

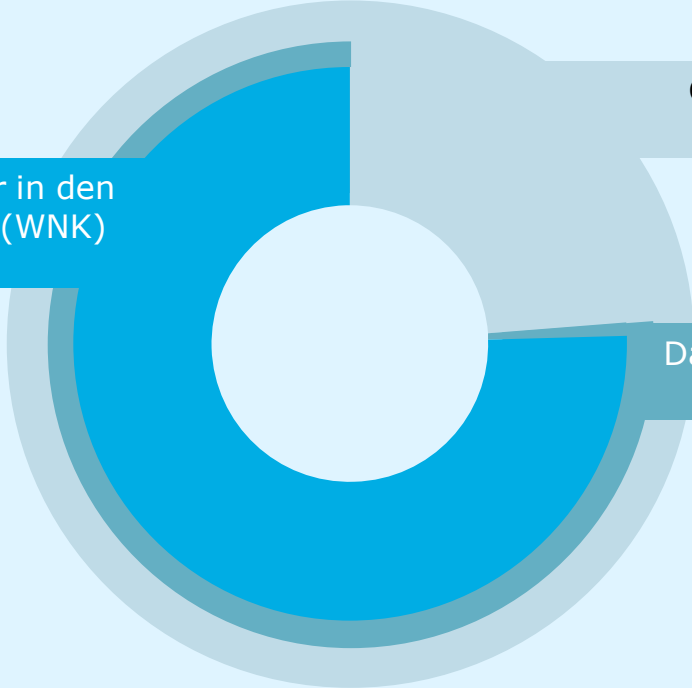


# internet facts 2015-04

AGOF e. V. Juni 2015



Grafiken zur Internetnutzung

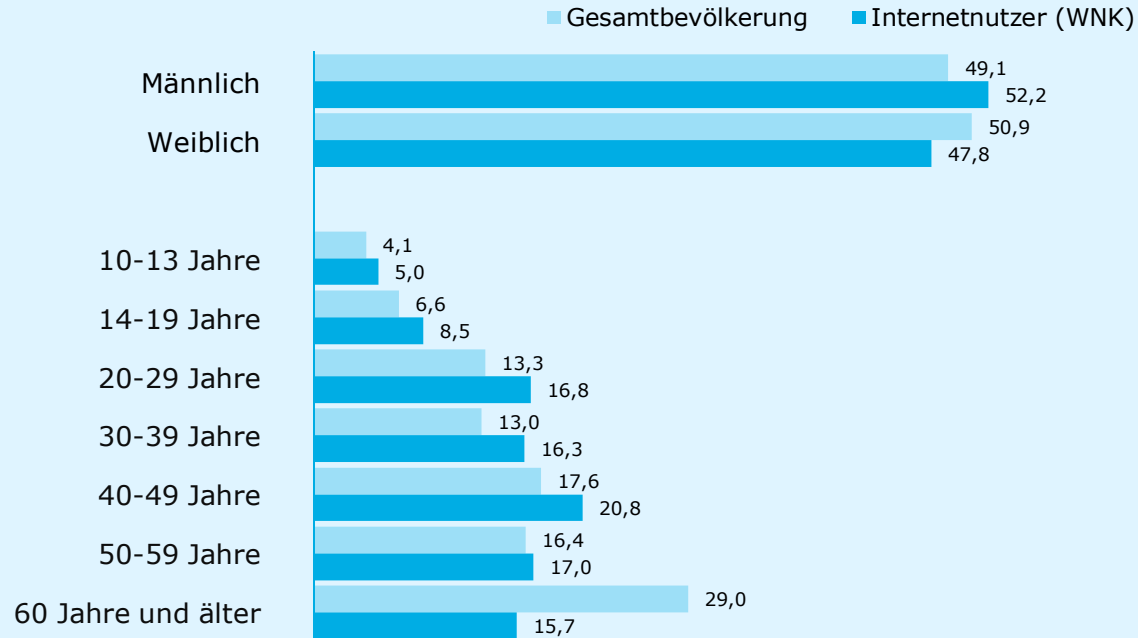


Davon Internetnutzer in den  
letzten drei Monaten (WNK)  
55,48 Mio.

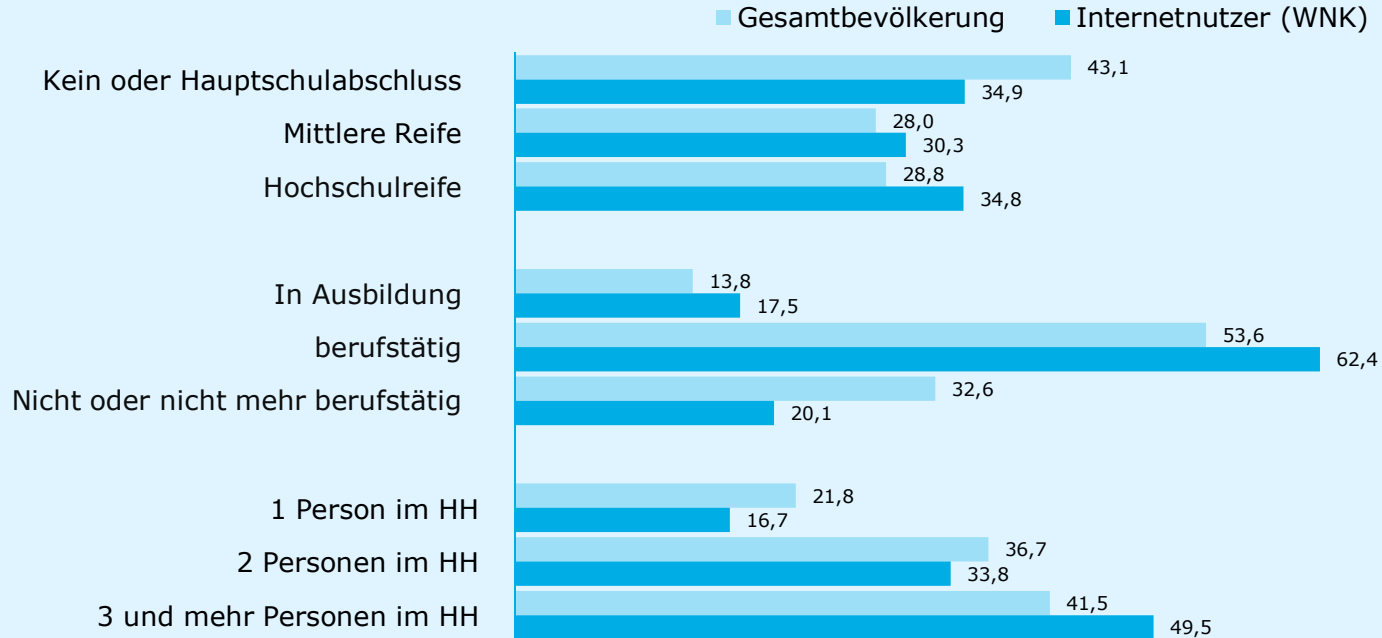
Gesamtbevölkerung  
73,52 Mio.

Davon Internetnutzer  
gesamt 56,05 Mio.

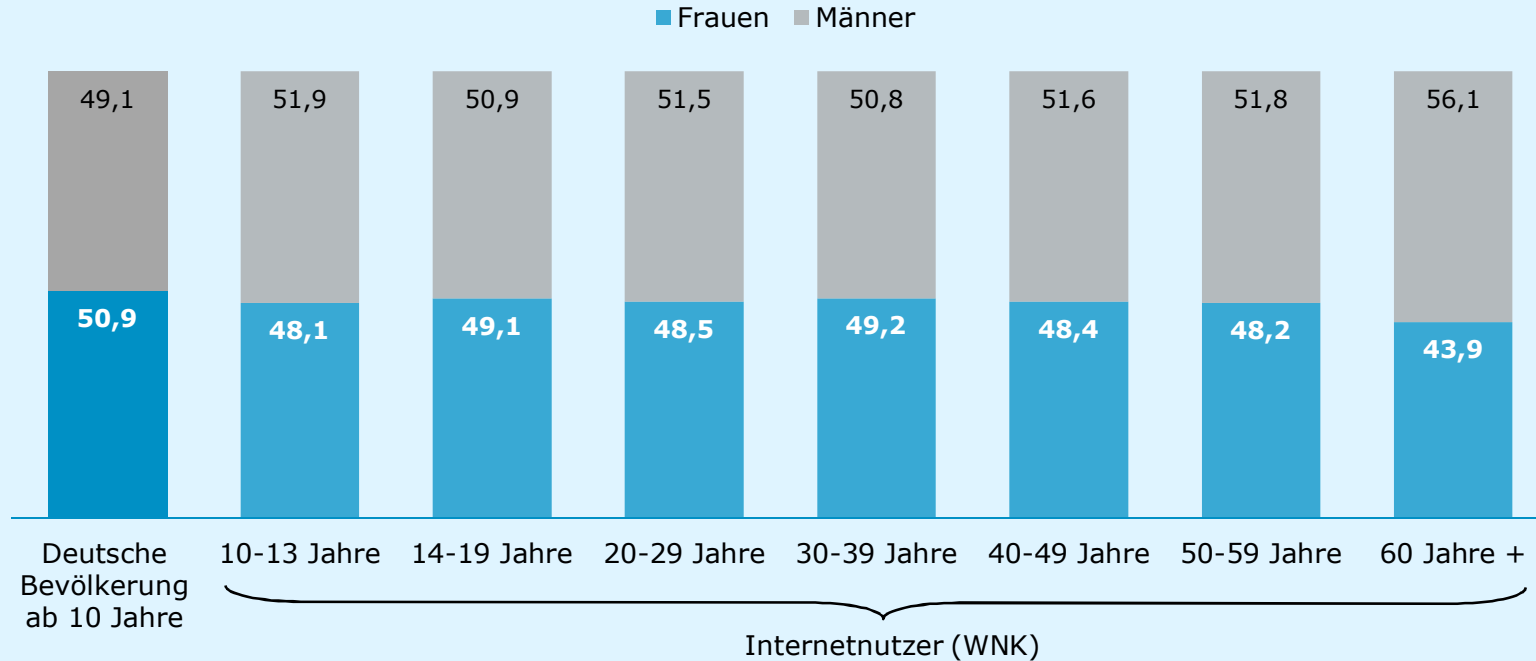
# Soziodemografie: Geschlecht und Alter



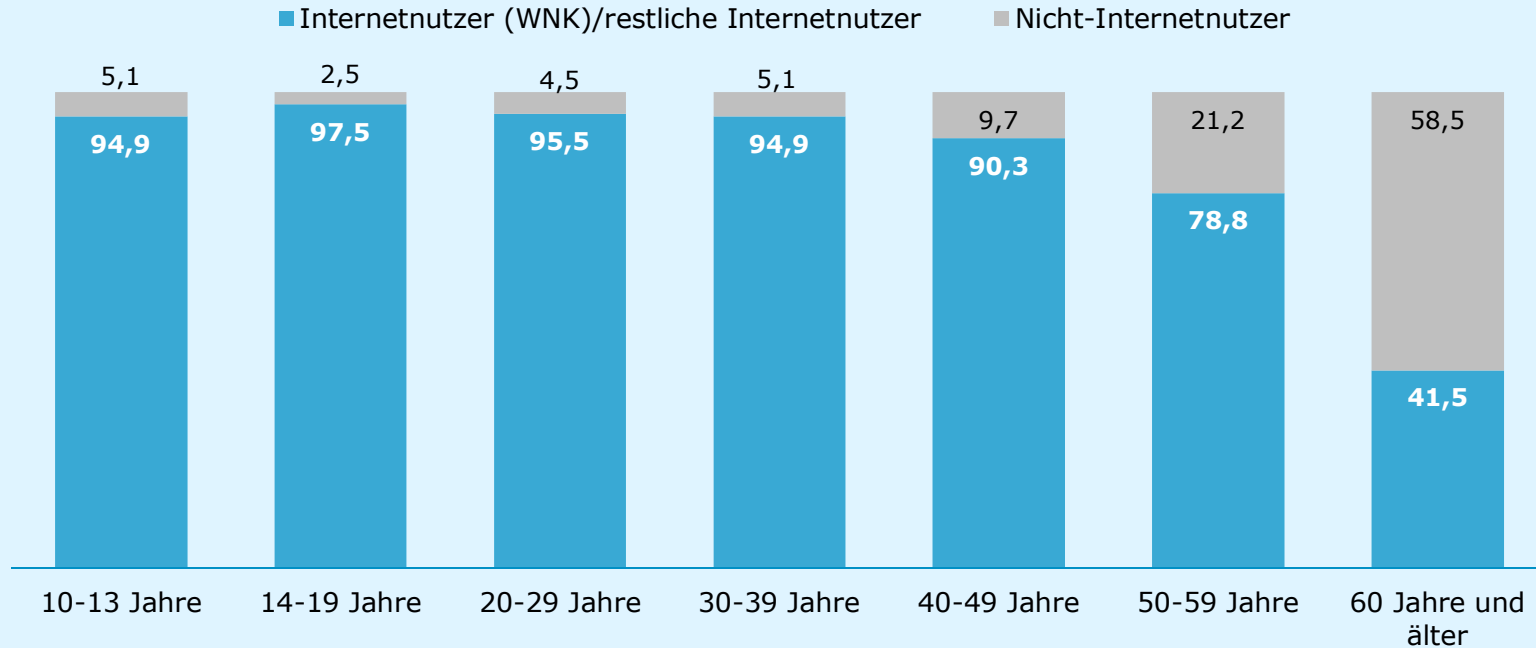
# Soziodemografie: Bildung, Tätigkeit, Personen im Haushalt



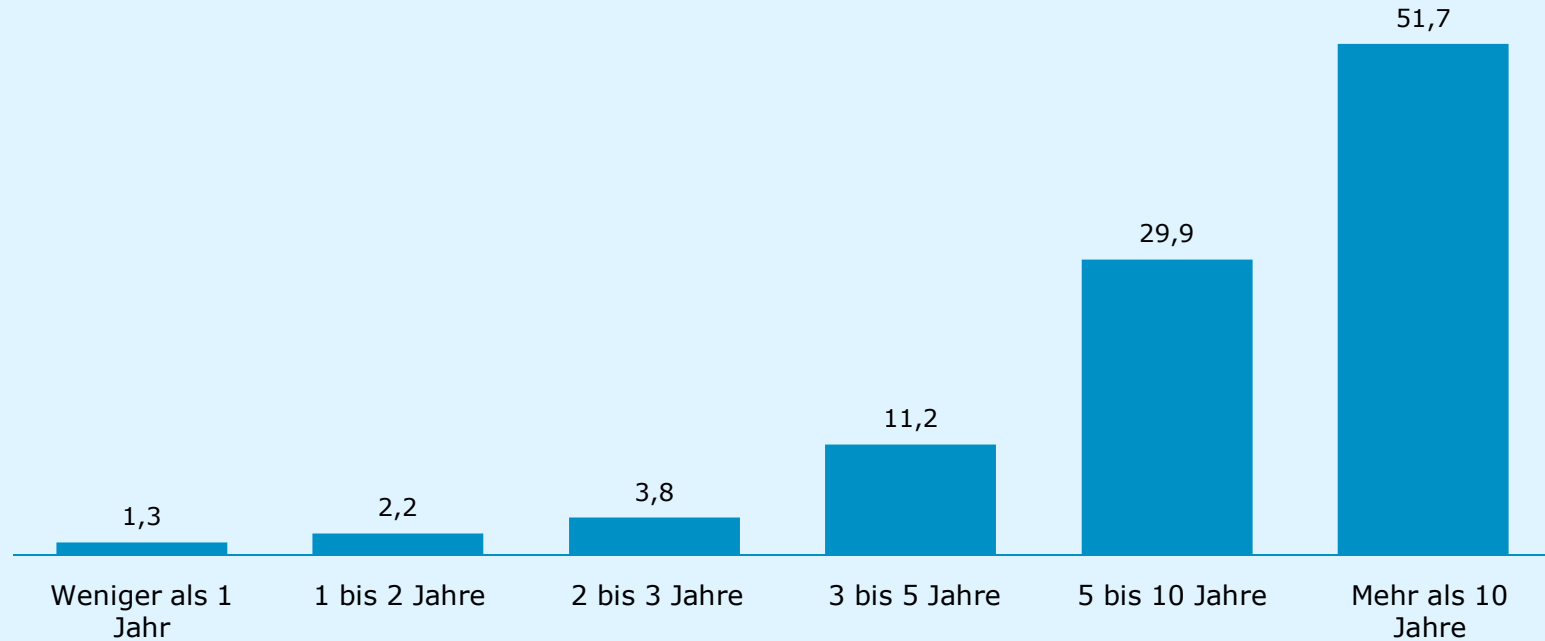
# Geschlechterverteilung in den Altersklassen



# Online-Penetration nach Altersgruppen

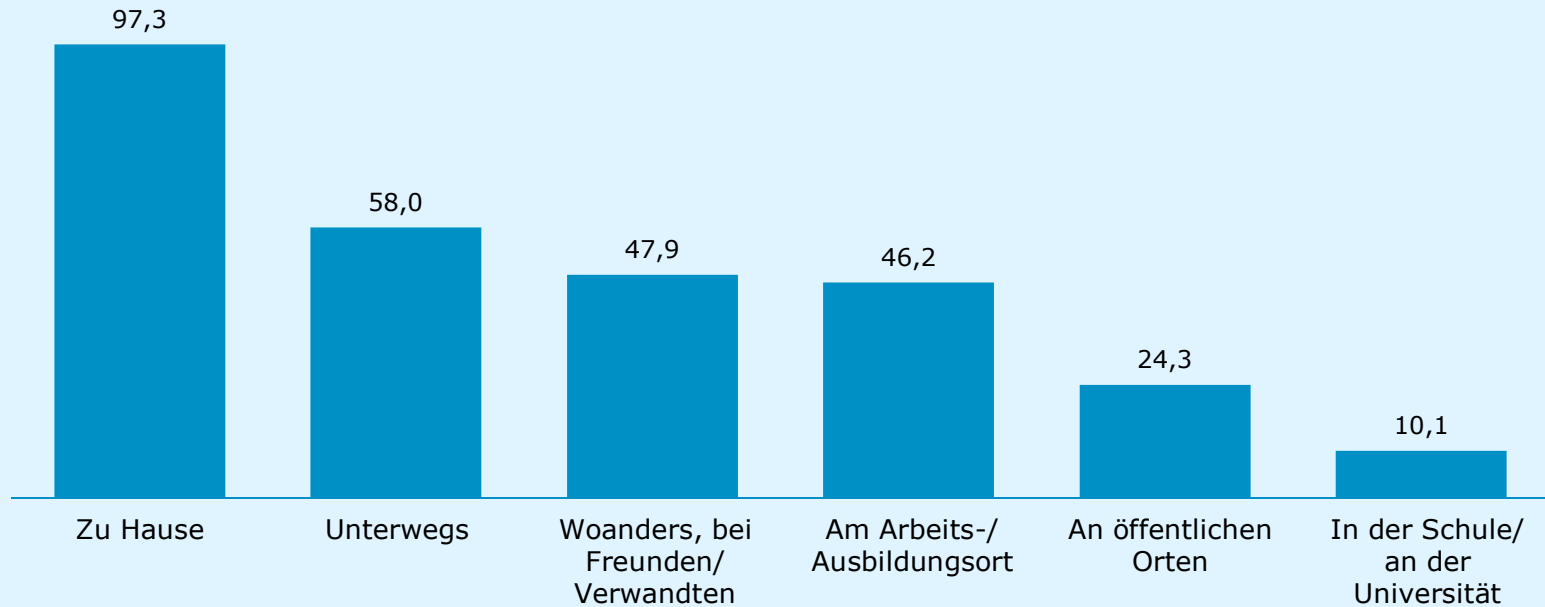


# Nutzungserfahrung

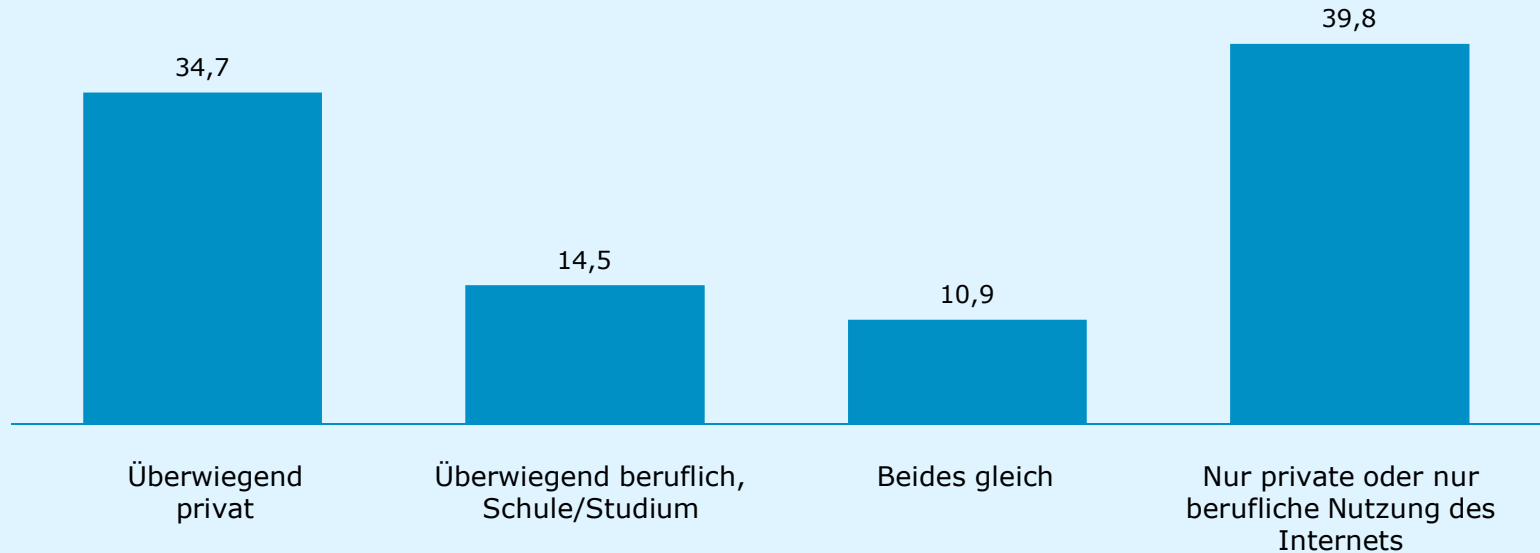




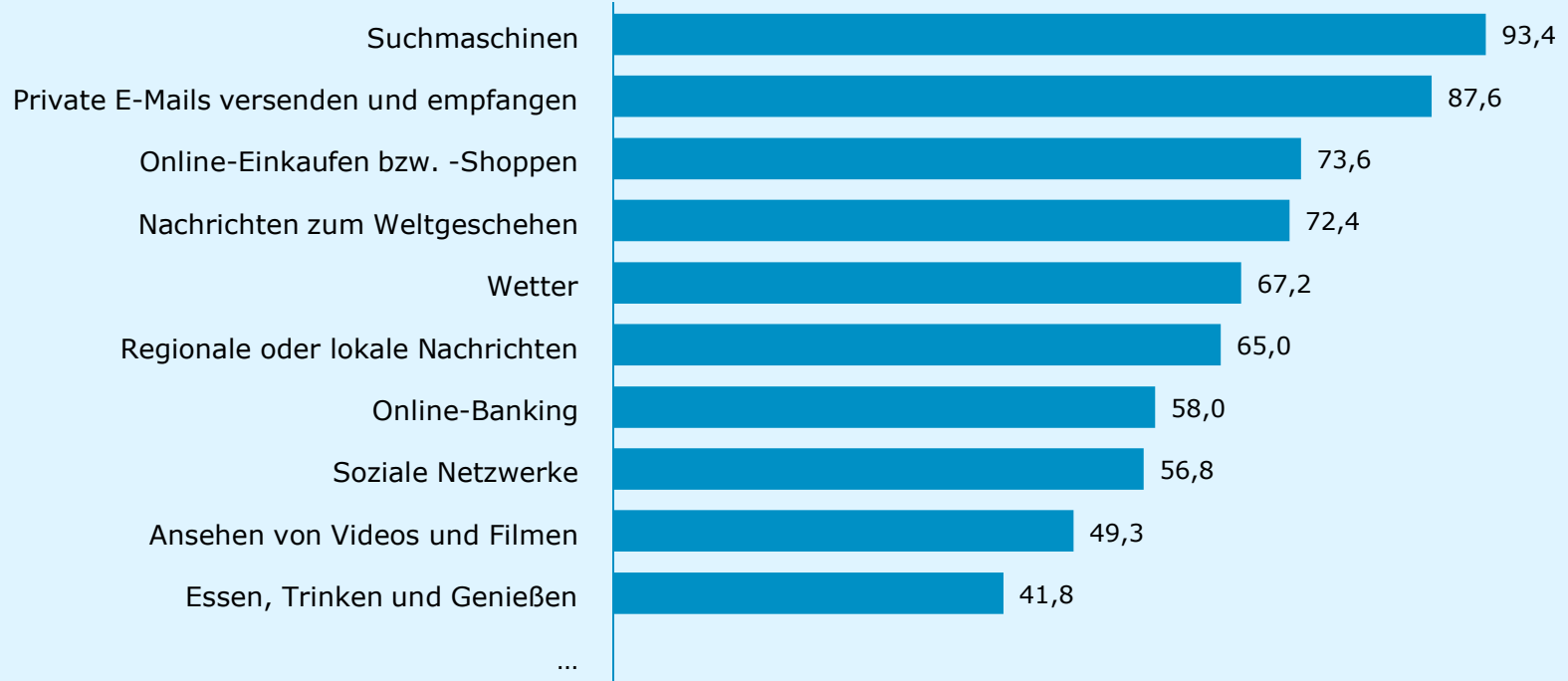
# Nutzungsort



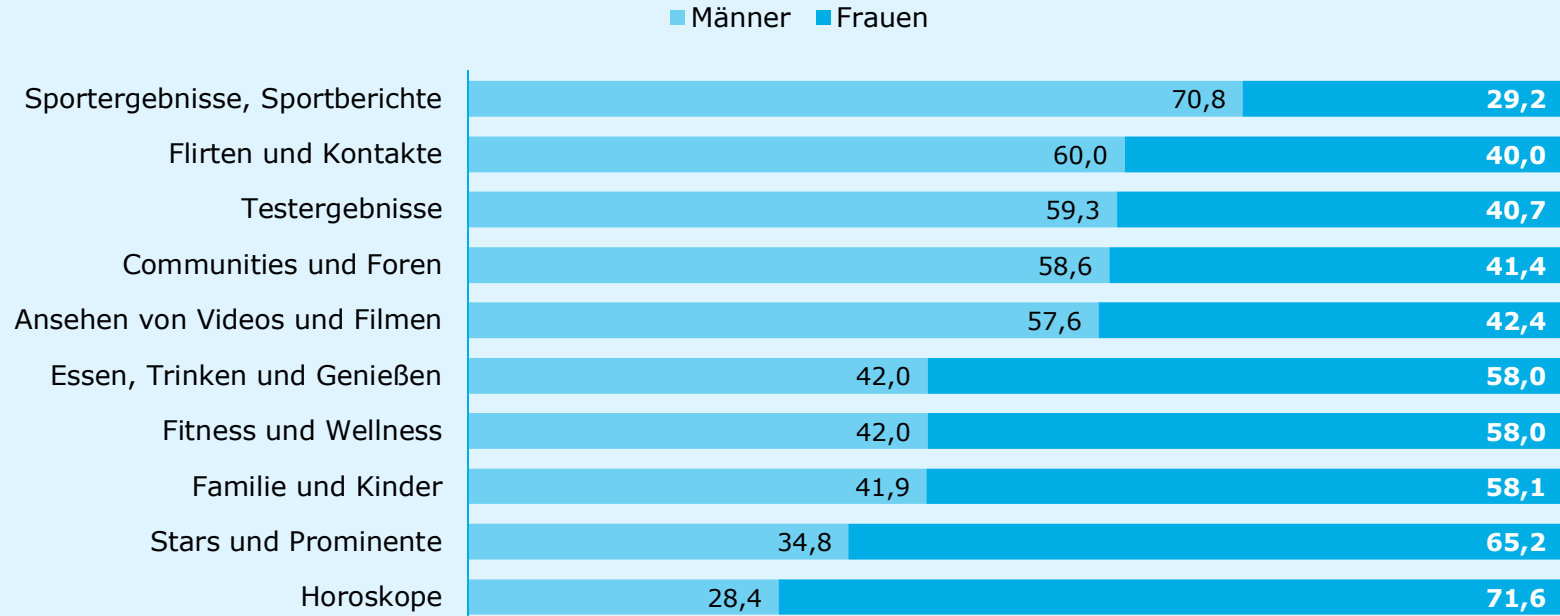
# Schwerpunkt der Internetnutzung



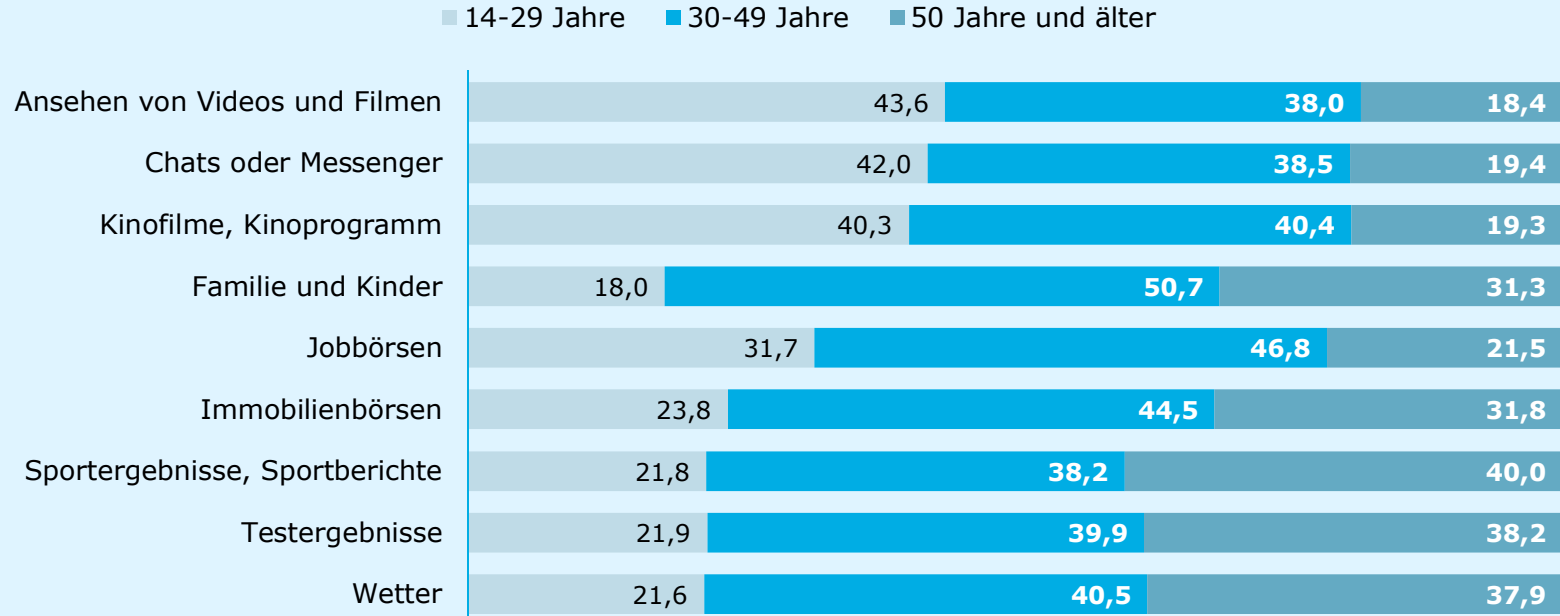
# Thematische Schwerpunkte: Top 10



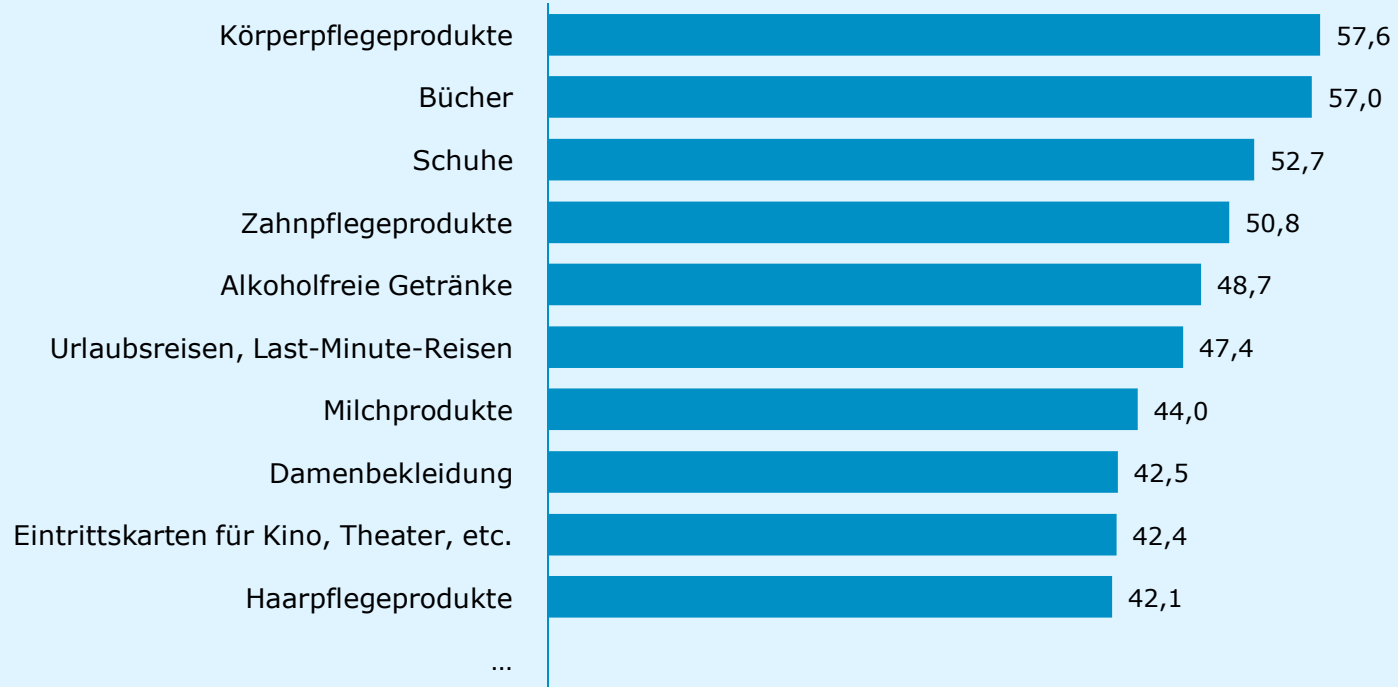
# Top-Themen nach Geschlecht



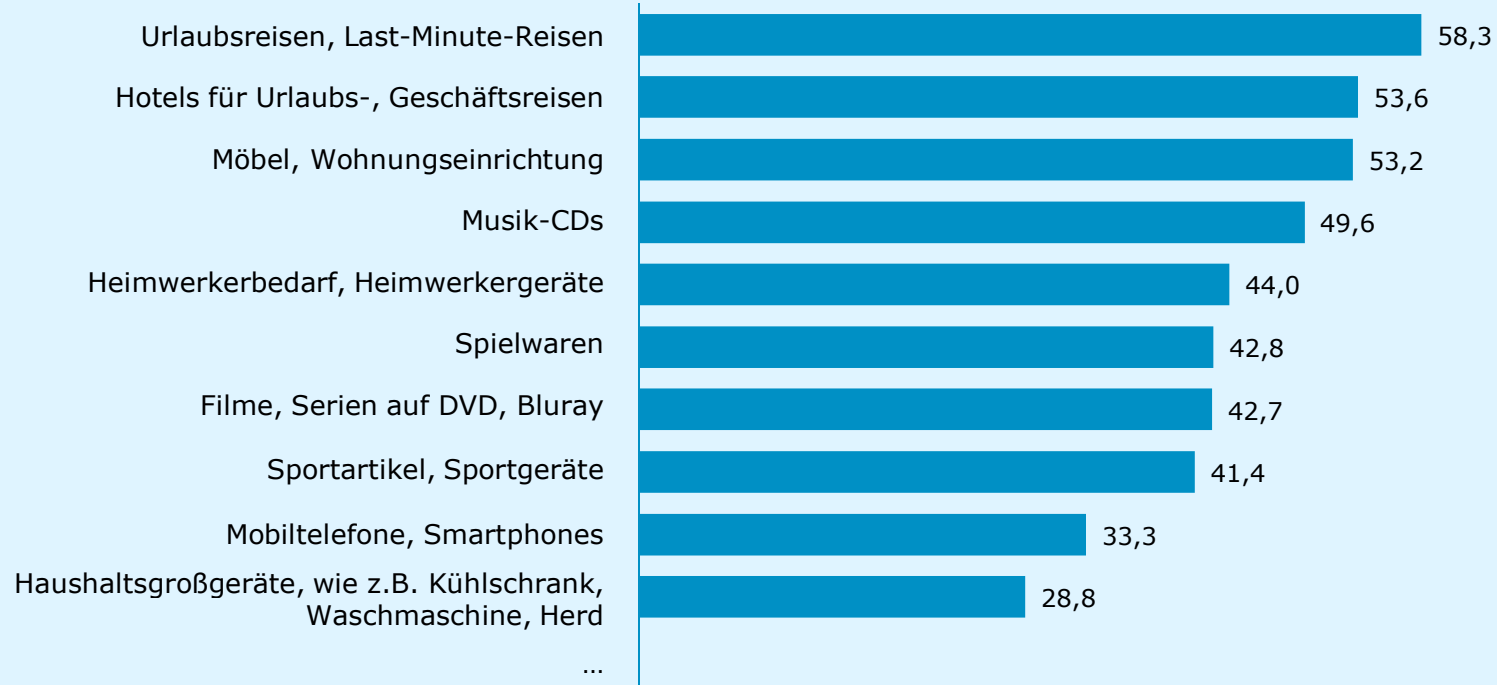
# Top-Themen nach Alter



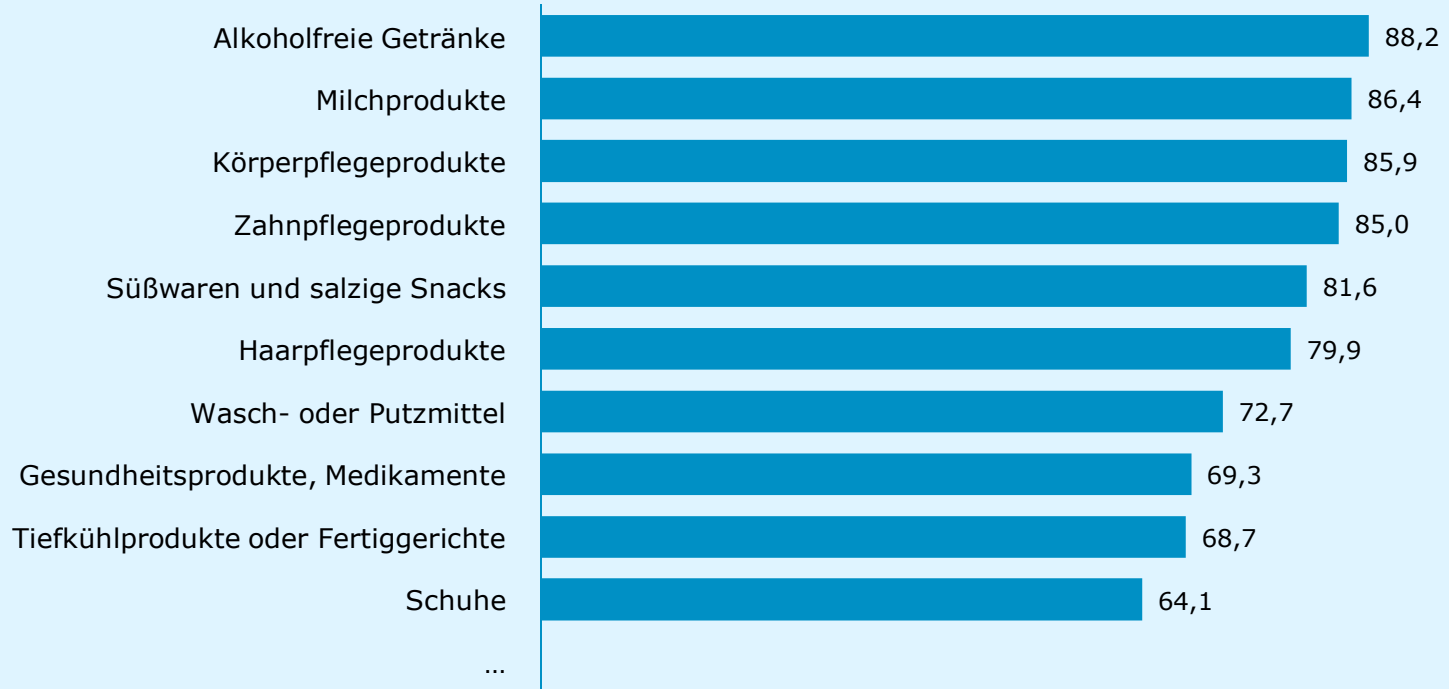
# Generelles Produkt-Interesse: Top 10



# Kaufplanung für Produkte: Top 10

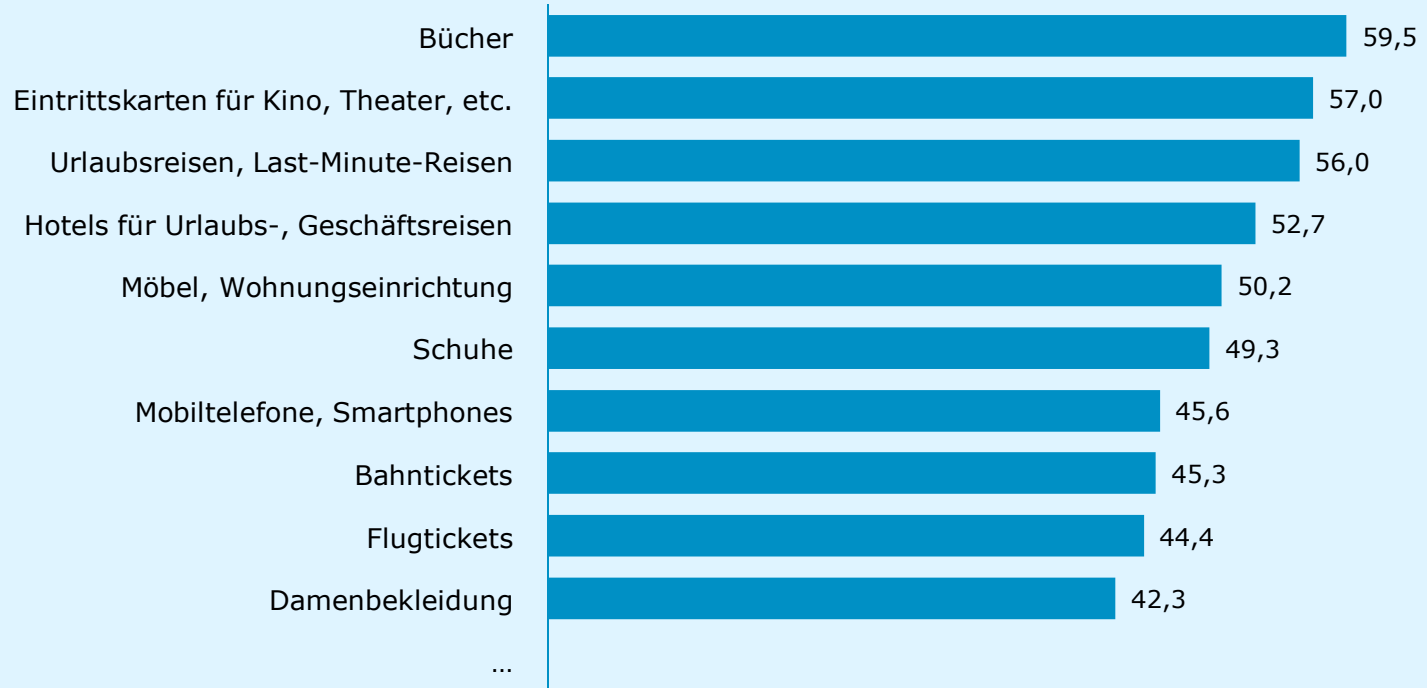


# In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10





# Informationen im Internet gesucht: Top 10

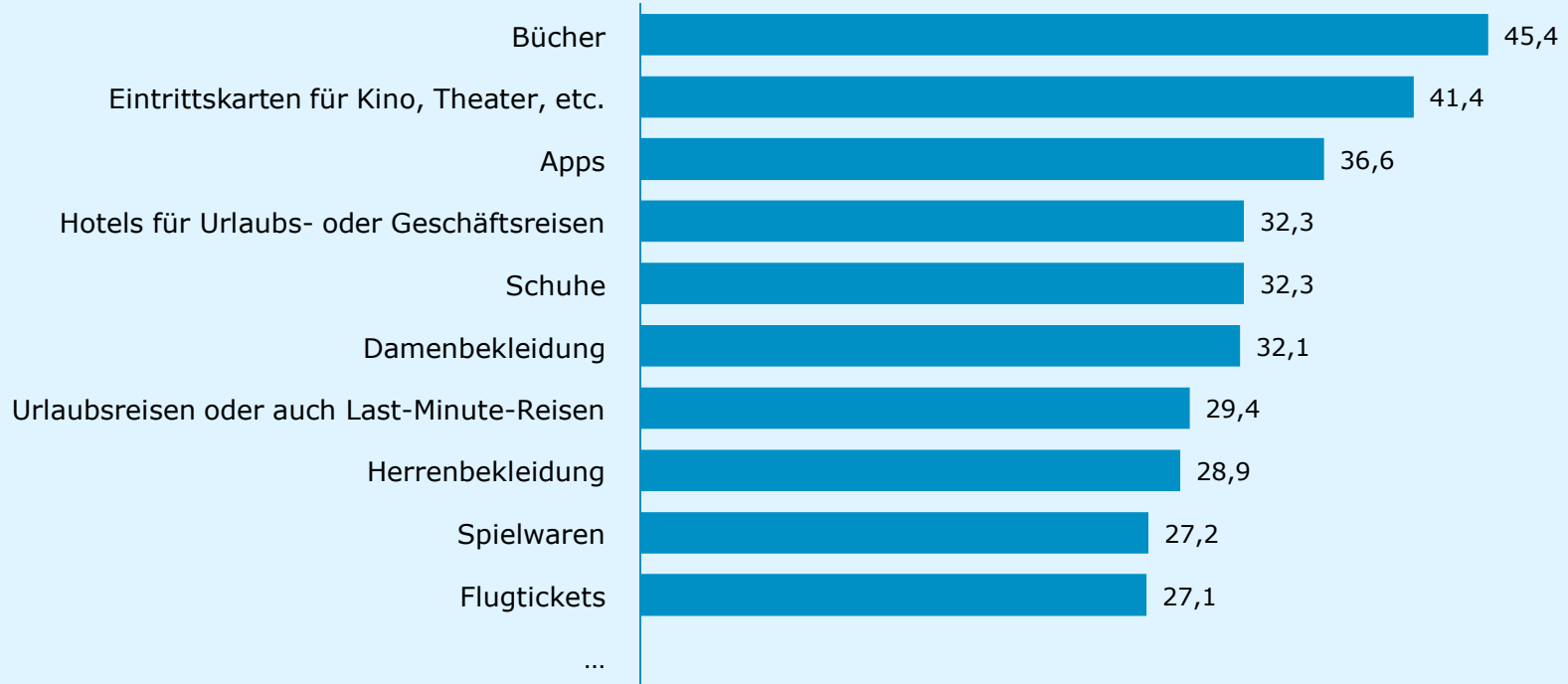


# Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Mobiltelefone oder Smartphones	72,4	Bücher	62,9
Apps	69,8	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	59,4
Schuhe	68,6	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	58,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	68,1	Möbel, Wohnungseinrichtung	55,0
Bücher	57,3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,9
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	70,3	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	54,4
Bücher	65,6	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,7
Schuhe	65,6	Bücher	53,1
Mobiltelefone oder Smartphones	63,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	50,7
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	61,1	Möbel, Wohnungseinrichtung	44,6
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	68,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	49,0
Möbel, Wohnungseinrichtung	64,2	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	47,6
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	62,6	Bücher	47,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	62,3	Bahntickets	40,7
Schuhe	60,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,1

# Produkte im Internet gekauft: Top 10

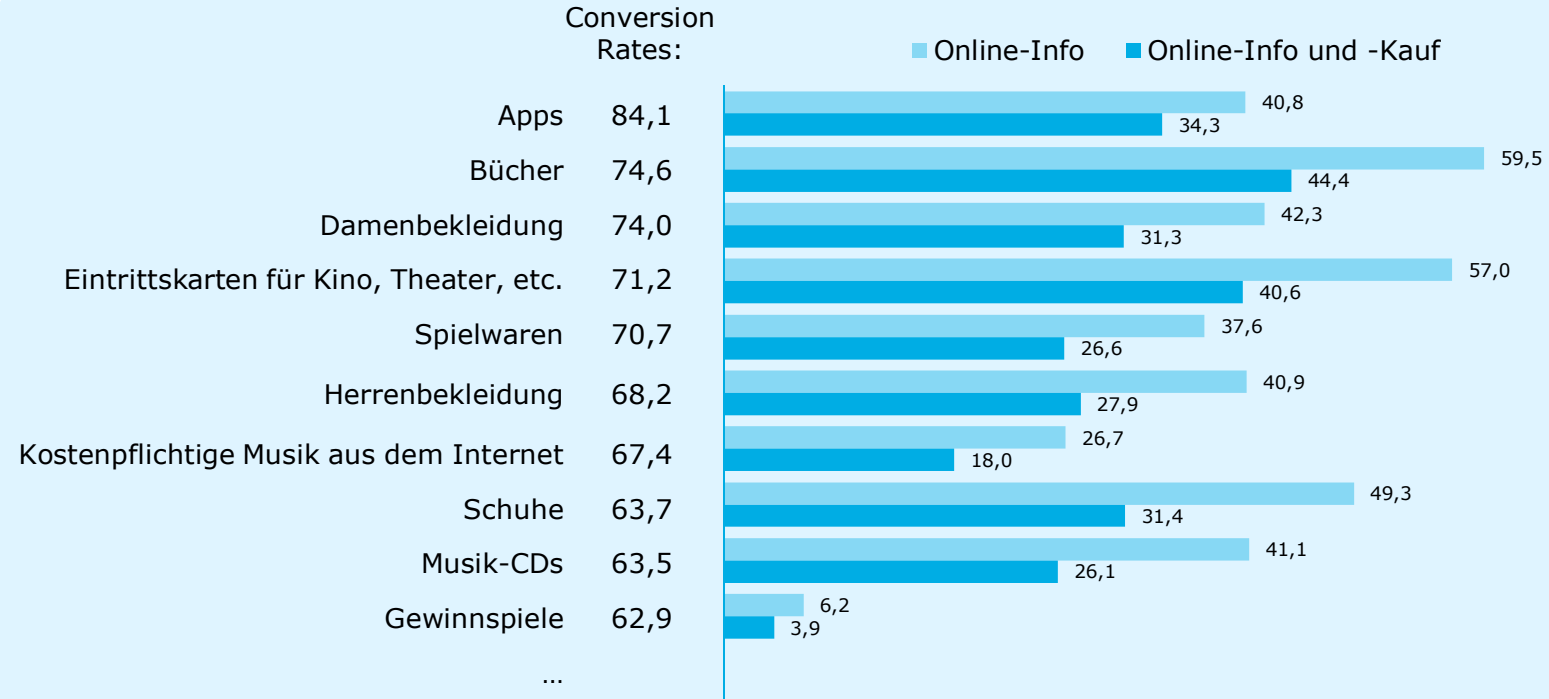


# Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Apps	63,2	Bücher	50,0
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	41,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	42,9
Schuhe	40,7	Damenbekleidung	34,7
Bücher	37,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	34,7
Damenbekleidung	30,8	Apps	33,1
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Apps	55,4	Bücher	38,8
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	52,9	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,3
Bücher	52,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	33,3
Schuhe	45,7	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	29,4
Herrenbekleidung	37,0	Damenbekleidung	28,1
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	56,0	Bücher	33,0
Spielwaren	49,7	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,9
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	47,7	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,9
Apps	46,2	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	24,9
Schuhe	44,2	Bahntickets	24,2

# Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



Basis: 101.603 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 61 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e. V. / internet facts 2015-04

A photograph of a family of four—a mother, father, and two children—gathered around a laptop. They are all smiling and looking at the screen, suggesting a positive and collaborative digital experience. The scene is set in a bright, indoor environment, likely a living room.

# Rankings

# Vermarkter-Ranking: TOP 20 im April 2015



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
Ströer Digital	1	70,5	39,11
InteractiveMedia CCSP	2	61,1	33,88
Axel Springer Media Impact	3	59,9	33,21
SevenOne Media	4	57,6	31,97
TOMORROW FOCUS MEDIA	5	54,7	30,32
IP Deutschland	6	49,7	27,58
OMS	7	43,8	24,31
eBay Advertising Group Deutschland	8	41,6	23,06
United Internet Media	9	41,0	22,73
G+J Electronic Media Sales	10	39,6	21,99
Yahoo! Deutschland	11	38,4	21,28
iq digital	12	30,5	16,92
SPIEGEL QC	13	26,5	14,68
BAUER ADVERTISING	14	19,6	10,90
netpoint media	15	19,6	10,89
MAIRDUMONT MEDIA	16	16,7	9,25
Urban Media	17	16,1	8,95
Weischer Online	18	16,0	8,86
Unister Media	19	13,2	7,33
Mode Media	20	13,0	7,20

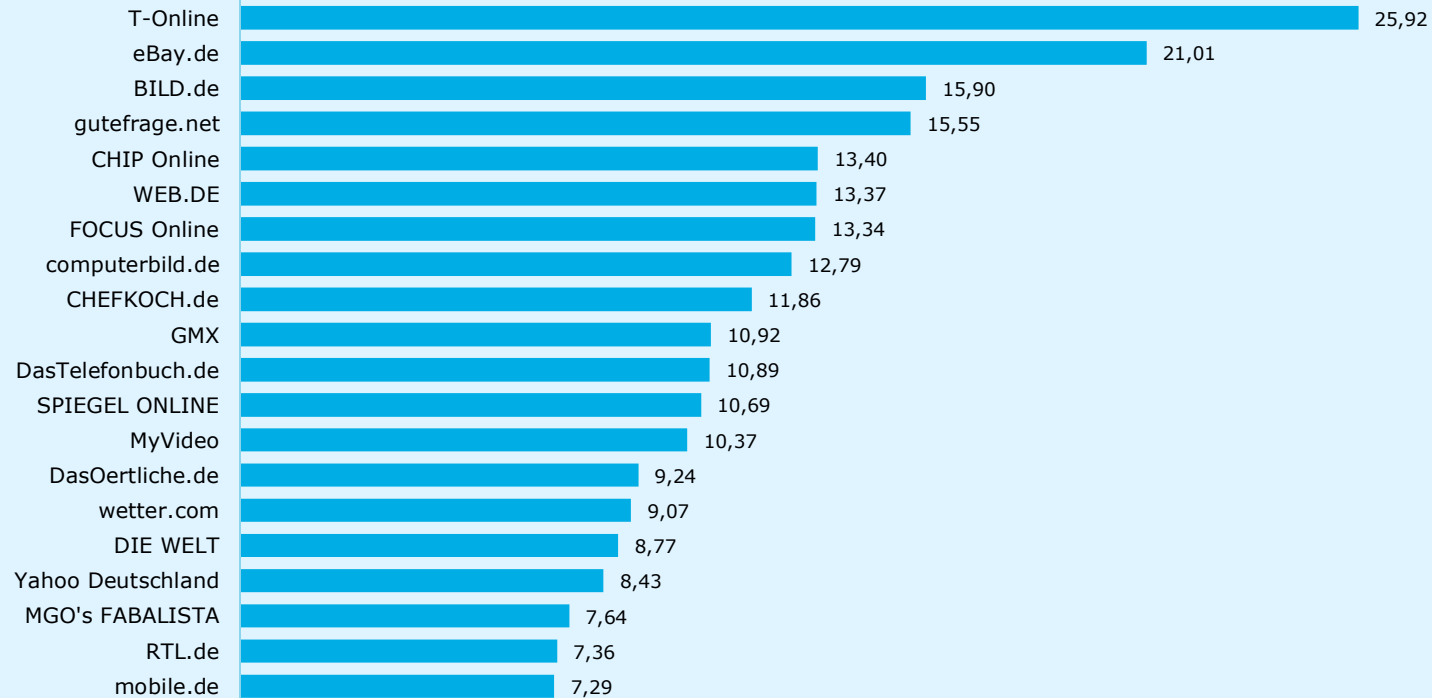
# Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
Ströer Digital	1	42,2	23,42
InteractiveMedia CCSP	2	35,0	19,42
Axel Springer Media Impact	3	33,4	18,53
SevenOne Media	4	31,1	17,23
TOMORROW FOCUS MEDIA	5	27,7	15,39
United Internet Media	6	24,4	13,56
IP Deutschland	7	23,6	13,10
eBay Advertising Group Deutschland	8	22,7	12,57
OMS	9	21,2	11,79
G+J Electronic Media Sales	10	17,5	9,70
Yahoo! Deutschland	11	17,3	9,59
iq digital	12	14,0	7,75
SPIEGEL QC	13	12,5	6,96
netpoint media	14	7,5	4,16
BAUER ADVERTISING	15	6,7	3,70
Microsoft Advertising	16	6,5	3,58
MAIRDUMONT MEDIA	17	6,2	3,41
Urban Media	18	6,1	3,37
Weischer Online	19	5,5	3,06
Unister Media	20	4,7	2,62



# Werbeträger-Ranking: TOP 20 im April 2015



Methode

# Methode: Das 3-Säulen-Modell

