

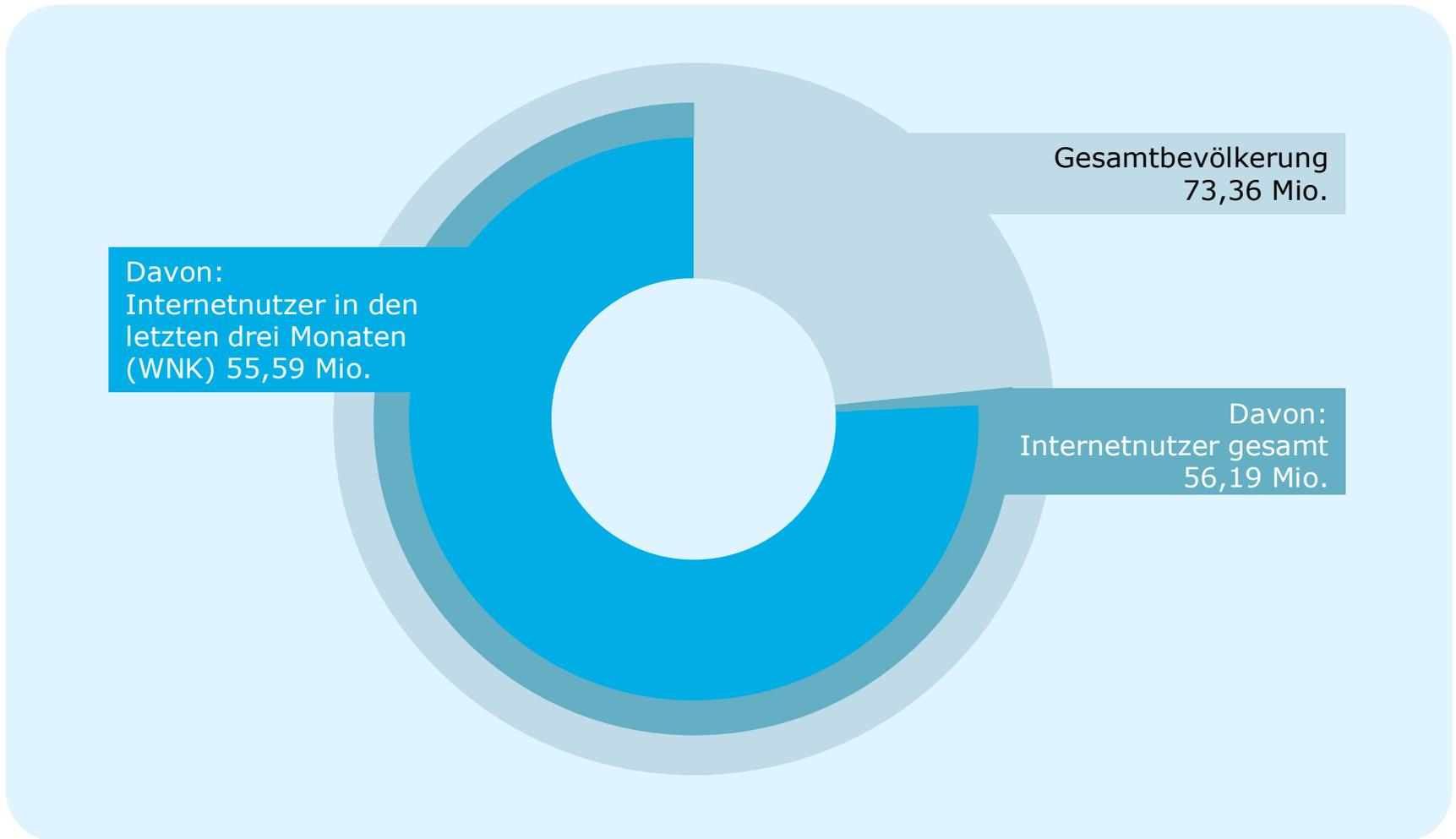


internet facts 2014-03

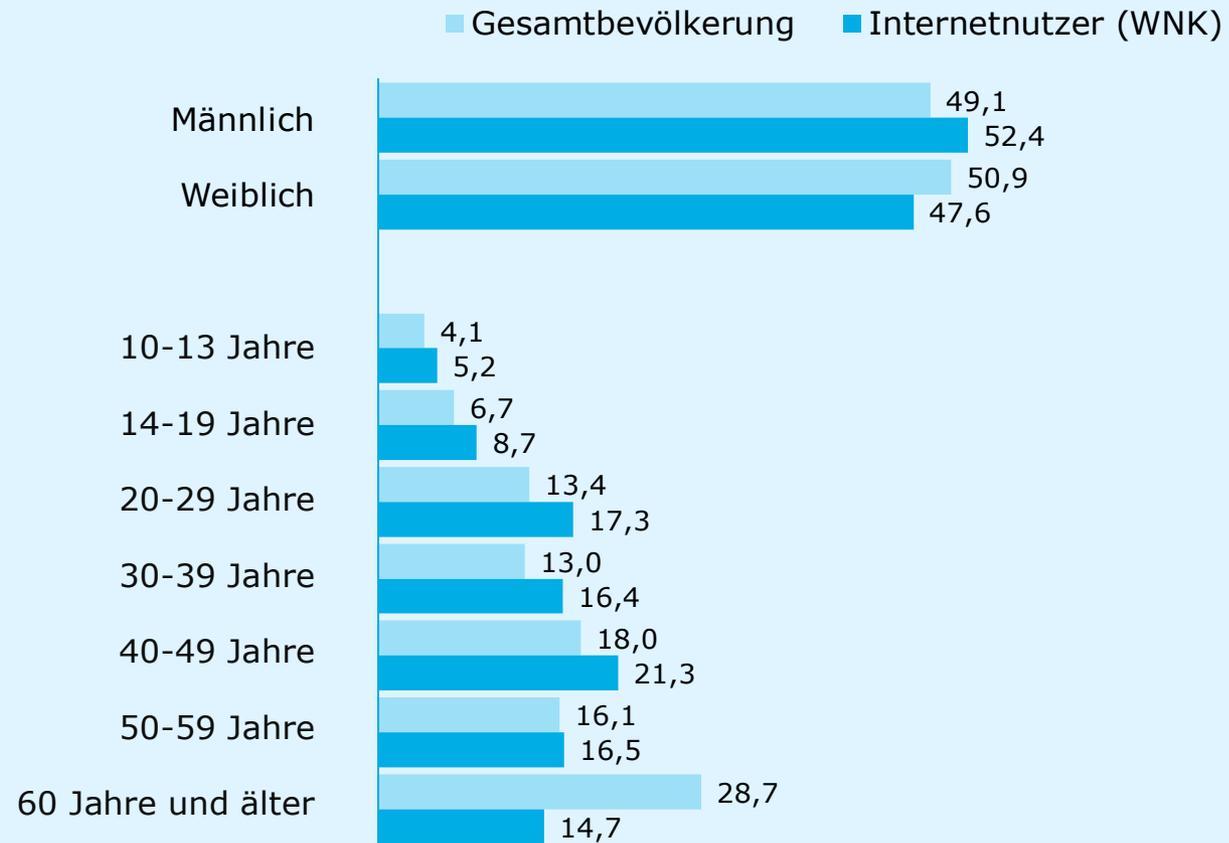
AGOF e. V. Mai 2014



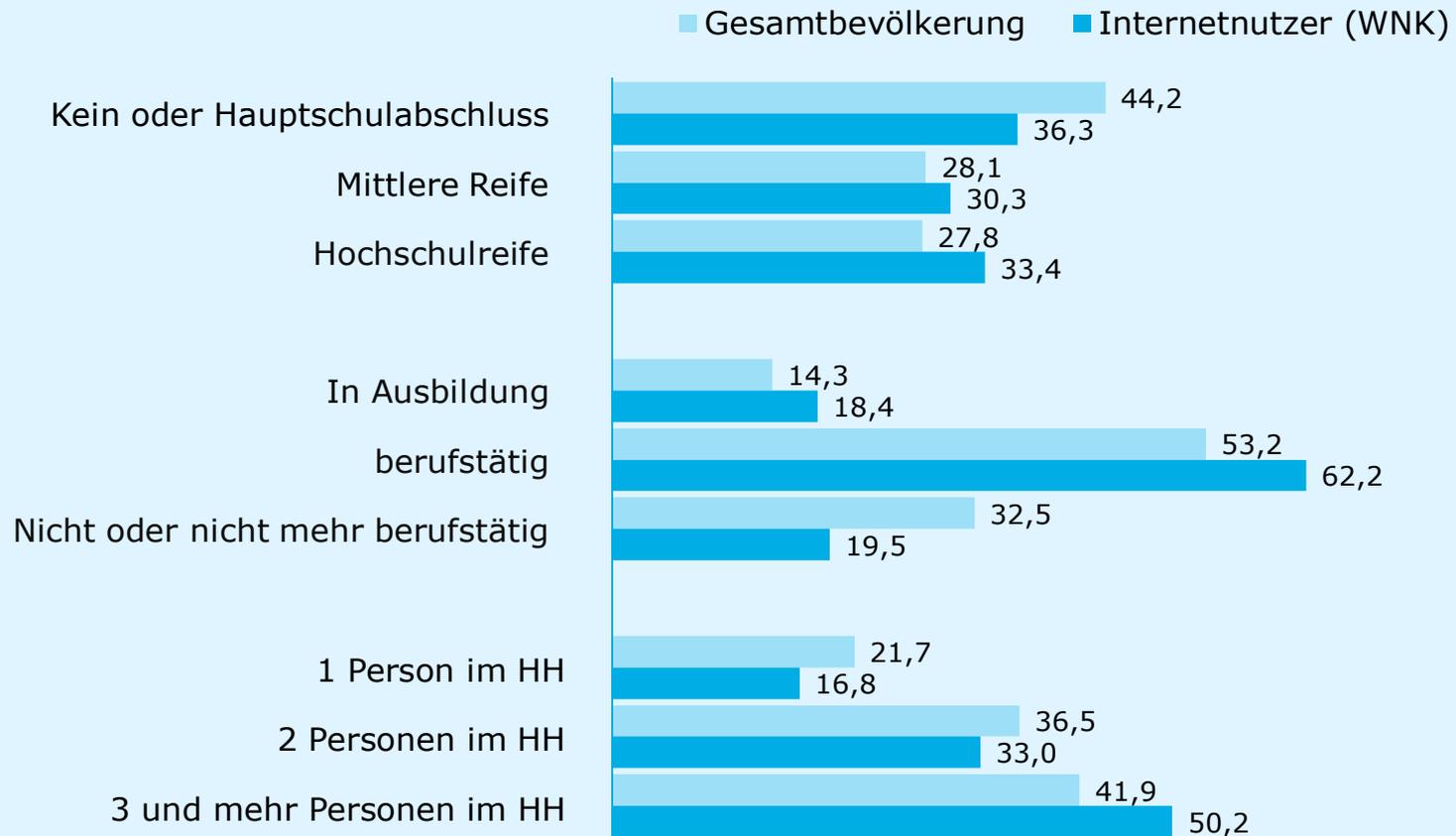
Grafiken zur Internetnutzung



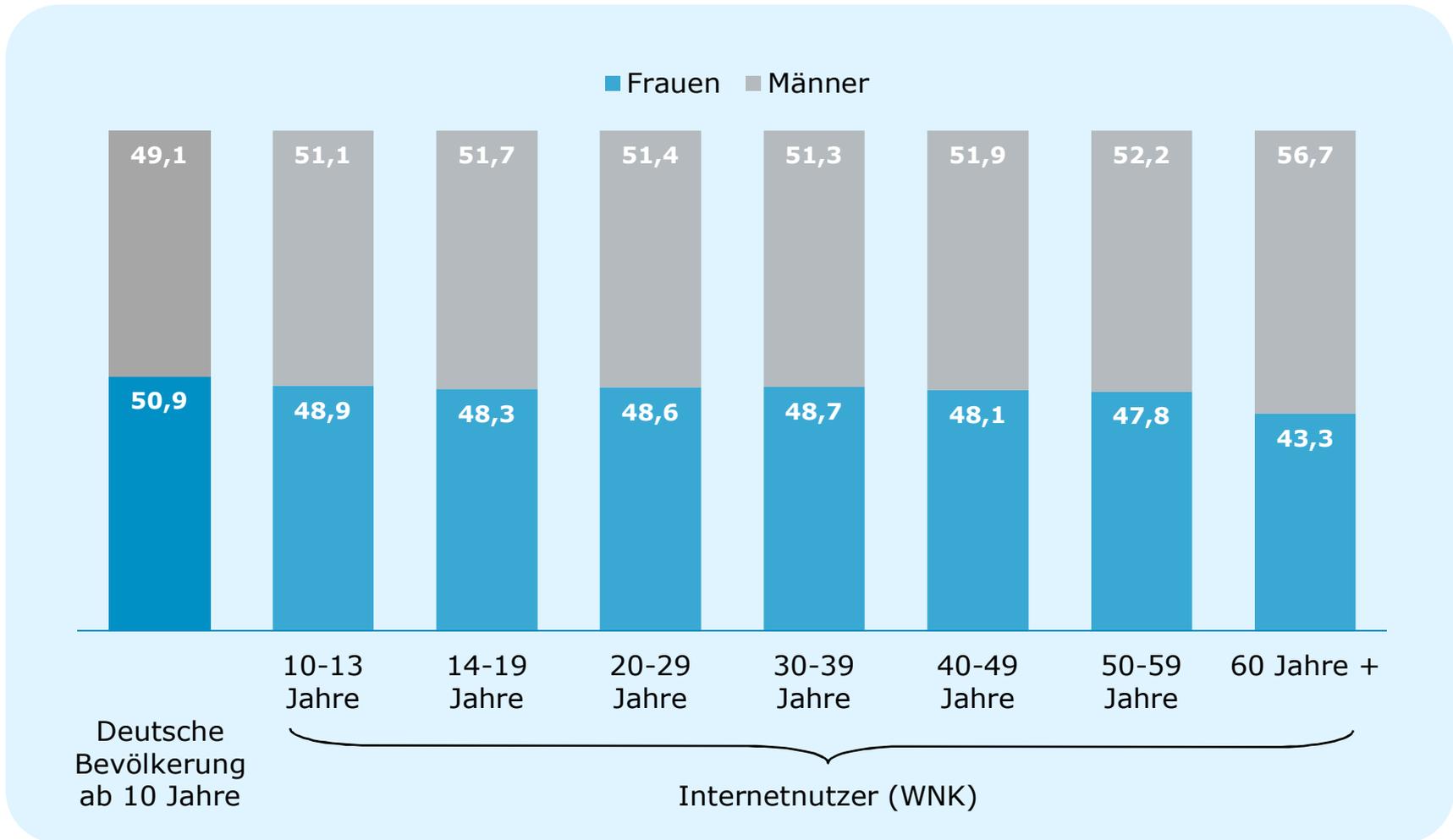
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



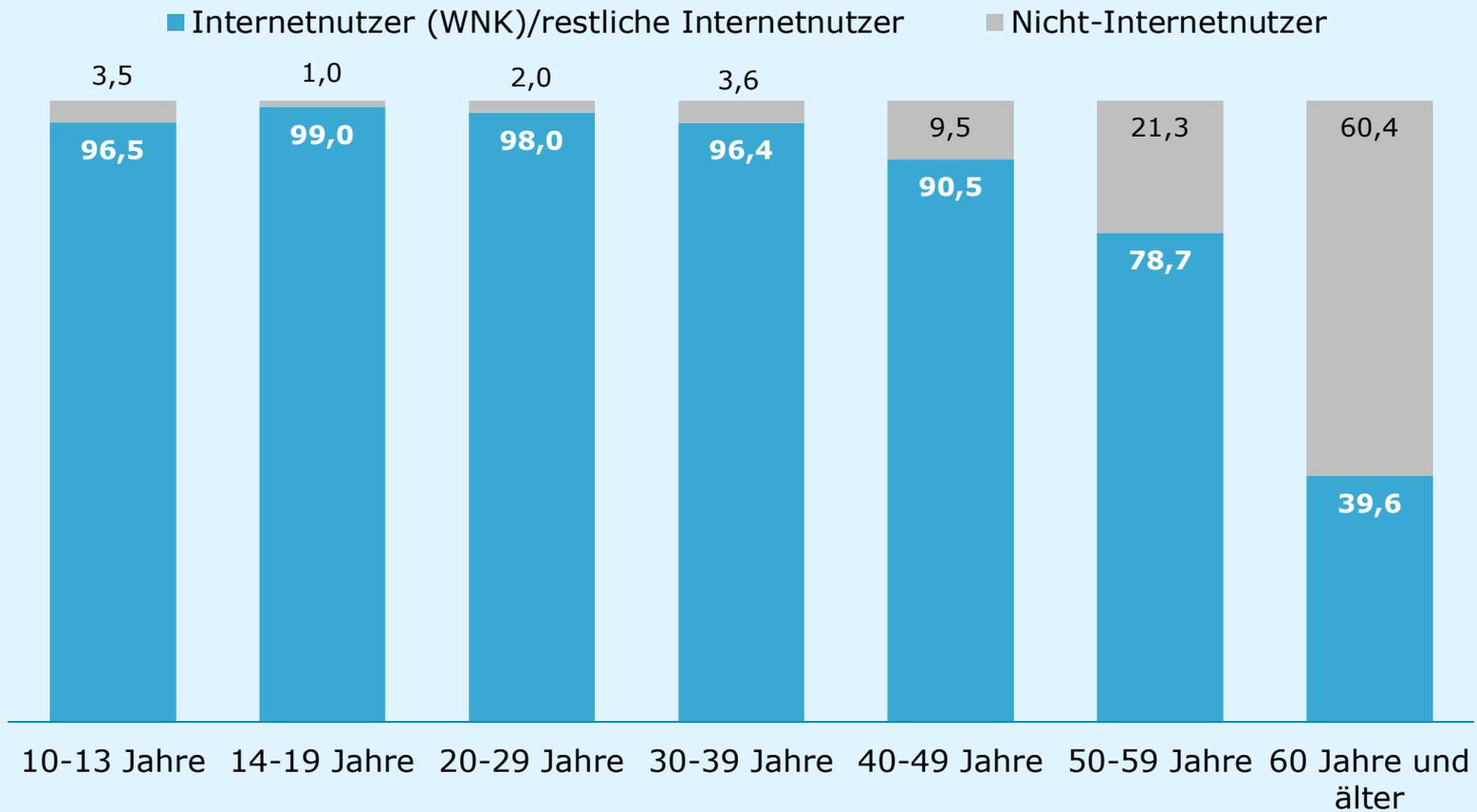
Soziodemografie: Bildung, Tätigkeit, Personen im Haushalt



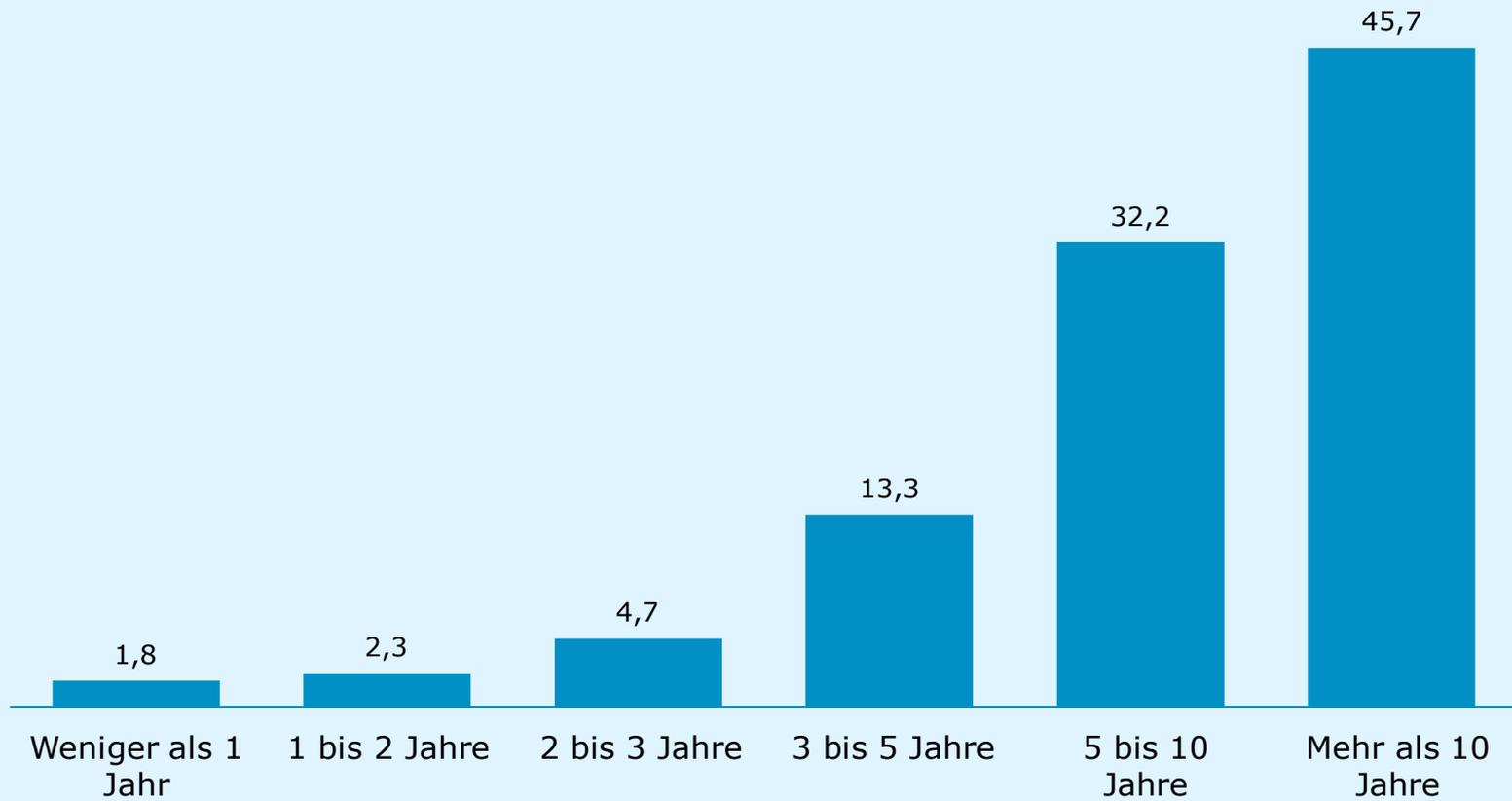
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



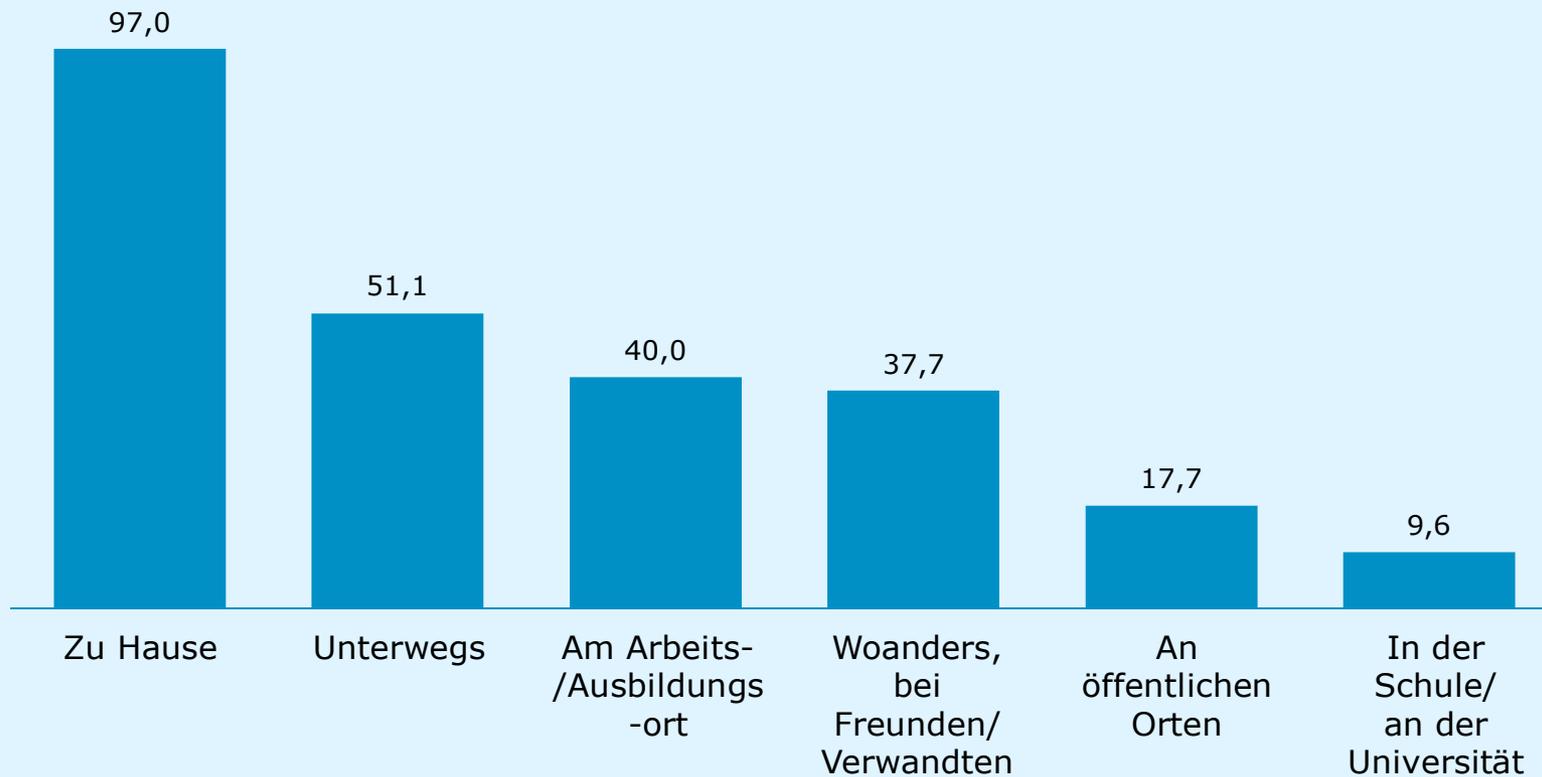
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

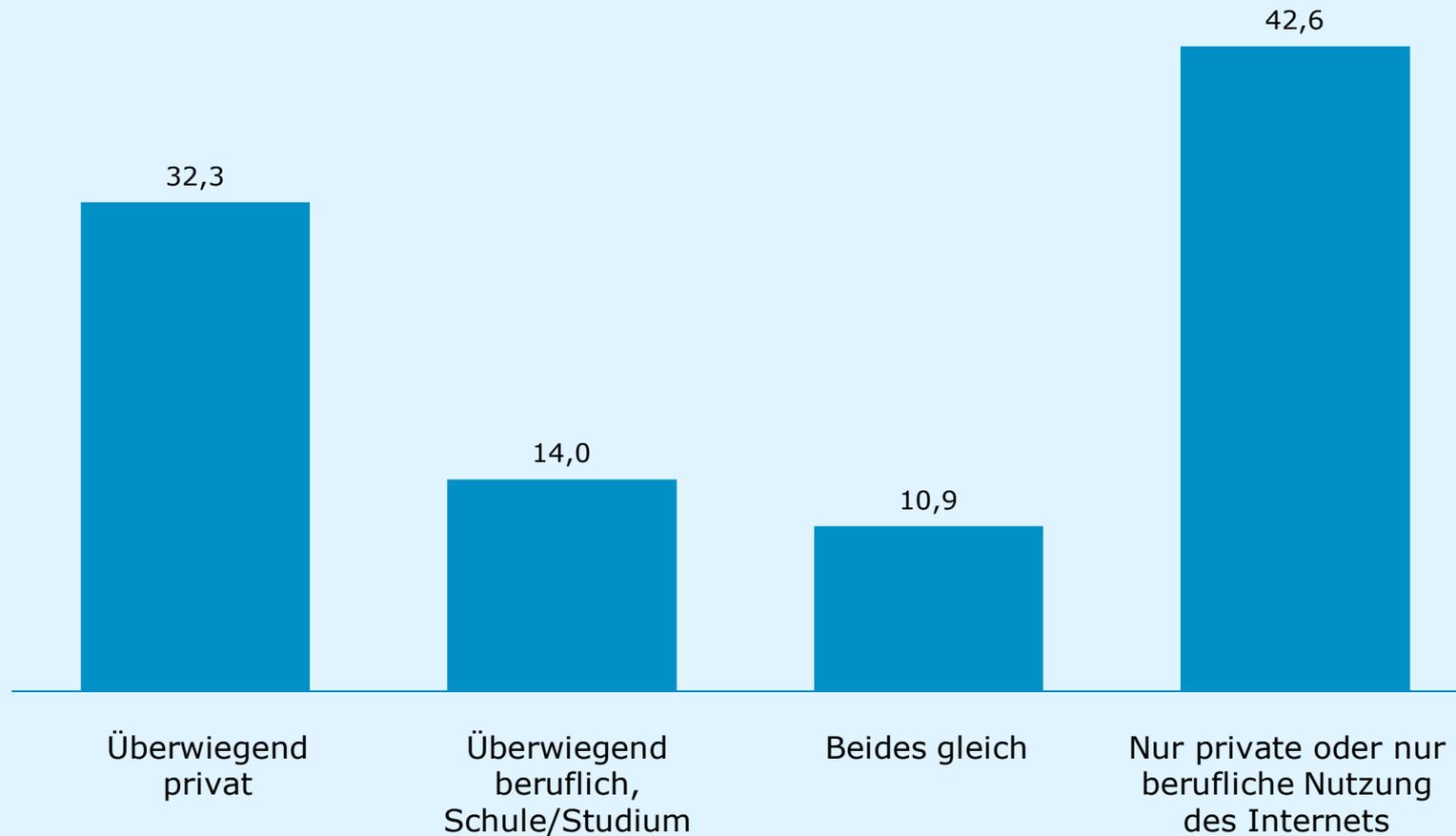


Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate)

„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03

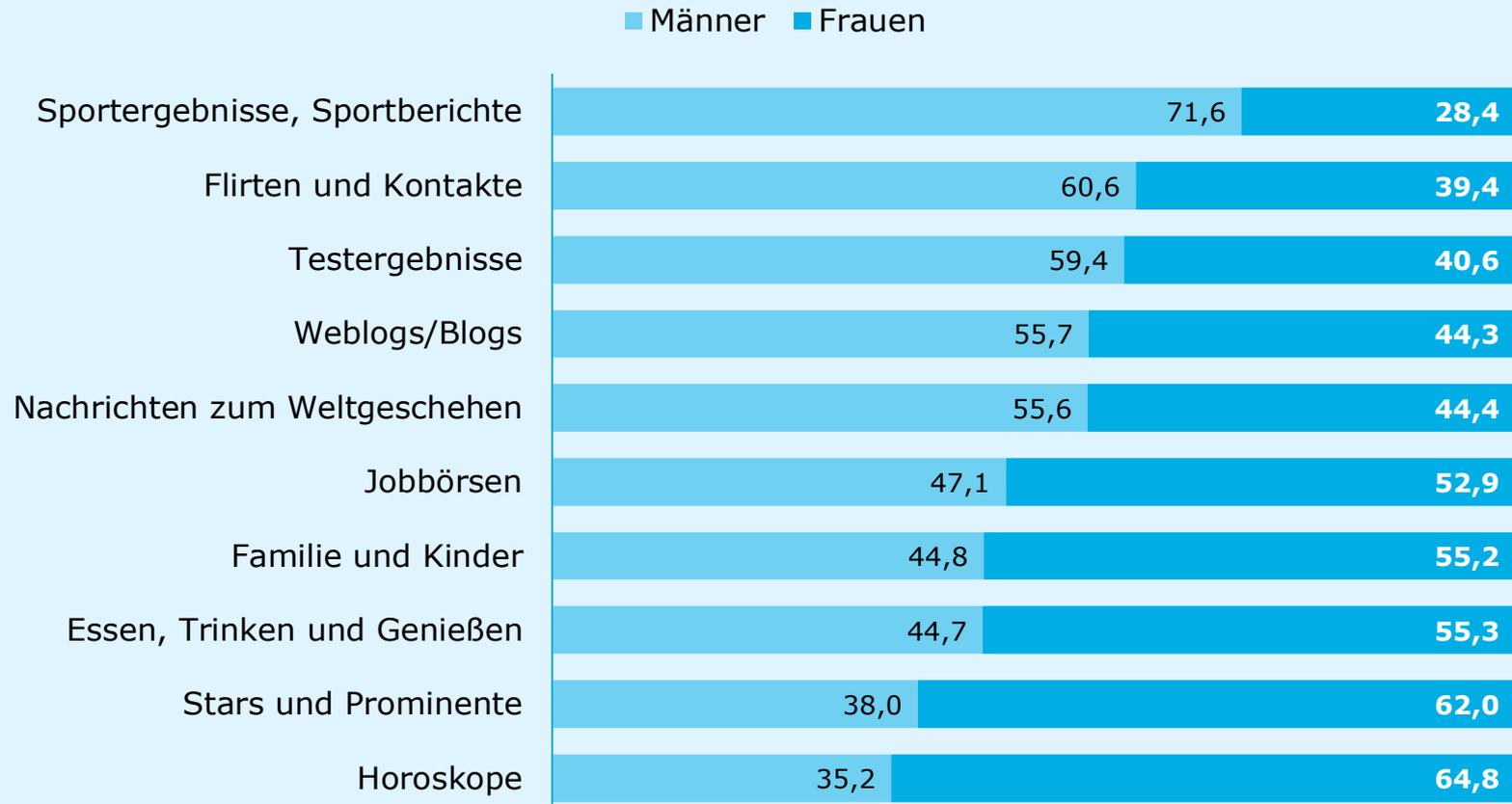
Schwerpunkt der Internetnutzung



Thematische Schwerpunkte: Top 10



Top-Themen nach Geschlecht



Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der 5 Themen mit dem jeweils höchsten Anteil Männer bzw. Frauen / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03

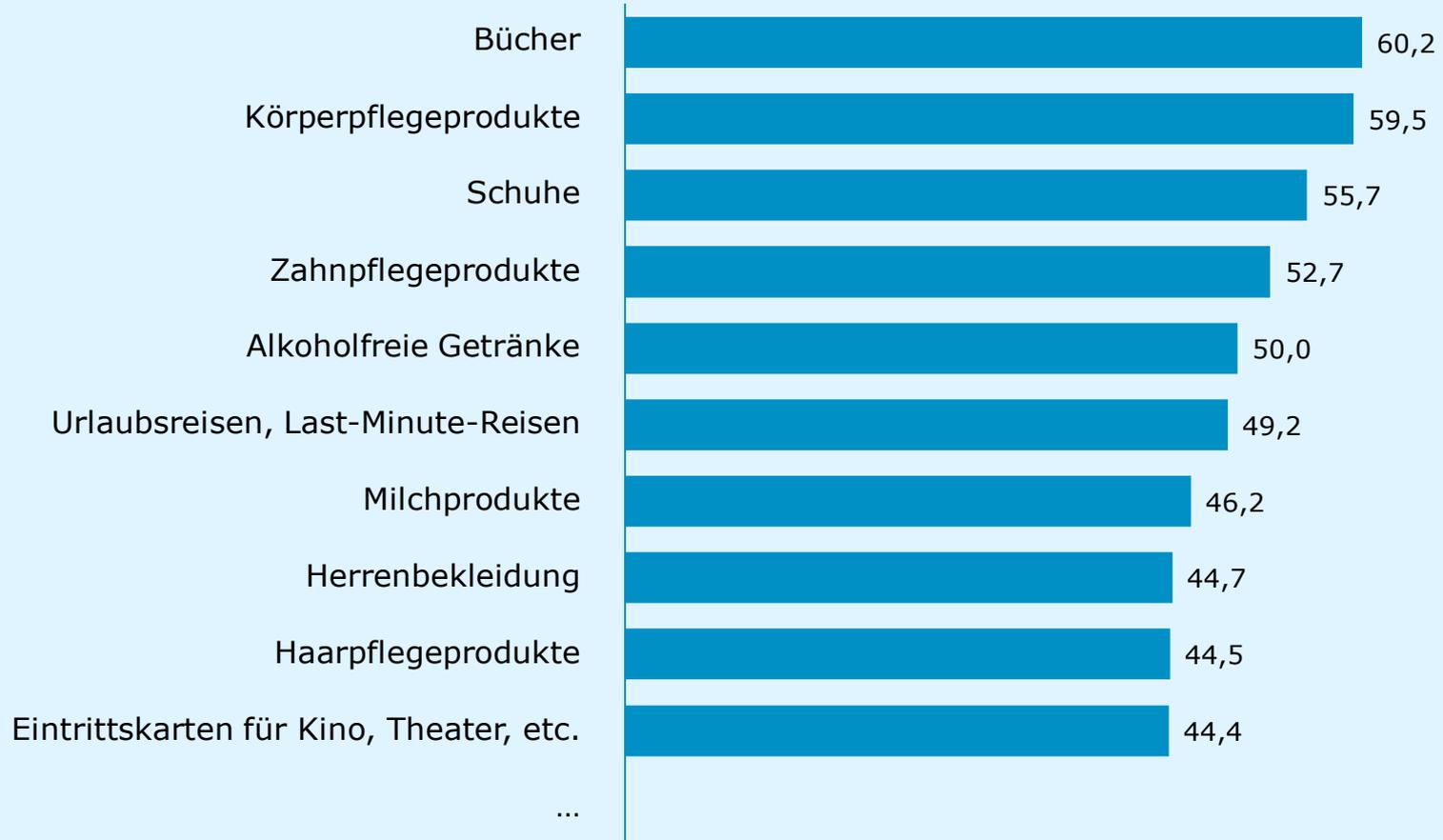
Top-Themen nach Alter

■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50 Jahre und älter

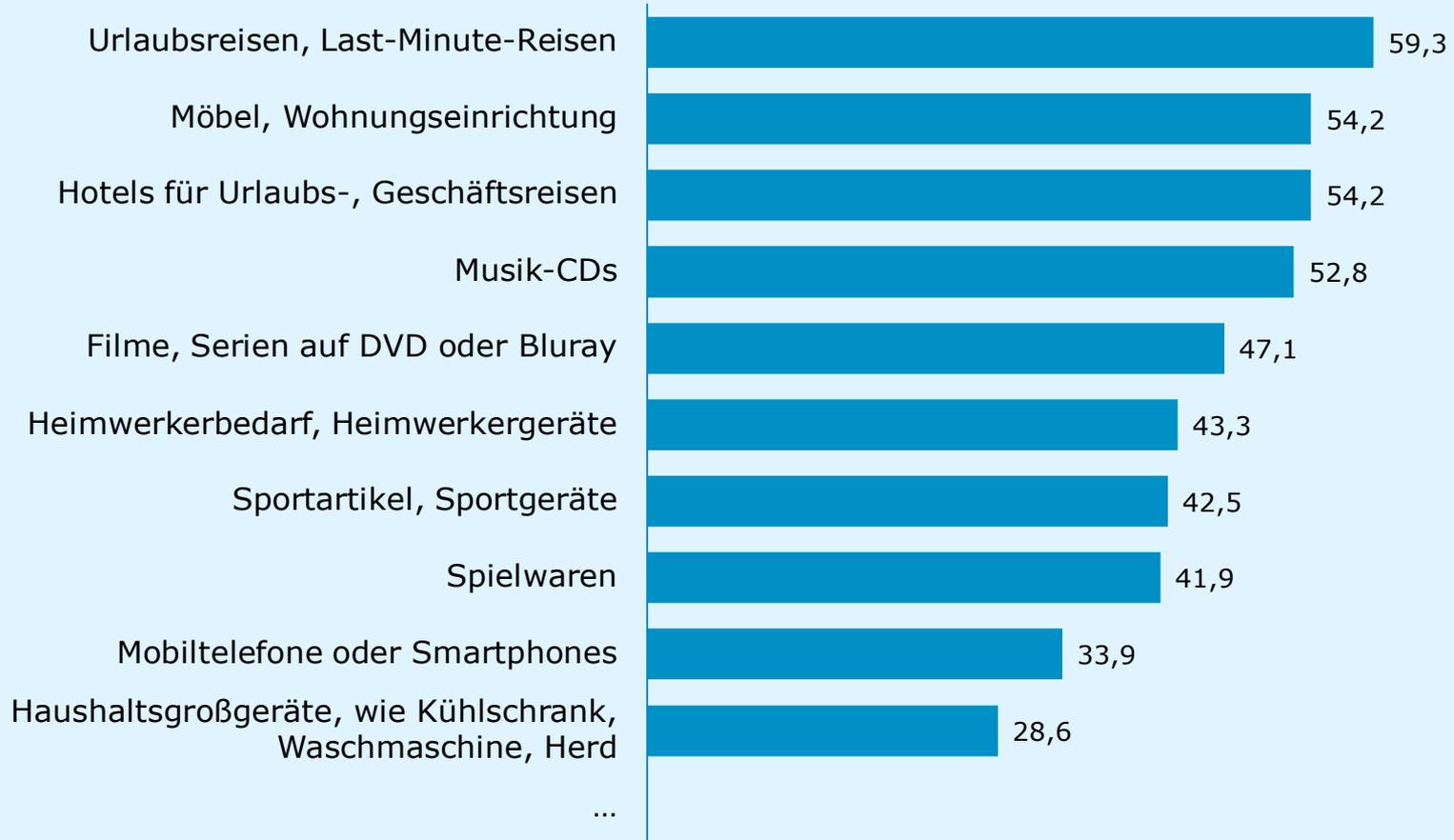


Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der 3 Themen mit dem höchsten Anteil Nutzer in der jeweiligen Altersgruppe / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03

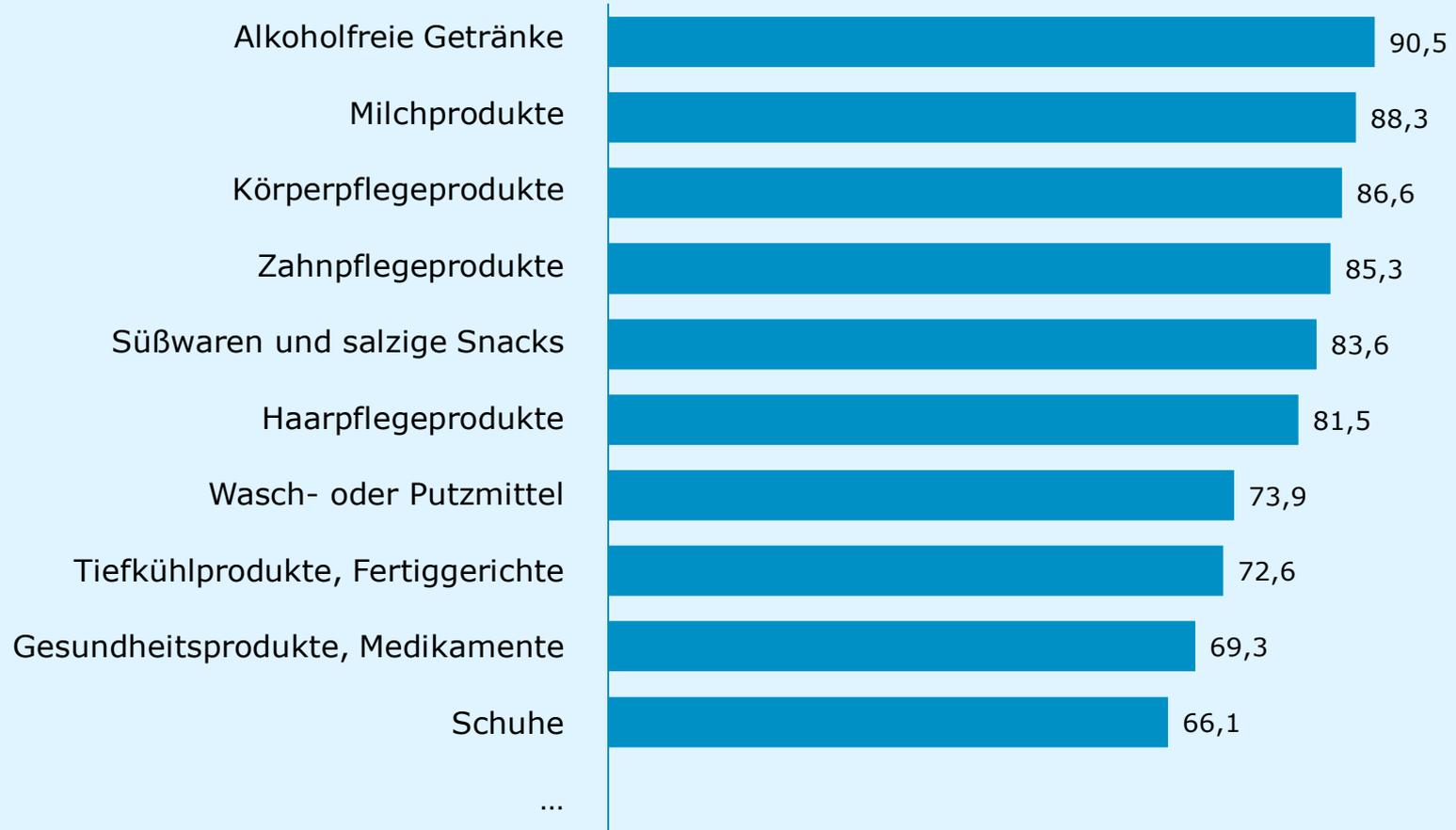
Generelles Produkt-Interesse: Top 10



Kaufplanung für Produkte: Top 10

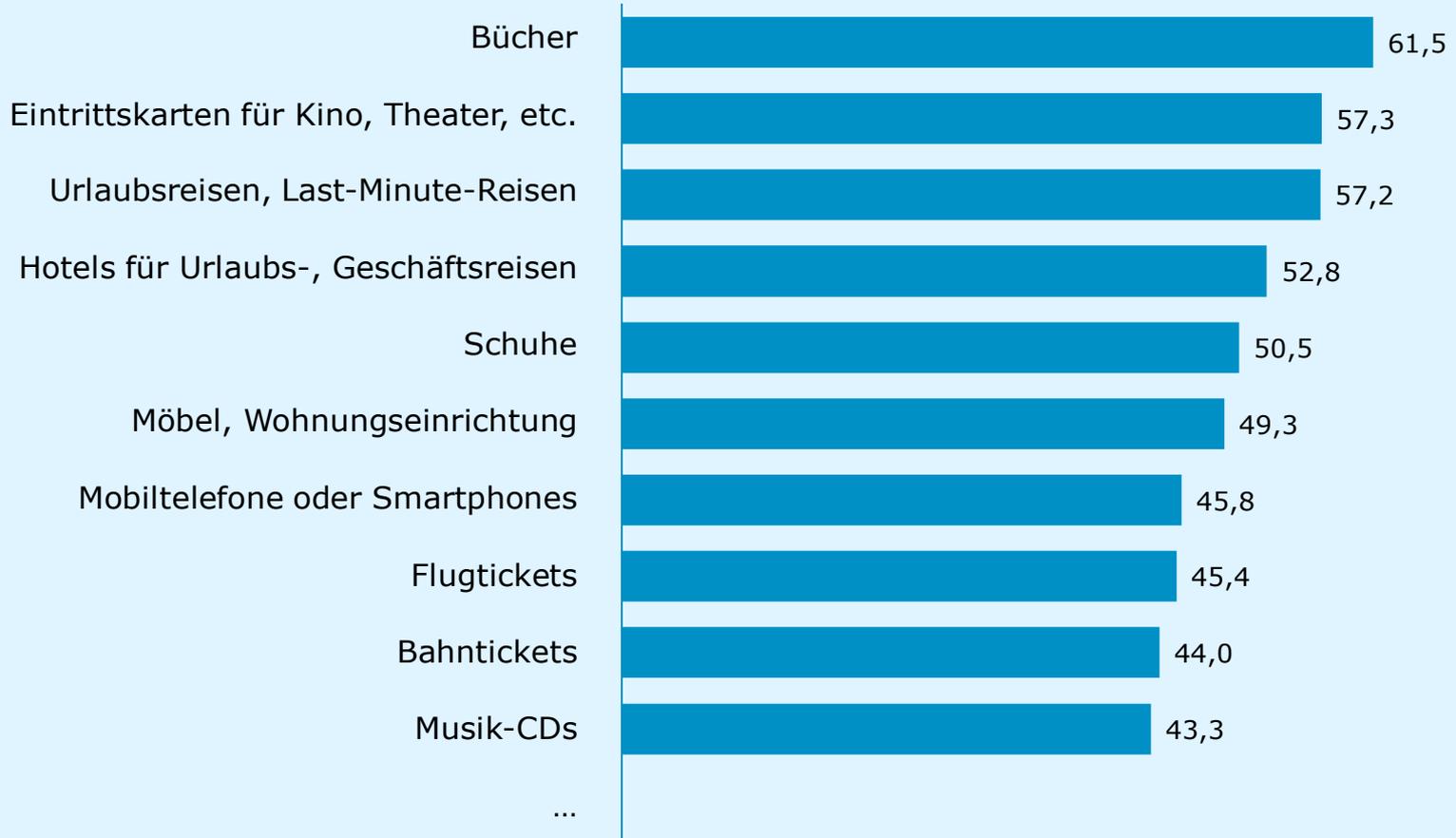


In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen/den letzten 3 Monaten“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 31 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03

Informationen im Internet gesucht: Top 10



Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03

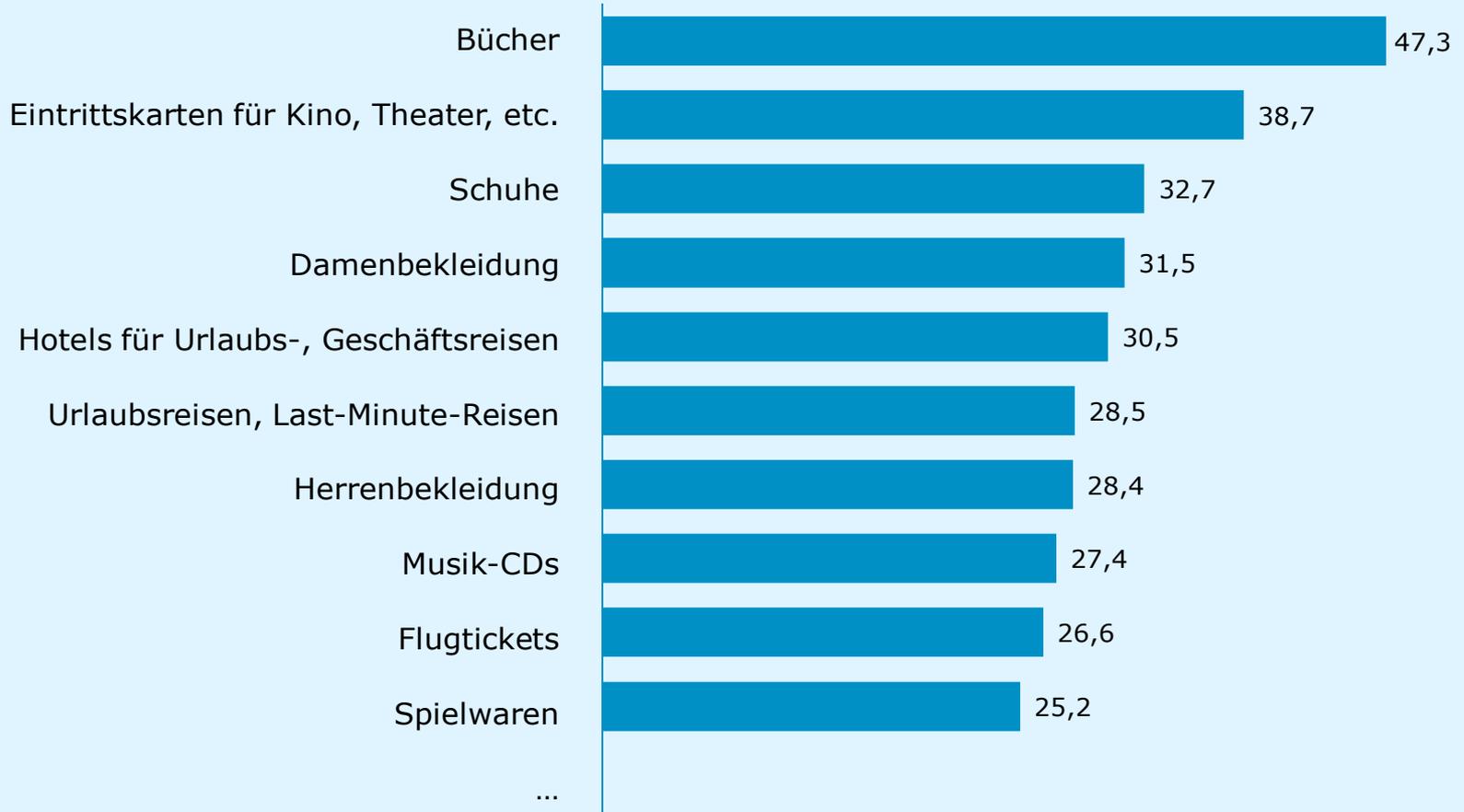
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	70,6	Bücher	64,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	70,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	60,3
Mobiltelefone oder Smartphones	66,7	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	58,1
Bücher	59,7	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	54,7
Musik-CDs	58,2	Möbel, Wohnungseinrichtung	52,7
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	69,8	Bücher	57,7
Schuhe	66,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	55,5
Bücher	65,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,2
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	62,6	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	48,9
Möbel, Wohnungseinrichtung	60,8	Möbel, Wohnungseinrichtung	43,0
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	67,7	Bücher	50,9
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	63,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	48,9
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	63,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	48,9
Möbel, Wohnungseinrichtung	59,7	Bahntickets	39,5
Schuhe	59,4	Flugtickets	36,3

Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03

Produkte im Internet gekauft: Top 10



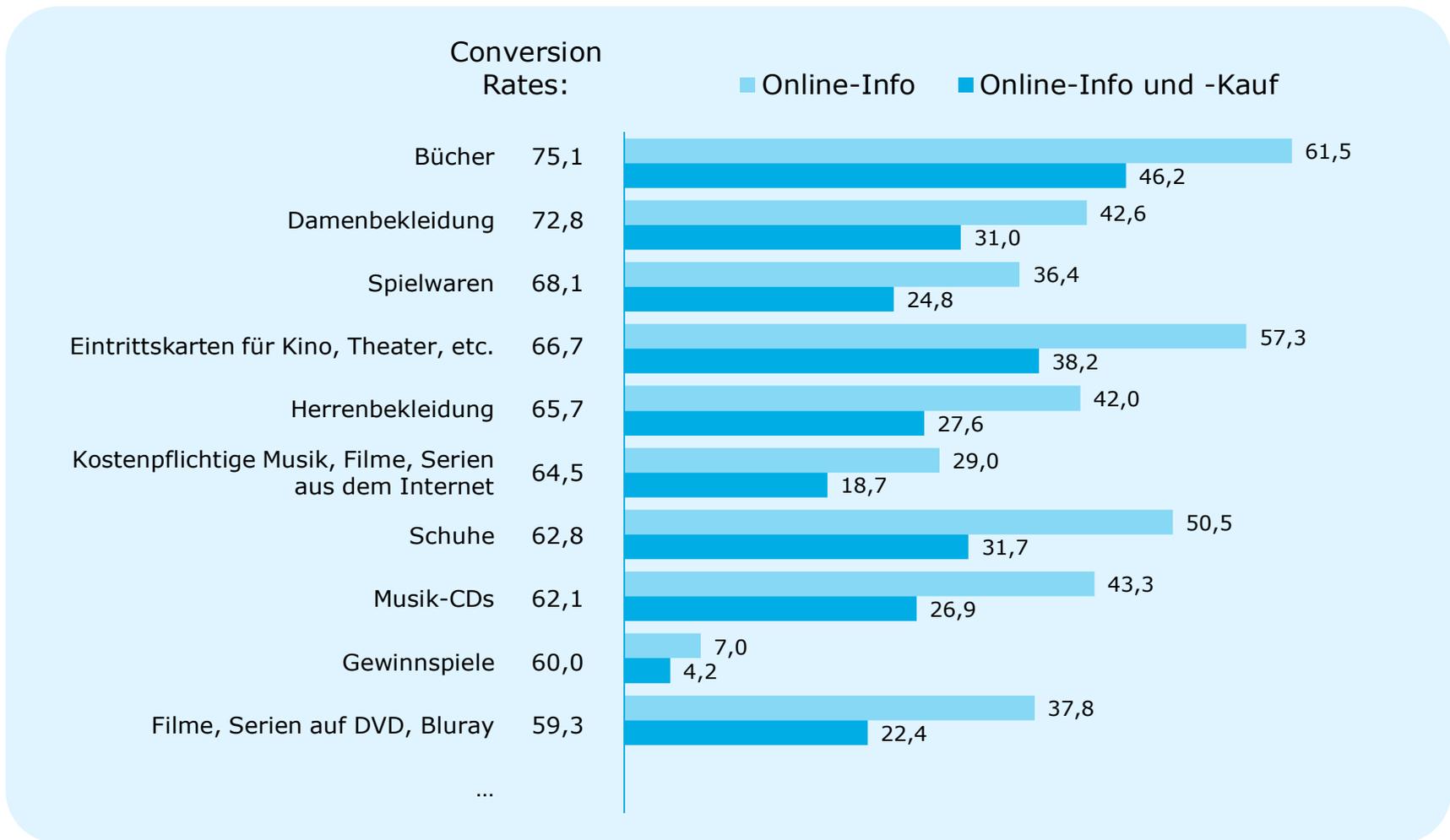
Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	42,1	Bücher	51,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	39,2	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	40,5
Bücher	39,0	Damenbekleidung	35,4
Musik-CDs	29,4	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	32,7
Filme oder Serien auf DVD oder Bluray	29,0	Schuhe	32,6
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	52,5	Bücher	42,6
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	48,6	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	32,6
Schuhe	46,7	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	32,5
Damenbekleidung	35,8	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	28,3
Herrenbekleidung	34,9	Damenbekleidung	27,9
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	55,4	Bücher	36,2
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,6
Spielwaren	42,1	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,0
Schuhe	39,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	24,5
Damenbekleidung	38,4	Bahntickets	22,7

Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03

Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Zu welchen der folgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“, „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-03



Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im März 2014



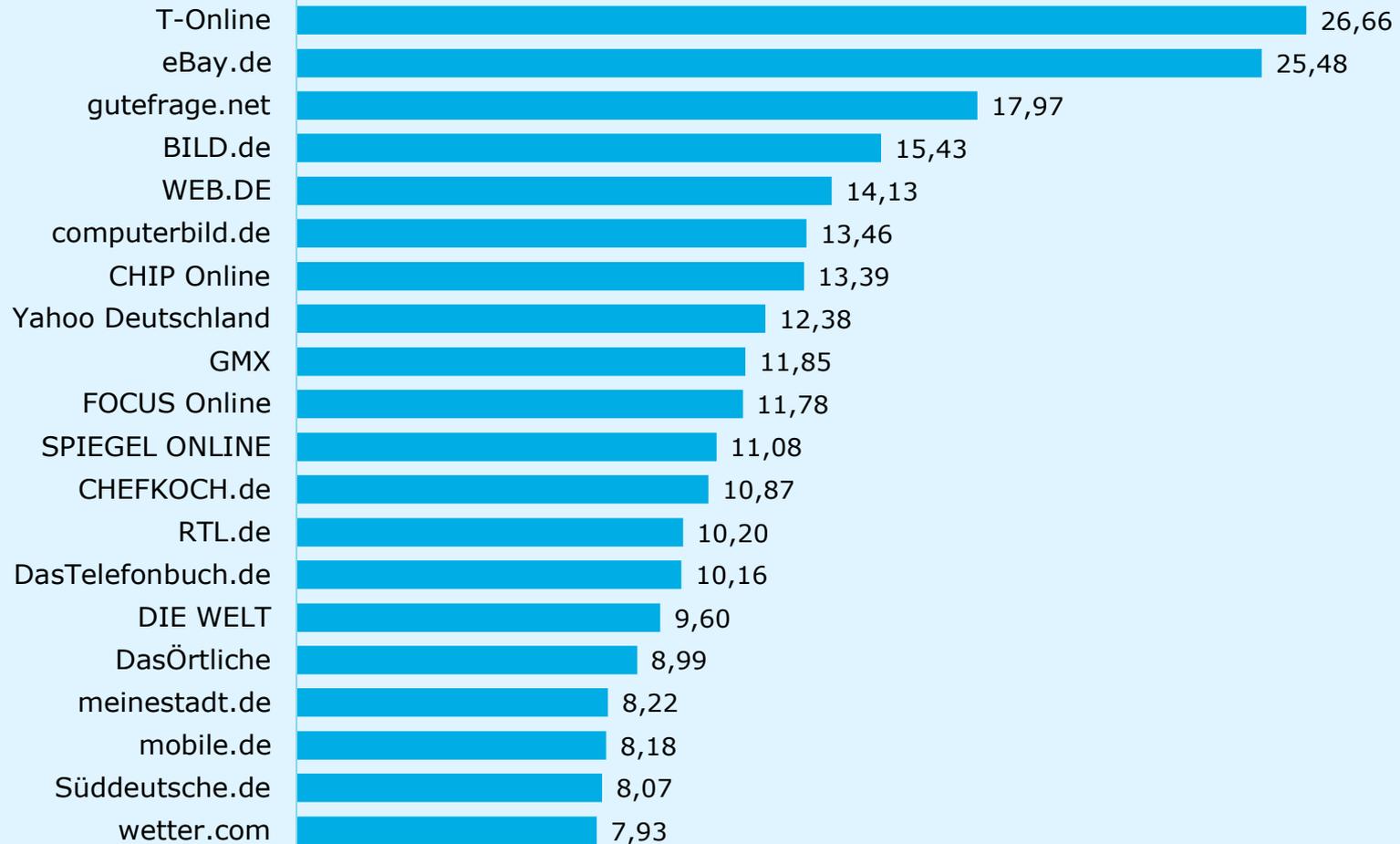
Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	65,3	36,29
Axel Springer Media Impact	2	60,7	33,76
Ströer Digital	3	54,5	30,29
United Internet Media	4	52,3	29,10
TOMORROW FOCUS MEDIA	5	52,0	28,89
SevenOne Media	6	51,9	28,87
IP Deutschland	7	50,0	27,80
eBay Advertising Group Deutschland	8	49,1	27,32
OMS	9	46,0	25,56
G+J Electronic Media Sales	10	41,1	22,82
mediasquares	11	32,8	18,22
iq digital	12	31,9	17,71
Yahoo! Deutschland	13	27,5	15,30
SPIEGEL QC	14	26,3	14,61
HiMedia Deutschland	15	20,9	11,61
MAIRDUMONT MEDIA	16	18,5	10,29
Urban Media	17	18,4	10,24
Glam Media	18	17,7	9,82
netpoint media	19	17,4	9,67
BAUER ADVERTISING	20	16,4	9,14

Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	38,0	21,11
Axel Springer Media Impact	2	33,3	18,49
United Internet Media	3	30,6	17,02
Ströer Digital	4	28,6	15,89
eBay Advertising Group Deutschland	5	26,9	14,96
SevenOne Media	6	25,7	14,28
TOMORROW FOCUS MEDIA	7	25,5	14,18
IP Deutschland	8	24,0	13,34
OMS	9	21,9	12,19
G+J Electronic Media Sales	10	17,8	9,92
iq digital	11	14,0	7,80
Yahoo! Deutschland	12	12,4	6,89
SPIEGEL QC	13	12,3	6,84
mediasquares	14	11,9	6,62
HiMedia Deutschland	15	7,8	4,32
Microsoft Advertising	16	7,6	4,20
Urban Media	17	6,5	3,63
Glam Media	18	6,5	3,59
MAIRDUMONT MEDIA	19	6,2	3,46
netpoint media	20	5,9	3,26

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im März 2014



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

