

EIN LOCKDOWN-EFFEKT?!

Individual-Kommunikation im Netz, Streaming & Influencer weiter im Aufwärtstrend

Wien, 2. Dezember 2021. Eines ist unbestritten: Der Trend zur Digitalisierung wird durch Corona beschleunigt. Das wirkt sich entscheidend auf die unterschiedlichen Bereiche der Internet-Nutzung aus: Messenger-Dienste, Internet-Telefonie via Whatsapp oder Skype sowie Streaming-Dienste zur privaten Unterhaltung gewinnen in Österreich stärker an Bedeutung. Spannend: Social-Media-Plattformen werden als wenig vertrauenswürdig wahrgenommen. Die Bedeutung von Influencern steigt stetig an: vor allem in den jungen Altersgruppen. Diese Trends bestätigen die aktuellen Ergebnisse des INTEGRAL Austrian Internet Monitor Consumer (AIM Consumer). In der repräsentativen Untersuchung wurden 2.000 Österreicherinnen und Österreicher ab 14 Jahren zu ihrem Nutzungs- und Kommunikationsverhalten der letzten 4 Wochen befragt.

Bereits 88 Prozent der befragten Österreicher*innen verwenden das Internet als Kommunikationsmittel. Tendenz steigend. Interessant ist, dass sich die Nutzung von Messenger-Diensten sowie das Telefonieren über das Internet seit Ausbruch der Pandemie 2020 sehr gut etabliert haben. Dieser Trend lässt sich vor allem in der Gruppe der 50 plus identifizieren, denn sie haben es genutzt, um während der Lockdowns kommunikativ erreichbar zu sein.

Fakten statt Mythen: Internet-Nutzung bald bei 100 Prozent?

„Trotz anders lautender Meldungen ist Österreich noch nicht zu 100 Prozent online. Es gibt nach wie vor 10 Prozent Offliner. Weitere 10 Prozent gehören zu den distanten Nutzern. Diese Gruppe verwendet das Internet nicht regelmäßig, sondern nur sehr oberflächlich und anlassbezogen etwa zum Schreiben einer WhatsApp-Nachricht. 80 Prozent sind schon regelmäßige Internet-Nutzer. Bis tatsächlich alle mit dem Internet auf Du und Du sind wie beispielsweise mit dem Telefon, wird es sicher noch dauern“, betont Martin Mayr, Mitglied der Geschäftsleitung von INTEGRAL.

Streaming, Shopping oder Alltagsanwendungen

Wenn Herr und Frau Österreicher nicht mit ihren Lieben telefonieren, chatten oder mailen, dann nutzen 79 Prozent das Internet zur Unterhaltung, zum Beispiel für Streaming von Filmen und Musik oder für Online-Spiele. 81 Prozent der Österreicher*innen nutzen das Web im Alltag für Banktransaktionen, Abwicklung von Amtswegen oder für die bequeme Fahrplansuche für öffentliche Verkehrsmittel. 77 Prozent zieht es für Online-Shopping ins Internet.

Aufgrund von Kontaktbeschränkungen, vermehrtem Arbeiten im Home-Office oder täglichem Lernen im Home-Schooling haben mehr Menschen via Messenger-Dienste miteinander kommuniziert.

Messenger-Spitzenreiter bleibt WhatsApp

WhatsApp ist mit 81 Prozent der mit Abstand meistgenutzte Messenger-Dienst in Österreich. 76 Prozent nutzen WhatsApp wöchentlich, 67 Prozent sogar täglich für Ihre Kommunikation. Erst mit großem Abstand folgen bekannte Marken wie Facebook Messenger (46 Prozent), Skype (33 Prozent) und SnapChat (20 Prozent) sowie die Nischenplattformen Signal (20 Prozent) und Telegram (20 Prozent).

Teens und Twens only? SnapChat setzt sich speziell in der jüngeren Zielgruppe im Alter von 14 bis 24 Jahren mit 57 Prozent durch. Privat nicht relevant sind Messenger und Internet-Telefonie-Services wie etwa MS Teams, Zoom oder Facetime.

Der „First Mover“-Vorteil

Facebook ist auch 2021 die meistgenutzte Social-Media-Plattform, wenn es um die tägliche Nutzung in Österreich geht (38 Prozent). Doch die kleine Schwester Instagram holt weiter auf: Bei der täglichen Nutzung hat die Plattform bereits 28 Prozent erreicht. Trendsetter: 75 Prozent der 14-bis 24-Jährigen verbringen ihre Zeit gerne auf Instagram, auch 25-39-Jährige liegen mit 44% ebenfalls deutlich über

dem Schnitt. Luft nach oben hat Tik Tok. Die junge Plattform begeistert mit 42 Prozent täglichen Nutzern vor allem die 14-bis 24-Jährigen.

Mangelware Vertrauen

Trotz häufiger Nutzung von Sozialen Medien vertrauen gut zwei Drittel den bekannten Social-Media-Plattformen nicht. 30 Prozent halten zumindest eine davon für vertrauenswürdig.

Das Match der Streaming-Giganten

Bei den kostenpflichtigen Streaming-Anbietern hat Pionier Netflix mit 39 Prozent auch 2021 noch die Nase vorne. Amazon Prime nutzen bereits 36 Prozent. Bei den kostenfreien Streaming-Diensten ist die Anzahl der YouTube-User im Vergleich zu den Vorjahren gesunken.

Corona, ein Turbo für Influencer

Die Bedeutung der Influencer in Österreich hat während der Pandemie zugenommen. **Follow me!** Fast jeder Dritte in Österreich (27 Prozent) folgt aktuell einem oder mehreren Influencern. Die Bindung ist allerdings in jüngeren Jahren stärker: 14-bis 29-Jährige folgen sogar zu zwei Drittel einem oder mehreren Influencern. Mit zunehmendem Alter nimmt diese Entwicklung dann rasant wieder ab.

Verlockende Angebote: Neue Markenbotschafter braucht das Land! Immer mehr Unternehmen setzen auf beliebte und bekannte Influencer, um ihre Produkte an die richtige Zielgruppe zu bringen. Im zweiten Halbjahr 2021 haben 13 Prozent der Befragten schon ein von Influencern beworbenes Produkt gekauft. 44 Prozent der jungen Frauen in Österreich im Alter zwischen 14- und 24-Jahren treffen so ihre Kaufentscheidung. Auch hier gilt: ab 40 Jahren sinkt der Einfluss von Influencern rapide.

Zur Methodik: *Alle Ergebnisse stammen aus dem Austrian Internet Monitor. Pro Quartal werden n=2.000 Personen in einer Hybridstichprobe (telefonische und Online-Befragung) repräsentativ für die Bevölkerung ab 14 Jahren befragt.*

AIM™-C: AUSTRIAN INTERNET MONITOR CONSUMER

Der Austrian Internet Monitor - Consumer (AIM™-C) ist ein kontinuierliches Beobachtungsinstrument für die Entwicklung des Marktes für moderne Kommunikationstechnologien im Konsumentenbereich und hat sich seit den 1990er Jahren als Grundlagenstudie für IT und Telekommunikation etabliert

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 kooperiert eng mit den Schwesterunternehmen SINUS Markt- und Sozialforschung in Heidelberg und Berlin und OPINION Market Research & Consulting, Nürnberg (INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe). 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.

Weitere Informationen auf: www.integral.co.at

<p>DOWNLOAD Bild Mag. Martin Mayr, INTEGRAL https://sinus-cloud.bitscape.de/public/6507aa DOWNLOAD Präsentation: https://sinus-cloud.bitscape.de/public/20a5f0</p>
--

Rückfragehinweis zur Studie:

INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung

Mag. Martin Mayr

Telefon: +43 (0)1-799 19 94 - 45

Mail: office@integral.co.at

Medienkontakt:

DS Agentur für Kommunikationsstrategie, Markenaufbau & Sichtbarkeit

Doris Spiegl, Bakk. phil.: +43/676/540 15 94 oder ds@dorisspiegl.at