

Frankfurt, 27. April 2022

Pressemitteilung

Neuer agof Digital Report: Online weiter auf Wachstumskurs

Mehr User, mehr Endgeräte, höhere Reichweiten für Werbeumfelder der agof Vermarkter – die Review 2021 belegt erneuten Digitalisierungsschub

Etwas später als gewohnt, aber nicht weniger informativ – ab sofort ist der **agof Digital Report 2021** auf der Website der Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V. (agof) verfügbar und bietet wieder viele Fakten und Statistiken zur Internutzung des Vorjahres. Auf insgesamt 36 Seiten finden sich die Resultate von mehr als 50 Einzelanalysen – inklusive Quervergleichen und diversen Rankings. Bei der Aufbereitung dieser Informationsfülle wurde auch diesmal großen Wert auf die Übersichtlichkeit gelegt, weshalb die Ergebnisse hauptsächlich in Form selbsterklärender Grafiken dargestellt werden, flankiert von komprimierten Info-Texten und prägnanten Short-Facts.

Die drei thematischen Schwerpunkte des agof Digital Report 2021:

- Relevante Entwicklungen bei der Digitalisierung bundesdeutscher Privathaushalte und den Nutzungspräferenzen (mit besonderem Augenmerk auf Social Media und E-Commerce)
- Das Umweltbewusstsein der Onliner mit dem Fokus Energie- und Verkehrswende
- Details zur Nutzung und Vermarktung der digitalen Medienangebote, die in der agof Markt-Media-Studie daily digital facts ausgewiesen werden

Ein wesentliches Ergebnis der Rückschau: Die Corona-Effekte, die 2020 für Rekord-Reichweiten sorgten, wirkten sich nachhaltig auf die Internetnutzung aus. Denn: Auch 2021 stieg die Zahl der Onliner und erreichte mit **61,15 Millionen** (plus 870.000) erneut einen Höchststand. **Der Anteil der „Non-Onliner“ in der deutschen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren schrumpfte damit auf einen Wert von 11,5 Prozent.** Ein Novum in der 2021er-Statistik: Eine Altersgruppe, nämlich die der 16- bis 19-jährigen, erreichte beim Digitalisierungsgrad erstmals die 100-Prozent-Marke und war damit vollständig im Netz vertreten. Den Löwenanteil der „Neu-User“ stellten allerdings auch 2021 wieder die älteren Semester (plus 2,0% bei den 60- bis 69-jährigen und plus 6,2% bei den über 70-jährigen).

Der Digitalisierungsschub seitens der Bürger zeigte sich auch bei der Ausstattung der Privathaushalte mit internetfähigen Endgeräten. So verfügten eigenen Angaben zufolge 86,5 Prozent der Bundesbürger im November 2021 zuhause über PC, Laptop oder Tablet (plus 9,8% im Vergleich zum November 2020) und mehr als die Hälfte (52,7%) über ein Smart-TV (plus 10,5% im Vergleich zum November 2020).

Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V. Franklinstraße 52, 60486 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, Steffen Bax, Dirk Maurer

AD ALLIANCE | BURDAFORWARD | EBAY CLASSIFIEDS GROUP | G+J EMS
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SCORE MEDIA GROUP | SEVEN.ONE MEDIA
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

Auch für das Jahr 2021 befasst sich der Digital Report mit sehr unterschiedlichen Aspekten der Online-Nutzung und beleuchtet auch den Wertekompass der Onliner. Hier drei Beispiele für die Bandbreite der Auswertungen:

Selbsteinschätzung der User: „Ich bin...“



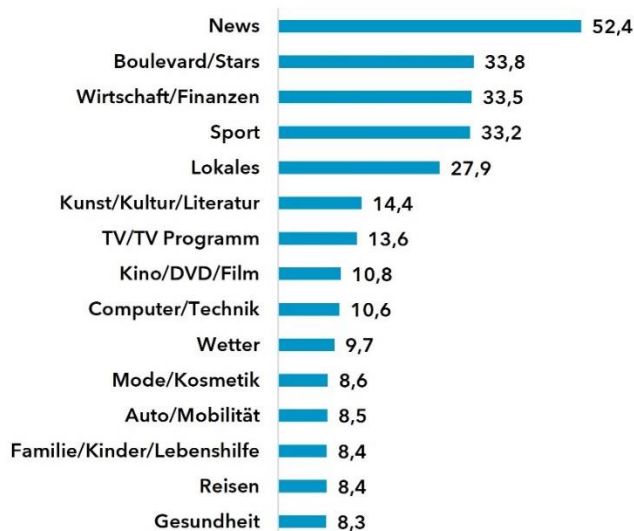
Quelle: daily digital facts / Basis: Nutzer mobiler und/oder stationärer Angebote ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Filter: Online Shopper (b4p Merkmal) / Zeitraum: April bis Nov. 2021

Bewertung des Statements: „Nach meiner Einschätzung wird das Umweltproblem in seiner Bedeutung stark übertrieben“



Quelle: agof ddf / Basis: Nutzer mobiler und/oder stationärer Online-Angebote ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Filter: Pers. Einstellung zum Umweltschutz (VuMA Merkmal) / Zeitraum: April bis Nov. 2021 / Angaben: Unique User in Prozent

Genutzte Themen: Reichweiten im Tagesschnitt 2021 / Unique User in Prozent



Quelle: agof ddf / Basis: Nutzer mobiler und/oder stationärer Angebote ab 16 J. / Zielgruppe: Gesamt / Medienkombinationen nach TOP Navigationshilfen (inkl. Belegungseinheiten) / Zeitraum: Ø Tag Jan. bis Nov. 2021

Abrufbar ist der Digital Report 2021 (inklusive aller Grafiken auch im PPTX-Format) ab sofort kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/digital-report/>.

Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Katharina Metzger
agof Pressesprecherin
Tel.: 0151/126 713 88
Fax: 069/264 888-320
Mail: katharina.metzger@agof.de