

## **Shareconomy dank Apps auf dem Vormarsch**

### ***Kooperation zwischen INTEGRAL und OGM zeigt die digitalen Top-Trends auf***

***Der Siegeszug der Apps schreitet unaufhaltsam voran, mobile Internetnutzung ist integraler Bestandteil unseres Alltags, und bei den Jungen läuft ohne Smartphone gar nichts mehr. Apps unterstützen nun massiv die Entwicklung von Angeboten mit dem Prinzip des Teilens. Der Austrian Internet Monitor hat die digitalen Top-Trends identifiziert.***

Die Internetnutzung wird zunehmend mobiler: Das Web in der Hosentasche verzeichnete seit 2008 ein Wachstum von 340%. Damit ist das Smartphone aus dem Alltag kaum noch wegzudenken. Dies gilt speziell für die junge, digitale Avantgarde. Damit ist fast automatisch ein starkes Wachstum der App-Nutzung verbunden. Doch neue Trends verleihen dem Phänomen zusätzlichen Rückenwind – allen voran die Shareconomy, die Verlagerung vom Besitz zum Teilen.

Betrachtet man die beliebtesten App-Kategorien, so führen Nachrichten, Social Games und Musikererkennungsdienste die Hitliste an. Was aber speziell vom Sinus-Milieu der Digitalen Individualisten deutlich überdurchschnittlich genutzt wird, das sind inzwischen die Sharing-Apps. „Die Digitalen Individualisten sind die Pioniere im Internet. Sie sind die ersten, die neue Trends aufgreifen, und an ihnen orientieren sich viele andere Internetuser. Für die Sharing-Apps ist künftig ein starkes Wachstum über alle Zielgruppen zu erwarten. Entsprechend sollte man sich als Unternehmen Gedanken über Kooperationen mit App-Betreibern machen – von Werbeeinschaltungen bis hin zu Exklusivangeboten.“, sagt dazu Bertram Barth, Geschäftsführer von INTEGRAL.

Die User kommunizieren im Web auch intensiv über car2go, shpock, airbnb & Co. So verzeichnen diese Anwendungen allein im ersten Halbjahr 2014 über 6.500 Postings in diversen Plattformen, deutlich mehr als im 2. Halbjahr 2013. Über das größte Wachstum an Nutzerkommentaren darf sich dabei die Ferienunterkunft-Vermittlung airbnb freuen. „Die Apps werden zu einem großen Teil durch Empfehlungen von Freunden, Familien oder sonstigen Beeinflussern in den Social Media gefunden und heruntergeladen. Daher ist es wichtig, zielgruppenspezifische Inhalte zu erstellen, die gut teilbar sind. Shareconomy ist mittlerweile ein gesellschaftlicher Trend, der in der hohen APP-Nutzung sichtbar wird“, meint dazu Karin Cvrtila, Prokuristin von OGM.

Der Trend-Report geht darüber hinaus u.a. auch folgenden Fragen nach:

- Was macht man im Internet, heute und morgen?
- Ist Facebook noch cool? Und wie sieht es mit Pinterest aus?
- Wofür braucht man soziale Netzwerke immer stärker?
- Auf welchen Plattformen erreicht man heute die Trendsetter, welche werden morgen ein Massenpublikum haben?
- Wohin geht der Trend beim Online Shoppen?
- Aktiviert der Second Screen, oder lenkt er vom Fernsehen ab?
- Welche österreichischen TV Sendungen werden in den Social Media kommentiert?

#### Methode:

INTEGRAL liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über die Nutzung und Entwicklungsperspektiven des Internets und anderer neuer Kommunikationstechnologien. Die Erhebung erfolgt mittels telefonischer Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren. Darüber hinaus liefern vertiefende Online-Befragungen Einblicke in Schwerpunkte der Nutzung neuer Medien.

OGM hat mittels Social Media Monitoring den gesamten User-generierten Inhalt im Internet analysiert. Damit werden alle öffentlichen Beiträge und Postings im Web erfasst. Neben Facebook und Twitter zählen dazu Leserkommentare in Online-Zeitungen, Blog-Einträge, Diskussionen in Online-Foren und Kommentare zu YouTube-Videos. OGM führt nicht nur eine quantitative, sondern auch eine qualitative Analyse aller Beiträge im Internet durch und erhebt somit auch die detaillierten Themen rund um ein bestimmtes Keyword. Dadurch lässt sich die aktuelle Verbraucherstimmung besser verstehen und zielgruppenrelevante Themen können besser aufgegriffen werden.

#### Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. INTEGRAL verfügt über eine über 15jährige Kompetenz in der Internet-Marktforschung, die im Austrian Internet Monitor-Business und im Austrian Internet Monitor-Consumer ihren Niederschlag findet. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu-Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

#### Über OGM

OGM wurde 1976 in Wien von Wolfgang Bachmayer gegründet. Die Österreichische Gesellschaft für Marketing ist ein Full-Service Institut und bietet sämtliche Methoden und Analysen der Markt- und Meinungsforschung an. Darüber hinaus beschäftigt sich OGM kontinuierlich mit der Entwicklung neuer Produkte. Im Auftrag zahlreicher Medienpartner publiziert OGM als unabhängiges Institut regelmäßig politische Umfragen und Wahlprognosen. OGM bringt seine mehr fast 40-jährige Kompetenz in Strategie, Marketing, Marktforschung und Analysen in die Bereiche Social Media und Online-Marketing ein.

*Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth, INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung, und Mag. Karin Cvrtila, OGM Gesellschaft für Marketing, zur Verfügung.*

[www.integral.co.at](http://www.integral.co.at) , Anfragen an [aim@integral.co.at](mailto:aim@integral.co.at) , Tel.Nr. :+43-(0)1-799 19 94  
[www.ogm.at](http://www.ogm.at) , Anfragen an [office@ogm.at](mailto:office@ogm.at) , Tel.Nr. :+43-(0)1-50 650

Facebook  
Online-Content  
Instagram Online-TV  
Mobiles Bezahlen  
Soziale Netzwerke Screen E-Commerce Mobile Apps  
Twitter Kontaktloses Bezahlen Multi-Screen  
Social Media Ranking WhatsApp Mobile Payment  
Video-Sharing Smartphones Foto-Sharing  
Plattformen Cloud-Dienste Social Media Apps  
Onlinekauf Google+ YouTube E-Books NFC  
Pinterest  
Selfies Second