

# Kooperationsstudie zu digitalen Nutzungstrends



Kooperation zwischen BVDW, IAB Österreich, IAB Schweiz. Studie liegt nach 2014 nun aktuell zum zweiten Mal vor. Alle 3 Länder in einem Datensatz verfügbar: Gesamtbetrachtung und Ländervergleiche möglich

# Inhalte

Mediennutzung an  
Wochentag und  
Wochenende

Aktivitäten im Internet

E- und M-Commerce

Einfluss des Internets

Neue Technologien

Fernsehgeräte im Haushalt

# Studiendesign

## Methode

- Online Access Panel
- Befragte gesamt: n = 3.032, davon:
  - D: n = 1.008
  - A: n = 1.013
  - CH: n = 1.011, davon n = 75% deutschsprachig, n = 25% französischsprachig
- Feldzeit: 15.05.2015 - 26.05.2015
- Die Studie der digitalen Mediennutzung DACH wurde von **dcORE** durchgeführt.

## Stichprobe

- Online-WNK: mindestens eine Internetnutzung in den letzten 3 Monaten
- 16-69-Jährige
- Jeweils online-repräsentativ nach Alter (16-69 Jahre), Geschlecht und Bildung nach den landes-spezifischen Vorgaben (keine Kreuzquotierung)

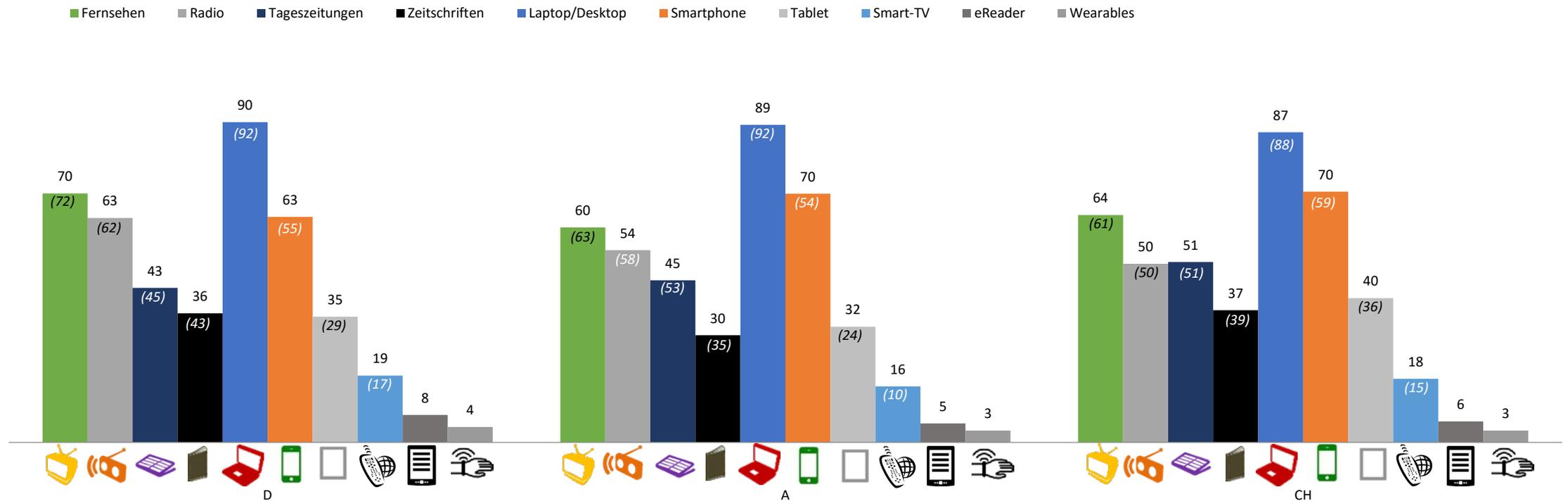
## Gewichtung

- Online-repräsentativ nach Alter (16-69 Jahre) und Geschlecht (Kreuzgewichtung)

# Mediennutzung an einem Wochentag

Frage 101: Welche der folgenden Medien nutzen Sie an einem normalen Wochentag (Montag bis Freitag), egal wie häufig?

Mediennutzung an einem Wochentag (Mo - Fr) - %



Basis 2015: Onliner: 1.008  
Basis 2014: Onliner: 1.041

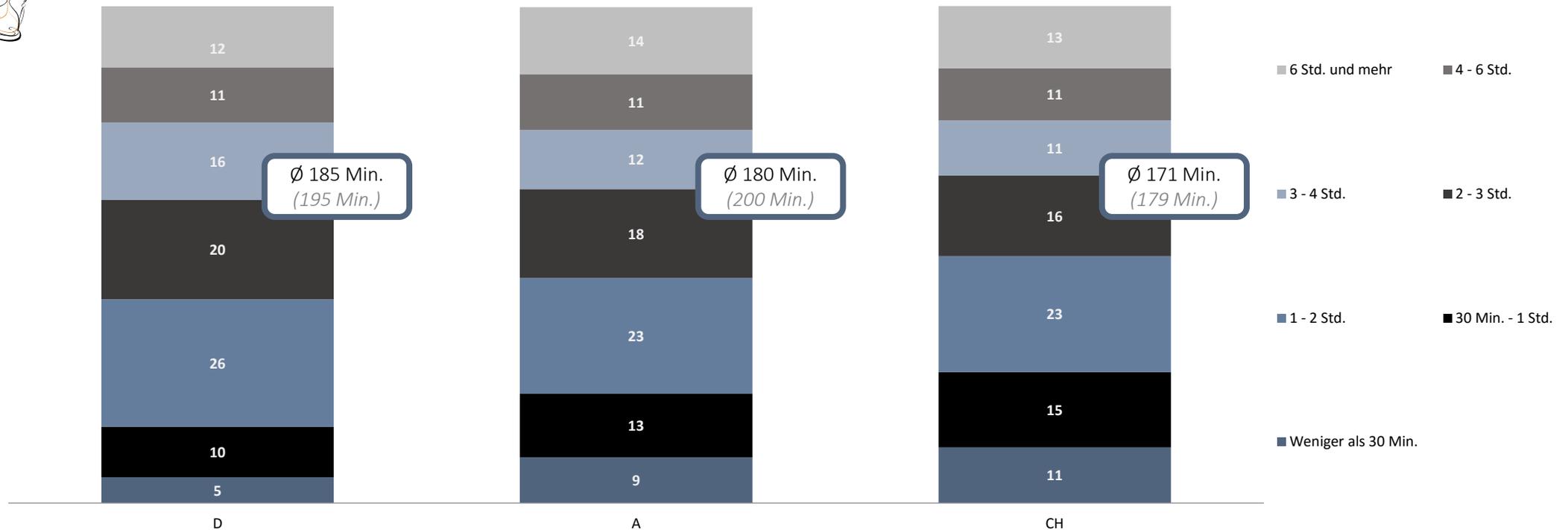
(DACH 2014)

# Nutzungsdauer an einem Wochentag Laptop/Desktop Internet

Frage 103: Wie lange nutzen Sie ungefähr die verschiedenen Medien an einem normalen Wochentag?



Laptop/Desktop-Internetnutzungsdauer an einem Wochentag - %



Basis 2015: Onliner, die Internet über einen Laptop/Desktop nutzen (t. F101): D = 903; A = 902; CH = 878  
 Basis 2014: Onliner, die Internet über einen Laptop/Desktop nutzen (t. F101): D = 960; A = 955; CH = 913

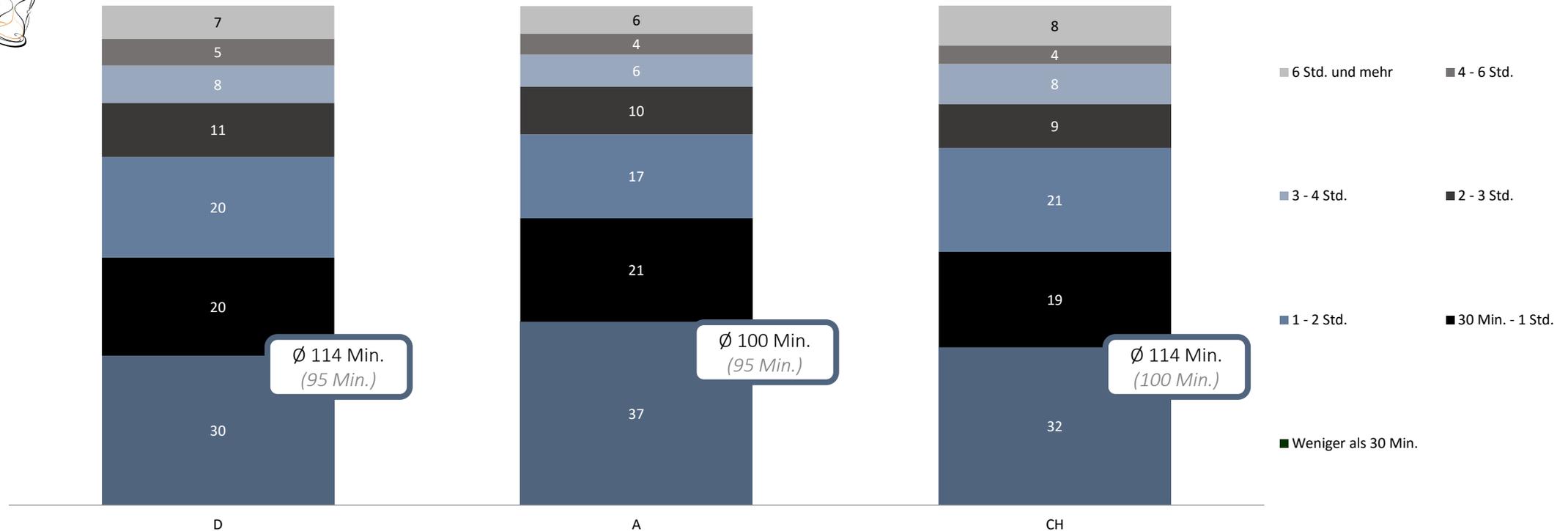
(DACH 2014)

# Nutzungsdauer an einem Wochentag Smartphone Internet

Frage 103: Wie lange nutzen Sie ungefähr die verschiedenen Medien an einem normalen Wochentag?



Smartphone-Internetnutzungsdauer an einem Wochentag - %

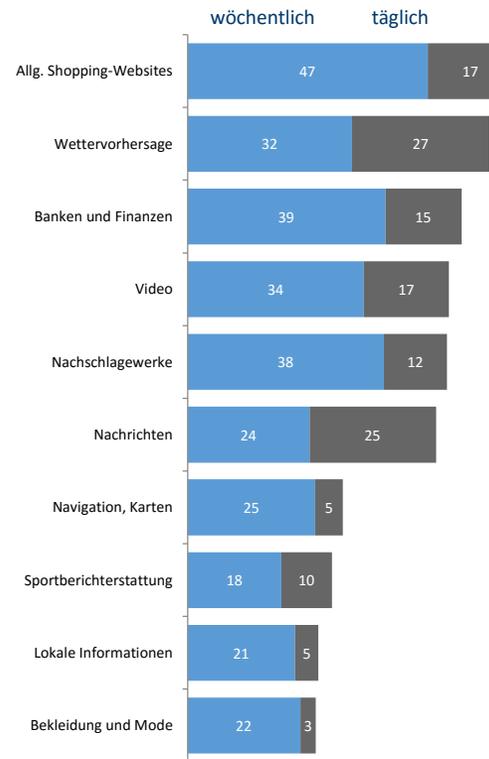


Basis 2015: Onliner, die Internet über Smartphone nutzen (lt. F101): D n = 637; A n = 706; CH n = 710  
 Basis 2014: Onliner, die Internet über Smartphone nutzen (lt. F101): D n = 575; A n = 563; CH n = 620

(DACH 2014)

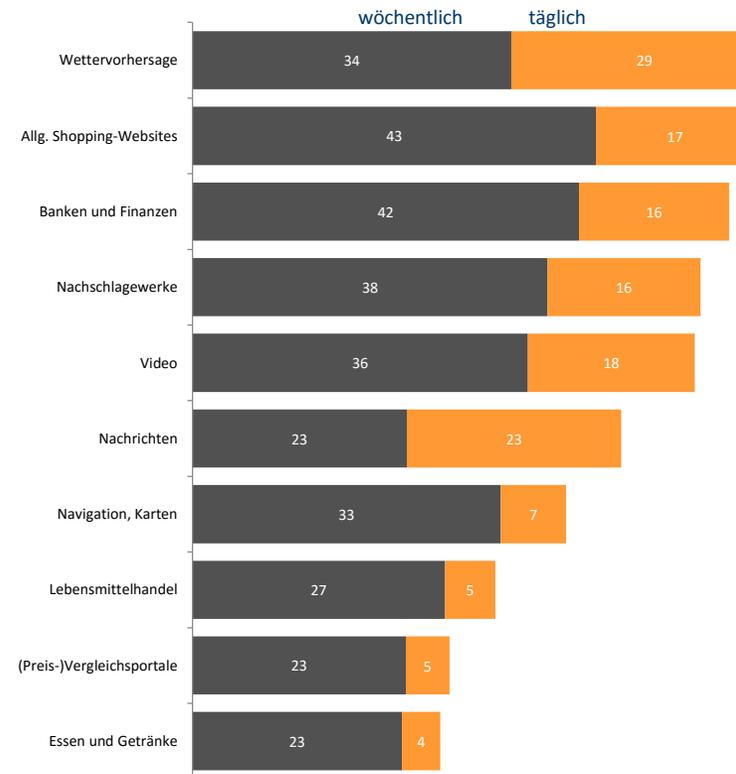
# Am häufigsten genutzte Arten von Websites – Top 10

Frage 201: Wie häufig besuchen Sie jeweils folgende Arten von Websites?

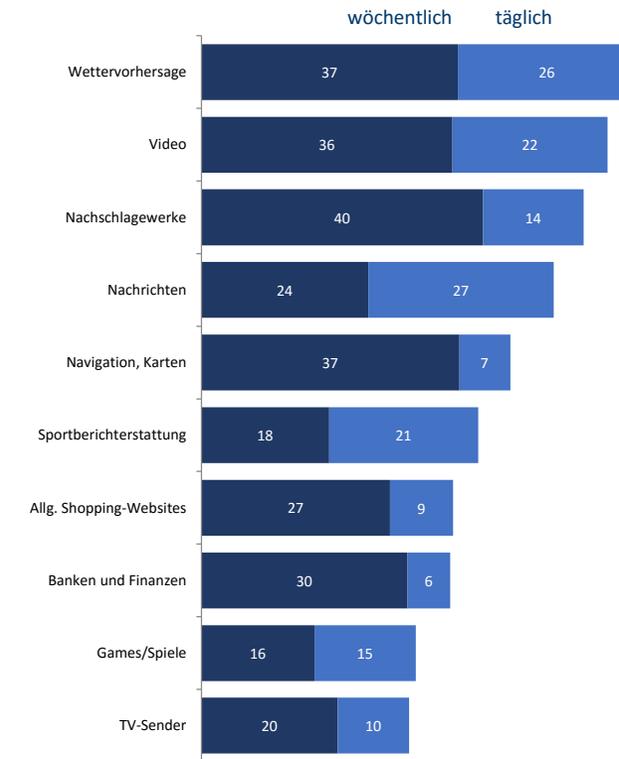


Deutschland

Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011



Österreich

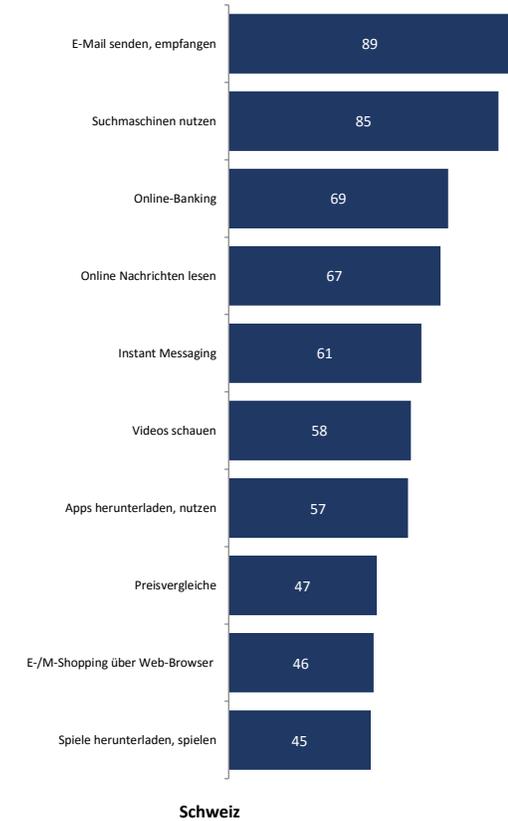
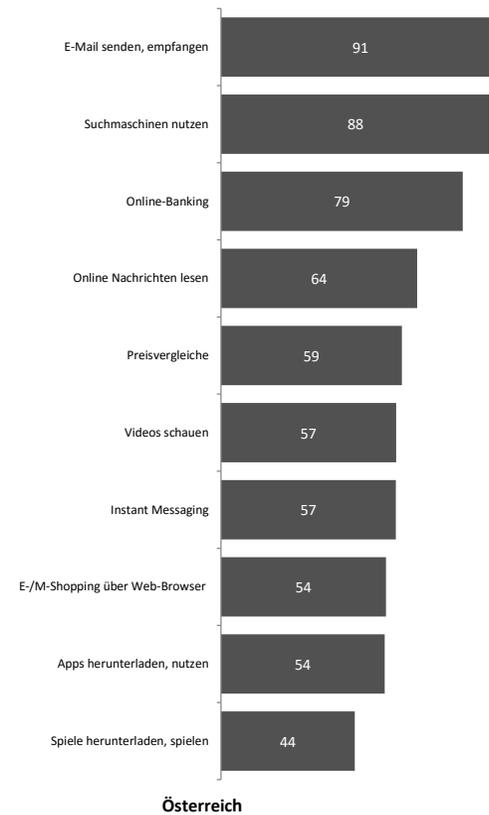
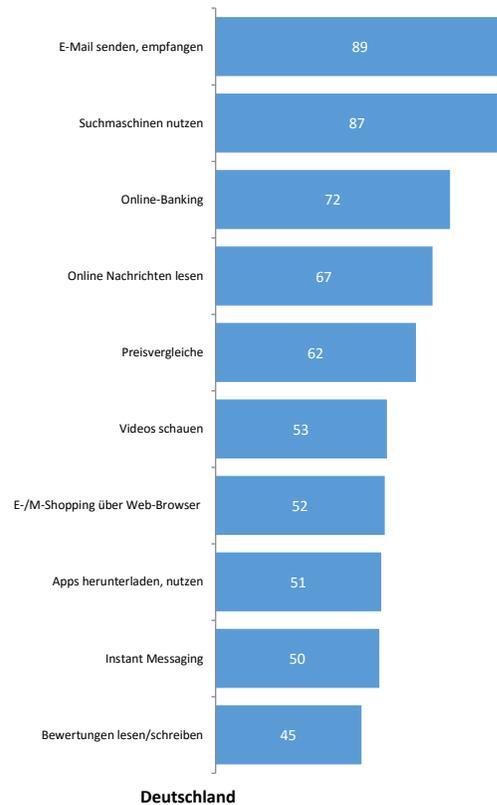


Schweiz

# Generell ausgeübte Internetaktivitäten – Top 10

Frage 203: Welche der folgenden Internetaktivitäten üben Sie zumindest ab und zu aus?

Internetaktivitäten (zumindest ab und zu) - %

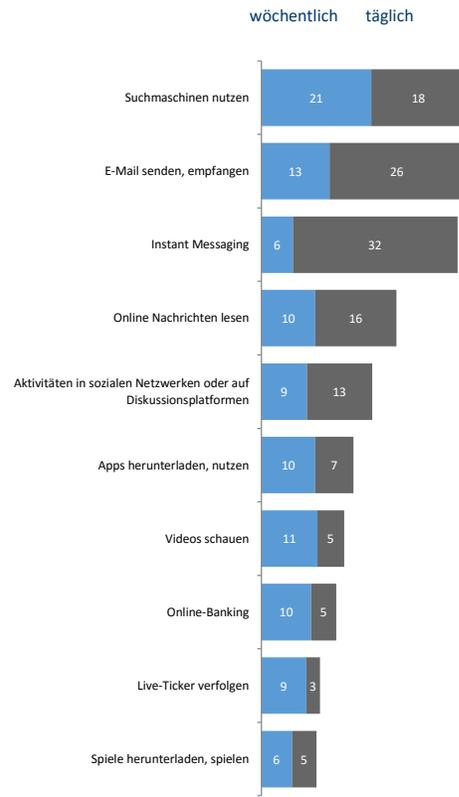


Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011 :

# Ausgeübte Internetaktivitäten Smartphone – Top 10

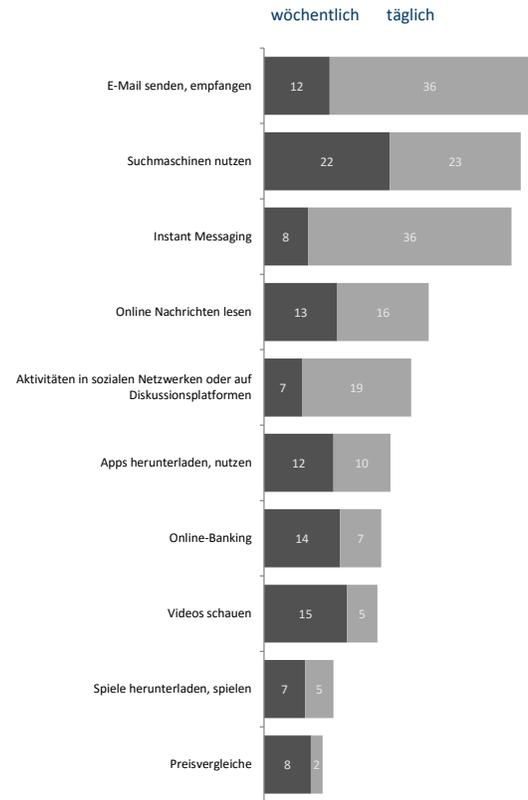
Frage 204: Wenn Sie an die eben angegebenen Internetaktivitäten denken. Wie häufig üben Sie diese Aktivitäten jeweils über folgende Geräte aus?

## Social Media-Aktivitäten via Smartphone - %

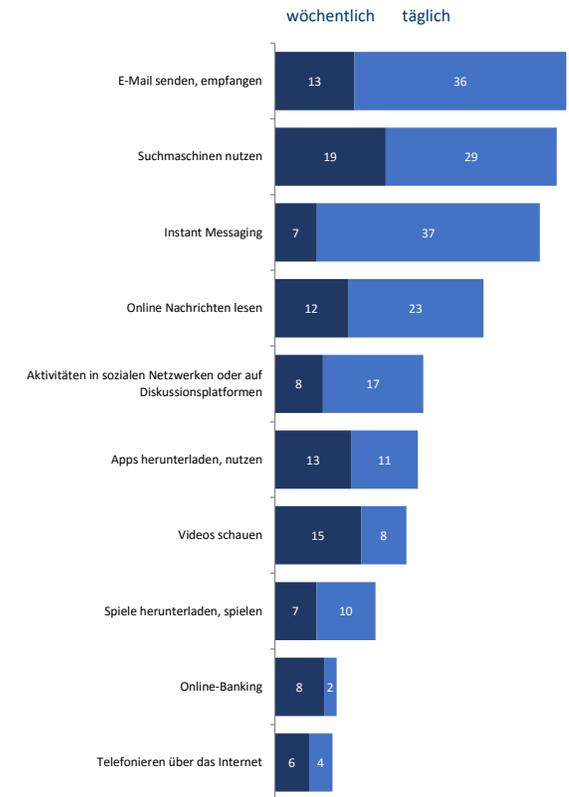


Deutschland

Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011



Österreich

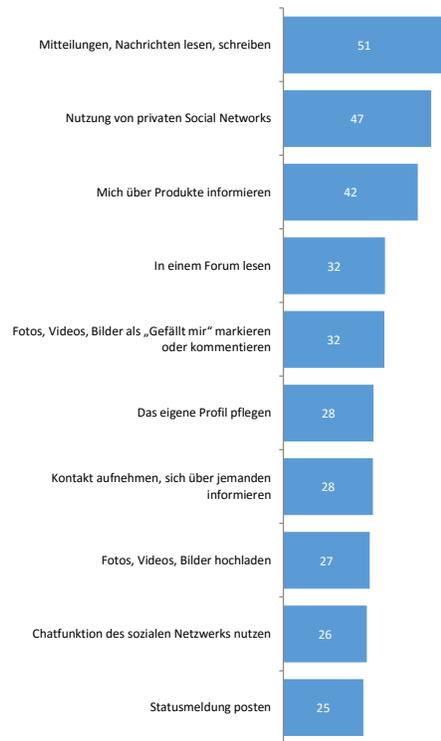


Schweiz

# Generell ausgeübte Social Media-Aktivitäten – Top 10

Frage 205: Welche der folgenden Internetaktivitäten in sozialen Netzwerken oder auf Diskussionsplattformen üben Sie zumindest ab und zu aus?

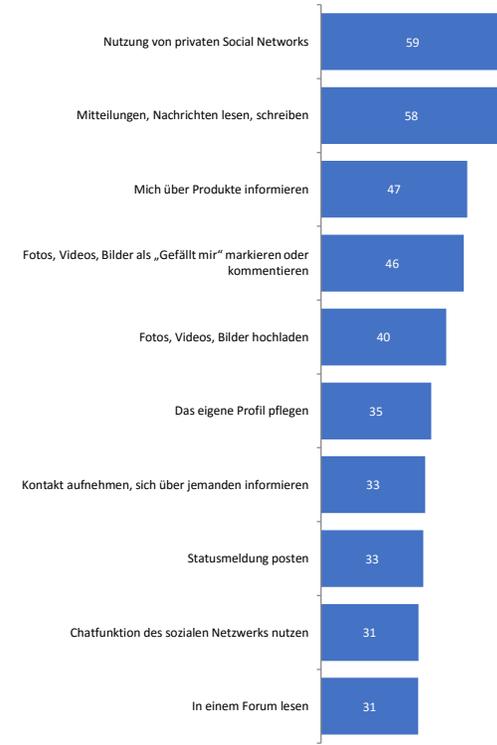
Social Media-Aktivitäten (zumindest ab und zu) - %



Deutschland



Österreich



Schweiz

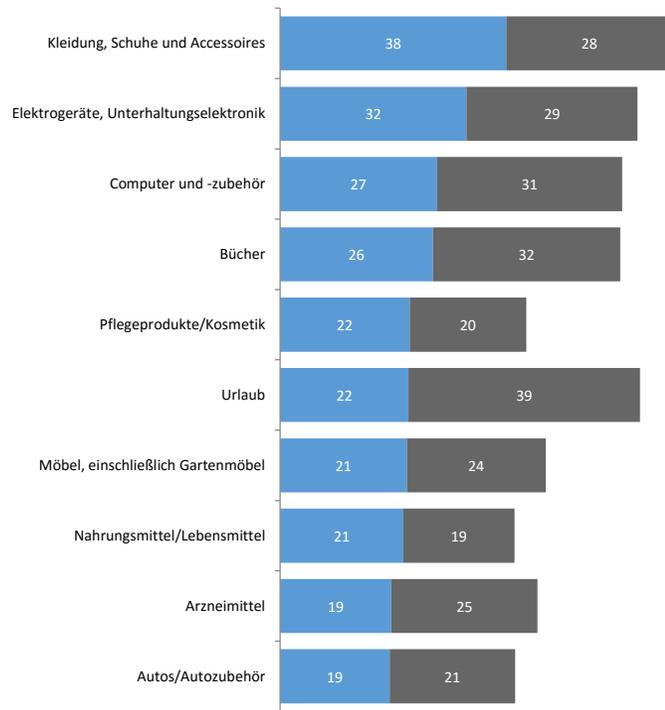
Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011

# Online informiert - Offline gekauft

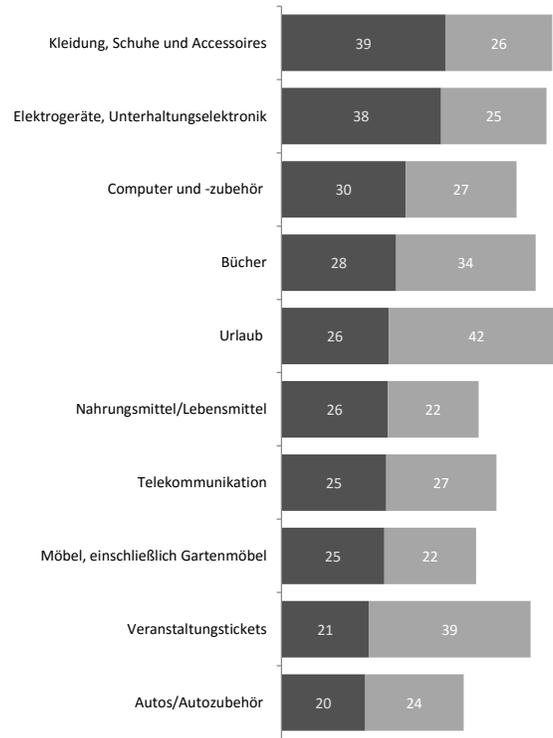


Frage 305: Über welche der folgenden Produktbereiche oder Services informieren Sie sich zumindest gelegentlich im Internet und kaufen diese dann aber zumindest gelegentlich in einem Geschäft

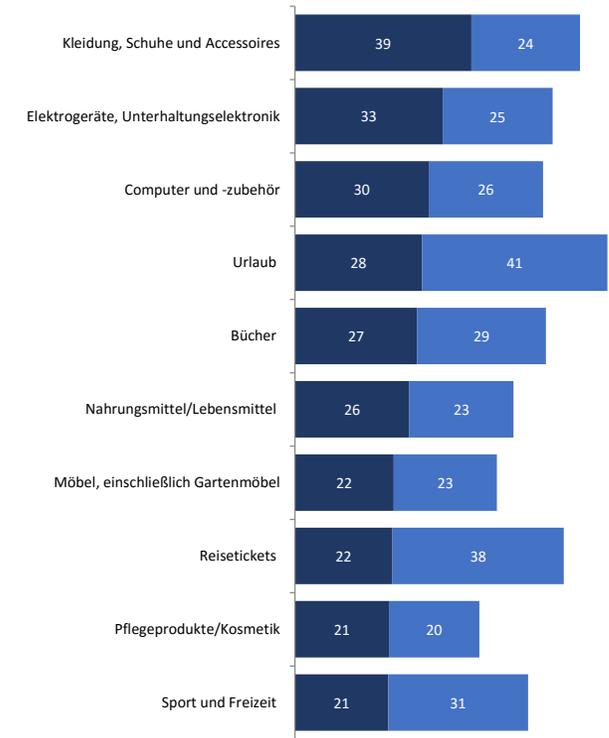
Offline-Shopping nach online informiert - %



■ D - online informiert, offline gekauft ■ D - online informiert, nicht offline gekauft



■ A - online informiert, offline gekauft ■ A - online informiert, nicht offline gekauft



■ CH - online informiert, offline gekauft ■ CH - online informiert, nicht offline gekauft

Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011 :

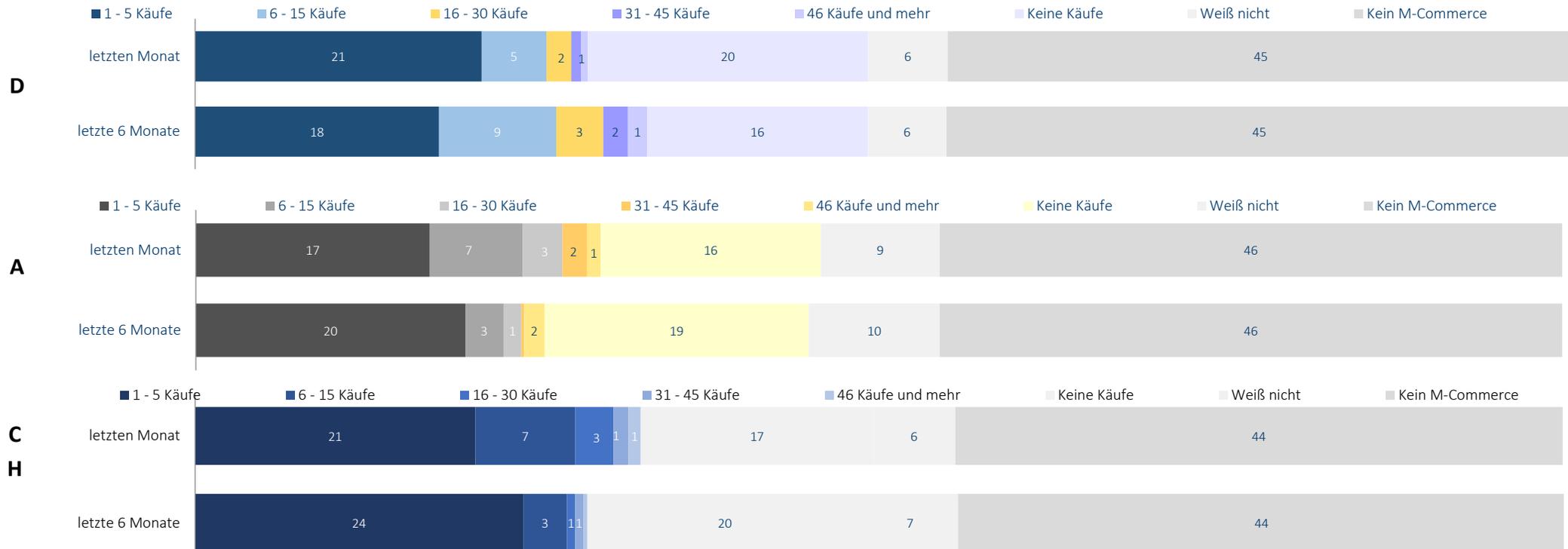
# M-Commerce - Anzahl der Käufe Smartphone/Tablet-PC



Frage 306: Wie viele Bestellungen bzw. Buchungen haben Sie in den letzten 6 Monaten und im letzten Monat über das Internet vorgenommen?

Bitte schließen Sie auch Dinge wie Lebensmitteleinkauf, Reisetickets, Kinokarten und Musik-Downloads mit ein.

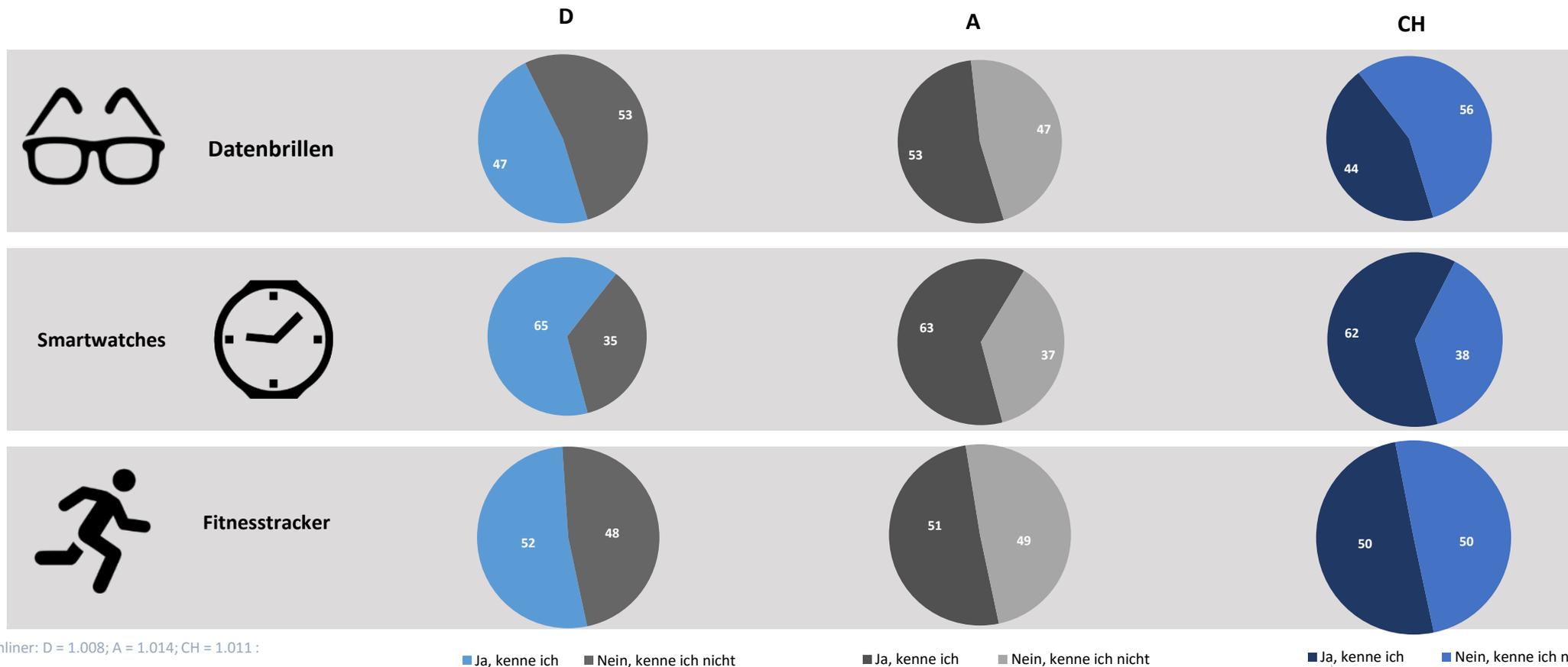
Anzahl der Käufe via Smartphone/Tablet-PC - %



Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011 :

# Bekanntheit Wearable Technologies

Frage 210: Mit Hilfe von neuartigen technischen Geräten, sogenannten „Wearable Technologies“, die unmittelbar am Körper getragen werden (z.B. in Form von Brillen, Armbanduhren, Kontaktlinsen etc.) kann das Internet in Zukunft noch komfortabler genutzt werden. Zu den momentan bekanntesten Wearables gehören die Datenbrillen, Smartwatches, Digitale Fitnessstracker: Haben Sie von solchen technischen Geräte schon einmal gehört?



Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011 :

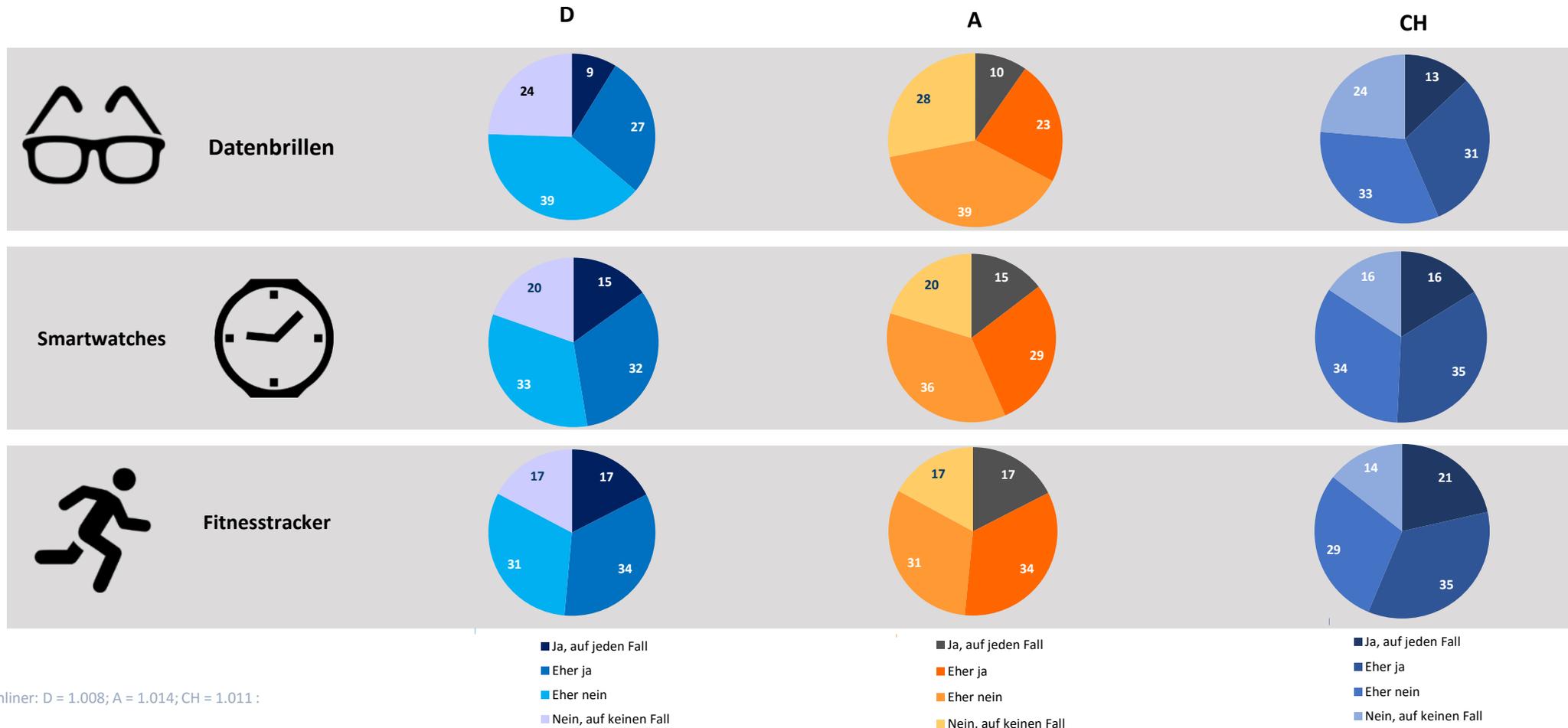
■ Ja, kenne ich ■ Nein, kenne ich nicht

■ Ja, kenne ich ■ Nein, kenne ich nicht

■ Ja, kenne ich ■ Nein, kenne ich nicht

# Potential Wearable Technologies

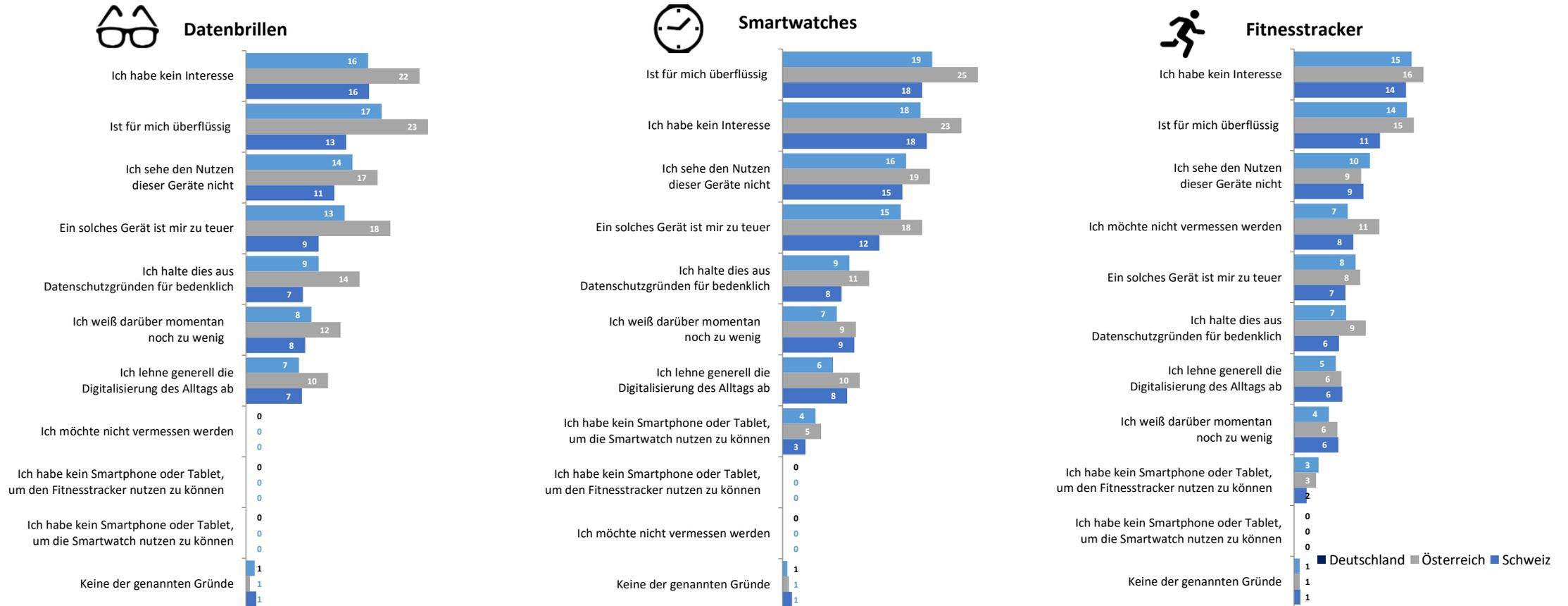
Frage 212: Und könnten Sie sich vorstellen, diese technischen Geräte zu nutzen, unabhängig davon, ob Sie bereits ein solches Gerät persönlich besitzen?



Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011

# Gründe gegen die Nutzung von Wearable Technologies

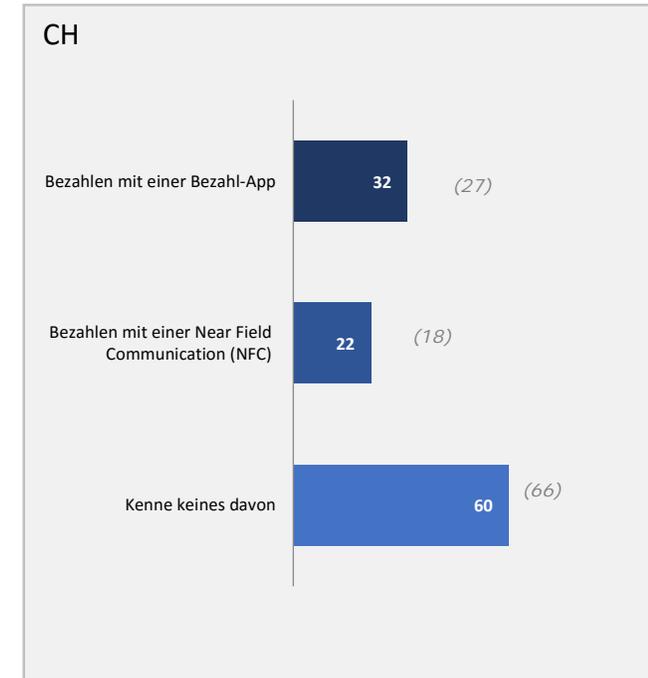
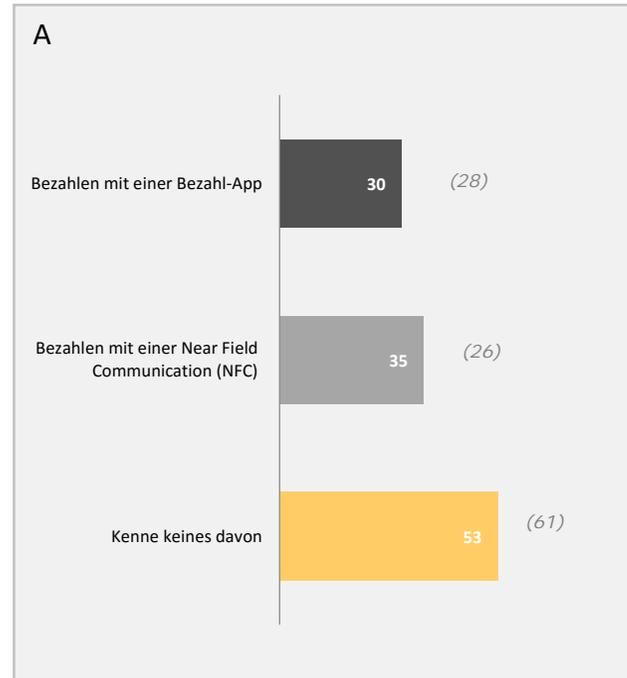
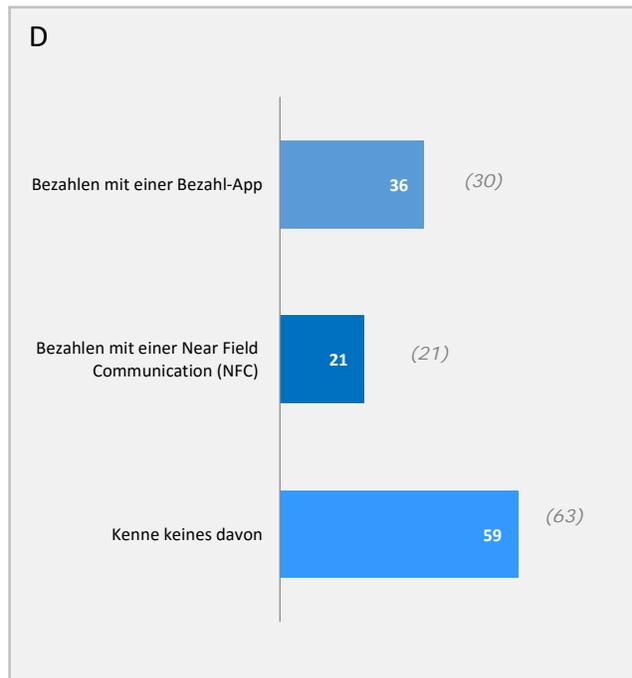
Frage 213: Warum können Sie sich nicht vorstellen, ein solches Gerät zu nutzen?



Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011

# Bekanntheit von Mobile Payment

Frage 405: Neben den etablierten Bezahlverfahren wie EC- und Kreditkarte oder Bargeld, drängen neue alternative Bezahlverfahren auf den Markt, mit denen es möglich ist, auch im Geschäft bzw. Supermarkt mit dem Smartphone zu zahlen (Mobile Payment). Geben Sie bitte zu den unten genannten Mobile Payment Verfahren an, ob diese Ihnen bekannt sind?



Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011 :

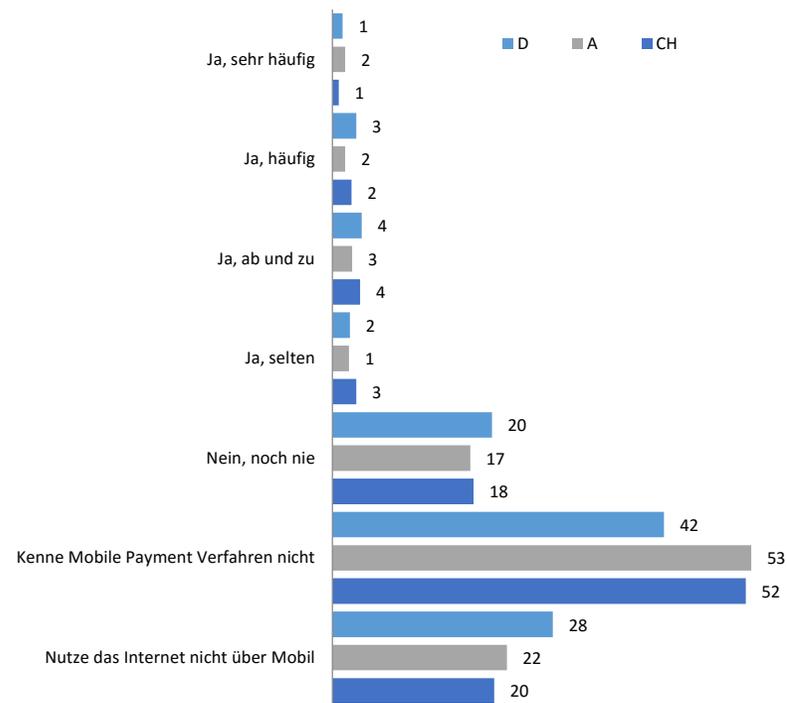
(DACH 2014)

# Nutzung Mobile Payment - Bezahl-App

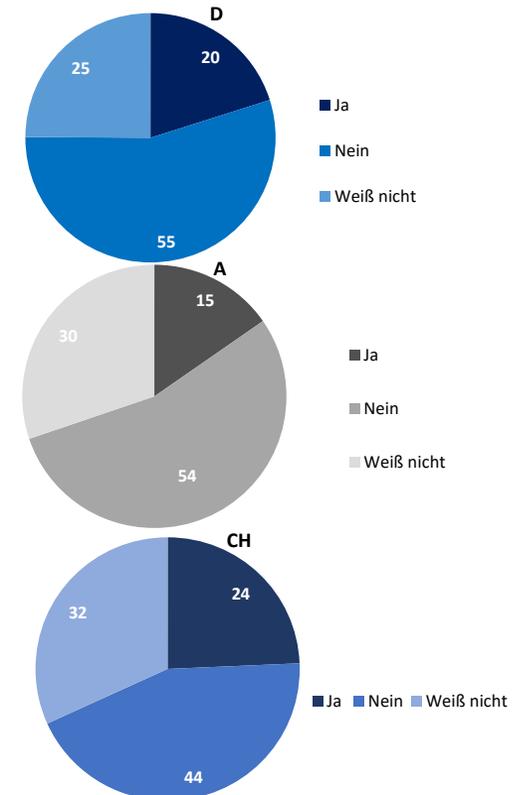
Frage 406: Und haben Sie diese Mobile Payment Verfahren auch schon mal genutzt? (Bezahl-App)

Frage 407: Sie haben angegeben, diese(s) Mobile Payment Verfahren nicht zu kennen bzw. noch nicht genutzt zu haben. Aber könnten Sie sich vorstellen, diese(s) zu nutzen?

**Bisherige Nutzung Bezahl App - %**



**Potentielle Nutzung Bezahl App - %**

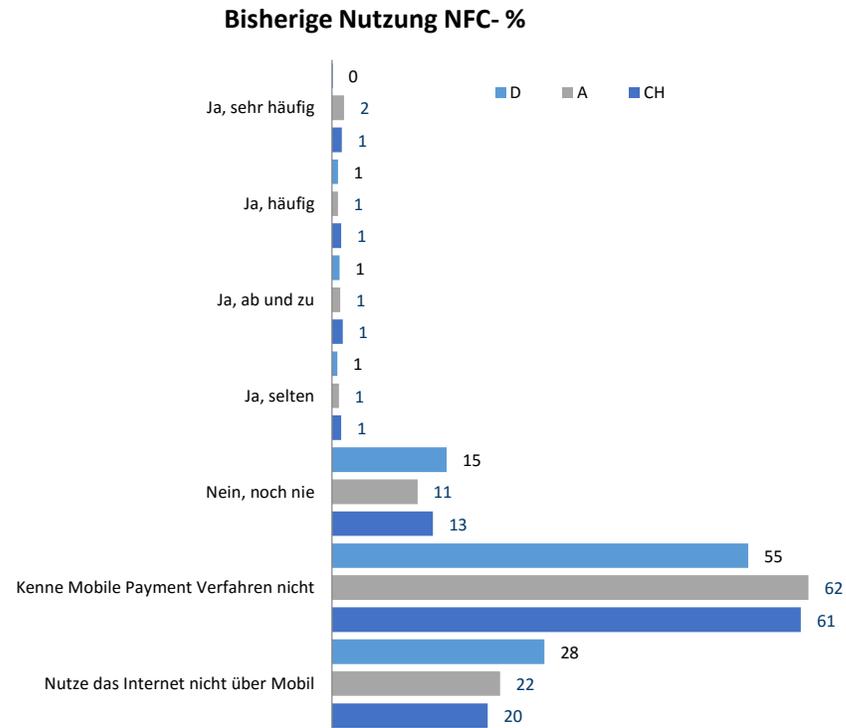


Basis: Onliner: D = 1.008/851; A = 1.014/887; CH = 1.011/868

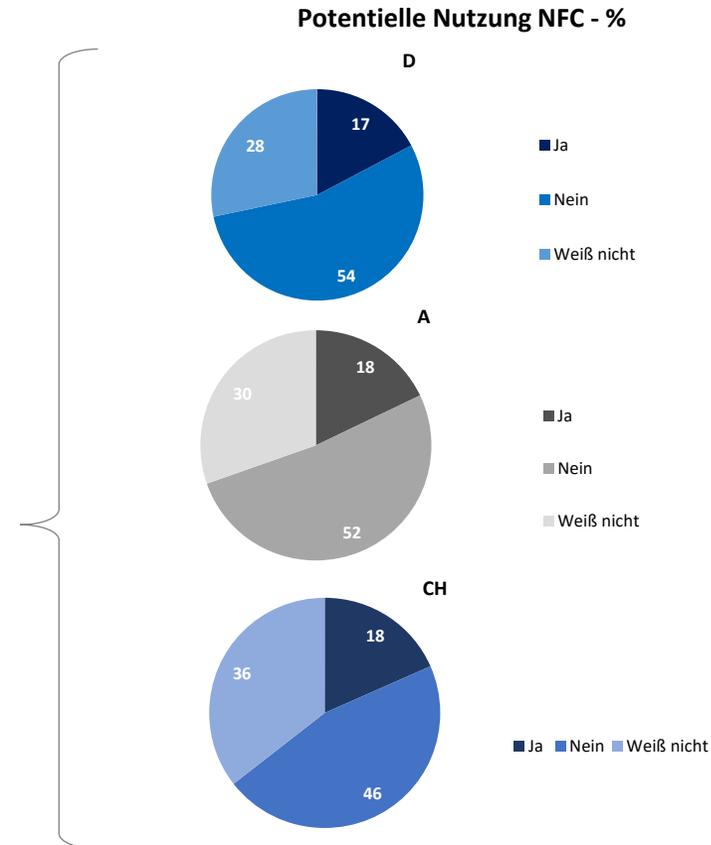
# Nutzung Mobile Payment - NFC

Frage 406: Und haben Sie diese Mobile Payment Verfahren auch schon mal genutzt? (Near Field Communication)

Frage 407: Sie haben angegeben, diese(s) Mobile Payment Verfahren nicht zu kennen bzw. noch nicht genutzt zu haben. Aber könnten Sie sich vorstellen, diese(s) zu nutzen?

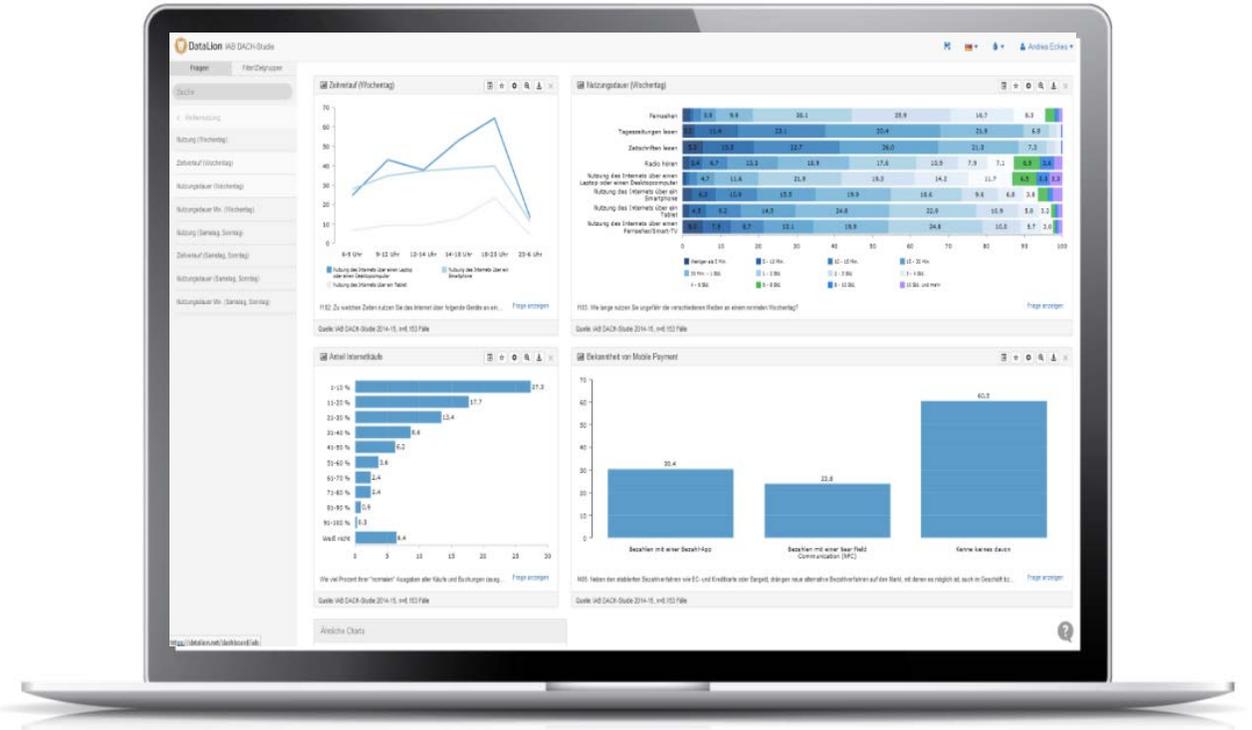


Basis: Onliner: D = 1.008/950; A = 1.014/885; CH = 1.011/925



Alle Daten sind im Dashboard verfügbar

- ➔ Alle Daten aus der Studie für Österreich, Deutschland und Schweiz
- ➔ Jahreswellen 2015 + 2014
- ➔ Export als Excel, PPT und Grafik
- ➔ Ergebnisse der Studie ohne Zielgruppen-Split frei zugänglich
- ➔ Beliebiger definierbare Zielgruppen
- ➔ Zusammenstellen und Abspeichern individueller Dashboards
- ➔ Export als Excel, PPT und Grafik





## Danke für ihr Interesse

Für weiter Fragen:

Roger Baur – Geschäftsführer IAB Switzerland Association

Jenatschstrasse 1, 8002 Zürich

Tel: +41 43 888 99 17

Mail: [contact@iab-switzerland.ch](mailto:contact@iab-switzerland.ch)

[www.iab-switzerland.ch](http://www.iab-switzerland.ch)