
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Auszug

AWA 2023

Allensbacher
Marktanalyse
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

Download www.awa-online.de

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
Informationsinteresse: Computernutzung, Anwendung von Computern (s.S. 137)		
Interessiert mich ganz besonders	22,9	16,07
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	41,7	29,21
Interessiert mich kaum, gar nicht	35,4	24,80
Interessiert insgesamt	64,6	45,28
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	19,0	13,34
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	24,8	17,37
Entscheider: Computer, Computerzubehör (s.S. 133)		
Entscheide ich allein	38,3	26,82
Entscheide eher ich, aber andere sind beteiligt	23,8	16,70
Entscheider insgesamt	62,1	43,53
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden eher andere	22,9	16,06
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	15,0	10,50
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 131)		
Technische Geräte wie Computer, Fernseher	25,5	17,85
Berufliche Fachgebiete (s.S. 199)		
Computer, EDV, Informationstechnologie	5,5	3,88
Top Profis nach Berufsfeldern (s.S. 225)		
Top Profi Computer, EDV, Informationstechnologie	1,5	1,05
Computernutzung (Desktop, Laptop, Tablet) (s.S. 157)		
Computernutzer (Desktop, Laptop, Tablet)	84,2	59,02
Keine Nutzung eines Computers (Desktop, Laptop, Tablet)	15,8	11,06
Häufigkeit der Computernutzung (Desktop, Laptop, Tablet) (s.S. 157)		
Ständig, fast die ganze Zeit	16,3	11,45
Mehrmals täglich	37,2	26,08
Einmal am Tag	10,0	6,97
Mehrmals in der Woche	13,2	9,26
Einmal in der Woche	2,1	1,51
Seltener	5,3	3,75
Keine Nutzung eines Computers (Desktop, Laptop, Tablet)	15,8	11,06

		Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
			Mio
Genutzte Computer (s.S. 157)			
Nutzer eines Desktop-PCs		40,3	28,25
Nutzer eines Laptops, Notebooks		58,3	40,85
Nutzer eines Tablet-PCs		30,0	21,02
Kaufplan Computer, Computerzubehör in den nächsten 1-2 Jahren (s.S. 159, 160)			
Kaufplan Desktop-PC		2,3	1,64
Kaufplan Laptop, Notebook		9,7	6,82
Kaufplan Tablet-PC		7,3	5,10
Kaufplan Computerzubehör		14,0	9,81
Virtual-Reality-Brille: Besitz bzw. Kaufplan in den nächsten 1-2 Jahren (s.S. 154, 155)			
Virtual-Reality-Brille	Besitz	3,3	2,30
	Kaufplan	2,3	1,60
Freizeitbeschäftigung: Computerspiele (s.S. 177)			
Das mache ich häufig		13,0	9,09
Das mache ich ab und zu		28,2	19,77
Das mache ich nie		58,8	41,22
E-Sports (s.S. 161)			
Bekannt		69,0	48,38
Nicht bekannt		31,0	21,70
Interessiert mich ganz besonders		2,9	2,04
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr		6,2	4,32
Interessiert mich kaum, gar nicht		60,0	42,02
Interessiert insgesamt		9,1	6,36

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
Informationsinteresse: Telekommunikation wie Handy, Smartphone (s.S. 138)		
Interessiert mich ganz besonders	27,0	18,93
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	47,0	32,93
Interessiert mich kaum, gar nicht	26,0	18,22
Interessiert insgesamt	74,0	51,86
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	18,7	13,10
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	24,6	17,24
Entscheider: Handy, Smartphone, Telefon (s.S. 133)		
Entscheide ich allein	53,7	37,62
Entscheide eher ich, aber andere sind beteiligt	26,7	18,69
Entscheider insgesamt	80,3	56,31
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden eher andere	15,2	10,67
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	4,4	3,10
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 131)		
Handy bzw. Smartphone	30,1	21,09
Telefon-Festnetzanschluss (s.S. 208)		
Telefon-Festnetzanschluss im Haushalt	76,4	53,56
Kein Telefon-Festnetzanschluss im Haushalt	23,2	16,29
Handy/Smartphone: Besitz bzw. Kaufplan in den nächsten 2 Jahren (s.S. 195)		
Besitz Handy, Smartphone	93,7	65,64
Kaufplan Handy, Smartphone	26,0	18,22
Mobiltelefonarif (s.S. 195)		
Mobiltelefon mit Festvertrag	71,3	49,99
Mobiltelefon mit Prepaid-Karte	22,6	15,82
Festvertrag bei anderem Mobilfunkanbieter geplant	5,2	3,66
Tarifwechsel bei bisherigem Mobilfunkanbieter geplant	5,4	3,79

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
<p>Entscheidungskriterium Übertragungsgeschwindigkeit bei der Auswahl des Mobilfunkvertrags (s.S. 195)</p> <p>Übertragungsgeschwindigkeit ist sehr wichtig Übertragungsgeschwindigkeit ist wichtig Übertragungsgeschwindigkeit weniger wichtig Übertragungsgeschwindigkeit ist gar nicht wichtig</p>	33,4 32,5 15,3 9,8	23,38 22,75 10,70 6,83
<p>Kommunikations-, Informationstypen - Einstellungen, Eigenschaften (s.S. 194, 197, 199)</p> <p>Ich finde es wichtig, immer erreichbar zu sein Das Handy/Smartphone ist mittlerweile meine wichtigste Informationsquelle bzw. mein wichtigstes Informationsmedium Ich informiere mich häufig von unterwegs aus im Internet, z.B. über ein Handy, Smartphone oder Notebook Mir ist es wichtig, dass ich über mein Auto vernetzt bin, also z.B. mein Smartphone mit dem Auto verbinden kann oder auch über das Auto ins Internet gehen kann</p>	38,9 44,4 51,3 14,7	27,23 31,11 35,94 10,30
<p>Felder der Internetnutzung (s.S. 158)</p> <p>Telefonieren über das Internet, z.B. über WhatsApp oder Skype</p>	54,5	38,20
<p>Internetzugang via Handy/Smartphone (s.S. 159)</p> <p>Gehe via Handy/Smartphone ins Internet</p>	77,8	54,49

		Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
			Mio
Informationsinteresse: Internet, Onlineangebote (s.S. 138)			
Interessiert mich ganz besonders		26,0	18,21
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr		44,0	30,80
Interessiert mich kaum, gar nicht		30,1	21,07
Interessiert insgesamt		69,9	49,01
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte		16,2	11,38
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet		37,9	26,56
Nutzung des Internet (s.S. 157)			
Internetnutzer		87,2	61,11
Keine Internetnutzer		12,8	8,97
Nutzungshäufigkeit Internet (s.S. 157, 159)			
Ständig, fast die ganze Zeit		18,7	13,12
Mehrmals täglich		48,1	33,73
Einmal am Tag		7,9	5,52
Mehrmals in der Woche		9,7	6,79
Einmal in der Woche		1,3	0,92
Seltener als einmal in der Woche		1,5	1,04
Keine Internetnutzer		12,8	8,97
Endgeräte der Internetnutzung (s.S. 159)			
Desktop-PC, Schreibtisch-PC		38,3	26,83
Notebook, Laptop		58,1	40,72
Handy oder Smartphone		77,8	54,49
Tablet-PC		30,5	21,40
Fernseher (Smart-TV)		23,4	16,38
Internetverbindung im Auto (s.S. 152, 153, 197)			
Fest eingebaute Internetverbindung	Jetziger Pkw	6,4	4,46
	Wunsch neuer Pkw	14,0	9,80
Mir ist es wichtig, dass ich über mein Auto vernetzt bin, also z.B. mein Smartphone mit dem Auto verbinden kann oder auch über das Auto ins Internet gehen kann		14,7	10,30
Felder der Internetnutzung (s.S. 158)			
Onlinebanking, Bankgeschäfte am Computer erledigen		54,9	38,46
Informationen über Marken und Produkte, ihre Eigenschaften und Preise		53,2	37,30
Wetterbericht, Reisewetter, Schneeberichte		56,2	39,38
Telefonieren über das Internet, z.B. über WhatsApp oder Skype		54,5	38,20
Textnachrichten, Bilder oder Videos über Messengerdienste verschicken, z.B. über WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram, Snapchat		63,5	44,47
Stellenanzeigen, Stellenmarkt		13,4	9,39
Kontakte knüpfen, neue Leute kennenlernen		17,0	11,94
Land- und Straßenkarten, Routenplaner, z.B. Google Maps		50,1	35,11
Musik hören bzw. herunterladen (kein Radio)		39,1	27,40
Soziale Netzwerke nutzen, z.B. Facebook, XING		42,7	29,93
Beiträge, Kommentare in Blogs, Foren oder unter Artikeln lesen oder verfassen		20,1	14,07
Twitter nutzen		12,2	8,57
Nachschlagewerke, z.B. Wikipedia oder Duden		51,7	36,22
Internetseiten von Zeitungen oder Zeitschriften		23,7	16,61
Podcasts anhören		21,9	15,34

Online-Mediatheken von Fernsehsendern (s.S. 183)

Das schaue ich -

Täglich

Mehrmals pro Woche

Mehrmals im Monat

Seltener

Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)

Nie

Das habe ich zuletzt gesehen -

Gestern

Streaming-Dienste, Video-on-Demand (s.S. 184)

Das schaue ich -

Täglich

Mehrmals pro Woche

Mehrmals im Monat

Seltener

Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)

Nie

Das habe ich zuletzt gesehen -

Gestern

YouTube, andere Online-Video-Portale (s.S. 184)

Das schaue ich -

Täglich

Mehrmals pro Woche

Mehrmals im Monat

Seltener

Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)

Nie

Das habe ich zuletzt gesehen -

Gestern

Online-Video-Clips (ohne Videoportale) (s.S. 184)

Das schaue ich -

Täglich

Mehrmals pro Woche

Mehrmals im Monat

Seltener

Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)

Nie

Das habe ich zuletzt gesehen -

Gestern

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio %	
	%	Mio
Das schaue ich -		
Täglich	1,9	1,34
Mehrmals pro Woche	10,0	7,00
Mehrmals im Monat	18,0	12,59
Seltener	22,0	15,45
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	51,9	36,38
Nie	48,1	33,70
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	10,4	7,28
Das schaue ich -		
Täglich	10,1	7,07
Mehrmals pro Woche	16,8	11,78
Mehrmals im Monat	12,9	9,06
Seltener	9,1	6,37
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	48,9	34,29
Nie	51,1	35,79
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	24,0	16,85
Das schaue ich -		
Täglich	11,3	7,91
Mehrmals pro Woche	17,6	12,30
Mehrmals im Monat	17,4	12,18
Seltener	16,4	11,51
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	62,6	43,90
Nie	37,4	26,18
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	27,1	19,02
Das schaue ich -		
Täglich	4,2	2,96
Mehrmals pro Woche	8,5	5,97
Mehrmals im Monat	12,7	8,91
Seltener	19,0	13,31
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	44,5	31,16
Nie	55,5	38,92
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	9,9	6,96

Themeninteresse und Informationssuche im Internet (s.S. 137-145)

	Gesamt	
	100 % = 70,08 Mio %	Mio
Politik	21,3	14,94
Wirtschaftsthemen, Wirtschaftsfragen	10,0	7,02
Wissenschaft und Forschung	13,1	9,20
Natur- und Umweltschutz	13,0	9,10
Lokale Ereignisse, Geschehen am Ort	21,6	15,14
Geschichte, Historisches	13,4	9,39
Kunst- und Kulturszene	9,5	6,67
Kinofilme	16,2	11,35
Hochklassige Film- und Serienproduktionen	14,1	9,85
Bücher	14,8	10,41
Musik	25,8	18,06
Umgang mit Menschen, Menschenkenntnis, Psychologie	10,1	7,05
Beziehungsfragen, Partnerschaft	5,6	3,94
Fragen rund um das Thema Kinder, Kindererziehung	7,6	5,35
Tiere, Haustiere	10,3	7,23
Geld-, Kapitalanlagen	13,0	9,13
Aktien, Investmentfonds	8,7	6,07
Private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft	8,1	5,67
Versicherungen, finanzielle Absicherung gegen Unglücksfälle	9,2	6,44
Steuerrecht, Steuerpolitik	7,1	5,01
Ergebnisse über Warentests, Untersuchungen über Preis und Qualität von Waren	21,1	14,78
Medizinische Fragen	24,9	17,43
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,6	13,76
Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung	5,1	3,58
Kochen, Kochrezepte	29,2	20,44
Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte	6,0	4,23
Urlaub und Reisen	40,5	28,41
Autos, Autotests	12,4	8,66
Motorräder	3,2	2,27
Oldtimer-Autos	3,2	2,24
Oldtimer-Motorräder	1,6	1,14
Modernes Design	4,0	2,79
Moderne Architektur	2,9	2,06
Gartenpflege, Gartengestaltung	12,0	8,44
Wohnen und Einrichten	15,8	11,10
Bauen, Modernisieren, Renovieren	10,0	7,02
Heimwerken, Do-it-yourself-Arbeiten	14,7	10,28
Sport	20,0	14,03
Computernutzung, Anwendung von Computern	24,8	17,37
Internet, Onlineangebote	37,9	26,56
Telekommunikation	24,6	17,24
Geräte der Unterhaltungselektronik, z.B. Fernseher, Musikanlage	13,1	9,20
Fotografieren	5,9	4,16
Mode, Modetrends	14,2	9,98
Parfum, Eau de Toilette und andere Düfte für Männer und Frauen	5,8	4,04
Hautpflege, Körperpflege	8,4	5,92
Kosmetik, Make-up	8,7	6,13
Haarpflege, Frisuren	9,0	6,28
Neuigkeiten über Stars und Prominente	10,7	7,53
Berufliche Weiterbildung	14,3	10,00

	Gesamt 100 % = 70,08 Mio % Mio	
Internet als Medium der Kommunikation und zur Produktrecherche (s.S. 194, 199)		
Ich schicke lieber eine SMS oder WhatsApp-Nachrichten als zu telefonieren	37,4	26,19
Ich empfehle Freunden und Bekannten häufiger Zeitungsartikel im Internet, z.B. per Mail	7,1	4,94
Ich informiere mich häufig von unterwegs aus im Internet, z.B. über ein Handy, Smartphone oder Notebook	51,3	35,94
Ich habe im Internet schon häufiger Produkte oder Dienstleistungen bewertet	15,5	10,89
Ich orientiere mich beim Kauf von neuen Produkten auch an Bewertungen anderer Internetnutzer	31,7	22,20
Ich tausche mich mit anderen häufiger im Internet über Produkte aus, z.B. in sozialen Netzwerken	11,4	7,97
Ich informiere mich im Internet häufiger gezielt über Unternehmen	18,1	12,66
Influencer und Follower (soziale Netzwerke) (s.S. 158)		
Es gibt Personen, deren Beiträge ich regelmäßig verfolge	29,4	20,64
Nicht der Fall	54,1	37,94
Unentschieden, keine Angabe	3,6	2,54
Follower zum Thema Musik	12,9	9,07
Follower zum Thema Sport	11,1	7,76
Follower zum Thema Mode	8,4	5,87
Follower zum Thema Ernährung	7,4	5,21
Follower zum Thema Beauty/Styling	7,6	5,36
Follower zum Thema Unterhaltung/Comedy	9,6	6,69
Follower zum Thema Finanzen	2,6	1,84
Follower zum Thema Autos, Autotuning	3,5	2,43
Follower zum Thema Politik	6,0	4,20
Follower zum Thema Familie, Erziehung, Beziehung	5,1	3,56
Follower zum Thema Urlaub, Reisen	9,3	6,49
Follower zum Thema Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz	4,5	3,17
Internet als Informationsquelle (s.S. 194, 199, 200)		
Genutzte Informationsquellen: Ich suche im Internet	77,6	54,36
Ich finde im Internet eigentlich immer das, was ich suche	50,8	35,58
Ich informiere mich in sozialen Netzwerken über das aktuelle Geschehen	28,6	20,07
Ich bin generell nicht bereit, für Informationen im Internet zu bezahlen	43,9	30,78
Werbung im Internet nehme ich kaum wahr	28,1	19,71
Soziale Netzwerke sind für meine Information und Meinungsbildung sehr wichtig	18,1	12,67
Tagesaktuelle Nachrichten (s.S. 128)		
Habe mich gestern im Internet über das aktuelle Geschehen informiert	39,4	27,60
E-Commerce, Inanspruchnahme von kostenpflichtigen Dienstleistungen (s.S. 159, 196)		
Online-Käufer	76,8	53,81
Ich kaufe gerne im Internet ein	39,1	27,39
Häufigkeit von Online-Käufen (s.S. 159)		
Einmal pro Woche oder häufiger	4,3	3,02
Mehrmals im Monat	20,6	14,46
Einmal im Monat	13,5	9,46
Mehrmals im Jahr	34,6	24,25
Einmal im Jahr	1,8	1,23
Seltener als einmal im Jahr	2,0	1,38
Keine Online-Käufer	23,2	16,27
Kauf bzw. kostenpflichtiger Download von Hörbüchern in den letzten 12 Monaten (s.S. 194)		
Hörbuchkauf in den letzten 12 Monaten	9,4	6,62
Ein Hörbuch gekauft	3,2	2,25
Mehrere Hörbücher gekauft	6,2	4,36