

INTEGRAL - IAB Trendmonitor

Digitale Assistenten

Studie Nr. 5432; 3. Quartal 2017

Nur wer

versteht,
was die Menschen bewegt,
kann sie auch
bewegen.

iab.
austria

internet
advertising
bureau

VEREIN ZUR FÖRDERUNG
DER ONLINE WERBUNG



INTEGRAL  MARKT- UND
MEINUNGS-
FORSCHUNG

Partner von SINUS Heidelberg ■ Berlin ■ Singapur



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 21 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.



BEFRAGUNGSGEHALT & METHODE



THEMEN

- Digitale Assistenten
 - Bekanntheit
 - Nutzung
 - Funktionsumfang
 - Attraktivität



SAMPLE

- 1.000 Online-Interviews



ZIELGRUPPE

- Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren: 7.510.000 Personen



METHODE

- Onlinebefragung

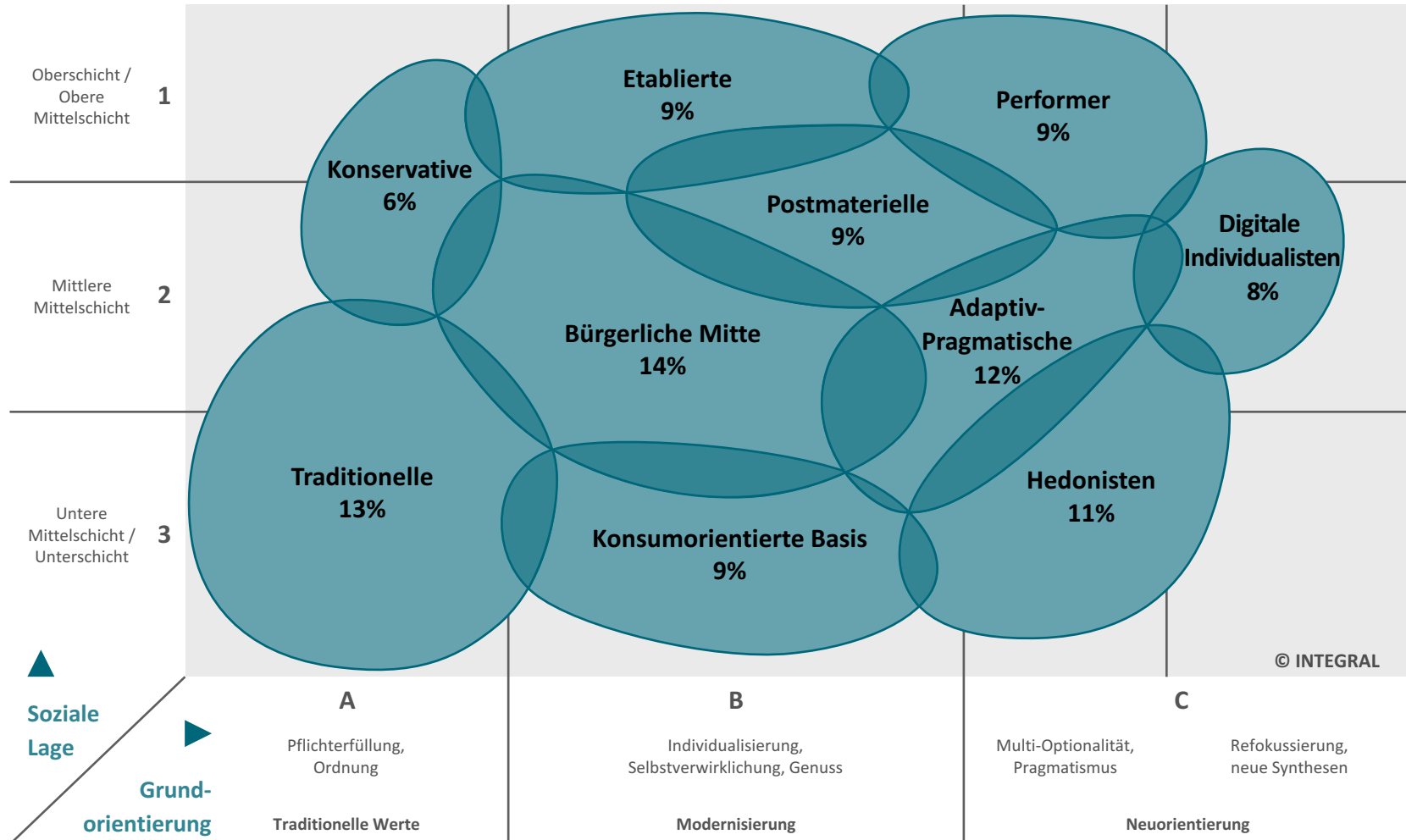


FELDARBEITSZEIT

- 3. Quartal 2017

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: Verwurzt 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

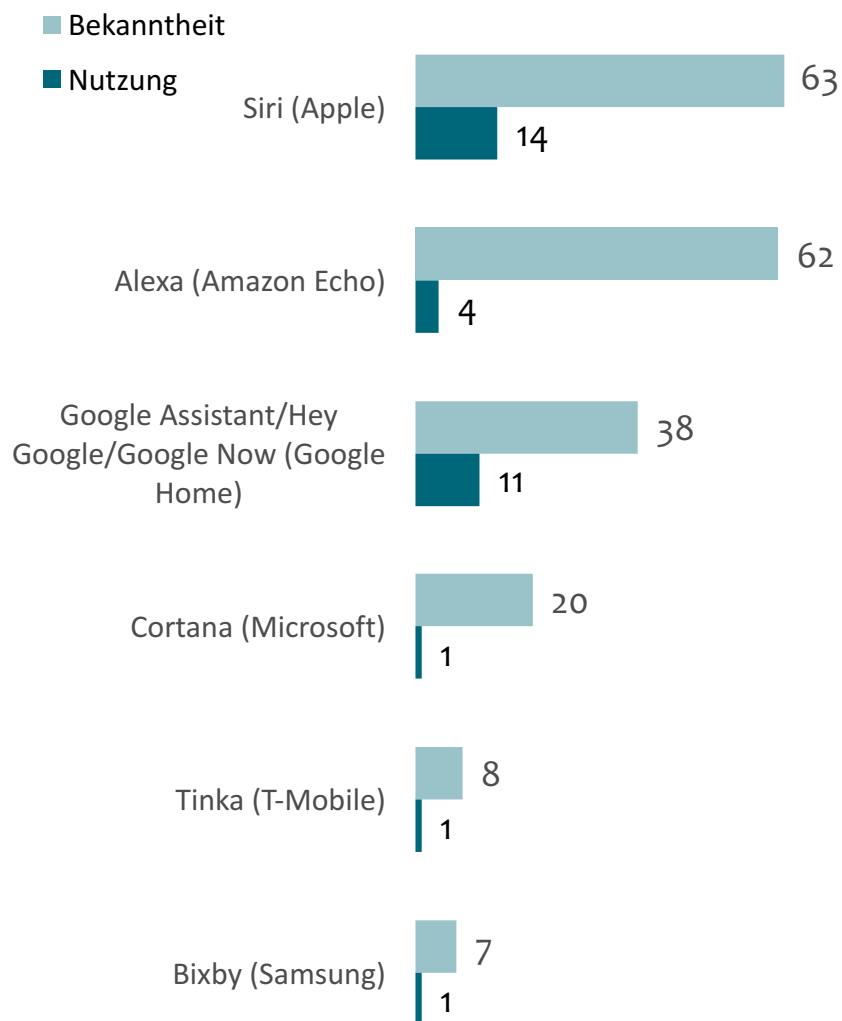
Moderne Unterschicht

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



BEKANNTHEIT UND NUTZUNG DIGITALER ASSISTENTEN

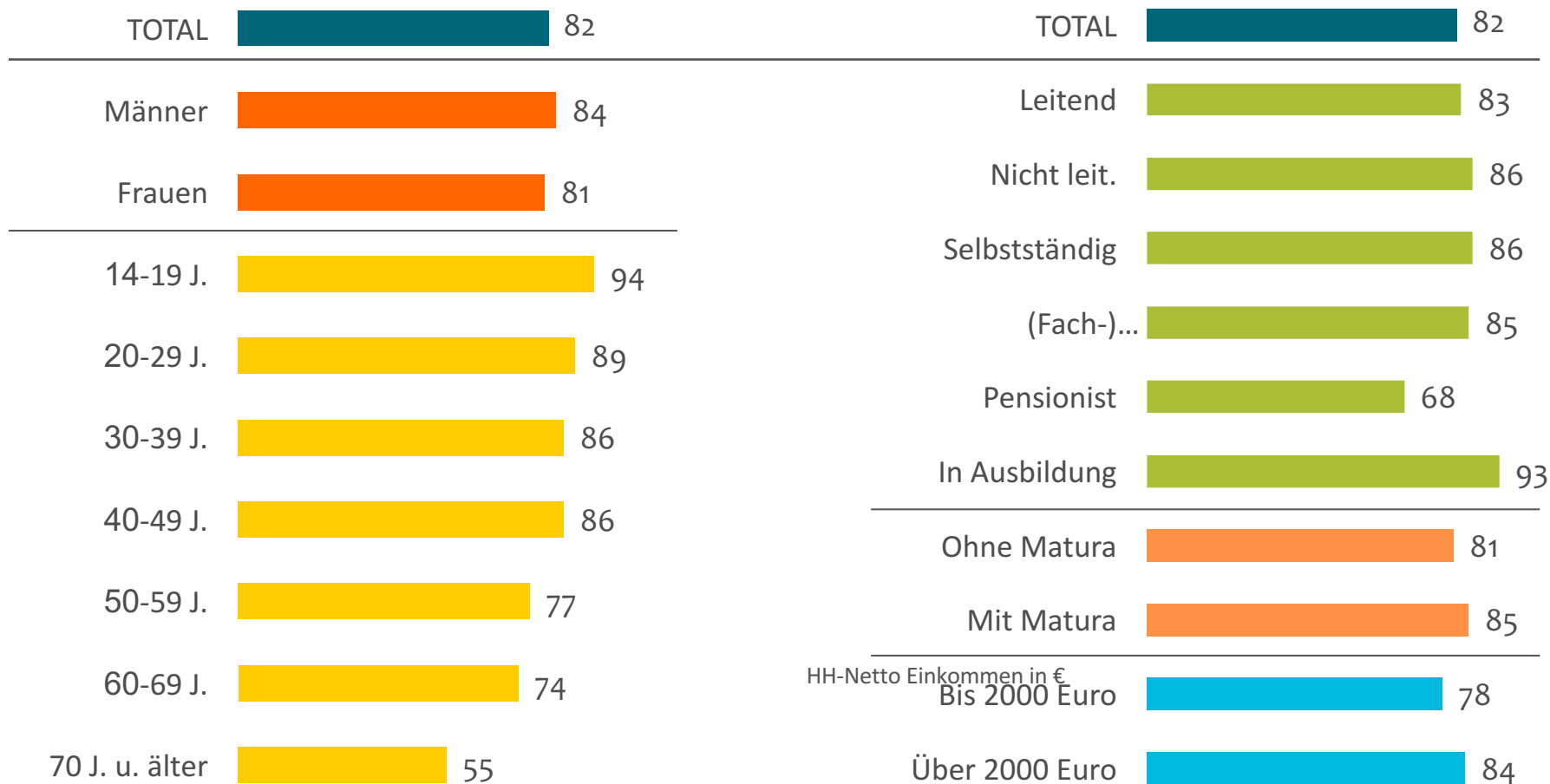


Frage 1/2: Es werden seit kurzem so genannte Digitale Assistenten angeboten. Dabei handelt es sich um Software, die Sprachbefehle entgegennimmt und ausführt. Welche dieser Digitalen Assistenten sind Ihnen zumindest namentlich bekannt? Welche dieser Assistenten nutzen Sie persönlich?

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



ZUMINDEST EIN DIGITALER ASSISTENT BEKANNT

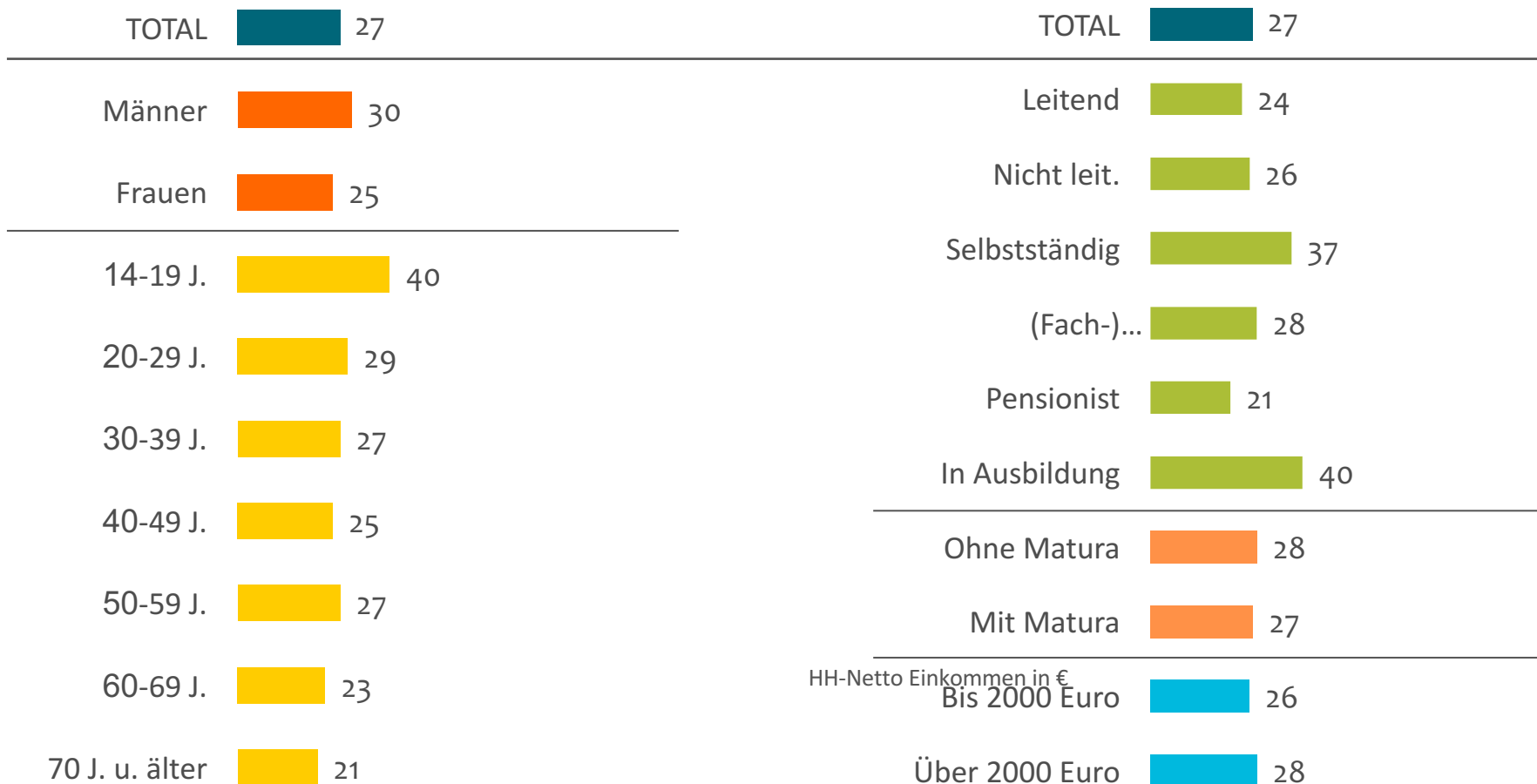


Frage 1: Es werden seit kurzem so genannte Digitale Assistenten angeboten. Dabei handelt es sich um Software, die Sprachbefehle entgegennimmt und ausführt.
Welche dieser Digitalen Assistenten sind Ihnen zumindest namentlich bekannt?

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



ZUMINDEST EIN DIGITALER ASSISTENT GENUTZT

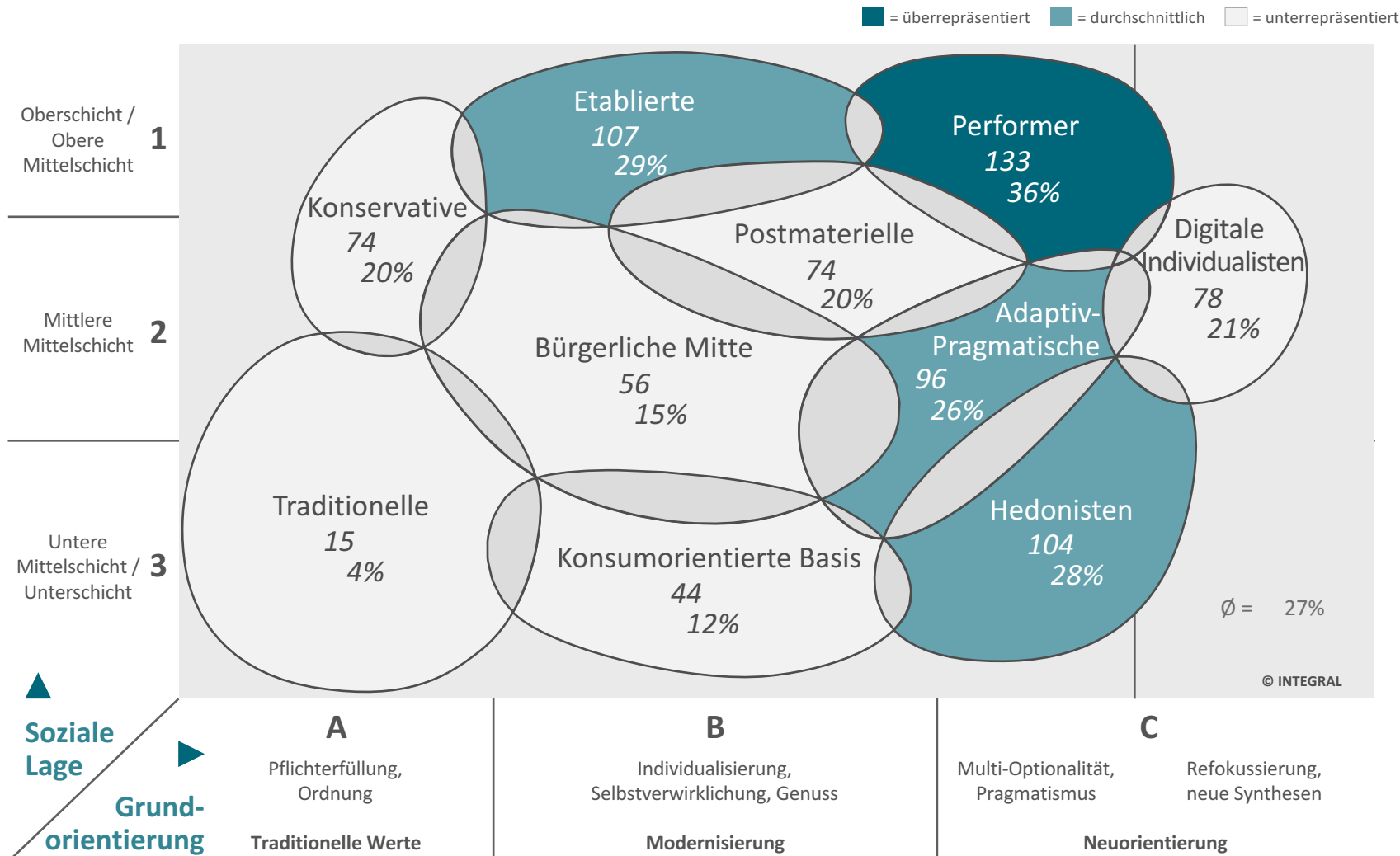


Frage 2: Und welcher dieser Assistenten nutzen Sie persönlich?

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



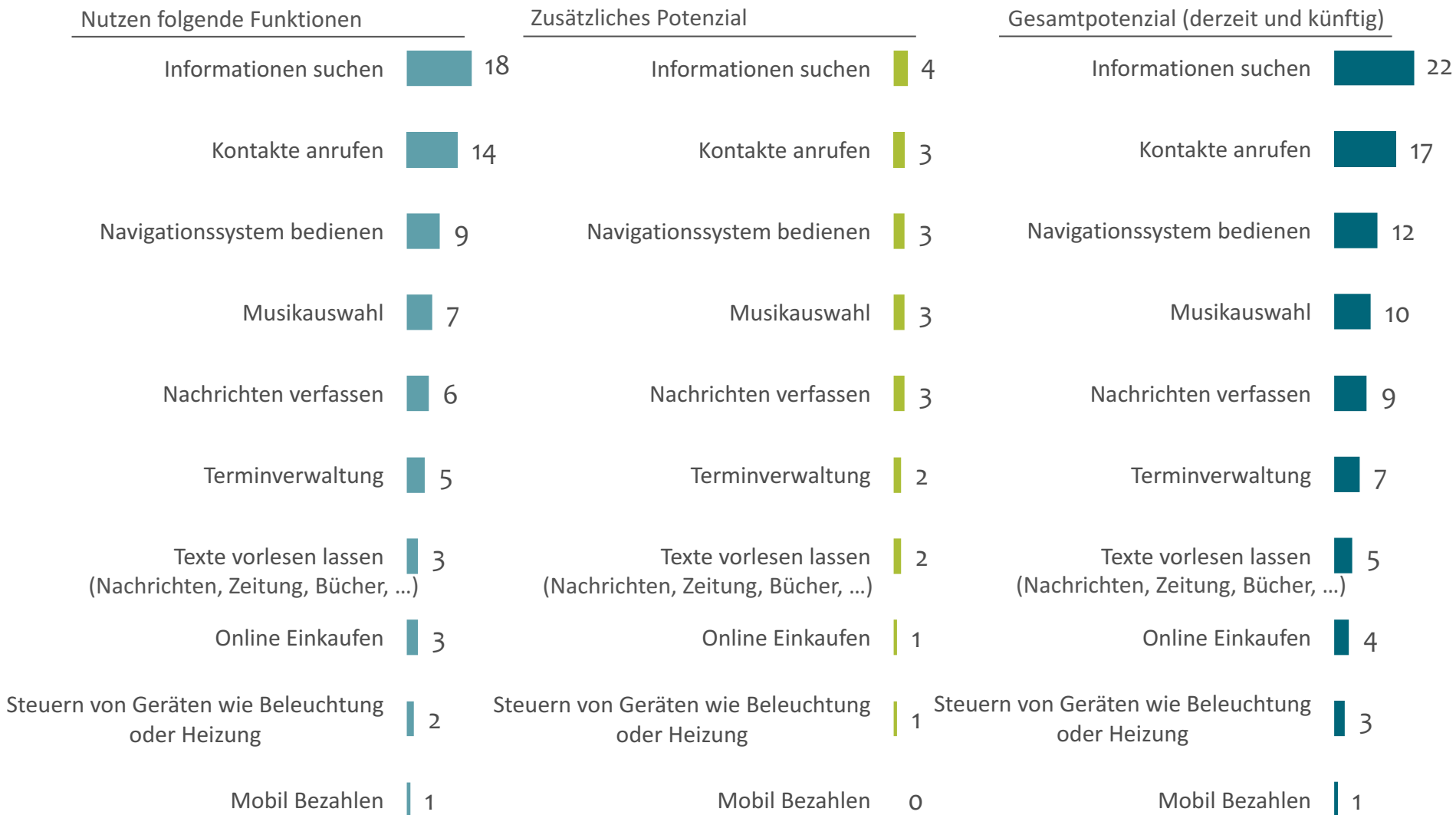
ZUMINDEST EIN DIGITALER ASSISTENT GENUTZT



Frage 2: Und welcher dieser Assistenten nutzen Sie persönlich?

Basis: Handy/Smartphone Nutzer

GENUTZTE FUNKTIONEN UND POTENZIAL VON DIGITALEN ASSISTENTEN



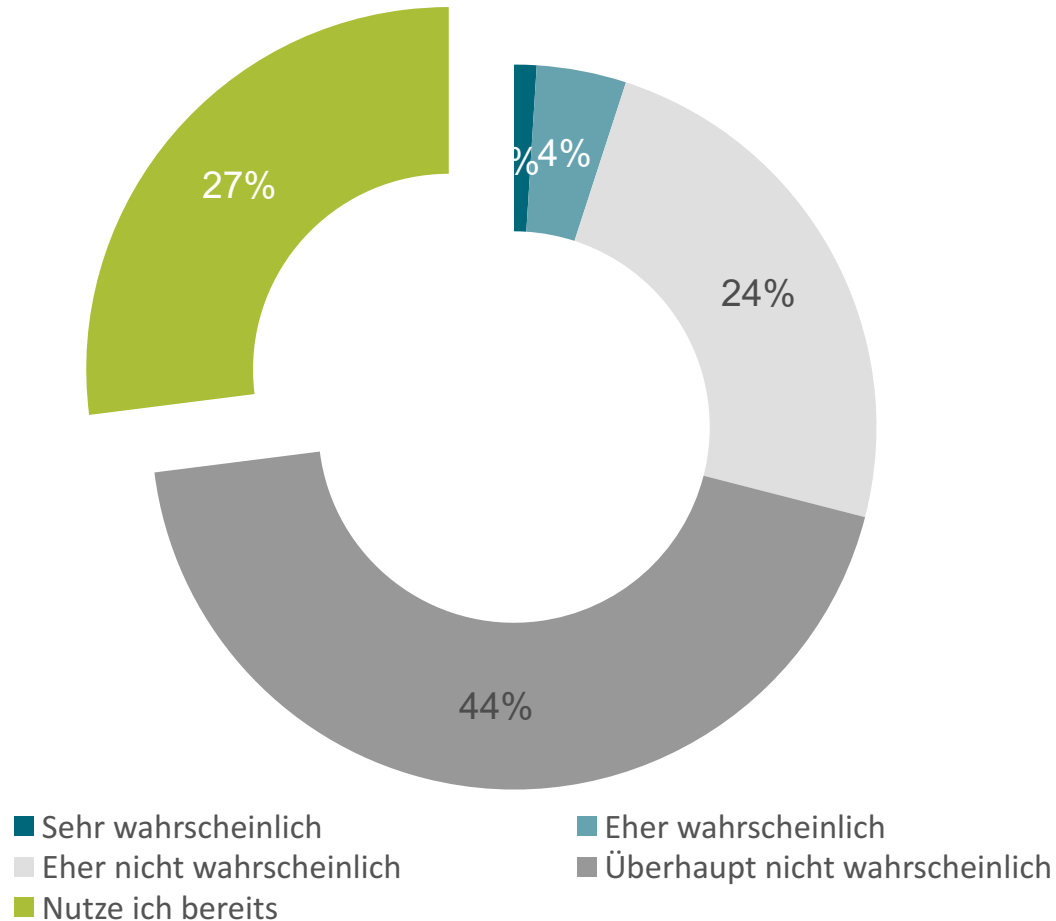
Frage 3/5: Welche der Funktionen nutzen Sie bei Ihrem Digitalen Assistenten/würden Sie bei Ihrem Digitalen Assistenten nutzen?

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



NUTZUNGSWAHRSCHEINLICHKEIT

Nutzungswahrscheinlichkeit (in den nächsten 6 Monaten)



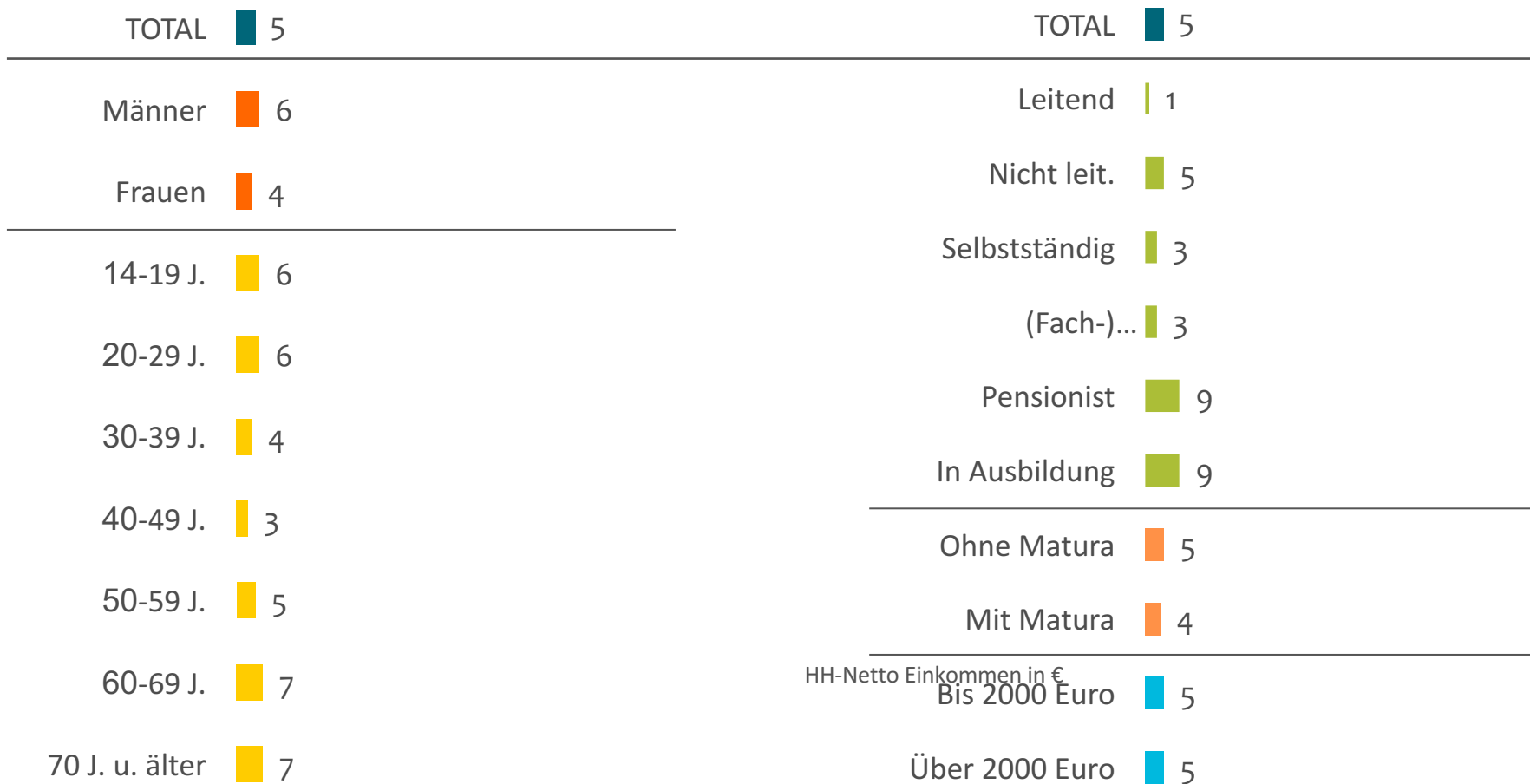
Frage 4: Wie wahrscheinlich werden Sie in den nächsten 6 Monaten einen solchen Digitalen Assistenten verwenden?/

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



NUTZUNGSWAHRSCHEINLICHKEIT: TOP 2

...in den nächsten 6 Monaten



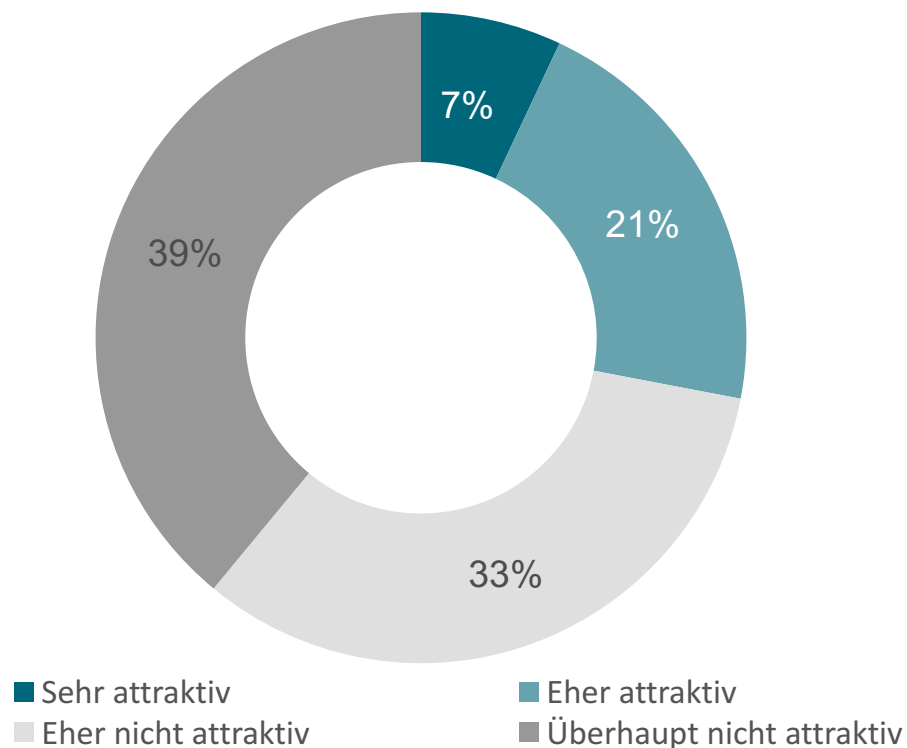
Frage 4: Wie wahrscheinlich werden Sie in den nächsten 6 Monaten einen solchen Digitalen Assistenten verwenden? (sehr/eher)

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



ATTRAKTIVITÄT EIGENSTÄNDIGES GERÄT

Nutzungswahrscheinlichkeit (in den nächsten 6 Monaten)

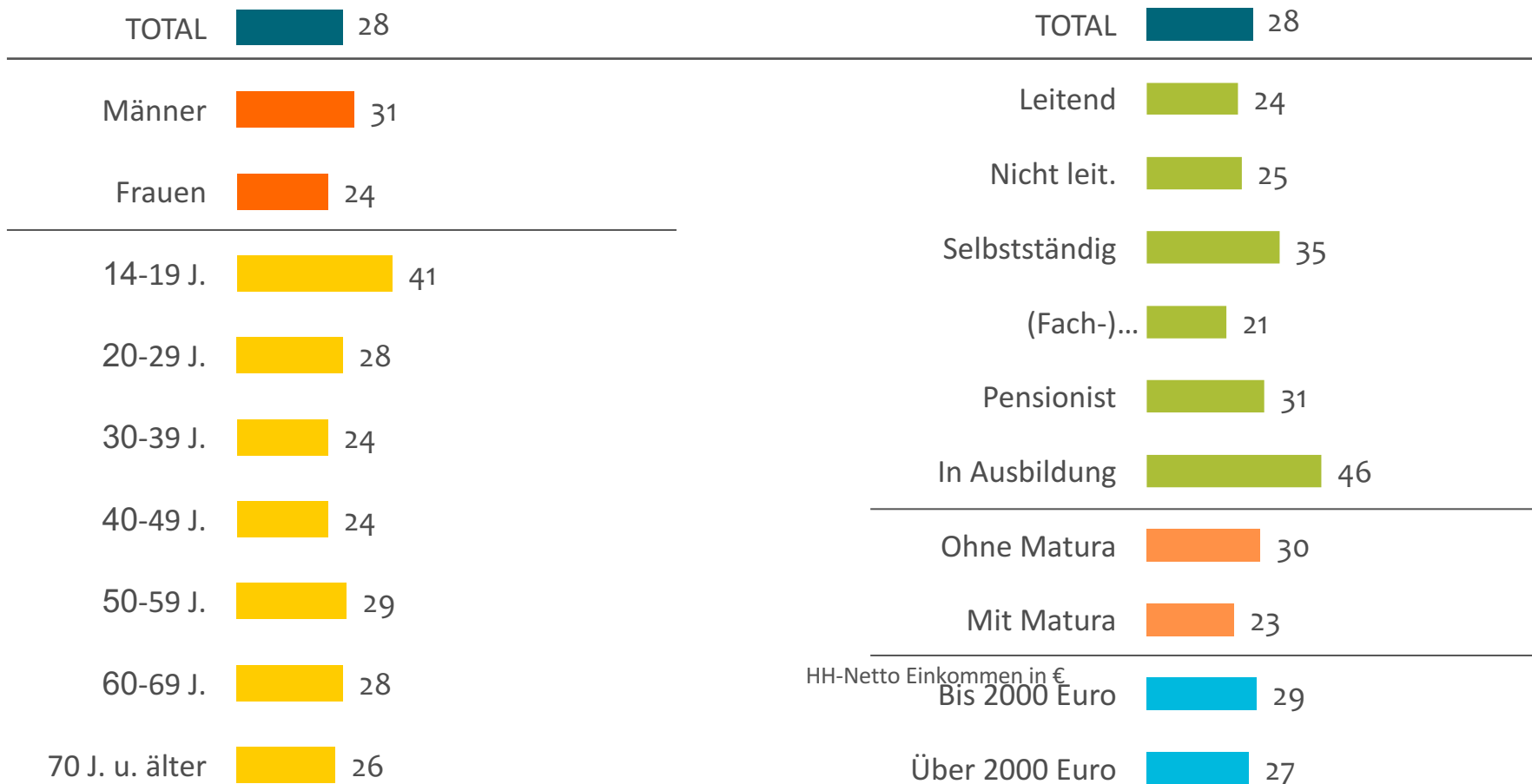


Frage 6: Wie attraktiv ist für Sie die Nutzung eines eigenständigen Geräts, das Sie als Digitalen Assistenten nutzen können?

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



ATTRAKTIVITÄT EIGENSTÄNDIGES GERÄT : TOP 2

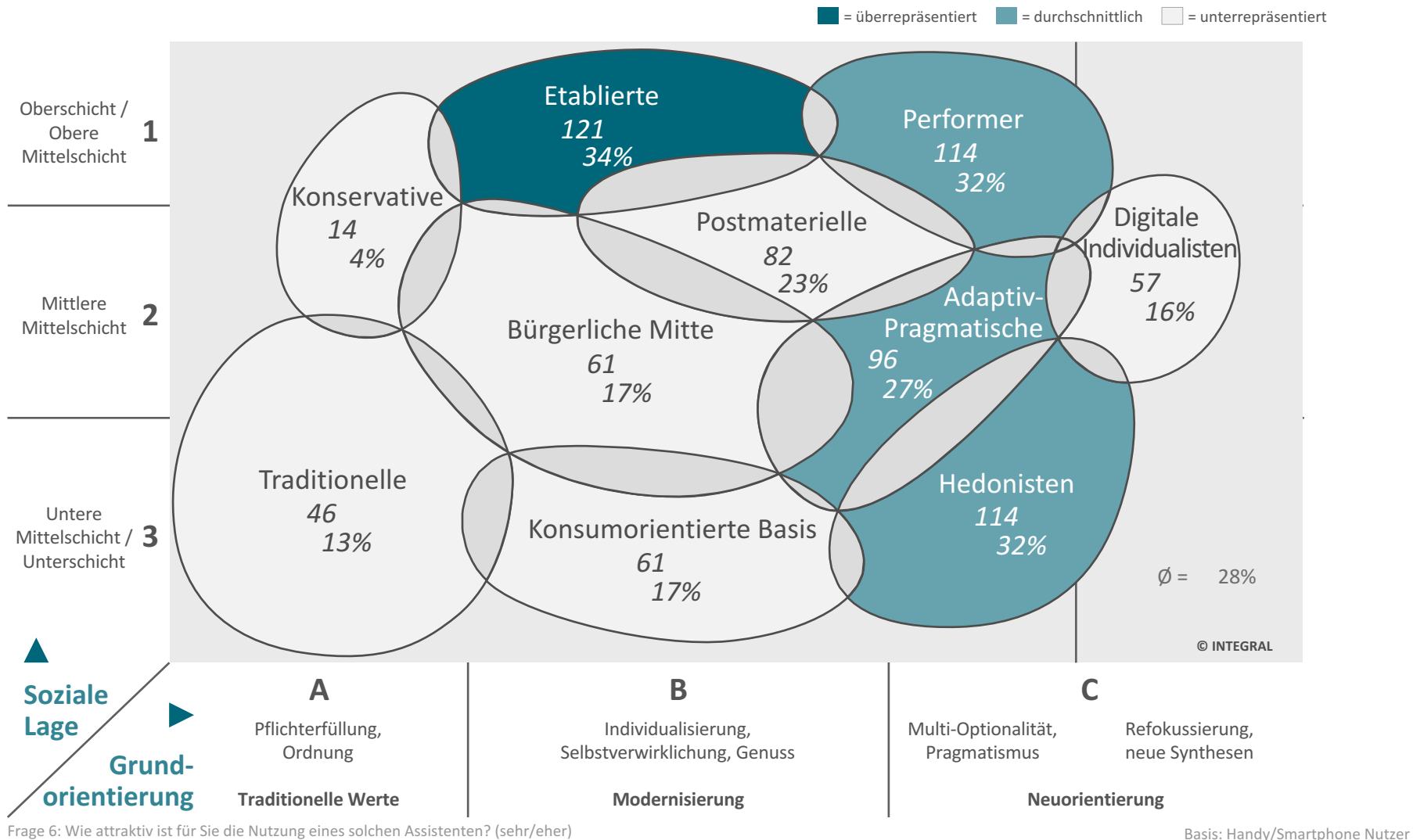


Frage 6: Wie attraktiv ist für Sie die Nutzung eines solchen Assistenten? (sehr/eher)

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



ATTRAKTIVITÄT EIGENSTÄNDIGES GERÄT : TOP 2



Frage 6: Wie attraktiv ist für Sie die Nutzung eines solchen Assistenten? (sehr/eher)

Basis: Handy/Smartphone Nutzer



WIR BEANTWORTEN GERNE IHRE FRAGEN

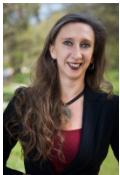
Ihre Ansprechpartner

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

Haben Sie Interesse an Detailergebnissen?

- **Der Bericht bietet Einblicke in Aspekte Digitaler Assistenten**
 - Bekanntheit
 - Nutzung
 - Funktionen
 - Nutzungsabsicht
- **Die Ergebnisse werden nach Sinus-Milieus® und demografischen Subgruppen dargestellt und liefern wertvolle Einblicke in die strategischen Zielgruppen der Nutzer.**
- **Normalpreis: Euro 500,-**
- **Spezialpreis für IAB-Mitglieder: Euro 375,-**