

comrecon°

Wir analysieren die Zeichen des Marktes

Social Media Verhalten von Handy-UserInnen

Eigenstudie unter österreichischen Handy-UserInnen

Dezember 2010

Das Untersuchungsdesign

Online-Umfrage unter Handy-UserInnen

Online-Umfrage

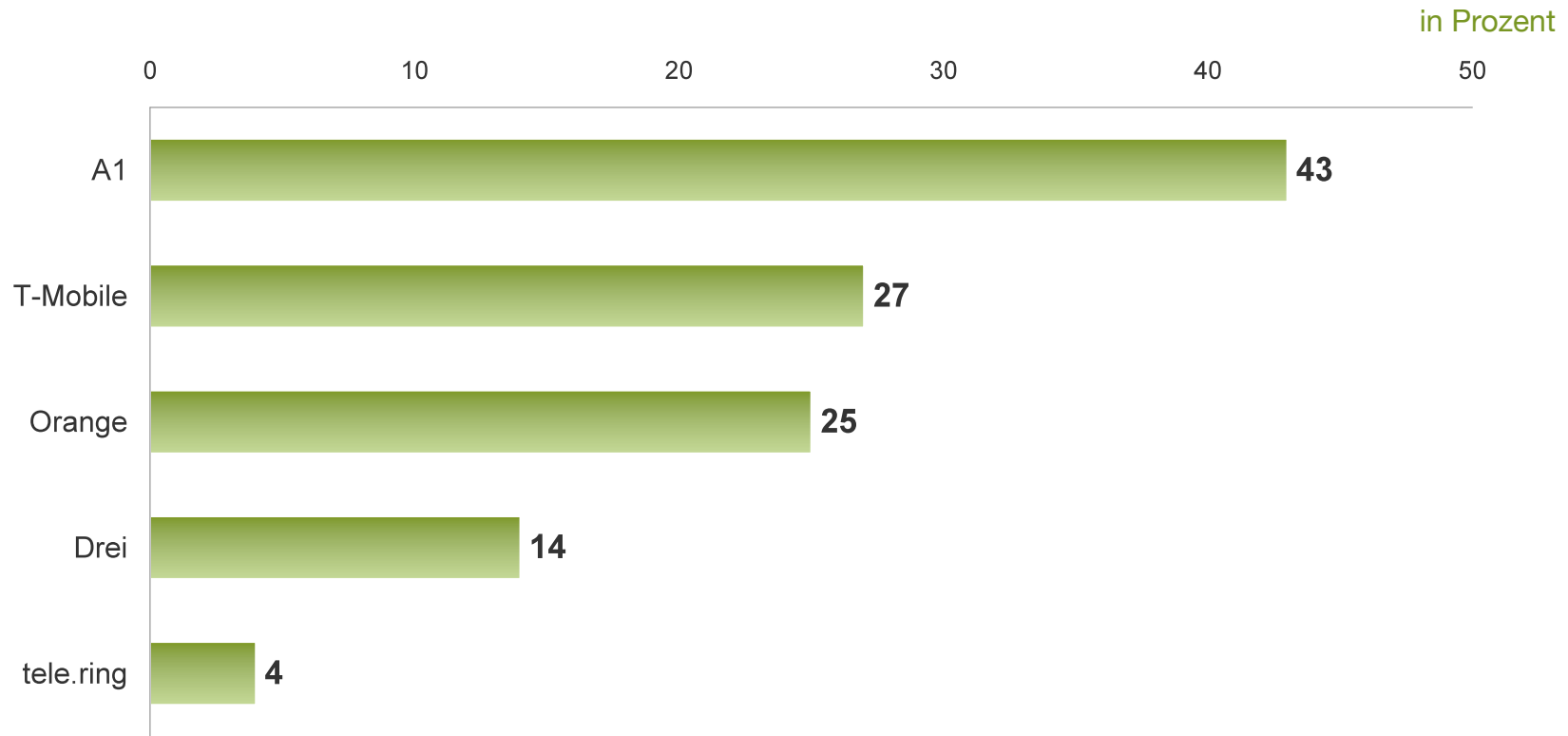
- **Zielgruppe:** Österreichische Handy-UserInnen (im Besitz eines Vertragshandys)
- **Sample:** 337 ÖsterreicherInnen, repräsentative Verteilung nach Alter, Geschlecht und Bundesland der Online-UserInnen ab 18 Jahren (Quelle: AIM, Stand: 1.9.2010)
- Vorwiegend geschlossene Fragen
- Dauer ca. 5 Minuten
- **Befragungszeitraum:** 11.-19. November 2010

Fragestellungen

- In Bezug auf die **Handynutzung**
 - Nutzung Smartphone versus einfachem Telefon
 - Net Promoter Score der einzelnen Netzanbieter
 - Wichtigkeit einzelner Kriterien für Netzanbieter
- In Bezug auf die **Mediennutzung & Social Communities**
 - Glaubwürdigkeit und Relevanz einzelner Medien
 - Bekanntheit und Nutzung von Foren und Communities
 - Einflussfaktoren auf Akzeptanz, Weiterempfehlung und Austritt von Fanpages
 - Anteil Follower von Netzanbietern in facebook

Mobilfunkverträge im Ranking

Unter Online-UserInnen zeigt sich ein deutliches Bild der Nutzung



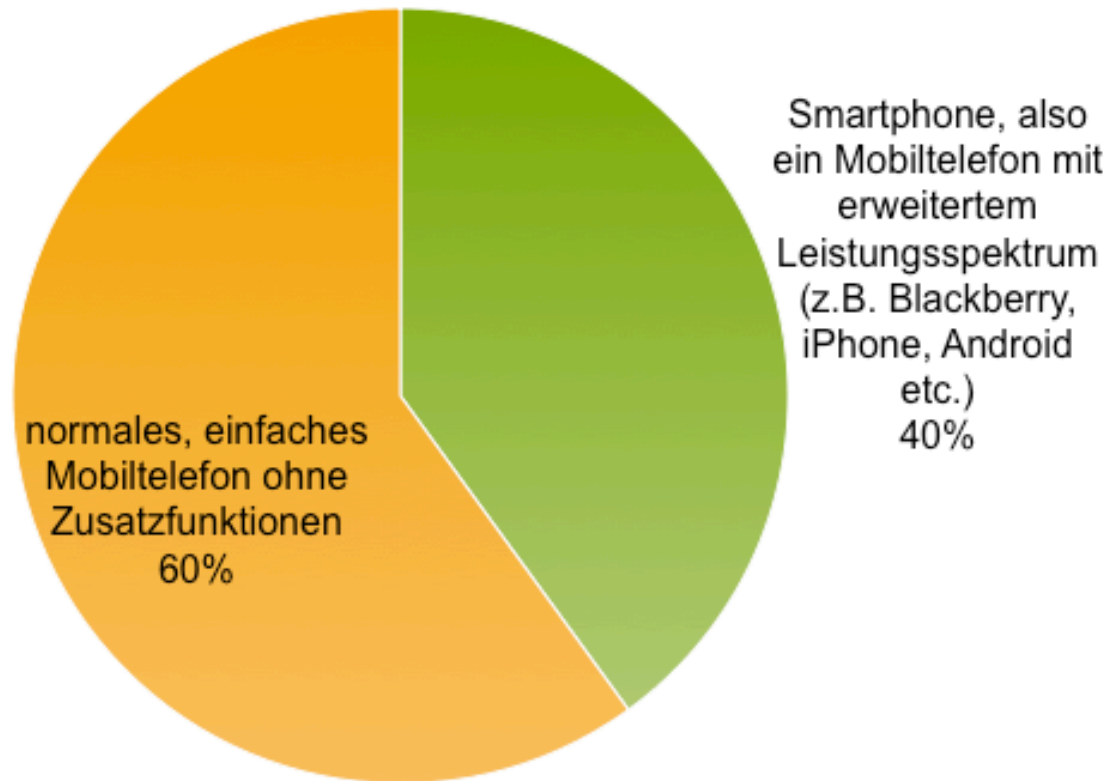
Bei welchem der folgenden Mobilfunkanbieter haben Sie Ihr Handy unter Vertrag?
Basis: total, n=337

Gestützt, Mehrfachantwort

Smartphones im Vormarsch

Fast schon jeder Zweite hat ein Telefon mit Zusatzfunktionen

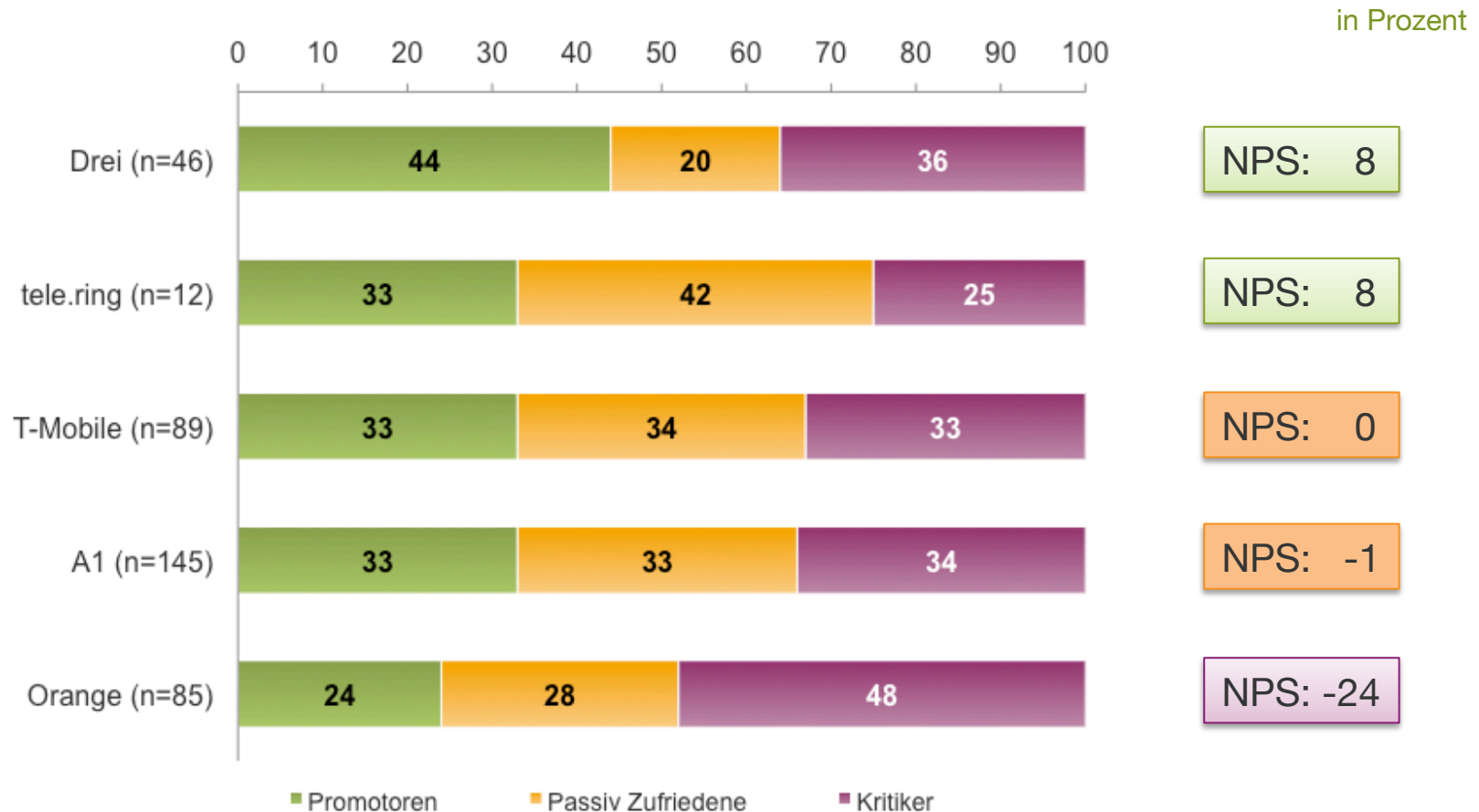
in Prozent



Welche Art von Mobiltelefon besitzen Sie?
Basis: total, n=337

Weiterempfehlung ist ein heikles Thema

Drei hat die meisten Promotoren, Orange die meisten Kritiker

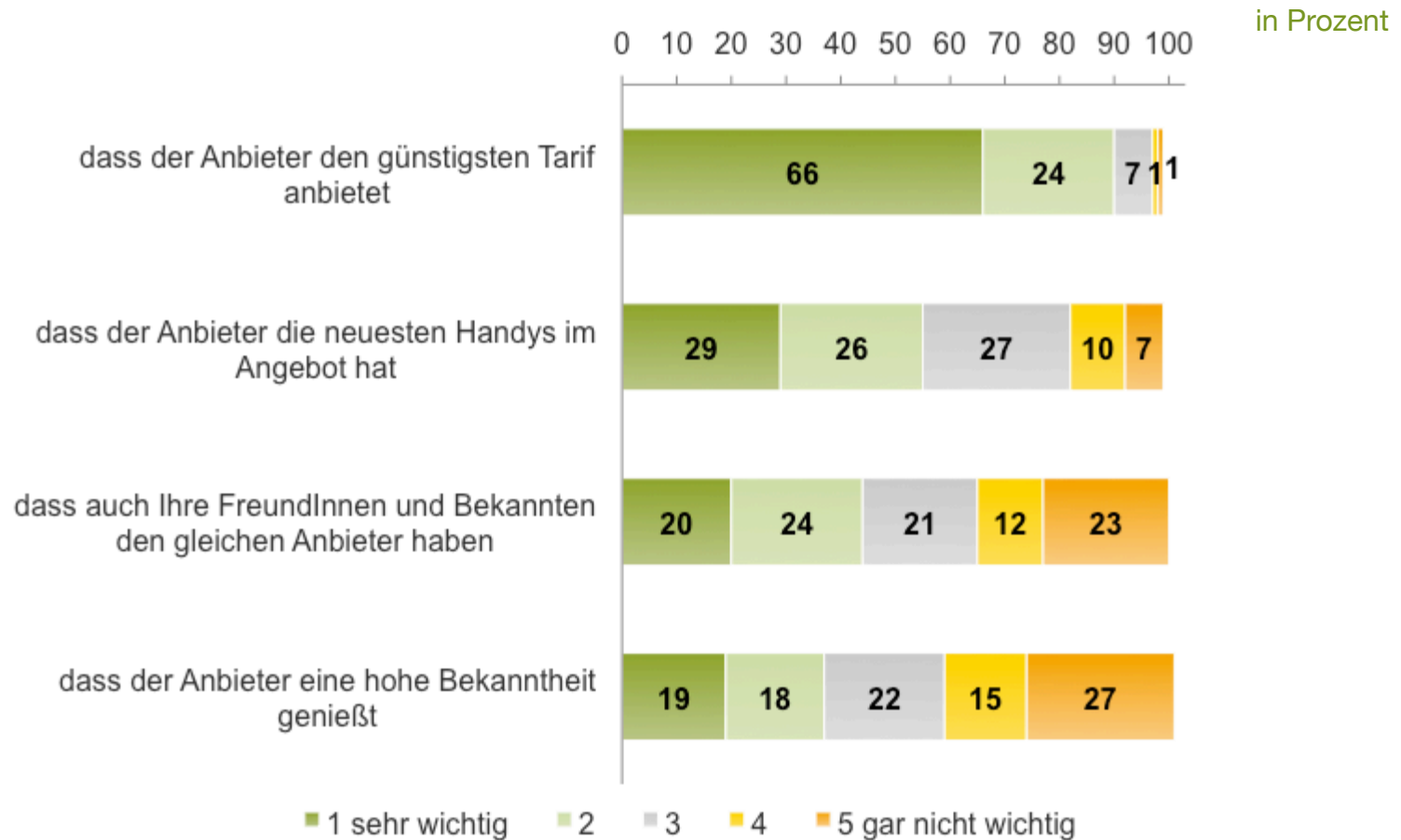
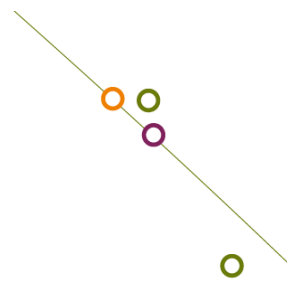


Bei welchem der folgenden Mobilfunkanbieter haben Sie Ihr Handy unter Vertrag?
Basis: total, n=337, haben ihr Handy beim jeweiligen Anbieter unter Vertrag

Skala 0-10, NPS

Entscheidungskriterien für Mobilfunkanbieter

Tarif und Handyangebot sind entscheidende Treiber



Wie wichtig sind Ihnen folgende Punkte für die Entscheidung eines bestimmten Mobilfunkanbieters?
Basis: total, n=337

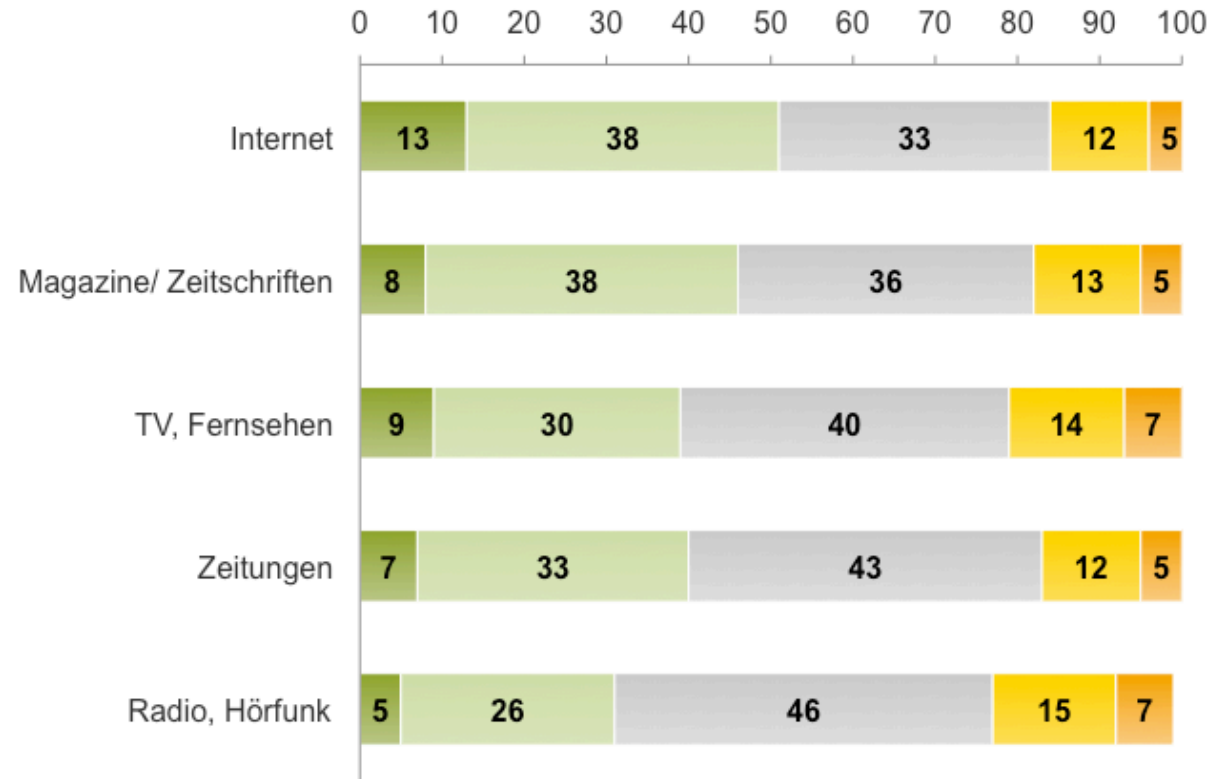
Skala 1-5, 1=sehr wichtig, 5=gar nicht wichtig



Glaubwürdigkeit der Medien schwankt

Internet wird am ehesten Glaubwürdigkeit attestiert – selektive Auswahl durch UserIn

in Prozent



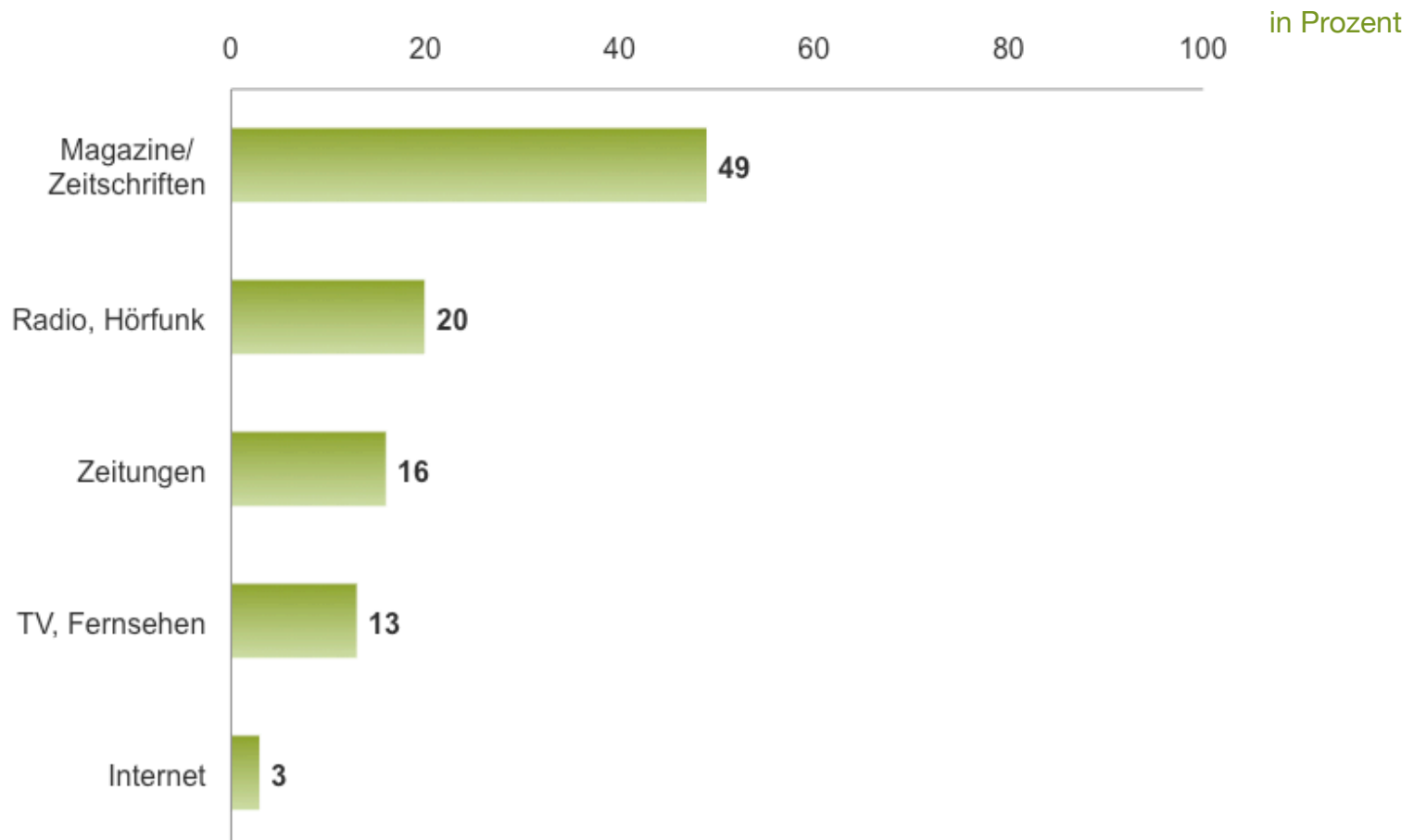
■ 1 sehr glaubwürdig ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 gar nicht glaubwürdig

Wie glaubwürdig stufen Sie die einzelnen Medien ganz allgemein auf ihren Informationsgehalt ein?
Basis: total, n=337

Skala 1-5, 1=sehr glaubwürdig,
5=sehr unglaubwürdig

Magazine sind für jeden Zweiten verzichtbar

Nur 3% könnten aufs Internet verzichten

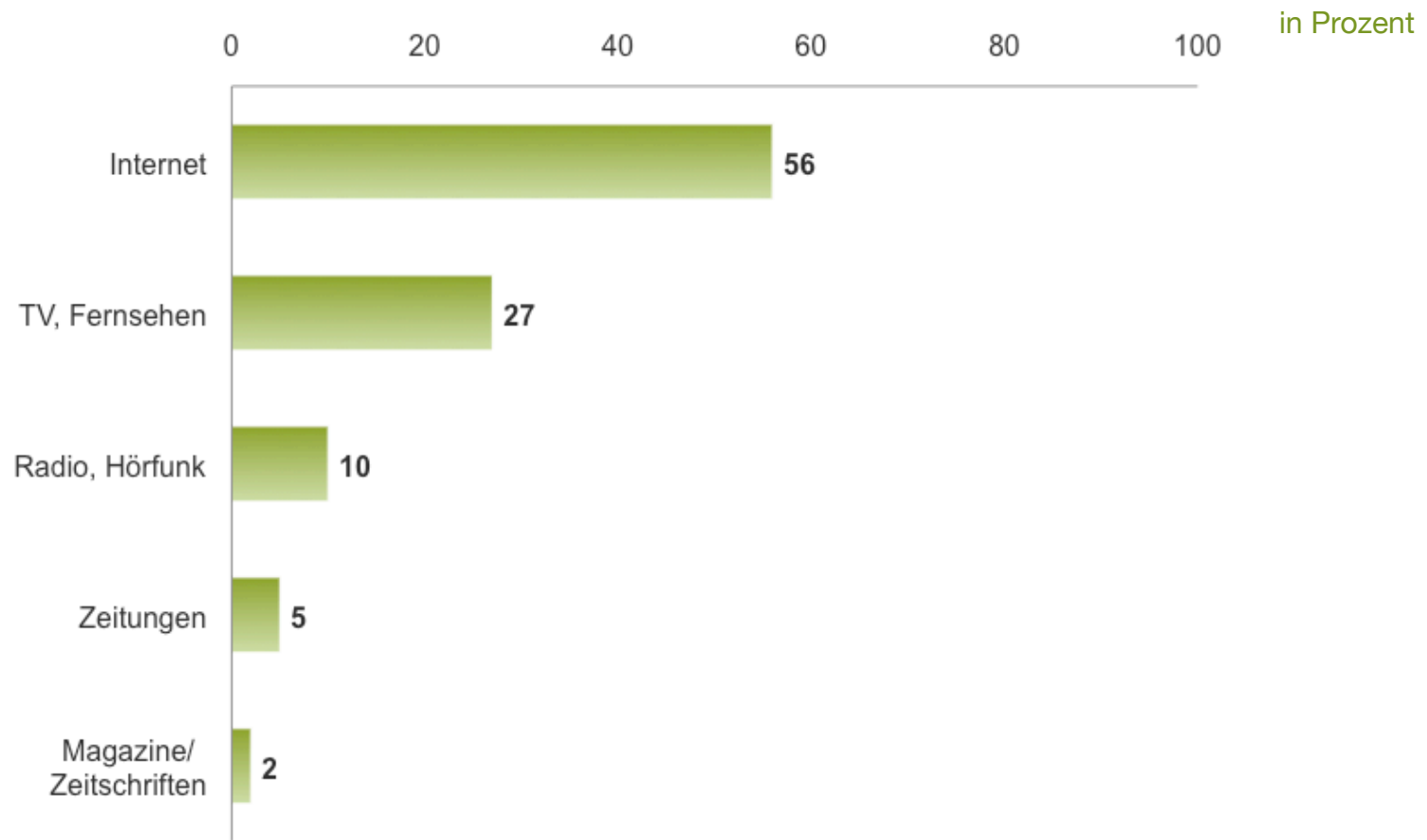


Wenn Sie auf eines der Medien verzichten müssten, welches wäre das?
Basis: total, n=337

Einfachantwort

Internet und Fernsehen sind unverzichtbar

Radio, Zeitung, Magazine – Inhalte, die auch im Internet abrufbar sind



Auf welches Medium würden Sie niemals verzichten?
Basis: total, n=337

Einfachantwort

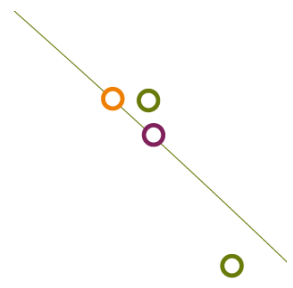
facebook, YouTube & twitter mit höchster Bekanntheit

Neuere Plattformen sind weniger bekannt



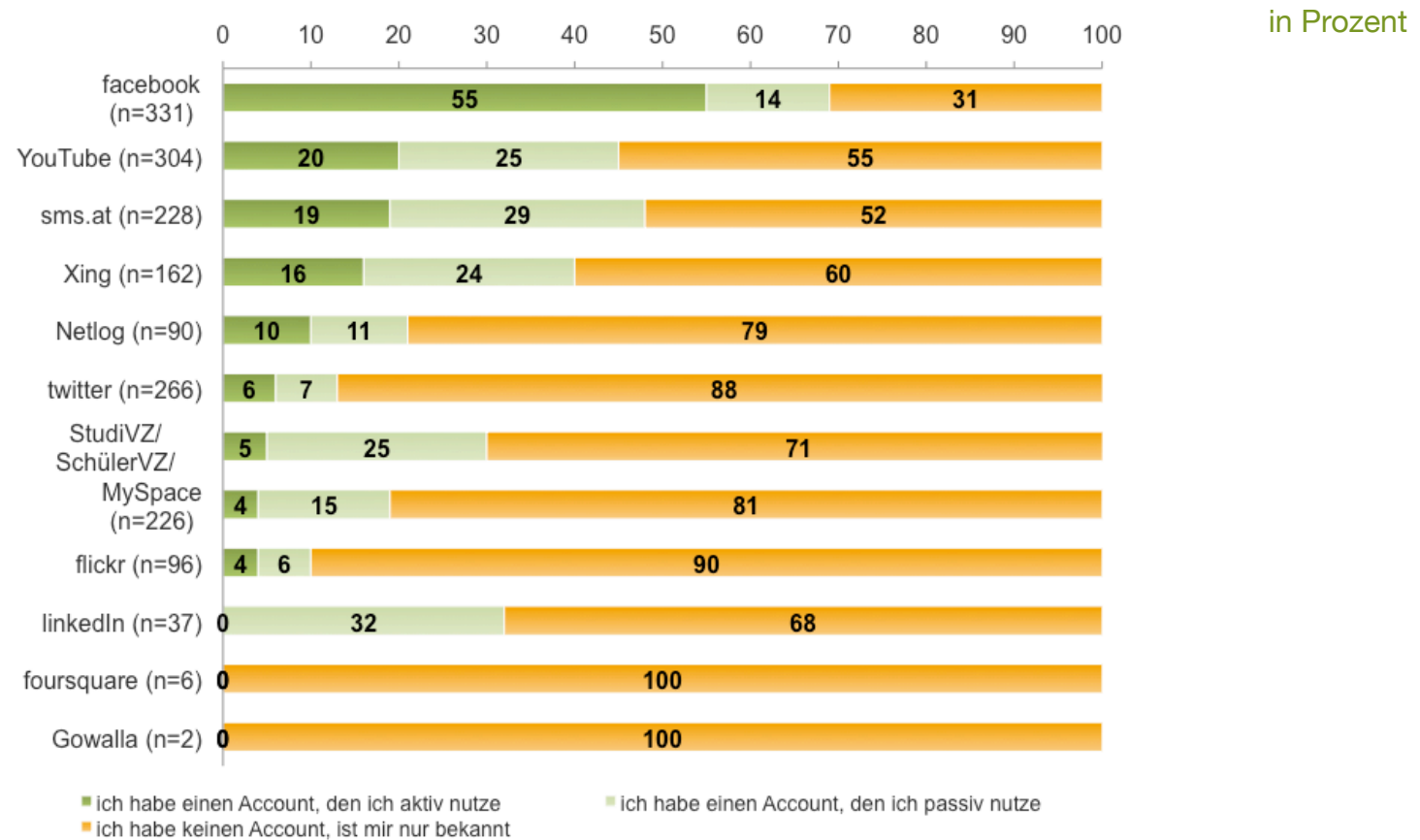
Welche der folgenden Social Media Plattformen kennen Sie zumindest vom Namen her?
Basis: total, n=337

Mehrfachantwort



Fast drei Viertel der Handy-UserInnen nutzen facebook

twitter ist Vielen bekannt, hat aber nur wenige Nutzer



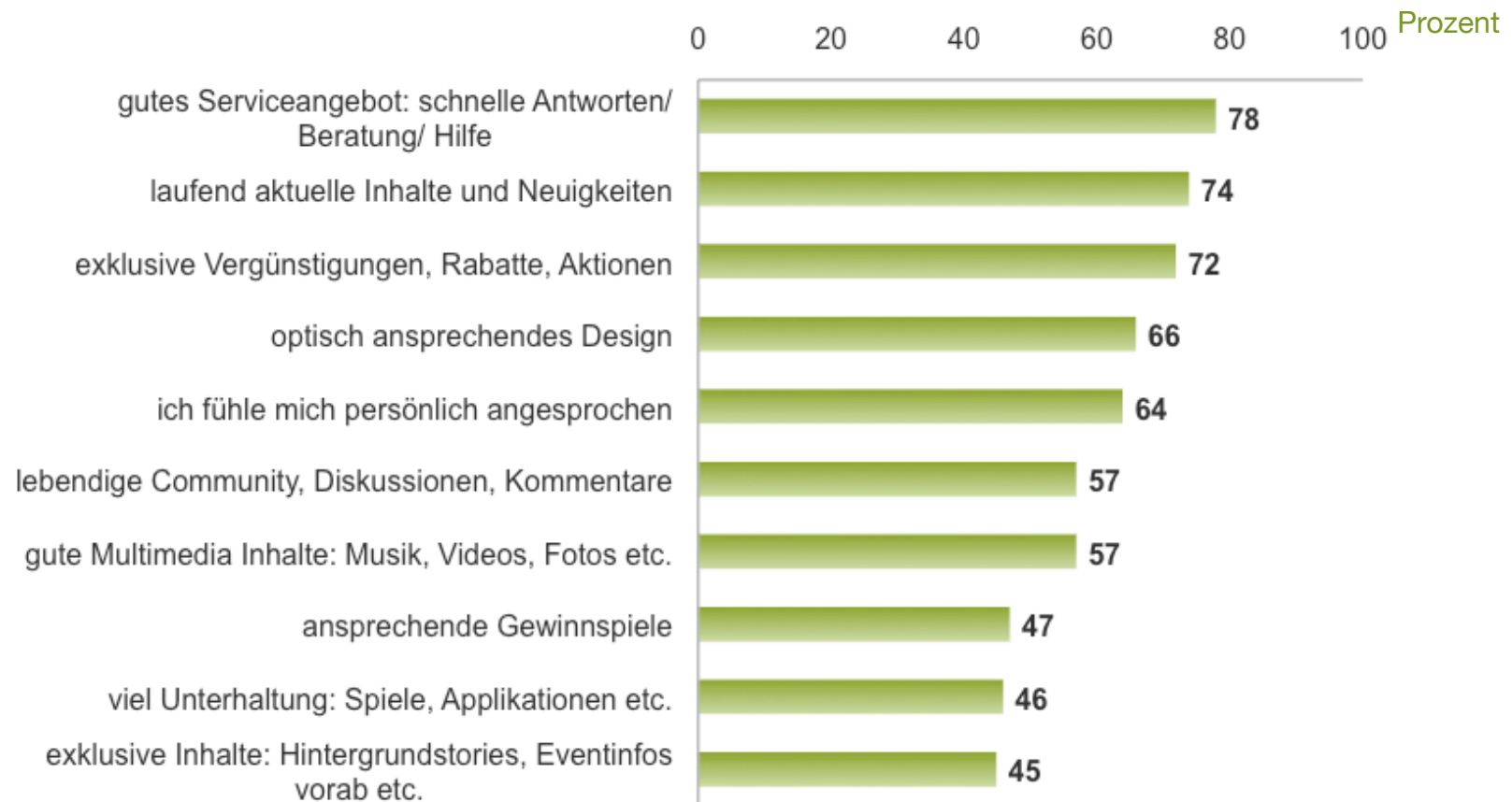
In welcher der eben genannten Social Media Communities haben Sie einen persönlichen Zugang, also Account?
 Nutzen Sie diesen aktiv oder passiv?
 Basis: Kennen die jeweilige Social Media Plattform zumindest vom Namen her, n=337

Mehrfachantwort



Musts einer Mobilfunkanbieter Fanpage auf facebook

Hohe Anforderungen an Service, News, Exklusives – Nähe zum Kunden

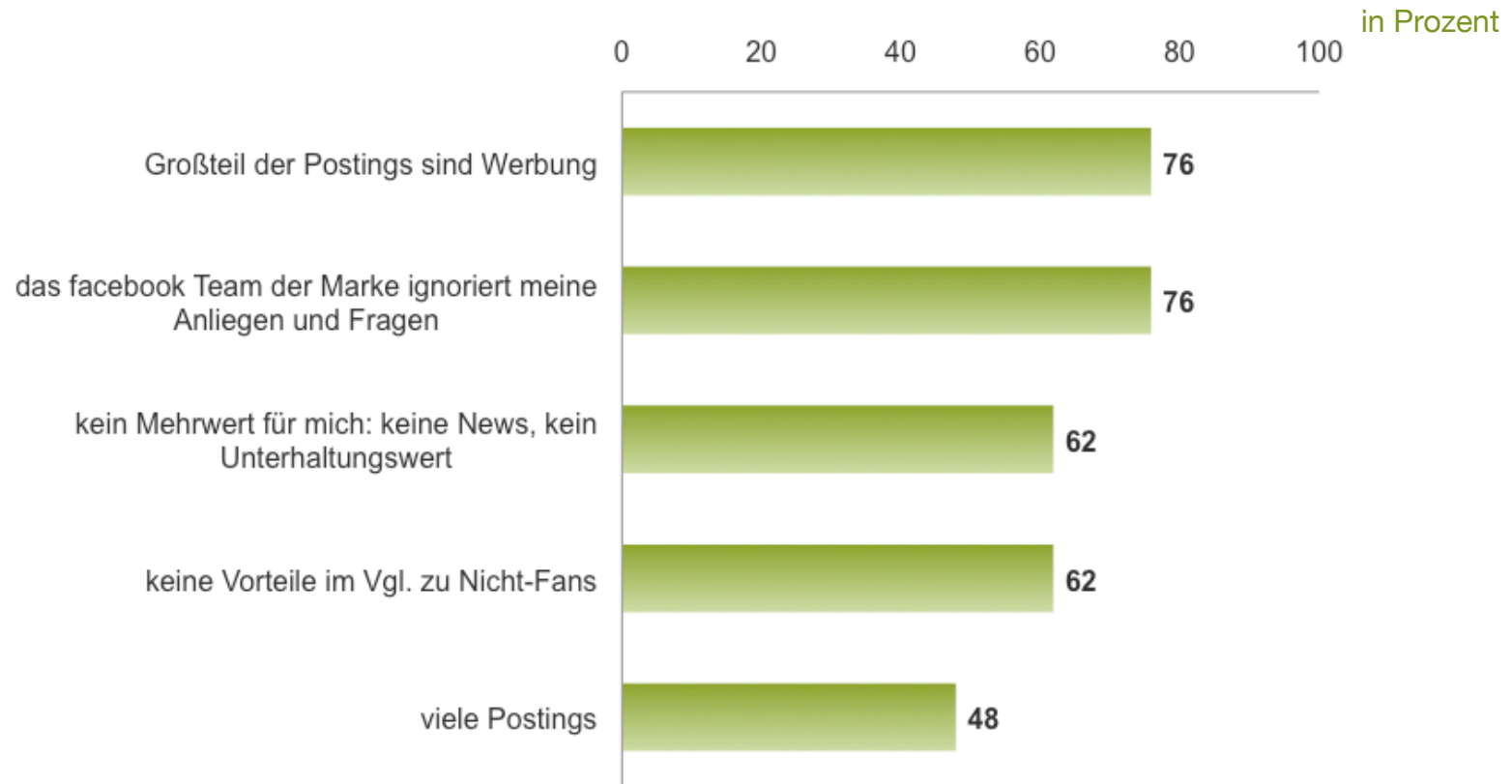


Was muss aus Ihrer Sicht eine facebook Fanpage eines Mobilfunkanbieters bieten, damit Sie diese mit Ihren Freunden teilen, also aktiv weiterempfehlen?
Basis: Haben einen aktiven oder passiven Zugang/Account in facebook, n=229

Skala 1-5: 1=muss sie auf jeden Fall bieten, 5=muss sie gar nicht bieten; Top Box 1+2

NO-GOs einer Mobilfunkanbieter Fanpage auf facebook

Werbeabsichten und Ignoranz – einseitige Kommunikation – werden bestraft



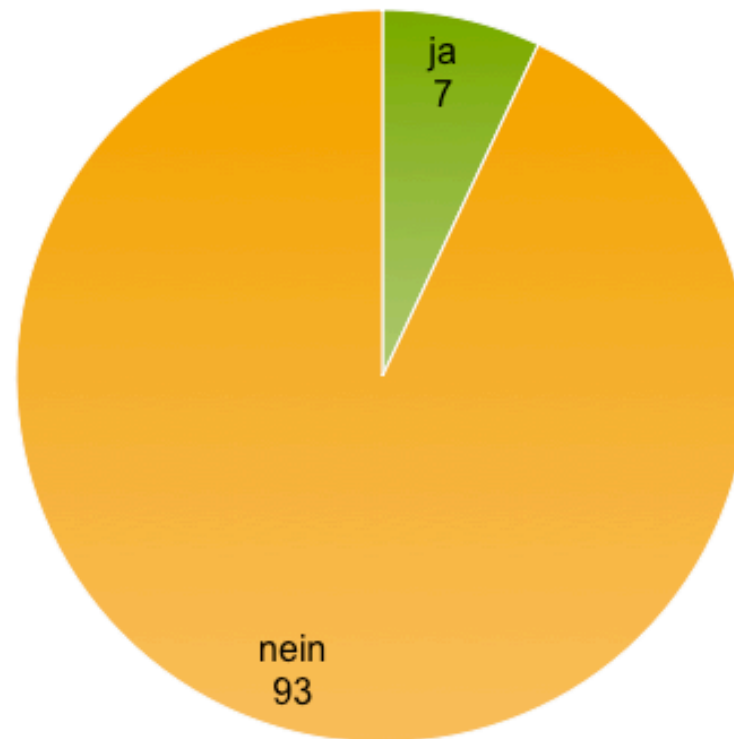
Aus welchen Gründen würden Sie aus der Fangemeinschaft eines Mobilfunkanbieters austreten?
Basis: Haben einen aktiven oder passiven Zugang/Account in facebook, n=229

Skala 1-5: 1=sicher austreten,
5=sicher nicht austreten; Top Box
1+2

Noch wenige UserInnen folgen einem Anbieter auf facebook

Großes Potenzial für Anbieter vorhanden

in Prozent



Sind Sie selbst ein Fan eines Mobilfunkanbieters auf facebook?
Basis: Haben einen aktiven oder passiven Zugang/Account in facebook, n=229

Einfachantwort

Management Summary ^(1.2)

Handynetzbetreiber zeigen Schwächen bei der Weiterempfehlung

Handynetzbetreiber

- A1 führend bei den Vertragshandys vor T-Mobile und Orange
- Bei der Weiterempfehlung (NPS) zeigen sich deutliche Schwachstellen
 - Orange weist den niedrigsten und damit negativen NPS mit -24 auf → der Anbieter hat mehr Kritiker als Promotoren
 - A1 und T-Mobile sind gleichauf mit einem ausgeglichenen Bild NPS (-1/0)
 - Drei und tele.ring weisen zwar geringere Marktanteile auf, führen jedoch in punkto Weiterempfehlung (NPS 8)
- Kosten und verfügbare neueste Handys sind wichtige Entscheidungskriterien
- Smartphones sind am Vormarsch – dies bestätigen auch aktuelle Studien der GfK und Karmasin (Nov./Dez. 2010)
 - So zeigt sich, dass Personen mit Smartphones im Schnitt 19 Apps installiert haben → das Smartphone bietet Erlebnis und Spaß im Alltag

Medien und deren Nutzung

- Das Internet ist für jeden unverzichtbarer Bestandteil des Lebens
- Magazine und Zeitschriften sind entbehrlich, sie sind teuer und das Wissen kann man sich auch aus dem Internet holen
- Tageszeitungen unterliegen auch der Gefahr des Verzichts – News im Internet sind glaubwürdiger und kostenlos
- In Sachen Glaubwürdigkeit haben die klassischen Medien immer mehr Probleme – das Internet ist am glaubwürdigsten

Management Summary (2.2)

Social Communities eröffnen Potenzial für Mobilfunkanbieter

Handy-UserInnen und Social Communities

- Facebook ist so gut wie jedem Handy-User bekannt
- Twitter, YouTube, sms.at und andere Communities sind ebenso vielen bekannt
- Das twitter-Phänomen: hohe Bekanntheit, sehr geringe aktive Nutzung → Vielen ist nicht klar, wie sie mit dem Kanal umgehen sollen

facebook

- 69% nutzen facebook, 55% aktiv
- 7% folgen bereits einem Mobilfunkanbieter auf facebook → das Potenzial ist hoch
- Mobilfunkanbieter müssen auf ihren fanpages einige Faktoren berücksichtigen, um ihre Fans zu halten
 - Service, Schnelligkeit bei Kontaktanfragen, laufende News und keine Werbung sind Musts → persönlicher Nutzen und Mehrwert müssen geboten werden
 - Fans verlassen Fanpages, wenn sie einseitige Kommunikation mit werblichen Botschaften entdecken und keinen Nutzen für sich herstellen können



Handynetzbetreiber können mittels Social Media ihr Image stärken und Nähe zum Kunden aufbauen. Buzzeffekte stärken die Marke. Das Potenzial ist sehr hoch.

Setzen Sie ein Zeichen!

Kontakt comrecon°

Mag. Charlotte Hager

comrecon° KG

Marktdiagnostik & Strategieberatung

Balthasar-Krauß-Gasse 6 . A-2380 Perchtoldsdorf

c.hager@comrecon.com . +43 1 293 47 25

www.comrecon.com

Die Veröffentlichung oder Vervielfältigung der Studie oder Auszügen davon, bedarf der schriftlichen Genehmigung durch comrecon°.
