
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Auszug

AWA 2013

Allensbacher
Marktanalyse
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

Download www.awa-online.de

	Gesamt 100 % = 70,33 Mio %		Mio
Informationsinteresse: Computernutzung, Anwendung von Computern (s.S. 127)			
Interessiert mich ganz besonders	28,7		20,18
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	39,4		27,73
Interessiert mich kaum, gar nicht	31,9		22,42
Interessiert insgesamt	68,1		47,91
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	18,8		13,25
Entscheider: Computer, Computerzubehör (s.S. 121)			
Entscheide ich allein	33,6		23,62
Entscheide hauptsächlich ich, aber andere sind beteiligt	22,9		16,13
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden hauptsächlich andere	23,3		16,41
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	20,1		14,16
Entscheider insgesamt (s.S. 217)	56,5		39,75
Entscheider mit Fachkompetenz (s.S. 217)	13,5		9,50
Entscheider ohne Fachkompetenz (s.S. 217)	43,0		30,25
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 119)			
Technische Geräte, wie Computer, Handy, Flachbildfernseher	31,0		21,83
Berufliche Fachgebiete (s.S. 186)			
Computer, EDV, Informationstechnologie	6,4		4,49
Top Profis nach Berufsfeldern (s.S. 227)			
Top Profi Computer, EDV, Informationstechnologie	1,2		0,82
Besitz Desktop-Computer, Notebook (s.S. 149)			
Ein Computer (Desktop-PC oder Notebook) im Haushalt	43,8		30,79
Mehrere Computer (Desktop-PC oder Notebook) im Haushalt	36,4		25,60
Kein Computer (Desktop-PC oder Notebook) im Haushalt	19,8		13,93
Desktop-PC oder Notebook im Haushalt	80,2		56,39
(Mindestens einer der) Computer im Haushalt ist ein Notebook	56,3		39,62
Kaufplan Desktop-Computer oder Notebook in den nächsten 2 Jahren (s.S. 152)			
Persönlicher Kaufplan Desktop-PC oder Notebook	11,5		8,07
Jemand anderer im Haushalt plant Kauf eines Desktop-PC oder Notebook	7,2		5,05
Kein Kaufplan Desktop-PC oder Notebook	55,9		39,31

		Gesamt 100 % = 70,33 Mio %	
			Mio
Tablet-PC Besitz, Kaufplan (s.S. 145, 146)			
Tablet-PC	Besitz	9,8	6,91
	Kaufplan	11,7	8,19
Tablet-PC: Verwendung (s.S. 181)			
Ich lese zumindest gelegentlich Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften, die ich über Apps auf einem Smartphone oder einem Tablet-PC wie dem iPad heruntergeladen habe		4,3	3,03
Ich lese zumindest gelegentlich Bücher auf elektronischen Geräten, wie E-Readern, Tablet-PCs oder Smartphones		3,3	2,35
PC-Nutzung (s.S. 150)			
PC-Nutzer		76,8	54,01
Keine PC-Nutzer		23,2	16,31
Regelmäßige PC-Nutzer		62,3	43,81
Gelegentliche PC-Nutzer		14,5	10,21
PC-Nutzer zu Hause		74,5	52,41
PC-Nutzer am Arbeitsplatz, an der Uni, Schule		46,7	32,87
Regelmäßige PC-Nutzer zu Hause		54,3	38,16
Gelegentliche PC-Nutzer zu Hause		20,3	14,26
Regelmäßige PC-Nutzer am Arbeitsplatz, an der Uni, Schule		36,4	25,63
Gelegentliche PC-Nutzer am Arbeitsplatz, an der Uni, Schule		10,3	7,24
Alter des Computers im Haushalt (s.S. 149)			
Höchstens 1 bis 2 Jahre		35,0	24,65
Etwa 3 bis 5 Jahre		31,8	22,36
Älter als 5 Jahre		10,6	7,47
Freizeitbeschäftigung: Computerspiele (s.S. 166)			
Das mache ich häufig		13,1	9,18
Das mache ich ab und zu		29,0	20,38
Das mache ich nie		58,0	40,76

		Gesamt 100 % = 70,33 Mio %	
			Mio
Informationsinteresse: Internet, Online-Angebote (s.S. 128)			
	Interessiert mich ganz besonders	24,5	17,23
	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	37,1	26,09
	Interessiert mich kaum, gar nicht	38,4	27,00
	Interessiert insgesamt	61,6	43,33
	Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	14,1	9,89
Nutzung des Internet (s.S. 150)			
	Internetnutzer	73,4	51,60
	Internet-Potential	3,3	2,31
Nutzungshäufigkeit Internet (s.S. 150, 151)			
	Mehrmals täglich	33,3	23,39
	Einmal am Tag	17,1	12,03
	Mehrmals in der Woche	16,8	11,84
	Einmal in der Woche	3,7	2,62
	Seltener als einmal in der Woche	2,4	1,71
	Keine Internetnutzer	26,6	18,72
Letzte Nutzung Internet (s.S. 151)			
	Gestern	54,1	38,06
	Innerhalb der letzten 7 Tage	16,5	11,64
	8 - 14 Tage her	1,6	1,11
	3 - 4 Wochen her	0,6	0,41
	Länger her	0,5	0,38
DSL - Besitz und Kaufplan (s.S. 145, 146)			
	DSL-Anschluss	55,8	39,22
	Besitz	2,1	1,45
	Kaufplan		
Endgeräte der Internetnutzung (s.S. 151)			
	Desktop-PC, Schreibtisch-PC	46,8	32,95
	Notebook, Laptop	47,3	33,26
	Handy oder Smartphone	20,5	14,40
	Tablet-PC	5,7	4,00
	Internetfähiger MP3-Player, z.B. iPod touch	1,6	1,11
	E-Reader	0,7	0,51
	Internetnutzung mit Handheld-Gerät(en)	23,3	16,39
Zweck der Internetnutzung (s.S. 150)			
	E-Mails schreiben oder empfangen	66,3	46,60
	Herunterladen von Software, Updates	34,7	24,43
	Online-Banking, Bankgeschäfte am Computer erledigen	33,7	23,71
	Videos im Internet anschauen, z.B. bei YouTube, MyVideo usw.	38,9	27,34
	Informationen über Marken und Produkte, ihre Eigenschaften und Preise	43,2	30,38
	Nachrichten zu Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur etc., aktuelle Informationen zum Zeitgeschehen	32,7	22,97
	Internet-Recherche, z.B. über Suchmaschinen	56,4	39,65
	Telefonieren über das Internet	13,9	9,78
	Chatten, Chat-Rooms	19,2	13,53
	Kontakte knüpfen, neue Leute kennenlernen	13,8	9,67
	Teilnahme an Computerspielen, die über das Internet gespielt werden, z.B. Poker, World of Warcraft usw.	8,7	6,10
	Herunterladen von Musik	16,1	11,33
	Soziale Netzwerke nutzen, z.B. Facebook, XING	29,6	20,80
	Beiträge, Kommentare in Blogs, Foren, sozialen Netzwerken verfassen	7,8	5,48
	Beiträge, Kommentare in Blogs, Foren, sozialen Netzwerken lesen	15,3	10,75

	Gesamt 100 % = 70,33 Mio	
	%	Mio
Internet als Medium der Kommunikation und zur Produktrecherche (s.S. 186)		
Es gibt Personen, mit denen ich täglich oder sogar mehrmals am Tag über Handy oder im Internet in Kontakt bin	33,8	23,76
Ich halte meine Freunde ständig auf dem Laufenden, was ich gerade tue, wie es mir geht, z.B. per SMS oder Nachrichten in sozialen Netzwerken wie Facebook	9,1	6,39
Ich habe im Internet schon häufiger Produkte oder Dienstleistungen bewertet	10,4	7,30
Ich orientiere mich beim Kauf von neuen Produkten an Bewertungen anderer Internetnutzer	18,7	13,14
Ich tausche mich mit anderen häufiger im Internet über Produkte aus, z.B. in sozialen Netzwerken	7,2	5,03
Ich informiere mich im Internet häufiger gezielt über Unternehmen	14,2	9,97
Internet als Informationsquelle (s.S. 181, 186, 187)		
Genutzte Informationsquellen: Ich suche im Internet	62,8	44,15
Ich finde im Internet eigentlich immer das, was ich suche	38,5	27,10
Ich empfehle Freunden und Bekannten häufiger Zeitungsartikel im Internet, z.B. per Mail	4,5	3,14
Ich informiere mich häufig von unterwegs aus im Internet, z.B. über ein Handy, Smartphone oder Notebook	17,5	12,29
E-Commerce, Inanspruchnahme von kostenpflichtigen Dienstleistungen (s.S. 151, 184)		
Online-Käufer	55,6	39,11
Ich kaufe gerne im Internet ein	25,3	17,81
Häufigkeit von Online-Käufen (s.S. 151)		
Einmal pro Woche oder häufiger	1,7	1,18
Mehrmals im Monat	8,3	5,86
Einmal im Monat	9,6	6,72
Mehrmals im Jahr	30,2	21,23
Einmal im Jahr	3,1	2,17
Seltener als einmal im Jahr	2,8	1,95
Keine Online-Käufer	44,4	31,22
Musikdateien aus dem Internet: Kauf in den letzten 3 Monaten (s.S. 149)		
Musikdownload gegen Bezahlung	9,4	6,61
Kauf bzw. kostenpflichtiger Download von Hörbüchern und E-Book(s) in den letzten 12 Monaten (s.S. 180)		
Hörbuchkauf in den letzten 12 Monaten	7,4	5,17
Ein Hörbuch gekauft	3,3	2,35
Mehrere Hörbücher gekauft	4,0	2,82
E-Book(s)-Käufer in den letzten 12 Monaten	6,0	4,22

	Gesamt 100 % = 70,33 Mio	
	%	Mio
Telekommunikation, wie Handy, Smartphone (s.S. 128)		
Interessiert mich ganz besonders	22,8	16,05
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	43,8	30,83
Interessiert mich kaum, gar nicht	33,3	23,45
Interessiert insgesamt	66,7	46,88
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	13,1	9,18
Entscheider: Telekommunikationsgeräte, wie Handy, Smartphone (s.S. 121)		
Entscheide ich allein	43,7	30,73
Entscheide hauptsächlich ich, aber andere sind beteiligt	28,2	19,82
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden hauptsächlich andere	18,1	12,70
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	10,1	7,08
Entscheider insgesamt (s.S. 217)	71,9	50,55
Entscheider mit Fachkompetenz (s.S. 217)	9,1	6,42
Entscheider ohne Fachkompetenz (s.S. 217)	62,7	44,12
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 119)		
Technische Geräte, wie Computer, Handy, Flachbildfernseher	31,0	21,83
Telekommunikation im Haushalt (s.S. 194)		
Telefon-Festnetzanschluss im Haushalt	90,7	63,76
Kein Telefon-Festnetzanschluss im Haushalt	9,3	6,57
Besitz bzw. Kaufplan in 1-2 Jahren (s.S. 145, 146)		
DSL-Anschluss	55,8	39,22
Besitz	2,1	1,45
Kaufplan		
Handy/Smartphone – Besitz bzw. Kaufplan in den nächsten 2 Jahren (s.S. 182)		
Handy zur Verfügung	63,6	44,75
Smartphone zur Verfügung	25,6	17,99
Kaufplan Handy	9,5	6,65
Kaufplan Smartphone	18,2	12,79
Kommunikations-, Informationstypen - Einstellungen, Eigenschaften (s.S. 181, 186)		
Ich finde es wichtig, immer erreichbar zu sein	34,7	24,39
Es gibt Personen, mit denen ich täglich oder sogar mehrmals am Tag über Handy oder im Internet in Kontakt bin	33,8	23,76
Ich halte meine Freunde ständig auf dem Laufenden, was ich gerade tue, wie es mir geht, z.B. per SMS oder Nachrichten in sozialen Netzwerken wie Facebook	9,1	6,39
Ich informiere mich häufig von unterwegs aus im Internet, z.B. über ein Handy, Smartphone oder Notebook	17,5	12,29
Zweck der Internetnutzung (s.S. 150)		
Telefonieren über das Internet	13,9	9,78
Internetzugang via Handy/Smartphone (s.S. 151, 182)		
Gehe via Handy/Smartphone ins Internet	20,5	14,40
Habe vor, mit meinem (neuen) Handy/Smartphone ins Internet zu gehen	16,2	11,37
Keine Internetnutzung via neuem Handy/Smartphone geplant	7,0	4,92
Weiß noch nicht, ob ich mit meinem (neuen) Handy/Smartphone ins Internet gehen will	4,1	2,89