

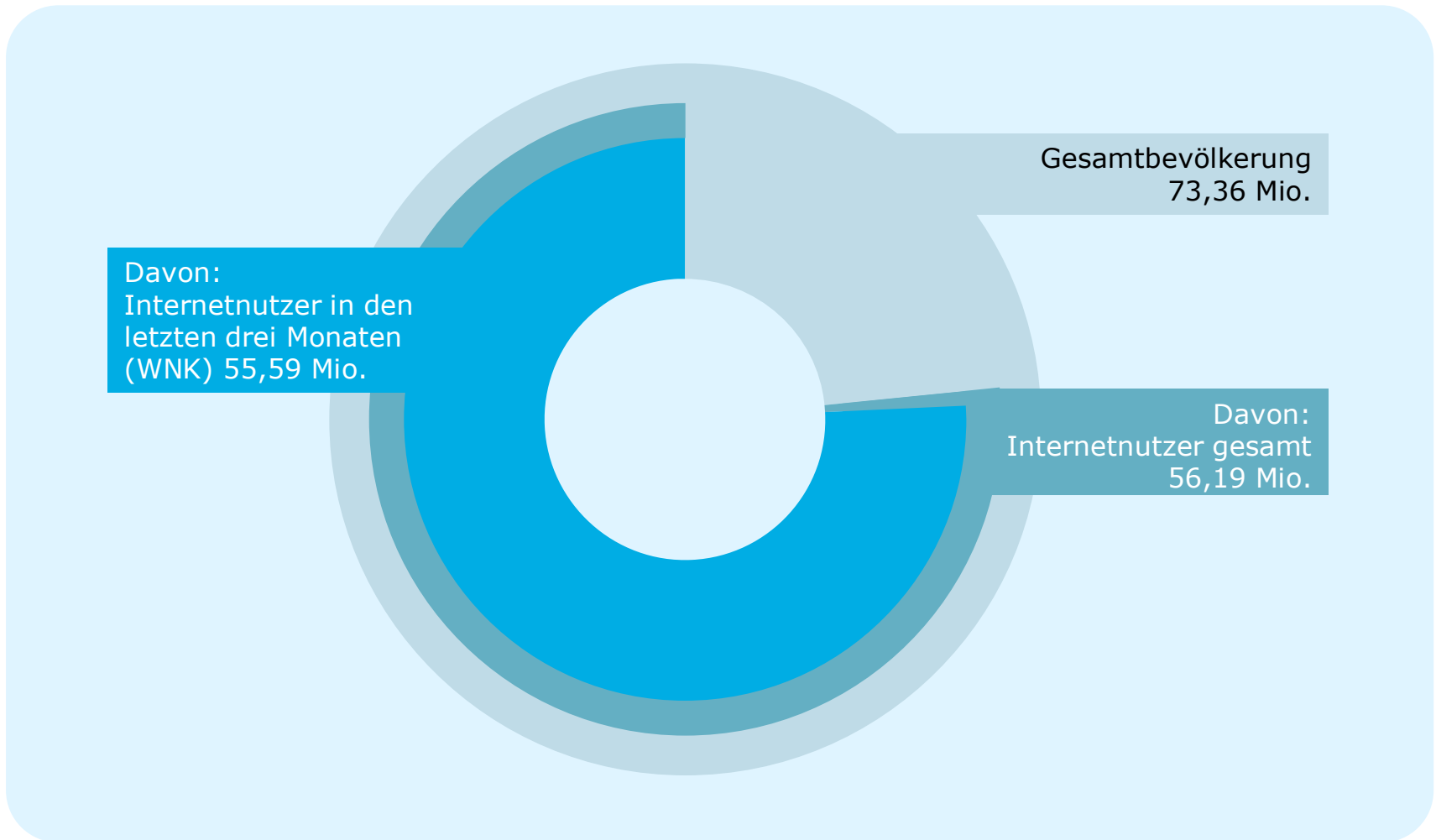


internet facts 2014-05

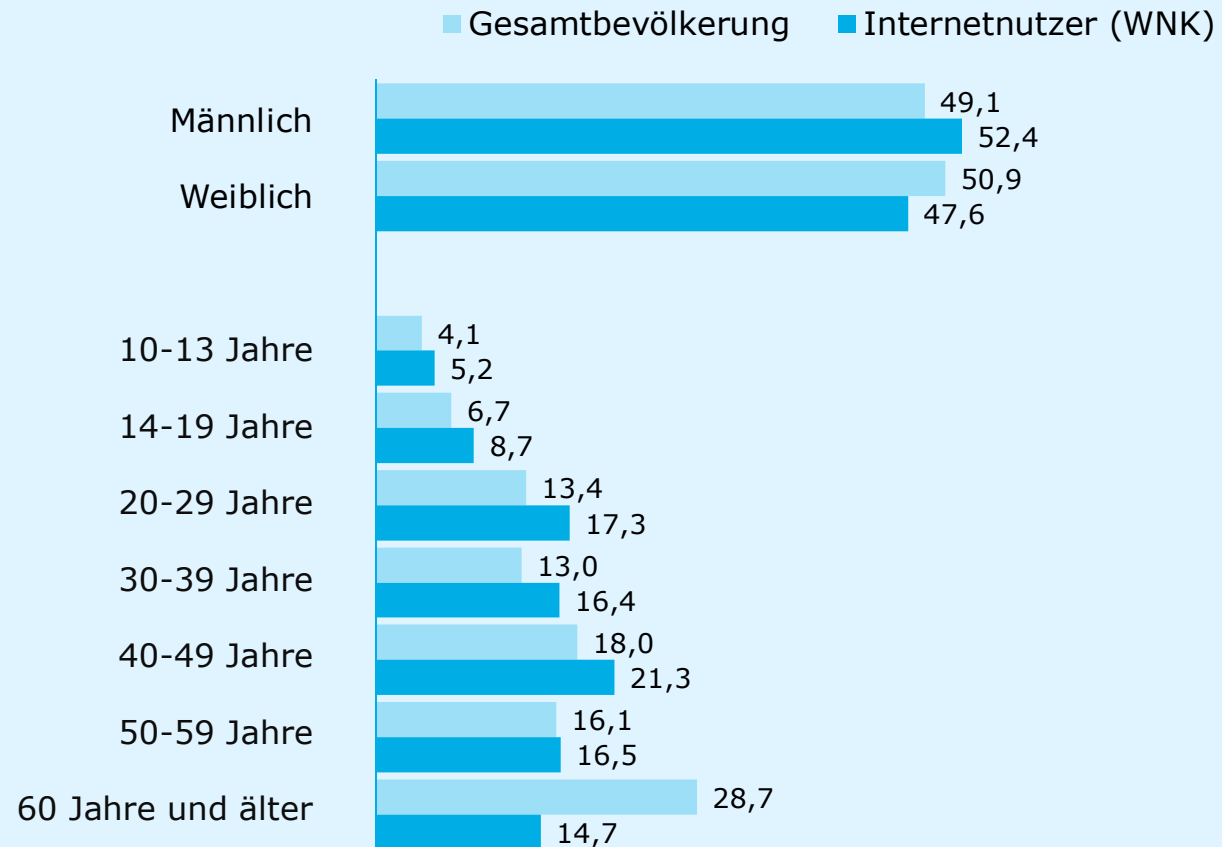
AGOF e. V. Juli 2014



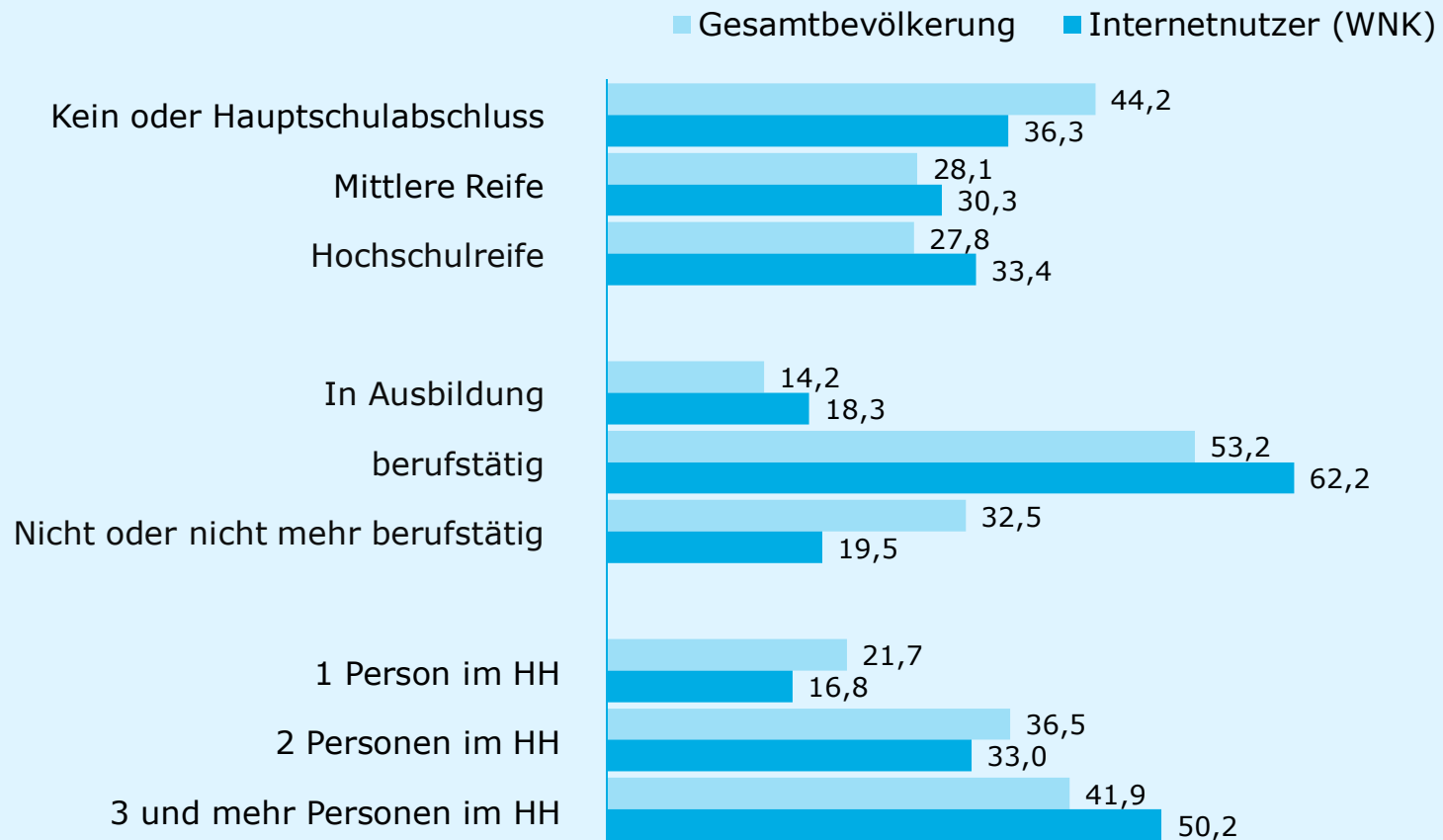
Grafiken zur Internetnutzung



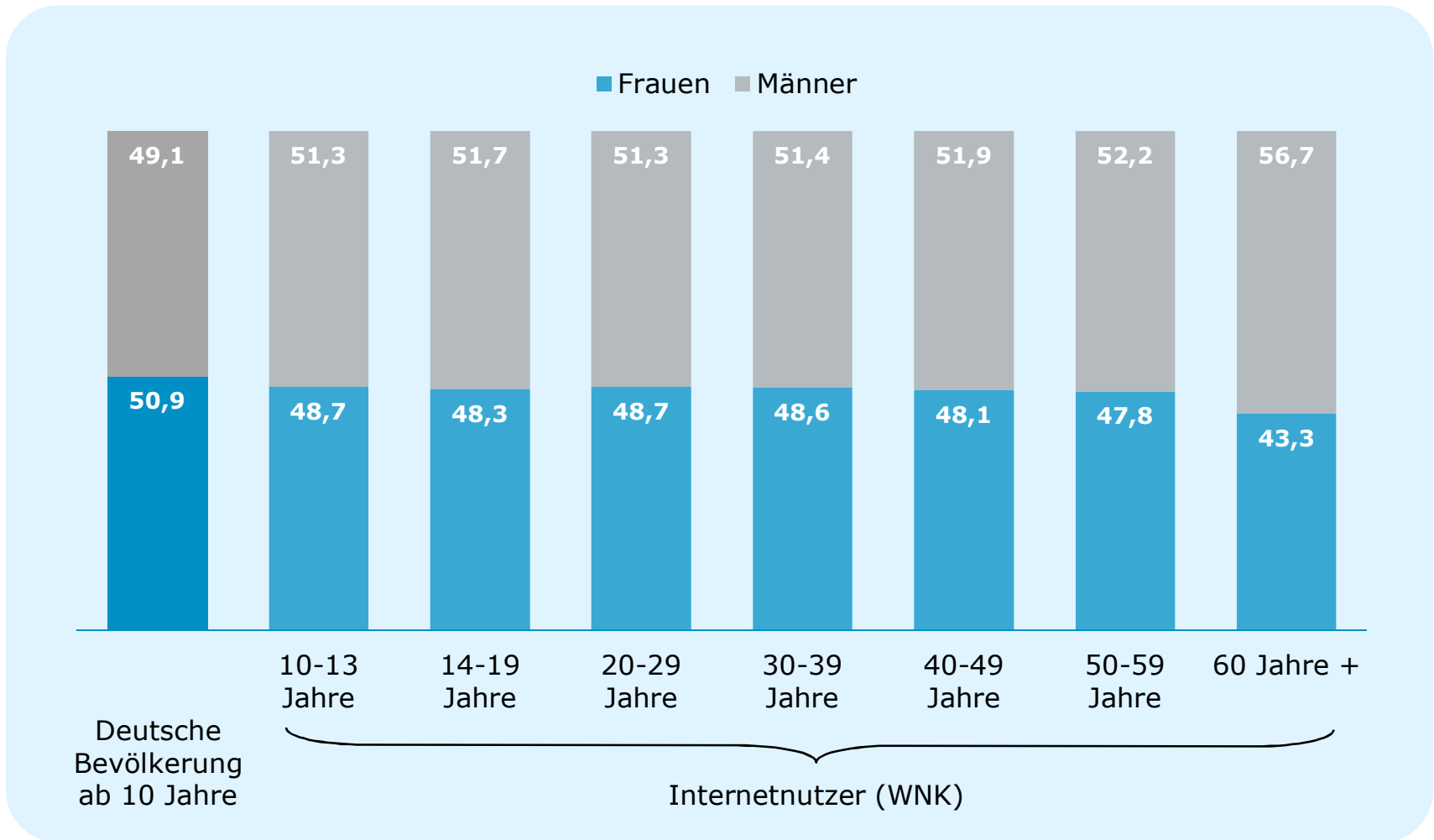
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



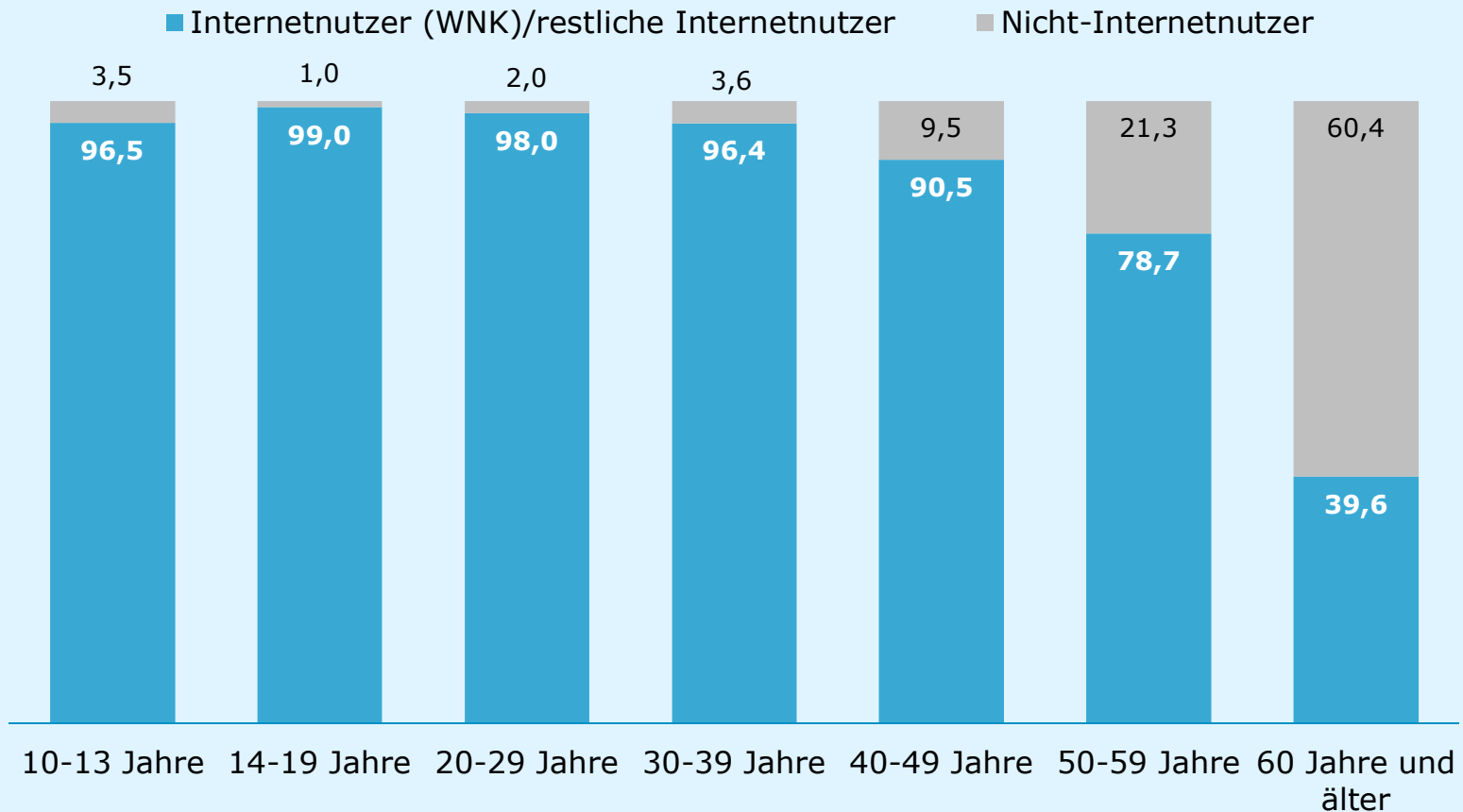
Soziodemografie: Bildung, Tätigkeit, Personen im Haushalt



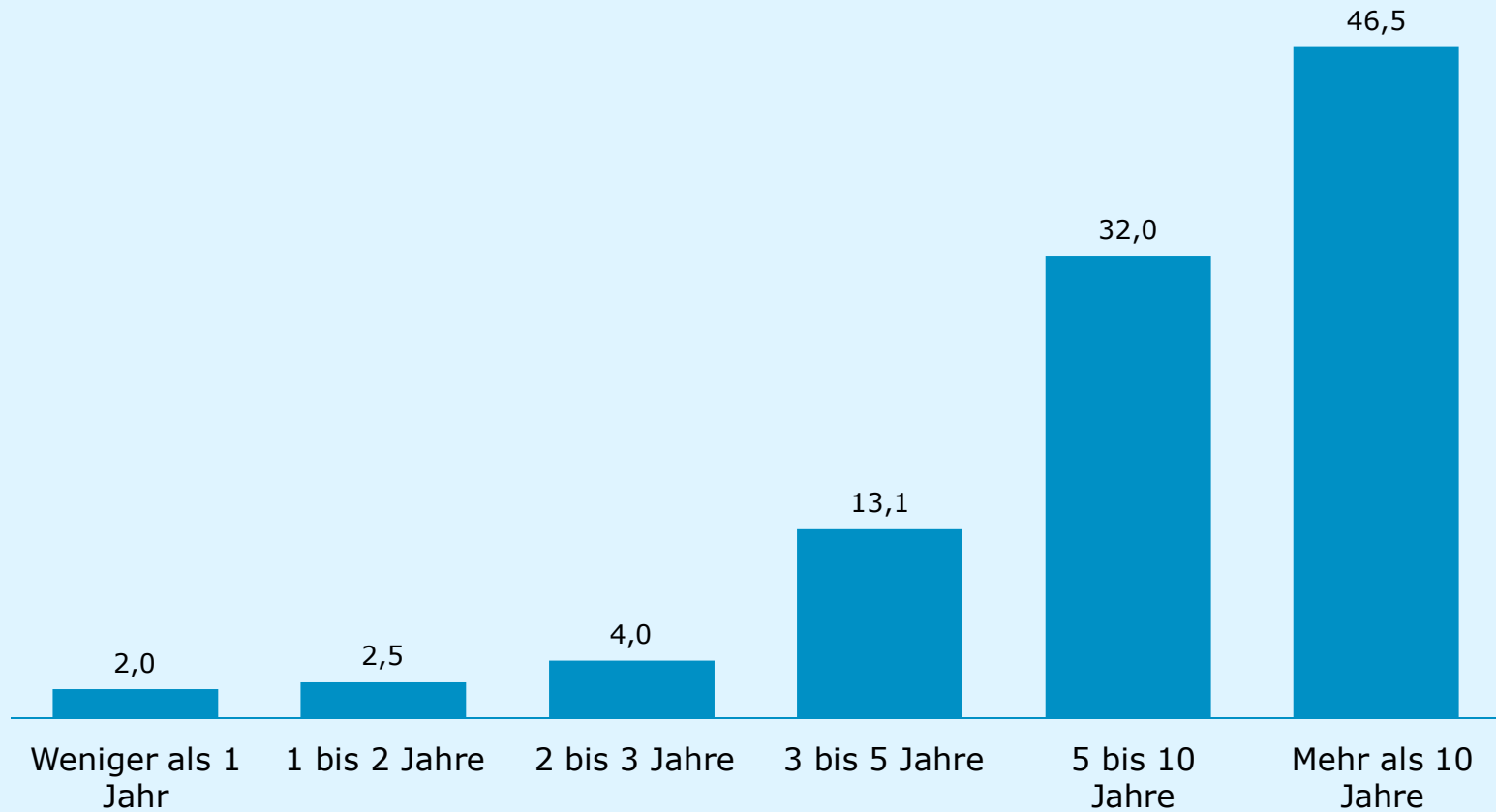
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



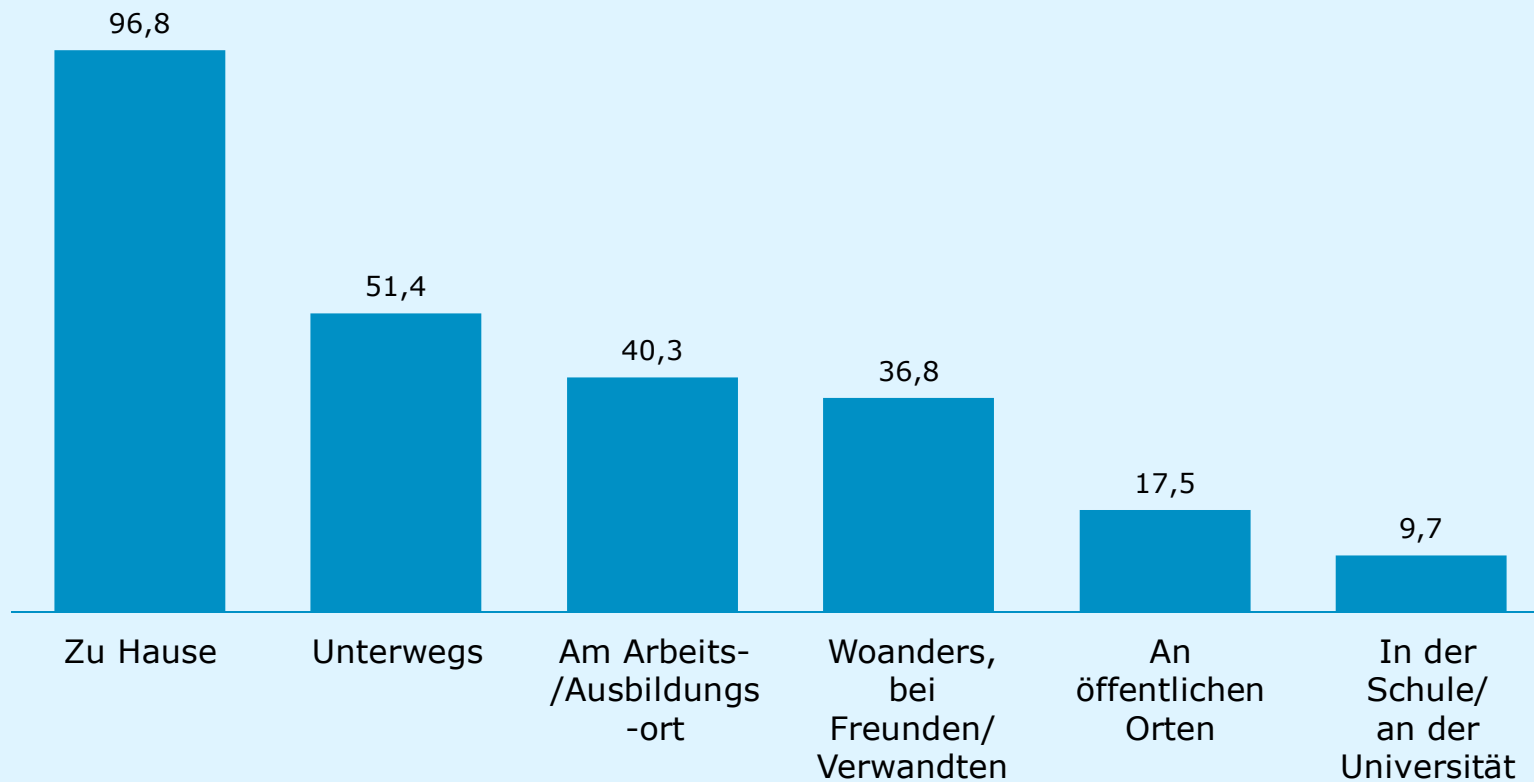
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

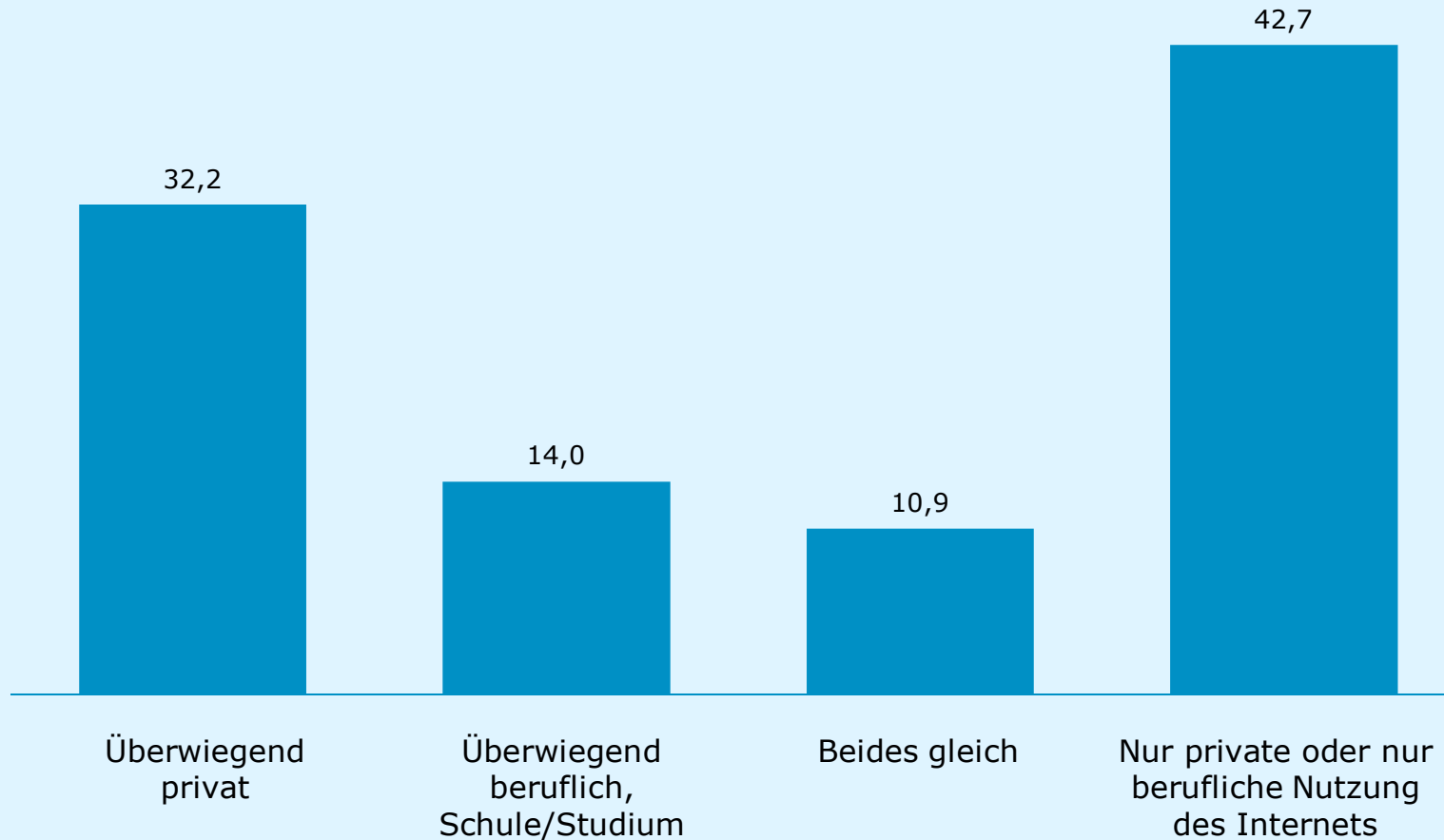


Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate)

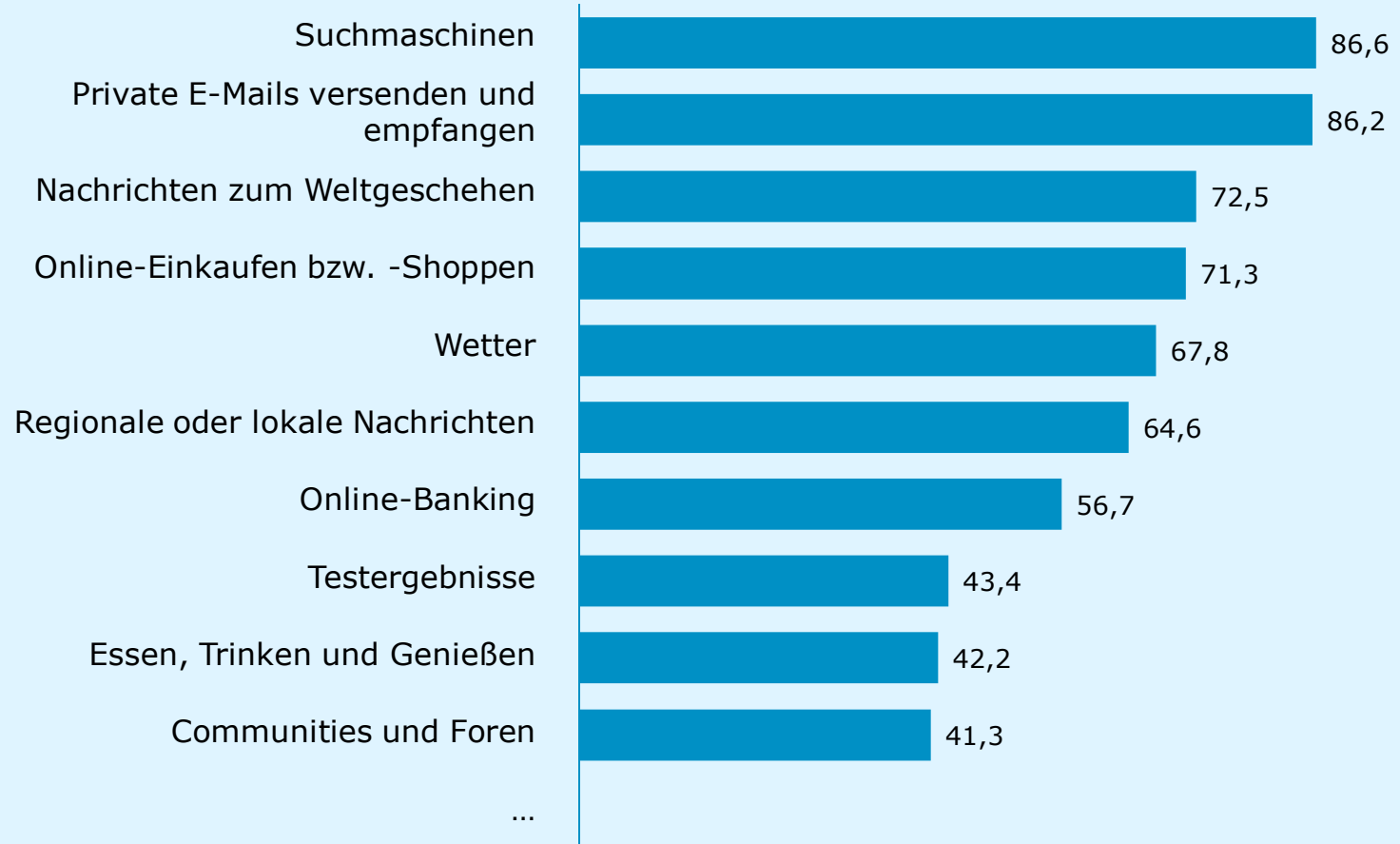
„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05

Schwerpunkt der Internetnutzung

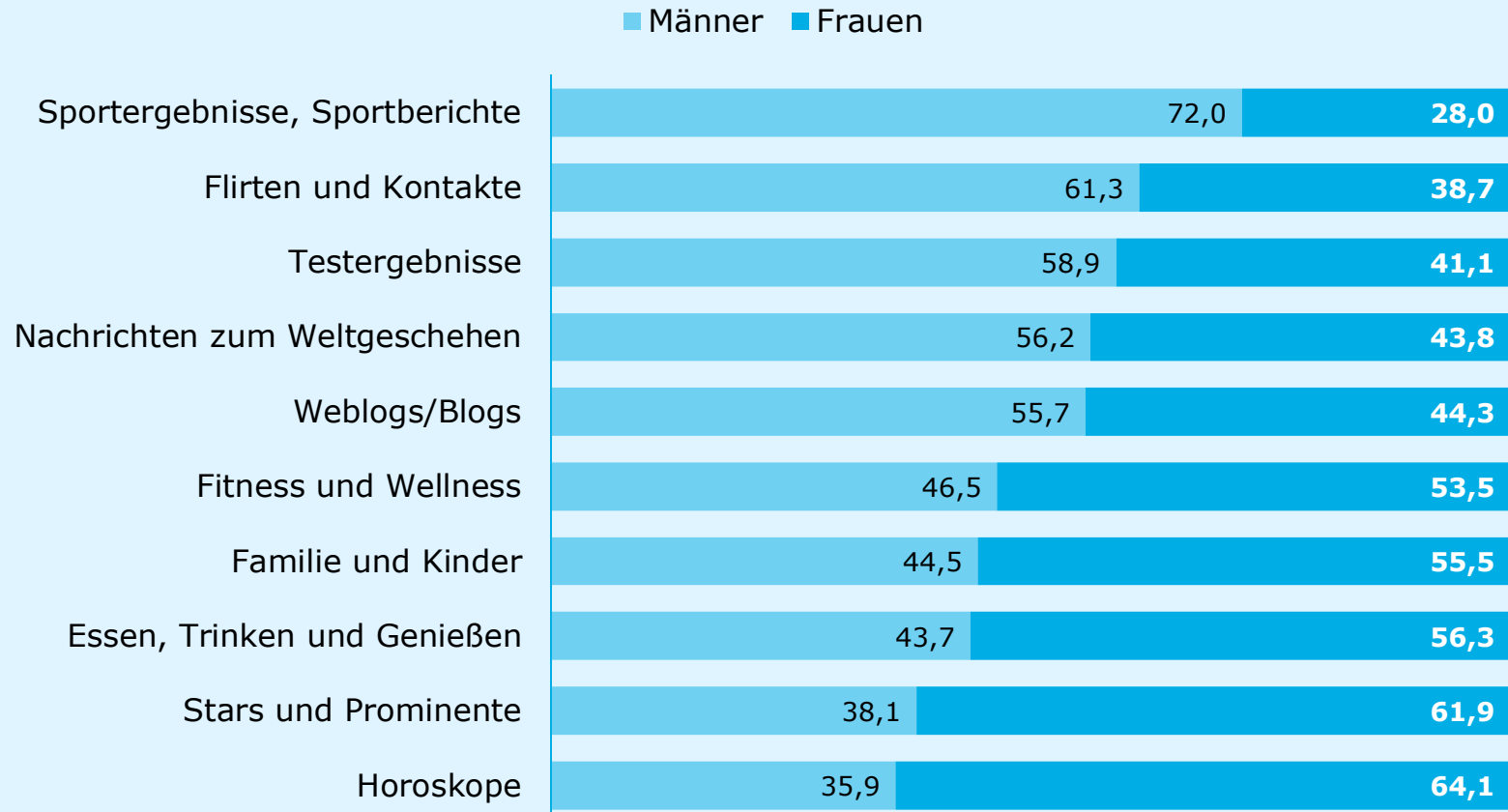


Thematische Schwerpunkte: Top 10



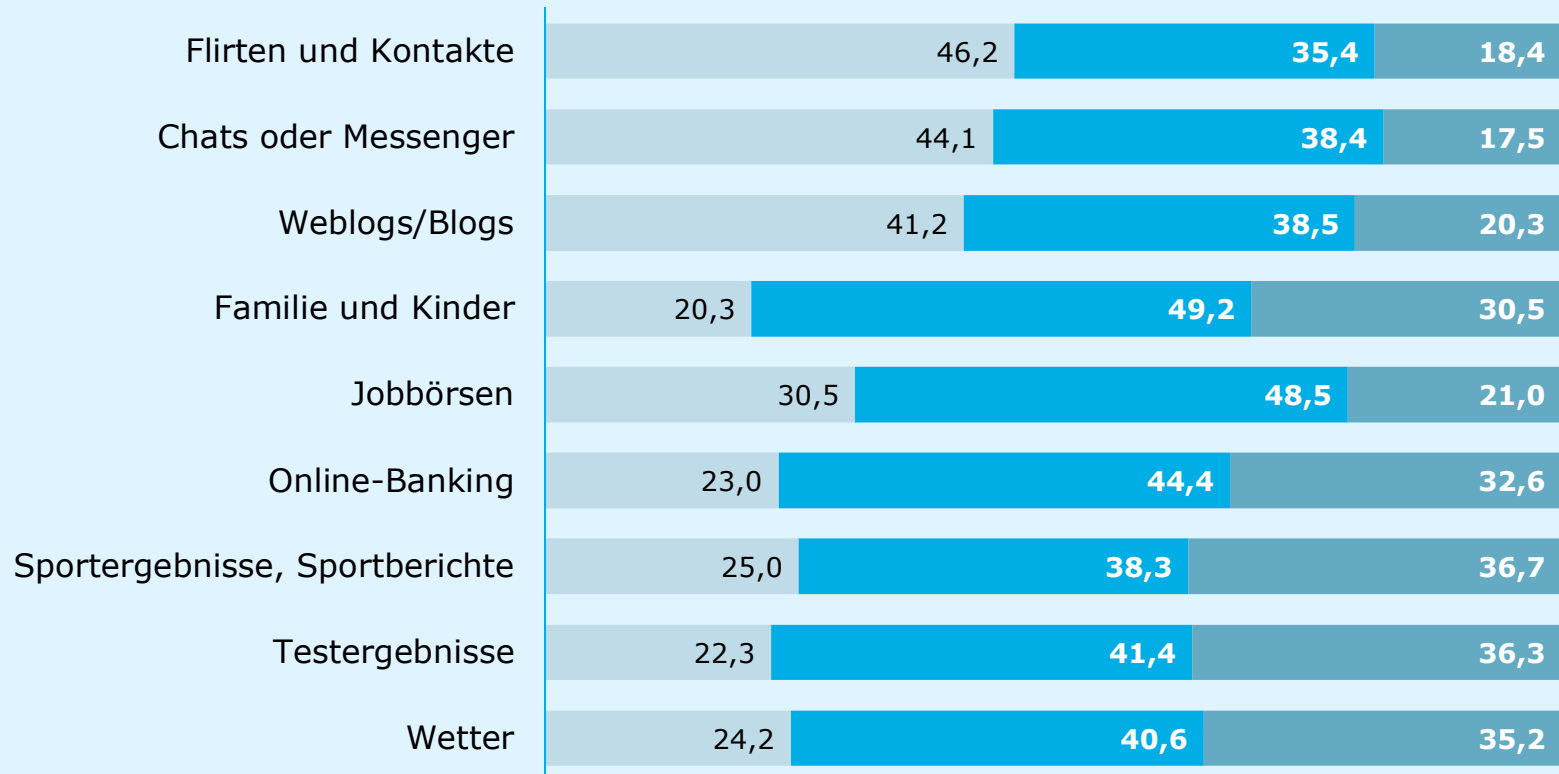
Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 10 von insgesamt 22 Themen / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05

Top-Themen nach Geschlecht



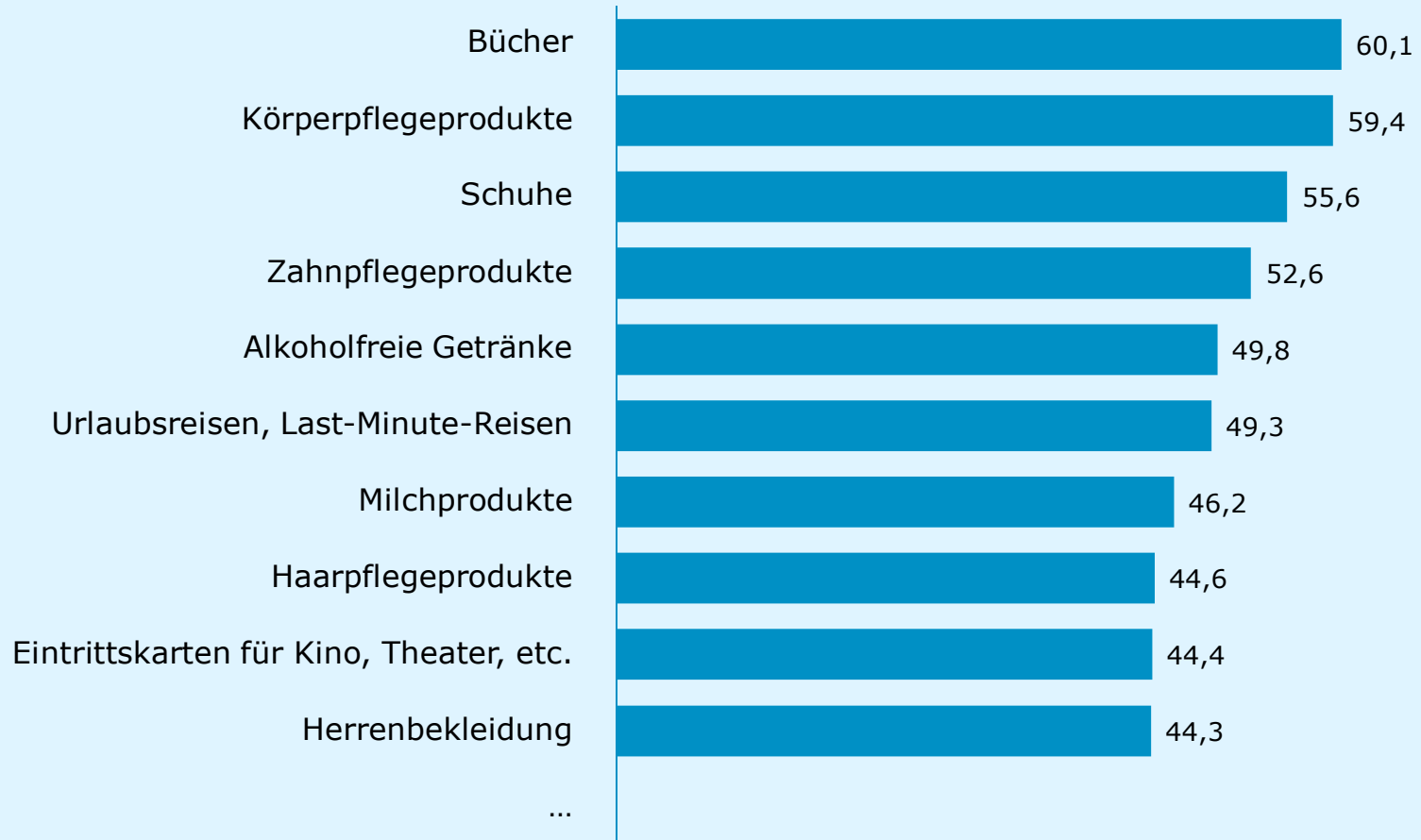
Top-Themen nach Alter

■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50 Jahre und älter

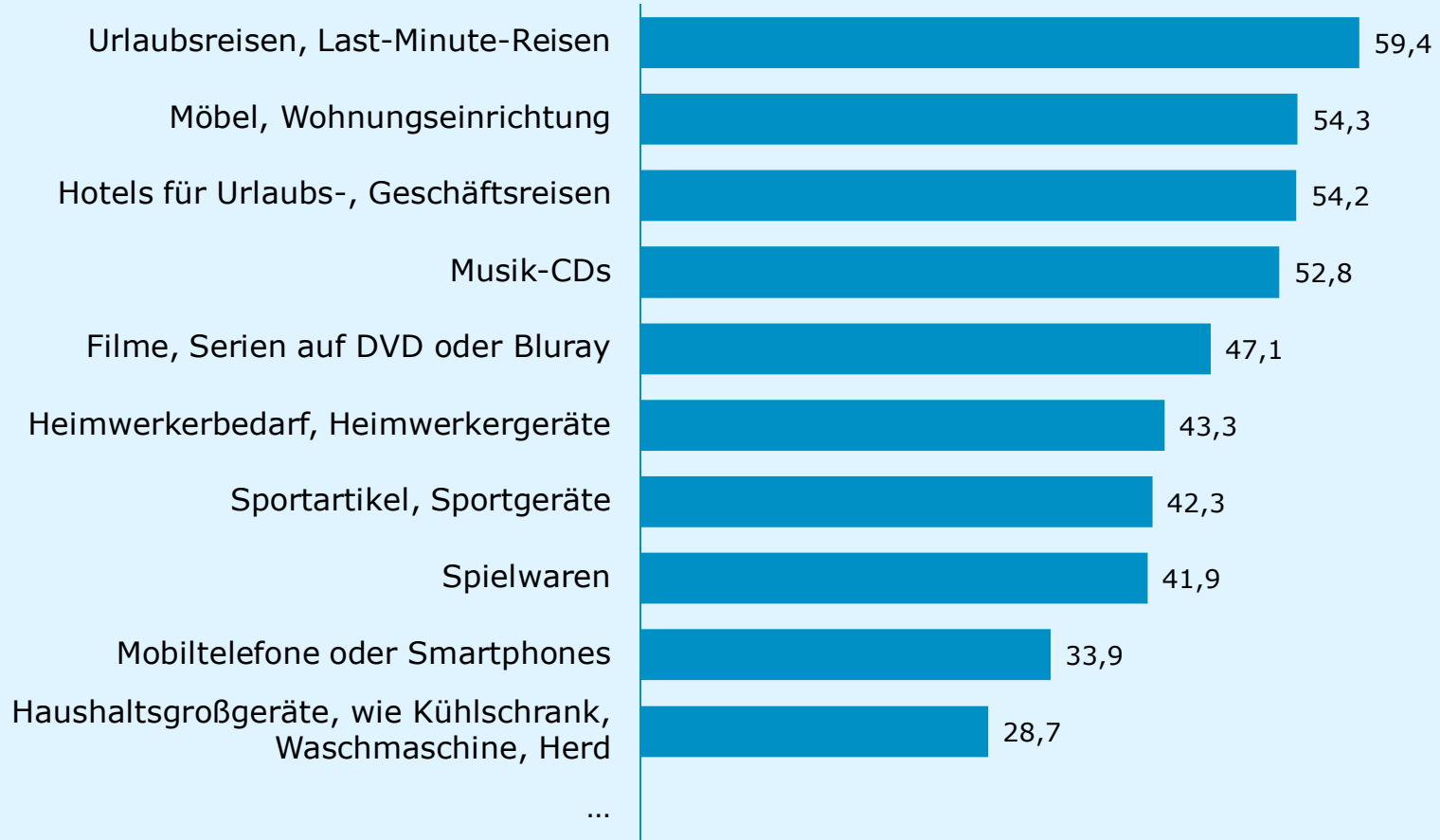


Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der 3 Themen mit dem höchsten Anteil Nutzer in der jeweiligen Altersgruppe / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05

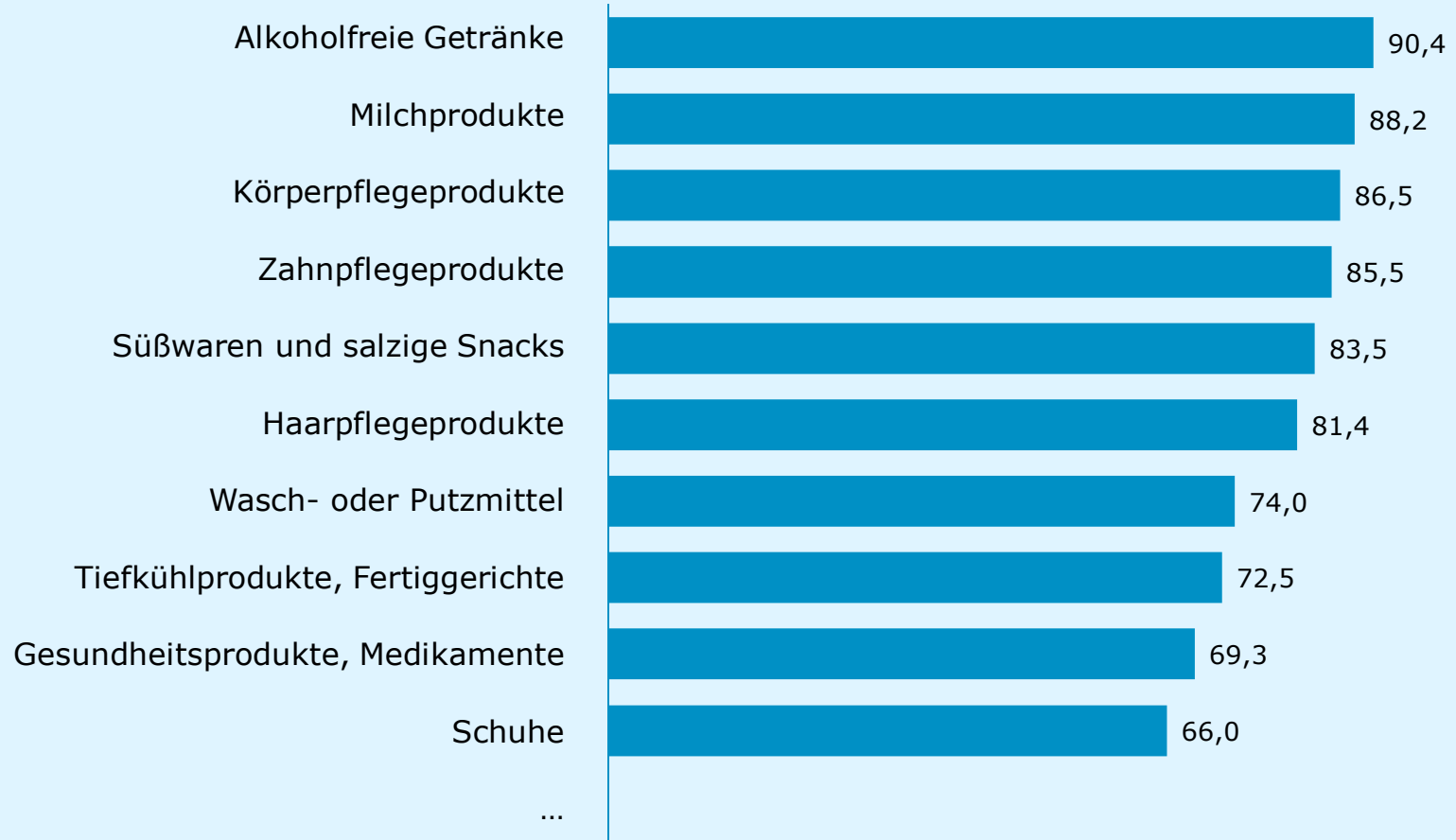
Generelles Produkt-Interesse: Top 10



Kaufplanung für Produkte: Top 10

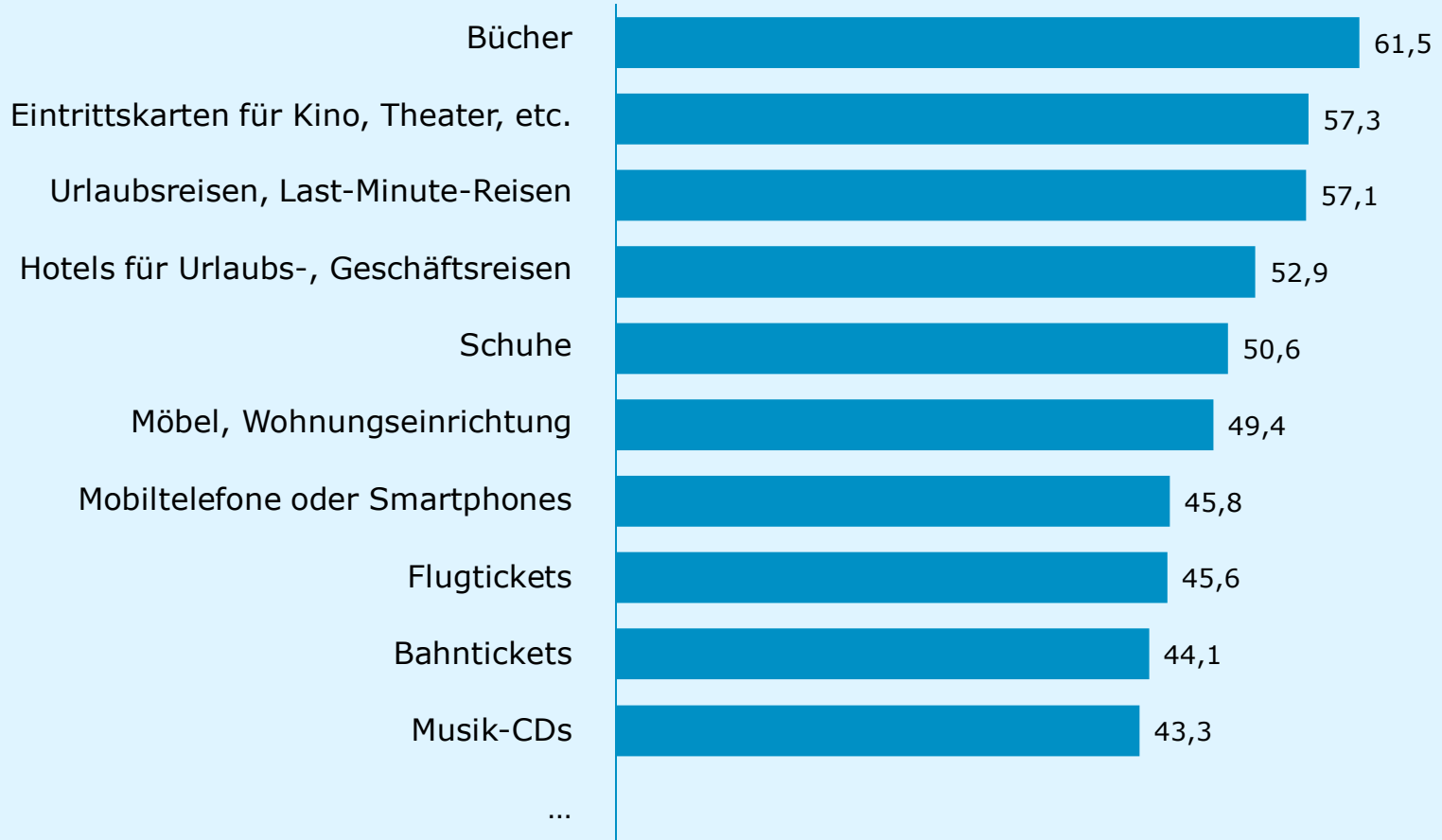


In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen/den letzten 3 Monaten“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 31 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05

Informationen im Internet gesucht: Top 10



Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05

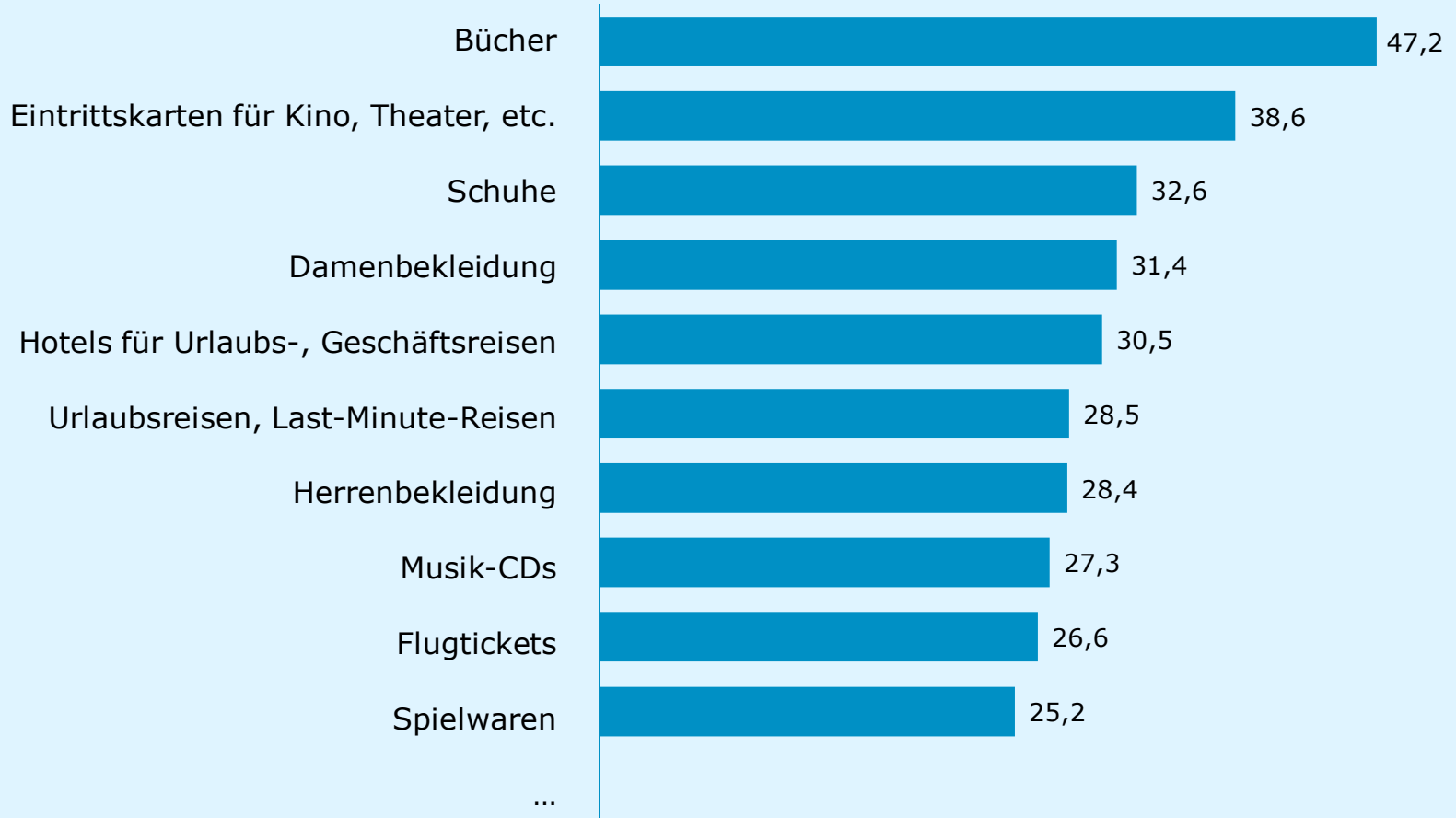
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



| 14-19 Jahre | | 40-49 Jahre | |
|---|------|--|------|
| Schuhe | 71,5 | Bücher | 64,0 |
| Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 70,7 | Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen | 60,3 |
| Mobiltelefone oder Smartphones | 65,7 | Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 58,2 |
| Bücher | 60,5 | Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen | 54,7 |
| Filme oder Serien auf DVD oder Bluray | 59,1 | Möbel, Wohnungseinrichtung | 52,5 |
| 20-29 Jahre | | 50-59 Jahre | |
| Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 69,3 | Bücher | 57,6 |
| Schuhe | 66,0 | Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen | 55,4 |
| Bücher | 65,4 | Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen | 53,0 |
| Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen | 62,0 | Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 48,9 |
| Möbel, Wohnungseinrichtung | 60,6 | Möbel, Wohnungseinrichtung | 43,0 |
| 30-39 Jahre | | 60 Jahre und älter | |
| Bücher | 67,9 | Bücher | 51,3 |
| Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 63,5 | Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen | 49,4 |
| Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen | 62,9 | Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen | 49,2 |
| Möbel, Wohnungseinrichtung | 60,2 | Bahntickets | 39,6 |
| Schuhe | 59,9 | Flugtickets | 36,7 |

Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05

Produkte im Internet gekauft: Top 10



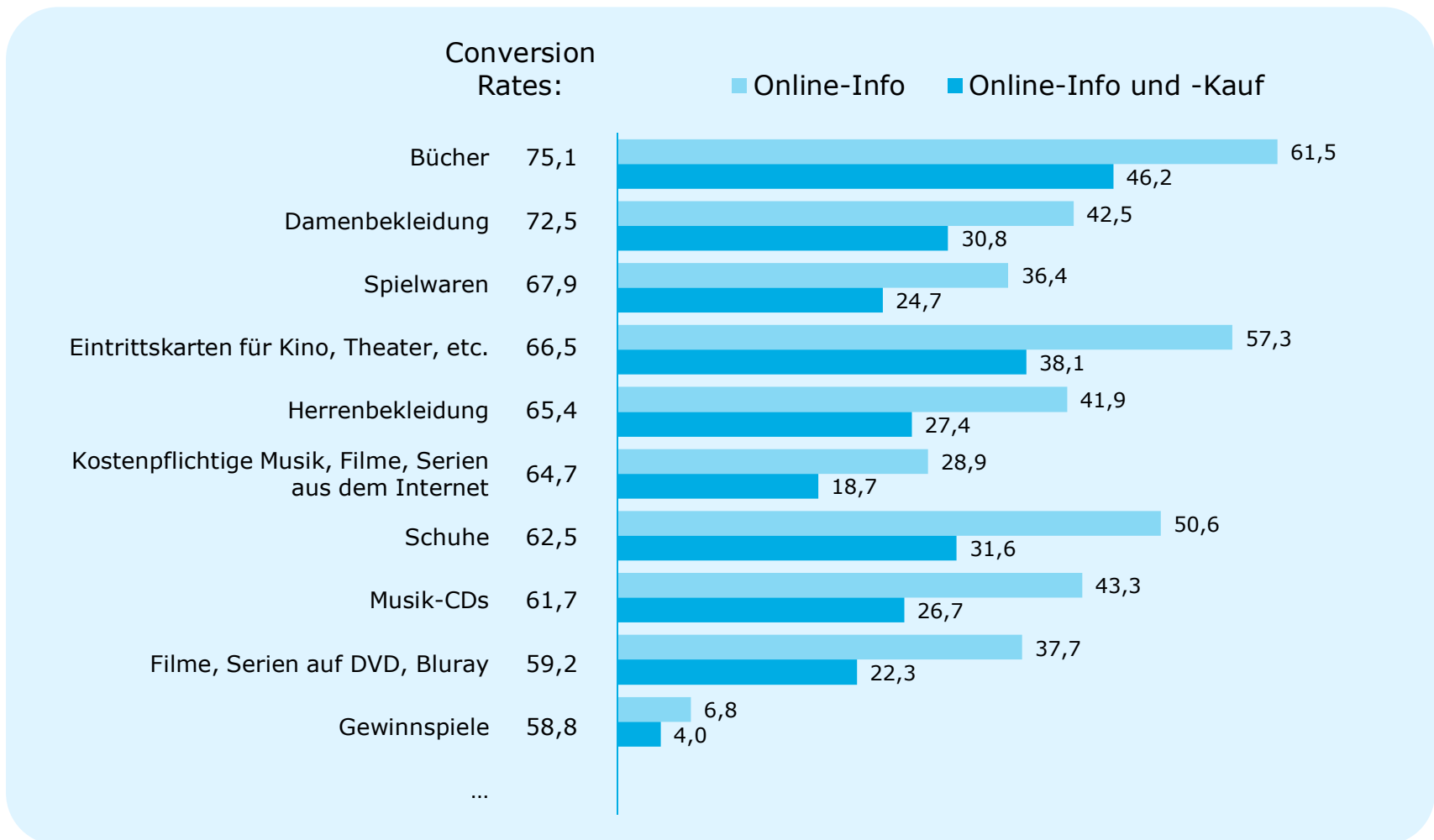
Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



| 14-19 Jahre | | 40-49 Jahre | |
|---|------|--|------|
| Schuhe | 42,7 | Bücher | 51,0 |
| Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 39,8 | Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 40,3 |
| Bücher | 39,0 | Damenbekleidung | 35,4 |
| Musik-CDs | 29,6 | Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen | 32,6 |
| Filme oder Serien auf DVD oder Bluray | 29,4 | Schuhe | 32,3 |
| 20-29 Jahre | | 50-59 Jahre | |
| Bücher | 52,1 | Bücher | 42,5 |
| Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 48,0 | Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen | 32,7 |
| Schuhe | 46,2 | Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 32,6 |
| Damenbekleidung | 35,2 | Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen | 28,2 |
| Herrenbekleidung | 34,8 | Damenbekleidung | 27,8 |
| 30-39 Jahre | | 60 Jahre und älter | |
| Bücher | 55,6 | Bücher | 36,7 |
| Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 43,9 | Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen | 28,8 |
| Spielwaren | 42,0 | Eintrittskarten für Kino, Theater, etc. | 25,3 |
| Schuhe | 39,7 | Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen | 24,8 |
| Damenbekleidung | 38,1 | Bahntickets | 22,8 |

Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 58 Produkten / Angaben in Prozent
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05

Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



Basis: 101.330 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre 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 58 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-05



Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im Mai 2014



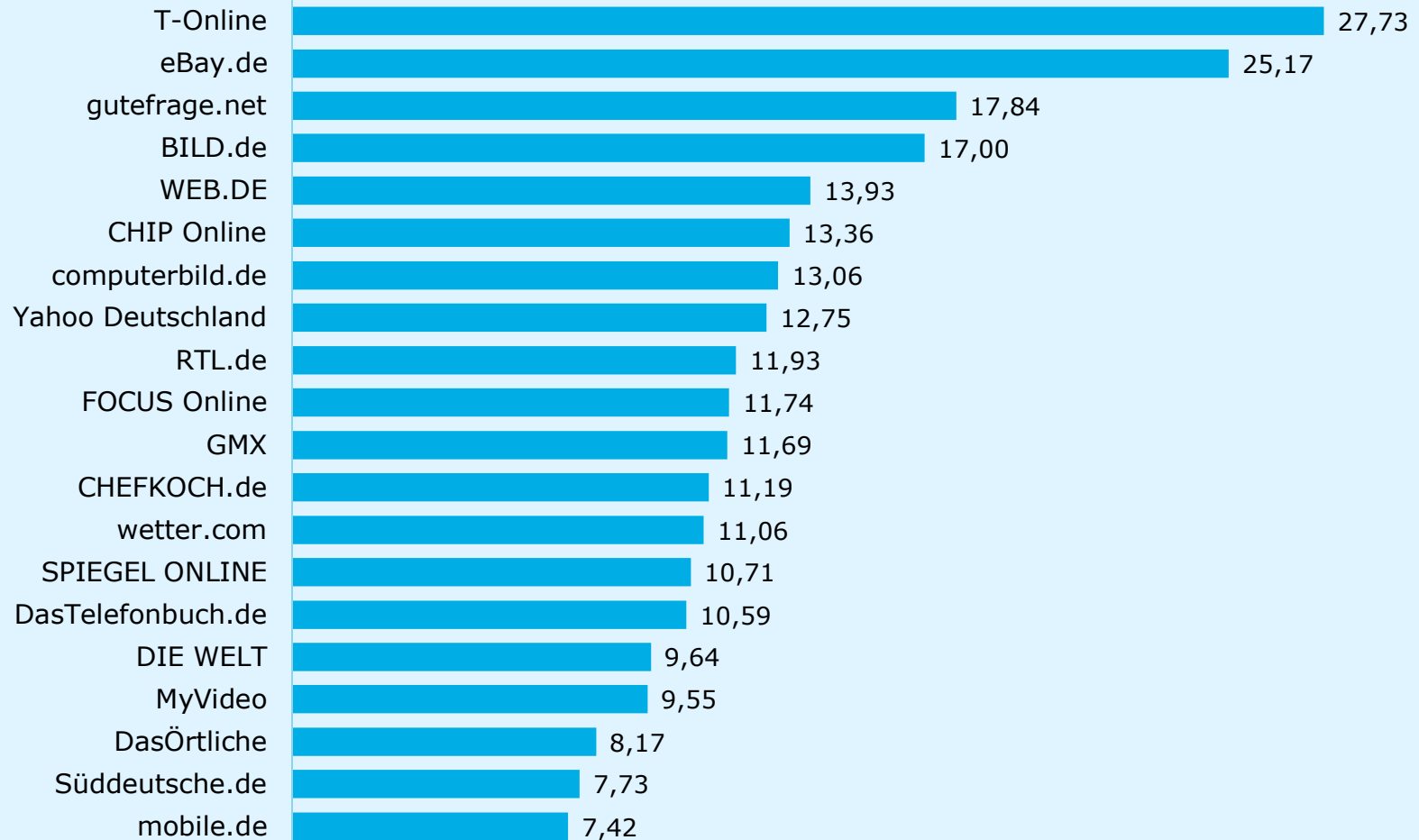
| Vermarkter | Rang | Reichweite in % | Netto-Reichweite Mio. Unique User |
|------------------------------------|------|-----------------|-----------------------------------|
| InteractiveMedia CCSP | 1 | 65,4 | 36,37 |
| Axel Springer Media Impact | 2 | 60,3 | 33,50 |
| Ströer Digital | 3 | 56,1 | 31,20 |
| SevenOne Media | 4 | 55,1 | 30,63 |
| TOMORROW FOCUS MEDIA | 5 | 52,4 | 29,13 |
| United Internet Media | 6 | 51,8 | 28,82 |
| IP Deutschland | 7 | 50,9 | 28,28 |
| eBay Advertising Group Deutschland | 8 | 48,2 | 26,80 |
| OMS | 9 | 46,0 | 25,59 |
| G+J Electronic Media Sales | 10 | 39,4 | 21,92 |
| mediasquares | 11 | 32,4 | 18,03 |
| iq digital | 12 | 31,2 | 17,33 |
| Yahoo! Deutschland | 13 | 27,7 | 15,38 |
| SPIEGEL QC | 14 | 25,4 | 14,13 |
| HiMedia Deutschland | 15 | 19,9 | 11,04 |
| MAIRDUMONT MEDIA | 16 | 18,3 | 10,18 |
| Urban Media | 17 | 17,7 | 9,86 |
| BAUER ADVERTISING | 18 | 17,5 | 9,73 |
| netpoint media | 19 | 17,2 | 9,54 |
| Mode Media | 20 | 16,2 | 8,98 |

Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



| Vermarkter | Rang | Reichweite in % | Netto-Reichweite Mio. Unique User |
|------------------------------------|------|-----------------|-----------------------------------|
| InteractiveMedia CCSP | 1 | 37,5 | 20,83 |
| Axel Springer Media Impact | 2 | 32,7 | 18,16 |
| United Internet Media | 3 | 29,6 | 16,46 |
| Ströer Digital | 4 | 28,6 | 15,88 |
| SevenOne Media | 5 | 27,6 | 15,35 |
| eBay Advertising Group Deutschland | 6 | 26,0 | 14,45 |
| TOMORROW FOCUS MEDIA | 7 | 24,8 | 13,78 |
| IP Deutschland | 8 | 23,7 | 13,15 |
| OMS | 9 | 21,4 | 11,92 |
| G+J Electronic Media Sales | 10 | 16,8 | 9,31 |
| iq digital | 11 | 13,2 | 7,33 |
| Yahoo! Deutschland | 12 | 12,2 | 6,78 |
| SPIEGEL QC | 13 | 11,6 | 6,45 |
| mediasquares | 14 | 11,5 | 6,41 |
| Microsoft Advertising | 15 | 7,3 | 4,07 |
| HiMedia Deutschland | 16 | 7,2 | 4,00 |
| Urban Media | 17 | 6,1 | 3,38 |
| BAUER ADVERTISING | 18 | 5,7 | 3,19 |
| MAIRDUMONT MEDIA | 19 | 5,7 | 3,15 |
| netpoint media | 20 | 5,7 | 3,14 |

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im Mai 2014



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

