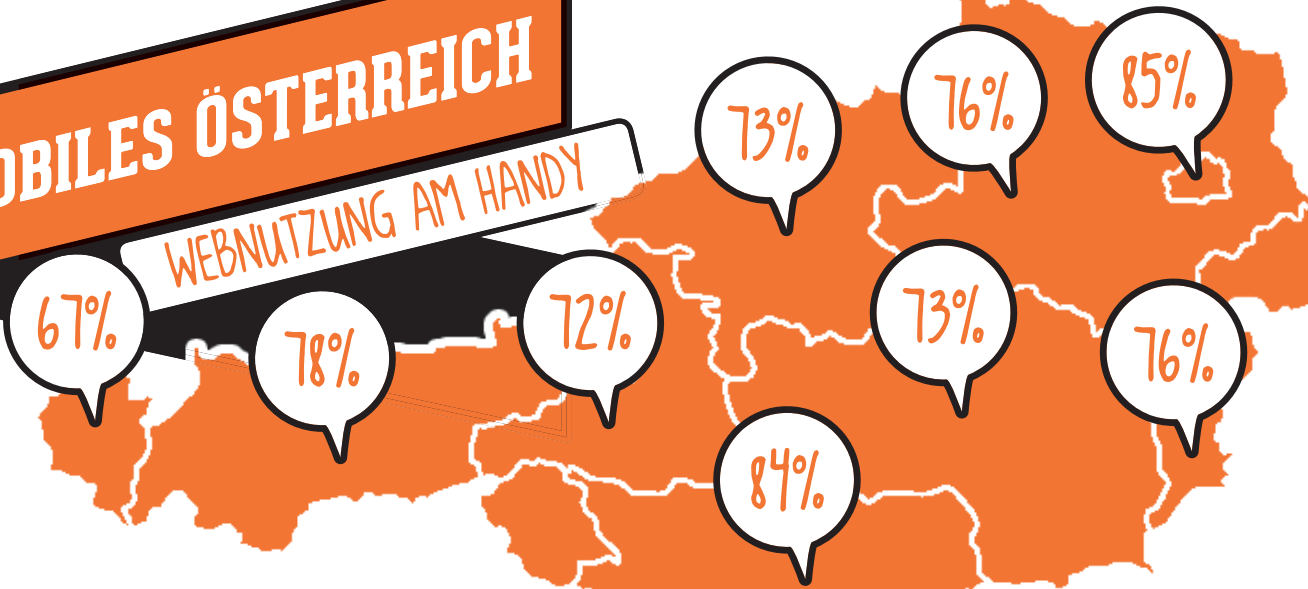


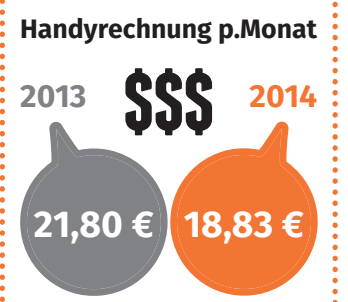
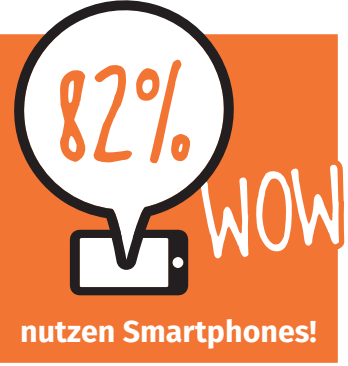
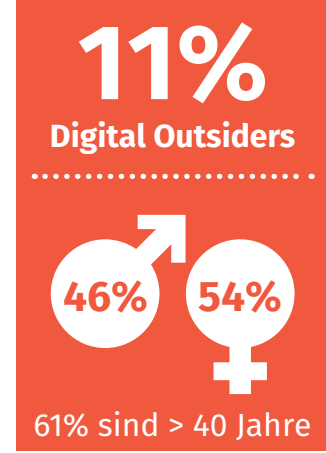
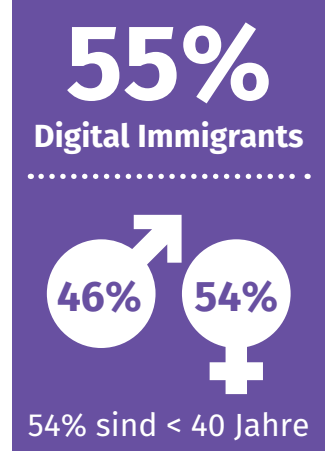
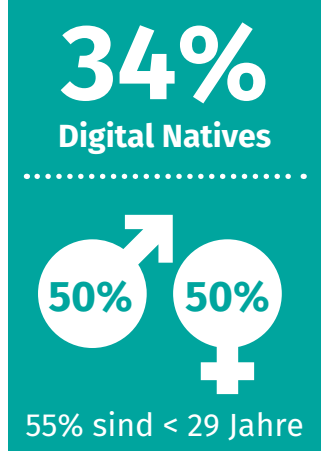
# MOBILES ÖSTERREICH

## WEBNUTZUNG AM HANDY

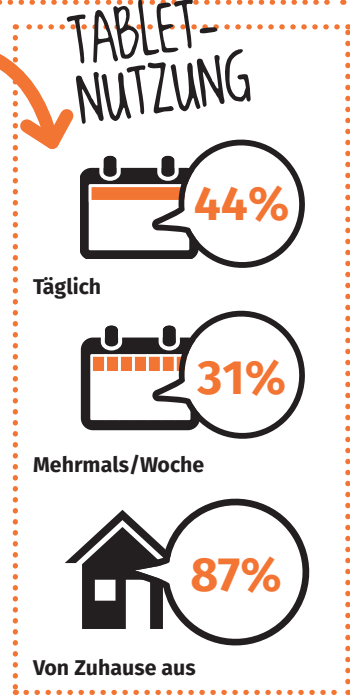
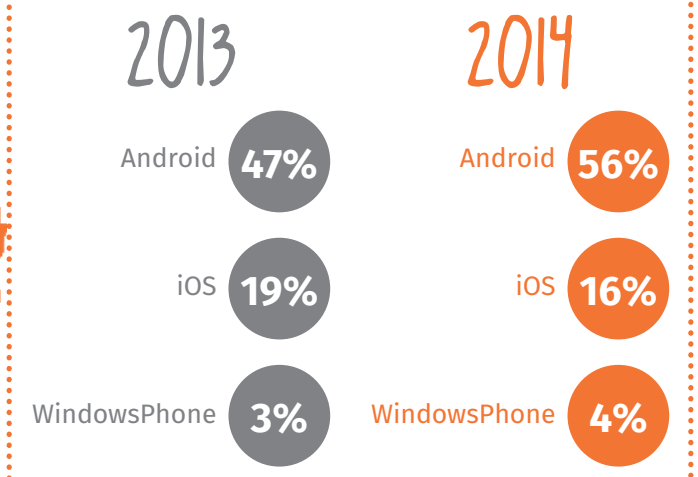


Datenvolumen 2014: **51% jener MIT VERTAGSHANDY haben mehr als 1 GB (+1% zu 2013) p.Mo.**

### ÖSTERREICHS MOBILE INTERNET-NUTZER

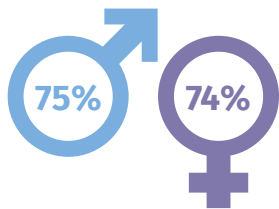


### BETRIEBSSYSTEME

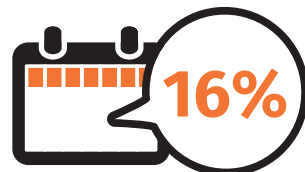


**92%** der Handys sind Vertragshandys. **8%** sind Wertkartenhandys.

# SURFEN AM HANDY



Täglich am Handy surfen:  
Kein Gender Gap!

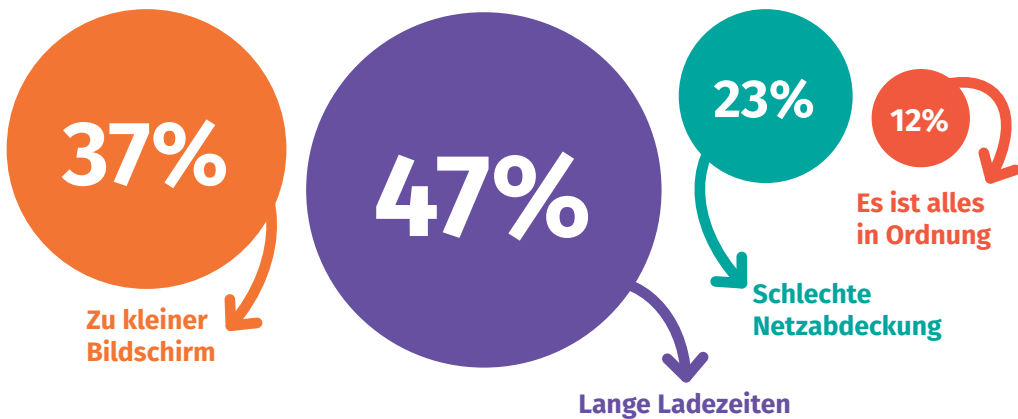


nutzen Internet am Handy mehrmals pro Woche.

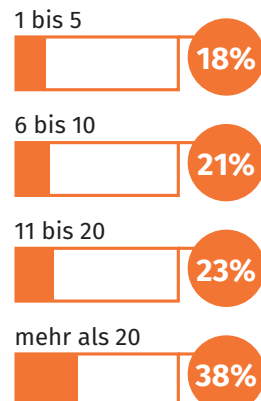


nutzen es täglich.

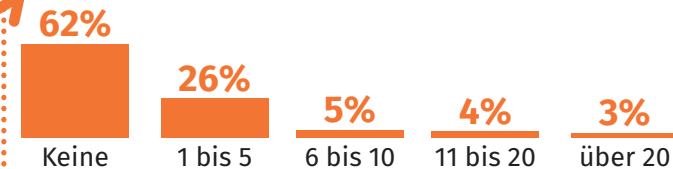
„Womit sind Sie beim Surfen über Ihr Handy unzufrieden?“



„Wieviele Apps haben Sie derzeit auf Ihrem Smartphone?“

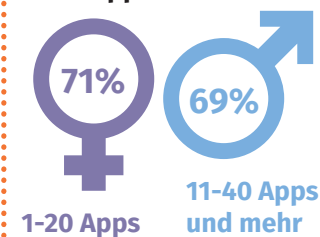


„Wieviele Apps haben Sie im AppStore gekauft?“

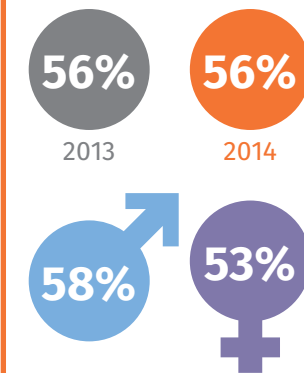


14% besuchen den AppStore mehrmals pro Woche!

Männer haben i.d.R. mehr Apps installiert.



Bei der Installation von Apps auf die Sicherheit achten:



Zur gewünschten Website?



benutzen Suchmaschinen.

20% geben die Adresse direkt ein.

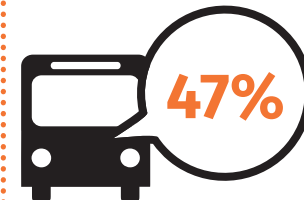
10% verwenden Lesezeichen.



nutzen das Internet am Handy zuhause.



nutzen das Internet am Handy bei der Arbeit.



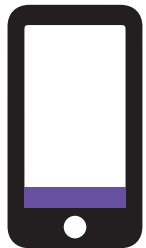
nutzen das Internet am Handy in den Öffis.

# WERBEN MOBIL FACTS & FIGURES

**50%**  
sagen, mobile Werbung  
ist nicht unterhaltsam.

**42%**  
meinen, mobile Werbung  
kann informativ sein.

## MOBILE WERBEFORMATE



**StandardAd**  
Bekanntheit:  
**67%**  
Bei **62%** der  
Befragten am  
**beliebtesten!**



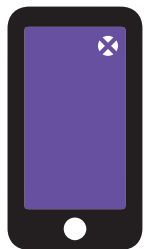
**ExpandableXLAd**  
Bekanntheit:  
**40%**



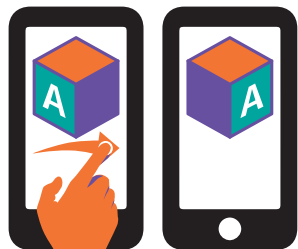
**Medium Rectangle**  
Bekanntheit:  
**50%**



**PreRoll**  
Bekanntheit:  
**40%**  
Für **39,9%** der  
Befragten am  
**störendsten!**

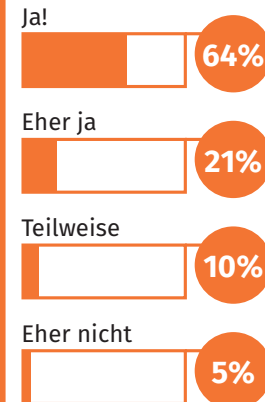


**Interstitial**  
Bekanntheit:  
**48%**

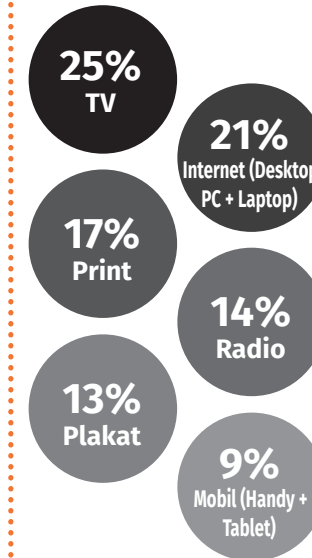


**CubeAd**  
Bekanntheit:  
**9%**

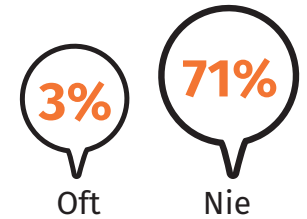
### „Ist mobile Werbung lästig?“



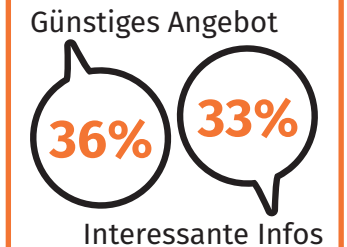
### Medien, mit denen man Menschen erreicht



### „Klicken Sie auf Banner?“



### „Wenn ja, warum?“



## WAS STÖRT AM MEISTEN?



### „Welche mobilen Werbeaktivitäten kennen Sie?“

	Habe ich genutzt	Kenne ich nicht	Will ich nicht
QR / Tagging	28%	13%	39%
SMS Gewinnspiel	21%	8%	58%
Gutscheine per SMS/App	18%	18%	40%
SMS Newsletter	17%	11%	61%

# PARALLELE MEDIENNUTZUNG

## SECOND SCREEN

Werbung wird nicht beliebter, aber Kaufbereitschaft steigt!

Werbung am Handy ist lästig



... verleitet zu unnötigen Käufen



... informiert



... ist hilfreich für den Verbraucher



... ist unterhaltsam



Volle Zustimmung ■ Eher ja ■ Teils-Teils ■

„Surfen Sie im Internet, während sie fernsehen?“



Fast immer

Kein Gender Gap:



Fast immer: 22%  
Gelegentlich: 52%



Fast immer: 23%  
Gelegentlich: 52%

Surfen beim Fernsehen: Welche Geräte nutzen Sie?



Surfen beim Fernsehen: Im Alter kommt es auf die Größe an!

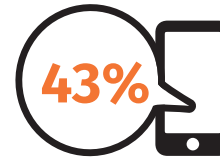


Unter 30-Jährige bevorzugen Smartphones.



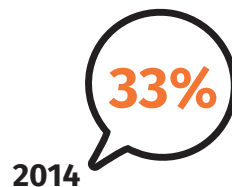
40-49-Jährige bevorzugen größere Bildschirme.

Surfen beim Radiohören: Welche Geräte nutzen Sie?

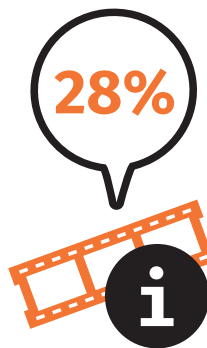


Langsam lernen sie's:

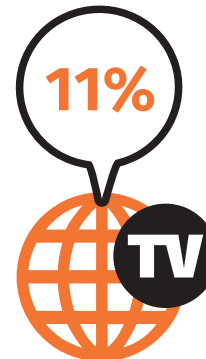
Es werden relevantere Informationen (zu Produkten, Unternehmen, Veranstaltungen) angezeigt.



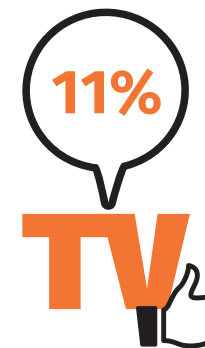
TV wird im Web recherchiert und über Social Media kommuniziert.



Infos z. aktuellen Sendungen & Filmen besorgen.



Auf der Website des TV-Senders surfen.



Inhalte aktueller Sendungen über Social Media kommunizieren.



Mails lesen oder schreiben.