

IAB TRENDMONITOR

Zahlungsbereitschaft für Content

INTEGRAL & DER AUSTRIAN INTERNET MONITOR

- **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 20jährige 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 22 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 Online Pool.
- Die vorliegenden Ergebnisse des IAB Trendmonitors wurden als Exklusivfragen für den IAB im Rahmen der Online-Stichproben erhoben.

BEFRAGUNGSINHALTE & METHODE



THEMEN

- Zahlungsbereitschaft für Content
 - Allgemeine Nachrichten
 - Exklusive Fachpublikationen
 - Service-Seiten
 - Unterhaltung und Spiele
 - Email-Portale
- Verwendung von AdBlockern
- Verzicht auf Popup-Blocker gegen kostenlose Nutzung von Online Services
- AdBlocker-Ausnahmen



SAMPLE

- 1.000 Online-Interviews



ZIELGRUPPE

- Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren: 7.510.000 Personen



METHODE

- Onlinebefragung

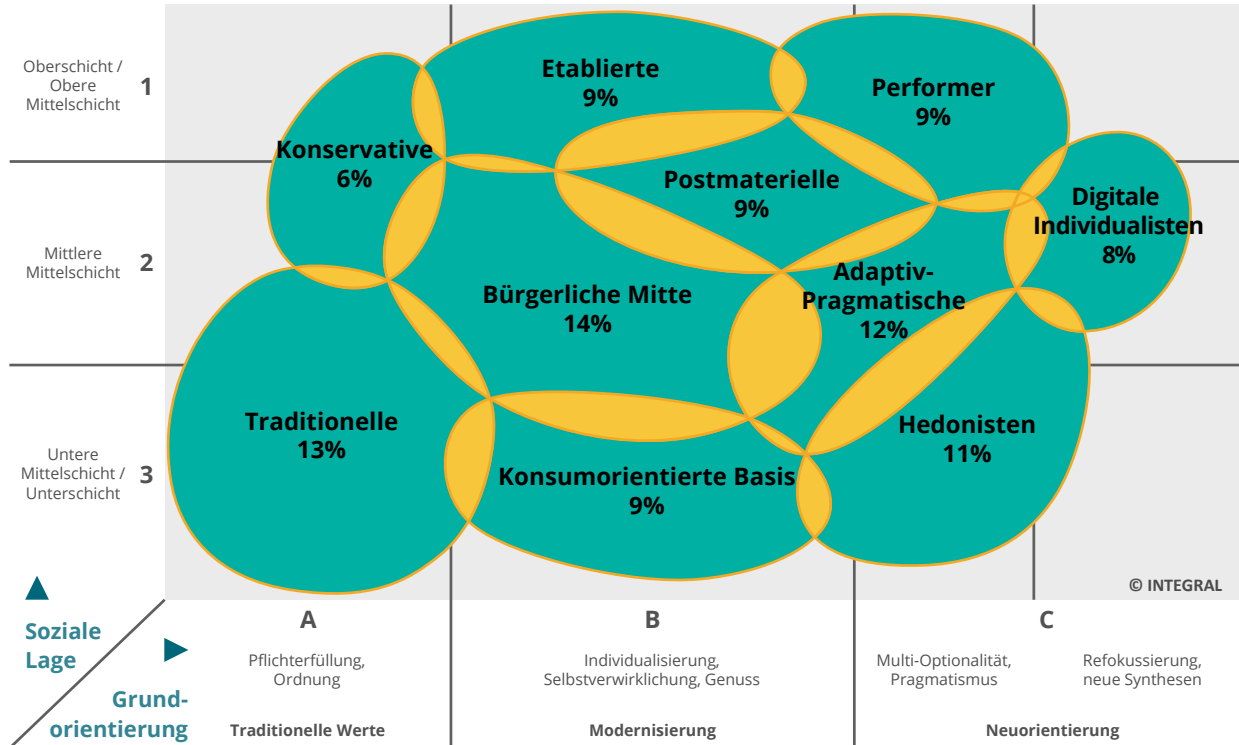


FELDARBEITSZEIT

- 1. Quartal 2018

DIE SINUS-MILIEUS® IN ÖSTERREICH:

Österreichische Wohnbevölkerung (ab 14 Jahre)



DIE SINUS-MILIEUS® IM EINZELNEN

Traditionelle Milieus

Konservative: Leitmilieu im traditionellen Bereich mit einer hohen Verantwortungsethik: Stark von christlichen Wertvorstellungen geprägt, hohe Wertschätzung von Bildung und Kultur, kritisch gegenüber aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen

Traditionelle: Das auf Sicherheit, Ordnung und Stabilität fokussierte Milieu: Verwurzelt in der alten kleinbürgerlichen Welt, in der traditionellen Arbeiterkultur und im traditionell ländlichen Milieu

Gehobene Milieus

Etablierte: Die leistungsorientierte Elite mit starkem Traditionsbewusstsein: Deutliche Exklusivitäts- und Führungsansprüche, hohes Standesbewusstsein und ausgeprägtes Verantwortungsethos

Postmaterielle: Weltoffene Gesellschaftskritiker: Gebildetes, vielfältig kulturinteressiertes Milieu; kosmopolitisch orientiert, aber kritisch gegenüber Globalisierung; sozial engagiert

Performer: Die flexible und global orientierte moderne Elite: Effizienz, Eigenverantwortung und individueller Erfolg haben oberste Priorität; Hohe Business- und IT-Kompetenz

Digitale Individualisten: Die individualistische und vernetzte Lifestyle-Avantgarde: Mental und geographisch mobil, online und offline vernetzt, ständig auf der Suche nach neuen Erfahrungen

Die neue Mitte

Bürgerliche Mitte: Der leistungs- und anpassungsbereite Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, gesicherten und harmonischen Verhältnissen, Halt und Orientierung, Ruhe und Entschleunigung

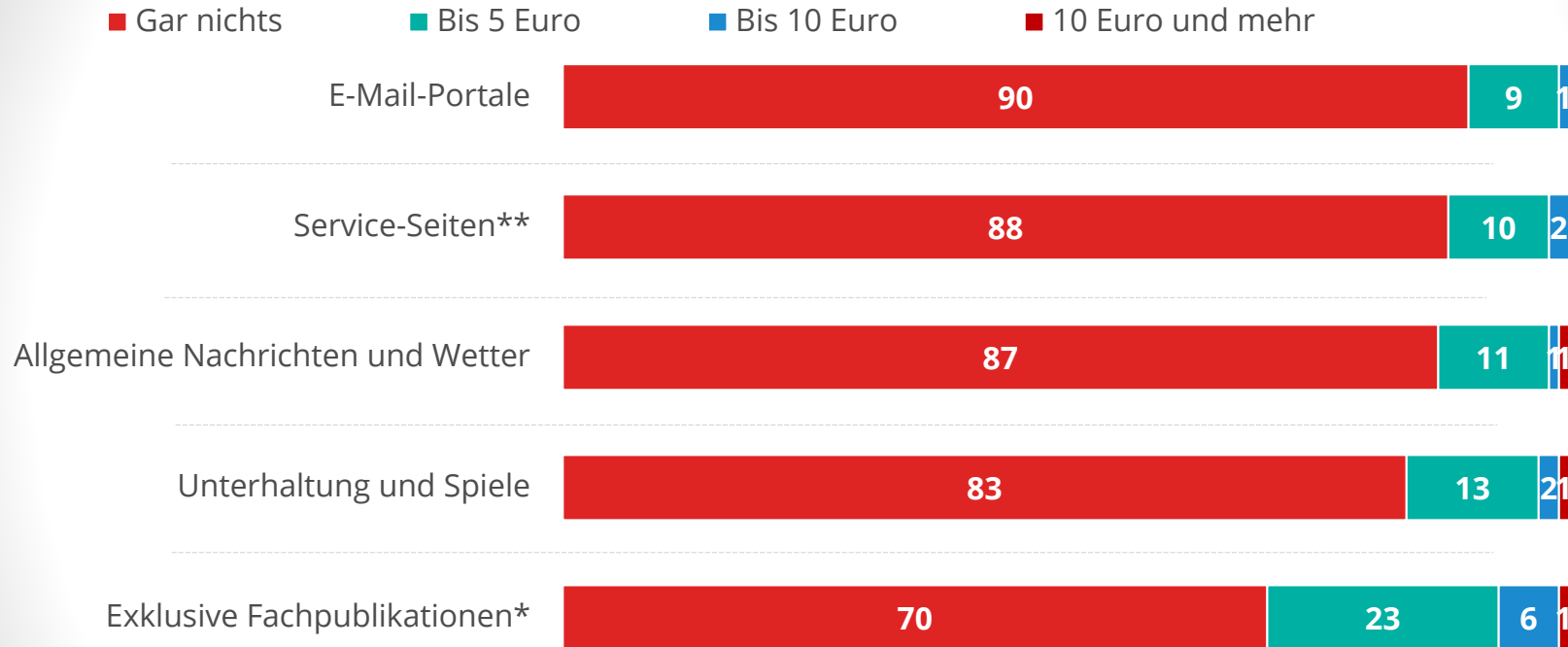
Adaptiv-Pragmatische: Die neue flexible Mitte: Ausgeprägter Lebenspragmatismus, Streben nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit; Grundsätzliche Leistungsbereitschaft, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung

Moderne Unterschicht

Konsumorientierte Basis: Die um Teilhabe bemühte, konsumorientierte Unterschicht: Ausgeprägte Gefühle der Benachteiligung, Zukunftsängste und Ressentiments; bemüht, Anschluss zu halten an den Lebensstil und die Konsumstandards der Mitte

Hedonisten: Die momentbezogenene, erlebnishungrige untere Mitte: Leben im Hier und Jetzt, Suche nach Spaß und Unterhaltung; Verweigerung von Konventionen der Mehrheitsgesellschaft

ZAHLUNGSBEREITSCHAFT FÜR CONTENT



*) also ausführliche Veröffentlichungen zu speziellen Themen, über die normalerweise nicht oder nur oberflächlich berichtet wird (z.B. Wissenschaft, Technik, Wirtschaft)

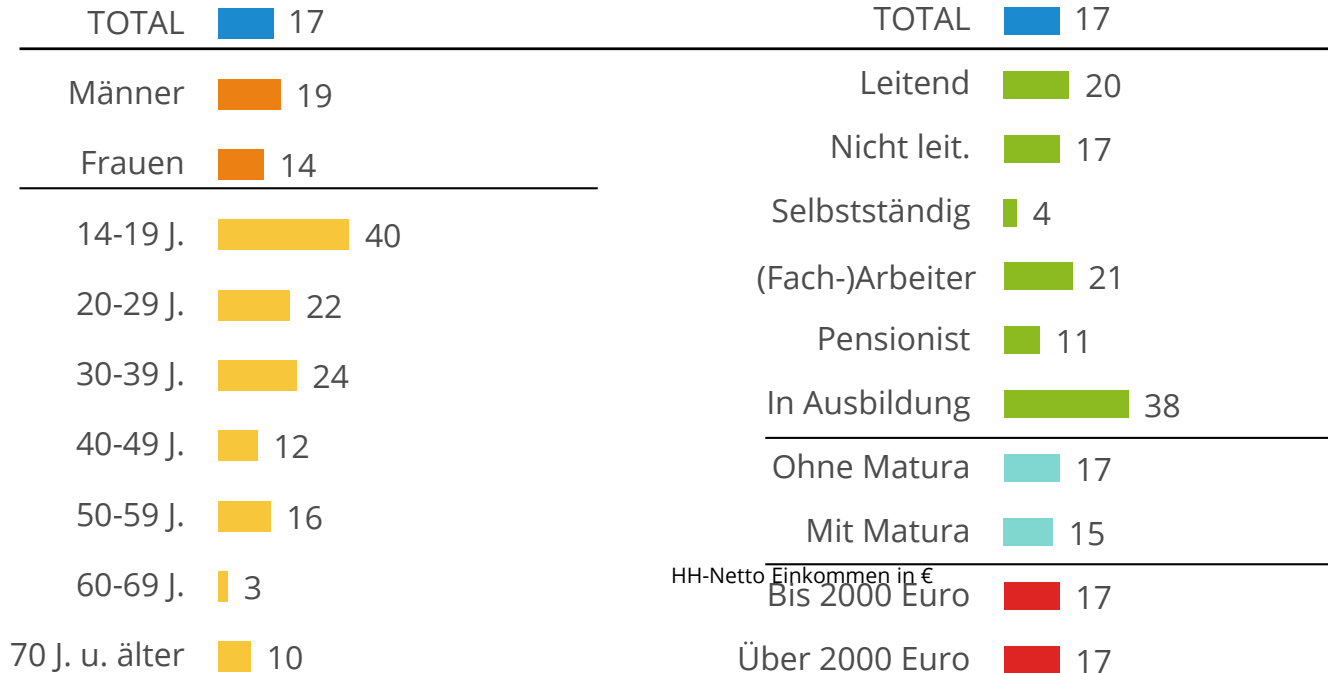
***) wie Soziale Netzwerke, Einkaufsplattformen, Suchangebote

Frage 1: Wie viel wären Sie bereit, für die folgenden Online-Inhalte pro Monat zu bezahlen, um sie ohne Werbe-Einblendungen nutzen zu können?

Basis: Alle Befragten

SIND BEREIT, FÜR CONTENT ZU BEZAHLEN

Unterhaltung und Spiele

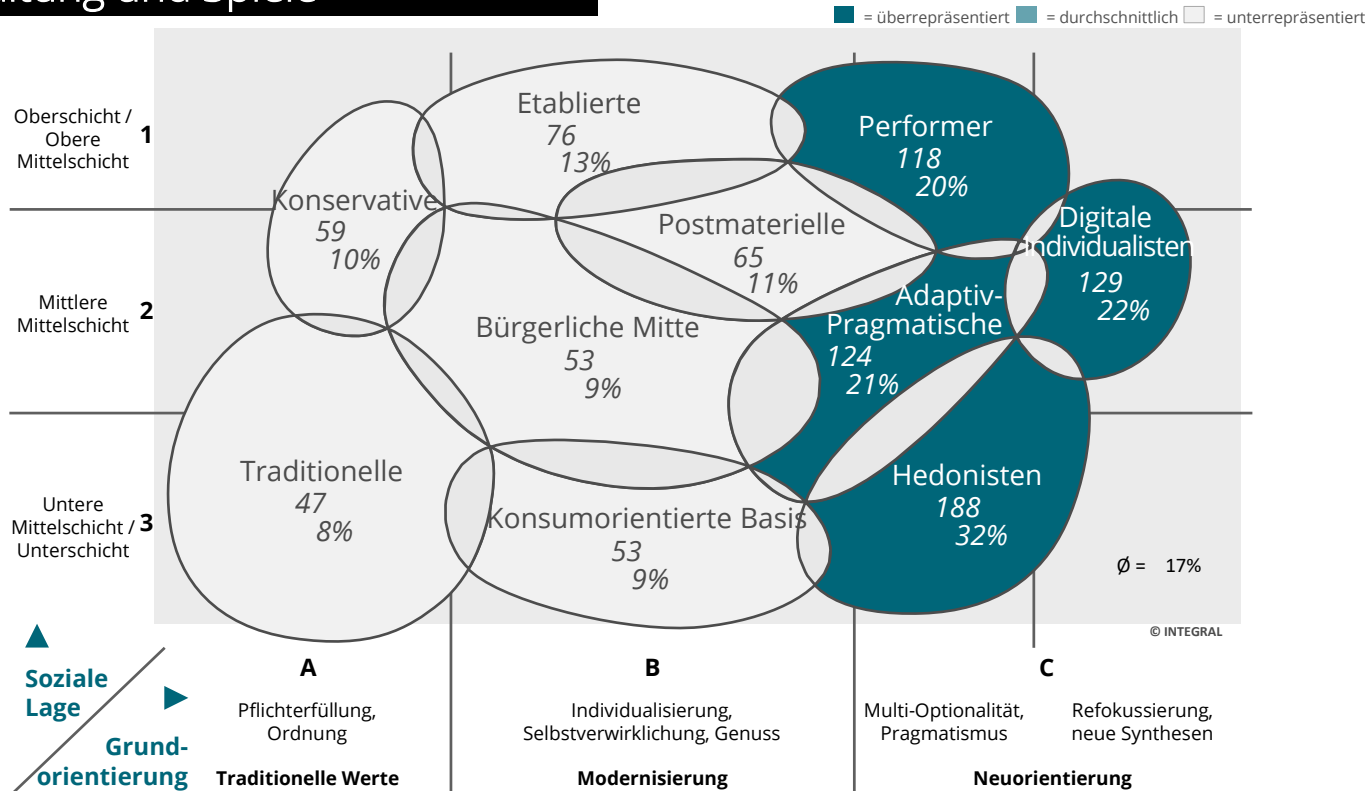


Frage 1: Wie viel wären Sie bereit, für die folgenden Online-Inhalte pro Monat zu bezahlen, um sie ohne Werbe-Einblendungen nutzen zu können?

Basis: Alle Befragten, Angabe in %

SIND BEREIT, FÜR CONTENT ZU BEZAHLEN

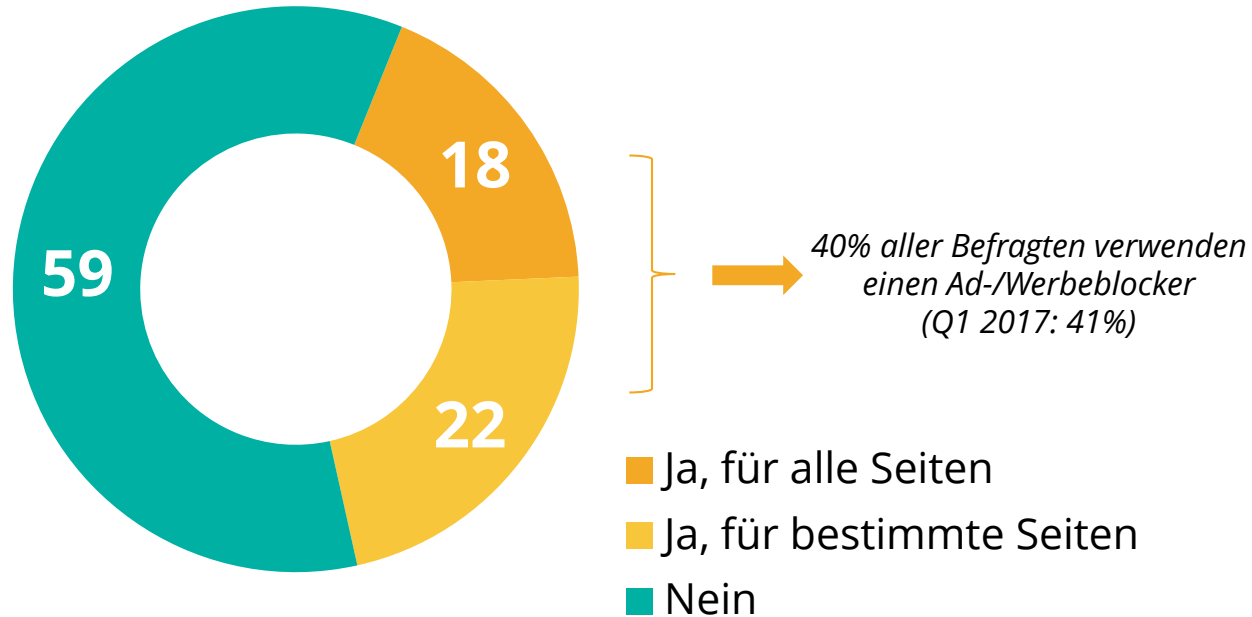
Unterhaltung und Spiele



Frage 1: Wie viel wären Sie bereit, für die folgenden Online-Inhalte pro Monat zu bezahlen, um sie ohne Werbe-Einblendungen nutzen zu können?

Basis: Alle Befragten

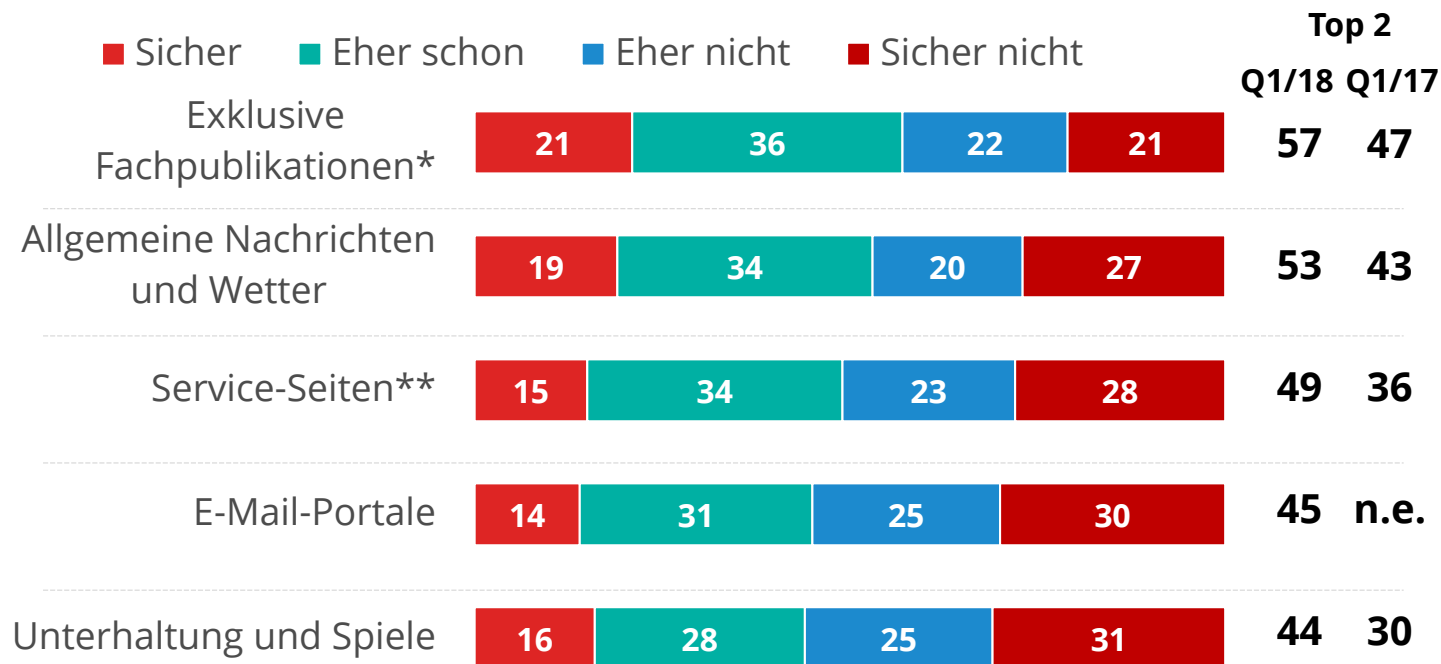
VERWENDUNG EINES POPUP- ODER WERBEBLOCKERS



Frage 2: Verwenden Sie einen Popup- bzw. einen Werbeblocker, also eine Software, die verhindert, dass Ihnen Werbung eingeblendet wird?

Basis: Alle Befragten

VERZICHT AUF WERBEBLOCKER FÜR KOSTENLOSE NUTZUNG VON SERVICES



*) also ausführliche Veröffentlichungen zu speziellen Themen, über die normalerweise nicht oder nur oberflächlich berichtet wird (z.B. Wissenschaft, Technik, Wirtschaft)

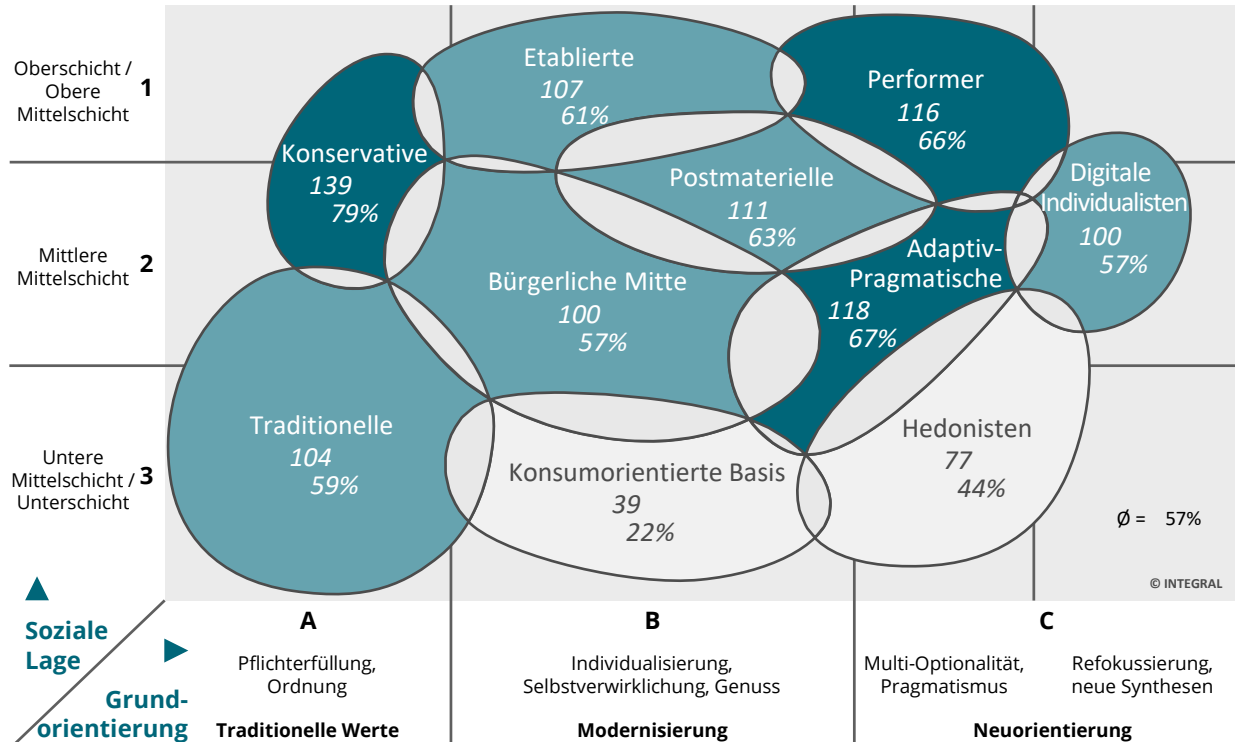
***) wie Soziale Netzwerke, Einkaufsplattformen, Suchangebote

Frage 3: Und wären Sie bereit, auf Popup-Blocker und Werbeflexer zu verzichten, wenn im Gegenzug die Nutzung von *** kostenlos ist?

Basis: Alle Befragten

VERZICHT AUF WERBEBLOCKER FÜR KOSTENLOSE NUTZUNG VON EXKLUSIV. FACHPUBLIKATIONEN: TOP 2

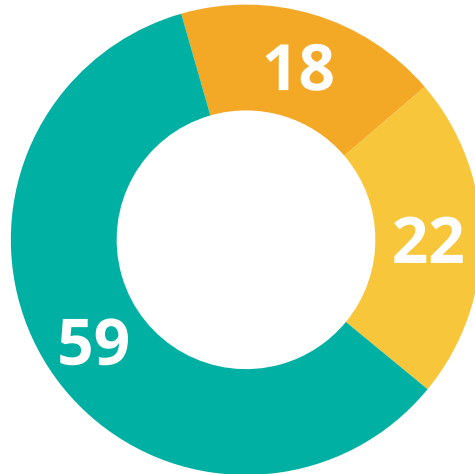
■ = überrepräsentiert ■ = durchschnittlich □ = unterrepräsentiert



Frage 3: Und wären Sie bereit, auf Popup-Blocker und Werbeflocker zu verzichten, wenn im Gegenzug die Nutzung von *** kostenlos ist?

Basis: Alle Befragten

ADBLOCKER-AUSNAHMEN



- Ja, für alle Seiten
- Ja, für bestimmte Seiten



Frage 2/4: Verwenden Sie einen Popup- bzw. einen Werbeblocker, also eine Software, die verhindert, dass Ihnen Werbung eingeblendet wird?/
Welche Art von Seiten haben Sie vom AdBlocker ausgenommen?

Basis: Alle Befragten

MÖCHTEN SIE MEHR WISSEN?

Wir beantworten gerne Ihre Fragen

Integral Markt- und Meinungsforschung
Mohsgasse 1
1030 Wien

Tel + 43 1 79 91 994-0
Fax + 43 1 79 91 994-18
www.integral.co.at



Dr. Bertram Barth

bertram.barth@integral.co.at



Mag. Sandra Cerny

sandra.cerny@integral.co.at

Der Premium-Bericht bietet Ihnen...

- **Einblicke in Ihre strategischen Zielgruppen mittels Analyse nach Sinus-Milieus® zur gezielten Marktbearbeitung nach Lebenswelt-Segmenten**
 - Nutzungsmöglichkeit der umfassenden Informationen zu Lebensweisen und Verhalten der Sinus-Milieus® als Basis für Ihre Content-Strategie
 - Basis für den Einsatz der Digitalen Sinus-Milieus®
- **Analyse nach demografischen Gruppen**
- **Aktuelle Daten zur Zahlungsbereitschaft für Content**
 - Wie hoch ist die Ausgabebereitschaft?
 - Würde man auf AdBlocker verzichten?
 - Welche Seiten nimmt man von AdBlockern aus?
- **Auf Wunsch Beratung zu Ihrer Marketing-Strategie**

Als IAB-Mitglied erhalten Sie den Premium-Bericht zum **Spezialpreis von Euro 375,-** (statt 500,-). Dies ist die günstigste Option für die Arbeit mit den Sinus-Milieus® in Österreich!