Digital research, with insight.

mindtake RESEARCH

Mobile Communications Report – MMA 2015

MOBILEMARKETINGASSOCIATION

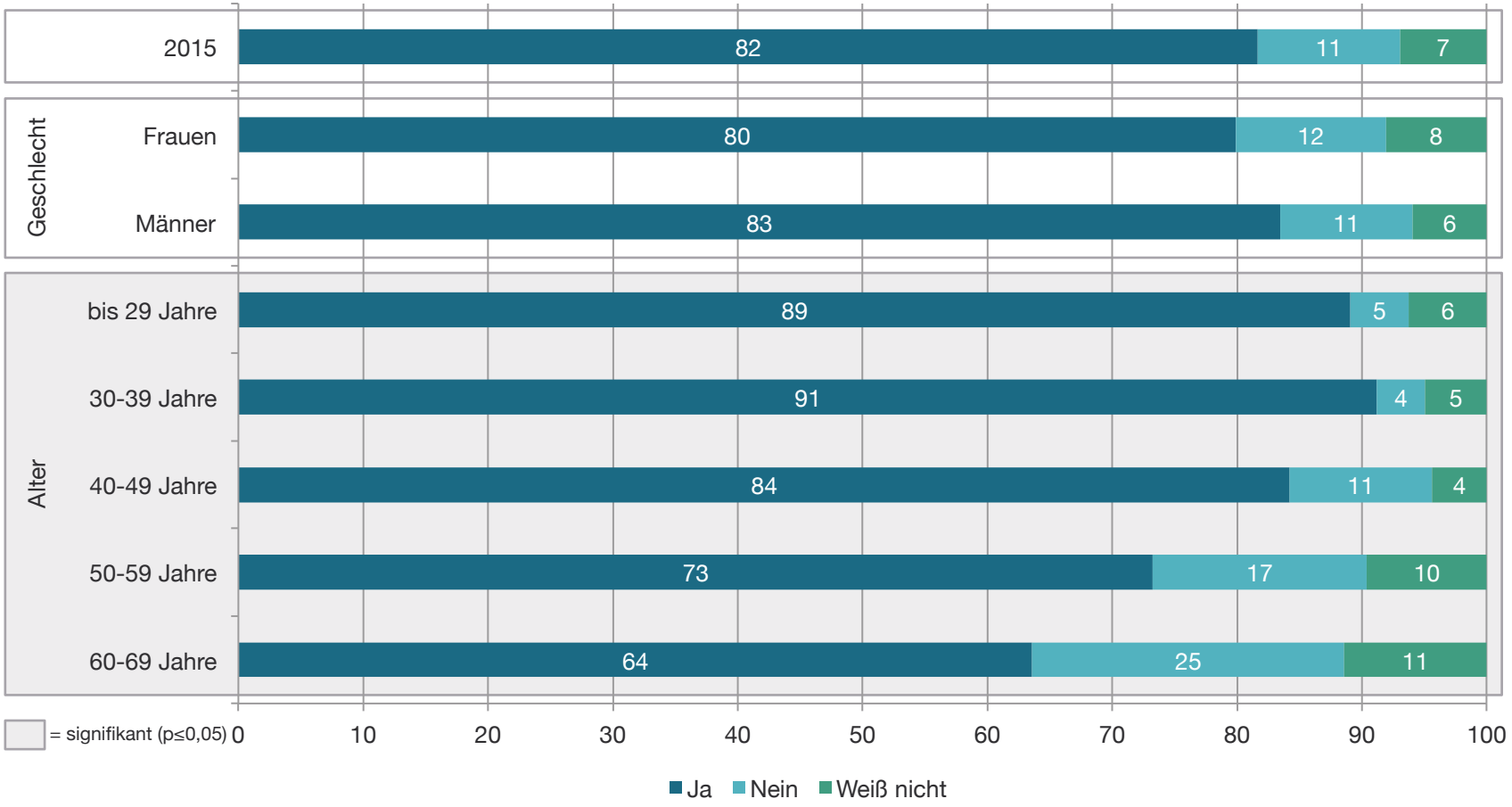
Der vorliegende Bericht wurde im Auftrag von der MMA erstellt.
Er ist alleiniges Eigentum des Auftraggebers.

MindTake Research GmbH
Wien, am 26. Juni 2015

Nutzung von Apps

Möglichkeit Apps zu nutzen
Gesamt, Geschlecht, Alter

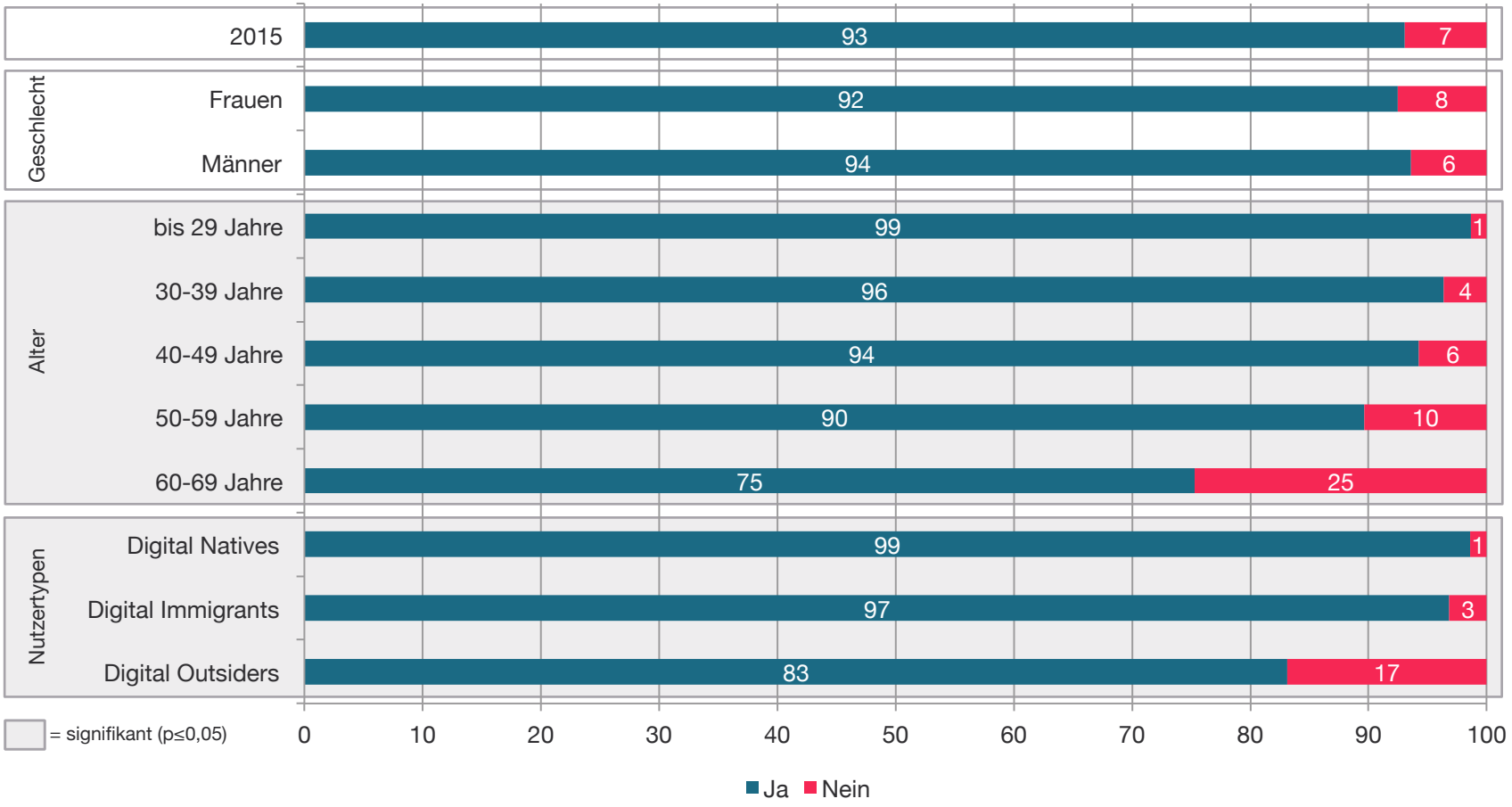
„Bietet Ihr Handy grundsätzlich die Möglichkeit, Apps zu laden und zu nutzen – unabhängig davon, ob Sie diese tatsächlich nutzen oder nicht?“



In %, Einfachantwort, n(2015)=1.004, n(Frauen)=497, n(Männer)=507, n(bis 29)=256, n(30-39)=182, n(40-49)=228, n(50-59)=198, n(60-69)=140

Nutzung von Apps
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

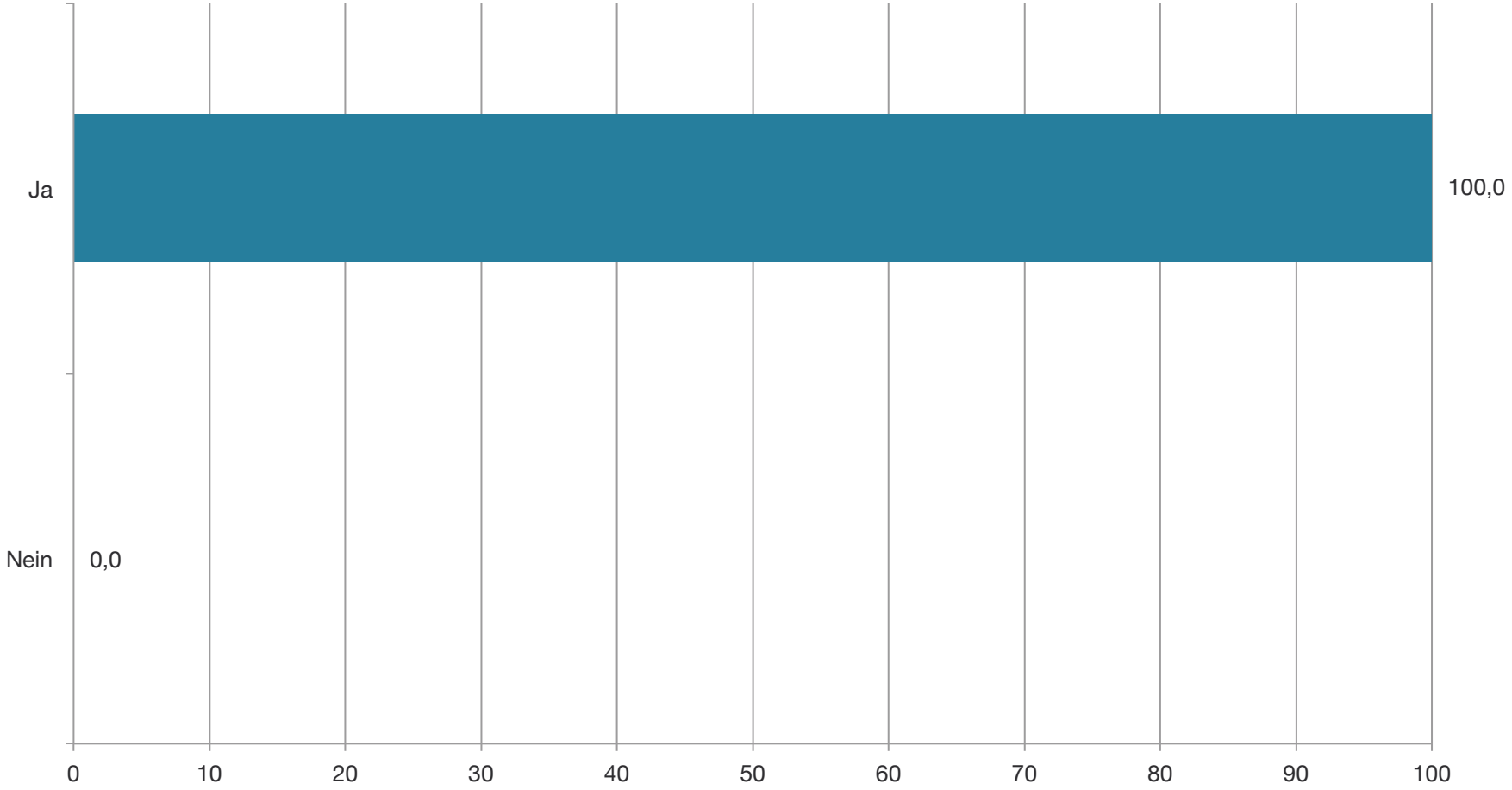
„Nutzen Sie Apps auf Ihrem Handy, ganz egal ob vorinstallierte Apps oder Apps, die Sie selbst heruntergeladen haben?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die die Möglichkeit haben Apps zu nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2015)=820, n(Frauen)=397, n(Männer)=423, n(bis 29)=228, n(30-39)=166, n(40-49)=192, n(50-59)=145, n(60-69)=89

Nutzung von Apps auf dem Firmenhandy
Gesamt

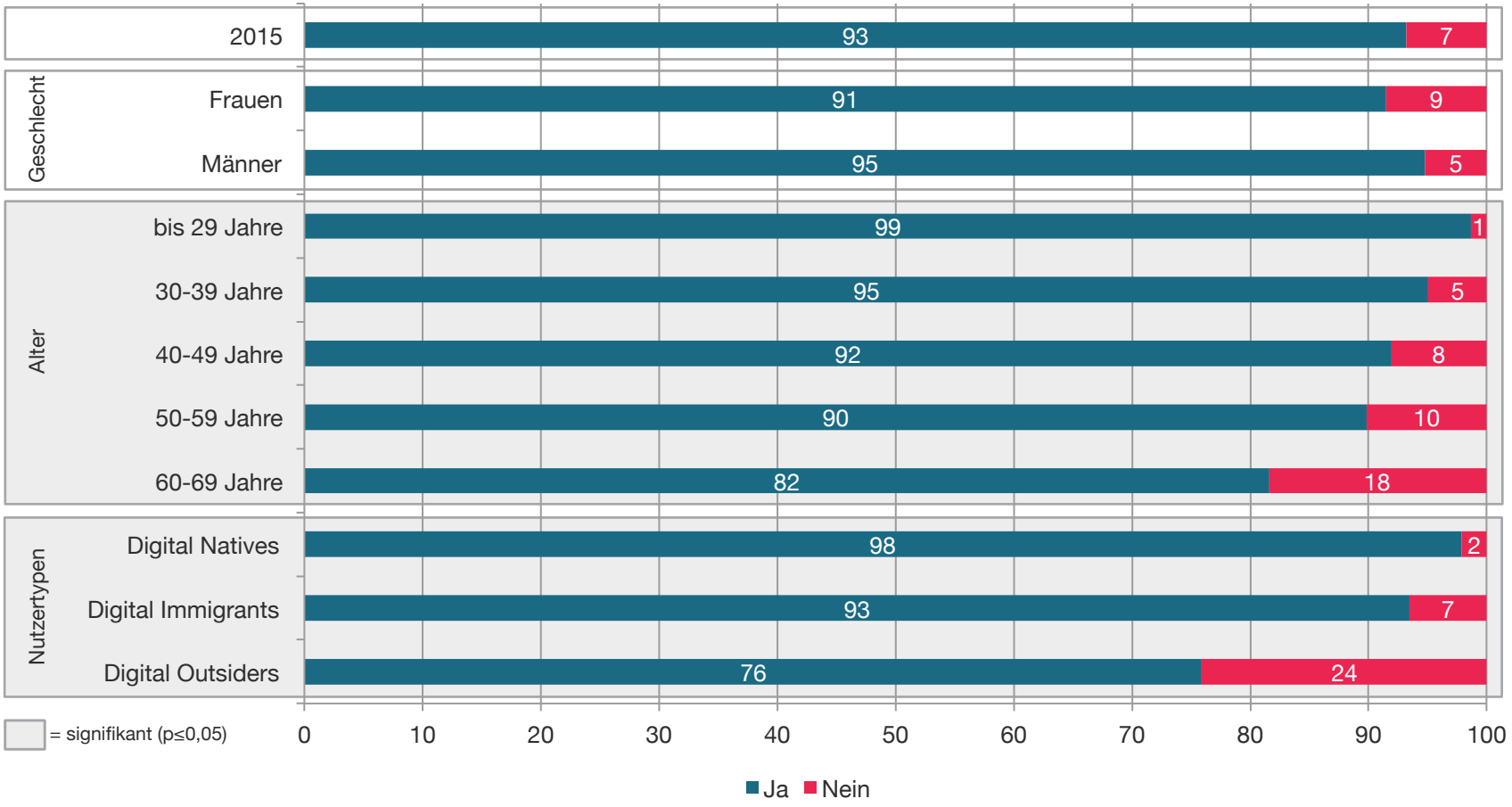
„Ist es Ihnen grundsätzlich erlaubt auf Ihrem Firmenhandy Apps zu installieren?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, hauptsächlich ein Firmenhandy zu nutzen, die Möglichkeit haben Apps zu laden und die Internet am Handy nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2015)=5

Download von Apps aus dem App-Store
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

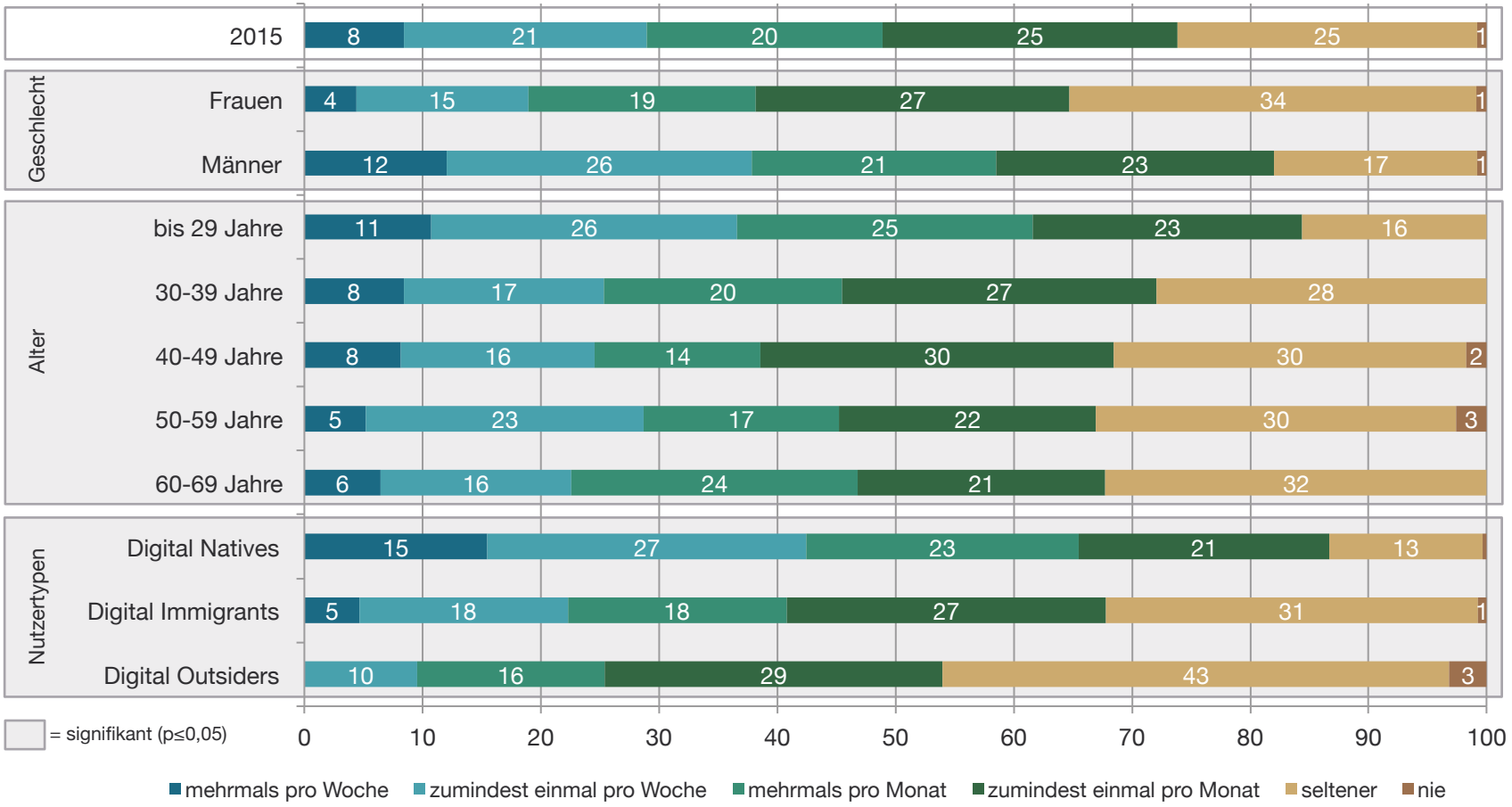
„Und haben Sie sich bereits einmal Apps aus dem App-Store für Ihr Handy heruntergeladen?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die Internet am Handy nutzen und die Möglichkeit haben Apps zu nutzen.)



In %, Einfachantwort, n(2015)=779, n(Frauen)=375, n(Männer)=404, n(bis 29)=227, n(30-39)=162, n(40-49)=186, n(50-59)=128, n(60-69)=76, n(Digital Natives)=284, n(Digital Immigrants)=412, n(Digital Outsiders)=83

Häufigkeit des App-Store Besuches
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

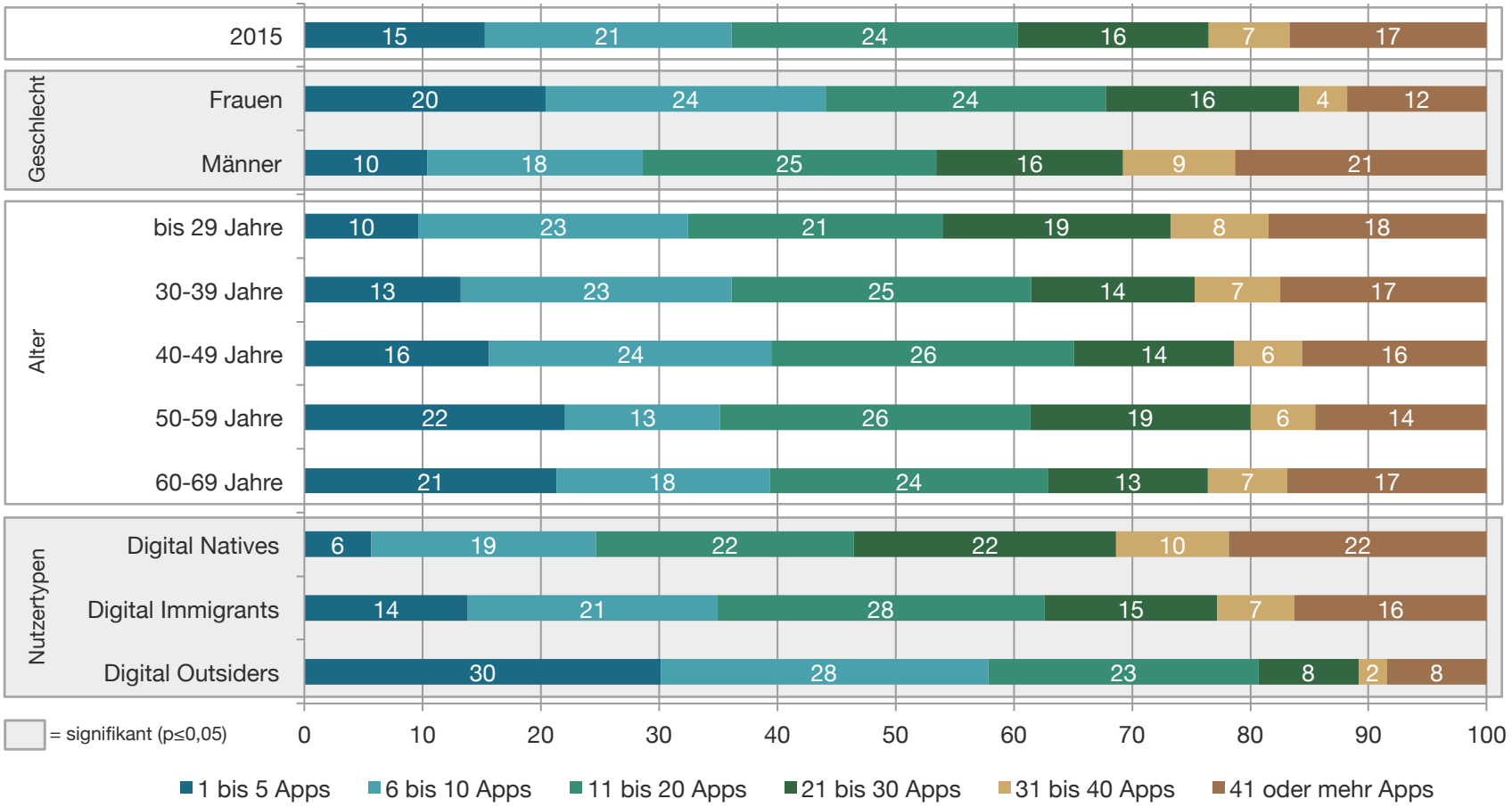
„Wie häufig besuchen Sie den App-Store Ihres Handys?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal eine App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, Einfachantwort, n(2015)=726, n(Frauen)=343, n(Männer)=383, n(bis 29)=224, n(30-39)=154, n(40-49)=171, n(50-59)=115, n(60-69)=62, n(Digital Natives)=278, n(Digital Immigrants)=385, n(Digital Outsiders)=63

Anzahl der installierten Apps
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

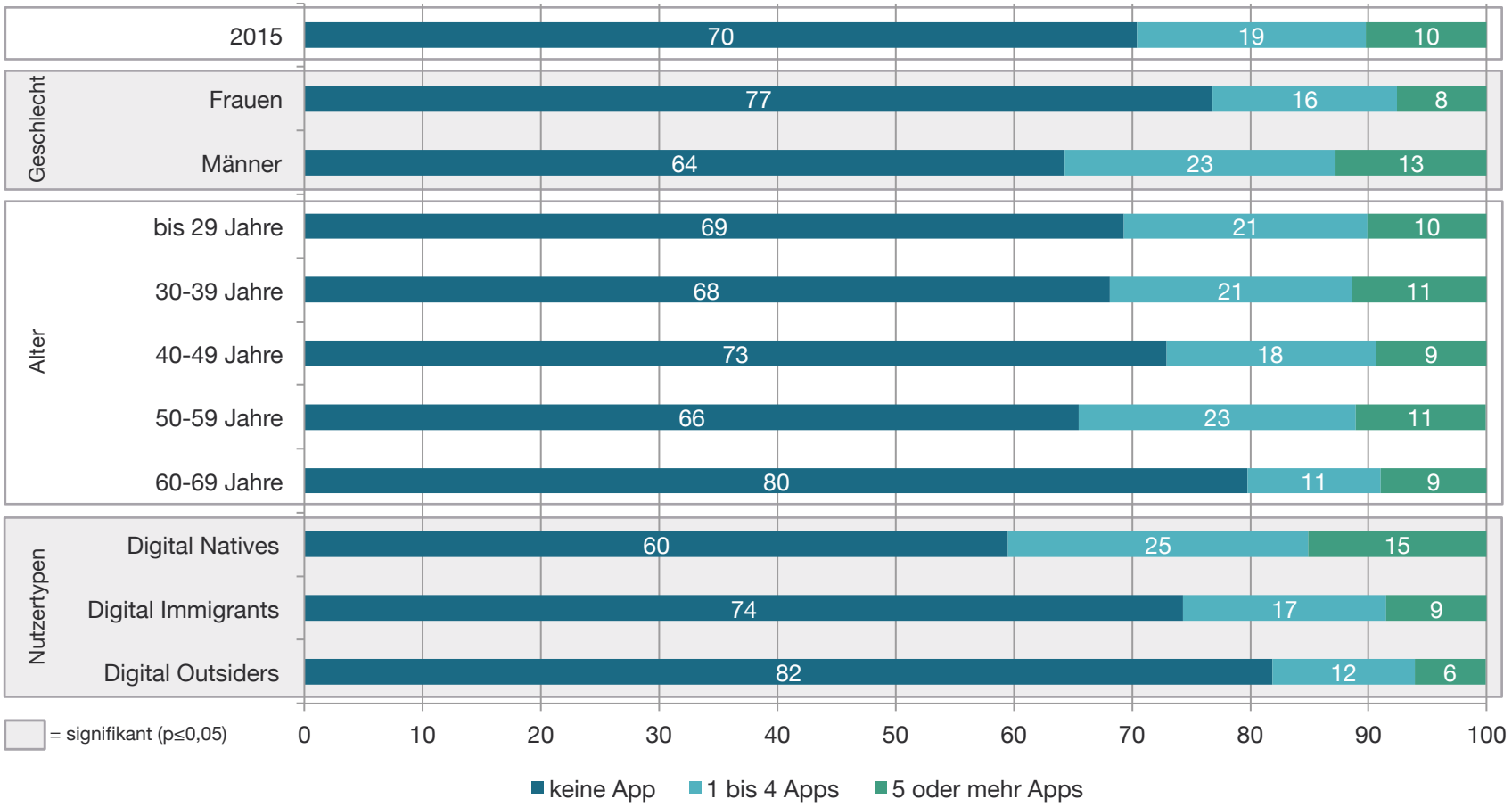
„Wie viele Apps sind aktuell insgesamt ca. auf Ihrem Handy installiert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, Apps auf ihrem Handy zu nutzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2015)=820, n(Frauen)=397, n(Männer)=423, n(bis 29)=228, n(30-39)=166, n(40-49)=192, n(50-59)=145, n(60-69)=89, n(Digital Natives)=284, n(Digital Immigrants)=412, n(Digital Outsiders)=83

Anzahl der kostenpflichtigen, installierten Apps
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

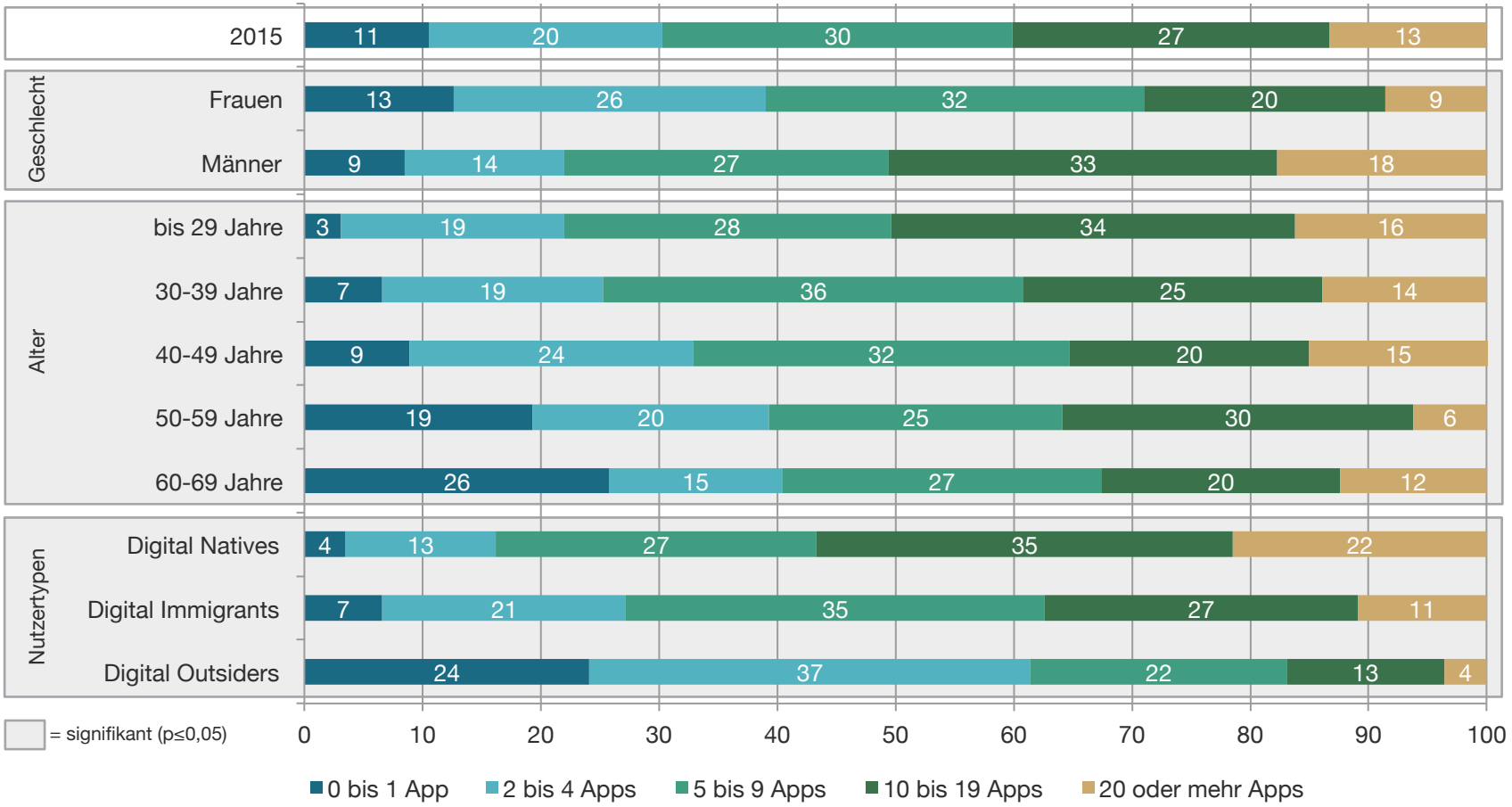
„Wie viele von den Apps sind kostenpflichte Apps, d.h. Apps die Sie gegen Bezahlung erworben haben?
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, Apps auf ihrem Handy zu nutzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2015)=820, n(Frauen)=397, n(Männer)=423, n(bis 29)=228, n(30-39)=166, n(40-49)=192, n(50-59)=145, n(60-69)=89, n(Digital Natives)=284, n(Digital Immigrants)=412, n(Digital Outsiders)=83

Anzahl der Apps, die in den letzten 30 Tagen genutzt wurden
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

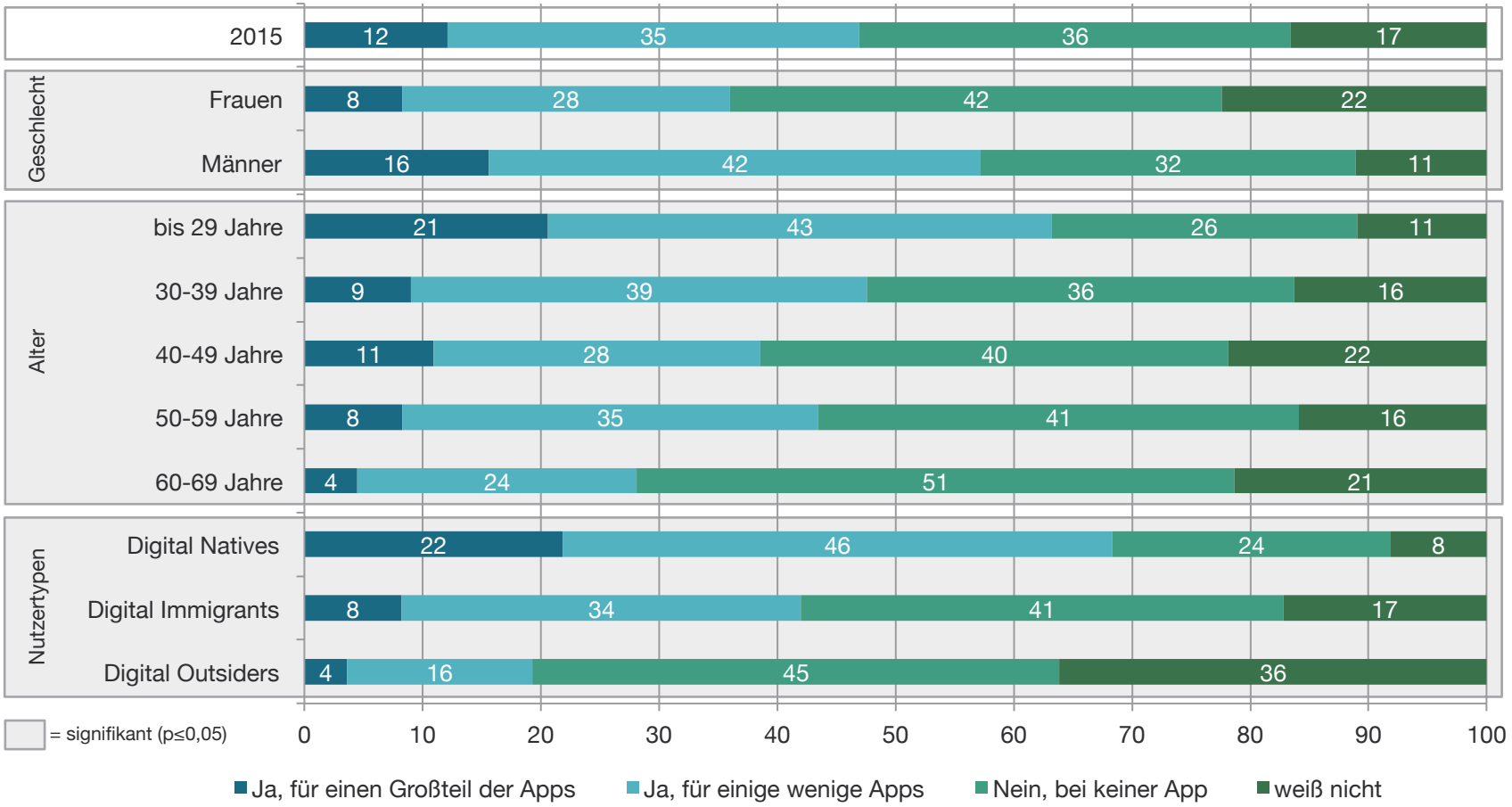
„Und wie viele von diesen Apps haben Sie in den letzten 30 Tagen aktiv genutzt?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, Apps auf ihrem Handy zu nutzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2015)=820, n(Frauen)=397, n(Männer)=423, n(bis 29)=228, n(30-39)=166, n(40-49)=192, n(50-59)=145, n(60-69)=89, n(Digital Natives)=284, n(Digital Immigrants)=412, n(Digital Outsiders)=83

Nutzung der Push-Funktion
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

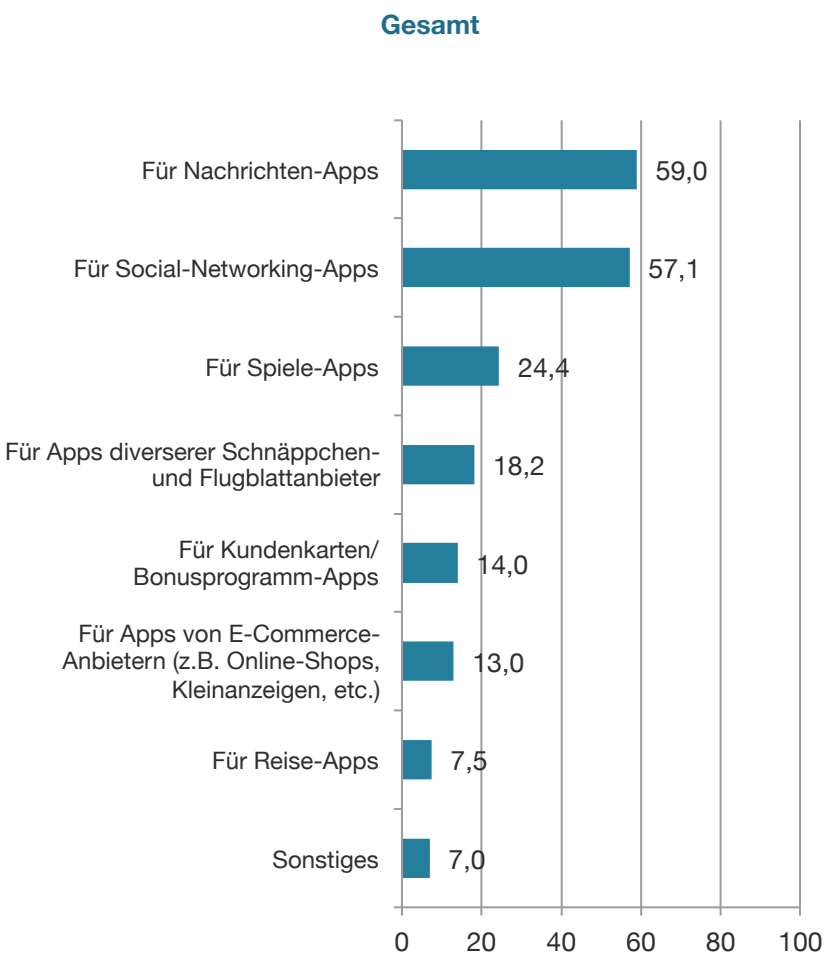
„Haben Sie die Push-Funktion für Ihre Apps aktiviert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, Apps auf ihrem Handy zu nutzen.)



In %, offene Antworten wurden kategorisiert, n(2015)=820, n(Frauen)=397, n(Männer)=423, n(bis 29)=228, n(30-39)=166, n(40-49)=192, n(50-59)=145, n(60-69)=89, n(Digital Natives)=284, n(Digital Immigrants)=412, n(Digital Outsiders)=83

App-Kategorien mit Push-Funktion (1/3)
Gesamt, Geschlecht, Alter

„Für welche Kategorien von Apps haben Sie die Push-Funktion aktiviert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, die Push-Funktion für zumindest einige Apps aktiviert zu haben.)



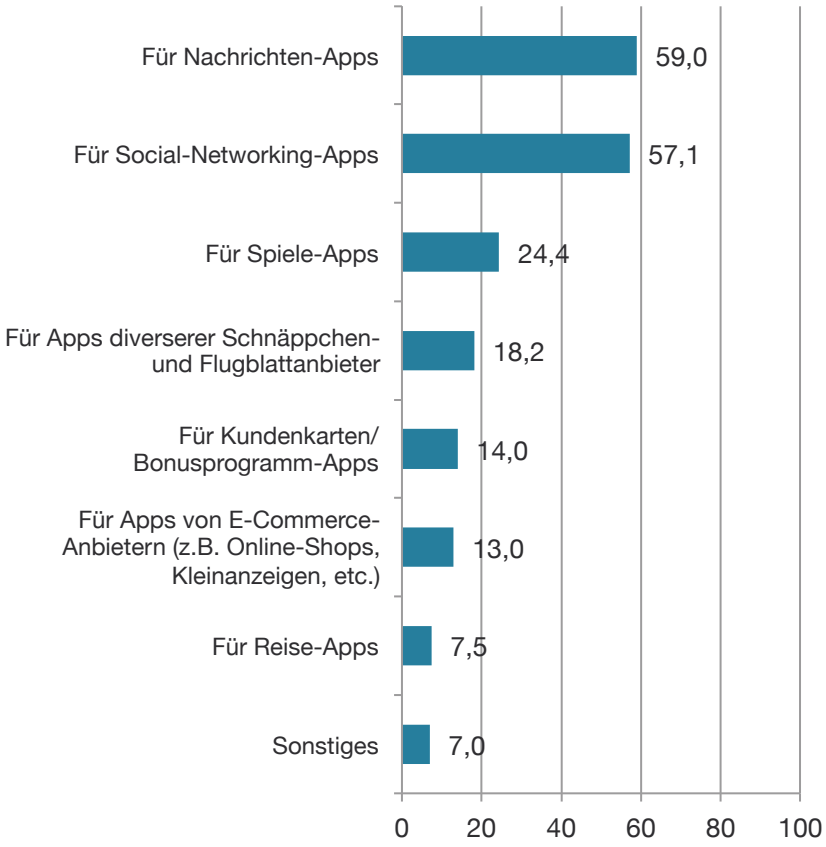
Geschlecht		Alter				
Frauen	Männer	bis 29	30–39	40–49	50-59	60-69
54,5	61,6	70,8	58,2	44,6	50,8	56,0
53,8	59,1	61,8	53,2	55,4	57,1	48,0
30,1	21,1	23,6	27,8	27,0	20,6	20,0
16,8	19,0	15,3	16,5	17,6	25,4	24,0
14,7	13,6	9,7	12,7	20,3	15,9	20,0
9,8	14,9	14,6	12,7	13,5	11,1	8,0
7,7	7,4	7,6	1,3	6,8	14,3	12,0
6,3	7,4	8,3	6,3	6,8	6,3	4,0

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(2015)=385, n(Frauen)=143, n(Männer)=242, n(bis 29)=144, n(30-39)=79, n(40-49)=74, n(50-59)=63, n(60-69)=25

App-Kategorien mit Push-Funktion (2/3)
Gesamt, Nutzertypen

„Für welche Kategorien von Apps haben Sie die Push-Funktion aktiviert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, die Push-Funktion für zumindest einige Apps aktiviert zu haben.)



Nutzertypen		
Digital Natives	Digital Immigrants	Digital Outsiders
62,9	56,6	43,8
66,0	50,3	31,3
23,7	24,9	25,0
19,6	16,2	18,8
13,4	14,5	18,8
15,5	11,0	6,3
8,2	5,2	18,8
3,6	10,4	12,5

= signifikant (p≤0,05)

In %, Mehrfachantwort, n(2015)=385, n(Digital Natives)=194, n(Digital Immigrants)=173, n(Digital Outsiders)=16

App-Kategorien mit Push-Funktion (3/3)
Sonstiges

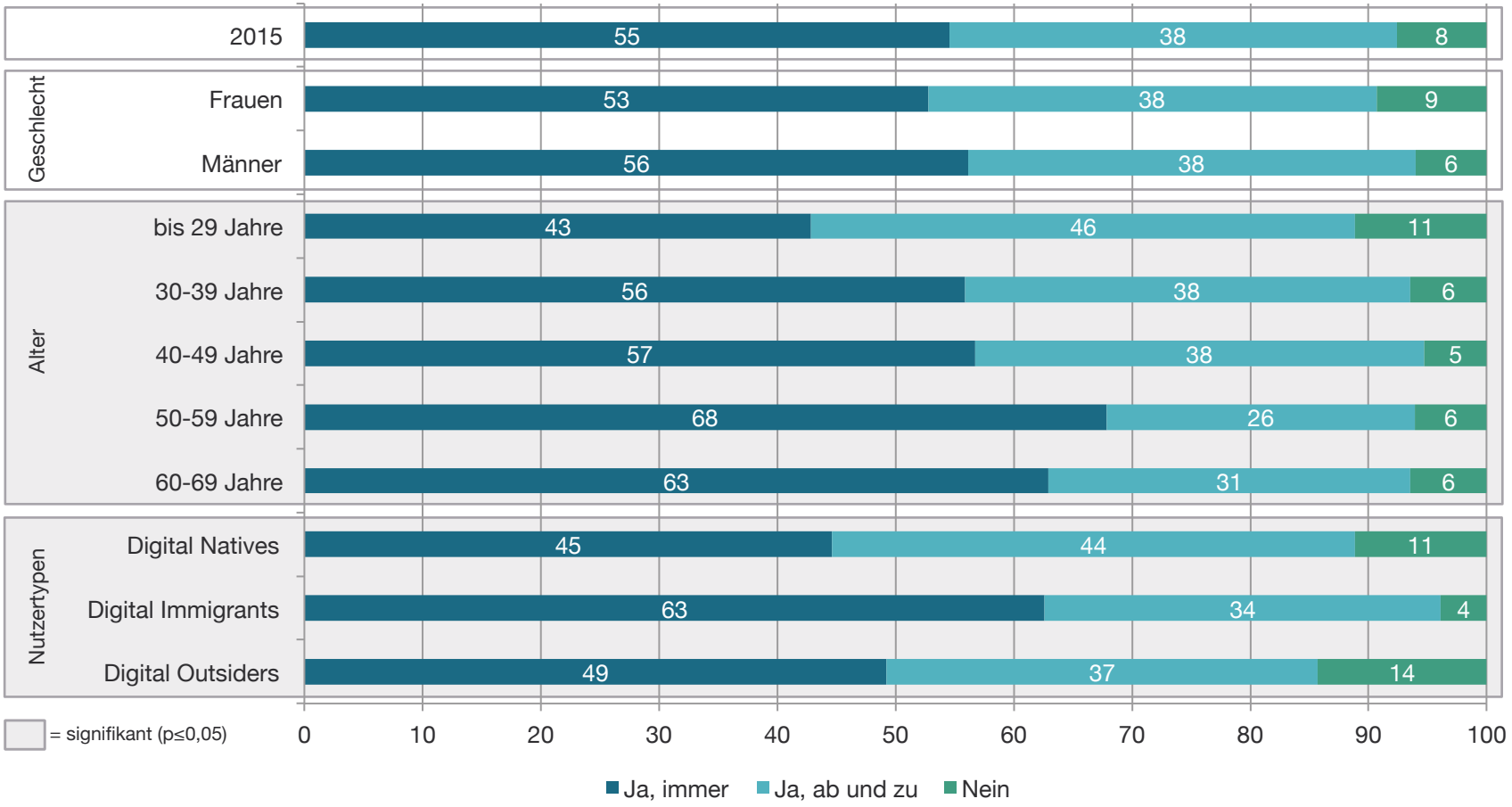
„Für welche Kategorien von Apps haben Sie die Push-Funktion aktiviert?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, die Push-Funktion für zumindest einige Apps aktiviert zu haben.)

- E-Mail (10x)
- Bank
- E-Mail & Messaging
- e-mails, mit anderen geteilter kalender,
- Für Messaging-Apps
- gmx
- Haushaltsbuchhaltung, Finanzen
- maps, sport app
- Pinterest, Rezept des Tages
- Post
- Power AMP
- radarwarner
- runtastic
- Sicherheit, PlayStore
- Sport
- Tipps
- Wecker, sms
- Wetter
- whatsapp

Offene Antworten

Beachtung der Zugriffsrechte bei der Installation von Apps
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

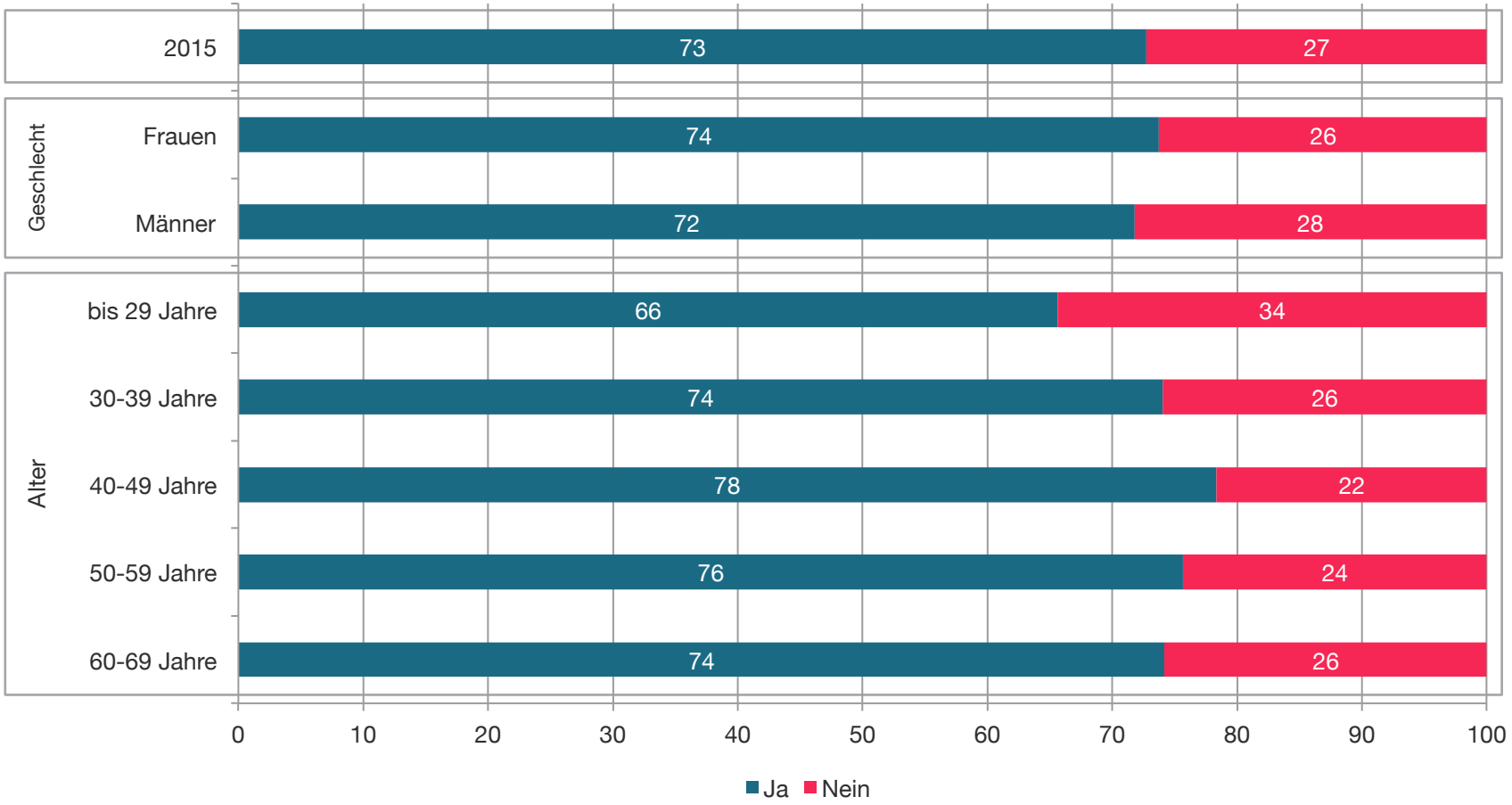
„Achten Sie bei der Installation darauf, auf welche Funktionen die App Zugriff haben wird?“
(Frage wurde nur jenen gestellt, die angaben, schon einmal eine App aus dem App-Store heruntergeladen zu haben.)



In %, Einfachantwort, n(2015)=726, n(Frauen)=343, n(Männer)=383, n(bis 29)=224, n(30-39)=154, n(40-49)=171, n(50-59)=115, n(60-69)=62, n(Digital Natives)=278, n(Digital Immigrants)=385, n(Digital Outsiders)=63

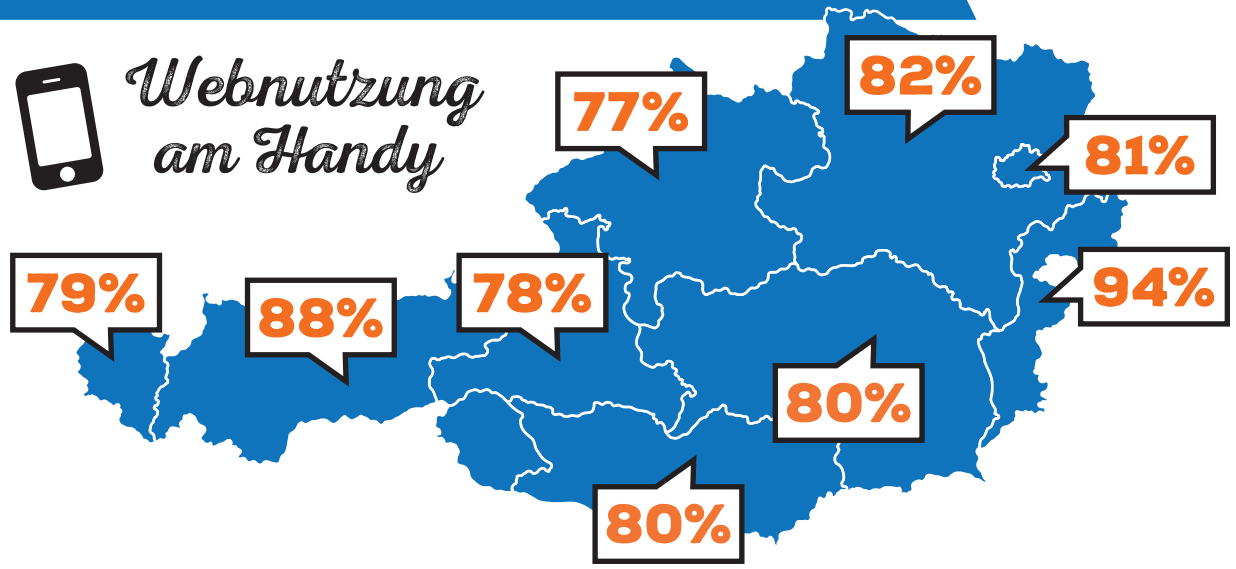
Keine Installation aufgrund der Zugriffsrechte einer App
Gesamt, Geschlecht, Alter, Nutzertypen

„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(2015)=726, n(Frauen)=343, n(Männer)=383, n(bis 29)=224, n(30-39)=154, n(40-49)=171, n(50-59)=115, n(60-69)=62

MOBILES ÖSTERREICH



BETRIEBSSYSTEME

	2013	2014	2015
Android	47%	56%	59%
iOS	19%	16%	16%
Wind. Phone	3%	4%	5%

Datenquelle: Mindtake n=1002 unter 60jährige

mindtake

MMA Mobile Communications Report 2015

DATEN VOLUMEN 2015 **55%** Vertragshandys mehr als 1GB/MONAT +4% zu 2014

ÖSTERREICHS MOBILE INTERNET-NUTZER

36% digital Natives

46% 54%

50% sind < 29 Jahre

MOBILES INTERNET IM LEBEN INTEGRIERT

52% digital Immigrants

48% 52%

41% sind < 40 Jahre

MOBILES INTERNET BEWUSST UND SELEKTIV

11% digital Outsiders

56% 44%

75% sind > 40 Jahre

MOBILES INTERNET SELTEN UND KRITISCH

wow!

86% nutzen Smartphones

HANDYRECHNUNG PRO MONAT

2014	2015
18.83	19.76

TABLETS **44%** 1-2 oder mehr Tablets

77% Handynutzer

23% ... nutzen zwei od. mehr Handys

INTERNETNUTZUNG AM TABLET

D **39%** täglich

W **28%** mehrmals wöchentlich

90% Nutzung Zuhause

89% Vertragshandys **11%** Wertkartenhandys

IN DEN LETZTEN 6 MONATEN VERWENDETE ZAHLUNGSMITTEL

39% Kreditkarte

35% Online-Überweisung

34% Paypal

M-COMMERCE

Mobile Communications Report 2015 mindtake Datenquelle: Mindtake n=1002 unter 60jährige

MEIST GENUTZTE KANÄLE FÜR ONLINE-SHOPS

76% amazon

22% amazon

18% amazon

APP-USER: *Für welche Kategorien von Apps haben Sie* **PUSH-FUNKTIONEN** *aktiviert?*

59% NEWS

57% SOCIAL

24% GAMES

MEHR FRAUEN ALS MÄNNER HABEN PUSH FÜR SPIELE AKTIVIERT

30% — **21%**

AM HANDY ERLEDIGTE TÄTIGKEITEN

68% Filiale oder Geschäft gesucht

64% Produkte recherchiert

64% Preise gesucht oder verglichen

51% Bewertungen gelesen

47% Bestellstatus verfolgt

42% Verfügbarkeit überprüft

37% Gekauft oder gebucht

VIA HANDY GEKAUFTE PRODUKTE

1. **39%** Kleidung Schuhe
2. **33%** Elektronik-geräte
3. **28%** Bücher

TOP-SELLER

47% — **39%**

Produkt-Ranking via Handy gekauft

01 Kleidung
02 Geräte
03 Bücher
04 Haushalt
05 Film
06 Games
07 Reisen
08 Beauty
09 Musik
10 Möbel
11 Gesundheit
12 Taxi/Mietauto
13 Lebensmittel
14 Zeitungen
15 Online Abos

SURFEN am HANDY

NUTZEN INTERNET AM HANDY

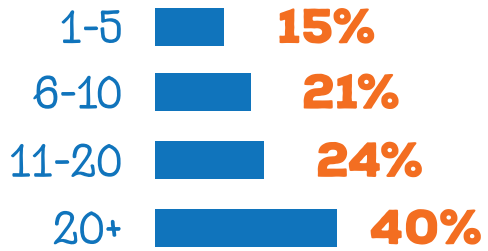
79% 84%

Mobile Communications Report 2015 mindtake Datenquelle: Mindtake n=1002 unter 60jährige

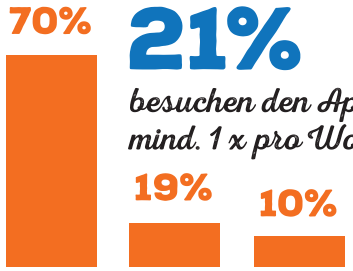
81%

nutzen Internet am **HANDY**

APP-USER: WIE VIELE APPS SIND AKTUELL AUF IHREM HANDY INSTALLIERT?



WIE VIELE DAVON SIND KOSTENPFLICHTIG?



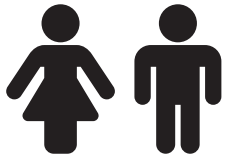
21% *besuchen den App-Store mind. 1 x pro Woche*

MÄNNER HABEN IN DER REGEL MEHR APPS INSTALLIERT

UNZUFRIEDENHEIT BEIM HANDY-SURFEN

- **41%** Seiten nicht Handy-optimiert
- **39%** Bildschirm zu klein
- **39%** hohe Roaming-Kosten
- **38%** lange Ladezeiten

12% alles ok

35%  **42%**

mehr Männer als Frauen geben hohe **ROAMING-KOSTEN** *als Grund für Unzufriedenheit an.*

- **55%** BENUTZEN SUCHMASCHINEN
- **26%** GEBEN ADRESSE DIREKT EIN
- **9%** VERWENDEN LESEZEICHEN

APP-USER, DIE BEI INSTALLATION AUF SICHERHEIT ACHTEN

56% 2014 **55%** 2015 **53%** **56%**

47% DER APP-USER HABEN PUSH-FUNKTION FÜR APPS AKTIVIERT

84% NUTZEN BLUETOOTH

68% NUTZEN INSTANT MESSAGING

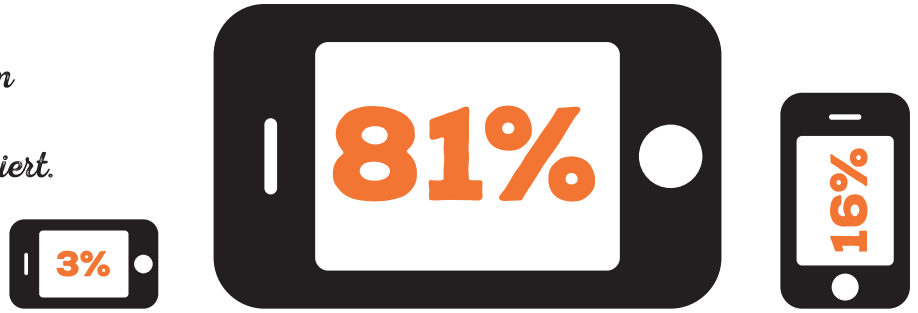
Facts & Figures

MOBIL WERBEN

72%

... der mobilen Internet-User wären an einem Zusatzpaket ihres Mobilfunkanbieters, das Werbung am Handy blockiert nicht interessiert.

"WIE EMPFINDEN SIE - GANZ ALLGEMEIN - WERBUNG AM HANDY?"



finde ich gut | *stört mich* | *ist mir egal*

63% *nutzen YouTube mindestens einmal pro Monat am Desktop*

26% *nutzen YouTube zumindest einmal pro Monat mobil über App*

VIDEO-USER: VERHALTEN BEI PRE- UND POST-SPOTS

Am Handy werden vor oder während einem Video/Film auch immer häufiger Werbespots abgespielt. Sehen Sie sich diese Spots an?

4% *sehe Spots ganz und überspringe sie eher selten*

8% *sehe die Hälfte aber überspringe genauso viele*

28% *sehe nur selten Spots an, gute dafür aber ganz*

60% *sehe keine Spots an und überspringe wenn möglich*

★ **9%** *finden Pre-/Post-Spots besser als TV-Spots*

★★ **58%** *finden Pre-/Post-Spots gleich gut wie TV-Spots*

★★★ **33%** *finden TV-Spots besser als Pre-/Post-Spots*

ZUSATZPAKET WERBEBLOCKER AM HANDY

42% *... würden maximal* **2,-** *für so ein Paket ausgeben*

PENETRATION VON WEARABLE DEVICES

2% SMART WATCHES

5% FITNESS ARMBÄNDER

Datenquelle: Mindtake n=1002 unter 60jährige

MMA Mobile Communications Report 2015