

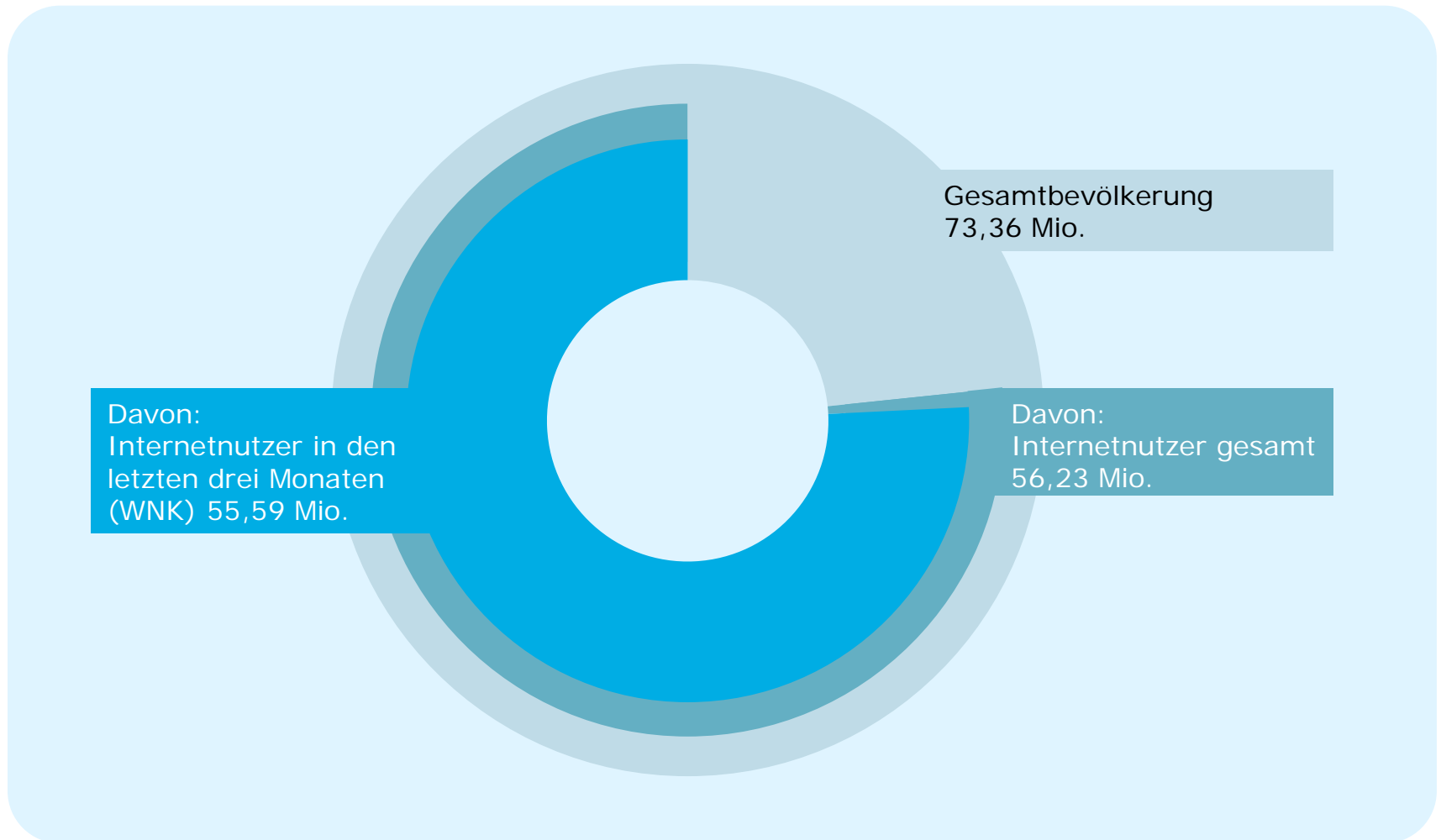


internet facts 2014-02

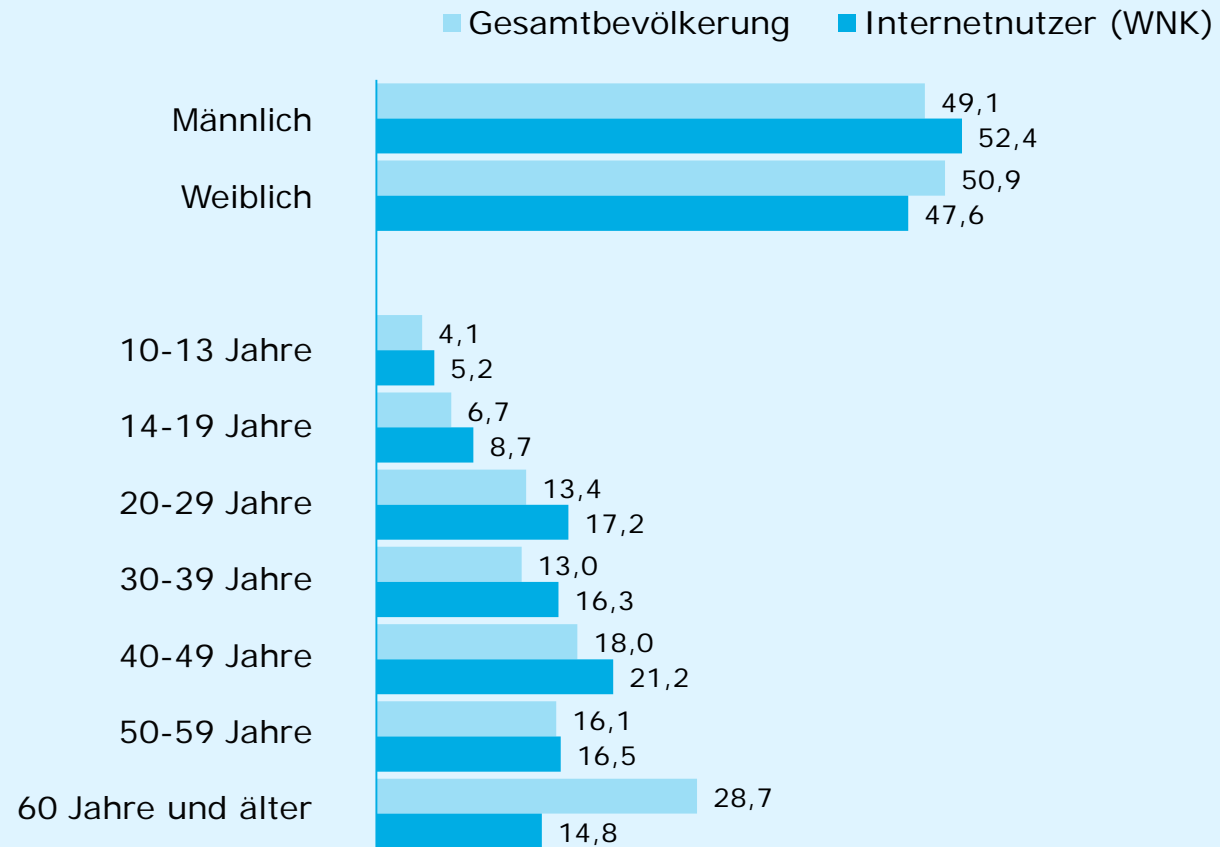
AGOF e. V. April 2014



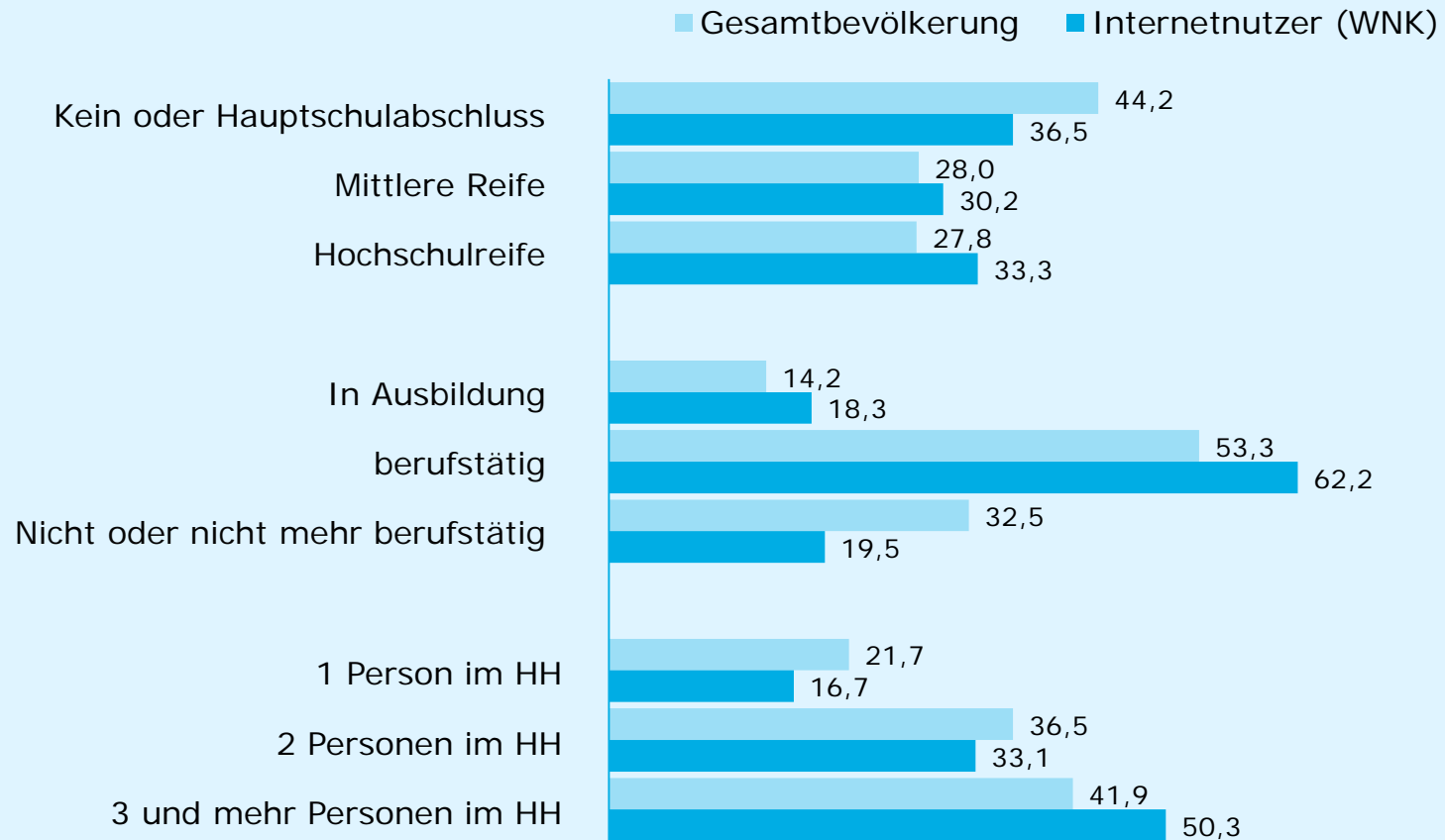
Grafiken zur Internetnutzung



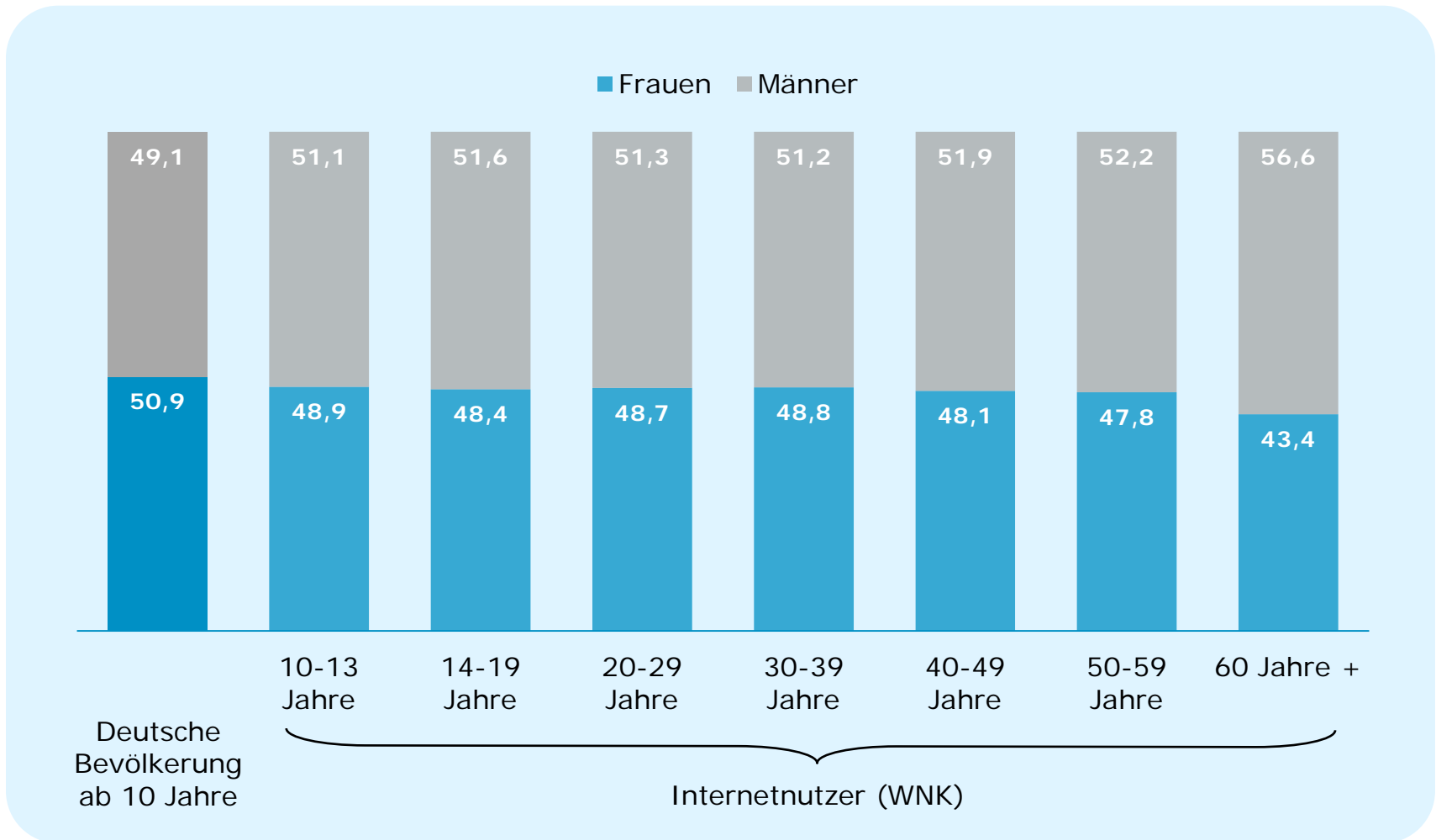
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



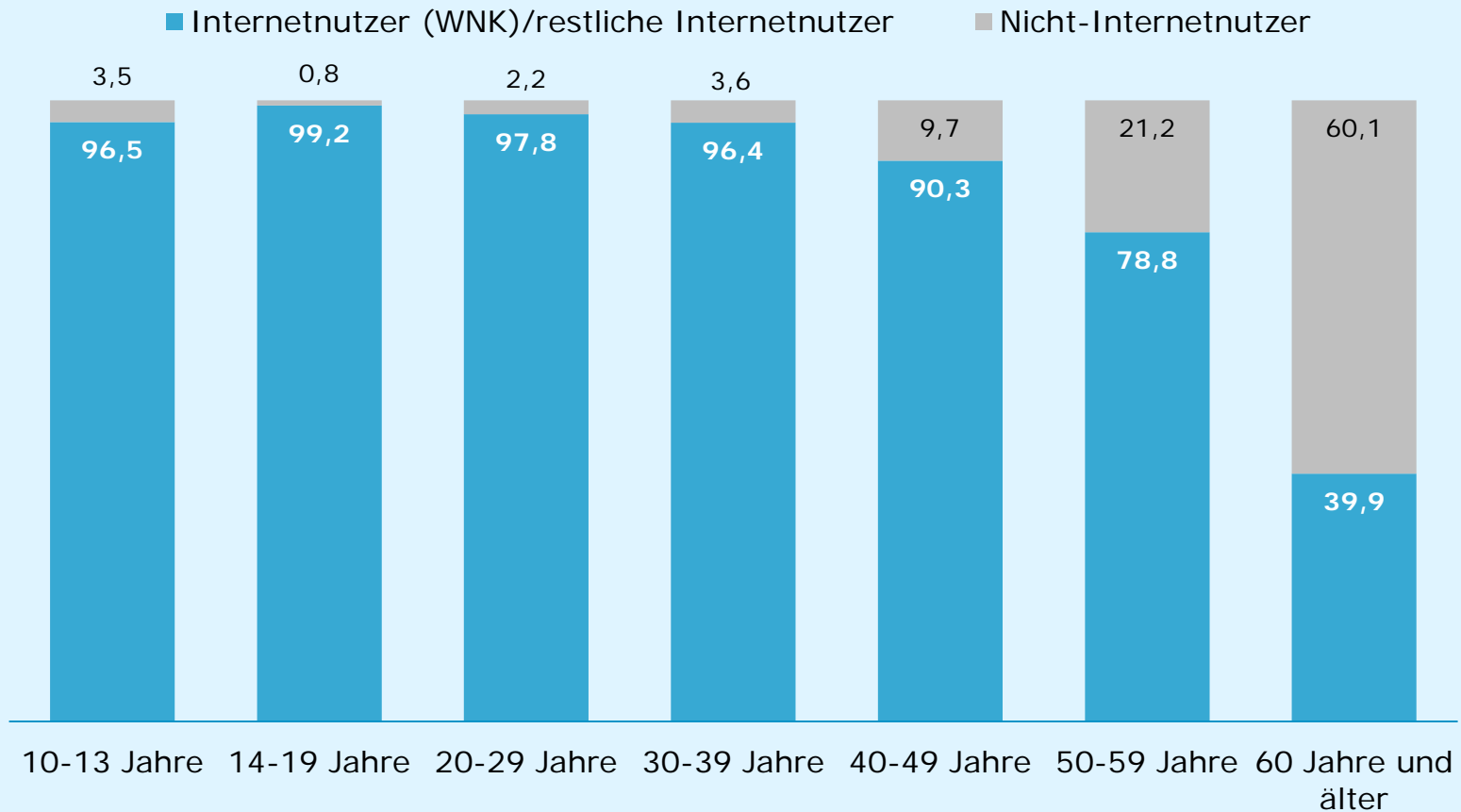
Soziodemografie: Bildung, Tätigkeit, Personen im Haushalt



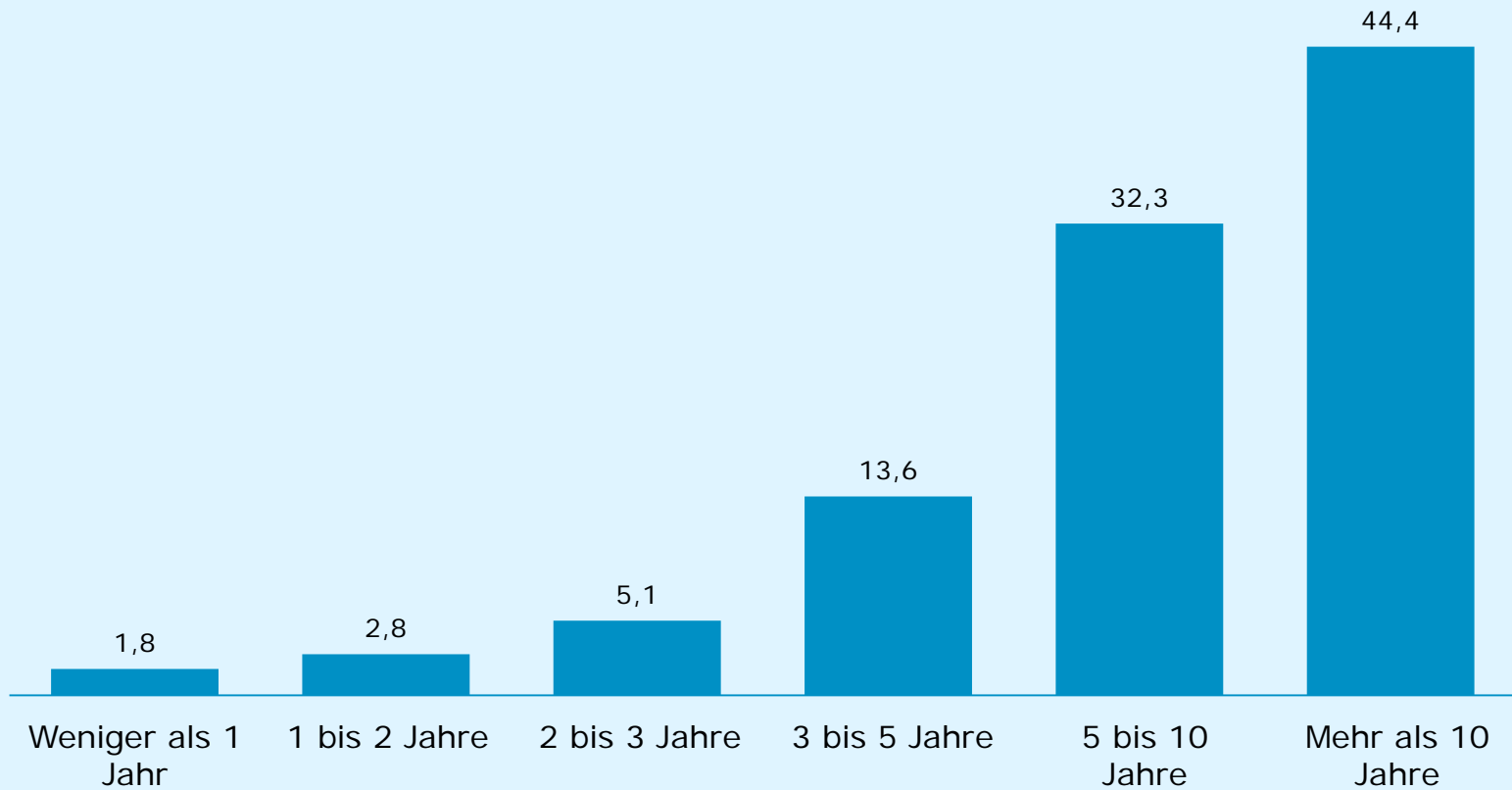
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



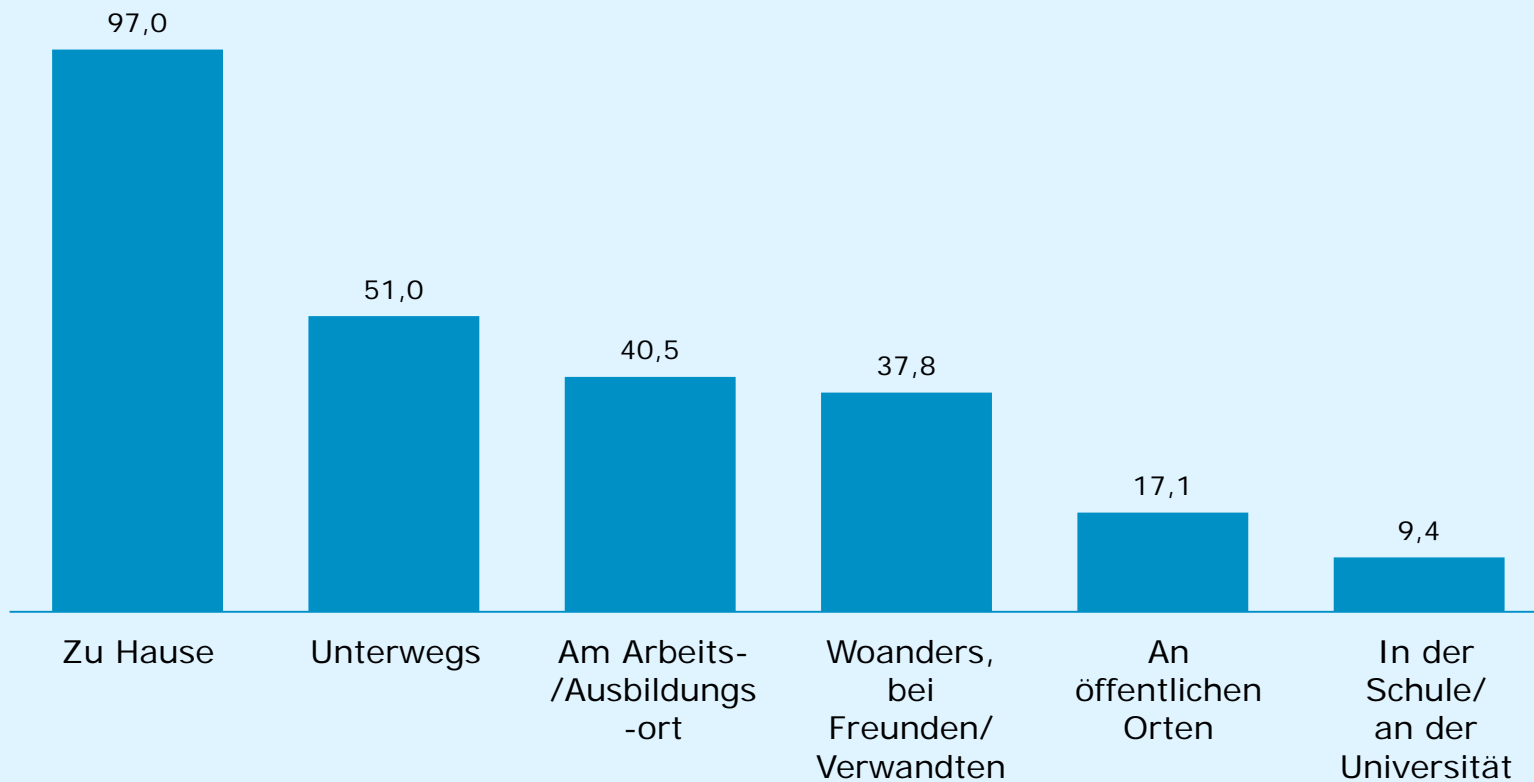
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

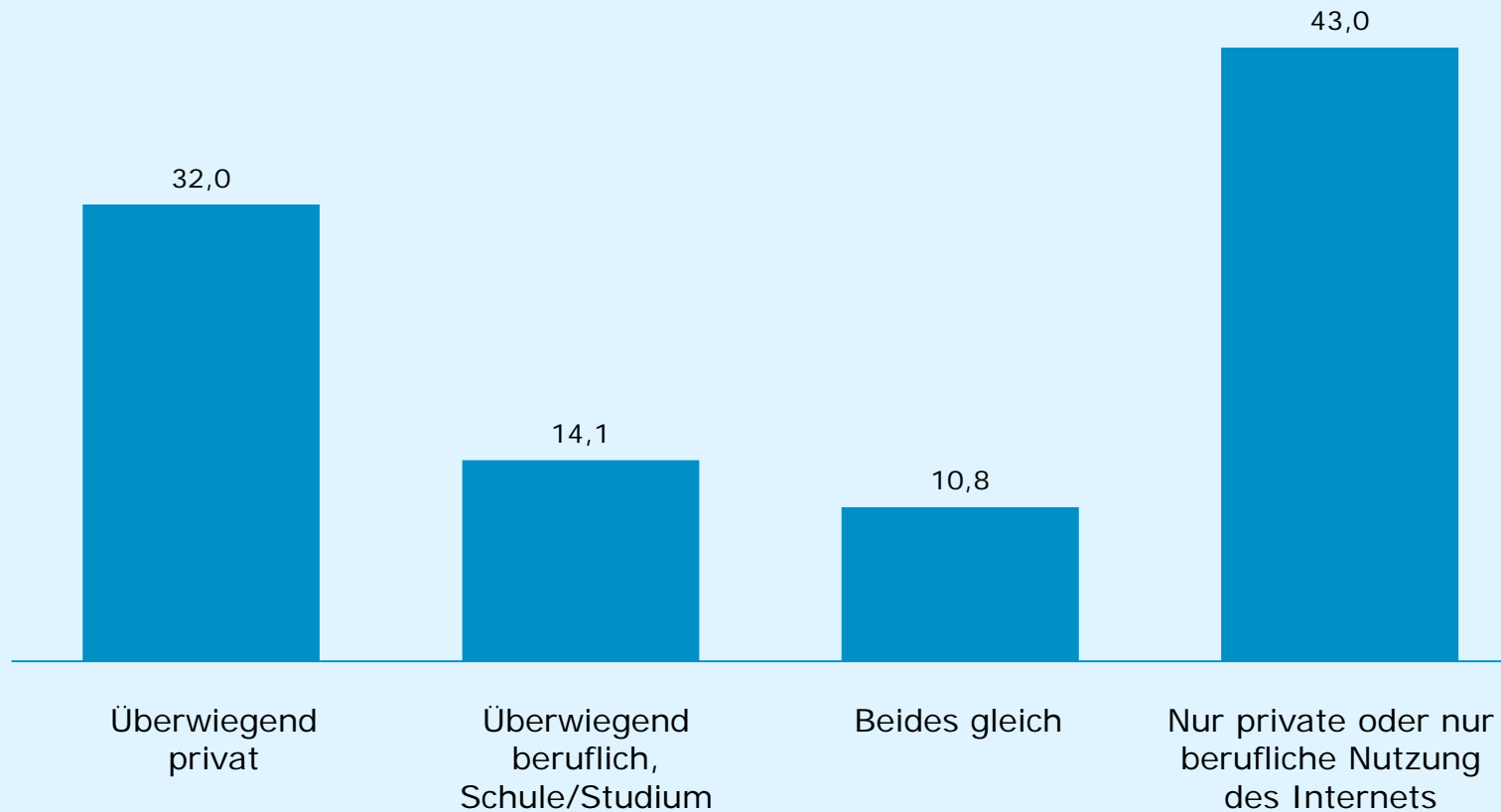


Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate)

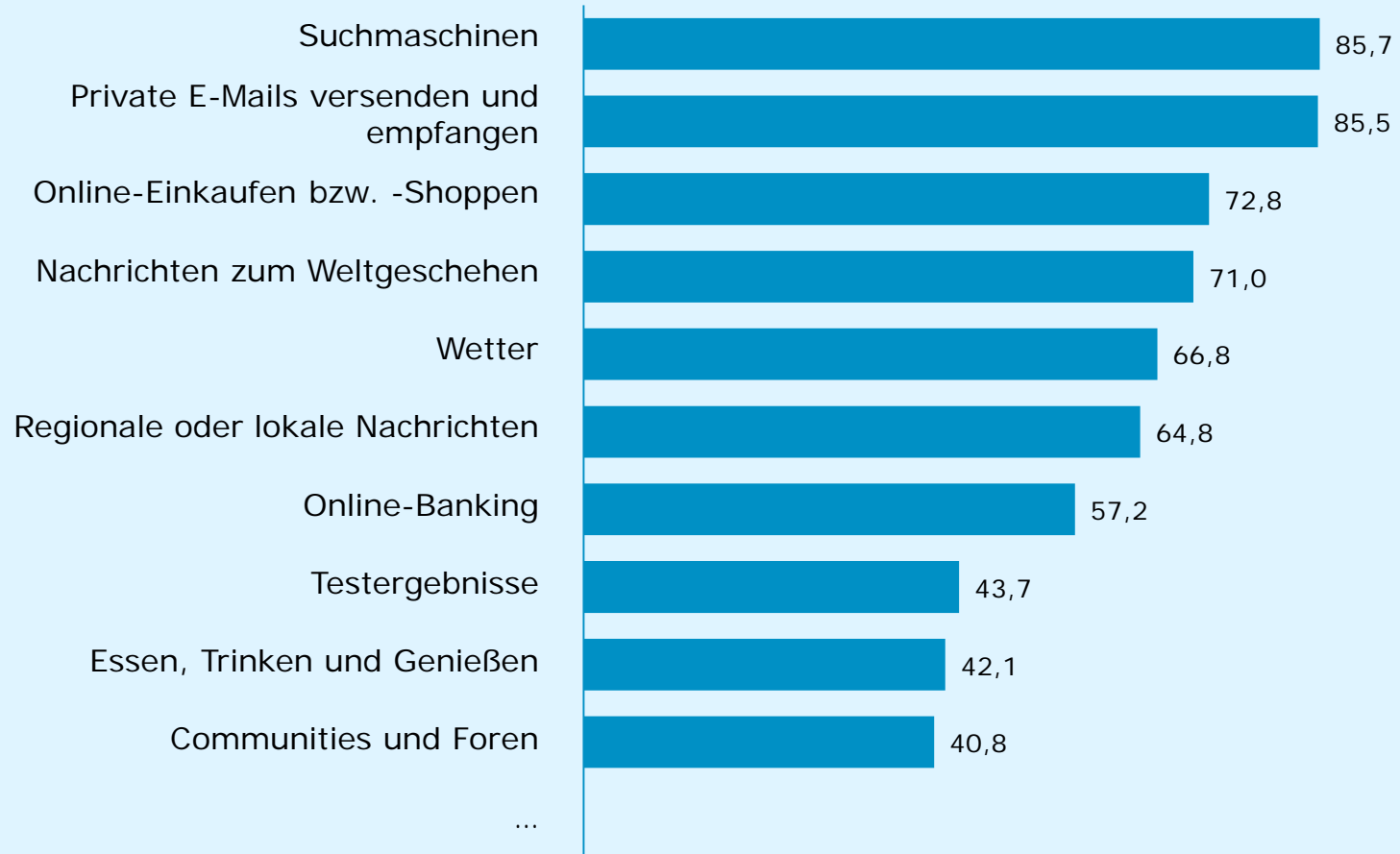
„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-02

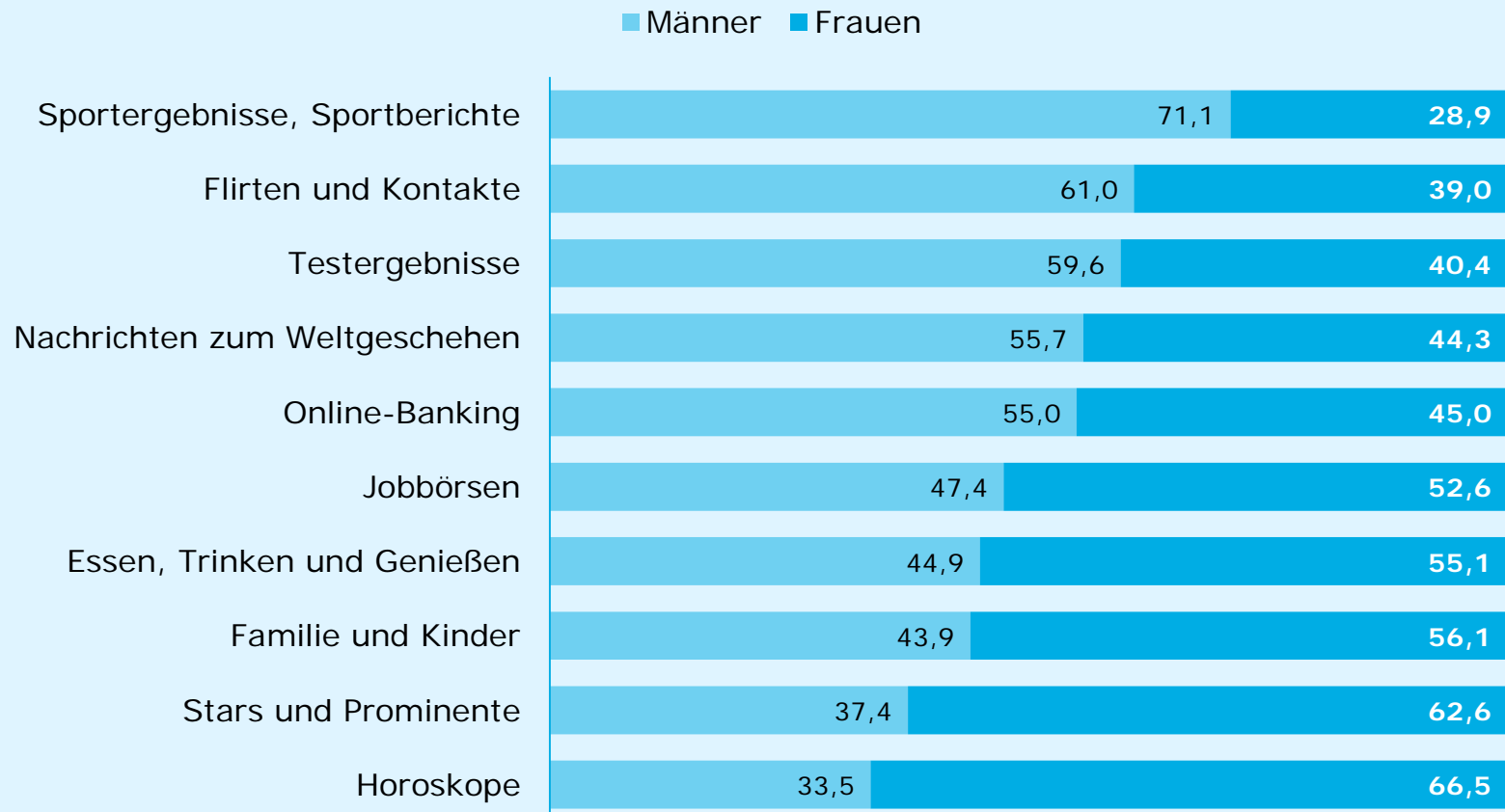
Schwerpunkt der Internetnutzung



Thematische Schwerpunkte: Top 10



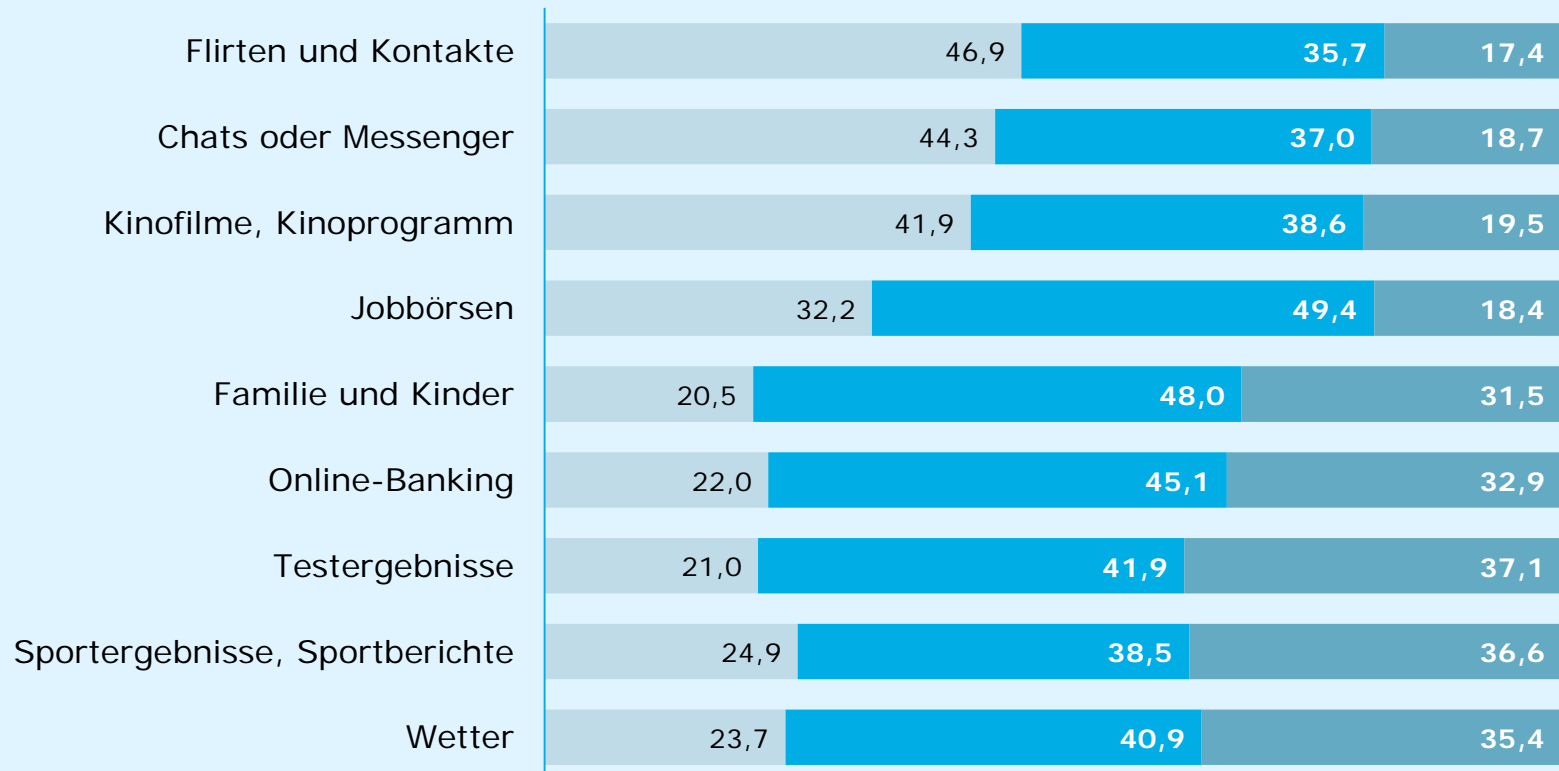
Top-Themen nach Geschlecht



Top-Themen nach Alter

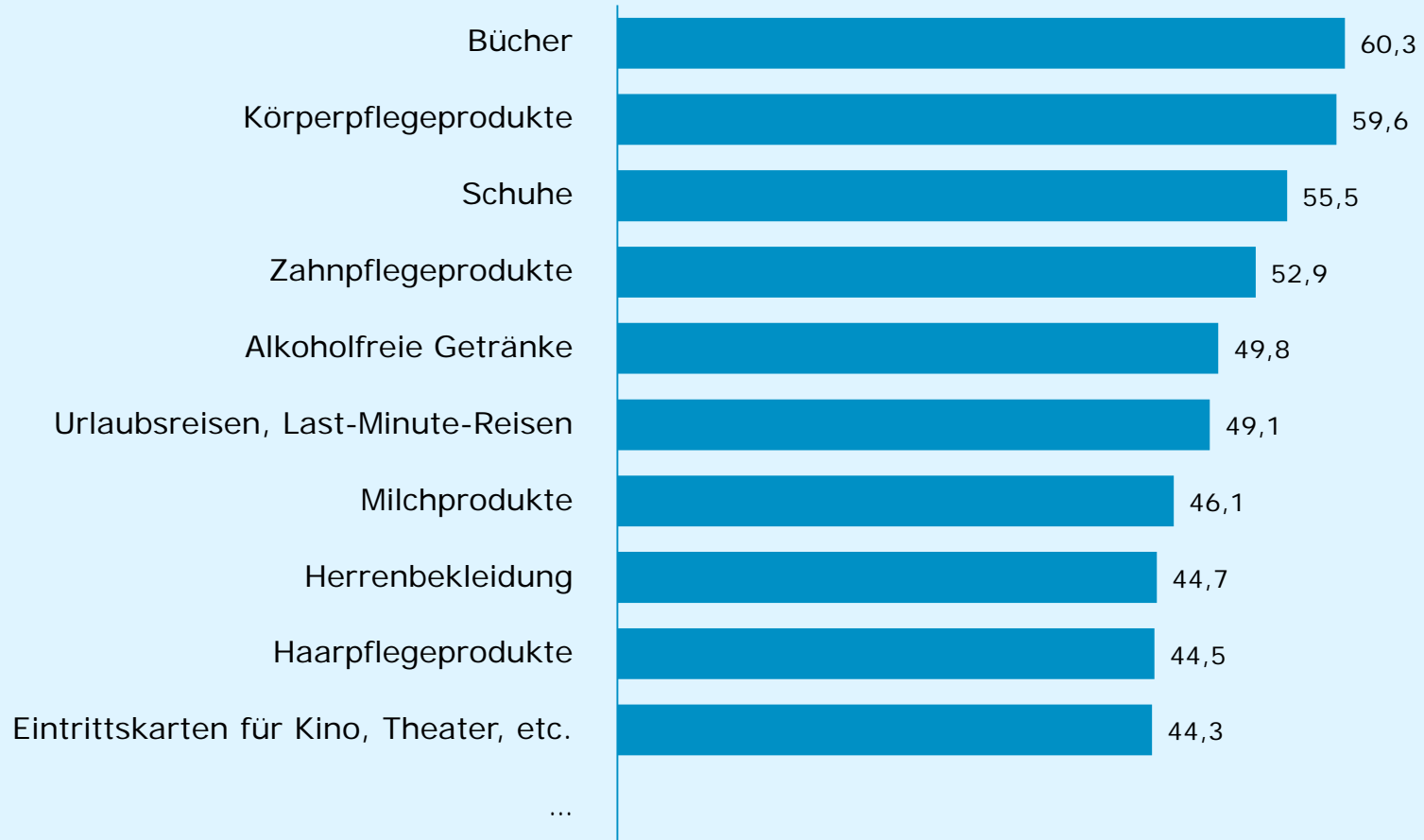


■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50 Jahre und älter

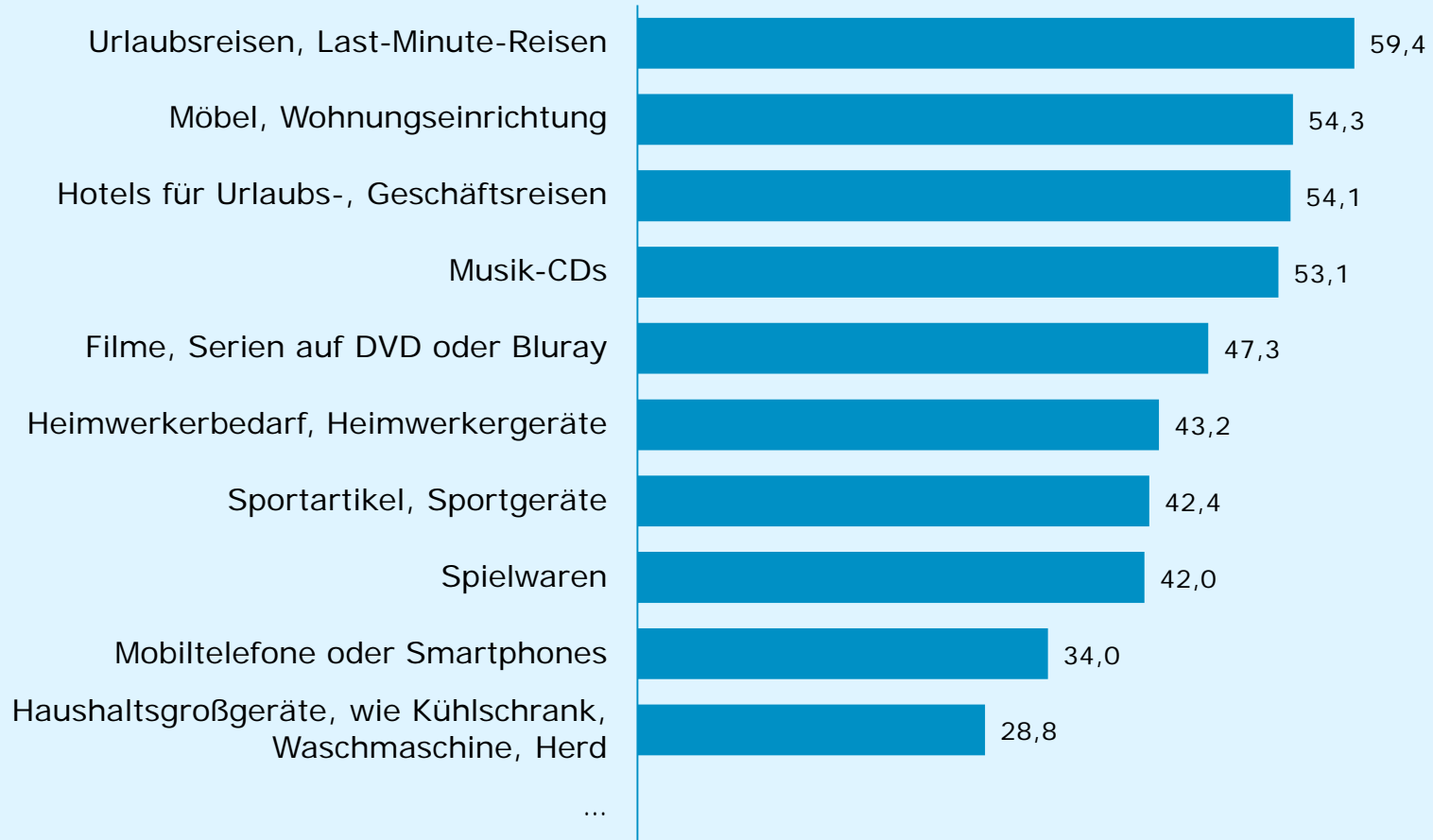


Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 3 Themen pro Gruppe / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-02

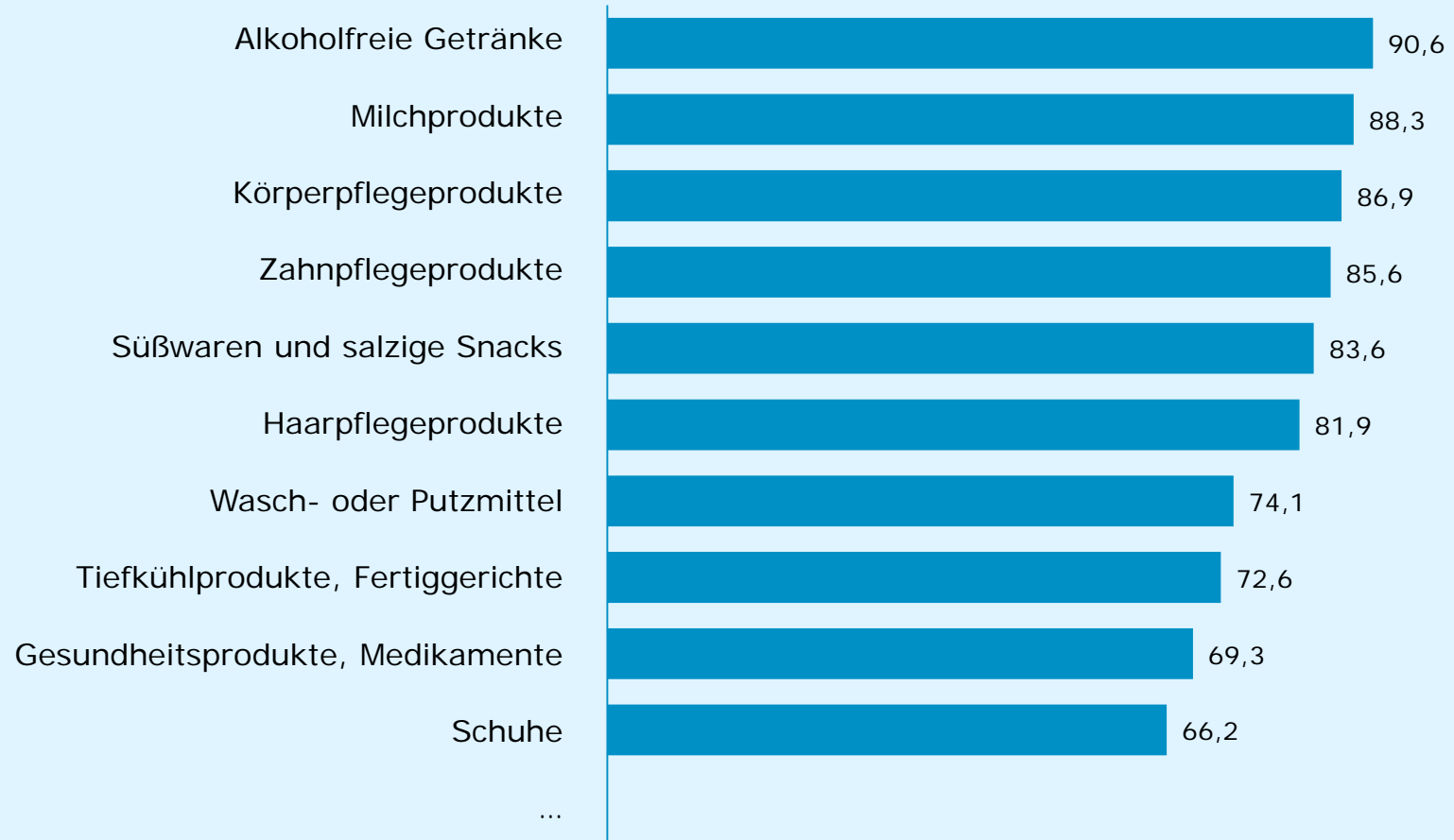
Generelles Produkt-Interesse: Top 10



Kaufplanung für Produkte: Top 10

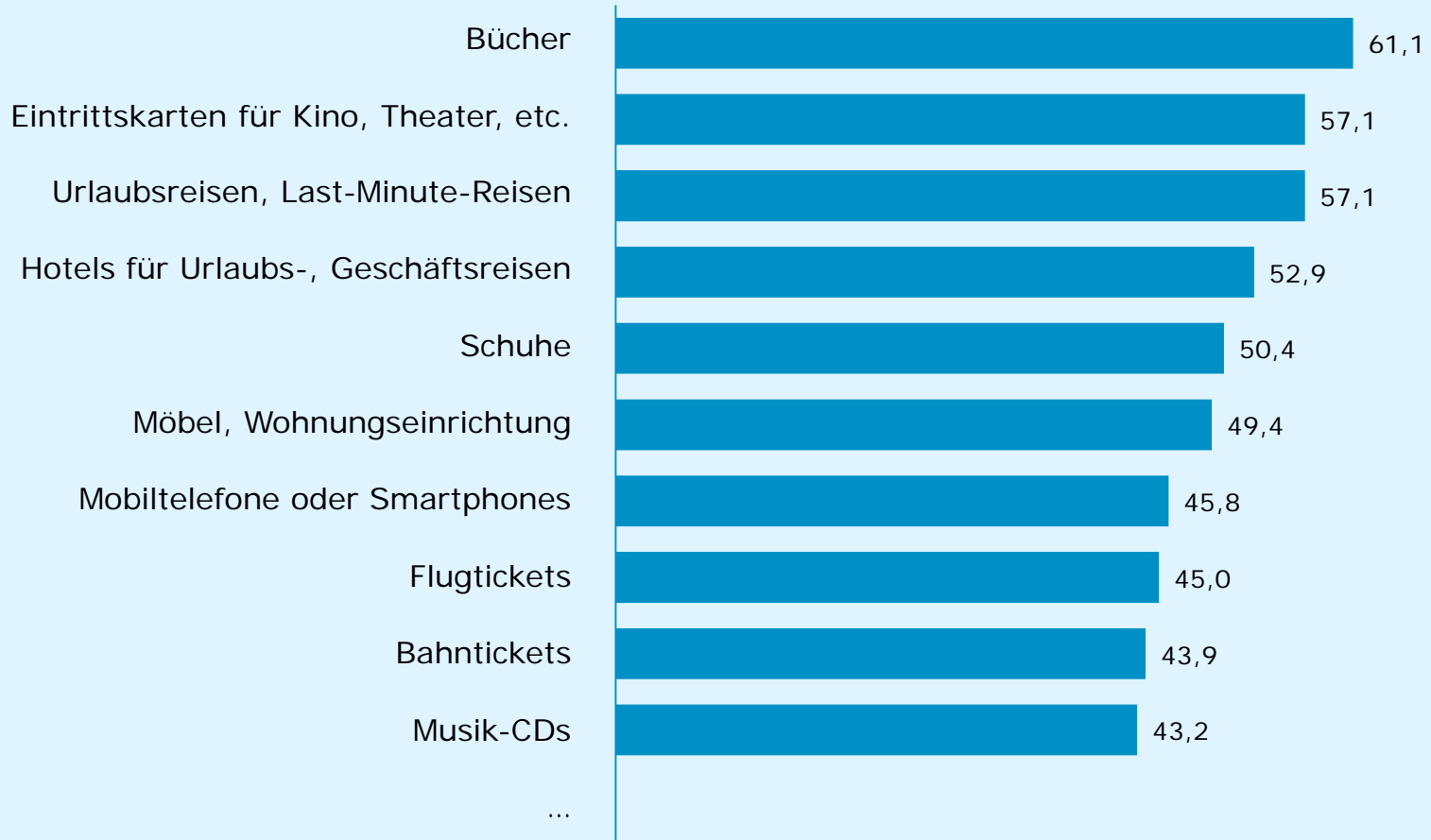


In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



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 2014-02

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 2014-02

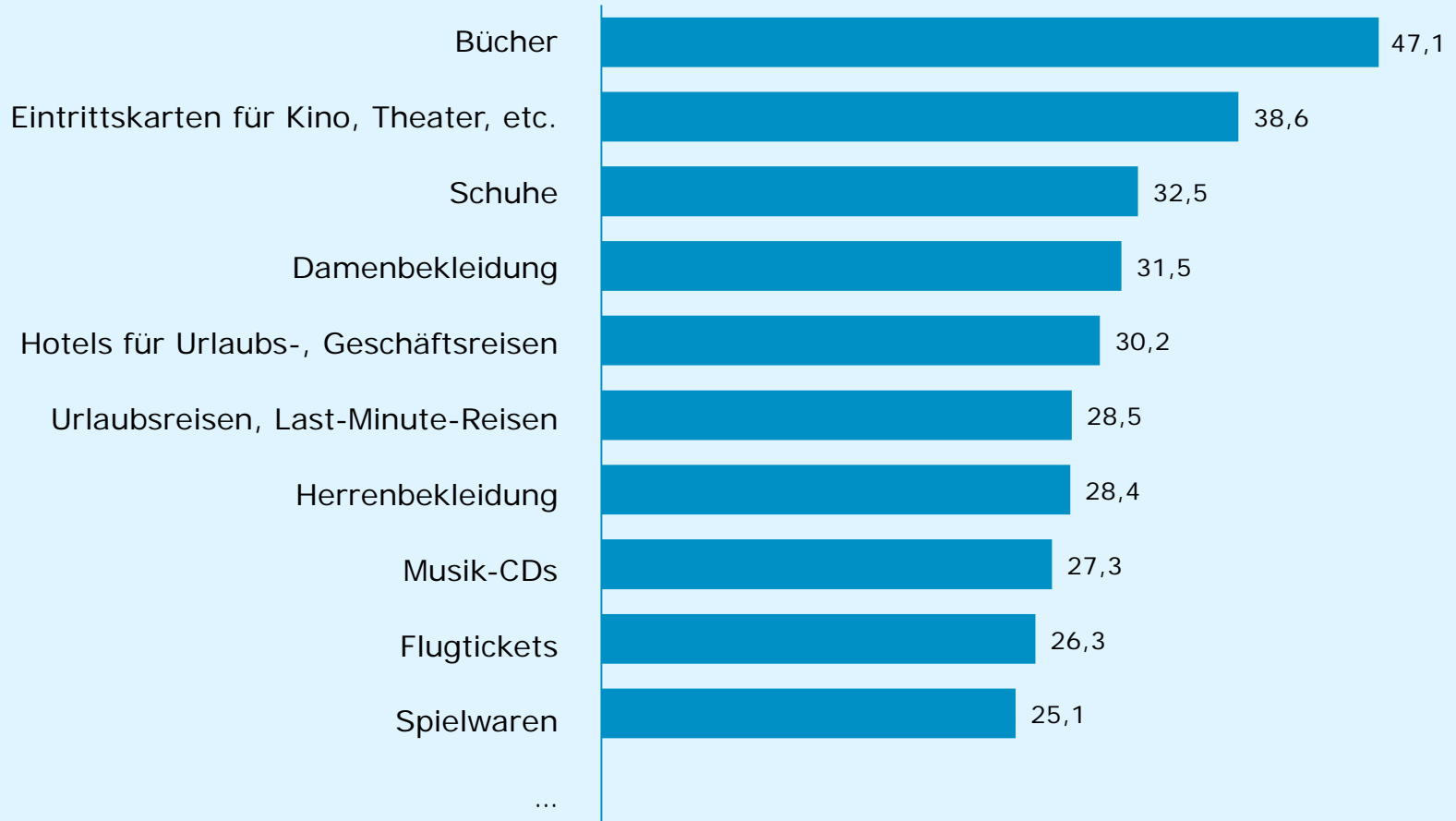
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	69,5	Bücher	63,9
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	69,4	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	60,4
Mobiltelefone oder Smartphones	67,3	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	57,5
Filme, Serien auf DVD, Bluray	59,4	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	55,3
Bücher	58,1	Möbel, Wohnungseinrichtung	52,4
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	69,2	Bücher	58,1
Schuhe	66,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	56,0
Bücher	64,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,7
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	61,2	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	49,3
Möbel, Wohnungseinrichtung	59,2	Möbel, Wohnungseinrichtung	43,3
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	67,7	Bücher	51,2
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	63,9	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	48,9
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	63,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	48,9
Möbel, Wohnungseinrichtung	60,9	Bahntickets	39,3
Schuhe	59,3	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,5

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 2014-02

Produkte im Internet gekauft: Top 10



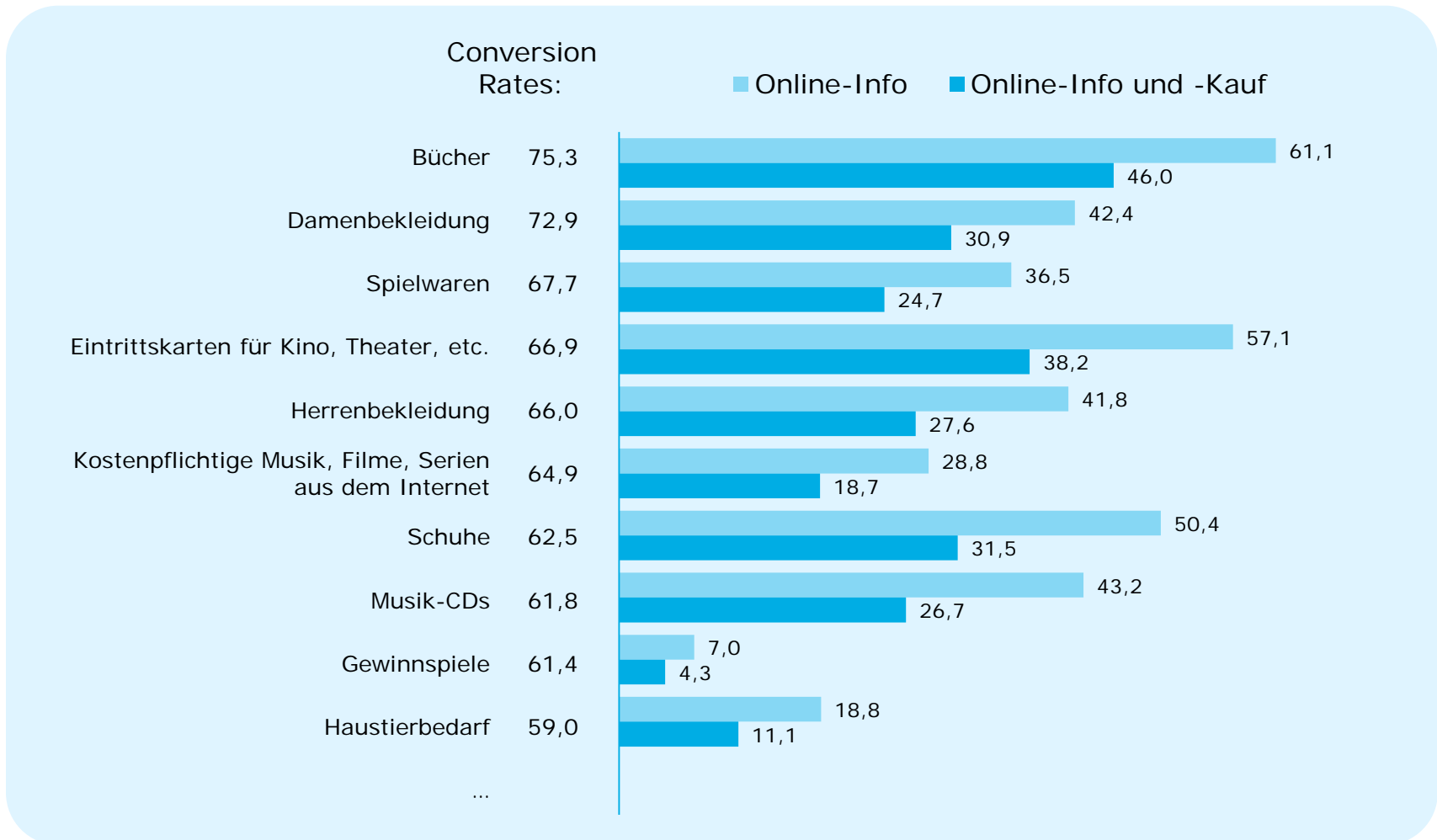
Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	42,1	Bücher	51,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	39,4	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	40,3
Bücher	38,4	Damenbekleidung	35,2
Musik-CDs	30,7	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	32,9
Kostenpfl. Musik, Filme, Serien aus dem Internet	29,3	Schuhe	31,7
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	51,4	Bücher	43,2
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	48,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	33,3
Schuhe	45,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	32,9
Damenbekleidung	35,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	28,9
Herrenbekleidung	34,4	Damenbekleidung	28,1
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	55,3	Bücher	36,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,7
Spielwaren	42,3	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,0
Schuhe	40,0	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	24,3
Damenbekleidung	39,0	Bahntickets	22,9

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 2014-02

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 2014-02



Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im Februar 2014



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	64,4	35,78
Axel Springer Media Impact	2	59,5	33,05
Ströer Digital	3	53,0	29,45
United Internet Media	4	51,7	28,75
TOMORROW FOCUS MEDIA	5	50,7	28,20
SevenOne Media	6	49,2	27,34
eBay Advertising Group Deutschland	7	48,0	26,66
IP Deutschland	8	47,5	26,40
OMS	9	44,8	24,88
G+J Electronic Media Sales	10	40,1	22,32
iq digital	11	33,4	18,58
ad pepper media	12	31,8	17,69
Yahoo Deutschland	13	26,8	14,92
SPIEGEL QC	14	26,2	14,54
HiMedia Deutschland	15	20,1	11,18
MAIRDUMONT MEDIA	16	18,8	10,46
Glam Media	17	18,4	10,21
netpoint media	18	17,2	9,56
Urban Media	19	16,7	9,28
Unister Media	20	15,9	8,85

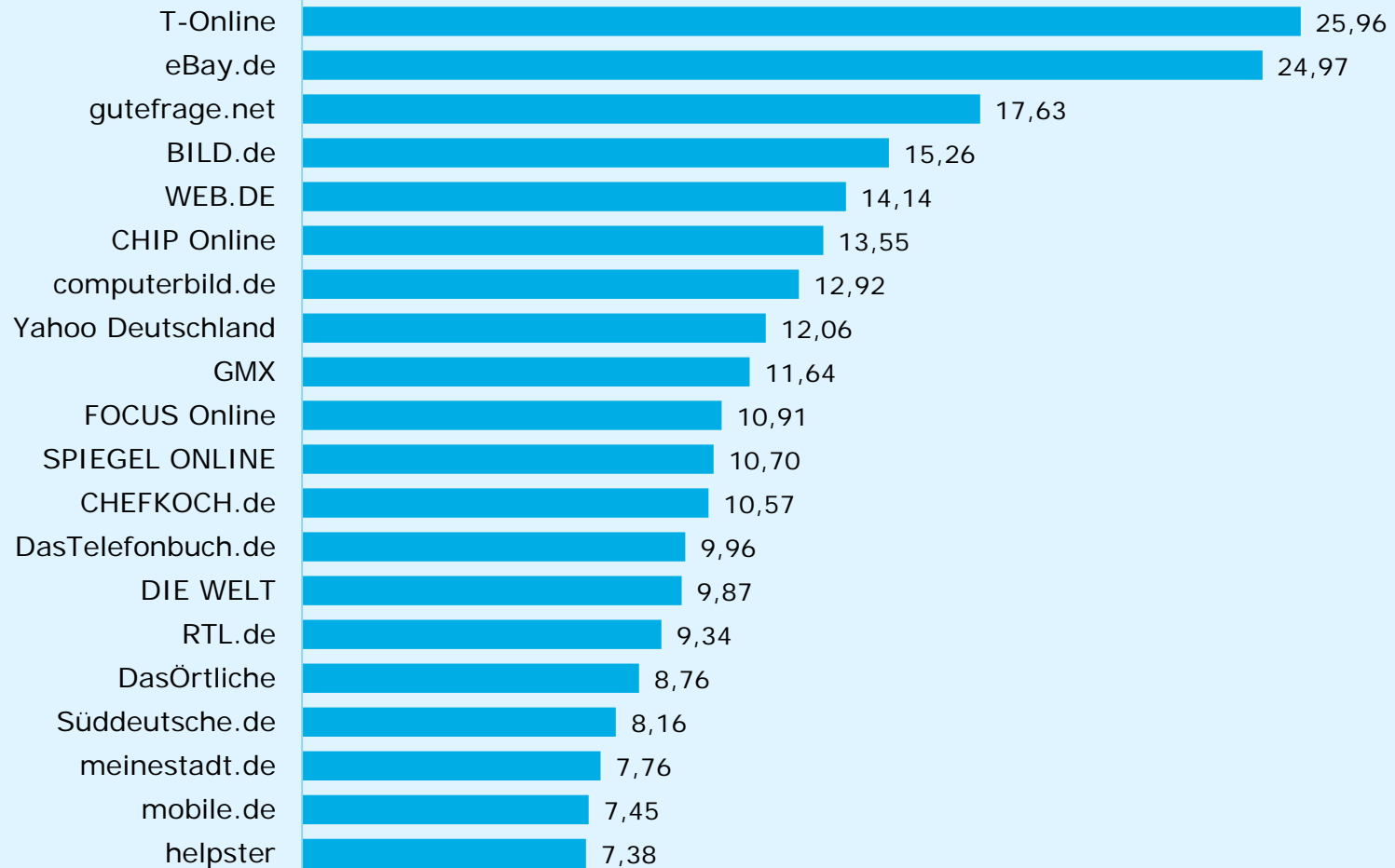
Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	37,4	20,80
Axel Springer Media Impact	2	32,7	18,19
United Internet Media	3	30,5	16,96
Ströer Digital	4	27,4	15,22
eBay Advertising Group Deutschland	5	26,5	14,72
TOMORROW FOCUS MEDIA	6	25,0	13,89
SevenOne Media	7	24,7	13,75
IP Deutschland	8	23,0	12,80
OMS	9	21,8	12,11
G+J Electronic Media Sales	10	18,1	10,09
iq digital	11	14,5	8,05
SPIEGEL QC	12	12,0	6,69
Yahoo Deutschland	13	11,7	6,52
ad pepper media	13	11,7	6,52
HiMedia Deutschland	15	8,0	4,42
Microsoft Advertising	16	7,5	4,19
Glam Media	17	6,8	3,78
MAIRDUMONT MEDIA	18	6,1	3,41
netpoint media	19	6,1	3,37
Urban Media	20	5,9	3,28

Basis: 106.677 Fälle (Internetnutzer ab 10 Jahre letzte 3 Monate) / Angaben für eine durchschnittliche Woche im Untersuchungszeitraum Dezember 2013 bis Februar 2014 / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-02

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im Februar 2014



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

