

Frankfurt, 11. Juli 2017

## Pressemitteilung

### Digitale Tipps für die Schönheit von Innen und Außen

**AGOF veröffentlicht in ihrer Reihe facts & figures zwei neue Sonderauswertungen für die Branchen „Parfum & Kosmetik“ und „Lebensmittel & Getränke“**

Ein ansprechendes Äußeres ist den deutschen Onlinern wichtig, dafür spricht die neueste AGOF Sonderauswertung zum Thema „Parfum & Kosmetik“. Und das bis ins hohe Alter: Auch bei den Internetnutzern ab 70 Jahren interessiert sich mehr als die Hälfte (53,9%) für Schönheitsprodukte. Umso größer ist der Bedarf an Beauty-Produkten in allen Altersstufen, über 90 Prozent der digitalen Nutzer insgesamt haben in den letzten drei Monaten Pflegeartikel, Kosmetik oder Düfte eingekauft. Am häufigsten landeten Körperpflegeprodukte im Einkaufswagen, 46,49 Millionen Deutsche über 14 Jahre haben diese im vergangenen Quartal entweder online oder im stationären Handel erworben. Dabei machte das Geschlecht keinen Unterschied, genauso viele Frauen wie Männer haben sich Schönheitsartikel zugelegt.

Beim digitalen Shopping haben dagegen die Frauen die Nase vorne, hier sind 55,8 Prozent der Online-Käufer von Kosmetikartikeln weiblich. Außerdem zeichnet diese Online-Käufer ihre außerordentliche Begeisterung für Weblogs und Blogs aus. Da sie gleichzeitig überdurchschnittlich oft Wortführer und damit Meinungsmacher sind, liegt die Vermutung nahe, dass sich unter ihnen einige der zahlreichen, aktuellen Beauty-Bloggerinnen verstecken. Und damit wichtige Multiplikatoren gerade für Markenartikler, immerhin schätzen diese Onliner besonders Produkte, die als Statussymbol dienen.

Dass Schönheit dabei neben ausreichender Pflege auch von innen, also durch die passende Ernährung kommt, ist auch ein wichtiges Thema für die deutschen Onliner. Denn ähnlich wie bei kosmetischen Produkten interessieren sich weit über 60 Prozent für Lebensmittel und Getränke und da vor allem für alkoholfreie Getränke und Milchprodukte. Bei ihrer Internetnutzung fällt auf, dass sie sich besonders für Streams begeistern. Das bedeutet, 51,3 Prozent von ihnen sehen Filme und Videos direkt im Netz und damit sieben Prozent mehr als bei den Onlinern an sich. Sie sind also die perfekte Zielgruppe für Streaming-Werbung, gerade für Produkt-Neuheiten. Denn sie probieren sehr gerne Neues aus und mögen Statussymbole. Spannend ist dabei: Online-Käufer von Lebensmitteln achten unterdurchschnittlich auf das Preis-Leistungsverhältnis, sind also weniger preissensibel als die Onliner allgemein.

Die AGOF facts & figures analysieren turnusmäßig die Potenziale und Perspektiven einzelner Branchen im Internet. Basis für alle „facts & figures“-Ausgaben ist die Markt-Media-Studie digital facts der AGOF. Für die Analyse der beiden vorliegenden Berichte wurde die digital facts 2017-03 herangezogen, nach der 80,3 Prozent, d.h. 55,82 Millionen Menschen in Deutschland ab 14 Jahre

---

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: [presse@agof.de](mailto:presse@agof.de)

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Björn Kaspring, Jürgen Sandhöfer, Dr. Michael Halleemann

BAUER MEDIA | BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY ADVERTISING GROUP DEUTSCHLAND  
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT  
QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | STRÖER DIGITAL | UNITED INTERNET MEDIA | YOC MOBILE ADVERTISING

aktuell im Netz sind. Innerhalb des Erhebungszeitraumes Januar bis März 2017 haben 53,68 Millionen Deutsche stationäre Angebote mindestens einmal genutzt, auf mobile Angebote zugegriffen haben insgesamt 44,15 Millionen deutschsprachige Personen ab 14 Jahre.

Die neuen Ausgaben der AGOF facts & figures stehen ab sofort kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/> als ausführliche Berichtsbände, inklusive Tabellen und Grafiken, zur Verfügung.

### **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](mailto:katharina.boehm@agof.de)