

Frankfurt, 17. März 2016

Pressemitteilung

## **digital facts 2015-12 gibt Einblick in die digitalen Familienverhältnisse**

### **Über 13 Mio. Deutsche über 14 Jahre leben in Mehrpersonen-Haushalten mit Kindern**

Auch wenn Deutschland oft als Land der Alleinstehenden und -lebenden gilt: Insgesamt 13,77 Millionen Deutsche leben in Haushalten mit zwei Personen oder mehr und mit mindestens einem Kind unter 14 Jahren – ledig und alleine im Haushalt wohnen aber immerhin noch 7,41 Millionen.

Das Internet darf dabei bei fast keinem fehlen, 96 Prozent der Deutschen in Mehrpersonen-Haushalten surfen regelmäßig im Netz. Bei den Alleinstehenden sind es im Vergleich nur 82 Prozent, auch wenn diese gerade tendenziell etwas jünger sind, 58,1 Prozent gehören der Altersklasse 20-39 Jahre an. Bei den „Familienmenschen“ ist die größte Gruppe mit 61,7 Prozent im Alter von 30-49 Jahren. Auch bei der Geschlechterverteilung unterscheiden sich beide Zielgruppen: Bei den alleinlebenden Onlinern sind zwei Drittel Männer (66,9%), bei den digitalen Familien haben die Frauen mit 52,4 Prozent die Nase vorne.

Die Digitalität hört zudem nicht beim Internetzugang alleine auf. Digitale Familien besitzen eine Vielzahl an technischen und oft auch mit dem Netz verbundenen Geräten, z.B. Flachbildfernseher (87,6%), Spielkonsolen (55,1%) oder Pay-TV Abos (21,5%). Die Nutzer mobiler Angebote, die in Mehrpersonen-Haushalten mit Kindern leben, sind durchweg sogar noch besser technisch ausgestattet als ihre digitalen Kollegen allgemein. Für den passenden finanziellen Hintergrund für derartige Anschaffungen sorgt ein passendes Haushaltsnetto-Einkommen, 39 Prozent der digitalen Familien verfügen über 3.000 Euro und mehr im Monat. Bei den Singles können – trotz der größeren Anzahl an Bessergebildeten (fast die Hälfte verfügt über Abitur oder einen Hochschulabschluss, bei den Familienmenschen gehören nur 37 Prozent zu dieser Gruppe) – nur 10,7 Prozent auf ein solches Budget zugreifen. Dafür sorgt vielleicht auch der berufliche Hintergrund: In Mehrpersonen-Haushalten mit Online-Nutzung sind 6,2 Prozent sogenannte Entscheider. Dazu zählen laut AGOF Definition selbstständige Unternehmer mit mindestens sechs Beschäftigten, freiberuflich Tätige mit Arbeitgeberfunktion (mindestens ein Beschäftigter), leitende Angestellte mit einem persönlichen Netto-Einkommen von mindestens 3.000 € oder höhere Beamte ab Besoldungsstufe A14. Bei den jüngeren, besser gebildeten Singles zählen dagegen nur 3,7 Prozent zu dieser Zielgruppe.

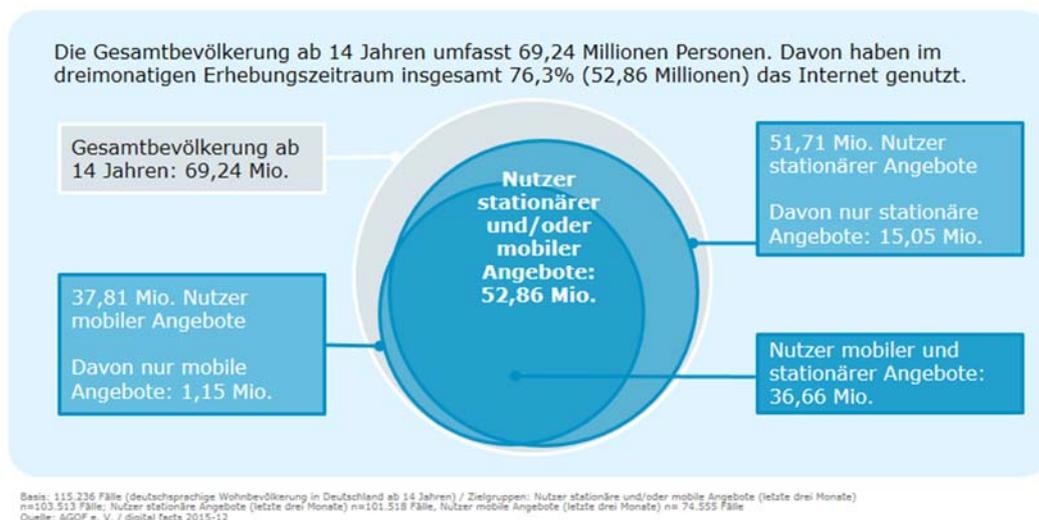
### **Top 10 der digitalen Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern**

Mit einer Reichweite von 31,70 Millionen Unique Usern (60,0%) liegt das digitale Gesamtangebot T-Online

im Dezember 2015 auf Platz eins des Rankings, gefolgt von eBay.de (21,28 Mio. bzw. 40,3%) und gutefrage.net (20,87 Mio. bzw. 39,5%). Die weiteren Plätze belegen der Reihe nach WEB.DE (19,67 Mio. bzw. 37,2%), BILD (18,56 Mio. bzw. 35,1%), FOCUS Online (18,51 Mio. bzw. 35,0%) und CHEFKOCH.de (17,64 Mio., 33,4%). Die Top 10 werden abgeschlossen von CHIP mit 17,26 Millionen Unique Usern (32,7%), SPIEGEL ONLINE mit 17,16 Millionen (32,5%) und GMX (15,94 Mio. bzw. 30,1%).

Bei den Vermarktern führt im Dezember InteractiveMedia mit 38,87 Millionen Unique Usern (73,5%) das Ranking der digitalen Vermarkter an, die Plätze zwei und drei belegen United Internet Media (36,29 Mio. bzw. 68,7%) und Ströer Digital (36,08 Mio. bzw. 68,3%). Media Impact (35,80 Mio. bzw. 67,7%), die ForwardAdGroup (33,75 Mio. bzw. 63,9%) und SevenOne Media (32,79 Mio. bzw. 62,0%) bestreiten das Mittelfeld. Die OMS rangiert auf Platz sieben mit 28,87 Millionen Unique Usern bzw. 54,6 Prozent, G+J eLMS (28,85 Mio. bzw. 54,6%), IP Deutschland (28,06 Mio. bzw. 53,1%) und die eBay Advertising Group Deutschland (24,93 Mio., 47,2%) vervollständigen die Top 10.

### Allgemeine Daten zur digital facts 2015-12



Insgesamt waren in den letzten drei Monaten 76,3 Prozent, d.h. 52,86 Millionen Menschen in Deutschland ab 14 Jahre im Netz. 97,8 Prozent davon haben stationäre Angebote genutzt (das entspricht 51,71 Mio.), 71,5 Prozent haben mobile Websites oder Apps aufgesucht (bzw. 37,81 Mio.). Beides genutzt haben 69,4 Prozent und damit 36,66 Millionen Deutsche ab 14 Jahren.



Eine Auswahl an Rankings, Tabellen und Grafiken zur digital facts 2015-12 inklusive dem Studiensteckbrief findet sich unter <https://www.agof.de/studien/digital-facts/aktuelle-studie/>.

### Über die digital facts

Mit der Markt-Media-Studie digital facts und dem darin ausgewiesenen, etablierten Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF erstmals in Deutschland eine medienübergreifende, einheitliche Reichweitenwährung als Basis für eine hochwertige digitale Mediaplanung geschaffen. Neben den digitalen Gesamtreichweiten und Strukturdaten können in der digital facts auch weiterhin der stationäre und der mobile Bereich separat betrachtet und ausgewertet werden. Die Studie wird gemeinschaftlich von den Sektionen Internet und Mobile in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantworten.

### 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](mailto:katharina.boehm@agof.de)

---

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: [presse@agof.de](mailto:presse@agof.de)

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Björn Kaspring, Jürgen Sandhöfer, Stefan Schumacher

BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING | FORWARDADGROUP | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | INTERACTIVEMEDIA  
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | OMS | QUALITY CHANNEL  
SEVENONE MEDIA | STRÖER DIGITAL | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING