

# TK-Ausstattung und Nutzung – Schwerpunkt Stadt / Land

Aus:

„Die österreichischen Telekommunikationsmärkte aus  
Sicht der Nachfrager im Jahr 2011“

<http://www.rtr.at/de/komp/BerichtNASE2011>



# Studie zum Nutzerverhalten bei Kommunikationsdiensten („NASE“)

<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Festnetz</li><li>▪ Mobilnetz</li><li>▪ VoIP</li><li>▪ Breitband</li><li>▪ Mietleitung</li></ul>
<b>Stichprobe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Privatkunden: 2.036 Haushalte (persönliche Interviews)</li><li>▪ Geschäftskunden: 1.000 Unternehmen (telefonische Interviews)</li></ul>
<b>Erhebungszeitraum</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Jänner 2011</li></ul>
<b>Institut</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ IFES (Institut für empirische Sozialforschung)</li></ul>
<b>Definitionen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Städtische Bevölkerung: Haushalte in einer Landeshauptstadt</li><li>▪ Ländliche Bevölkerung: Haushalte außerhalb einer Landeshauptstadt</li></ul>



# TK Ausstattung nach Stadt bzw. Land



## TK-Ausstattung nach Stadt / Land

- 47 % der städtischen Bevölkerung  
52 % der ländlichen Bevölkerung  
hat ein Festnetztelefon im Haushalt
- 96 % der städtischen Bevölkerung  
92 % der ländlichen Bevölkerung  
hat ein Handy im Haushalt
- 78 % der städtischen Bevölkerung  
69 % der ländlichen Bevölkerung  
hat einen Internetanschluss im Haushalt

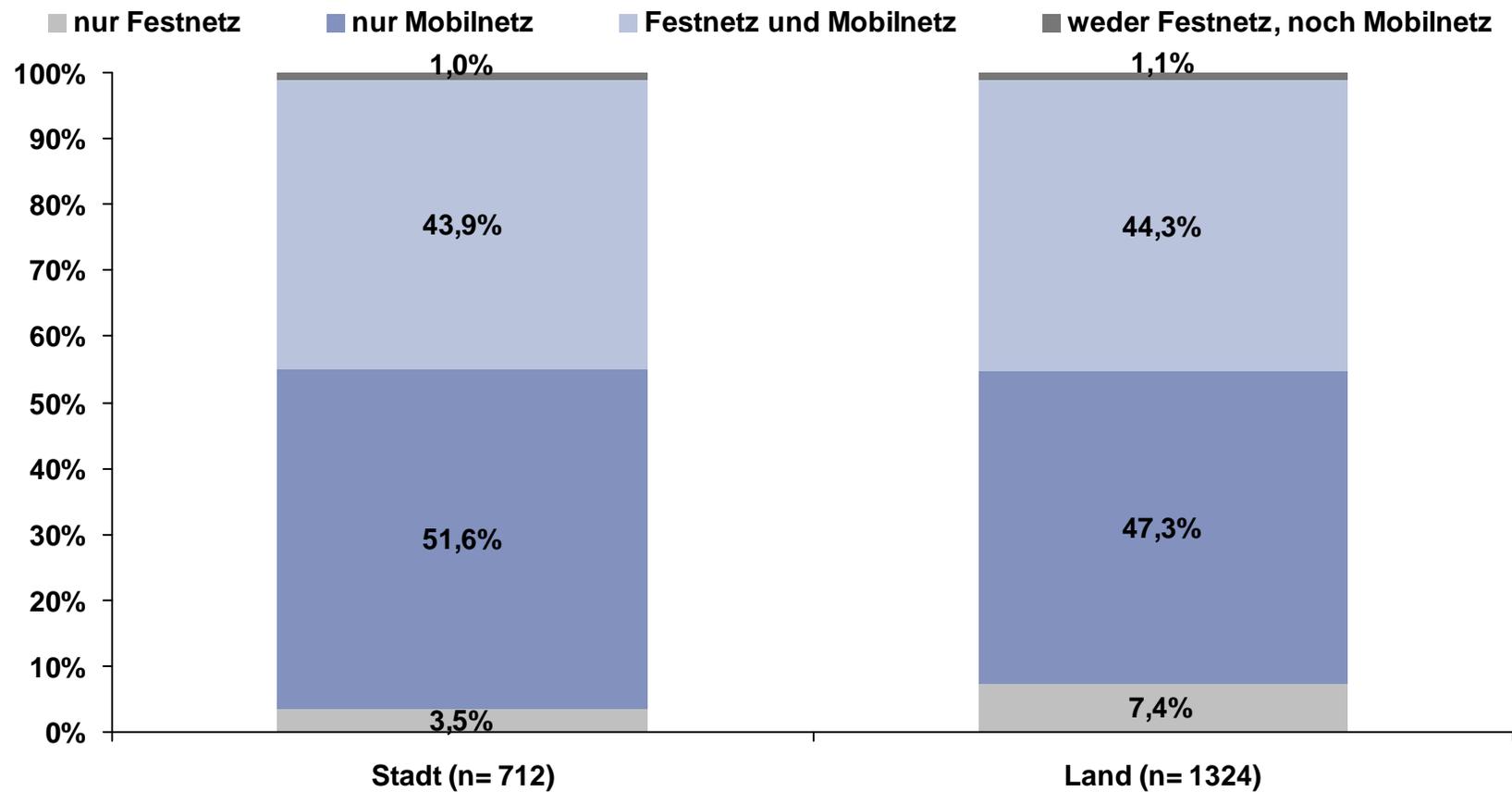




# Mobil- und Festnetztelefon



## Festnetzpenetration am Land höher als in der Stadt





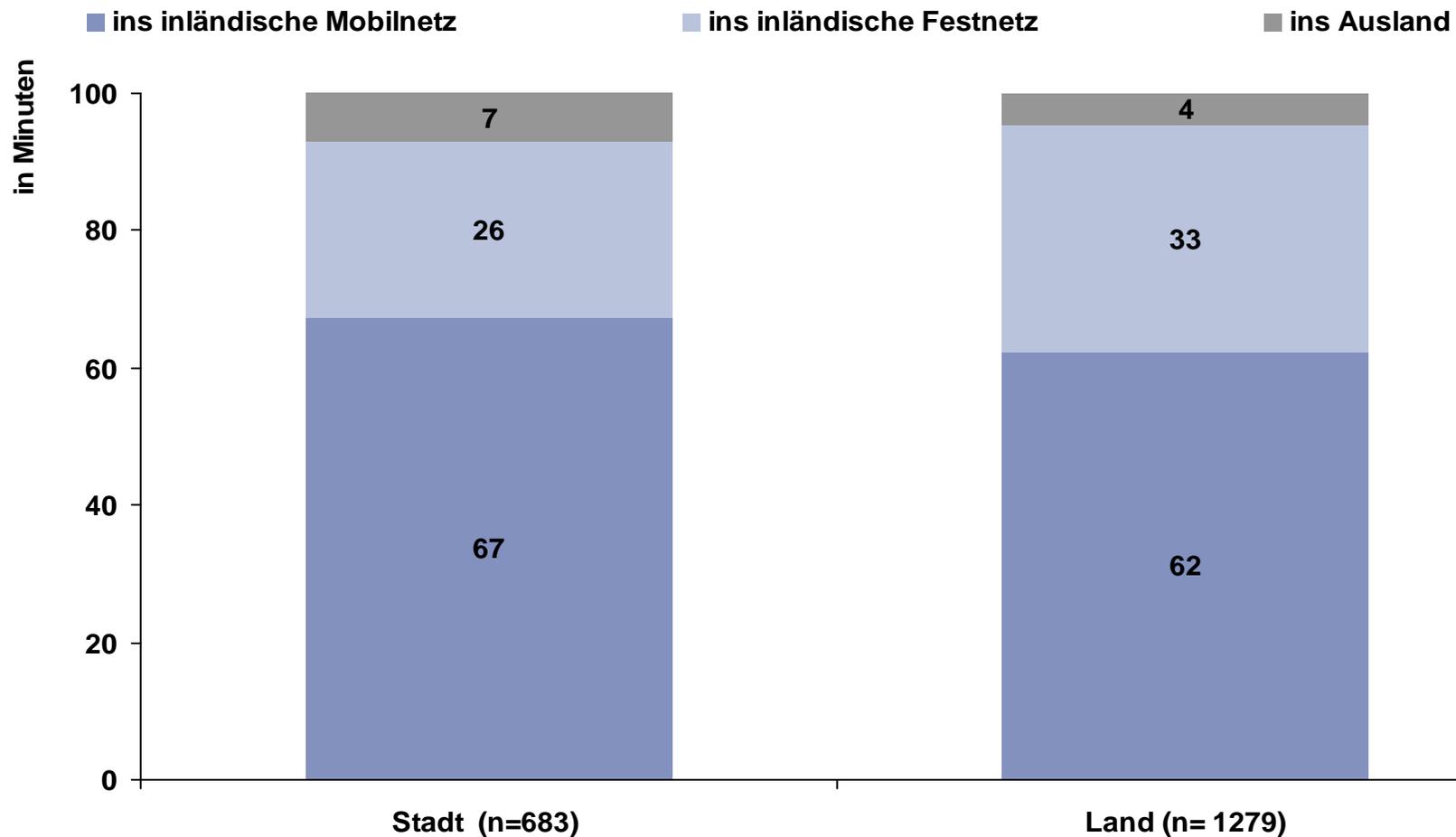
---

---

# In welches Netz gehen die aktiv telefonierten Minuten?

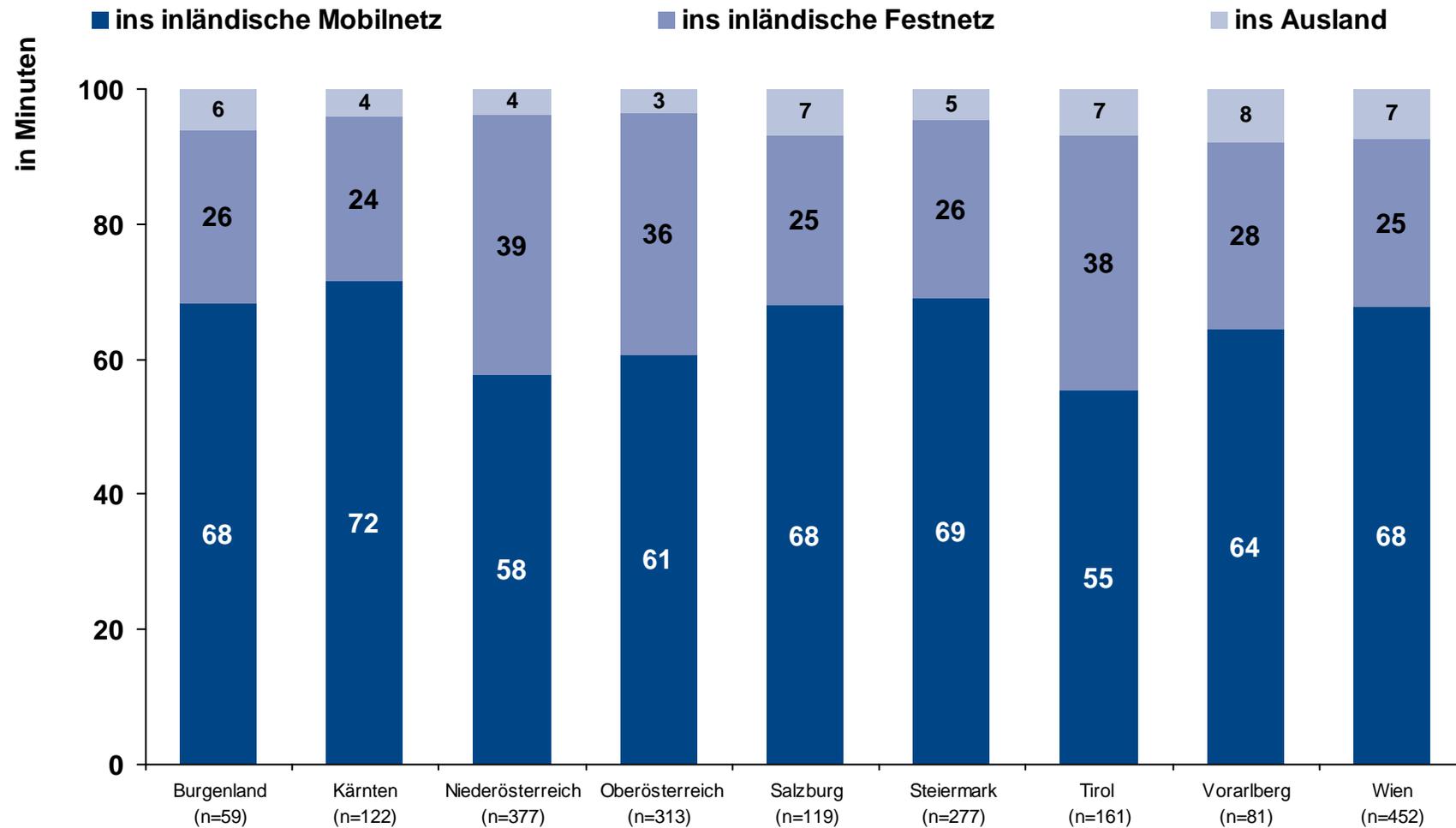


## Städter telefonieren mehr ins Mobilnetz und ins Ausland als die ländliche Bevölkerung



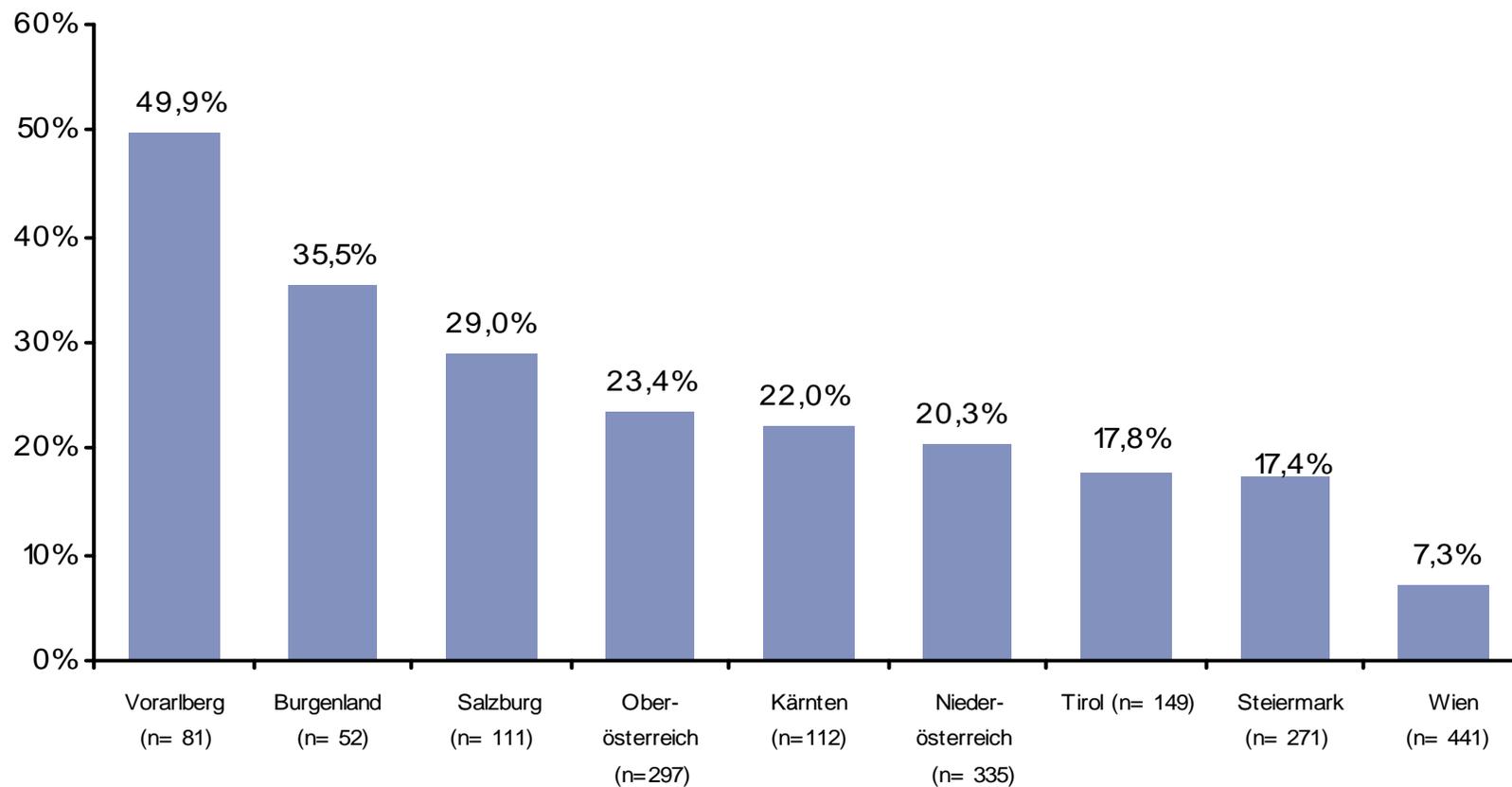


## Wohin telefoniert welches Bundesland?





## Aufgabe des FN-Anschlusses seit Erwerb eines Mobiltelefons

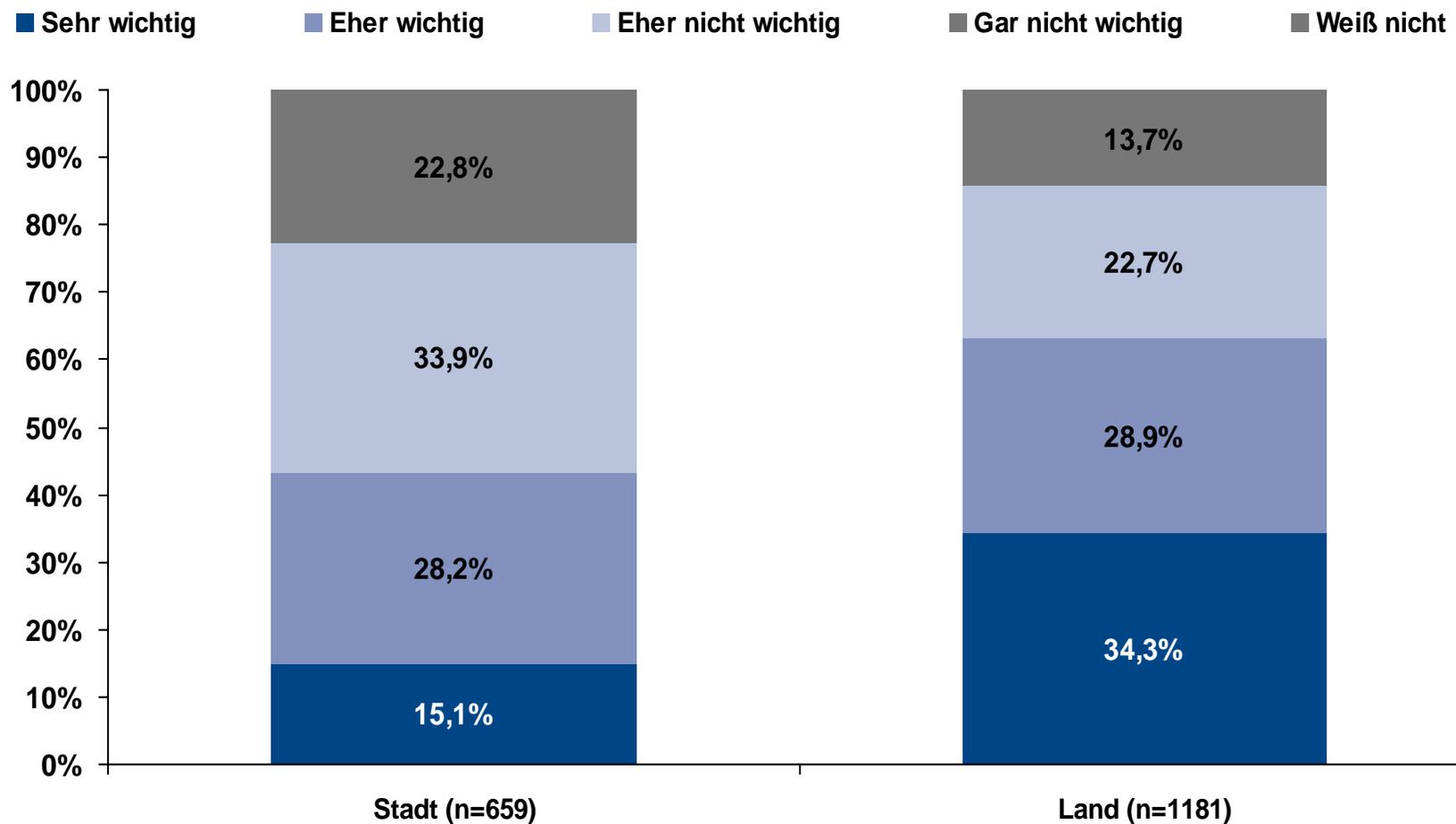




# Kriterien bei der Auswahl eines Handyanbieters

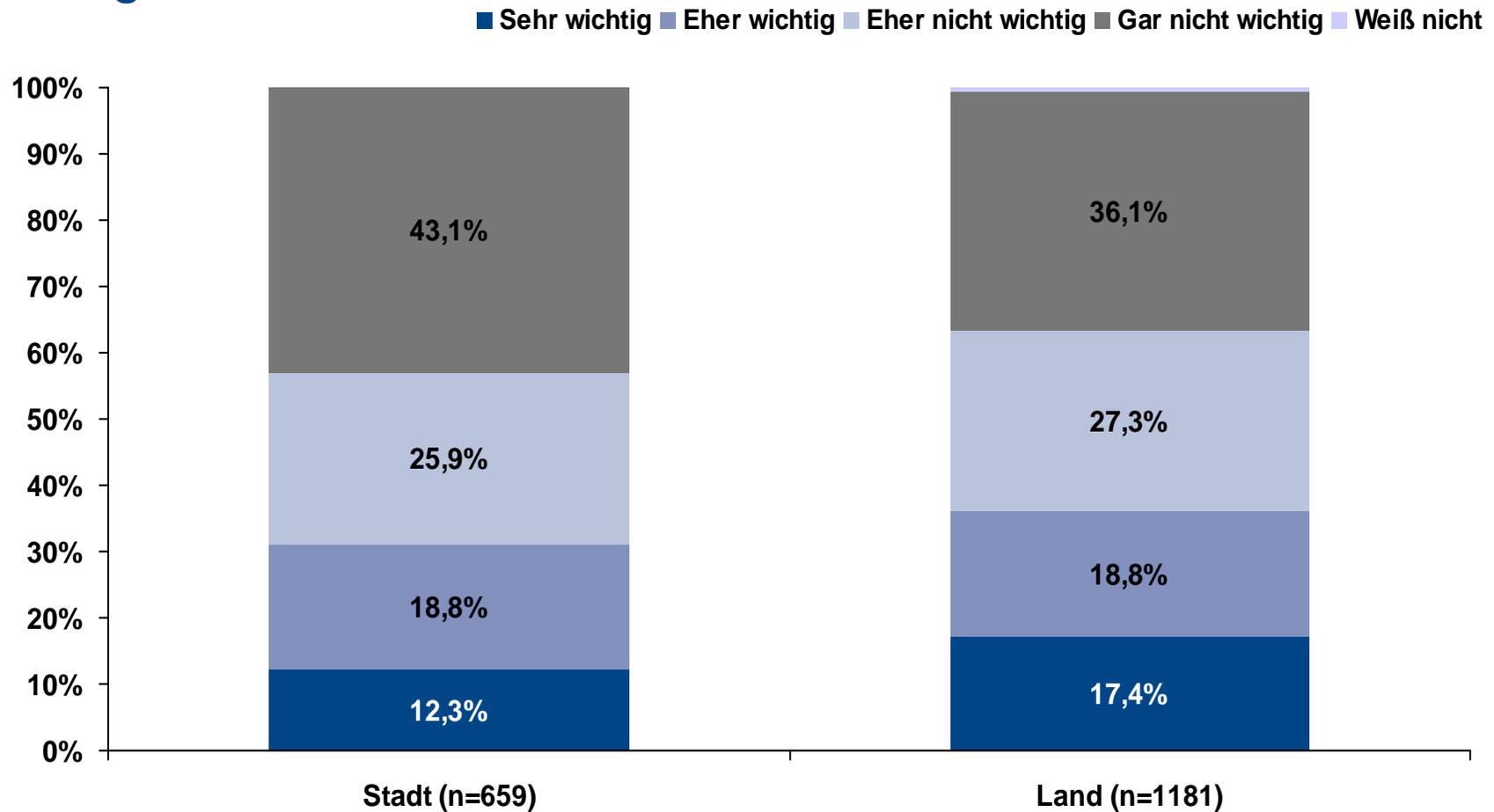


## Ländliche Bevölkerung legt mehr Wert darauf den gleichen Anbieter wie Freunde und Familie zu wählen





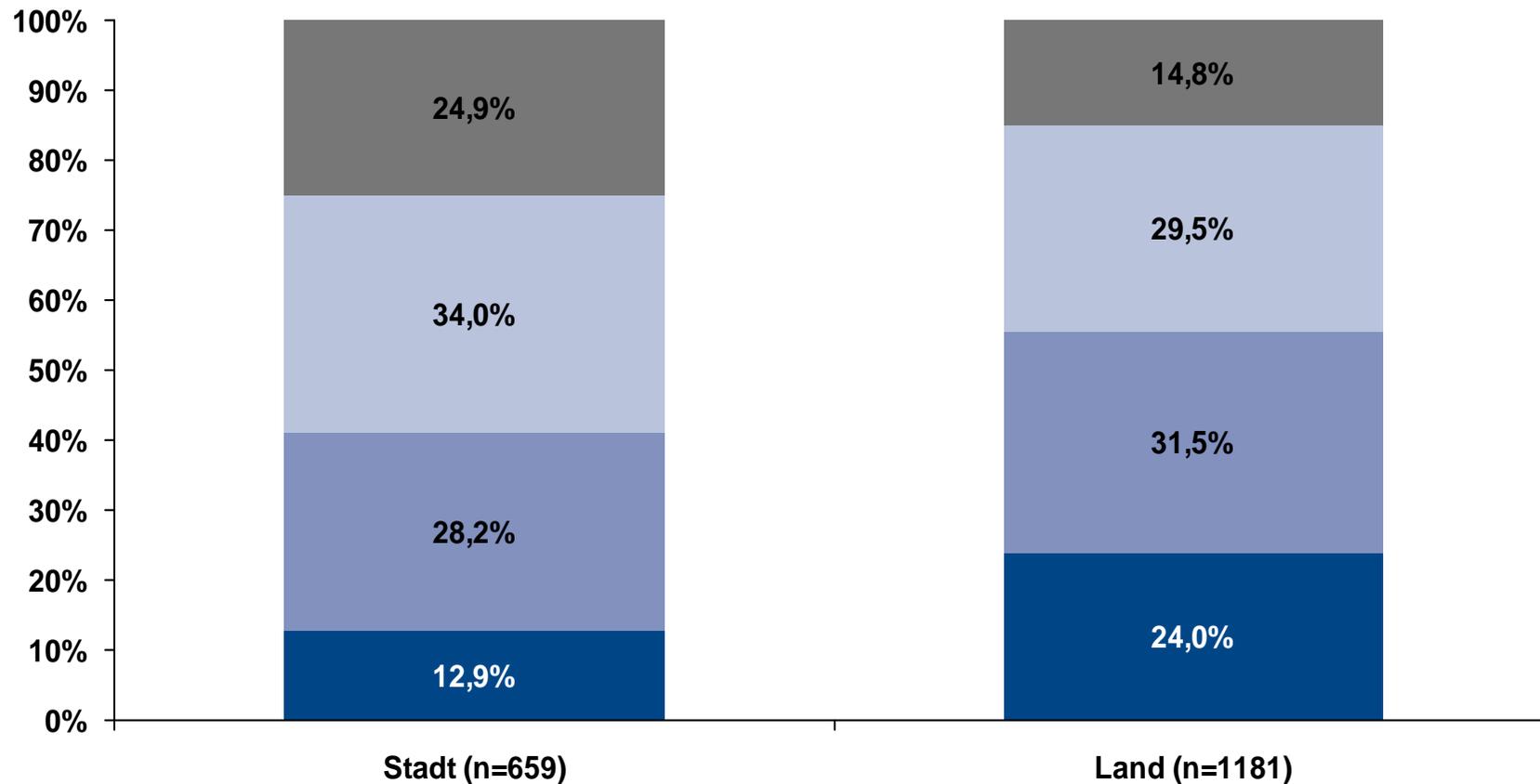
## Zusatzdienste spielen bei der ländlichen Bevölkerung eine etwas größere Rolle als bei Städtern





## Image am Land ein nicht unwesentlicher Grund bei der Wahl des Mobilfunkanbieters, in der Stadt eher unwichtig

■ Sehr wichtig    ■ Eher wichtig    ■ Eher nicht wichtig    ■ Gar nicht wichtig    ■ Weiß nicht





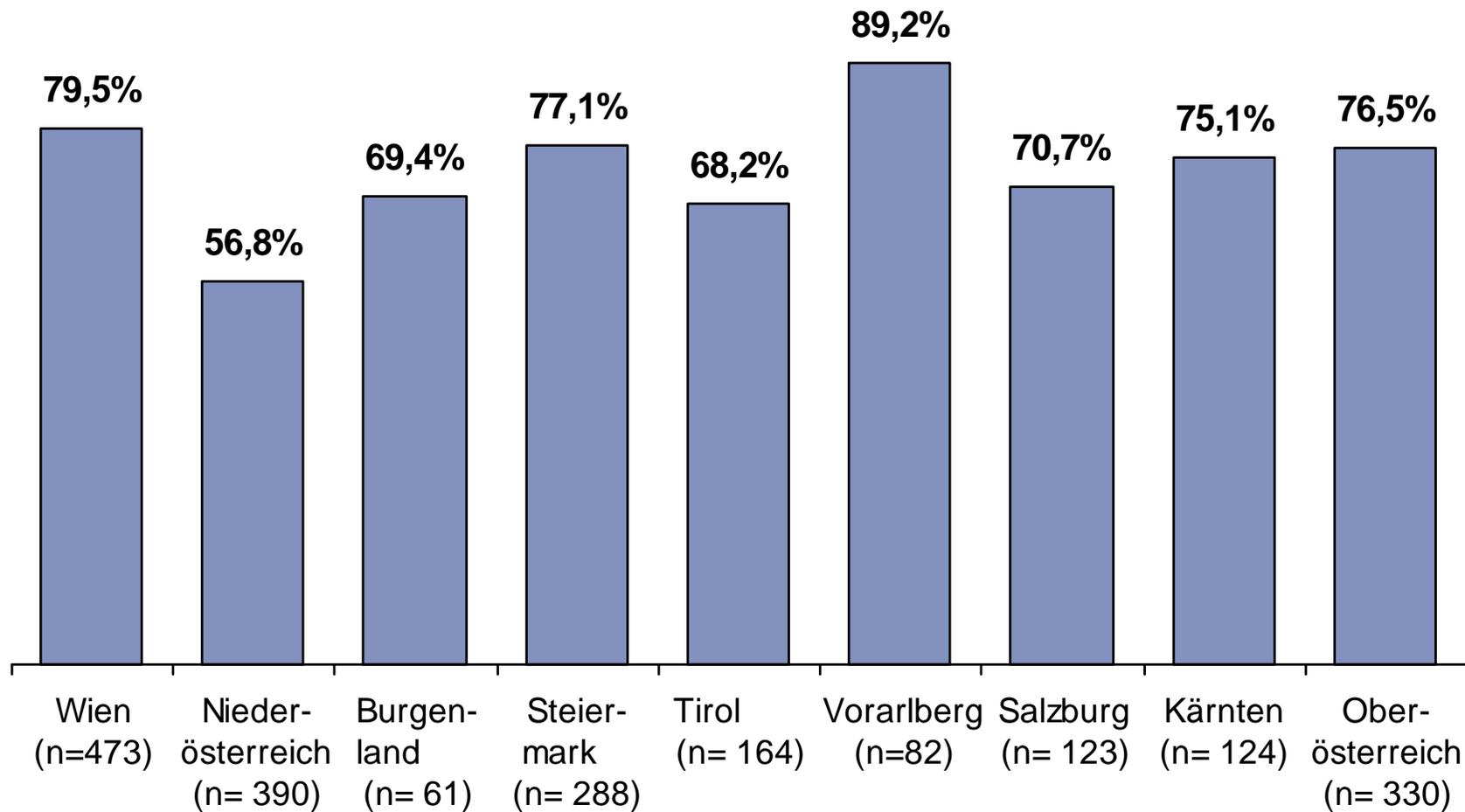
---

---

# Internetpenetration

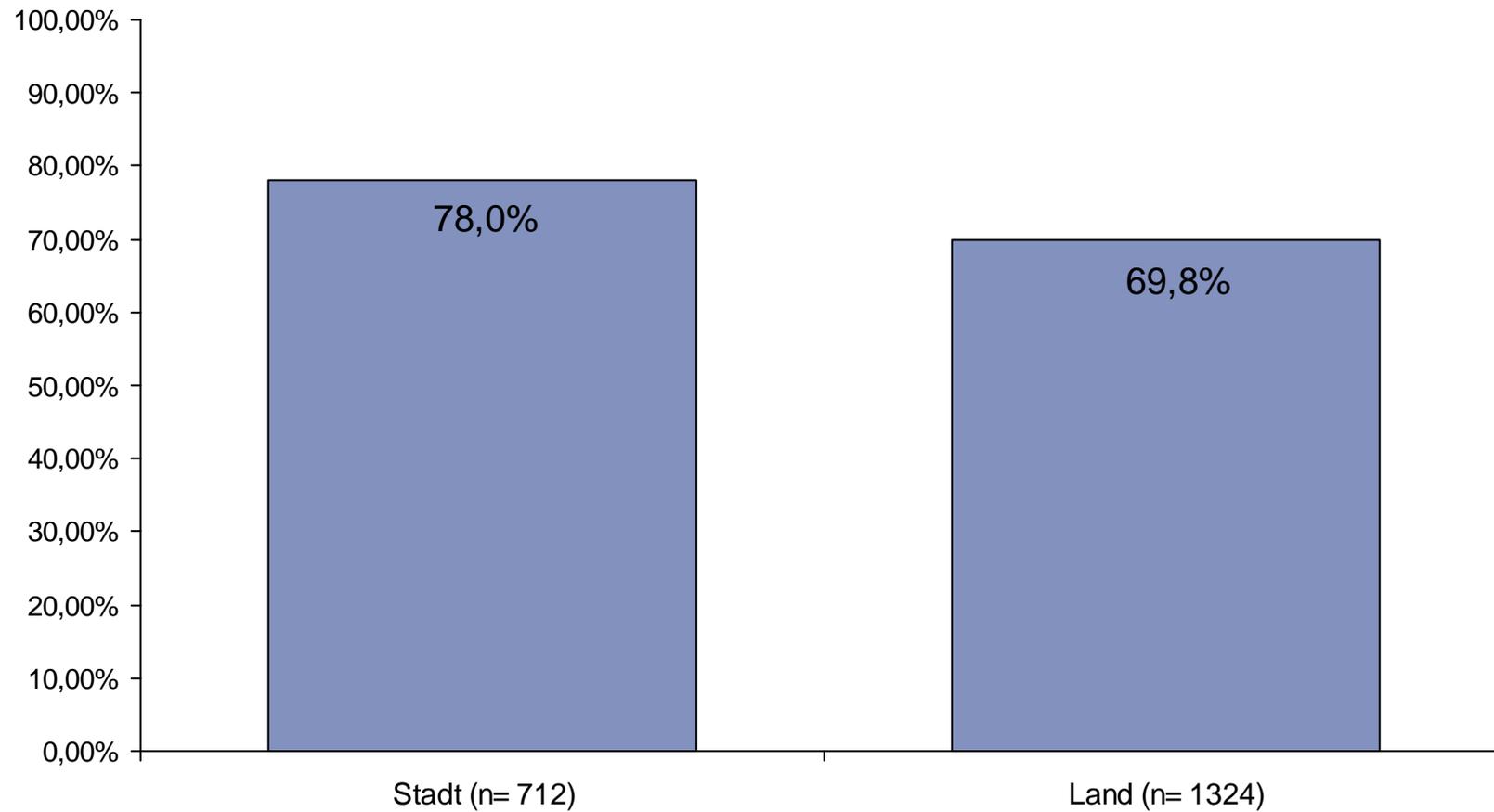


## Internetpenetration in Niederösterreich am geringsten



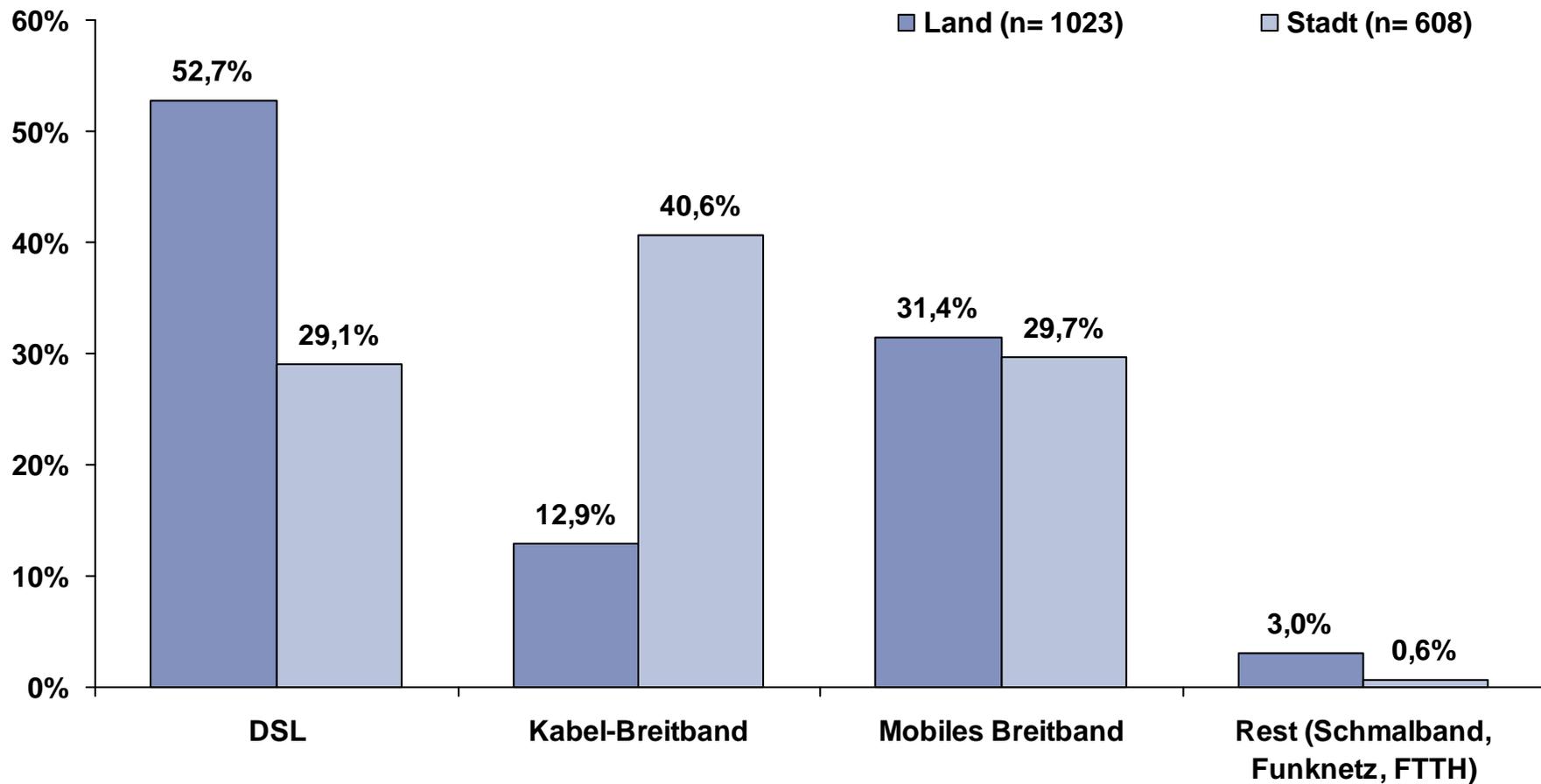


## Internetpenetration in der Stadt deutlich höher als am Land





## Mobiles Breitband wird am Land etwas stärker nachgefragt als in der Stadt

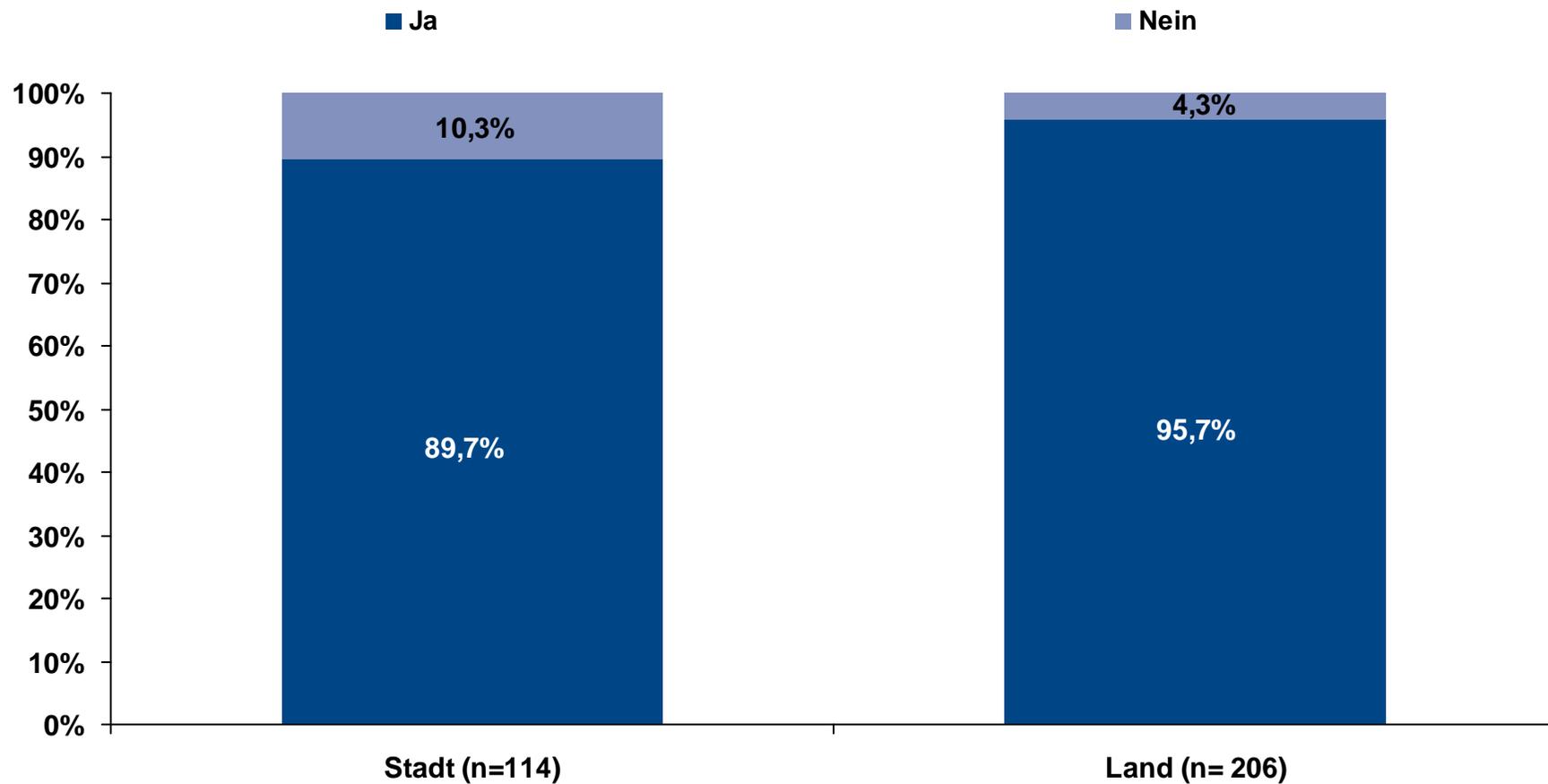




# Zufriedenheit mit mobilem Breitband



## Am Land herrscht größere Zufriedenheit mit mobilem Breitband, als in der Stadt

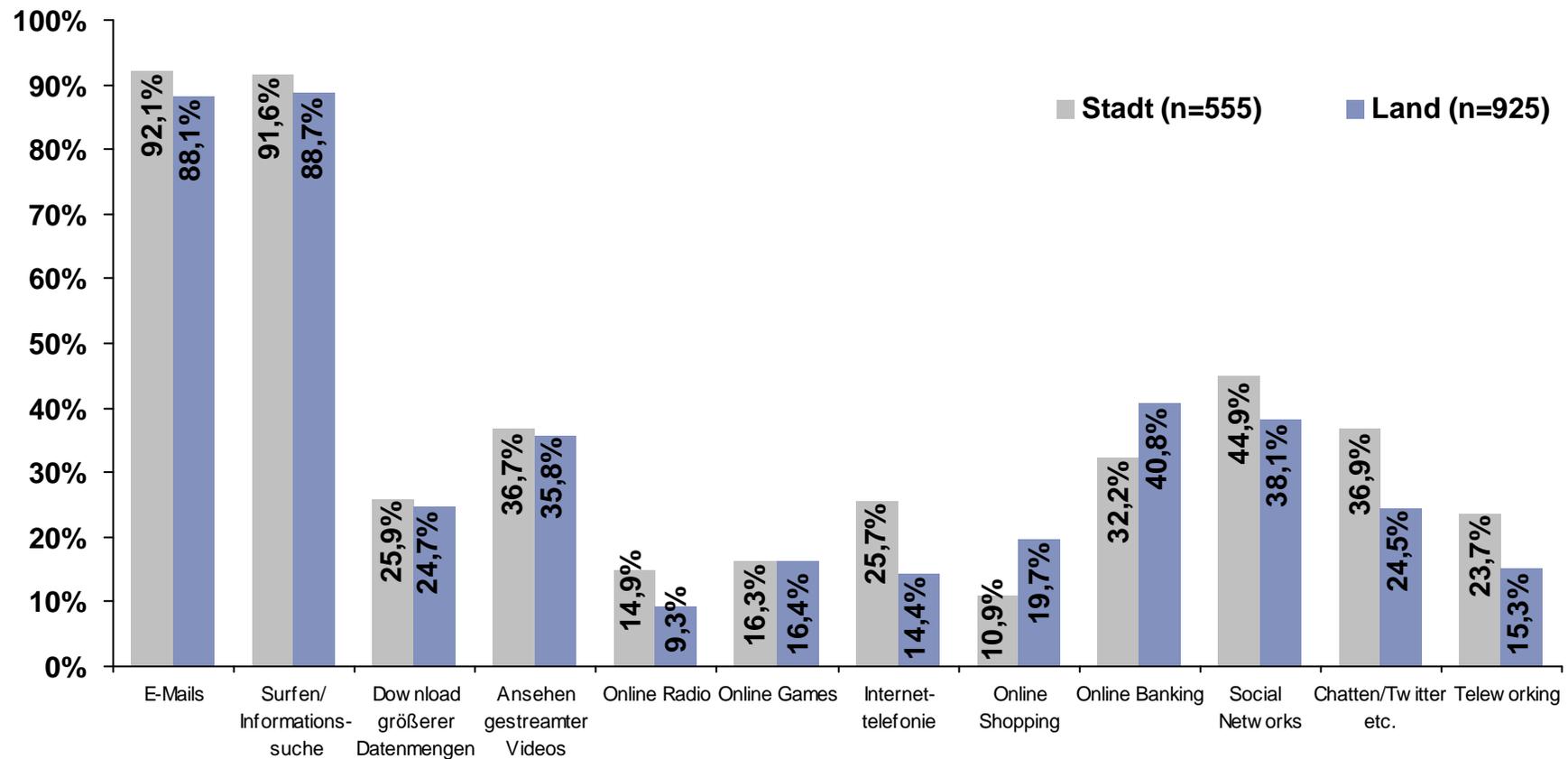




# Nutzung diverser Internetdienste



## Signifikante Unterschiede zwischen Stadt und Land gibt es bei Teleworking, Online Shopping und beim Chatten

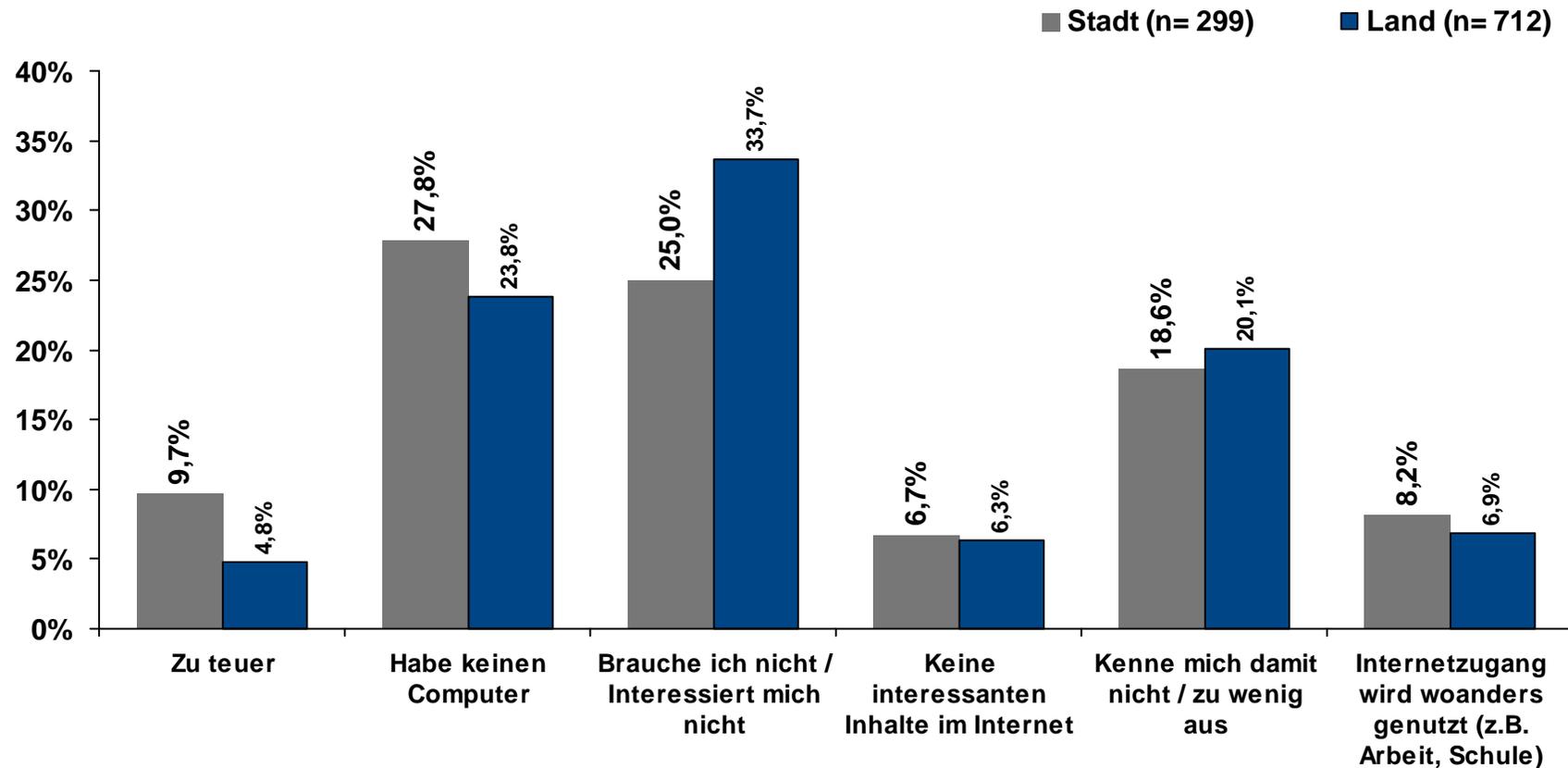




# Gründe gegen einen Internetanschluss



## Hauptgrund am Land ist Desinteresse, während in der Stadt als häufigster Grund kein Computer genannt wurde





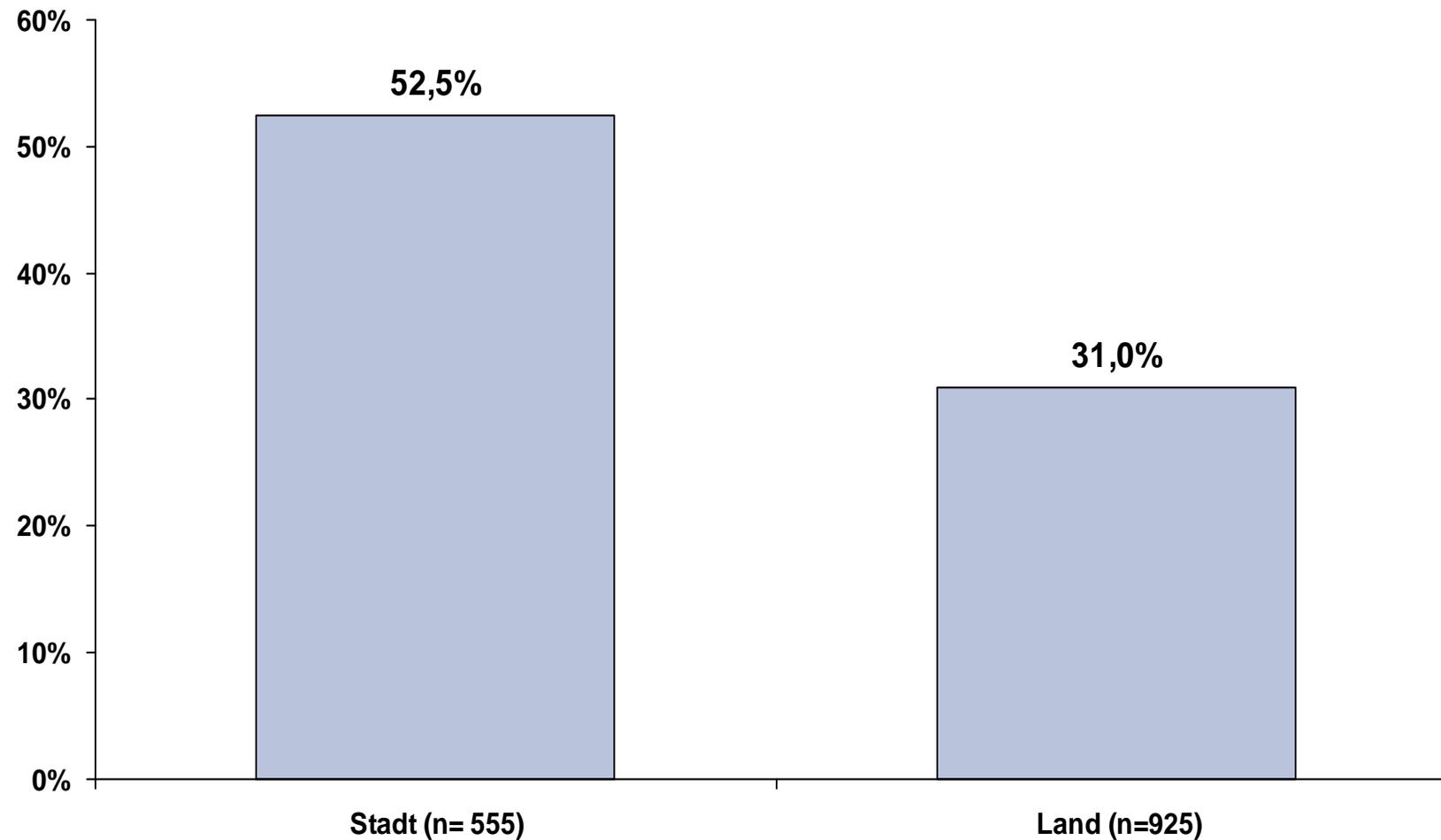
---

---

# Wurde VoIP schon einmal genutzt?



## Internettelefonie in der Stadt beliebter

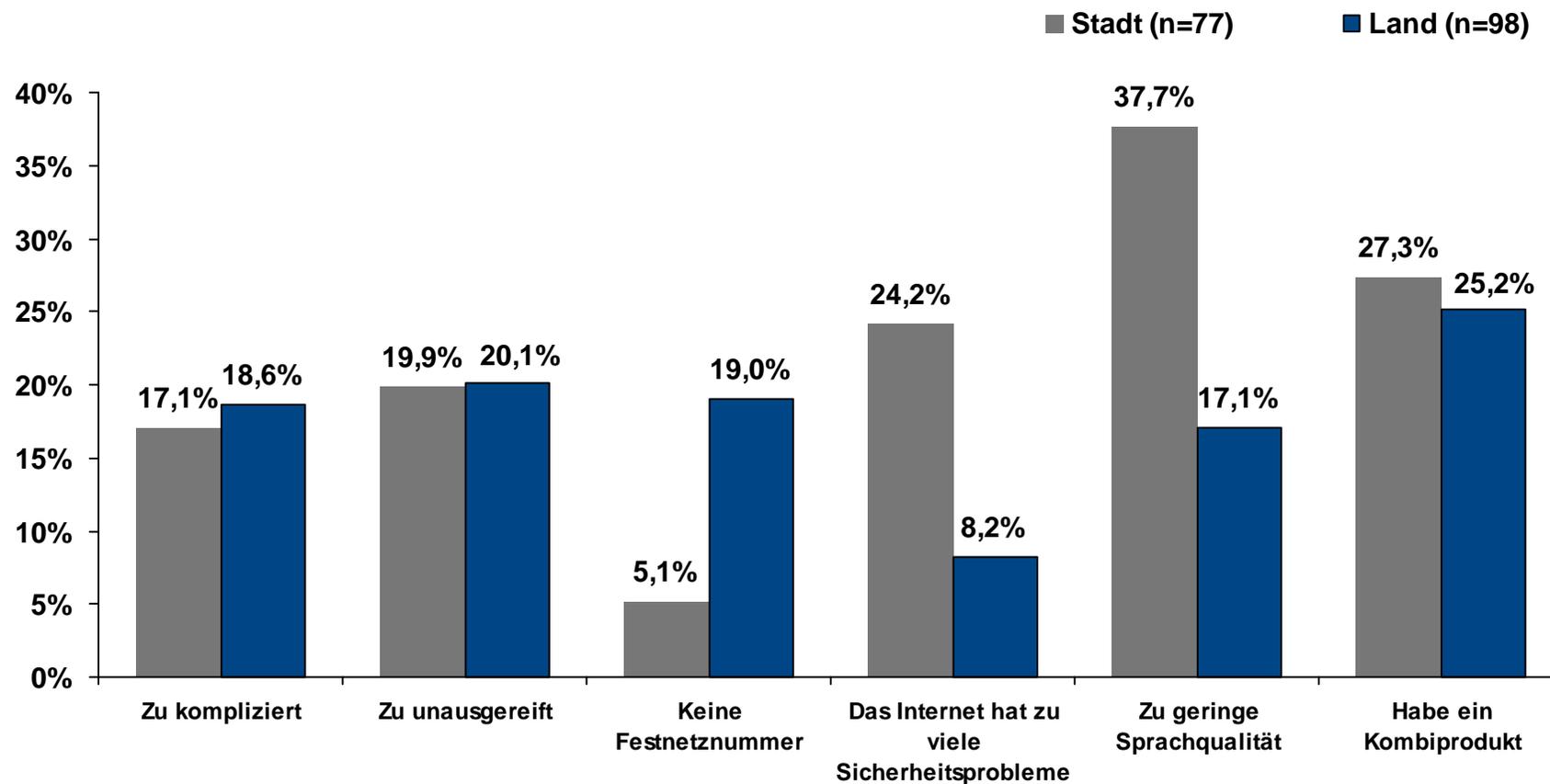




# Gründe gegen Internettelefonie (VoIP)



## Städtern ist Sprachqualität zu gering, ländliche Bevölkerung vertraut lieber auf ihr Kombiprodukt





---

## Fazit

- Festnetzpenetration am Land höher als in der Stadt
- Städtische Bevölkerung telefoniert mehr ins inländische Mobilnetz und ins Ausland als die ländliche Bevölkerung
- Internetpenetration in Vorarlberg am höchsten und in Niederösterreich am niedrigsten
- Diverse Unterschiede im Nutzungsverhalten bestimmter Internetdienste wie zB Online Shopping – davon macht die ländliche Bevölkerung wesentlich mehr Gebrauch
- Internettelefonie findet in der Stadt größeren Gefallen als am Land, ländliche Bevölkerung bevorzugt ihr Kombiprodukt

# TK-Ausstattung und Nutzung – Schwerpunkt ältere Stadt/ Land

Aus:

„Die österreichischen Telekommunikationsmärkte aus  
Sicht der Nachfrager im Jahr 2011“

<http://www.rtr.at/de/komp/BerichtNASE2011>