

75% surfen bereits mobil

ÖWA Plus: Zuletzt lag der Anteil der mobilen User bei 70,3%.

WIEN. Bereits 75,6% der User nutzen das Internet über mobile Endgeräte, während nur noch 24,4% das Internet ausschließlich stationär nutzen. Junge verwenden Smartphones noch häufiger: 93,7% aller 14- bis 19-Jährigen und 91,2% aller 20- bis 29-Jährigen sind mobile Internetuser. Nach wie vor liegt der Anteil der Nutzer von mobilen Endgeräten bei Männern mit 76,8% vor einem Anteil von 74,4% bei den Frauen. Berufstätige greifen zu 80% zum Smartphone, während nur 50% der Pensionisten das Internet mobil nutzen. Mit 96,8% ist die mobile Nutzung bei Schülern, Studenten und Lehrlingen besonders hoch.

Die Schwerpunkte bei der gelegentlichen Internetnutzung

liegen in der Verwendung von Suchmaschinen mit 92,5%, dem Versenden und Empfangen privater E-Mails (88,4%) und dem Interesse am Wetter (84,3%). Dahinter folgen Nachrichten und

Vermarktungs-Gemeinschaften

Reichweite Monat	%	± %
styria digital one	73,0	+1,2
Goldbach Audience	61,6	+2,8
Purpur Media	49,1	+20,2
RW-Netz	49,1	+20,2
austria.com/plus	37,4	-3,7
AboutMedia-Netzwerk	36,9	-5,5

Quelle: ÖWA Plus 2017-III Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Politik (77,5%), die zielgerichtete Suche nach Angeboten (74,5%) sowie Routen-Planung (73,8%).

Mit einer Reichweite von 3.465.000 Unique Usern (54,6%) pro Monat liegt das ORF.at Network bei den Online-Angeboten in der aktuellen Erhebung an erster Stelle im Ranking, gefolgt vom styria digital one Dachangebot (3.399.000 Unique User bzw. 53,5%) und dem willhaben.at Dachangebot (3.295.000 Unique User bzw. 51,9%).

Bei den Einzelangeboten führt ORF.at (3.312.000 Unique User bzw. 52,2%) vor willhaben.at (3.289.000 Unique User bzw. 51,8%) & derstandard.at (2.247.000 UU bzw. 35,4%).

Bei den Vermarktern liegt styria digital one mit 4.637.000

Top 10 Einzelangebote

Reichweite Monat	%	± %
orf.at	52,2	+5,7
willhaben.at	51,8	+2,6
derstandard.at	35,4	+3,4
krone.at	34,9	+3,3
herold.at	33,2	+10,1
kurier.at	25,8	+4,8
gmh.at	25,4	-0,2
meinbezirk.at	25,1	+4,4
oe24.at	25,1	+3,1
diepresse.com	22,2	+3,2

Quelle: ÖWA Plus 2017-III Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Unique Usern (73,0%) vor Goldbach Audience mit 3.911.000 Unique Usern (61,6%) und dem Purpur Media-Reichweitennetz mit 3.119.000 Unique Usern (49,1%).

Zusätzlich zur Gesamt-Internetnutzung wird auch zwischen der stationären und der mobilen Nutzung unterschieden. (red)

Bleibt in der Familie

„Zwei wie Pech und Schwefel“: So präsentieren sich die Familie Bentlage mit ihrer ELVG GmbH und die bereits sprichwörtliche Rapid-Familie.

WIEN. Standort 14. Bezirk – das haben der SK Rapid Wien und die ELVG (Linzer Straße 484) miteinander gemeinsam. Dabei spielt das hochmoderne Allianz Stadion mit der einzigartigen Netzwerk-Plattform SK Rapid Business Club ebenso alle Stückerln, wie das nur auf den ersten Blick „ganz normale“ Haus, das als Standort für das traditionsreiche Unternehmen (seit 1976) dient.

„Die Mitarbeiter stehen bei uns im Vordergrund und wir zahlen gut“, sagt Firmeninhaberin Susanne Bentlage. „Man wird hier wie ein Familienmitglied behandelt“, bestätigt ein Mitarbeiter – und die Bewertungen der Job-

portale wie kununu stimmen dem voll und ganz zu.

Der Spezialbetrieb für Gaswarnanlagen, Entlüftungen und Notbeleuchtungen bekommt hervorragende Zensuren: Bei Vorgesetztenverhalten, Kollegenzusammenhalt, Arbeitsatmosphäre etc. fehlen jeweils nur Zehntelpunkte zur Höchstnote. „Wir sind unter den Top Ten der beliebtesten Arbeitgeber in Wien“, bringt es Susanne Bentlage auf den Punkt.

Alles bestens also, wenn man in die Familie integriert ist!

„Wir gehören zueinander“

Und das gilt ganz sicher auch für den SK Rapid und noch mehr,

wenn sich zwei so erfolgreiche Familien gefunden und einen Bund wenn auch vielleicht nicht gleich fürs ganze Leben, so doch für einige Jahre miteinander geschlossen haben! Denn Susanne

Bentlage hat mit dem SK Rapid Business Club beste Erfahrungen gemacht: „Wir können den Business Club als erweiterte Familie ausgezeichnet dafür nutzen, sehr viele und vor allem sehr interessante Leute kennenzulernen, unsere familiären Netzwerke auszubauen und dadurch neues Geschäft zu realisieren!“

Und auch hier haben ELVG Bentlage und Rapid eine Gemeinsamkeit: Beide setzen auf bestmöglichen Service für ihre (Familien-)Mitglieder.



Susanne Bentlage setzt voll auf Service – und auf familiäre Werte!

SK RAPID BUSINESS CLUB