

Spectra Digi-Monitor (Teil 3)

Wo ändert sich unser Alltag vom Analogen hin zum Digitalen am schnellsten?

2017



Qualität aus Überzeugung

Spectra Marktforschungsgesellschaft mbH.
Brucknerstraße 3-5/4, A-4020 Linz
Telefon: +43 (0)732 6901-0, Fax: 6901-4
E-Mail: office@spectra.at, www.spectra.at

Digitale Anwendungen halten ungeahnte Möglichkeiten für uns bereit. Wissen und Information sind für alle in noch nie dagewesenem Ausmaß einfach verfügbar. Auf der anderen Seite prägen Menschen, die ständig aufs Telefon starren, die Wahrnehmung in Öffis, in Lokalen, auf der Straße bis hin in die eigenen vier Wände und in die Kinderzimmer. Moderne Krankheitsbilder wie der Smartphone-Nacken oder der Smartphone-Daumen lassen auf eine sehr intensive Nutzung moderner Technologien schließen. Aber wie nutzen wir die neuen Möglichkeiten? Wie sehr ist die digitale Welt in unserem Alltag, in unserer Freizeit angekommen? Löst die digitale Welt unsere analoge Gegenwart rasend schnell oder langsam und schleichend ab? Oder gibt es eine Koexistenz?

Wir werden digitale Entwicklungen in den nächsten Jahren kontinuierlich beobachten und haben 2017 als Startpunkt gewählt, um die Österreicher erstmals nach der Nutzung verschiedener Medien bzw. dem Tätigen einfacher Bankgeschäfte zu fragen. Uns hat vor allem interessiert, **wie viele Österreicher überwiegend die digitalen Möglichkeiten bevorzugen / wählen.**

Egal ob aus Zwang (weil die physische Bankfiliale nicht mehr oder nur schlecht verfügbar ist) oder aus Bequemlichkeit / Nutzerfreundlichkeit, bei einfachen Bankgeschäften haben sich die Befragten an den digitalen Kanal gewöhnt. **38% der Österreicher erledigen einfache Bankgeschäfte eher oder sogar ausschließlich Online.** Noch stärker gilt diese Aussage für Bankkunden bis Fünfzig. Die Fans der digitalen Option (= des Online Bankings) machen hier ungefähr die Hälfte der Stichprobe aus. Natürlich sind Pauschalaussagen nicht für alle zutreffend, aber in der Tendenz sinkt die Begeisterung für Online Banking ab 50 mit zunehmendem Alter merkbar. Es ist offensichtlich, dass große Teile der jungen / mittelalten Bevölkerung (und der kaufkräftigen A/B

Schicht) die digitale Option für einfache Bankgeschäfte bevorzugen. **Gleichzeitig fährt dieser digitale Zug an vielen älteren aber auch einer beachtlichen Zahl an jüngeren Menschen vorbei,** die die Bankfiliale auch für einfache Bankgeschäfte wählen. Die Kunst der Bankinstitute muss es also sein, einerseits das Online Angebot weiterzuentwickeln und andererseits ein (kostspieliges) Filialnetz aufrechtzuerhalten, um vor allem ältere Kunden vor Ort optimal betreuen zu können. Wir gehen davon aus, dass sich der digitale Trend zwar verstärken wird, dass aber die demografische Entwicklung und die steigende Lebenserwartung der heute 50/60 jährigen Menschen auch **ein klarer Handlungsauftrag für die Bankenlandschaft in Richtung eines entsprechenden analogen Angebotes sein müssten.**

Bezüglich des Medienkonsums fällt die digitale Durchdringung deutlich bescheidener aus. **11% der Befragten lesen Tageszeitungen eher / nur in digitaler Form.** Hier bilden Männer und Vertreter der A/B Schicht die digitalen Speerspitzen. Wichtig erscheint uns, dass ein **Viertel der 15-29jährigen Internetnutzer** (wobei praktisch jeder in dieser Alters-

gruppe im Netz ist) **weder analog noch digital Information durch Tageszeitungen nutzt.** Dieser Anteil ist um einiges höher als in der übrigen Bevölkerung und macht deutlich, wie wichtig die aktuelle Debatte um Informationsbeschaffung, Fake News und Medienkompetenz ist. Vor allem wenn man bedenkt, dass die nächste Generation, die mit dem Smartphone aufwächst und ein hohes Vertrauen in Social Media (Newsfeeds) und Videokanäle hat, erst in den Startlöchern zum mündigen Staatsbürger steht.

Ein weiterer mittelfristiger Umbruch zeichnet sich dafür ab, wie wir Musik hören / kaufen. 140 Millionen aktive Nutzer (Quelle: Statista.com) hat der Streaming Dienstleister Spotify angeblich weltweit. **In Österreich hören 10% der Befragten Musik eher/nur als Stream.** Hochgerechnet steht diese Zahl für immerhin 750.000 Menschen. Am häufigsten ist die Abkehr von gekaufter Musik hin zum Abo oder der Gratisnutzung eines Streams bei den unter 20jährigen. **Vier von zehn Teens bevorzugen bei Musik schon Streamingdienste.** Somit wird die Jugend als die zukünftige Kernzielgruppe der Musik-

industrie (weil ältere Menschen Musik oftmals nur aus dem Radio konsumieren) mit Musikstreaming aufwachsen und wahrscheinlich auch die Elterngeneration zunehmend an das Thema heranführen.

Ganz ähnliche Nutzerzahlen haben Streaming Plattformen für Filme, Serien, Dokumentationen wie Netflix oder Amazon Prime. **9% der Österreicher bevorzugen diese Möglichkeit gegenüber dem üblichen Fernsehprogramm.** Die Antipode bildet jene Hälfte der Internetnutzer, die nur herkömmliches Fernsehen nutzt und auf digitale Optionen verzichtet. Als Fans des Filmstreamings (und der damit verbundenen Phänomene wie Binge-watching ...) kristallisieren sich einmal mehr die unter 30jährigen heraus. Jeder vierte Österreicher in dieser Altersgruppe bevorzugt Netflix, Amazon Prime und ähnliche Dienste gegenüber dem TV-Programm. Damit ist der Shift im Verhalten nicht ganz so spürbar wie beim Hören von Musik, ein deutliches Signal sind die Zahlen aber allemal.

Aus Mediensicht ist der digitale Wandel beim Radiohören am wenigsten ausgeprägt. **Nur jeder zwanzigste Österreicher hört Radio lieber als Livestream oder mittels App.**

Zuletzt möchten wir uns den **Büchern** widmen. Wie beim Radio sind es **5%** der Österreicher, die einen **E-Book Reader** dem multisensorischen Erlebnis eines gedruckten Buches **vorziehen**. Bemerkenswert ist,

dass es eher Frauen sind, die die digitale Option wählen. **Jede zehnte österreichische Internetnutzerin liest nämlich eher digital als analog.** Der Umstand der weiblichen Vorreiterrolle beim digitalen Lesen erklärt sich aber auch durch die (Buch)Lesefaulheit der männlichen Internetnutzer. 30% der männlichen Internetnutzer greifen nämlich weder analog noch digital zum Buch.

Zusammenfassend bleibt zu sagen, dass digitale Anwendungen aktuell ganz laut an der Tür klopfen, vielfach aber noch nicht hereingelassen werden. Glaubt man dem Hype um die Digitalisierung, sollten die Mainstream Anwendungen im Bereich Medienkonsum eigentlich schon weiter verbreitet sein. Tatsächlich halten aber viele Menschen an bekannten analogen Gewohnheiten fest. Wenn, dann sind es eher jüngere Menschen unter 30 Jahren (und bei Musikstreaming besonders die Jüngeren unter 20) die schon mehr digital als analog unterwegs sind. Voraussichtlich den größten zukünftigen Shift vom Analogen zum Digitalen sehen wir demgemäß beim Musikkonsum, gefolgt vom Konsum von Filmen, Serien und Dokumentationen (wobei das klassische TV auch bei sehr jungen / jungen Österreichern eine gewichtige Rolle spielt).

Durchgesetzt hat sich in jedem Fall Online Banking, wobei hier natürlich andere Beweggründe für die Nutzung gelten als beim Medienkonsum.

In diesem Bereich wird es interessant werden, wie sich die Banken digital weiterentwickeln ohne einen beachtlichen Teil der Kunden in einer ausgedünnten analogen (Filialen)Wüste zurückzulassen.

Erhebungscharakteristik

Stichprobe: n=1.051 Personen, repräsentativ für die österr. Bevölkerung ab 15 Jahre

Methodik: Quotaverfahren, Persönliche Interviews

Projekt: 88-2383

Feldzeit: 2017

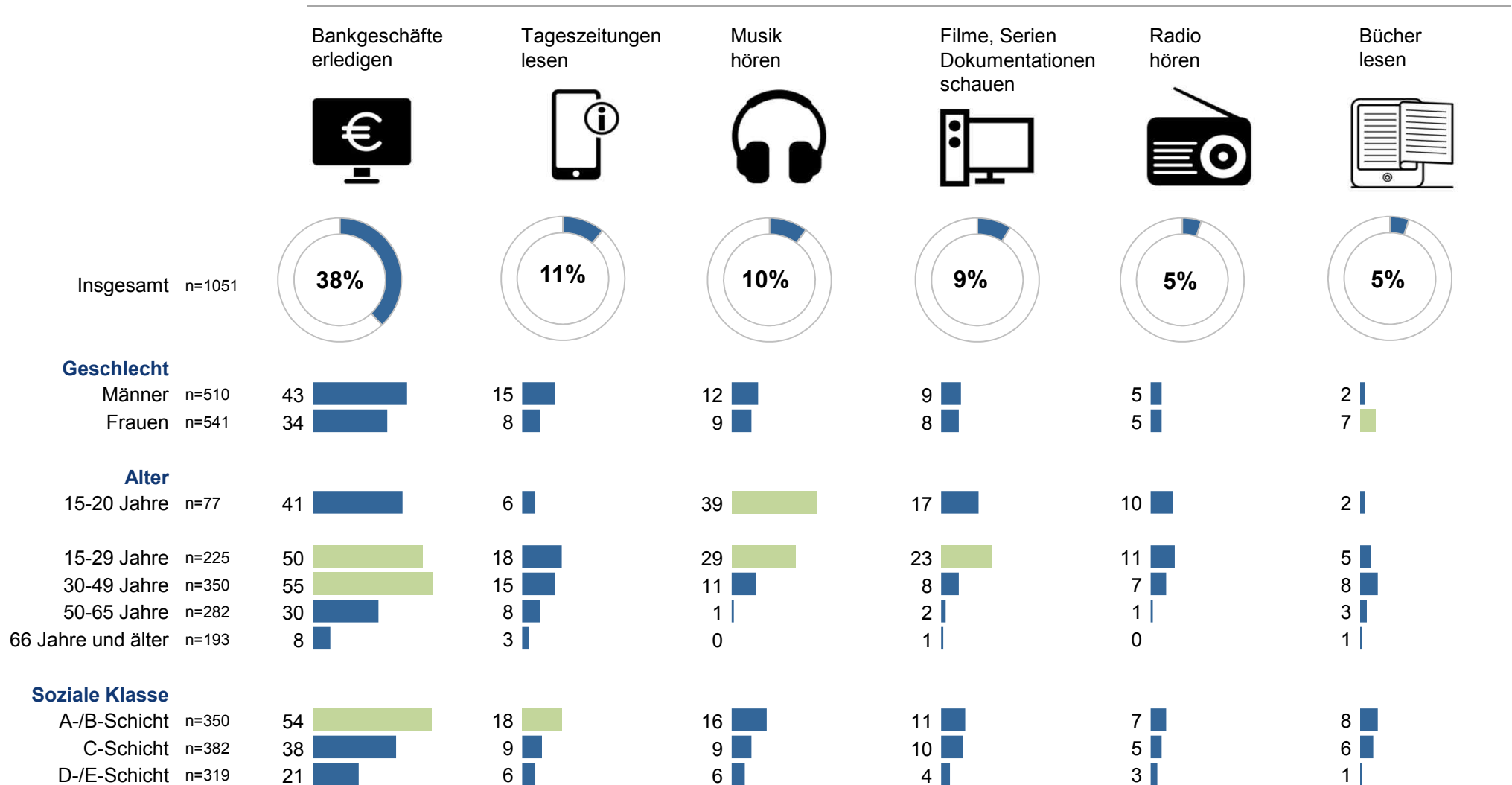
Die maximale Fehlerspanne bei 1.000 Befragten beträgt +/- 3,16%

Wer sind die "überzeugten" digitalen Nutzer?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen?

Basis: Österreichische Bevölkerung / Angaben in %

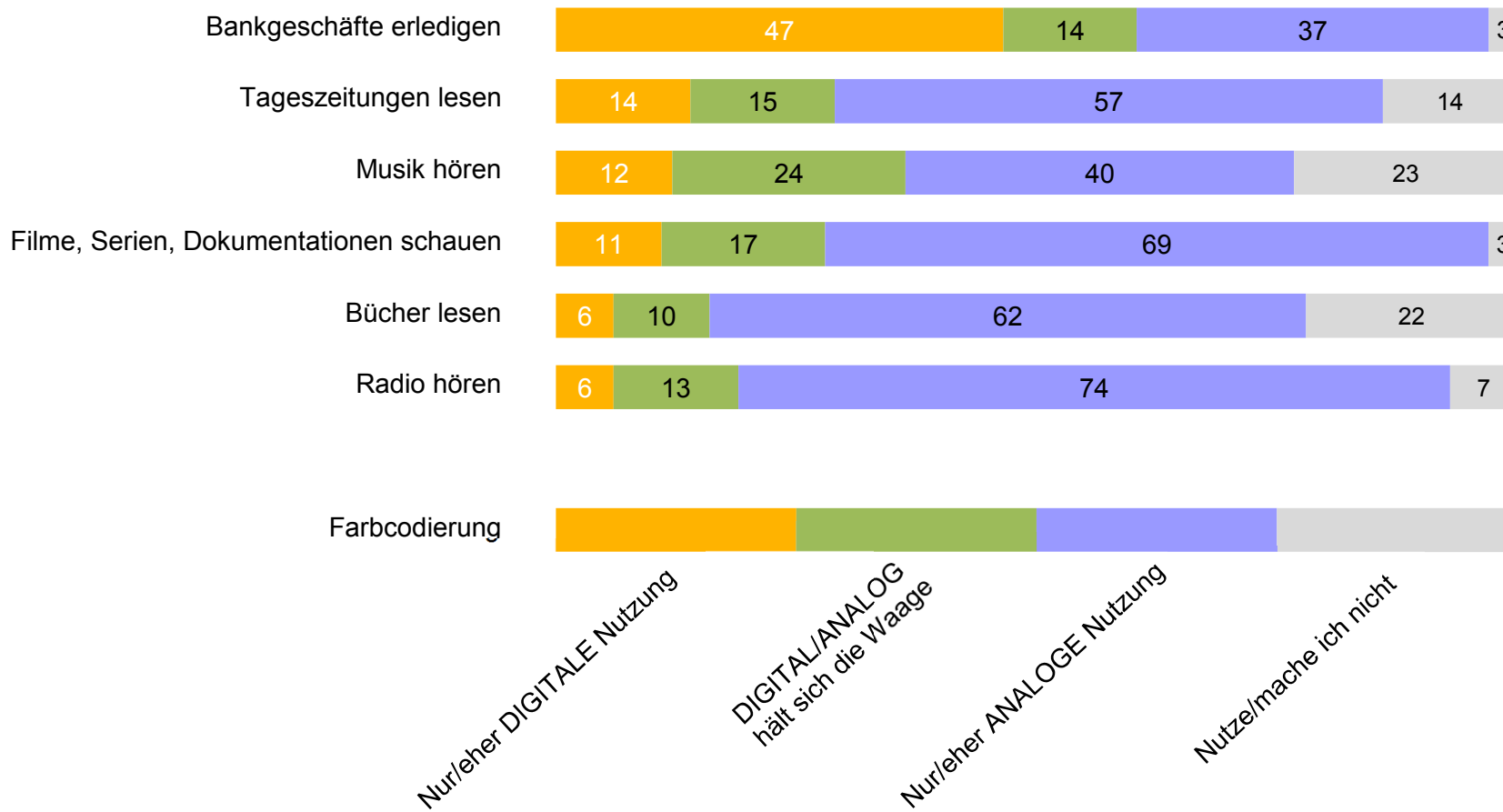
Was man NUR / EHER DIGITAL macht -



Wo überwiegt digitale, wo analoge Nutzung?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen?

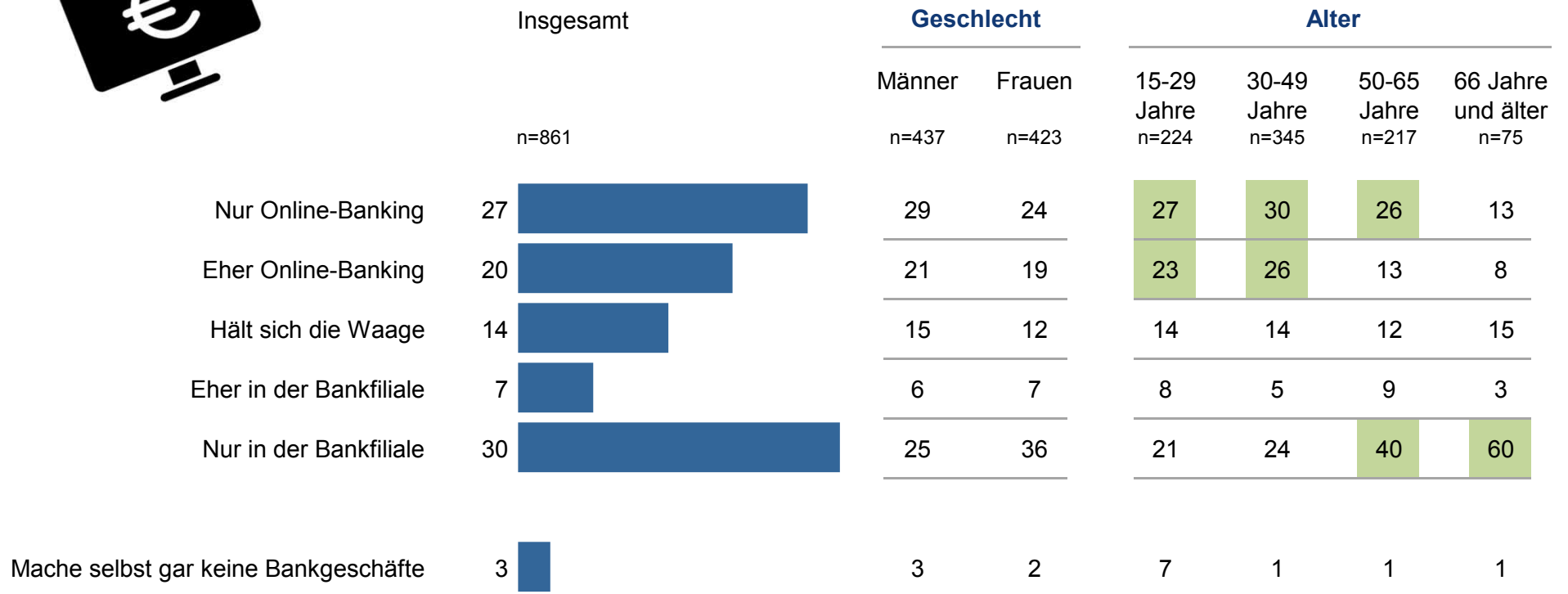
Basis: Digitale Bevölkerung (= Internetnutzer) insgesamt / n=861 / Angaben in %



Wie werden einfache Bankgeschäfte erledigt?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen? Wie erledigen Sie einfache Bankgeschäfte wie Überweisungen?

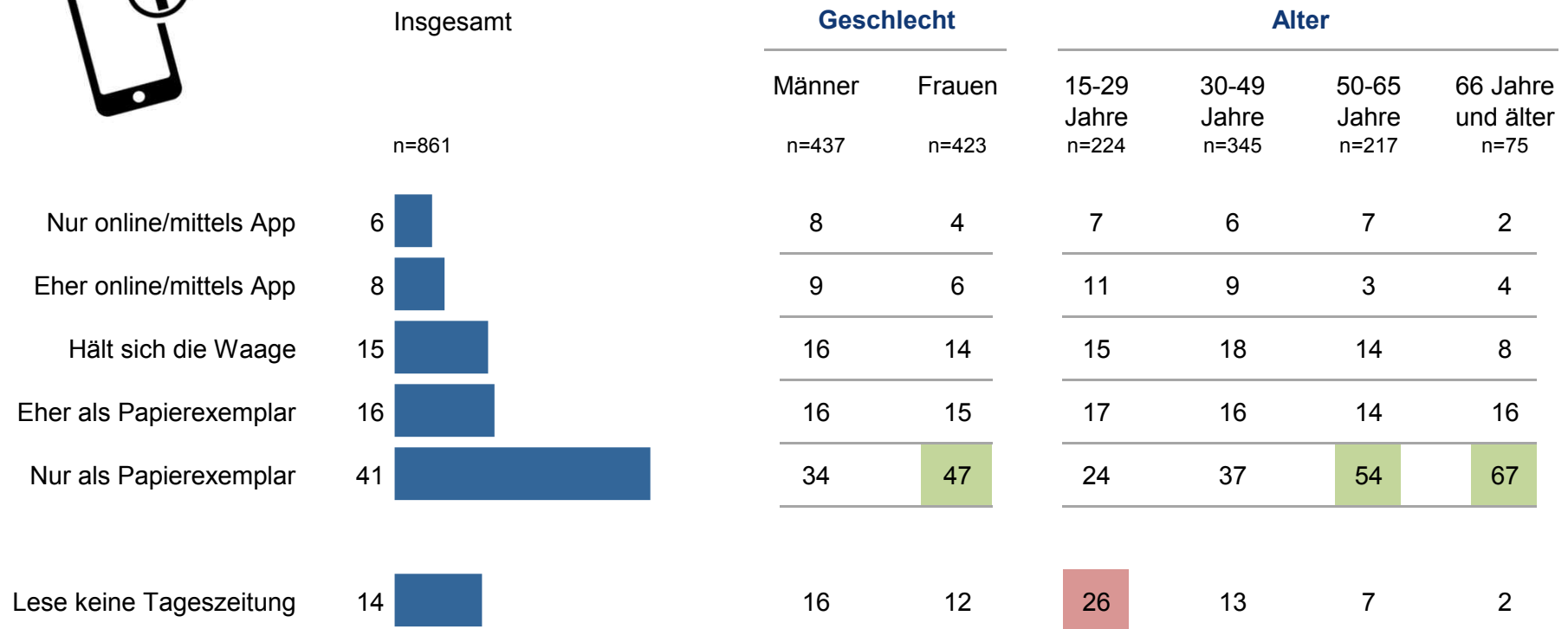
Basis: Digitale Bevölkerung (= Internetnutzer) / Angaben in %



Wie werden Tageszeitungen gelesen?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen? Wie lesen Sie Tageszeitungen?

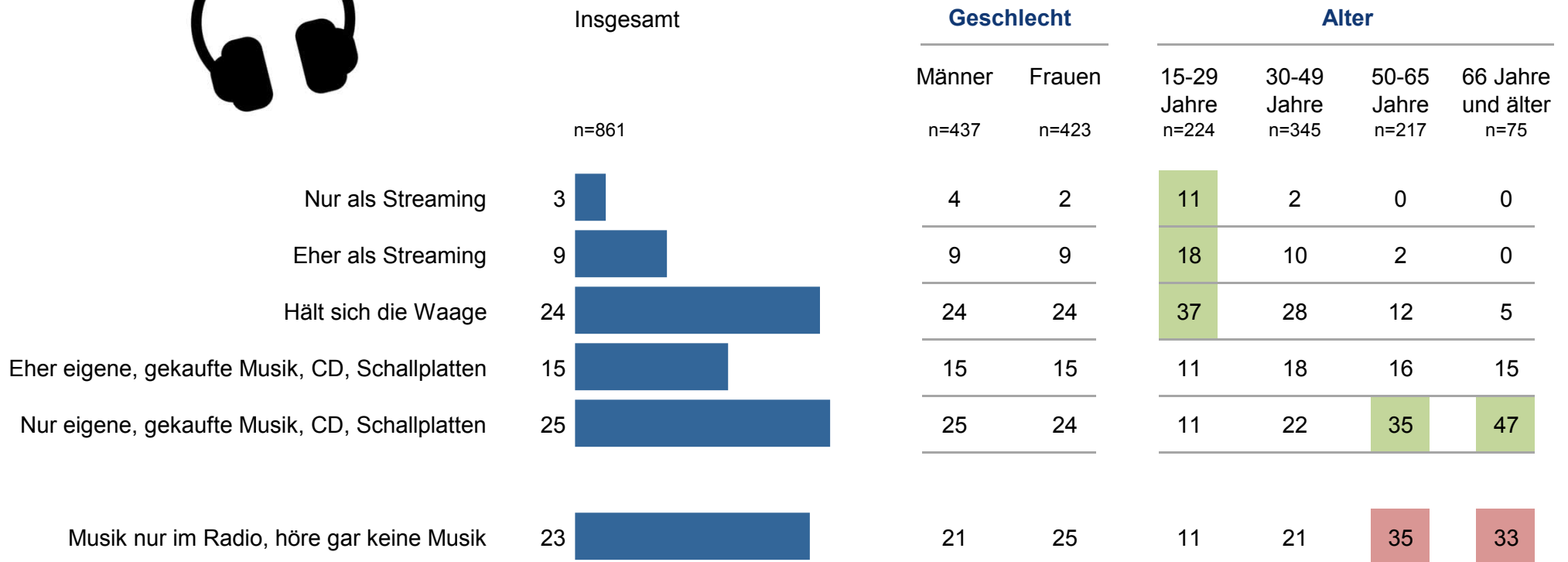
Basis: Digitale Bevölkerung (= Internetnutzer) / Angaben in %



Wie wird Musik gehört?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen? Wie hören Sie Musik?

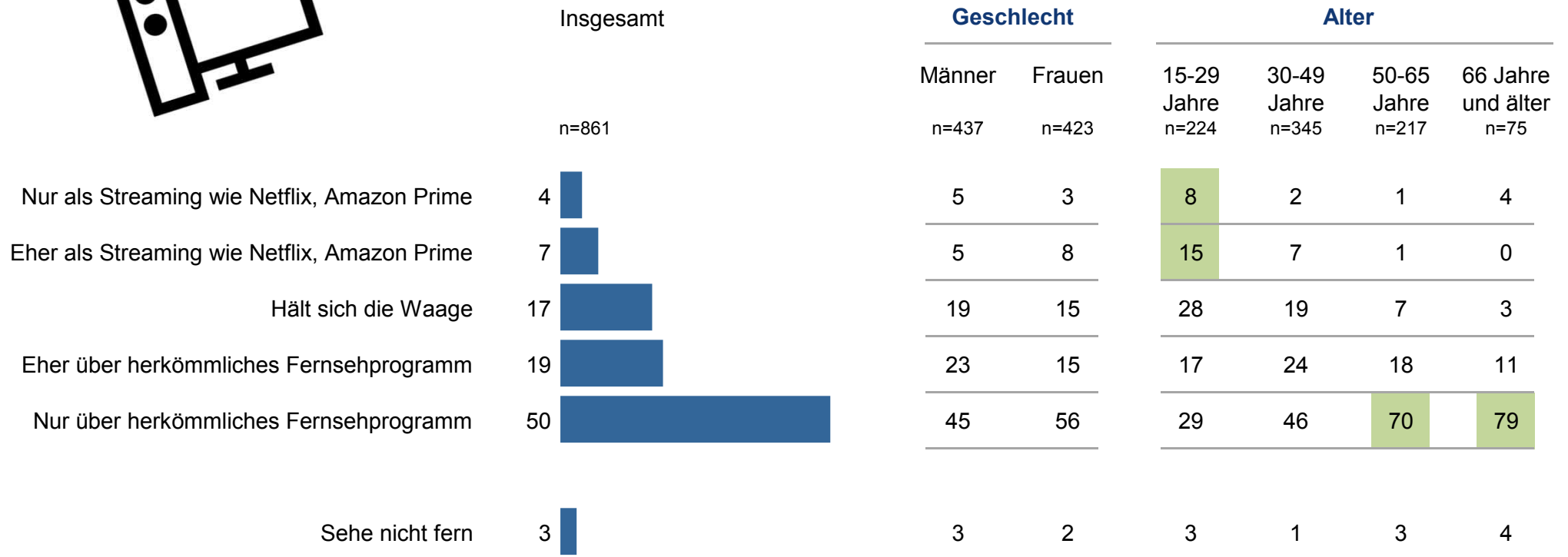
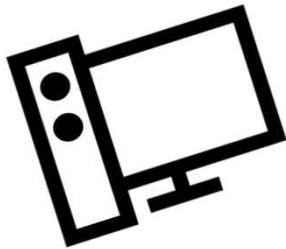
Basis: Digitale Bevölkerung (= Internetnutzer) / Angaben in %



Wie werden Filme, Serien, Dokus geschaut?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen? Wie schauen Sie Filme, Serien, Dokumentationen?

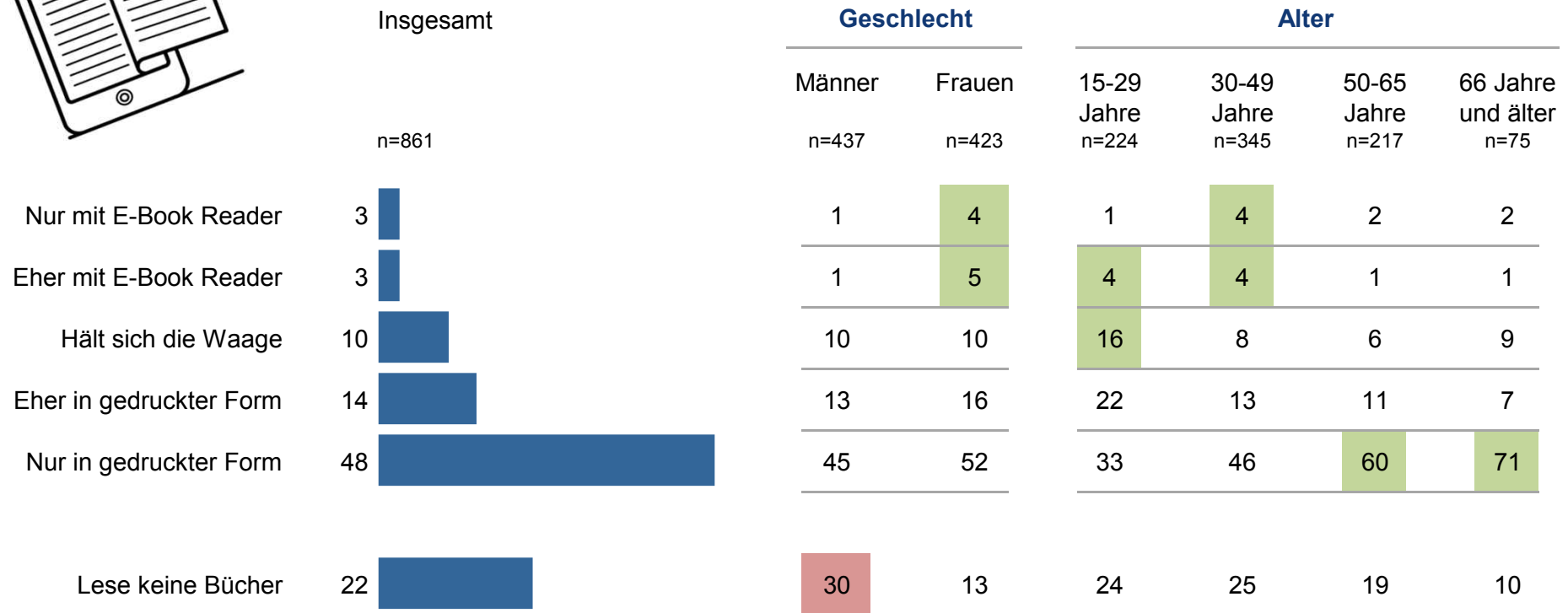
Basis: Digitale Bevölkerung (= Internetnutzer) / Angaben in %



Wie werden Bücher gelesen?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen? Wie lesen Sie Bücher?

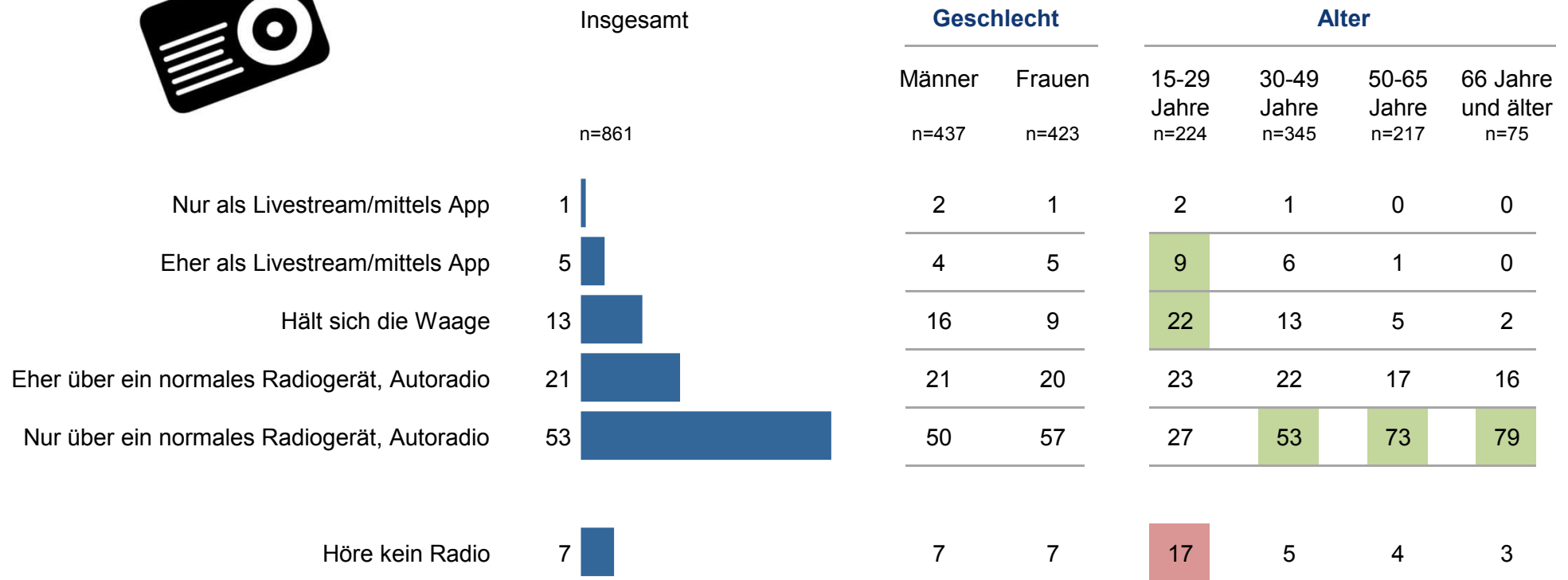
Basis: Digitale Bevölkerung (= Internetnutzer) / Angaben in %



Wie wird Radio gehört?

Frage 8: Es gibt Dinge, die kann man online oder offline, also digital oder analog, machen. Wie ist das bei Ihnen? Wie hören Sie Radio?

Basis: Digitale Bevölkerung (= Internetnutzer) / Angaben in %



Rockicon from Noun Project

Bjoern Gottschall from Noun Project

Anastasia Latysheva from Noun Project

Aleksey Popov from Noun Project

Karen Tylor from Noun Project

Dairy Free Design from Noun Project