

Mindshare MindMinutes: Apps als Triebfeder für die 24/7-Nutzung

H

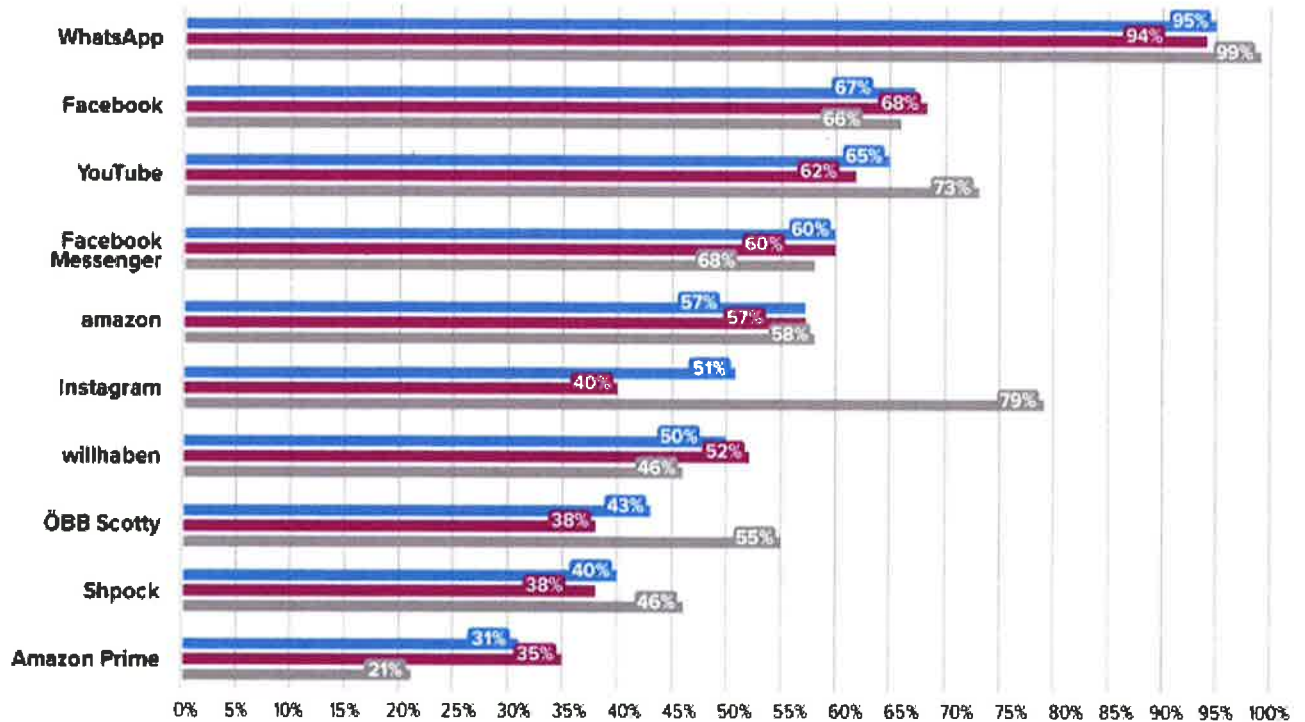
Horizont Redaktion 14. Juli 2019

Teilen

Die 10 beliebtesten Apps

Bei den 15-29-jährigen ist nach WhatsApp Instagram auf Platz 2

MINDSHARE



Quelle: Mindshare MindMinutes KW 11/2019 E 15-59 n=247 (E 15-29 n=71, E 30-59 n=176)
© Mindshare

15 - 29 30 - 59 15-29

Die neue Mindshare-Befragung zeigt, dass jeder zweite Österreicher mehr als zehn Apps auf seinem Smartphone installiert hat. Der beliebteste Dienst ist WhatsApp.

Noch vor dem Schlafengehen checkt ein Viertel der 15- bis 59-Jährigen nochmal das Smartphone. Eine schnelle Datenverbindung, immer größerer Speicher und entsprechende Apps ermöglichen es den Nutzern, rund um die Uhr online zu sein und Online-Dienste zu nutzen, von der Kommunikation über die Informationssuche bis hin zu Shopping und Unterhaltung. Die aktuellen MindMinutes Momentaufnahmen von Mindshare hat zum Thema App-Nutzung 254 Österreicher im Alter von 15 bis 59 Jahre online befragt. Die Hälfte der Befragten hat durchschnittlich mindestens zehn Apps auf dem Smartphone installiert. Die Zahl hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung kaum verändert. „Relevanter Content ist über alle Kanäle hinweg entscheidend. Auch im TV steigt das Senderangebot, aber der Seher beschränkt seine Favoriten auf eine bestimmte Anzahl“, sagt Sabine Auer-Germann, COO Mindshare. „Die Chance für die Medienbranche, darauf mit Kreativität und Relevanz zu antworten.“

Bei den unter 30-Jährigen sind Social-Apps wie Instagram am beliebtesten. Befragte zwischen 30 und 59 Jahren setzt eher auf Navigations-Apps. Spitzenreiter in

allen Altersgruppen ist WhatsApp. Zu den weiteren Top Ten gehören Facebook, YouTube, der Facebook Messenger, Amazon, willhaben, ÖBB Scotty, Amazon Prime und Shpock. Je relevanter eine App für den Nutzer ist, desto eher ist er bereit zum Beispiel Standortdaten, Zugriffe auf Fotos und Medien oder auf die Kamera freizugeben. Ähnliches gilt für Werbung: 65 Prozent der 15-bis 59-Jährigen finden es bei kostenlosen Inhalten in Ordnung, wenn sich die Angebote über Werbung finanzieren.