



agof
Digital
Report



Ein paar Worte vorab...

Die Corona Pandemie hat unser aller Alltag 2020 auf den Kopf gestellt – und tut es nach wie vor. Dass Privat- und Berufsleben einmal derart eingeschränkt sein könnten und ausgerechnet zwischenmenschliche Kontakte die Krise befeuern, hätte sich vor dem Virus-Ausbruch kaum jemand vorstellen können.

Kurzum, 2020 war (fast) alles anders – und daher ist auch dieser agof Jahresbericht mit den Kerninformationen zur Online-Nutzung in Deutschland anders als seine zwei Vorgänger. Im Fokus stehen diesmal die Covid 19-Effekte auf das Nutzungsverhalten der User sowie die Entwicklungen der Reichweiten in spezifischen Themenbereichen wie Gesundheit, Wissenschaft und Wirtschaft. Zudem werfen wir einen Blick auf Lebensbereiche, die während und zwischen den Lockdown-Phasen für die Menschen und damit natürlich auch die Internetnutzer besondere Relevanz hatten. Von Online-Shopping, über den neuen Koch- und Back-Boom bis hin zum Fernweh in angespannten Zeiten – der agof Digital Report 2020 liefert die Statistiken aus der Online-Perspektive.

Wie stark sich der mit der Corona-Krise einhergehende Digitalisierungsschub auf die Mediennutzung ausgewirkt hat, erstaunte uns an mancher Stelle selbst. Daher erwartet die Leser ein ungewöhnlicher Jahresbericht mit teils bemerkenswerten Ergebnissen.

Wenn der eine oder die andere von Corona am liebsten nichts mehr hören will, können wir das gut verstehen. Doch wer sich für Mediadaten interessiert bzw. professionell mit ihnen umgeht, für den bieten die Analysen auf den folgenden 34 Seiten viele neue Erkenntnisse. Und keine Sorge: Eine Textwüste ist der agof Digital Report 2020 nicht, da wir das Gros der Informationen auch diesmal grafisch aufbereitet haben.

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre

Übrigens: Alle Grafiken liegen unter <https://www.agof.de/studien/digital-report/> auch als PPTX-Dateien vor und können mit dem entsprechenden Quellen-Hinweis kostenfrei genutzt werden.

Inhaltverzeichnis

- 1 Onliner in Deutschland –
Basisdaten und Strukturen
- 2 Corona-Effekte im Netz
- 3 Die agof im Mediajahr 2020



Onliner in Deutschland – Basisdaten und Strukturen

Das Corona-Jahr 2020 – ohne Netz ging nichts mehr

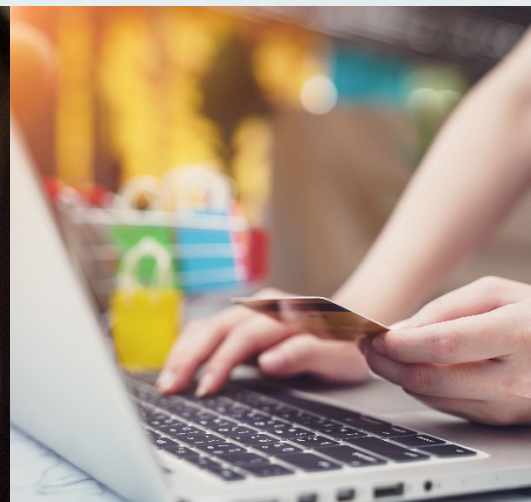
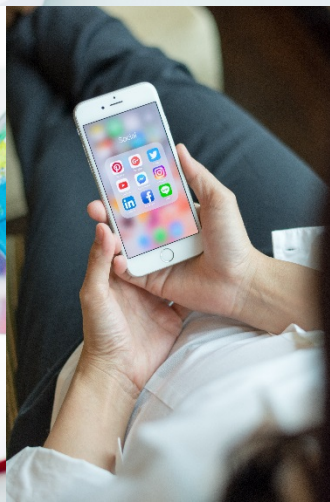
Alltagsszenen aus Deutschland: Menschen sitzen in ihren Wohnungen vor digitalen Endgeräten und kommunizieren mit der Außenwelt. Virtuell arbeiten, einkaufen, lernen, Freunde kontaktieren, der Oma eine Video-Botschaft schicken oder sich über das Dashboard des Robert-Koch-Instituts über die aktuellen Inzidenzwerte informieren. Digitale Medien wurden 2020 so intensiv genutzt wie nie zuvor – in „normalen“ Zeiten eine durchweg gute Nachricht. Während einer Pandemie ist die Freude eher gedämpft. Andererseits: Ohne das Internet wäre die Welt noch ärmer dran, weshalb die Tatsache, dass hierzulande nur noch 13,6% der Wohnbevölkerung ab 16 Jahren zu den Non-Onlineern zählen, dann doch ein Lichtblick ist.



60,36 Millionen
Menschen waren
in Deutschland
2020 im Internet

(87,4% der deutschen
Wohnbevölkerung ab 16 Jahren)

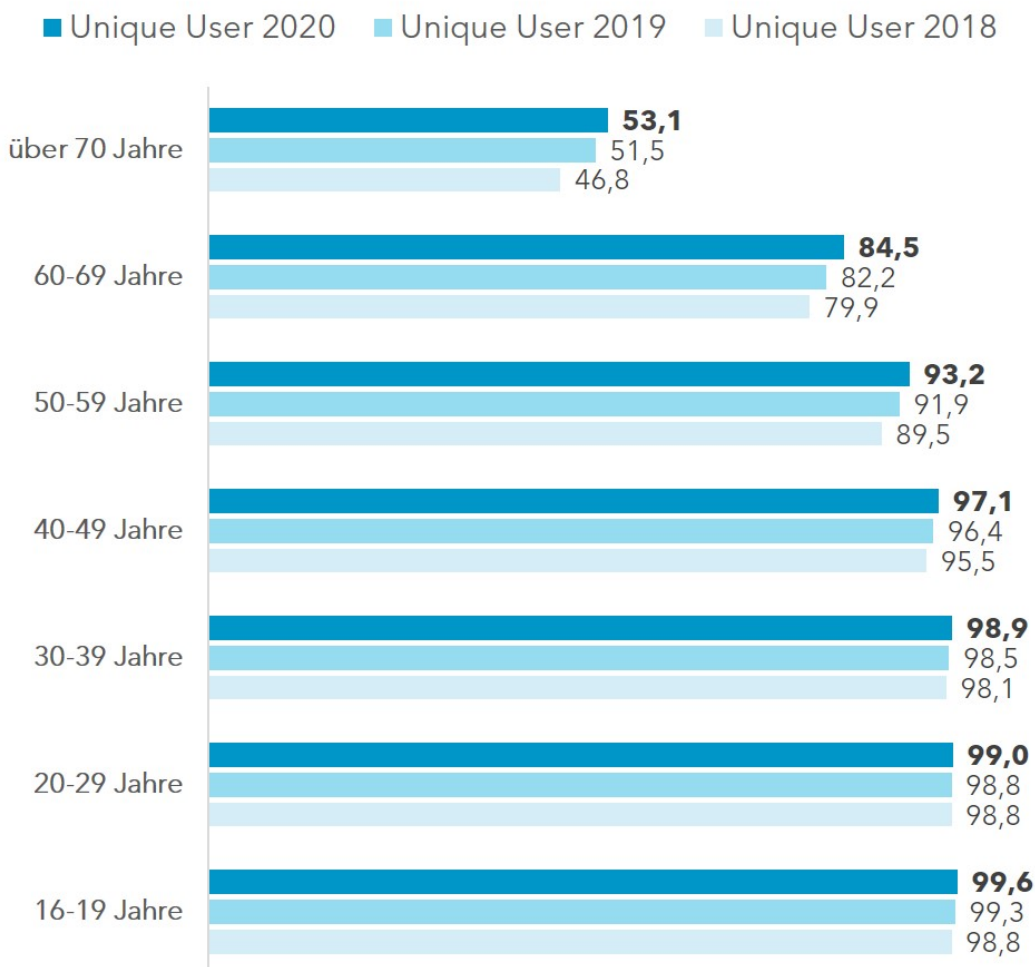
860.000 User mehr als 2019



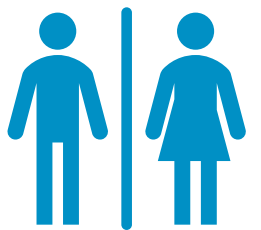
Trend setzt sich fort: Generationen ab 50 holen im Netz auf - und Corona forcierte diese Entwicklung zusätzlich

In absoluten Zahlen stellen **User zwischen 16 und 49 Jahren** mit **33,34 Millionen** zwar immer noch die Mehrzahl im Netz, doch der Unterschied ist in den letzten Jahren merklich geschrumpft. So waren 2020 bereits **44,8 Prozent der insgesamt 60,36 Millionen Online-Nutzer älter als 50 Jahre** - und trugen mit 1,27 Millionen „Neu-Usern“ einmal mehr zum Wachstum des Mediums bei.

Online-Nutzung nach Altersgruppen im Jahresvergleich

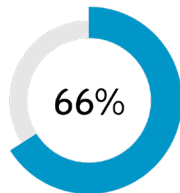


Onliner 2020: Demografische Basisdaten

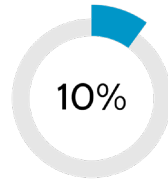


50,6% 49,4%

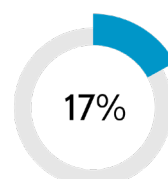
berufstätig
inkl. arbeitslos



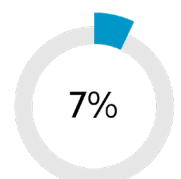
in Ausbildung



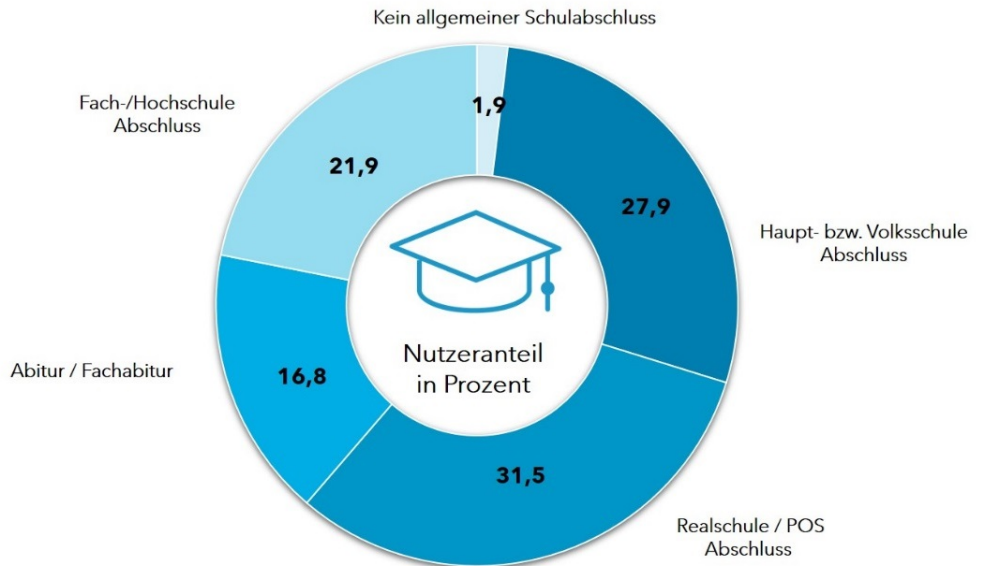
Rente/Pension



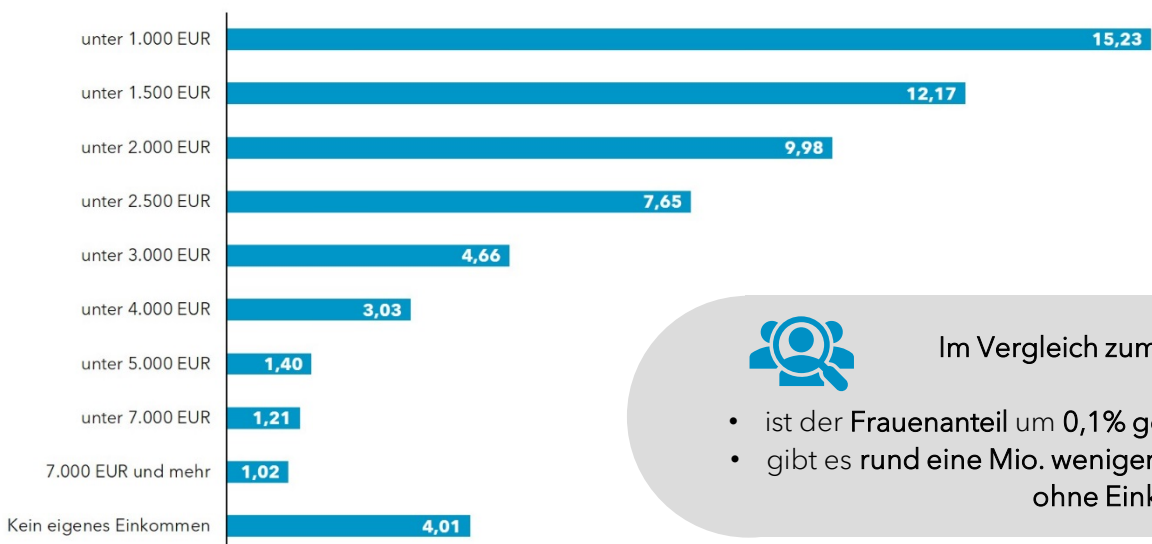
nicht berufstätig



Quelle aller Basis-Daten: agof daily digital facts / Nutzer mobiler und/oder stationärer Online-Angebote ab 16 Jahren mit Wohnort in Deutschland / Zeitraum: 2020



Netto-Einkommen der Internetnutzer 2020 / Werte in Mio.



Im Vergleich zum Vorjahr

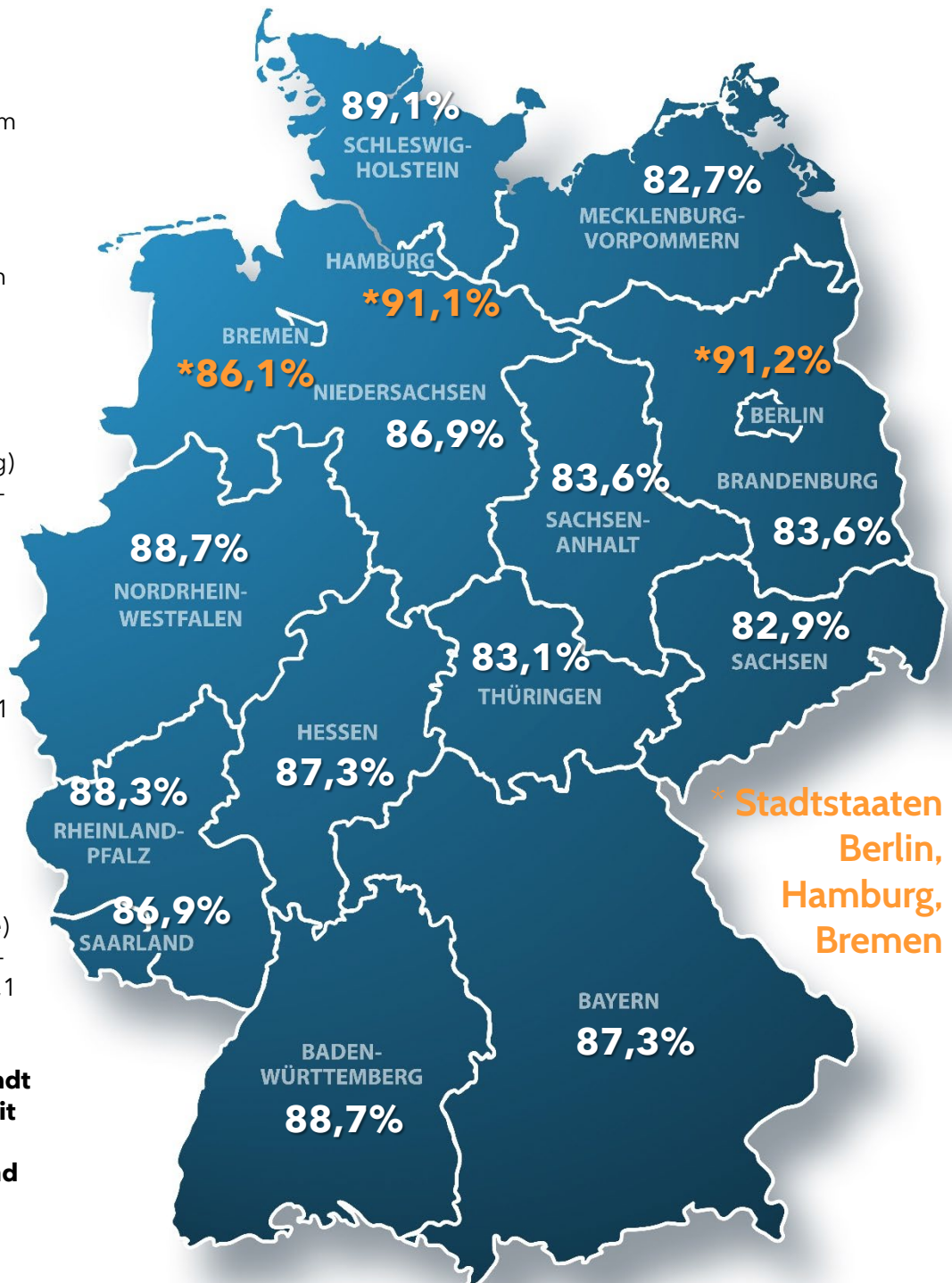
- ist der **Frauenanteil** um 0,1% gesunken
- gibt es rund eine Mio. weniger Onliner ohne Einkommen

Online-Nutzung im Bundesländervergleich: Anteil der Unique User proportional zur Wohnbevölkerung ab 16 Jahren

Auch wenn es beim Breitbandausbau mancherorts nach wie vor nur schleppend vorangeht, zeigten sich 2020 bereits erste positive Effekte. Der Anteil der Online-Nutzer (proportional zur Wohnbevölkerung) stieg im Vorjahres-Vergleich in fast allen Bundesländern. Die zwei Ausnahmen: Bremen (-0,9 Prozentpunkte) und Hamburg (-0,1 Prozentpunkte).

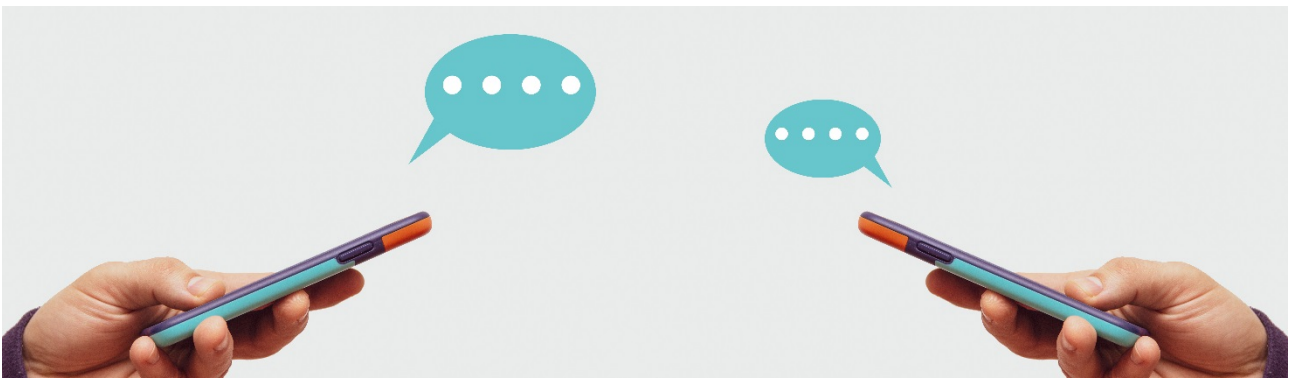
Die höchsten Zuwächse verzeichneten Sachsen-Anhalt (+ 2,5 Prozentpunkte) und Mecklenburg-Vorpommern (+ 2,1 Prozentpunkte).

Digitale Hauptstadt ist 2020 Berlin mit dem höchsten Onliner-Anteil und dem höchsten Affinitätswert (104).

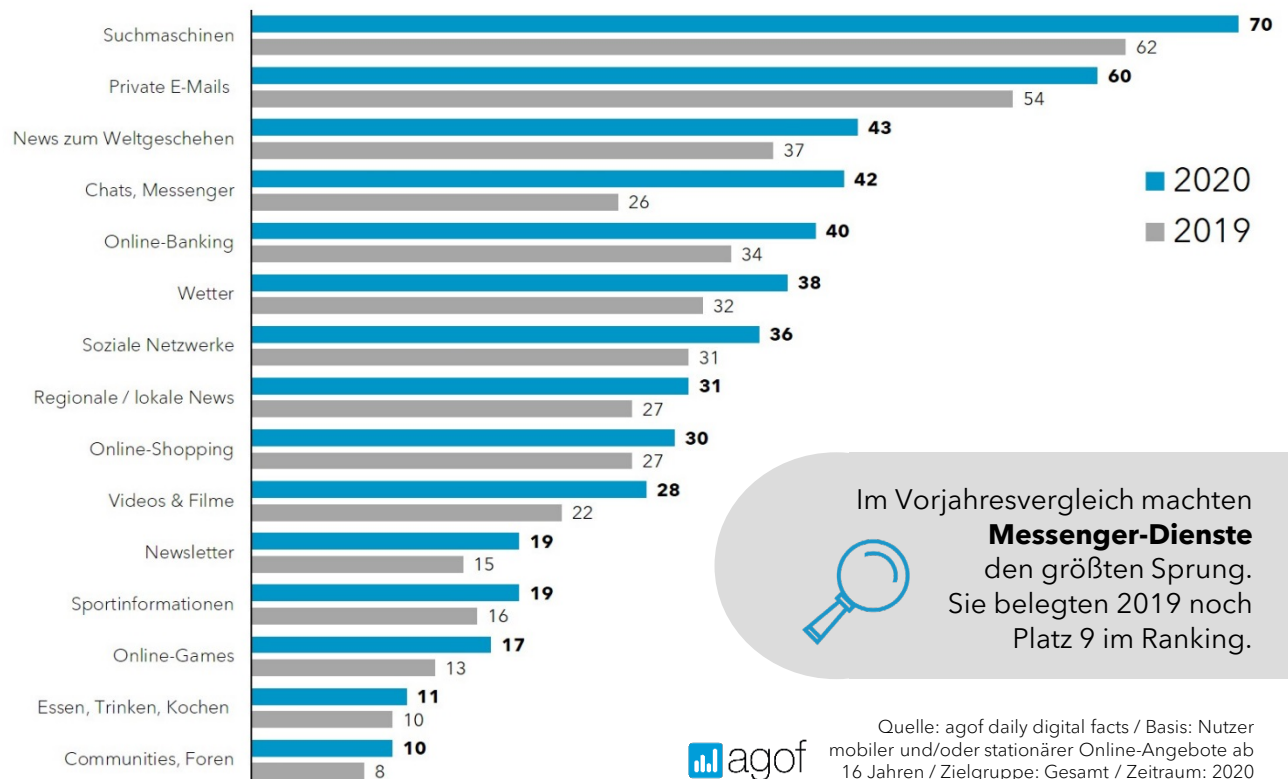


Themen- und Funktionalitäts-Präferenzen der Onliner 2020

Bei der Betrachtung dieser Befragungsdaten ist zu beachten, dass die Umfrage-Ergebnisse in Teilen auch aus dem „Vor Corona“-Zeitraum stammen. In den Basisdaten der agof Markt-Media-Studie daily digital facts für das Gesamtjahr 2020 können die Auswirkungen der Pandemie auf das Nutzungsverhalten daher nur bedingt abgebildet werden. So ist z.B. davon auszugehen, dass Push-Effekte im Bereich E-Commerce erst bei der Verarbeitung weiterer Umfrage-Wellen in vollem Umfang zum Tragen kommen. Wichtig: **Für die Analysen auf Angebots-Ebene in Kapitel 2 gilt diese Einschränkung nicht**, da hier Messdaten, die die Realitäten im Netz tagsaktuell erfassen, die wesentliche Säule der Erhebungsmethode sind.



„Ich nutze das Internet häufig für...“ (Nutzeranteil der TOP 15 in Prozent)



E-Commerce Entwicklung

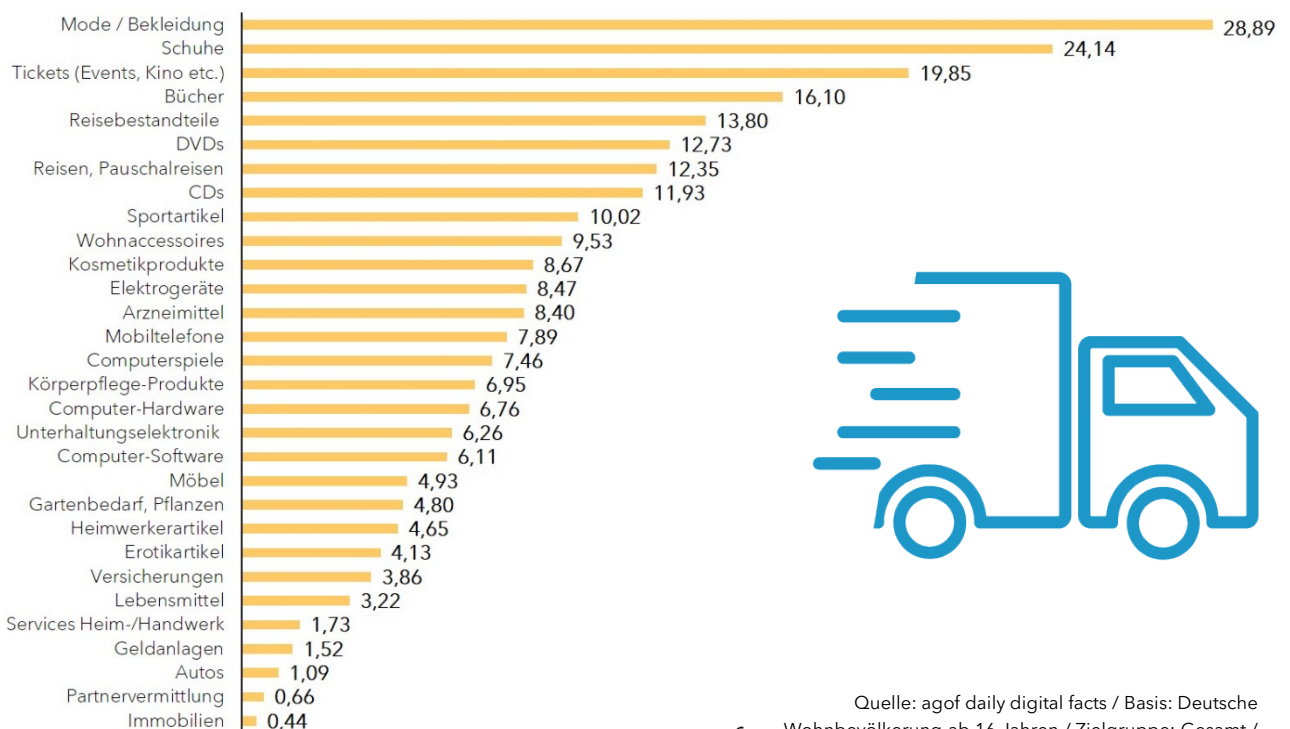
Auch wenn die Befragungsdaten der agof Studie wie bereits erläutert gewisse Effekte zeitversetzt widerspiegeln, lässt sich die hohe Relevanz des E-Commerce als Wirtschaftsfaktor klar belegen: **48,03 Millionen (69,6%** der bundesdeutschen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren) gaben an, 2020 Produkte und Dienstleistungen im Netz bestellt zu haben. Bei den Onlinern, also regelmäßigen Nutzern mobiler und/oder stationärer Internet-Angebote, lag der Wert bei **79,1%**.



Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der Online-Shopper 2020 um **2,40 Millionen**



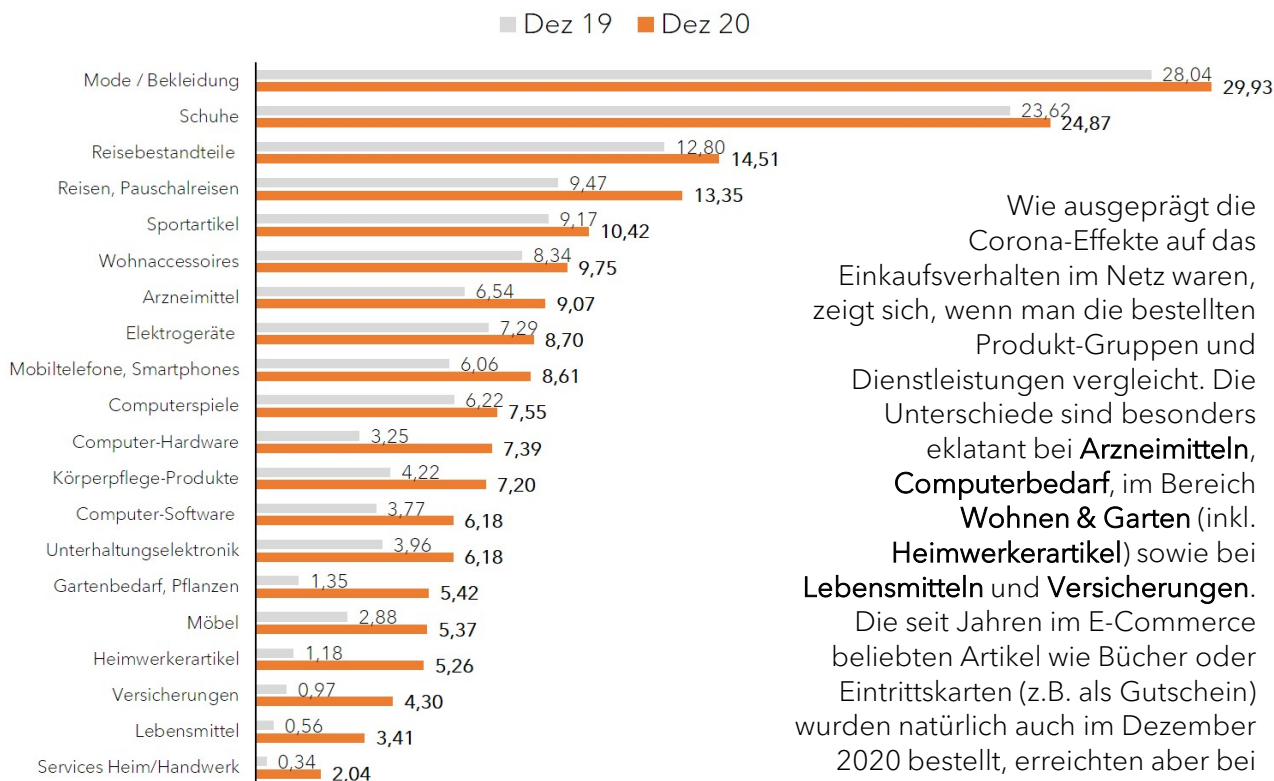
Was die Bundesbürger 2020 im Netz bestellten / Unique User in Millionen



Quelle: agof daily digital facts / Basis: Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahren / Zielgruppe: Gesamt / Filter: Im Internet gekauft (b7p Merkmal) / Zeitraum: 2020

Die 20 Produkte mit dem größten Plus beim Online-Kauf

Dezember 2019 versus Dezember 2020 / Unique User in Millionen

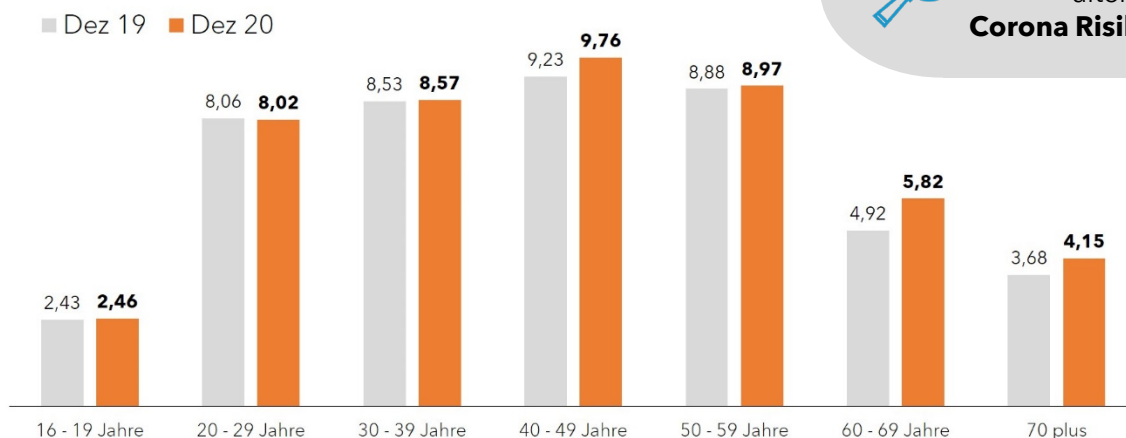


Wie ausgeprägt die Corona-Effekte auf das Einkaufsverhalten im Netz waren, zeigt sich, wenn man die bestellten Produkt-Gruppen und Dienstleistungen vergleicht. Die Unterschiede sind besonders eklatant bei **Arzneimitteln**, **Computerbedarf**, im Bereich **Wohnen & Garten** (inkl. **Heimwerkerartikel**) sowie bei **Lebensmitteln** und **Versicherungen**. Die seit Jahren im E-Commerce beliebten Artikel wie Bücher oder Eintrittskarten (z.B. als Gutschein) wurden natürlich auch im Dezember 2020 bestellt, erreichten aber bei weitem nicht die Zuwachsraten.

Quelle: agof daily digital facts / Basis: Bevölkerung ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Filter: Im Internet gekauft (b4p Merkmal) / Zeitraum: Dezember 2019 versus Dezember 2020

Online-Shopper nach Altersgruppen:

Dezember 2019 versus Dezember 2020 / Unique User in Mio.



Die größten Zuwächse gab es in den altersbedingten **Corona Risikogruppen**



Corona-Effekte im Netz



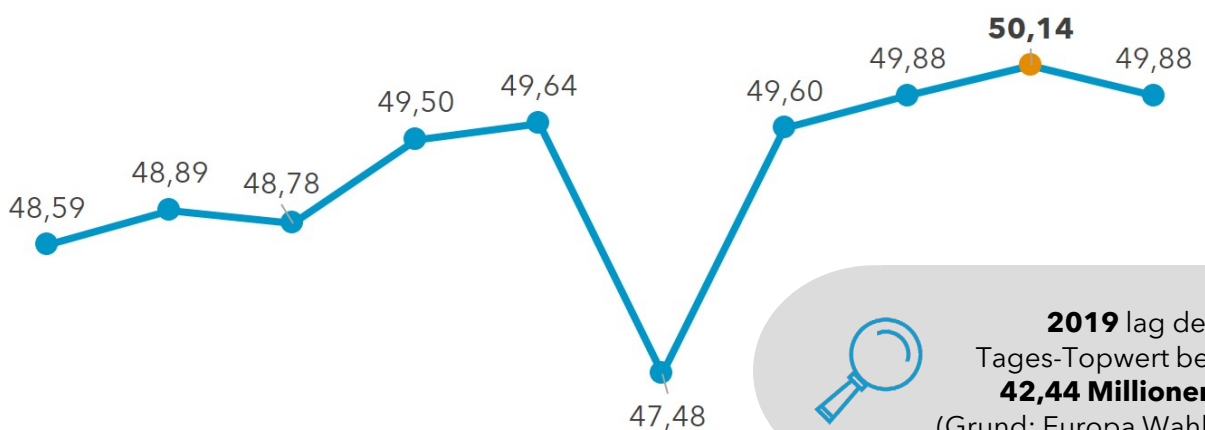
Erste Welle: Bis zu 50,14 Millionen nutzten täglich digitale Medien

Katastrophen haben erfahrungsgemäß signifikante Auswirkungen auf die Mediennutzung. Das galt 2020 auch für die Corona-Pandemie - insbesondere als im Frühjahr die erste Welle Europa traf und schließlich auch in Deutschland zur massiven Bedrohung wurde.

Im **Februar und März 2020** war das Informations-Bedürfnis im Netz besonders ausgeprägt. **89,2** bzw. **89,1** Prozent der 68,86 Millionen Bundesbürger (deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre) nutzten in diesen Monaten digitale Medien, also alle von der agof ausgewiesenen Websites und Apps. Die Zugriffe auf Google, Facebook, Amazon und & Co. sind in diesen Zahlen also noch gar nicht berücksichtigt, da sich die GAFAs bekanntlich von der agof nicht erheben lassen. Zur Einordnung: Im Vorjahr lagen die Vergleichswerte im Februar und März bei 75,1 bzw. 75,9 Prozent.

Zehn Tage im März: Die Rekordreichweiten des Jahres 2020

Unique User in Millionen



Mo.	Di.	Mi.	Do.	Fr.	Sa.	So.	Mo.	Di.	Mi.
09.03.	10.03.	11.03.	12.03.	13.03.	14.03.	15.03.	16.03.	17.03.	18.03.

Digitalisierungsschub zeigt bei der Mediennutzung im Netz enorme Wirkung

Dass das Internet Pandemie-bedingt 2020 eine noch zentralere Rolle im Leben der Bundesbürger spielte, steht zweifelsfrei fest. Nun könnte man vermuten, dass Menschen, die sich monatelang mit Home Office und Homeschooling beschäftigen (und manches Mal auch herumschlagen) mussten, zwischendurch mal eine Online-Pause brauchten. Die agof Daten belegen das Gegenteil: **2020 war ein Rekordjahr**. Die Nutzung digitaler Medien lag durchgehend und deutlich über dem Vorjahres-Niveau (siehe Grafik unten). Insgesamt griffen **60,02 Millionen** in Deutschland wohnhafte Menschen ab 16 Jahren auf Medieninhalte zu, die von der agof erhoben und ausgewiesen wurden. In absoluten Zahlen liegt der Wert zwar „nur“ 1,39 Millionen über dem von 2019. Deutlich zugenommen hat aber die **Nutzungs-Häufigkeit** und Intensität, was die Zugriffsdaten für den durchschnittlichen Tag belegen.

User digitaler Medien im Tagesschnitt:

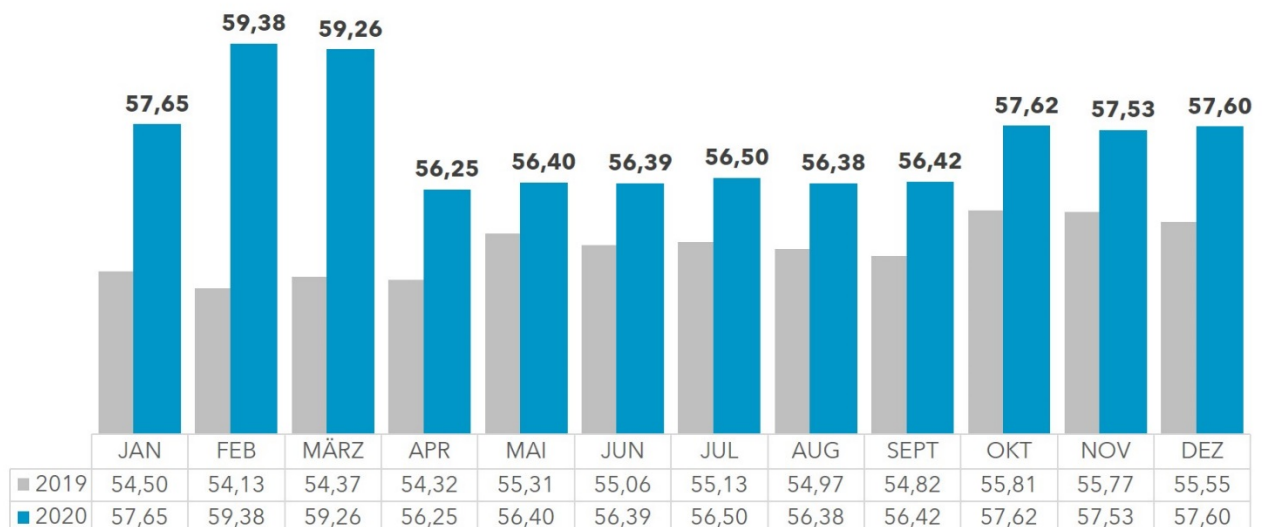
2019: 32,05 Mio.
(46,5% der Bevölkerung)

+ 22,5%



2020: 39,28 Mio.
(56,9% der Bevölkerung)

Die Nutzung digitaler Medien im Jahresvergleich 2019 versus 2020 Unique User pro Monat in Millionen



Pressekonferenz der Kanzlerin zum ersten Lock-Down in Deutschland bescherte News im Netz neuen Allzeitrekord

Was Angela Merkel am **16.03.** der versammelten Presse verkündete, war der (bis dato) massivste Einschnitt in den deutschen Alltag seit dem zweiten Weltkrieg: Der erste Lockdown. Im Laufe der zweiten Corona-Welle traten zwar noch schärfere Maßnahmen in Kraft. Doch an diesem Montag im März 2020 wollten **41,47 Millionen** User ganz genau wissen, was noch erlaubt ist und besuchten digitale News-Angebote. Eine Zahl, die als **bisheriger Tageshöchstwert in die Online-Geschichte** eingeht. Zum Vergleich: 2019 lag der Top-Wert bei 31,60 Millionen Usern (27.05. / Tag nach der Europa-Wahl). Und die News-Reichweiten blieben überdurchschnittlich: **Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Tagesschnitt um 12,6%.**



News: Tägliche Nutzung im Monatsschnitt / Unique User in Millionen



Online
News
im März
2020

	Unique User in Mio.	Unique User in % (Oliner)
FOCUS Online	33,63	56,0
T Online	32,14	53,5
BILD	31,96	53,2
WELT.de	31,56	52,6
DER SPIEGEL SPM	29,57	49,3
Merkur.de	27,69	46,1
N-TV IPD	27,27	45,4
WEB.DE	24,39	40,6
FUNKE MEDIEN NRW	23,92	39,8
STERN EMS	20,92	34,8

TOP
10



Hauptsache gesund

85,0 Prozent der Deutschen riefen 2020 Medizin-Content auf

Es liegt auf der Hand, dass medizinische Informationen in Zeiten einer Pandemie besonders gefragt sind. Wie groß die Nachfrage im Netz war, ist dennoch bemerkenswert: Insgesamt nutzten 2020 **58,66 Millionen** (85,0% der Bevölkerung ab 16 Jahren) Medizin-Content. Im Vergleich zum Vorjahr entdeckten knapp **vier Millionen „neue“ User** das Internet als Ratgeber und Quelle für Fachwissen und Hintergründe. Die Publisher reagierten und bauten ihren gesundheitspezifischen Content z.T. massiv aus. Parallel konnten auch klassische Gesundheits-Portale ihre Reichweiten deutlich steigern.



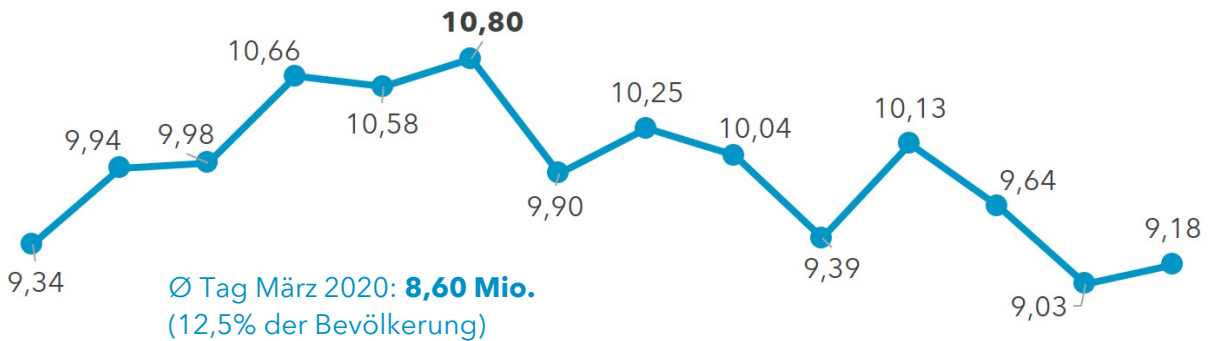
+ 47,6%

User Medizin-Content:

Ø Monat 2019: 34,30 Mio.
(49,8% der Bevölkerung)

Ø Monat 2020: 38,81 Mio.
(56,2% der Bevölkerung)

Medizin-Themen: 14 Tage All-Time-Highs / Unique User in Millionen



Do. 12.03. Fr. 13.03. Sa. 14.03. So. 15.03. Mo. 16.03. Di. 17.03. Mi. 18.03. Do. 19.03. Fr. 20.03. Sa. 21.03. So. 22.03. Mo. 23.03. Di. 24.03. Mi. 25.03.

Im Vergleich:

Ø Tag 2019: **4,00 Mio.**
(5,9% der Bevölkerung)

Ø Tag 2020: **5,47 Mio.**
(7,9% der Bevölkerung)

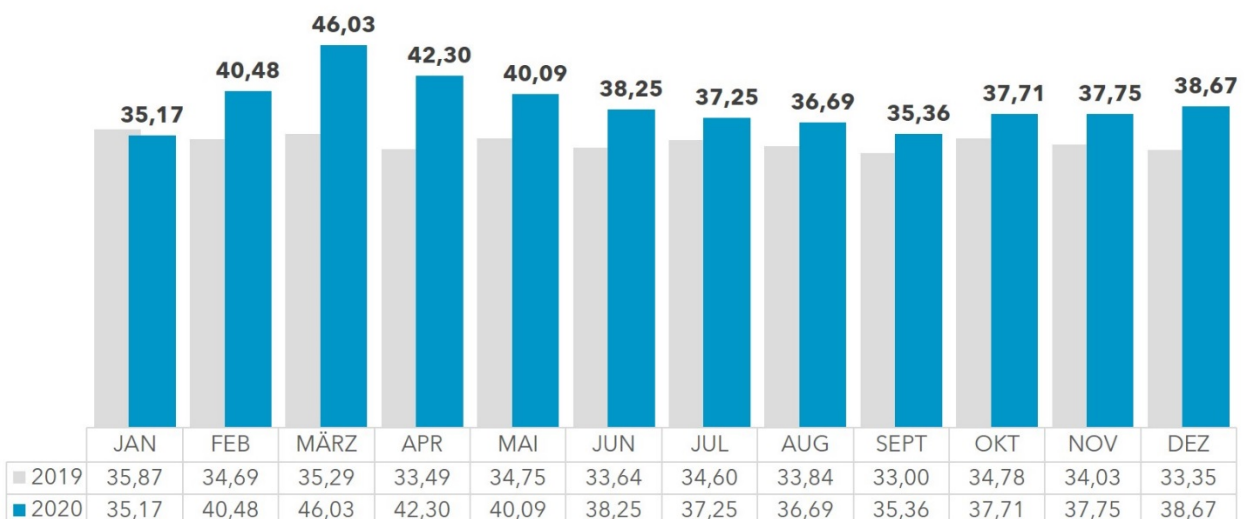


+ 36,7%



Quelle: agof daily digital facts / Basis: Bevölkerung ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Medienkombination Gesundheit (inkl. BEs) / Zeitraum: 2020

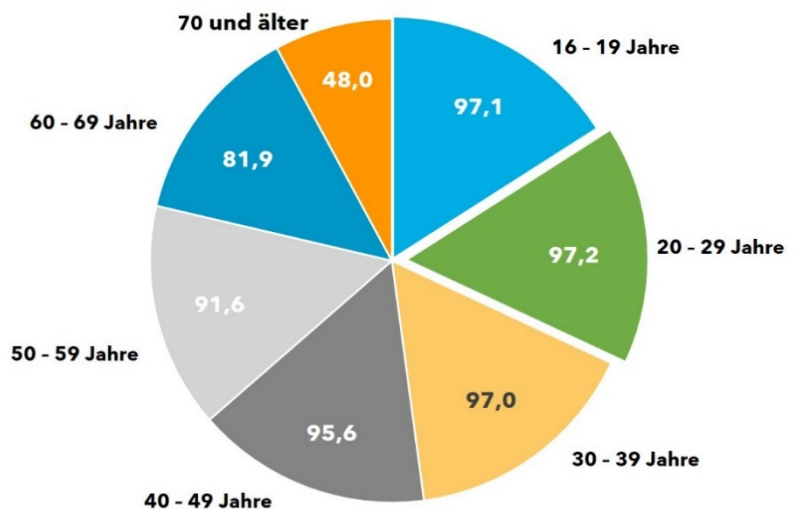
Nutzung von Gesundheits-Content 2020 versus 2019 / Unique User in Millionen



Sehr jung und eigentlich „Gesundheitsmuffel“: Corona verändert Nutzungspräferenzen

Digitale Gesundheitsinformationen: Unique User in Prozent in den Altersgruppen

Digitale Medieninhalte zum Thema Gesundheit waren 2020 keineswegs nur für Risikogruppen interessant. Erstaunlich: Die ganz jungen User machten sich im Laufe des Jahres offensichtlich (fast) alle im Netz über das Virus schlau. Darauf weisen diese Zahlen zumindest sehr klar hin.

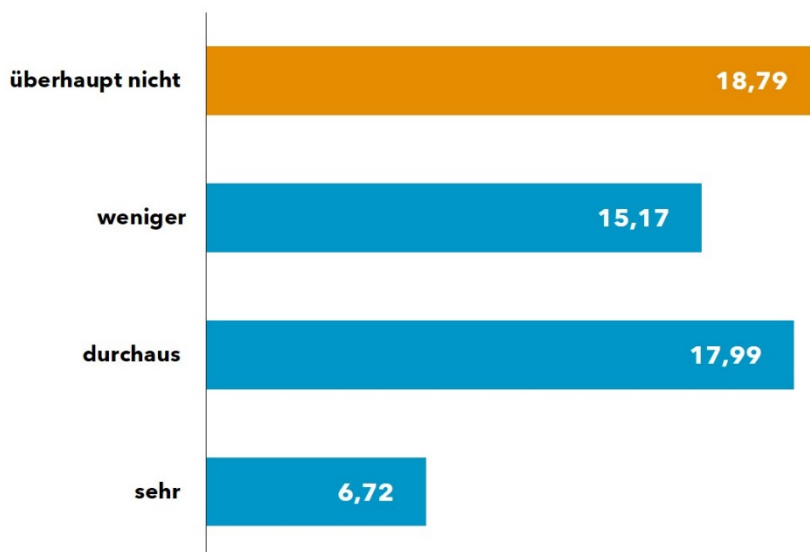


Der Nutzeranteil der unter 40-jährigen lag mit 22,50 Millionen bei 38,4%.



Quelle: agof daily digital facts / Basis: Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahren / Zielgruppe: Gesamt / Filter: Unique User in % nach Altersgruppen / Medienkombination: Gesundheit (inkl. BEs) / Zeitraum: 2020

Die Unique User von digitalem Medizin-Content 2020
...und ihr grundsätzliches Interesse an Gesundheitsthemen



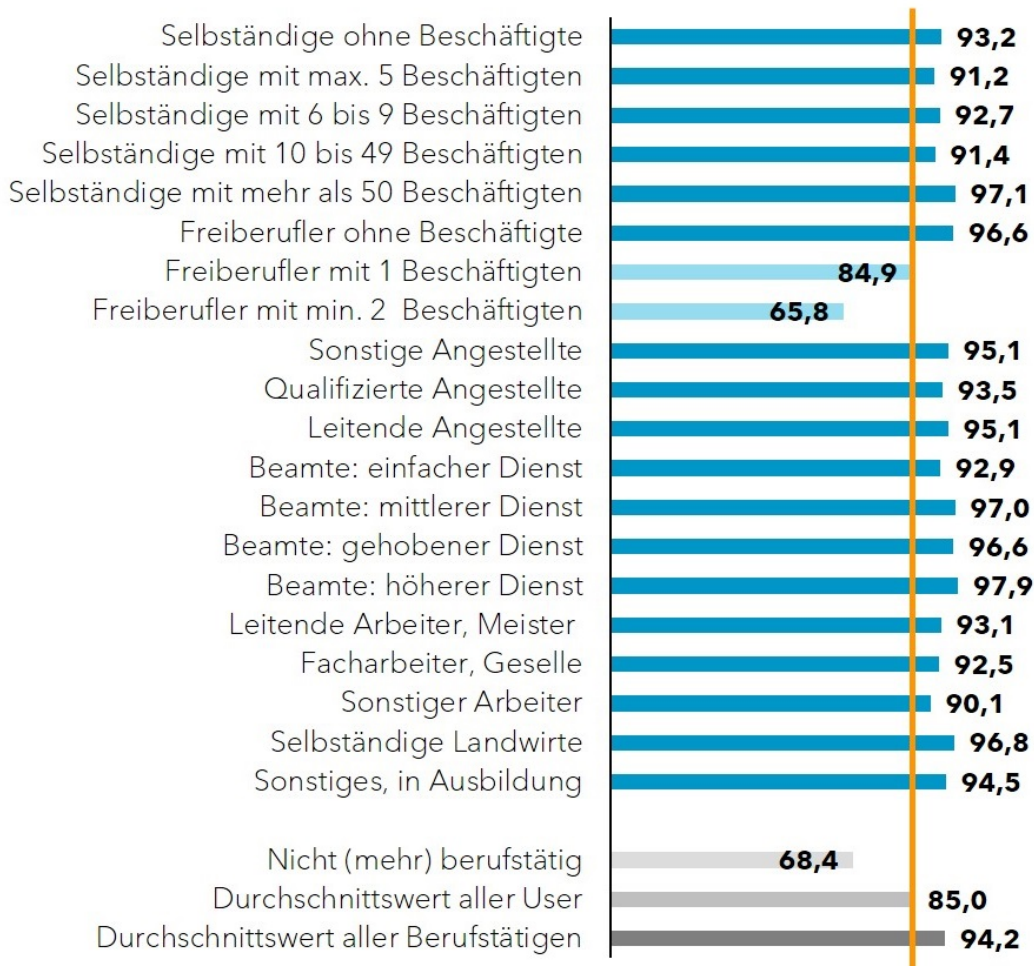
Dass Corona nur sehr wenige kalt ließ, zeigt die hohe Zahl der User mit gar keiner bzw. geringer Affinität für medizinische Themen. 2020 waren diese Gruppen sogar überproportional (**Nutzeranteil 57,3%**) auf Websites und Apps mit Gesundheits-Content vertreten.



Berufstätige 2020 (fast) alle überproportional interessiert

Nutzer digitaler Gesundheitsinformationen nach Berufsgruppen / Unique User in %

Ø-Wert aller User von Gesundheits-
Content 2020: **85,0%**



Ausgeprägtes Interesse ausländischer Mitbürger:

EU27 Staatsangehörigkeit: **90,8%** der in Deutschland lebenden 2,97 Millionen nutzten 2020 Medizin-Content

Nicht EU Nationalität oder **staatenlos**: **90,3%** der hier lebenden 4,33 Millionen nutzten 2020 Medizin-Content

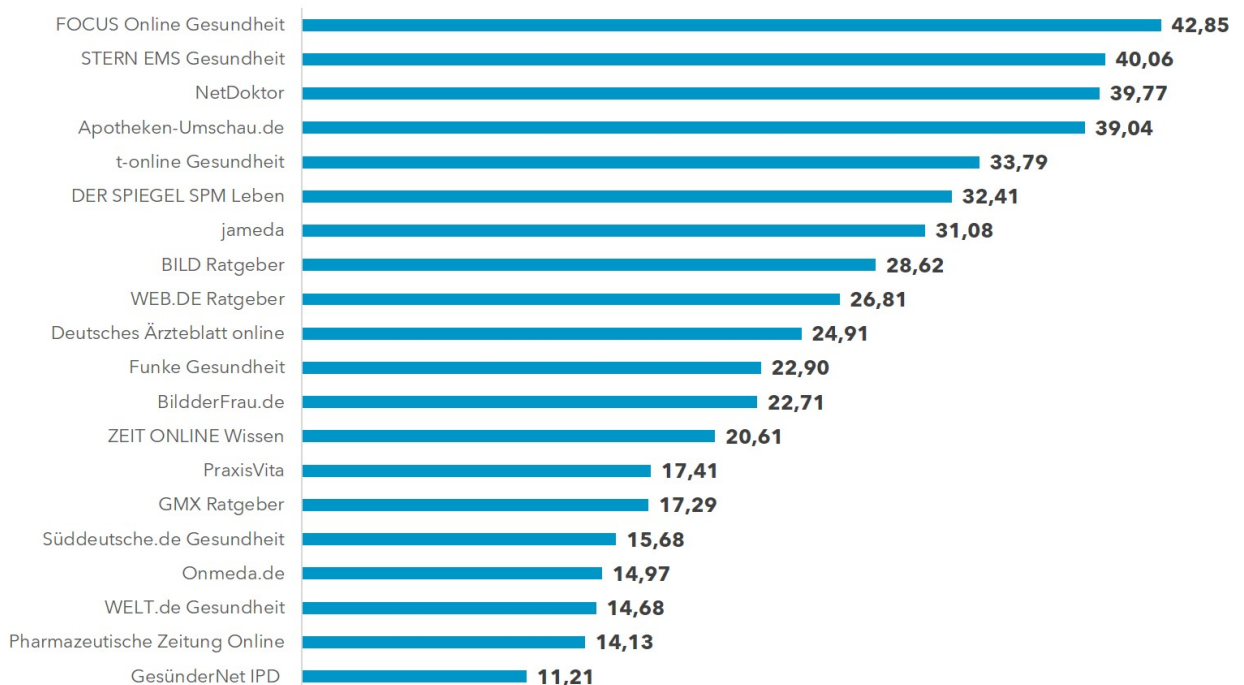


Wo sich die User im Netz über medizinische Themen informierten

Fundierte Fakten statt Fake News & Verschwörungsmythen – so könnte man die Präferenz der Bundesbürger im Umgang mit Medizin-Content beschreiben. Ob die User auch auf dubiose Quellen zum Thema Corona zugegriffen, wissen wir natürlich nicht. Dass die große Mehrheit seriöse Online-Angebote ansteuerte, lässt sich mit Daten allerdings klar belegen.



Top 20 Angebote Gesundheit / Unique User in Millionen



Forschung im Fokus



Wissenschaft Online: Plus 40,7% bei der Reichweite pro Tag

Das Unbekannte besser verstehen. Im Corona-Jahr 2020 motivierte das insgesamt **56,6 Millionen** Bundesbürger, sich im Netz mit **Wissenschafts-Content** zu beschäftigen. Im Vergleich zum Vorjahr steigerten Online-Angebote aus dem Themen-Segment Wissenschaft ihre **Jahres-Reichweite** um 6,62 Millionen.

Wie überdurchschnittlich groß die Nachfrage an wissenschaftlichen Erklärungen und fundiertem Fachwissen 2020 war, zeigt auch der Blick auf den **Tagesschnitt**: Der kletterte 2020 auf **3,94 Millionen** - ein Plus von 40,7% gegenüber dem Vorjahr.



+ 20,1%

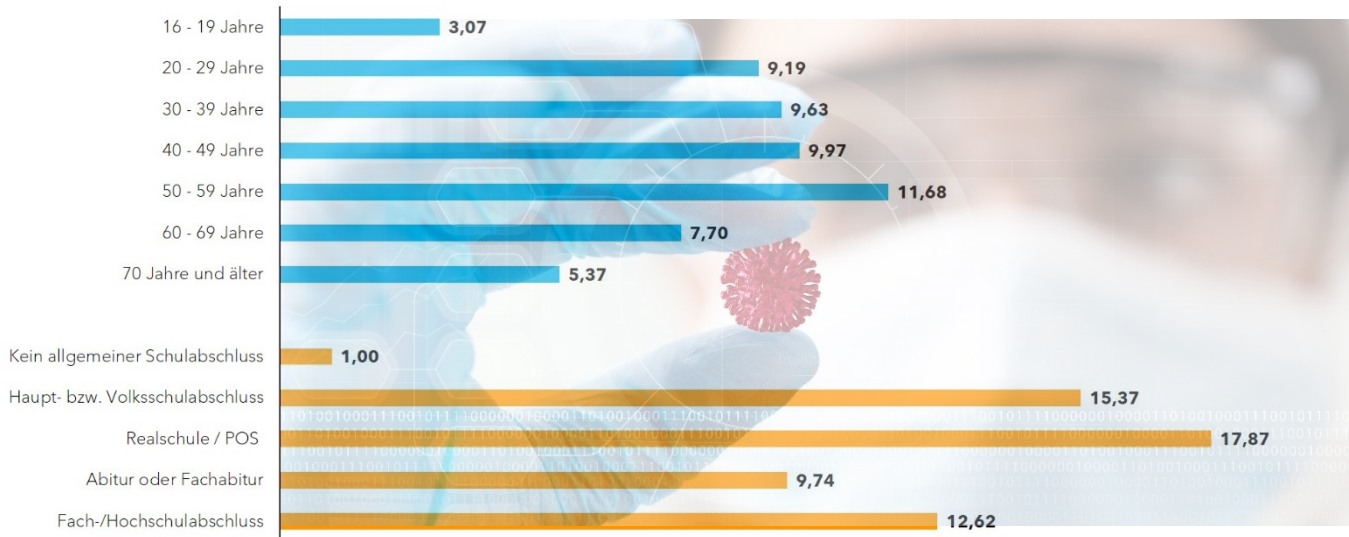
Unique User Wissenschaft:

Ø Monat 2019: **25,30 Mio.**
(36,7% der Bevölkerung)

Ø Monat 2020: **30,39 Mio.**
(44,0% der Bevölkerung)

Wer beim Thema Forschung im Netz genau hinschaute

Das Interesse an wissenschaftlichen Fakten und Hintergründen war 2020 in allen Altersklassen groß und auch nicht auf Menschen mit höherer Bildung beschränkt.



agof Quelle: agof daily digital facts / Basis: Bevölkerung ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Medienkombination Wissenschaft (inkl. BEs) / Zeitraum: 2020 / Angaben in Mio.

Effekte im März 2020:

Reichweite: 36,73 Mio.
(53,3% der Bevölkerung)

Top-Tag: 8,37 Mio. (16.03.)
(119% über Spitzenwert 2019)



Büffeln im Netz: Nutzung Wissenschafts-Content von Schülern und Studenten (Unique User in %)



Hilfspakete & Konjunkturspritzen



20,66 Millionen verfolgten im Schnitt täglich die aktuelle Wirtschaftslage im Netz - rund drei Millionen mehr als 2019

User Wirtschaftsinfos:

Ø Monat 2019: 49,50 Mio.
(71,9% der Bevölkerung)

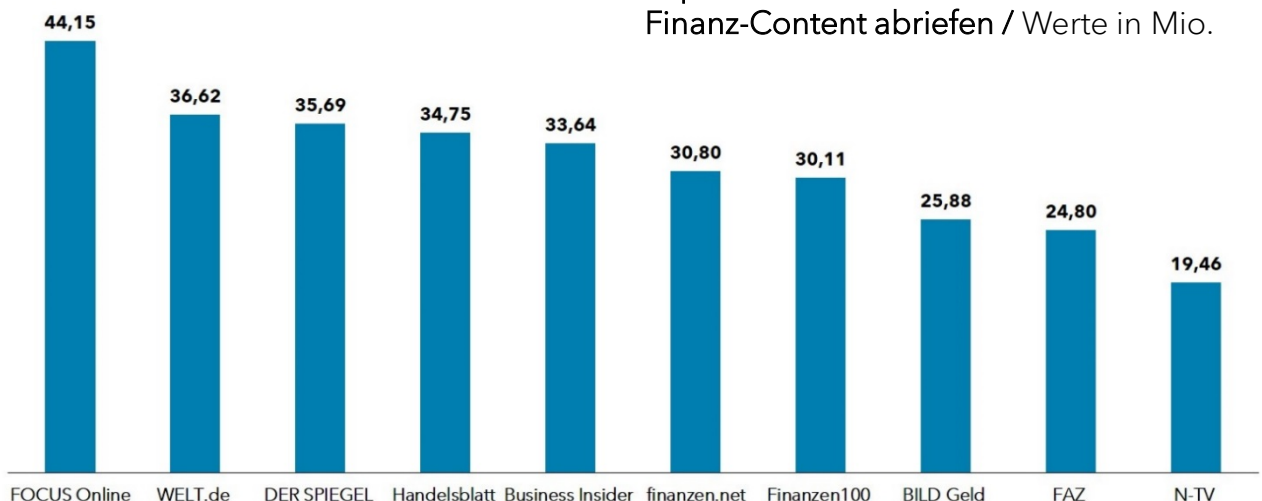
Ø Monat 2020: 52,27 Mio.
(75,7% der Bevölkerung)



+ 5,3%

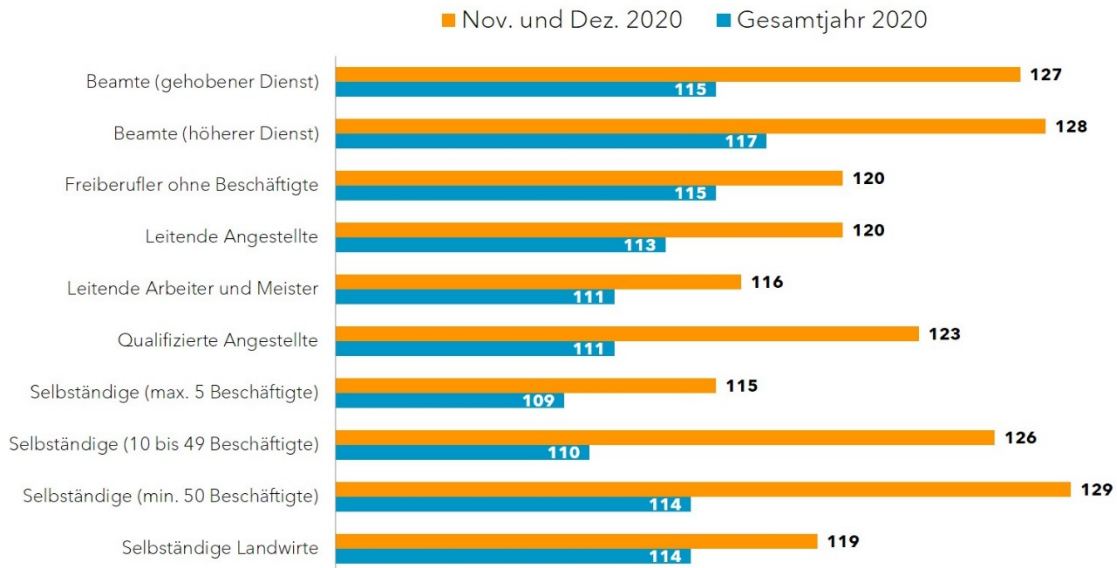
Wem droht die Pleite, wer hat Anspruch auf Zuschüsse, KfW-Kredite und Kurzarbeiter-Geld? Wie reagieren die Börsen und was müssen Arbeitgeber bei Home Office und Arbeitsschutz beachten? Die Online-Redaktionen im Bereich Wirtschaft hatten 2020 wahrlich viel zu erklären. Die User dankten es ihnen: **Die Reichweiten für den durchschnittlichen Tag stiegen um 16,3%** im Vergleich zum Vorjahr.

Top 10: Wo die meisten User 2020 Finanz-Content abriefen / Werte in Mio.



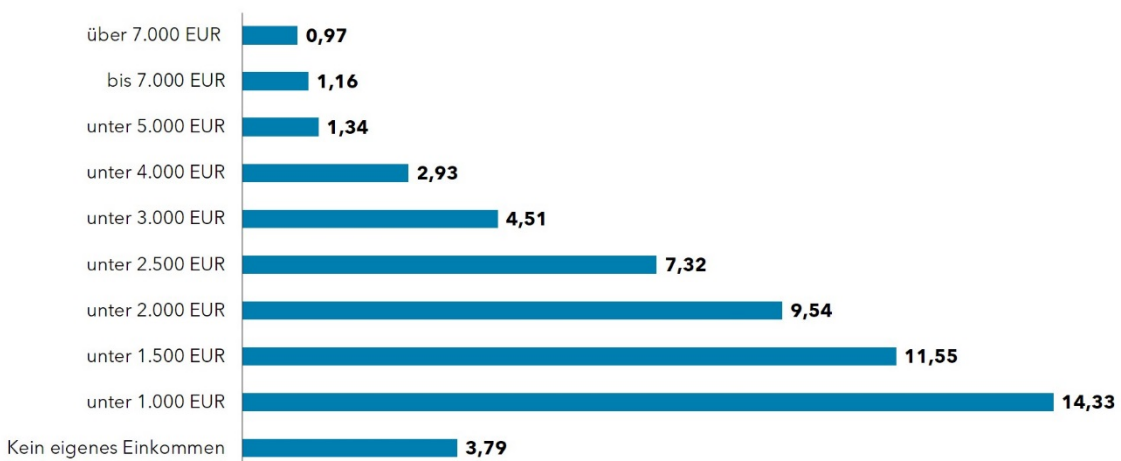


Die Berufsgruppen mit dem proportional größten Zuwachs im November und Dezember 2020 bei der Nutzung von Wirtschaftsthemen / Affinität als Indexwert



Quelle: agof ddf / Basis: Bevölkerung ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Medienkombination: Wirtschaft monothematisch (inkl. BEs) / Zeitraum: 2020

Netto-Einkommen von Nutzern monothematischer Wirtschaftsinhalte / Unique User in Mio.



Quelle: agof ddf / Basis: Bevölkerung ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Medienkombination: Wirtschaft monothematisch (inkl. BEs) / Zeitraum: 2020

Schlaglichter

auf den digitalen Alltag im Corona-Jahr 2020

Leere Stadien, volles Netz. Obwohl viele Sport-Events abgesagt wurden, legten digitale Sportsites und Apps 2020 sogar zu.

User digitaler Sport:

Ø Monat 2019: **49,30 Mio.**
(71,6% der Bevölkerung)



Ø Monat 2020: **51,88 Mio.**
(75,2% der Bevölkerung)

+ 5,0%

Als reichweitenstärkster Tag geht der **13. März** mit **28,98 Millionen** Unique Users in die Statistik des **Sportjahrs 2020** ein, was allerdings nur partiell mit sportlichen Leistungen zu tun hatte. Zwar gab es einen Doppelsieg der deutschen Biathletinnen zu bejubeln. Die **Top-Sport-News des Tages** ging allerdings auf das Konto von Corona: **Die Bundesliga stellte den Spielbetrieb vorerst ein.**



Technik-Tücken im Home Office...

...werden ihren Teil zur starken Nachfrage nach Inhalten aus dem Bereich **Computer & Technik** beigetragen haben. Sitzen alle Kabel richtig, welche Software ist praktisch und sicher, welche Hardware-Aufrüstung sinnvoll? **Mehr als jeder zehnte Bundesbürger (7,29 Mio./10,6%)** steuerte im Jahreschnitt **täglich** digitale Medienangebote aus diesem Segment an.



+ 9,6%

User Computer & Technik:

Ø Monat 2019: **38,80 Mio.**
(56,3% der Bevölkerung)

Ø Monat 2020: **42,59 Mio.**
(61,7% der Bevölkerung)

Schlaglichter 02

Hefe ist gerade leider ausverkauft!

In Deutschlands Küchen wurde in den letzten Monaten gebrutzelt, geschmort und gebacken wie seit langem nicht. Eine Pandemie-Erscheinung, die sich auch im Netz bemerkbar machte. Rezepte, Küchen-Tutorials, Ernährungs-Tipps - insbesondere junge Menschen (**95,2% der 16- 39-jährigen**) machten sich im Laufe des Corona-Jahres 2020 auf **digitalen Angeboten rund ums Kochen** schlau. Im **Tagesschnitt** lagen die Userzahlen bei **4,3 Millionen**, knapp eine Million pro Tag mehr als 2019.

User „Essen, Trinken, Genießen“:

Ø Monat 2019: **30,30 Mio.**
(44,0% der Bevölkerung)

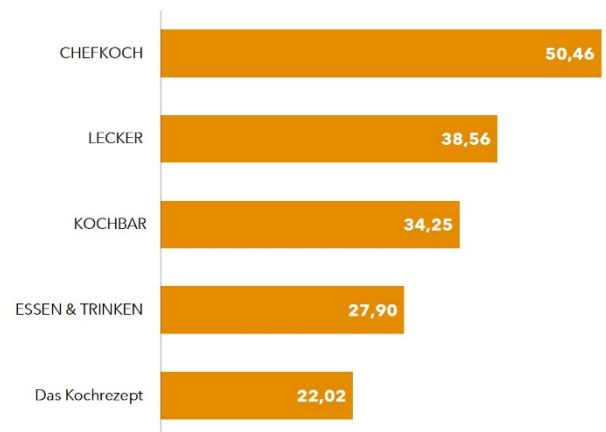
Ø Monat 2020: **33,36 Mio.**
(48,3% der Bevölkerung)



+ 10,1%



Top 5 der Kochsites 2020 / Unique User in Millionen



Quelle: agof ddf / Basis: Bevölkerung ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Medienauswahl nach Navigationshilfe Kochen / Zeitraum: 2020



Lieferservice geht immer...

Ein Lichtblick für die Gastronomie: **Liefersdienste für fertige Mahlzeiten** wurden 2020 von **36,89 Millionen** Bundesbürgern ab 16 Jahren in Anspruch genommen. Regelmäßig orderten 23,6% Gerichte via Internet oder Telefon, immerhin selten nutzten 30,3% der Bevölkerung ab 16 Jahren Fast- oder Slow-Food-Services.

Schlaglichter 03

Urlaub in Corona-Zeiten

Eine der bittereren Konsequenzen der Pandemie: Die Tourismusbranche liegt weltweit am Boden. An der Reiselust der Deutschen liegt es nicht, denn die ist ungebrochen. So nutzten 2020 im Jahresverlauf **58,22 Millionen** Bundesbürger ab 16 Jahren **Reise-Sites & Apps** - **3,64 Millionen mehr als 2019**.



User Reise-Content

Ø Monat 2019: **34,40 Mio.**
(50,0% der Bevölkerung)

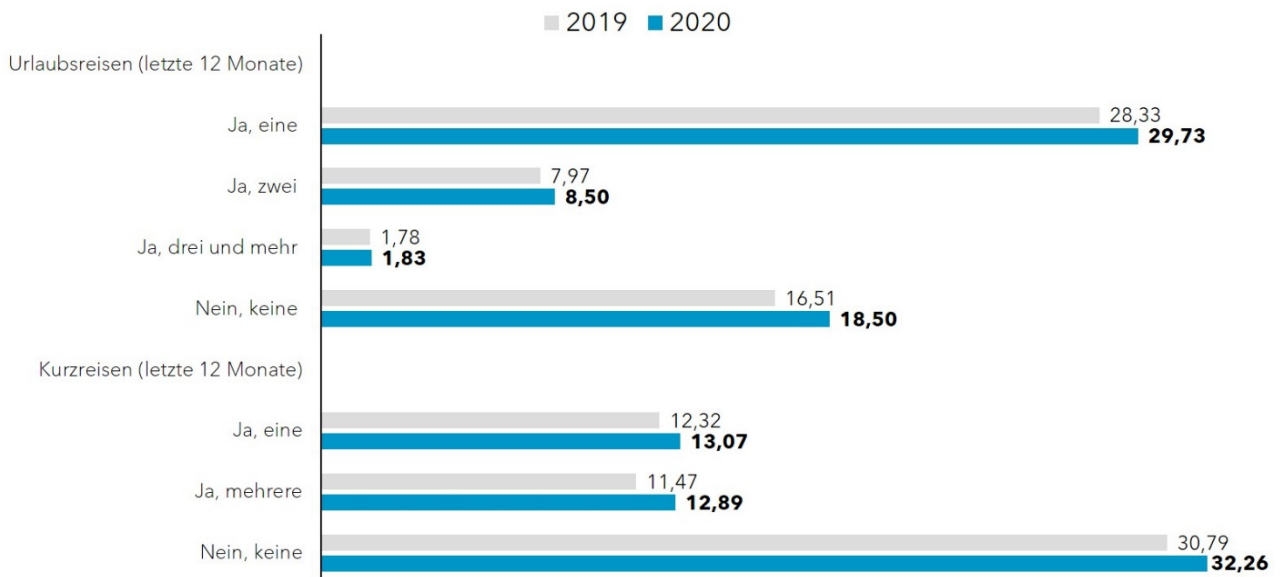
Ø Monat 2020: **35,70 Mio.**
(51,7% der Bevölkerung)



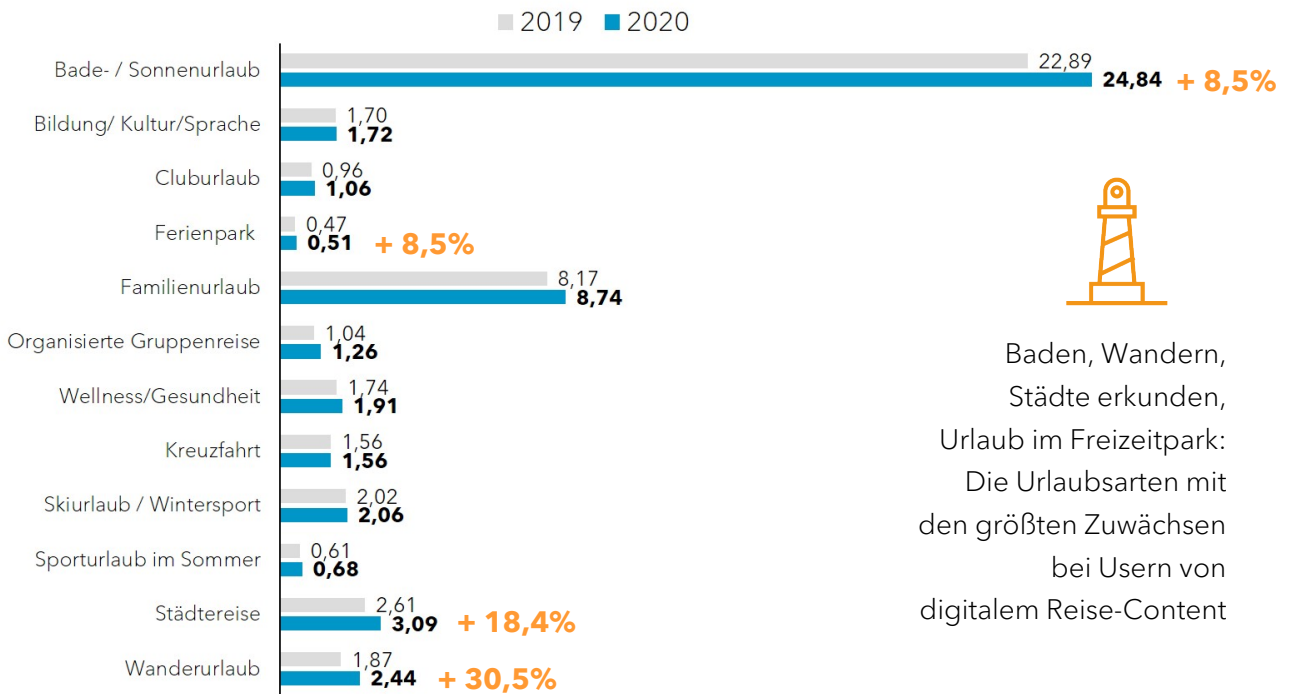
+ 3,8%

Signifikante Unterschiede zum Vorjahr sind beim Reiseverhalten 2020 kaum zu erkennen - jedenfalls hinsichtlich der Häufigkeit von Urlaubs- und Kurzreisen (Grafik unten). Da sich die Umfrage auf die jeweils letzten 12 Monate bezieht, können aber auch hier Antworten aus dem Zeitraum vor Corona die Ergebnisse leicht verzerren.

Reiseverhalten 2020 versus 2019 / Nutzer digitaler Reiseinformationen in Mio.



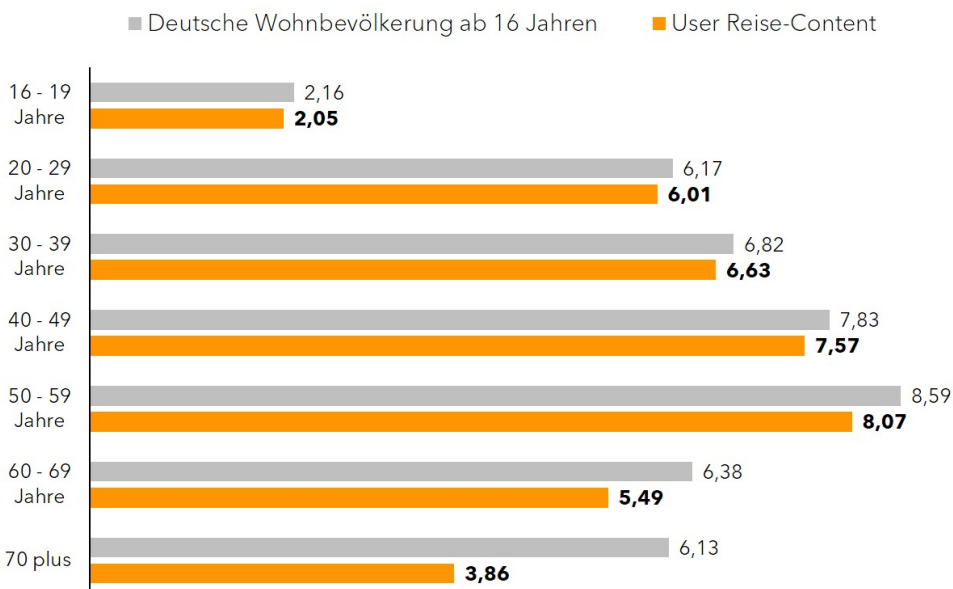
Urlaubsarten im Jahresvergleich: Nutzer digitaler Reise-Sites in Millionen



Baden, Wandern,
Städte erkunden,
Urlaub im Freizeitpark:
Die Urlaubsarten mit
den größten Zuwächsen
bei Usern von
digitalem Reise-Content

Die Zielgruppe der Urlauber:

User von Reiseinformationen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung / Angaben in Mio.



Urlauber unter
60 Jahren
waren 2020
fast vollständig
auf Reise-Sites
zu finden



Die agof im
Mediajahr 2020

Erfolgsgeschichten



Consent-Management

Datenschutzkonformität hat bei der agof höchste Priorität. In Folge der verschärften Regeln, die der BGH zur Cookie-Zustimmung festschrieb (Urteil Planet 49), verpflichtete die agof alle Teilnehmer an ihrer Studie zur Implementierung von Consent-Management-Plattformen. Diese müssen dem Regelwerk und den Standards von TCF 2.0 des IAB Europe entsprechen und sind ab 2021 auch eine der technischen Voraussetzungen für die agof Erhebung.

Geräte-Logik

In der daily digital facts stehen seit 2020 erstmals auch Daten zur Gerätenutzung zur Verfügung. Somit lässt sich ermitteln, über welche Screen-Größe Online-Inhalte rezipiert werden. Ausgewiesen werden dazu Reichweiten für die drei wesentlichen Geräte-Typen Desktop (inkl. aller Big Screens), Tablet sowie Smartphone (inkl. aller Small-Screens). Zudem können werberelevante Auswertungen anhand der Geräte-Logik vorgenommen werden.

Programmatic-Service

Die umfangreichen und neutralen Prüfungen sowie die fortlaufenden Monitoring-Prozesse, die Websites und Apps durchlaufen, die in der agof Studie ausgewiesen werden, können seit April 2020 auch im Bereich Programmatic genutzt werden. Der Service **aqi** ermöglicht über maschinen-lesbare Schnittstellen die automatische Ermittlung hochwertiger Werbeumfelder. Zudem erleichtert **aqi** als Gütesiegel die Vermarktung von agof geprüften Online-Angeboten.



TOP 25 agof Vermarkter Gesamtreichweiten im Jahr 2020

	Unique User in %	Unique User in Mio.	Kontakte in Mio.
Basis	100,0	69,02	
Ströer Digital	86,7	59,85	57.133,90
Ad Alliance	86,1	59,44	37.623,79
Media Impact	86,1	59,42	48.449,25
BurdaForward	85,5	59,04	12.740,02
United Internet Media	84,3	58,15	76.386,29
Seven.One Media	84,0	57,94	11.742,95
iq digital	83,6	57,68	8.093,60
eBay classifieds group	83,5	57,65	143.258,82
FUNKE Mediengruppe	79,0	54,52	2.819,54
BCN - Burda Community Network	75,0	51,75	1.707,79
Scout24	68,6	47,32	13.766,91
Urban Media	65,8	45,38	1.230,91
Heise Medien	57,6	39,74	1.347,89
MAIRDUMONT NETLETIX	57,2	39,48	973,68
HiMedia Deutschland	51,2	35,36	292,45
netpoint media	47,3	32,62	421,14
CondeNast	37,6	25,93	226,15
Avoxa - Mediengruppe Deutscher Apotheker	24,9	17,17	66,99
CommonMedia	24,3	16,77	229,97
Weischer Online	23,8	16,44	176,07
onvista media sales	20,2	13,91	1.374,35
SPM Sportplatz Media	18,2	12,55	783,95
teltarif.de Onlineverlag	18,0	12,46	64,10
Deutscher Fachverlag	15,1	10,45	85,49
Holzmann Medien	11,5	7,94	19,75

TOP 25 agof Vermarkter Reichweiten am durchschnittlichen Tag 2020

	Unique User in %	Unique User in Mio.	Kontakte in Mio.
Basis	100,0	69,02	
Ströer Digital	26,8	18,52	170,15
Media Impact	21,9	15,15	145,78
Ad Alliance	21,4	14,79	112,46
United Internet Media	18,5	12,73	225,71
eBay classifieds group	16,7	11,52	423,08
BurdaForward	13,1	9,03	37,94
Seven.One Media	9,0	6,24	34,67
iq digital	8,6	5,95	24,21
FUNKE Mediengruppe	5,0	3,45	8,54
Scout24	3,0	2,07	41,04
BCN - Burda Community Network	2,8	1,96	5,11
Urban Media	1,7	1,15	3,66
Heise Medien	1,0	0,71	4,07
MAIRDUMONT NETLETIX	0,7	0,49	2,86
HiMedia Deutschland	0,6	0,38	0,87
netpoint media	0,6	0,44	1,24
onvista media sales	0,4	0,29	4,18
SPM Sportplatz Media	0,4	0,25	2,29
CondeNast	0,3	0,22	0,67
CommonMedia	0,2	0,17	0,68
Weischer Online	0,2	0,13	0,51
Avoxa - Mediengruppe Deutscher Apotheker	0,1	0,10	0,20
Deutscher Fachverlag	0,1	0,09	0,25
Holzmann Medien	0,1	0,04	0,06
teltarif.de Onlineverlag	0,1	0,08	0,19

agof Branchenberichte 2020

Online-spezifische Fakten zu Wirtschaftszweigen und gesellschaftlich relevanten Themen stellte die agof auch 2020 nicht nur Mitgliedern und Studienteilnehmern zur Verfügung. Im vergangenen Jahr publizierte der Verein vier umfangreiche Berichtsbände mit detaillierten Analysen, branchenrelevanten Kennzahlen und wertvollen Hinweisen auf Besonderheiten und Präferenzen der digitaler Verbraucher.



Berichte und Grafiken zum kostenlosen Download

Diese (und viele weitere) Ausgaben der „agof facts & figures“ sind jederzeit und kostenfrei unter www.agof.de unter dem Navigationspunkt „Studien“ abrufbar - inkl. Grafiken und Tabellen zum Download.



agof e.V.

Europa-Allee 22
60327 Frankfurt am Main

Tel.: 069 / 264 888 – 310
Fax: 069 / 264 888 – 320
E-Mail: kontakt@agof.de

Inhaltlich verantwortlich ist die Geschäftsführerin, Claudia Dubrau, unter der Anschrift
der agof – Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V.

Weitere Informationen unter www.agof.de