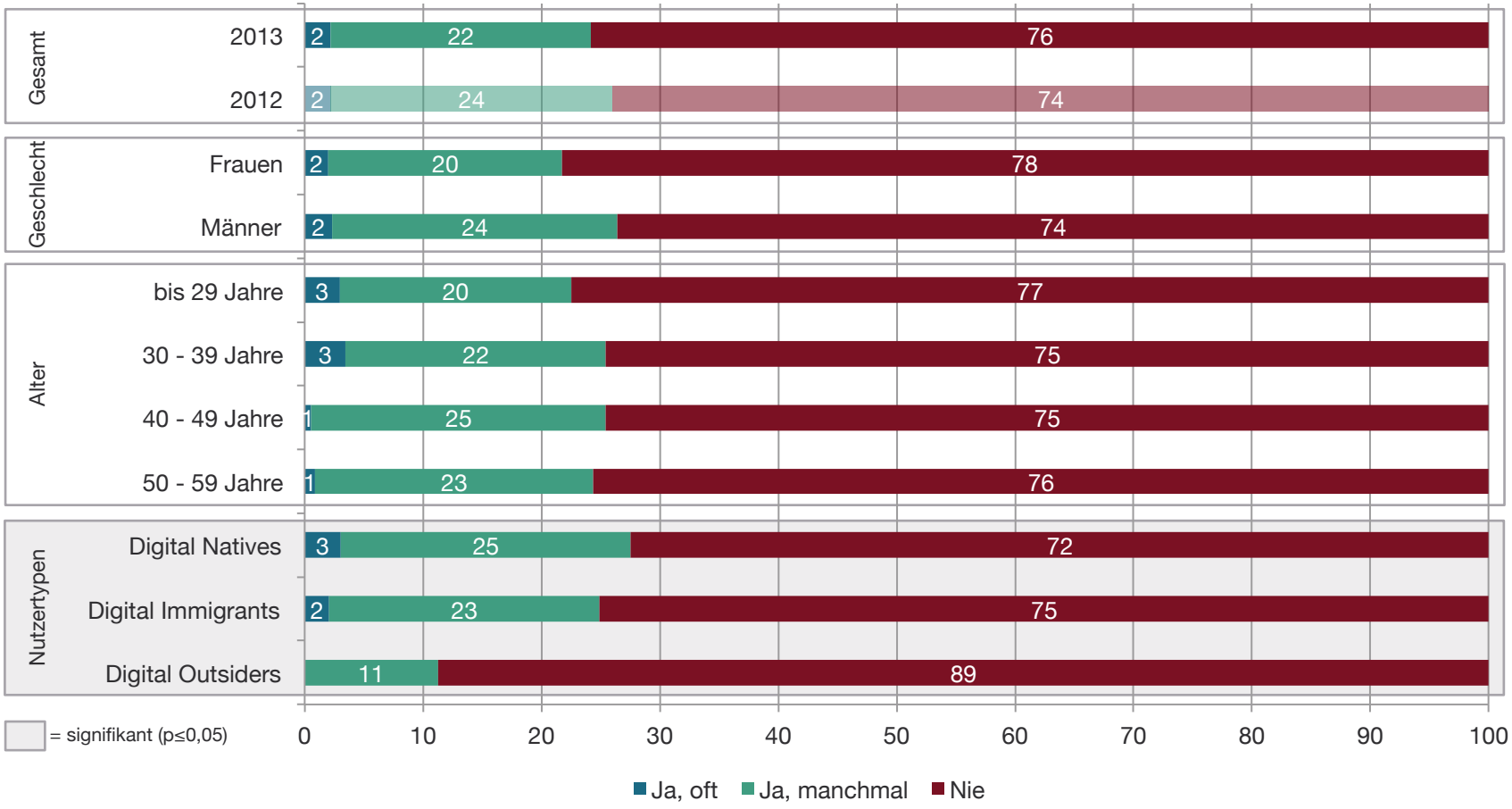


In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(2012)=638

Klickverhalten bei Werbebanner am Handy(2/3)

Alter, Geschlecht, Nutzertypen

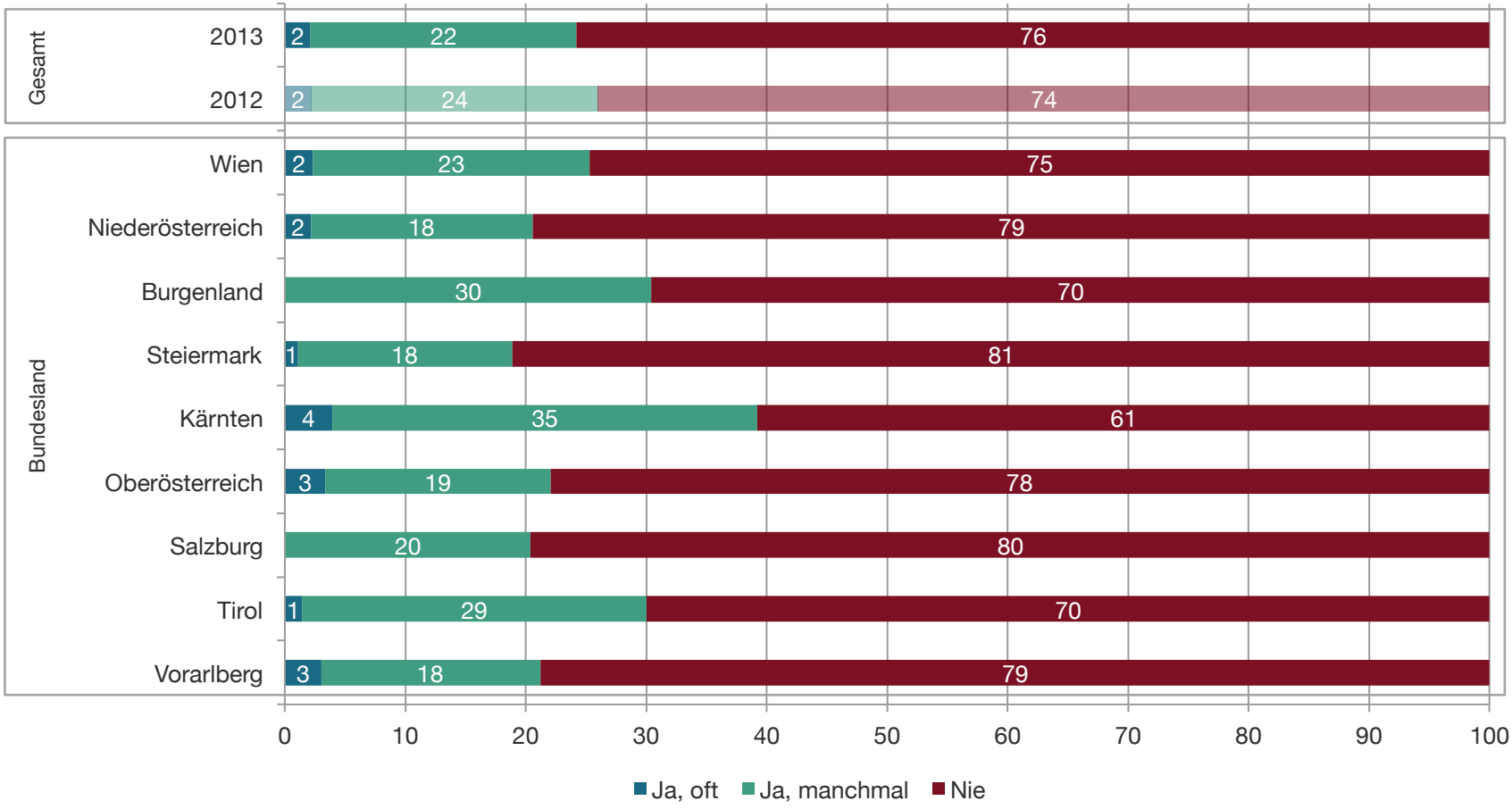
„Klicken Sie auf Banner, wenn Sie mit Ihrem Handy im Internet surfen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(2012)=638, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Klickverhalten bei Werbebanner am Handy(3/3)
Bundesland

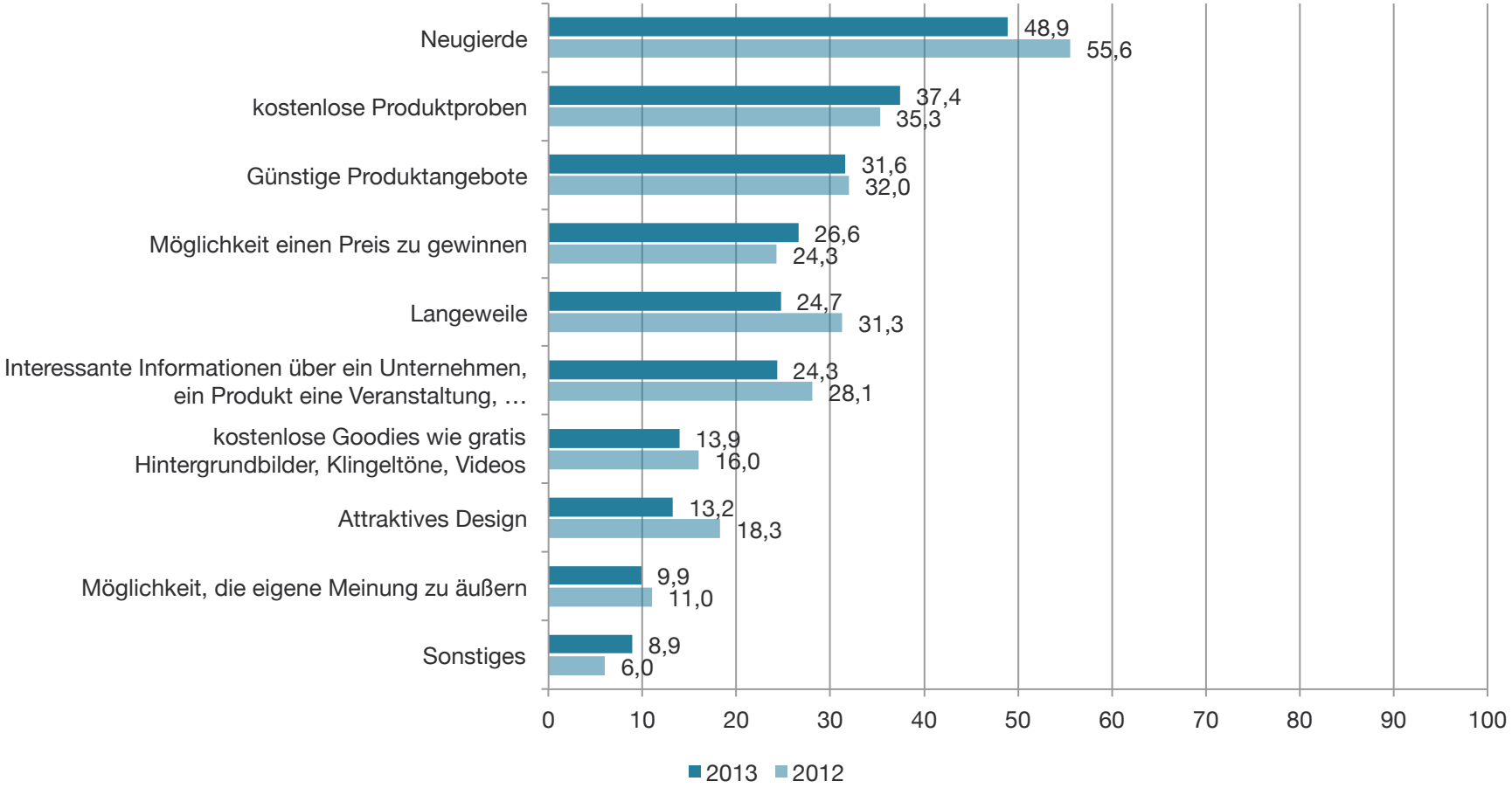
„Klicken Sie auf Banner, wenn Sie mit Ihrem Handy im Internet surfen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=740, n(2012)=638, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

Gründe warum man auf Werbebanner klickt(1/4)
Gesamt

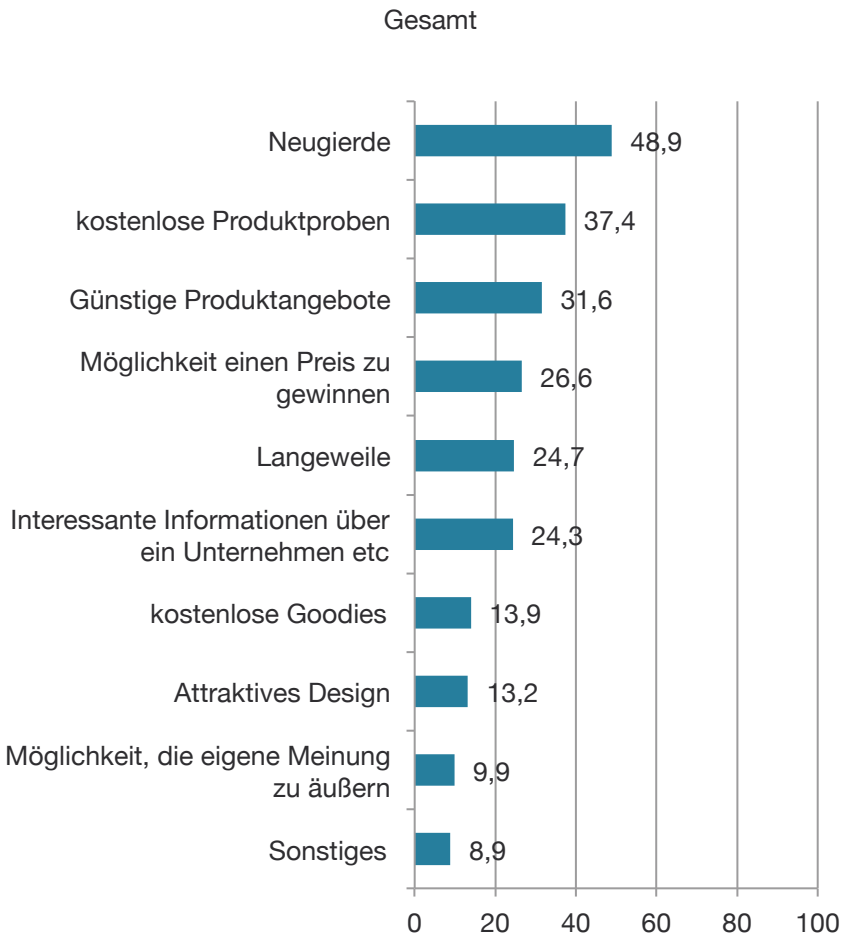
„Im Folgenden nennen wir Ihnen einige Gründe auf Werbebanner im mobilen Internet zu klicken. Bitte wählen Sie jene Gründe, die für Sie persönlich plausible Motive darstellen (könnten), auf Werbebanner zu klicken.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



In %, Mehrfachantwort, n(2013)=740, n(2012)=638

Gründe warum man auf Werbebanner klickt(2/4)
Gesamt

„Im Folgenden nennen wir Ihnen einige Gründe auf Werbebanner im mobilen Internet zu klicken. Bitte wählen Sie jene Gründe, die für Sie persönlich plausible Motive darstellen (könnten), auf Werbebanner zu klicken.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



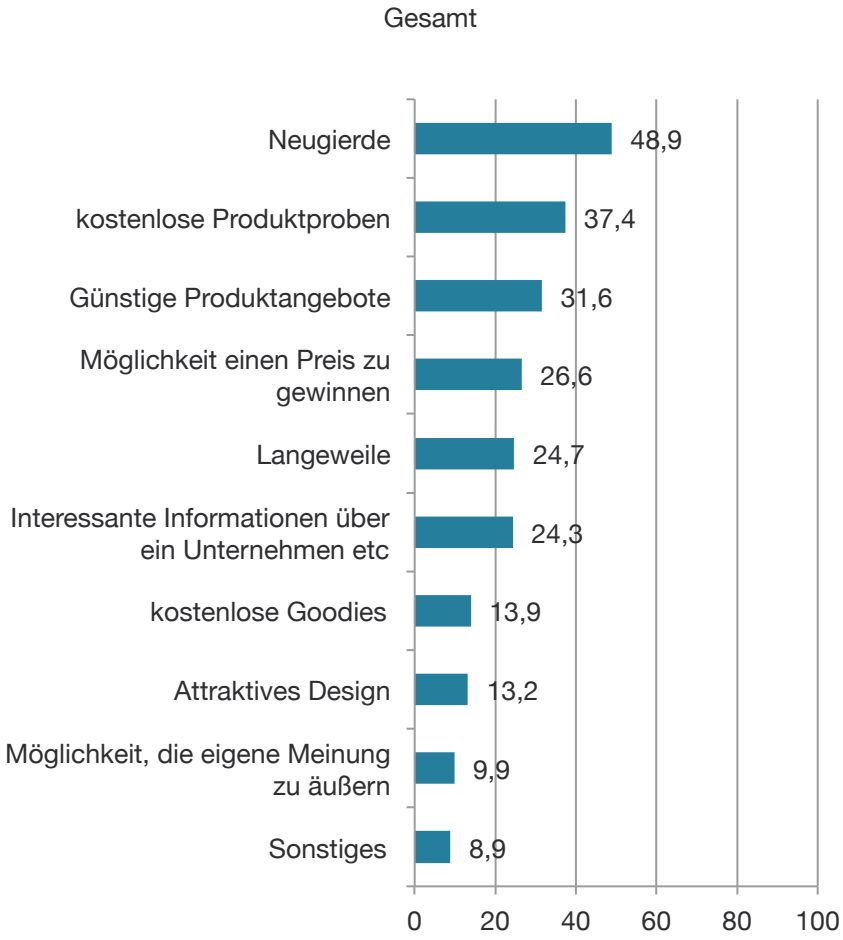
Geschlecht		Alter			
Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
50,0	47,9	58,3	48,0	41,4	40,0
43,7	31,8	38,0	34,7	36,5	41,7
33,4	30,0	31,4	30,6	31,5	33,9
28,0	25,4	27,7	21,4	30,9	25,2
23,7	25,6	29,9	23,7	23,2	16,5
24,0	24,6	26,2	23,1	23,2	23,5
18,0	10,3	13,7	12,7	16,0	13,0
13,7	12,8	19,9	11,6	8,8	7,0
9,4	10,3	11,8	9,8	8,3	7,8
7,4	10,3	8,1	8,1	11,0	8,7

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Frauen)=350, n(Männer)=390, n(bis 29)=271, n(30-39)=173, n(40-49)=181, n(50-59)=115

Gründe warum man auf Werbebanner klickt(3/4)
Nutzertypen

„Im Folgenden nennen wir Ihnen einige Gründe auf Werbebanner im mobilen Internet zu klicken. Bitte wählen Sie jene Gründe, die für Sie persönlich plausible Motive darstellen (könnten), auf Werbebanner zu klicken.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



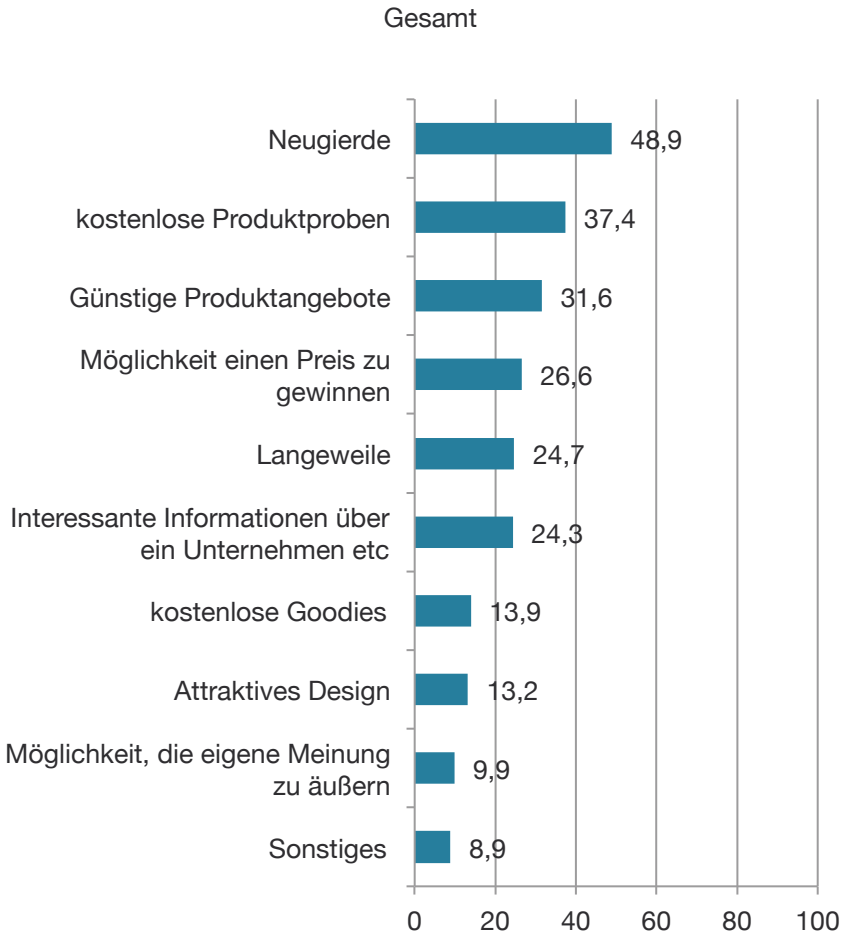
	Nutzertypen		
	Digital Natives	Digital Immigrants	Digital Outsiders
Neugierde	52,5	48,7	39,3
kostenlose Produktproben	40,8	36,3	32,6
Günstige Produktangebote	32,5	32,9	23,6
Möglichkeit einen Preis zu gewinnen	25,7	27,7	24,7
Langeweile	29,1	22,5	21,3
Interessante Informationen über ein Unternehmen etc	26,0	24,9	16,9
kostenlose Goodies	12,8	14,2	15,7
Attraktives Design	15,5	13,5	5,6
Möglichkeit, die eigene Meinung zu äußern	11,3	9,8	5,6
Sonstiges	8,7	8,5	11,2

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(Digital Natives)=265, n(Digital Immigrants)=386, n(Digital Outsiders)=89

Gründe warum man auf Werbebanner klickt(4/4)
Bundesland

„Im Folgenden nennen wir Ihnen einige Gründe auf Werbebanner im mobilen Internet zu klicken. Bitte wählen Sie jene Gründe, die für Sie persönlich plausible Motive darstellen (könnten), auf Werbebanner zu klicken.“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie Internet am Handy nutzen.)



Bundesland								
W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
41,2	50,7	56,5	51,1	54,9	50,8	40,8	54,3	54,5
41,2	36,8	56,5	28,9	43,1	41,5	36,7	31,4	21,2
32,4	26,5	56,5	31,1	27,5	29,7	42,9	30,0	33,3
32,4	23,5	21,7	23,3	37,3	28,8	30,6	17,1	12,1
24,1	26,5	8,7	30,0	25,5	22,0	12,2	27,1	39,4
25,9	27,2	13,0	26,7	25,5	19,5	20,4	27,1	21,2
17,1	13,2	21,7	11,1	21,6	11,9	12,2	11,4	6,1
11,8	13,2	4,3	14,4	17,6	11,0	14,3	15,7	18,2
10,0	9,6	17,4	12,2	9,8	11,0	6,1	7,1	6,1
12,9	7,4	8,7	6,7	7,8	5,9	10,2	10,0	9,1

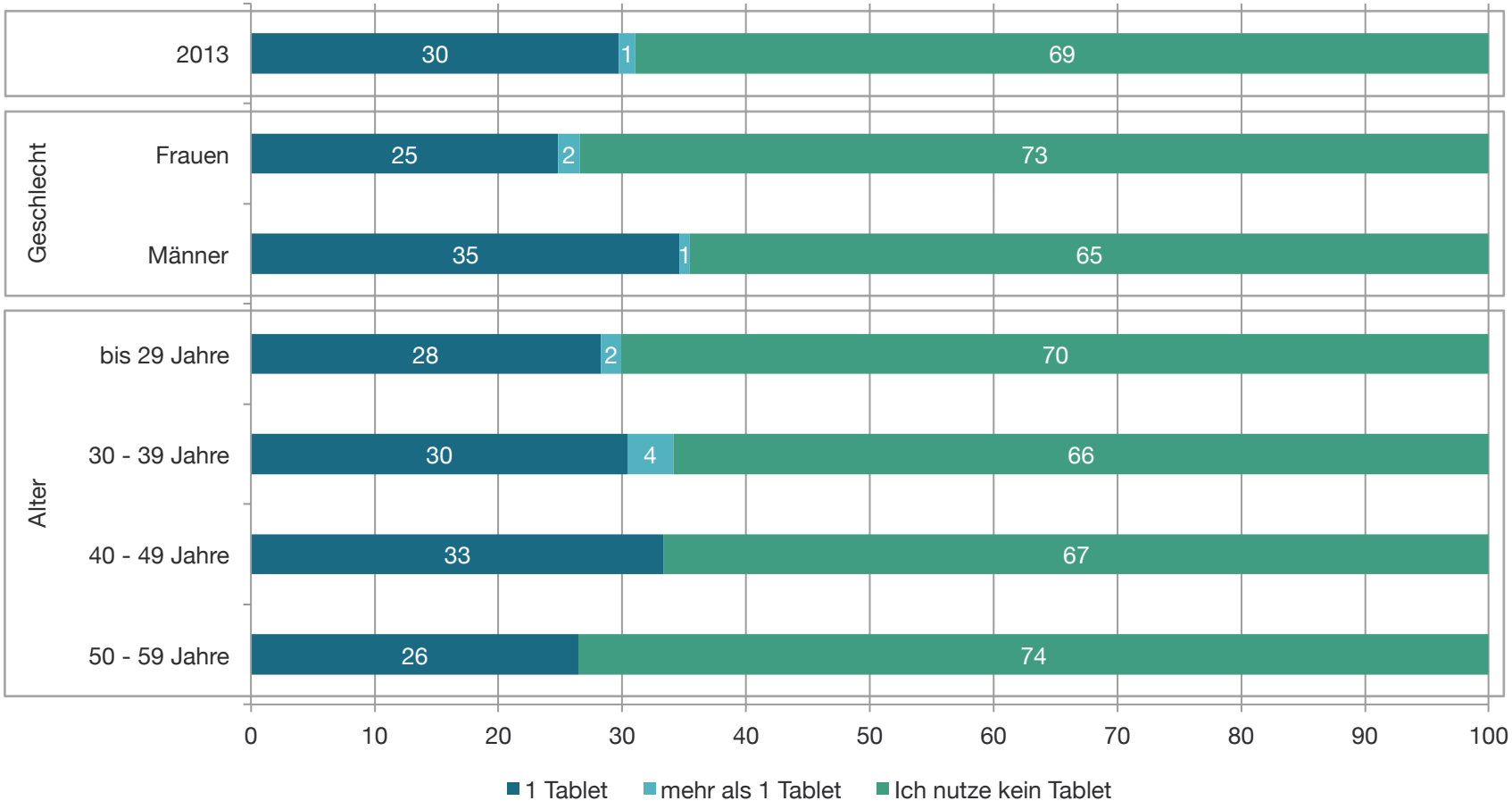
= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=740, n(W)=170, n(NÖ)=136, n(Bgld)=23, n(Stmk)=90, n(Ktn)=51, n(OÖ)=118, n(Sbg)=49, n(T)=70, n(Vbg)=33

Tablets

Tablet-Besitz (1/2)
Geschlecht, Alter

„Nutzen Sie aktuell ein oder mehrere Tablet(s)? Wenn ja, wie viele?“

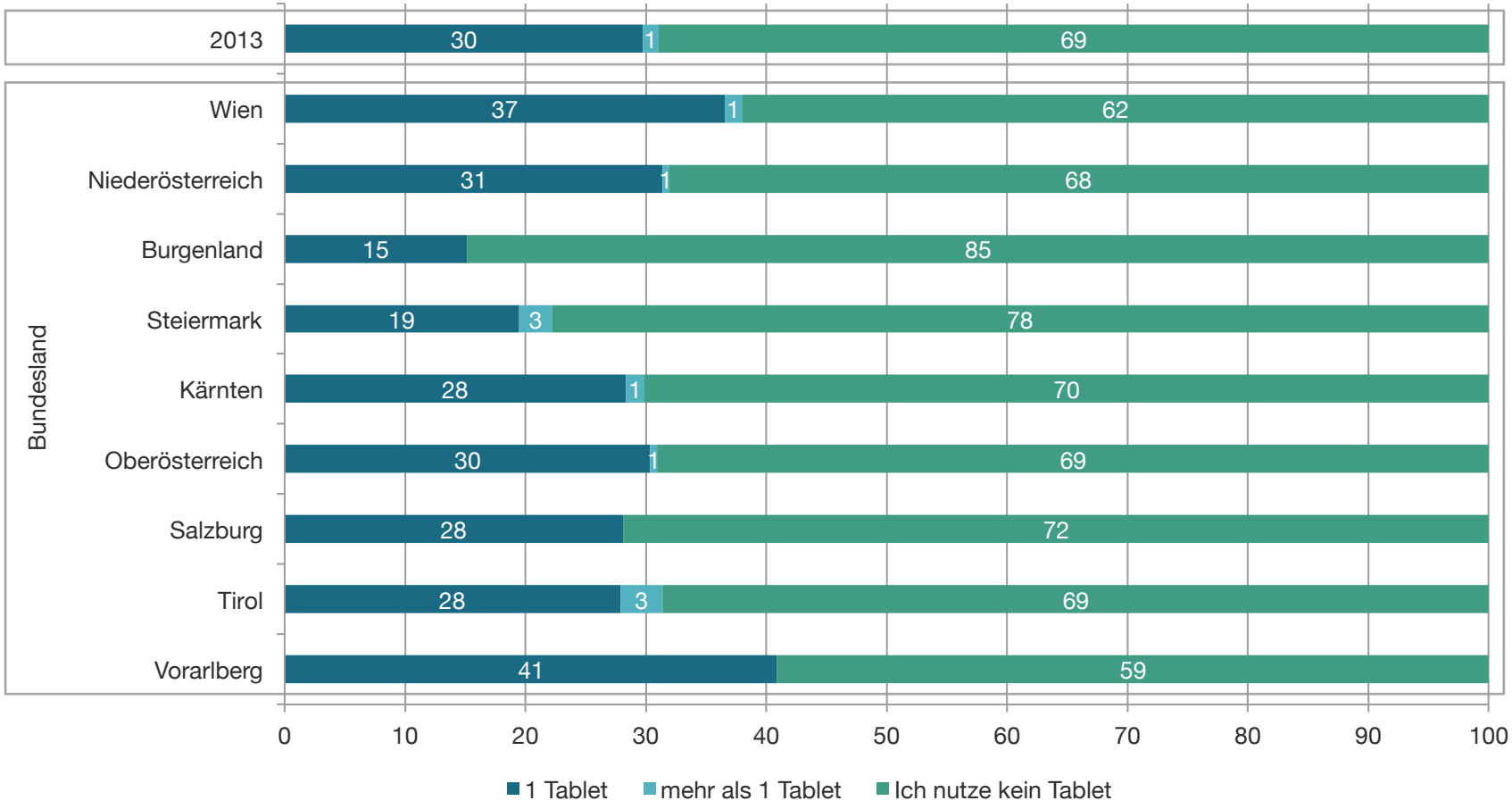


In %, n(2013)=1.002, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

mindtake RESEARCH

Tablet-Besitz (2/2)
Bundesland

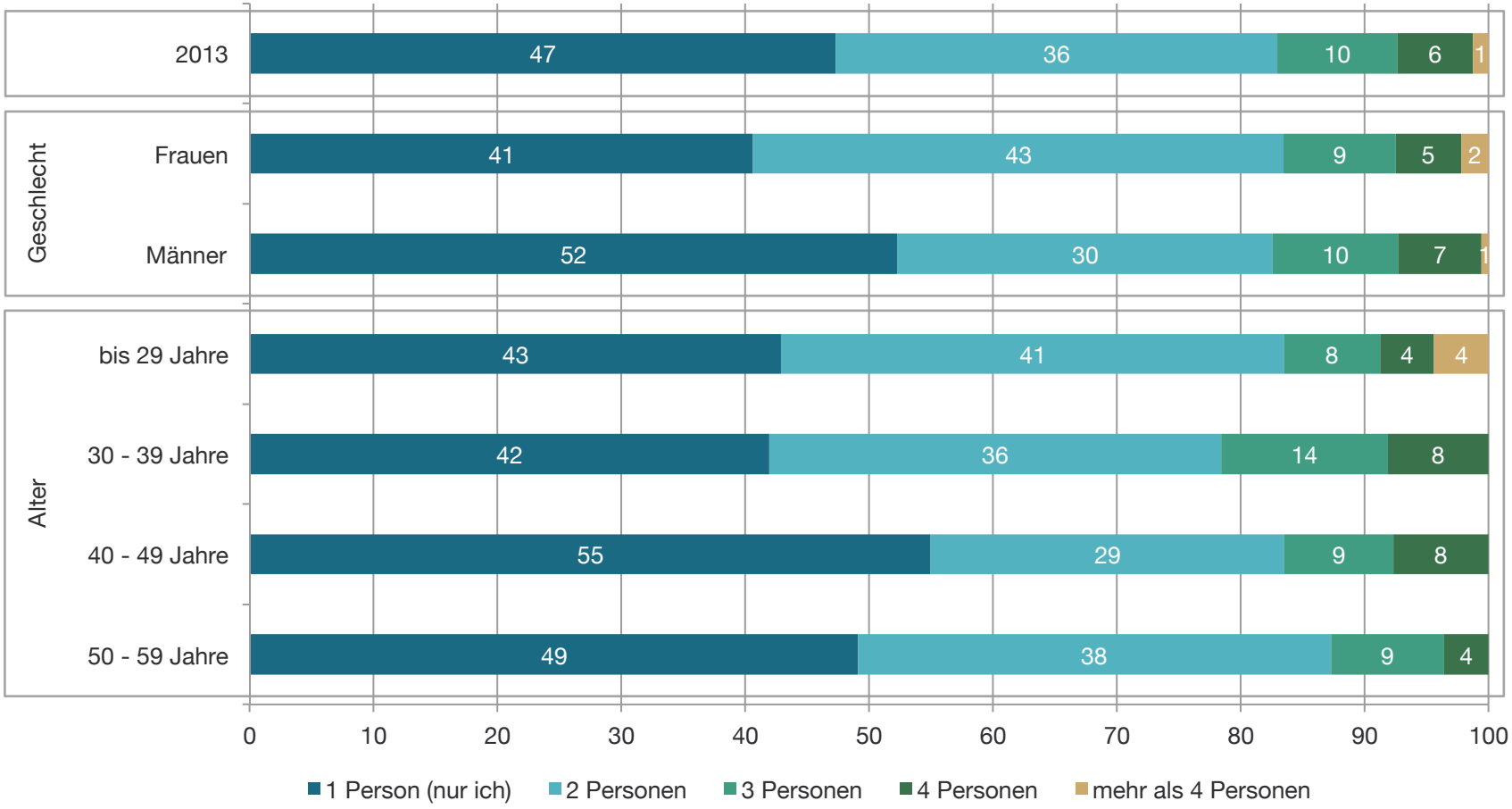
„Nutzen Sie aktuell ein oder mehrere Tablet(s)? Wenn ja, wie viele?“



In %, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Wie viele Personen nutzen das Tablet (1/2)
Alter, Geschlecht

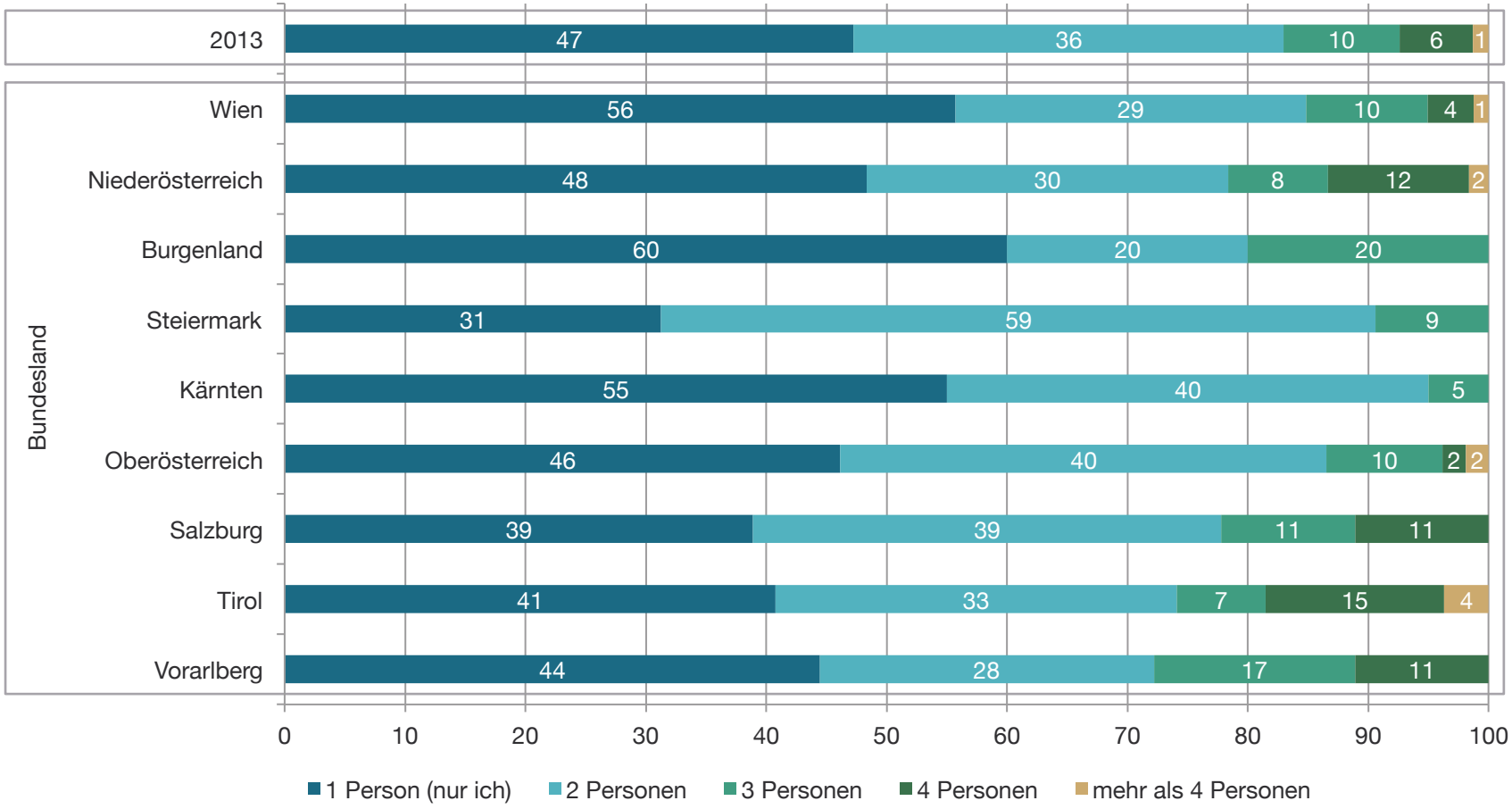
„Von wie vielen Personen, inklusive Ihnen, wird das Tablet genutzt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(Frauen)=133, n(Männer)=178, n(bis 29)=91, n(30-39)=74, n(40-49)=91, n(50-59)=55

Wie viele Personen nutzen das Tablet (2/2)
Bundesland

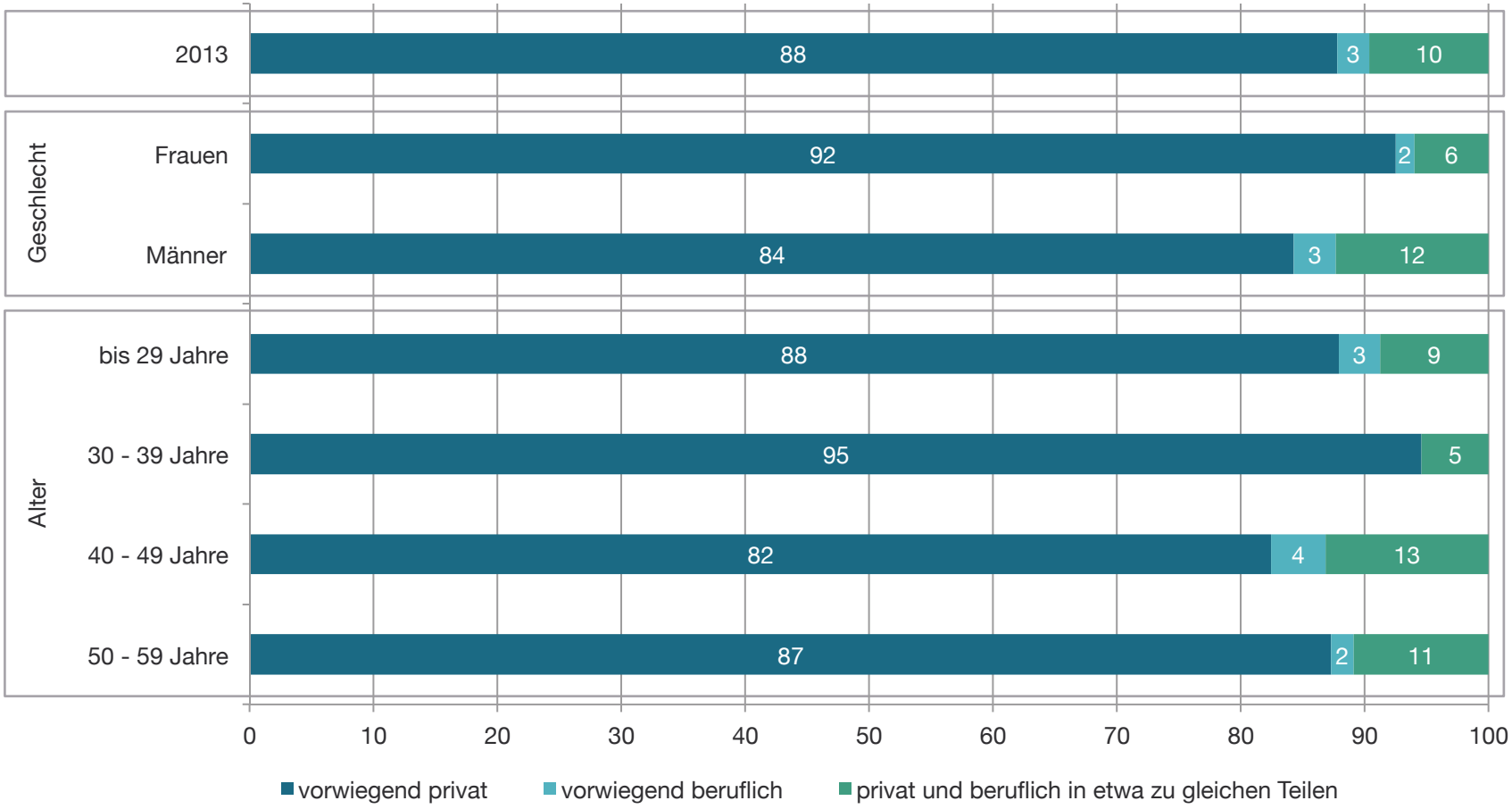
„Von wie vielen Personen, inklusive Ihnen, wird das Tablet genutzt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(W)=79, n(NÖ)=60, n(Bgld)=5, n(Stmk)=32, n(Ktn)=20, n(OÖ)=52, n(Sbg)=18, n(T)=27, n(Vbg)=18

Private bzw. berufliche Nutzung des Tablets (1/2)
Alter, Geschlecht

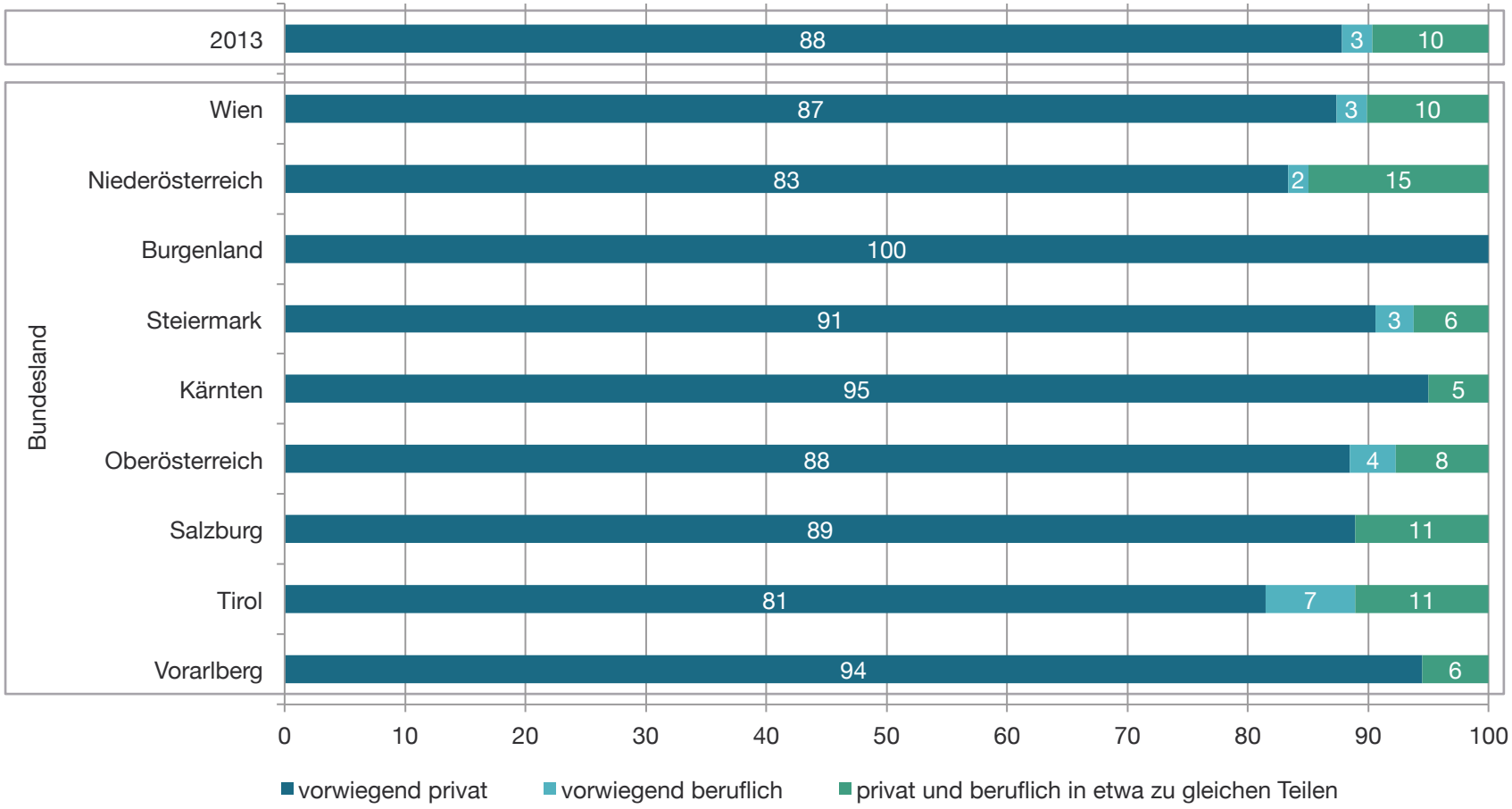
„Nutzen Sie dieses Tablet... “
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(Frauen)=133, n(Männer)=178, n(bis 29)=91, n(30-39)=74, n(40-49)=91, n(50-59)=55

Private bzw. berufliche Nutzung des Tablets (2/2)
Bundesland

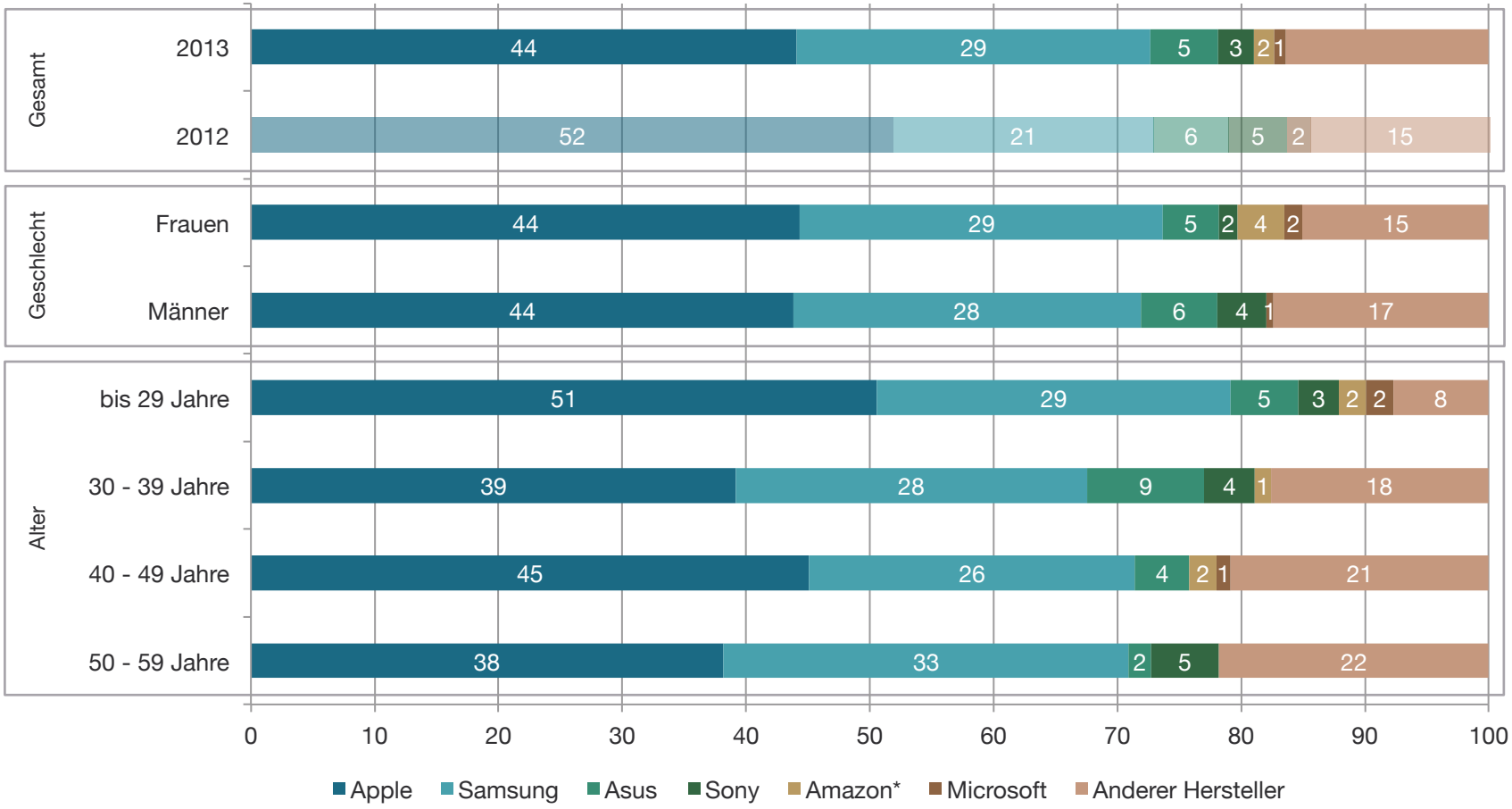
„Nutzen Sie dieses Tablet...“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(W)=79, n(NÖ)=60, n(Bgld)=5, n(Stmk)=32, n(Ktn)=20, n(OÖ)=52, n(Sbg)=18, n(T)=27, n(Vbg)=18

Hersteller des Tablets (1/2)
Geschlecht, Alter

„Von welchem Hersteller ist Ihr Tablet?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



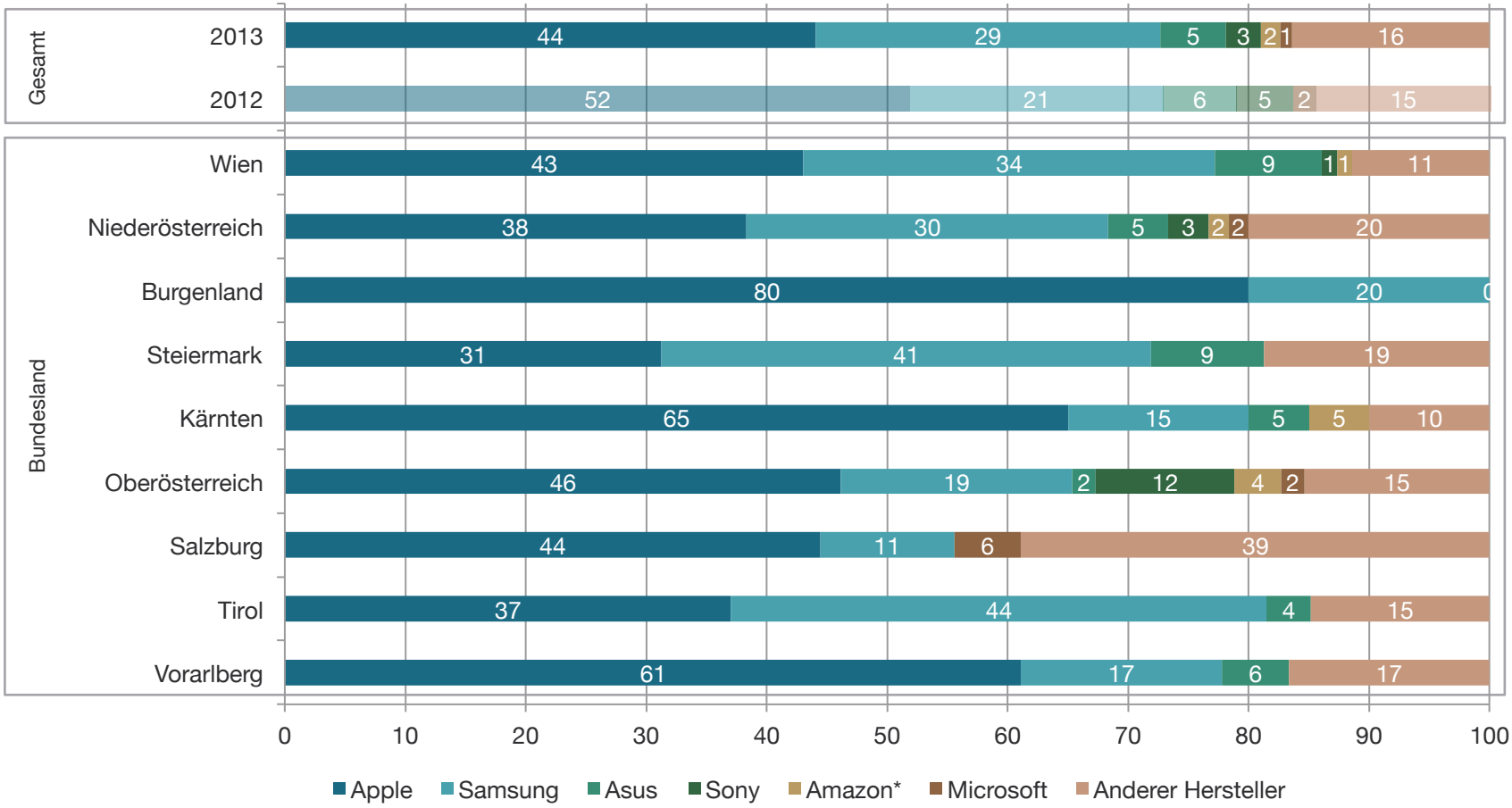
*wurde 2012 nicht abgefragt

In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(2012)=214, n(Frauen)=133, n(Männer)=178, n(bis 29)=91, n(30-39)=74, n(40-49)=91, n(50-59)=55

mindtake RESEARCH

Hersteller des Tablets (2/2)
Bundesland

„Von welchem Hersteller ist Ihr Tablet?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)

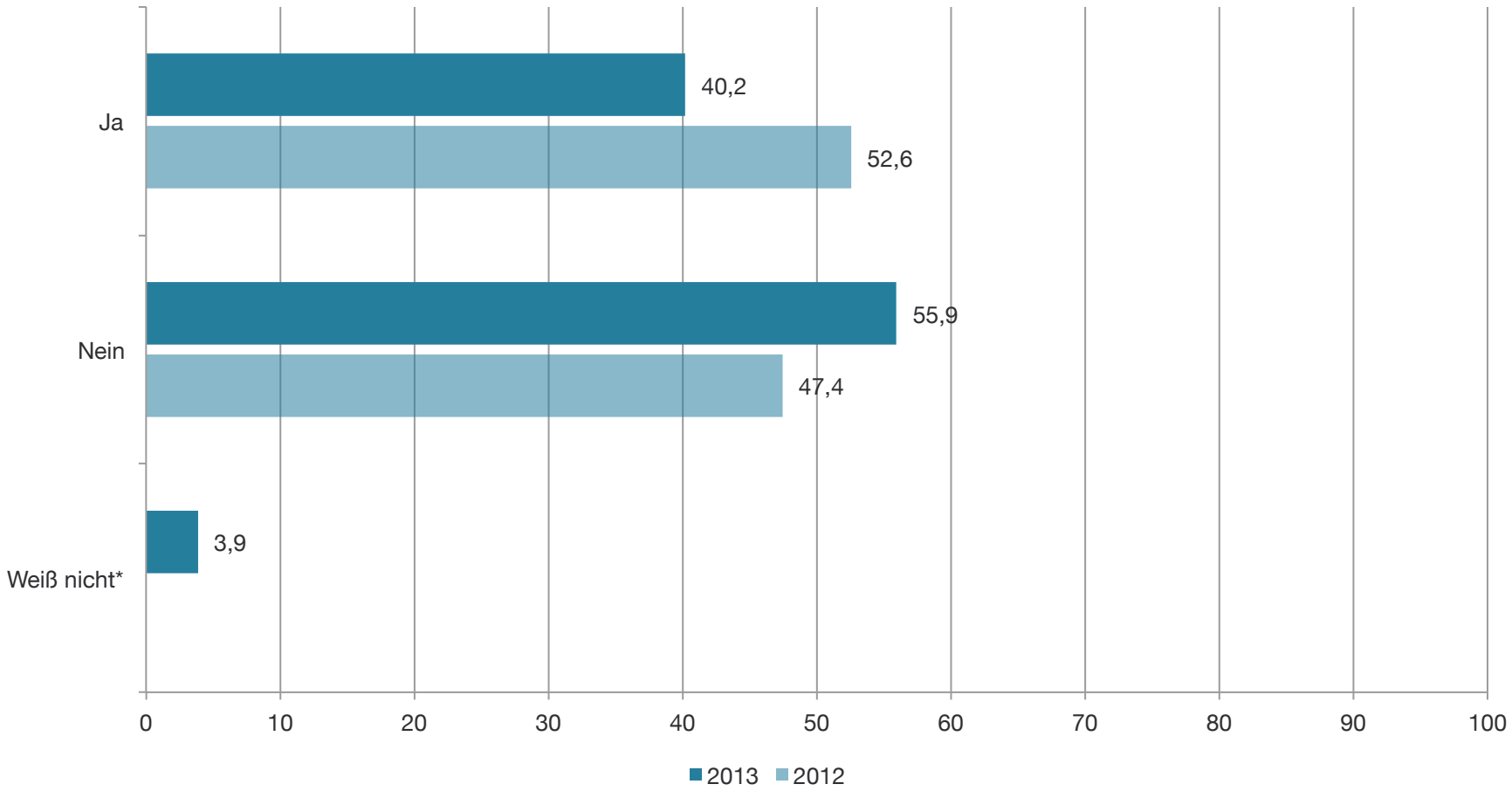


*wurde 2012 nicht abgefragt

In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(2012)=214 , n(W)=79, n(NÖ)=60, n(Bgld)=5, n(Stmk)=32, n(Ktn)=20, n(OÖ)=52, n(Sbg)=18, n(T)=27, n(Vbg)=18

Tablet mit SIM-Karte (1/3)
Gesamt

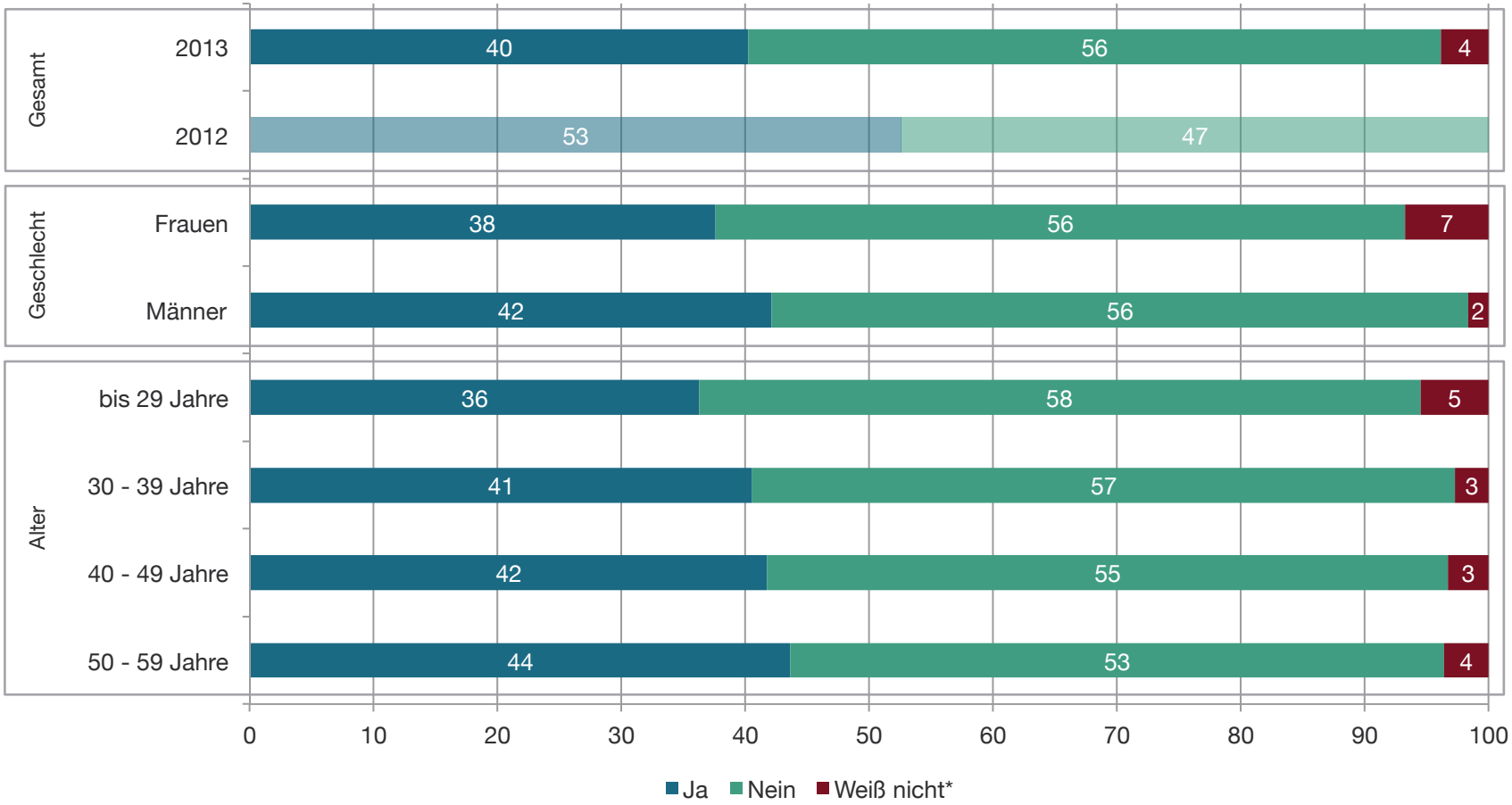
*„Hat Ihr Tablet eine SIM-Karte?“**
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



*wurde 2012 nicht abgefragt, Antworten „Tablet mit Mobilfunk Vertrag“, „Tablet mit Mobilfunk Wertkarte“ wurden als „Ja“, Antwort „Tablet (nur) mit Wertekarte wurde als „Nein“ gewertet.
In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(2012)=214

Tablet mit SIM-Karte (2/3)
Geschlecht, Alter

„Hat Ihr Tablet eine SIM-Karte?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



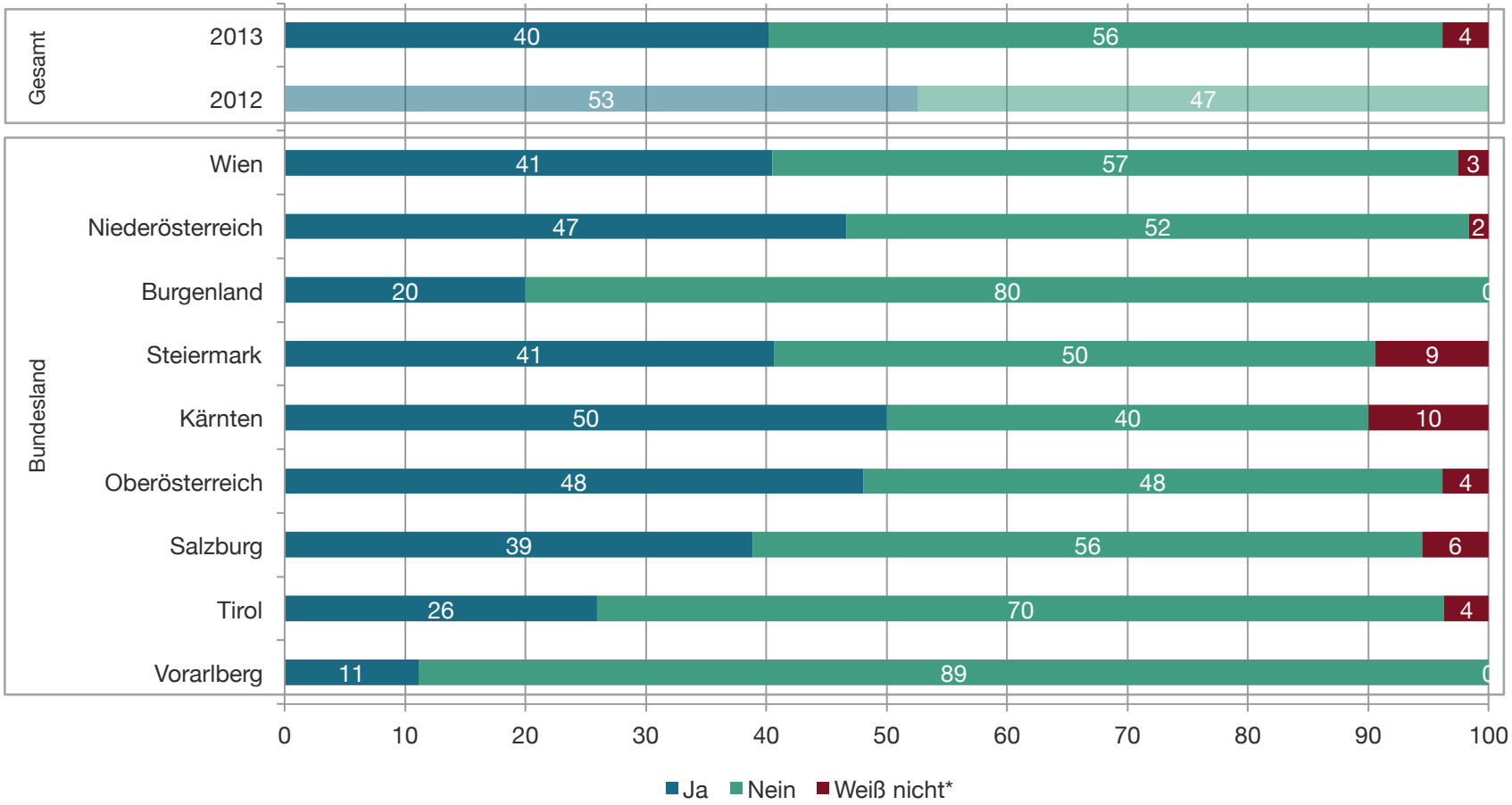
*wurde 2012 nicht abgefragt

In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(2012)=214, n(Frauen)=133, n(Männer)=178, n(bis 29)=91, n(30-39)=74, n(40-49)=91, n(50-59)=55

mindtake RESEARCH

Tablet mit SIM-Karte (3/3)
Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„Hat Ihr Tablet eine SIM-Karte?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)

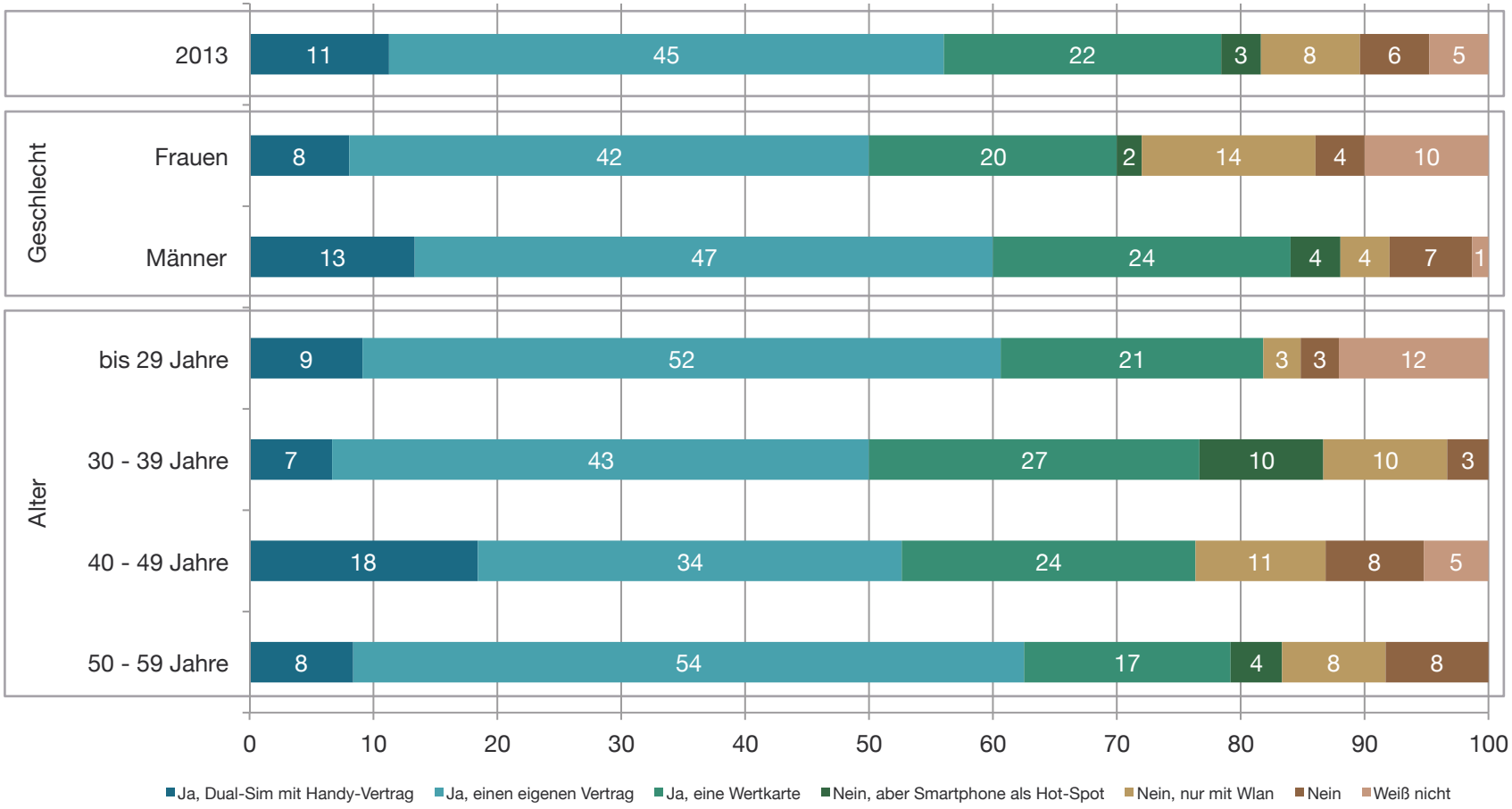


*wurde 2012 nicht abgefragt

In %, Einfachantwort, n(2013)=311, n(2012)=214 , n(W)=79, n(NÖ)=60, n(Bgld)=5, n(Stmk)=32, n(Ktn)=20, n(OÖ)=52, n(Sbg)=18, n(T)=27, n(Vbg)=18

Art des Vertrags für Tablet (1/2)
Geschlecht, Alter

„Haben Sie einen eigenen (Mobilfunk)Vertrag für Ihr Tablet?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet mit SIM-Karte besitzen.)

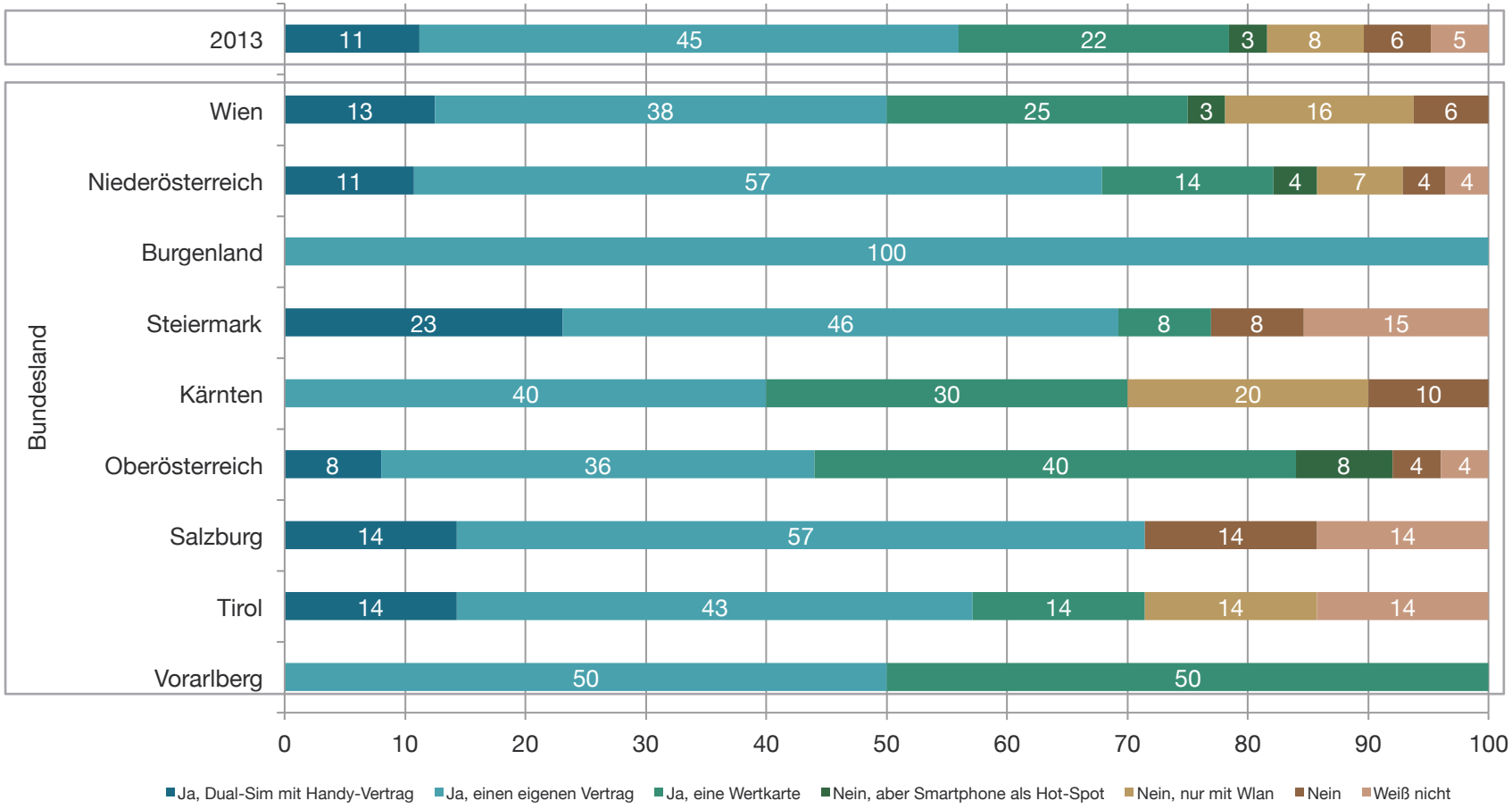


In %, Einfachantwort, n(2013)=125, n(Frauen)=50, n(Männer)=75, n(bis 29)=33, n(30-39)=30, n(40-49)=38, n(50-59)=24

mindtake RESEARCH

Art des Vertrags für Tablet (2/2)
Bundesland

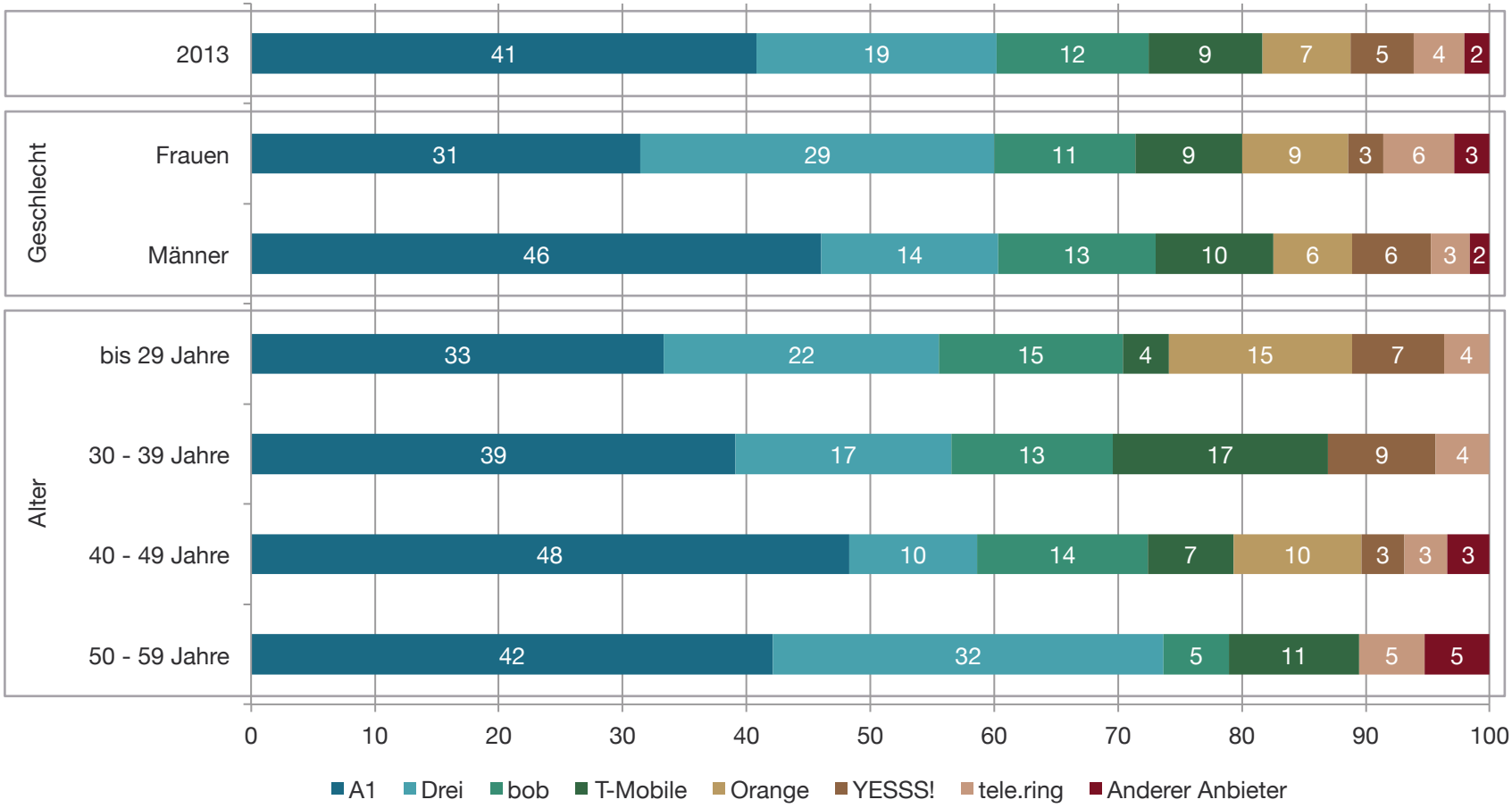
„Haben Sie einen eigenen (Mobilfunk)Vertrag für Ihr Tablet?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet mit SIM-Karte besitzen.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=125, n(W)=32, n(NÖ)=28, n(Bgld)=1, n(Stmk)=13, n(Ktn)=10, n(OÖ)=25, n(Sbg)=7, n(T)=7, n(Vbg)=2

Genutzter Mobilfunk-Anbieter für das Tablet (1/2)
Geschlecht, Alter

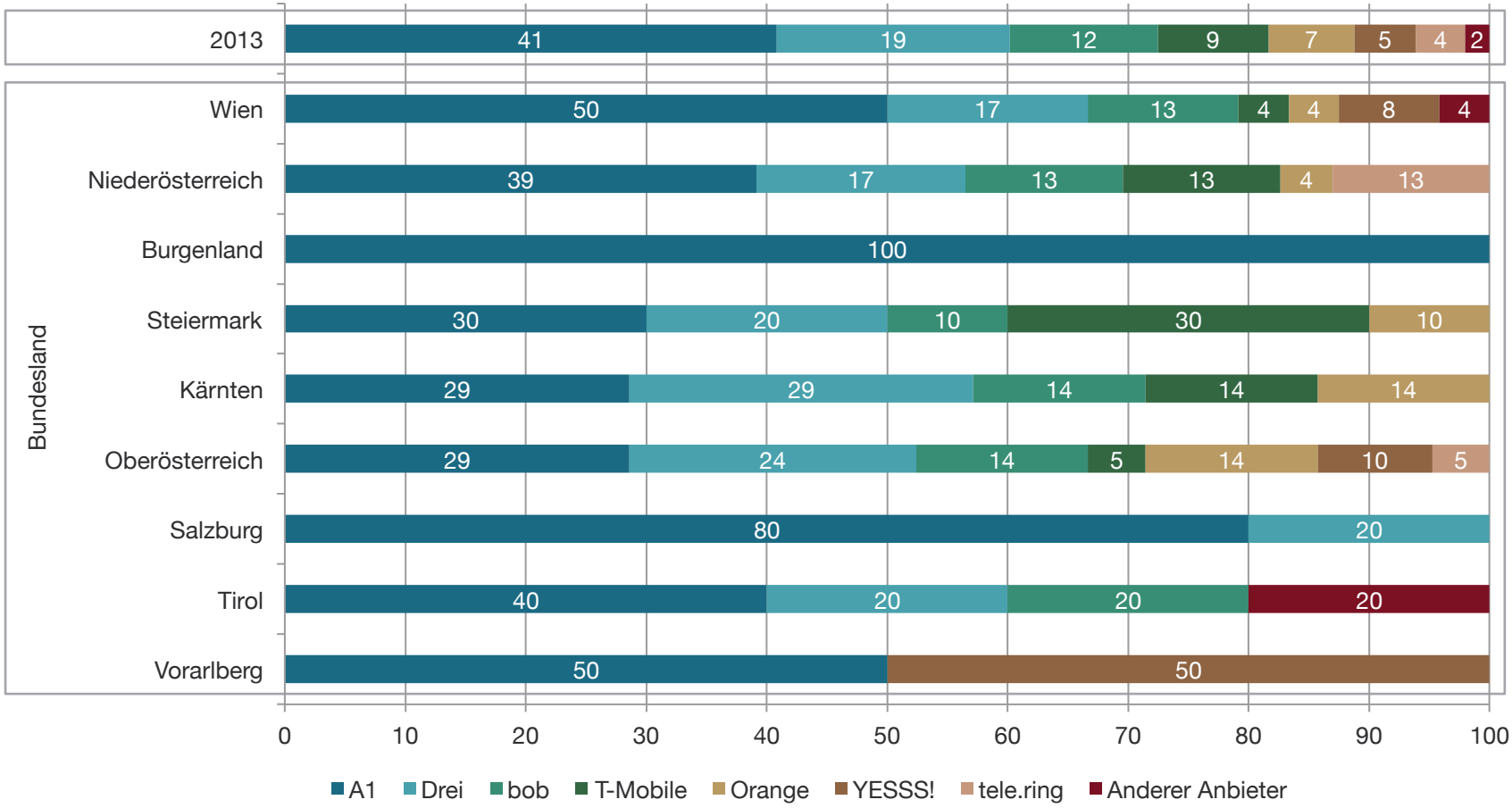
„Bei welchem Anbieter haben Sie diesen Vertrag?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie einen Pre- bzw. Post-Paid-Vertrag haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=98, n(Frauen)=35, n(Männer)=63, n(bis 29)=27, n(30-39)=23, n(40-49)=29, n(50-59)=19

Genutzter Mobilfunk-Anbieter für das Tablet (2/2)
Bundesland

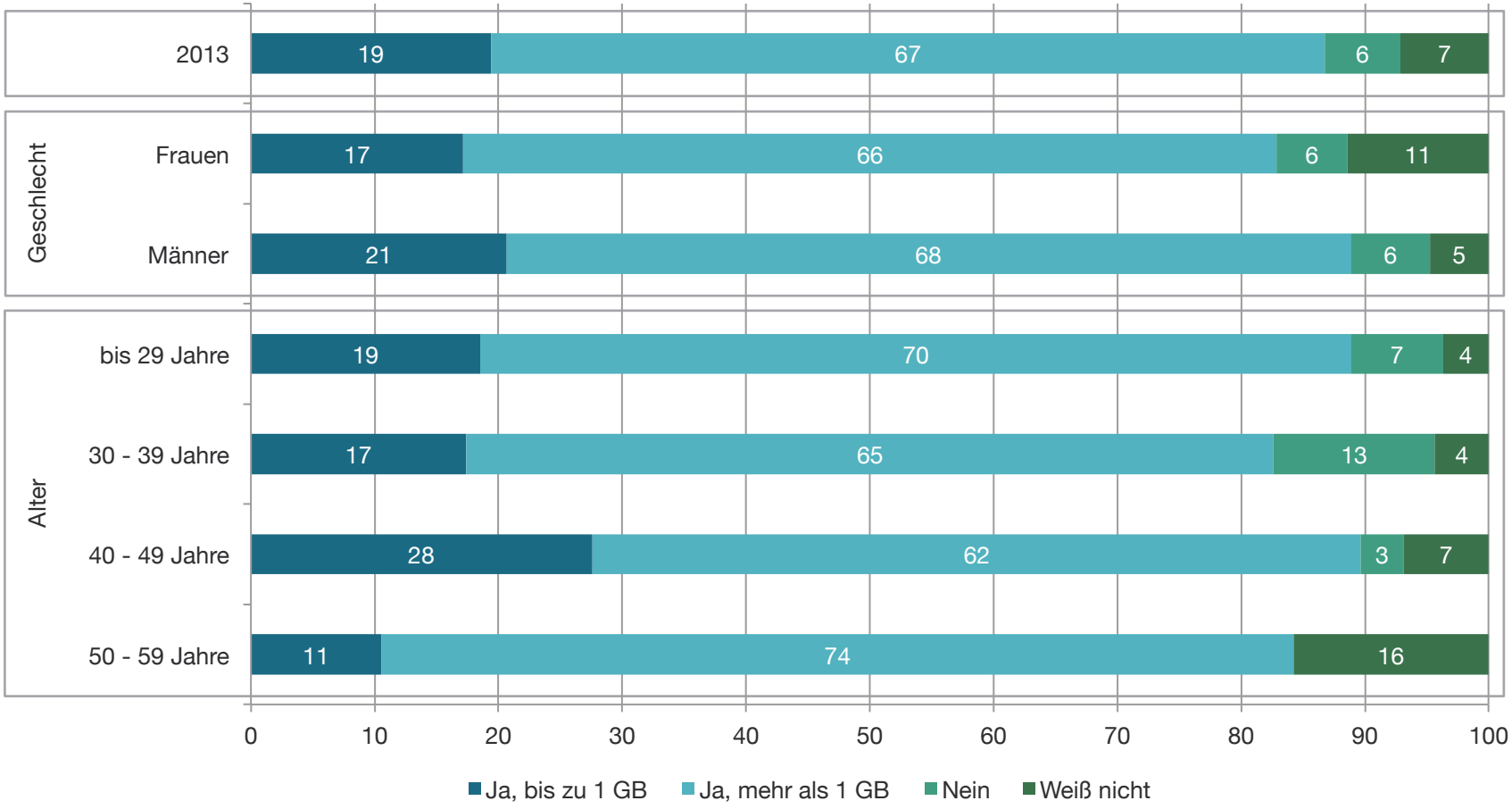
„Bei welchem Anbieter haben Sie diesen Vertrag?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie einen Pre- bzw. Post-Paid-Vertrag haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=98, n(W)=24, n(NÖ)=23, n(Bgld)=1, n(Stmk)=10, n(Ktn)=7, n(OÖ)=21, n(Sbg)=5, n(T)=5, n(Vbg)=2

Inkludiertes Datenvolumen Tablet-Vertrag (1/2)
Geschlecht, Alter

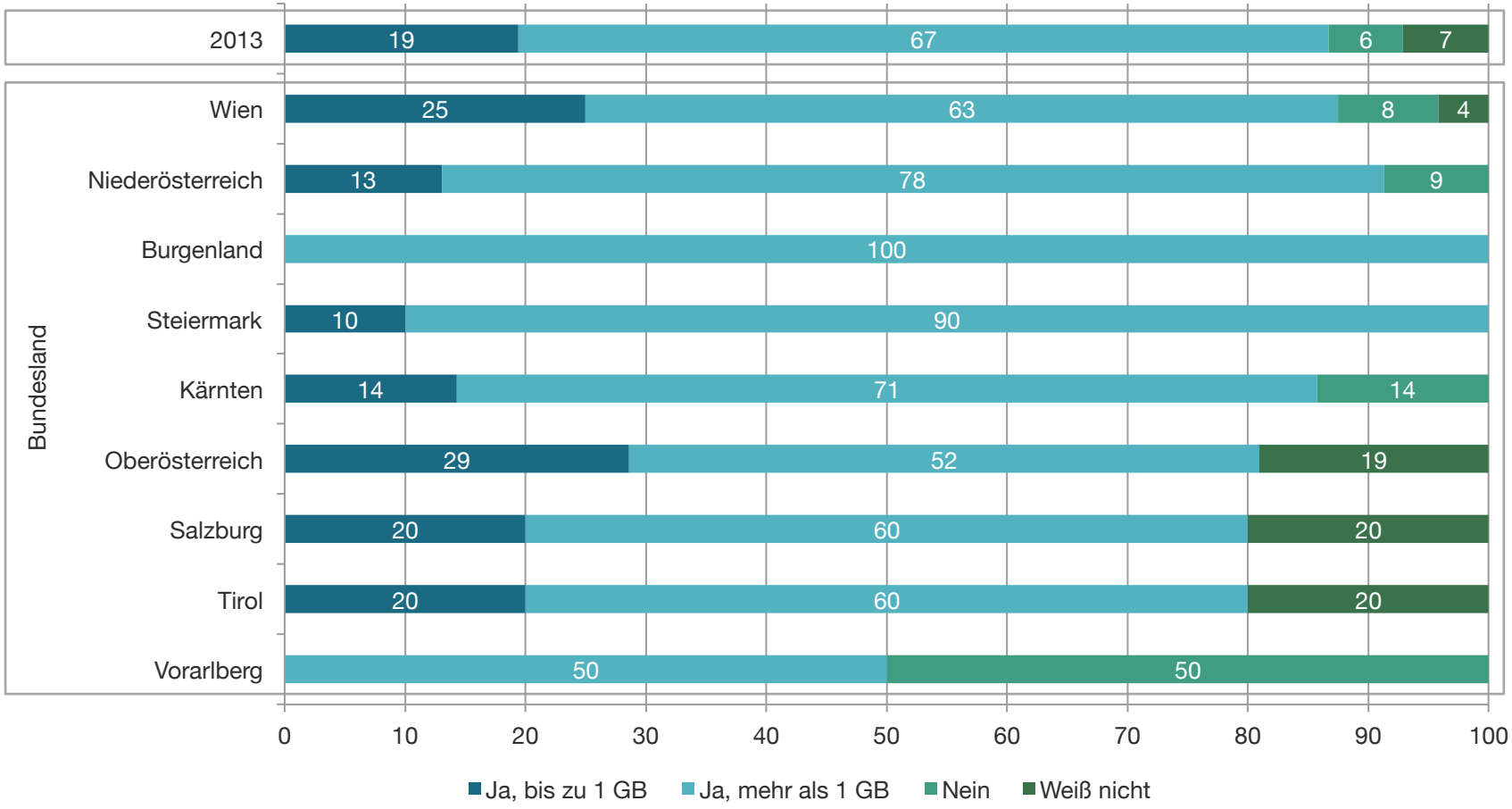
„Wie hoch ist Ihr monatlich, inkludiertes Daten-Volumen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie einen Pre- bzw. Post-Paid-Vertrag haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=98, n(Frauen)=35, n(Männer)=63, n(bis 29)=27, n(30-39)=23, n(40-49)=29, n(50-59)=19

Inkludiertes Datenvolumen Tablet-Vertrag (2/2)
Bundesland

„Wie hoch ist Ihr monatlich, inkludiertes Daten-Volumen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie einen Pre- bzw. Post-Paid-Vertrag haben.)

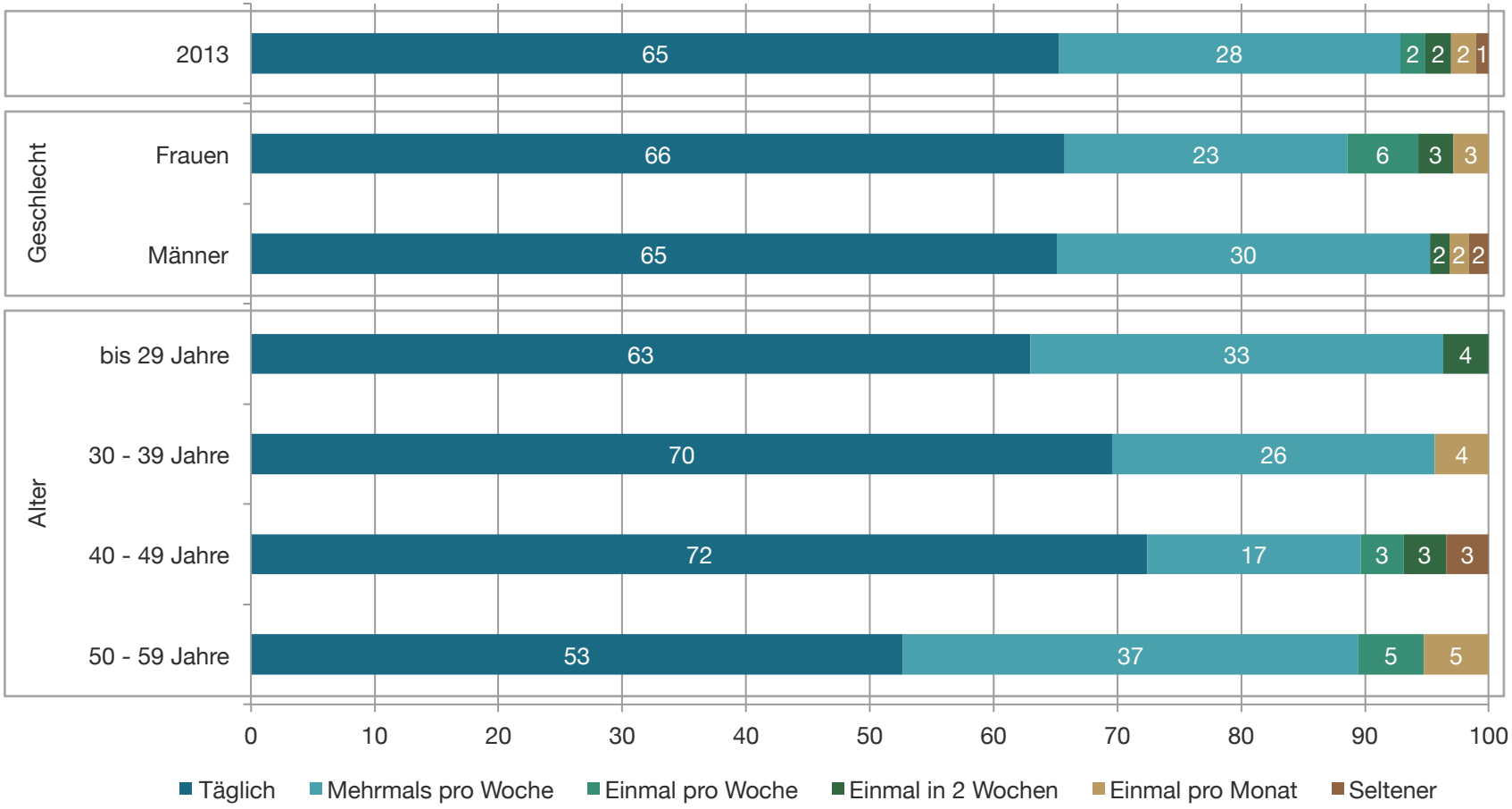


In %, Einfachantwort, n(2013)=98, n(W)=24, n(NÖ)=23, n(Bgld)=1, n(Stmk)=10, n(Ktn)=7, n(OÖ)=21, n(Sbg)=5, n(T)=5, n(Vbg)=2

Häufigkeit der Nutzung von mobilem Internet am Tablet (1/2)

Geschlecht, Alter

„Wie oft nutzen Sie das Internet am Tablet?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie einen Pre- bzw. Post-Paid-Vertrag haben.)

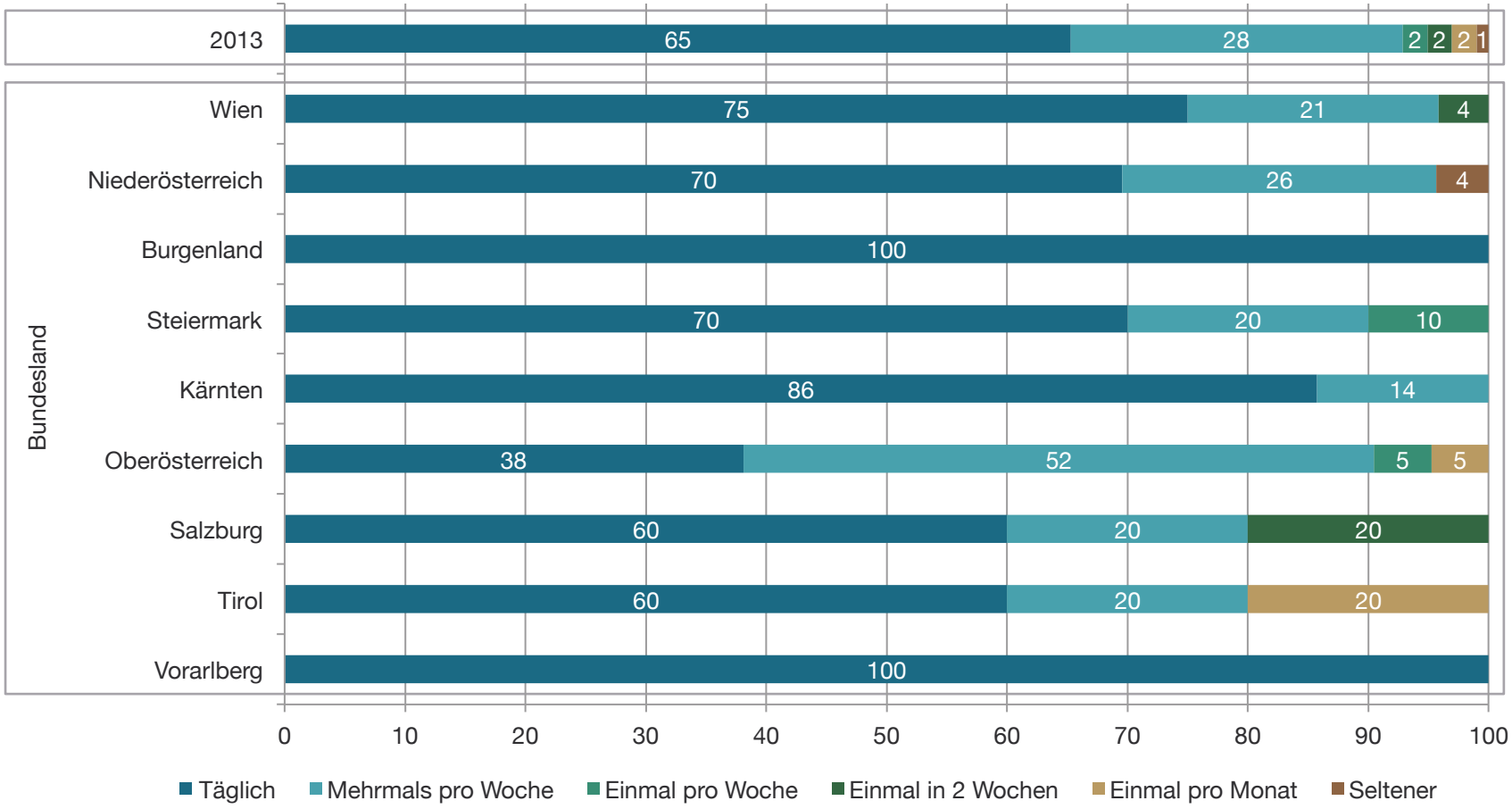


In %, Einfachantwort, n(2013)=98, n(Frauen)=35, n(Männer)=63, n(bis 29)=27, n(30-39)=23, n(40-49)=29, n(50-59)=19

mindtake RESEARCH

Häufigkeit der Nutzung von mobilem Internet am Tablet (2/2)
Bundesland

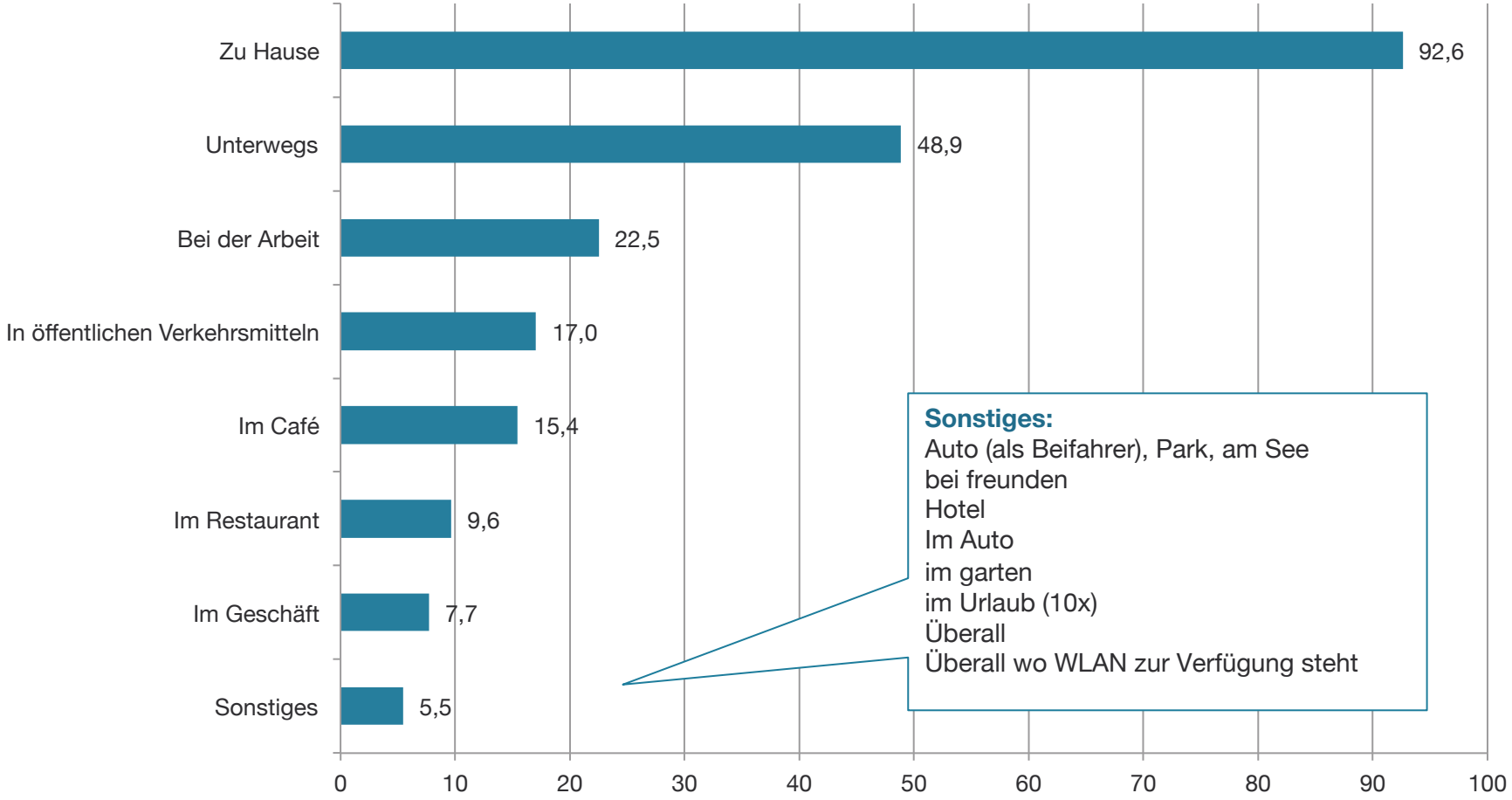
„Wie oft nutzen Sie das Internet am Tablet?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie einen Pre- bzw. Post-Paid-Vertrag haben.)



In %, Einfachantwort, n(2013)=98, n(W)=24, n(NÖ)=23, n(Bgld)=1, n(Stmk)=10, n(Ktn)=7, n(OÖ)=21, n(Sbg)=5, n(T)=5, n(Vbg)=2

Orte an denen das Tablet genutzt wird (1/3)
Gesamt

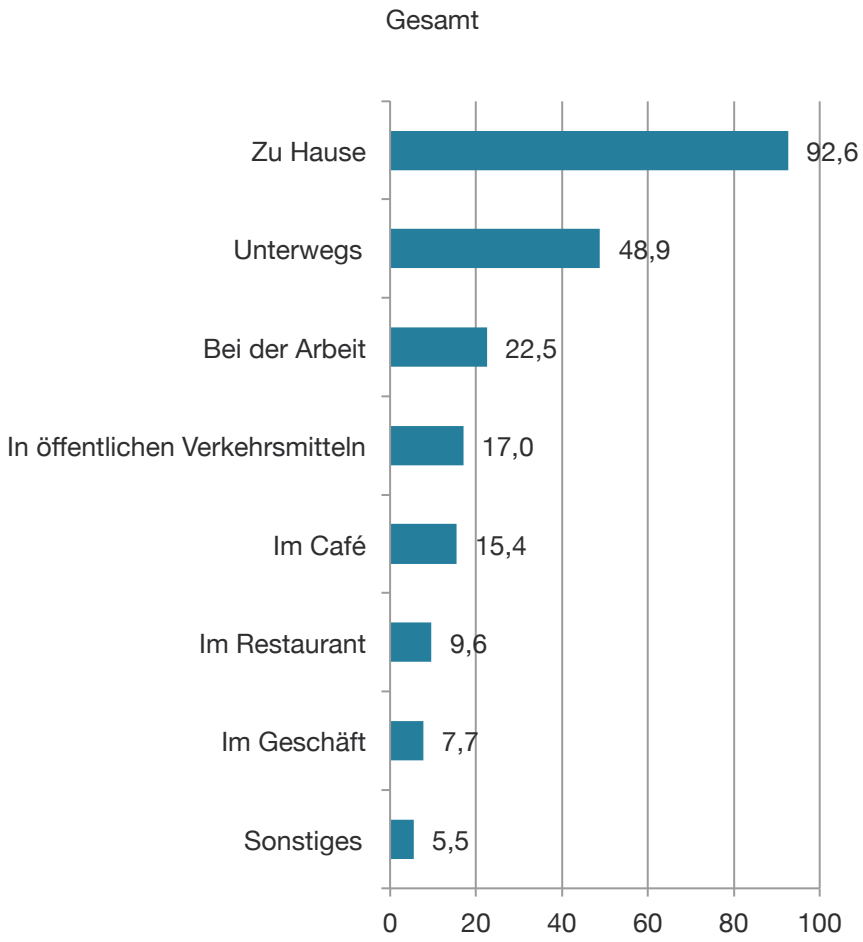
„Und wo nutzen Sie Ihr Tablet regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



In %, Mehrfachantwort, n=311

Orte an denen das Tablet genutzt wird (2/3)
Geschlecht, Alter

„Und wo nutzen Sie Ihr Tablet regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



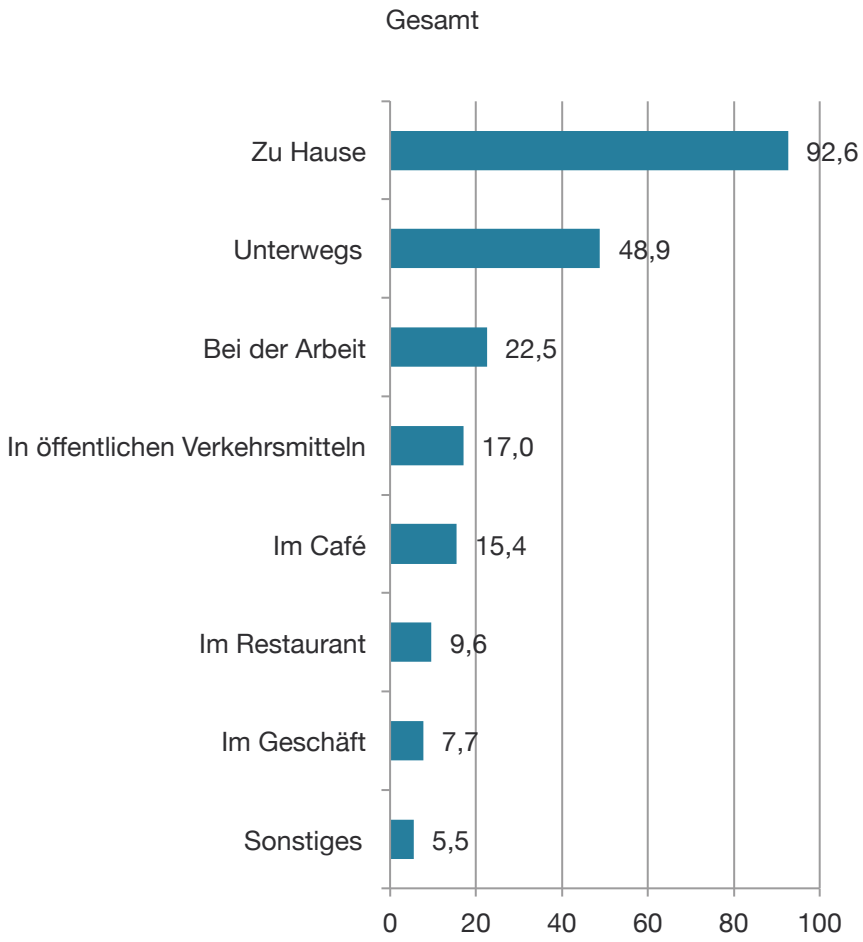
	Gesamt	Geschlecht		Alter			
		Frauen	Männer	bis 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
Zu Hause	92,6	94,0	91,6	94,5	95,9	87,9	92,7
Unterwegs	48,9	46,6	50,6	42,9	41,9	59,3	50,9
Bei der Arbeit	22,5	18,8	25,3	24,2	16,2	29,7	16,4
In öffentlichen Verkehrsmitteln	17,0	14,3	19,1	20,9	17,6	15,4	12,7
Im Café	15,4	10,5	19,1	20,9	12,2	14,3	12,7
Im Restaurant	9,6	5,3	12,9	12,1	10,8	9,9	3,6
Im Geschäft	7,7	4,5	10,1	11,0	8,1	8,8	0,0
Sonstiges	5,5	4,5	6,2	1,1	8,1	8,8	3,6

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(Gesamt)=311, n(Frauen)=133, n(Männer)=178, n(bis 29)=91, n(30-39)=74, n(40-49)=91, n(50-59)=55

Orte an denen das Tablet genutzt wird (3/3)
Bundesland

„Und wo nutzen Sie Ihr Tablet regelmäßig?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, dass sie ein Tablet besitzen.)



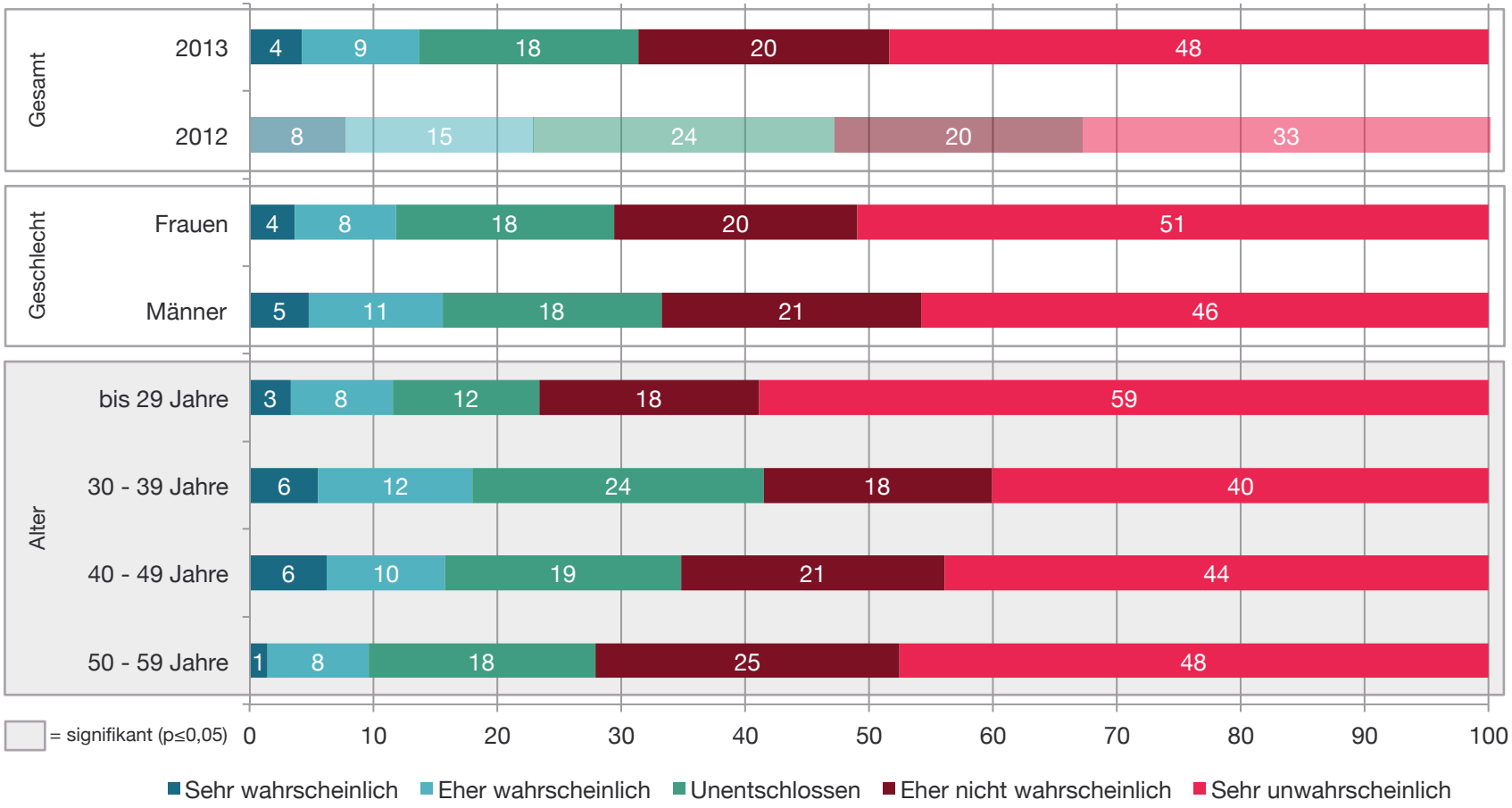
	Bundesland								
	W	NÖ	Bgld	Stmk	Ktn	OÖ	Sbg	T	Vbg
Zu Hause	89,9	93,3	100,0	93,8	90,0	94,2	100,0	92,6	88,9
Unterwegs	44,3	56,7	40,0	53,1	55,0	53,8	33,3	40,7	44,4
Bei der Arbeit	22,8	23,3	20,0	21,9	20,0	26,9	22,2	18,5	16,7
In öffentlichen Verkehrsmitteln	22,8	20,0	40,0	3,1	25,0	17,3	5,6	7,4	16,7
Im Café	13,9	18,3	20,0	3,1	30,0	21,2	16,7	7,4	11,1
Im Restaurant	15,2	6,7	0,0	0,0	25,0	11,5	11,1	0,0	5,6
Im Geschäft	13,9	3,3	0,0	0,0	20,0	7,7	11,1	0,0	5,6
Sonstiges	11,4	5,0	0,0	3,1	10,0	1,9	0,0	0,0	5,6

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(2013)=311, n(W)=79, n(NÖ)=60, n(Bgld)=5, n(Stmk)=32, n(Ktn)=20, n(OÖ)=52, n(Sbg)=18, n(T)=27, n(Vbg)=18

Wahrscheinlichkeit für Tablet-Kauf (1/2)
Geschlecht, Alter

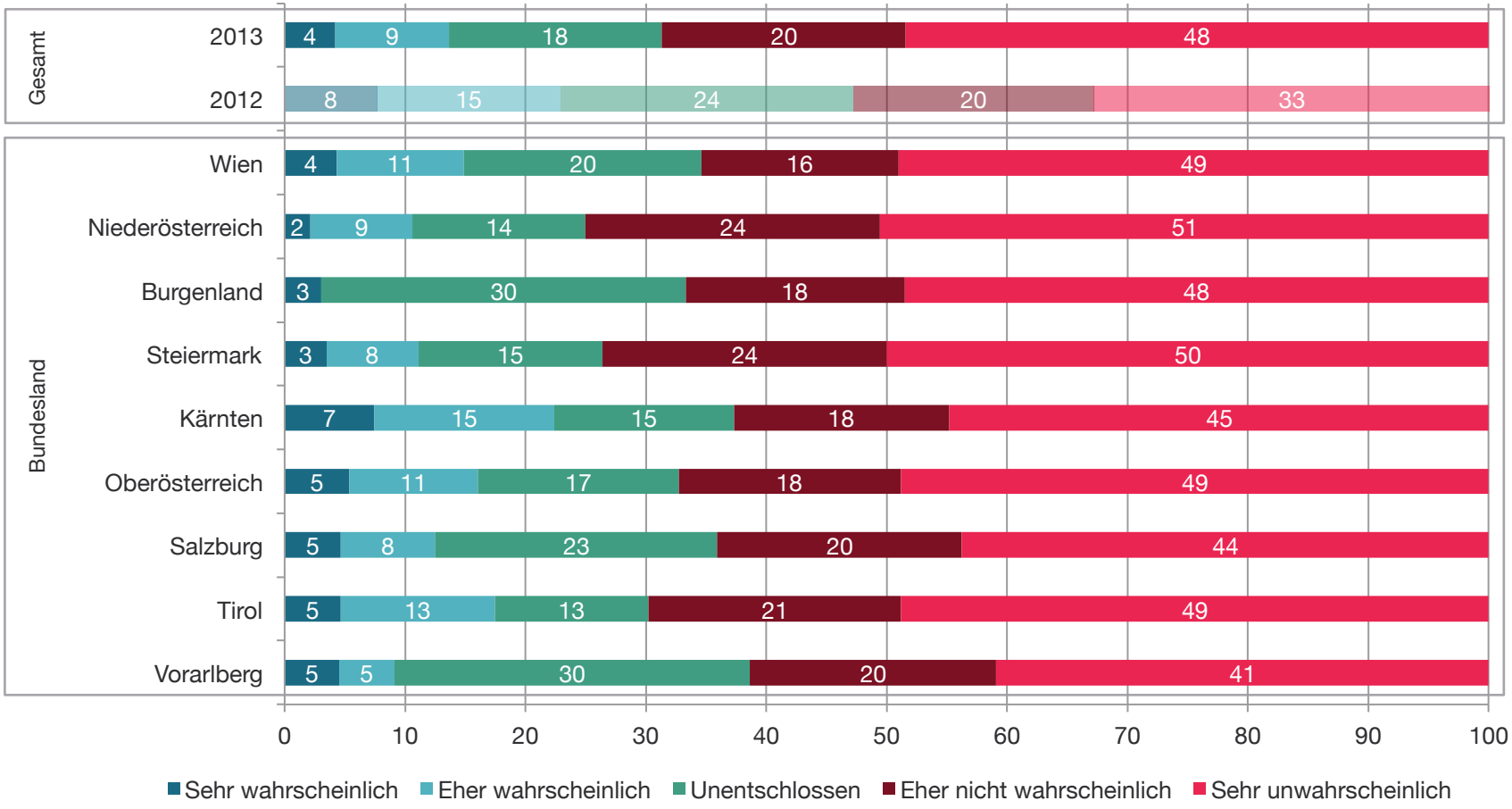
„Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie sich in den nächsten 6 Monaten ein (neues) Tablet kaufen?“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(2012)=1.001, n(Frauen)=500, n(Männer)=502, n(bis 29)=304, n(30-39)=217, n(40-49)=273, n(50-59)=208

Wahrscheinlichkeit für Tablet-Kauf (2/2)
Bundesland

„Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie sich in den nächsten 6 Monaten ein (neues) Tablet kaufen?“



In %, Einfachantwort, n(2013)=1.002, n(W)=208, n(NÖ)=188, n(Bgld)=33, n(Stmk)=144, n(Ktn)=67, n(OÖ)=168, n(Sbg)=64, n(T)=86, n(Vbg)=44

Zusammenfassung

Zusammenfassung (1/13)

- **Nutzung des Mobiltelefons**
  - Der Großteil der Befragten, nämlich 72% nutzen aktuell ein Handy. Weitere 25% nutzen bereits zwei Handys und ein geringer Teil von 3% nutzt sogar 3 oder mehr Handys. Während nur 21% der Frauen mehr als zwei Handys nutzen liegt dieser Anteil bei den Männern bei 34%. Auch verfügen nur 21% der unter 30-jährigen unter 30-jährigen Handys, bei den 30-39-jährigen sind es bereits 26%, bei den 50-59-jährigen 31% und bei den 40-49-jährigen gar 34%.
  - 90% der Befragten geben an, dass ihr Handy ein Privathandy ist. Mit 15% nutzen mehr Männer als Frauen (6%) ein Firmenhandy. Bei den unter 30-jährigen ist der Anteil an Firmenhandys mit 3 % am niedrigsten, gefolgt von den 30-39-jährigen mit 7% und den 50-59-jährigen mit 12%. Der größte Firmenhandy-Anteil zeigt sich bei den 40-49-jährigen: 19% der Personen dieser Altersgruppe nutzen ein Firmenhandy.
  - Der meistgenutzte Mobilfunkanbieter unter den Befragten ist A1 mit 31%, gefolgt von Drei (15%), T-Mobile, tele.ring und Orange (je 14%). Unter den Männern finden sich 33% A1- und 18% Drei-Kunden, unter den Frauen ist ebenfalls A1 mit 29% der meistgenutzte Anbieter, gefolgt von Orange mit 16% (Männer: 11%).
    Der größte Anteil der A1-Kunden zeigt sich mit 52% unter Personen aus Salzburg, gefolgt vom Burgenland (39%), der Steiermark (38%) und Vorarlberg (36%).
  - 92% der Befragten nutzen ein Vertrags- und 8% ein Wertkartenhandy. Unterschiede aufgrund der Soziodemographie lassen sich hier nicht erkennen.
  - Die monatliche Handy-Rechnung liegt bei je 30% der Befragten zwischen 7 und 15 Euro bzw. zwischen 15 und 25 Euro. Weitere 19% bezahlen für das monatliche Telefonieren zwischen 25 und 40 Euro und 9% zwischen 40 und 100 Euro. Unter 7 Euro Handy-Rechnung haben nur 7% der Befragten.
  - Unter den Befragten mit Vertragshandy haben 77% der Befragten ein Daten-Paket im Tarif inkludiert, wobei 27% bis zu 1 GB und die Hälfte mehr als 1 GB inkludiert haben. Je älter die Befragten sind, umso weniger haben diese ein Daten-Paket im Tarif inkludiert: 88% der unter 30-jährigen und 75% der 40-49-jährigen haben ein Daten-Paket inkludiert. Bei den 50-59-jährigen ist der Anteil mit 62% vergleichsweise niedrig.

Zusammenfassung (2/13)

- 58% der Personen mit Wertkartenhandy haben kein Daten-Paket aktiviert, 19% ein Daten-Paket mit mehr als 1 GB und 15% eines mit bis zu 1 GB.
- Das Handy wird von 82% vorwiegend privat genutzt, 13% nutzen es privat und beruflich in etwa zu gleichen Teilen und 5% nutzen es vorwiegen für berufliche Zwecke. Bei den Frauen liegt der Anteil jener, die das Handy nur privat nutzen bei 89% wohingegen der Anteil bei den Männern bei 74% liegt. 19% der Männer nutzen das Handy sowohl beruflich als auch privat (Frauen: 8%) und weitere 8% nutzen es rein beruflich (Frauen: 2%). Den größten Anteil an Personen, die das Handy vorwiegend beruflich nutzen zeigt mit 10% die Gruppe der 40-49-jährigen, gefolgt von 7% bei den 50-59-jährigen. Bei den 30-39-jährigen nutzen nur 3% und bei den unter 30-jährigen gar nur 1% das Handy ausschließlich beruflich.
- Das beliebteste Handy unter den Befragten ist mit 78% das Smartphone (mit oder ohne Tastatur). Am stärksten vertreten ist das Smartphone bei den unter 30-jährigen (92%), gefolgt von den 30-39-jährigen mit 85%.
  Das Barrenhandy wird von 14% der Befragten genutzt, wobei dieser Handytyp vor allem bei den 40-49-jährigen (19%) sowie den 50-59-jährigen (22%) beliebt ist.
- Die beliebteste Handy-Marke unter den Befragten ist mit Abstand Samsung: 40% der Befragten besitzen ein Samsung-Gerät, wobei mit 43% etwas mehr Frauen als Männer (36%) damit telefonieren.
  Apple's iPhone nutzen 19% der Befragten, wobei der Anteil der iPhone-Nutzer mit dem Alter abnimmt. Während bei den unter 30-jährigen bzw. 30-39-jährigen 23% bzw. 22% der Befragten das iPhone nutzen, sind es bei den 40-49-jährigen 18% und bei den 50-59-jährigen nur noch 11%. In diesen Altersgruppen ist neben Samsung (35% bzw. 41%) vor allem Nokia mit 23% bei den 40-49-jährigen bzw. 30% bei den 50-59-jährigen stark vertreten.
- 47% der Handys laufen unter Android, 19% unter Apple's iOS. Überraschend: ein Viertel der Befragten weiß nicht, welches Betriebssystem auf dem eigenen Handy installiert ist. Dabei wissen Frauen mit 29% weniger über das eigene Betriebssystem Bescheid als Männer (20%). Auch zeigt sich, dass je jünger die Personen sind, umso besser wissen diese über das Betriebssystem Bescheid. Während bei den unter 30-jährigen nur 10% nicht wissen welches Betriebssystem auf ihrem Handy installiert ist, sind es bei den 30-39-jährigen bereits 20%, bei den 40-49-jährigen 33% und bei den 50-59-jährigen gar 41%.

mindtake RESEARCH

Zusammenfassung (3/13)

- Mit 32% nutzt der Großteil der Befragten das aktuelle Handy bereits seit 2 bis 3 Jahren, gefolgt von 23%, die ihr Handy seit 7 Monaten bis 1 Jahr haben sowie 22%, die es sich erst in den letzten 6 Monaten angeschafft haben. Nur 9% haben ihr Handy bereits länger als 3 Jahre.
- In den letzten drei Jahren hat sich mit 47% der Großteil der Befragten zwei Handys angeschafft bzw. gekauft. 29% haben sich nur ein Handy gekauft, wobei der Anteil unter den Frauen bei 31% liegt (Männer: 26%), während 24% der Männer sich in den letzten 3 Jahren sogar 3 und mehr Handys gekauft haben (Frauen: 16%). Ebenfalls hoch liegt dieser Anteil bei den bis 29-jährigen: hier haben sich 25% in den letzten drei Jahren 3 bzw. mehr Handys gekauft. Bei den 50-59-jährigen sind es vergleichsweise nur 15%.
  Auch ist der Anteil der Personen, die in den letzten drei Jahren min. 3 neue Handys angeschafft haben, mit 28% in Wien am größten, gefolgt von Kärnten (27%).
- 82% der Befragten mit Firmenhandy können bei der Wahl eines neuen Handys mitentscheiden.
- SMS ist wie bereits im Vorjahr – sowohl bei Männern und Frauen, die meistgenutzte Handy-Funktion unter den Befragten. 93% der Befragten schreiben „SMS“ (2012: 97%).
  86% machen mit Ihrem Handy auch Fotos (2012: 87%) und 83% nutzen das Handy als Wecker (2012: 85%). Der Kalender wird von 71% der Befragten genutzt (2012: 68%) und zwei Drittel nutzen das Adressbuch (2012: 60%).
  Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich dass das Handy immer mehr zum Ansehen von Videos genutzt wird: 44% sehen sich bereits Handys auf Ihrem Handy an, 2012 waren es noch 34%. Mit 29% nutzen etwas weniger der Befragten MMS als noch im Vorjahr (34%).
  Zwischen Männern und Frauen zeigen sich Unterschiede bei der Nutzung einzelner Handy-Funktionen. Männer nutzen das Handy wesentlich häufiger als Adressbuch (69%; Frauen: 63%), zum Musik hören (58%; Frauen: 50%) und dazu sich Videos anzusehen (47%; Frauen: 40%).
  Generell zeigt sich auch, dass die Nutzung der Handy-Funktionen mit dem Alter abnimmt. Personen unter 30 Jahre nutzen das Handy wesentlich intensiver als Personen über 30 Jahre.
  Selbst bei der beliebtesten Handy-Funktion der SMS ist dies zu beobachten: 96% der unter 30-jährigen schreiben bzw. lesen SMS, bei den 30-39-jährigen sind es 95%, bei den 40-49-jährigen 91% bei den 50-59-jährigen 90%.

Zusammenfassung (4/13)

- 16% der Befragten geben an, dass Ihr Handy über NFC verfügt. Während im Vorjahr 45% nicht wussten, ob ihr Smartphone NFC-fähig ist, sind es in diesem Jahr 37%. Bei Frauen ist hierbei der Anteil mit 48% deutlich höher als bei Männern (27%). 5% der Männer haben NFC bereits genutzt, bei den Frauen sind es 2%. Bei den unter 30-jährigen haben bereits 7% kontaktlos bezahlt, bei den 30-39-jährigen sind es 3% und bei den 40-49-jährigen nur noch 2%.

- **Nutzung von Internet am Handy**
  - Die mobile Internet-Nutzung steigt weiter an: Während im Vorjahr 64% der Befragten das Handy „zum Surfen“ nutzten, liegt der Anteil in diesem Jahr bereits bei 74%. Heavy User sind dabei vor allem Männer (78%) sowie Personen unter 30 Jahren (89%). Auch die 30-39-jährigen sind im mobilen Internet mit 80% stark vertreten. Immerhin 66% der 40-49-jährigen und 55% der 50-59-jährigen surfen mobil.
    Der Anteil an mobilen Internet-Usern ist unter Befragten aus Wien mit 82% am höchsten, gefolgt von Tirol (81%). In den restlichen Bundesländern nutzen bereits jeweils über 70% der Befragten Internet am Handy. Einzig in der Steiermark liegt der Anteil mit 63% weit unter jenen in den restlichen Bundesländern.
  - 33% der Befragten geben an, dass sie „kein geeignetes Handy“ besitzen, um mobil zu surfen. Dies war auch bereits im Vorjahr mit 31% der häufigste Grund. Weitere 30% sehen keinen Nutzen darin (2012: 30%). Während im Vorjahr 28% angegeben haben dass es einfach „zu teuer“ ist, ist dies in diesem Jahr nur noch für 20% ein Grund Internet am Handy nicht zu nutzen, wobei Männer mit 29% dies eher als Hindernis ansehen als Frauen (14%).
  - Der größte Anreiz für die Befragten zur Nutzung des Internets am Handy wäre, dass sie häufiger unterwegs sein müssten (30%; 2012: 30%), die Nutzung billiger sein müsste (27%; 2012: 33%) sowie eine volle Kostenkontrolle (26%; 2012: 31%). Wie auch schon bei den Gründen warum das Internet am Handy nicht genutzt wird ersichtlich müsste vor allem bei den Männern (35%) die Nutzung günstiger sein (Frauen: 21%).
    Während im letzten Jahr für 37% der Befragten noch der wichtigste Aspekt ein größerer Handy-Bildschirm war, um Internet über das Handy zu nutzen, trifft dies in diesem Jahr nur noch auf 25% zu.
  - Wie auch bereits im Vorjahr geben 15% der Nicht-User an, mobiles Internet in den nächsten 6 Monaten nutzen zu wollen.

Zusammenfassung (5/13)

- Die größte Gruppe sind mit 52% die „Digital Immigrants“. Personen diese Gruppen nutzen das Internet am Handy zwar regelmäßig, allerdings sehr bewusst und selektiv. Sie betrachten Entwicklungen mit Vorsicht, vor allem was die Themen Sicherheit und Datenschutz betrifft. Die Digital Immigrants wollen sich vom Internet am Handy nicht abhängig machen. 36% der Befragten geben an, dass sie das Internet am Handy in vollem Umfang ins tägliche Leben integriert haben, sozusagen mit dem Internet am Handy „groß geworden“ sind und sich somit ein Leben ohne Handy kaum vorstellen können. Diese Gruppe wird in weiterer Folge als „Digital Natives“ bezeichnet.
  Mit 12% die kleinste Gruppe sind die sogenannten „Digital Outsiders“, die das Internet am Handy eher selten nutzen und der Internetnutzung über das Handy eher skeptisch gegenüberstehen.
  Hinsichtlich Geschlecht unterscheiden sich die Gruppen nicht wesentlich von einander, dh. in allen Gruppen sind Männer und Frauen in etwas zu gleichen Teilen vertreten. Auch zeigt sich dass es keine wesentlichen regionalen Unterschiede gibt.
  Beim Alter lassen sich jedoch klare Unterschiede erkennen: 55% der Digital Natives sind unter 30 Jahre alt, 21% sind zwischen 30 und 39 Jahre. Bei den Digital Outsiders zeigt sich ein umgekehrtes Bild: während hier nur 15% unter 30 Jahre alt sind, sind 34% zwischen 50 und 59 Jahre alt. Die Digital Immigrants hingegen sind in allen Altersgruppen vertreten.
- 15% der Befragten nutzen das Internet am Handy seit max. einem Jahr, 29% bereits seit 1-2 Jahren, 25% seit 2-3 Jahren. 17% der Befragten surfen bereits seit 3-4 Jahren mit dem Handy und 13% bereits seit mehr als 4 Jahren. Männer nutzen das Internet am Handy bereits länger als Frauen: Während 63% der Männer bereits seit mehr als 2 Jahren mobil surfen, sind es bei den Frauen nur 48%.
  Auch beim Alter lassen sich Unterschiede erkennen: Während 61% der unter 30-jährigen bereits seit mehr als 2 Jahren das Internet nutzen, sind es bei den 30-39-jährigen 58%, bei den 40-49-jährigen 54% und bei den 50-59-jährigen nur noch 41%. In dieser Altersgruppe ist auch der Anteil der Personen, die sich im letzten Jahr für das Internet am Handy entschieden hat mit 28% am höchsten.
  Digital Natives sind erwartungsgemäß bereits länger mit dem Internet am Handy vertraut: 30% nutzen es bereits seit 2-3 Jahren, 27% seit 3-4 Jahren und 17% schon länger als 4 Jahre. Bei den Digital Outsiders haben sich 81% der Befragten innerhalb der letzten zwei Jahre für Internet am Handy entschieden.

Zusammenfassung (6/13)

- 75% der mobile Internet-Nutzer, nutzen es „täglich“, weitere 15% „mehrmals pro Woche“. Männer und Frauen nutzen das Internet am Handy gleichermaßen: 73% der Frauen und 77% der Männer surfen täglich am Handy. Unter 30-jährige nutzen das Internet am Handy besonders häufig: 87% der unter 30-jährigen surfen täglich. Bei den 30-39-jährigen sind es noch 77%, bei den 40-49-jährigen 67% und bei den 50-59-jährigen nur noch 56%. Bei den Digital Natives nutzen 96% täglich das Internet, bei den Digital Immigrants sind es noch 76%, während bei den Digital Outsiders nur 8% täglich das Internet am Handy nutzen.
- Am häufigsten mit 88% wird das Internet am Handy von Befragten „unterwegs“ genutzt, gefolgt von „zu Hause“ (78%). 51% surfen mit dem Handy in öffentlichen Verkehrsmitteln und 49% in der Arbeit. Das Internet am Handy in öffentlichen Verkehrsmitteln sowie in der Arbeit wird dabei mehr von Männern (54% bzw. 56%) genutzt als von Frauen (47% bzw. 41%). Auch surfen mit 36% mehr Männer im Geschäft als Frauen (27%). Hinsichtlich des Alters lässt sich sagen, dass die Internetnutzung generell mit steigendem Alter abnimmt. So surfen beispielsweise 67% der bis 30-jährigen in öffentlichen Verkehrsmitteln mit dem Handy, während unter den 30-39-jährigen dieser Anteil nur noch bei 46%, bei den 40-49-jährige bei 39% und bei den 50-59-jährigen bei 37% liegt. Ein ähnliches Bild zeigt sich erwartungsgemäß bei den Nutzergruppen, wobei auch hier die Digital Natives das Internet stärker nutzen als die Digital Immigrants und diese wiederum stärker als die Digital Outsiders.
  Der Anteil jener Personen, die das Internet am Handy in den öffentlichen Verkehrsmittel nutzen ist mit 62% unter den Wienern am größten, gefolgt von den Niederösterreichern mit 54%.
- Mobile Internetnutzer nutzen vor allem Suchmaschinen um zu einer gewünschten Website zu gelangen – 45% der Befragten reihen diese Möglichkeit auf Rang 1, gefolgt von der direkten Eingabe der Internetadresse (21%), sowie mittels App (19%).
- Mobile Internet-Nutzer sind nach wie vor mit den langen Ladezeiten unzufrieden. Im Vergleich zum Vorjahr ist dieser Wert jedoch von 54% auf 46% gefallen, wobei Frauen mit 50% unzufriedener sind als Männer (43%). Auch scheinen Personen unter 40 Jahre kritischer zu sein: 49% der unter 30-jährigen bzw. 51% der 30-39-jährigen stören die langen Ladezeiten, wobei dies nur 44% der 40-49-jährigen und gar nur 34% der 50-59-jährigen als störend empfinden.

Zusammenfassung (7/13)

- Unzufriedener als noch im Vorjahr zeigen sich die Befragten jedoch mit den hohen Roaming Kosten im Ausland (45%; 2012: 27%), wobei dies vor allem für Personen unter 30 Jahre (52%) sowie für 53% der Digital Natives ein Grund zur Unzufriedenheit ist.
  Weiters stört die Befragten, die Tatsache, dass Internetseiten nicht für das Handy optimiert sind (44%; 2012: 48%) sowie dass der Bildschirm zu klein ist (37%; 2012: 44%), wobei letzteres vor allem auf die 40-49-jährigen (49%) und 50-59-jährigen (44%) zutrifft. Auch unter den Digital Outsiders zeigen sich 60% mit der Größe des Bildschirms unzufrieden.
  Vollkommen zufrieden mit dem Internetsurfen am Handy sind 13% (2012: 10%). Hier zeigt sich die höchste Zustimmung bei den 50-59-jährigen (20%).

- **Nutzung von Apps**
  - 90% der Smartphone-Nutzer haben bereits einmal Apps aus dem App-Store für ihr Handy heruntergeladen. Männer und Frauen haben gleichermaßen in der Vergangenheit bereits Apps aus dem App-Store heruntergeladen. Am höchsten ist der Anteil der App-Store-Nutzer unter den Digital Natives: 95% haben sich bereits eine App aus dem App-Store heruntergeladen, gefolgt von 91% der Digital Immigrants.
  - 71% der Befragten, die ein Firmenhandy nutzen, ist es erlaubt auch auf dem Firmenhandy Apps zu installieren.
  - 41% der Smartphone-Nutzer haben mehr als 20 Apps auf Ihrem Smartphone installiert. Das ist ein Plus im Vergleich zum Vorjahr von 7%. Mit 48% haben mehr Männer als Frauen (33%) mehr als 20 Apps installiert. Bei den Digital Natives liegt dieser Anteil sogar bei 53%. Während nur 5% der Digital Natives 1-5 Apps installiert haben sind es bei den Digital Immigrants 17% und bei den Digital Outsiders sogar 40%.
  - Mit 59% der Großteil der Befragten, die Apps auf Ihrem Smartphone installiert, keine kostenpflichtige App installiert. Bei den unter 30-jährigen sind es 64%, bei den 50-59-jährigen 61%.
    Ein Viertel der Befragten hat 1 bis 5 kostenpflichtige Apps auf dem Smartphone installiert, wobei der größte Anteil bei den 50-59-jährigen mit 32% liegt, gefolgt von den 30-39-jährigen und den 40-49-jährigen (je 28%).
    Digital Natives haben mit 49% den höchsten Anteil an kostenpflichtiger Apps am Smartphone installiert. 26 % davon haben 1 bis 5, weitere 10% 6 bis 10 und 8% 11 bis 20 kostenpflichte Apps installiert.

Zusammenfassung (8/13)

- 39% der Befragten geben an, dass sie in den letzten 30 Tagen 1-5 Apps aktiv genutzt haben, 27% haben 6-10 und weitere 24% 11-20 Apps genutzt. Männer haben in den letzten 30 Tagen mehr Apps genutzt als Frauen: 40% der Männer haben mehr als 11 Apps genutzt, wobei es bei den Frauen nur 24% waren. Bei den Digital Natives sind es 43%, die in den letzten 30 Tagen mehr als 11 Apps aktiv genutzt haben, bei den Digital Immigrants immerhin noch 29%, bei den Digital Outsiders nur noch 4%.
- 13% der Befragten besuchen den App-Store mehrmals pro Woche, 23% zumindest einmal pro Woche und 21% mehrmals pro Monat. Männer besuchen den App-Store häufiger als Frauen: Während 16% der Männer den App-Store mehrmals pro Woche besuchen sind es bei den Frauen nur 10%. Häufiger Besucher des App-Stores sind zudem die unter 30-jährigen sowie die Digital Natives: 18% bzw. 25% besuchen den App-Store mehrmals pro Woche und weitere 24% bzw. 26% einmal pro Woche.
  Der höchste Anteil an Personen, die den App-Store seltener bis nie besuchen liegt mit 38% bei den 50-59-jährigen sowie mit 52% bei den Digital Outsiders.
- Die drei am häufigsten genutzten Apps unter den Apps der Kategorie „Zeitungen“ sind die „Kronen Zeitung“, gefolgt von „Der Standard“ und der „Kleine Zeitung“.
  Von den 22% der Befragten, die die App der „Kronen Zeitung“ installiert haben nutzen 18% die App zumindest selten. Von jenen 17% die „Der Standard“ installiert haben nutzen 12% die App zumindest selten und bei der „Kleine Zeitung“ sind es von 10 von 15%, die die App tatsächlich nutzen.
- Die meinst installierte App in der App-Kategorie „TV“ ist „ORF“: 22% haben die App installiert, gefolgt von „TV über den Dienst des Mobilfunkanbieter“ (18%) sowie ServusTV (10%). Die App vom „ORF“ wird von 19% auch tatsächlich zumindest selten genutzt, 12% nutzen die App des „Mobilfunkanbieter“ und 7% ServusTV.
- Die drei am häufigsten genutzten Apps unter den Apps der Kategorie „Online-Shopping“ sind „Amazon“, gefolgt von „ebay“ und „willhaben.at“.
  47% der Befragten nutzen bereits die App von „Amazon“, 45% nutzen diese zumindest selten. Von den 37% der Befragten, die die App von „ebay“ installiert haben, nutzen diese 33% zumindest selten. Die App von „willhaben.at“ haben 32% auf dem Smartphone installiert und wird von 30% auch tatsächlich genutzt.

Zusammenfassung (9/13)

- Die drei am häufigsten genutzten Apps unter den Apps der Kategorie „Shopping“ sind „Billa“, gefolgt von „dm“ und „Bipa“.
  Die App von „Billa“ ist auf 17% der Smartphones installiert und wird von 14% der Befragten auch tatsächlich genutzt. Bei „dm“ nutzen 13 von 16% die App zumindest selten. Von jenen 14% die die „Bipa“-App installiert haben, nutzen diese 11% zumindest selten.
- Unter den Social Media Apps ist mit 77% „facebook“ die am häufigsten installierte App, gefolgt von „WhatsApp“ (66%) und „Google“ (46%). Genutzt wird „facebook“ von 70% der Befragten, 63% nutzen „WhatsApp“ und 35% „Google“ zumindest selten.
- In der Kategorie „Reisen“ ist „Scotty“ die App der ÖBB mit 39% auf Platz 1 der am häufigsten installierten Apps, gefolgt von „Qando“ (23%) sowie „Auslandsservice“ (9%). Zumindest selten genutzt wird „Scotty“ von 36%, „Quando“ von 21% und „Auslandsservice“ von 8% der Befragten.
- Nur ein geringer Anteil von 7% der Personen, die bereits einmal eine App aus dem App-Store heruntergeladen haben, achten bei der Installation darauf, auf welche Funktionen die App Zugriff haben wird. 56% achten immer darauf und 37% ab und zu. Männer sind hierbei skeptischer: 62% achten immer auf die Zugriffsrechte von Apps, bei den Frauen sind es nur 50%. Auch achten 65% der Personen zwischen 40 und 49 Jahren und sogar 71% der 50-59-jährigen bei der Installation welche Zugriffsrechte damit verbunden sind. Bei den unter 30-jährigen und 30-39-jährigen sind es hingegen nur 51% bzw. 48%.
  Der Anteil jener Personen, die bei der Installation einer App auch auf die Zugriffsrechte achten ist bei den Digital Immigrants mit 96% am größten, gefolgt von 90% bei den Digital Outsiders und 89% der Digital Natives.
- 74% jener Befragten, die bei der Installation einer App darauf achten, auf welche Funktionen die App Zugriff haben wird, haben aufgrund der Zugriffsrechte bereits eine App nicht installiert. Bei den Männern sind es sogar 78%. Am wenigsten Zustimmung zeigt sich bei den 30-39-jährigen (68%), die meiste Zustimmung bei den 40-49-jährigen (79%). Bei den Digital Immigrants haben bereits 76% eine App aufgrund der Zugriffsrechte nicht installiert. Bei den Digital Natives sind es 72% und bei den Digital Outsiders 70%.

Zusammenfassung (10/13)

- **M-Commerce**
  - 32% der mobilen Internet-Nutzer informieren sich regelmäßig online über das Handy über Produkte, die sie kaufen wollen. 49% nutzen das Handy zu diesem Zweck ab und zu und 18% überhaupt nicht.
    Regelmäßig nutzen vor allem Männer (37%), Personen unter 30 (40%) sowie die Gruppe der Digital Natives (52%) das Handy, um sich über Produkte, die sie kaufen wollen online zu informieren. Digital Outsiders haben mit 66% den größten Anteil an Personen, die das Internet am Handy bisher noch nie für diesem Zweck genutzt haben.
  - Als Haupt-Informationsquelle nutzen 86% der Befragten Suchmaschinen wie Google oder Yahoo, wobei nur 70% der Digital Outsiders diese Möglichkeit nutzen. 71% besuchen die Website des Anbieters und weitere 50% suchen Informationen auf Preisvergleichs-Websites. Diese werden jedoch stärker von Männern (58%) besucht als von Frauen (42%). Testberichte-Websites werden von 32% als Informationsquelle herangezogen, wobei dies 36% der Männer und nur 26% der Frauen tun. Auch wird diese Möglichkeit mehr von Personen unter 30 Jahren (39%) sowie von Digital Natives (37%) genutzt.
    Die App des Anbieters nutzen 25% der Befragten, wobei dieses Service vor allem die Digital Natives nutzen (31%).
  - Von den Befragten, die Internet am Handy nutzen, haben bereits 42% zumindest einen Einkauf über das Handy getätigt, wobei Männer mit 46% bereits mehr Einkäufe mobil getätigt haben als Frauen (37%). Der Anteil der mobilen Shopper liegt bei den Digital Natives sogar bei 60%, bei den Digital Immigrants nur noch bei 36% und nur 13% der Digital Outsiders haben bereits über das Handy einen Einkauf getätigt.
  - Mit 78% der häufigste Grund weshalb bisher noch nicht über das Handy eingekauft wurde, ist dass für Online-Einkäufe andere Geräte, wie PC oder Notebook bevorzugt werden. Dies trifft auf 82% der Digital Immigrants jedoch nur auf 67% der Digital Natives zu.
    Auch meinen 30% dass Einkäufe über das Handy nicht sicher genug sind. Für 19% ist der Kaufprozess für weitere 13% der Zahlungsprozess am Handy zu kompliziert. Letzteres ist für 16% der Männer ein Grund nicht mobil einzukaufen, während dies nur auf 10% der Frauen zutrifft.

mindtake RESEARCH

Zusammenfassung (11/13)

- 53% der mobilen Einkäufer haben für das billigste Produkte bis zu 5 Euro ausgegeben, je 16% bis zu 10 bzw. 20 Euro.
  Für das teuerste Produkte, das über das Handy gekauft wurde, haben 26% der Befragten bis zu 20 Euro bezahlt, 18% bis zu 40 Euro und je 10% bis zu 60 bzw. 100 Euro.
- Mit 59% sind Apps die am häufigsten über das Handy gekauften Produkte, gefolgt von 43% Büchern, 36% Musik und Klingeltöne sowie 35% Elektronik-Geräte und zu je 34% Spiele bzw. Bekleidung und Schuhe.
  Männer kaufen mit 44% häufiger Elektronik-Geräte als Frauen (23%). Frauen hingegen bevorzugen es Körperpflege- und Kosmetikprodukte über das Handy zu kaufen (19%; Männer: 10%).
  Bücher werden eher von Personen über 40 Jahren gekauft: 55% der 40-49-jährigen und 56% der 50-59-jährigen haben schon einmal Bücher über das Handy bestellt. Wohingegen unter 30-jährige lieber Spiele (44%) bzw. Bekleidung und Schuhe (42%) mobil kaufen.
  Die Gruppe der Digital Natives hat bereits häufiger Bücher (49%), Elektronik-Geräte (42%), Spiele (40%) und Bekleidung/Schuhe (44%) über das Handy gekauft.

- **Mobile Werbung**
  - 81% der mobilen Internetnutzer empfinden Werbung am Handy als lästig. 39% meinen, dass Werbung dazu verleitet Waren zu kaufen, die man gar nicht braucht. Im Vergleich dazu empfinden nur 6% Werbung als unterhaltsam.
  - Mobile Marketing wird von den mobilen Internetnutzern durchwegs wahrgenommen bzw. ist diesen bekannt. Mobile Tagging / QR-Codes wurde bereits von 30% und damit am häufigsten genutzt, gefolgt von Gewinnspielteilnahme per SMS (27%) und den Erhalt von Gutscheinen per SMS oder App (15%). Mobile Couponing können sich 21% der Befragten vorstellen zu nutzen, Mobile Tagging / QR-Codes 22%.
  - 24% der mobilen Internetnutzer klicken beim Internet surfen auf dem Handy „oft“ bzw. „manchmal“ auf einen Banner, wobei Frauen (22%) und Männer (26%) sich in ihrem Klick-Verhalten nicht wesentlich unterscheiden. Der größte Anteil an Personen, die zumindest manchmal auf Banner am Handy klicken, zeigt sich beid en Digital Natives (28%), gefolgt von den Digital Immigrants (25%). Personen der Gruppe Digital Outsiders klicken hingegen zu 89% nie auf einen Banner.

Zusammenfassung (12/13)

- Wie auch bereits im Vorjahr ist der häufigste genannte Grund, um auf einen Banner zu klicken „Neugierde“ (49%; 2012: 56%). Dies trifft vor allem auf 58% der unter 30-jährigen zu. „Kostenlosen Produktproben“ sind für 37% der Befragten ein Anreiz um auf Banner zu klicken (2012: 35%), wobei dies mit 44% auf Frauen öfter zutrifft als auf Männer (32%). Der dritthäufigste Grund um auf Banner zu klicken ist mit 32% „günstige Produktangebote“. Während im Vorjahr noch 31% der Befragten angaben aus Langeweile auf einen Banner zu klicken, sind es in diesem Jahr nur noch 25%. Dies bejahen 30% der unter 30-jährigen, jedoch nur 17% der 50-59-jährigen.

- **Tablets**
  - 31% der Befragten nutzen bereits zumindest ein Tablet. Der Anteil der Personen, die mehr als ein Tablet nutzen ist mit einem Prozent sehr gering. Bei den Männern nutzen bereits 36% zumindest ein Tablet, bei den Frauen 27%. Tablets sind quer durch alle Altersgruppen beliebt: 30% der unter 30-jährigen, 34% der 30-39-jährigen und 33% der 40-49-jährigen geben an zumindest ein Tablet zu nutzen. Bei den 50-59-jährigen sind es 26%.
  - 47% der Tablet-Nutzer zeigen sich als Allein-Nutzer des Tablets. Weitere 36% teilen sich das Tablet mit einer weiteren Person. 17% der Tablets werden von mehr als 3 Personen genutzt.
  - Tablets werden vom Großteil der Befragten vorwiegend privat genutzt (88%). 10% nutzen das Tablet privat und beruflich in etwa zu gleichen Teilen. Nur 3% nutzen das Tablet vorwiegend für berufliche Zwecke.
  - Das iPad von Apple ist mit 44% nach wie vor das mit Abstand meistgenutzte Tablet unter den Befragten. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich dass der Anteil an Samsung-Tablets unter den Befragten um 8% gestiegen ist und bereits 29% beträgt (2012: 21%).
  - 40% der Tablets werden mit einer SIM-Karte genutzt, 56% der Befragten können das Internet am Tablet nur mit WLAN nutzen. 4% wissen über die technische Ausstattung des Tablets nicht Bescheid.
  - Mit 45% hat der Großteil der Befragten, die ein Tablet mit SIM-Karte nutzen, einen eigenen Vertrag für das Tablet. 22% nutzen eine Wertekarte, um mit dem Tablet zu surfen und 11% nutze eine Dual-SIM mit Handy-Vertrag.
  - A1 ist auch bei den Tablets der meistgenutzte Anbieter: 41%, die das Internet auf dem Tablet über den Dienst eines Mobilfunkanbieters nutzen, sind bei A1, 19% haben einen Vertrag bei Drei und 12% bei bob.

Zusammenfassung (13/13)

- Mehr als ein Drittel der Befragten haben einen Vertrag, der ein Daten-Volumen von mehr als 1 GB inkludiert und 19% haben bis zu 1 GB inkludiert.
- Mehr als ein Drittel der Befragten nutzt das Internet am Tablet täglich. Weitere 28% nutzen es mehrmals pro Woche.
- Im Unterschied zum Mobiltelefon wird das Tablet am häufigsten zu Hause genutzt: 93% nutzen das Tablet in den eigenen Vierwänden. Knapp die Hälfte nutzt es auch unterwegs. Nur noch 23% nutzen es auch bei der Arbeit. Während unter allen Befragten 15% das Tablet auch im Café nutzen sind es 19% der Männer und nur 11% der Frauen. Auch im Restaurant sind es vor allem Männer (13%) die das Tablet regelmäßig nutzen (Frauen: 5%)
- Die Wahrscheinlichkeit der Befragten, sich in naher Zukunft ein Tablet kaufen zu wollen ist im Vergleich um Vorjahr von 23% auf 13% gefallen. Die Wahrscheinlichkeit ist dabei bei Frauen und Männern gleich, wohingegen die Kaufabsicht bei den 30-39-jährigen mit 18% am höchsten ist, gefolgt von den 40-49-jährigen mit 16%. Für 59% der unter 30-jährigen ist ein Tablet-Kauf in den nächsten 6 Monaten sehr unwahrscheinlich.