

Austrian Internet Monitor

Kommunikation und IT in Österreich

2. Quartal 2018

Nur wer
versteht,
was die
Menschen bewegt,
kann sie auch
bewegen.

AIMTM
Consumer



INTEGRAL  MARKT- UND
MEINUNGS-
FORSCHUNG

Partner von SINUS Heidelberg ■ Berlin ■ Singapur

BEFRAGUNGSINHALTE & METHODE



Zielsetzung

- ⋮ Kontinuierliche repräsentative Beobachtung des IT- und Telekommunikationsmarkts unter Berücksichtigung neuer Trends



THEMEN

- ⋮ EDV-Besitz und Nutzung
- ⋮ Internetzugang
- ⋮ Internetnutzung
 - ⋮ Devices
 - ⋮ Mobil
 - ⋮ Medien
 - ⋮ Social Media
 - ⋮ Online-Shopping



SAMPLE

- ⋮ 1.000 telefonische Interviews



ZIELGRUPPE

- ⋮ Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren: 7.510.000 Personen



METHODE

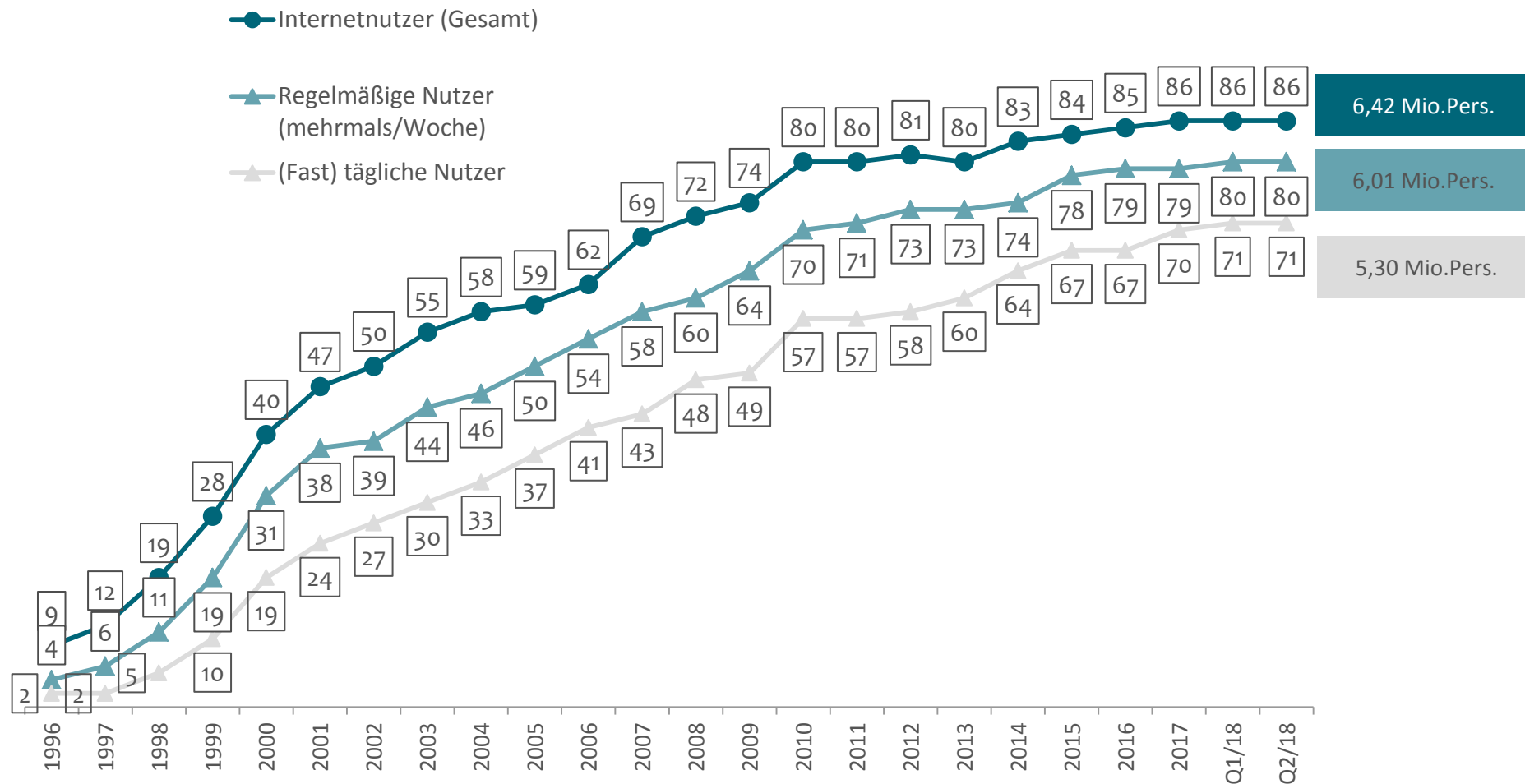
- ⋮ Kontinuierliche Telefoninterviews (CATI) repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren
- ⋮ Telefonische Zufallskontakte mit anschließender Quotenauffüllung



FELDARBEITSZEIT

- ⋮ 2. Quartal 2018

INTERNET-NUTZUNG SEIT 1996



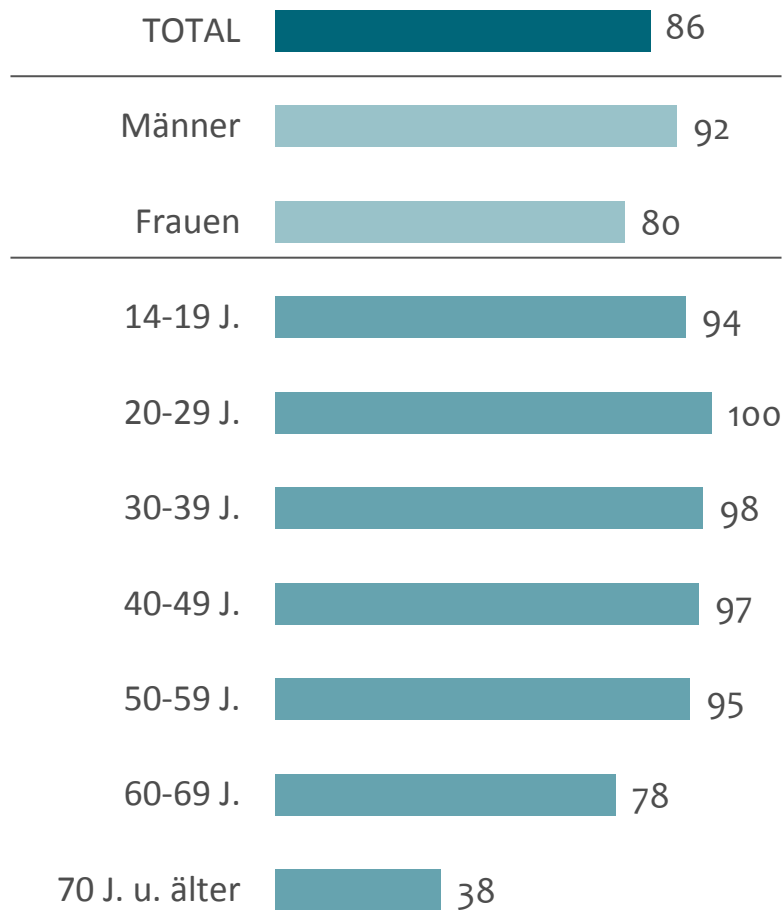
Frage 12: Wie häufig nutzen Sie persönlich das Internet?

Bis 2016 jeweils 4. Quartal

Basis: Alle Befragten



INTERNET-NUTZUNG NACH ZIELGRUPPEN



Frage 12: Wie häufig nutzen Sie persönlich das Internet?

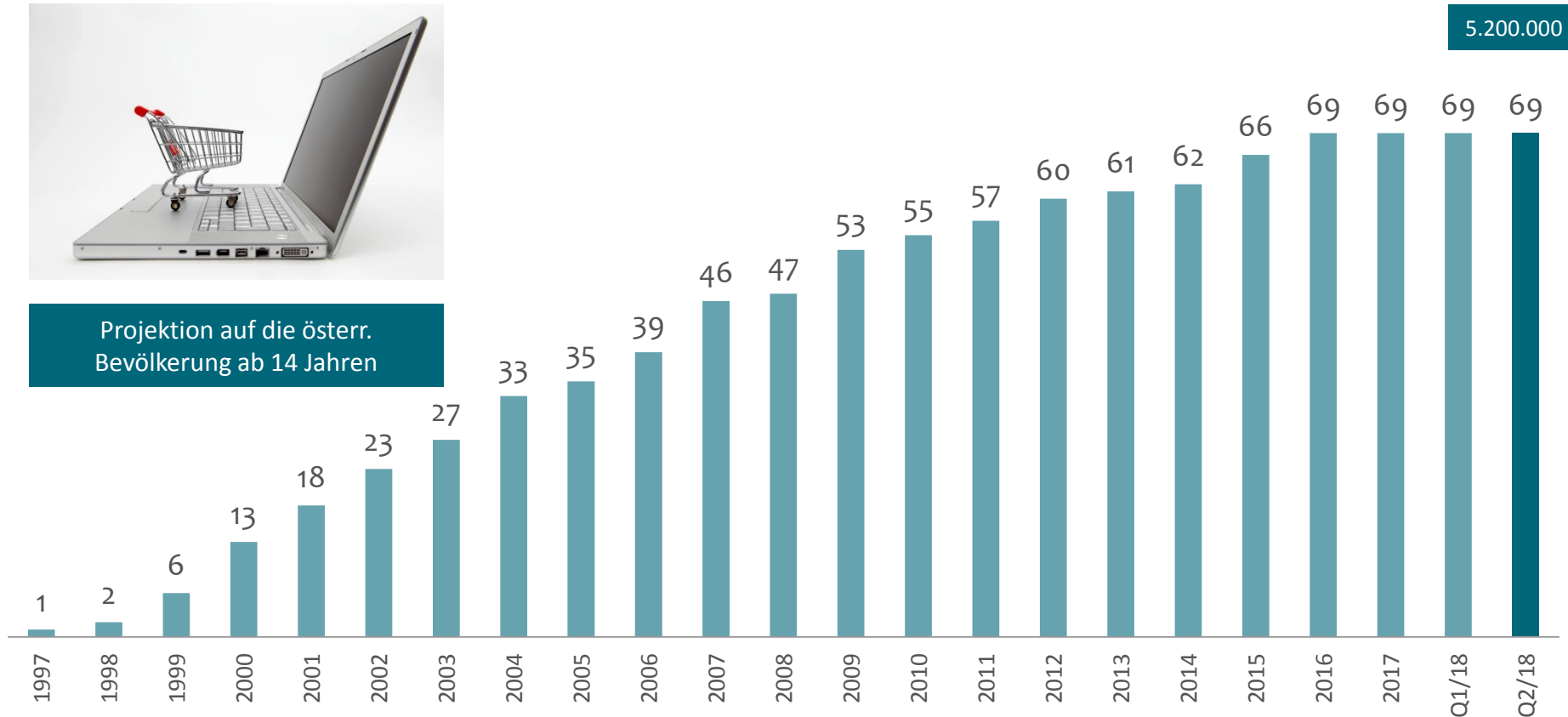
Basis: Alle Befragten



ENTWICKLUNG ONLINE-SHOPPING 1997-2018



Projektion auf die österr.
Bevölkerung ab 14 Jahren



Bis 2017 jeweils 4. Quartal

Frage 41: Haben Sie bereits einmal über Internet eingekauft?

Basis: Alle Befragten



Dr. Bertram Barth
Mag. Sandra Cerny

Integral Markt- und
Meinungsforschungsges.m.b.H
Mohsgasse 1
A-1030 Vienna, Austria

Tel + 43 1 799 19 94-0
Fax + 43 1 799 19 94-18

aim@integral.co.at
www.integral.co.at