

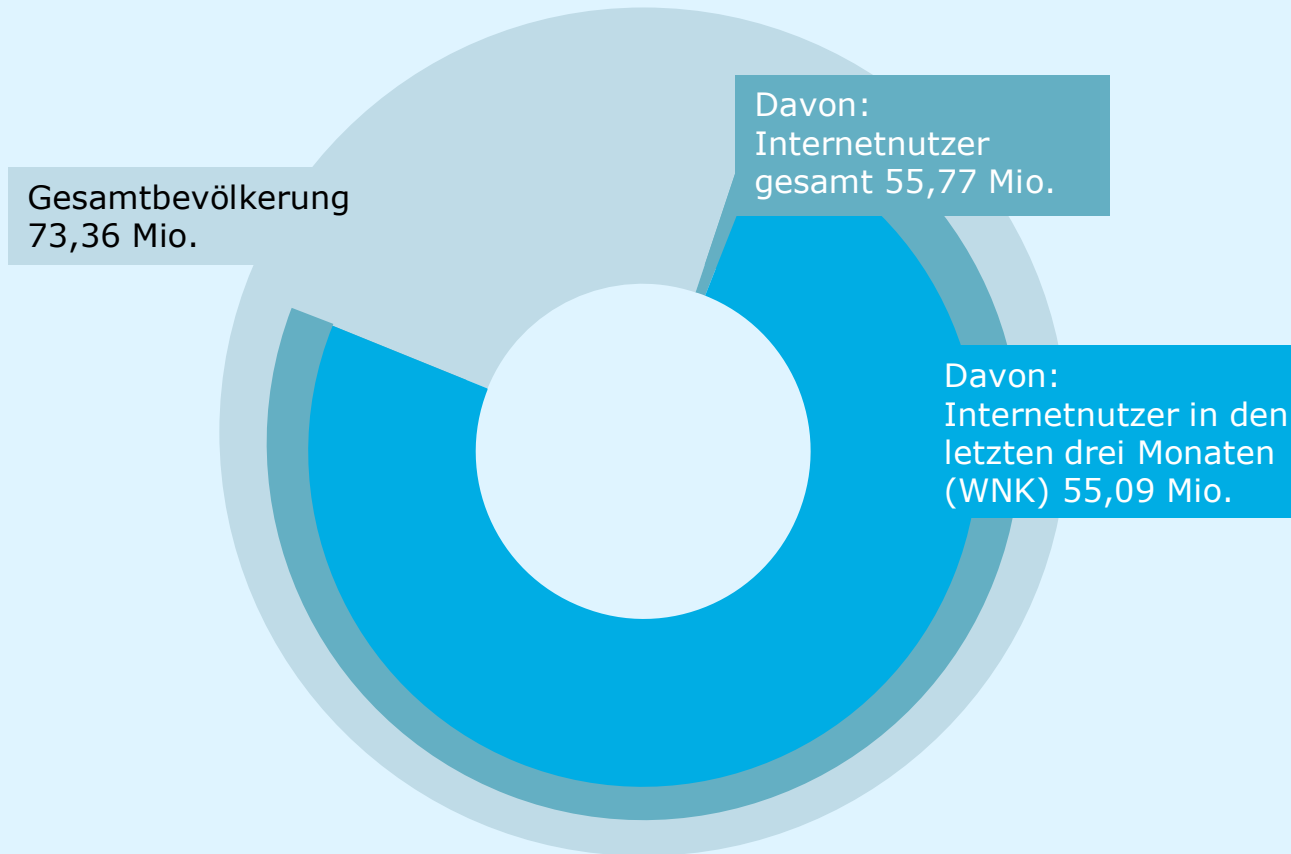


internet facts 2013-12

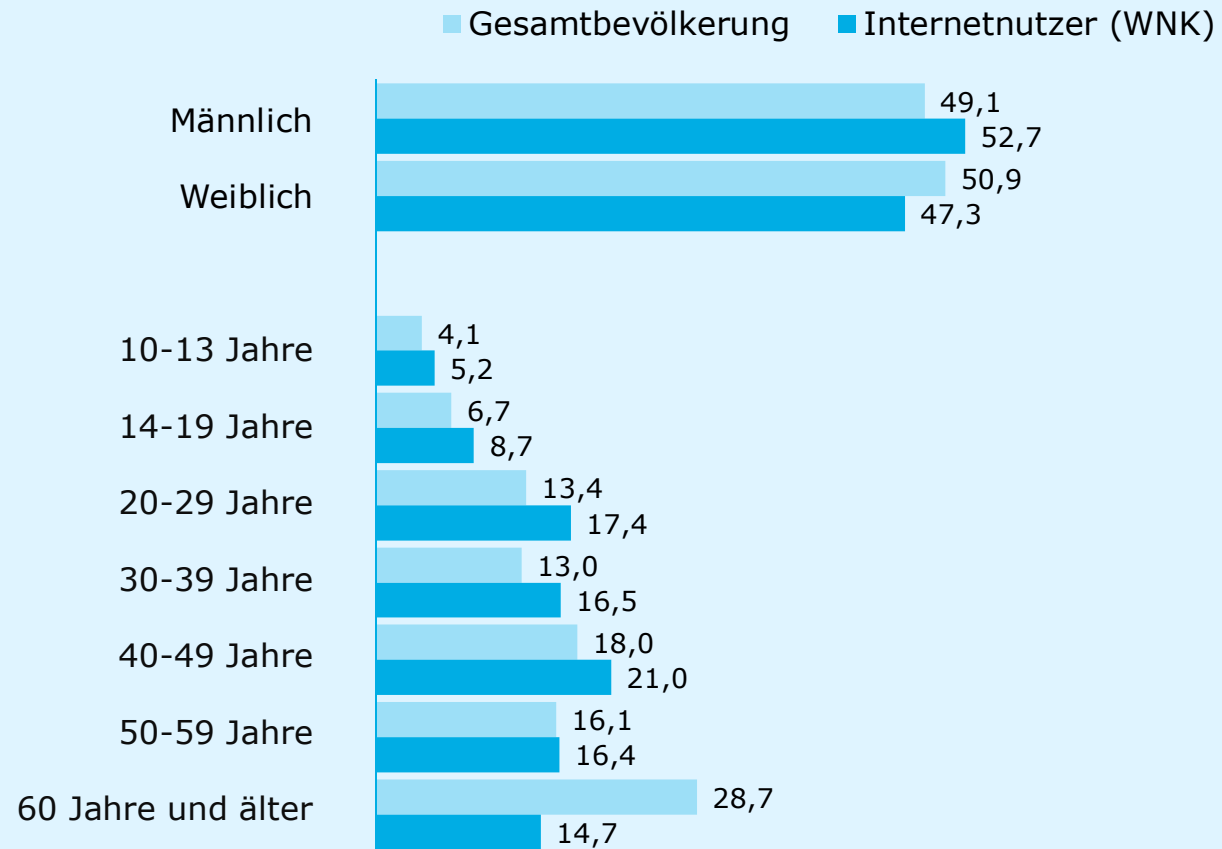
AGOF e. V. Februar 2014



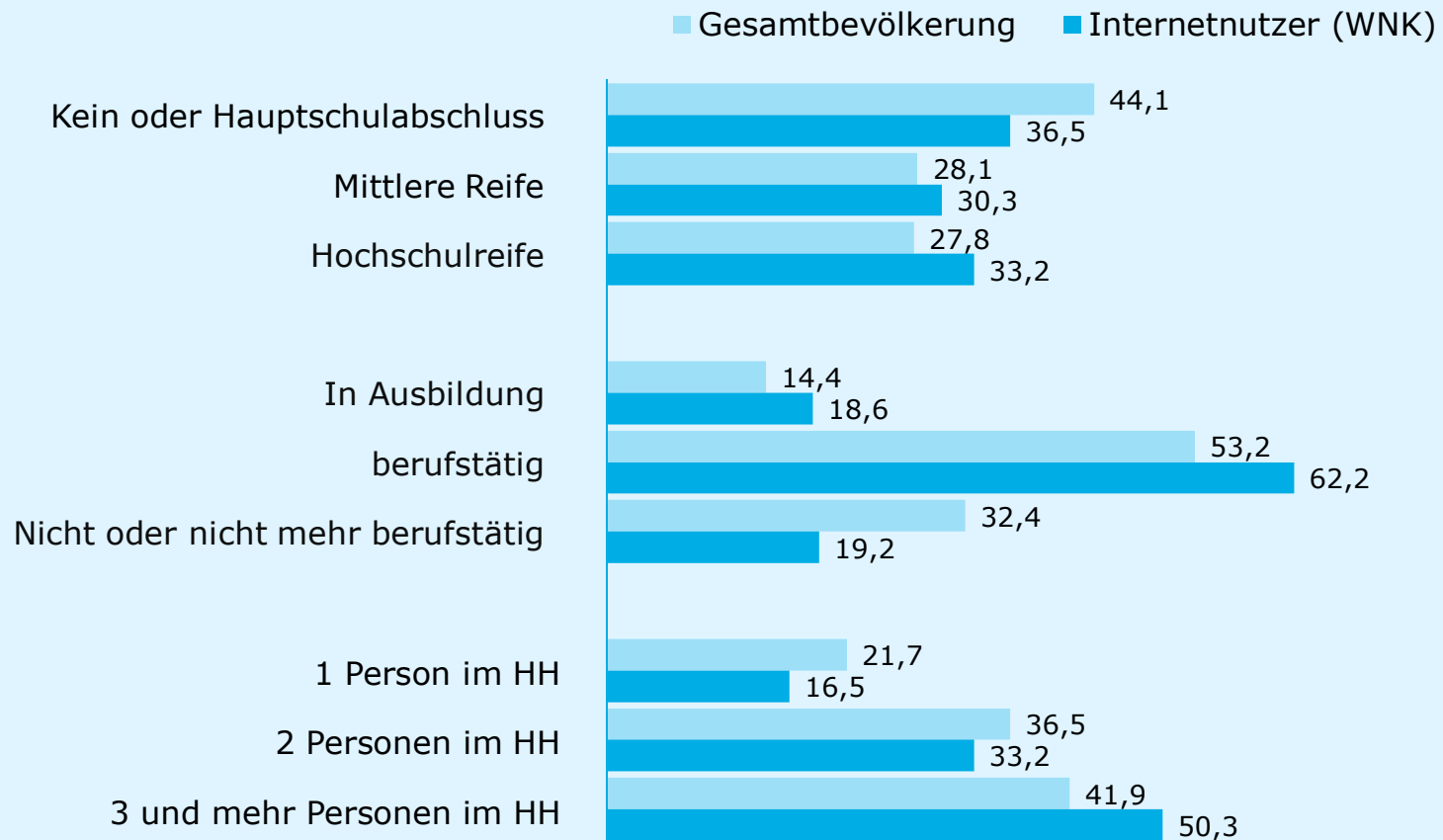
Grafiken zur Internetnutzung



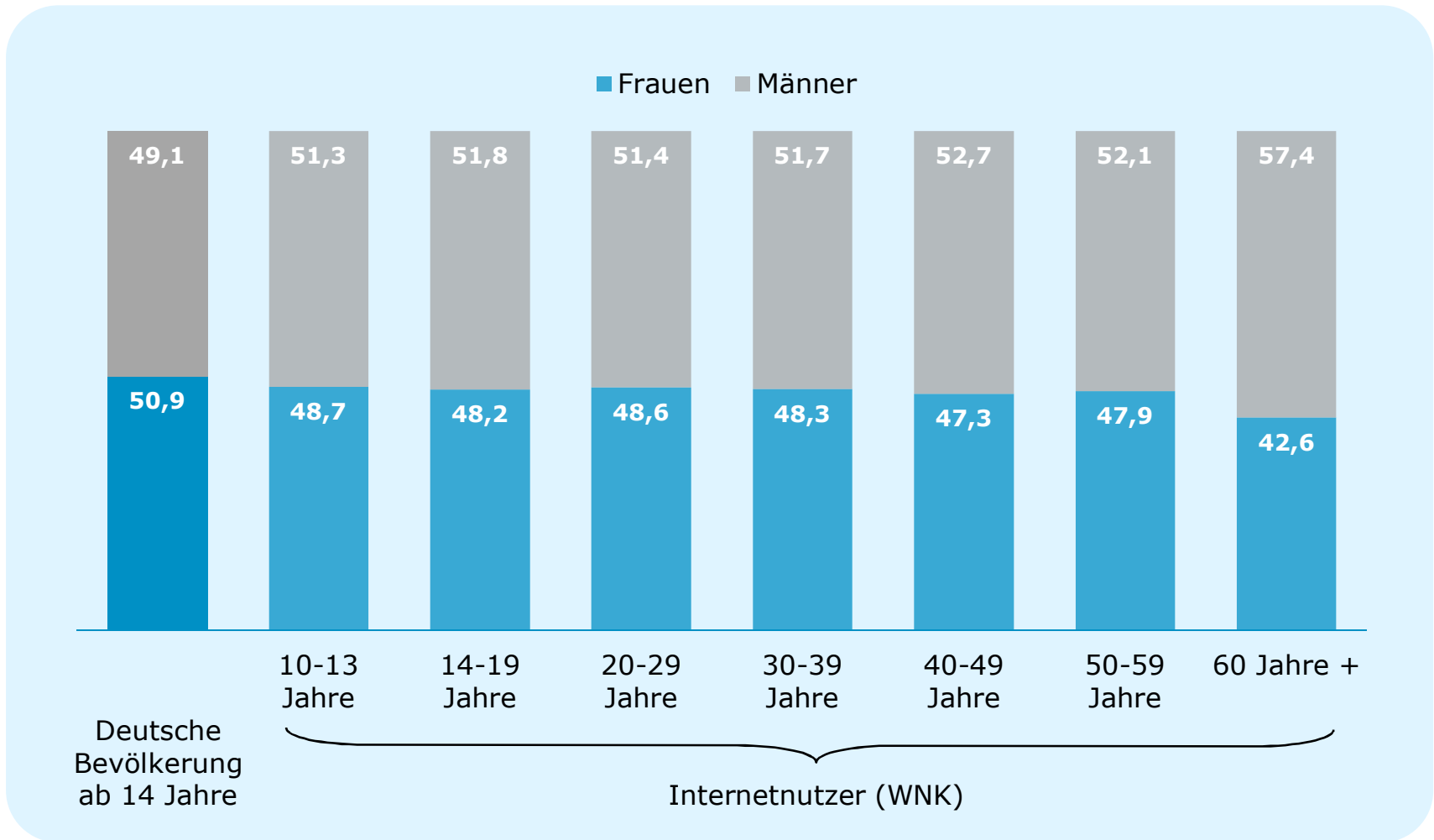
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



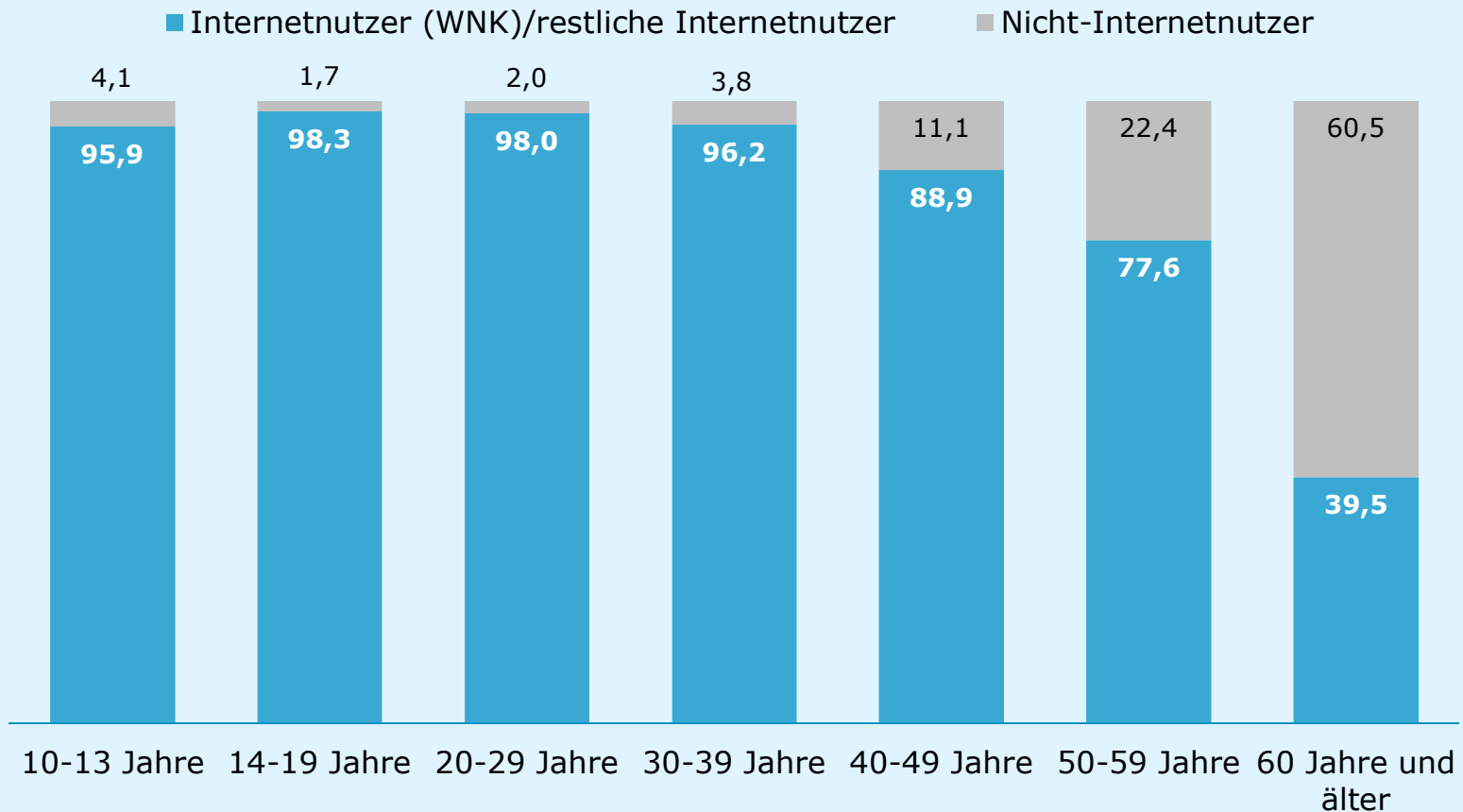
Soziodemografie: Bildung, Tätigkeit, Personen im Haushalt



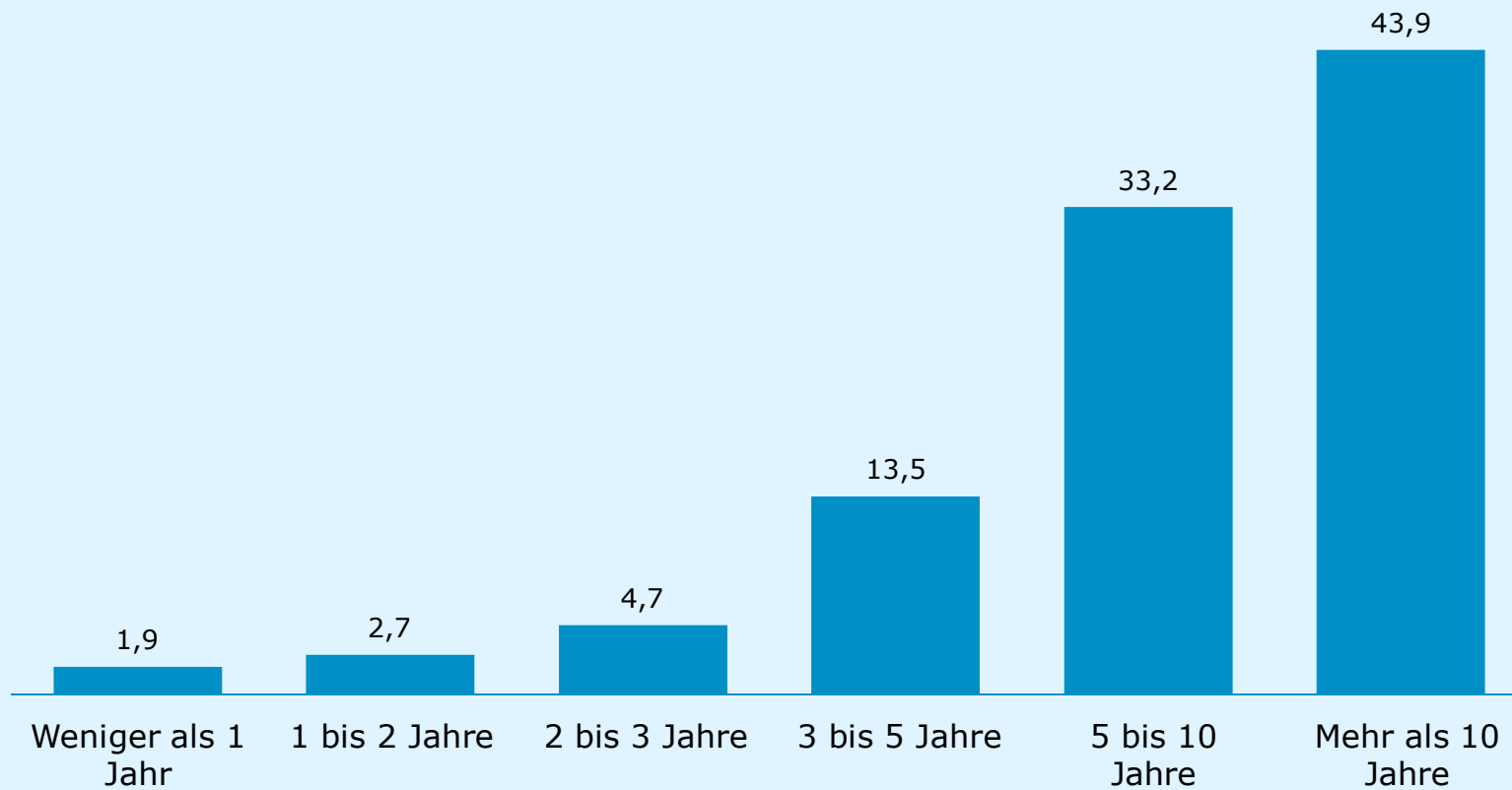
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



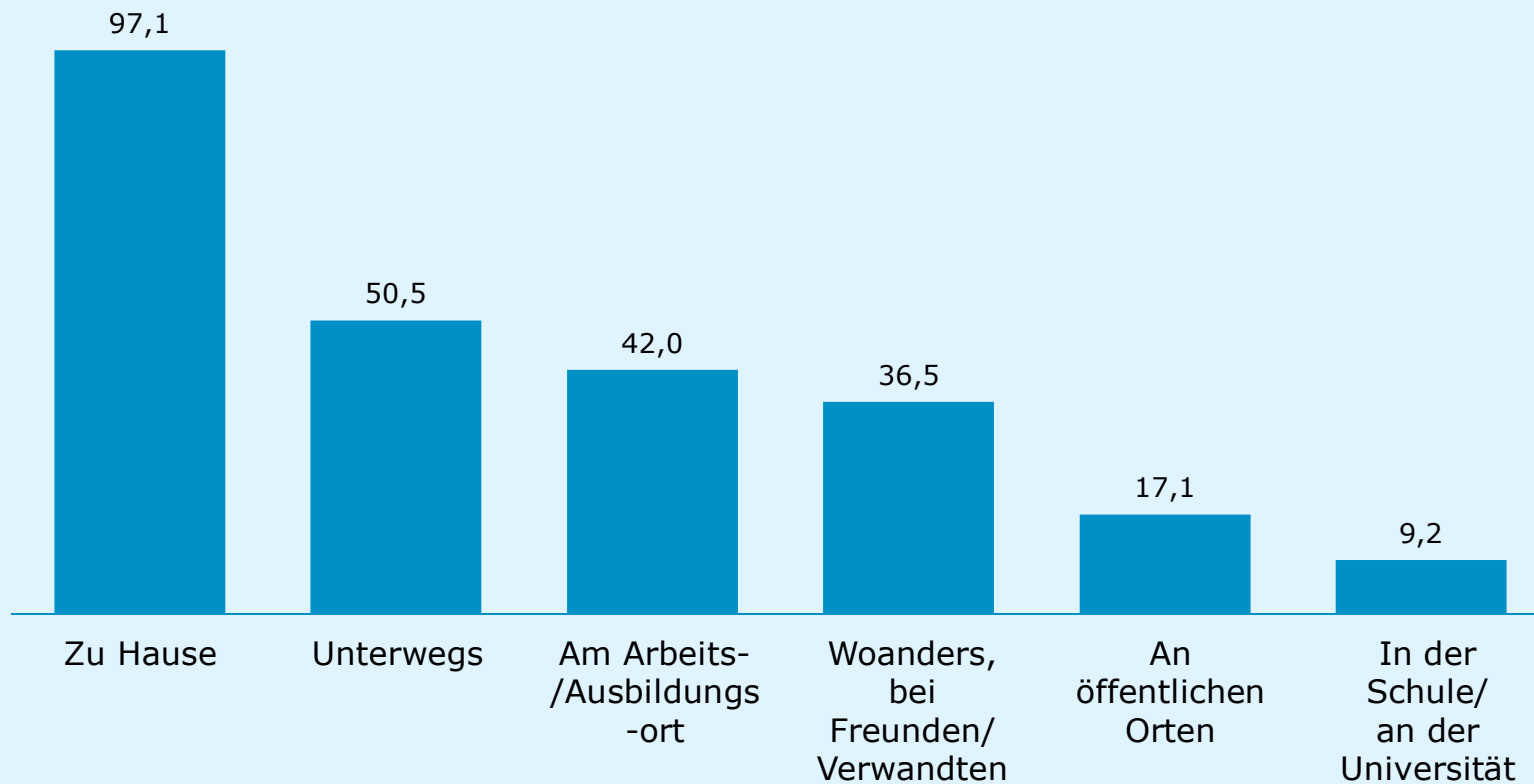
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

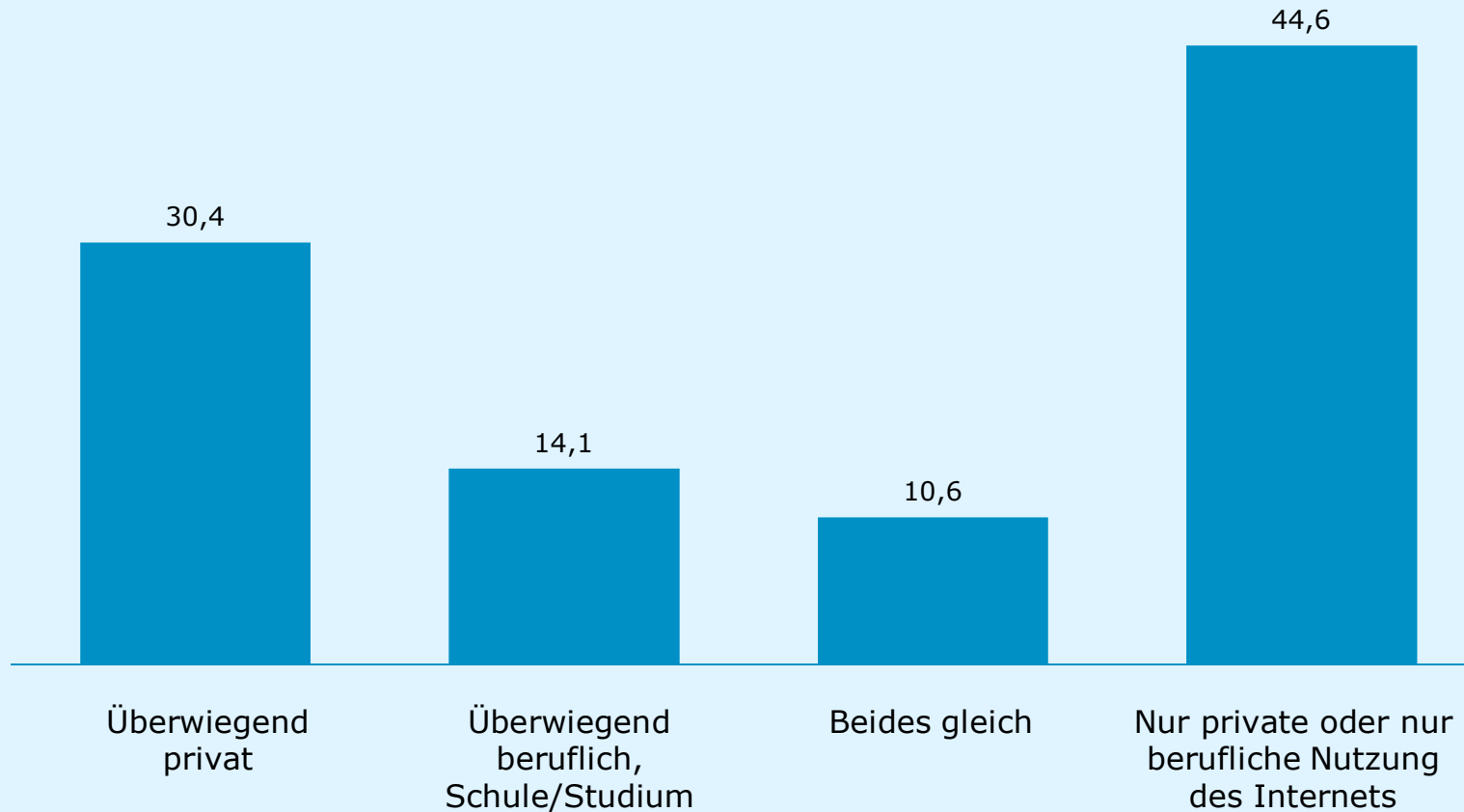


Basis: 101.343 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate)

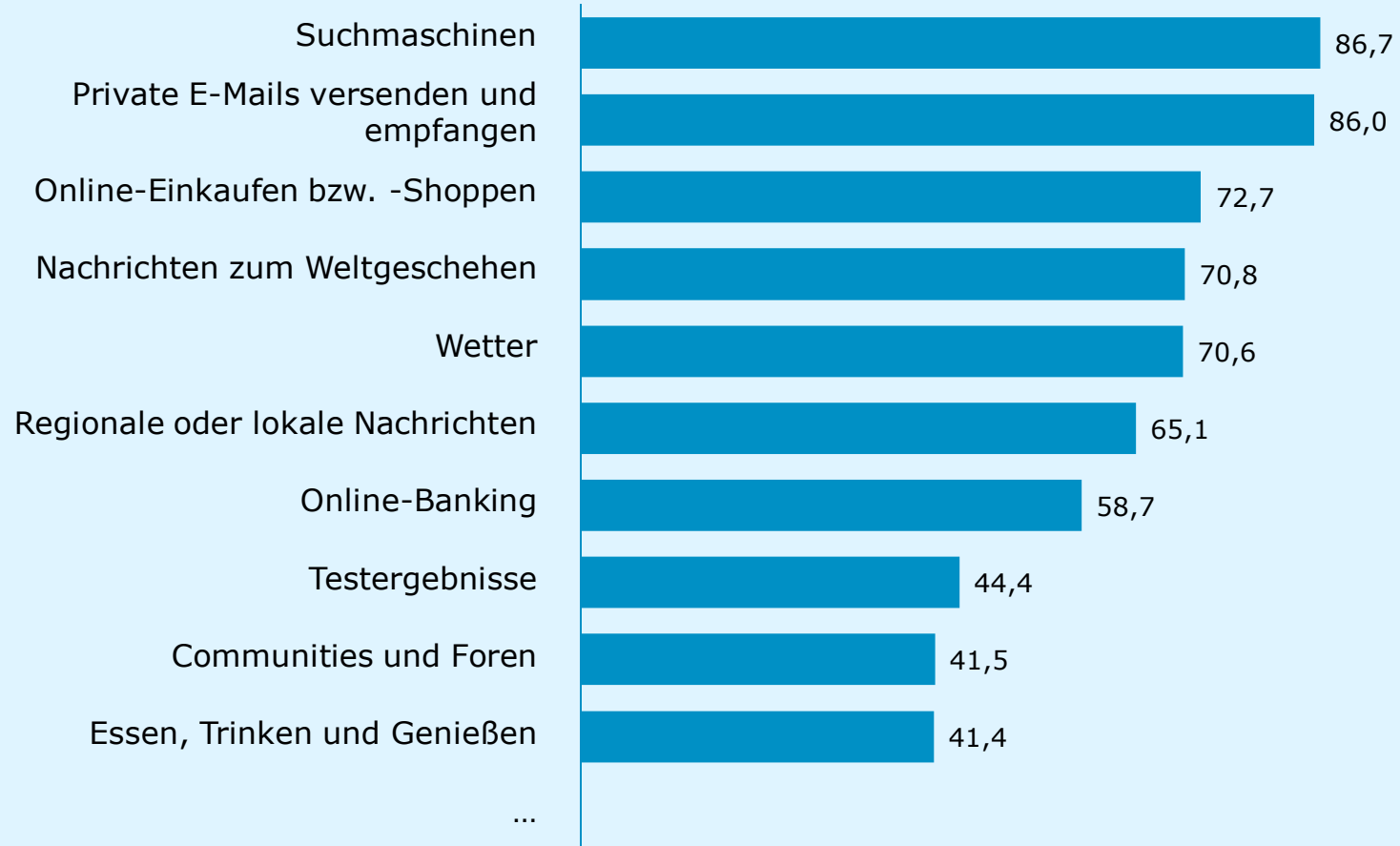
„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2013-12

Schwerpunkt der Internetnutzung

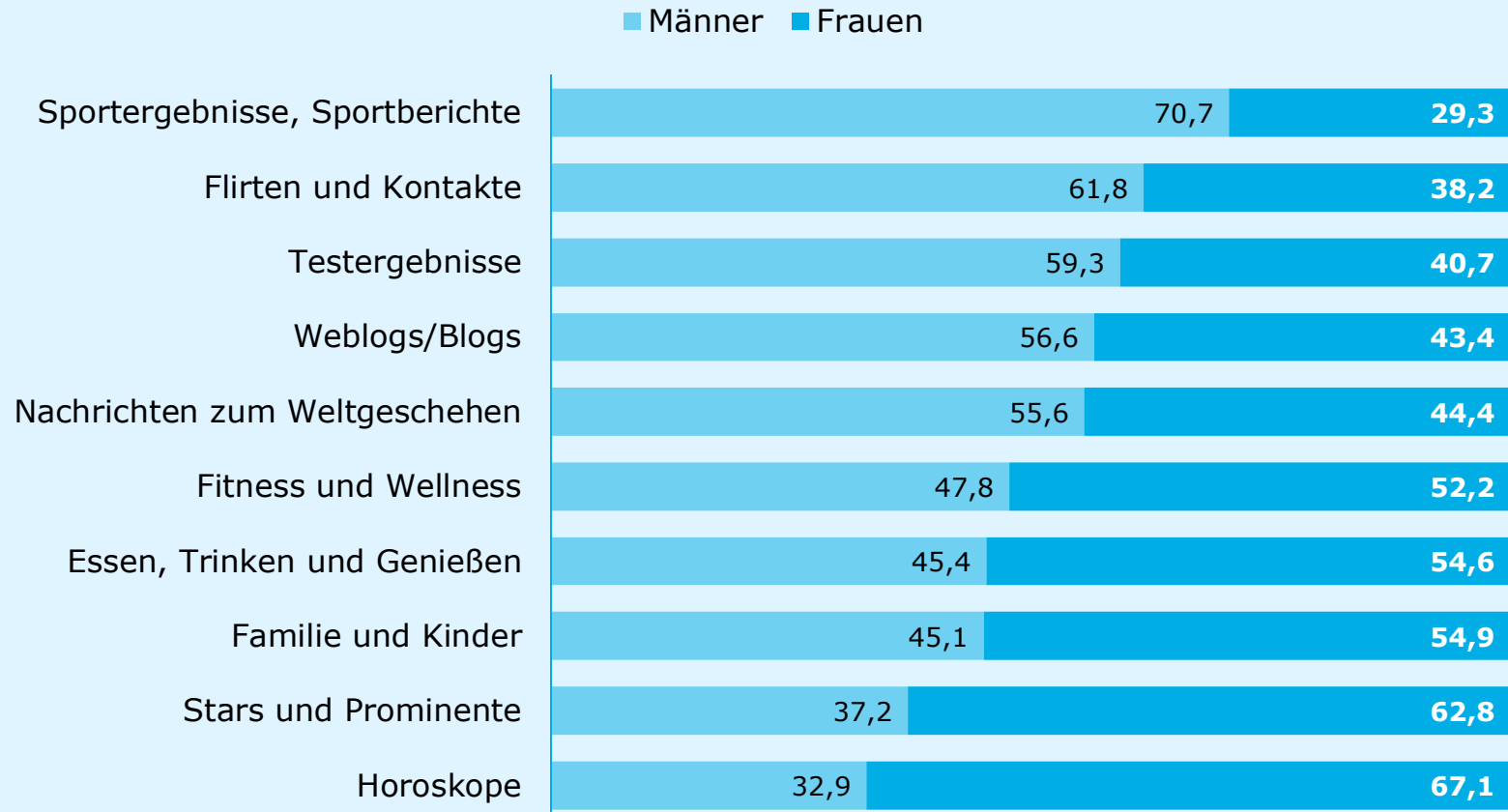


Thematische Schwerpunkte: Top 10

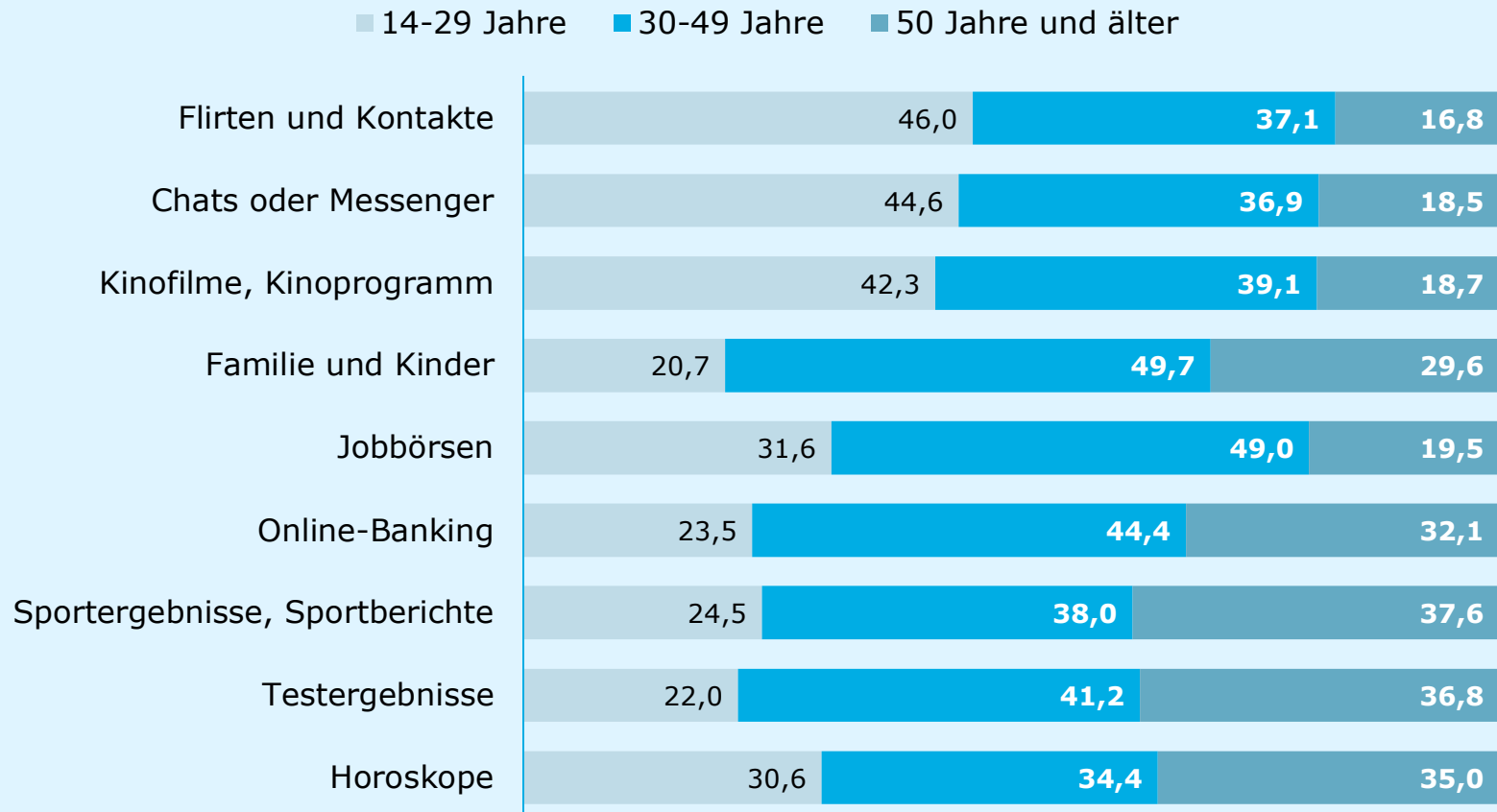


Basis: 101.343 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 10 von insgesamt 22 Themen / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2013-12

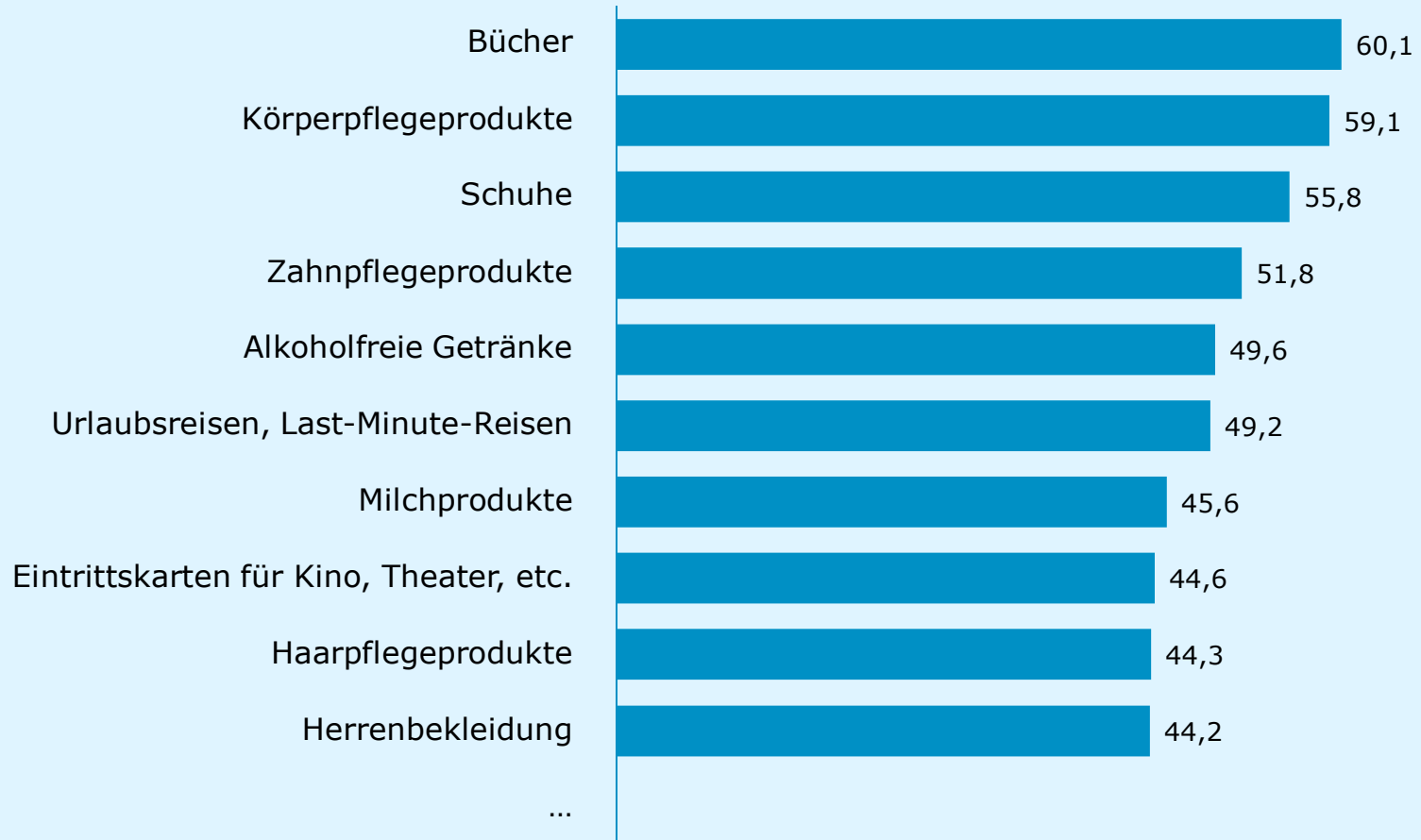
Top-Themen nach Geschlecht



Top-Themen nach Alter



Generelles Produkt-Interesse: Top 10

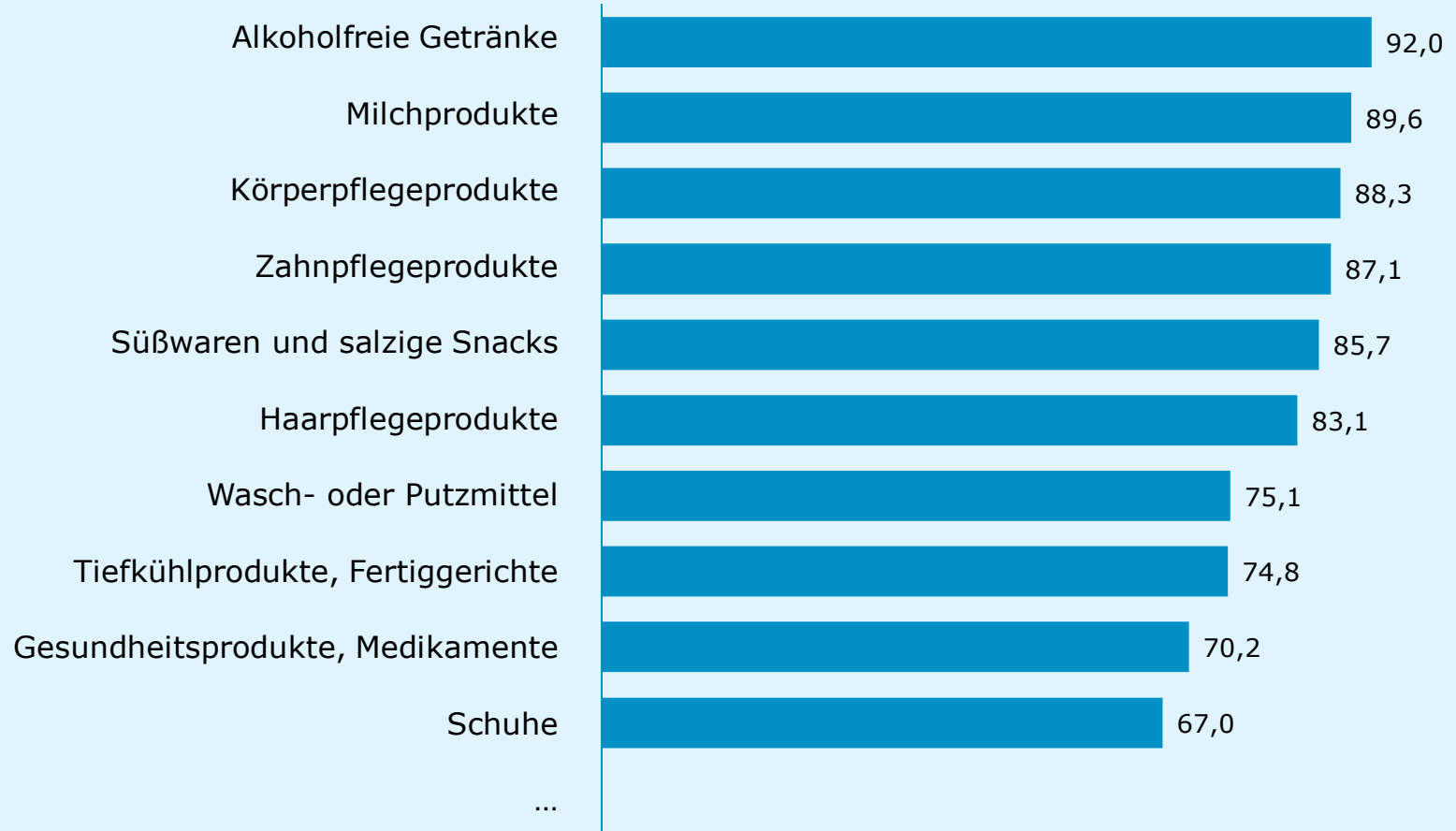


Basis: 101.343 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent /
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2013-12

Kaufplanung für Produkte: Top 10

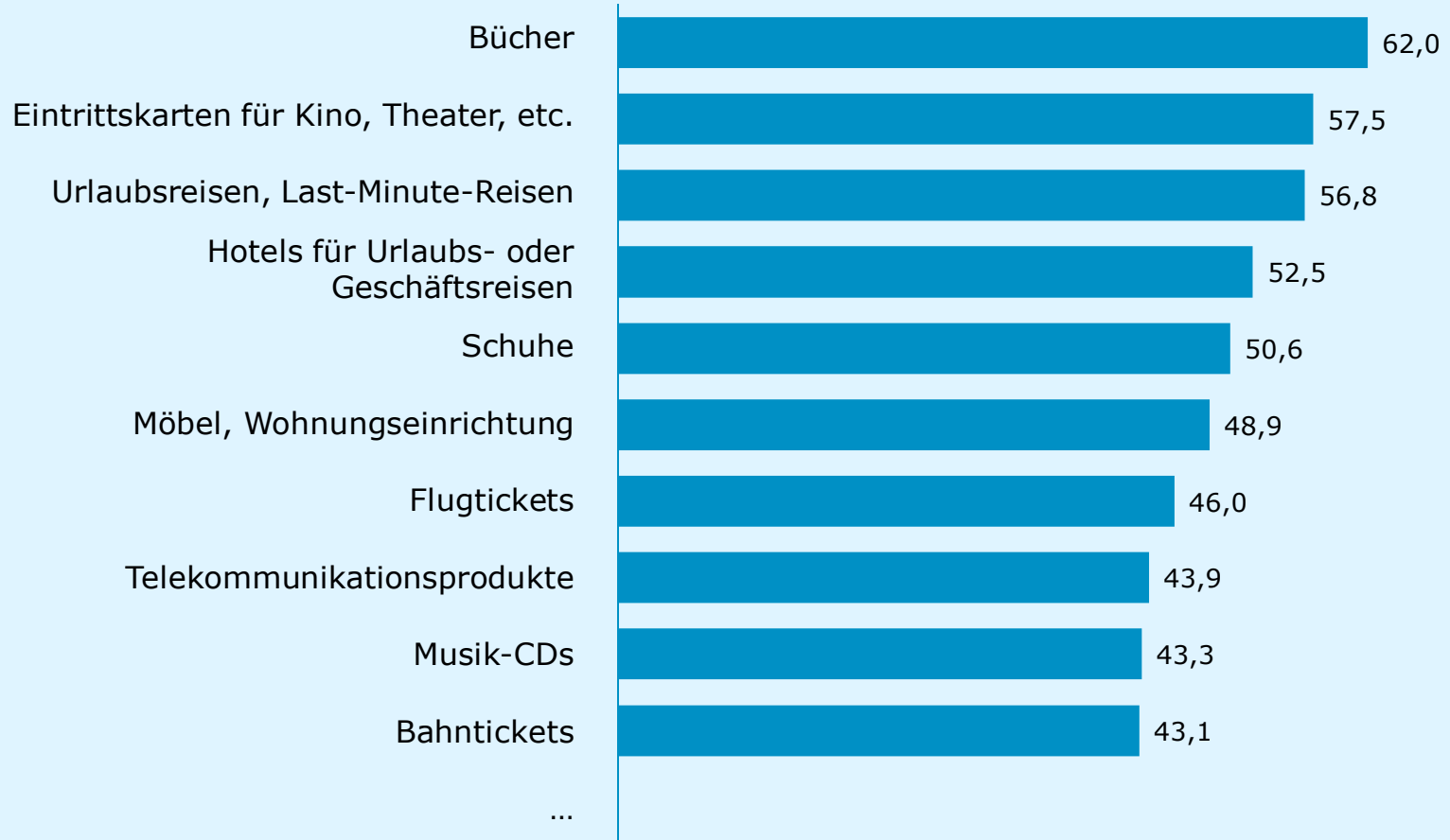


In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



Basis: 101.343 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 2013-12

Informationen im Internet gesucht: Top 10



Basis: 101.343 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 2013-12

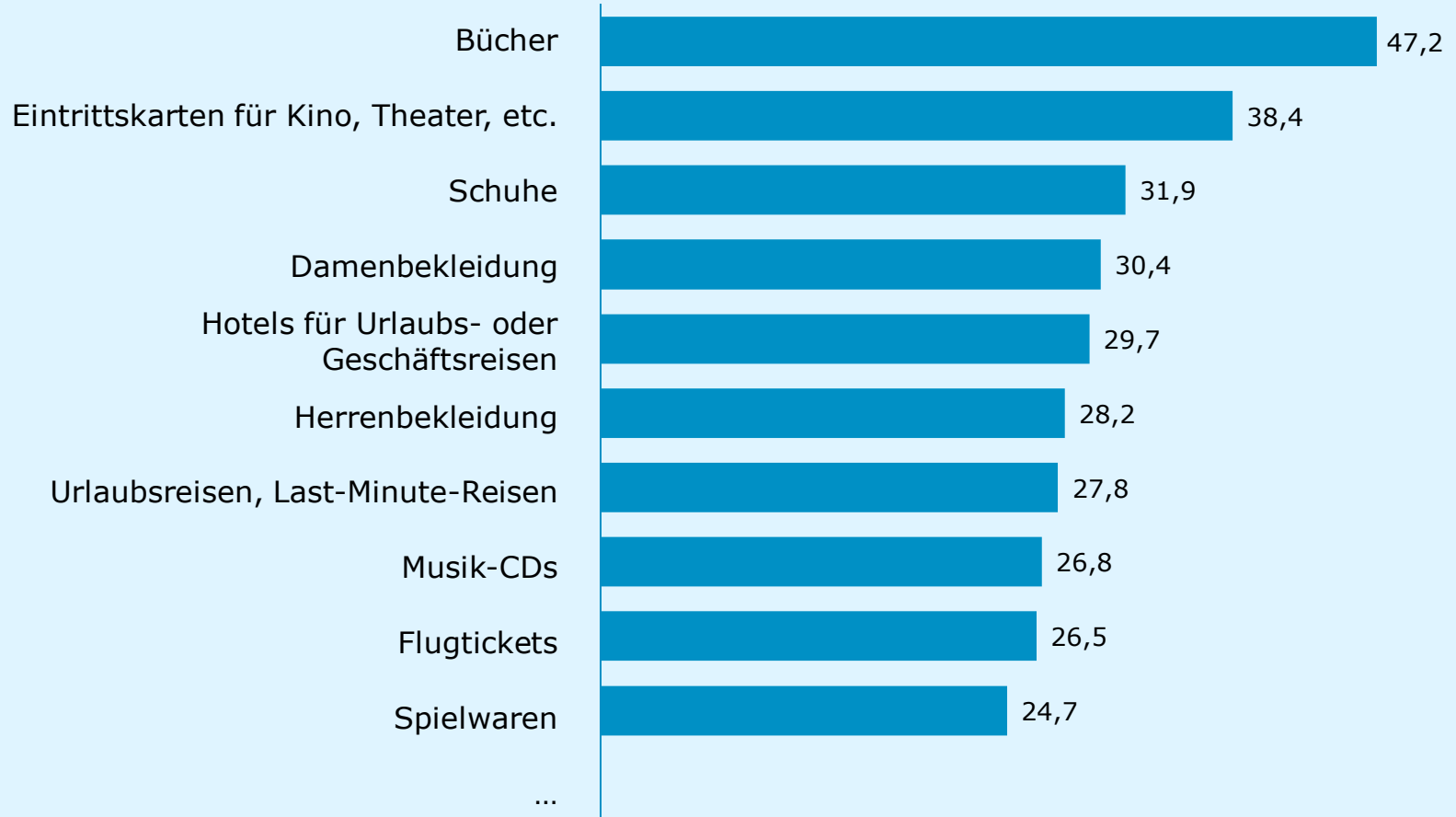
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	70,7	Bücher	63,3
Schuhe	68,4	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	58,8
Telekommunikationsprodukte	66,5	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	56,8
Filme auf DVDs, Videos, Blurays	62,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	54,0
Musik-CDs	60,6	Möbel, Wohnungseinrichtung	51,3
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	70,5	Bücher	58,6
Schuhe	67,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	55,9
Bücher	66,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	55,1
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	62,1	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	50,2
Möbel, Wohnungseinrichtung	59,3	Flugtickets	44,9
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	69,1	Bücher	52,1
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	63,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	50,6
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	62,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	49,6
Schuhe	60,1	Bahntickets	38,9
Möbel, Wohnungseinrichtung	58,9	Flugtickets	36,7

Basis: 101.343 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 2013-12

Produkte im Internet gekauft: Top 10



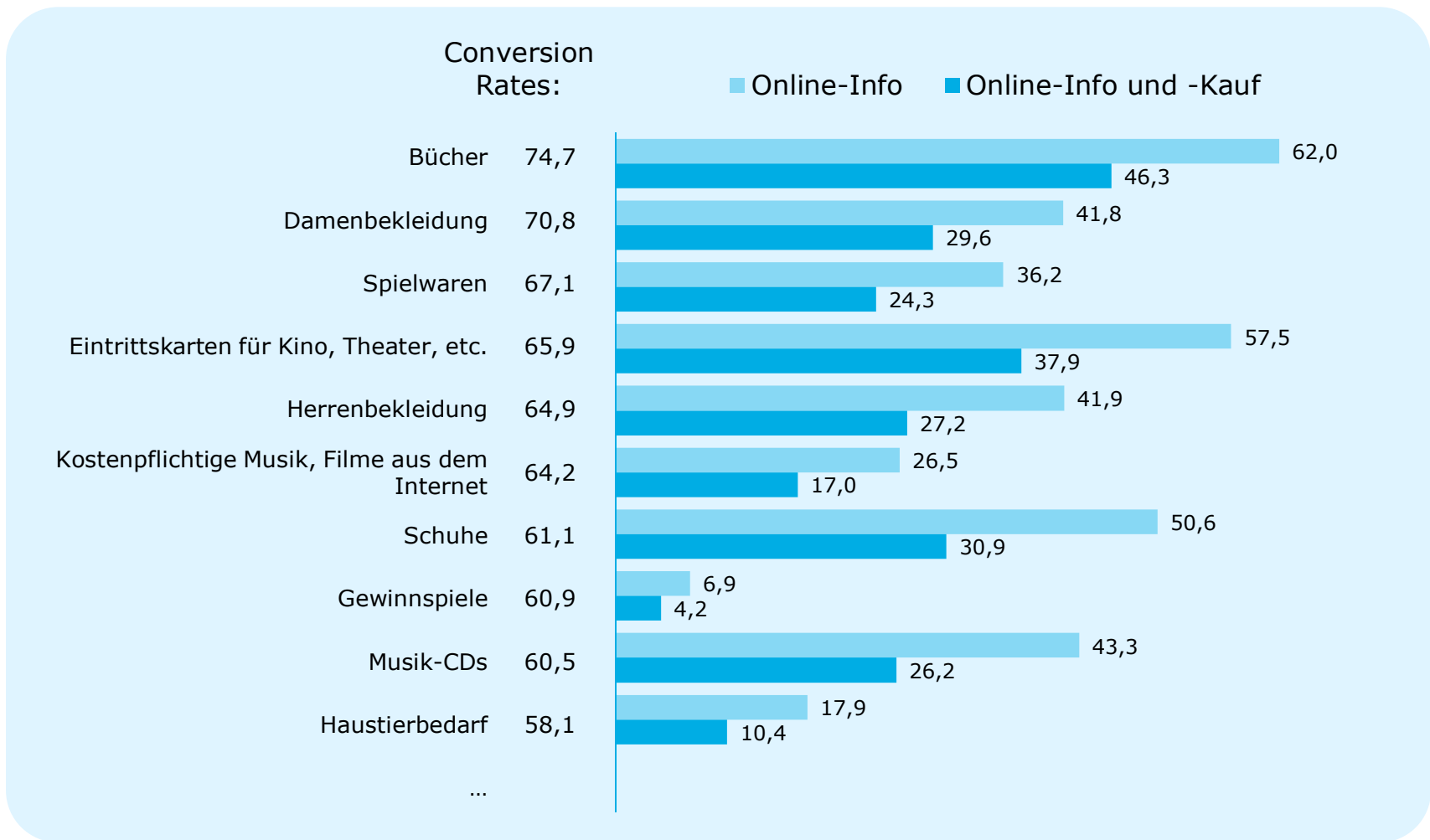
Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	40,6	Bücher	49,5
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	38,6	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	39,6
Bücher	38,0	Damenbekleidung	32,8
Kostenpflichtige Musik, Filme aus dem Internet	29,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	32,4
Filme auf DVDs, Videos, Blurays	28,5	Herrenbekleidung	30,6
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	51,5	Bücher	44,1
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	47,8	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	33,4
Schuhe	45,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	33,4
Herrenbekleidung	35,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	28,9
Damenbekleidung	34,1	Damenbekleidung	27,5
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	55,9	Bücher	37,7
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	42,7	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,4
Schuhe	39,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	26,3
Spielwaren	39,7	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	23,8
Damenbekleidung	38,1	Bahntickets	22,1

Basis: 101.343 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 2013-12

Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



Basis: 101.343 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 2013-12



Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im Dezember 2013



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	64,7	35,64
Axel Springer Media Impact	2	59,5	32,79
Ströer Digital	3	56,8	31,28
United Internet Media	4	52,7	29,03
TOMORROW FOCUS MEDIA	5	50,6	27,88
SevenOne Media	6	49,5	27,28
eBay Advertising Group Deutschland	7	49,2	27,10
IP Deutschland	8	48,2	26,54
OMS	9	45,3	24,94
G+J Electronic Media Sales	10	42,2	23,22
iq digital	11	32,9	18,11
ad pepper media	12	32,3	17,79
Yahoo! Deutschland	13	27,8	15,32
Hi-Media Deutschland	14	27,6	15,18
SPIEGEL QC	15	26,3	14,48
Glam Media	16	20,9	11,52
netpoint media	17	19,8	10,92
MAIRDUMONT MEDIA	18	18,0	9,94
BAUER MEDIA	19	16,6	9,14
Unister Media	20	15,5	8,56

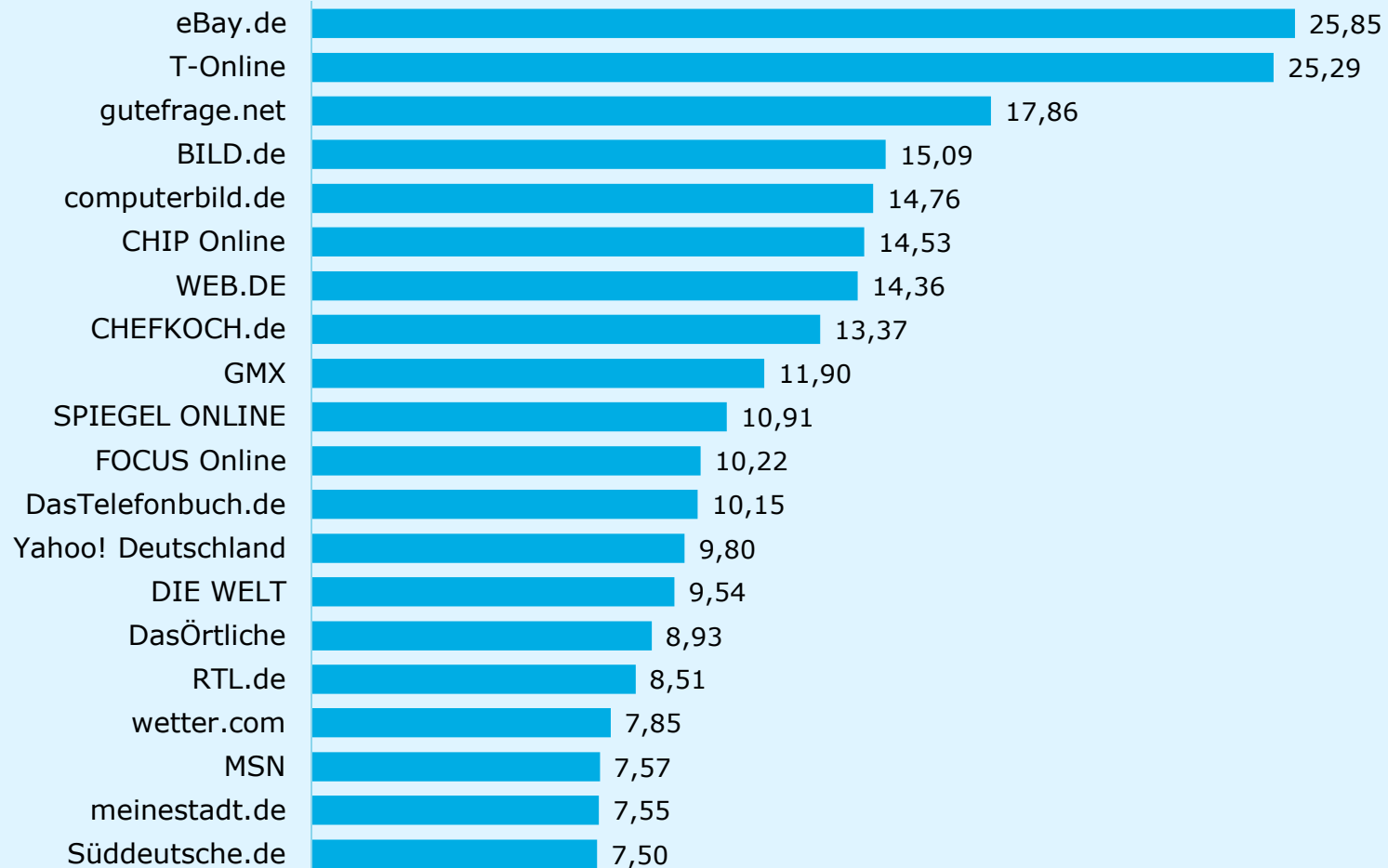
Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	37,5	20,67
Axel Springer Media Impact	2	31,1	17,11
United Internet Media	3	30,2	16,63
Ströer Digital	4	29,5	16,25
eBay Advertising Group Deutschland	5	27,0	14,89
SevenOne Media	6	25,1	13,84
TOMORROW FOCUS MEDIA	7	23,5	12,93
IP Deutschland	8	22,5	12,42
OMS	9	21,6	11,91
G+J Electronic Media Sales	10	17,7	9,76
iq digital	11	14,0	7,73
Yahoo! Deutschland	12	13,0	7,17
ad pepper media	13	12,0	6,61
SPIEGEL QC	14	11,9	6,56
Hi-Media Deutschland	15	10,5	5,80
Microsoft Advertising	16	7,4	4,08
Glam Media	17	7,2	3,94
netpoint media	18	7,0	3,85
MAIRDUMONT MEDIA	19	5,5	3,05
BAUER MEDIA	20	5,3	2,91

Basis: 106.770 Fälle (Internetnutzer ab 10 Jahre letzte 3 Monate) / Angaben für eine durchschnittliche Woche im Untersuchungszeitraum Oktober 2013 bis Dezember 2013 / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2013-12

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im Dezember 2013



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

