

20 Jahre Austrian Internet Monitor AIM™ in Österreich **Internetforschung: Von den Internetpionieren bis zum virtuellen Alltag**

Bill Clinton wird gerade in seiner zweiten Amtszeit bestätigt, Klonschaf Dolly wird geboren, der erste Teil von Mission:Impossible läuft in den Kinos an – und in Österreich beschäftigen sich ein paar Pioniere, genau genommen 9% der Bevölkerung, mit dem Internet. Es ist das Jahr 1996. Der Austrian Internet Monitor wird aus der Taufe gehoben.

Apple ist ein Computerhersteller für ein kleines Marktsegment, mit max.mobil startet der Wettbewerb am österreichischen Mobilfunkmarkt, Begriffe wie Google, Facebook oder Youtube hat die Welt noch nicht gehört. Internetdienste sind in Österreich gerade einmal seit 3 Jahren verfügbar, und ein paar Unerschrockene mühen sich mehr oder weniger regelmäßig durch einen ohrenbetäubenden Einwahlprozess. Noch ist nicht klar, wie mehrheitsfähig dieses Angebot ist. Der Austrian Internet Monitor startet 1996 mit der Zielsetzung, genau diese Entwicklung zu beobachten.

INTEGRAL feiert heuer das 20-jährige Bestehen des Austrian Internetmonitors und damit zwei Dekaden systematischer Beobachtung der Internetnutzung mittels bevölkerungsrepräsentativer telefonischer Stichproben. Trotz beeindruckender Wachstumsraten hatte das junge Medium bald weit mehr Forschungsinhalte zu bieten als die reine Reichweitenmessung. E-Commerce oder Online-Bankdienstleistungen waren Inhalte der ersten Stunde. Im Laufe der Zeit spielten mobile Nutzung, Social Media, Streamingdienste und Paid Content eine immer größere Rolle.

Die Entwicklung war nicht aufzuhalten: 84% der Bevölkerung sind mittlerweile online. Der Austrian Internet Monitor setzt im Jubiläumsjahr einen Schwerpunkt auf neue Trends: Wo steckt Potenzial, und was ist vielleicht nur ein kurzer Hype oder ein Minderheitenprogramm?

Als Pionier der Internetforschung beschränkte sich INTEGRAL jedoch nicht darauf, dieses Medium zu durchleuchten. Ab 2000 wurde das Internet auch für eigene Zwecke eingesetzt und INTEGRAL war damit eines der ersten österreichischen Institute, die Onlinebefragungen durchführten. Der im neuen Jahrtausend frisch gegründete Integral Online Pool umfasst mittlerweile etwa 30.000 Mitglieder. Dieser bietet auch eine unaufwendige Zielgruppenanalyse nach Sinus-Milieus® und damit nach strategischen Zielgruppen.

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. 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.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Mag. Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung, zur Verfügung.

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