

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Shift happens - neue Herausforderungen für Print, TV und Radio



Thomas Schwabl
Wien, am 03. Mai 2010

Umfrage-Basics / Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 65 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.004 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 25.03.2010 – 11.04.2010
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 65 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 67 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples:

Basis	1.000	in %
Geschlecht		
Männlich	485	48,5%
Weiblich	515	51,5%
Alter		
14 - 19 Jahre	109	10,9%
20 - 29 Jahre	178	17,8%
30 - 39 Jahre	206	20,6%
40 - 49 Jahre	236	23,6%
50 - 59 Jahre	182	18,2%
60 - 65 Jahre	89	8,9%
Familienstand		
Alleinstehend/Single	213	21,3%
In Partnerschaft	289	28,9%
Verheiratet	406	40,6%
Geschieden	50	5,0%
Verwitwet	11	1,1%
Keine Angabe	31	3,1%



Agenda



FERNSEHEN



RADIO



PRINT (am Beispiel Tageszeitungen)



Agenda



FERNSEHEN



RADIO

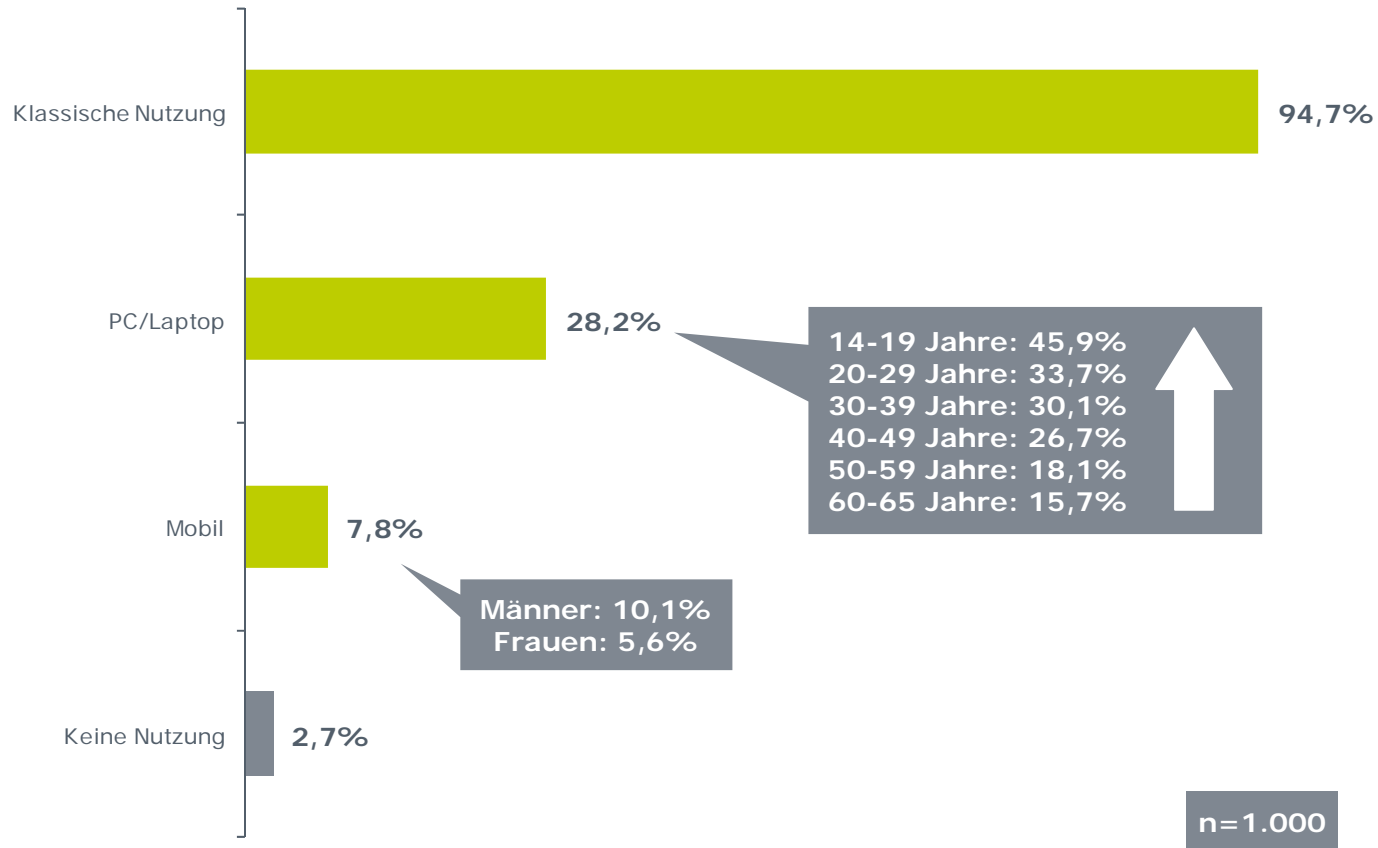


PRINT (am Beispiel Tageszeitungen)



Bereits knapp jeder Dritte konsumiert TV-Inhalte am PC, bei den Teens sind es bereits mehr als 45 Prozent.

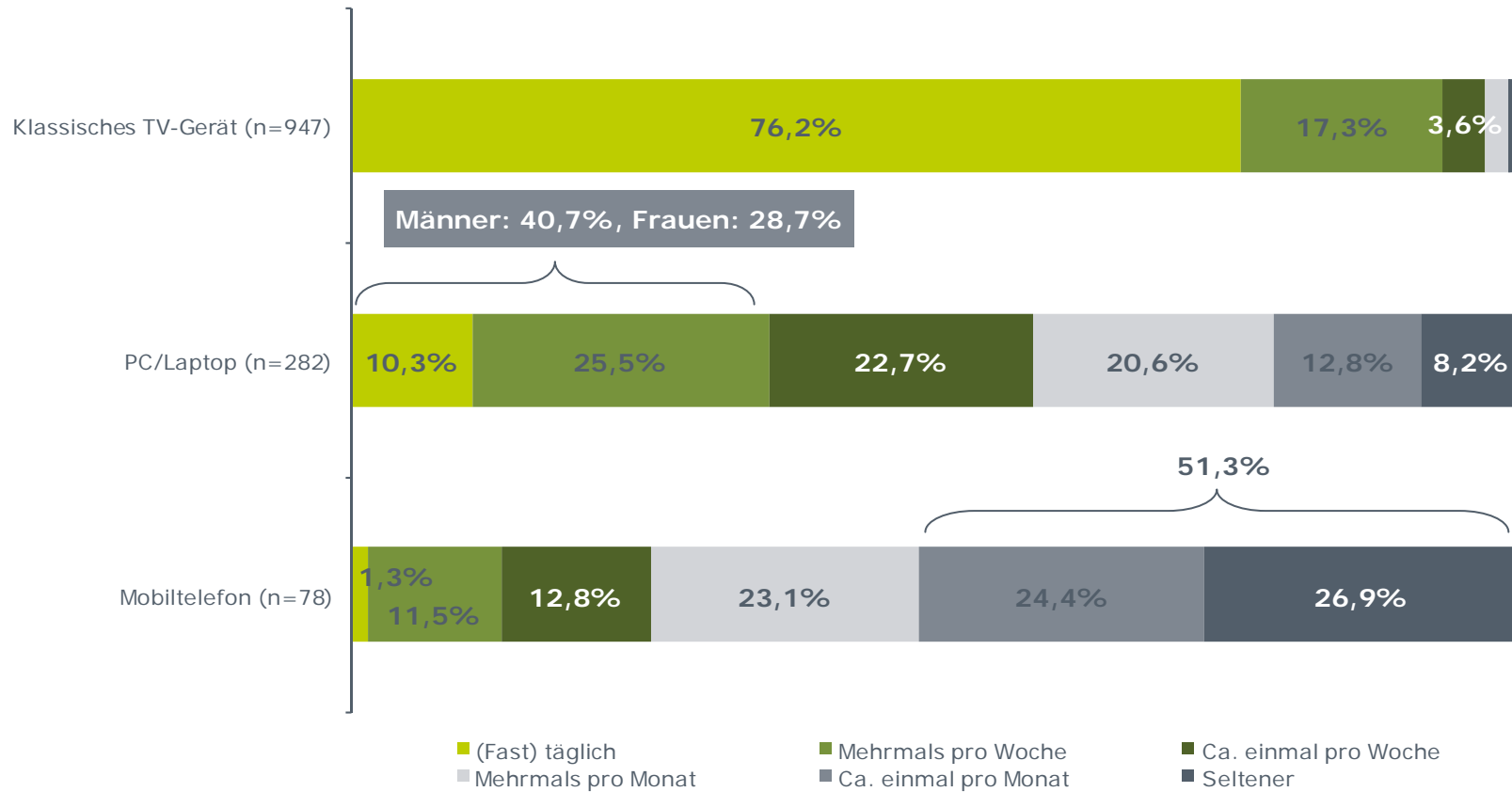
Kanäle, über die fallweise ferngesehen wird



Über welche Kanäle sehen Sie zumindest fallweise fern?



Die Mehrheit der TV-Nutzung erfolgt über den klassischen Fernseher. Das Mobiltelefon kommt nur sehr selektiv zum Einsatz.



Wie oft sehen Sie durchschnittlich über ein klassisches TV-Gerät/ über PC/Laptop/ über das Mobiltelefon fern?



Im Wohnzimmer genießt man den großen Bildschirm, am Computer holt man Versäumtes nach und am Handy bekämpft man Langeweile.

Top 3 Gründe - Klassische Nutzung	n=947
Größeres Bild/ größerer Bildschirm	26,8%
Gemütlich/ gemütliche Atmosphäre/ kann mich dabei gemütlich aufs Sofa legen/ vom Sessel aus schauen	13,8%
Aus Gewohnheit	13,6%
Top 3 Gründe - PC/Laptop	n=282
Um Versäumtes, verpasste Sendungen anzusehen	16,7%
Praktisch wenn man unterwegs ist/ kann das Laptop mitnehmen/ wenn ich auf Reisen bin	11,7%
YouTube/ YouTube gibt's nicht im normalen Fernsehen/ Videos auf YouTube	8,5%
Top 3 Gründe - Mobiltelefon	n=78
Überall nutzbar / für unterwegs / mobil	39,7%
Aus Langeweile	20,5%
Bei Busfahrten / Zugfahrten	6,4%



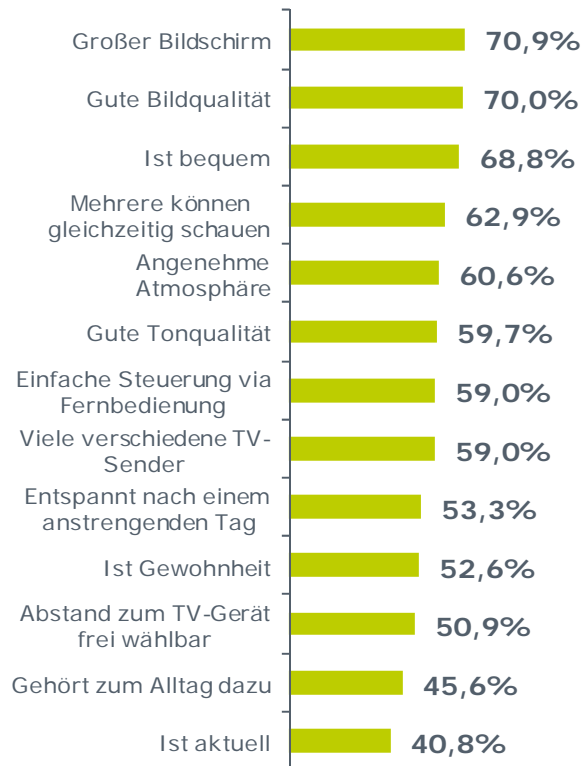
Aus welchen Gründen sehen Sie zumindest fallweise über ein klassisches TV-Gerät/ über PC/Laptop/ über das Mobiltelefon fern?



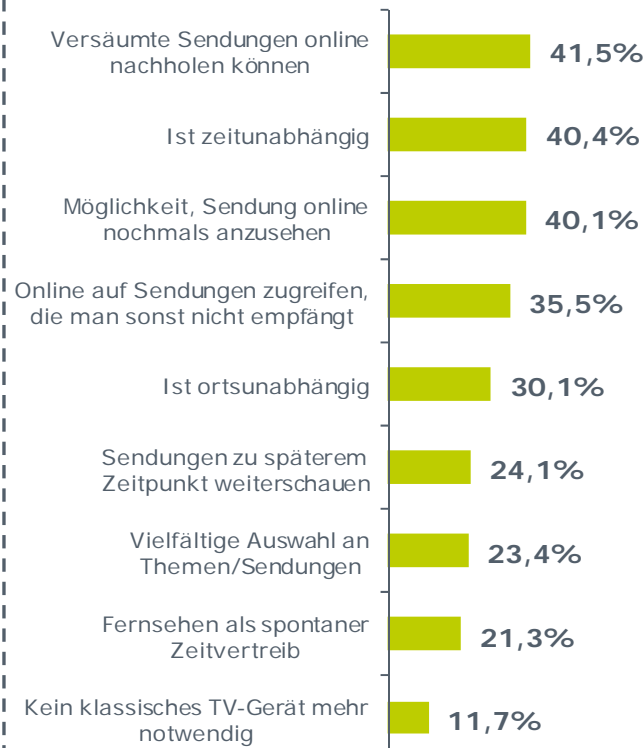
MARKETAGENT.COM

Flexible Inhalte sowie die Orts- und Zeitunabhängigkeit sind die Impulsgeber für alternative Nutzungskanäle.

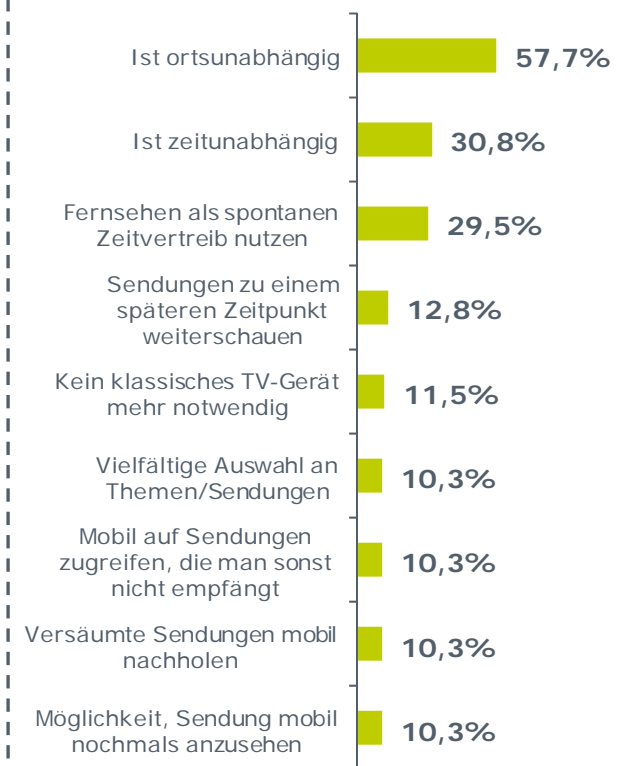
Klassisches TV-Gerät Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



PC/Laptop zum Fernsehen Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



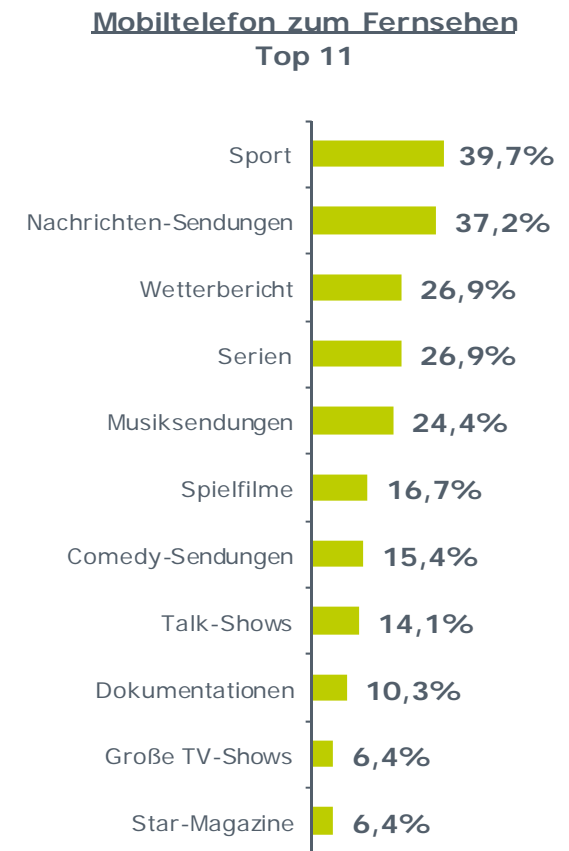
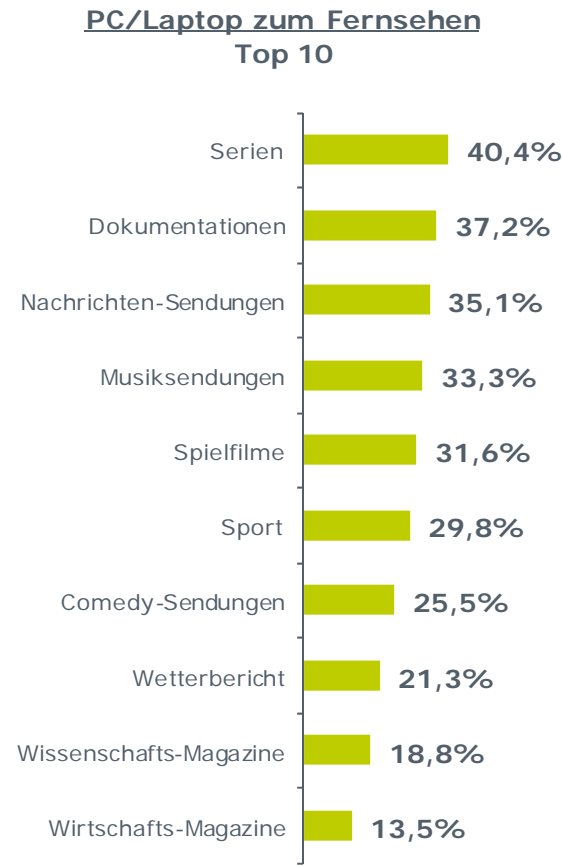
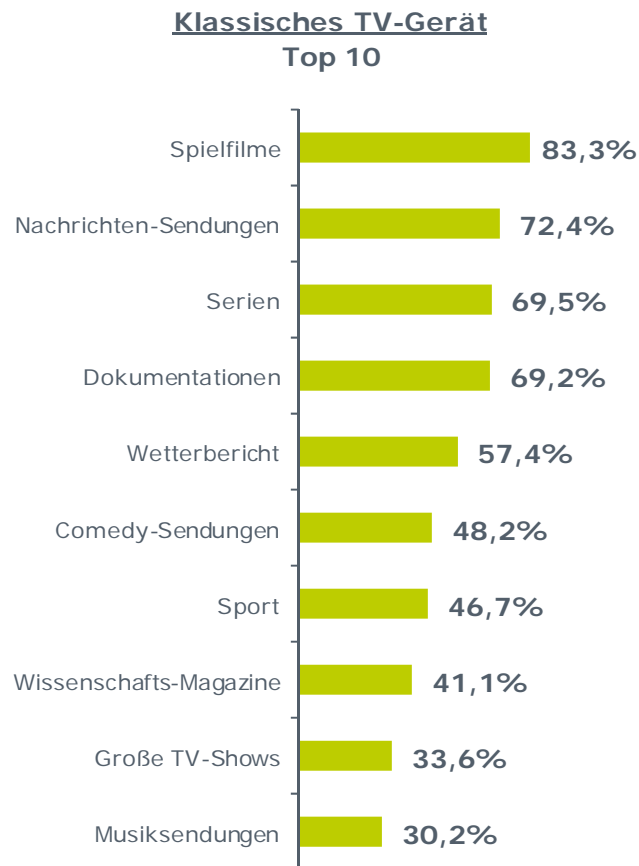
Mobiltelefon zum Fernsehen Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



Inwieweit sind diese Aspekte für Sie ausschlaggebend dafür, ein ... zum Fernsehen zu nutzen, im Unterschied zu anderen Möglichkeiten wie ...? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „sehr ausschlaggebend“ bis „überhaupt nicht ausschlaggebend“, dazwischen können Sie fein abstufen.



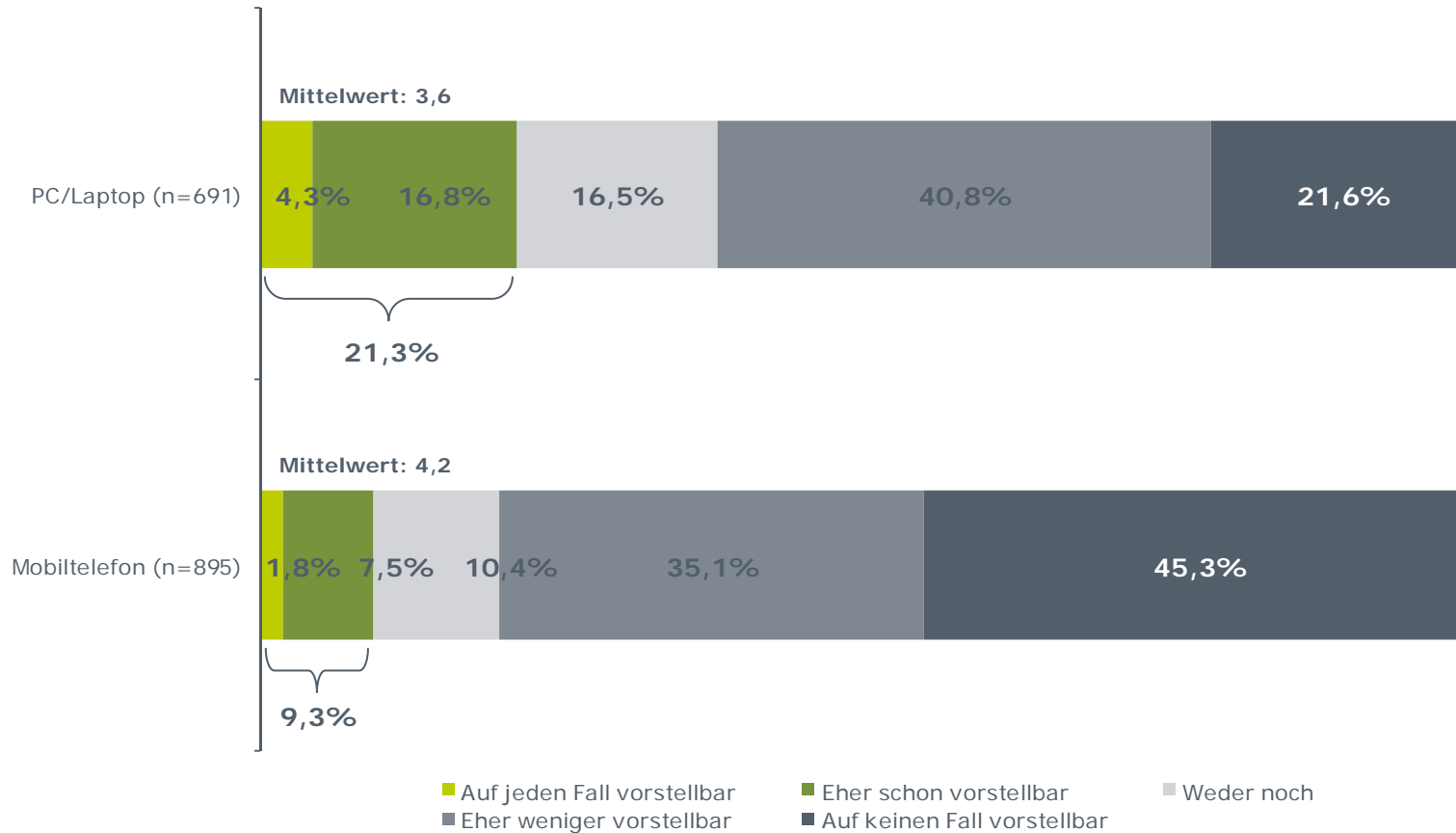
Am Handy werden vorwiegend Sport- und Nachrichtensendungen konsumiert, Spielfilme sieht man bevorzugt über den klassischen Fernseher.



Welche Art von Sendungen bzw. Sendungen zu welchen Themen sehen Sie gerne, wenn Sie über ein klassisches TV-Gerät/ über PC/Laptop/ das Mobiltelefon fernsehen?



Nicht-Nutzer-Potenzial: Rund 21% können sich die Konsumation von TV-Inhalten am PC vorstellen, am Handy sind es „lediglich“ 9%.



Inwieweit können Sie sich vorstellen, künftig über PC/Laptop bzw. Mobiltelefon fernzusehen?

MARKETAGENT.COM

Ein zu kleiner Bildschirm und fehlende technische Voraussetzungen sind die wesentlichen Hinderungsgründe für alternative Nutzungsformen.

	TV	n=691
PC/Laptop	Das Bild, der Bildschirm ist zu klein	20,7%
	Mein Laptop hat nicht die technischen Voraussetzungen/ habe keine TV-Karte eingebaut	14,8%
	Unbequem allgemein	14,2%
	TV	n=895
Mobiltelefon	Das Bild, der Bildschirm ist zu klein	42,9%
	Kann mein Handy nicht/ mein Handy ist zu alt	18,4%
	Ist zu teuer/ Kosten	16,3%



Warum sehen Sie nicht über PC/Laptop bzw. das Mobiltelefon fern?

MARKETAGENT.COM

Agenda



FERNSEHEN



RADIO

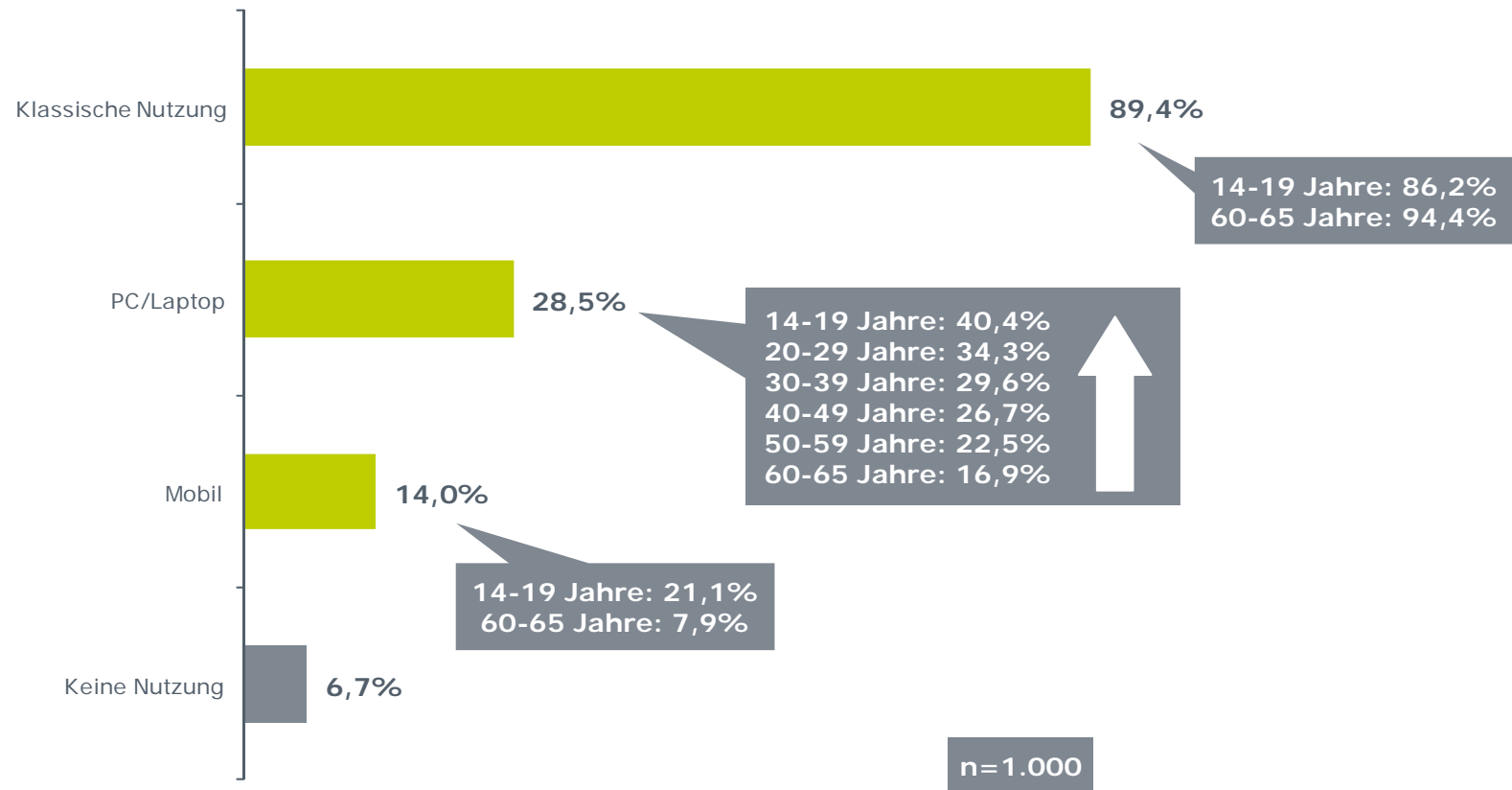


PRINT (am Beispiel Tageszeitungen)



Jugendliche zeigen ein durch die neuen Medien signifikant verändertes Radio-Nutzungsverhalten.

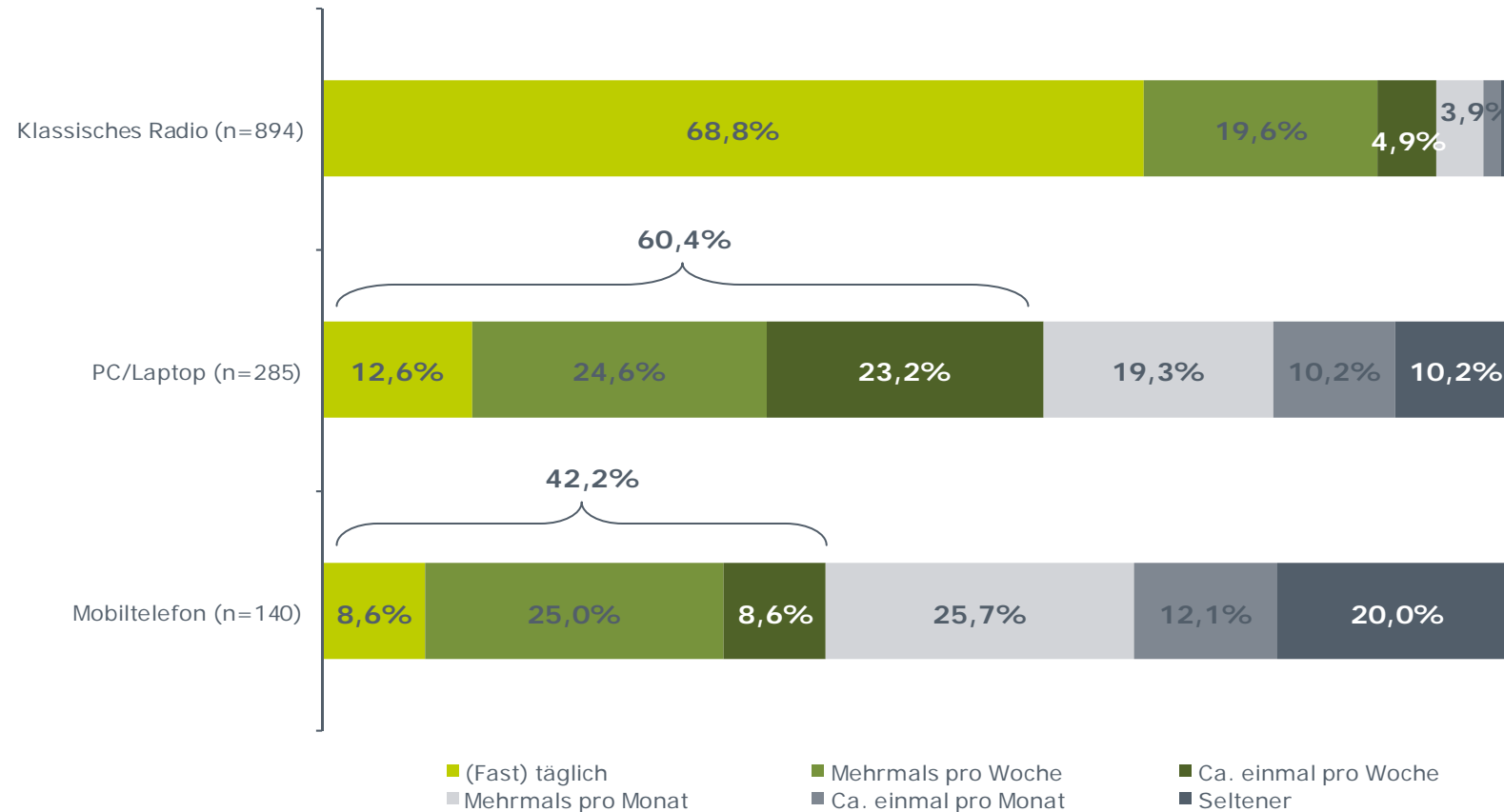
Kanäle, über die fallweise Radio gehört wird



Über welche Kanäle hören Sie zumindest fallweise Radioprogramme bzw. Hörfunksendungen?



6 von 10 Personen, die Radio-Inhalte am Computer konsumieren, nutzen diese Möglichkeit zumindest einmal pro Woche – am Handy sind dies 42%.



Wie oft hören Sie durchschnittlich über ein klassisches Radio-Gerät/ über PC/Laptop/ über das Mobiltelefon Radioprogramme bzw. Hörfunksendungen?



MARKETAGENT.COM

Das Handy liefert Radio-Inhalte für unterwegs und beim Sport; am Rechner wird Radio neben der Arbeit konsumiert.

Top 3 Nennungen - Klassisches Radio-Gerät	n=894
Höre Radio im Auto/ gehört zum Autofahren/ weil ich viel Auto fahre	23,0%
Man braucht nur auf den Knopf zu drücken/ bequem, weil man nur einschalten muss/ ein Knopfdruck genügt/ ist am einfachsten	18,9%
Aus Gewohnheit	10,2%
Top 3 Nennungen - PC/Laptop	n=285
Höre ich, wenn ich am PC arbeite/ bietet sich an, wenn ich am Rechner beschäftigt bin	24,9%
Mehr Sender/ Sender die man übers normale Radio nicht empfängt/ ausländische Sender	18,6%
Kein normales Radiogerät vorhanden/ wenn kein Radiogerät zur Verfügung steht	9,5%
Top 3 Nennungen - Mobiltelefon	n=140
Unterwegs/ gut für unterwegs/ wenn ich nicht zu Hause bin/ auf Reisen/ im Zug/ in der U-Bahn	42,9%
Beim Sport	12,1%
Bequem/ einfach/ praktisch	8,6%



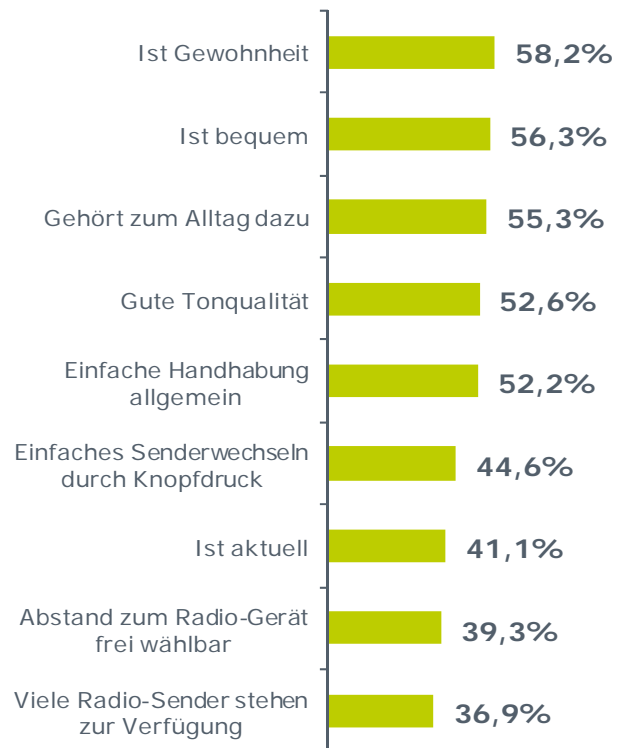
Aus welchen Gründen hören Sie zumindest fallweise über ein klassisches Radio-Gerät/ über PC/Laptop/ über das Mobiltelefon Radioprogramme bzw. Hörfunksendungen?



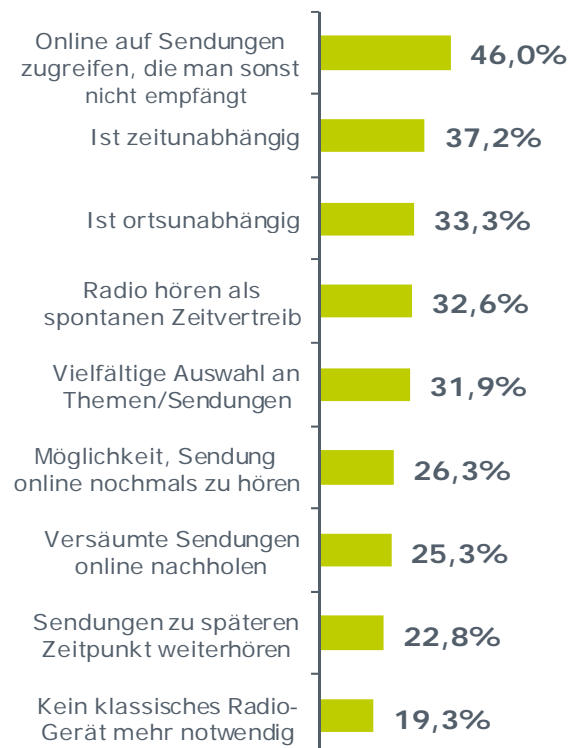
MARKETAGENT.COM

Das klassische Radio-Gerät ist bequem und gehört zum Alltag einfach dazu. Alternative Kanäle bieten vor allem Unabhängigkeit.

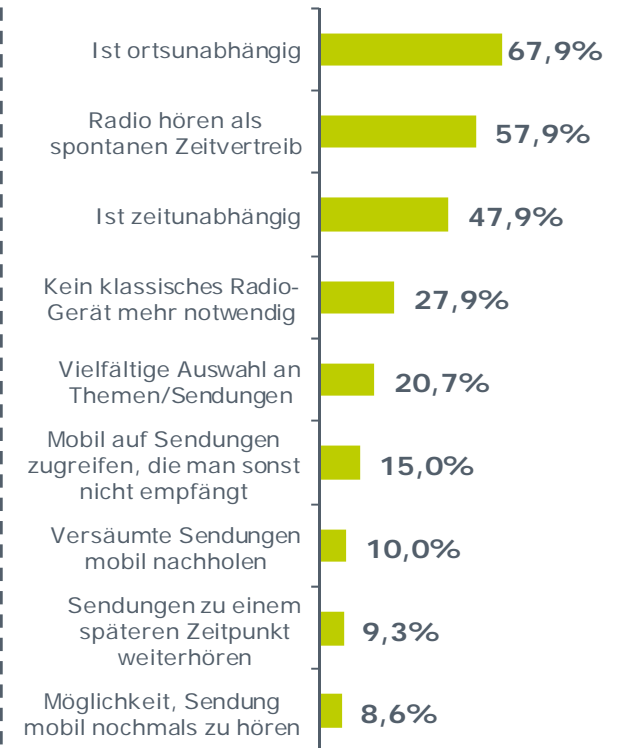
Klassisches Radio-Gerät Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



PC/Laptop zum Radio hören Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



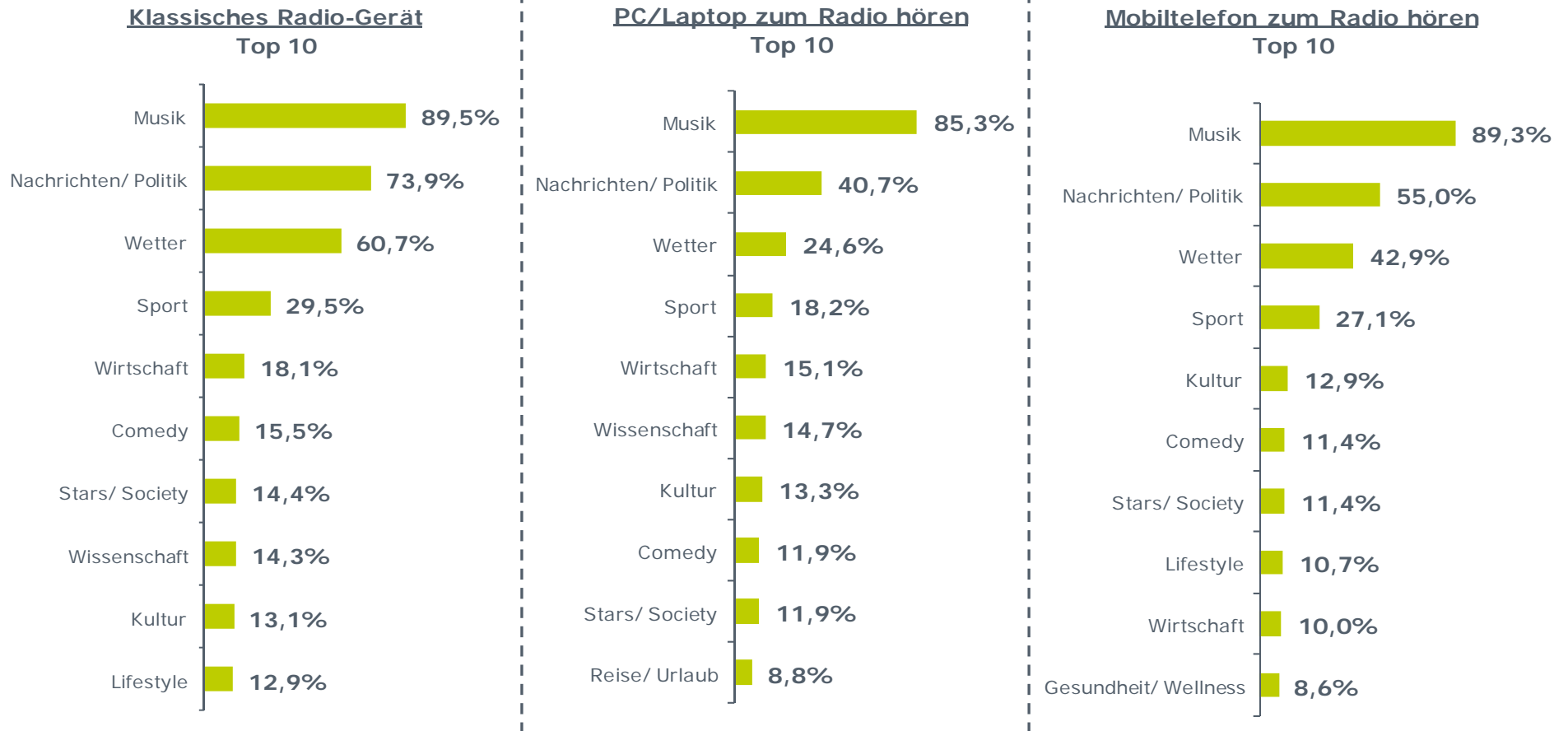
Mobiltelefon zum Radio hören Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



Inwieweit sind diese Aspekte für Sie ausschlaggebend dafür, ein ... zum Hören von Radioprogrammen bzw. Hörfunksendungen zu nutzen, im Unterschied zu anderen Möglichkeiten wie PC/Laptop oder Mobiltelefon?
Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „sehr ausschlaggebend“ bis „überhaupt nicht ausschlaggebend“, dazwischen können Sie fein abstufen.



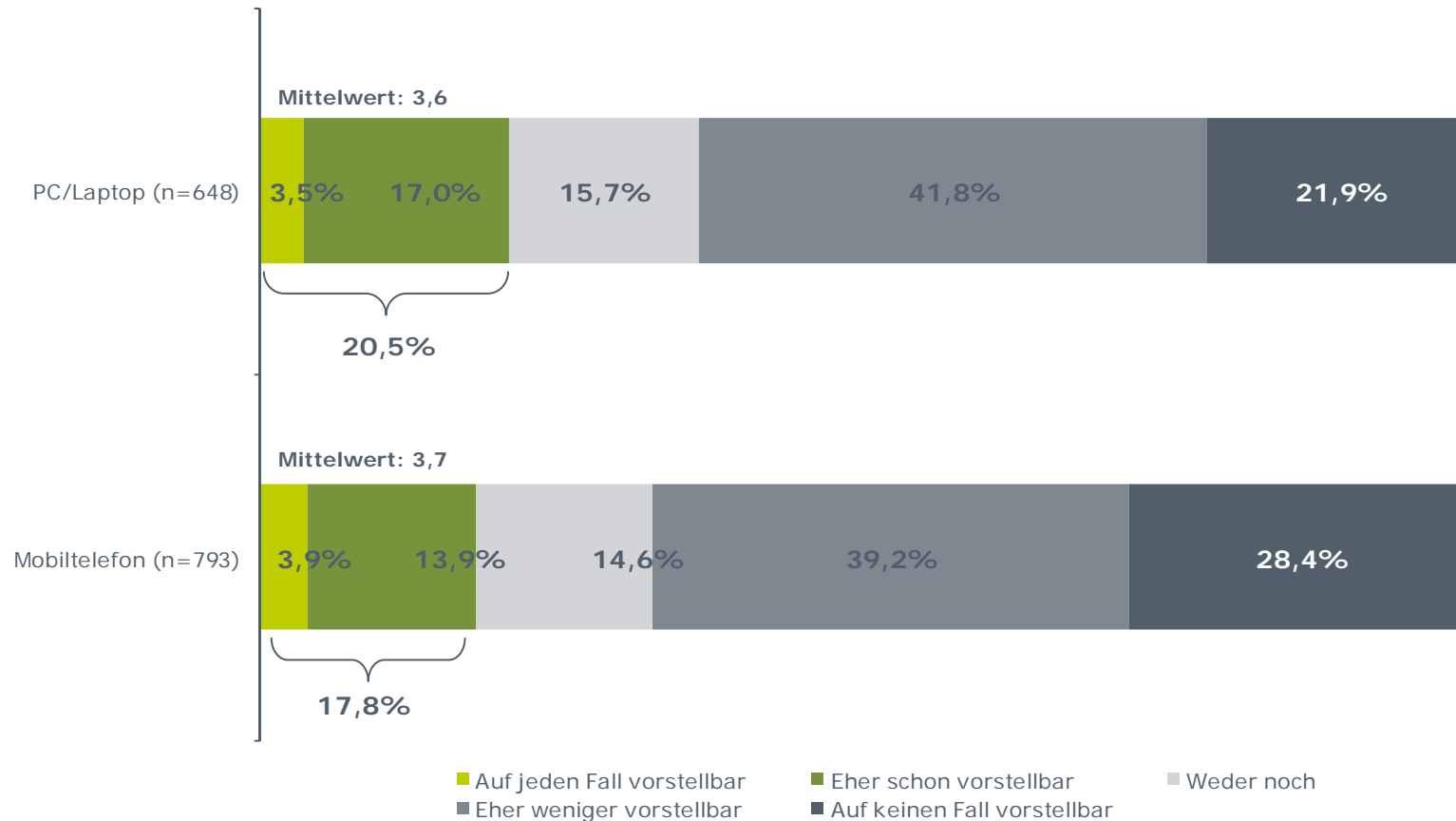
Hinsichtlich der bevorzugt genutzten Inhalte zeigen alle 3 Kanäle die gleiche Struktur: Musik vor Nachrichten, Wetter und Sport.



Welche Art von Sendungen bzw. Sendungen zu welchen Themen hören Sie gerne, wenn Sie über ein klassisches Radio-Gerät/ über PC/Laptop/ das Mobiltelefon Radioprogramme bzw. Hörfunksendungen hören?



Jeder 5. Respondent, der aktuell keine Radio-Inhalte am PC konsumiert, kann sich das grundsätzlich vorstellen; beim Handy sind dies knapp 18%.



Inwieweit können Sie sich vorstellen, künftig über PC/Laptop bzw. Mobiltelefon Radio zu hören?



MARKETAGENT.COM

Die Bequemlichkeit spricht gegen alternative Nutzungsformen.

	Hörfunk	n=648
PC/Laptop	Umständlich/ unbequem/ muss erst den PC hochfahren/ beim Radio reicht ein Knopfdruck	26,4%
	Kein Interesse/ kein Bedarf/ unnötig	10,3%
	Weil ein Radio vorhanden ist/ ein Radio ist überall vorhanden/ habe zu Hause bzw. im Büro ein Radio	6,0%
	Hörfunk	n=793
Mobiltelefon	Kein Interesse/ kein Bedarf/ möchte ich nicht/ brauch ich nicht	14,5%
	Umständlich/ unbequem/ unpraktisch	13,4%
	Funktioniert bei meinem Handy nicht/ mein Handy hat keine Radiofunktion	13,4%



Warum hören Sie nicht über PC/Laptop bzw. das Mobiltelefon Radioprogramme bzw. Hörfunksendungen?



MARKETAGENT.COM

Agenda



FERNSEHEN



RADIO

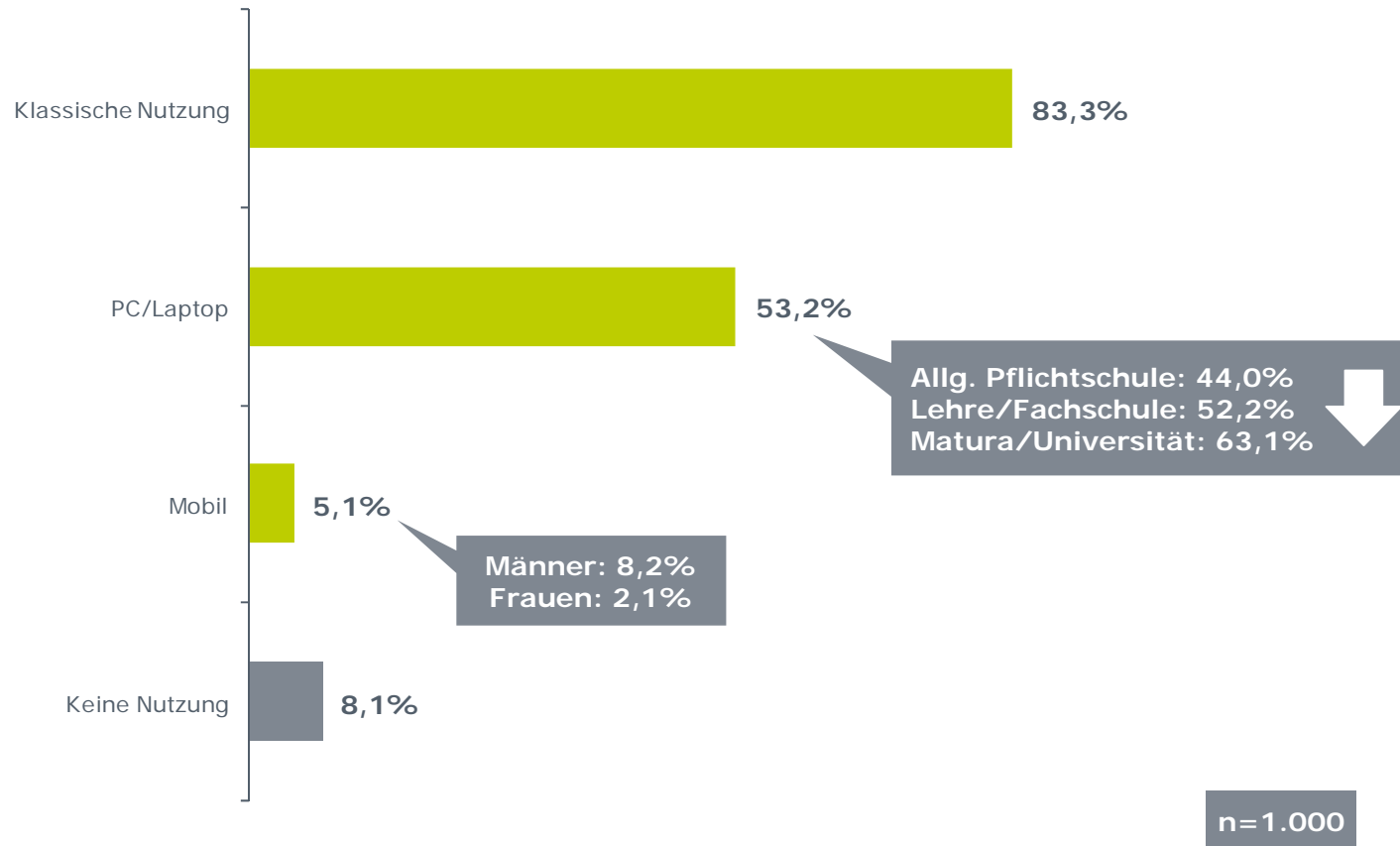


PRINT (am Beispiel Tageszeitungen)



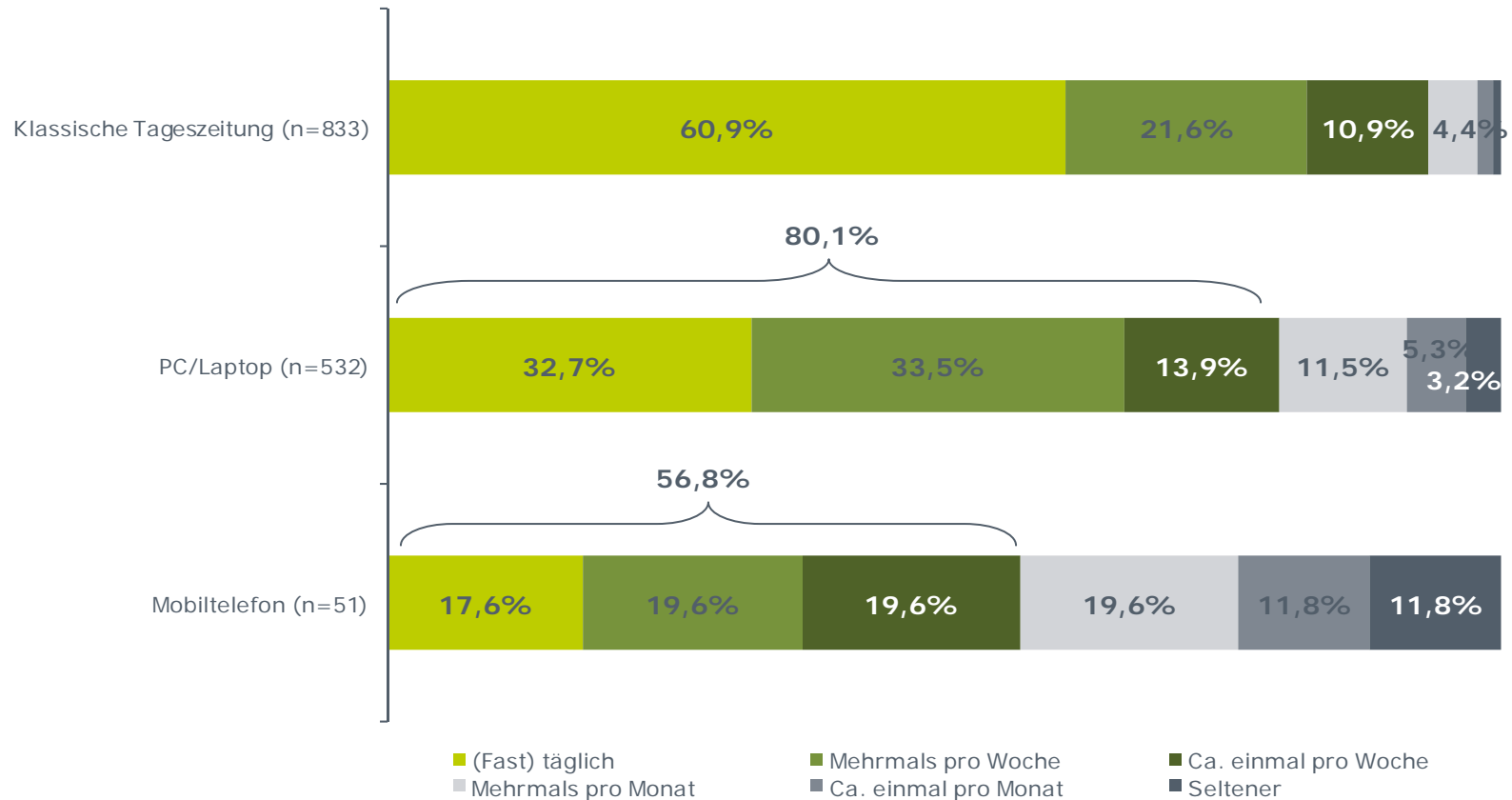
Mehr als die Hälfte der Umfrage-Teilnehmer lesen Tageszeitungen im Netz.

Kanäle, über die fallweise Zeitungen gelesen werden



Über welche Kanäle lesen Sie zumindest fallweise Tageszeitungen?

Treue Leserschaft: 8 von 10 Online-Leser und knapp 57% Mobil-Leser nutzen dieses Angebot zumindest einmal pro Woche.



Wie oft lesen Sie durchschnittlich eine Tageszeitung in Papierform/ über PC/Laptop/ online über das Mobiltelefon?



MARKETAGENT.COM

Heterogene Motive: Frühstücks-Routine vs. Aktualität vs. Mobilität.

Top 3 Nennungen - Tageszeitung in Papierform	n=833
Gehört zum Frühstück/ angenehm beim Frühstück/ lese ich jeden Morgen beim Frühstück	15,8%
Habe ein Abo	12,1%
Bequem/ praktisch/ einfach/ man muss nichts einschalten	12,0%
Top 3 Nennungen - PC/Laptop	n=532
Aktualität/ wird ständig aktualisiert/ immer auf dem neuesten Stand	21,2%
Im Büro/ in der Arbeit/ kann so vom Arbeitsplatz Nachrichten lesen	10,9%
Kann verschiedene Zeitungen lesen/ kann Berichte aus verschiedenen Zeitungen vergleichen	8,3%
Top 3 Nennungen - Mobiltelefon	n=51
Überall nutzbar / für unterwegs / mobil	31,4%
Wartezeiten überbrücken / Zeitverdreib	15,7%
Aktuell / aktueller als Tageszeitungen	7,8%



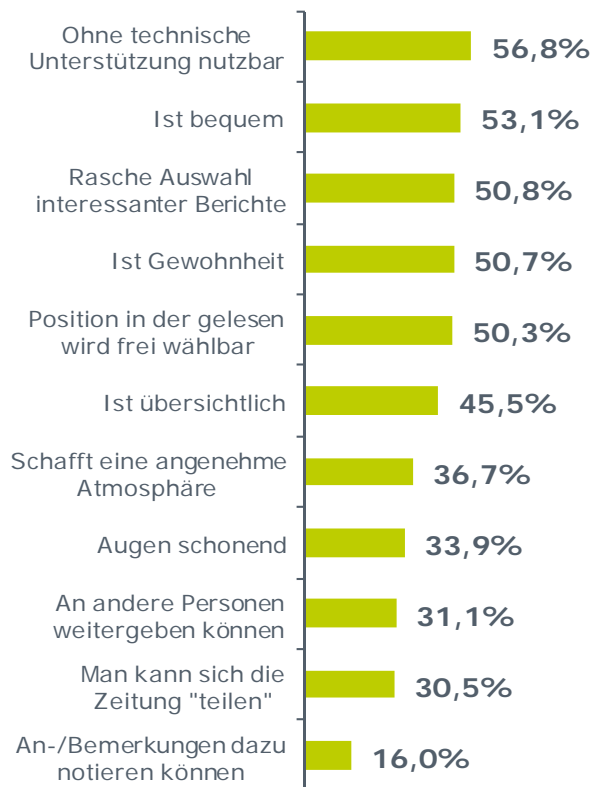
Aus welchen Gründen lesen Sie zumindest fallweise eine Tageszeitung in Papierform/ über PC/Laptop/ online über das Mobiltelefon?



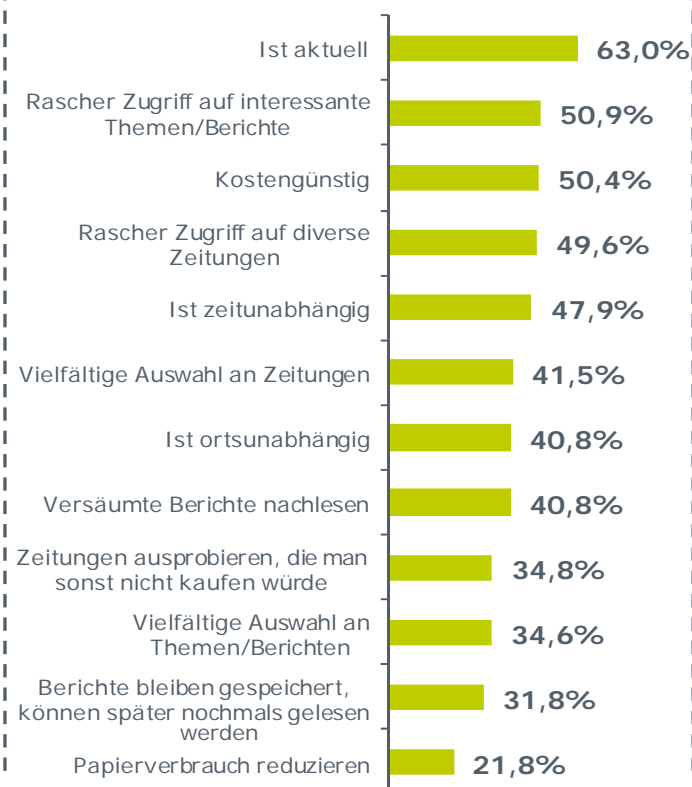
MARKETAGENT.COM

Technische Unabhängigkeit und Bequemlichkeit im Wettbewerb gegen Aktualität, Unabhängigkeit und Kostenersparnis.

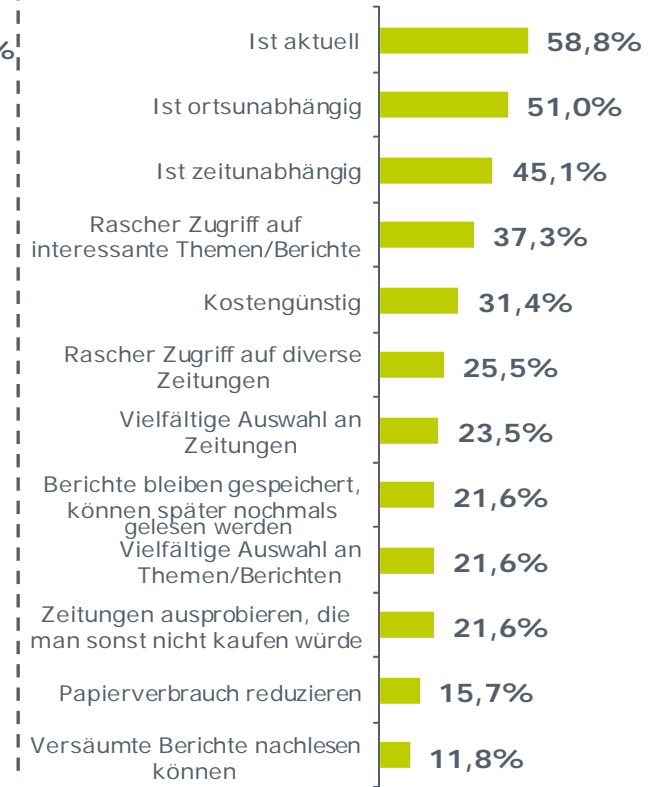
Tageszeitung in Papierform Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



PC/Laptop zum Tageszeitung lesen Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



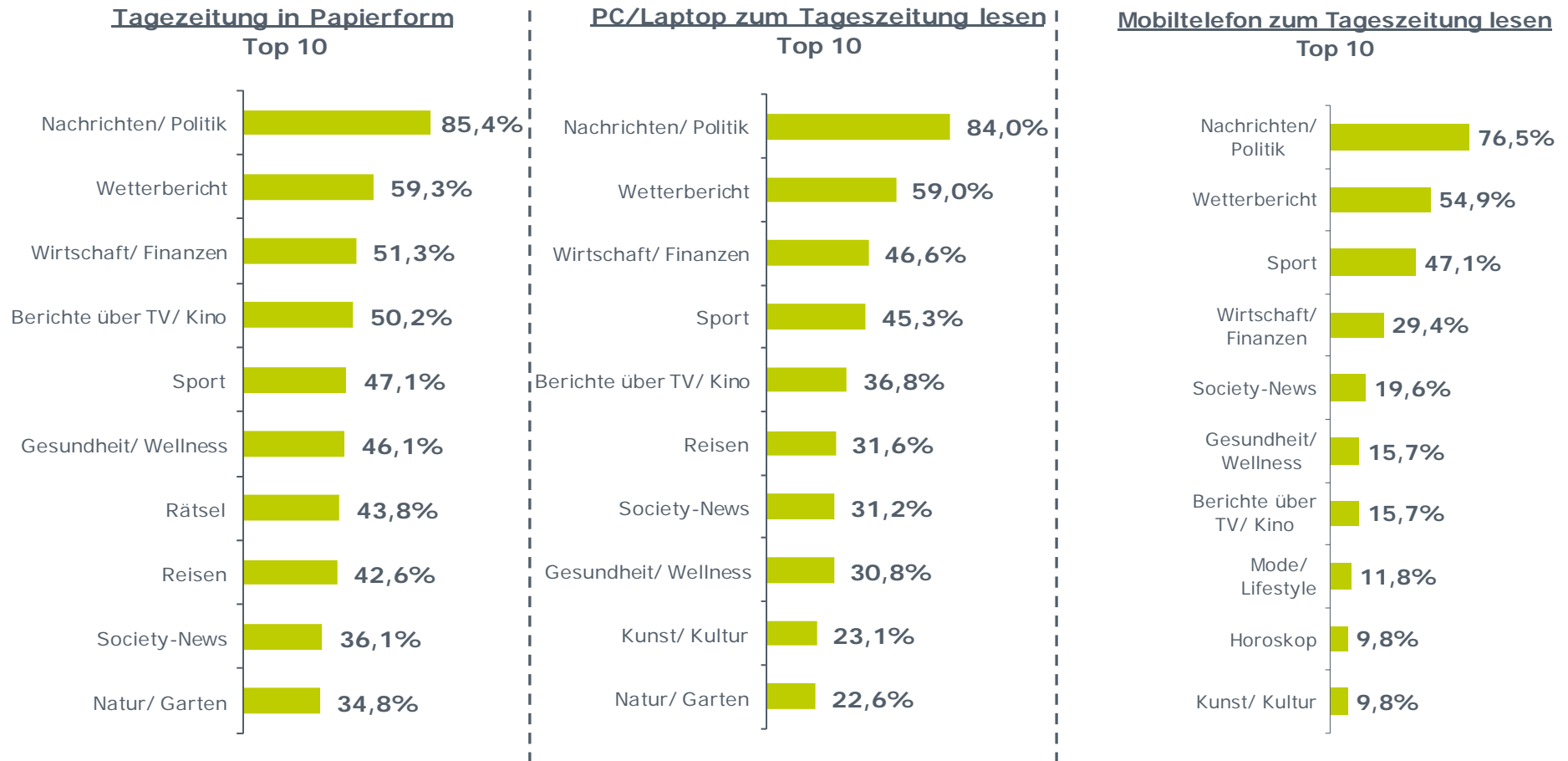
Mobiltelefon zum Tageszeitung lesen Top-Box: bewertet mit "sehr ausschlaggebend"



Inwieweit sind diese Aspekte für Sie ausschlaggebend dafür, eine Tageszeitung ... zu lesen, im Unterschied zu anderen Möglichkeiten wie ...? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „sehr ausschlaggebend“ bis „überhaupt nicht ausschlaggebend“, dazwischen können Sie fein abstufen.



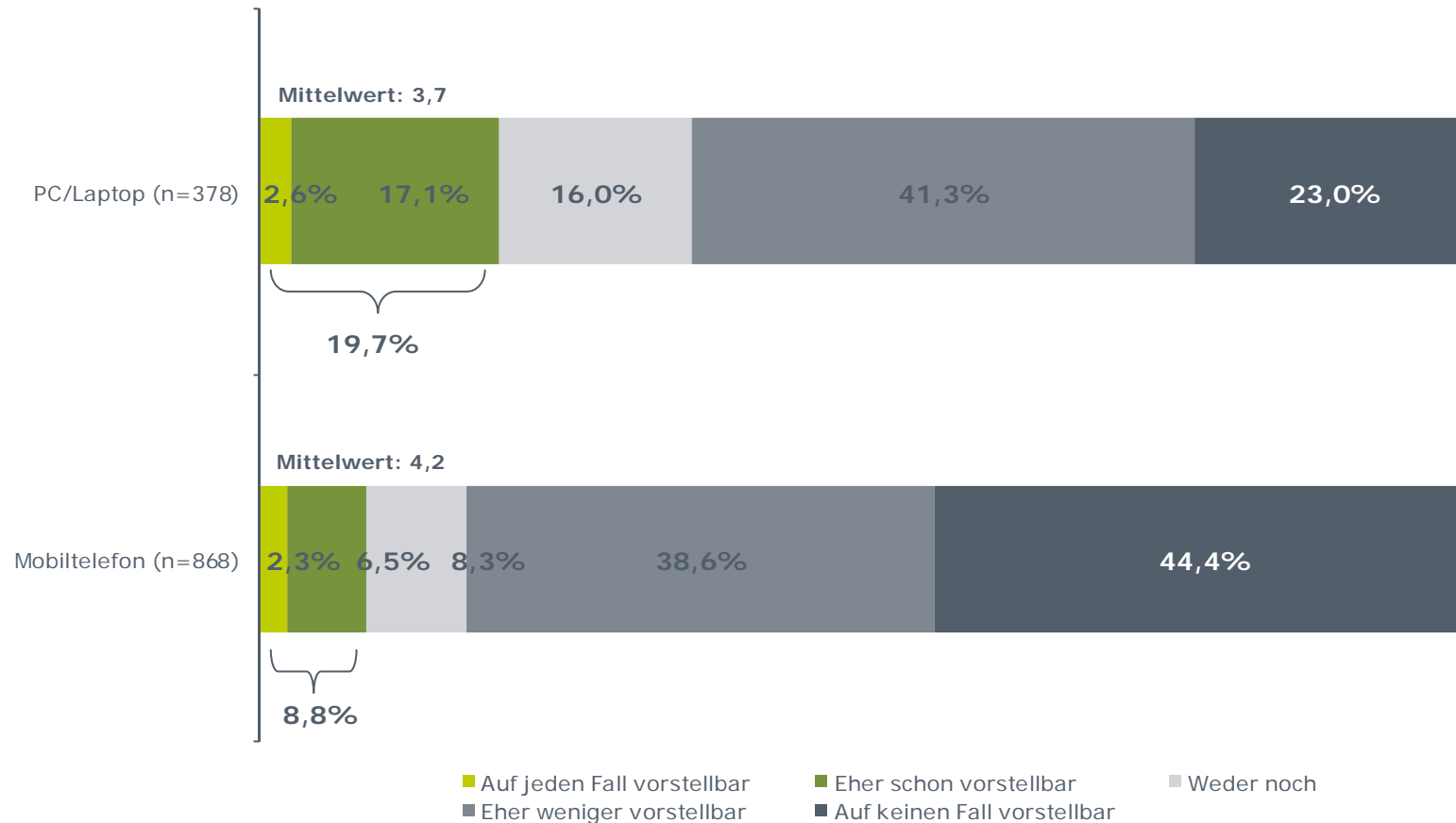
Die Inhalts-Präferenz ist weitgehend übereinstimmend.



Welche Art von Themen lesen Sie gerne, wenn Sie eine Tageszeitung in Papierform/ über PC/Laptop/ über das Mobiltelefon lesen?



Das Nicht-Nutzer-Potenzial ist überschaubar. Inwieweit iPad & Co hier neue Leser erreichen bleibt abzuwarten.



Inwieweit können Sie sich vorstellen, Tageszeitungen künftig über PC/Laptop bzw. Mobiltelefon zu lesen?



MARKETAGENT.COM

Ein zu kleines Handy-Display sowie die Bequemlichkeit und Unabhängigkeit von der Technik sprechen für den klassischen Zeitungs-Konsum.

	Tageszeitung	n=387
PC/Laptop	Mühsam/ umständlich/ aufwendig/ muss erst den PC anschalten	27,9%
	Die Zeitung kann ich mitnehmen/ lese die Zeitung auch unterwegs	8,0%
	Möchte ich nicht/ interessiert mich nicht	6,2%
	Tageszeitung	n=868
Mobiltelefon	Bildschirm ist zu klein/ Display ist zu klein/ kann auf so einem kleinen Display nichts erkennen	37,7%
	Umständlich/ unbequem/ kompliziert	16,0%
	Kann mein Handy nicht/ mein Handy ist zu alt	14,3%



Warum lesen Sie Tageszeitungen nicht über PC/Laptop bzw. das Mobiltelefon?



MARKETAGENT.COM



MARKETAGENT.COM

Feedback / Rückfragen / Kontakt:

Thomas Schwabl, Mag.
t.schwabl@marketagent.com
+43 (0)2236 – 205 886

Brown Boveri Strasse 8/1
A-2351 Wiener Neudorf
www.marketagent.com

Peter Aigner
peter@aigner-pr.at
+43 (0)1 - 718 28 00

Stanislausgasse 7-9
A-1030 Wien
www.aigner-pr.at



MARKETAGENT.COM