

IAB TRENDMONITOR

Mobile Advertising

INHALTSVERZEICHNIS

Informationen zur Studie und Ergebnisüberblick

EINSTELLUNG GEGENÜBER MOBILER WERBUNG

- Stört Werbung bzw. Werbemenge?
- Kreativität der Werbung
- Werbung als Entscheidungshilfe

NUTZUNG MOBILER WERBEANGEBOTE

- Werbung angeklickt?
- Kostenlose werbefinanzierte Angebote vs. kostenpflichtige werbefreie Angebote

INTEGRAL & DER AUSTRIAN INTERNET MONITOR

INTEGRAL  MARKT- UND MEINUNGS-FORSCHUNG

- INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. INTEGRAL verfügt über eine 16jährige Kompetenz in der Internet-Marktforschung, die im Austrian Internet Monitor ihren Niederschlag findet. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich INTEGRAL intensiv in der Sinus-Milieu® Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.
- Seit 20 Jahren gibt es den AUSTRIAN INTERNET MONITOR (AIM™):
Ende 1996 wurden durch INTEGRAL erstmals die wichtigsten Eckdaten des Zugangs zum und die Nutzung des Internets erhoben. Der AIM™ hat die dynamische Entwicklung des Mediums Internet von Beginn an als DIE österreichische INTERNET-Grundlagenstudie beobachtet und beschrieben.
- Der AIM™ liefert repräsentative Basisdaten, welche telefonisch erhoben werden, ergänzt um vertiefende Interviews aus dem INTEGRAL-eigenen Austrian Online Pool.
- Die vorliegenden Ergebnisse des IAB Trendmonitors wurden als Exklusivfragen für den IAB im Rahmen der Online-Stichproben erhoben.

METHODE

Zielgruppe	Internetnutzer ab 14 Jahren
Erhebungsmethode	Onlinebefragung
Stichprobe	Handybesitzer innerhalb einer Ausgangsstichprobe von n=1.000 Interviews
Projektzeitraum:	2. Quartal 2016
Schwerpunkt	Mobile Advertising
Inhalte	Mobile Werbung <ul style="list-style-type: none">● Einstellung gegenüber mobiler Werbung● Nutzung mobiler Werbeangebote● Kostenlose werbefinanzierte Apps versus kostenpflichtige werbefreie Apps
Analyse	Nach Sinus-Milieus® und nach Demografie

ERGEBNISÜBERBLICK

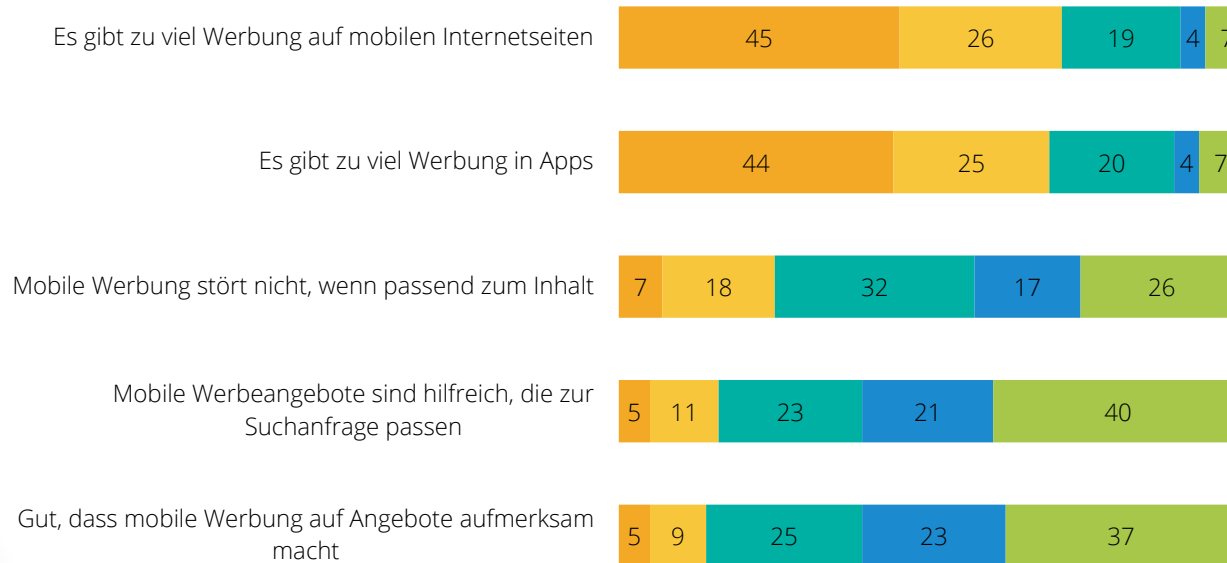
Trendmonitor Mobile Werbung

- 7 von 10 Personen finden, dass es zu viel Werbung auf mobilen Geräten gibt, nur 14% empfinden diese als kreativ
- Wenn die Werbung zum Inhalt einer Internetseite passt, finden zumindest 25% die Werbung hilfreich. 16% begrüßen Werbung, wenn diese passend zu einer getätigten Suchanfrage eingeblendet wird
- Nutzung von Werbung:
 - Auf ihrem Smartphone sehen sich 8% gerne Werbevideos an, 13 % sehen gerne Marken-Clips auf Videoplattformen an
 - 33% haben bereits Werbung auf mobilen Internetseiten angeklickt
 - 26% haben bereits Werbung in einer App angeklickt
- Kostenlose versus kostenpflichtige werbefreie Angebote:
 - 79% bevorzugen kostenlose Angebote und nehmen dabei Werbung in Kauf
 - Mit steigendem Alter steigt auch die Akzeptanz für kostenpflichtige Angebote
 - Männer (28%) bevorzugen eher kostenpflichtige Angebote als Frauen (14%)

EINSTELLUNGEN GEGENÜBER MOBILER WERBUNG

AUSSAGEN ÜBER WERBUNG AUF DEM MOBILTELEFON (1)

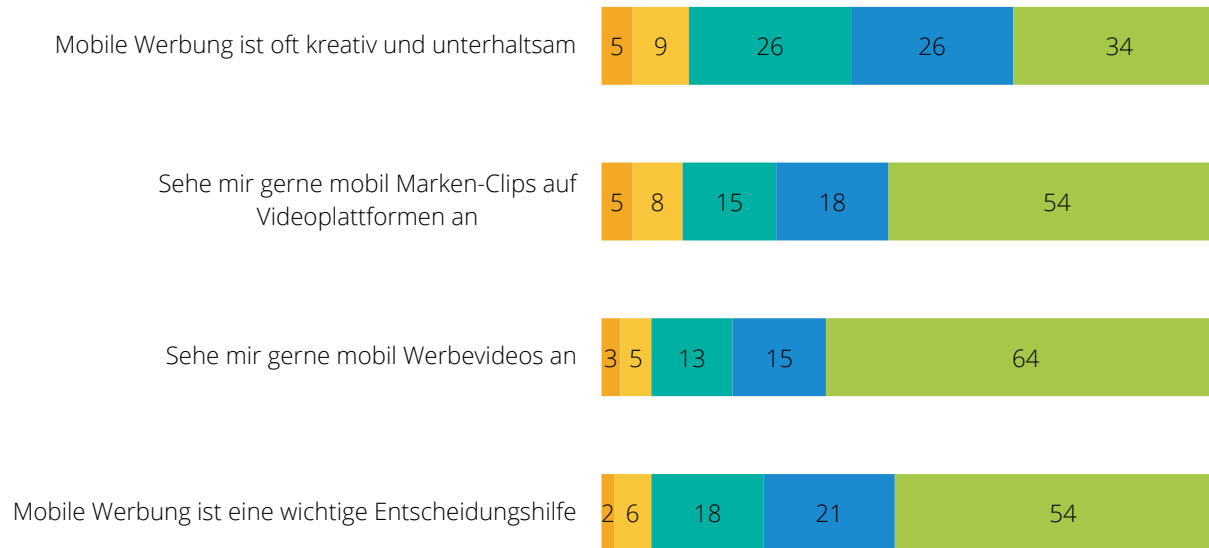
■ 1 - Stimme voll und ganz zu ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Stimme überhaupt nicht zu



Fr. 1: Wie weit stimmen Sie den folgenden Aussagen über Werbung auf Ihrem Mobiltelefon zu? Basis Handybesitzer, n=933, Angaben in %

AUSSAGEN ÜBER WERBUNG AUF DEM MOBILTELEFON (2)

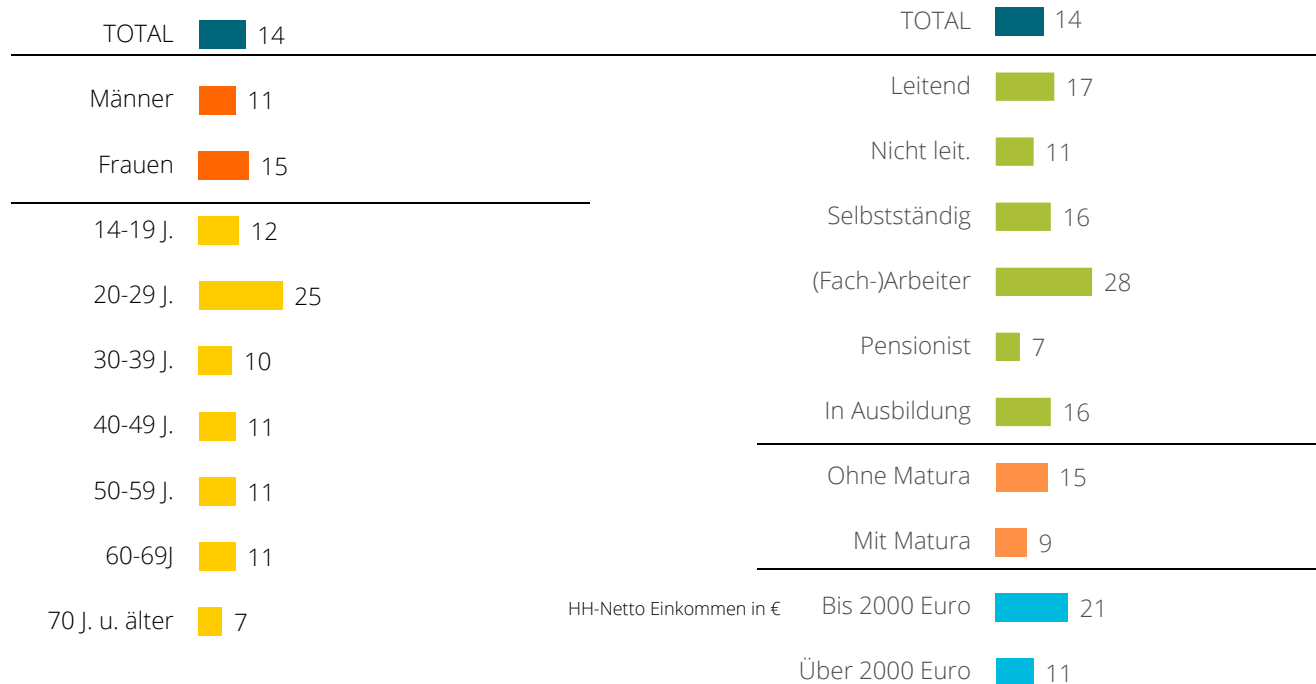
■ 1 - Stimme voll und ganz zu ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Stimme überhaupt nicht zu



Fr. 1: Wie weit stimmen Sie den folgenden Aussagen über Werbung auf Ihrem Mobiltelefon zu? Basis Handybesitzer, n=933, Angaben in %

MOBILE WERBUNG IST OFT KREATIV UND UNTERHALTSAM

(TOP 2: Stimme voll u. ganz/eher zu)

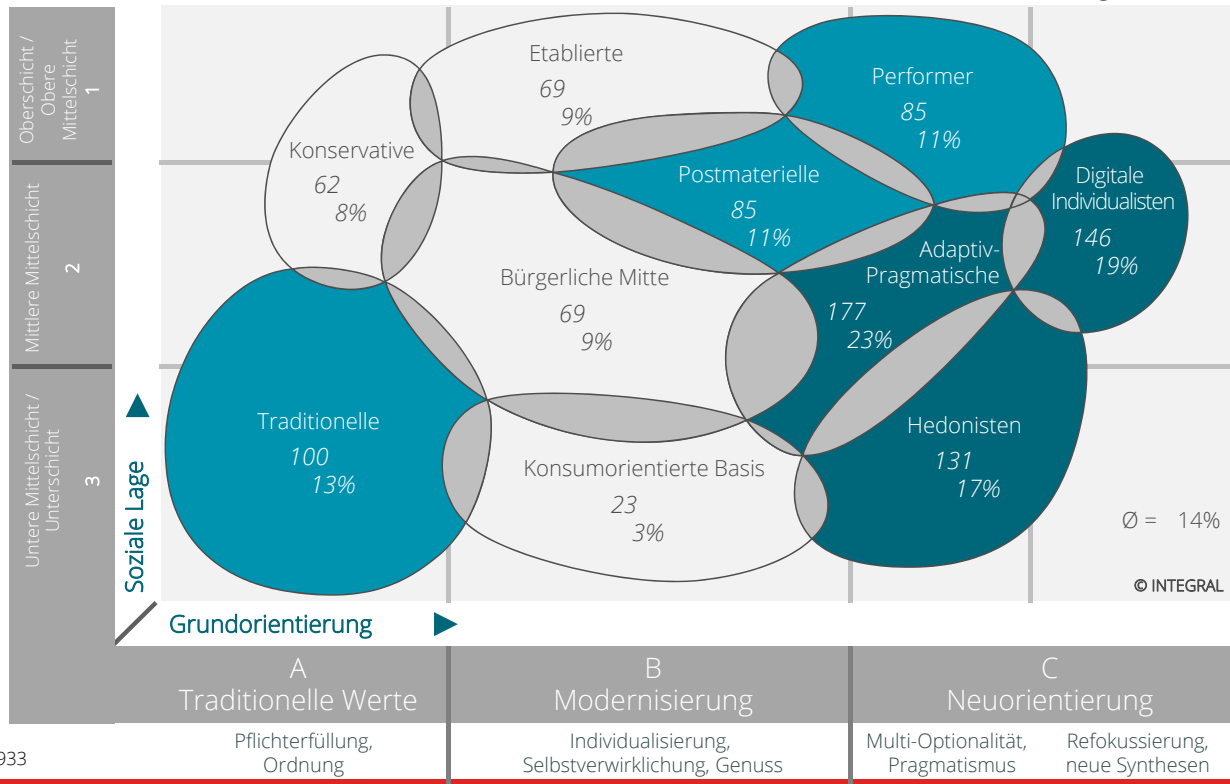


Fr. 1e: Werbung auf mobilen Internetseiten ist oft kreativ und unterhaltsam. Basis: Handybesitzer, n = 933, Angaben in %

MOBILE WERBUNG IST OFT KREATIV UND UNTERHALTSAM

■ = überrepräsentiert ■ = durchschnittlich □ = unterrepräsentiert

(TOP 2: Stimme voll u. ganz/eher zu)

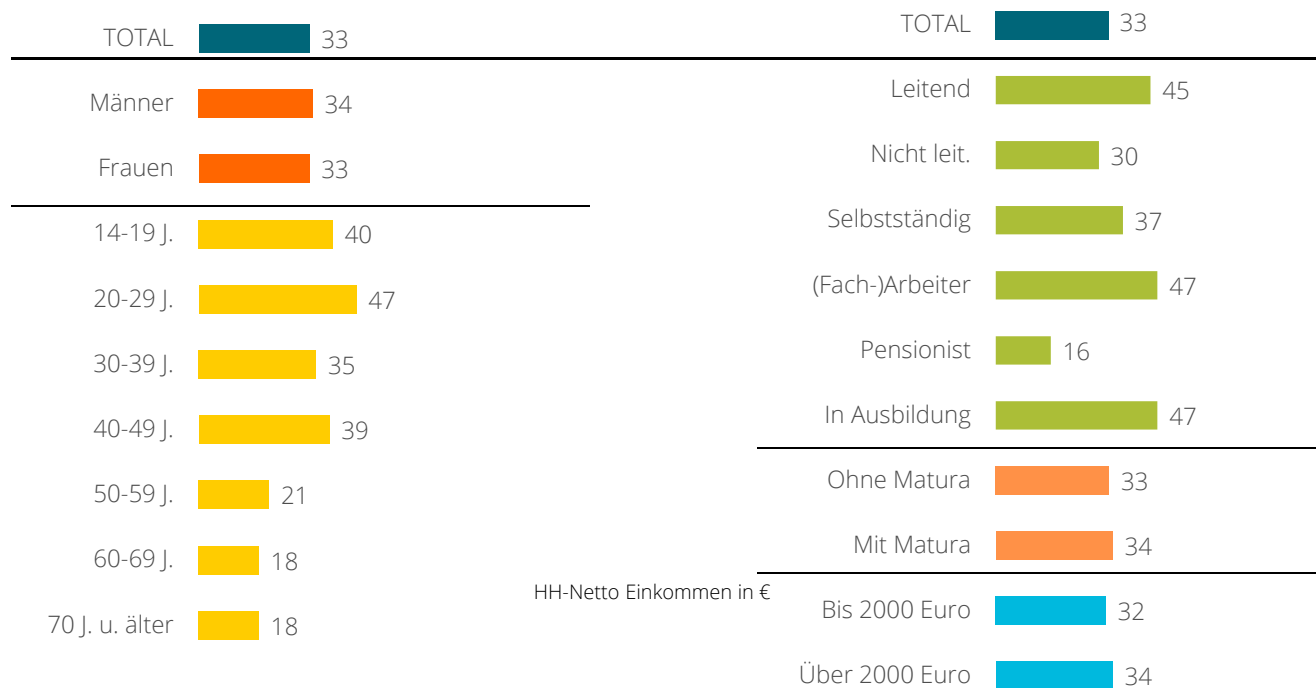


Basis: Handybesitzer, n=933

Angaben in %

NUTZUNG MOBILER WERBEANGEBOTE

MOBIL WERBUNG AUF EINER INTERNETSEITE ANGEKLIKT



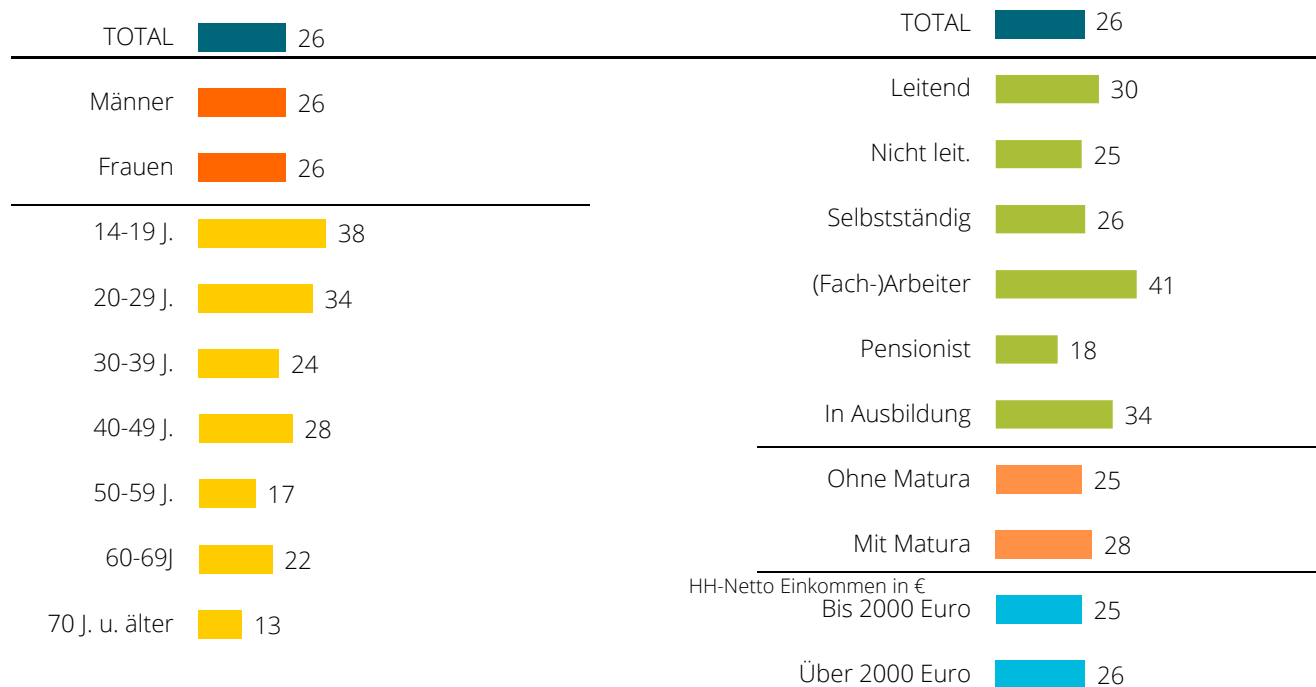
HH-Netto Einkommen in €

Fr. 2: Haben Sie schon einmal auf Ihrem Mobiltelefon eine Werbung auf einer Internetseite angeklickt/angetippt?

Basis: Handybesitzer, n=933

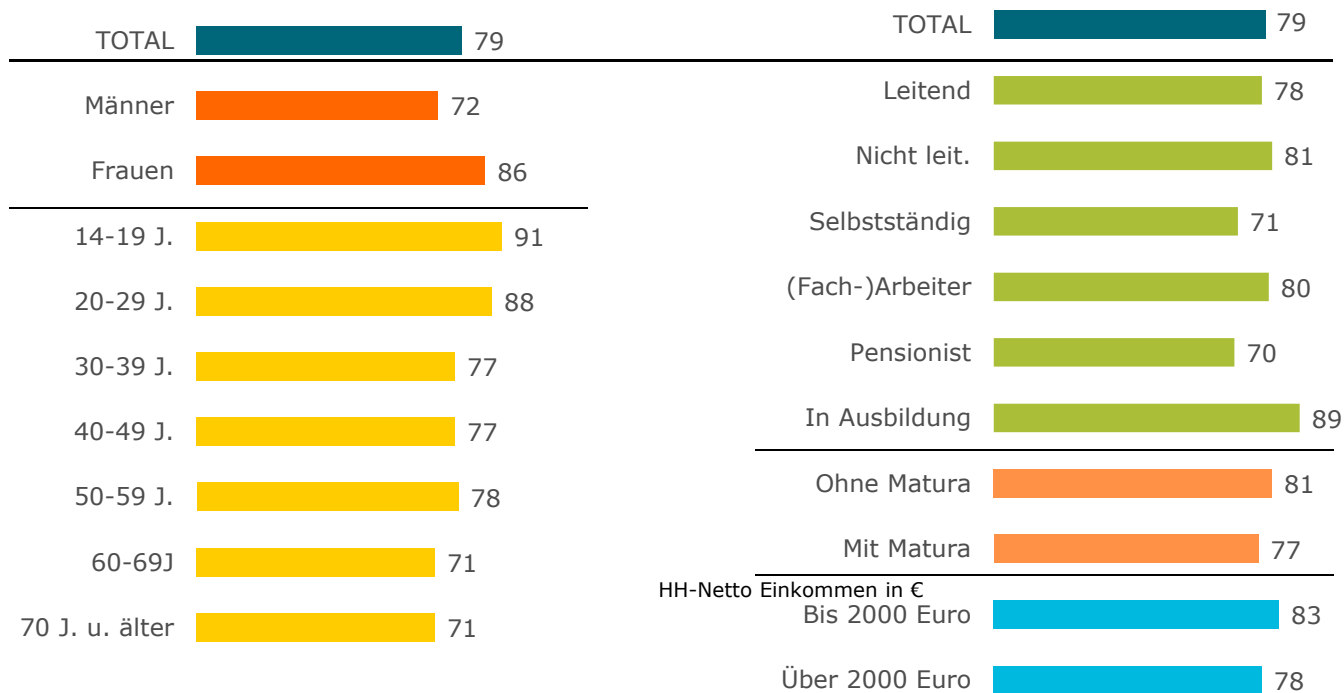
Angaben in %

WERBUNG IN EINER APP ANGEKLIKT



Fr. 3: Haben Sie schon einmal auf Ihrem Mobiltelefon eine Werbung in einer App angeklickt/angetippt? Basis: Handybesitzer, n = 933, Angaben in %

BEVORZUGEN KOSTENLOSE ANGEBOTE MIT WERBUNG



Fr. 4: Wenn Sie an Angebote für Ihr Mobiltelefon denken, wie etwa Apps, mobile Internetseiten etc.: Welche Aussage trifft besser auf Sie zu? (Aussage 1: Ich bevorzuge kostenlose Angebote und nehme dafür in Kauf, Werbung zu erhalten)

Basis: Handybesitzer, n=933

Angaben in %