



Austrian Internet Monitor

Kommunikation und IT in Österreich

3. Quartal 2007



licensee of  **Millward Brown**

Methode

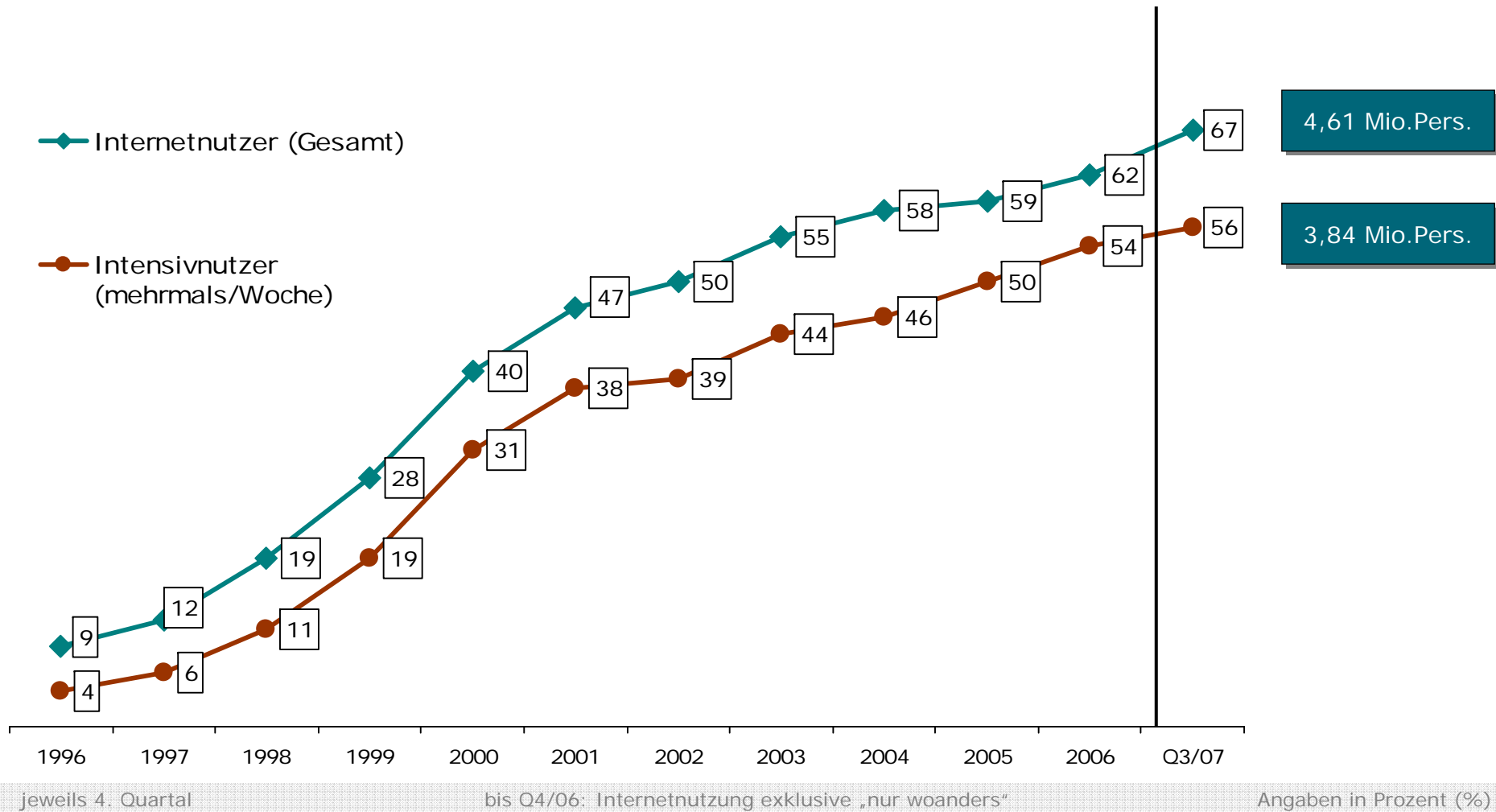
□ Der Austrian Internet Monitor-Consumer (AIM-C)

- gibt seit 1996 einen fundierten Einblick in die Meinung und das Nutzungsverhalten der österreichischen Bevölkerung auf Basis von 12.000 telefonischen Interviews (CATI) pro Jahr bzw. 3.000 im Quartal. Befragt wird ein repräsentativer Querschnitt der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren.
- ist ein kontinuierliches Beobachtungsinstrument für den PC- und Internet-Markt, die private und berufliche Internetnutzung, den Besuch von Homepages und für den Handymarkt

Internet-Nutzung seit 1996

Frage 14

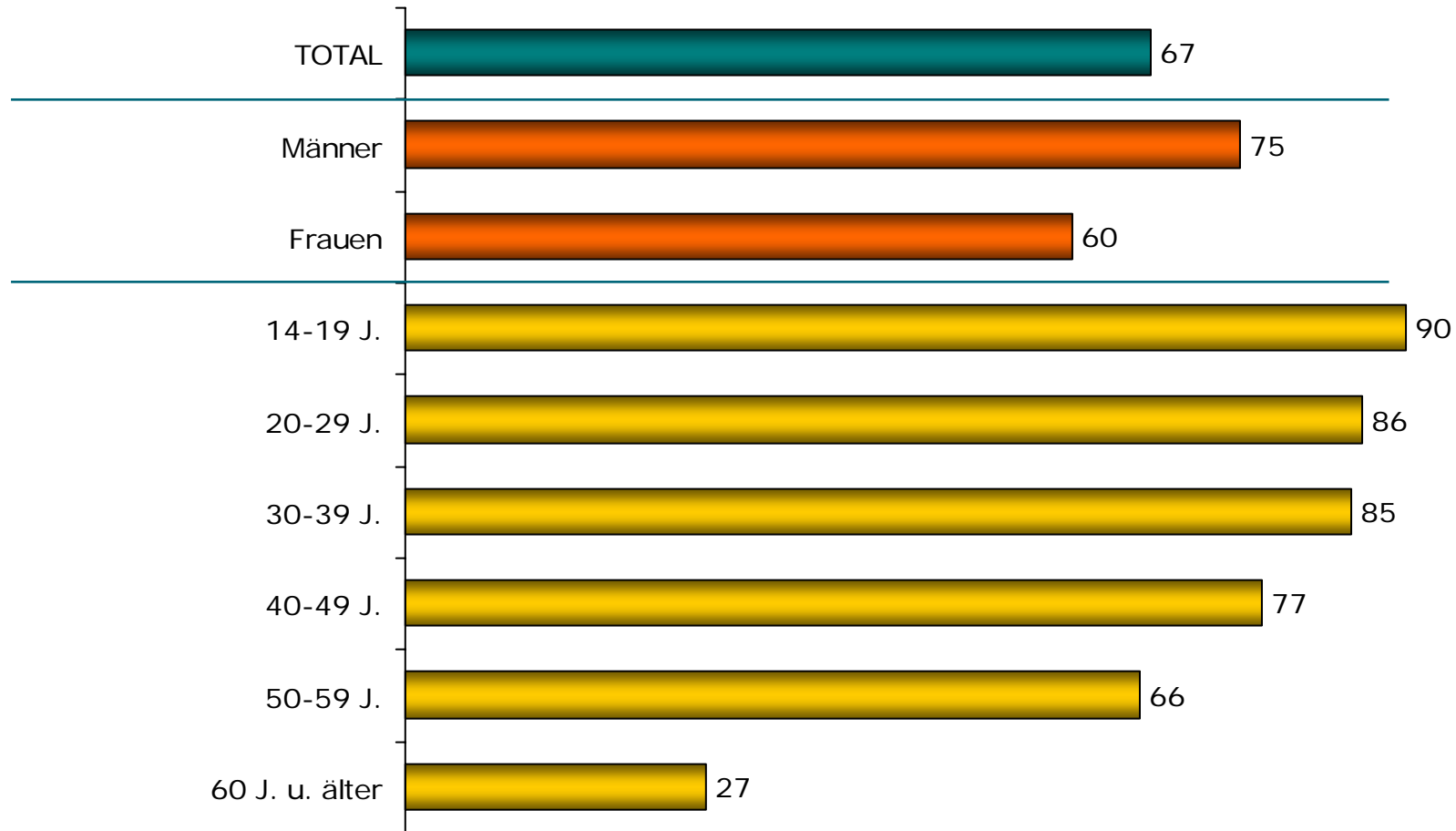
Basis: Alle Befragten



Internet-Nutzung nach Zielgruppen

Frage 14

Basis: Österreicher ab 14 Jahren



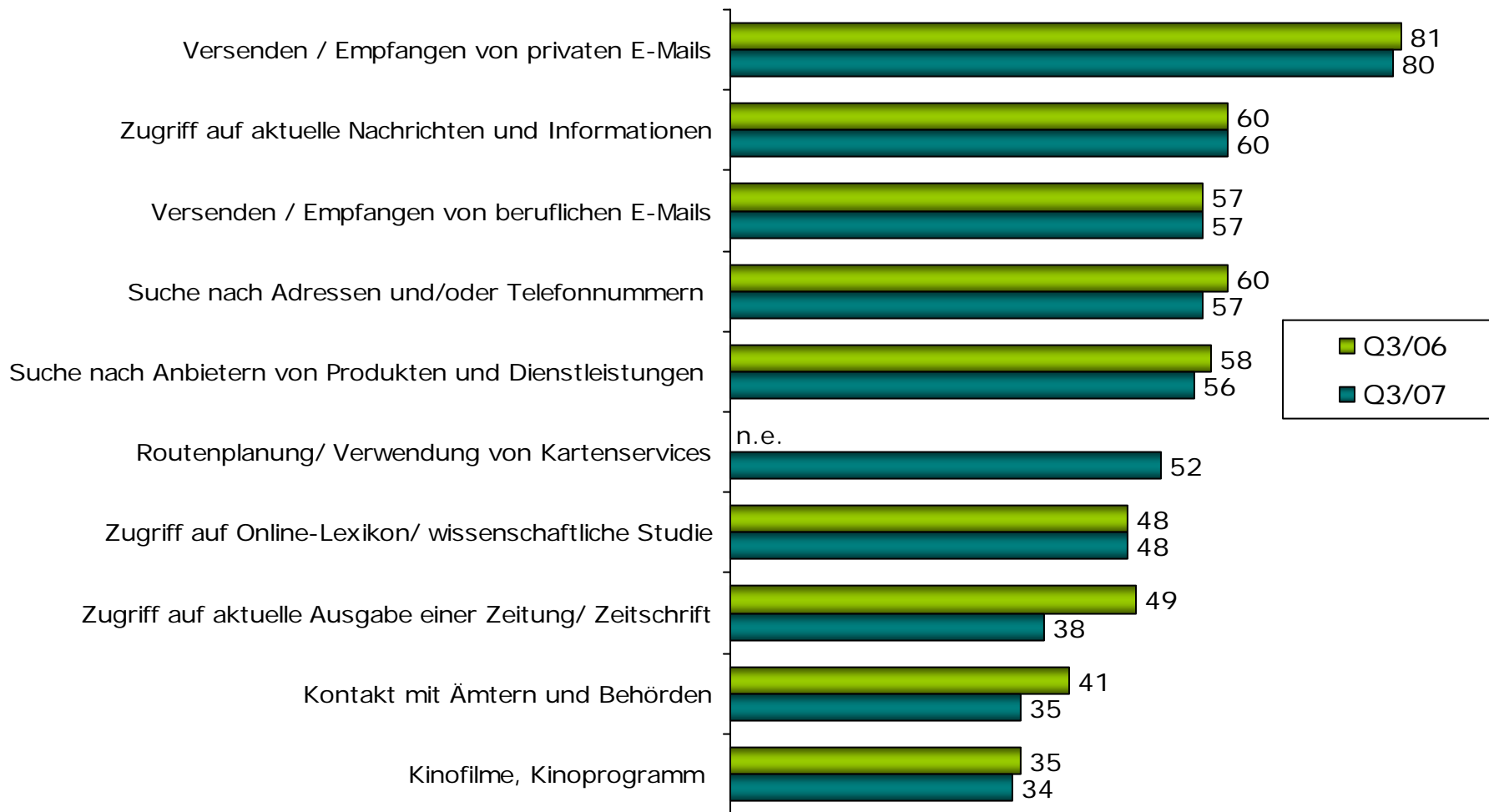
Angaben in Prozent (%)

Verwendung des Internets: Top 10

Ich lese Ihnen nun ein paar Dinge vor, die man im Internet machen kann. Was davon haben Sie in den letzten vier Wochen gemacht?

Frage 48

Basis: Internetnutzer (Zufallsauswahl: pro Respondent 15 Items)

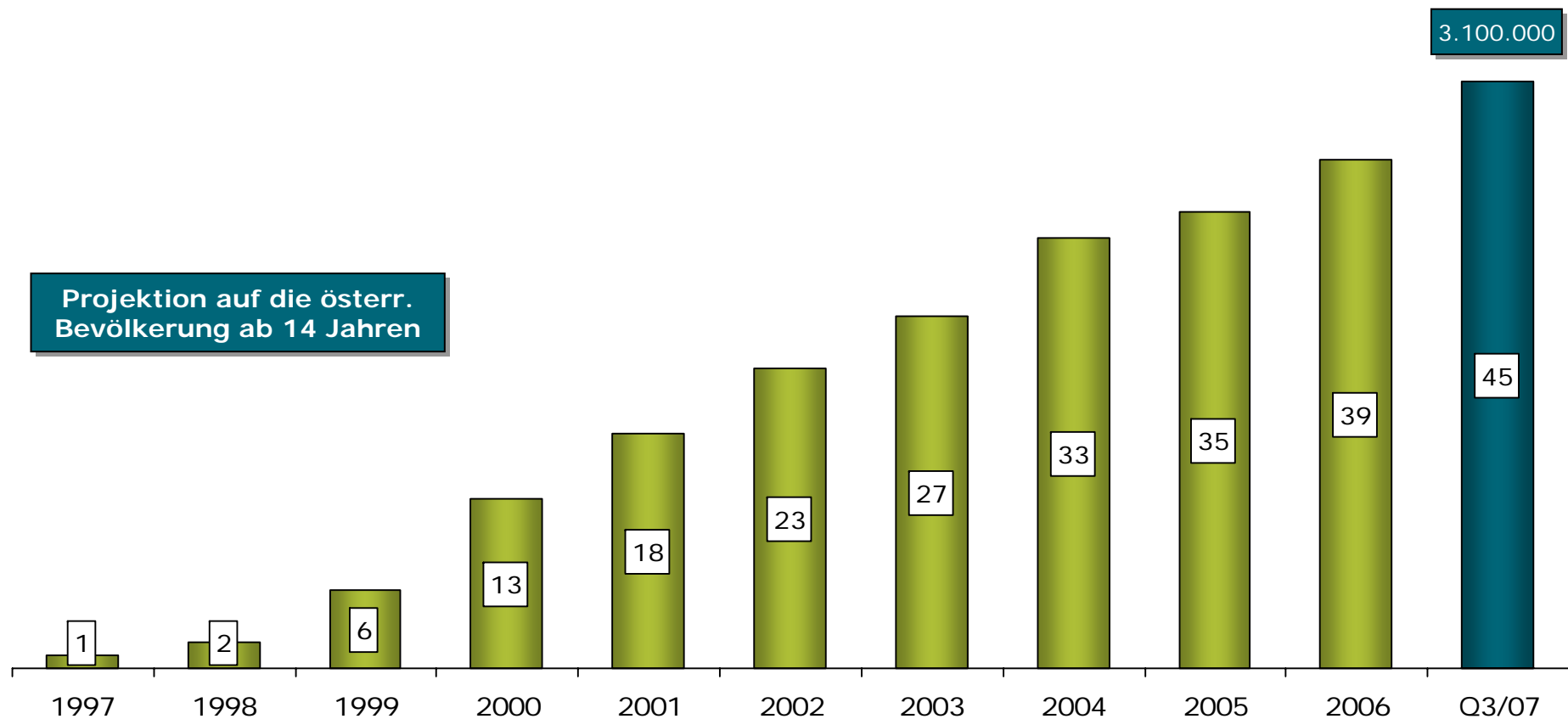


Angaben in Prozent (%)

Entwicklung Online-Shopping 1997-2007

Frage 60

Basis: Alle Befragten



3.100.000

Haben bereits eingekauft/ bestellt

jeweils 4. Quartal

ab 1. Quartal 04: geänderte Abfrage

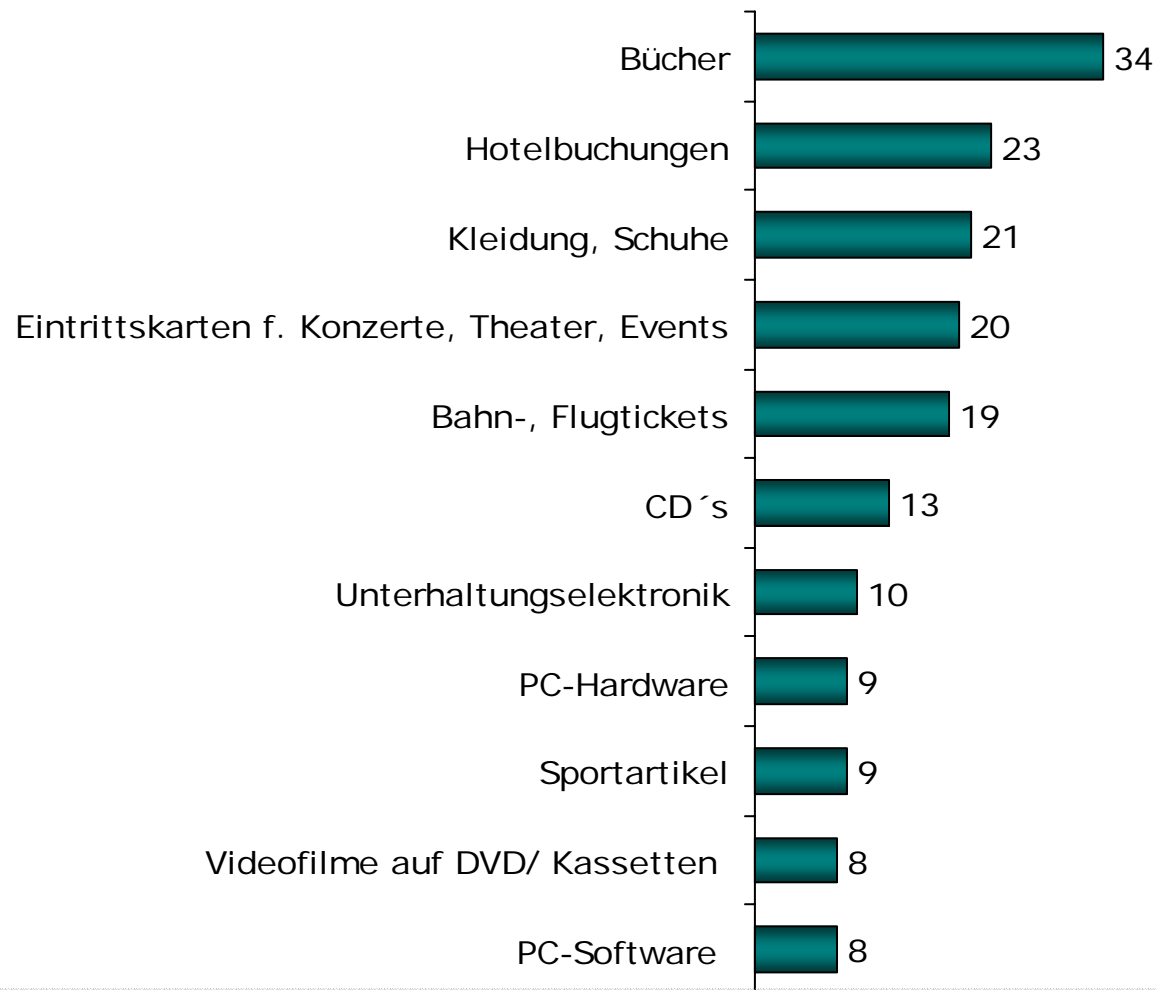
Angaben in Prozent (%)

Bestellte Artikel – Top 10

Was haben Sie in den letzten 3 Monaten im Internet bestellt oder gekauft? War das...?

Frage 65

Basis: Haben in den letzten 3 Monaten über das Internet Produkte/DL gekauft, n=1049 (35% aller Befragten)



Angaben in Prozent (%)

Kontaktpersonen

Dr. Bertram Barth / Sandra Cerny

INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H.

1030 Wien, Mohsgasse 2

Tel.: 0043 (0)1 - 799 19 94

E-Mail: aim@integral.co.at

Web: www.integral.co.at