

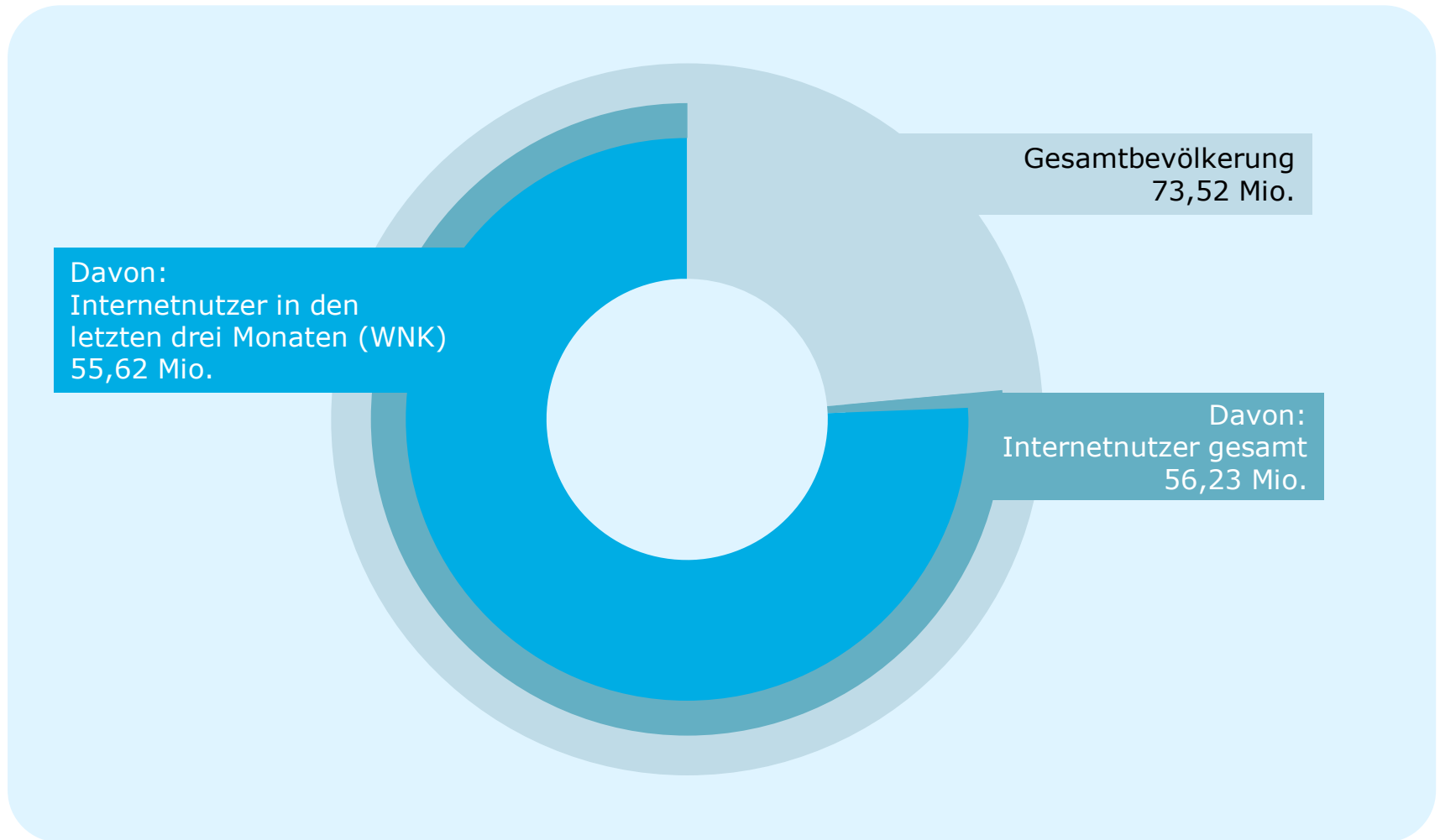


internet facts 2014-08

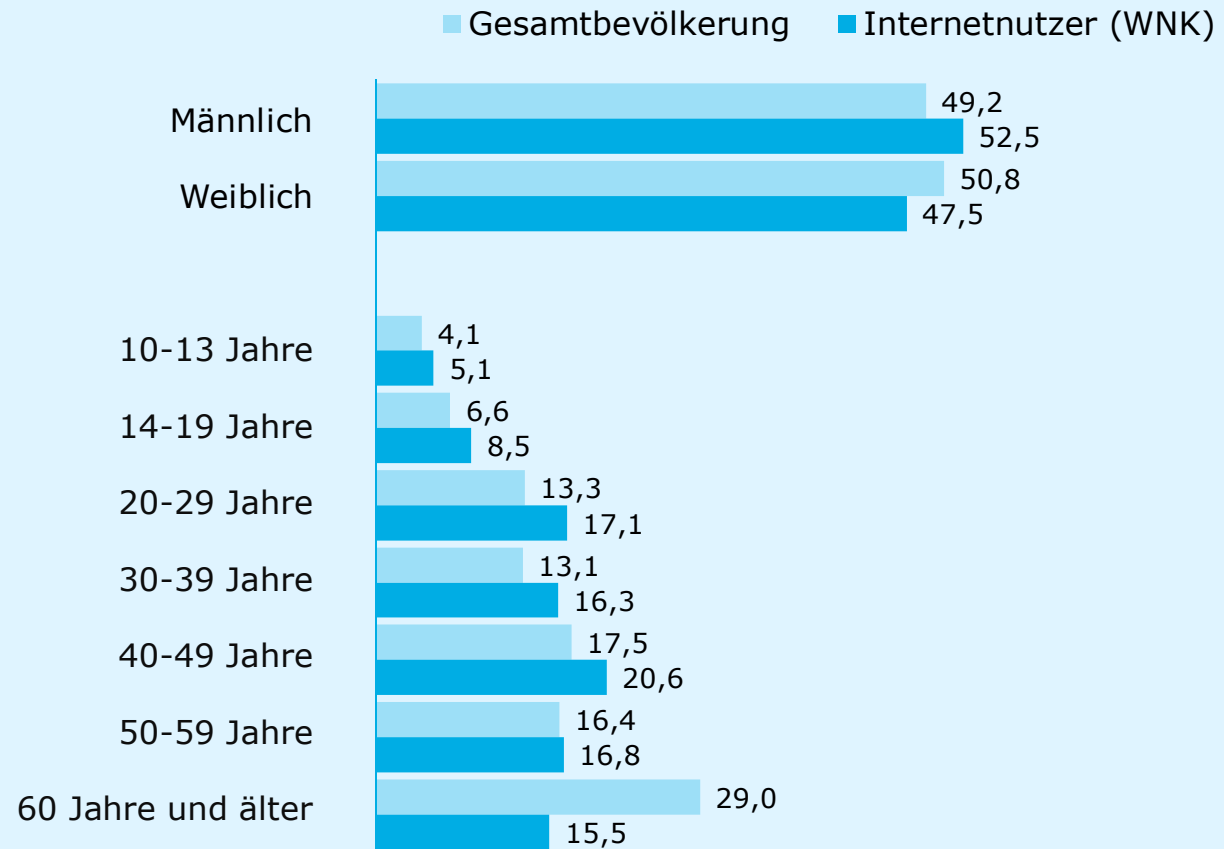
AGOF e. V. November 2014



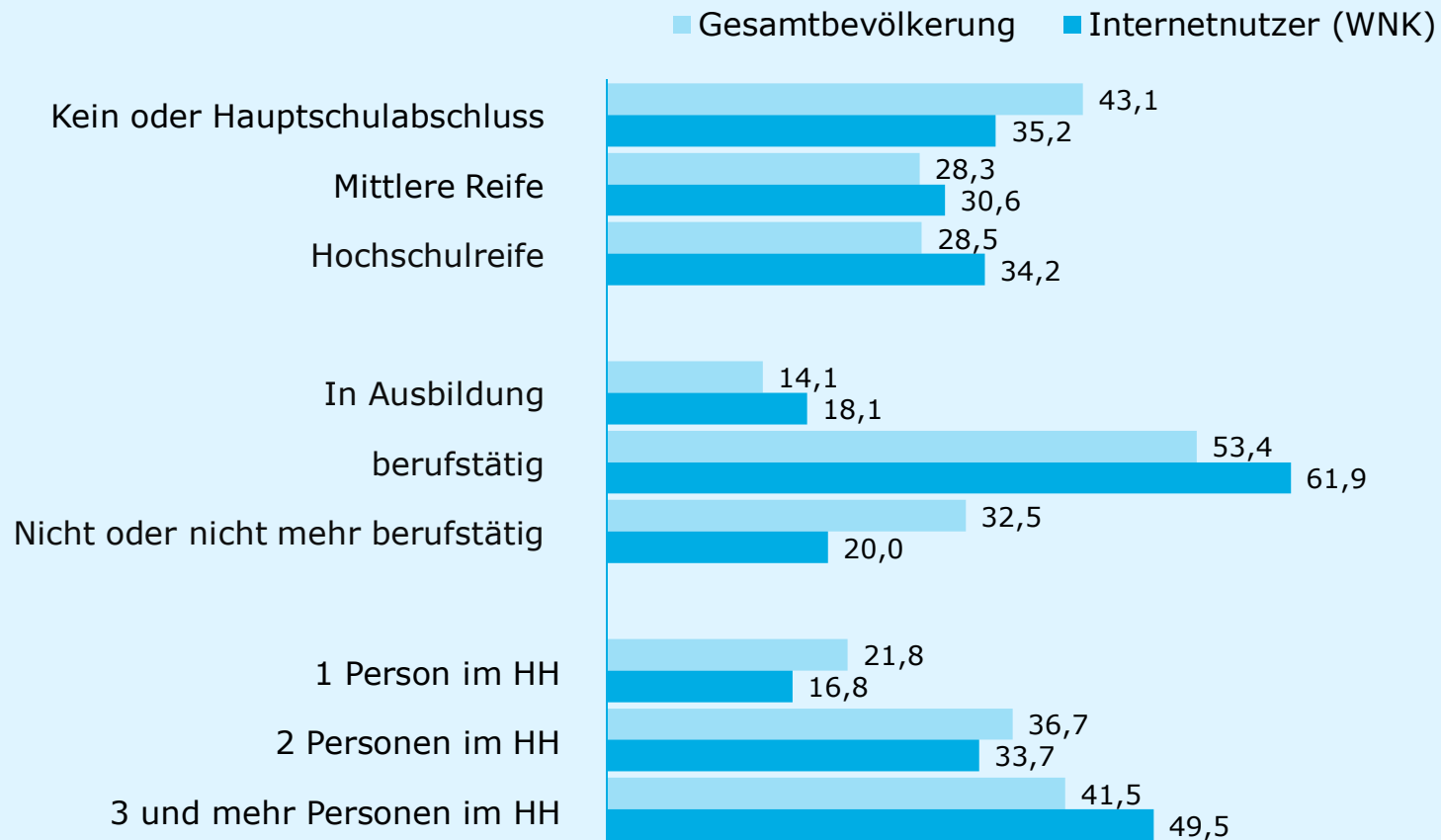
Grafiken zur Internetnutzung



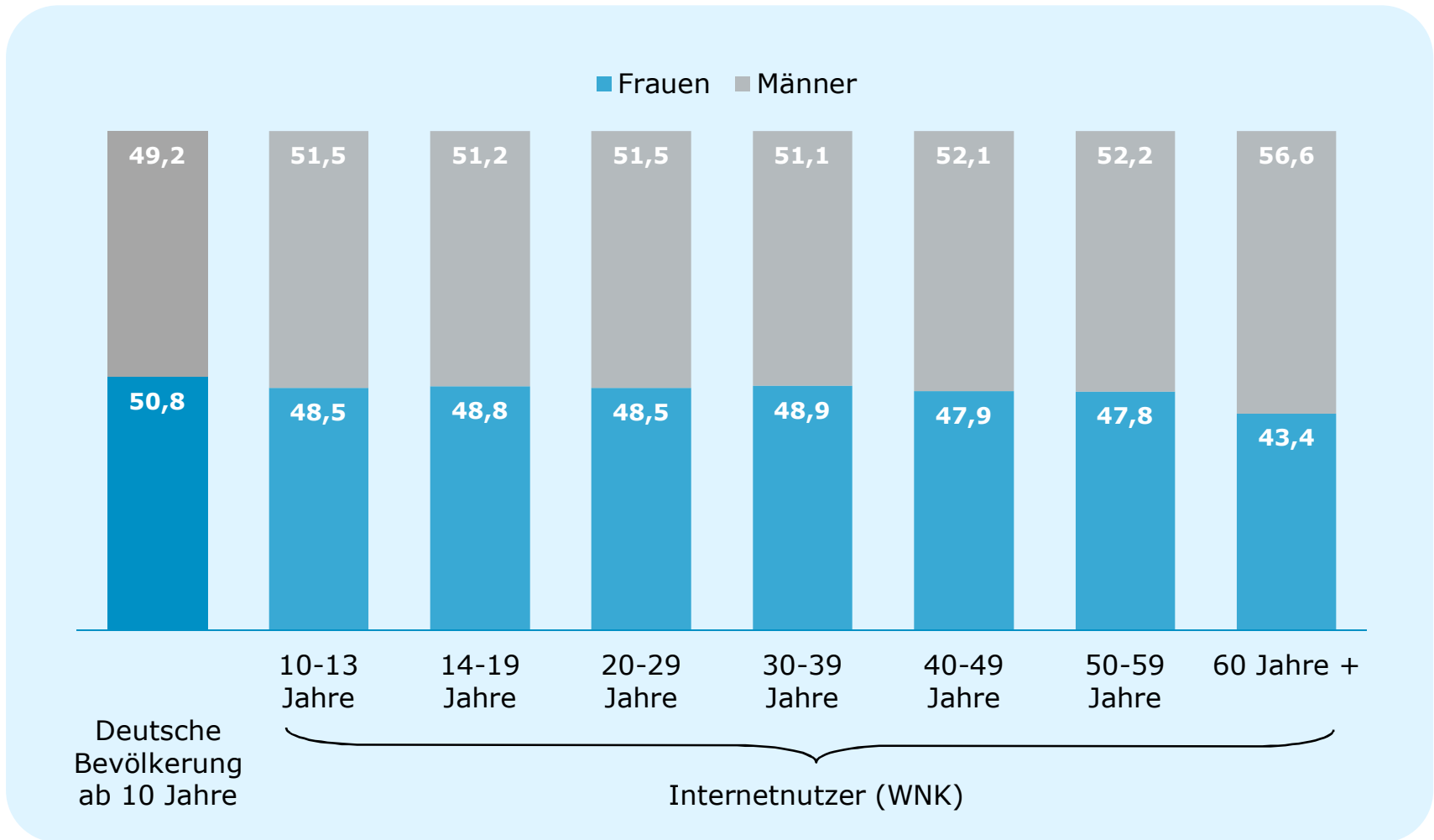
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



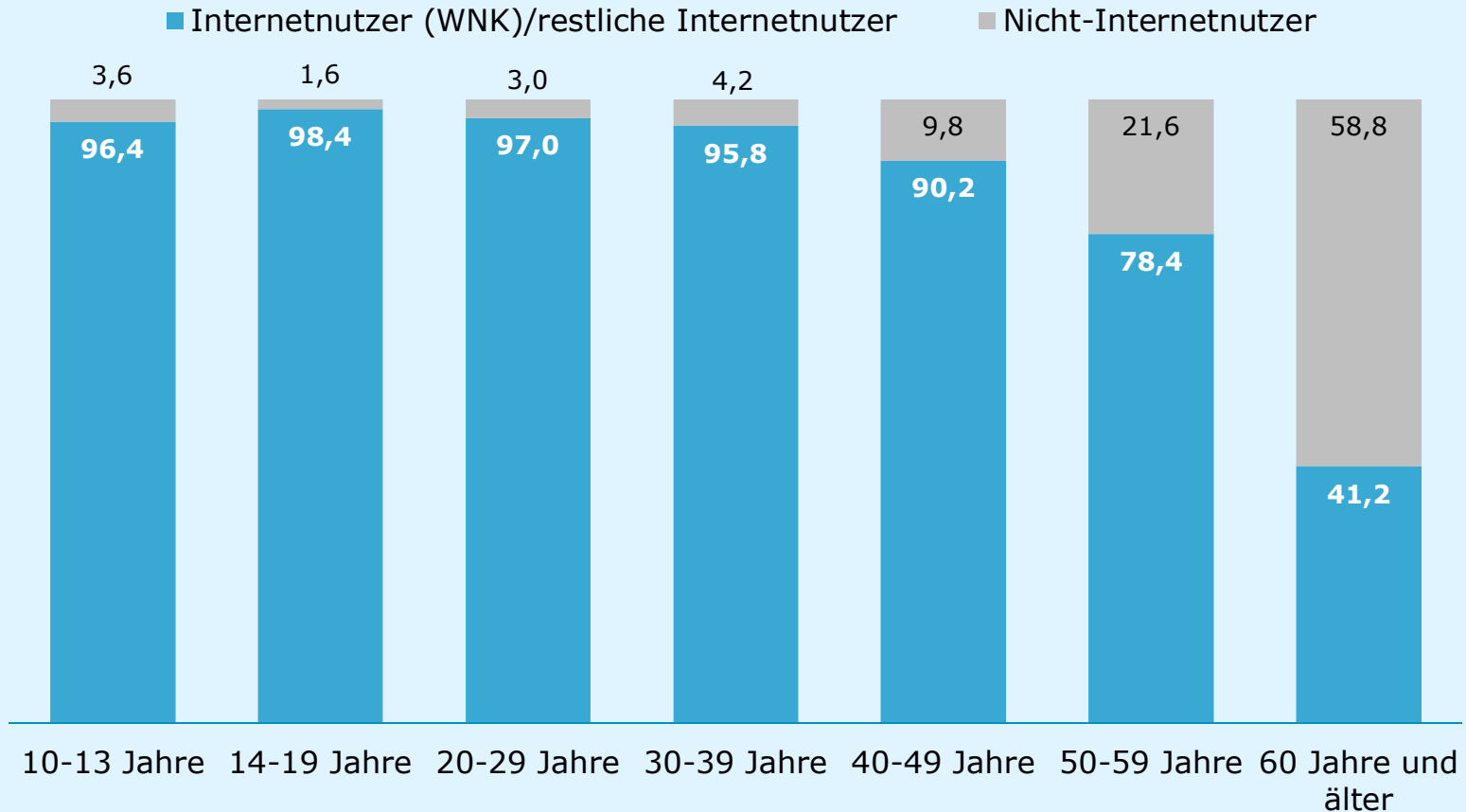
Soziodemografie: Bildung, Tätigkeit, Personen im Haushalt



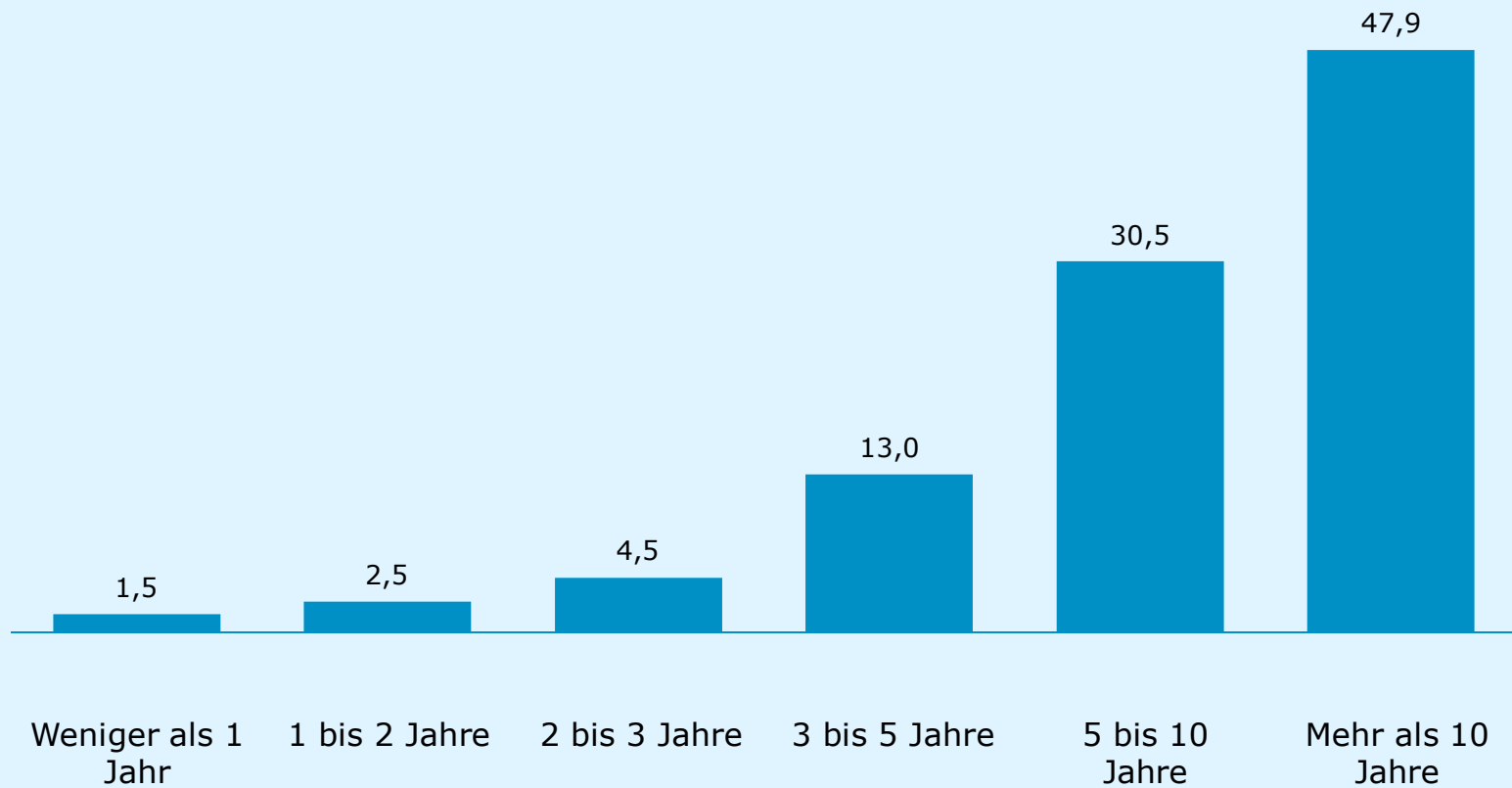
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



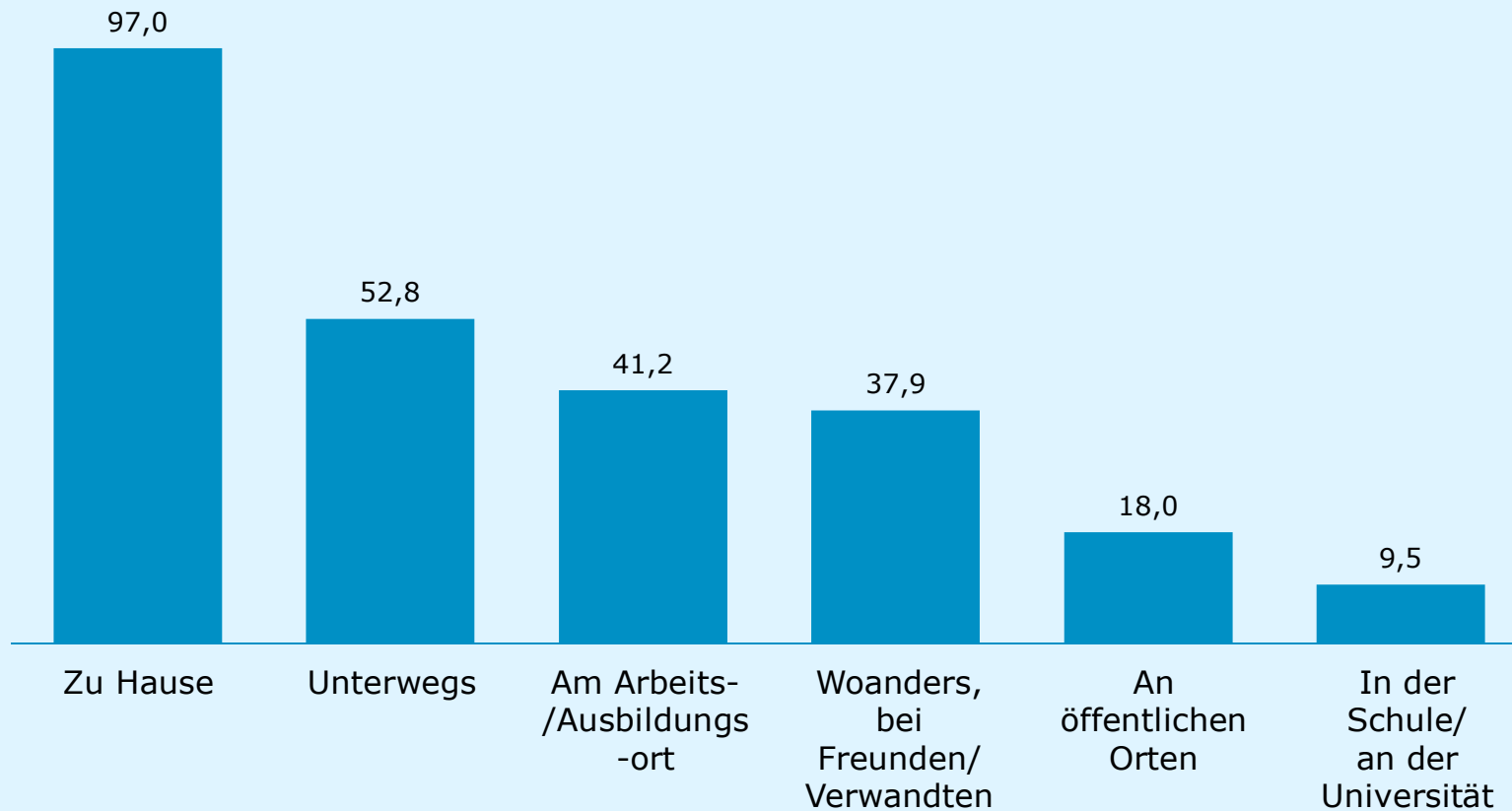
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

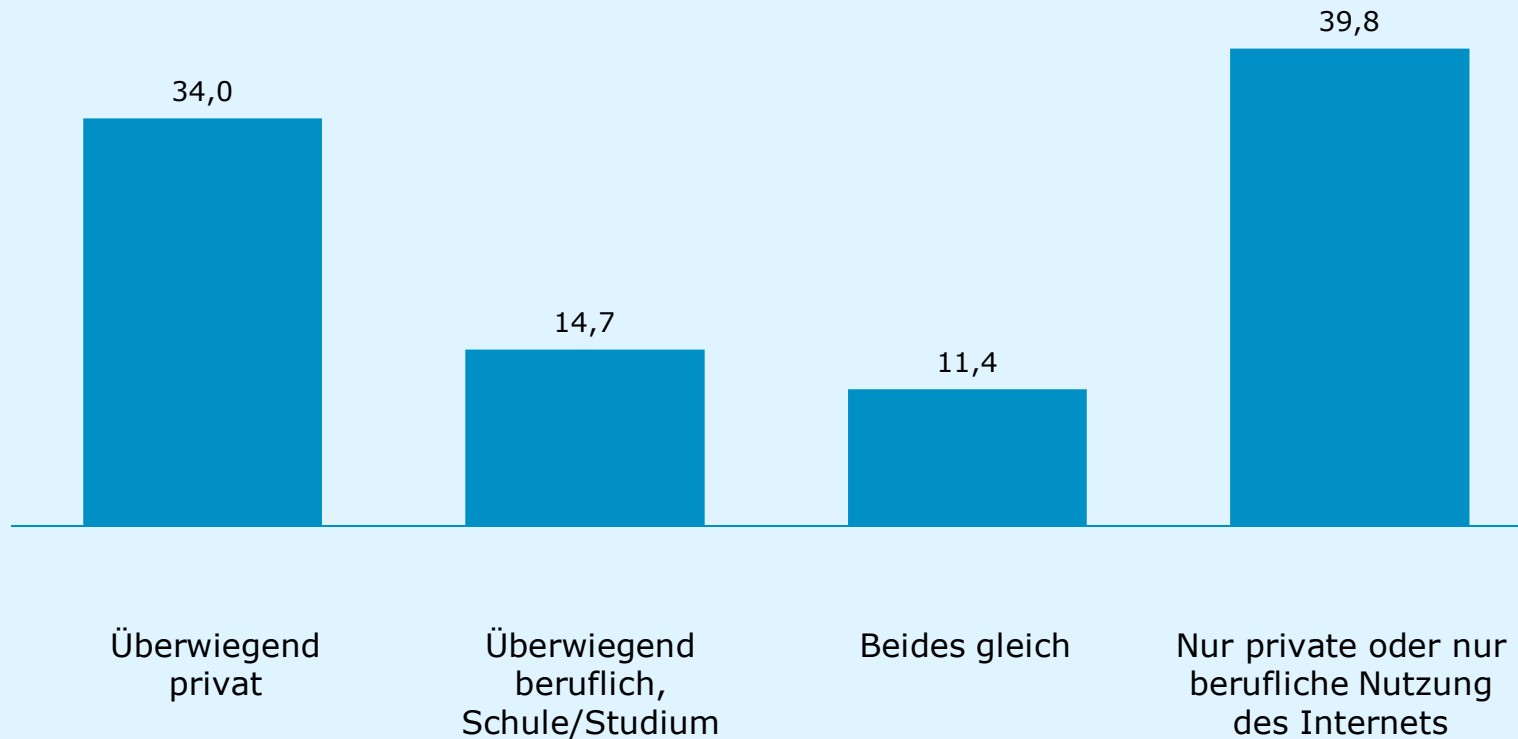


Basis: 101.454 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate)

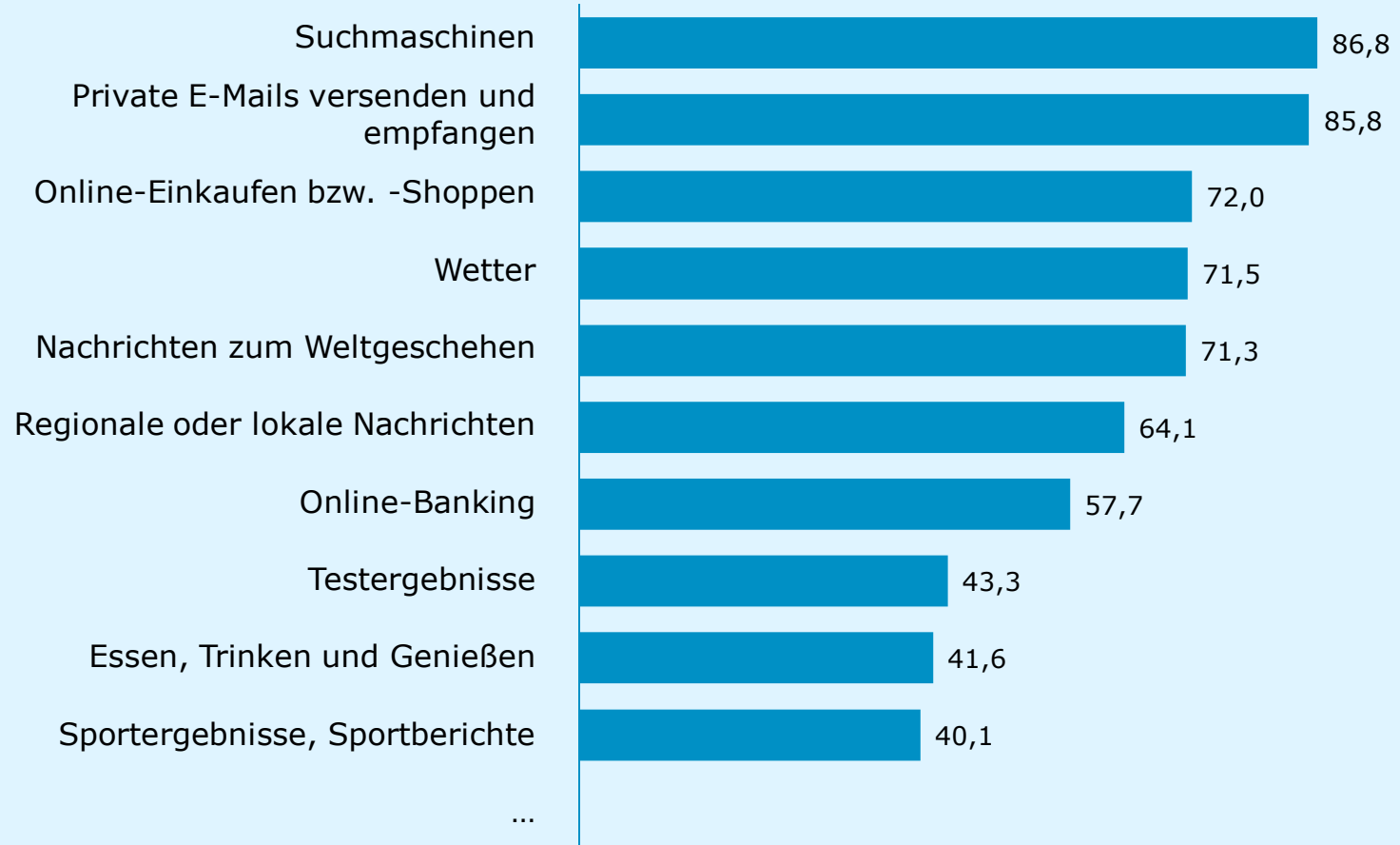
„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e. V. / internet facts 2014-08

Schwerpunkt der Internetnutzung

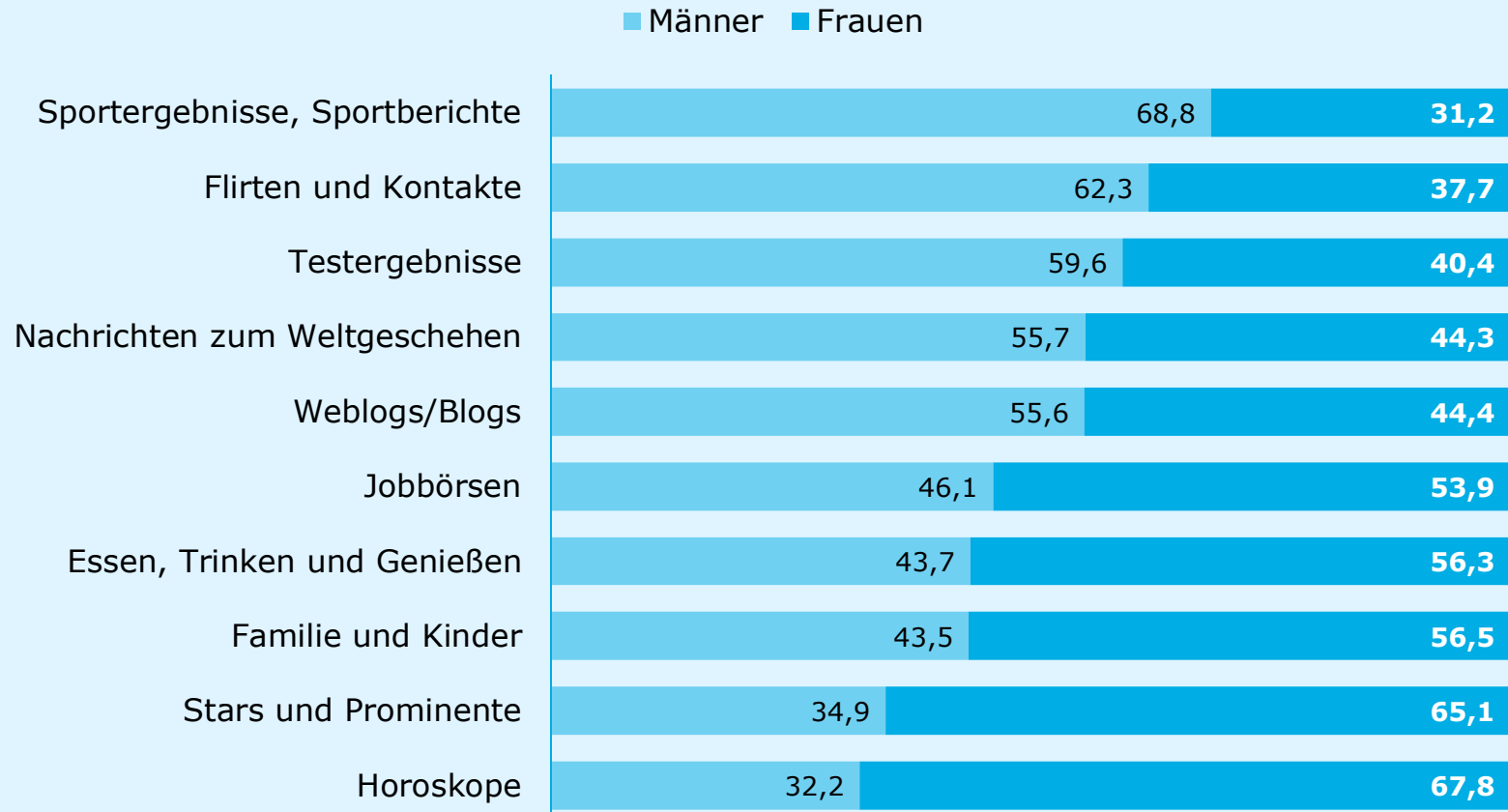


Thematische Schwerpunkte: Top 10



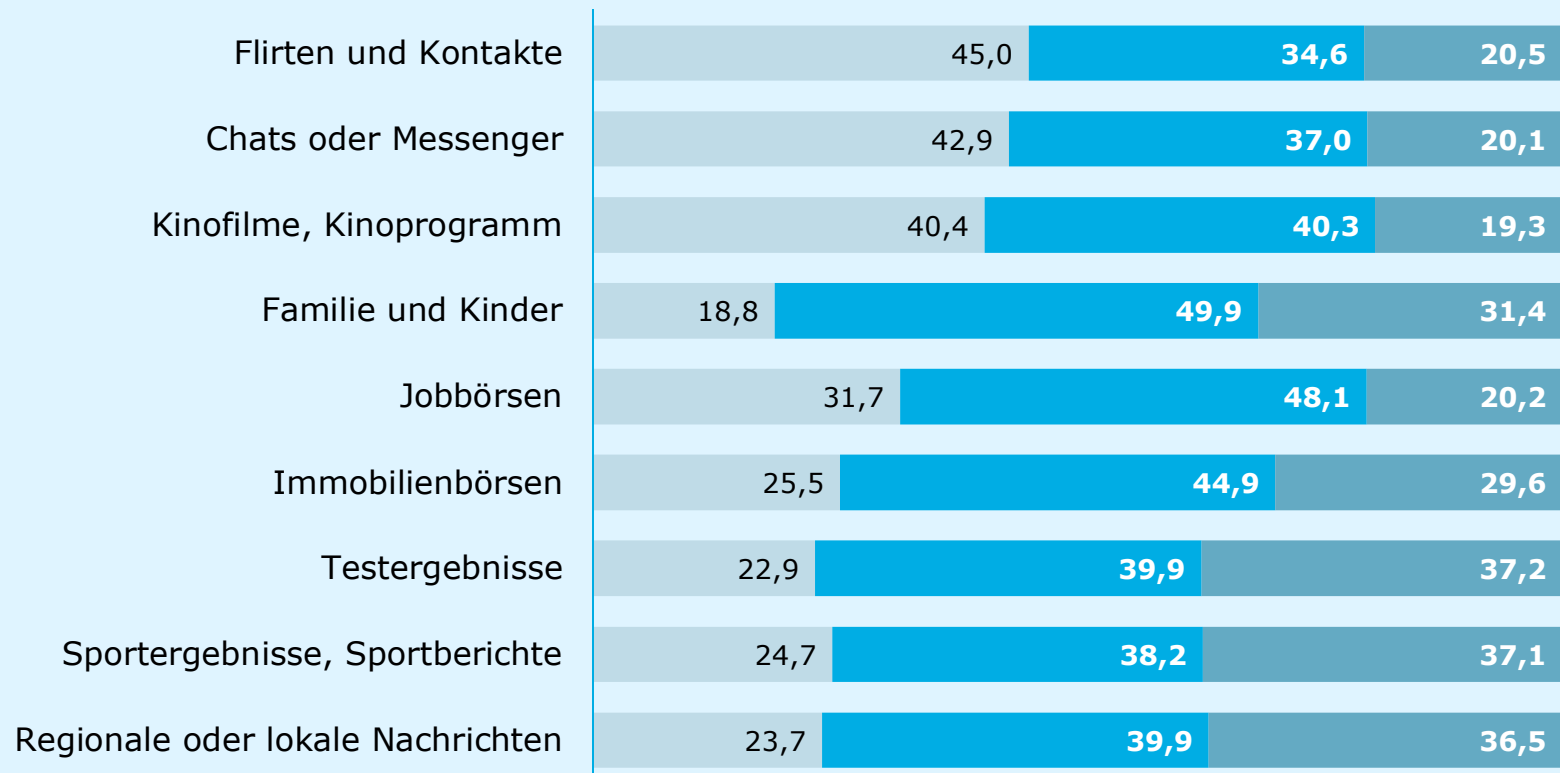
Basis: 101.454 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 10 von insgesamt 22 Themen / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e. V. / internet facts 2014-08

Top-Themen nach Geschlecht



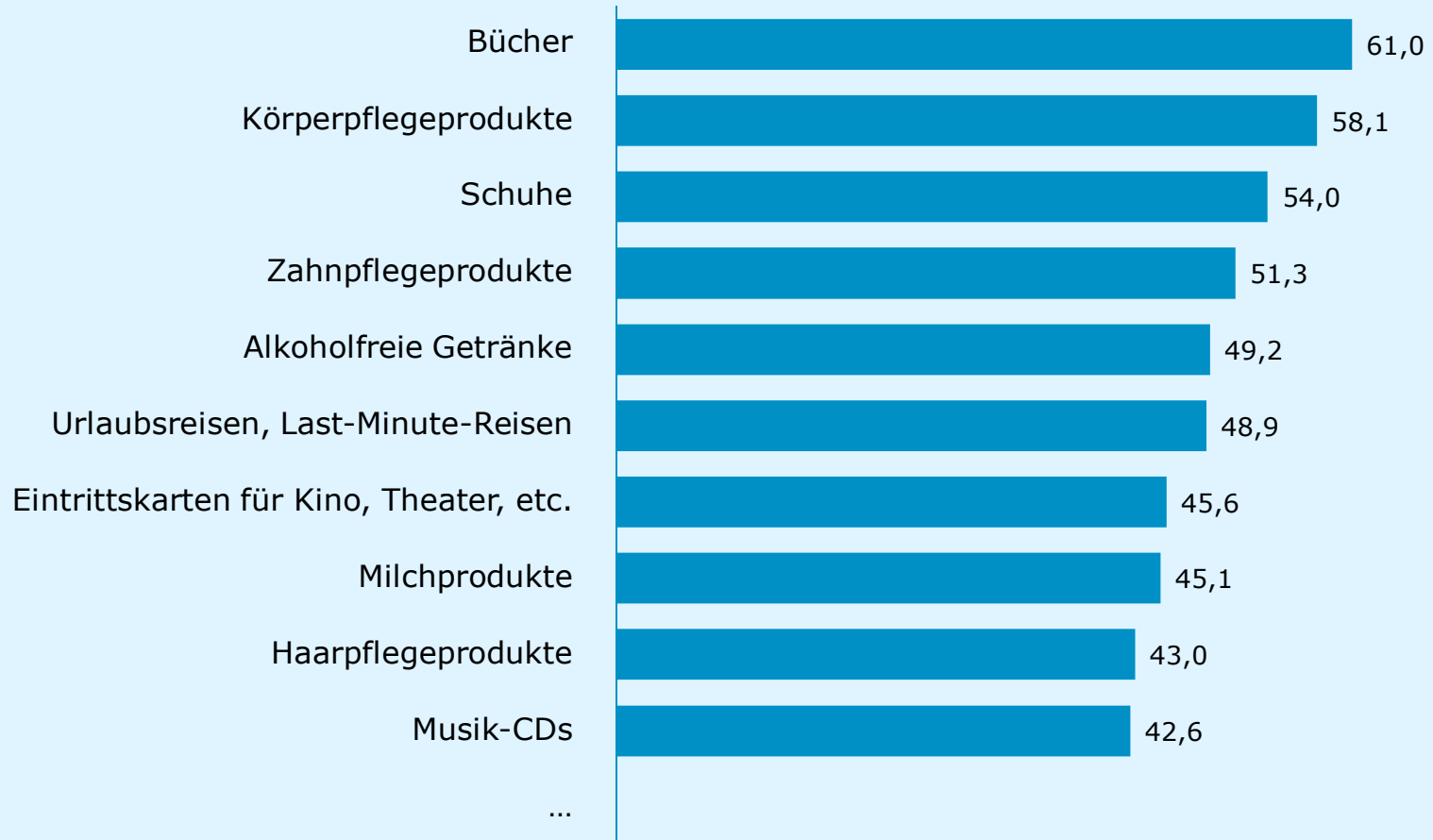
Top-Themen nach Alter

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

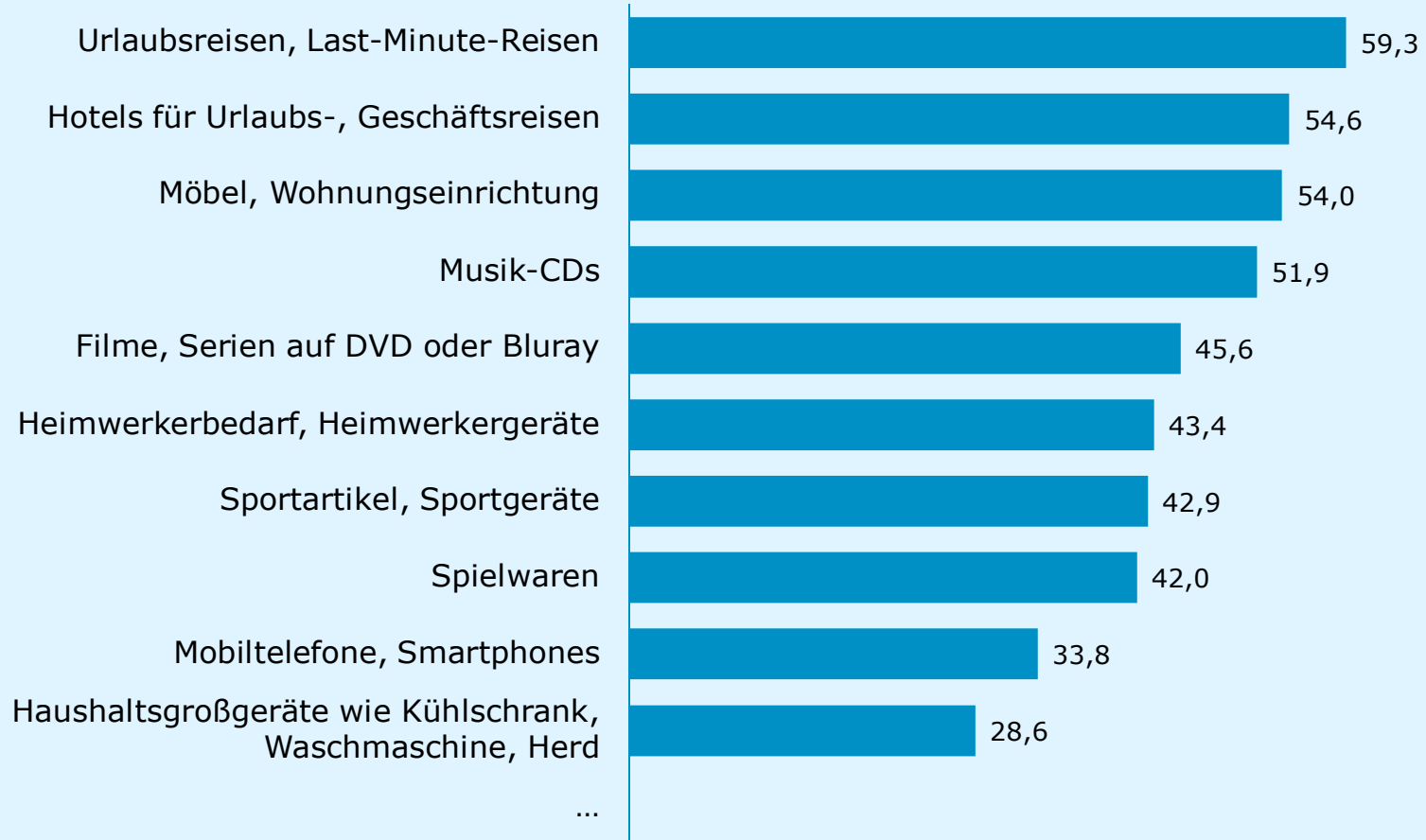


Basis: 101.454 Fälle (Internetnutzer ab 14 Jahre letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der 3 Themen mit dem höchsten Anteil Nutzer in der jeweiligen Altersgruppe / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2014-08

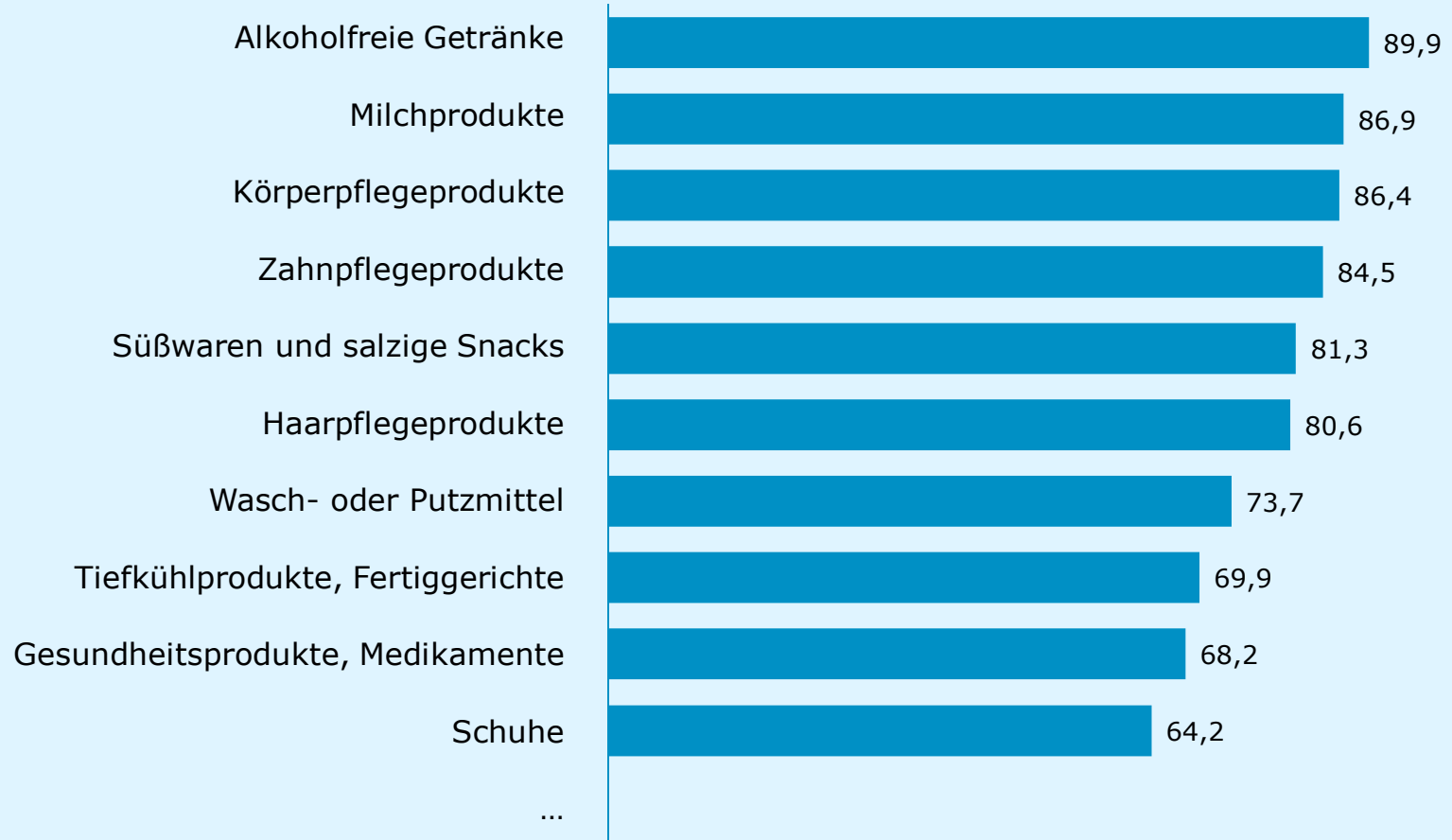
Generelles Produkt-Interesse: Top 10



Kaufplanung für Produkte: Top 10

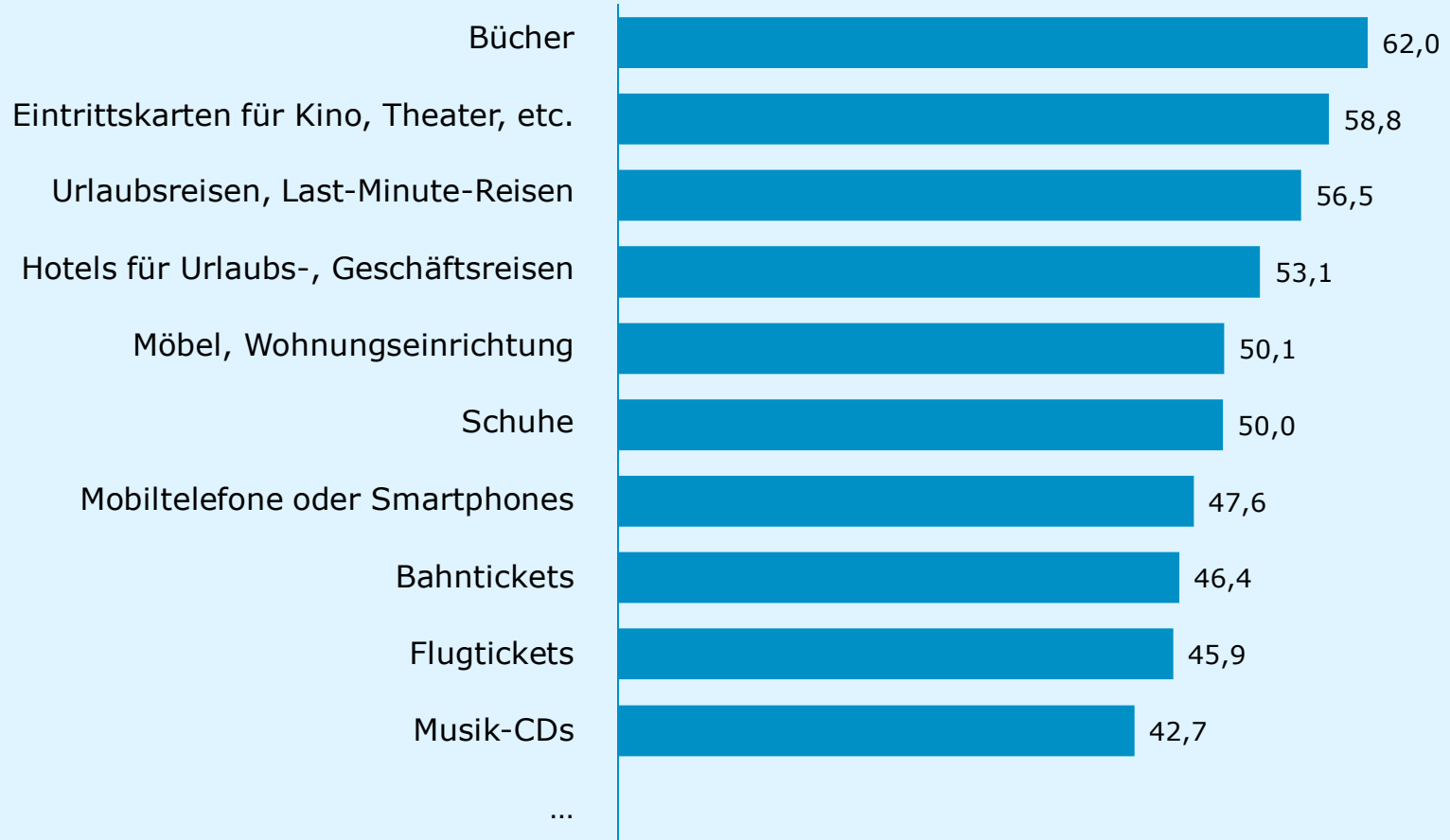


In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



Basis: 101.454 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 2014-08

Informationen im Internet gesucht: Top 10



Basis: 101.454 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 2014-08

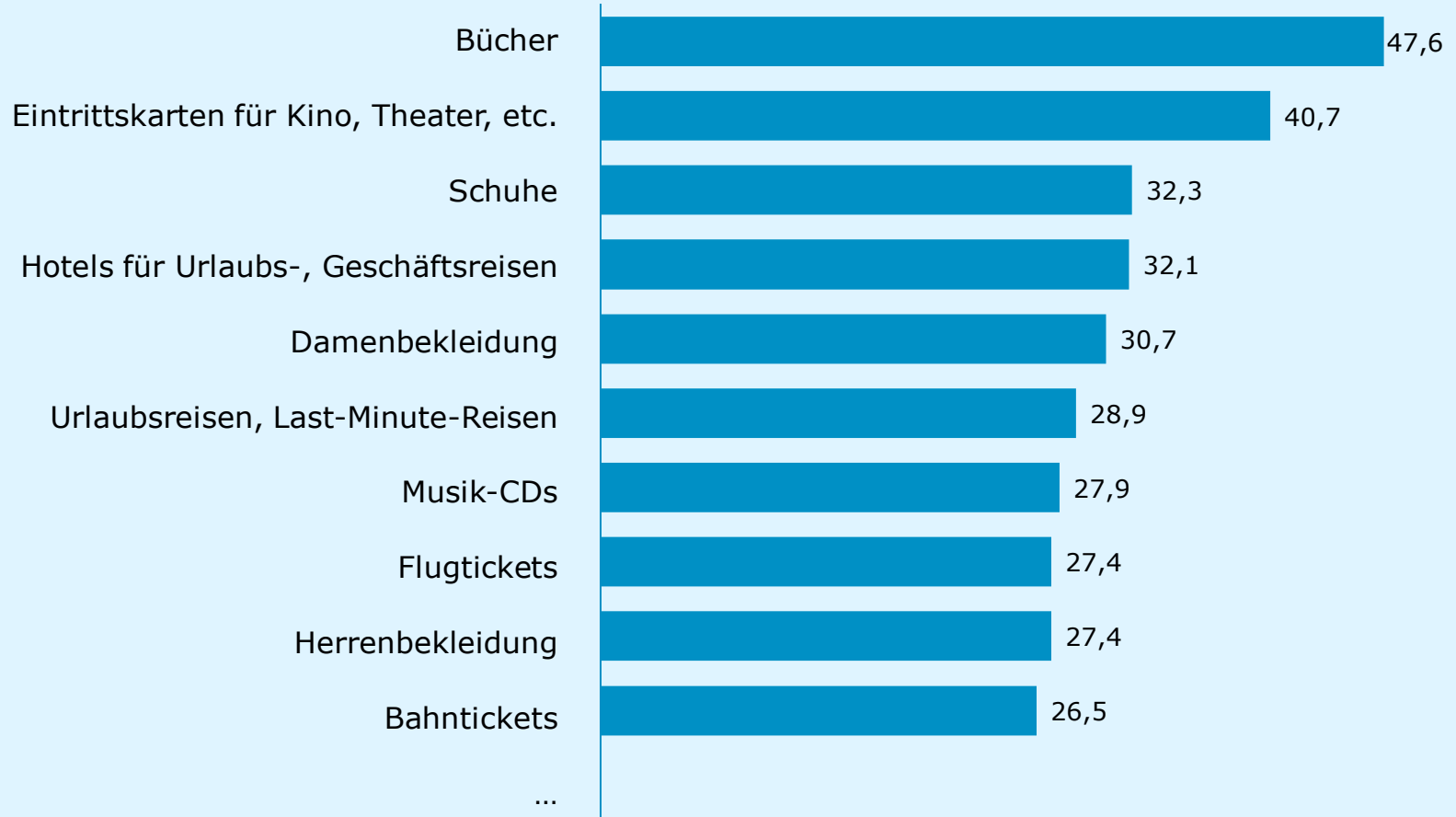
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	72,5	Bücher	66,1
Schuhe	69,8	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	60,3
Mobiltelefone oder Smartphones	68,5	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	60,2
Bücher	58,8	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	56,3
Filme, Serien auf DVD, Bluray	57,9	Möbel, Wohnungseinrichtung	53,6
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	72,1	Bücher	58,8
Schuhe	67,3	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	55,1
Bücher	67,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,8
Mobiltelefone oder Smartphones	61,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	52,1
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	60,7	Flugtickets	45,0
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	68,7	Bücher	49,1
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	64,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	48,4
Möbel, Wohnungseinrichtung	62,4	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	48,0
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	62,3	Bahntickets	39,9
Schuhe	60,7	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,6

Basis: 101.454 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 2014-08

Produkte im Internet gekauft: Top 10



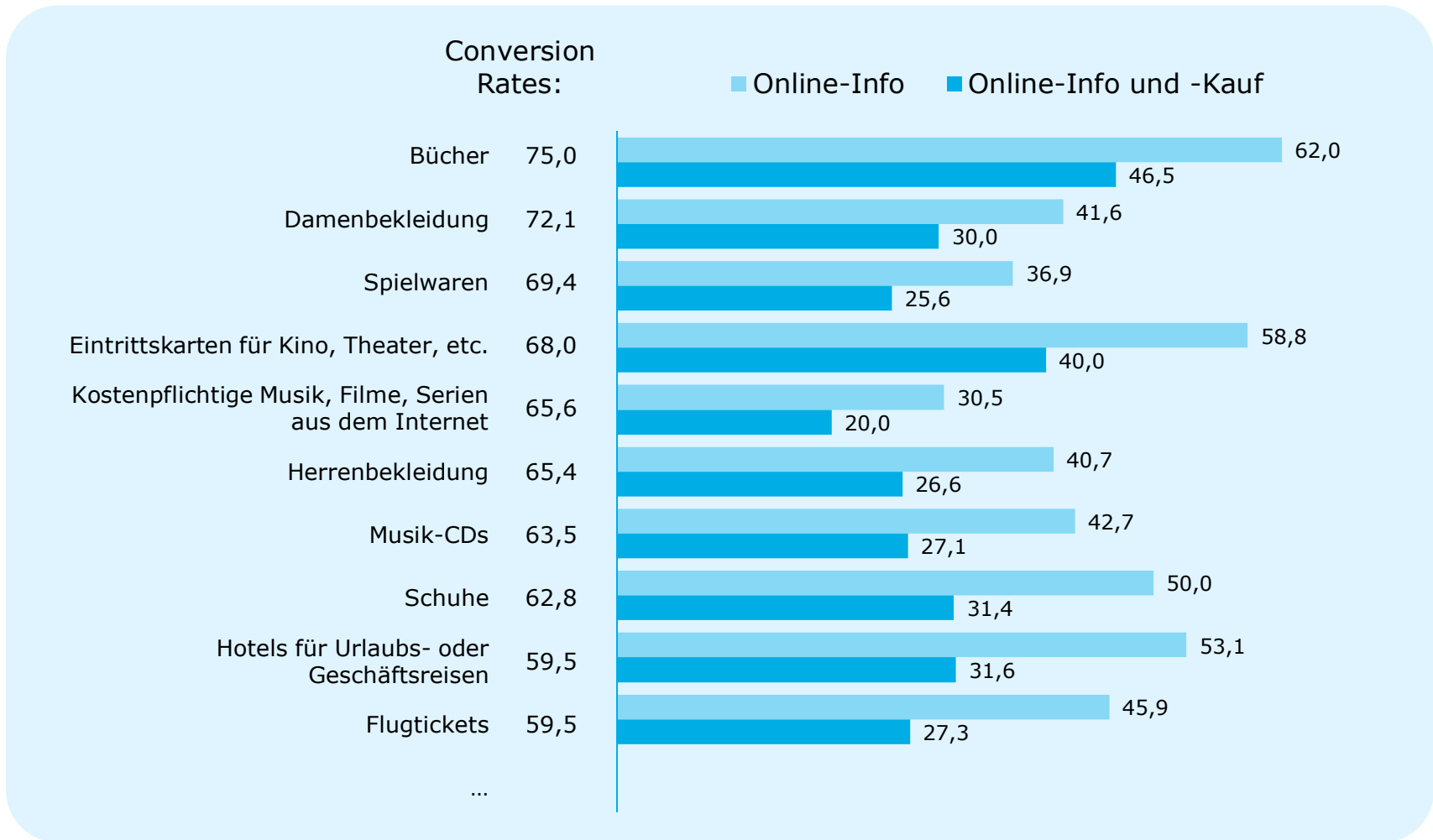
Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	45,5	Bücher	52,1
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	42,4	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	41,1
Bücher	40,7	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	35,3
Damenbekleidung	31,6	Damenbekleidung	32,4
Filme, Serien auf DVD, Bluray	29,5	Spielwaren	32,2
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	52,7	Bücher	43,7
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	51,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,2
Schuhe	47,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	35,0
Herrenbekleidung	36,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	29,8
Musik-CDs	36,5	Flugtickets	27,3
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	57,2	Bücher	34,0
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	47,6	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,1
Spielwaren	44,9	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,6
Schuhe	42,3	Bahntickets	23,9
Damenbekleidung	41,2	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	23,9

Basis: 101.454 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 2014-08

Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



Basis: 101.454 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 2014-08



Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im August 2014



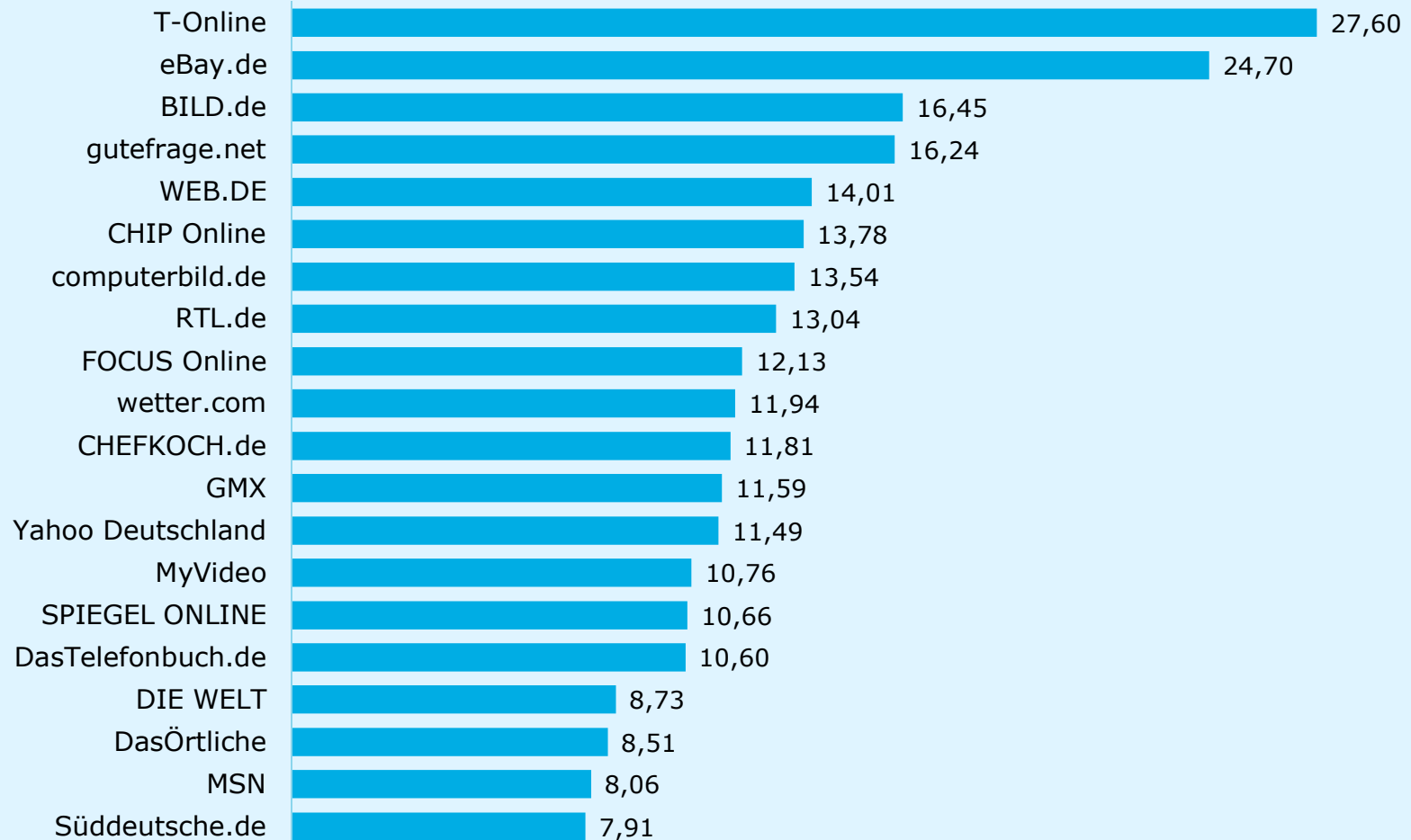
Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	64,7	35,99
Ströer Digital	2	60,1	33,43
Axel Springer Media Impact	3	58,8	32,72
SevenOne Media	4	56,3	31,32
TOMORROW FOCUS MEDIA	5	53,5	29,75
United Internet Media	6	51,8	28,82
IP Deutschland	7	48,4	26,93
eBay Advertising Group Deutschland	8	47,3	26,30
OMS	9	45,6	25,33
G+J Electronic Media Sales	10	37,3	20,74
mediasquares	11	33,1	18,39
iq digital	12	31,2	17,35
Yahoo! Deutschland	13	25,7	14,29
SPIEGEL QC	14	25,6	14,26
netpoint media	15	21,8	12,14
MAIRDUMONT MEDIA	16	21,8	12,13
HiMedia Deutschland	17	18,4	10,21
BAUER ADVERTISING	18	17,5	9,72
Urban Media	19	17,2	9,56
Microsoft Advertising	20	14,7	8,17

Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	38,5	21,39
Ströer Digital	2	33,3	18,49
Axel Springer Media Impact	3	32,9	18,31
United Internet Media	4	29,9	16,64
SevenOne Media	5	29,3	16,30
TOMORROW FOCUS MEDIA	6	26,6	14,78
eBay Advertising Group Deutschland	7	26,0	14,49
IP Deutschland	8	22,7	12,60
OMS	9	22,6	12,57
G+J Electronic Media Sales	10	15,7	8,71
iq digital	11	13,8	7,68
Yahoo! Deutschland	12	13,0	7,24
mediasquares	13	12,0	6,70
SPIEGEL QC	14	12,0	6,65
Microsoft Advertising	15	8,1	4,49
netpoint media	16	7,5	4,18
MAIRDUMONT MEDIA	17	6,4	3,53
Urban Media	18	6,3	3,48
HiMedia Deutschland	19	6,1	3,39
BAUER ADVERTISING	20	5,8	3,22

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im August 2014



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

