



Smartphone-Nutzung im Generationen-Check: Die Ergebnisse des Mobile Communications Report Austria 2024 – BILD

ID: LCG24400 | 30.10.2024 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft – Österreich | Medieninformation

Der neue Mobile Communications Report Austria 2024 von Reppublika Research & Analytics und iab austria bietet detaillierte Einblicke in die mobilen Gewohnheiten der Smartphone-Nutzer in Österreich – von kontaktlosem Bezahlen bis hin zu App-Käufen und Streaming-Trends .

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Wie wir unsere Smartphones nutzen, hat sich in den letzten Jahren rasant verändert. Längst sind sie nicht mehr nur Kommunikationsmittel, sondern unverzichtbare Alltagshelfer – beim Einkaufen, Streamen, Bezahlen oder für die Vernetzung mit der digitalen Welt. Doch wie genau nutzen die verschiedenen Generationen in Österreich ihre Smartphones? Der jüngst veröffentlichte Mobile Communications Report Austria 2024, durchgeführt von Reppublika Research & Analytics in Zusammenarbeit mit dem iab austria, gibt genau darauf eine detaillierte Antwort.

Auf Grundlage einer repräsentativen Online-Umfrage, die im Juli 2024 mit 1.011 Teilnehmern durchgeführt wurde, beleuchtet der Report sämtliche relevante Aspekte der Smartphone-Nutzung – von der Internet- und App-Nutzung über Mobile Shopping bis hin zu XR-Brillen, Smart Home Gadgets, Sprachassistenten und Wearables. In diesem Jahr lag zudem ein besonderes Augenmerk auf den Themen Video- und Musik-Streaming, mobiles Gaming und mobile Werbung, die insbesondere bei den jüngeren Generationen immer mehr an Bedeutung gewinnen.

„Der Mobile Communications Report Austria hat sich über die Jahre als das Nachschlagewerk für Marketingentscheiderinnen und -entscheider bezüglich der Smartphone-Nutzung unterschiedlicher Generationen etabliert. 2024 hat das iab austria zusammen mit Reppublika Research & Analytics den Fokus verstärkt auf die Unterschiede bei den Generationen X, Y, Z sowie Babyboomer gelegt und liefert detaillierte, spannende Insights in den unterschiedlichen Nutzungsszenarien“, betont **Gerhard Günther** (Digitalsunray Media), Leiter der Arbeitsgruppe Mobile Communication im iab austria.

Die wichtigsten Erkenntnisse

Ein bemerkenswertes Ergebnis des Mobile Communications Report Austria 2024 ist die steigende Nutzung von Near Field Communication (NFC), dem kontaktlosen Bezahlen per Smartphone. Die Studie zeigt einen beeindruckenden Zuwachs von 45 Prozent im Vergleich zum Vorjahr: Inzwischen nutzen 40 Prozent der österreichischen Smartphone-Besitzer die Technologie – im Jahr 2023 waren es noch 27 Prozent.

Auch die Bereitschaft für App-Käufe ist in diesem Jahr stark ausgeprägt. Österreicher, die für Apps zahlen, haben im Durchschnitt sechs bezahlte Anwendungen auf ihrem Smartphone. 40 Prozent aller App-Nutzer verwenden mindestens eine kostenpflichtige App. Besonders auffällig ist die höhere Zahlungsbereitschaft in der Generation Z: 54 Prozent dieser Altersgruppe haben mindestens eine App installiert, für die Gebühren anfallen.

Ein weiterer spannender Trend ist die wachsende Beliebtheit von Push-Benachrichtigungen. Ganze 72 Prozent der österreichischen App-Nutzer haben Push-Nachrichten aktiviert, bei der Gen Z liegt dieser Wert sogar bei beeindruckenden 85 Prozent. Im Jahr 2023 waren es noch 60 Prozent, was einem Anstieg von 20 Prozent entspricht.

Ebenso zeigt sich beim Thema Tracking-Funktion ein generationsbedingter Unterschied: 49 Prozent der Smartphone-Nutzer in Österreich haben das Tracking bei mindestens einer App aktiviert. Bei der Generation Z liegt dieser Anteil bei 67 Prozent, während nur 40 Prozent der Generation X Tracking-Funktionen auf ihrem Smartphone erlauben.

Weitere Informationen auf reppublikaresearch.com. Der vollständige Mobile Communications Report Austria 2024 mit Detaillierungsergebnissen nach Geschlecht und Generationen inklusive Vorjahresvergleich kann für 780 Euro (exkl. USt) auf reppublikaresearch.com/orders bestellt werden.

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf iab-austria.at

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at
(Schluss)

