



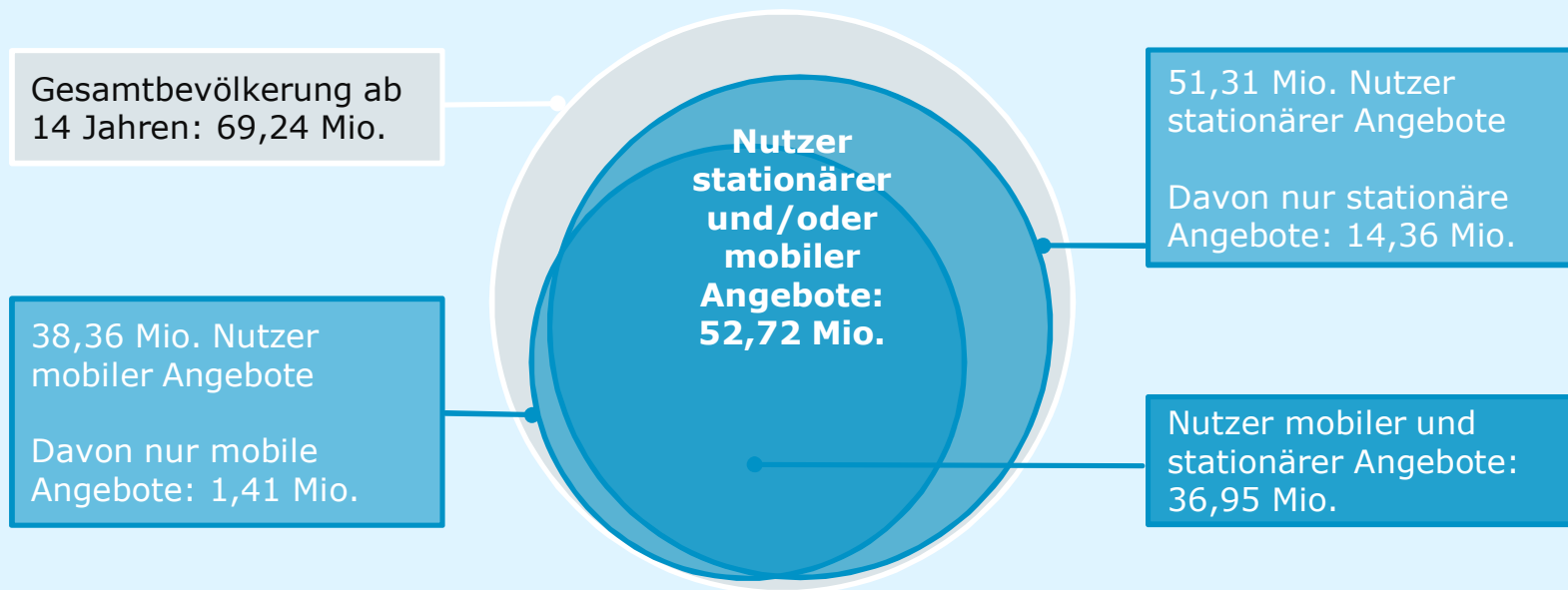
digital facts 2016-05

AGOF e. V. August 2016



Daten zur Nutzerschaft

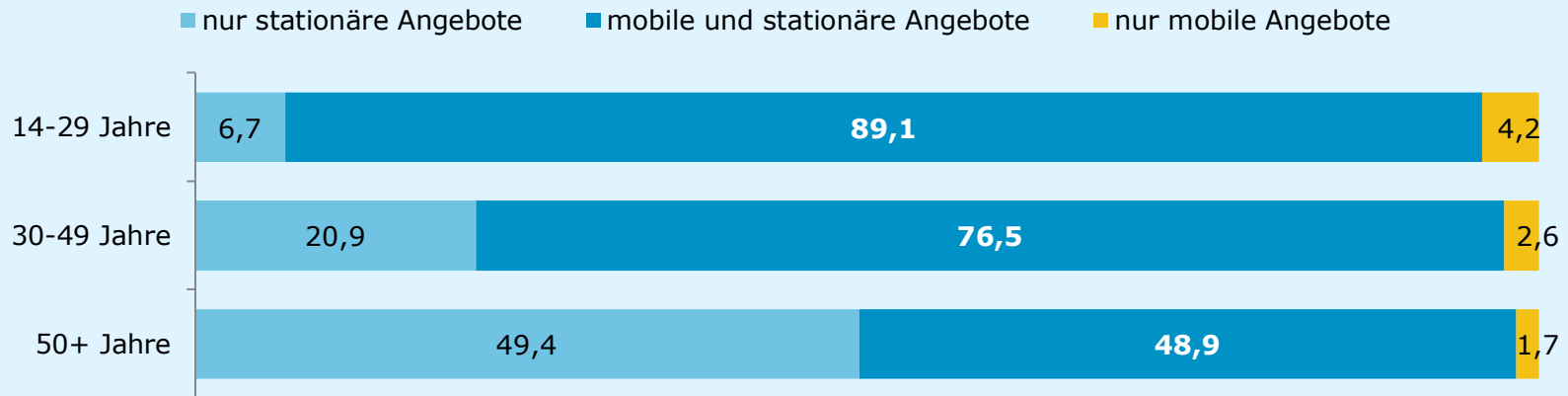
Die Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren umfasst 69,24 Millionen Personen. Davon haben im dreimonatigen Erhebungszeitraum insgesamt 76,1% (52,72 Millionen) das Internet genutzt.



Überschneidungen nach Altersklassen

14-29-jährige Internetnutzer weisen den größten Anteil User auf, die sowohl mobile als auch stationäre Angebote nutzen (89,1%). Knapp die Hälfte der Onliner in der Altersgruppe 50+ ist dagegen ausschließlich auf stationären Angebote anzutreffen (49,4%).

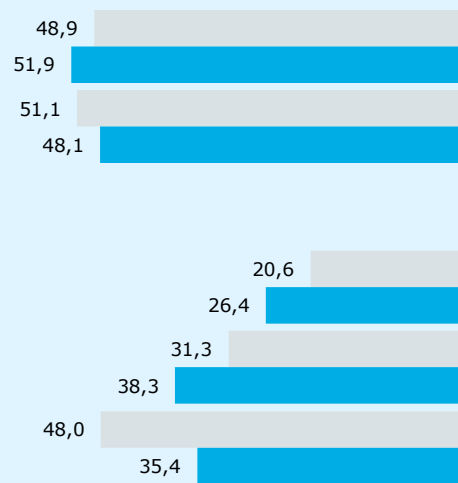
Nutzer stationärer und/oder mobiler Angebote



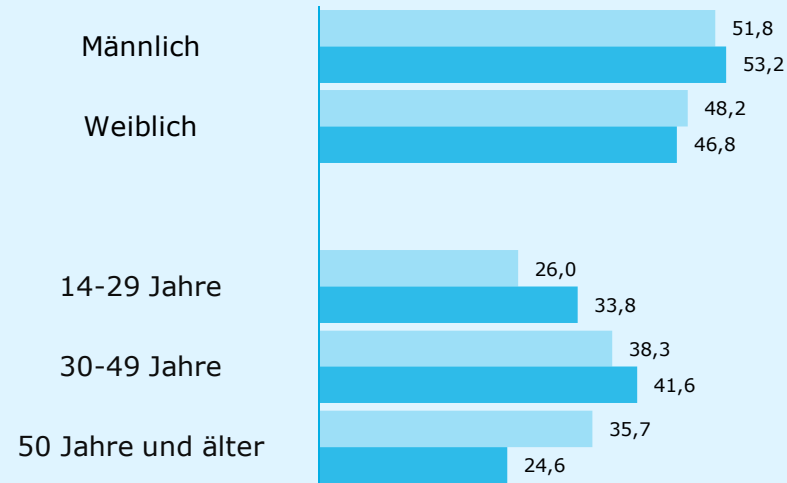
Soziodemografie: Geschlecht und Alter

51,9% der Internetnutzer sind Männer, damit liegt der Männeranteil leicht über dem in der Bevölkerung. Darüber hinaus sind die Internetnutzer etwas jünger: Die Altersgruppen bis 49 Jahre sind unter den Onlinern – insbesondere den mobilen Nutzern – überdurchschnittlich vertreten.

■ Gesamtbevölkerung ■ Internetnutzer gesamt

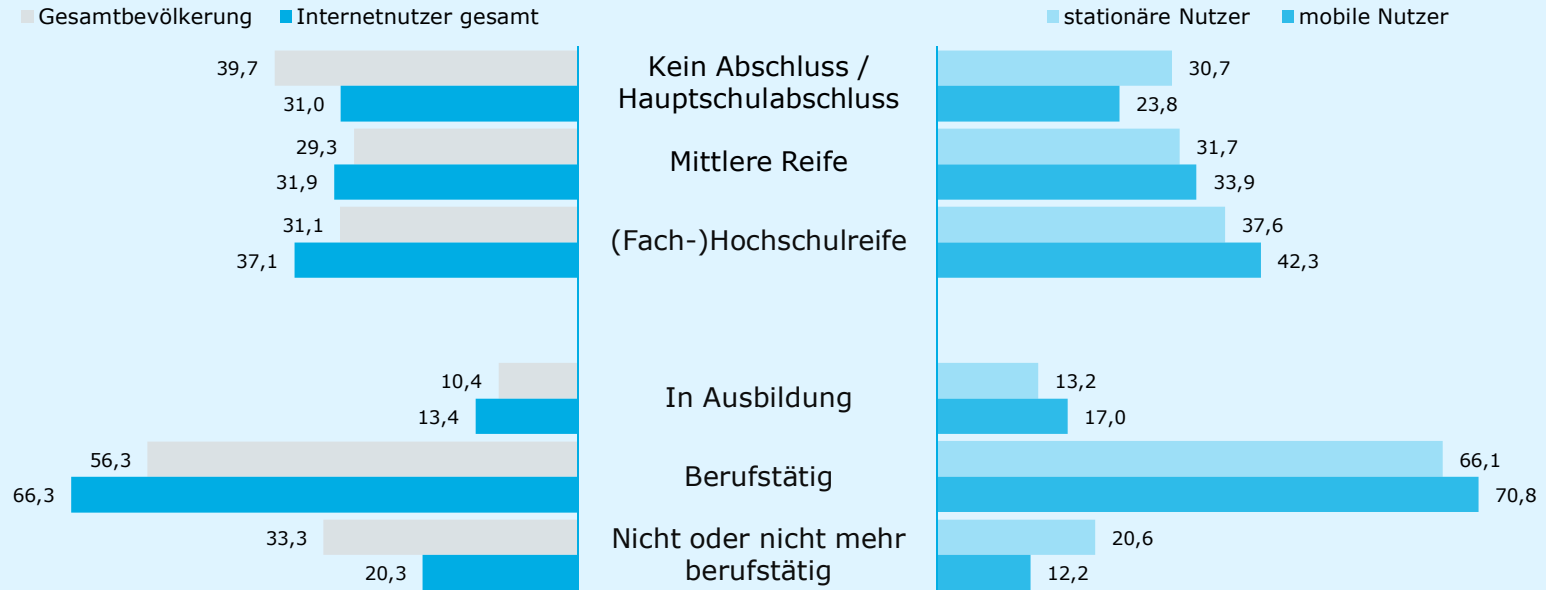


■ stationäre Nutzer ■ mobile Nutzer



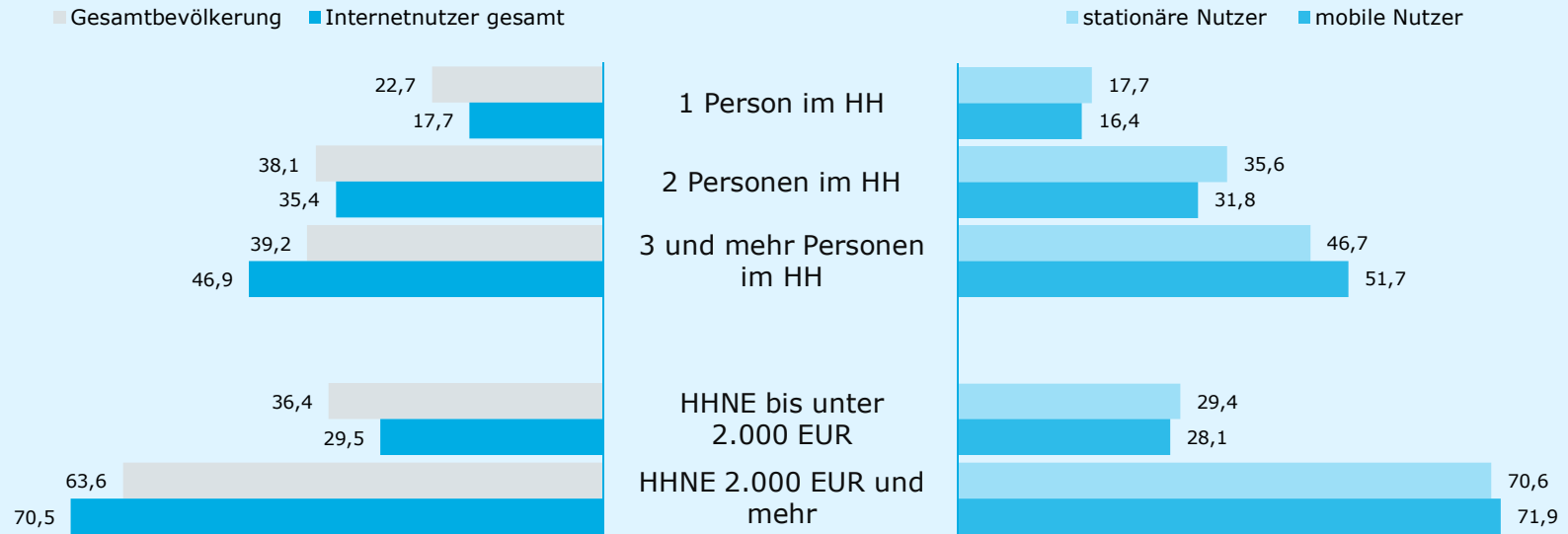
Soziodemografie: Bildung und Tätigkeit

Zwei Drittel der Internetnutzer sind berufstätig. Die Nutzer mobiler Angebote zeichnen sich durch einen hohen Anteil an Personen mit Hochschul- oder Fachholschulreife aus.



Soziodemografie: Personen im Haushalt, Haushalts-Nettoeinkommen

Der Anteil Single-Haushalte ist unter den Onlinern geringer als in der Gesamtbevölkerung, der größte Anteil der Internetnutzer (46,9%) wohnt in Haushalten mit drei oder mehr Personen. 70,5% der Nutzer leben in Haushalten mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von 2.000 EUR oder mehr.

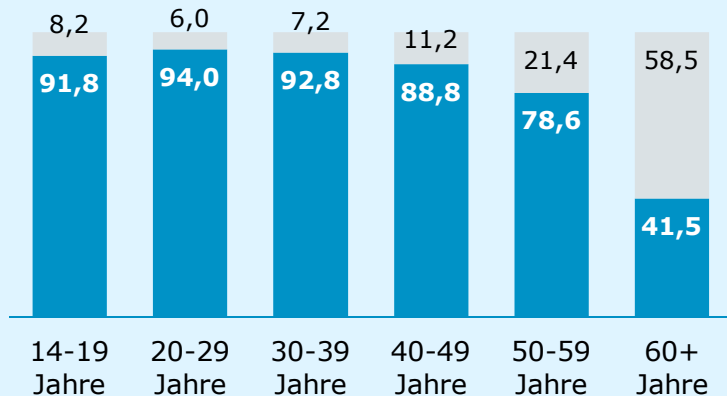


Online-Penetration nach Altersgruppen

Digital Natives – mit dem Internet aufgewachsen sind jeweils über 90% der Teens und Twens online, dabei hat die Reichweite des mobilen Internets in diesen Altersgruppen fast das Niveau des stationären Webs erreicht. Von den 30-39-Jährigen sind 82,7% im mobilen Internet anzutreffen, von den 40-49-Jährigen werden über zwei Drittel und von den 50-59-Jährigen fast die Hälfte von mobilen Angeboten erreicht.

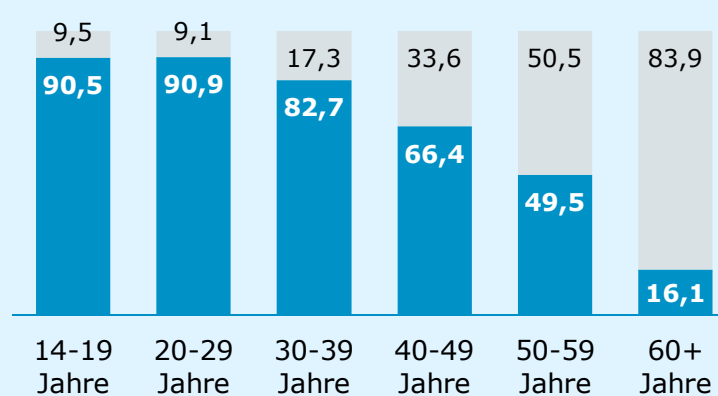
Stationäre Angebote

■ stationäre Nutzer ■ keine stationäre Nutzung



Mobile Angebote

■ mobile Nutzer ■ keine mobile Nutzung

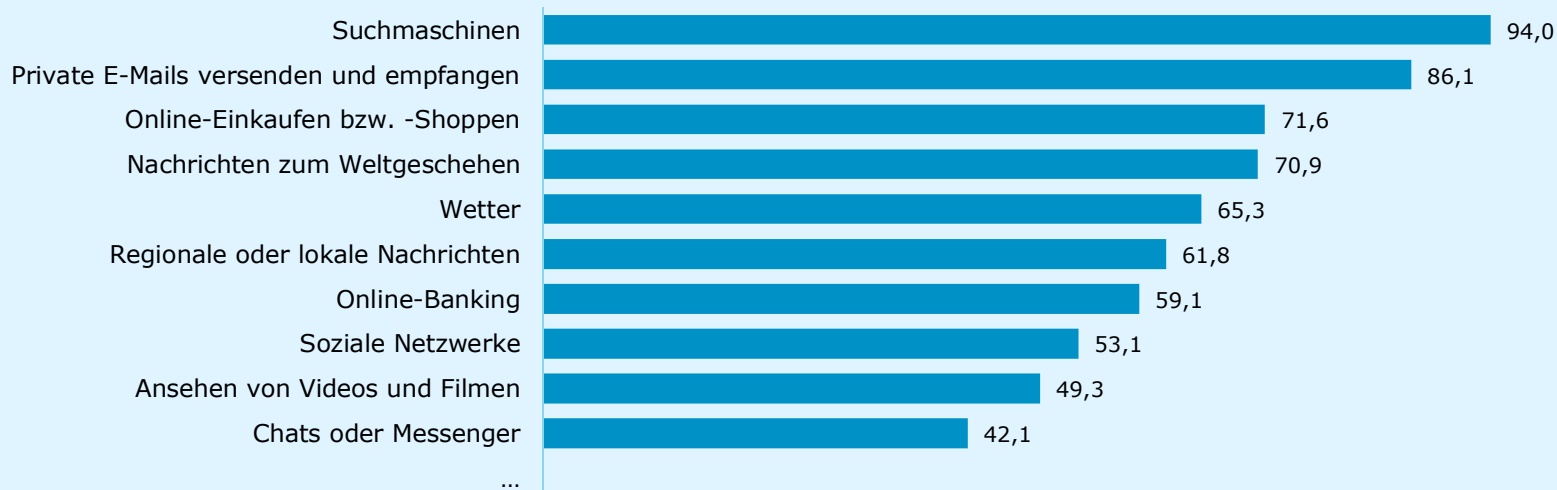


Daten zur Nutzung

Genutzte Themen: Top 10

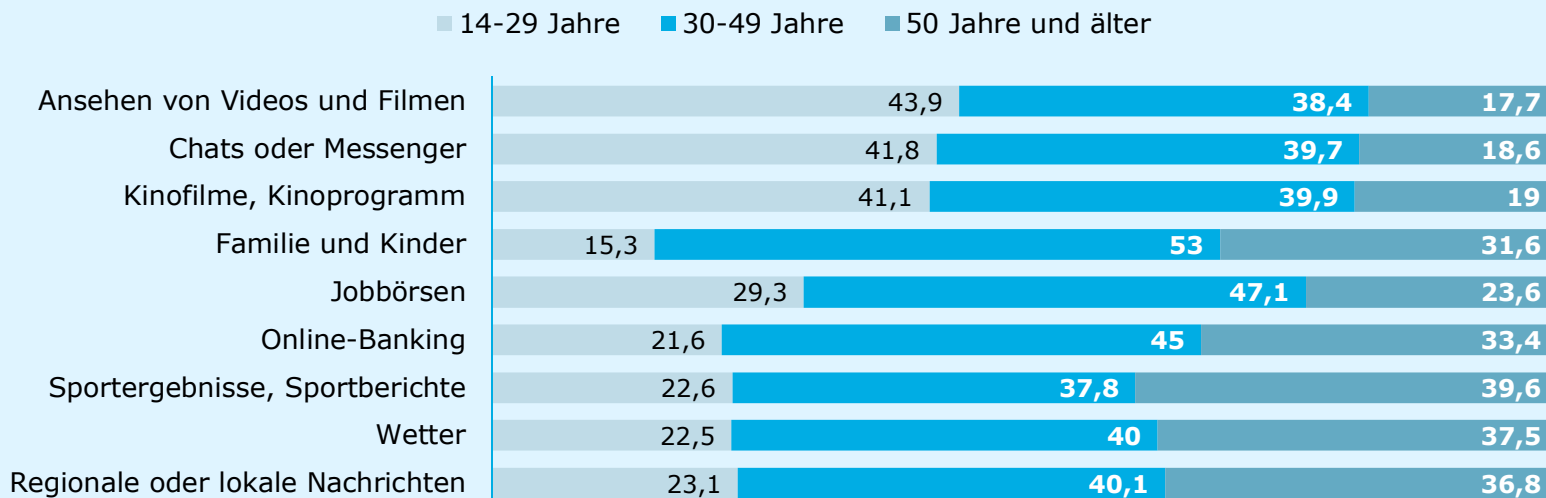
Mit 94,0% und 86,1% stellen die Nutzung von Suchmaschinen und das Senden und Empfangen von E-Mails die wichtigsten Anwendungen dar. Mehr als zwei Drittel der Internetnutzer lesen häufig oder gelegentlich Nachrichten zum Weltgeschehen oder kaufen online ein.

Nutze ich häufig / gelegentlich (in %)



Top-Themen nach Alter

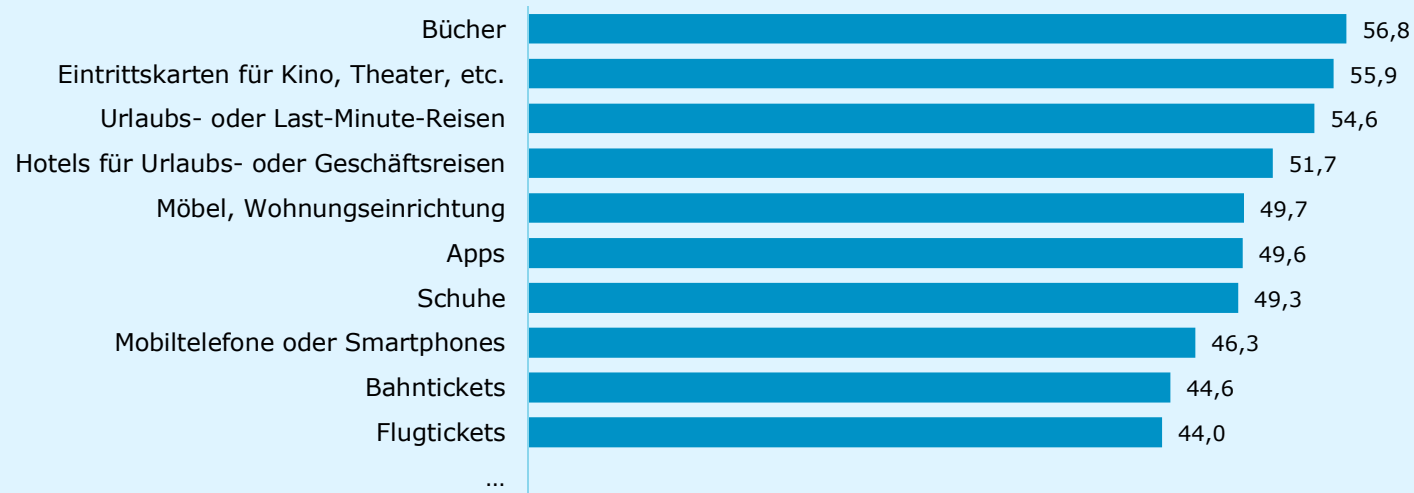
Unterschiedliche Themen ziehen unterschiedliche Altersgruppen an. 14-29-jährige Nutzer sind überdurchschnittlich auf Angeboten aus den Bereichen Kommunikation und Entertainment anzutreffen. Die 30-49-Jährigen stellen den größten Nutzeranteil in den Bereichen Familie und Kinder, Jobbörsen und Online-Banking. Die Altersgruppe 50 Jahre und älter nutzt die Themen Sport, Wetter sowie regionale oder lokale Nachrichten überproportional.



Informationen im Internet gesucht: Top 10

Sich vor einem Kauf online zu informieren ist für viel Nutzer heute eine Selbstverständlichkeit. Ob Bücher, Eintrittskarten, Reisen oder Hotels – jeweils mehr als die Hälfte der Onliner hat dazu im Internet nach Informationen gesucht.

Informationen zu ... im Internet gesucht (in %)



Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen

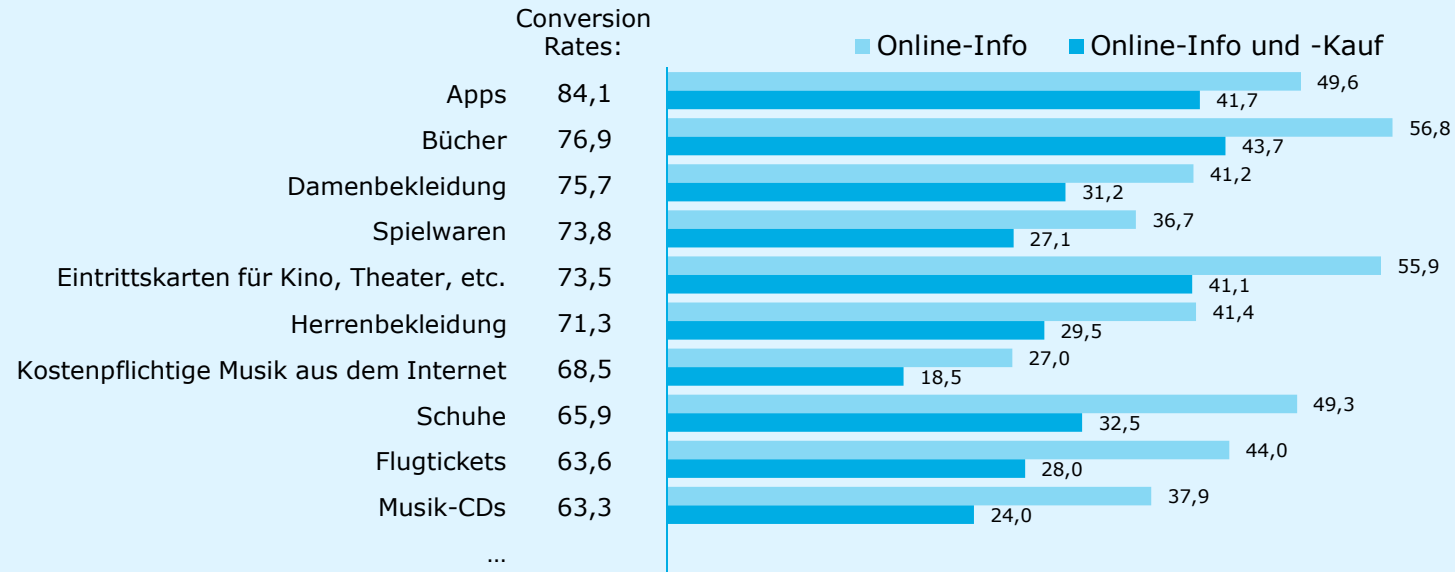


14-19 Jahre	%	40-49 Jahre	%
Apps	69,3	Bücher	59,8
Mobiltelefone oder Smartphones	66,0	Urlaubsreisen oder auch Last-Minute-Reisen	58,1
Schuhe	64,1	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	57,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	64,0	Möbel, Wohnungseinrichtung	55,1
Sportartikel, Sportgeräte	53,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	55,0
20-29 Jahre	%	50-59 Jahre	%
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	68,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,3
Apps	66,5	Urlaubsreisen oder auch Last-Minute-Reisen	53,2
Schuhe	66,0	Bücher	51,4
Mobiltelefone oder Smartphones	62,7	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	48,2
Urlaubsreisen oder auch Last-Minute-Reisen	62,3	Möbel, Wohnungseinrichtung	44,4
30-39 Jahre	%	60 Jahre und älter	%
Bücher	65,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	47,5
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	63,4	Bücher	47,2
Apps	62,9	Urlaubsreisen oder auch Last-Minute-Reisen	47,0
Möbel, Wohnungseinrichtung	61,3	Bahntickets	39,0
Schuhe	59,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	37,8

Basis: 103.805 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 61 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e. V. / digital facts 2016-05

Top 10 Produkte nach Conversion-Rates

Sich online informieren und online kaufen – nicht nur bei Apps sondern auch bei vielen anderen Produkten findet der gesamte Entscheidungs- und Kaufprozess online statt. So weisen Bücher, Spielwaren, Damen- und Herrenbekleidung sowie Eintrittskarten eine Conversion Rate von über 70% auf, es haben also mehr als 70% derjenigen, die sich im Internet informiert haben, auch online gekauft.

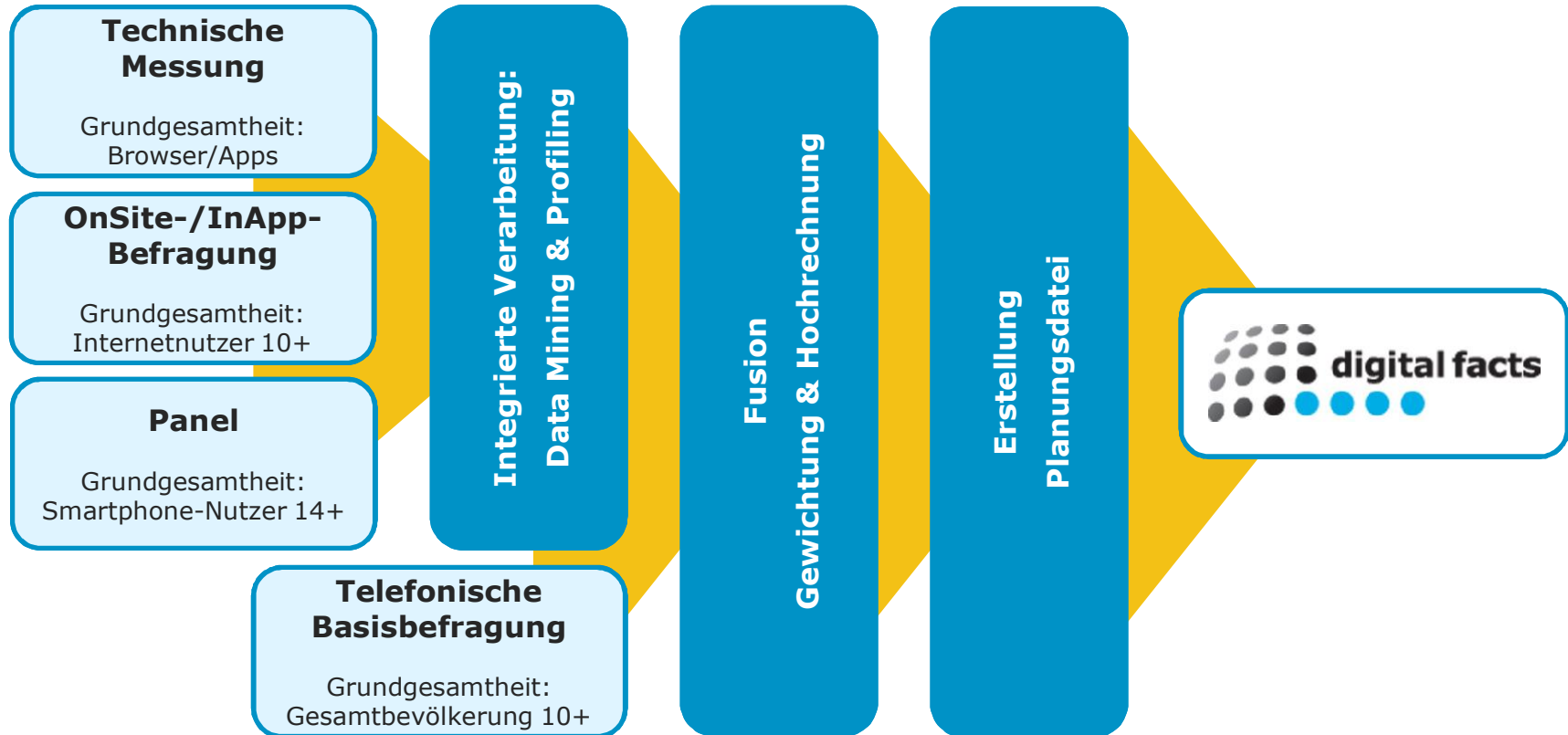


Basis: 103.805 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate) / „Zu welchen der folgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“, „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 61 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e. V. / digital facts 2016-05



Studienmodell, Kontakt

Das Multi-Methodenmodell der digital facts



Bei Fragen zur digital facts wenden Sie sich bitte an die AGOF:

Claudia Dubrau
Geschäftsführerin AGOF e.V.
Tel: 069 / 264 888 - 311
Mail: claudia.dubrau@agof.de

Katharina Böhm
Pressesprecherin AGOF
Tel.: 069 / 264 888 - 318
Mail: katharina.boehm@agof.de

www.agof.de

Bei Interesse an einer Teilnahme an der digital facts wenden Sie sich bitte an das AGOF Service Center:

AGOF Service Center
Tel: 0800 / 4102977
Mail: servicecenter@agof.de