

---

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

# Auszug

---

**AWA 2024**

Allensbacher  
Marktanalyse  
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

---

Download [www.awa-online.de](http://www.awa-online.de)

---

	Gesamt	
	100 % = 70,48 Mio %	Mio
<b>Informationsinteresse: Computernutzung, Anwendung von Computern (s.S. 140)</b>		
Interessiert mich ganz besonders	22,6	15,92
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	41,3	29,09
Interessiert mich kaum, gar nicht	36,1	25,47
Interessiert insgesamt	63,9	45,01
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	18,4	12,97
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	24,3	17,16
<b>Entscheider: Computer, Computerzubehör (s.S. 135)</b>		
Entscheide ich allein	37,5	26,46
Entscheide eher ich, aber andere sind beteiligt	23,7	16,67
Entscheider insgesamt	61,2	43,13
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden eher andere	23,4	16,49
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	15,4	10,87
<b>Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 133)</b>		
Technische Geräte wie Computer, Fernseher	24,3	17,12
<b>Berufliche Fachgebiete (s.S. 203)</b>		
Computer, EDV, Informationstechnologie	5,2	3,63
<b>Top Profis nach Berufsfeldern (s.S. 229)</b>		
Top Profi Computer, EDV, Informationstechnologie	1,4	0,99
<b>Computernutzung (Desktop, Laptop, Tablet) (s.S. 160)</b>		
Computernutzer (Desktop, Laptop, Tablet)	84,3	59,45
Keine Nutzung eines Computers (Desktop, Laptop, Tablet)	15,7	11,04
<b>Häufigkeit der Computernutzung (Desktop, Laptop, Tablet) (s.S. 160)</b>		
Ständig, fast die ganze Zeit	16,1	11,37
Mehrmals täglich	37,4	26,35
Einmal am Tag	9,9	6,98
Mehrmals in der Woche	13,6	9,56
Einmal in der Woche	2,2	1,53
Seltener	5,2	3,65
Keine Nutzung eines Computers (Desktop, Laptop, Tablet)	15,7	11,04
<b>Genutzte Computer (s.S. 160)</b>		
Nutzer eines Desktop-PCs	39,3	27,68
Nutzer eines Laptops, Notebooks	58,5	41,20
Nutzer eines Tablet-PCs	31,2	21,96



	Gesamt	
	100 % = 70,48 Mio %	Mio
<b>Informationsinteresse: Telekommunikation wie Handy, Smartphone (s.S. 141)</b>		
Interessiert mich ganz besonders	26,8	18,89
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	47,2	33,29
Interessiert mich kaum, gar nicht	26,0	18,30
Interessiert insgesamt	74,0	52,18
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	18,1	12,77
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	24,3	17,09
<b>Entscheider: Handy, Smartphone, Telefon (s.S. 135)</b>		
Entscheide ich allein	53,3	37,59
Entscheide eher ich, aber andere sind beteiligt	26,5	18,69
Entscheider insgesamt	79,8	56,28
Entscheide ich nicht persönlich, entscheiden eher andere	15,6	10,98
Kommt für mich oder uns nicht in Frage	4,6	3,23
<b>Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 133)</b>		
Handy bzw. Smartphone	29,7	20,93
<b>Telefon-Festnetzanschluss (s.S. 212)</b>		
Telefon-Festnetzanschluss im Haushalt	73,3	51,63
Kein Telefon-Festnetzanschluss im Haushalt	26,4	18,62
<b>Handy/Smartphone: Besitz bzw. Kaufplan in den nächsten 2 Jahren (s.S. 199)</b>		
Besitz Handy, Smartphone	94,3	66,44
Kaufplan Handy, Smartphone	25,1	17,68
<b>Mobilfontarif (s.S. 199)</b>		
Mobiltelefon mit Festvertrag	72,7	51,23
Mobiltelefon mit Prepaid-Karte	21,8	15,36
Festvertrag bei anderem Mobilfunkanbieter geplant	4,9	3,48
Tarifwechsel bei bisherigem Mobilfunkanbieter geplant	5,3	3,76
<b>Entscheidungskriterium Übertragungsgeschwindigkeit bei der Auswahl des Mobilfunkvertrags (s.S. 199)</b>		
Übertragungsgeschwindigkeit ist sehr wichtig	34,5	24,28
Übertragungsgeschwindigkeit ist wichtig	32,9	23,21
Übertragungsgeschwindigkeit weniger wichtig	14,9	10,50
Übertragungsgeschwindigkeit ist gar nicht wichtig	9,2	6,46

**Kommunikations-, Informationstypen – Einstellungen, Eigenschaften**  
(s.S. 198, 201, 203)

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

	Gesamt 100 % = 70,48 Mio	
	%	Mio
Ich finde es wichtig, immer erreichbar zu sein	39,6	27,91
Das Handy/Smartphone ist mittlerweile meine wichtigste Informationsquelle bzw. mein wichtigstes Informationsmedium	46,5	32,79
Ich informiere mich häufig von unterwegs aus im Internet, z.B. über ein Handy, Smartphone oder Notebook	53,0	37,39
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	15,6	10,99
<hr/>		
<b>Felder der Internetnutzung</b> (s.S. 161)		
Telefonieren über das Internet, z.B. über WhatsApp oder Skype	56,5	39,81
 <b>Internetzugang via Handy/Smartphone</b> (s.S. 162)		
Gehe via Handy/Smartphone ins Internet	79,8	56,22

Auszug - Download

		Gesamt 100 % = 70,48 Mio %	
			Mio
<b>Informationsinteresse: Internet, Onlineangebote (s.S. 141)</b>			
Interessiert mich ganz besonders		26,3	18,51
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr		44,2	31,13
Interessiert mich kaum, gar nicht		29,6	20,84
Interessiert insgesamt		70,4	49,64
Interessiert und – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte		15,9	11,21
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet		38,8	27,36
<b>Nutzung des Internet (s.S. 160)</b>			
Internetnutzer		88,2	62,16
Keine Internetnutzer		11,8	8,32
<b>Nutzungshäufigkeit Internet (s.S. 162)</b>			
Ständig, fast die ganze Zeit		18,7	13,17
Mehrmals täglich		49,9	35,18
Einmal am Tag		7,8	5,50
Mehrmals in der Woche		9,2	6,46
Einmal in der Woche		1,2	0,83
Seltener als einmal in der Woche		1,4	1,01
Keine Internetnutzer		11,8	8,32
<b>Endgeräte der Internetnutzung (s.S. 162)</b>			
Desktop-PC, Schreibtisch-PC		37,2	26,20
Notebook, Laptop		58,3	41,09
Handy oder Smartphone		79,8	56,22
Tablet-PC		31,7	22,38
Fernseher (Smart-TV)		25,3	17,85
<b>Internetverbindung im Auto (s.S. 155, 156, 201)</b>			
Fest eingebaute Internetverbindung:	Jetziger Pkw	7,5	5,31
	Wunsch neuer Pkw	15,2	10,71
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		15,6	10,99
<b>Felder der Internetnutzung (s.S. 161)</b>			
Onlinebanking, Bankgeschäfte am Computer erledigen		57,2	40,32
Informationen über Marken und Produkte, ihre Eigenschaften und Preise		54,5	38,39
Wetterbericht, Reisewetter, Schneeberichte		58,5	41,26
Telefonieren über das Internet, z.B. über WhatsApp oder Skype		56,5	39,81
Textnachrichten, Bilder oder Videos über Messengerdienste verschicken, z.B. über WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram, Snapchat		65,8	46,36
Stellenanzeigen, Stellenmarkt		13,8	9,74
Kontakte knüpfen, neue Leute kennenlernen		17,5	12,31
Land- und Straßenkarten, Routenplaner, z.B. Google Maps		51,3	36,12
Musik hören bzw. herunterladen (kein Radio)		39,8	28,08
Soziale Netzwerke nutzen, z.B. Facebook, Instagram, TikTok, XING		44,7	31,48
Beiträge, Kommentare in Blogs, Foren oder unter Artikeln lesen oder verfassen		21,2	14,97
X (vormals Twitter) nutzen		12,7	8,98
Nachschlagewerke, z.B. Wikipedia oder Duden		51,0	35,96
Internetseiten von Zeitungen oder Zeitschriften		24,6	17,34

## Online-Mediatheken von Fernsehsendern (s.S. 188)

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. 188)

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. 188)

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. 189)

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 % = 70,48 Mio %	Mio
Das schaue ich -		
Täglich	2,0	1,40
Mehrmals pro Woche	10,2	7,19
Mehrmals im Monat	18,2	12,81
Seltener	22,4	15,77
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	52,7	37,18
Nie	47,3	33,31
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	11,0	7,72
Das schaue ich -		
Täglich	10,6	7,46
Mehrmals pro Woche	16,8	11,82
Mehrmals im Monat	13,6	9,56
Seltener	9,3	6,53
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	50,2	35,37
Nie	49,8	35,12
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	25,0	17,64
Das schaue ich -		
Täglich	11,1	7,85
Mehrmals pro Woche	17,3	12,21
Mehrmals im Monat	18,3	12,90
Seltener	16,6	11,67
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	63,3	44,63
Nie	36,7	25,86
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	27,5	19,42
Das schaue ich -		
Täglich	4,7	3,29
Mehrmals pro Woche	9,0	6,38
Mehrmals im Monat	12,4	8,72
Seltener	18,9	13,29
Weitester Seherkreis (Sehe ich zumindest ganz selten)	44,9	31,68
Nie	55,1	38,80
Das habe ich zuletzt gesehen -		
Gestern	11,0	7,74

**Themeninteresse und Informationssuche im Internet (s.S. 140ff.)**

	Gesamt	
	100 % = 70,48 Mio %	Mio
Politik	21,7	15,26
Wirtschaftsthemen, Wirtschaftsfragen	10,2	7,22
Wissenschaft und Forschung	12,7	8,93
Natur- und Umweltschutz	12,5	8,84
Lokale Ereignisse, Geschehen am Ort	21,5	15,17
Geschichte, Historisches	13,1	9,22
Kunst- und Kulturszene	9,7	6,82
Kinofilme	15,8	11,12
Hochklassige Film- und Serienproduktionen	14,4	10,17
Bücher	14,9	10,49
Musik	25,6	18,03
Umgang mit Menschen, Menschenkenntnis, Psychologie	10,2	7,22
Beziehungsfragen, Partnerschaft	5,6	3,94
Fragen rund um das Thema Kinder, Kindererziehung	7,7	5,45
Tiere, Haustiere	10,5	7,39
Geld-, Kapitalanlagen	13,5	9,54
Aktien, Investmentfonds	8,8	6,18
Private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft	8,3	5,82
Versicherungen, finanzielle Absicherung gegen Unglücksfälle	9,3	6,53
Steuerrecht, Steuerpolitik	7,6	5,35
Ergebnisse über Warentests, Untersuchungen über Preis und Qualität von Waren	21,9	15,43
Medizinische Fragen	25,1	17,71
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,8	13,94
Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung	5,3	3,75
Kochen, Kochrezepte	29,1	20,49
Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte	6,1	4,27
Urlaub und Reisen	41,1	28,95
Autos, Autotests	12,5	8,84
Motorräder	3,3	2,35
Oldtimer-Autos	3,1	2,19
Oldtimer-Motorräder	1,4	1,01
Moderne Design	4,0	2,81
Moderne Architektur	2,8	2,00
Gartenpflege, Gartengestaltung	12,2	8,62
Wohnen und Einrichten	15,5	10,96
Bauen, Modernisieren, Renovieren	9,9	6,97
Heimwerken, Do-it-yourself-Arbeiten	14,7	10,34
Sport	20,0	14,12
Computernutzung, Anwendung von Computern	24,3	17,16
Internet, Onlineangebote	38,8	27,36
Telekommunikation	24,3	17,09
Geräte der Unterhaltungselektronik, z.B. Fernseher, Musikanlage	12,5	8,81
Fotografieren	6,0	4,20
Mode, Modetrends	14,3	10,06
Parfum, Eau de Toilette und andere Düfte für Männer und Frauen	6,0	4,23
Hautpflege, Körperpflege	8,6	6,03
Kosmetik, Make-up	9,0	6,36
Haarpflege, Frisuren	8,8	6,24
Neuigkeiten über Stars und Prominente	11,0	7,77
Berufliche Weiterbildung	14,5	10,19

	Gesamt	
	100 % = 70,48 Mio %	Mio
<b>Internet als Medium der Kommunikation und zur Produktrecherche</b> (s.S. 198, 203)		
Ich schicke lieber eine SMS oder WhatsApp-Nachrichten als zu telefonieren	37,9	26,71
Ich empfehle Freunden und Bekannten häufiger Zeitungsartikel im Internet, z.B. per Mail	6,4	4,51
Ich informiere mich häufig von unterwegs aus im Internet, z.B. über ein Handy, Smartphone oder Notebook	53,0	37,39
Ich habe im Internet schon häufiger Produkte oder Dienstleistungen bewertet	16,6	11,72
Ich orientiere mich beim Kauf von neuen Produkten auch an Bewertungen anderer Internetnutzer	30,6	21,58
Ich tausche mich mit anderen häufiger im Internet über Produkte aus, z.B. in sozialen Netzwerken	11,0	7,79
Ich informiere mich im Internet häufiger gezielt über Unternehmen	17,5	12,32
<b>Influencer und Follower (soziale Netzwerke)</b> (s.S. 161)		
Es gibt Personen, deren Beiträge ich regelmäßig verfolge	31,3	22,09
Nicht der Fall	53,0	37,38
Unentschieden, keine Angabe	3,8	2,69
Follower zum Thema Musik	13,4	9,43
Follower zum Thema Sport	11,6	8,18
Follower zum Thema Mode	8,4	5,95
Follower zum Thema Ernährung	7,7	5,41
Follower zum Thema Beauty/Styling	8,2	5,80
Follower zum Thema Unterhaltung/Comedy	9,9	6,99
Follower zum Thema Finanzen	3,0	2,15
Follower zum Thema Autos, Autotuning	3,8	2,66
Follower zum Thema Politik	6,2	4,34
Follower zum Thema Familie, Erziehung, Beziehung	5,3	3,73
Follower zum Thema Urlaub, Reisen	10,2	7,20
Follower zum Thema Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz	4,9	3,48
<b>Internet als Informationsquelle</b> (s.S. 198, 203, 204)		
Genutzte Informationsquellen: Ich suche im Internet	77,9	54,90
Ich finde im Internet eigentlich immer das, was ich suche	50,7	35,76
Ich informiere mich in sozialen Netzwerken über das aktuelle Geschehen	27,9	19,66
Ich bin generell nicht bereit, für Informationen im Internet zu bezahlen	43,5	30,67
Werbung im Internet nehme ich kaum wahr	26,0	18,31
Soziale Netzwerke sind für meine Information und Meinungsbildung sehr wichtig	19,3	13,58
<b>Tagesaktuelle Nachrichten</b> (s.S. 130)		
Habe mich gestern im Internet über das aktuelle Geschehen informiert	39,5	27,81
<b>E-Commerce, Inanspruchnahme von kostenpflichtigen Dienstleistungen</b> (s.S. 162, 200)		
Online-Käufer	77,2	54,44
Ich kaufe gerne im Internet ein	39,0	27,50
<b>Häufigkeit von Online-Käufen</b> (s.S. 162)		
Einmal pro Woche oder häufiger	4,4	3,10
Mehrmals im Monat	20,6	14,49
Einmal im Monat	14,0	9,89
Mehrmals im Jahr	34,9	24,57
Einmal im Jahr	1,5	1,04
Seltener als einmal im Jahr	1,9	1,35
Keine Online-Käufer	22,8	16,04