

Nutzung von Kommunikationsdiensten im Internet

Nutzung von Kommunikationsdiensten im Internet

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Mariahilfer Straße 77–79 | 1060 Wien | Österreich
T: +43 1 58058-0 | F: +43 1 58058-9191 | M: rtr@rtr.at
www.rtr.at

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	4
	Executive Summary	6
1	Ziel und Motivation	7
2	Datengrundlage	9
3	Nutzung der Kommunikationsdienste im Vergleich	11
4	Internettelefonie	14
4.1	Anzahl an Nutzer:innen	15
4.1.1	Private Nutzung	15
4.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	18
4.2	Nutzungshäufigkeit	19
4.3	Anzahl an Anrufen und Dauer	20
5	Videotelefonie und Videokonferenzen	24
5.1	Anzahl an Nutzer:innen	25
5.1.1	Private Nutzung	25
5.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	28
5.2	Nutzungshäufigkeit	29
5.3	Anzahl an Anrufen / Konferenzen und Dauer	30
6	Messenger	34
6.1	Anzahl an Nutzer:innen	35
6.1.1	Private Nutzung	35
6.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	38
6.2	Nutzungshäufigkeit	39
6.3	Anzahl an Nachrichten	40
7	E-Mails	43
7.1	Anzahl an Nutzer:innen	44
7.1.1	Private Nutzung	44
7.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	46
7.2	Nutzungshäufigkeit	47
7.3	Anzahl an E-Mails	48
8	Abbildungsverzeichnis	51
	Impressum	54

Vorwort

Sehr geehrte Leser:innen,

lassen Sie mich etwas provokant zu den nun vorliegenden Studienergebnissen über die Nutzung von Kommunikationsdiensten im Internet mit einem Zitat von William Shakespeare beginnen, der da meinte:

„Wenn alle Menschen nur dann redeten, wenn sie etwas zu sagen haben, würden sie bald den Gebrauch der Sprache verlieren.“

Auf die heutige Zeit übersetzt würde das wohl heißen:

„Wenn alle Menschen nur dann kommunizieren würden, wenn sie etwas zu kommunizieren haben, würden sie bald den Gebrauch ihres Smartphones verlernen.“

Aber davon sind wir ja Lichtjahre entfernt. Der Mensch ist einfach ein kommunikatives Wesen und daher ist es eigentlich müßig darüber zu philosophieren, ob es immer Sinn macht, was geredet oder besser als Message ausgesendet wird. Kommunikation, welcher Art auch immer, passiert. Für uns ist es wichtig zu wissen, wie sie passiert und welche Bedeutung das für viele gesellschaftliche, politische wie ökonomische Entwicklungen hat. Folgende Feststellungen fallen dabei besonders ins Auge:

- Digitale Kommunikation liegt voll im Trend und ist nicht mehr wegzudenken – spätestens seit der Coronakrise wissen wir, digitale Kommunikation ist zur privaten wie beruflichen Krisenbewältigung beinahe unerlässlich geworden.
- Telefonie passiert zum überwiegenden Teil im Internet und Instant Messenger-Dienste ersetzen mittlerweile SMS.
- Der Wettbewerb findet nicht mehr zwischen Netzbetreibern statt, sondern zwischen Diensteanbietern. Die einen haben die Netze, die anderen haben die „bequemen“ Apps. Netzwerkeffekte haben höhere Bedeutung als Netzwerkinfrastruktur.
- Das Marktverhalten verändert sich und damit auch die Gesellschaft.

Umso wichtiger ist es, die tatsächlichen Veränderungen zu kennen und sich daraus ein Bild für zukünftige Regulierungsstrategien zu machen.

Die RTR hat daher das Ausmaß und die Intensität der Nutzung dieser Kommunikationsdienste in Österreich untersucht, im Juli 2022 im Rahmen einer repräsentativen Befragung von 2009 Personen umfangreiche Daten zur Nutzung erhoben und in diesem Bericht – danke an dieser Stelle an die beiden Experten aus dem Team Festnetz- & Internetmärkte, Robert Kiraly und Anton Schwarz, – dargestellt.

Im Ergebnis können wir dabei folgendes feststellen:

- Fast zwei Drittel aller telefonierten Minuten werden mittlerweile bereits über das Internet abgewickelt, ca. die Hälfte davon als Telefonat mit Video oder Videokonferenz.
- Jüngere Personengruppen nutzen internetbasierte Kommunikationsdienste noch intensiver.
- Internetbasierte Messenger-Dienste haben die SMS bei allen Altersgruppen weitgehend abgelöst. Neun von zehn Nachrichten werden inzwischen über Instant Messenger oder E-Mails verschickt.
- Viele internetbasierte Kommunikationsdienste sind Teil von dahinterliegenden digitalen Ökosystemen – etwa von Meta (vormals Facebook), Google, Apple oder Microsoft.
- Vor allem die Dienste von Meta (WhatsApp, Facebook, Facebook Messenger, Instagram) dominieren nicht nur bei Instant Messengerdiensten, sondern auch bei Telefonie und Videotelefonie.

Es liegt daher auf der Hand, dass unter diesen Gesichtspunkten neu zu überlegen ist, wer hier wie zu regulieren ist. Genau diesem Ansatz ist man ja bereits im European Electronic Communications Code (EECC) und dem darauf aufbauendem Telekommunikationsgesetz 2021 (TKG 2021) gefolgt. Die aktuellen Zahlen geben aber auch Grund nachzudenken, ob der aktuelle gesetzliche Rahmen noch ausreicht, um die hier gezeigten Entwicklungen weiter im Griff zu haben oder besser wieder in den Griff zu bekommen oder ob wir schon wieder hinterherhinken. Gerade als Telekommunikationsregulierer muss es uns erlaubt sein, hier etwas nachdenklich zu werden, denn seien wir ehrlich, ganz falsch ist Shakespeare nicht gelegen.

Interessant sind die Ergebnisse jedenfalls! Schauen Sie sich die vorliegende Untersuchung an, ziehen Sie Ihre eigenen Schlussfolgerungen und lassen Sie uns wissen, wie sich aus Ihrer Sicht hier Regulierung verhalten soll.

Freue mich über Ihre Meinung und verbleibe
Ihr

Wien,
im November 2022

Klaus M. Steinmaurer

*Geschäftsführer
Telekommunikation und Post
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR)*

Executive Summary

Internetbasierte Kommunikationsdienste wie Internettelefonie-, Videotelefonie- und Videokonferenz-, Messenger- sowie E-Mail-Dienste stehen im Wettbewerb zu klassischer Telefonie und SMS und unterliegen seit Erlass des Telekommunikationsgesetzes 2021 in einigen Bereichen der sektorspezifischen Regulierung. Die RTR-GmbH hat daher im Juli 2022 mittels einer repräsentativen Befragung Daten zur Nutzung dieser Kommunikationsdienste erhoben.¹

Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Befragung sind:

Telefonie

Internettelefonie-Dienste (ohne Video) werden privat von 65% der Befragten zumindest monatlich genutzt, Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste von 55%, die klassische (nummernbasierte) Telefonie von 87%.

Betrachtet man die privat telefonierten Minuten, so liegen jedoch die internetbasierten Dienste vorne. Mehr als 60% aller Minuten entfallen auf Internettelefonie (32%) sowie Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste (31%).

Der Internettelefonie-Dienst mit den meisten monatlich aktiven Nutzer:innen ist WhatsApp mit 58% der Befragten gefolgt von Facebook und dem Facebook Messenger mit 10% bzw. 9%. Auch bei der Videotelefonie liegt WhatsApp mit 43% vorne, hier vor Zoom mit 9% und dem Facebook Messenger mit 7%.

Nachrichten

Erhoben wurde hier die Nutzung von internetbasierten Instant Messengern, von E-Mail-Diensten sowie von SMS. Instant Messenger werden privat von 93% der Befragten zumindest monatlich genutzt, E-Mail-Dienste sogar von 97%, SMS immerhin noch von 69%.

Bei den empfangenen oder versandten Nachrichten entfallen jedoch nur noch 10% auf SMS, der Großteil wird über Instant Messenger abgewickelt (66%), während auf E-Mails ein Anteil von 24% entfällt.

Bei Instant Messengern hat WhatsApp die meisten Nutzer:innen (83% mit zumindest monatlicher Nutzung), gefolgt vom Facebook Messenger mit 31% und von Facebook mit 29%. In Bezug auf E-Mail-Dienste liegt Google/Gmail (50%) vor GMX (34%) und Diensten von Microsoft (21%).

Die Nutzung internetbasierter Kommunikationsdienste bezogen auf Minuten bzw. die Anzahl von Nachrichten nimmt zwar mit zunehmendem Alter tendenziell ab, übertrifft aber bereits in fast allen Altersgruppen jene der klassischen Telefonie bzw. SMS.

¹ Die Daten der Erhebung sowie der Fragebogen sind als Open-Data verfügbar, siehe <https://www.rtr.at/plattformen/kommunikation-im-internet>



01

Ziel und Motivation

01 Ziel und Motivation

Die Digitalisierung ermöglicht auch bei Kommunikationsdiensten eine hohe Innovationsdynamik. Neben der „klassischen“ Sprachtelefonie haben sich die Telefonie über das Internet, Videotelefonie und Videokonferenzen in weiten Teilen der österreichischen Bevölkerung etabliert. Messenger haben die SMS weitgehend abgelöst und die Nutzung von E-Mails ist für die meisten ohnehin schon lange selbstverständlich. Die „neuen“ Dienste bieten häufig nicht nur die Möglichkeit der text-, sprach- oder videobasierten Kommunikation, sondern auch verschiedene andere Funktionen und Ausdrucksmöglichkeiten.

Viele dieser internetbasierten Dienste stehen in einem direkten Wettbewerbsverhältnis zu klassischer Telefonie und SMS. Das im November 2021 erlassene neue Telekommunikationsgesetz (TKG 2021) trägt diesen Entwicklungen Rechnung und definiert den Begriff des Kommunikationsdienstes neu, sodass nun zusätzliche internetbasierte Dienste (sogenannte nummernunabhängige interpersonelle Kommunikationsdienste) vom Anwendungsbereich bestimmter sektorspezifischer Regulierungen umfasst sind.² Sie werden im TKG 2021 in einigen Bereichen mit klassischen Kommunikationsdiensten gleichgestellt (Stichwort: „Level Playing Field“).³

Zu den nummernunabhängigen interpersonellen Kommunikationsdiensten zählen etwa Internettelefonie-, Videotelefonie- und Videokonferenz-, Messenger-, sowie E-Mail-Dienste, welche über das offene Internet erbracht werden. Sie ermöglichen die interaktive Kommunikation zwischen Personen einer geschlossenen Gruppe und sind in der Regel (im Gegensatz zur klassischen Telefonie und SMS) nicht interoperabel. Eine Ausnahme bilden hier E-Mails, welche auf standardisierten Protokollen basieren.

Dieser Bericht stellt anhand von Daten einer repräsentativen Befragung Informationen zur Nutzung dieser Kommunikationsdienste in der österreichischen Bevölkerung bereit und ermöglicht auch einen Vergleich mit der Nutzung von klassischen Kommunikationsdiensten. Die Daten dienen zum einen der Beobachtung des Wettbewerbsgeschehens auf den Kommunikationsmärkten. Manche Bestimmungen des TKG 2021 gelten außerdem für Anbieter mit mehr als 350.000 Endnutzer:innen. Die Daten dienen daher auch der Identifikation der größten Anbieter. Schließlich ist die RTR im Rahmen der Kommunikations-Erhebungs-Verordnung verpflichtet, statistische Erhebungen durchzuführen, Statistiken zu erstellen und diese zu veröffentlichen.⁴ Die Daten dienen auch zur Definition der Stichprobe dieser anbieterseitigen Erhebungen.

In Abschnitt 2 wird zunächst die Datengrundlage beschrieben. Anschließend erfolgt in Abschnitt 3 ein Überblick über die Nutzung der verschiedenen Dienste. Die Abschnitte 4 und 5 beschäftigen sich mit Internettelefonie sowie Videotelefonie- und Videokonferenzdiensten und dem Vergleich mit der klassischen Telefonie. In den Abschnitten 5 und 6 wird der Versand und Empfang von Nachrichten mittels Instant Messenger und E-Mail sowie ein Vergleich mit der SMS-Nutzung dargestellt.

² Für die Definition verschiedener Arten von Kommunikationsdiensten siehe § 4 Abs. 6-8 TKG 2021.

³ Beispiele dafür sind § 44 TKG 2021 – Sicherheit und Integrität, § 46 TKG 2021 – Dienstqualität, § 50 TKG 2021 – Interoperabilität, § 110 TKG 2021 – Universaldienstfonds, § 133 TKG 2021 – Widerspruchsverfahren und Verfahrensvorschriften (Anzeigepflicht von Vertragsbedingungen), § 181 – Informationspflichten und § 186 TKG 2021 – Beobachtung des Wettbewerbsgeschehens.

⁴ Siehe https://www.rtr.at/TKP/rechtliche_grundlagen/tk-rechtsvorschriften/KEV.de.html



02

Datengrundlage

02 Datengrundlage

Die Daten für diesen Bericht wurden im Juli 2022 durch eine repräsentative Befragung der österreichischen Bevölkerung erhoben. Dabei erfolgte die Befragung durch das Unternehmen Mindtake⁵ mittels Online-Fragebögen (Computer-Assisted Web Interview / CAWI) und adressierte Personen im Alter ab 14 Jahren, welche das Internet nutzen.

Insgesamt wurden 2009 erfolgreiche Online-Interviews durchgeführt. Die demografische Repräsentativität der Daten wurde durch einen Quotenplan anhand von Daten des Austrian Internet Monitors⁶ zu Alter, Geschlecht, Ausbildung sowie Bundesland der österreichischen Bevölkerung sichergestellt. Bei den Auswertungen wurde nach diesen Faktoren gewichtet.

In der Befragung werden Internettelefonie-, Videotelefonie- bzw. Videokonferenz-, Messenger-, sowie E-Mail-Dienste unterschieden. Dabei können verschiedene Funktionen auch vom selben Dienst angeboten werden. Andererseits ist auch die Nutzung dieser Funktionen bei Diensten wie sozialen Netzwerken oder parallel zur Nutzung von Computerspielen umfasst.

Die Befragung umfasst einerseits Daten zur Häufigkeit der Nutzung der Dienste, wobei der Schwerpunkt auf der Erfassung der privaten Nutzung liegt. Ergänzend wird auch die Nutzung im Rahmen der beruflichen Tätigkeit und der Ausbildung abgefragt. Die wesentliche Kennzahl bei den Daten zur Nutzung ist der Anteil an monatlich aktiven Nutzer:innen (Monthly Active Users / MAU). Sie gibt an, welcher Anteil der Online-Bevölkerung einen Dienst zumindest einmal im Monat nutzt. Als weitere Kennzahlen für die Nutzungsintensität eines Dienstes werden Verkehrsvolumina, also z.B. die Anzahl von Anrufen oder die Anzahl versendeter oder empfangener Nachrichten in Bezug auf die private Nutzung abgefragt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es für Befragte eine Herausforderung ist, diese Verkehrsvolumina abzuschätzen. Bei Internettelefonie und Messengern erfolgt auch ein Vergleich mit der „klassischen“ Sprachtelefonie bzw. der SMS.

Die Daten der Erhebung sowie der Fragebogen sind als Open-Data verfügbar.⁷ Damit die Auswertungen in diesem Bericht einfach nachvollzogen werden können, verweisen die Abbildungen in den Abschnitten 4-7 auf die Nummerierung der Fragen im Fragebogen.

⁵ <https://www.mindtake.com/de>

⁶ <https://www.integral.co.at/produkte/aim>

⁷ <https://www.rtr.at/plattformen/kommunikation-im-internet>



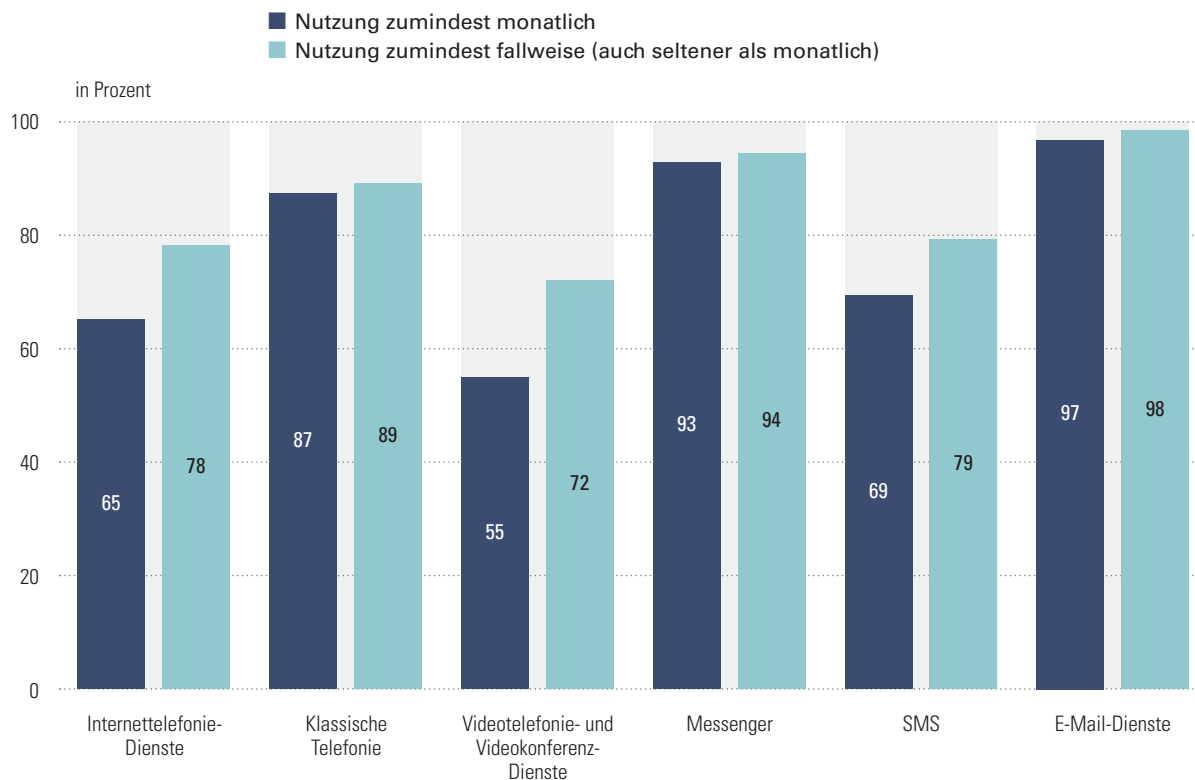
03

Nutzung der Kommunikationsdienste im Vergleich

03 Nutzung der Kommunikationsdienste im Vergleich

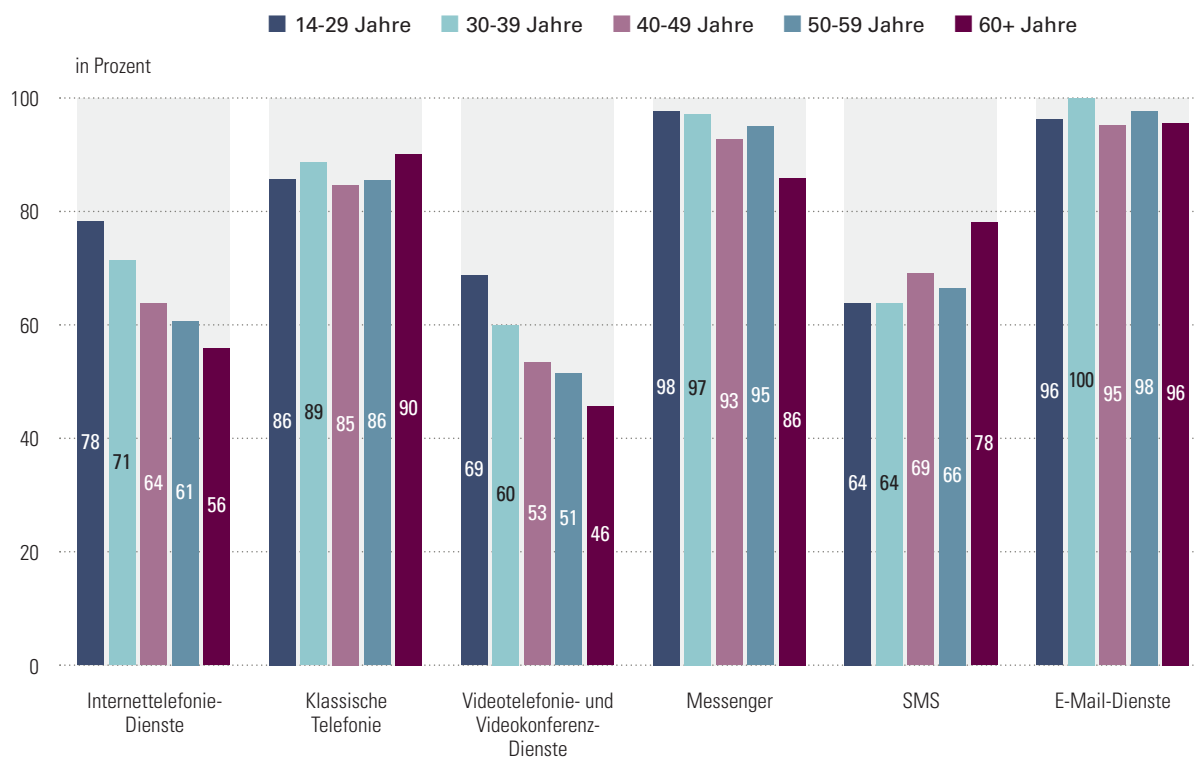
Dieser Abschnitt gibt einen Überblick über das Ausmaß der Nutzung der in der Umfrage erhobenen Kommunikationsdienste. Abbildung 1 zeigt die zumindest monatliche sowie die zumindest fallweise Nutzung (auch seltener als monatlich) der verschiedenen Kommunikationsdienste. Während E-Mail-Dienste von nahezu allen Befragten regelmäßig genutzt werden, werden Videotelefonie- bzw. Videokonferenz-Dienste von etwa der Hälfte der Befragten zumindest monatlich genutzt. Klassische Telefonie liegt mit einem Anteil von 87% an monatlich aktiven Nutzer:innen vor der Internettelefonie mit einem Anteil von 65%. Messenger werden von 93% der Befragten zumindest monatlich genutzt, die SMS von 69%.

Abbildung 01: Private Nutzung von Kommunikationsdiensten im Vergleich



Die Nutzung der verschiedenen Kommunikationsdienste ist über die Altersgruppen hinweg unterschiedlich. Abbildung 2 zeigt den Vergleich der monatlich aktiven Nutzung über die Kommunikationsdienste und Altersgruppen hinweg. Jüngere Personen nutzen vermehrt Internettelefonie-, Videotelefonie- bzw. Videokonferenz-Dienste. Klassische Telefonie, Messenger und E-Mail-Dienste werden von jeder Altersgruppe auf einem ähnlichen, vergleichsweise hohen Niveau genutzt. Der Anteil an SMS-Nutzer:innen nimmt mit höherem Alter tendenziell zu.

Abbildung 02: Private monatlich aktive Nutzung von Kommunikationsdiensten nach Alter im Vergleich (Mehrfachnennung; n=2009)





04

Internettelefonie

4	Internettelefonie	14
4.1	Anzahl an Nutzer:innen	15
4.1.1	Private Nutzung	15
4.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	18
4.2	Nutzungshäufigkeit	19
4.3	Anzahl an Anrufen und Dauer	20

04 Internettelefonie

Mit Internettelefonie-Diensten können Telefonate direkt über das Internet geführt werden. In diesem Abschnitt wird die Nutzung ohne die gleichzeitige Übertragung von Videos betrachtet. Internettelefonie-Dienste können von „klassischer“ Telefonie wie folgt unterschieden werden: Klassische Telefonie ermöglicht die Verbindung in das öffentliche Telefonnetz über bzw. zu Festnetz- oder Mobilfunknummern. Im Gegensatz dazu bauen Internettelefonie-Dienste ohne die direkte Nutzung von Telefonnummern Verbindungen direkt über das offene Internet auf.⁸

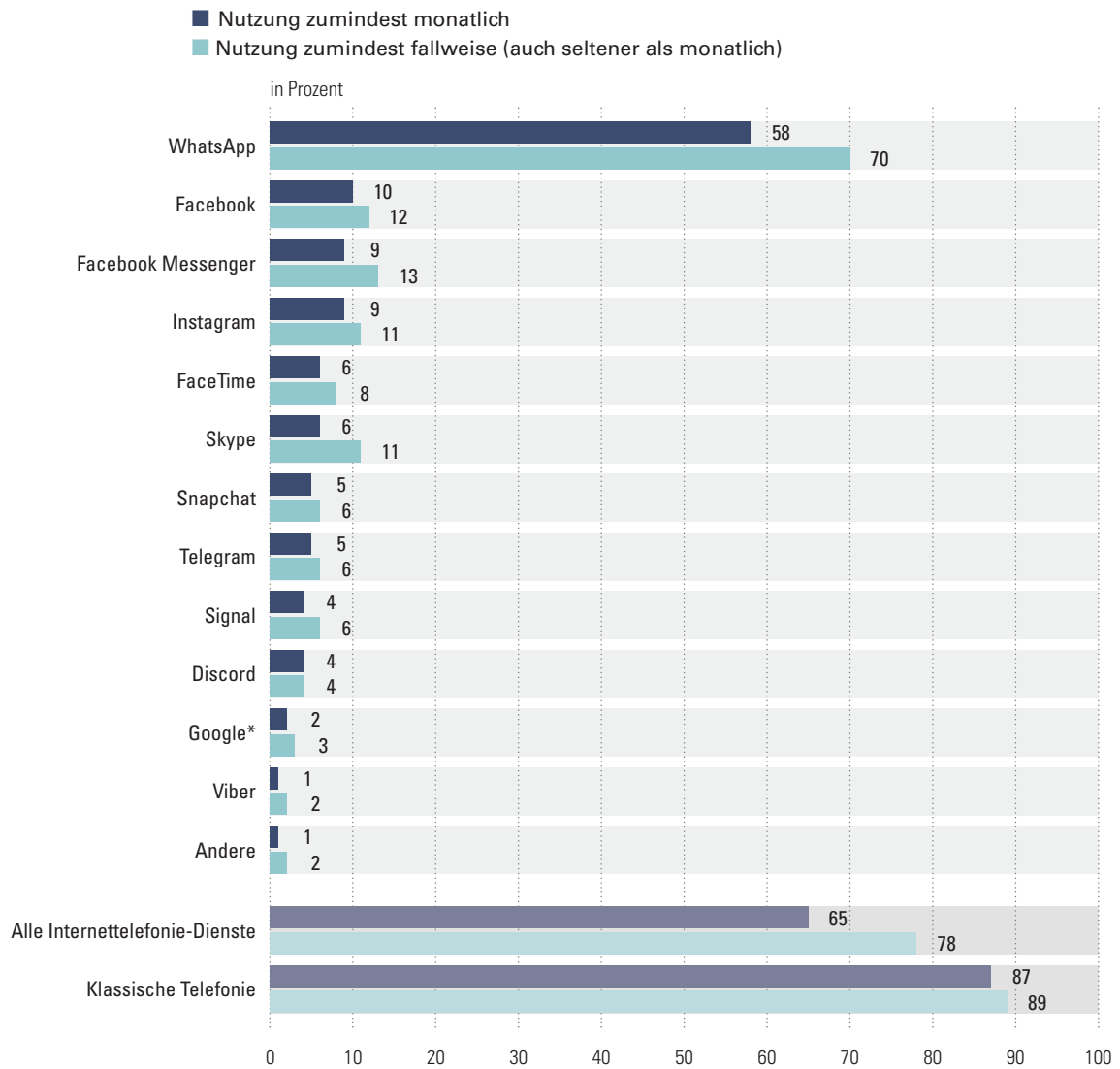
4.1 Anzahl an Nutzer:innen

4.1.1 Private Nutzung

Abbildung 3 zeigt den Anteil an Befragten, welche Internet- und klassische Telefonie-Dienste zumindest monatlich oder zumindest fallweise nutzen. Der meistgenutzte Internettelefonie-Dienst in Bezug auf die monatliche Nutzung ist mit deutlichem Abstand WhatsApp (58%). Andere Internettelefonie-Dienste sind für Nutzer:innen weit weniger relevant. Insgesamt nutzen 65% monatlich zumindest einen Internettelefonie-Dienst. Die klassische Telefonie liegt mit 87% bei der monatlichen Nutzung noch vor der Internettelefonie.

⁸ Die Unterscheidung zwischen nummerngebundenen und nummernunabhängigen interpersonellen Kommunikationsdiensten aus dem Europäische Kodex für die elektronische Kommunikation und wird im TKG 2021 § 4 umgesetzt und geht auch mit unterschiedlicher regulatorischer Behandlung einher. Anbieter wie Skype und Viber vereinen Elemente beider Dienste in derselben Anwendung.

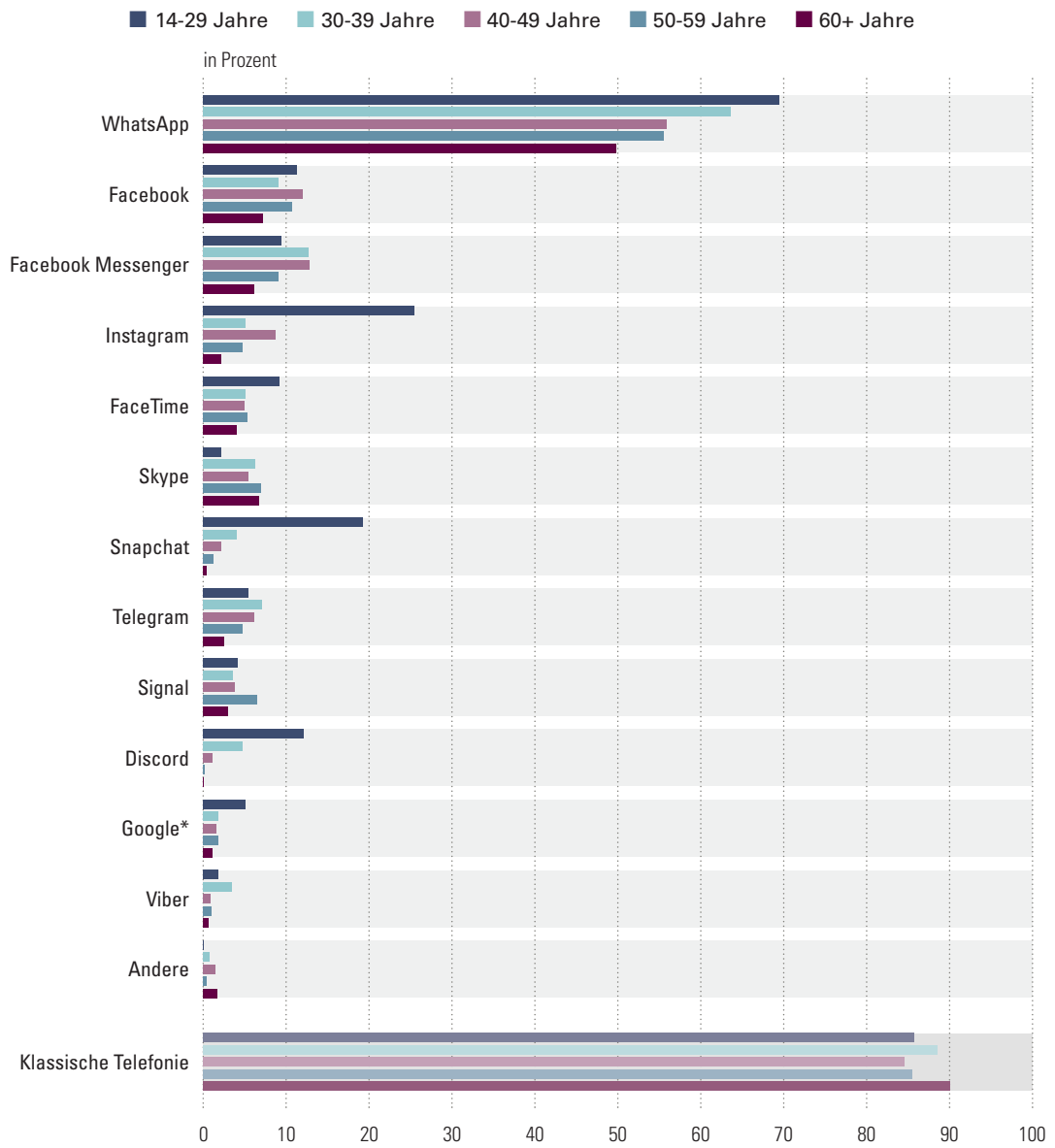
Abbildung 03: Private Nutzung von Internettelefonie-Diensten und klassischer Telefonie (Mehrfachnennung; Fragen 13, 14, 20 und 21; n=2009)



* Google: Google Meet / Chat / Workspace

Abbildung 4 zeigt die private Nutzung von Internet- und klassischen Telefonie-Diensten nach Alter. Klar erkennbar ist, dass die Nutzung der meisten Internettelefonie-Dienste mit dem Alter abnimmt. Internettelefonie mit Instagram, Snapchat oder Discord wird besonders von Personen in der Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren genutzt. Die Nutzung von klassischer Telefonie ist über die Altersgruppen ähnlich verteilt.

Abbildung 04: Private monatlich aktive Nutzung von Internettelefonie-Diensten und klassischer Telefonie nach Alter (Mehrfachnennung; Fragen 13, 14, 20 und 21; n=2009)

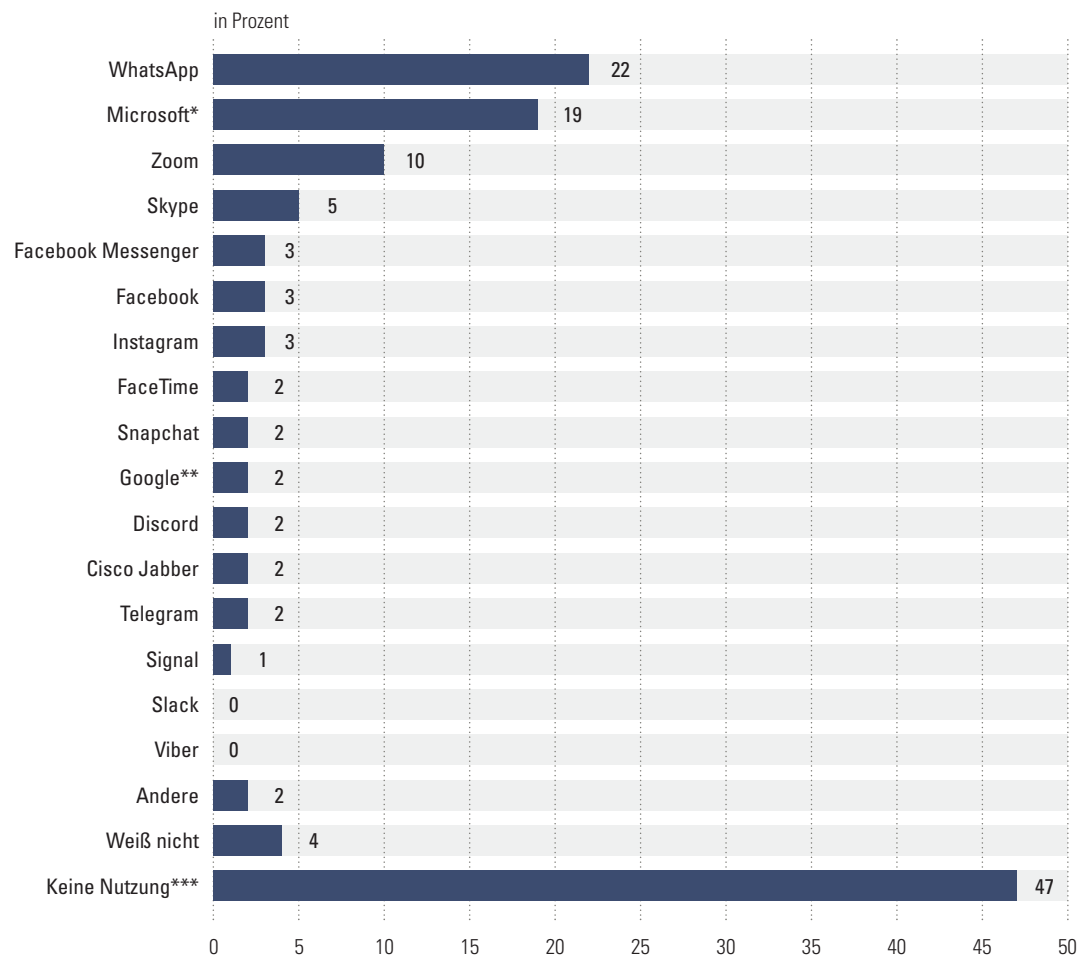


* Google: Google Meet / Chat / Workspace

4.1.2 Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung

Die Nutzung von Internet- und klassischer Telefonie im Rahmen von beruflichen Tätigkeiten oder der Ausbildung ist in Abbildung 5 dargestellt. Während WhatsApp auch hier der meistgenutzte Internettelefonie-Dienst ist, folgen mit Microsoft Teams / Skype for Business und Zoom auf den darauffolgenden Rängen Dienste, welche auch für die Nutzung in Unternehmen ausgerichtet sind. 47% der Befragten geben an, beruflich bzw. in ihrer Ausbildung keinen Internettelefonie-Dienst zu nutzen.

Abbildung 05: Welche Internettelefonie-Anbieter haben Sie im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ausbildung im letzten Monat für Gespräche (ohne Video) genutzt? (Basis: unselbstständig und selbstständig Berufstätige und Personen in Ausbildung; Mehrfachnennung; Frage 19; n=1235)



* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business

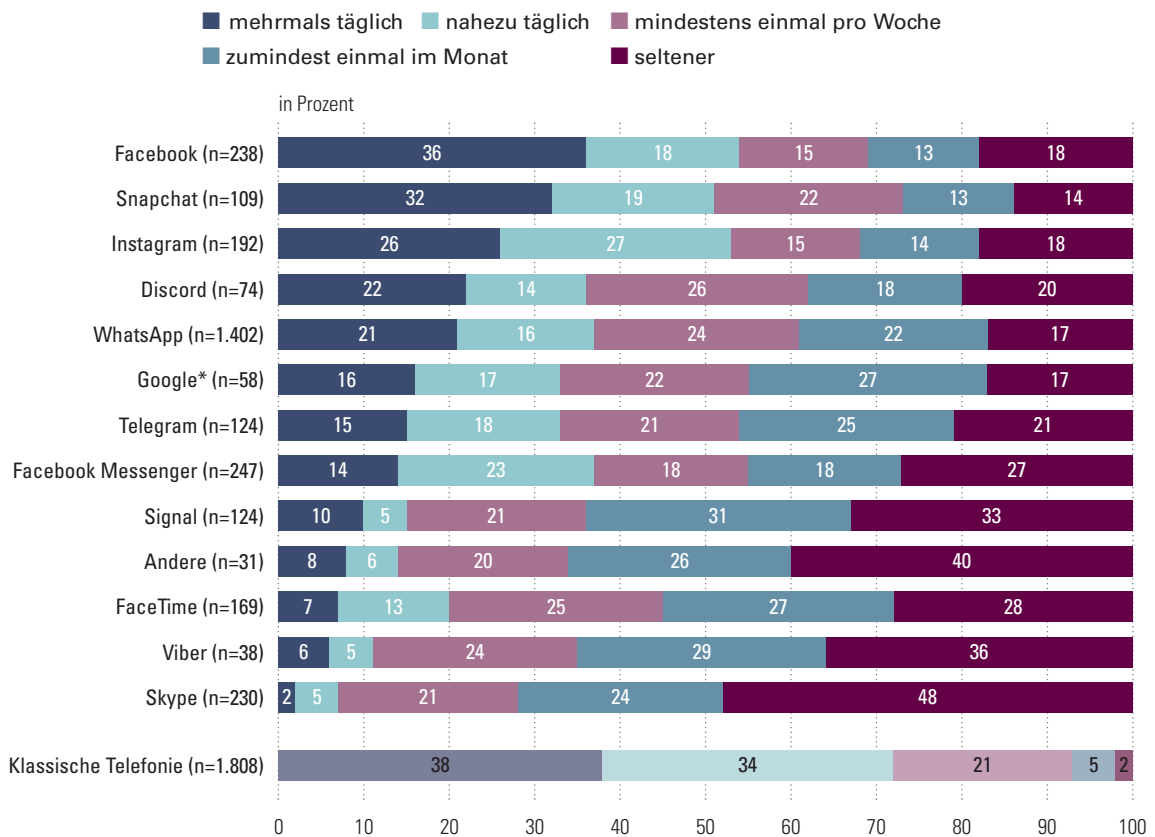
** Google: Google Meet / Chat / Workspace

*** Keine Nutzung: Ich nutze beruflich keine Internettelefonie-Dienste

4.2 Nutzungshäufigkeit

Abbildung 6 zeigt die Verteilung der Nutzungshäufigkeit bei den einzelnen Telefonie-Diensten. Den höchsten Anteil bei der mehrmals täglichen privaten Nutzung weisen klassische Telefonie-Dienste auf. 38% der Nutzer:innen von klassischer Telefonie nutzen diese mehrmals täglich. Bei den Internettelefonie-Diensten hat nur Facebook mit 36% einen ähnlich hohen Wert.

Abbildung 06: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Internettelefonie-Anbieter für private Gespräche (ohne Video)? Wie häufig nutzen Sie privat klassische Telefonie Ihres Handytarif- oder Festnetz-Dienstes? (Einfachnennung pro genutztem Dienst; Fragen 14 und 21)

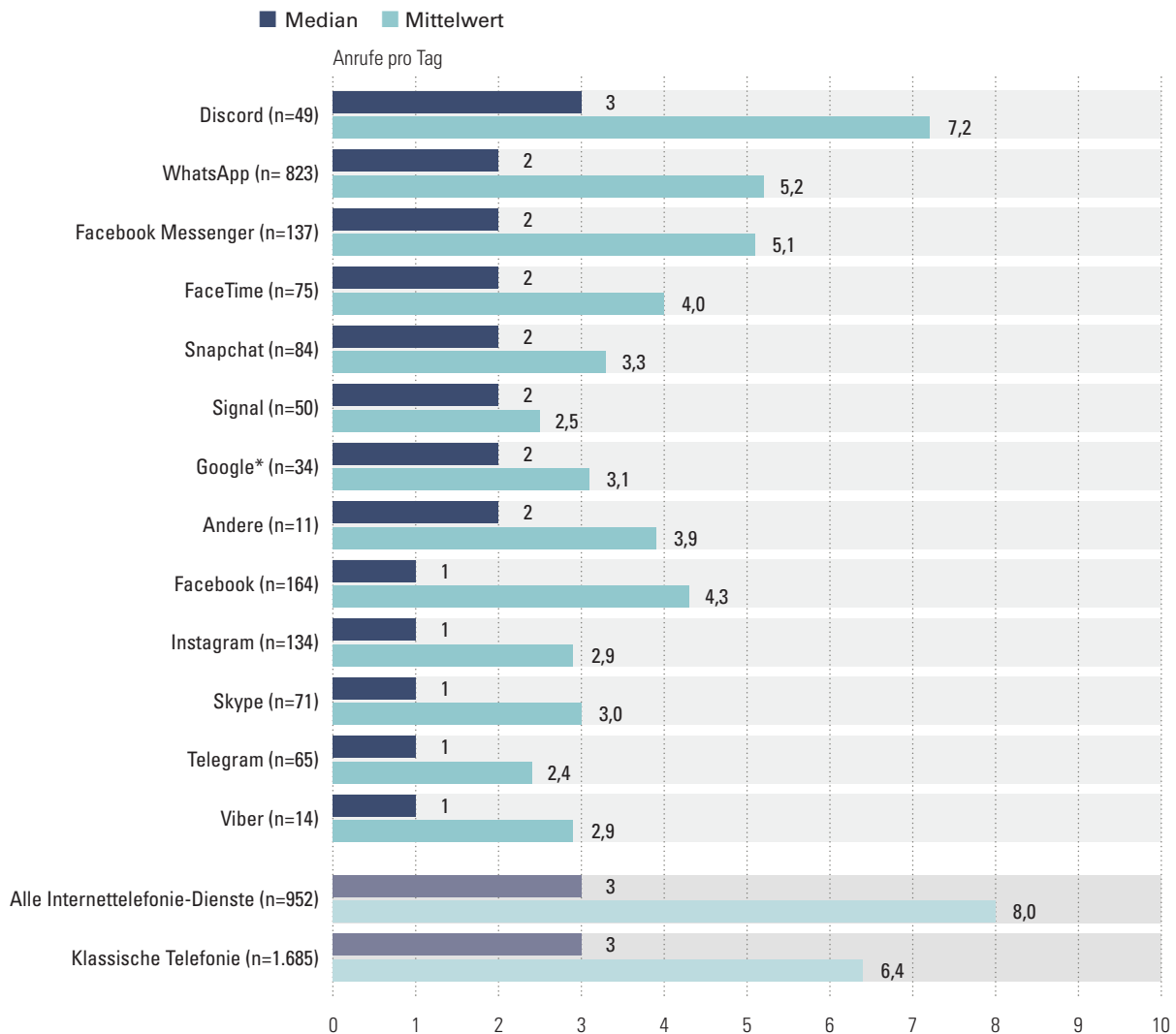


* Google: Google Meet / Chat / Workspace

4.3 Anzahl an Anrufen und Dauer

Abbildung 7 zeigt den Mittelwert und den Median⁹ der Anzahl an Anrufen an einem durchschnittlichen Wochentag über die Telefonie-Dienste. Der Median beträgt bei allen Diensten zwischen ein und drei Anrufen und ist damit recht ähnlich. Die höchsten Werte weisen Discord und die klassische Telefonie mit einem Median von 3 Anrufen an einem durchschnittlichen Tag in der Woche aus.¹⁰ Discord ist bekannt für Internettelefonie während der parallelen Nutzung von Computerspielen. Der Mittelwert liegt in allen Fällen deutlich über dem Median, was darauf hindeutet, dass es auch Nutzer:innen gibt, die eine deutlich höhere Anzahl von Anrufen tätigen.

Abbildung 07: Wie viele private Anrufe tätigen Sie über die folgenden Internettelefonie-Anbieter an einem durchschnittlichen Tag in der Woche (aktiv oder passiv)? Wie viele Anrufe tätigen Sie an einem durchschnittlichen Tag in der Woche privat über die klassische Telefonie Ihres Handytarif- oder Festnetz-Anbieters (aktiv oder passiv)? (Basis: Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest wöchentlich nutzen; Fragen 15 und 22; n=2009)



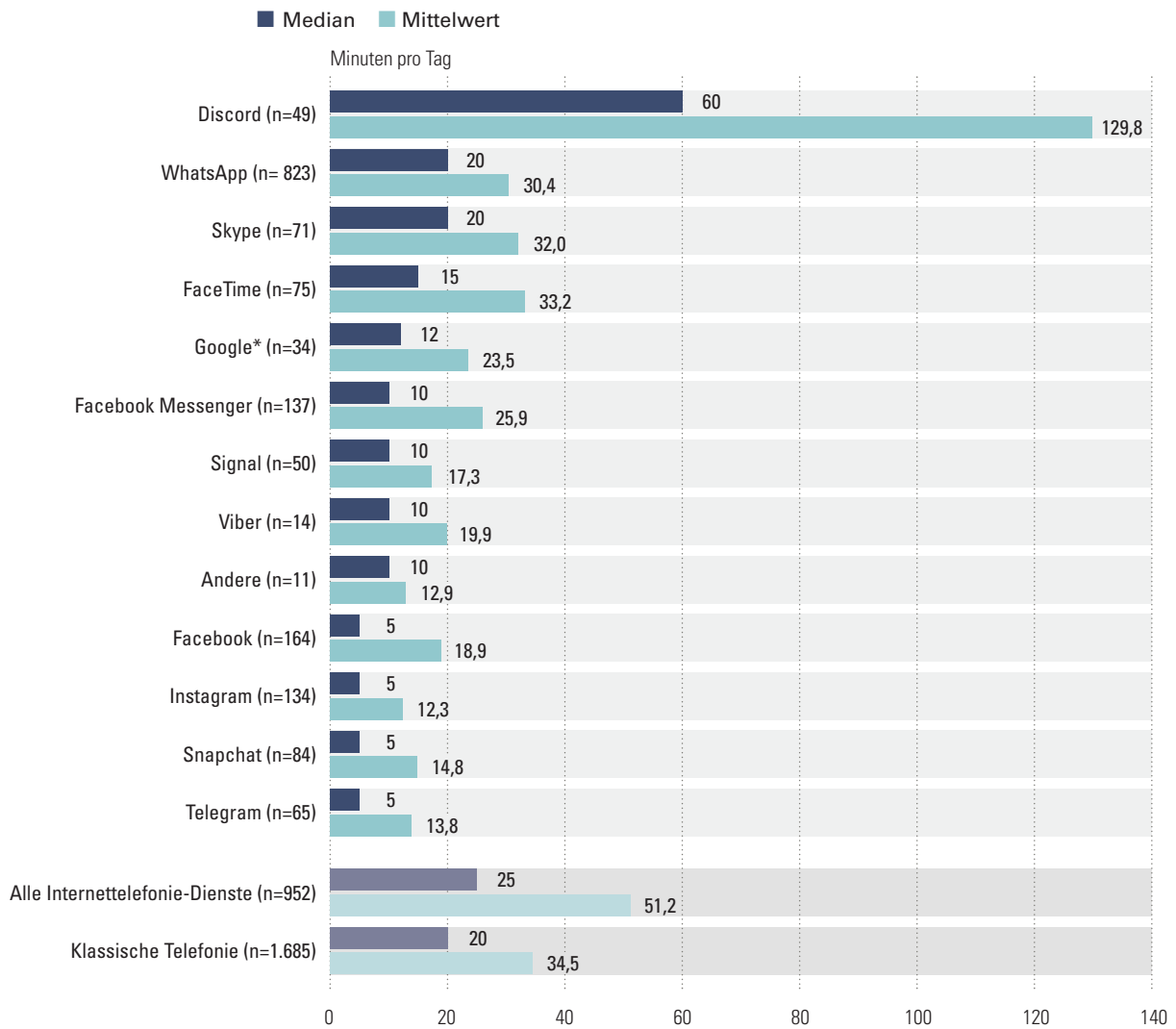
* Google: Google Meet / Chat / Workspace

⁹ Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte liegt, wenn alle Werte nach der Größe geordnet sind (d.h. 50% der Werte liegen darunter, 50% darüber).

¹⁰ Für Discord ist die Fallzahl (n=49) gering. Die begrenzte Aussagekraft ist dementsprechend zu berücksichtigen.

Abbildung 8 zeigt den Mittelwert und den Median¹¹ der Dauer aller Gespräche bei den einzelnen Telefonie-Diensten an einem durchschnittlichen Tag in der Woche. Den mit Abstand höchsten Median mit rund einer Stunde weist der Dienst Discord auf. Dies dürfte durch die parallele Nutzung von Computerspielen erklärt werden.

Abbildung 08: Wie lange ungefähr telefonieren Sie privat über die folgenden Internettelefonie-Dienste an einem durchschnittlichen Tag in der Woche (aktiv oder passiv)? Wie lange nutzen Sie an einem durchschnittlichen Tag in der Woche ungefähr privat die klassische Telefonie Ihres Handytarif- oder Festnetz-Anbieters (aktiv oder passiv)? (Basis: Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest wöchentlich nutzen; Fragen 17 und 23; n=2009)



* Google: Google Meet / Chat / Workspace

¹¹ Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte liegt, wenn alle Werte nach der Größe geordnet sind (d.h. 50% der Werte liegen darunter, 50% darüber).

Abbildung 9 zeigt den Anteil von klassischer Telefonie und Internettelefonie an der Summe an Gesprächsminuten. Auf Internettelefonie entfällt bereits fast die Hälfte an privaten Gesprächsminuten. 53% entfallen auf die klassische Telefonie.

Abbildung 09: Anteile der gesamten privaten Gesprächsminuten (Fragen 17 und 23; n=2009)¹²

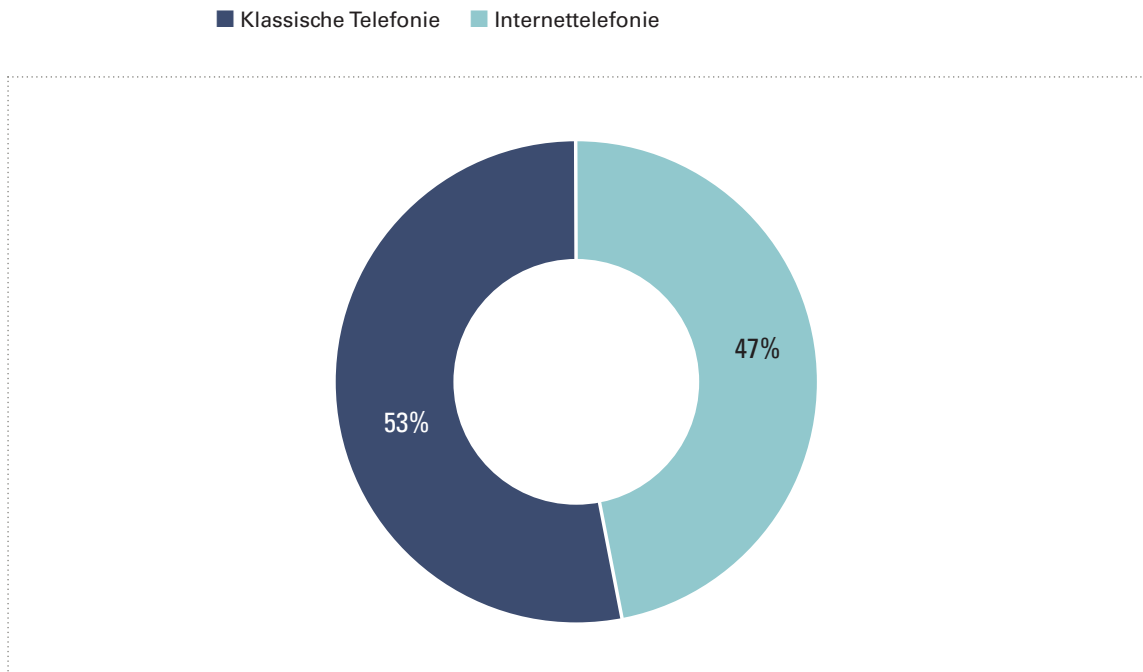
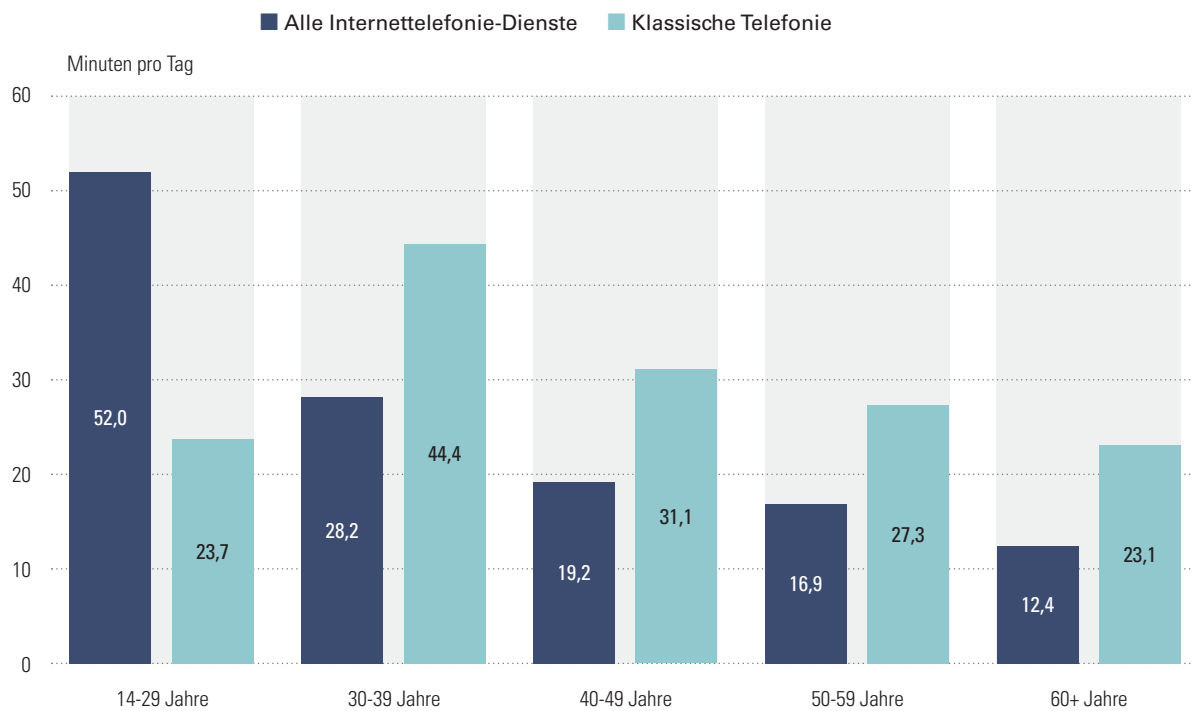


Abbildung 10 zeigt die durchschnittliche Anzahl an privaten Gesprächsminuten pro Tag nach Altersgruppen. Während unter allen Befragten die klassische Telefonie (noch) dominiert (siehe Abbildung 9), ist das Verhältnis bei der jüngsten Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren umgekehrt. Bei dieser Gruppe entfallen rund 69% der Gesprächsminuten auf Internettelefonie-Dienste. Bei anderen Altersgruppen bilden Gesprächsminuten über klassische Telefonie die Mehrheit.

¹² Berücksichtigt werden bei der Auswertung Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest einmal wöchentlich nutzen. Befragte, welche Internettelefonie-Dienste bzw. klassische Telefonie gar nicht oder nicht zumindest einmal wöchentlich nutzen, fließen mit null Gesprächsminuten in die Berechnung ein.

Abbildung 10: Durchschnittliche Anzahl an privaten Gesprächsminuten pro Tag nach Alter (Fragen 17 und 23; n=2009)¹³



¹³ Berücksichtigt werden bei der Auswertung Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest einmal wöchentlich nutzen. Befragte, welche Internettelefonie-Dienste bzw. klassische Telefonie gar nicht oder nicht zumindest einmal wöchentlich nutzen, fließen mit null Gesprächsminuten in die Berechnung ein.



05

Videotelefonie und Videokonferenzen

5	Videotelefonie und Videokonferenzen	24
5.1	Anzahl an Nutzer:innen	25
5.1.1	Private Nutzung	25
5.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	28
5.2	Nutzungshäufigkeit	29
5.3	Anzahl an Anrufen / Konferenzen und Dauer	30

05 Videotelefonie und Videokonferenzen

Videotelefonie- sowie Videokonferenz-Dienste ermöglichen die direkte Kommunikation mittels Sprache und Video. Während im alltäglichen Sprachgebrauch Videotelefonie-Dienste jene Dienste umfassen, welche vorwiegend privat genutzt werden und spontan initiiert werden, umfassen Videokonferenz-Dienste oftmals Funktionen, welche insbesondere im Rahmen des beruflichen Kontexts relevant sind, wie etwa das Teilen des Bildschirms. Videokonferenzen werden zudem oft für einen bestimmten Zeitraum mit bestimmten Teilnehmer:innen eingerichtet. Der Zugang zu einer Videokonferenz erfolgt oft über einen Weblink und ist direkt im Browser möglich, die Installation einer Anwendung ist deshalb in der Regel nicht unbedingt notwendig.

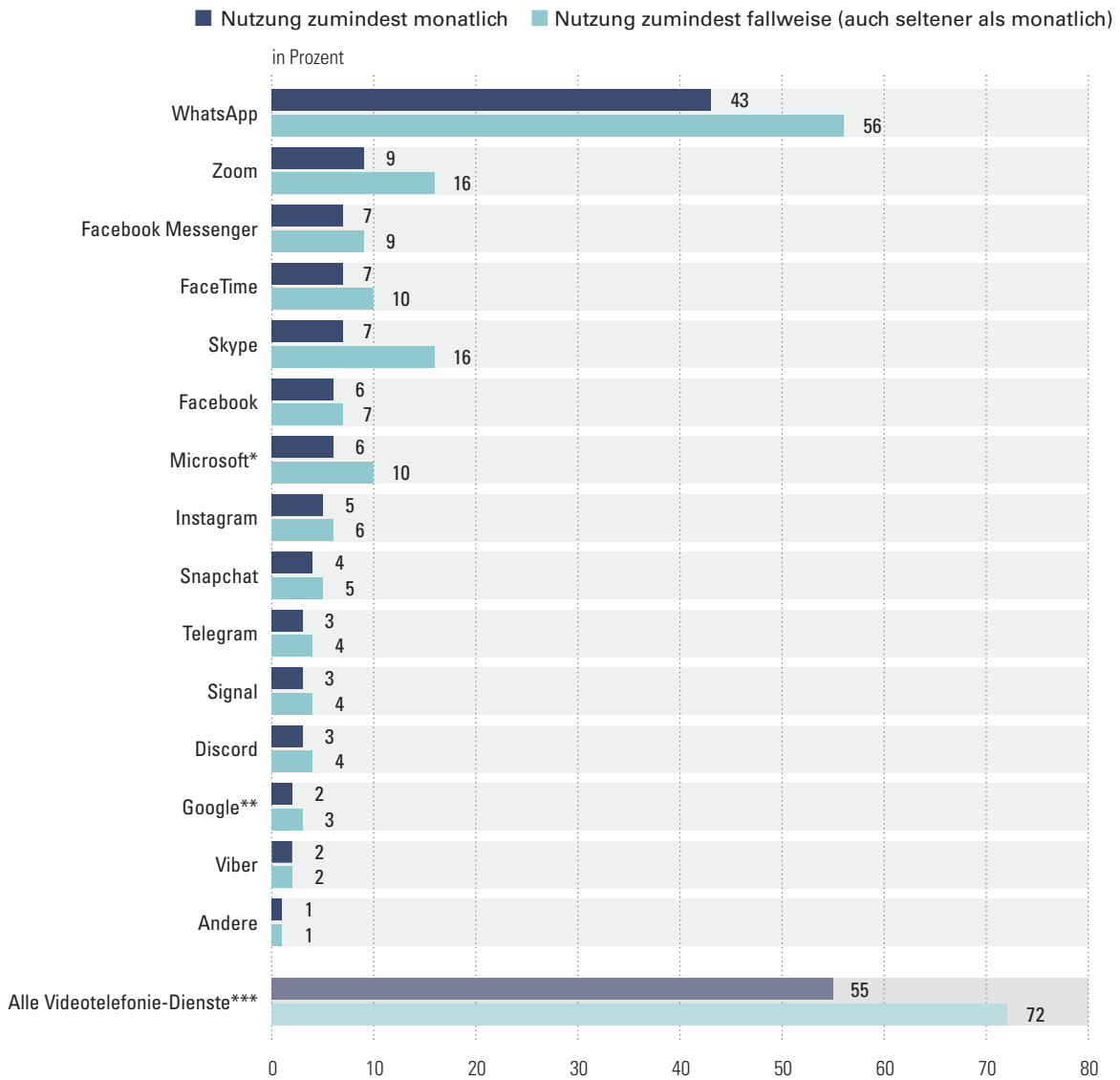
Die Abgrenzung zwischen Videotelefonie- und Videokonferenz-Diensten ist jedoch nicht immer klar. So bietet etwa der Facebook Messenger sowohl spontane Videoanrufe im kleinen Kreis als auch den Zugriff auf Videokonferenzen über Messenger-Anruf-Links an. Zoom hingegen ermöglicht neben Videokonferenzen auch spontane Videoanrufe. Im Rahmen der Erhebung werden Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste deshalb gemeinsam behandelt und im Bericht kurz Videotelefonie-Dienste genannt.

5.1 Anzahl an Nutzer:innen

5.1.1 Private Nutzung

Abbildung 11 zeigt in Bezug auf die private Nutzung von Videotelefonie-Diensten den Anteil der monatlichen bzw. der fallweisen Nutzung. 55% aller Befragten nutzen Videotelefonie-Dienste zumindest monatlich. WhatsApp sticht mit einem Anteil von 43% in der monatlichen Nutzung hervor, andere Dienste folgen mit Anteilen von unter 10%.

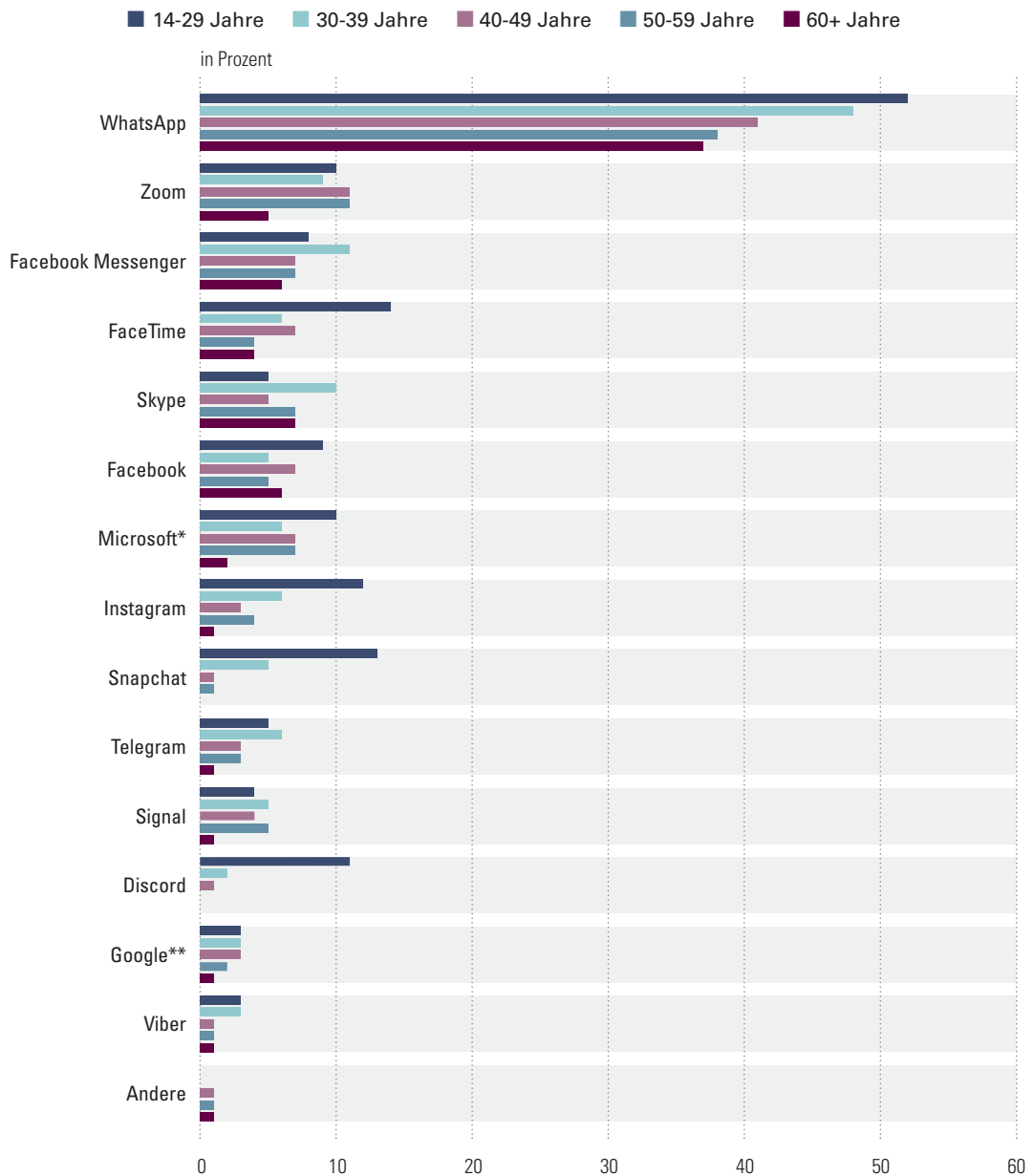
Abbildung 11: Private Nutzung von Videotelefonie- und Videokonferenz-Diensten (Mehrfachnennung; Fragen 24 und 25; n=2009)



* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business
 ** Google: Google Meet / Chat / Workspace
 *** Alle Videotelefonie-Dienste: Alle Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste

Die private Nutzung von Videotelefonie-Diensten aufgeschlüsselt nach Alter ist in Abbildung 12 dargestellt. FaceTime von Apple, Instagram, Snapchat und Discord werden vor allem von Personen im Alter von 14 bis 29 Jahren genutzt. WhatsApp liegt bei allen Altersgruppen vorne, auch wenn die Nutzung mit zunehmendem Alter abnimmt. Doch selbst in der Altersgruppe 60+ nutzen 37% WhatsApp für Videotelefonie oder Videokonferenzen.

Abbildung 12: Private monatlich aktive Nutzung von Videotelefonie- und Videokonferenz-Diensten nach Alter (Mehrfachnennung; Fragen 24 und 25; n=2009)

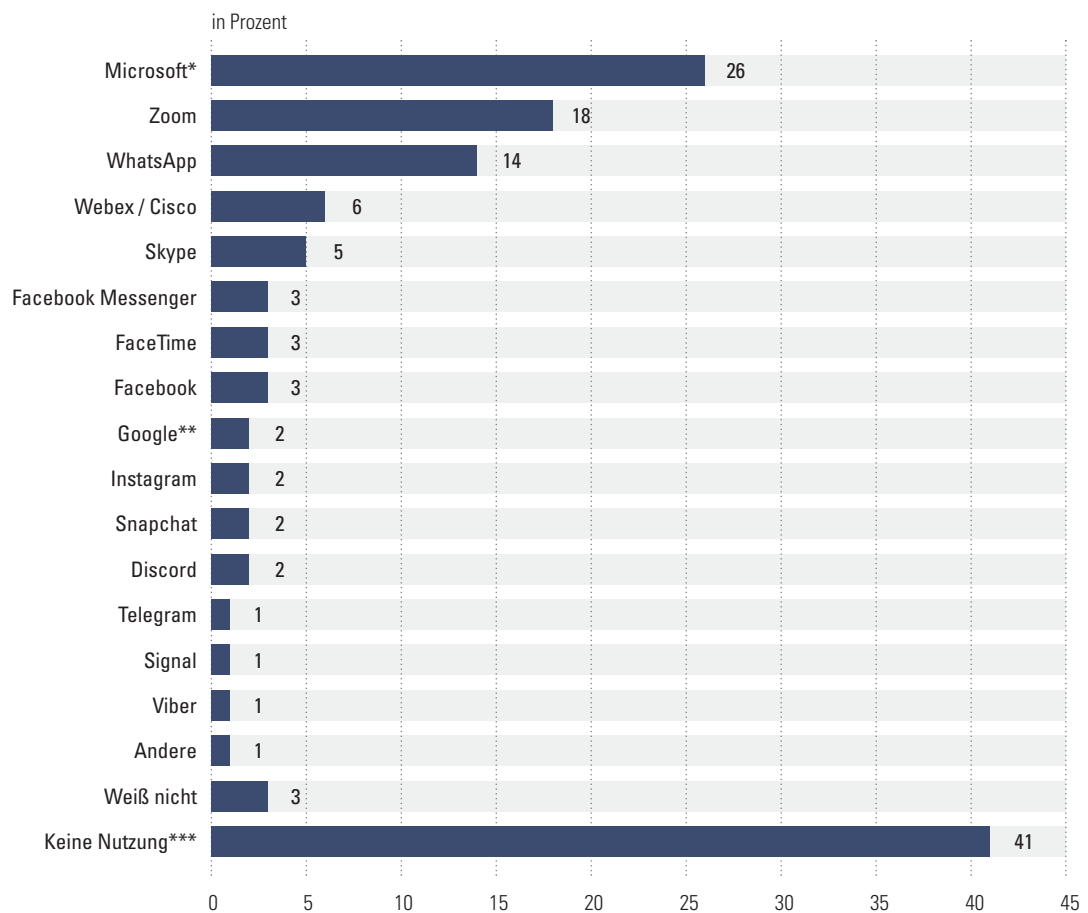


* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business
 ** Google: Google Meet / Chat / Workspace

5.1.2 Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung

Abbildung 13 zeigt die Nutzung von Videotelefonie-Diensten im Rahmen der beruflichen Tätigkeit oder der Ausbildung. Microsoft Teams / Skype for Business und Zoom weisen die höchsten Anteile an monatlich aktiven Nutzer:innen aus. 41% der Befragten nutzen beruflich bzw. im Rahmen ihrer Ausbildung keine Videotelefonie-Dienste.

Abbildung 13: Welche Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste haben Sie im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ausbildung im letzten Monat genutzt? (Basis: unselbstständig und selbstständig Berufstätige und Personen in Ausbildung; Mehrfachnennung; Frage 28; n=1235)

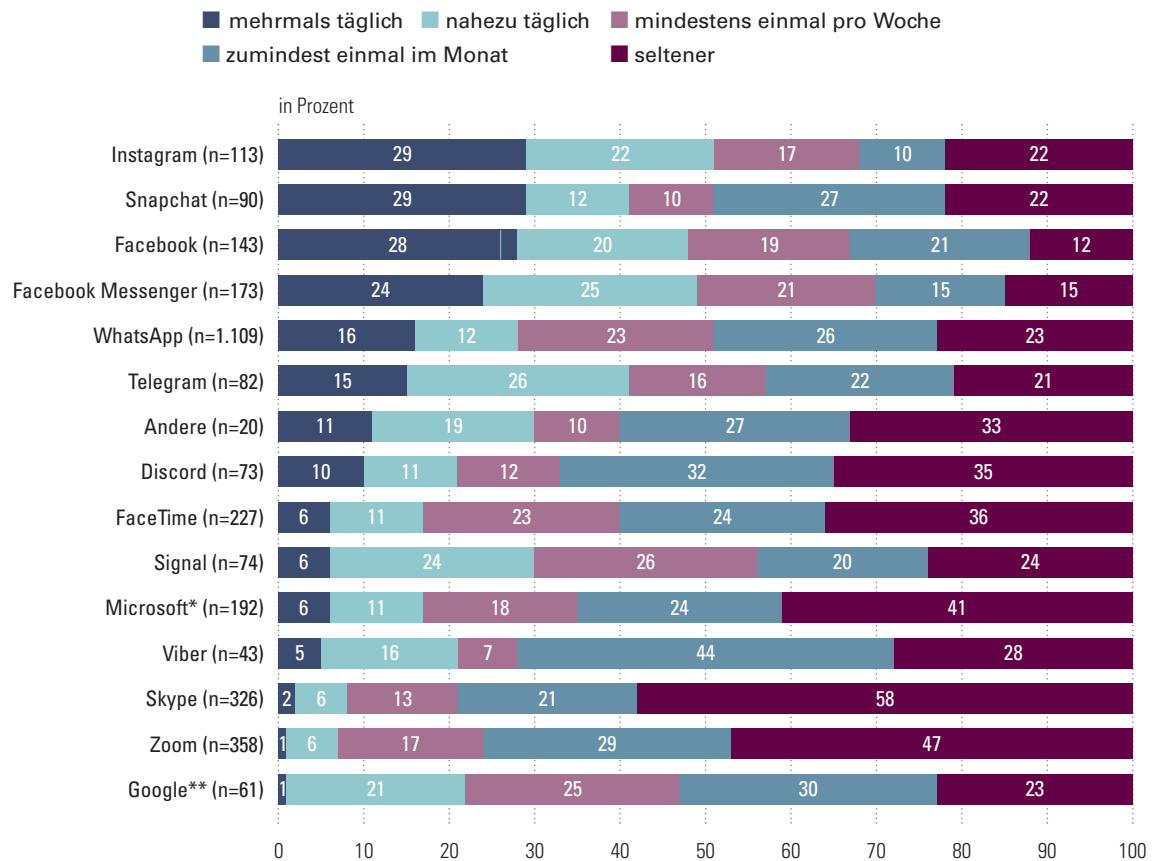


* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business
 ** Google: Google Meet / Chat / Workspace
 *** Keine Nutzung: Ich nutze beruflich keine Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste

5.2 Nutzungshäufigkeit

Die private Nutzungshäufigkeit der einzelnen Videotelefonie-Dienste ist in Abbildung 14 dargestellt. Besonders intensiv werden Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste unter den Nutzer:innen von Instagram, Snapchat und Facebook verwendet. Die Häufigkeit der privaten Nutzung der Dienste von Skype, Zoom und Google für Videokommunikation ist hingegen vergleichsweise gering.

Abbildung 14: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Videotelefonie- und Videokonferenz-Anbieter privat? (Einfachnennung pro genutztem Dienst; Frage 25)



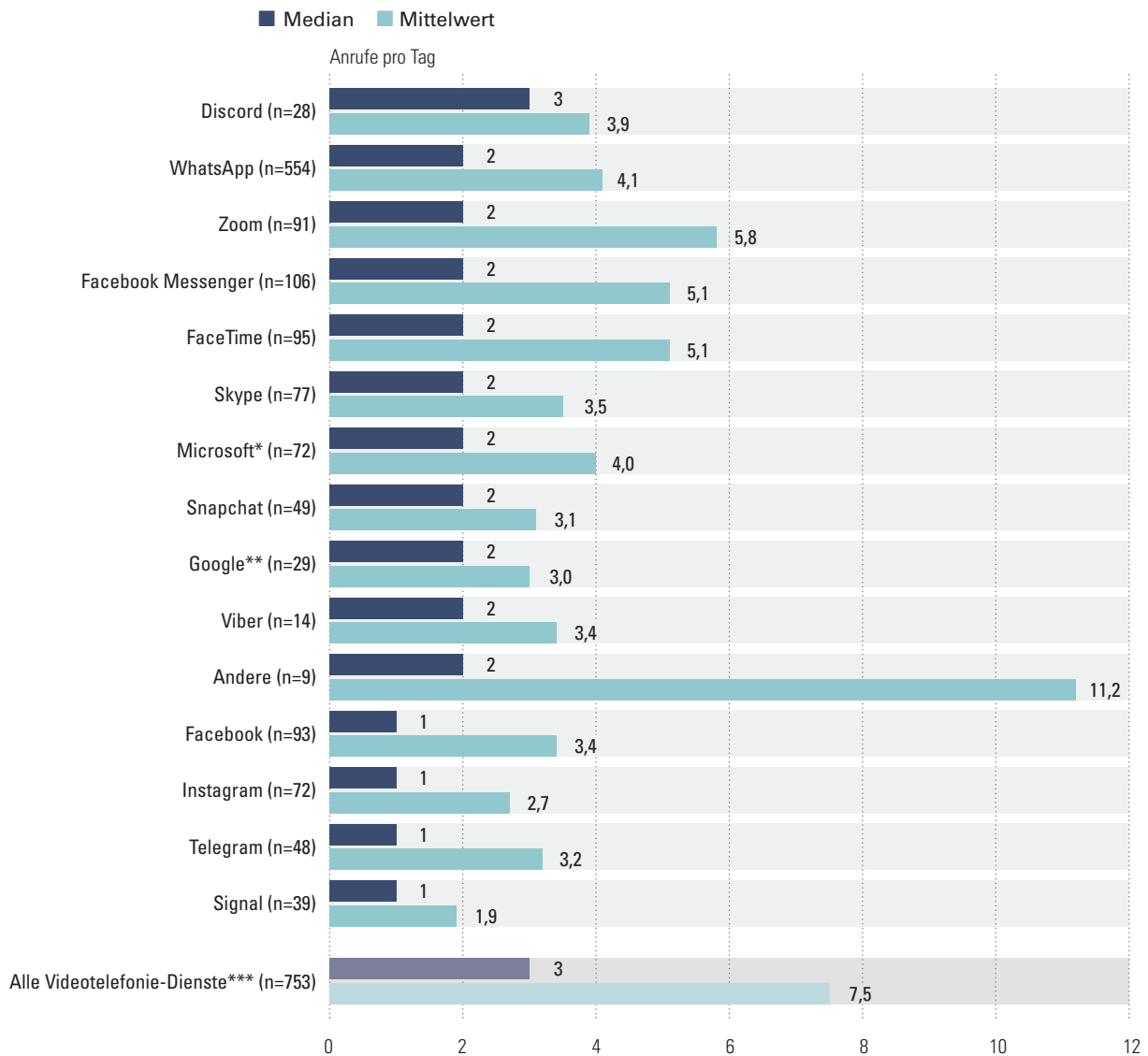
* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business

** Google: Google Meet / Chat / Workspace

5.3 Anzahl an Anrufen / Konferenzen und Dauer

Abbildung 15 zeigt den Mittelwert und den Median¹⁴ der Anzahl an Anrufen über die einzelnen Videotelefonie-Dienste. Wie auch bei den Internettelefonie-Diensten beträgt der Median ein bis drei Anrufe, während der Mittelwert teilweise deutlich darüber liegt.

Abbildung 15: Wie viele Videoanrufe oder Videokonferenzen tätigen Sie an einem durchschnittlichen Tag privat über die folgenden Anbieter (aktiv oder passiv)? (Basis: Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest wöchentlich nutzen; Frage 26)¹⁵

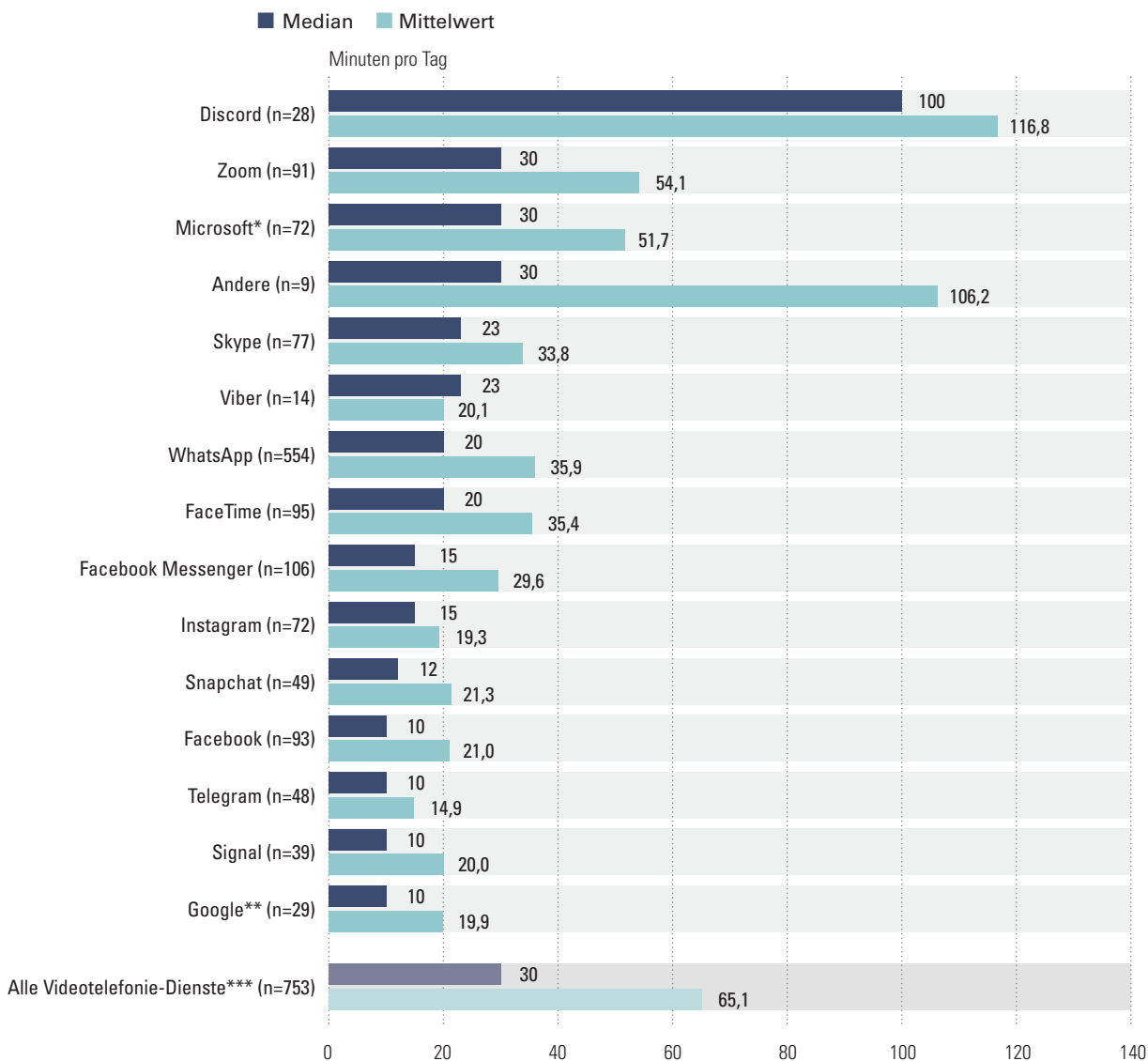


* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business
 ** Google: Google Meet / Chat / Workspace
 *** Alle Videotelefonie-Dienste: Alle Videotelefonie- bzw. Videokonferenz-Dienste

¹⁴ Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte liegt, wenn alle Werte nach der Größe geordnet sind (d.h. 50% der Werte liegen darunter, 50% darüber).
¹⁵ Der hohe Mittelwert sowie der geringe Median bei Anrufen über andere Videotelefonie-Dienste ist begründet durch die geringe Fallzahl und Ausreißer.

Der Mittelwert und der Median¹⁶ der Dauer von allen Videotelefonieanrufen bei den einzelnen Diensten an einem durchschnittlichen Tag in der Woche sind in Abbildung 16 dargestellt. Discord verzeichnet mit 100 Minuten einen sehr hohen Median (bei geringer Fallzahl), was wahrscheinlich wiederum durch die parallele Nutzung von Computerspielen bedingt ist. Der Median anderer Videotelefonie-Dienste beträgt zwischen 10 und 30 Minuten.

Abbildung 16: Wie lange ungefähr nutzen Sie an einem durchschnittlichen Tag in der Woche privat die folgenden Videotelefonie- und Videokonferenz-Anbieter (aktiv oder passiv)? (Basis: Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest wöchentlich nutzen; Frage 27)



* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business
 ** Google: Google Meet / Chat / Workspace
 *** Alle Videotelefonie-Dienste: Alle Videotelefonie- bzw. Videokonferenz-Dienste

¹⁶ Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte liegt, wenn alle Werte nach der Größe geordnet sind (d.h. 50% der Werte liegen darunter, 50% darüber).

Abbildung 17 zeigt die Verteilung der durchschnittlichen privaten Gesprächsminuten über klassische Telefonie, Internettelefonie- und Videotelefonie- bzw. Videokonferenzdienste. Etwa jeweils ein Drittel der Gespräche entfällt auf jeden dieser drei Dienste. Gespräche (mit und ohne Video) werden daher bereits zu ca. zwei Drittel über internetbasierte Dienste geführt.

Abbildung 17: Anteile der gesamten privaten Gesprächsminuten (Fragen 17, 23 und 27; n=2009)¹⁷

- Internettelefonie-Dienste
- Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste
- Klassische Telefonie

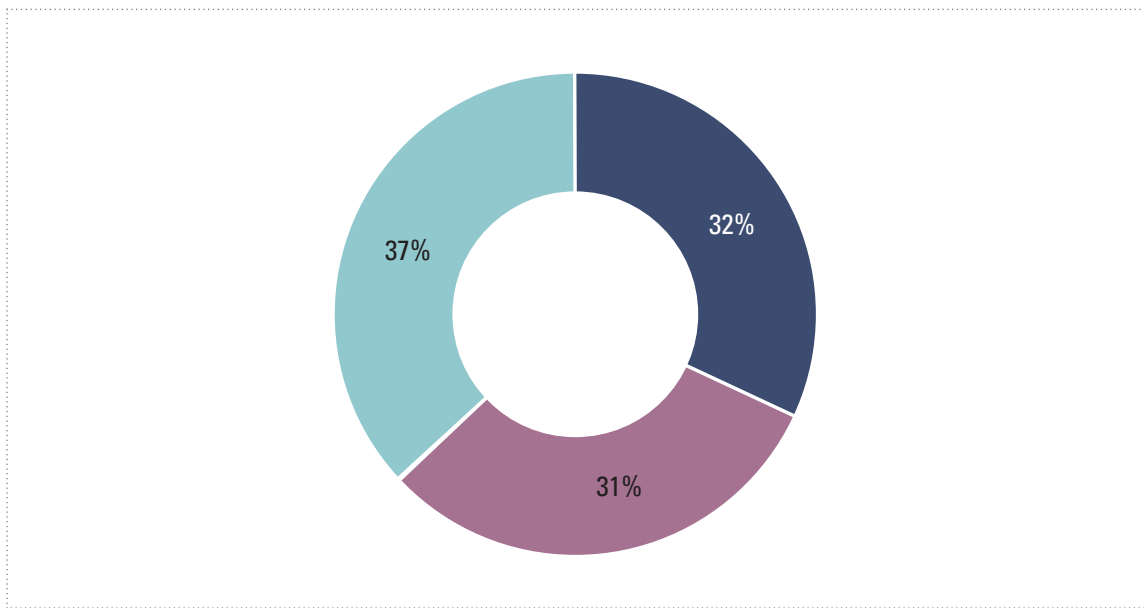
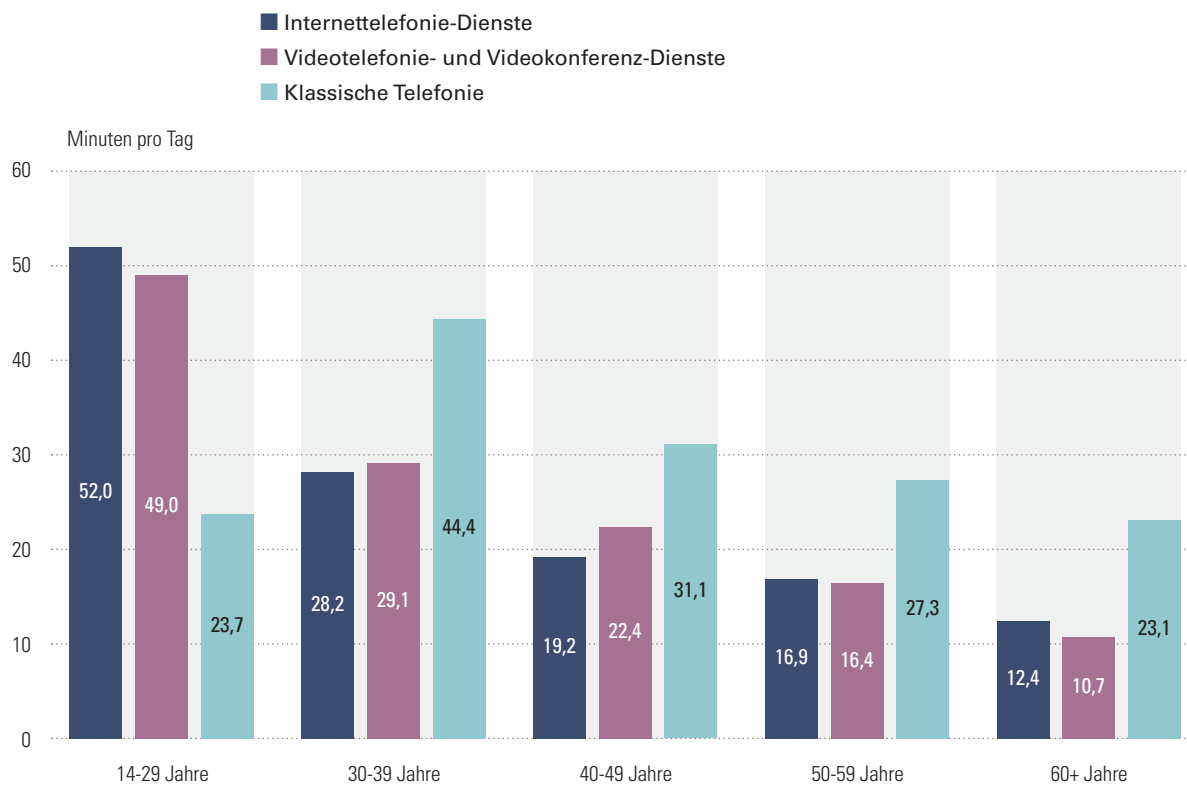


Abbildung 18 zeigt die durchschnittliche Anzahl an privaten Gesprächsminuten bei Internettelefonie-Diensten, klassischer Telefonie bzw. Videotelefonie- und Videokonferenz-Diensten nach Altersgruppen. Wie bei der Internettelefonie sinkt auch bei Videotelefonie-Diensten die Intensität der Nutzung mit dem Alter. Während in der Gruppe der 14-29-Jährigen ca. 80% der Minuten über das Internet telefoniert werden (mit oder ohne Video) liegt dieser Anteil in der Altersgruppe 60+ bei ca. 50%. Ersichtlich ist auch, dass die Summe aller Gesprächsminuten über die drei Dienste mit dem Alter sinkt.

¹⁷ Berücksichtigt werden bei der Auswertung Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest einmal wöchentlich nutzen. Befragte, welche Internettelefonie-Dienste, klassische Telefonie bzw. Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste gar nicht oder nicht zumindest einmal wöchentlich nutzen, fließen mit null Gesprächsminuten in die Berechnung ein.

Abbildung 18: Durchschnittliche Anzahl an privaten Gesprächsminuten pro Tag nach Alter (Fragen 17, 23 und 27; n=2009)¹⁸



¹⁸ Berücksichtigt werden bei der Auswertung Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest einmal wöchentlich nutzen. Befragte, welche Internettelefonie-Dienste, klassische Telefonie bzw. Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste gar nicht oder nicht zumindest einmal wöchentlich nutzen, fließen mit null Gesprächsminuten in die Berechnung ein.



06

Messenger

6	Messenger	34
6.1	Anzahl an Nutzer:innen	35
6.1.1	Private Nutzung	35
6.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	38
6.2	Nutzungshäufigkeit	39
6.3	Anzahl an Nachrichten	40

06 Messenger

Messenger ermöglichen die direkte Kommunikation mittels Sofortnachrichten. Viele der Anwendungen, welche als Internet- oder Videotelefonie-Dienste genannt werden, werden auch als Messenger genutzt (bzw. werden viele der genannten Messenger auch für Telefonie genutzt). Die meisten Messenger bieten zudem eine Reihe weiterer Funktionen (z.B. Lesebestätigungen, Übermittlung von Sprachbotschaften und GIFs, Verschlüsselung oder Zahlungsverkehrslösungen). Die RTR untersuchte verschiedene Aspekte von Messengern bereits in zwei Studien aus den Jahren 2020 und 2022.¹⁹

6.1 Anzahl an Nutzer:innen

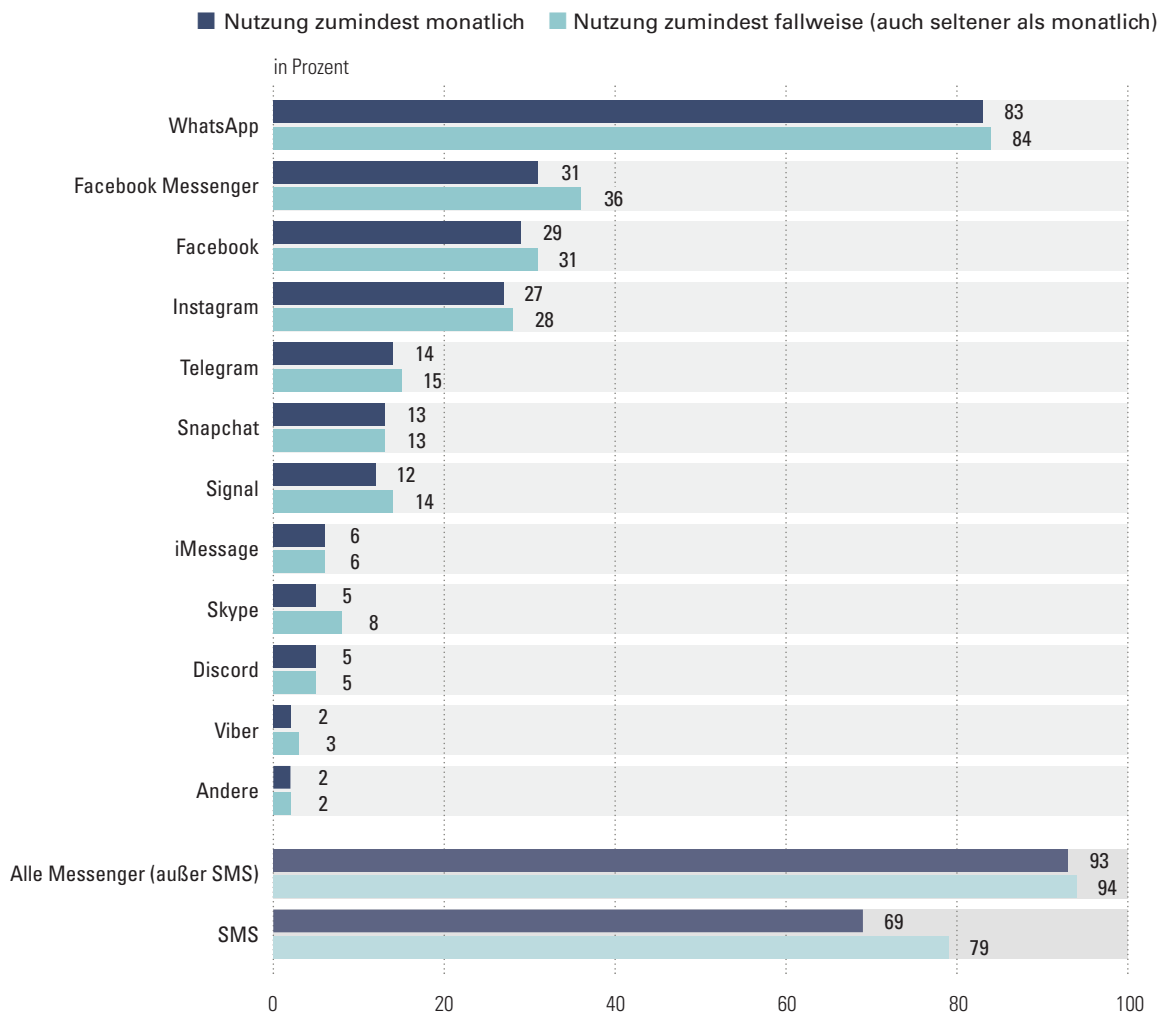
6.1.1 Private Nutzung

Abbildung 19 zeigt in Bezug auf die private Nutzung den Anteil der monatlichen bzw. fallweisen Nutzung von Messengern. 93% nutzen monatlich zumindest einen Messenger. WhatsApp belegt mit einem Anteil von 83% in der monatlichen Nutzung den ersten Platz. Darauf folgen mit dem Facebook Messenger, Facebook und Instagram weitere Dienste des Konzerns Meta Platforms. Die SMS wird von rund 69% zumindest monatlich für den Versand und Empfang von Nachrichten genutzt.²⁰

¹⁹ RTR (2020): Monitoring Interpersonelle Kommunikationsdienste mit Fokus auf Instant Messaging, <https://www.rtr.at/TKP/aktuelles/publikationen/publikationen/monitoring-instantmessaging.de.html> und RTR (2022): Wechselbarrieren bei wesentlichen Diensten des Internets, <https://www.rtr.at/plattformen/wechselbarrieren>

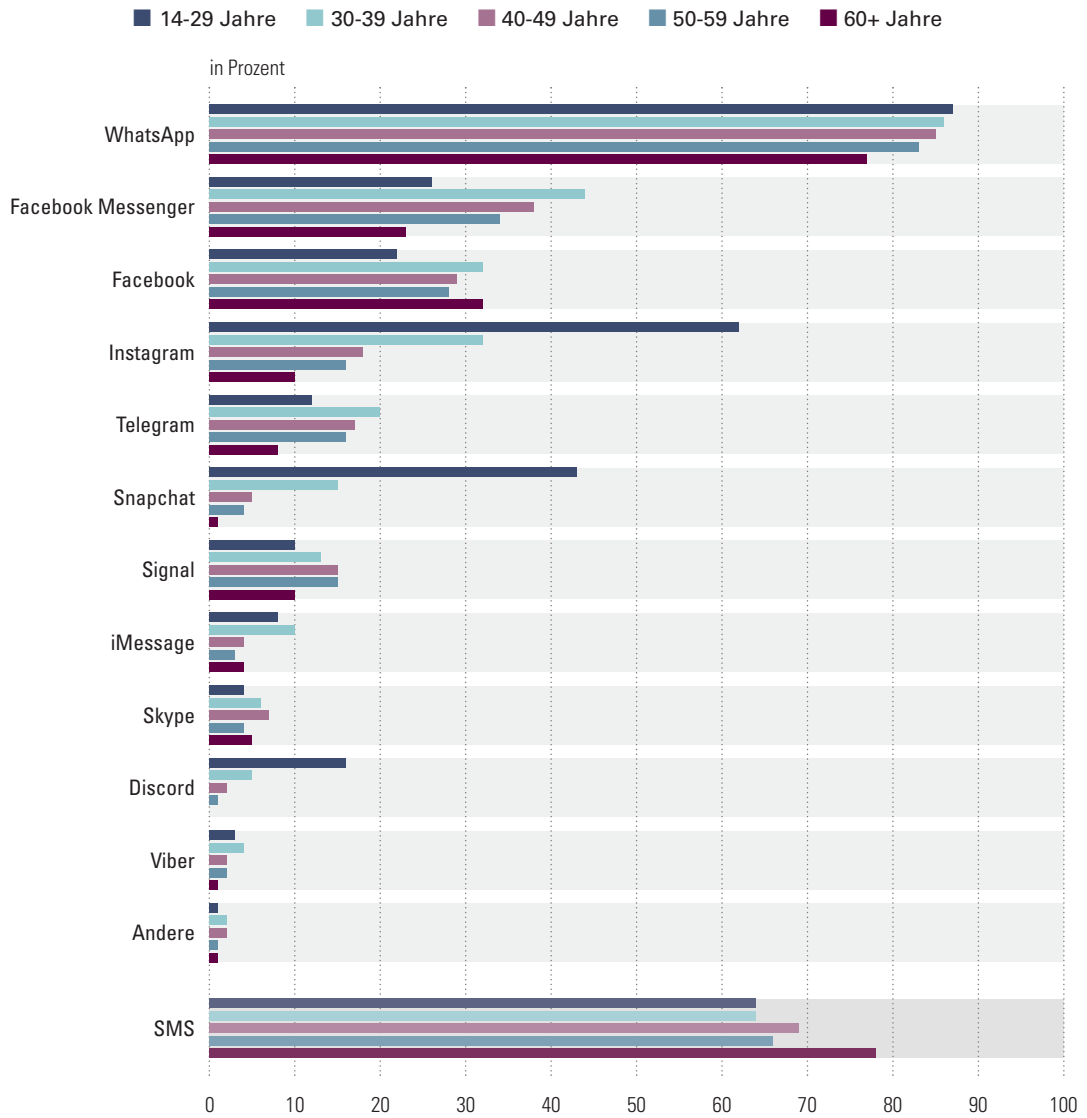
²⁰ Bei der Erhebung wurden die Befragten aufgefordert, auch (automatische) SMS, welche sie etwa zur Authentifizierung bei Banken oder anderen Diensten erhalten, zu berücksichtigen.

Abbildung 19: Private Nutzung von Messengern und SMS (Mehrfachnennung; Fragen 6, 7, 10 und 11; n=2009)



Die private Nutzung von Messengern ist in Abbildung 20 nach Altersgruppen aufgeschlüsselt. Bei Instagram, Snapchat und Discord steht die Nutzung durch die Gruppe von Personen im Alter von 14 bis 29 Jahren im Vordergrund. Beim Facebook Messenger und Facebook weisen ebendiese Altersgruppen im Vergleich zu Älteren eine niedrigere Nutzung des Messengers aus. Die SMS wird besonders häufig in der Altersgruppe über 60 Jahren genutzt, jedoch ist auch in den anderen Altersgruppen der Anteil an Nutzer:innen deutlich über den meisten anderen Messengern (mit Ausnahme von WhatsApp).

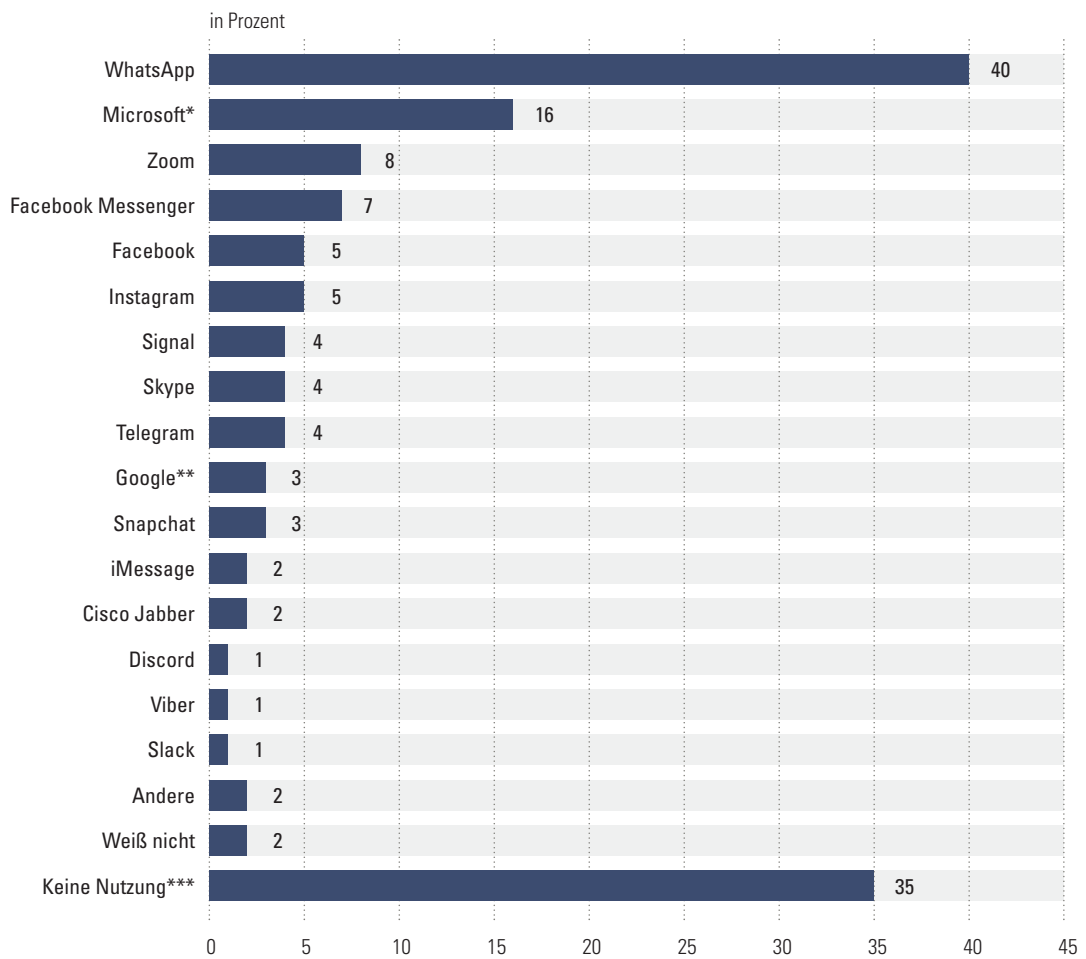
Abbildung 20: Private monatlich aktive Nutzung von Messengern nach Alter (Mehrfachnennung; Fragen 6, 7, 10 und 11; n=2009)



6.1.2 Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung

Abbildung 21 zeigt den Anteil an monatlich aktiven Nutzer:innen von Messengern im Rahmen von beruflichen Tätigkeiten und der Ausbildung. 35% der Befragten nutzen weder für berufliche Tätigkeiten noch zu Ausbildungszwecken Messenger (ohne Berücksichtigung von SMS). Der meistgenutzte Messenger ist auch in diesem Rahmen WhatsApp mit einem Anteil von rund 40%. Danach folgen mit Microsoft Teams / Skype for Business und Zoom Messenger-Dienste, welche vorwiegend auf die Bedürfnisse der Nutzung in Unternehmen ausgelegt sind.

Abbildung 21: Welche Messenger (außer SMS) haben Sie für den Versand und Empfang von Nachrichten im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ausbildung im letzten Monat genutzt? (Basis: unselbstständig und selbstständig Berufstätige und Personen in Ausbildung; Mehrfachnennung; Frage 9; n=1235)

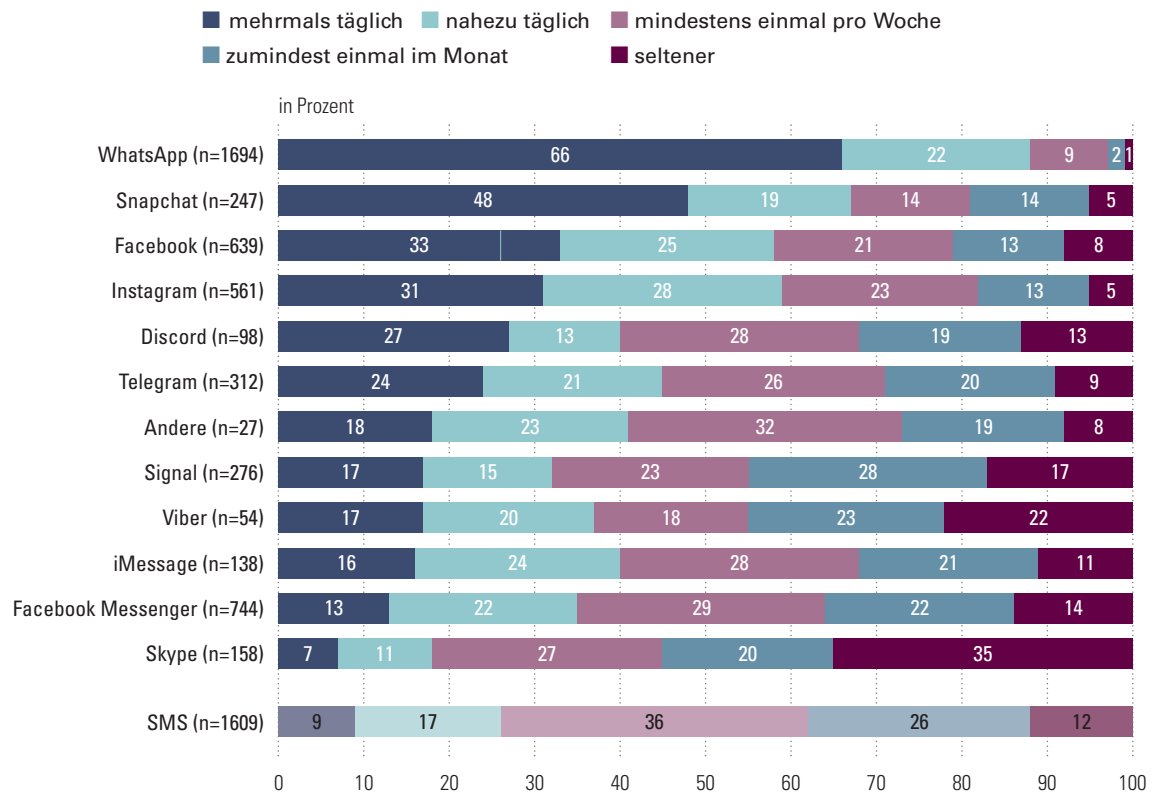


* Microsoft: Microsoft Teams / Skype for Business
 ** Google: Google Meet / Chat / Workspace
 *** Keine Nutzung: Ich nutze beruflich keine Messenger

6.2 Nutzungshäufigkeit

Abbildung 22 zeigt die Verteilung der Nutzungshäufigkeit bei den einzelnen Messenger-Diensten. WhatsApp wird von ca. zwei Dritteln der Nutzer:innen mehrmals täglich verwendet. Auch der Messenger-Dienst Snapchat wird vergleichsweise intensiv genutzt, obwohl die Anzahl an Nutzer:innen dieses Dienstes (und damit die Erreichbarkeit) ein niedriges Niveau aufweist. Der Messenger-Dienst Skype hingegen wird, wie auch bei Internettelefonie-Diensten, vergleichsweise wenig genutzt. Auch die Nutzungshäufigkeit der SMS bleibt hinter der von fast allen anderen Messengern zurück.

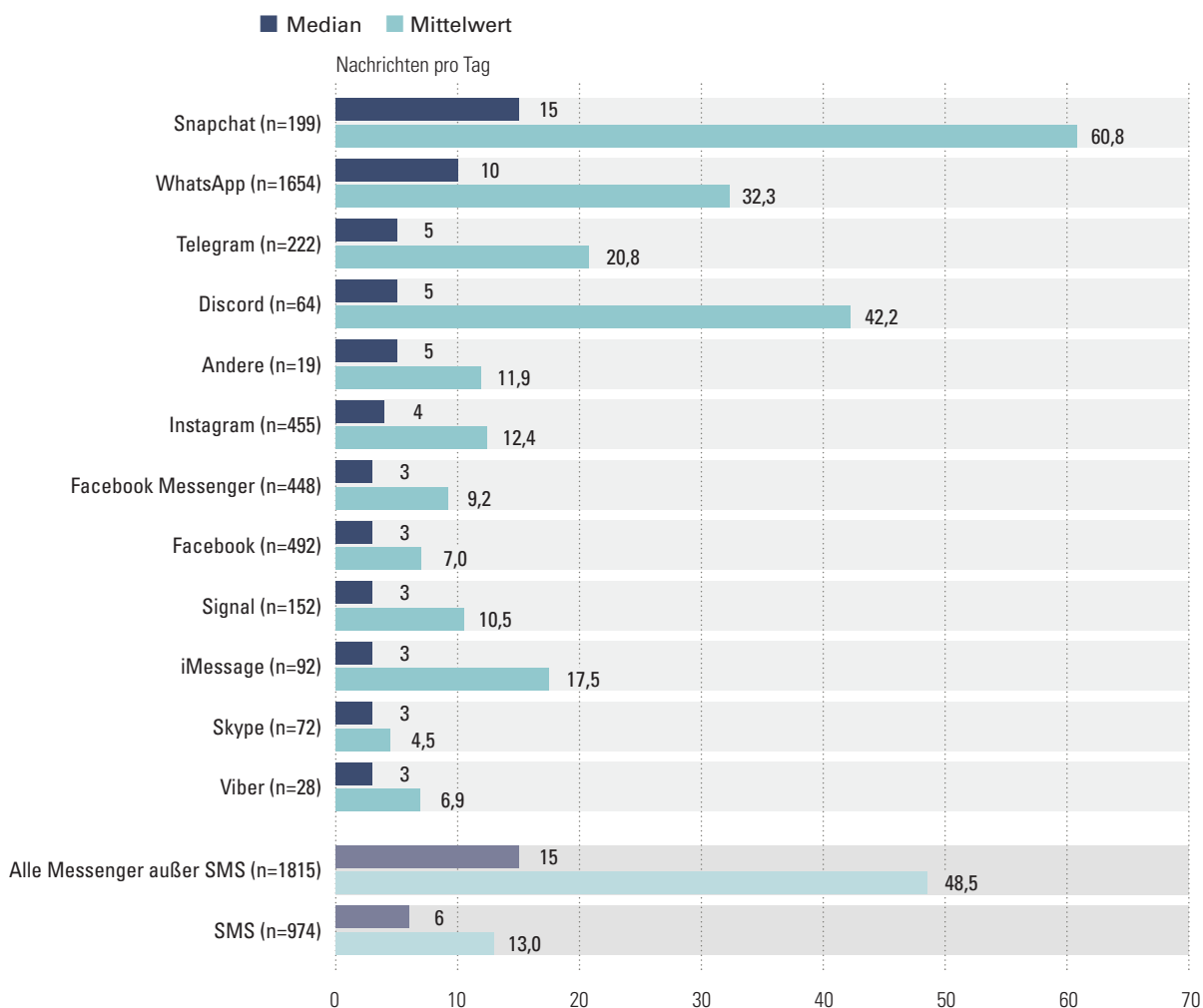
Abbildung 22: Wie häufig nutzen Sie privat die folgenden Messenger? Wie häufig nutzen Sie privat klassische SMS Ihres Handytarif-Anbieters für den Versand und Empfang von Nachrichten? (Einfachnennung pro genutztem Dienst; Fragen 7 und 11)



6.3 Anzahl an Nachrichten

Der Mittelwert und der Median²¹ der Anzahl an Nachrichten über Messenger ist in Abbildung 23 dargestellt. Der Median beträgt zwischen 3 und 15 Nachrichten. Den höchsten Median verzeichnet mit Snapchat ein Dienst, der für den Empfang und Versand von Bildern bekannt ist. Die SMS liegt mit einem Median von 6 Nachrichten im Mittelfeld.

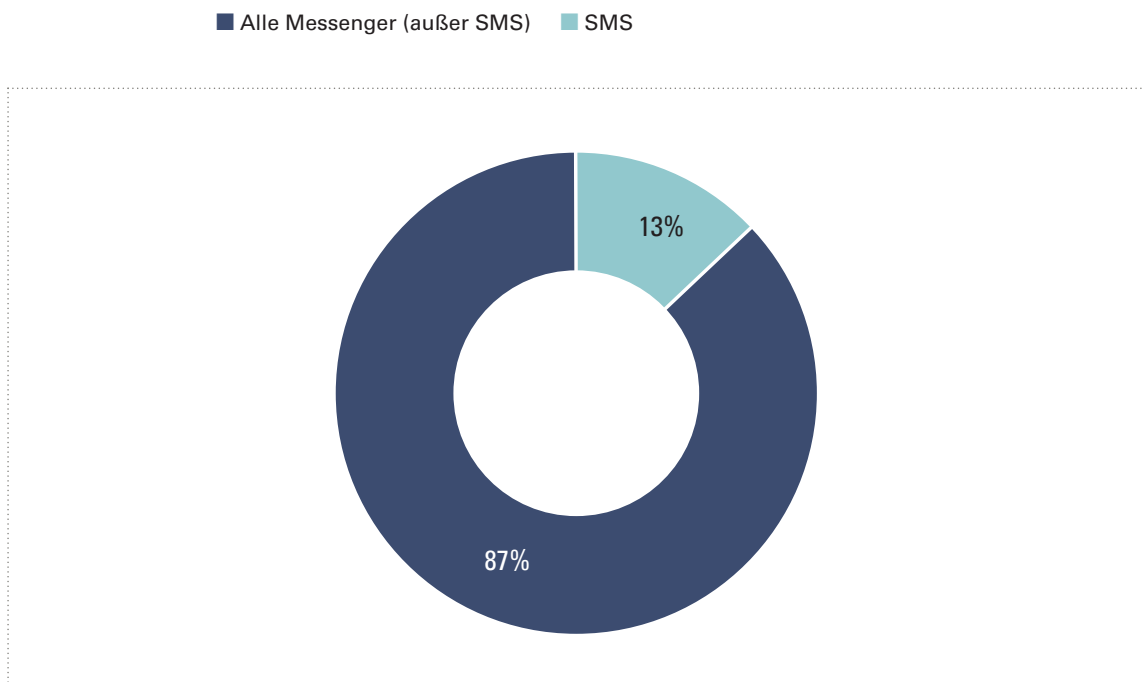
Abbildung 23: Wie viele private Nachrichten versenden und empfangen Sie ungefähr an einem durchschnittlichen Tag in der Woche über folgende Messenger? Wie viele klassische SMS versenden und empfangen Sie privat an einem durchschnittlichen Tag in der Woche? (Basis: Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest wöchentlich nutzen; Fragen 8 und 12)



²¹ Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte liegt, wenn alle Werte nach der Größe geordnet sind (d.h. 50% der Werte liegen darunter, 50% darüber).

Abbildung 24 zeigt die Anteile in der privaten Nutzung von Messengern (ohne SMS) und SMS an der Summe der gesamten Nachrichten. Nur rund jede zehnte Nachricht wird noch als SMS empfangen oder versendet.

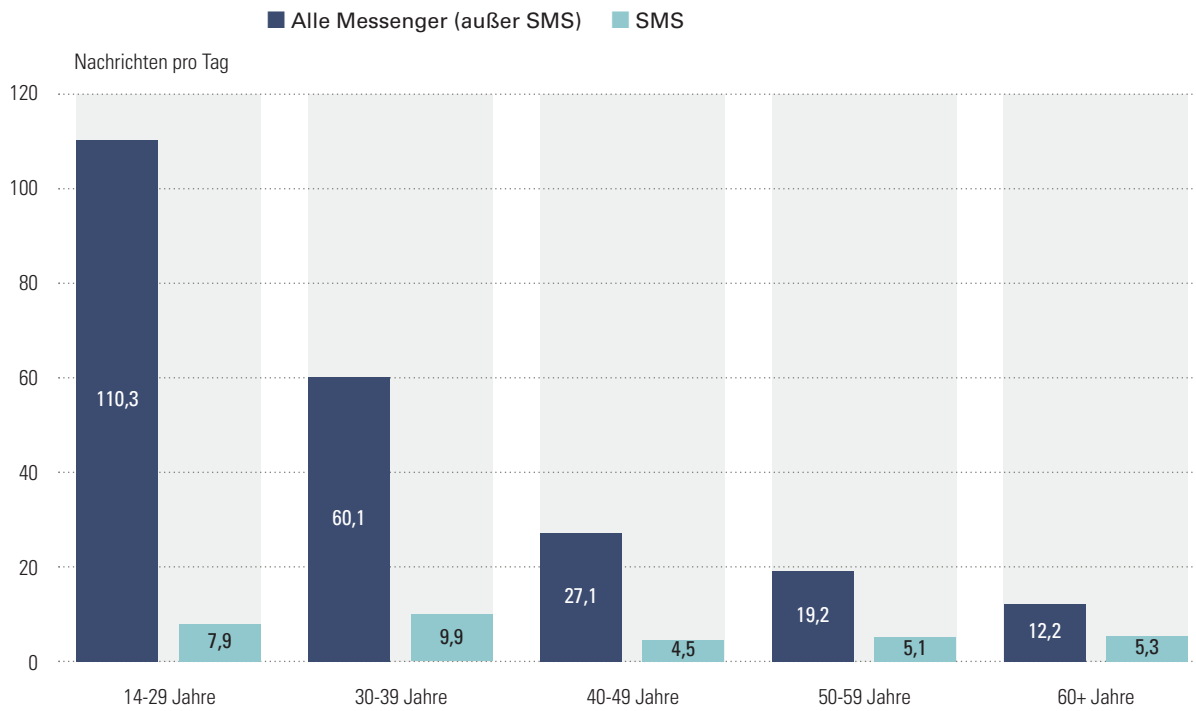
Abbildung 24: Anteile der gesamten privat versendeten und empfangenen Nachrichten (Fragen 8 und 12; n=2009)²²



Die Intensität der privaten Nutzung von Messengern (außer SMS) nimmt mit zunehmendem Alter deutlich ab. Abbildung 25 zeigt die durchschnittliche Anzahl der Nachrichten als SMS sowie die Summe bei anderen Messengern nach Altersgruppen. Die jüngste Altersgruppe empfängt und versendet pro Tag und Befragten rund 110 Nachrichten, die älteste nur rund 12. Die Anzahl an SMS beträgt bei allen Altersgruppen durchschnittlich zwischen rund 4 und 10 SMS pro Tag und Befragten. Der Anteil der über Messengern (außer SMS) empfangenen und gesendeten Nachrichten beträgt in der Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren 93% und sinkt auf rund 70% in der Altersgruppe 60+.

²² Berücksichtigt werden bei der Auswertung Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest einmal wöchentlich nutzen. Befragte, welche Messenger bzw. SMS gar nicht oder nicht zumindest einmal wöchentlich nutzen, fließen mit null Nachrichten in die Berechnung ein.

Abbildung 25: Durchschnittliche Anzahl an privaten Nachrichten pro Tag nach Alter (Fragen 8 und 12)²³



²³ Berücksichtigt werden bei der Auswertung Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest einmal wöchentlich nutzen. Befragte, welche Messenger bzw. SMS gar nicht oder nicht zumindest einmal wöchentlich nutzen, fließen mit null Nachrichten in die Berechnung ein.



07

E-Mails

7	E-Mails	43
7.1	Anzahl an Nutzer:innen	44
7.1.1	Private Nutzung	44
7.1.2	Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung	46
7.2	Nutzungshäufigkeit	47
7.3	Anzahl an E-Mails	48

07 E-Mails

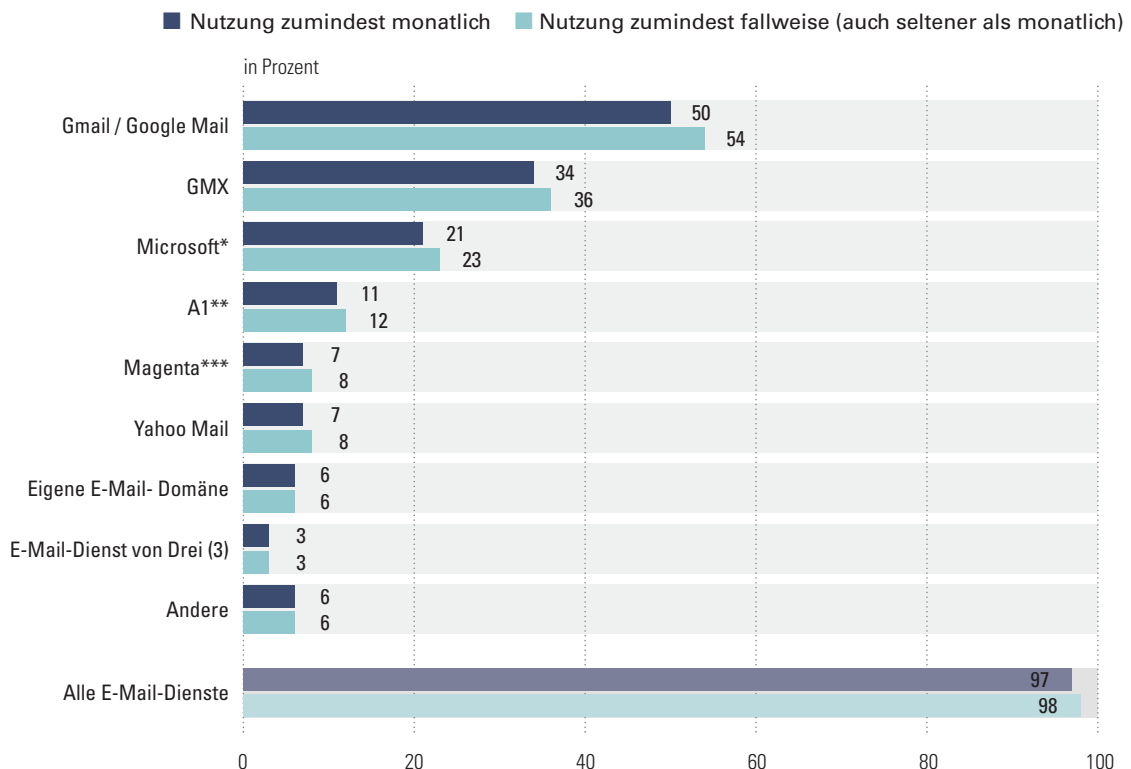
E-Mail-Dienste ermöglichen den Empfang und Versand von Textnachrichten sowie die Übermittlung von Dateien über eine E-Mail Adresse.

7.1 Anzahl an Nutzer:innen

7.1.1 Private Nutzung

Abbildung 26 zeigt den Anteil an Befragten, welche E-Mails zumindest monatlich oder zumindest fallweise empfangen oder versenden. Der meistgenutzte E-Mail-Dienst ist Gmail bzw. Google Mail mit einem Anteil an monatlich aktiven Nutzer:innen von 50%. Danach folgen die E-Mail Dienste von GMX und Microsoft. Zwischen 3% und 11% nutzen den E-Mail-Dienst der Telekommunikationsbetreiber A1, Magenta und Drei. E-Mail-Dienste werden mit 97% von nahezu allen Befragten zumindest monatlich genutzt.

Abbildung 26: Private Nutzung von E-Mail-Diensten (Fragen 29 und 30; Mehrfachnennung; n=2009)



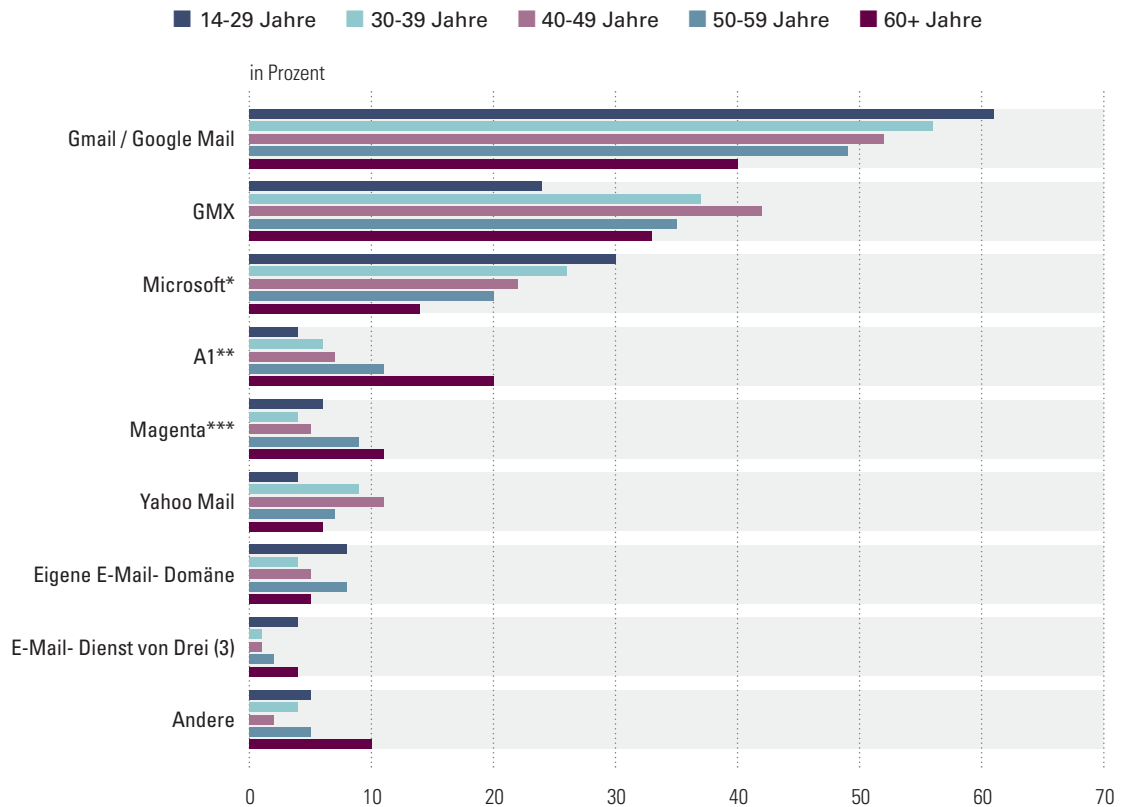
* Microsoft: Microsoft / Live.com / Outlook / Hotmail

** A1: E-Mail-Dienst von A1 Telekom Austria

*** Magenta: E-Mail-Dienst von Magenta (T-Mobile, UPC, Chello, Tele.ring)

Die Anteile an monatlich aktiven Nutzern sind in Abbildung 27 nach Altersgruppen aufgeschlüsselt dargestellt. Während Gmail vermehrt von jüngeren Altersgruppen genutzt wird, wird der E-Mail-Dienst von A1 am stärksten von Personen der Altersgruppe 60+ genutzt.

Abbildung 27: Private monatlich aktive Nutzung von E-Mail-Diensten nach Alter (Fragen 29 und 30; Mehrfachnennung, n=2009)



* Microsoft: Microsoft / Live.com / Outlook / Hotmail

** A1: E-Mail-Dienst von A1 Telekom Austria

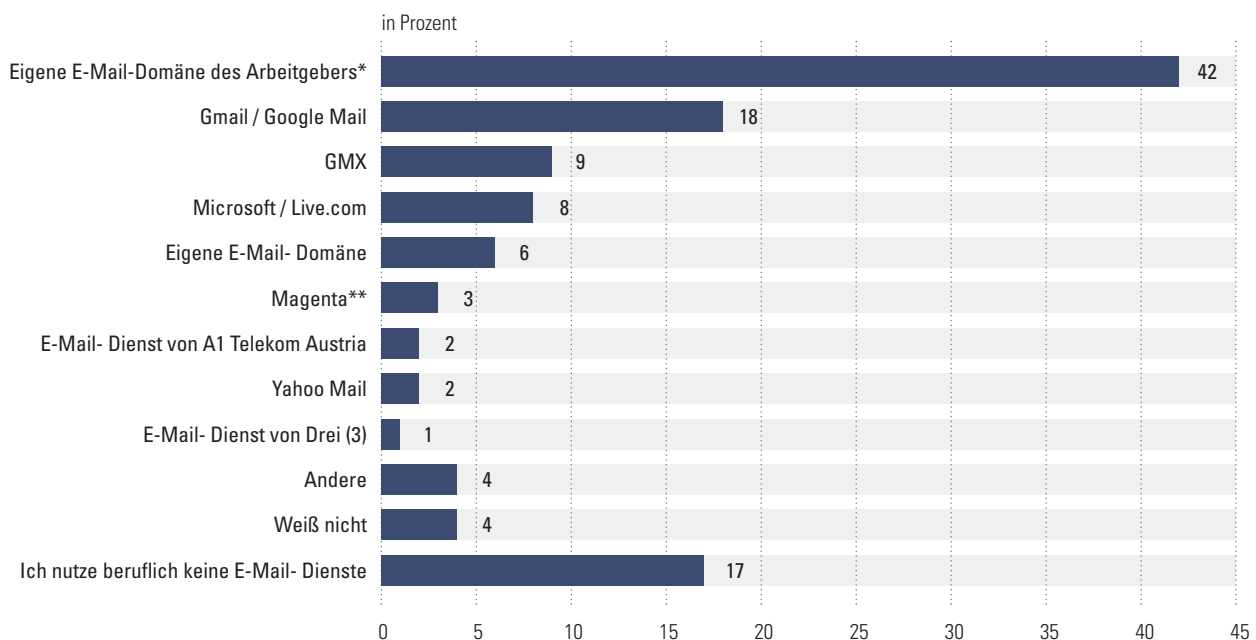
*** Magenta: E-Mail-Dienst von Magenta (T-Mobile, UPC, Chello, Tele.ring)

7.1.2 Nutzung im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung

Abbildung 28 zeigt die Nutzung von E-Mail-Diensten im Rahmen beruflicher Tätigkeiten oder der Ausbildung. Bei der Interpretation ist zu berücksichtigen, dass die E-Mail-Adresse oder der E-Mail-Client nicht immer einen Rückschluss auf den genutzten E-Mail-Dienst erlauben. So ist etwa für Arbeitnehmer oftmals nicht unmittelbar erkennbar, welchen E-Mail-Dienst der Arbeitgeber zur Verfügung stellt.

42% der Befragten nutzen den E-Mail-Dienst des Arbeitgebers, welcher eine eigene Domäne oder E-Mail-Adresse hat. Eine eigene E-Mail-Domäne nutzen 6% der Befragten. 17% nutzen beruflich keine E-Mail-Dienste.

Abbildung 28: Welche E-Mail-Anbieter nutzen Sie zusätzlich im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ihrer Ausbildung zumindest einmal pro Monat? (Basis: unselbstständig und selbstständig Berufstätige und Personen in Ausbildung; Frage 32; Mehrfachnennung; n=1235)



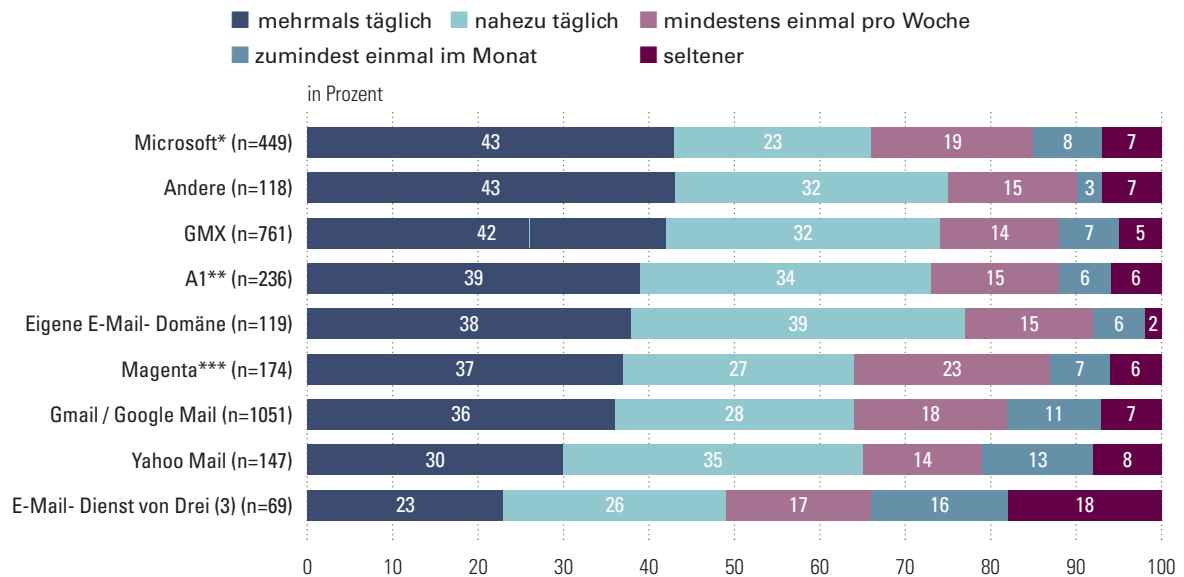
* Eigene E-Mail-Domäne des Arbeitgebers: Mein Arbeitgeber hat eine eigene E-Mail-Domäne / E-Mail- Adresse

** Magenta: E-Mail-Dienst von Magenta (T-Mobile, UPC, Chello, Tele.ring)

7.2 Nutzungshäufigkeit

Die Häufigkeit der privaten Nutzung der einzelnen E-Mail-Dienste ist in Abbildung 29 dargestellt. Sie ist über die Dienste hinweg ähnlich verteilt. Die Mehrheit der Nutzer:innen der einzelnen Dienste verwendet E-Mails mehrmals oder nahezu täglich.

Abbildung 29: Wie häufig nutzen Sie die folgenden E-Mail-Dienste privat für das Versenden oder Empfangen von E-Mails? (Einfachnennung pro genutztem Dienst; Frage 30)



* Microsoft: Microsoft / Live.com / Outlook / Hotmail

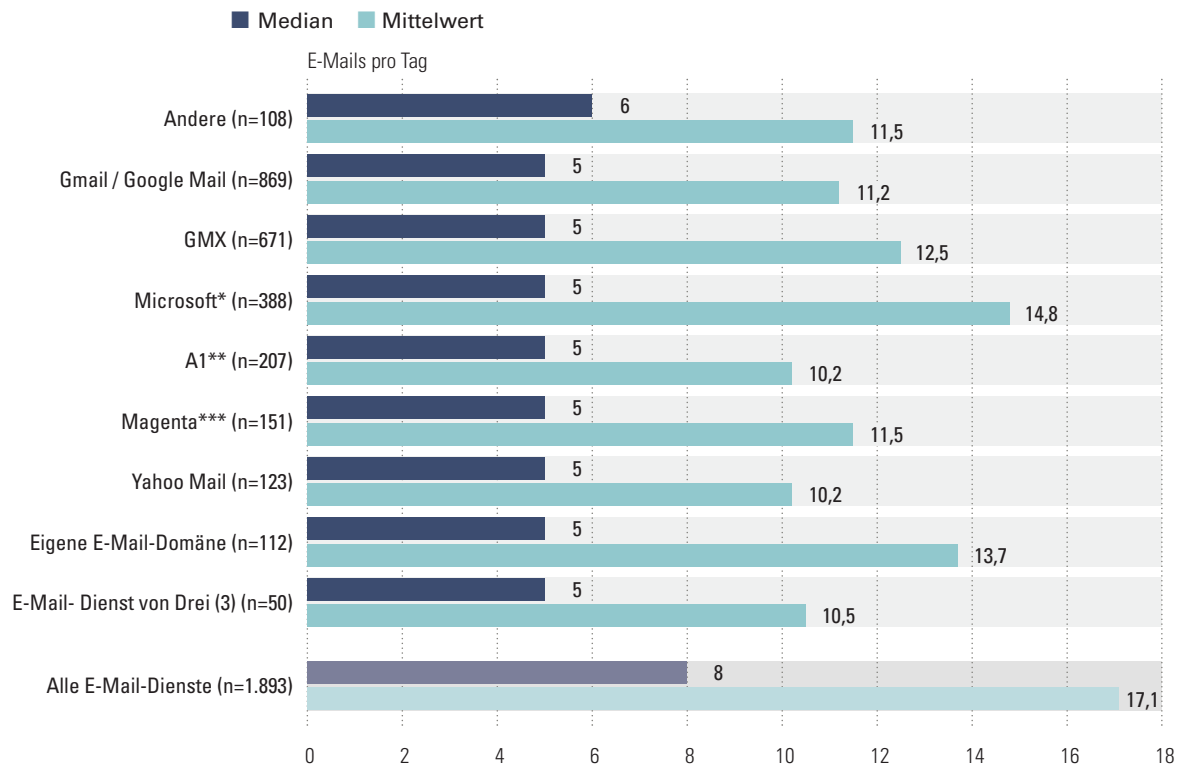
** A1: E-Mail-Dienst von A1 Telekom Austria

*** Magenta: E-Mail-Dienst von Magenta (T-Mobile, UPC, Chello, Tele.ring)

7.3 Anzahl an E-Mails

Der Mittelwert und Median²⁴ der Anzahl der E-Mails, welche an einem durchschnittlichen Tag in der Woche privat versendet und empfangen werden, ist in Abbildung 30 dargestellt. Der Median beträgt bei nahezu allen Diensten 5 E-Mails, die Mittelwerte liegen wiederum deutlich darüber.

Abbildung 30: Wie viele private E-Mails versenden und empfangen Sie ungefähr an einem durchschnittlichen Tag in der Woche über diese E-Mail-Dienste? (Frage 31; Basis: Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest wöchentlich nutzen)



* Microsoft: Microsoft / Live.com / Outlook / Hotmail

** A1: E-Mail-Dienst von A1 Telekom Austria

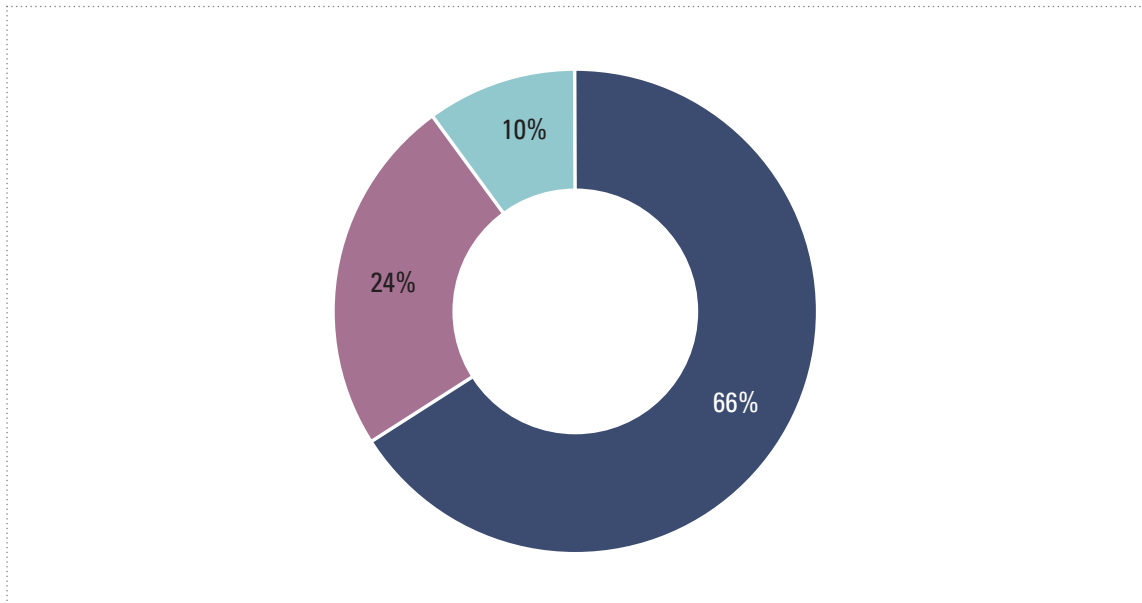
*** Magenta: E-Mail-Dienst von Magenta (T-Mobile, UPC, Chello, Tele.ring)

²⁴ Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte liegt, wenn alle Werte nach der Größe geordnet sind (d.h. 50% der Werte liegen darunter, 50% darüber).

Abbildung 31 zeigt die Verteilung der durchschnittlichen privaten Nachrichten über Messenger, SMS und E-Mail-Dienste. Zwei Drittel der Nachrichten entfallen auf Messenger. Jede zehnte Nachricht ist eine SMS und ca. ein Viertel aller Nachrichten werden über E-Mail-Dienste versendet oder empfangen.

Abbildung 31: Anteile der gesamten privaten Nachrichten (Fragen 8, 12 und 31; n=2009)²⁵

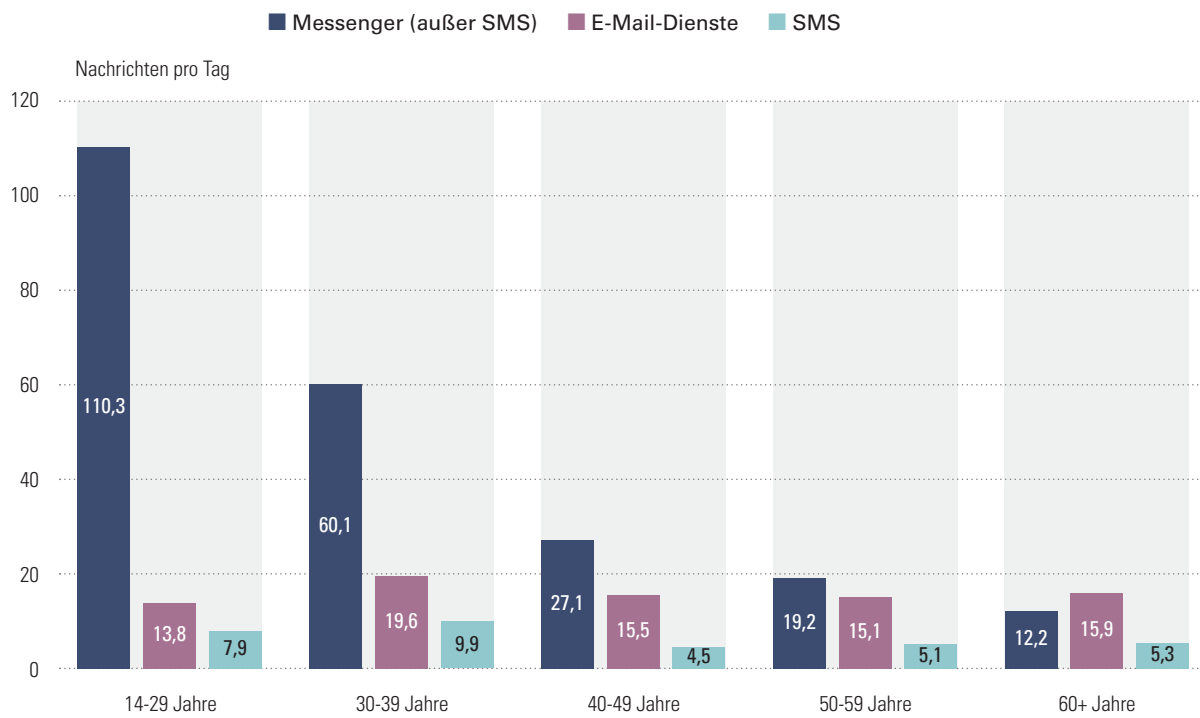
■ Messenger (außer SMS) ■ E-Mail-Dienste ■ SMS



Die durchschnittliche Anzahl an privaten Nachrichten pro Tag bei Messengern, SMS und E-Mail-Diensten ist in Abbildung 32 nach Altersgruppen dargestellt. Die Anzahl der Nachrichten bei Messengern sinkt stark mit dem Alter. Dadurch sinkt auch die Gesamtanzahl an Nachrichten mit dem Alter. Der Anteil an Nachrichten, die mittels Instant Messenger oder E-Mail über das Internet versendet oder empfangen werden, ist in allen Altersgruppen sehr hoch, wenn auch der Anteil mit zunehmendem Alter von 94% (14-29 Jahre) auf 84% (60+) abnimmt.

²⁵ Berücksichtigt werden bei der Auswertung Nutzer:innen, welche den Dienst zumindest wöchentlich nutzen. Befragte, welche keine Messenger, SMS oder E-Mail-Dienste oder diese nicht zumindest wöchentlich nutzen, fließen mit null Nachrichten in die Berechnung ein.

Abbildung 32: Durchschnittliche Anzahl an privaten Nachrichten pro Tag nach Alter (Fragen 8, 12 und 31; n=2009)





08

Abbildungsverzeichnis

08 Abbildungsverzeichnis

Abbildung	Seite
01 Private Nutzung von Kommunikationsdiensten im Vergleich	12
02 Private monatlich aktive Nutzung von Kommunikationsdiensten nach Alter im Vergleich	13
03 Private Nutzung von Internettelefonie-Diensten und klassischer Telefonie	16
04 Private monatlich aktive Nutzung von Internettelefonie-Diensten und klassischer Telefonie nach Alter	17
05 Welche Internettelefonie-Anbieter haben Sie im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ausbildung im letzten Monat für Gespräche (ohne Video) genutzt?	18
06 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Internettelefonie-Anbieter für private Gespräche (ohne Video)? Wie häufig nutzen Sie privat klassische Telefonie Ihres Handytarif- oder Festnetz-Dienstes?	19
07 Wie viele private Anrufe tätigen Sie über die folgenden Internettelefonie-Anbieter an einem durchschnittlichen Tag in der Woche (aktiv oder passiv)? Wie viele Anrufe tätigen Sie an einem durchschnittlichen Tag in der Woche privat über die klassische Telefonie Ihres Handytarif- oder Festnetz-Anbieters (aktiv oder passiv)?	20
08 Wie lange ungefähr telefonieren Sie privat über die folgenden Internettelefonie-Dienste an einem durchschnittlichen Tag in der Woche (aktiv oder passiv)? Wie lange nutzen Sie an einem durchschnittlichen Tag in der Woche ungefähr privat die klassische Telefonie Ihres Handytarif- oder Festnetz-Anbieters (aktiv oder passiv)?	21
09 Anteile der gesamten privaten Gesprächsminuten	22
10 Durchschnittliche Anzahl an privaten Gesprächsminuten pro Tag nach Alter	23
11 Private Nutzung von Videotelefonie- und Videokonferenz-Diensten	26
12 Private monatlich aktive Nutzung von Videotelefonie- und Videokonferenz-Diensten nach Alter	27
13 Welche Videotelefonie- und Videokonferenz-Dienste haben Sie im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ausbildung im letzten Monat genutzt?	28
14 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Videotelefonie- und Videokonferenz-Anbieter privat?	29
15 Wie viele Videoanrufe oder Videokonferenzen tätigen Sie an einem durchschnittlichen Tag privat über die folgenden Anbieter (aktiv oder passiv)?	30
16 Wie lange ungefähr nutzen Sie an einem durchschnittlichen Tag in der Woche privat die folgenden Videotelefonie- und Videokonferenz-Anbieter (aktiv oder passiv)?	31
17 Anteile der gesamten privaten Gesprächsminuten	32
18 Durchschnittliche Anzahl an privaten Gesprächsminuten pro Tag nach Alter	33
19 Private Nutzung von Messengern und SMS	36
20 Private monatlich aktive Nutzung von Messengern nach Alter	37
21 Welche Messenger (außer SMS) haben Sie für den Versand und Empfang von Nachrichten im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ausbildung im letzten Monat genutzt?	38
22 Wie häufig nutzen Sie privat die folgenden Messenger? Wie häufig nutzen Sie privat klassische SMS Ihres Handytarif-Anbieters für den Versand und Empfang von Nachrichten?	39

Abbildung

Seite

23	Wie viele private Nachrichten versenden und empfangen Sie ungefähr an einem durchschnittlichen Tag in der Woche über folgende Messenger? Wie viele klassische SMS versenden und empfangen Sie privat an einem durchschnittlichen Tag in der Woche?	40
24	Anteile der gesamten privat versendeten und empfangenen Nachrichten	41
25	Durchschnittliche Anzahl an privaten Nachrichten pro Tag nach Alter	42
26	Private Nutzung von E-Mail-Diensten	44
27	Private monatlich aktive Nutzung von E-Mail-Diensten nach Alter	45
28	Welche E-Mail-Anbieter nutzen Sie zusätzlich im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeiten oder Ihrer Ausbildung zumindest einmal pro Monat?	46
29	Wie häufig nutzen Sie die folgenden E-Mail-Dienste privat für das Versenden oder Empfangen von E-Mails?	47
30	Wie viele private E-Mails versenden und empfangen Sie ungefähr an einem durchschnittlichen Tag in der Woche über diese E-Mail- Dienste?	48
31	Anteile der gesamten privaten Nachrichten	49
32	Durchschnittliche Anzahl an privaten Nachrichten pro Tag nach Alter	50

Impressum

Eigentümerin, Herausgeber in und Verlegerin

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Mariahilfer Straße 77–79
A-1060 Wien
T: +43 1 58058-0 | F: +43 1 58058-9191 | M: rtr@rtr.at
www.rtr.at

Für den Inhalt verantwortlich

Dr. Klaus M. Steinmaurer, Geschäftsführer Telekommunikation und Post
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Konzept, Text und Abbildungen

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Umsetzung und Layout

Mag. Johannes Bulgarini Werbeagentur
Gföhl 8, A-3053 Laaben

Dieses Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, des Nachdrucks, der Übersetzung, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder Vervielfältigung durch Fotokopie oder auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, der Herausgeberin vorbehalten.

Trotz sorgfältiger Prüfung sämtlicher Daten in diesem Bericht sind Fehler nicht auszuschließen. Die Richtigkeit des Inhalts ist daher ohne Gewähr.

Copyright Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH 2022



Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Mariahilfer Straße 77–79 | 1060 Wien | Österreich
T: +43 1 58058-0 | F: +43 1 58058-9191 | M: rtr@rtr.at
www.rtr.at