

# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS

Auszüge aus der DACH-Studie 2015:  
Entwicklungen und Trends der digitalen Nutzung in der DACH-Region



Kooperation zwischen BVDW, IAB Österreich, IAB Switzerland.

Studie liegt nach 2014 nun aktuell zum zweiten Mal vor.

Alle 3 Länder in einem Datensatz verfügbar: Gesamtbetrachtung und Ländervergleiche möglich

# STUDIENSTECKBRIEF

Mit finanzieller Unterstützung von ÖWA und mindtake

Auftraggeber: IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW  
Dienstleister: d.core

Online Access Panel

Befragte gesamt: n= 3.033

- DEUTSCHLAND n = 1.008
- ÖSTERREICH n = 1.014
- SCHWEIZ n = 1.011

Feldzeit: Mai 2015

Stichprobe:

- Online Weitester Nutzerkreis: mindestens eine Internetnutzung in den letzten drei Monaten
- Internetnutzer zwischen 16-69 Jahren
- Gewichtung nach Alter (16-69 Jahre) und Geschlecht (Kreuzquotierung) und Bildung nach landes-spezifischen Vorgaben (keine Kreuzquotierung)



DACH Mediennutzungsstudie 2015  
IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# STUDIENINHALTE (GESAMT)

- »» Statistik/ Soziodemografie
  - › Geschlecht, Alter, Schulabschluss
  - › Beschäftigungsstatus, Familienstand, HH-Größe
  - › Häufigkeit der Internetnutzung
- »» Mediennutzung
  - › Nutzungsanteil und Dauer
  - › Wochentags u. Wochenende
- »» Parallelnutzung der Medien / Media-Meshing
- »» Internetnutzung
  - › Internet-Nutzung nach Device:  
Laptop/Desktop, Smartphone, Tablet, Smart TV, Wearables
  - › Genutzte Websites/Aktivitäten
  - › Internetaktivitäten nach Device (E-Mail, Suchmaschinen, Musik- und Video-Streaming, Online-Jobsuche, Social Media etc.), Internetaktivitäten im Tagesverlauf,
  - › Relevanz Internet im Alltag
- »» Smart TV
  - › Social TV Buzz
- »» E-Commerce / M-Commerce
  - › Kaufhäufigkeit, Ausgabebereitschaft
  - › Offline/online-Käufe bzw. Informationsverhalten
  - › Mobile Payment
  - › Location Based Services
- »» Marken / Branding
  - › Bewertung Onlinepräsenz von Marken (inkl. Adblocking)
  - › Interaktion mit Marken
- »» Wearables
  - › Datenbrillen, Fitnesstracker, SmartWatches
  - › Bekanntheit & Nutzung
  - › Nutzungspotenzial & Nutzungshemmnisse
- »» Smarthome / Connected Car
  - › Bekanntheit & Nutzung
  - › Nutzungspotenzial & Nutzungshemmnisse

# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS (AUSZÜGE)

MOBILE AM  
VORMARSCH

CONNECTED  
COMMERCE

MOBILE PAYMENT

WEARABLES

INTERNET  
AKTIVITÄTEN

# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS (AUSZÜGE)

**MOBILE AM  
VORMASCH**

CONNECTED  
COMMERCE

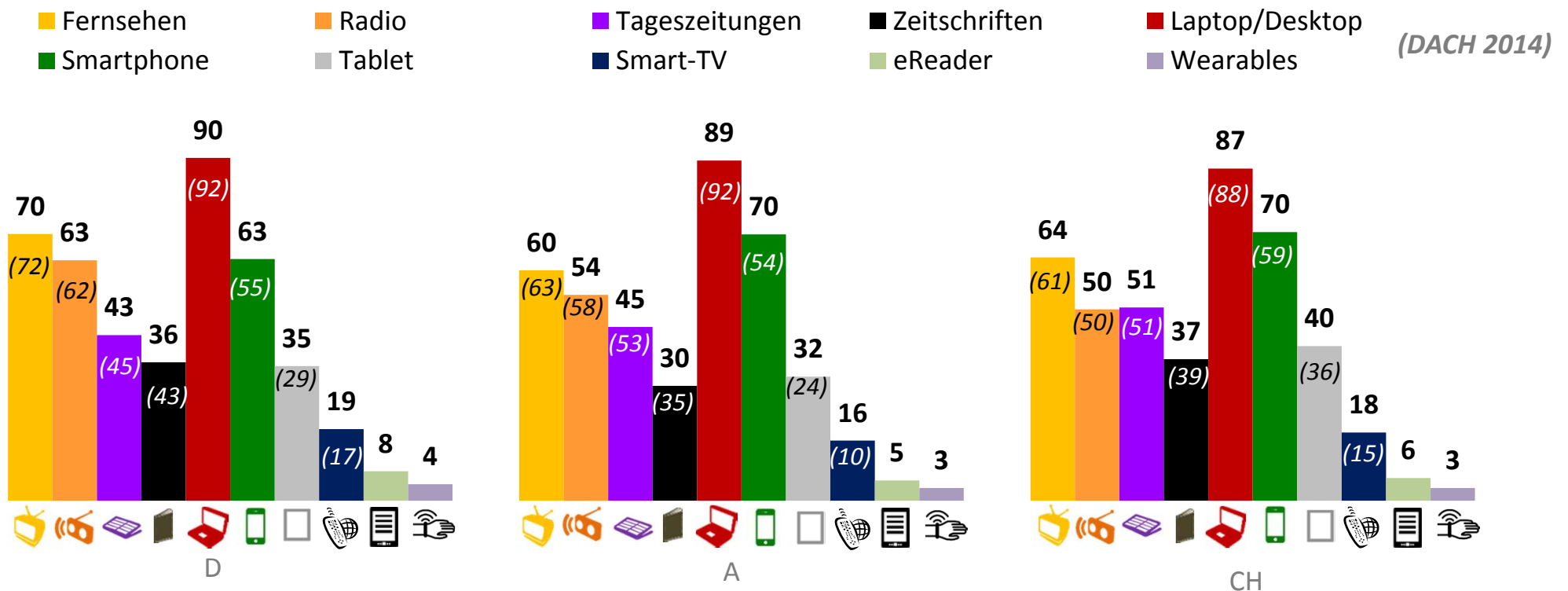
MOBILE PAYMENT

WEARABLES

INTERNET  
AKTIVITÄTEN

# MEDIENNUTZUNG AN EINEM WOCHENTAG

Internet bei der Mediennutzung weiter führend. Mobile und Smart TV wächst.



Angaben in %

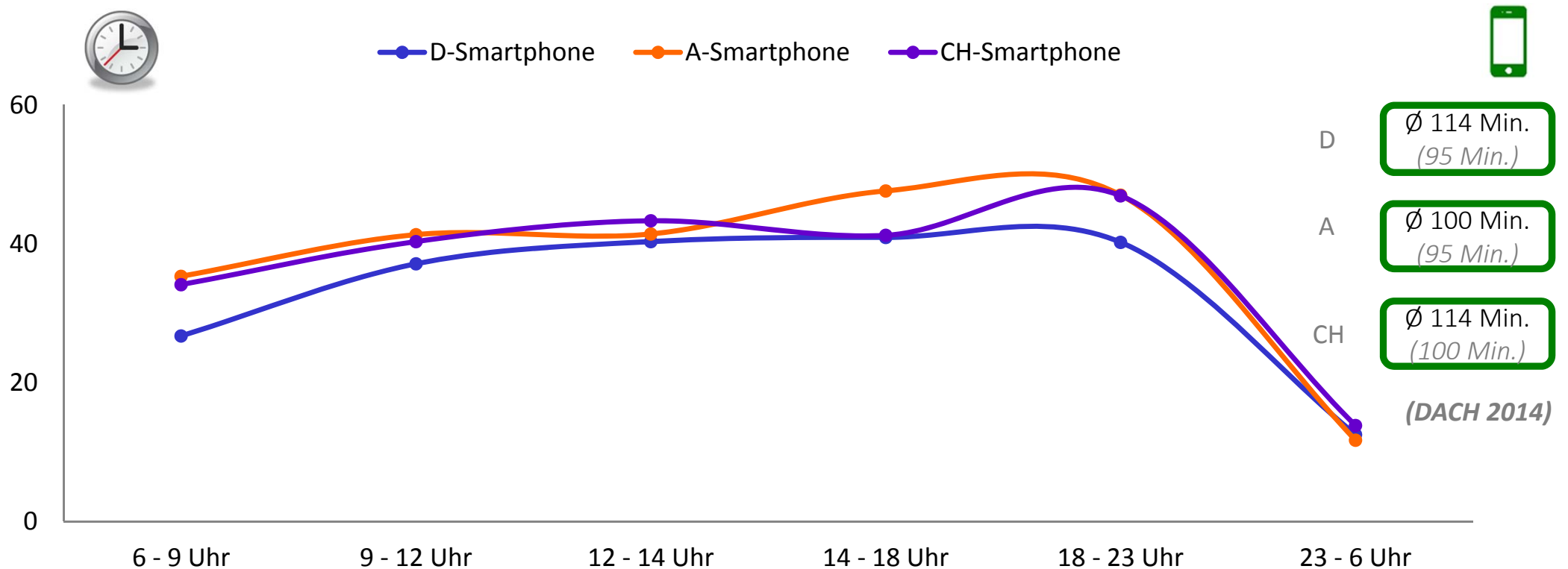
Basis 2015: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011

Basis 2015: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# SMARTPHONE ÜBER DEN WOCHENTAG

Der Trend zum mobilen Internet spiegelt sich auch in der steigenden Nutzungsdauer des Smartphones.

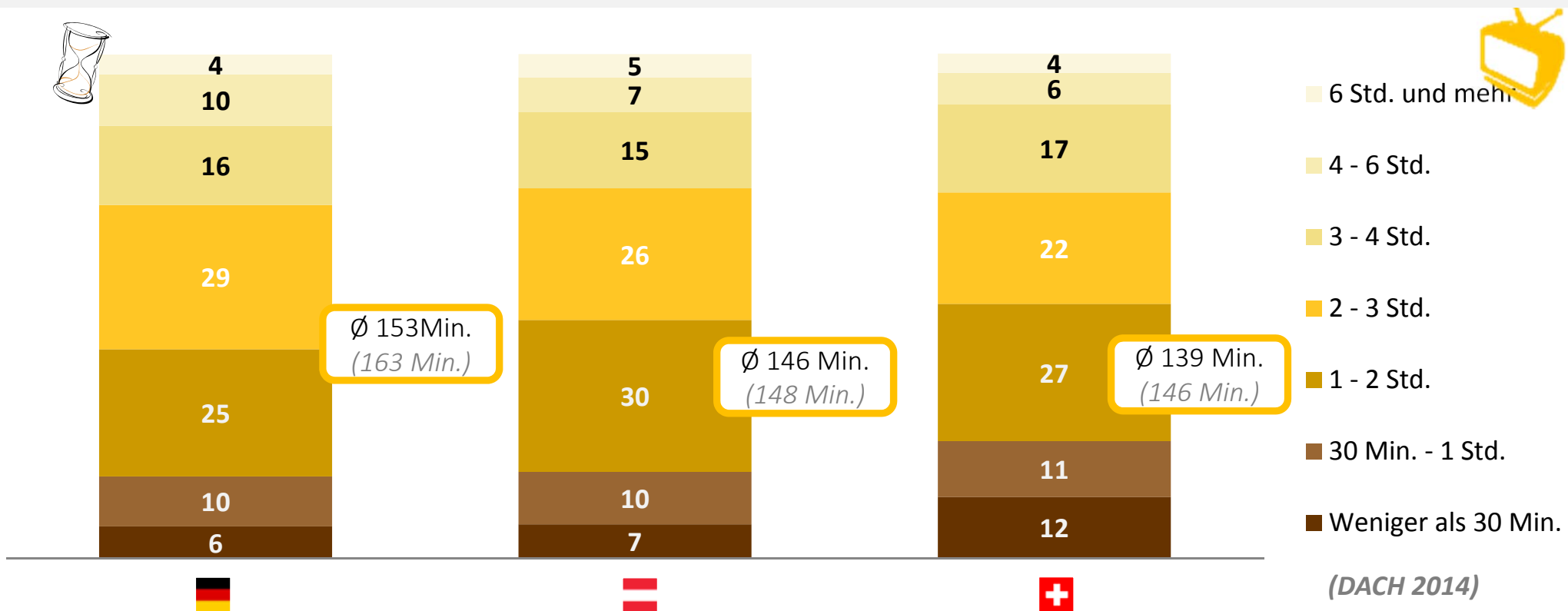


Internetnutzung nach Zeiten an einem Wochentag in %  
 Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# TV SEHDAUER AN EINEM WOCHENTAG

Andere Medienkanäle stagnieren in der Sehdauer.



Basis 2015: Onliner, die TV nutzen (lt. F101): DE n = 703; A n = 610; CH n = 643  
 Basis 2014: Onliner, die TV nutzen (lt. F101): DE n = 745; A n = 650; CH n = 639

(DACH 2014)

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW



# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS (AUSZÜGE)

MOBILE AM  
VORMASCH

**CONNECTED  
COMMERCE**

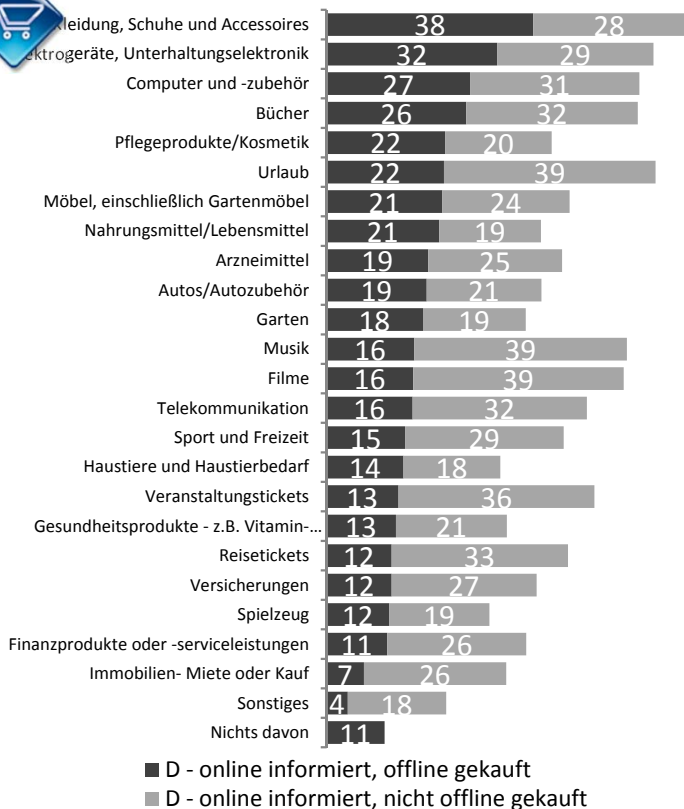
MOBILE PAYMENT

WEARABLES

INTERNET  
AKTIVITÄTEN

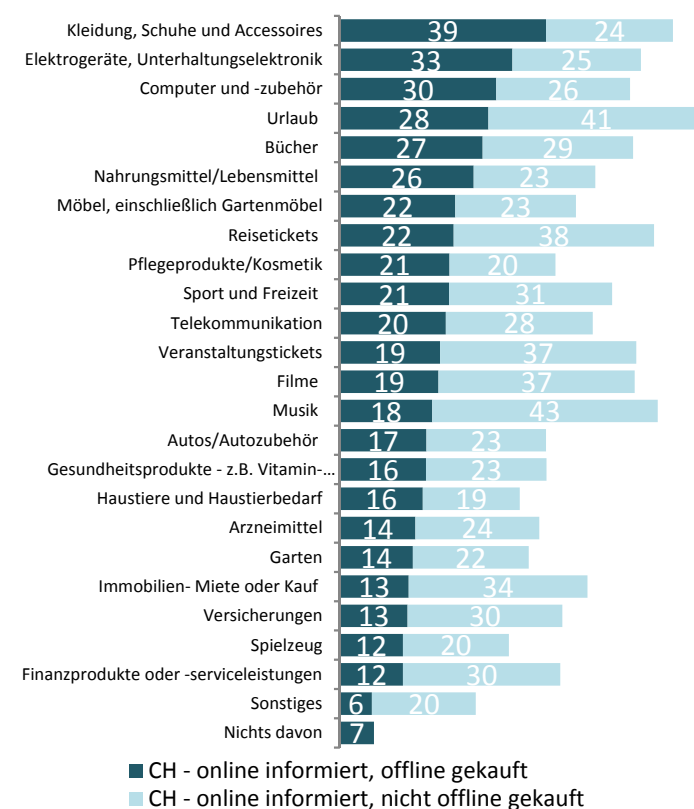
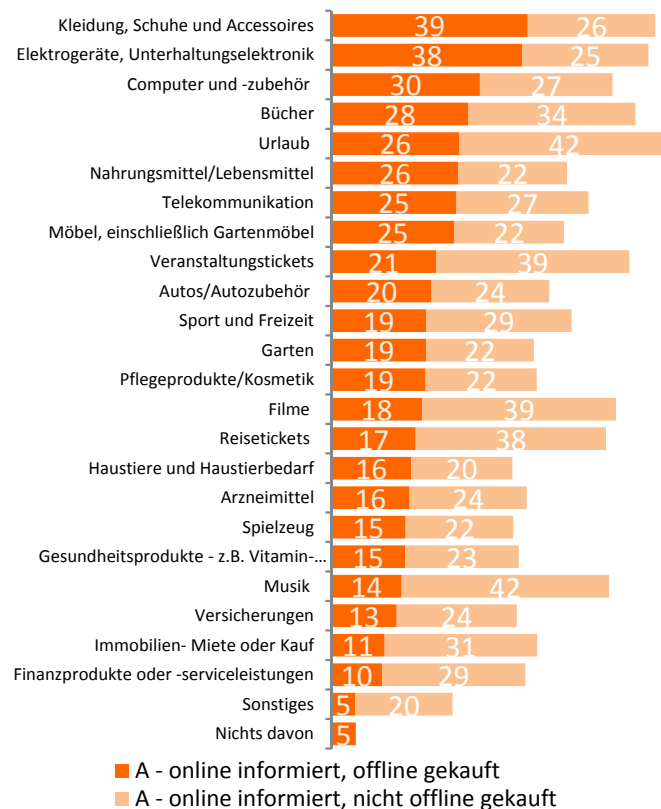
# DER ROPO EFFEKT

## Online informiert – offline gekauft.



Angaben in %

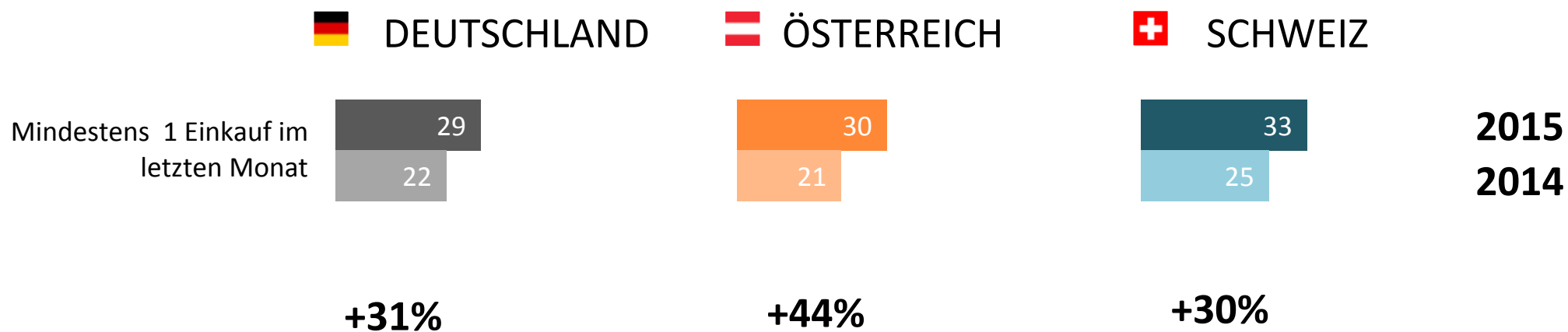
Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011



DACH Mediennutzungsstudie 2015  
IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# EINKAUFEN VIA MOBILER DEVICES

Smartphones und Tablets werden deutlich häufiger für Onlineshopping genutzt.



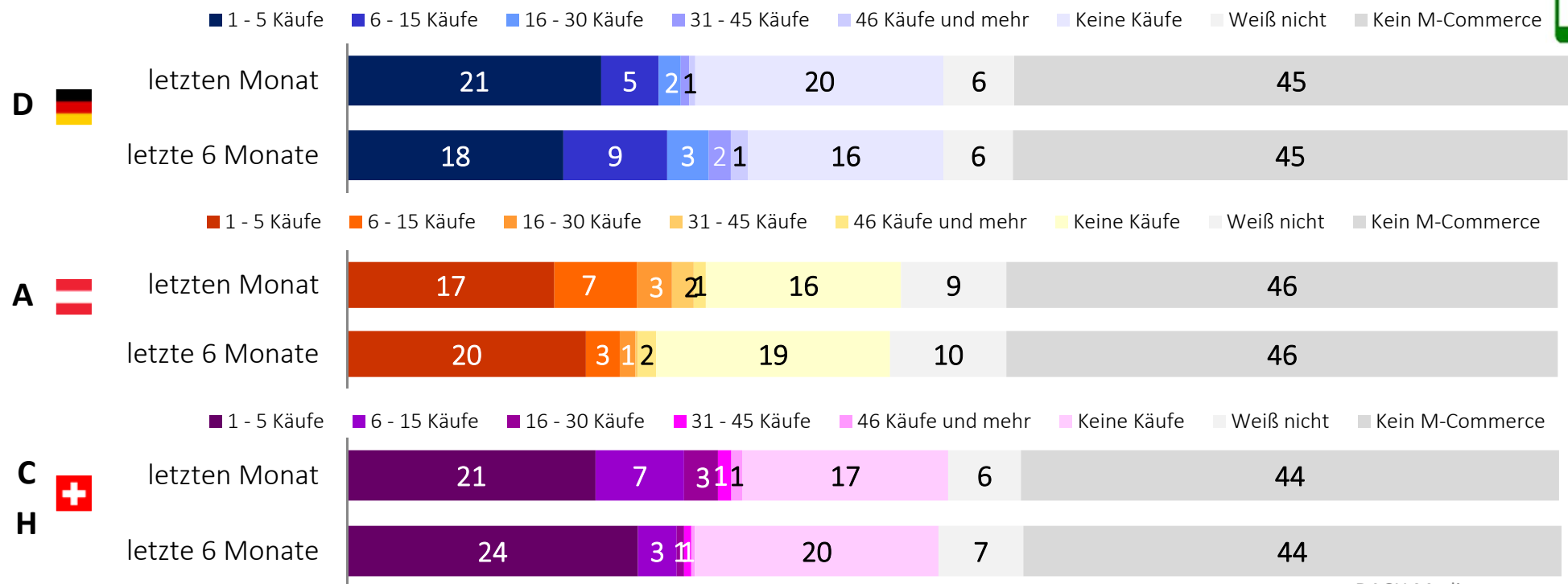
Angaben in %

Basis: Online-Nutzer Deutschland (n = 1.008), Österreich (n = 1.014), Schweiz (n = 1.011)

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# ANZAHL DER KÄUFE SMARTPHONE/TABLET-PC

Der Prozentsatz der „Vielkäufer“ (6 und mehr) ist 2015 stark gestiegen.



Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011, Angaben in %

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS (AUSZÜGE)

MOBILE AM  
VORMASCH

CONNECTED  
COMMERCE

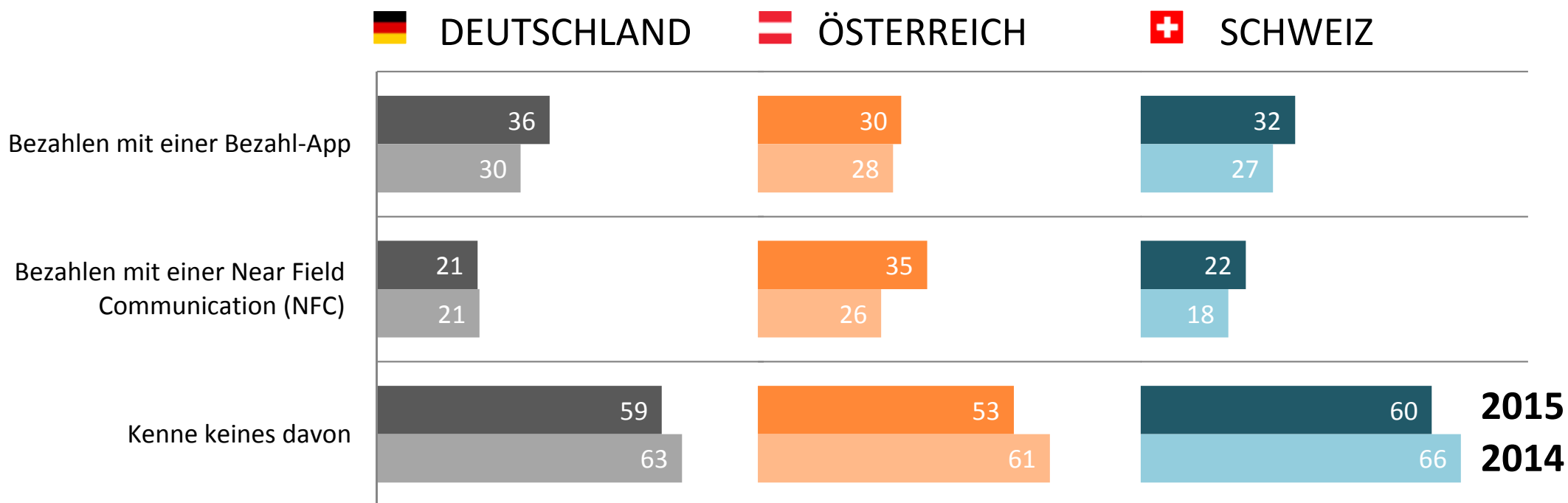
**MOBILE PAYMENT**

WEARABLES

INTERNET  
AKTIVITÄTEN

# BEKANNTHEIT VON MOBILE PAYMENT

Mobile Payment wird in der DACH Region immer bekannter.



Angaben in %  
 Basis: Online-Nutzer Deutschland (n = 1.008), Österreich (n = 1.014), Schweiz (n = 1.011)

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS (AUSZÜGE)

MOBILE AM  
VORMASCH

CONNECTED  
COMMERCE

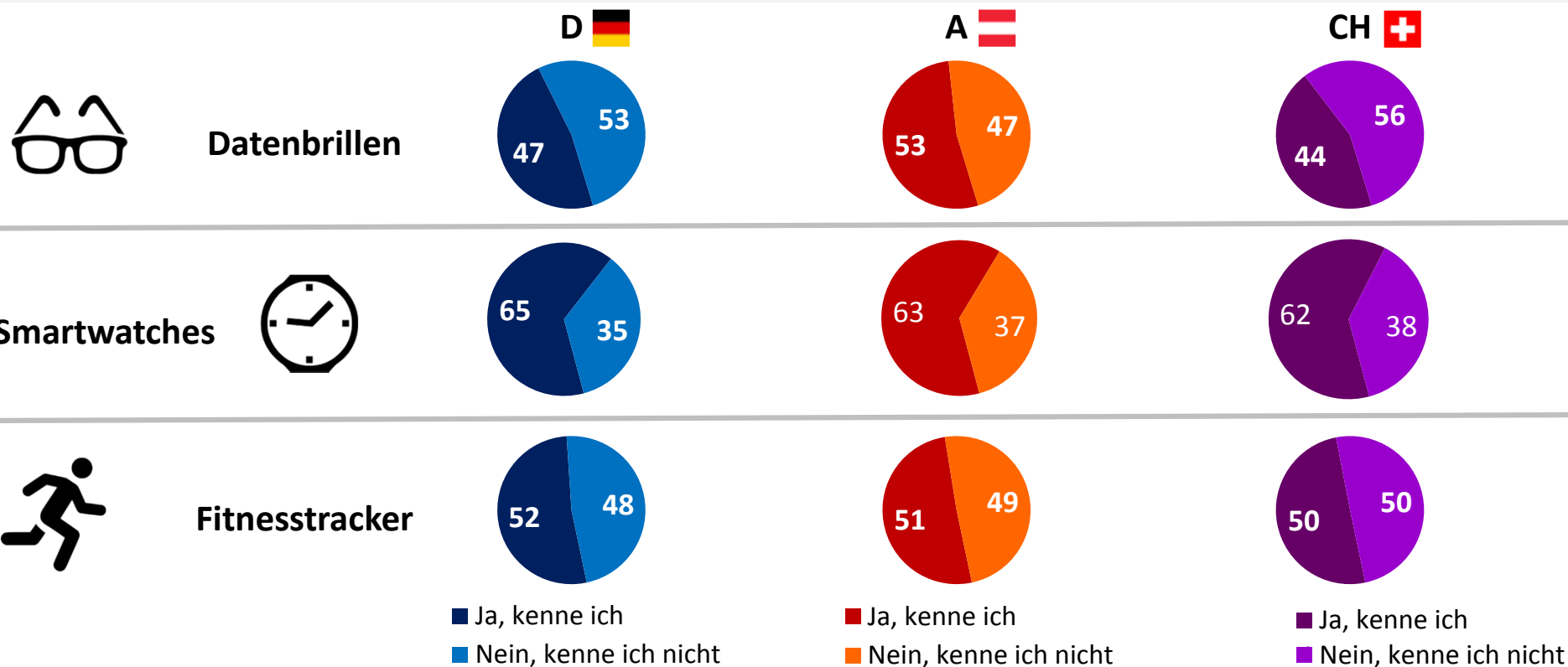
MOBILE PAYMENT

**WEARABLES**

INTERNET  
AKTIVITÄTEN

# BEKANNTHEIT WEARABLE TECHNOLOGIES

Smartwatches sind dem Großteil der DACH Region ein Begriff.



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

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

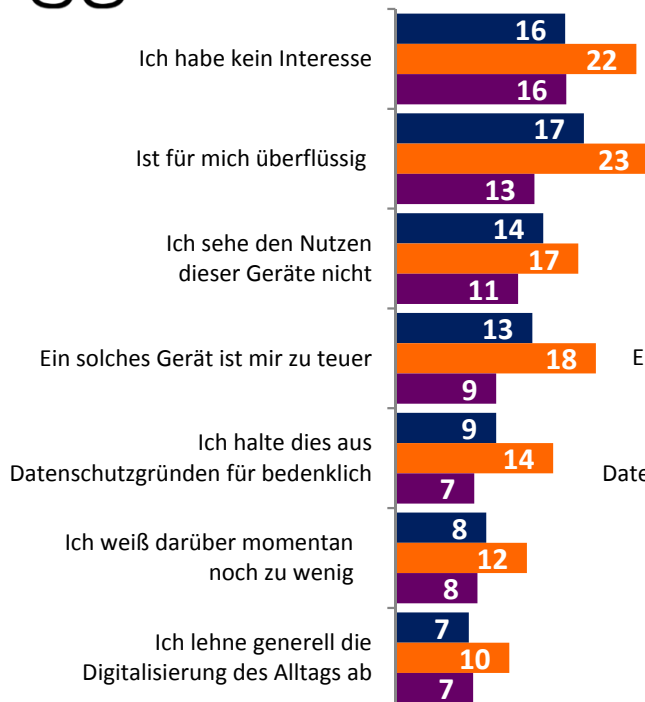


# VORBEHALTE GEGEN WEARABLE TECHNOLOGIES

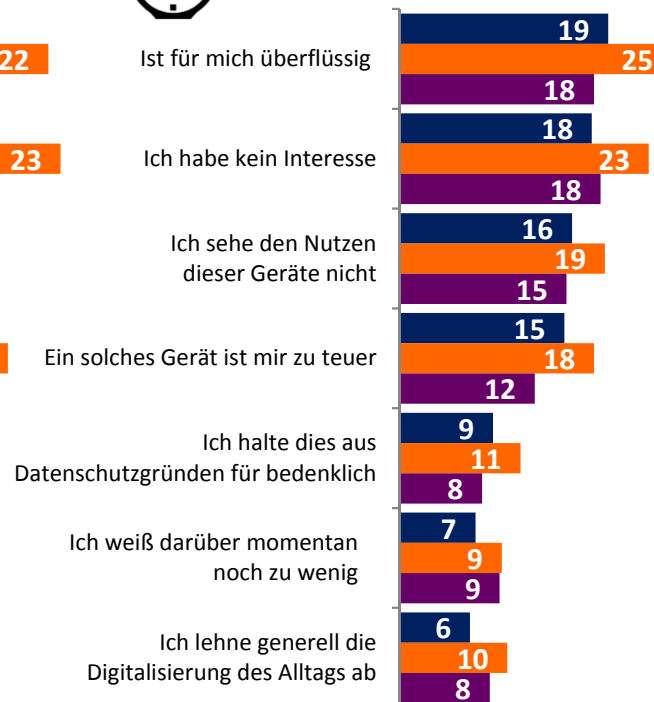
Die Skepsis gegenüber Wearables ist noch relativ groß.



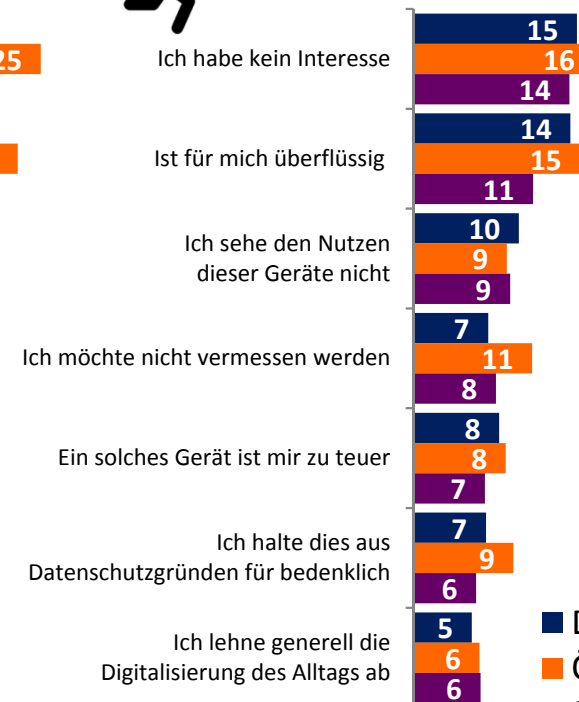
## Datenbrillen



## Smartwatches



## Fitnessstracker



■ Deutschland  
 ■ Österreich  
 ■ Schweiz

Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011; Top 7 Antworten

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS (AUSZÜGE)

MOBILE AM  
VORMASCH

CONNECTED  
COMMERCE

MOBILE PAYMENT

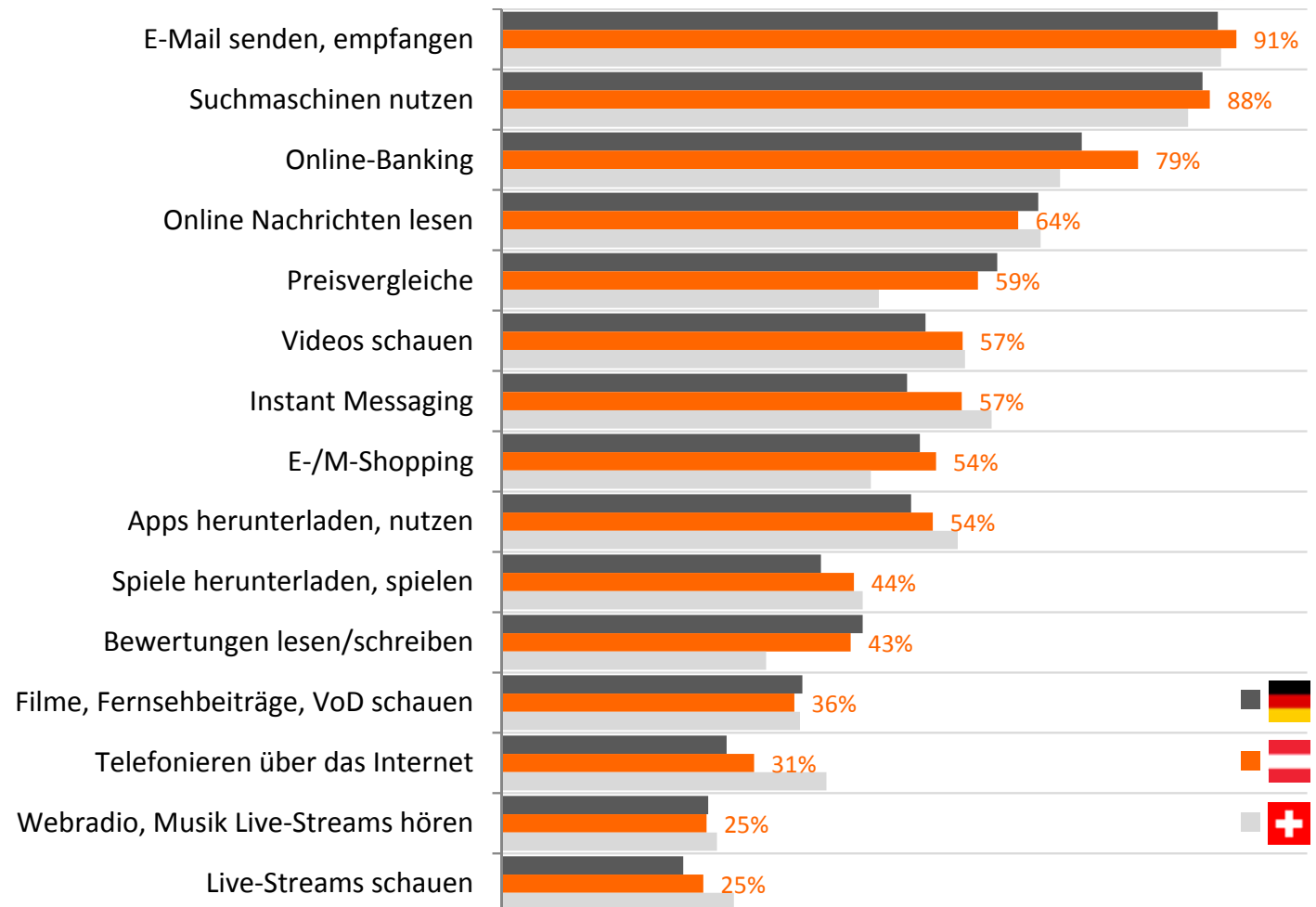
WEARABLES

INTERNET  
AKTIVITÄTEN

# INTERNETAKTIVITÄTEN – DACH-VERGLEICH TOP 15

Online-Banking ist in Österreich am stärksten ausgeprägt. Dagegen kommunizieren die Schweizer gerne via Instant Messaging / Internet-Telefonie. Deutsche vergleichen Preise.

**ausgeübte Internetaktivitäten  
 - zumindest ab und zu**

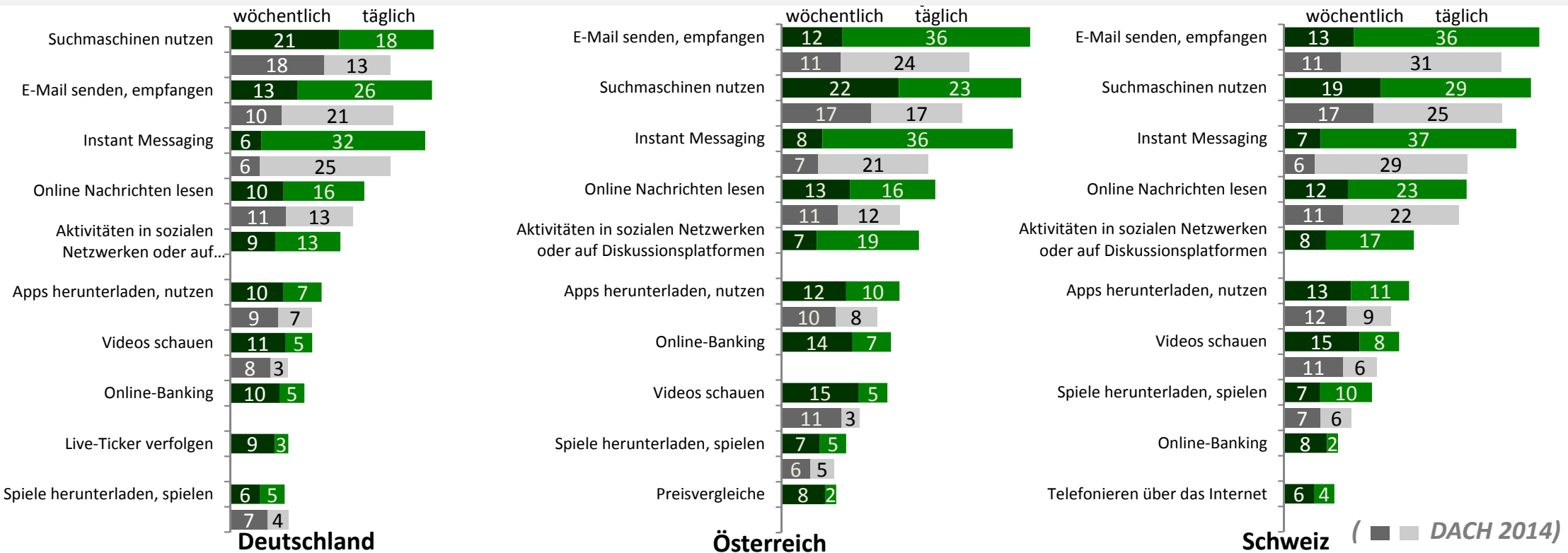


Basis: Online-Nutzer Deutschland (n = 1.008), Österreich (n = 1.014), Schweiz (n = 1.011)  
 Quelle: DACH-Studie 2015: Entwicklungen und Trends der digitalen Nutzung in der DACH-Region

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# TOP 10 INTERNETAKTIVITÄTEN AM SMARTPHONE

Instant Messaging am Handy boomt.

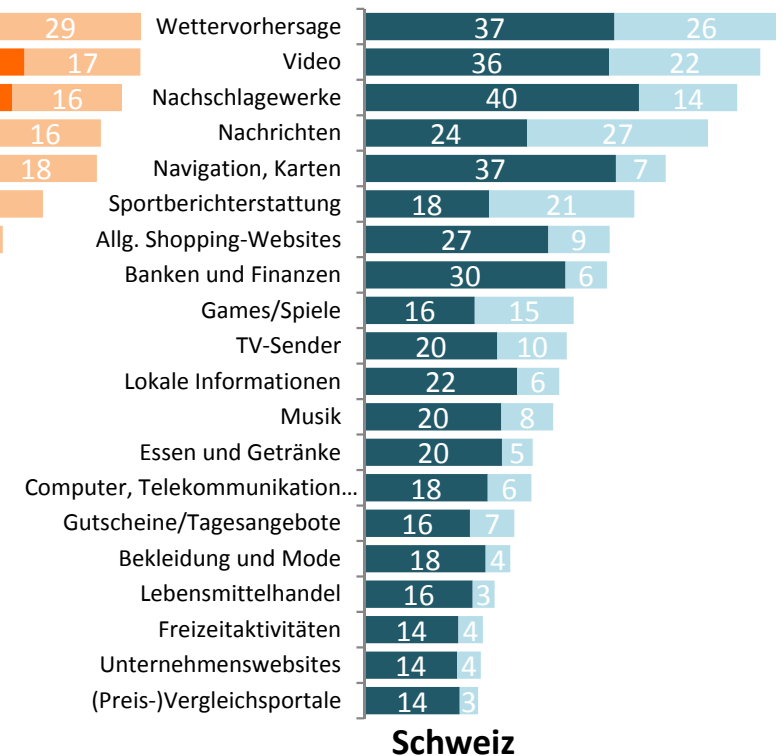
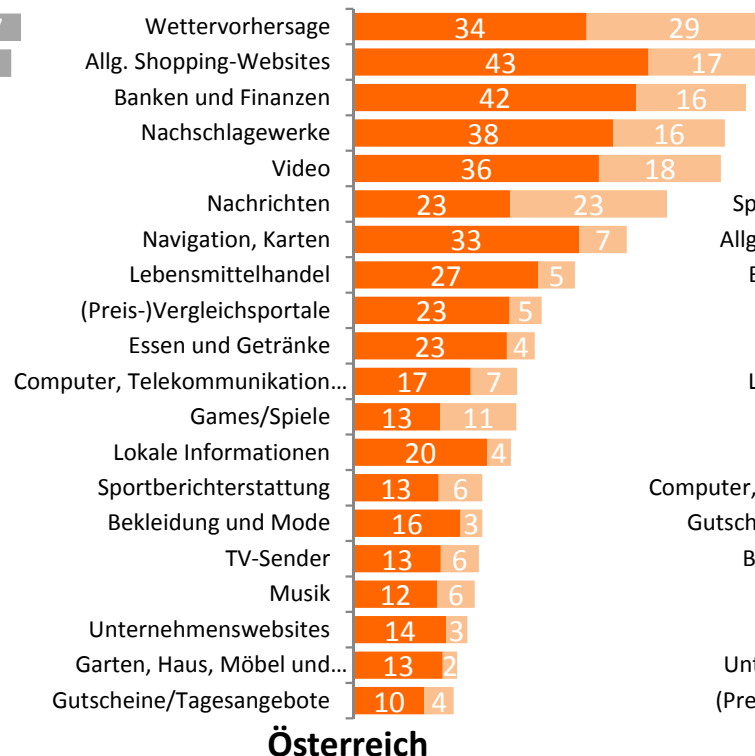
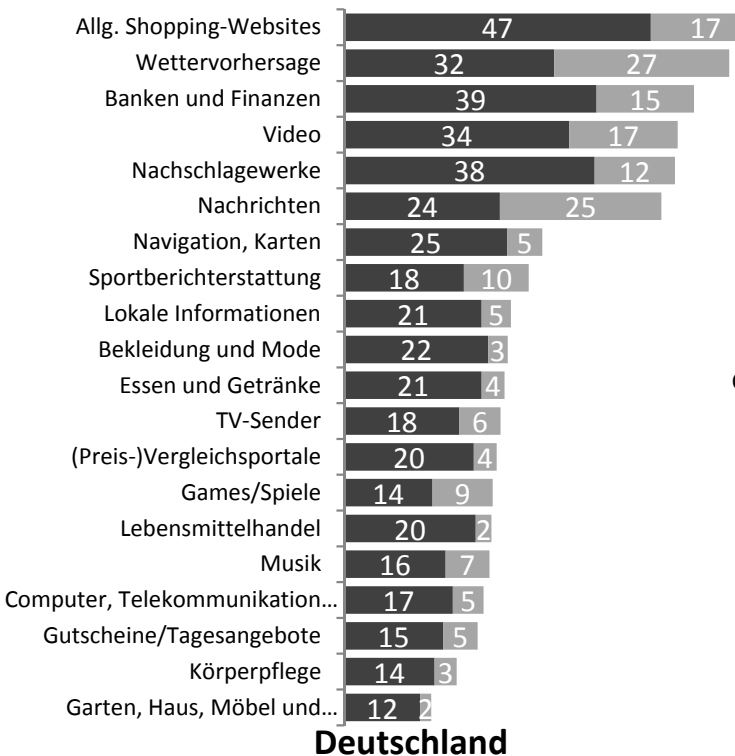


Basis 2015: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011  
Basis 2014: Onliner: D = 1.041; A = 1.037; CH = 1.042

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# TOP 20 GENUTZTE ARTEN VON WEBSITES

Bei der täglichen Nutzung liegen Wettervorhersagen ganz vorne.



Basis: Onliner: D = 1.008; A = 1.014; CH = 1.011; Angaben in %

DACH Mediennutzungsstudie 2015  
 IAB Austria, IAB Switzerland, BVDW

# DIGITALE NUTZUNGSTRENDS (AUSZÜGE)

MOBILE AM  
VORMASCH

CONNECTED  
COMMERCE

MOBILE PAYMENT

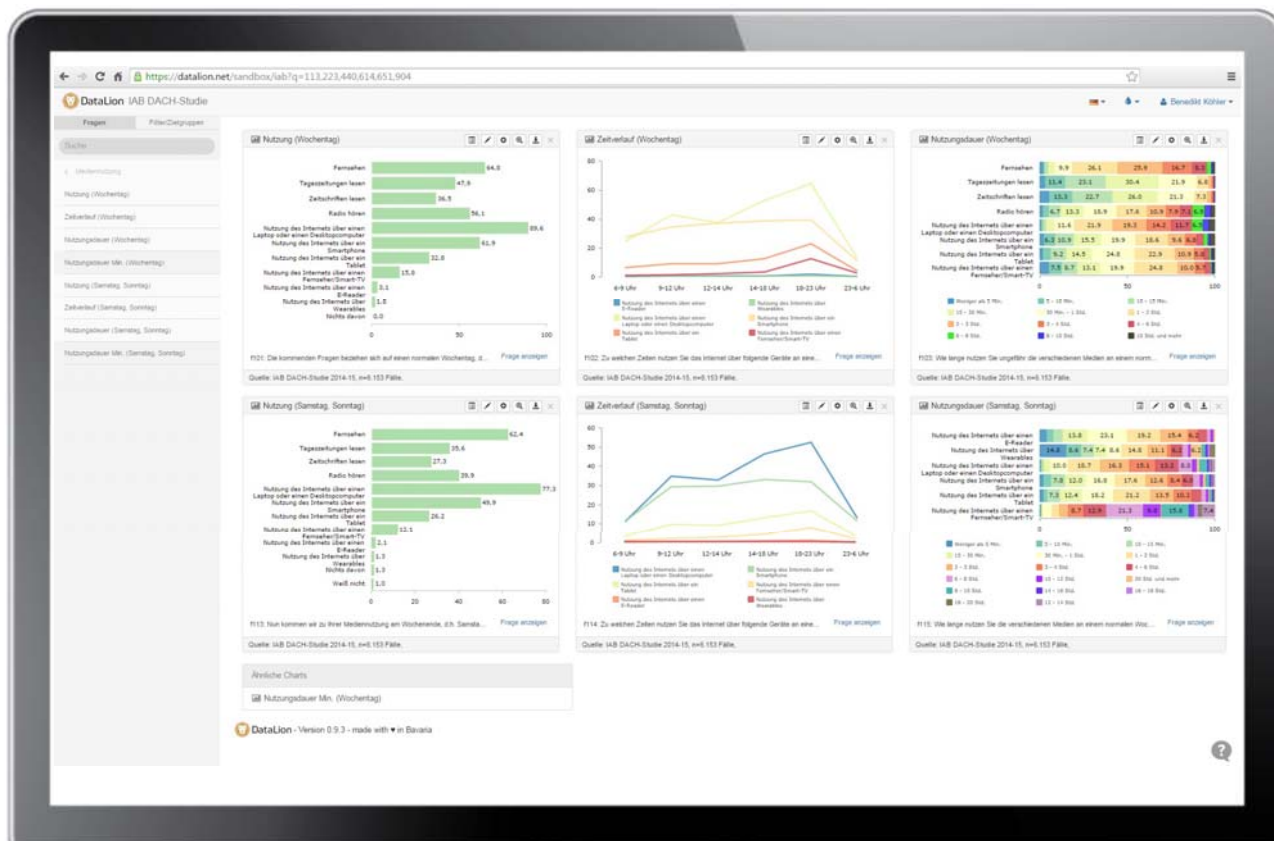
WEARABLES

INTERNET  
AKTIVITÄTEN

**DASHBOARD**

# DASHBOARD

Alle Daten aus der Studie für Österreich, Deutschland und Schweiz  
 Jahreswellen 2015 + 2014  
 Beliebige definierbare Zielgruppen  
 Zusammenstellen und Abspeichern individueller Dashboards  
 Export als Excel, PPT und Grafik



# KONTAKT & KOSTEN

## **Frei zugängliche Daten für IAB und ÖWA Mitglieder:**

Österreich Daten für Gesamtbevölkerung über Dashboard (ohne Zielgruppenbreaks)

Präsentation eines Auszugs der Österreichdaten von d.core am Werbeplanung.at Summit 2015 als pdf

## **Kauf Landesdaten 700,- Euro bzw. 800,- für Nicht-IAB Mitglieder:**

Daten des jeweiligen Landes über Dashboard mit Zielgruppenbreaks

Daten für Gesamtbevölkerung der beiden anderen Länder über Dashboard (ohne Zielgruppenbreaks), als ppt Datei und mit xls Tabellenband

Präsentation eines Auszugs der Österreichdaten von d.core am Werbeplanung.at Summit 2015 als ppt

## **Kauf Landesdaten für D oder CH jeweils 500,- EURO**

Daten des jeweiligen Landes über Dashboard mit Zielgruppenbreaks

## **KONTAKT**

**Dr. Lilian Meyer-Janzek**

Geschäftsführerin

IAB BetriebsgmbH

Mariahilferstraße 123/3, 1060 Wien

FN 347518g

+43 699 1 422 2878

+43 699 1 IAB AUST

[lilian.meyer-janzek@iab-austria.at](mailto:lilian.meyer-janzek@iab-austria.at)