

Quelle:

best for planning 2020 (Basis: Deutschsprachige 14+ Jahre)



Vorfilter:

Gesamt

(30.469 ungew. Fälle, 30.469 gew. Fälle - 100,0% - 70,64 Mio)

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein Eigenheim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Basis	100,0	70,64	100	100	2,4	1,72	100	100
Grundgesamtheiten								
Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre	100,0	70,64	100	100	2,4	1,72	100	100
Filter								
Nutzer Sozialer Netzwerke/Communities/Blogs	100,0	55,39	78	100	2,5	1,41	82	104
Telefonierer (Festnetz/Internet/Mobilfunk)	100,0	70,18	99	100	2,4	1,72	100	100
Handy- /Smartphone-Nutzer	100,0	65,38	93	100	2,5	1,63	95	103
Online-Nutzer in den letzten 12 Monaten	100,0	61,99	88	100	2,5	1,57	91	104
Online-Nutzer in den letzten 3 Monaten = Online-Nutzer	100,0	61,74	87	100	2,5	1,57	91	104
Smartphone-Internet-Nutzer	100,0	55,98	79	100	2,6	1,43	83	105
Tablet-Internet-Nutzer	100,0	22,98	33	100	3,4	0,77	45	138
Smartphone-/Tablet-Internet-Nutzer	100,0	57,05	81	100	2,6	1,47	85	106
Smartphone-Nutzer	100,0	57,14	81	100	2,6	1,47	85	106
Tablet-Nutzer	100,0	23,44	33	100	3,4	0,79	46	138
Aussagen zum Thema Computer und Technik								
Es ist mir wichtig, dass ich mit technischen Geräten wie Computern, Kommunikationsgeräten, Haushaltstechnik, stets auf dem neuesten Stand der Technik bin								
Trifft voll und ganz zu oder eher zu	100,0	29,60	42	100	2,7	0,81	47	112
Trifft voll und ganz zu	100,0	6,89	10	100	3,1	0,21	12	126
Trifft eher zu	100,0	22,71	32	100	2,6	0,60	35	108

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Trifft weniger zu	100,0	24,57	35	100	2,3	0,57	33	95
Trifft überhaupt nicht zu	100,0	16,46	23	100	2,1	0,34	20	86
In technischen Angelegenheiten werde ich von meinen Freunden und Bekannten öfter um Rat gefragt								
Trifft voll und ganz zu oder eher zu	100,0	18,45	26	100	3,1	0,57	33	128
Trifft voll und ganz zu	100,0	4,39	6	100	2,8	0,12	7	114
Trifft eher zu	100,0	14,06	20	100	3,2	0,45	26	132
Trifft weniger zu	100,0	21,71	31	100	2,5	0,54	31	102
Trifft überhaupt nicht zu	100,0	30,47	43	100	2,0	0,61	35	82
Technik ist nicht so mein Ding, ich lasse mir da sehr gern von Experten								
Trifft voll und ganz zu oder eher zu	100,0	37,96	54	100	2,7	1,01	59	109
Trifft voll und ganz zu	100,0	14,10	20	100	2,8	0,39	23	114
Trifft eher zu	100,0	23,87	34	100	2,6	0,62	36	106
Trifft weniger zu	100,0	18,52	26	100	2,4	0,44	26	98
Trifft überhaupt nicht zu	100,0	14,15	20	100	1,9	0,27	16	78
Ich warte lieber, bis sich eine neue Technik etabliert hat, bevor ich neue Geräte kaufe								
Trifft voll und ganz zu oder eher zu	100,0	39,77	56	100	2,7	1,07	62	111
Trifft voll und ganz zu	100,0	13,27	19	100	2,0	0,27	16	84
Trifft eher zu	100,0	26,50	38	100	3,0	0,80	47	124
Trifft weniger zu	100,0	18,98	27	100	2,3	0,44	26	96
Trifft überhaupt nicht zu	100,0	11,89	17	100	1,7	0,20	12	70
Persönliche Nutzung, egal ob privat oder beruflich, eines oder mehrere der Desktop-Computer								
Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	19,11	27	100	2,4	0,47	27	100
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	7,40	10	100	3,0	0,22	13	123
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	11,21	16	100	3,6	0,41	24	148
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	32,92	47	100	1,9	0,63	37	78

Computer

Laptop, Notebook, Ultrabook

	Basis (Deutschland)				Mein Eigenheim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	34,32	49	100	2,5	0,86	50	102
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	1,09	2	100	5,9	0,06	4	242
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	8,36	12	100	3,4	0,29	17	140
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	26,87	38	100	1,9	0,51	30	79

Hybrid-PC/Convertible (Laptop, der mit umklappbarer oder abnehmbarer Tastatur auch als Tablet einsetzbar ist)

Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	1,77	3	100	5,1	0,09	5	209
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	0,45	1	100	10,4	0,05	3	426
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	0,55	1	100	8,4	0,05	3	344
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	67,86	96	100	2,3	1,54	89	93

Smartphone

Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	49,63	70	100	2,2	1,10	64	91
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	0,26	0	100	15,8	0,04	2	647
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	7,26	10	100	4,5	0,33	19	185
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	13,49	19	100	1,9	0,25	15	76

Tablet

Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	20,54	29	100	3,1	0,63	36	125
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	0,53	1	100	9,5	0,05	3	391
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	2,36	3	100	4,7	0,11	6	193
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	47,19	67	100	2,0	0,93	54	81

eBook-Reader

Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	6,16	9	100	4,0	0,24	14	163
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	0,19	0	100	16,9	0,03	2	694
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	0,15	0	100	4,5	0,01	0	186
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	64,14	91	100	2,2	1,44	83	92

Fernseher

Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	65,91	93	100	2,4	1,58	92	99
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	0,18	0	100	8,9	0,02	1	365

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus. %	Index	Reichweite		Zus. %	Index
	%	Mio			%	Mio		
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	0,23	0	100	6,4	0,02	1	264
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	4,31	6	100	2,4	0,10	6	99
Spielekonsole								
Ja, nur privat persönliche Nutzung	100,0	15,53	22	100	2,6	0,40	23	106
Ja, nur beruflich persönliche Nutzung	100,0	0,19	0	100	8,9	0,02	1	365
Ja, private und berufliche persönliche Nutzung	100,0	0,09	0	100	1,9	0,00	0	79
Nein, weder private noch berufliche persönliche Nutzung	100,0	54,82	78	100	2,4	1,30	76	97
Informationsinteresse Unterhaltungselektronik								
Digitale Kameras/Fotoapparate/Videokameras und Zubehör								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	18,54	26	100	3,2	0,59	34	130
Sehr stark interessiert	100,0	3,73	5	100	4,5	0,17	10	187
Stark interessiert	100,0	14,81	21	100	2,8	0,42	24	116
Weniger stark interessiert	100,0	23,41	33	100	2,5	0,57	33	101
Gar nicht interessiert	100,0	28,68	41	100	1,9	0,56	32	80
Unterhaltungselektronik, TV und Hifi								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	30,51	43	100	2,8	0,85	50	115
Sehr stark interessiert	100,0	7,14	10	100	2,7	0,19	11	110
Stark interessiert	100,0	23,37	33	100	2,8	0,66	38	116
Weniger stark interessiert	100,0	24,48	35	100	2,3	0,56	33	94
Gar nicht interessiert	100,0	15,64	22	100	2,0	0,31	18	80
Musik und Filme auf Ton- und Bildträgern								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	22,84	32	100	2,6	0,59	35	107
Sehr stark interessiert	100,0	5,00	7	100	3,1	0,15	9	126
Stark interessiert	100,0	17,84	25	100	2,5	0,44	26	102
Weniger stark interessiert	100,0	24,40	35	100	2,6	0,62	36	105
Gar nicht interessiert	100,0	23,40	33	100	2,1	0,50	29	88
Computer, Notebooks, Tablets								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	31,99	45	100	2,6	0,85	49	109
Sehr stark interessiert	100,0	8,85	13	100	2,4	0,21	12	99

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Stark interessiert	100,0	23,15	33	100	2,7	0,63	37	113
Weniger stark interessiert	100,0	20,93	30	100	2,4	0,51	30	100
Gar nicht interessiert	100,0	17,72	25	100	2,0	0,36	21	84
eBook-Reader								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	8,98	13	100	3,8	0,34	20	156
Sehr stark interessiert	100,0	1,76	2	100	4,9	0,09	5	200
Stark interessiert	100,0	7,22	10	100	3,5	0,26	15	145
Weniger stark interessiert	100,0	14,63	21	100	2,9	0,42	25	119
Gar nicht interessiert	100,0	47,03	67	100	2,0	0,96	56	84
Computersoftware, -spiele								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	18,55	26	100	2,3	0,43	25	96
Sehr stark interessiert	100,0	5,34	8	100	2,4	0,13	8	101
Stark interessiert	100,0	13,21	19	100	2,3	0,30	18	94
Weniger stark interessiert	100,0	18,16	26	100	2,9	0,53	31	120
Gar nicht interessiert	100,0	33,93	48	100	2,2	0,75	44	91
Mobiltelefone, Telefone, Smartphones								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	37,29	53	100	2,5	0,93	54	103
Sehr stark interessiert	100,0	10,80	15	100	2,3	0,24	14	93
Stark interessiert	100,0	26,49	38	100	2,6	0,69	40	107
Weniger stark interessiert	100,0	20,17	29	100	2,7	0,55	32	111
Gar nicht interessiert	100,0	13,17	19	100	1,8	0,24	14	75
Apps/Anwendungen für Mobiltelefone/Smartphones								
Sehr stark/stark interessiert	100,0	27,42	39	100	2,5	0,69	40	103
Sehr stark interessiert	100,0	6,87	10	100	2,3	0,16	9	94
Stark interessiert	100,0	20,55	29	100	2,6	0,53	31	106
Weniger stark interessiert	100,0	21,63	31	100	2,8	0,60	35	115
Gar nicht interessiert	100,0	21,58	31	100	2,0	0,43	25	82

Computer

Achte eher auf den Preis oder eher auf die Marke

Audio- bzw. Hifi-Geräte

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Achte vor allem auf den Preis	100,0	3,92	6	100	2,3	0,09	5	93
Achte eher auf den Preis	100,0	7,71	11	100	2,4	0,18	11	97
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	11,63	16	100	2,3	0,27	16	96
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	34,39	49	100	2,6	0,90	52	108
Achte eher auf die Marke	100,0	10,51	15	100	2,7	0,28	16	109
Achte vor allem auf die Marke	100,0	2,98	4	100	3,1	0,09	5	126
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	13,49	19	100	2,8	0,37	22	113
Kaufe ich nie	100,0	10,89	15	100	1,5	0,17	10	63
Keine Angabe	100,0	0,24	0	100	4,3	0,01	1	175

Fernseh- bzw. TV-Geräte

Achte vor allem auf den Preis	100,0	4,33	6	100	2,1	0,09	5	85
Achte eher auf den Preis	100,0	7,19	10	100	2,2	0,16	9	89
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	11,52	16	100	2,1	0,25	14	87
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	36,07	51	100	2,7	0,97	57	111
Achte eher auf die Marke	100,0	13,49	19	100	2,4	0,32	19	97
Achte vor allem auf die Marke	100,0	4,09	6	100	2,8	0,11	7	115
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	17,58	25	100	2,5	0,43	25	101
Kaufe ich nie	100,0	5,28	7	100	1,2	0,06	4	49
Keine Angabe	100,0	0,18	0	100	3,3	0,01	0	135

DVD-, Blu-ray-Player bzw. -Recorder

Achte vor allem auf den Preis	100,0	3,77	5	100	2,5	0,09	5	101
Achte eher auf den Preis	100,0	7,64	11	100	2,1	0,16	9	86
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	11,40	16	100	2,2	0,25	15	91
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	30,70	43	100	2,5	0,78	45	105
Achte eher auf die Marke	100,0	8,94	13	100	3,0	0,27	16	123
Achte vor allem auf die Marke	100,0	2,81	4	100	2,8	0,08	5	116
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	11,74	17	100	3,0	0,35	20	122

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Kaufe ich nie	100,0	16,48	23	100	2,0	0,32	19	80
Keine Angabe	100,0	0,31	0	100	4,6	0,01	1	187
Digitale Kameras/Fotoapparate und Videokameras								
Achte vor allem auf den Preis	100,0	2,13	3	100	2,0	0,04	2	81
Achte eher auf den Preis	100,0	5,12	7	100	2,3	0,12	7	94
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	7,25	10	100	2,2	0,16	9	90
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	24,30	34	100	2,8	0,69	40	116
Achte eher auf die Marke	100,0	9,05	13	100	2,7	0,24	14	110
Achte vor allem auf die Marke	100,0	3,50	5	100	3,1	0,11	6	127
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	12,54	18	100	2,8	0,35	20	115
Kaufe ich nie	100,0	26,17	37	100	2,0	0,51	30	80
Keine Angabe	100,0	0,37	1	100	2,9	0,01	1	120
Stationäre und mobile Spielekonsolen								
Achte vor allem auf den Preis	100,0	1,66	2	100	2,2	0,04	2	90
Achte eher auf den Preis	100,0	2,65	4	100	3,6	0,10	6	148
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	4,30	6	100	3,1	0,13	8	125
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	13,31	19	100	3,0	0,39	23	122
Achte eher auf die Marke	100,0	5,77	8	100	3,0	0,17	10	124
Achte vor allem auf die Marke	100,0	4,71	7	100	2,0	0,09	5	82
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	10,48	15	100	2,6	0,27	16	105
Kaufe ich nie	100,0	42,21	60	100	2,2	0,91	53	89
Keine Angabe	100,0	0,33	0	100	3,9	0,01	1	161
Computer, Notebooks								
Achte vor allem auf den Preis	100,0	2,82	4	100	2,8	0,08	5	117
Achte eher auf den Preis	100,0	5,33	8	100	1,8	0,10	6	76
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	8,15	12	100	2,2	0,18	10	90
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	30,21	43	100	2,8	0,86	50	117
Achte eher auf die Marke	100,0	12,25	17	100	2,4	0,29	17	98
Achte vor allem auf die Marke	100,0	4,80	7	100	2,7	0,13	8	111

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus. %	Index	Reichweite		Zus. %	Index
	%	Mio			%	Mio		
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	17,05	24	100	2,5	0,42	25	101
Kaufe ich nie	100,0	14,95	21	100	1,7	0,25	14	68
Keine Angabe	100,0	0,27	0	100	4,8	0,01	1	197

Tablets

Achte vor allem auf den Preis	100,0	2,07	3	100	2,0	0,04	2	80
Achte eher auf den Preis	100,0	3,72	5	100	2,2	0,08	5	89
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	5,79	8	100	2,1	0,12	7	86
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	20,95	30	100	3,1	0,65	38	127
Achte eher auf die Marke	100,0	8,37	12	100	2,7	0,22	13	110
Achte vor allem auf die Marke	100,0	3,88	5	100	3,5	0,14	8	144
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	12,26	17	100	2,9	0,36	21	121
Kaufe ich nie	100,0	31,37	44	100	1,8	0,58	34	76
Keine Angabe	100,0	0,27	0	100	4,3	0,01	1	175

Mobiltelefon, Smartphone

Achte vor allem auf den Preis	100,0	3,49	5	100	2,1	0,07	4	85
Achte eher auf den Preis	100,0	5,73	8	100	2,3	0,13	8	93
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	9,22	13	100	2,2	0,20	12	90
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	29,46	42	100	2,8	0,82	48	114
Achte eher auf die Marke	100,0	14,54	21	100	2,5	0,37	21	104
Achte vor allem auf die Marke	100,0	8,00	11	100	2,2	0,17	10	89
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	22,55	32	100	2,4	0,54	32	99
Kaufe ich nie	100,0	9,12	13	100	1,5	0,14	8	63
Keine Angabe	100,0	0,29	0	100	5,5	0,02	1	226

eBook-Reader

Achte vor allem auf den Preis	100,0	1,47	2	100	2,2	0,03	2	92
Achte eher auf den Preis	100,0	2,38	3	100	2,9	0,07	4	118
Achte eher oder vor allem auf den Preis	100,0	3,85	5	100	2,6	0,10	6	108
Achte sowohl auf den Preis als auch auf die Marke	100,0	13,09	19	100	3,5	0,46	27	143
Achte eher auf die Marke	100,0	4,11	6	100	3,6	0,15	9	149

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Achte vor allem auf die Marke	100,0	1,50	2	100	3,9	0,06	3	162
Achte eher oder vor allem auf die Marke	100,0	5,62	8	100	3,7	0,21	12	153
Kaufe ich nie	100,0	47,70	68	100	2,0	0,94	55	81
Keine Angabe	100,0	0,37	1	100	2,9	0,01	1	118
Markenorientierung Computer & Zubehör								
Audio- bzw. Hifi-Geräte								
Markenorientierung ja	100,0	13,49	19	100	2,8	0,37	22	113
Markenorientierung nein	100,0	57,15	81	100	2,4	1,35	78	97
Fernseh- bzw. TV-Geräte								
Markenorientierung ja	100,0	17,58	25	100	2,5	0,43	25	101
Markenorientierung nein	100,0	53,06	75	100	2,4	1,29	75	100
DVD-, Blu-ray-Player bzw. -Recorder								
Markenorientierung ja	100,0	11,74	17	100	3,0	0,35	20	122
Markenorientierung nein	100,0	58,89	83	100	2,3	1,37	80	96
Digitale Kameras/Fotoapparate und Videokameras								
Markenorientierung ja	100,0	12,54	18	100	2,8	0,35	20	115
Markenorientierung nein	100,0	58,09	82	100	2,4	1,37	80	97
Stationäre und mobile Spielekonsolen								
Markenorientierung ja	100,0	10,48	15	100	2,6	0,27	16	105
Markenorientierung nein	100,0	60,15	85	100	2,4	1,45	84	99
Computer, Notebooks								
Markenorientierung ja	100,0	17,05	24	100	2,5	0,42	25	101
Markenorientierung nein	100,0	53,58	76	100	2,4	1,30	75	100
Tablets								
Markenorientierung ja	100,0	12,26	17	100	2,9	0,36	21	121
Markenorientierung nein	100,0	58,38	83	100	2,3	1,36	79	96
Mobiltelefon, Smartphone								
Markenorientierung ja	100,0	22,55	32	100	2,4	0,54	32	99
Markenorientierung nein	100,0	48,09	68	100	2,4	1,18	68	101

Computer

eBook-Reader

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Markenorientierung ja	100,0	5,62	8	100	3,7	0,21	12	153
Markenorientierung nein	100,0	65,02	92	100	2,3	1,51	88	95

Preisorientierung Computer & Zubehör

Audio- bzw. Hifi-Geräte

Preisorientierung ja	100,0	11,63	16	100	2,3	0,27	16	96
Preisorientierung nein	100,0	59,01	84	100	2,5	1,45	84	101

Fernseh- bzw. TV-Geräte

Preisorientierung ja	100,0	11,52	16	100	2,1	0,25	14	87
Preisorientierung nein	100,0	59,11	84	100	2,5	1,47	86	102

DVD-, Blu-ray-Player bzw. -Recorder

Preisorientierung ja	100,0	11,40	16	100	2,2	0,25	15	91
Preisorientierung nein	100,0	59,23	84	100	2,5	1,47	85	102

Digitale Kameras/Fotoapparate und Videokameras

Preisorientierung ja	100,0	7,25	10	100	2,2	0,16	9	90
Preisorientierung nein	100,0	63,38	90	100	2,5	1,56	91	101

Stationäre und mobile Spielekonsolen

Preisorientierung ja	100,0	4,30	6	100	3,1	0,13	8	125
Preisorientierung nein	100,0	66,33	94	100	2,4	1,59	92	98

Computer, Notebooks

Preisorientierung ja	100,0	8,15	12	100	2,2	0,18	10	90
Preisorientierung nein	100,0	62,48	88	100	2,5	1,54	90	101

Tablets

Preisorientierung ja	100,0	5,79	8	100	2,1	0,12	7	86
Preisorientierung nein	100,0	64,85	92	100	2,5	1,60	93	101

Handy, Smartphone

Preisorientierung ja	100,0	9,22	13	100	2,2	0,20	12	90
Preisorientierung nein	100,0	61,42	87	100	2,5	1,52	88	102

Computer

eBook-Reader

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Preisorientierung ja	100,0	3,85	5	100	2,6	0,10	6	108
Preisorientierung nein	100,0	66,78	95	100	2,4	1,62	94	100

Geräte im Haushalt vorhanden

Desktop-Computer	100,0	32,61	46	100	2,8	0,92	53	115
Laptop, Notebook, Ultrabook	100,0	44,38	63	100	2,6	1,17	68	108
Hybrid-PC/Convertible (Laptop, der mit umklappbarer oder abnehmbarer Tastatur	100,0	2,43	3	100	5,0	0,12	7	206
Tablet	100,0	26,06	37	100	3,0	0,77	45	122
eBook-Reader	100,0	9,22	13	100	3,8	0,35	20	155
Computer-Monitor	100,0	23,62	33	100	2,8	0,65	38	114
Multifunktionsgerät (Drucken/Scannen/Kopieren)	100,0	30,75	44	100	2,8	0,87	50	116
Tintenstrahldrucker, Fotodrucker	100,0	13,72	19	100	3,0	0,41	24	122
Laserdrucker schwarz-weiß	100,0	5,01	7	100	4,3	0,21	12	176
Farblaserdrucker	100,0	4,06	6	100	4,5	0,18	11	187
3D Drucker	100,0	0,81	1	100	10,4	0,08	5	428
Spezielle Ausstattung für Computerspiele (z.B. spezielle Tastatur, Joystick,	100,0	9,18	13	100	3,0	0,27	16	123
Nichts davon im Haushalt vorhanden	100,0	10,27	15	100	1,8	0,19	11	76
Keine Angabe	100,0	0,30	0	100	1,2	0,00	0	49

Anschaftung in den nächsten 12 Monaten geplant Computer & Zubehör

Desktop-Computer	100,0	1,26	2	100	7,9	0,10	6	324
Laptop, Notebook, Ultrabook	100,0	2,78	4	100	4,9	0,14	8	203
Hybrid-PC/Convertible (Laptop, der mit umklappbarer oder abnehmbarer Tastatur	100,0	1,90	3	100	6,9	0,13	8	282
Tablet	100,0	3,56	5	100	4,8	0,17	10	197
eBook-Reader	100,0	1,49	2	100	6,4	0,09	6	262
Computer-Monitor	100,0	0,82	1	100	7,8	0,06	4	319
Multifunktionsgerät (Drucken/Scannen/Kopieren)	100,0	1,90	3	100	4,7	0,09	5	193
Tintenstrahldrucker, Fotodrucker	100,0	1,12	2	100	8,5	0,10	6	350
Laserdrucker schwarz-weiß	100,0	0,85	1	100	7,9	0,07	4	323
Farblaserdrucker	100,0	1,39	2	100	7,2	0,10	6	295

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus. %	Index	Reichweite		Zus. %	Index
	%	Mio			%	Mio		
3D Drucker	100,0	1,24	2	100	7,9	0,10	6	323
Spezielle Ausstattung für Computerspiele (z.B. spezielle Tastatur, Joystick,	100,0	1,35	2	100	4,8	0,07	4	198
Keine Anschaffung geplant	100,0	57,01	81	100	2,1	1,21	70	87
Keine Angabe	100,0	1,85	3	100	2,1	0,04	2	88
Marke käme in Frage bei Desktop-Computern, Notebooks oder Ultrabooks								
Acer	100,0	15,87	22	100	2,7	0,43	25	113
Apple	100,0	12,91	18	100	3,3	0,42	25	134
Asus	100,0	11,38	16	100	3,2	0,37	21	132
Dell	100,0	11,26	16	100	3,1	0,35	21	129
Fujitsu	100,0	6,23	9	100	3,8	0,24	14	158
hp	100,0	17,50	25	100	2,9	0,50	29	118
Huawei	100,0	6,73	10	100	3,4	0,23	13	140
Lenovo	100,0	11,41	16	100	2,7	0,31	18	111
Medion	100,0	10,82	15	100	2,6	0,29	17	109
Microsoft (Surface)	100,0	3,87	5	100	3,5	0,14	8	145
MSI	100,0	1,96	3	100	5,4	0,11	6	222
Toshiba	100,0	9,86	14	100	3,0	0,29	17	122
Trekstor	100,0	1,62	2	100	4,8	0,08	5	198
Andere Marke(n)	100,0	7,05	10	100	1,8	0,13	8	75
Anschaffung kommt nicht in Frage	100,0	19,29	27	100	1,7	0,33	19	71
Keine Angabe	100,0	0,50	1	100	4,4	0,02	1	183
Marke momentanes Tablet								
Acer	100,0	1,60	2	100	4,0	0,06	4	165
Apple (iPad)	100,0	6,84	10	100	3,0	0,21	12	124
Asus	100,0	1,16	2	100	5,4	0,06	4	223
Dell	100,0	0,62	1	100	4,9	0,03	2	202
hp	100,0	0,94	1	100	6,9	0,06	4	282
Huawei	100,0	1,10	2	100	4,5	0,05	3	185
kindle fire	100,0	0,78	1	100	3,9	0,03	2	160

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus. %	Index	Reichweite		Zus. %	Index
	%	Mio			%	Mio		
Lenovo	100,0	1,31	2	100	3,5	0,05	3	142
Medion	100,0	1,08	2	100	3,8	0,04	2	155
Samsung	100,0	6,37	9	100	3,8	0,24	14	156
Sony	100,0	0,73	1	100	6,0	0,04	3	245
Trekstor	100,0	0,24	0	100	3,3	0,01	0	136
Andere Marke(n)	100,0	1,19	2	100	2,5	0,03	2	101
Habe kein Tablet	100,0	49,40	70	100	2,1	1,05	61	87
Keine Angabe	100,0	0,47	1	100	1,3	0,01	0	55
Markenloyalität Anzahl Marken verwendet: Tablet								
0 - 999 Markenloyalität Anzahl Marken verwendet: Tablet	100,0	70,64	100	100	2,4	1,72	100	100
Marke käme in Frage bei Tablets								
Acer	100,0	6,95	10	100	2,7	0,19	11	112
Apple (iPad)	100,0	12,72	18	100	2,9	0,37	22	121
Asus	100,0	5,05	7	100	3,1	0,15	9	126
Dell	100,0	4,68	7	100	3,6	0,17	10	146
hp	100,0	6,09	9	100	3,8	0,23	13	154
Huawei	100,0	5,34	8	100	3,4	0,18	11	141
kindle fire	100,0	1,80	3	100	3,9	0,07	4	160
Lenovo	100,0	5,82	8	100	2,8	0,16	9	115
Medion	100,0	5,00	7	100	2,5	0,13	7	103
Samsung	100,0	15,46	22	100	2,8	0,43	25	115
Sony	100,0	6,43	9	100	3,3	0,21	12	136
Trekstor	100,0	1,25	2	100	5,2	0,06	4	212
Andere Marke(n)	100,0	1,82	3	100	2,8	0,05	3	115
Anschaffung kommt nicht in Frage	100,0	29,28	41	100	1,8	0,54	31	76
Keine Angabe	100,0	5,91	8	100	2,8	0,17	10	115

Computer

Kaufort Geräte aus dem Bereich Computer / Unterhaltungselektronik

Kauf hauptsächlich in den letzten 24 Monaten Geräte aus dem Bereich Computer oder Unterhaltungselektronik

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Fachgeschäft	100,0	9,82	14	100	3,9	0,38	22	160
Elektro-Großmarkt	100,0	17,02	24	100	2,5	0,42	25	102
Kaufhaus	100,0	0,71	1	100	5,4	0,04	2	224
Filiale/Shop einer Marke	100,0	0,73	1	100	4,4	0,03	2	182
Versandhandel bzw. Katalog	100,0	0,82	1	100	6,9	0,06	3	285
Discounter	100,0	0,81	1	100	6,0	0,05	3	247
Im Internet	100,0	6,63	9	100	3,8	0,25	14	154
Teleshopping	100,0	0,19	0	100	1,5	0,00	0	63
Andere Einkaufsstätte	100,0	0,44	1	100	2,7	0,01	1	111
Habe in den letzten 24 Monaten keine Geräte aus dem Bereich Computer/Unterhaltungselektronik gekauft	100,0	32,33	46	100	1,8	0,57	33	73
Keine Angabe	100,0	2,07	3	100	1,9	0,04	2	76

Kauf auch noch letzte 24 Monaten Geräte aus dem Bereich Computer oder Unterhaltungselektronik

Fachgeschäft	100,0	5,19	7	100	3,0	0,15	9	122
Elektro-Großmarkt	100,0	5,64	8	100	3,3	0,19	11	136
Kaufhaus	100,0	2,79	4	100	2,7	0,07	4	110
Filiale/Shop einer Marke	100,0	1,73	2	100	4,6	0,08	5	188
Versandhandel bzw. Katalog	100,0	1,82	3	100	3,7	0,07	4	152
Discounter	100,0	1,89	3	100	4,3	0,08	5	176
Im Internet	100,0	7,70	11	100	2,8	0,22	13	116
Teleshopping	100,0	0,40	1	100	4,5	0,02	1	187
Andere Einkaufsstätte	100,0	0,77	1	100	2,0	0,02	1	81

Kauf hauptsächlich / auch noch in den letzten 24 Monaten Geräte aus dem Bereich Computer oder Unterhaltungselektronik

Fachgeschäft	100,0	15,01	21	100	3,6	0,54	31	147
Elektro-Großmarkt	100,0	22,65	32	100	2,7	0,61	35	111

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein Eigenheim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus. %	Index	Reichweite		Zus. %	Index
	%	Mio			%	Mio		
Kaufhaus	100,0	3,51	5	100	3,2	0,11	7	133
Filiale/Shop einer Marke	100,0	2,46	3	100	4,5	0,11	6	186
Versandhandel bzw. Katalog	100,0	2,64	4	100	4,7	0,12	7	193
Discounter	100,0	2,70	4	100	4,8	0,13	8	197
Im Internet	100,0	14,33	20	100	3,3	0,47	27	134
Teleshopping	100,0	0,59	1	100	3,6	0,02	1	147
Andere Einkaufsstätte	100,0	1,21	2	100	2,2	0,03	2	91
Habe in den letzten 24 Monaten keine Geräte aus dem Bereich Computer/Unterhaltungselektronik gekauft	100,0	32,33	46	100	1,8	0,57	33	73
Keine Angabe	100,0	2,07	3	100	1,9	0,04	2	76
Computer (Desktop-Computer, Notebooks, Monitore, Tablets, Drucker, Multifunktionsgeräte) oder Geräte aus dem Bereich Unterhaltungselektronik (Audio-, Video-, TV- bzw. Fernsehgeräte) Kauf in Geschäft hauptsächlich in den letzten 24 Monaten: Computer oder Unterhaltungselektronik								
Amazon	100,0	6,70	9	100	4,9	0,33	19	200
Apple Store	100,0	1,47	2	100	4,5	0,07	4	184
Conrad	100,0	1,22	2	100	5,3	0,07	4	220
cyberport	100,0	0,24	0	100	4,5	0,01	1	185
EP: ElectronicPartner	100,0	0,79	1	100	7,7	0,06	4	318
Euronics	100,0	1,19	2	100	3,6	0,04	2	148
Expert	100,0	2,49	4	100	3,0	0,07	4	122
Media Markt	100,0	12,19	17	100	2,7	0,33	19	112
Medimax	100,0	0,99	1	100	2,4	0,02	1	99
Medion	100,0	0,69	1	100	3,8	0,03	2	154
OTTO	100,0	0,98	1	100	6,4	0,06	4	262
Saturn	100,0	7,28	10	100	2,2	0,16	10	92
Online-Shop eines Herstellers	100,0	0,85	1	100	1,7	0,01	1	69
Andere Geschäfte	100,0	2,77	4	100	2,6	0,07	4	108

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus. %	Index	Reichweite		Zus. %	Index
	%	Mio			%	Mio		
Habe in den letzten 24 Monaten keine Geräte aus dem Bereich Computer/ Unterhaltungselektronik gekauft	100,0	32,33	46	100	1,8	0,57	33	73
Keine Angabe	100,0	1,59	2	100	3,4	0,05	3	139
Kauf in Geschäft auch noch in den letzten 24 Monaten: Computer oder Unterhaltungselektronik								
Amazon	100,0	6,37	9	100	2,3	0,15	8	94
Apple Store	100,0	1,06	2	100	3,5	0,04	2	144
Conrad	100,0	1,61	2	100	3,1	0,05	3	127
cyberport	100,0	0,43	1	100	2,2	0,01	1	92
EP: ElectronicPartner	100,0	0,83	1	100	5,4	0,05	3	224
Euronics	100,0	1,53	2	100	4,5	0,07	4	184
Expert	100,0	2,32	3	100	4,2	0,10	6	171
Media Markt	100,0	6,14	9	100	3,1	0,19	11	128
Medimax	100,0	1,25	2	100	4,7	0,06	3	191
Medion	100,0	1,31	2	100	3,0	0,04	2	123
OTTO	100,0	1,93	3	100	3,0	0,06	3	122
Saturn	100,0	6,20	9	100	3,2	0,20	12	133
Online-Shop eines Herstellers	100,0	1,58	2	100	1,8	0,03	2	75
Andere Geschäfte	100,0	2,84	4	100	3,2	0,09	5	131
Kauf in Geschäft hauptsächlich / auch noch in den letzten 24 Monaten: Computer oder Unterhaltungselektronik								
Amazon	100,0	13,07	18	100	3,6	0,47	27	148
Apple Store	100,0	2,53	4	100	4,1	0,10	6	167
Conrad	100,0	2,83	4	100	4,1	0,12	7	167
cyberport	100,0	0,67	1	100	3,0	0,02	1	125
EP: ElectronicPartner	100,0	1,62	2	100	6,6	0,11	6	270
Euronics	100,0	2,72	4	100	4,1	0,11	6	168
Expert	100,0	4,82	7	100	3,5	0,17	10	146
Media Markt	100,0	18,33	26	100	2,8	0,52	30	117

Computer

	Basis (Deutschland)				Mein EigenHeim/Wohnen&Leben			
	Reichweite		Zus.	Index	Reichweite		Zus.	Index
	%	Mio	%		%	Mio	%	
Medimax	100,0	2,24	3	100	3,7	0,08	5	150
Medion	100,0	2,00	3	100	3,3	0,06	4	134
OTTO	100,0	2,91	4	100	4,1	0,12	7	169
Saturn	100,0	13,48	19	100	2,7	0,36	21	111
Online-Shop eines Herstellers	100,0	2,43	3	100	1,8	0,04	3	73
Andere Geschäfte	100,0	5,61	8	100	2,9	0,16	10	120
Habe in den letzten 24 Monaten keine Geräte aus dem Bereich Computer/ Unterhaltungselektronik gekauft	100,0	32,33	46	100	1,8	0,57	33	73
Keine Angabe	100,0	1,59	2	100	3,4	0,05	3	139