

Frankfurt, 30. September 2014

Pressemitteilung

News aus dem digitalen Spielzeug-Land

AGOF facts & figures für das dritte Quartal 2014: Online-Potenziale der Branchen „Spielwaren & Babybedarf“, „Bücher“, „Telekommunikation“ und „Versicherungen“

Wenn Hersteller von Spielwaren und Babybedarf ihre Zielgruppe suchen, werden sie im Netz garantiert fündig. Nach der aktuellen Sonderauswertung der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) zeigen 14,52 Millionen Nutzer des stationären und 12,73 Millionen Nutzer des mobilen Internets reges Interesse für Produkte dieses Segments. Und es wird keineswegs nur recherchiert. 13,26 Millionen kaufen Spielzeug auch online – rund 1,5 Millionen mehr als noch vor zwei Jahren. Potenzielle Kunden von Baby-Artikeln wiederum sind via Smartphone besonders effizient adressierbar: 4,84 Millionen Produkt-Affine surfen regelmäßig mobil durchs Web, am heimischen PC sind es „nur“ 4,23 Millionen.

Dass der Kundenkreis für Spielwaren und Babybedarf interaktiv und mobil ist, wundert wenig, wenn man einen Blick auf die Demografie wirft: Über die Hälfte der Kinderartikel-affinen User sind zwischen 30 und 49 Jahren alt und mehr als zwei Drittel sind berufstätig. Zeit ist für diese Zielgruppe also ein wertvolles Gut, weshalb sich immer mehr Mamas und Papas in Sachen Spielzeug und Babybedarf im Internet schlau machen oder digital auf Einkaufstour gehen.

Nicht weniger aufschlussreich sind die drei weiteren Publikationen der Reihe „facts & figures“, die die AGOF heute veröffentlicht hat. So belegt der Bericht „Telekommunikation“ beispielsweise, dass sich mittlerweile auch in absoluten Zahlen mehr Interessenten für Smartphones (nämlich 20,82 Mio.) und Handytarife (14,93 Mio.) über das mobile Internet ansprechen lassen als über das stationäre. Fast 15 Millionen User informieren sich via PC regelmäßig über das Thema „Versicherungen“, über internetfähige Handys sind es immerhin schon 2,38 Millionen. Gleichsam bemerkenswert: Versicherungs-Unternehmen sind in Punkto Werbung deutlich interaktiver als viele andere Branchen: Sie investieren bereits 26 Prozent ihres Werbebudgets in Online-Kampagnen. Last but not least ein Blick in die AGOF facts & figures „Bücher“. Ob Roman oder Sachbuch, ob als gedruckte oder digitale Ausgabe – Bücher sind und bleiben Deutschlands liebster E-Commerce-Artikel. Rund 25 Millionen Onliner haben hierzulande ihren Lesestoff in den letzten 12 Monaten über das stationäre Internet geordert, via Smartphone gaben immerhin 7,17 Millionen ihre Bestellung auf. Werbetechnisch ist die Buchbranche allerdings nach wie vor kaum am Point of Sale aktiv: Gerade mal vier Prozent der Spendings flossen in Online-Kampagnen, mobil waren es knapp ein Prozent.

Lust auf weitere Zahlen und Fakten? Alle vier Ausgaben der AGOF facts & figures stehen ab sofort unter www.agof.de/branchenberichte-facts-figures als ausführliche Berichtsbände, inklusive Tabellen und Grafiken, zur Verfügung.

Basis für alle vier Ausgaben sind die Markt-Media-Studien internet facts und mobile facts der AGOF. Für die Online-Analyse wurde der Weitesten Nutzerkreis (WNK) der **internet facts 2014-06** herangezogen (52,71 Millionen deutschsprachige und in Deutschland wohnhafte Personen ab 14 Jahren, die das stationäre Internet von April bis Juni 2014 mindestens einmal genutzt haben). Die Mobile-Analyse basiert auf dem WNK der **mobile facts 2014-II** (34,06 Millionen deutschsprachige Personen ab 14 Jahren, die von April bis Juni 2014 mindestens einen Kontakt mit einer mobil-optimierten Webseite oder einer mobilen Applikation hatten).

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

Bei Rückfragen:

Katharina Böhm

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 069/264 888-318

Fax: 069/264 888-320

Mobil: 0151/126 713 88

Mail: katharina.boehm@agof.de