

Frankfurt, 21. Mai 2015

Pressemitteilung

Wir bleiben in Kontakt: Über 42 Millionen Deutsche kommunizieren über das Internet

internet facts 2015-03 zeigt: Online ist vor allem ein Kommunikationsmedium

Das „Miteinander in Kontakt treten“ ist so alt wie die Menschheit selbst. Und genauso althergebracht wie die menschliche Kommunikation ist, gleichbleibend beständig ist sie – auch im digitalen Zeitalter. Mehr als 42 Millionen Deutsche besuchen monatlich Webseiten mit Kommunikationsmöglichkeiten, also Emailportale, Messenger, Chatrooms bis hin zu Kontaktbörsen und Social Media Angeboten. Das sind 60 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren bzw. 81 Prozent der Onliner ab diesem Alter in Deutschland. Und das auch häufiger, tummeln sich doch allein pro Woche mehr als 31 Millionen Nutzer auf derartigen Angeboten.

Alter und Geschlecht spielen in diesem Zusammenhang kaum eine Rolle, wie eine Sonderauswertung zur heute erschienen AGOF internet facts 2015-03 belegt. 22 Millionen Männer und knapp 21 Millionen Frauen kommunizieren über digitale Angebote miteinander. Am kommunikativsten sind dabei die Menschen im Alter von 20 bis 59 Jahre (76,1% der Besucher sind in dieser Altersklasse). Doch auch die Älteren wollen auf den barrierefreien Kontakt nicht verzichten, 15 Prozent entfallen auf die Altersgruppe 60+.

Dabei bleibt der Austausch mit anderen nicht auf das Netz begrenzt: Knapp die Hälfte dieser Nutzer lebt in Haushalten mit drei oder mehr Personen. Auch sind solche User besonders ausgehfreudig, sei es in Restaurants, Kneipen oder Clubs oder auch Theater und Konzerte. Vor allem aber: Sie sind überdurchschnittlich oft Wortführer in Gesprächsrunden und probieren gerne neue Technologien aus (17% bzw. 25% affiner als die Gesamtbevölkerung).

Diese Ergebnisse basieren auf der heute veröffentlichten internet facts 2015-03 der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V., die Reichweiten- und Strukturdaten für 752 Online-Werbeträger und 3.270 Belegungseinheiten ausweist, sowie Kerndaten zur Internetnutzung, Zielgruppen und E-Commerce.

Reichweitenrankings der Angebote und Vermarkter

Mit einer Reichweite von 27,17 Millionen Unique Usern im Monat März 2015 (49,0%) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay (21,74 Mio. bzw. 39,2%), BILD.de (17,59 Mio. bzw. 31,7%),

gutefrage.net (16,94 Mio. bzw. 30,5%) und FOCUS Online (15,53 Mio. bzw. 28,0%).

Bei den Vermarktern führt im März Ströer Digital mit 40,15 Millionen Unique Usern (72,4%) vor InteractiveMedia (35,29 Mio. bzw. 63,6%) und Axel Springer Media Impact (35,19 Mio. bzw. 63,4%). Es folgen SevenOne Media (33,18 Mio. bzw. 59,8%) und TOMORROW FOCUS MEDIA (31,86 Mio. bzw. 57,4%).

Auch in der durchschnittlichen Woche wird das Ranking von Ströer Digital angeführt (23,77 Mio. bzw. 42,9%), den zweiten und dritten Platz belegen InteractiveMedia (19,89 Mio. bzw. 35,9%) und Axel Springer Media Impact (19,35 Mio. bzw. 34,9%). SevenOne Media mit 17,03 Millionen Unique Usern (30,7%) und TOMORROW FOCUS MEDIA mit 15,82 Millionen Unique Usern (28,5%) vervollständigen die Top 5.

Allgemeine Daten zur internet facts 2015-03

In den letzten zwölf Monaten waren in Deutschland insgesamt 76 Prozent, d.h. 56,05 Millionen Menschen im Netz (76,2% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 10 Jahren). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK), d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben, zählen im März 75,5 Prozent der Bevölkerung, d.h. 55,48 Millionen Menschen.

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2015-03 mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter <http://www.agof.de/aktuelle-studie-internet/>.

Über die internet facts

Mit ihrer Markt-Media-Studie internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF durch die Überführung des Reichweitenteils unter die methodische Hoheit der agma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der agma erscheint, wird von der [Sektion Internet](#) in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantwortet. Ausgewiesen werden in der internet facts Struktur- und Reichweitendaten für über 700 Internet-Werbeträger der [Studienteilnehmer](#) an der internet facts.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der

AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

Bei Rückfragen:

Katharina Böhm

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 069/264 888-318

Fax: 069/264 888-320

Mobil: 0151/126 713 88

Mail: katharina.boehm@agof.de