

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Die österreichische Werbe- und Medienlandschaft im Jahr 2027

falknereiss
MARKETINGAGENTUR

Wien, am 18. Jänner 2018
Fred Reiss | Thomas Schwabl

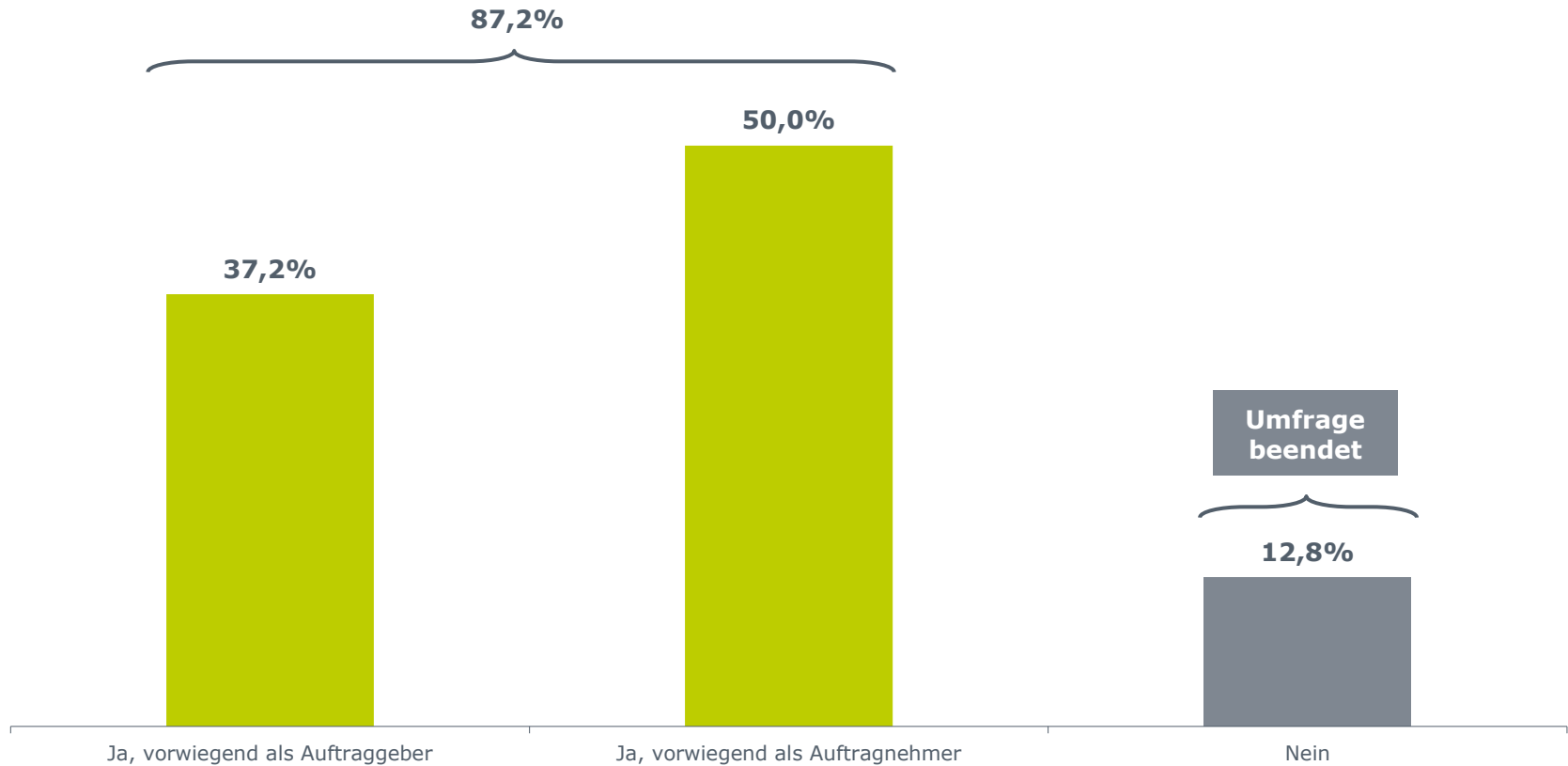


Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

Methode:	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
Instrument:	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
Respondenten:	Marketingentscheider und Kommunikationsexperten aus Österreich
Sample-Größe:	n = 204 Netto-Interviews (Kernzielgruppe)
Erhebungszeitraum:	16.10.2017 – 27.11.2017
Screening:	Tätigkeitsbereich Kommunikation, Medien, PR, Werbung
Grundgesamtheit:	Marketingentscheider und Kommunikationsexperten
Incentives:	Auszug aus den Ergebnissen
Umfang:	31 geschlossene Fragen
Studienleitung:	Marketagent.com, Mag. Ingrid Fischer
Kontakt:	i.fischer@marketagent.com



Screening: Tätigkeitsbereich in Kommunikation, Medien, PR oder Werbung

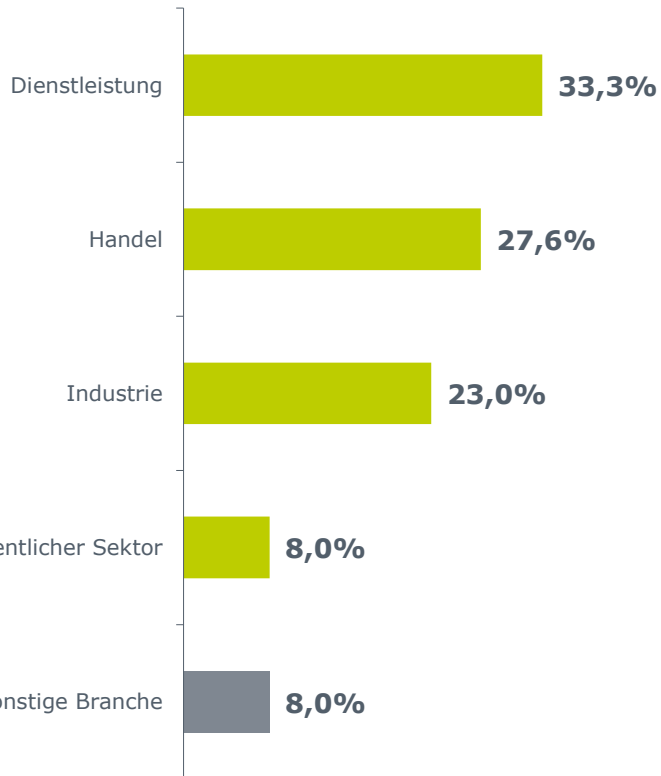


Sind Sie im Bereich Kommunikation, Medien, PR, oder Werbung tätig? (n=234)

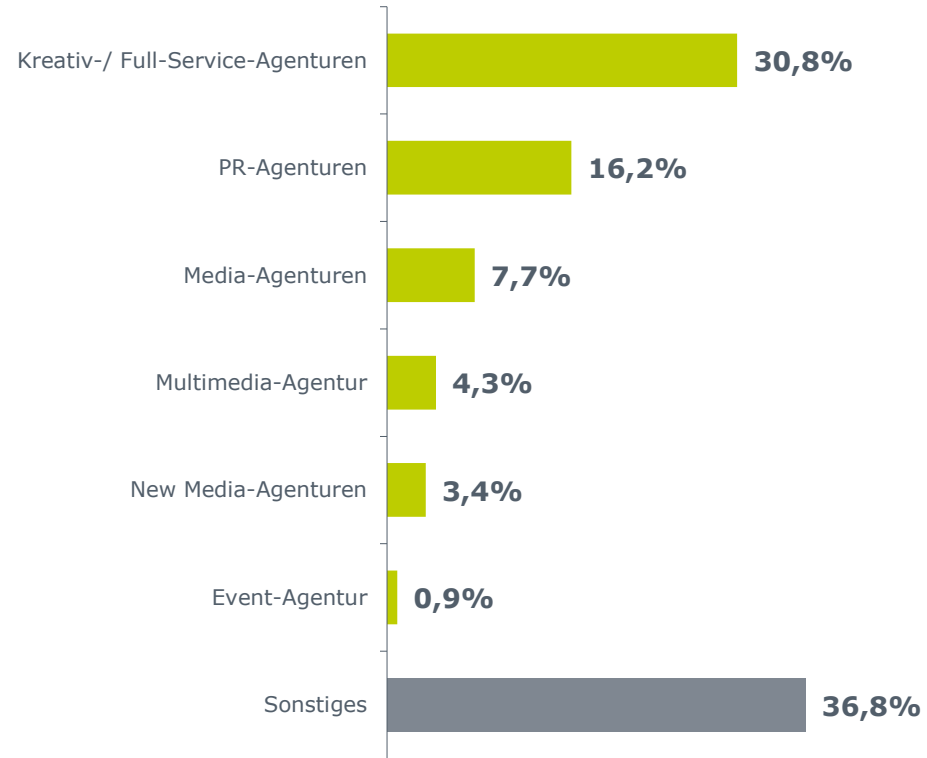


Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe (n=204), Part 1:

Branche*



Tätigkeitsbereich**



* Auftraggeber/Industrie (n=87)

** Auftragnehmer/Agenturen (n=117)



falknereiss
MARKETINGAGENTUR

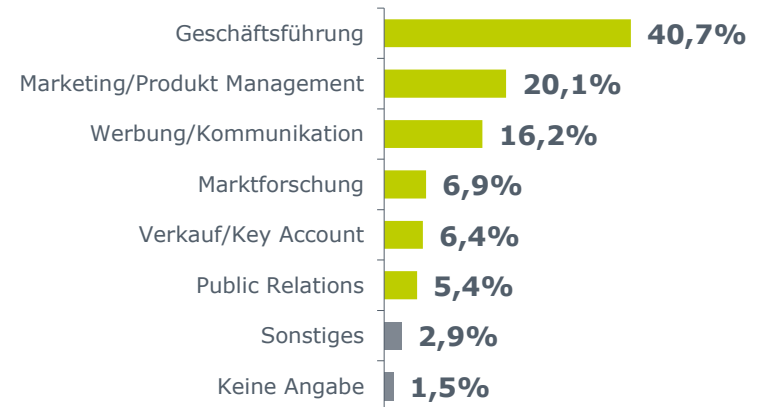
MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe (n=204), Part 2:

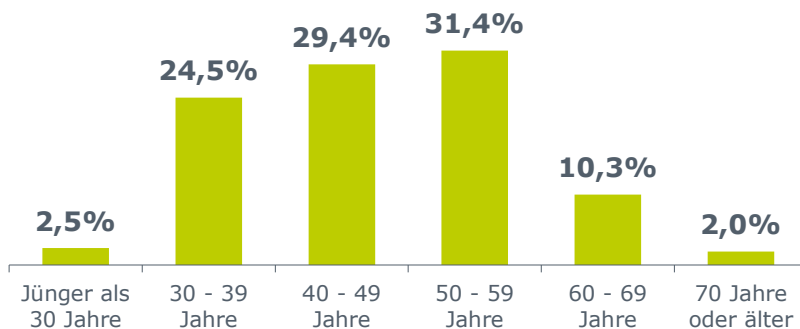
Geschlecht



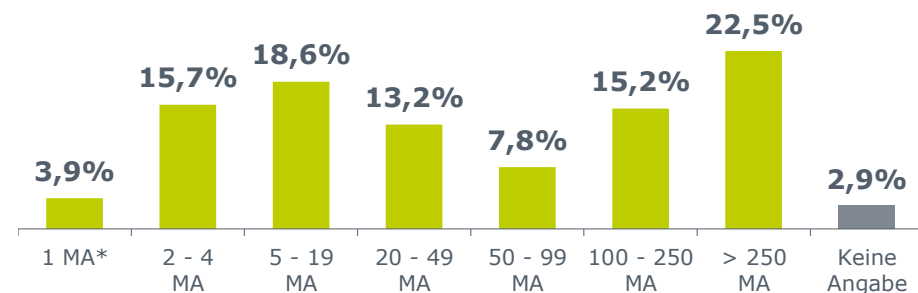
Funktion



Alter



Unternehmensgröße



*MA = Mitarbeiter



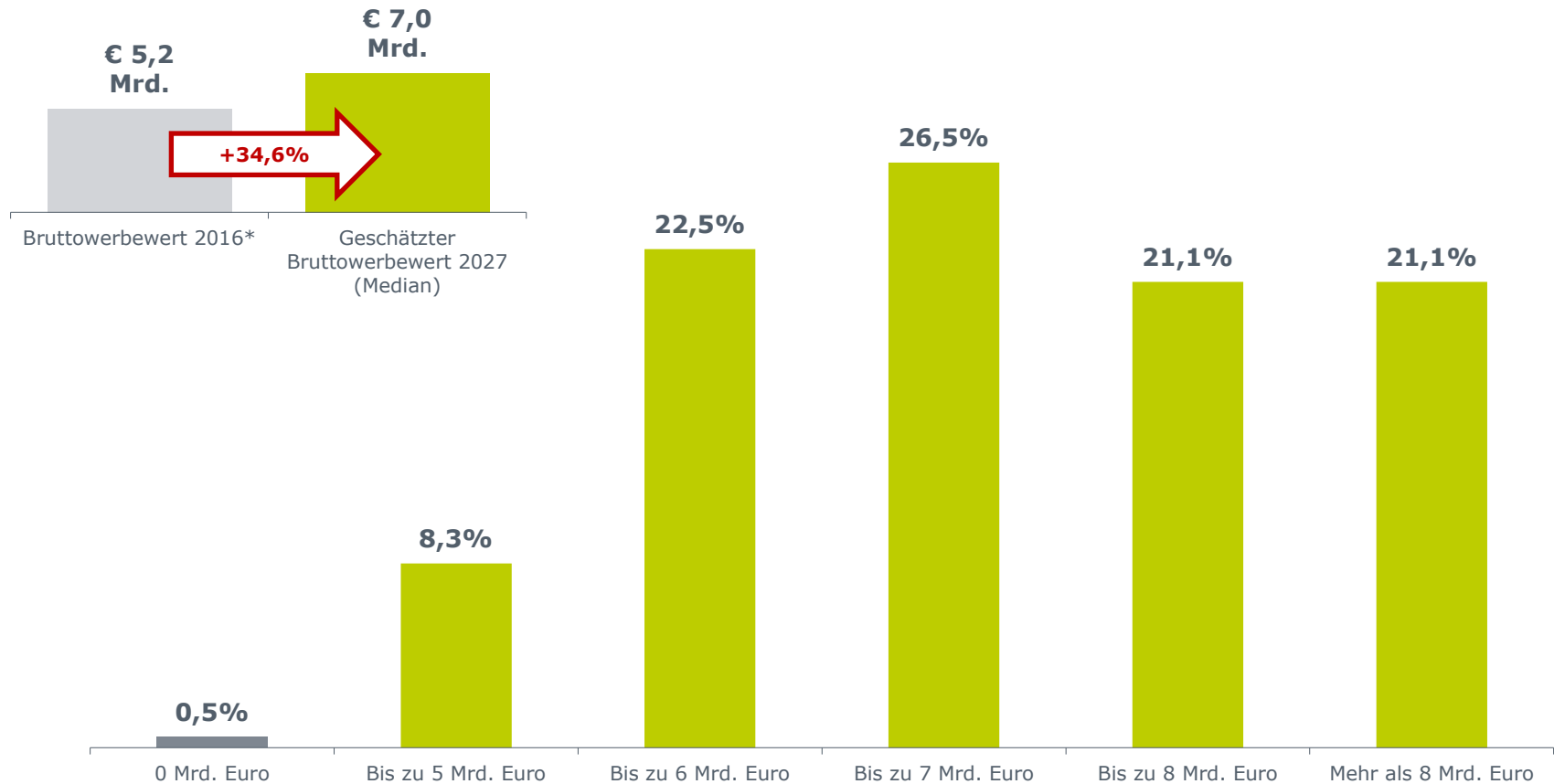
Die Ergebnisse:

„Eine Reise in das Jahr 2027“



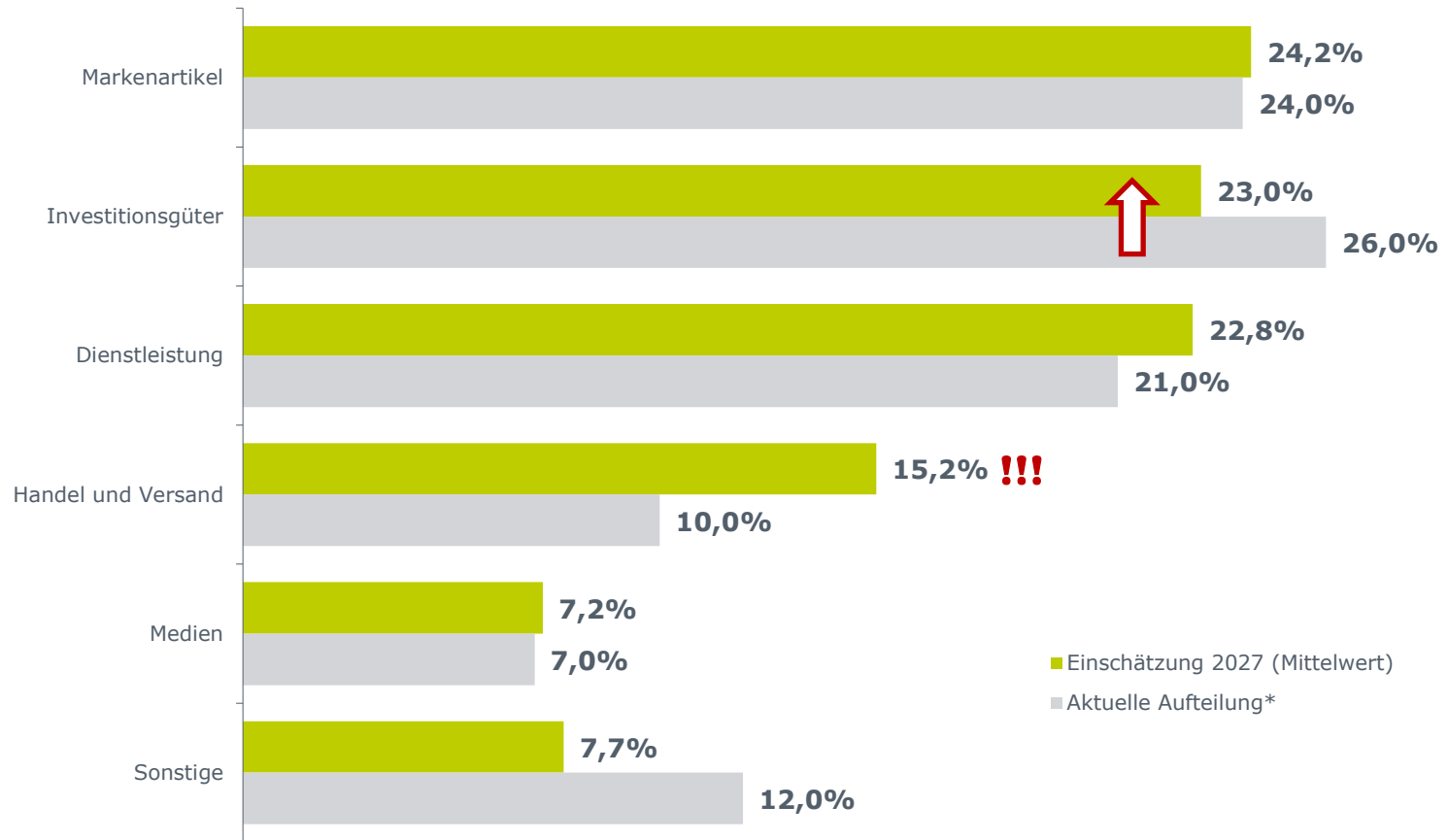
Bruttowerbewertung: Entwicklung 2016 vs. 2027:

Mittelwert: 7,3 Mrd. | Median: 7,0 Mrd.



[...] Wie hoch wird der Bruttowerbewertung im Jahr 2027 Ihrer Einschätzung nach in Österreich sein? (n=204)

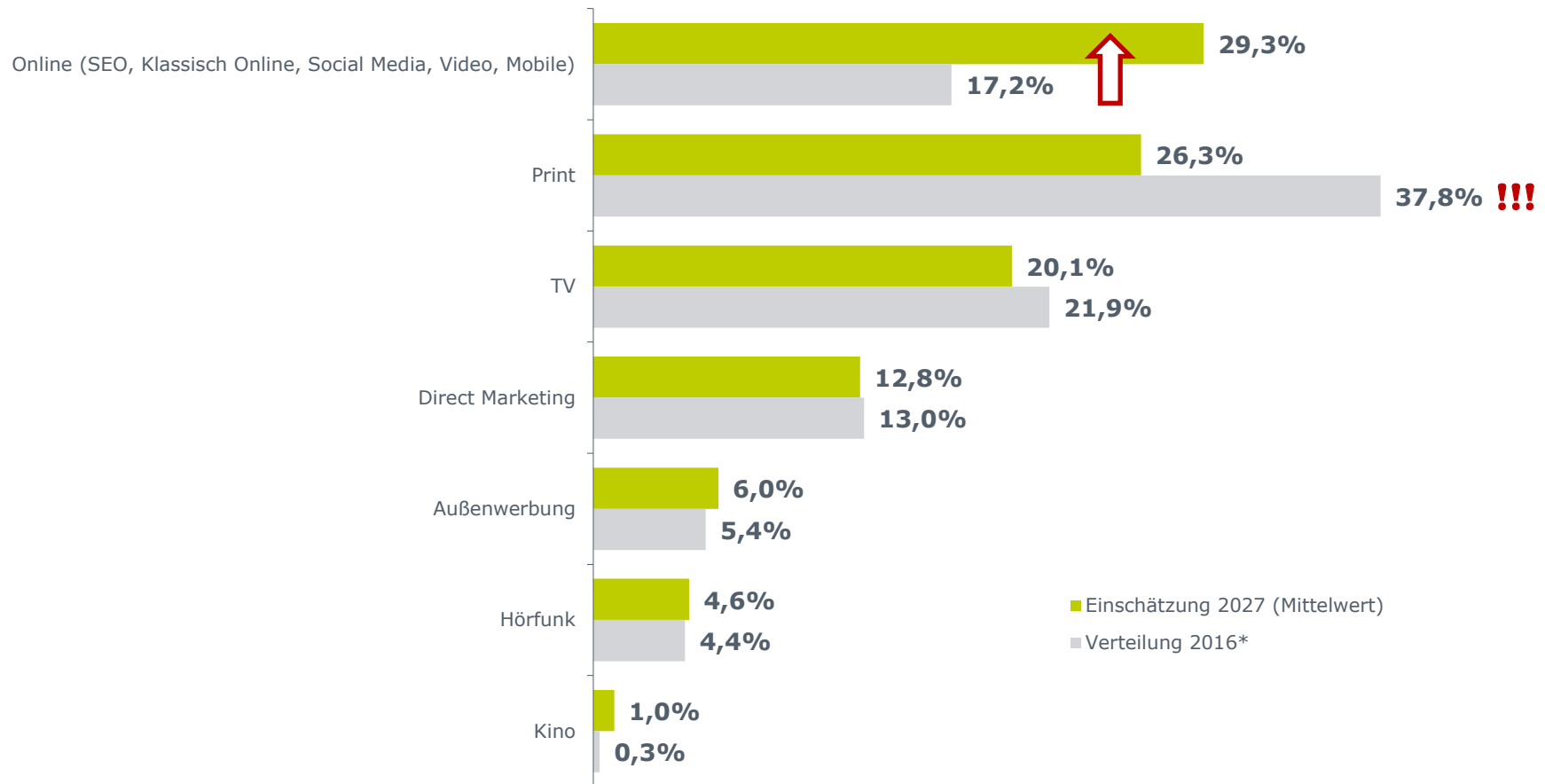
Bruttowerbewerte nach Sektoren



[...] Wie wird die prozentuelle Aufteilung der Bruttowerbewerte im Bereich der klassischen Werbung nach Sektoren im Jahr 2027 in Österreich aussehen? (n=204)



Verteilung des Marketing-/Werbebudgets



[...] Wie wird diese Verteilung des Marketingbudgets in Österreich im Jahr 2027 Ihrer Ansicht nach aussehen? (n=204)

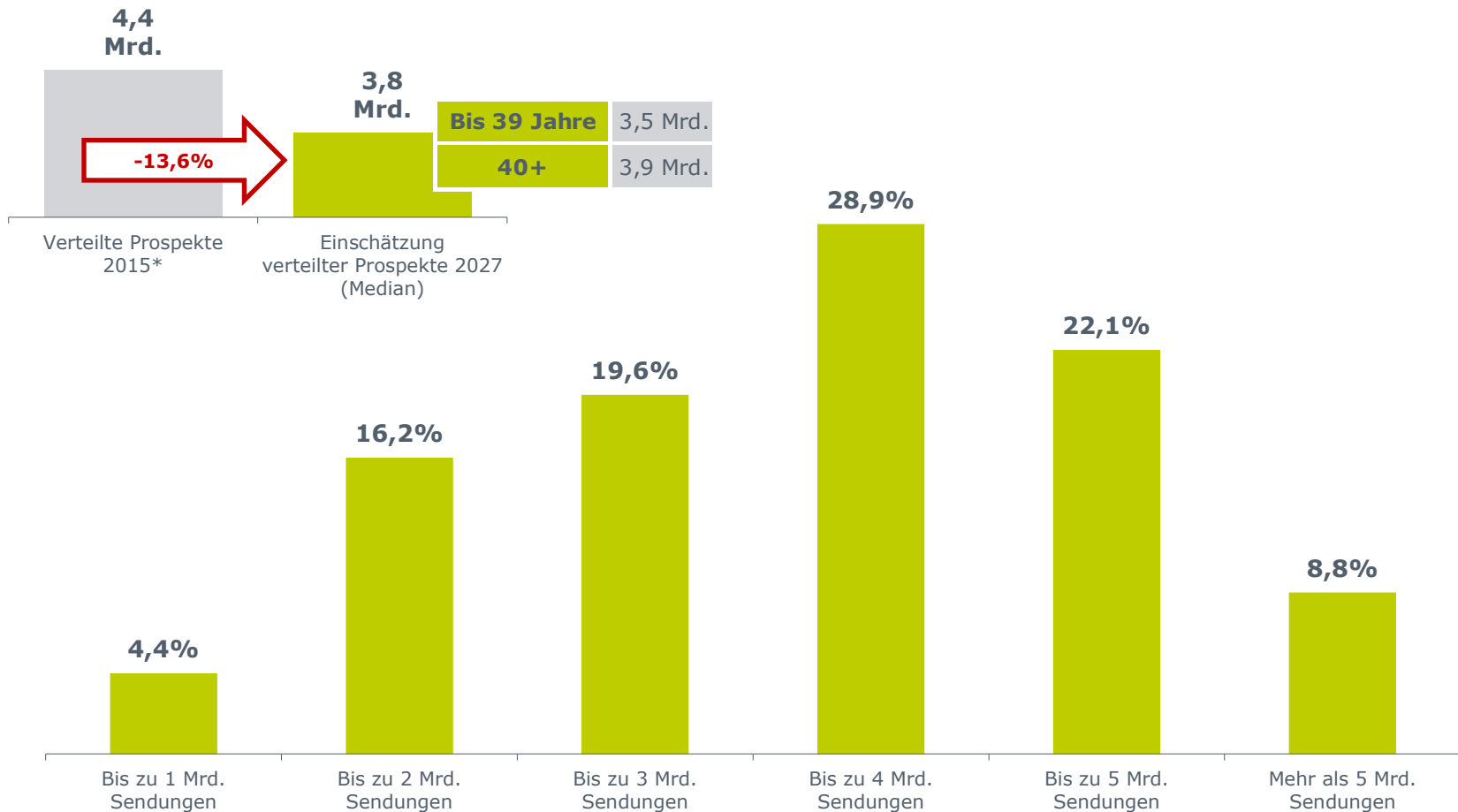


falknerreiss
MARKETINGAGENTUR

*Quelle: FOCUS Pressekonferenz 01/2017:
Aufteilung des Marketing-Budgets 2016 (Basis: Werbebilanz
(Klassisch & Direct Marketing) & Expertenbefragung)

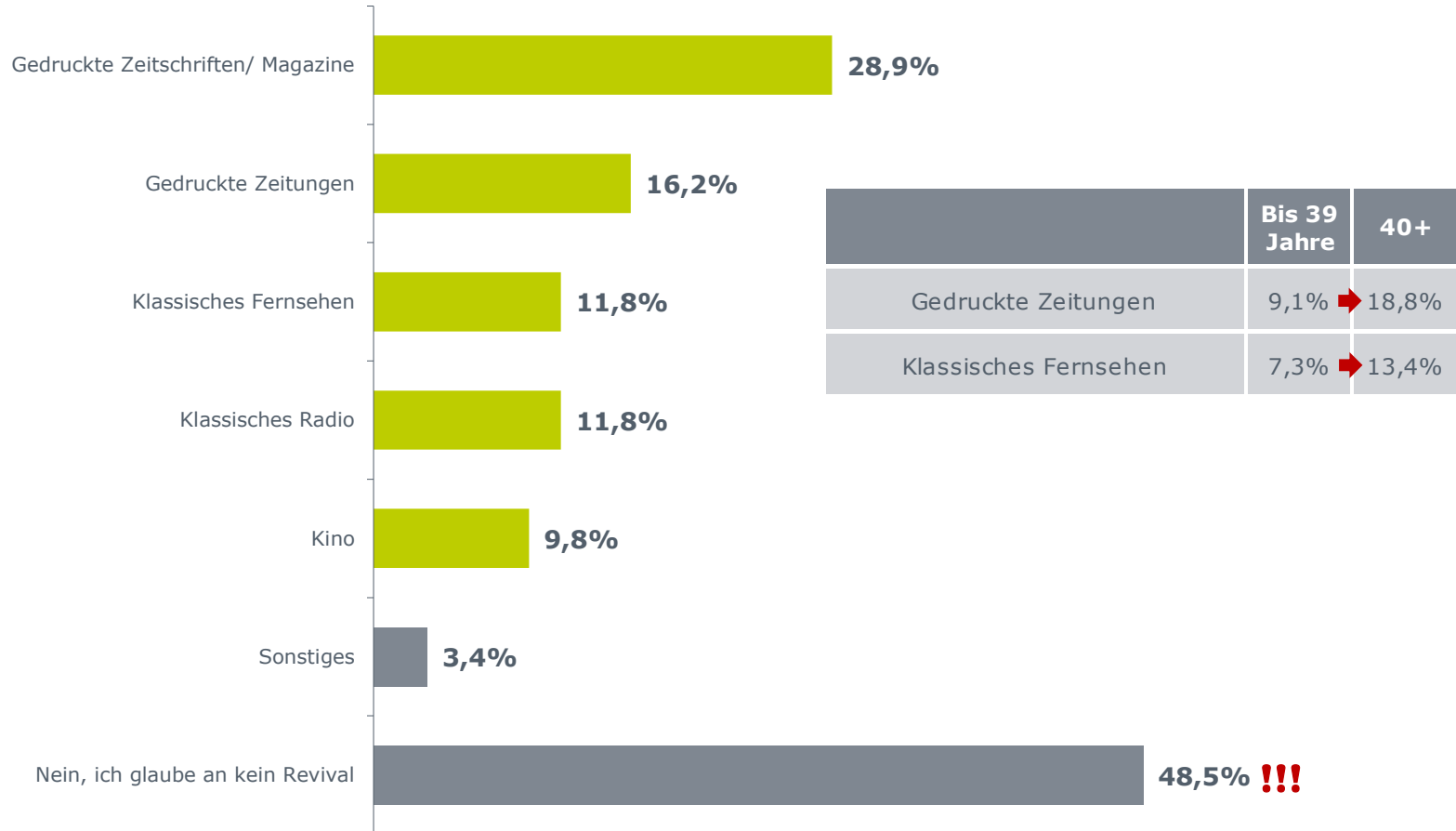
MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Prospektvolumen in Österreich: Mittelwert: 3,6 Mrd. | Median: 3,8 Mrd.



Wie hoch wird die Anzahl an verteilten Prospekten/Flugblättern in Österreich Ihrer Meinung nach im Jahr 2027 sein? (n=204)

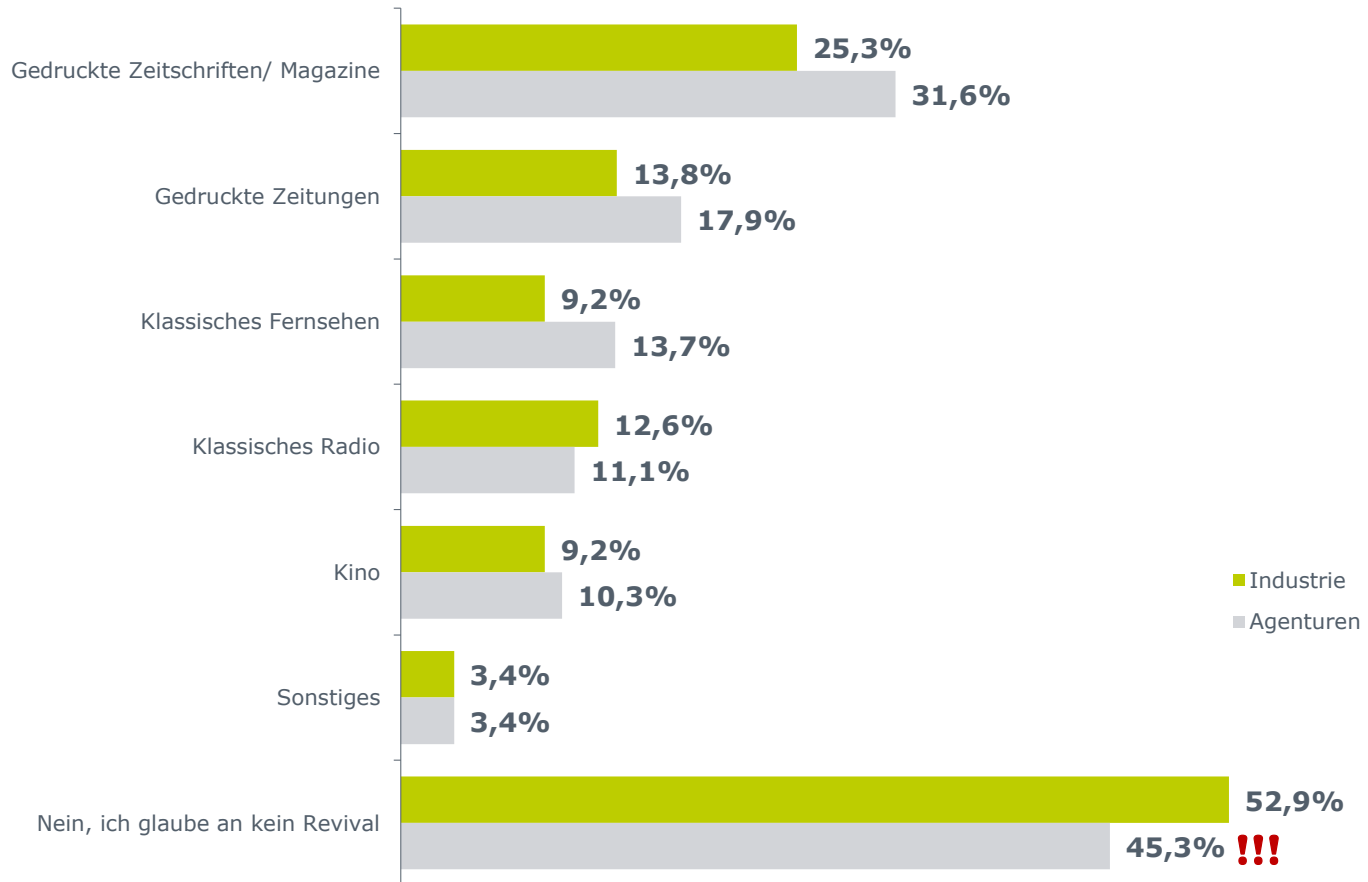
Klassische Medien, die in Österreich in den nächsten 10 Jahren ein Revival feiern könnten



[...] Wird innerhalb der nächsten 10 Jahre eines der "klassischen" Medien in Österreich ein Revival feiern können? Wenn ja, welche(s)? (n=204)

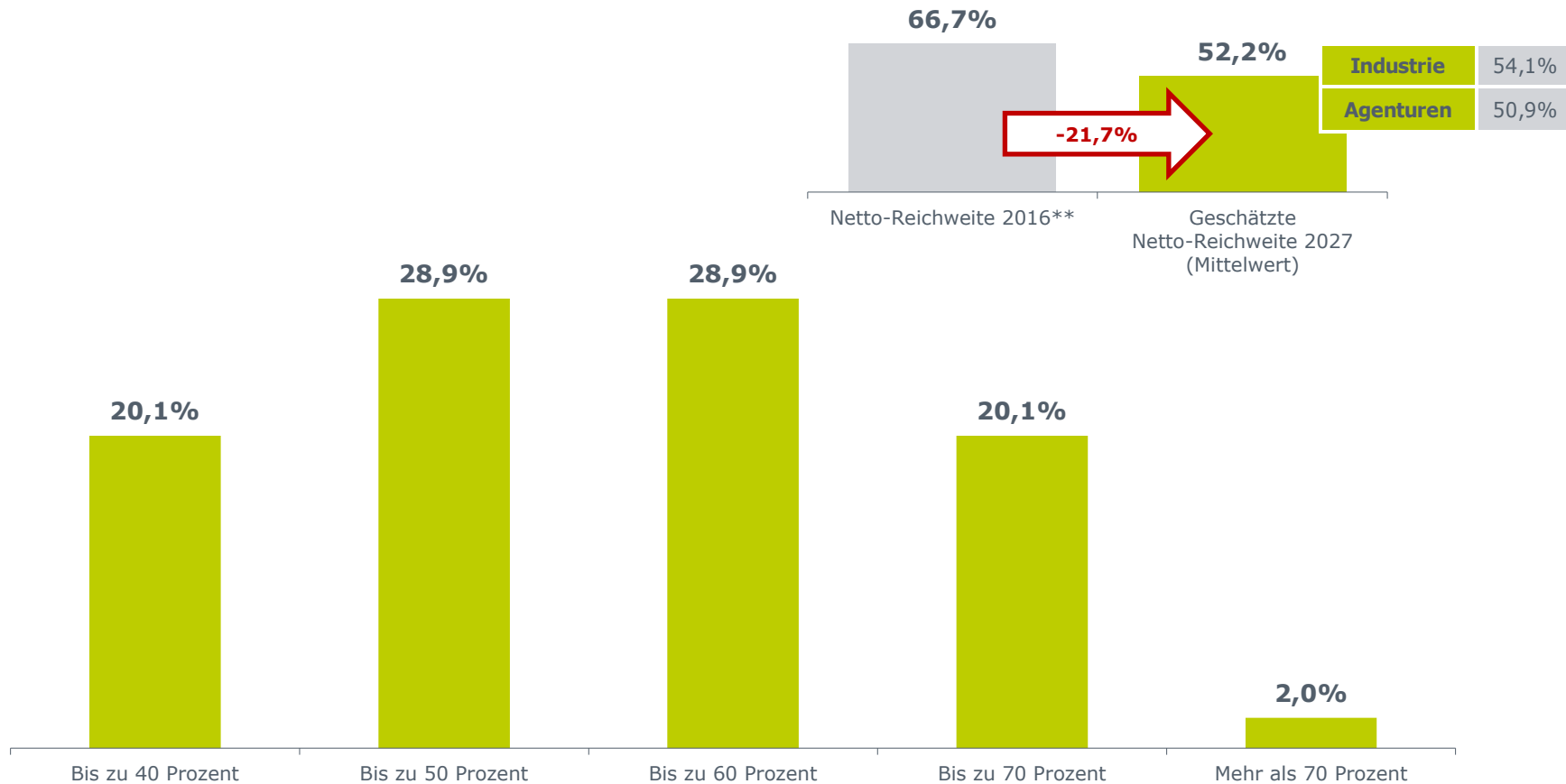


Erwartetes Revival: Auftraggeber vs. Auftragnehmer



[...] Wird innerhalb der nächsten 10 Jahre eines der "klassischen" Medien in Österreich ein Revival feiern können? Wenn ja, welche(s)? (n=204)

Netto-Reichweite von Tageszeitungen in Österreich: Mittelwert: 52,2% | Median: 52,0% Mrd.



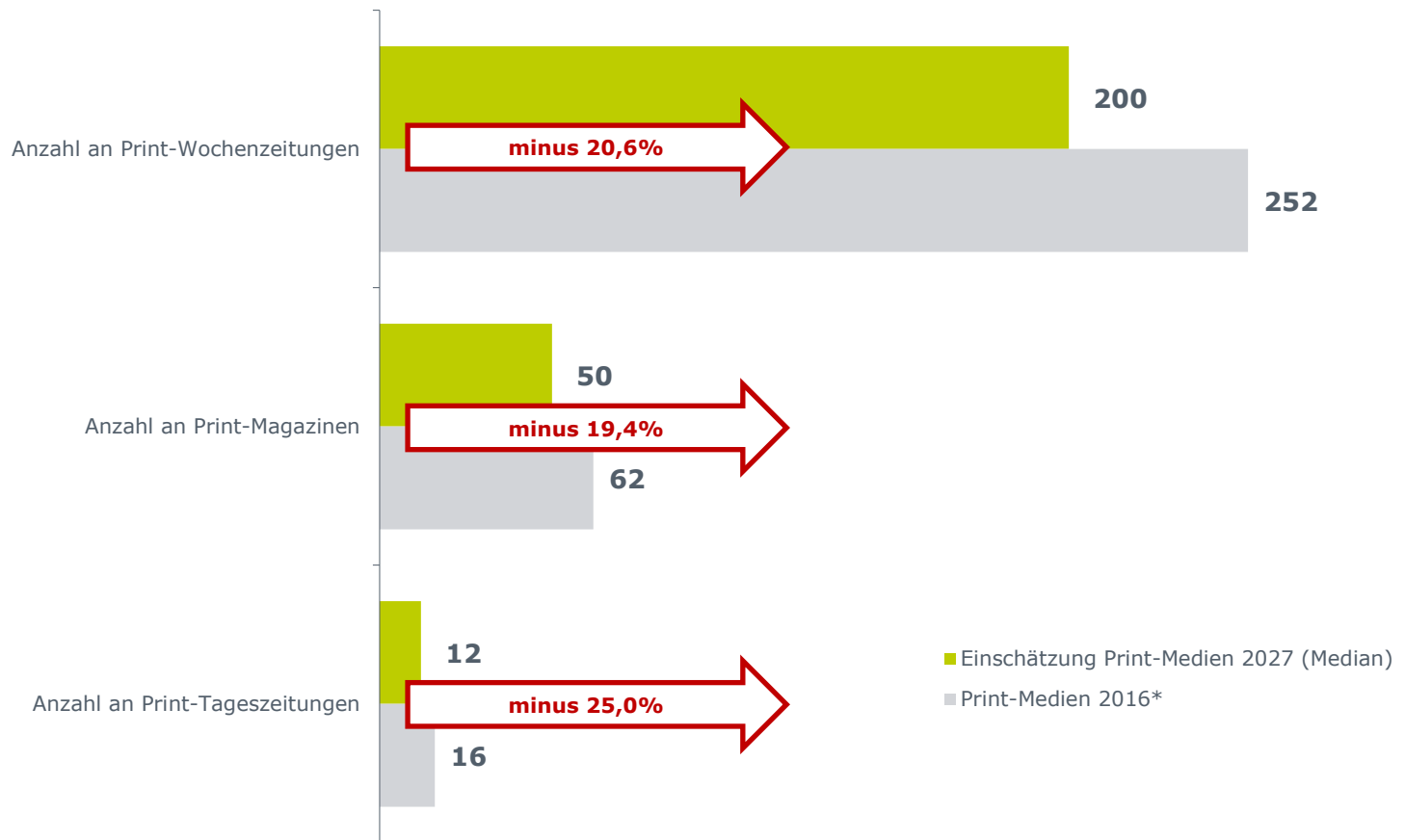
Wie hoch schätzen Sie die Netto-Reichweite von Tageszeitungen in Österreich für das Jahr 2027? (n=204)

falknereiss
MARKETINGAGENTUR

* Quelle: Media-Analyse 2016

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

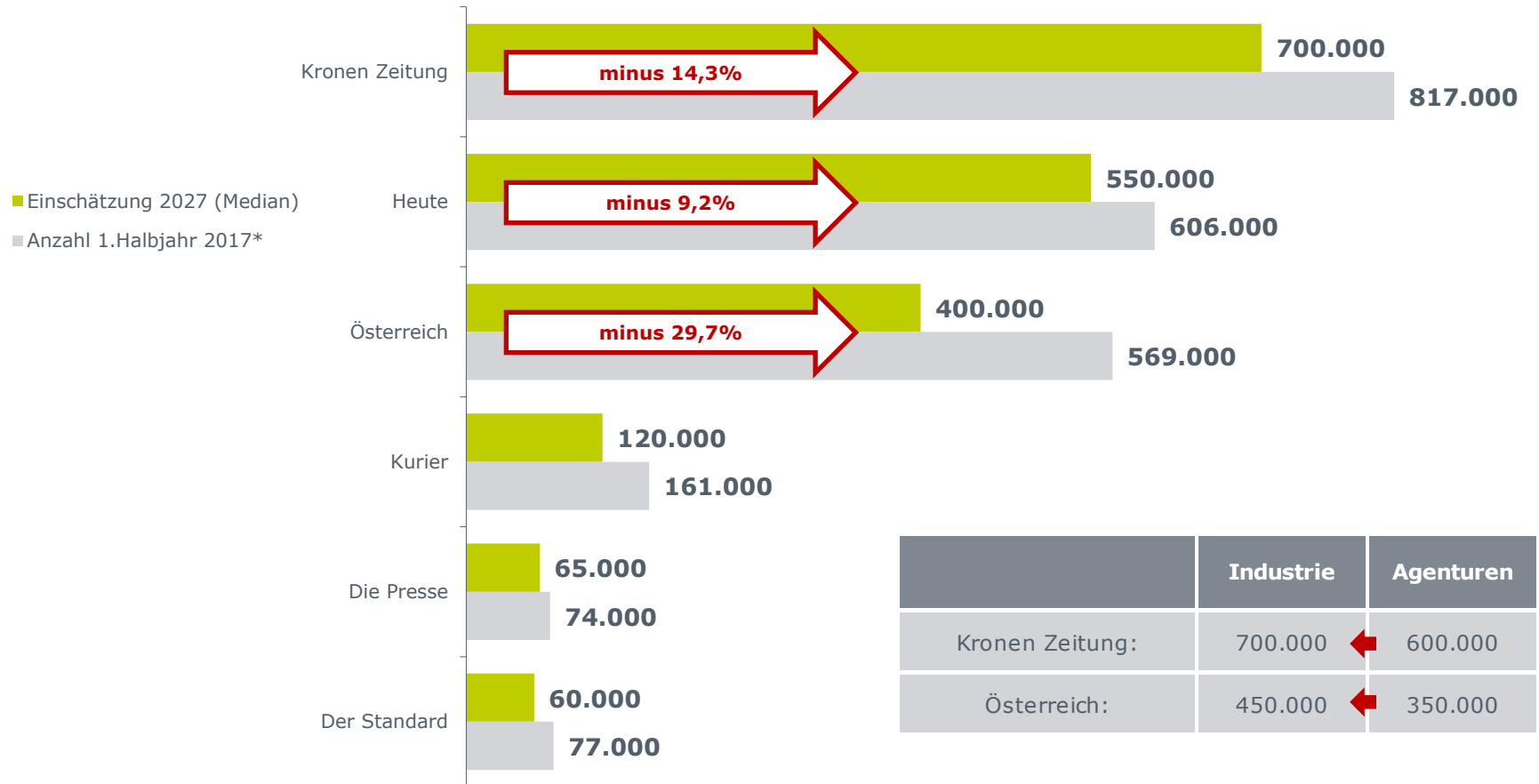
Anzahl an Print-Medien in Österreich



[...] Wie glauben Sie, werden sich diese Zahlen in Österreich in den kommenden 10 Jahren verändern?
(n=204)

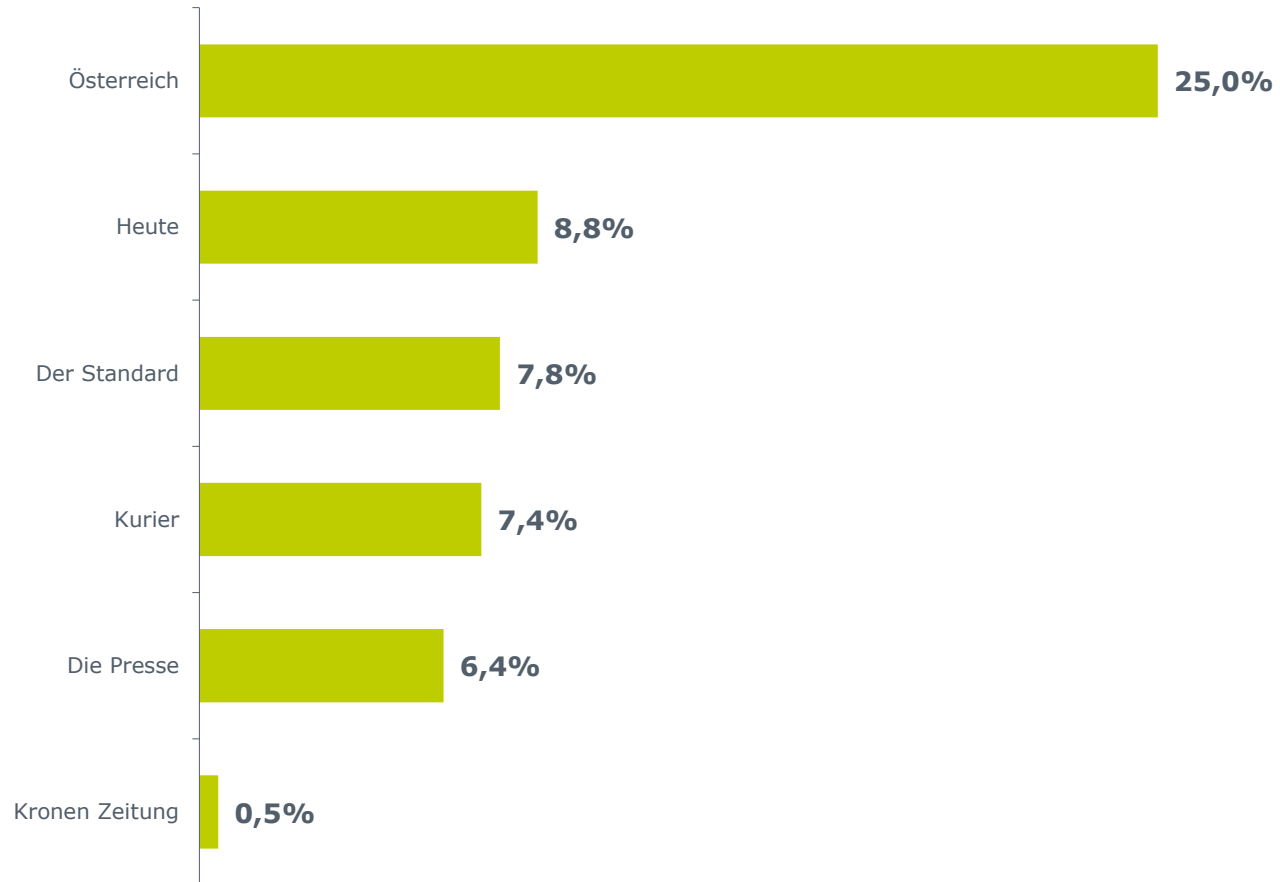


Tägliche Druckauflagen österreichischer Tageszeitungen



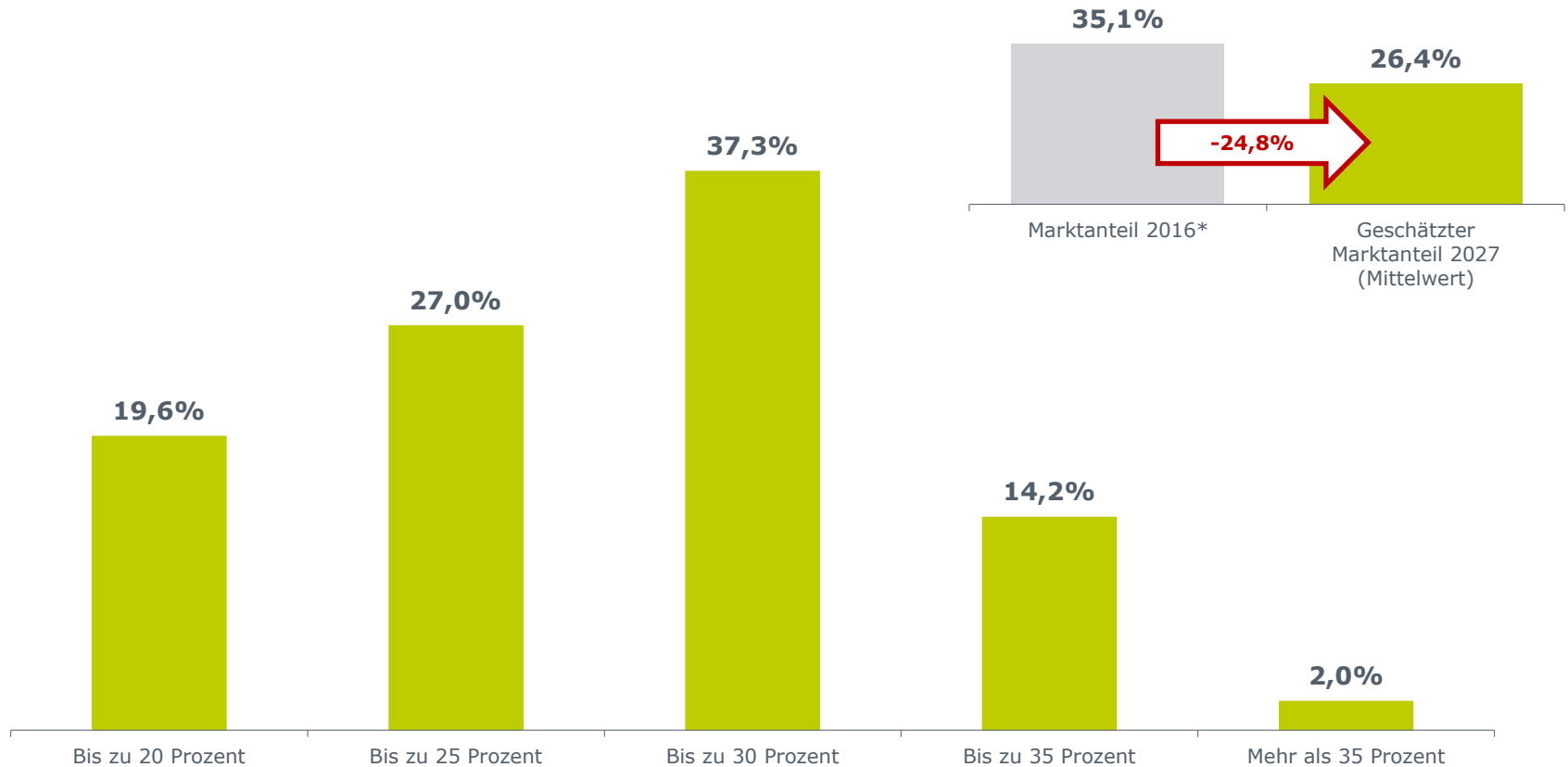
Wie hoch werden die durchschnittlichen täglichen Druckauflagen dieser Tageszeitungen im Jahr 2027 Ihrer Meinung nach sein? (n=204)

Welche Tageszeitungen wird es in 10 Jahren nicht mehr geben. Tägliche Druckauflage 2027 = NULL



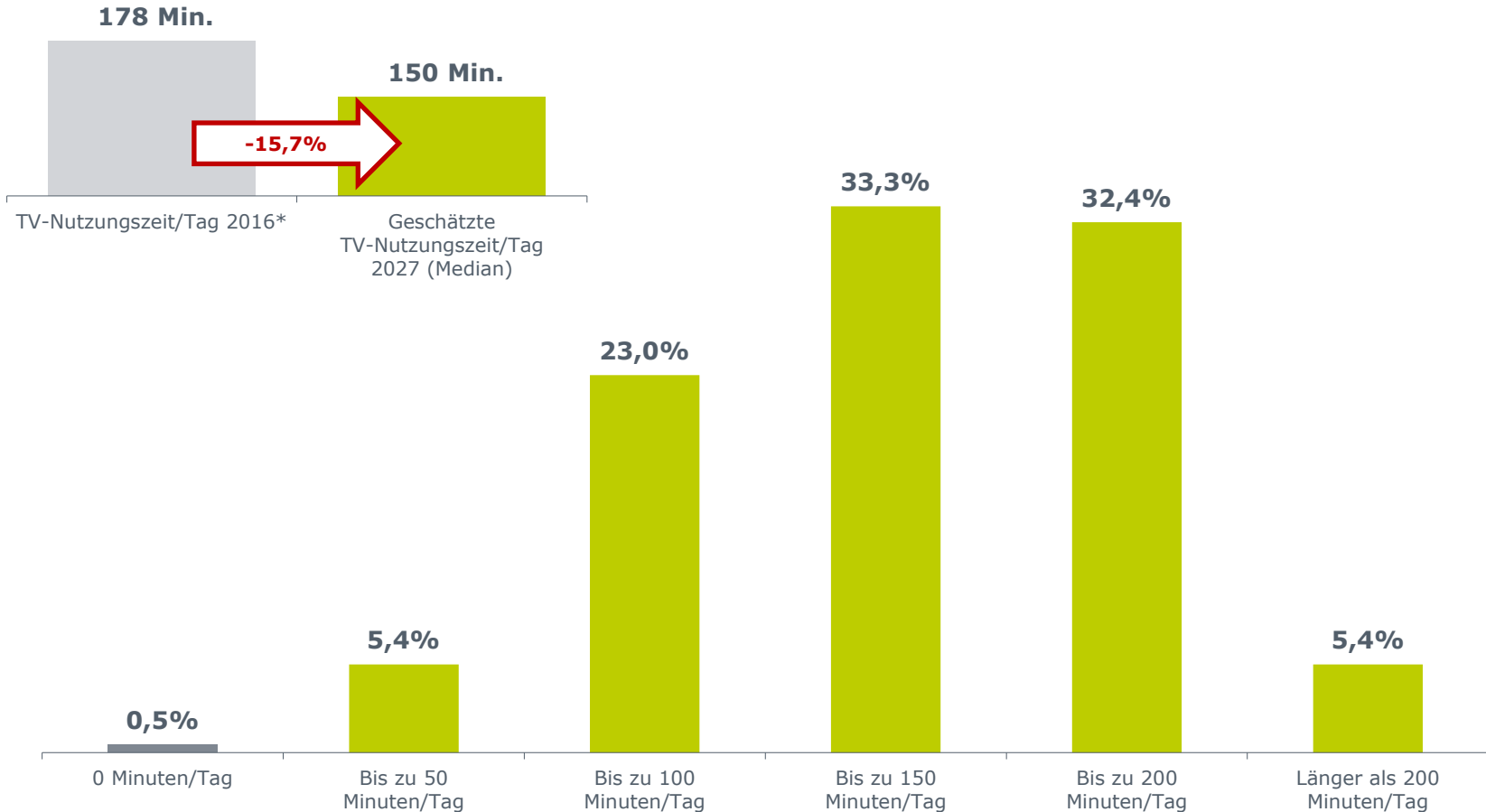
Wie hoch werden die durchschnittlichen täglichen Druckauflagen dieser Tageszeitungen im Jahr 2027 Ihrer Meinung nach sein? (n=204)

Marktanteil der ORF-TV-Senderfamilie: Mittelwert: 26,4% | Median: 28,0%



[...] Wie hoch wird der Marktanteil der ORF-TV-Senderfamilie Ihrer Einschätzung nach im Jahr 2027 in dieser Zielgruppe (österr. Bevölkerung ab 12 Jahren in TV-Haushalten) sein? (n=204)

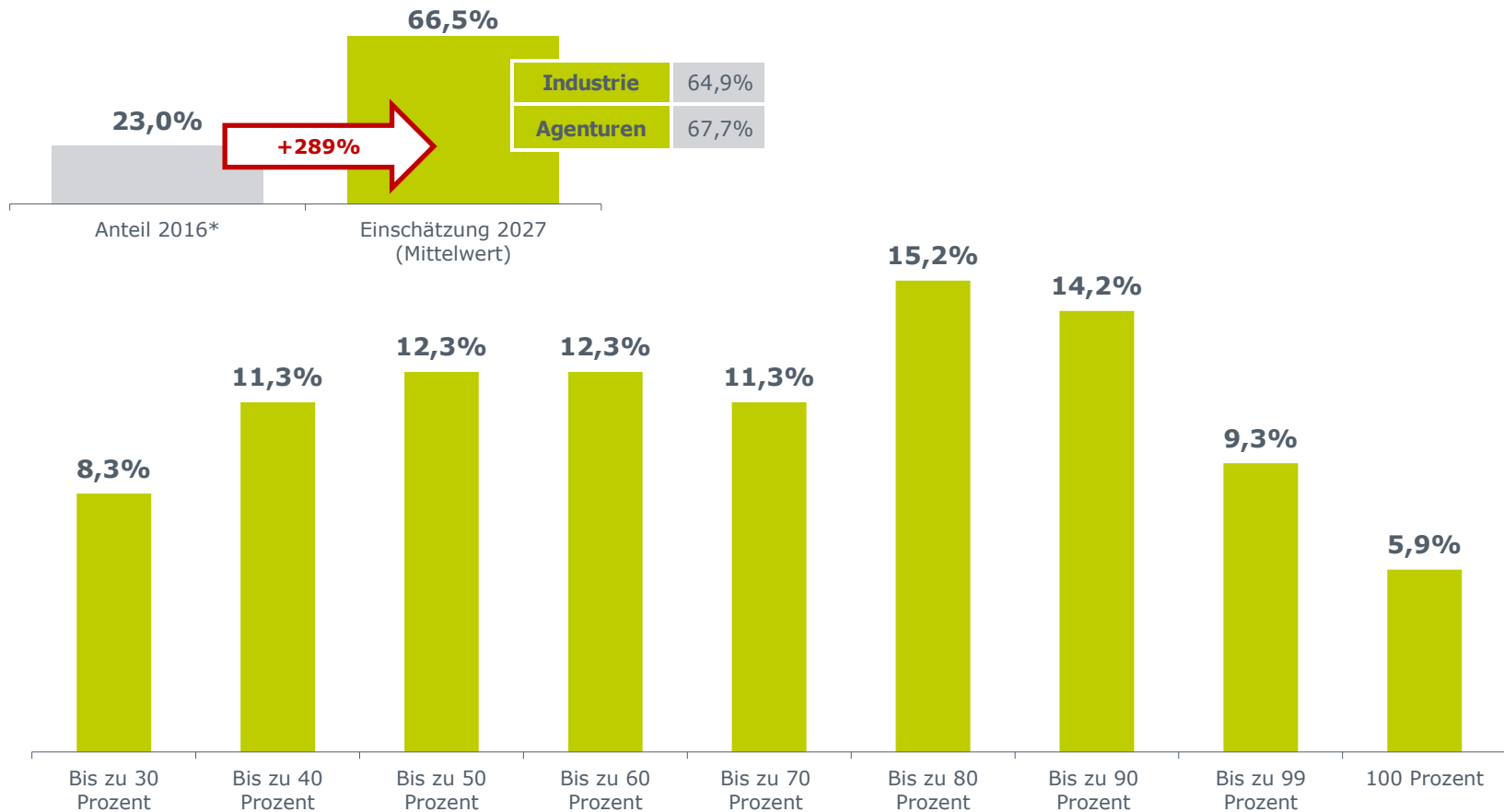
Tägliche TV-Nutzungszeit via TV-Gerät: Mittelwert: 139,5 min. | Median: 150 min.



Wie hoch wird die TV-Nutzungszeit via TV-Gerät Ihrer Ansicht nach im Jahr 2027 bei den ÖsterreicherInnen ab 12 Jahren, die in TV-Haushalten leben, sein? (n=204)

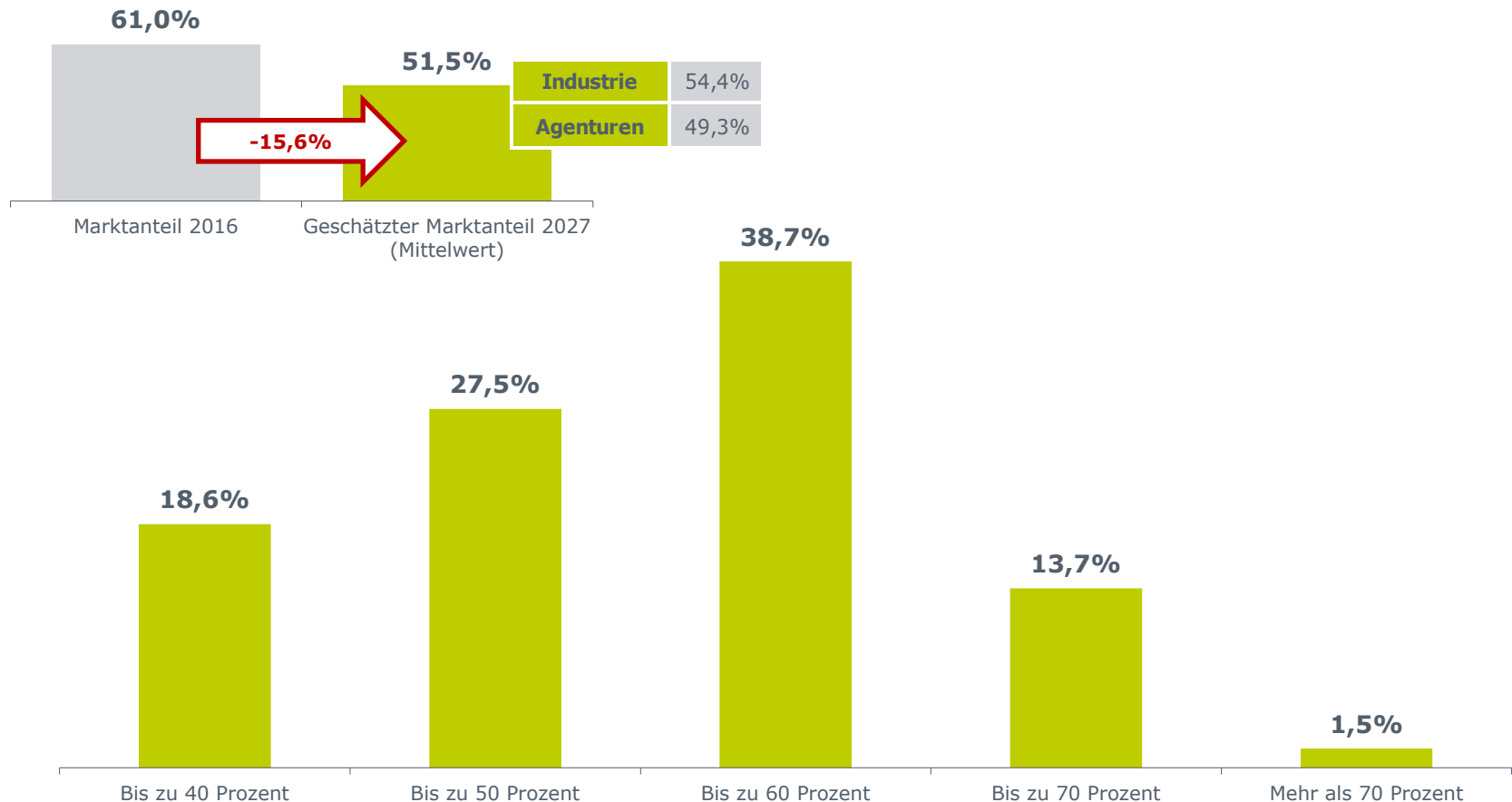
Anteil an TV-Haushalten mit internetfähigem TV-Gerät:

Mittelwert: 66,5% | Median: 70,0%



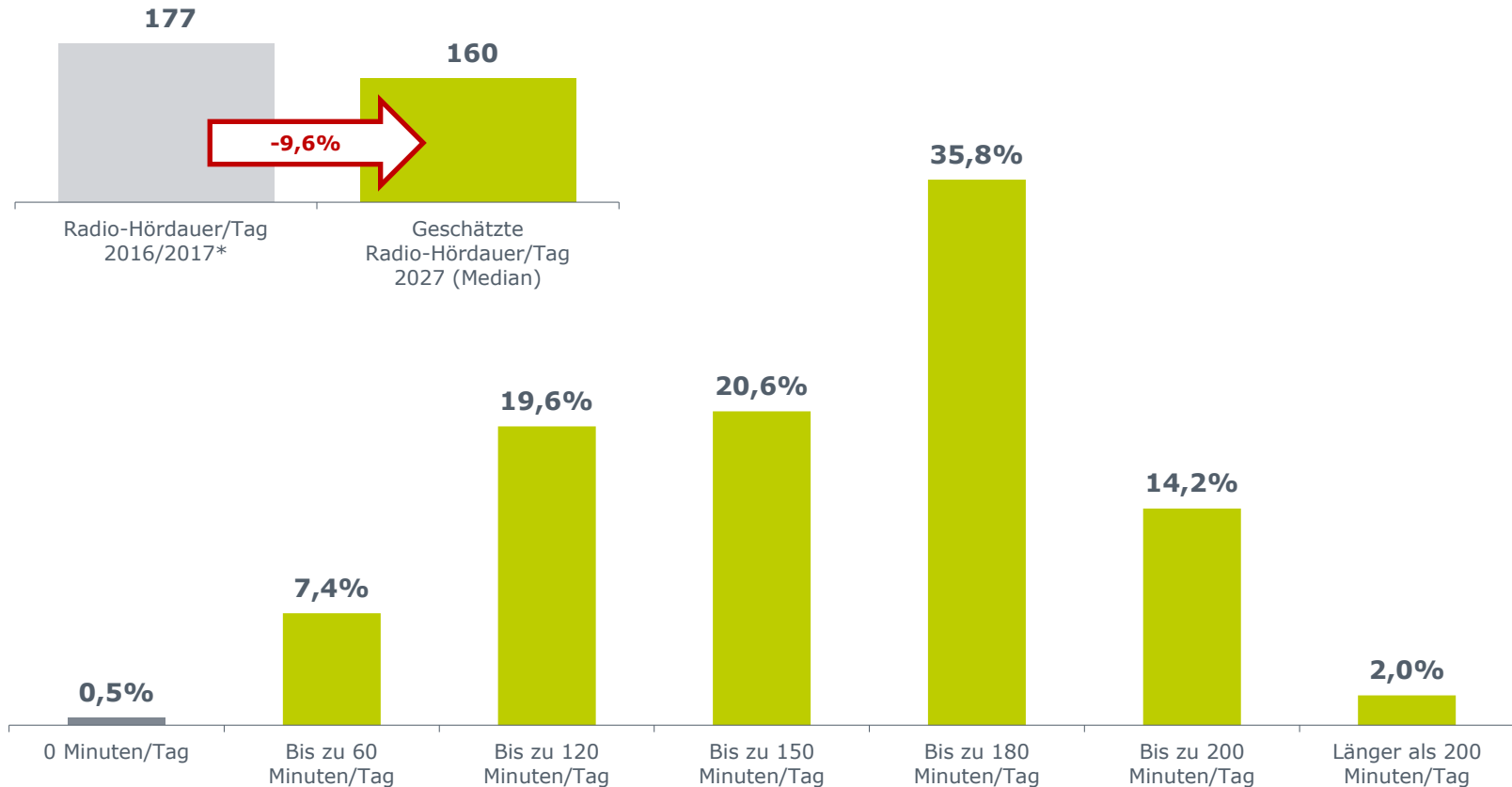
Laut Teletest (2016) befindet sich in 23% der österreichischen TV-Haushalte ein internetfähiges TV-Gerät bzw. Smart-TV [...]. Wie hoch wird dieser Anteil Ihrer Einschätzung nach im Jahr 2027 sein? (n=204)

Marktanteil der ORF-Radio-Senderfamilie: Mittelwert: 51,5% | Median: 55,0%



[...] Wie hoch wird der Marktanteil der ORF-Radio-Senderfamilie Ihrer Einschätzung nach im Jahr 2027 unter den 14-49-Jährigen in Österreich sein? (n=204)

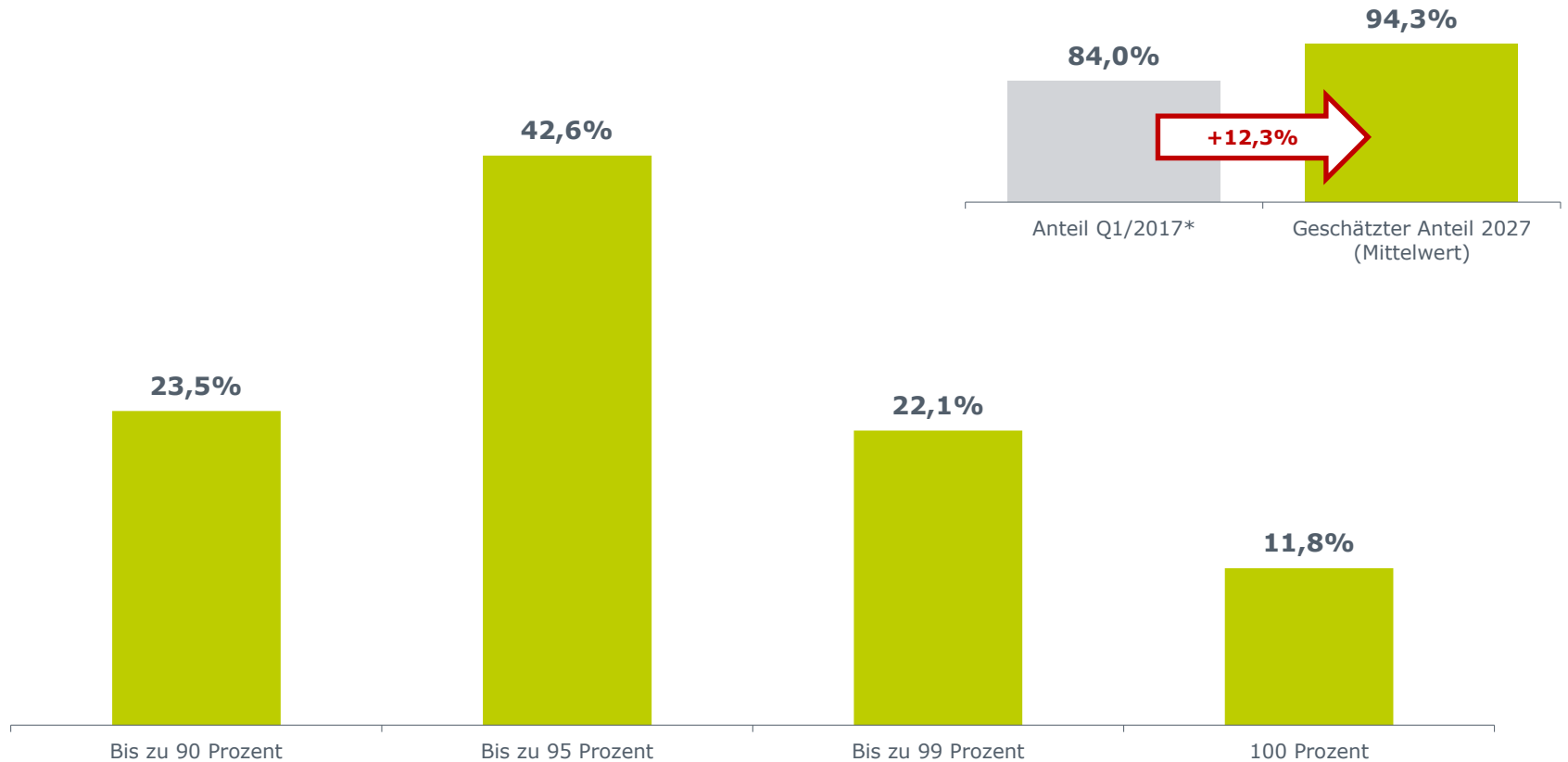
Tägliche Radio-Hördauer: Mittelwert: 149,7 min. | Median: 160 min.



Wie hoch wird die Radio-Hördauer Ihrer Ansicht nach in 10 Jahren in dieser Zielgruppe (14-49-jährigen RadiohörerInnen) sein? (n=204)

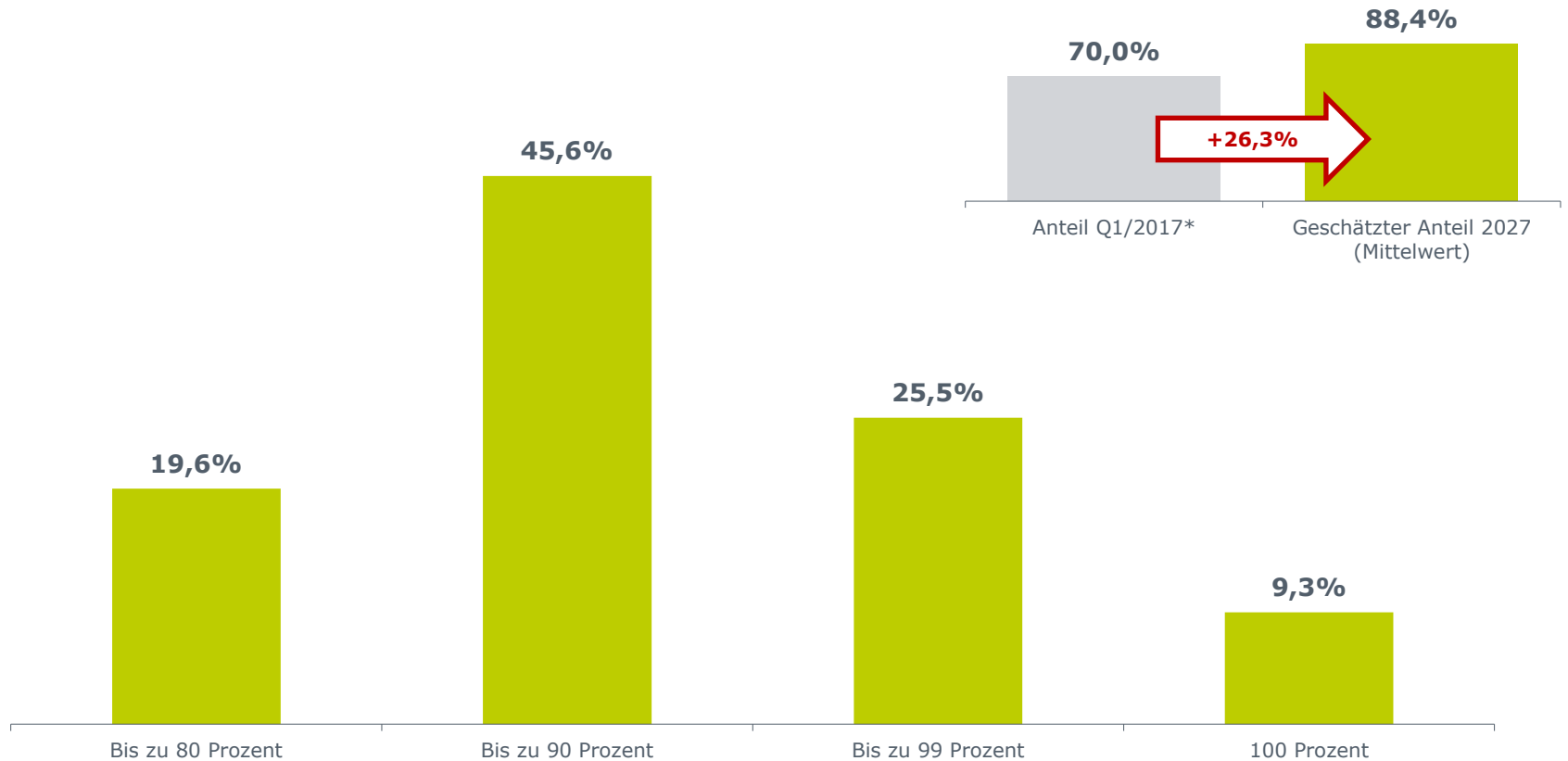
Internet-Nutzung der ÖsterreicherInnen ab 14 Jahre:

Mittelwert: 94,3% | Median: 95,0%



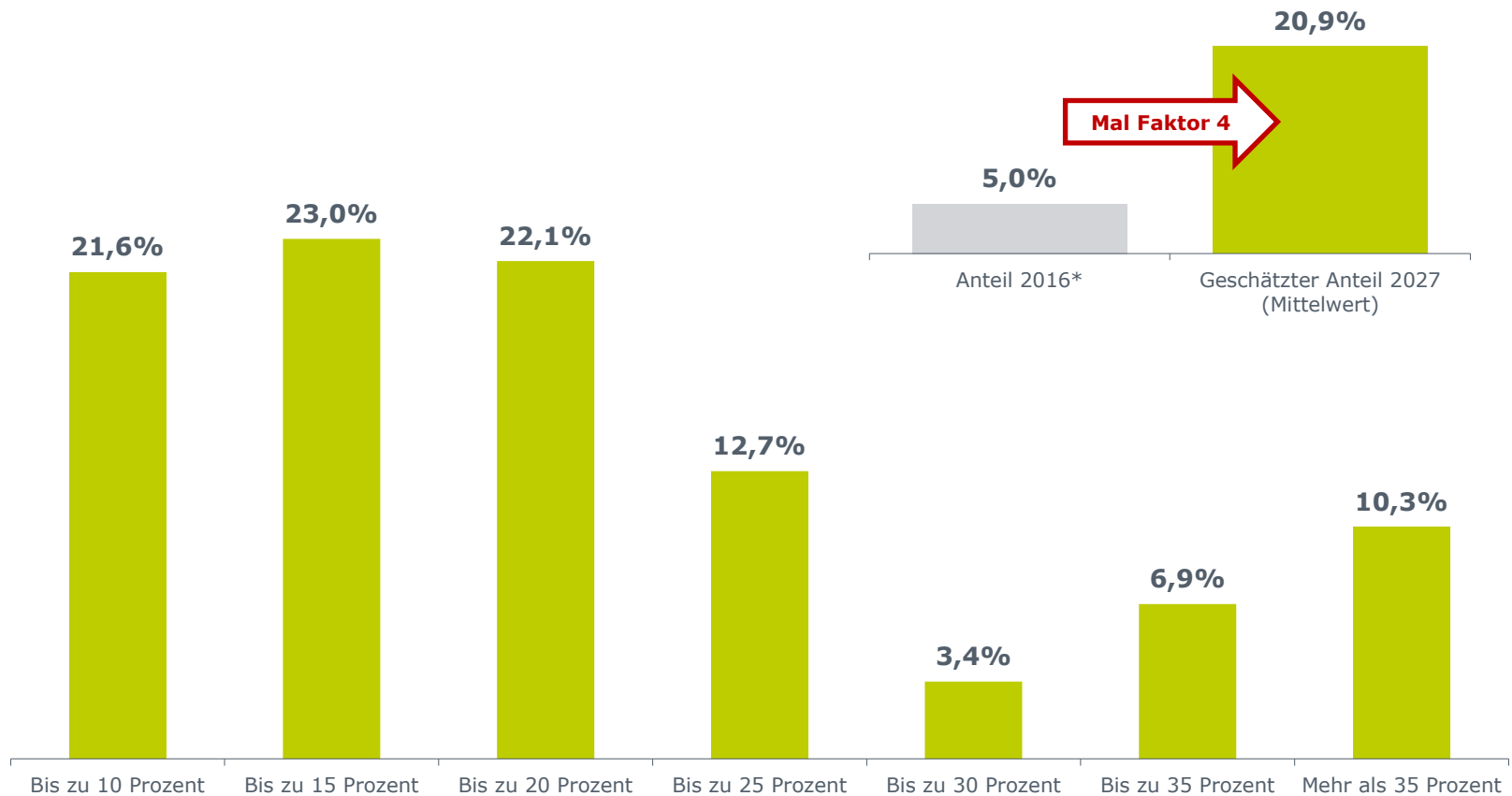
Laut AIM (Austrian Internet Monitor) nutzen 84% der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet (Stand Q1/2017). Wie hoch wird dieser Anteil Ihrer Ansicht nach im Jahr 2027 sein? (n=204)

Anteil der Online-Shopper (AT ab 14 Jahre): Mittelwert: 88,4% | Median: 90,0%



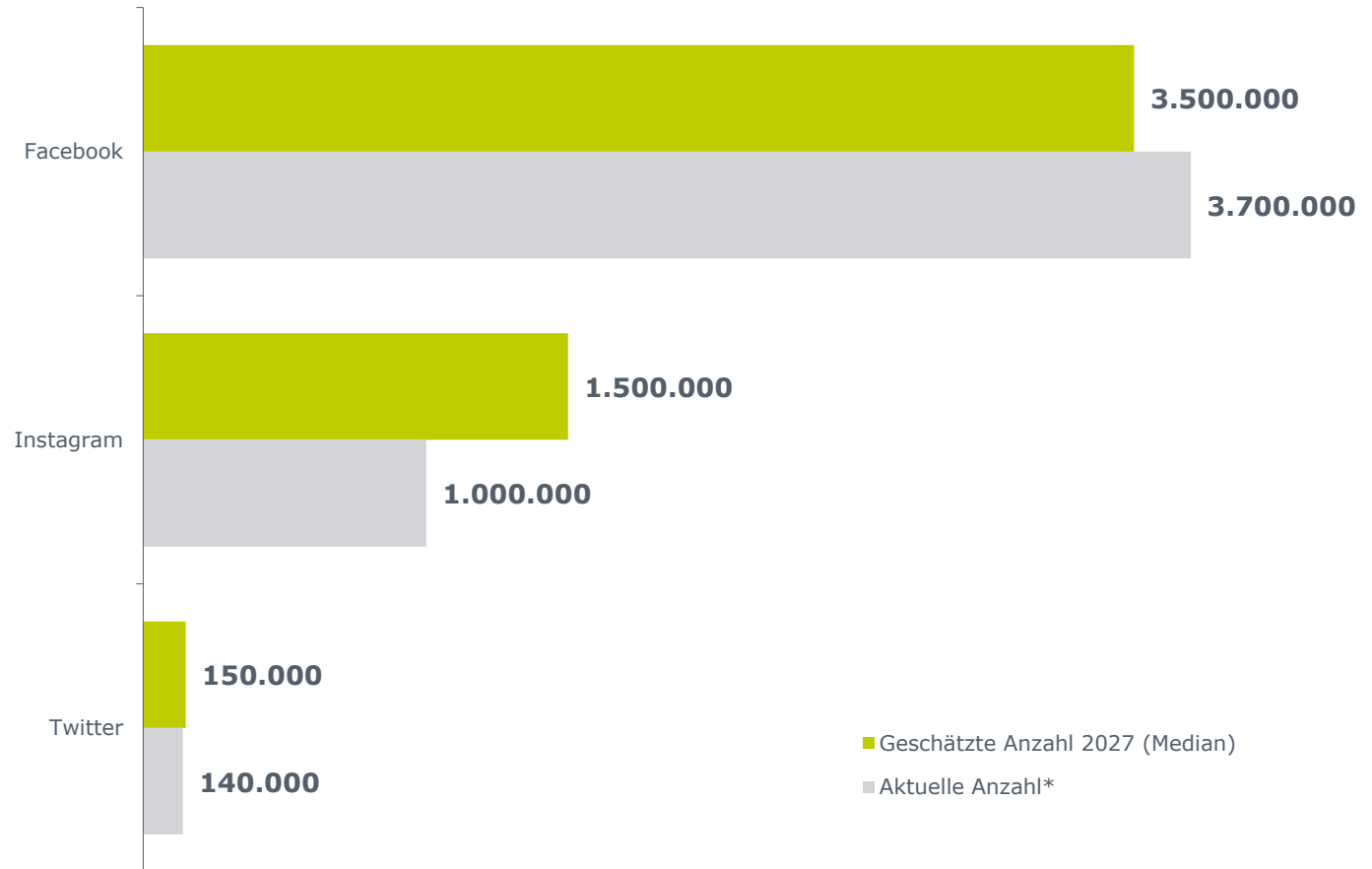
Laut AIM (Austrian Internet Monitor) haben 70% der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren bereits einmal über das Internet eingekauft (Stand Q1/2017). Wie hoch wird dieser Anteil Ihrer Ansicht nach im Jahr 2027 sein? (n=204)

Anteil eCommerce am gesamten Einzelhandelsumsatz in Österreich: Mittelwert: 20,9% | Median: 20,0%



Im Jahr 2016 betrug der Anteil des Brutto-Jahresumsatzes im Internet-Einzelhandel am gesamten Einzelhandelsumsatz quer über alle Warengruppen in Österreich rund 5% [...]. Wie hoch wird dieser Anteil Ihrer Ansicht nach im Jahr 2027 in Österreich sein? (n=204)

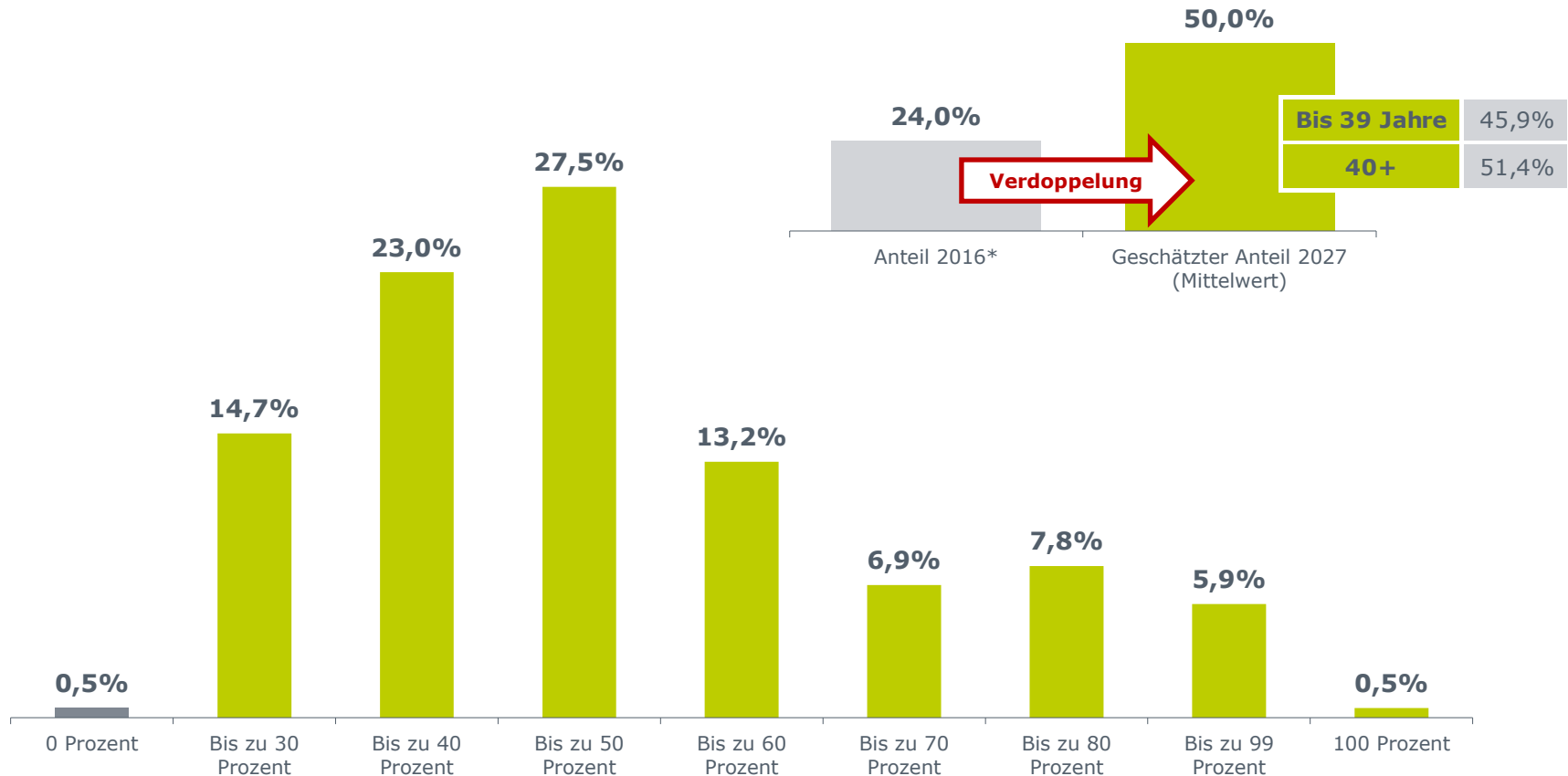
NutzerInnen von Social-Media Plattformen



Wie viele Personen werden diese Social Media Plattformen Ihrer Einschätzung nach im Jahr 2027 in Österreich nutzen? (n=204)



Anteil der Social Media-NutzerInnen unter den 65-74jährigen InternetnutzerInnen in Österreich



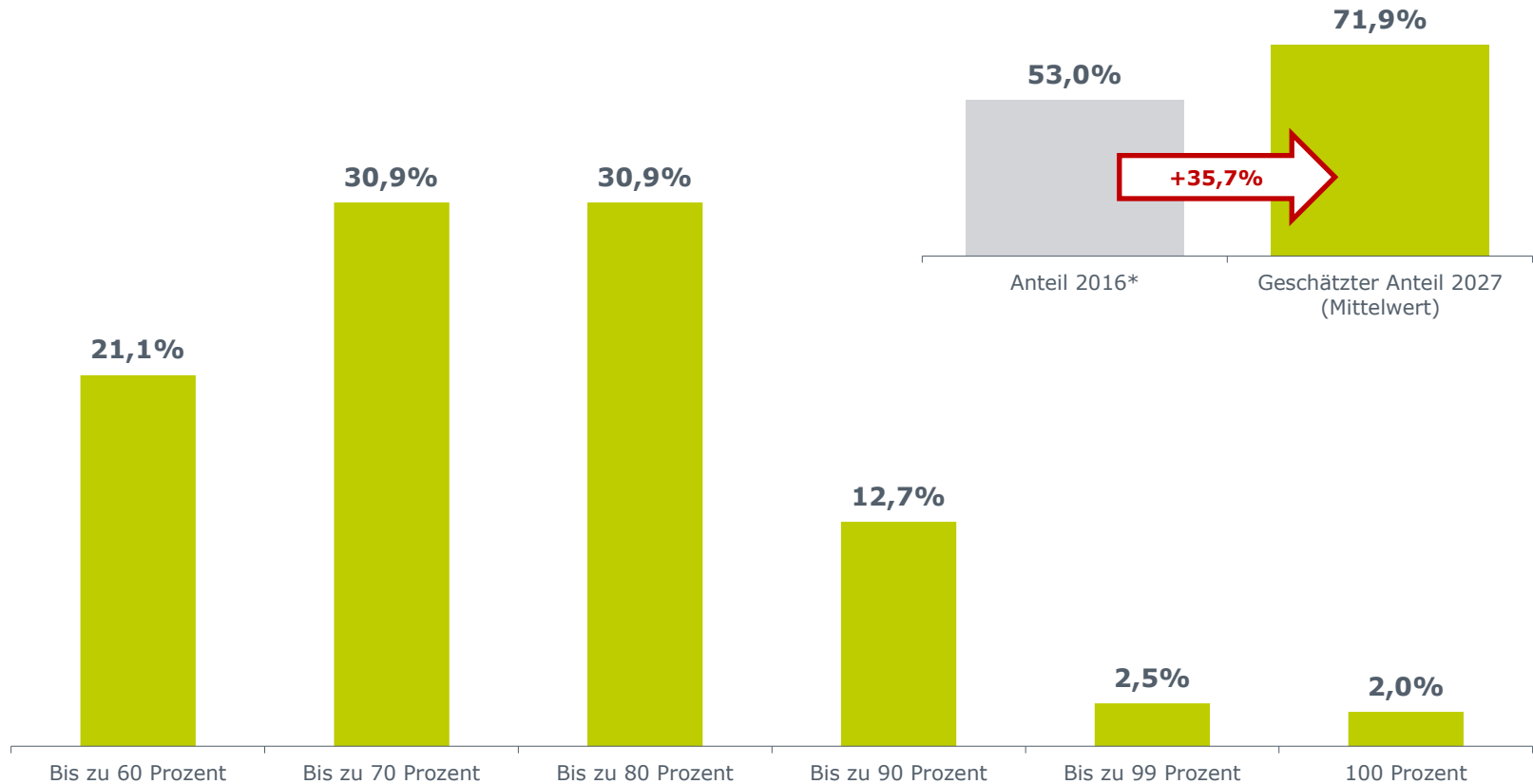
falknereiss
MARKETINGAGENTUR

Im ersten Halbjahr 2016 haben laut Statistik Austria 24% der 65-74-jährigen InternetnutzerInnen in Österreich Soziale Netzwerke genutzt. Wie hoch wird dieser Anteil Ihrer Ansicht nach 2027 sein? (n=204)

* Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2.Quartal 2016

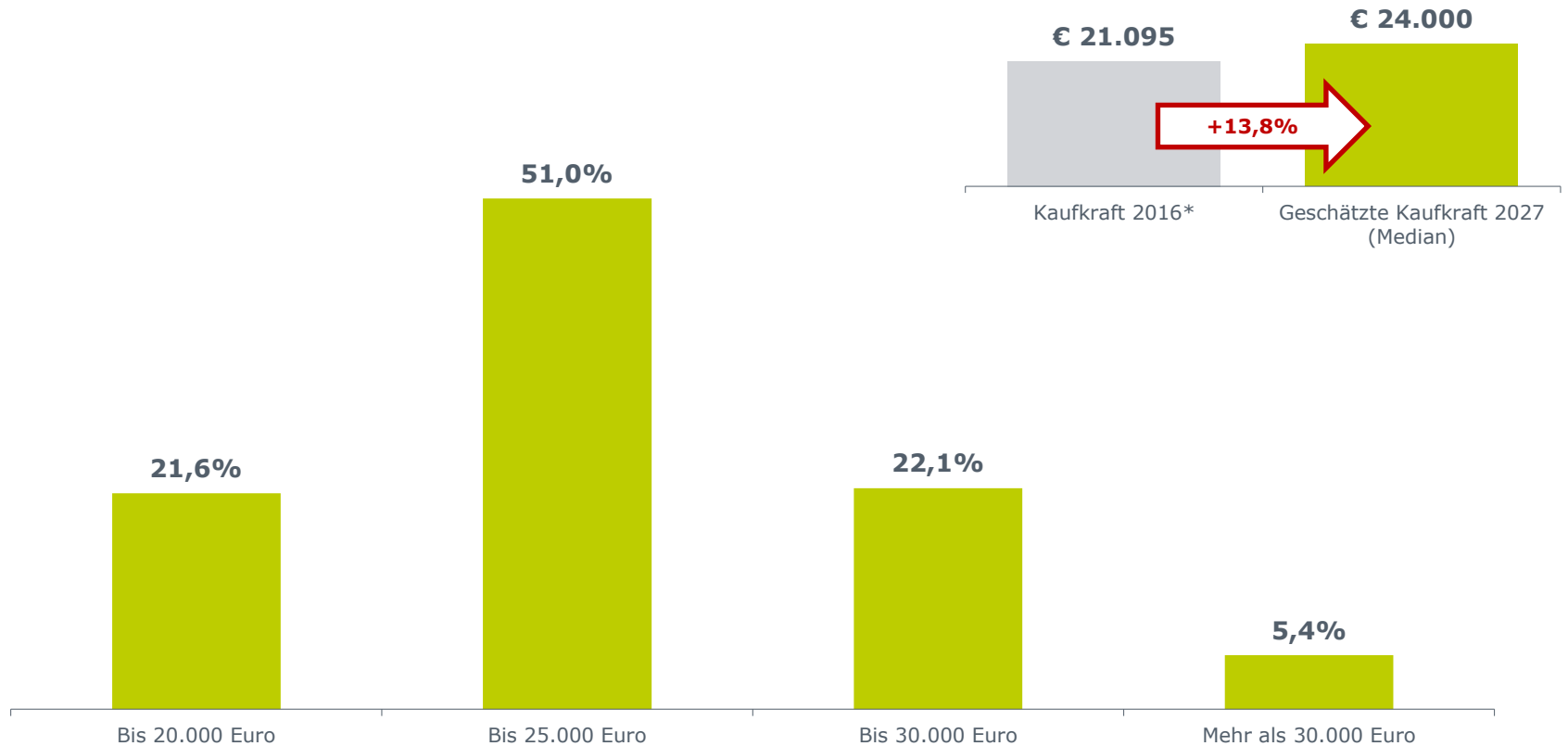
MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Anteil der NutzerInnen von Online Medien unter den 65-74jährigen InternetnutzerInnen in Österreich



Kaufkraft pro Kopf:

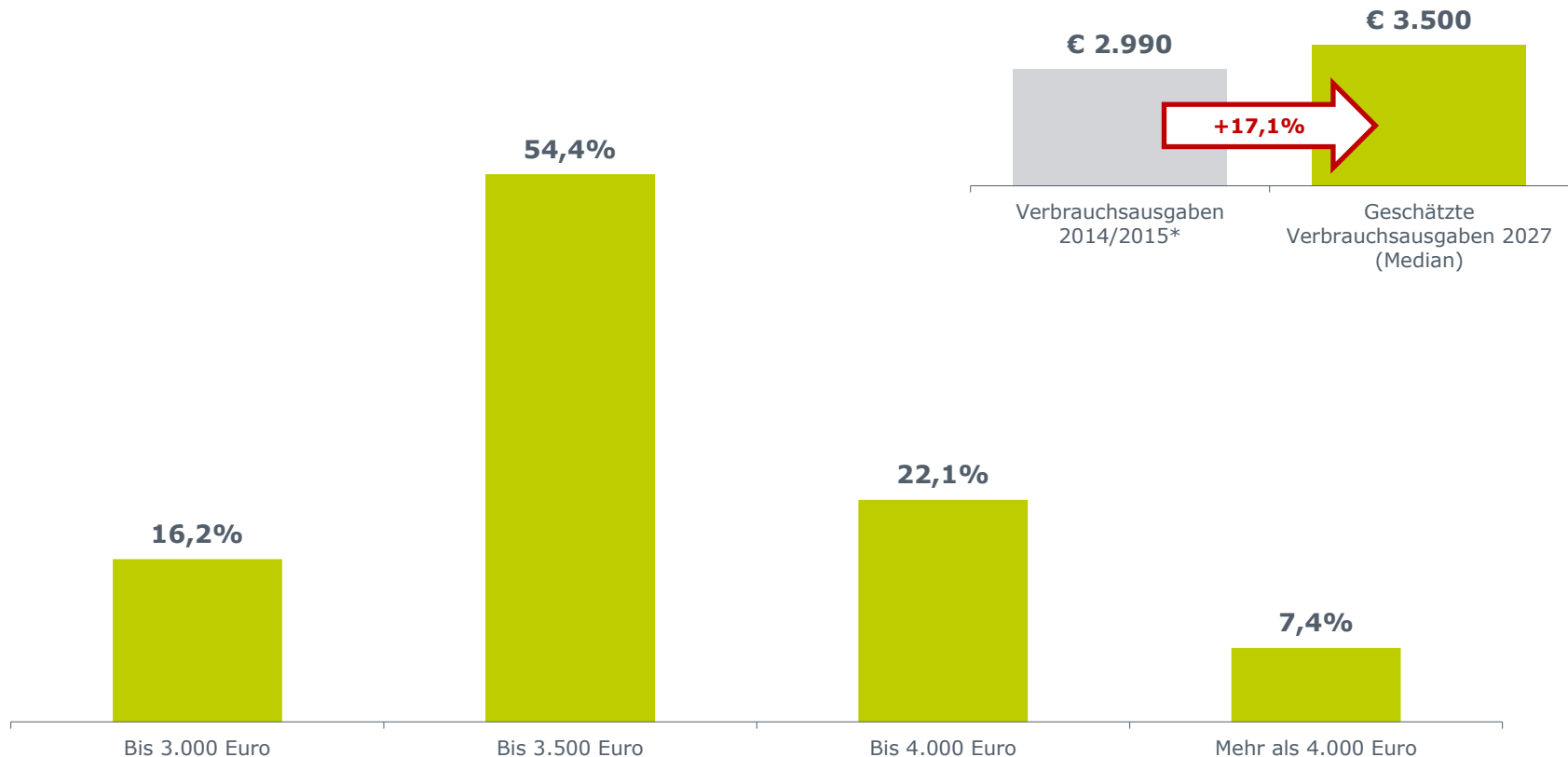
Mittelwert: € 24.881,- | Median: € 24.000,-



[...] Inwieweit wird sich die Kaufkraft der ÖsterreicherInnen Ihrer Meinung nach bis 2027 entwickeln?
(n=204)

Monatliche Verbrauchsausgaben privater Haushalte:

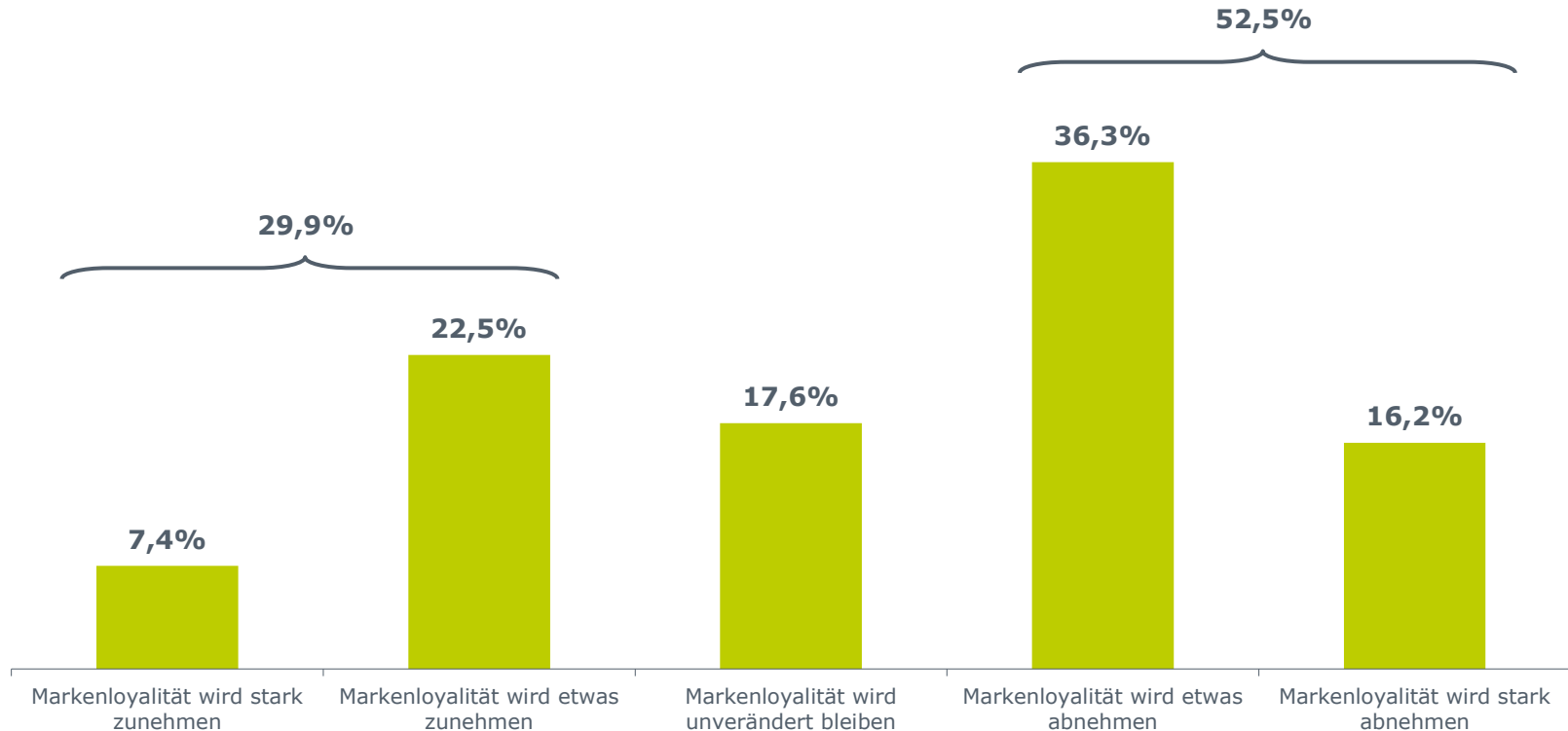
Mittelwert: € 3.587,- | Median: € 3.500,-



[...] Wie hoch werden die durchschnittlichen monatlichen Verbrauchsausgaben privater Haushalte in Österreich Ihrer Ansicht nach im Jahr 2027 sein? (n=204)



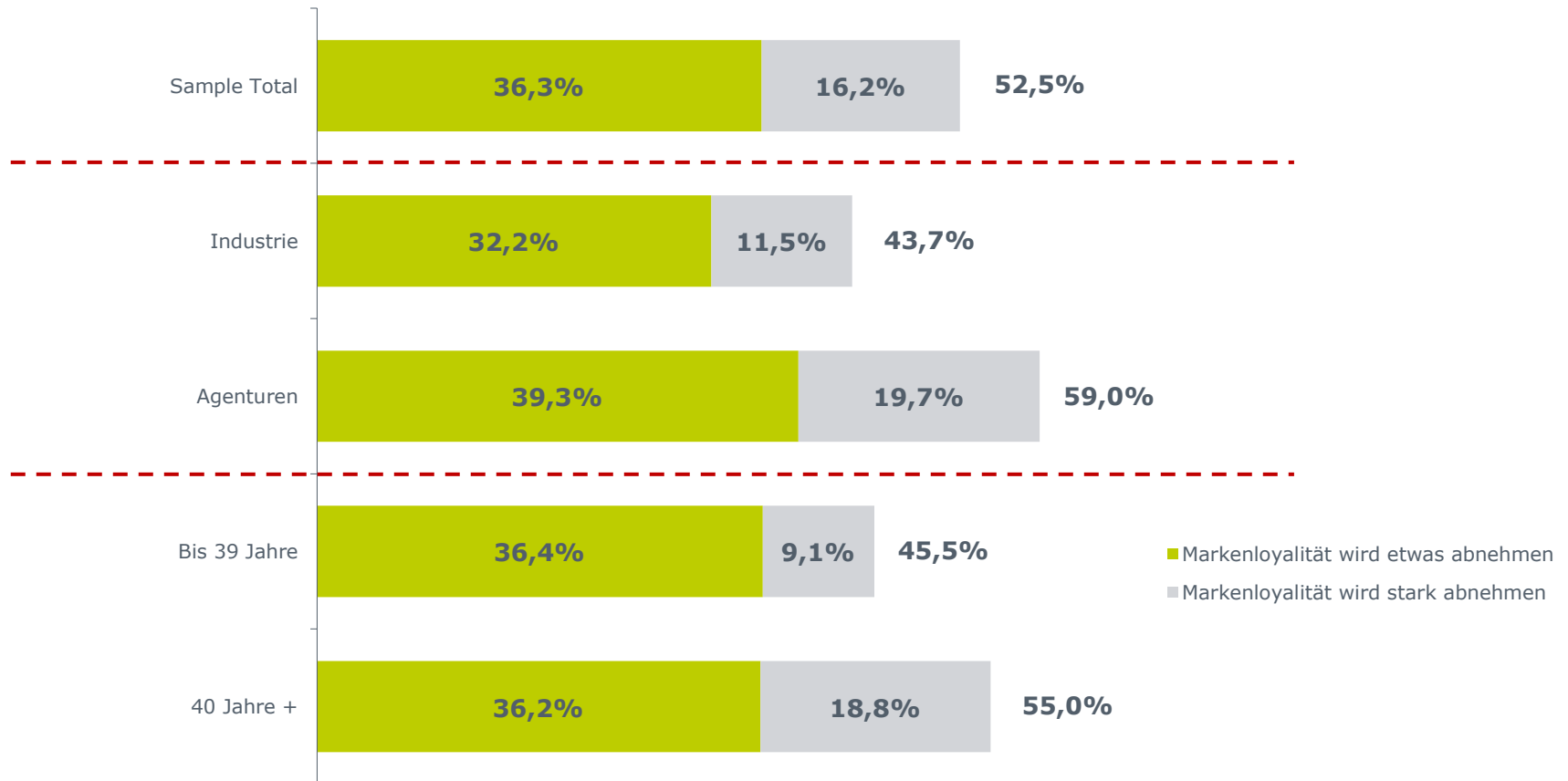
Veränderung der Markenloyalität in den kommenden 10 Jahren



Inwieweit wird sich die Markenloyalität der österreichischen Bevölkerung, also die langfristige Bindung der Kunden an ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung, innerhalb der kommenden 10 Jahre verändern? (n=204; MW 3,30)

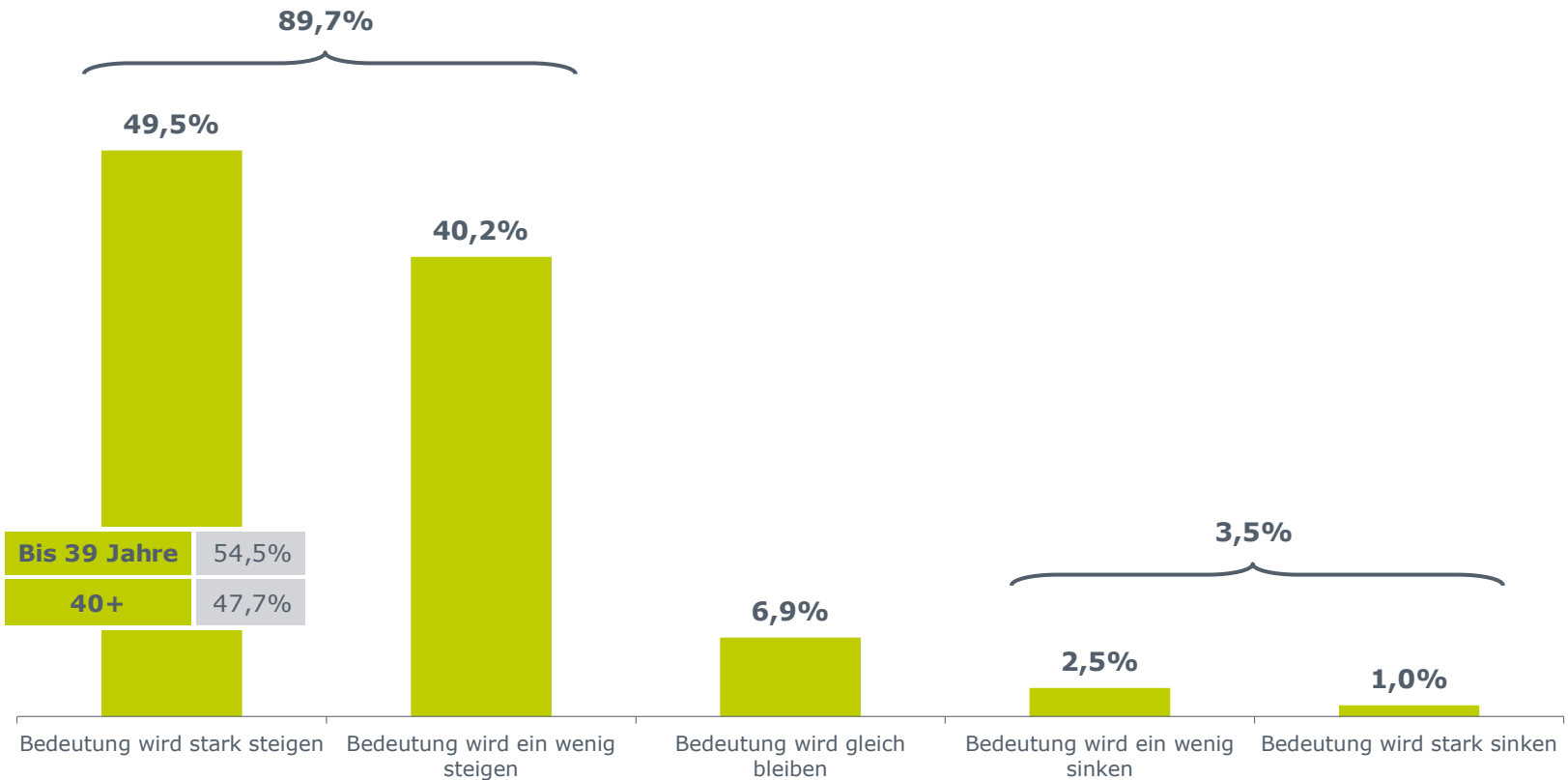
Markenloyalität: Auftraggeber vs. Auftragnehmer / Alt vs. Jung

Bottom-2-Boxes: „Markenloyalität wird etwas/stark abnehmen“



Inwieweit wird sich die Markenloyalität der österreichischen Bevölkerung, also die langfristige Bindung der Kunden an ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung, innerhalb der kommenden 10 Jahre verändern? (n=204)

Veränderung der Bedeutung von regionalen Produkten und Marken in den kommenden 10 Jahren



Inwieweit wird sich die Bedeutung von regionalen Produkten und Marken für die österreichische Bevölkerung in den kommenden 10 Jahren verändern? (n=204; MW 1,70)



Fred Reiss, Mag.
reiss@falknereiss.com
+43 (0)1 - 6001393

Thomas Schwabl, Mag.
t.schwabl@marketagent.com
+43 (0)2252 – 909 009

