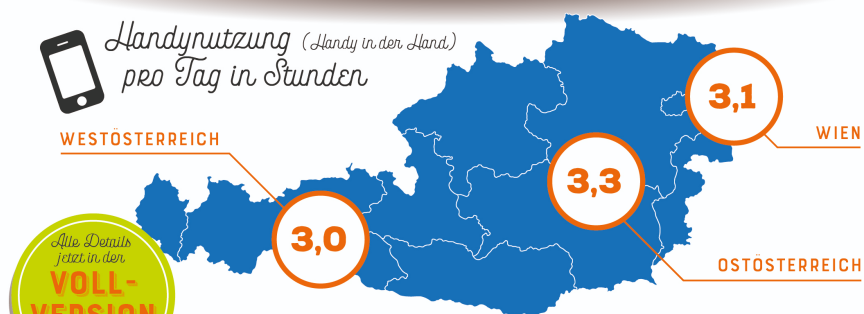


Österreicher nutzen ihr Mobiltelefon bereits mehr als drei Stunden pro Tag

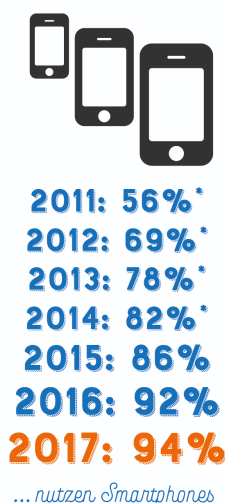
MOBILES ÖSTERREICH



ÖSTERREICH'S MOBILE INTERNET-NUTZER

	digital Natives	digital Immigrants	digital Outsiders
2015	36%	52%	9%
2016	30%	61%	9%
2017	32%	61%	7%

MOBILES INTERNET IM LEBEN INTEGRIERT MOBILES INTERNET BEWUSST UND SELEKTIV MOBILES INTERNET SELTEN UND KRITISCH

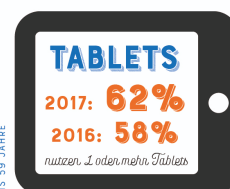


BETRIEBSSYSTEME

	2015	2016	2017
Android	59%	61%	65%
Apple	16%	22%	23%
Windows	5%	5%	3%

DATEN PAKET 2017 **18,3** GB/MTL.

88% Vertragshandys 12% Wertkartenhandys



82%
nutzen nur ein Handy

13%	NUTZEN NFC
53%	DER APP-USER NUTZEN PUSH-FUNKTIONEN
77%	DER APP-NUTZER NUTZEN GPS
79%	NUTZEN BLUETOOTH
97%	DER SMARTPHONE-NUTZER NUTZEN WLAN

Zum 11. Mal präsentieren die Mobile Marketing Association Austria (MMAA) und MindTake Research den Mobile Communications Report mit Zahlen, Daten und Fakten zu den mobilen Nutzungsgewohnheiten der Österreicher. Die Studie ist ab sofort um 4.600 Euro erhältlich.

- Smartphone-Penetration in Österreich steigt auf 94 Prozent
- Handynutzung liegt bei mehr als drei Stunden pro Tag
- 93 Prozent surfen mit ihrem Smartphone im Web
- Kreditkarte ist bevorzugtes Zahlungsmittel derer, die mobile Payment nutzen
- 68 Prozent der Smartphone-Nutzer suchen & vergleichen Preise am Handy
- 40 Prozent der Smartphone-User schauen mindestens einmal pro Woche Videocontent am Handy
- 48 Prozent der Smartphone-Nutzer nutzen im stationären Handel über Strichcodes angebotene Infos

Satte 94 Prozent der Österreicher nutzen laut dem Mobile Communications Report 2017 der Mobile Marketing Association Austria und MindTake Research aktuell ein Smartphone. 93 Prozent der Österreicher surfen mit ihrem Smartphone regelmäßig im Internet – in der Altersgruppe 15 bis 29 Jahre sind es sogar 100 Prozent. Die tägliche Handynutzung liegt in Österreich bei mehr als drei Stunden, wobei ein Ost-West-Gefälle zu beobachten ist: In Niederösterreich, Oberösterreich,

Burgenland und der Steiermark wird täglich 3,3 Stunden und in Wien täglich 3,1 Stunden mit dem Handy genutzt. In Kärnten, Salzburg, Tirol und Vorarlberg greift man 3,0 Stunden pro Tag zum Mobiltelefon. 88 Prozent der Österreicher haben sich laut MMA-Studie mittels Vertrag an einen Mobilfunknetzbetreiber gebunden, die restlichen 12 Prozent telefonieren und surfen mit Wertkarten. Die meistgenutzten Smartphone-Funktionen hierzulande sind – und zwar in dieser Reihenfolge – Telefonieren, Fotografieren, Instant Messaging wie WhatsApp, im Web Surfen, E-Mails checken & senden sowie die Wecker-Funktion. Leicht im Aufwind ist in Österreich übrigens auch die Nutzung von Tablets: 2016 surfen 58 Prozent mit Tablets im Web, 2017 liegt der Wert bereits bei 62 Prozent.

„Der Siegeszug des Smartphones ist hierzulande unaufhaltsam: 94 Prozent der Österreicher nutzen Smartphones und 93 Prozent bewegen sich mit ihrem mobilen Devices auf die eine oder andere Art im Internet. Noch dynamischer entwickelt sich der Markt der Connected Devices: Die Penetration von Wearables hat sich innerhalb der vergangenen drei Jahre verdreifacht“, erklärt Andreas Martin, Präsident der Mobile Marketing Association Austria und Studienleiter des Mobile Communications Report 2017.

Sicherheit bei App-Download ist vermehrt ein Thema

Was die auf dem Smartphone installierten Betriebssysteme anbelangt, ist ein klarer Trend erkennbar: Android ist mit einem Marktanteil von 65 Prozent (2016: 61 Prozent) weiter im Aufwind. Apple iOS hält mit 23 Prozent (2016: 22 Prozent) seine Marktposition. Windows verliert mit 3 Prozent (2016: 5 Prozent) ein wenig an Boden. Exakt 30,4 Apps hat der durchschnittliche Smartphone-Nutzer aus Österreich installiert, davon sind 1,6 Apps kostenpflichtig. Interessant ist im Zusammenhang mit Apps auch, dass heimische Smartphone-Nutzer bei der Installation von Apps zunehmend auf Sicherheitsaspekte achten: So geben 55 Prozent an, dass ihnen bei der App-Installation die Sicherheit wichtig ist (2016: 51 Prozent). Wenig Freude haben mobile Websurfer, wenn Websites nicht mobil optimiert sind (37 Prozent) und wenn der Bildschirm zu klein ist (33 Prozent). Nur mehr bedingt ein Dorn im Auge sind den Österreichern die Kosten für Datenroaming im Ausland: Im Vorjahr klagten noch 36 Prozent der Befragten über die hohen Roaming-Kosten, heuer ärgern sich nach dem Aus für Roaming-Gebühren im EU-Raum im Juni nur mehr 15 Prozent darüber.

Mobile Werbung wird immer mehr von Video Ads geprägt

Ein Rundumblick in den öffentlichen Verkehrsmitteln trügt nicht: Das Smartphone wird von den Österreicher immer öfter als Abspielstation für Bewegtbildinhalte genutzt. 40 Prozent der Smartphone-Nutzer schauen mindestens einmal pro Woche gezielt Videos am mobilen Device. Ganz oben auf der Beliebtheitsskala sind witzige Videos („virale Videos“), gefolgt von Musikvideos, Tutorials bzw. Erklärvideos, Trailer von Kinofilmen und News aller Art. Vorgelagerte Pre-Rolls, also Werbespots vor den eigentlichen Videoinhalten, sind für die Video-Fans längst normal: 53 Prozent der Nutzer von Bewegtbild-Content begegnen auf Streaming-Diensten wie YouTube häufig Werbebotschaften. Und auch in den Sozialen Netzwerken (61 Prozent der Nutzer von Social-Media-Diensten), auf den mobilen Websites von Tageszeitungen (33 Prozent der Smartphone-Nutzer) und auf der Website des E-Mail-Dienstes (27 Prozent der Smartphone-Nutzer) werden die User häufig mit mobiler Werbung konfrontiert.

Mobile Shopping wird immer beliebter

Die Bereitschaft zum Mobile Shopping nimmt in Österreich weiter zu: 68 Prozent der heimischen Smartphone-Nutzer suchen oder vergleichen mit ihrem mobilen Device Preise (2016: 60 Prozent), 66 Prozent suchen mit dem Handy Filialen oder Geschäfte (2016: 59 Prozent) und 64 Prozent verfolgen ihren Bestellstatus über ihr mobiles Device (2016: 53 Prozent). Auch was entsprechende M-Commerce-Apps anbelangt, sind die Österreicher besser ausgestattet, als noch vor einem Jahr: Die Amazon-App haben 74 Prozent der App-User (2016: 64 Prozent) und die willhaben-App 68 Prozent (2016: 60 Prozent) auf ihrem Smartphone installiert. Die M-Commerce-Topseller bei den weiblichen Smartphone-Nutzern in Österreich sind mit 61 Prozent Bekleidung und Schuhe, die Topseller bei den Männern sind mit 44 Prozent elektronische Geräte. Beliebtestes Zahlungsmittel der heimischen Mobile Shopper bleibt die Kreditkarte mit 47 Prozent (2016: 43 Prozent), gefolgt von der Online-Überweisung mit 41 Prozent (2016: 38 Prozent) und PayPal 37 Prozent (2016: 38 Prozent).

Smartphone ist auch für stationären Handel wichtiges Werbemittel

Parallel dazu ist das Smartphone auch für den stationären Handel ein wichtiges Werbemedium: Schließlich nutzen 65 Prozent Smartphone-Nutzer das Handy beim Einkauf, recherchieren 36 Prozent während des Einkaufs Produkte und Preise, informieren sich 23 Prozent über Aktionen im betreffenden Handelsunternehmen, holen sich 24 Prozent Produktinfos und nutzen 22 Prozent eine Einkaufsliste am mobilen Endgerät. Bei der Nutzung von Einzelhandels-Apps belegen Hofer, Billa und Merkur die Stockerlplätze, während dm und Bipa auf Platz 4 und 5 zu finden sind.

„Viele Branchen wie etwa der Handel sind gefordert, zu handeln. Wenn schon 68 Prozent der Österreicher am Smartphone Preise suchen und vergleichen, gilt es, die richtige Antwort parat zu haben und als Marke den richtigen Auftritt zu schaffen“, erklärt Harald Winkelhofer, Präsident der Mobile Marketing Association Austria.

Technologien wie Bluetooth, NFC und GPS werden häufiger genutzt

Weitere spannende Details aus dem Mobile Communications Report 2017: 97 Prozent der heimischen Smartphone-User nutzen für den Webzugang ein WLAN. 53 Prozent haben die Push-Funktion in Apps aktiviert (2016: 45 Prozent). Die Bluetooth-Funktion haben 79 Prozent der Befragten in Verwendung, 77 Prozent nutzen die GPS-Funktion zur Navigation bzw. Routenplanung und 13 Prozent haben bereits einmal die Near-Field-Communication-Funktion (NFC) verwendet.

„Ganze drei Stunden nutzt jeder Österreicher durchschnittlich sein Smartphone pro Tag. Als wir den Mobile Marketing Report vor sechs Jahren zum ersten Mal durchgeführt haben, war das Handy in erster Linie noch zum Telefonieren da und daneben war die SMS die meistbenutzte Funktion. Heute sind Fotografieren und Instant Messaging die meistgenutzten Zweitfunktionen und darüber hinaus hat sich das Smartphone in fast alle Lebensbereiche integriert – vom Einkaufen über das Reisebüro bis hin zum Smart-Home und Fitnesstrainer. Das Handy ist überall dabei,“ erklärt Klaus Oberecker, Managing Partner MindTake Research.

Die Studie Mobile Communications Report 2017 wurde in Kooperation zwischen der MMA Austria und MindTake Research mithilfe des Online-Panels von MindTake Research im Frühjahr/Sommer 2017 durchgeführt. Unter Einhaltung bestimmter Quoten wurden repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 1.007 österreichische Internet-NutzerInnen zwischen 15 und 69 Jahren befragt.

Holen Sie sich jetzt den Mobile Communications Report!

mindtake

Der Mobile Communications Report 2017 wurde mithilfe des Talk Online Panels (<https://talkonlinepanel.com>) von MindTake Research im Frühjahr/Sommer 2017 erhoben.

Repräsentativ für die österreichische Bevölkerung wurden 1.007 österreichische Internet-NutzerInnen zwischen 15 und 69 Jahren befragt. Interessenten können die umfangreiche Studie ab sofort um **4.600 Euro** unter rfg@mindtake.com (<mailto:rfg@mindtake.com>), anfordern.



<https://file/mainfografik2cmindtakeresearch.jpg>

<https://file/mainfografik3cmindtakeresearch.jpg>

[in](#)

[\(htt](#)

[ps://](#) [X](#)

[.f](#) [ww](#) [\(htt](#)

[\(htt](#) [w.li](#) [ps://](#)

[ps://](#) [nke](#) [ww](#)

[ww](#) [din](#) [w.xi](#)

[w.fa](#) [\(htt](#) [com](#) [ng.c](#)

[ceb](#) [ps://](#) [/sha](#) [om/](#)

[ook](#) [twitt](#) [reAr](#) [spi/](#)

[com](#) [er.c](#) [ticle](#) [shar](#)

[/sha](#) [om/](#) [?](#) [es/n](#)

[rer](#) [shar](#) [mini](#) [ew?](#)

[php](#) [e?](#) [=tru](#) [url=](#)

[?](#) [url=](#) [e&u](#) [?](#)

[u=h](#) [http](#) [rl=h](#) [u=h](#)

mindtake

360° ANALYTICS AND INSIGHTS

www. w.m ww. ww.

min indt min min

dtak ake. dtak dtak

e.co com e.co e.co

m/d /de/ m/d m/d

e/pr pres e/pr e/pr

ess- s- ess- ess-

rele rele rele rele

ase/ ase/ ase/ ase/

%C3 %C3 %C3 %C3

%B %B %B %B

6ste 6ste 6ste 6ste

rrei rrei rrei rrei

che che che che

r- r- r- r-

nutz nutz nutz nutz

en- en- en- en-

mo mo mo mo

bilte bilte bilte bilte

lefo lefo lefo lefo

n- n- n- n-

me me me me

hr- hr- hr- hr-

als- als- als- als-

drei drei drei drei

= = = =

stun stun stun stun

den den den den

((/de/k
ontakt
ieren-
sie-
uns).

MindTake Research GmbH

Karlgasse 7/5 (<https://www.google.com/maps/place/Karlgasse+7,+1040+Wien,+Austria/@48.1976237,16.3681744,17z>),

1040 Vienna, Austria

Tel.: [+43 1 228 88 10 \(tel:+4312288810\)](tel:+4312288810)

Fax: +43 1 228 98 01

Email: [office@mindtake.com \(mailto:office@mindtake.com\)](mailto:office@mindtake.com)

[PRESSE \(/de/presse\)](#)

© 2018 MindTake Research

Site by [WDM \(http://wienerdigitalmanufaktur.at\)](http://wienerdigitalmanufaktur.at)

[Impressum und Datenschutz \(/de/impressum-und-datenschutz\)](#)