



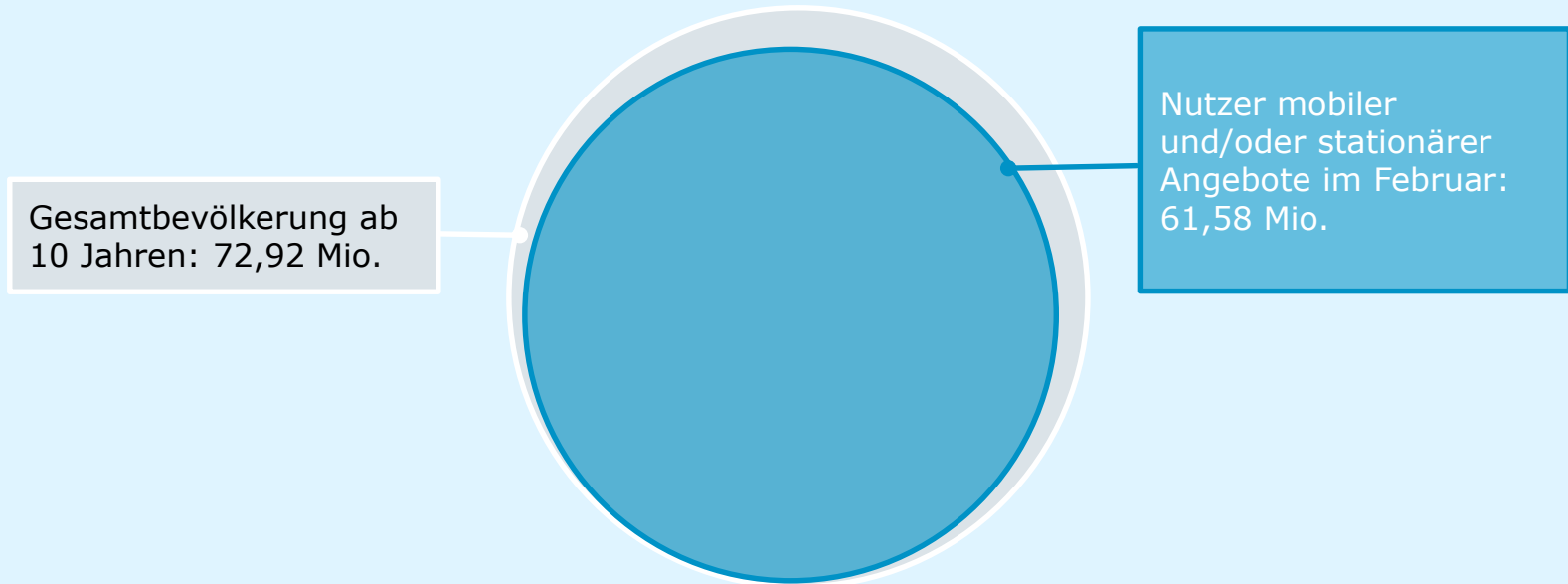
# daily digital facts

AGOF e.V. März 2018



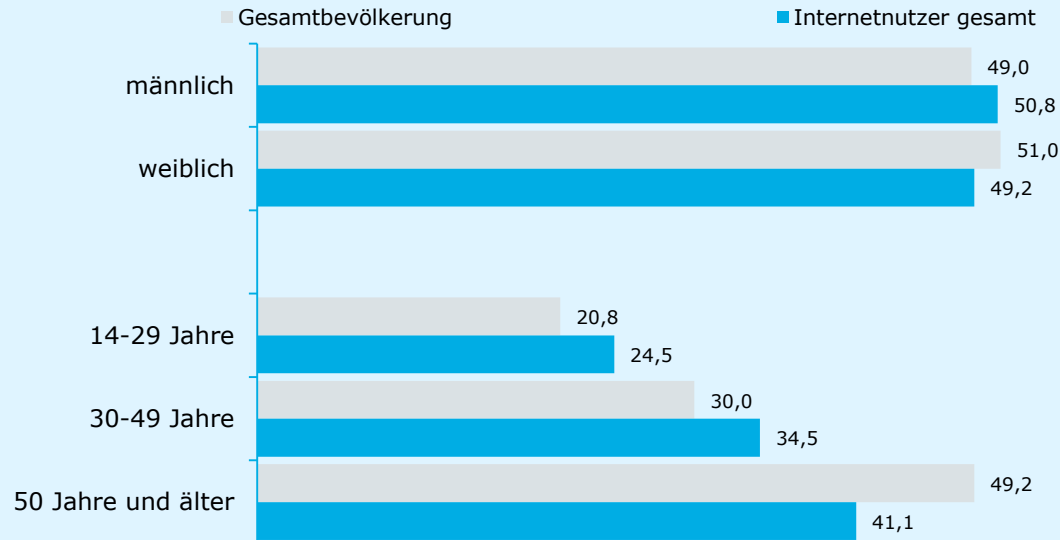
**Basisdaten zur Nutzerschaft**

Die Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren umfasst 72,92 Millionen Personen. Davon haben im Monat Januar insgesamt 84,4% (61,58 Millionen) das Internet genutzt.



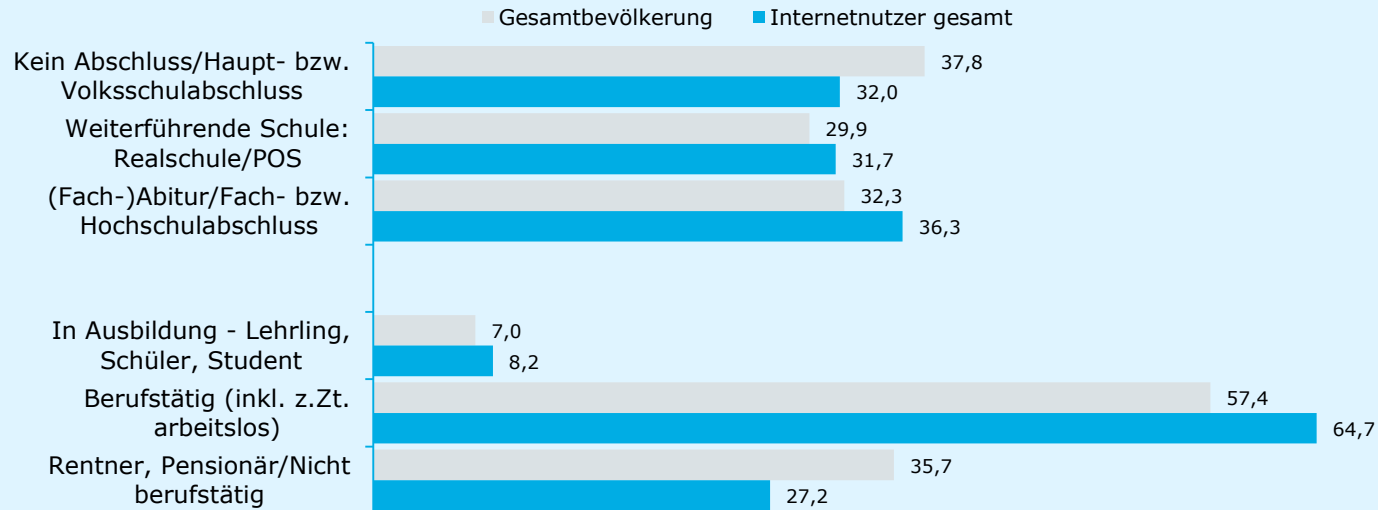
# Soziodemografie: Geschlecht und Alter

50,8% der Internetnutzer sind Männer, damit liegt der Männeranteil nur minimal über dem in der Bevölkerung. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich beim Alter: Die Internetnutzer sind jünger, die Altersgruppen bis 49 Jahre sind unter den Onlinern überdurchschnittlich vertreten.



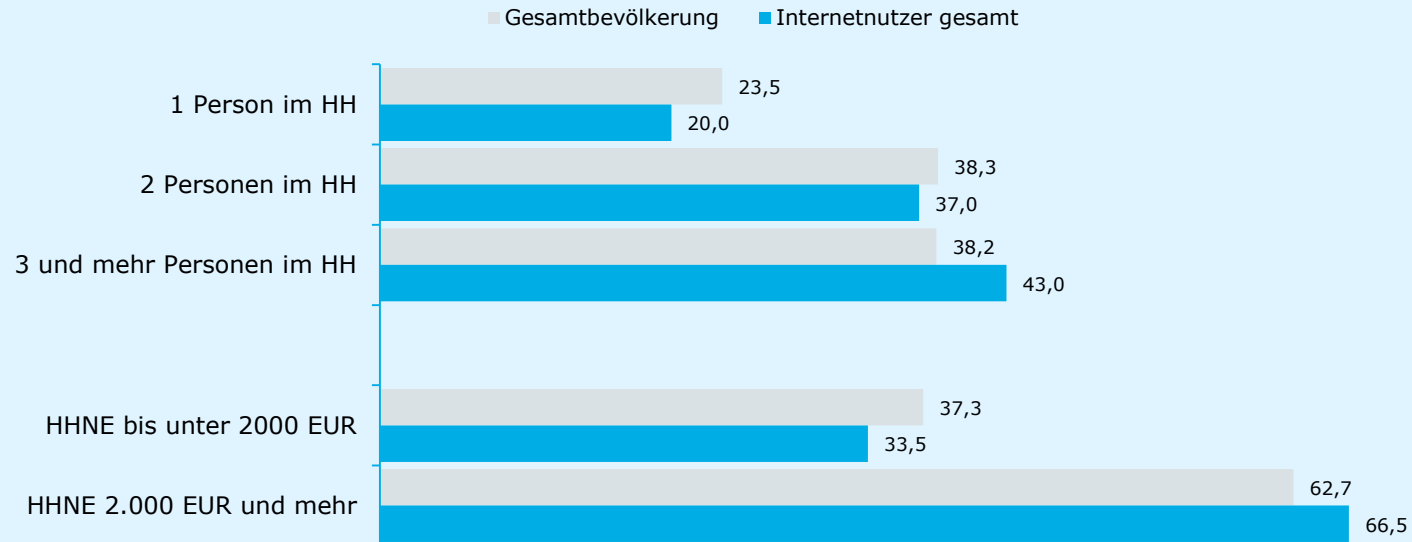
# Soziodemografie: Bildung und Tätigkeit

Mit 64,7% sind fast zwei Drittel der Internetnutzer berufstätig. 36,3% weisen (Fach-)Abitur oder einen (Fach-)Hochschulabschluss auf. Nicht oder nicht mehr berufstätige Personen sind unterdurchschnittlich im Internet anzutreffen.



# Soziodemografie: Personen im Haushalt, Haushalts-Nettoeinkommen

Der Anteil Single-Haushalte ist unter den Onlinern etwas geringer als in der Gesamtbevölkerung, der größte Anteil der Internetnutzer (43,0%) wohnt in Haushalten mit drei oder mehr Personen. 66,5% der Nutzer leben in Haushalten mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von 2.000 EUR oder mehr.



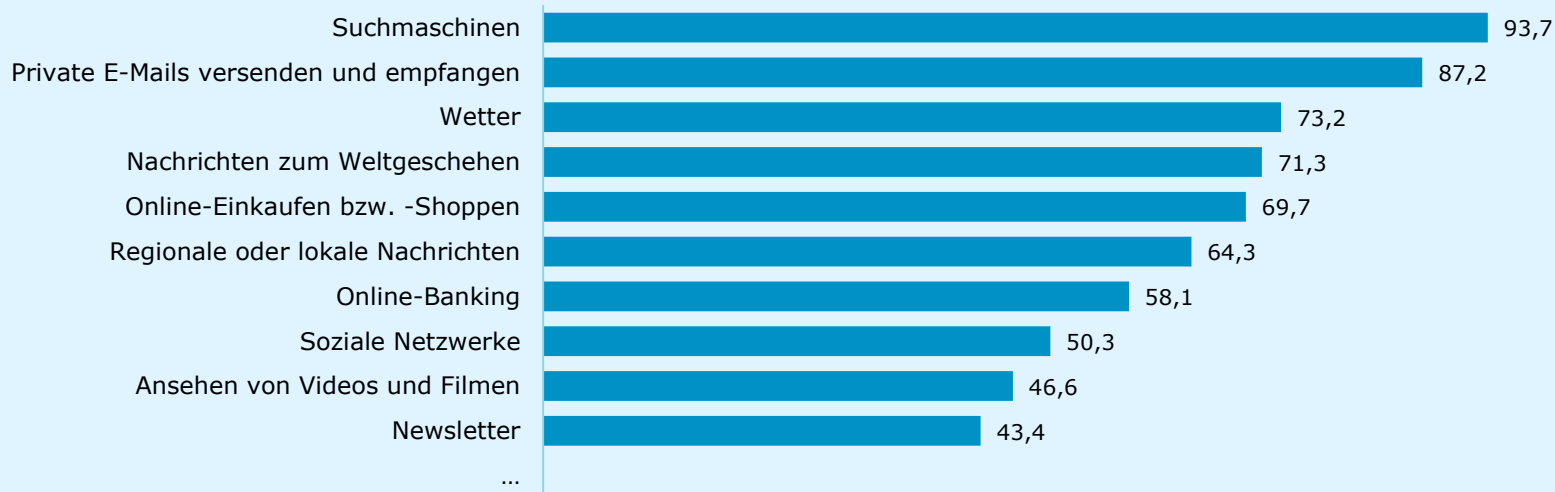


Einstellungen und Verhalten

# Genutzte Themen: Top 10

Mit 93,7% und 87,2% stellen die Nutzung von Suchmaschinen und das Senden und Empfangen von E-Mails die wichtigsten Anwendungen im Netz dar. Mehr als zwei von drei Internetnutzern schauen häufig oder gelegentlich nach dem Wetter, lesen Nachrichten zum Weltgeschehen oder kaufen online ein.

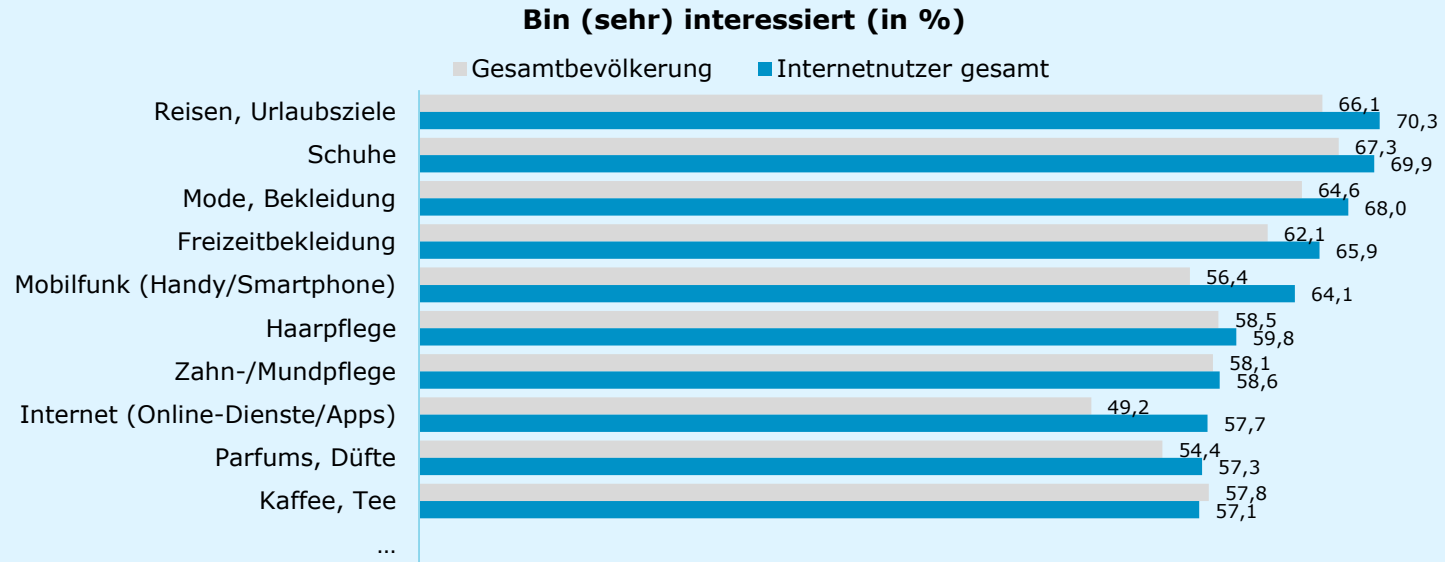
## Nutze ich häufig / gelegentlich (in %)





# Produktinteresse: Top 10

Zwei Drittel der Onliner oder mehr interessieren sich für die Produktbereiche Reisen, Schuhe und Bekleidung. Deutliche Unterschiede zur Gesamtbevölkerung zeigen sich im Interesse für Mobilfunkprodukte (Bevölkerung 56,4% versus Onliner 64,1%) und für Internetangebote (Bevölkerung 49,2% versus Onliner 57,7%).

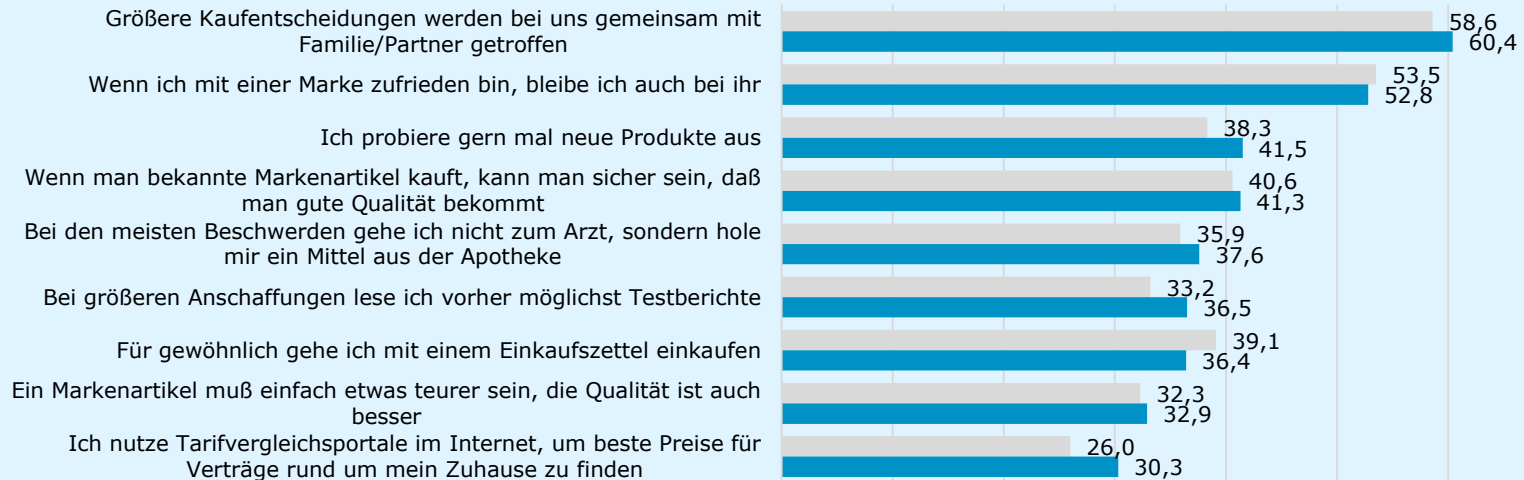


# Statements Einkaufen: TOP 9

Bei 60,4% der Onliner werden größere Kaufentscheidungen gemeinsam getroffen, mit 52,8% sind über die Hälfte einer Marke treu, wenn sie mit ihr zufrieden sind, und 41,5 % probieren gern neue Produkte aus. Die folgende Seite differenziert die Einstellungen und Verhaltensweisen rund ums Einkaufen nach Altersgruppen.

## Trifft voll und ganz zu / trifft zu (in %)

■ Gesamtbevölkerung ■ Internetnutzer gesamt



# Statements Einkaufen nach Altersgruppen



## TOP 3 Statements nach Affinität pro Altersgruppe (trifft (voll und ganz) zu)

Internetnutzer gesamt  
in Millionen

Index (Onliner gesamt = 100)

14 - 29 Jahre

30 - 49 Jahre

50 Jahre und älter

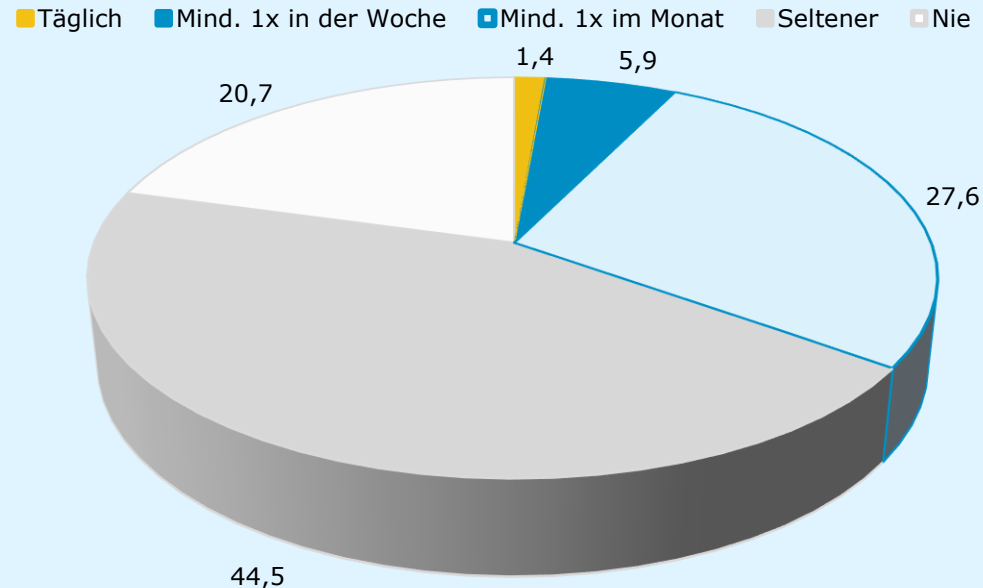


# Bestellhäufigkeit im Internet

Ob Bücher oder Bekleidung, Kosmetik oder Lebensmittel, Reisen oder Möbel – fast alles lässt sich online kaufen, buchen oder bestellen. Aber wie häufig wird dies genutzt?

20,7% der Nutzer kaufen nie im Internet, vier Fünftel haben jedoch innerhalb der letzten 12 Monate online etwas geshoppt. Der größte Teil der User bestellt dabei seltener als einmal im Monat (44,5%), 1,4% kaufen täglich etwas über das Internet und weitere 5,9% bestellen mindestens einmal pro Woche bei Online-Shops.

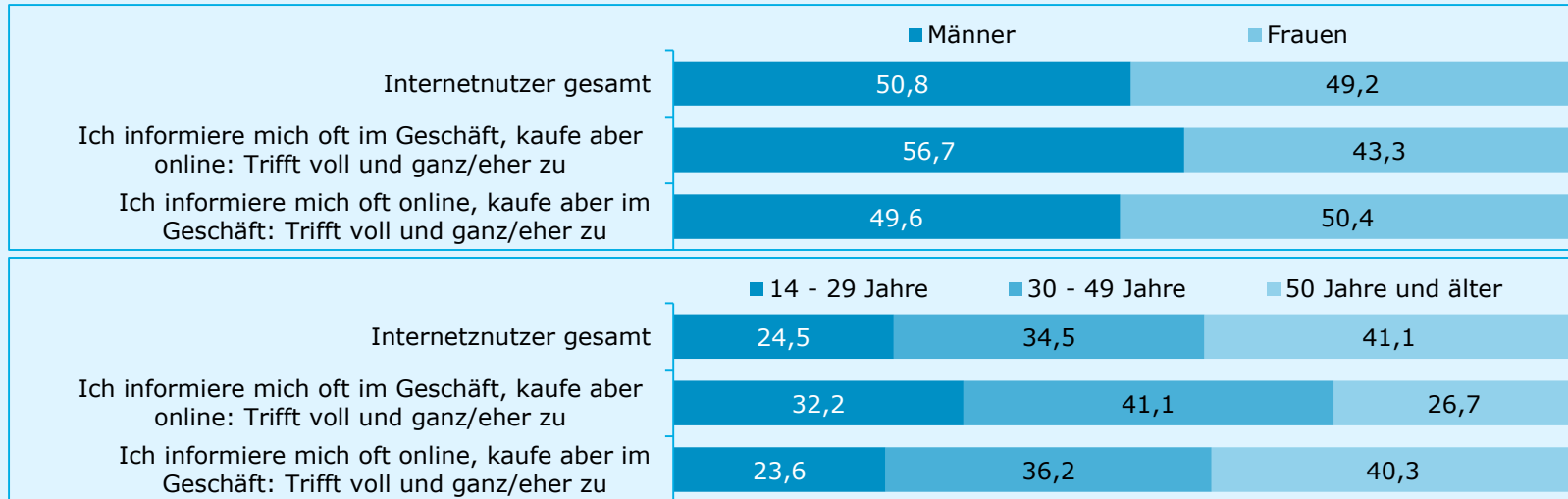
Bestellhäufigkeit im Internet (letzte 12 Monate, in %)



# Customer Journey beinhaltet online- und offline-Touchpoints



Sich im Internet zu informieren und dann im Geschäft zu kaufen oder umgekehrt, sind verbreitete Verhaltensweisen. Verbraucher sind Always-On und wechseln ständig von der digitalen in die reale Welt und zurück. 21,48 Millionen Nutzer informieren sich online, kaufen aber im Geschäft. In ihrer demografischen Struktur ähneln sie der Gesamtheit der Onliner. Unter den 13,83 Millionen Nutzern, die sich im Geschäft informieren, dann aber online kaufen sind Männer und die Altersgruppen bis 49 Jahre überdurchschnittlich vertreten.





Studienmodell, Kontakt

# Methodenmodell der daily digital facts



## Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem

**Tagesaktuelle technische Messung**

Grundgesamtheit:  
Browser/Apps

**OnSite-/InApp-Befragung**

Grundgesamtheit:  
Internetnutzer 10+ J.

**Telefonische Basisbefragung**

Grundgesamtheit:  
Bevölkerung 14+ J.

**Basisbefragung 10-13-Jährige**

Grundgesamtheit:  
Bevölkerung 10-13 J.

Client-Anreicherung  
um Sozio-Daten

Bildung der User  
Erstellung und Betrieb des  
technischen User-Panels

Gewichtung, Anpassung Netto-RW  
Justierung, Fusion Marktdaten

Erstellung finaler Auswertungs-  
Und Planungsdatei



daily **digital**  
facts

Bei Fragen zur daily digital facts  
wenden Sie sich bitte an die AGOF:

Claudia Dubrau  
Geschäftsführerin AGOF e.V.  
Tel: 069 / 264 888 - 311  
Mail: [claudia.dubrau@agof.de](mailto:claudia.dubrau@agof.de)

Katharina Metzger  
Pressesprecherin AGOF  
Tel.: 069 / 264 888 - 318  
Mail: [katharina.metzger@agof.de](mailto:katharina.metzger@agof.de)

[www.agof.de](http://www.agof.de)

Bei Interesse an einer Teilnahme an  
der daily digital facts wenden Sie sich  
bitte an das AGOF Service Center:

AGOF Service Center  
Tel: 0800 / 4102977  
Mail: [servicecenter@agof.de](mailto:servicecenter@agof.de)