

INTEGRAL

Austrian Internet Monitor-Consumer

2009

Die österreichische Grundlagenstudie zu IT und Kommunikation im Konsumentenbereich

ZIELSETZUNG

Kontinuierliche Beobachtung des Marktes für moderne Kommunikationstechnologien (Internet, mobile Kommunikation) auf Basis einer fundierten, repräsentativen Stichprobe für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren.

UNTERSUCHUNGSINHALTE

Der AIM-Consumer gibt Antworten auf Fragen wie ...

- **Welche Rolle spielen Internet und Telefonieren im täglichen Leben der ÖsterreicherInnen?**
Derzeitige und zukünftige Bedeutung von Internet, mobiler Datenübertragung und Telefonieren mit Festnetz bzw. Handy
- **Über welche EDV-Ausstattung verfügen die ÖsterreicherInnen zu Hause?**
PC-Besitz (Gerätetypus, Peripheriegeräte, Anschlüsse, Anschaffungspläne), Besitz von DVD-Player, Digitalkamera, Spielkonsole, Handheld-Computer
- **Von wo aus können die ÖsterreicherInnen auf das Internet zugreifen und wie häufig nutzen Sie das Internet?**
Internetzugang- und Nutzung zu Hause, in Büro, Schule, Uni
- **Welchen Access verwenden die ÖsterreicherInnen für Ihren Heimanschluss und planen sie eine Änderung?**
Internetzugang zu Hause: Herkömmliches Modem, ISDN, Kabel-TV-Modem, DSL; Änderung des Access
- **Wie sieht die Struktur der Internetnutzer aus, wer nutzt das Internet besonders häufig, wer nutzt es selten oder überhaupt nicht?**
Zielgruppenspezifisches Nutzungsverhalten (Alter, Geschlecht, Schulbildung, Berufstätigkeit, Bundesland, Haushaltsgröße, HH-Netto-Einkommen etc.)
- **Wofür verwenden die ÖsterreicherInnen das Internet?**
Information, Kommunikation, Downloads, Online-Shopping, Internet-Banking
- **Welche Dynamik weisen die jüngeren Entwicklungen im Bereich der Internetnutzung auf?**
Interaktive Nutzung; Web 2.0.

- **Wie ist es um das Sicherheitsdenken im Internet bestellt?**
Betroffenheit von und Maßnahmen gegen Viren, Phishing, Spam
- **Welche Websites besuchen die ÖsterreicherInnen regelmäßig?**
Besuch von Websites (ca. 60 Anbieter). Aufnahme von einzelnen Homepages für einen "Testlauf" ist möglich
- **Welche Mobilfunknetzbetreiber werden verwendet?**
Handybesitz, Netzbetreiber, Zufriedenheit
- **Wie interessiert sind die ÖsterreicherInnen am mobilen Internetzugang?**
Mobiler Internetzugang über WAP und GPRS, UMTS

ZUSÄTZLICHE VERTIEFENDE FRAGEN PRO QUARTAL

I. Quartal:

- Aufgeschlossenheit gegenüber neuen technischen Entwicklungen im Bereich der Telekommunikation
- Haushaltsausstattung: verwendetes Betriebssystem, Windows-Version, Anschaffungspläne
- Nutzungsintensität: Anzahl der Wochentage mit Internetnutzung, durchschnittliche Online-Zeit
- Internetnutzung: Verwendeter Browser, Einsatz von PC oder Laptop für Internetnutzung, Art und Größe des Bildschirms
- Suchmaschinen: Häufigkeit der Nutzung, genutzte Anbieter
- Web 2.0.-Plattformen: letzter Besuch, Tätigkeiten

II. Quartal:

- Einschätzungen zur Telekommunikation: persönliche Bedeutung von Telefonieren und Internet, Einschätzung der zukünftigen Entwicklung
- Internetzugang: Anschaffungszeitpunkt des Internet-Zugangs
- Internetprovider: Zufriedenheit mit Detailspekten, Wichtigkeit der Anforderungen, erfolgter und künftiger Wechsel des Providers
- Voice over IP: genutzte Anbieter
- E-Mail: Art des genutzten Accounts, Benutzeroberfläche für E-Mail-Abruf
- Instant Messaging: genutzte Anbieter
- Sicherheit: Betroffenheit von verschiedenen Risiken, getroffene Sicherheitsmaßnahmen

III. Quartal:

- E-Commerce: Häufigkeit der Einkäufe, Zufriedenheit mit getätigten Einkäufen, Art der gekauften Produkte/Dienstleistungen, Downloads und kostenpflichtigen Internetinhalte, genutzte Anbieter, Ausgaben auf österreichischen und ausländischen Websites, genutzte Bezahlungsmöglichkeiten
- Online-Werbung: Einstellung zu Werbung im Internet
- WLAN: Bekanntheit, Verwendung, Nutzungsorte, Nutzungsabsichten

IV. Quartal:

- Handybesitz: Anschaffungszeitpunkt, Erneuerungsabsichten
- Mobile Dienste: Nutzung verschiedener Dienste
- Location Based Services: Interesse und Verwendung
- Mobile TV: Interesse und Verwendung
- Mobile Payment: Interesse an und Verwendung für verschiedene Zwecke
- MMS: Bekanntheit, MMS-fähiges Handy, Nutzungsfrequenz, Nutzungsabsichten

DATEN ZUR UNTERSUCHUNG

Grundgesamtheit:	Gesamtbevölkerung	ab 14 Jahren ≈ 6.920.000 Personen
	Internet – Nutzer	ab 14 Jahren ≈ 4.900.000 Personen
Befragungszeitraum:	Jänner bis Dezember 2009, kontinuierlich	
Stichprobe / Gesamtjahr:	12.000 Interviews Gesamtbevölkerung	
	Ca. 8.400 Internet-Nutzer	
Stichprobe / Quartal:	3.000 Interviews Gesamtbevölkerung	
	Ca. 2.100 Internet-Nutzer	
Befragungsart:	Telefonisch, CATI	

LIEFERTERMIN UND –UMFANG

Die Berichte werden quartalsweise erstellt und jeweils ein Monat nach Quartalsende geliefert. Neben den Tabellenauswertungen umfassen die Berichte eine grafische Aufbereitung der Daten. Eine persönliche Präsentation der Ergebnisse ist nach Wunsch jederzeit möglich.

INTEGRAL MARKTFORSCHUNG

Dr. Bertram Barth / Sandra Cerny
Mohsgasse 2, 1030 Wien
E-Mail: sandra.cerny@integral.co.at
Homepage: www.integral.co.at
Tel: (01) 799 19 94 - 0
Fax: (01) 799 19 94 - 18

Austrian Internet Monitor-Consumer

BESTELLSCHEIN

Einzelbuchung				
AIM-Consumer 2009	Jahresbuchung 4 Quartale		Buchung von 1 Quartal *)	
<i>Einschließlich 2 Hardcopies</i>	<input type="checkbox"/>	€ 7.950,-	<input type="checkbox"/>	€ 3.900,-
<i>Bei Verzicht auf Hardcopies</i>	<input type="checkbox"/>	€ 7.750,-	<input type="checkbox"/>	€ 3.850,-
Die Preise verstehen sich exkl. 20% USt. *) unabhängig welche(s) Quartal(e)				
Zusatzleistungen				
Haben Sie Interesse an einer Präsentation der aktuellen Ergebnisse?	<input type="checkbox"/>	ja	<input type="checkbox"/>	nein
Wünschen Sie die Zusendung der Ergebnisse per Mail an folgende Adresse?	<input type="checkbox"/>	ja	<input type="checkbox"/>	nein
Daten				
E-Mail:				
Firma:				
Kontaktperson:				
Adresse:				
Tel:		Fax:		
Datum:				
Unterschrift:				