

Frankfurt, 15. Dezember 2016

Pressemitteilung

Beim Ausgehen sind sich alle Onliner einig, unabhängig vom Alter

Stärkste Zielgruppe im Internet bilden mit über 20 Millionen Deutschen die 30-49jährigen

Auch im Internet macht sich der demografische Wandel bemerkbar: Mit 97,9 Prozent sind fast alle 14-29jährigen online, bezüglich ihrer „zahlenmäßigen“ Größe ist die Altersgruppe jedoch das Schlusslicht. Führend sind die 30-49jährigen, von denen 20,17 Millionen (94,4%) aktuell im Netz unterwegs sind. Auf Platz zwei folgt die Generation 50 Jahre und älter. In dieser Altersklasse sind zwar nur 59,1 Prozent online, in absoluten Zahlen sind das aber 19,98 Millionen Deutsche. Alleine von den über 70jährigen sind fast 30 Prozent (29,1%) inzwischen im Netz anzutreffen. Im Gegensatz zu den Unterschieden bei der Größe der Altersklassen zeigen sich starke Gemeinsamkeiten bei der Nutzung nach Geschlecht: Das Verhältnis zwischen Männern und Frauen, die im Internet surfen, ist fast ausgeglichen, erst ab 50 Jahren geht die Schere weiter auseinander (53,2% Männer, 46,8% Frauen).

Was ihre Lieblings-Freizeitaktivität betrifft, sind sich die Onliner unabhängig vom Alter einig: Alle gehen am liebsten mehrmals im Monat aus, egal ob in Restaurants, Kneipen, Diskotheken oder Clubs. Selbst in der Altersgruppe 70plus amüsieren sich 47,6 Prozent so regelmäßig. Auf Platz zwei bei den 14-29jährigen sowie den 30-49jährigen rangiert das Ansehen von Videos, DVDs oder Blurays (38,8% in der Altersklasse 14-29 Jahre, 30,6% in der Altersklasse 30-49 Jahre). Während bei den jüngeren Onlinern dann der Kinobesuch an dritter Stelle rangiert, steht dieser bei den 30-49jährigen erst an Platz acht. Sie verbringen ihre Freizeit stattdessen am drittliebsten mit Basteln, Heimwerken, Schneidern und Stricken (25,8%) oder fast genauso gerne (25,7%) mit dem Lesen von Zeitschriften und Illustrierten. Diese sind – nach dem Ausgehen – die wichtigste Unterhaltung bei der Altersgruppe 50 Jahre und älter (26,3%), gefolgt vom Basteln und Heimwerken (24,3%) auf Platz drei. Übrigens: Fitness und Sport treiben steht bei allen Altersstufen auf Platz sieben.

Top 10 der digitalen Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Im September 2016 lag auf Platz eins des Rankings das digitale Gesamtangebot T-Online mit einer Reichweite von 27,42 Millionen Unique Users (50,6%) vor gutefrage.net (19,51 Mio. bzw. 36,0%) und WEB.DE (19,0 Mio. bzw. 35,0%). Auf die Top drei folgen eBay.de (18,65 Mio. bzw. 34,4%), BILD (18,30 Mio. bzw. 33,7%), FOCUS Online (17,93 Mio. bzw. 33,1%) und SPIEGEL ONLINE (16,18 Mio. bzw. 29,8%). Vervollständigt werden die ersten zehn Plätze durch CHIP (15,78 Mio. bzw. 29,1%), CHEFKOCH.de (15,68 Mio. bzw. 28,9%) und GMX mit 15,01 Millionen Unique Users (27,7%).

Angeführt wird das Ranking der digitalen Vermarkter im September von InteractiveMedia mit 36,92 Millionen Unique Users (68,1%), die Plätze zwei und drei belegen United Internet Media (35,77 Mio. bzw. 66,0%) und Media Impact (35,32 Mio. bzw. 65,1%). Darauf folgen in der Reihe Ströer Digital

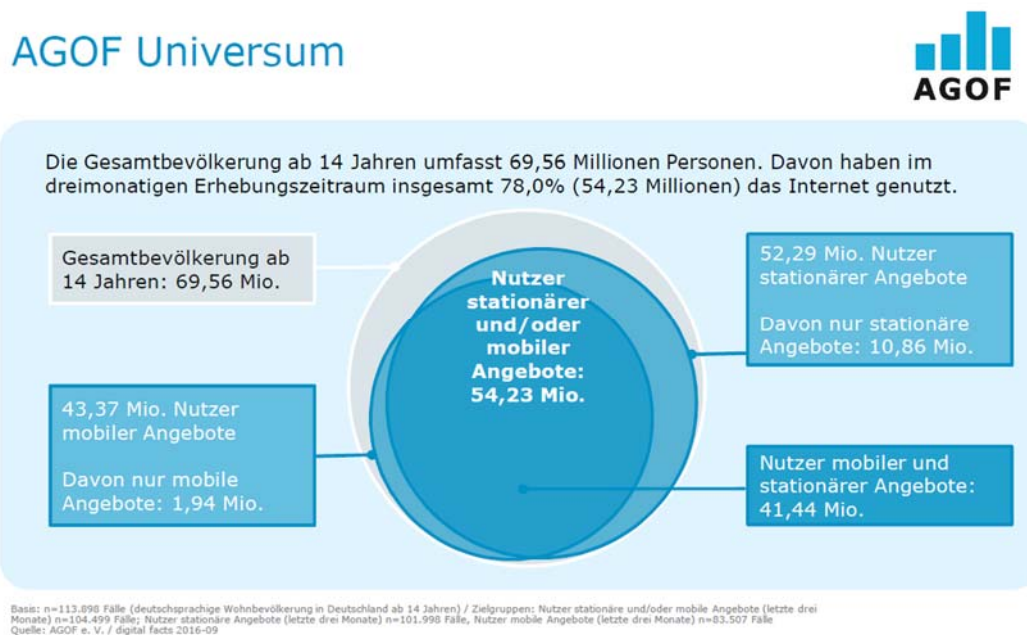
Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: geschaeftsstelle@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Jürgen Sandhöfer, Stefan Schumacher

BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING | FORWARDADGROUP | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | OMS | QUALITY CHANNEL
SEVENONE MEDIA | STRÖER DIGITAL | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

(34,21 Mio. bzw. 63,1%), BurdaForward (32,31 Mio. bzw. 59,6%), SevenOne Media (32,26 Mio. bzw. 59,5%) und OMS (30,46 Mio. bzw. 56,2%). IP Deutschland (28,81 Mio. bzw. 53,1%), G+J e|MS (27,84 Mio. bzw. 51,3%) und die eBay Advertising Group Deutschland (24,05 Mio. bzw. 44,3%) machen die Top zehn komplett.

Allgemeine Daten zur digital facts 2016-09



Insgesamt 78,0% der Deutschen, also 54,23 Millionen Menschen ab 14 Jahre, waren in den letzten drei Monaten im Internet. Stationäre Angebote haben in dem Zeitraum 75,2 Prozent (also 52,29 Mio.) genutzt und 62,3 Prozent (bzw. 43,37 Mio.) haben mobile Websites oder Apps aufgerufen. Sowohl stationäre als auch mobile Angebote haben 59,6 Prozent, also 41,44 Millionen Deutsche ab 14 Jahren, genutzt.

Eine Auswahl an Rankings, Tabellen und Grafiken zur digital facts 2016-09 inklusive des Studiensteckbriefs findet sich unter <https://www.agof.de/studien/digital-facts/aktuelle-studie/>.

Über die digital facts

Mit der Markt-Media-Studie digital facts und dem darin ausgewiesenen, etablierten Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF erstmals in Deutschland eine medienübergreifende, einheitliche Reichweitenwährung als Basis für eine hochwertige digitale Mediaplanung geschaffen. Neben den digitalen Gesamtreichweiten und Strukturdaten können in der digital facts auch weiterhin der



stationäre und der mobile Bereich separat betrachtet und ausgewertet werden. Die Studie wird gemeinschaftlich von den Sektionen Internet und Mobile in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantworten.

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