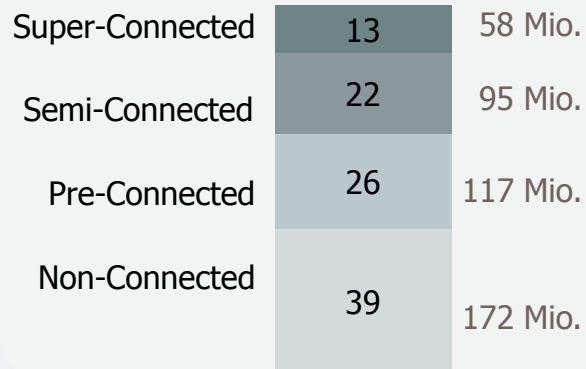


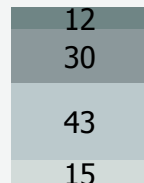
Stufen der mobilen Evolution: Verteilung in Europa.

Angaben in Prozent

Europa & Russland gesamt:



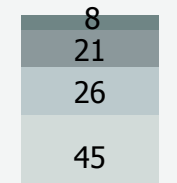
Niederlande



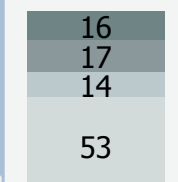
Deutschland



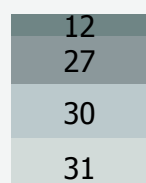
Polen



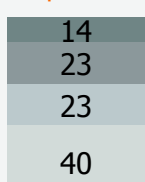
Russland



Frankreich



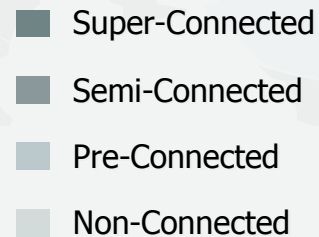
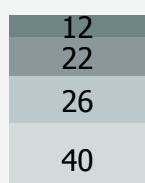
Spanien



Österreich



Italien



Basis: Insgesamt 10.272 Befragte ab 14 Jahren, Anfang 2012

Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum und GfK Tagung 2012

www.gfk-compact.com

Deutschland: Etwa drei Viertel der „Super-Connected“ sind unter 40.

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

	Deutschland	Super-Connected	Semi-Connected	Pre-Connected	Non-Connected
Alter	14 – 29 Jahre	54	39	17	2
	30 – 39 Jahre	23	19	14	5
	40 – 49 Jahre	17	22	25	11
	50 – 59 Jahre	4	12	24	15
	60 +	2	8	20	67
	Gesamt	100	100	100	100
Geschlecht	Männlich	63	53	46	44
	Weiblich	37	47	54	56
	Gesamt	100	100	100	100
Familienstand	Single	48	41	28	36
	Mit Partner	25	18	12	11
	Verheiratet	27	41	60	53
	Gesamt	100	100	100	100

Basis: 2099 Befragte in Deutschland ab 14 Jahren, Anfang 2012

Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum: Deutschland

www.gfk-compact.com

Berufstätigkeit und Orte der mobilen Internet-Nutzung in Deutschland.

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

	Deutschland	Super-Connected	Semi-Connected	Pre-Connected	Non-Connected
Berufstätige	Selbständige	8	10	8	2
	Angestellte	39	39	38	11
	Manager	4	6	4	0
	Arbeiter	14	8	13	10
	Gesamt	65	63	63	23
Nicht Berufstätige	Derzeit nicht berufstätig	8	16	28	67
	Noch nie berufstätig gewesen	28	20	10	9
	Gesamt	36	36	38	76
Orte der mobilen Internet- Nutzung*	Zu Hause	65	44	21	-
	Am Arbeits-/ Ausbildungsplatz, Uni, Schule	40	25	7	-
	Woanders außer Haus bzw. unterwegs	59	43	19	-

*mit Handy oder Smartphone

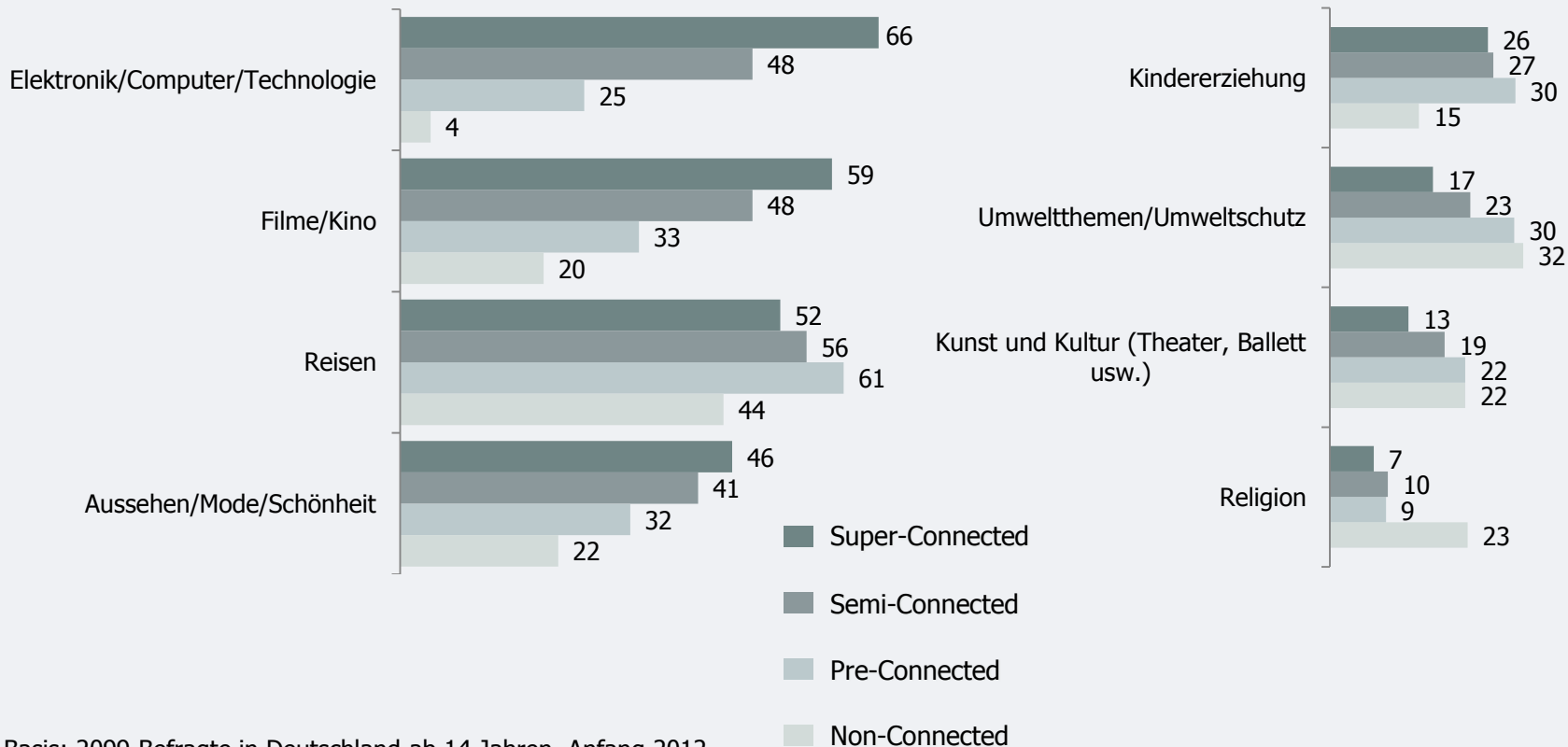
Basis: 2099 Befragte in Deutschland ab 14 Jahren, Anfang 2012

Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum: Deutschland

www.gfk-compact.com

Deutsche Super-Connected begeistern sich vor allem für technologische Themen.

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -



Basis: 2099 Befragte in Deutschland ab 14 Jahren, Anfang 2012

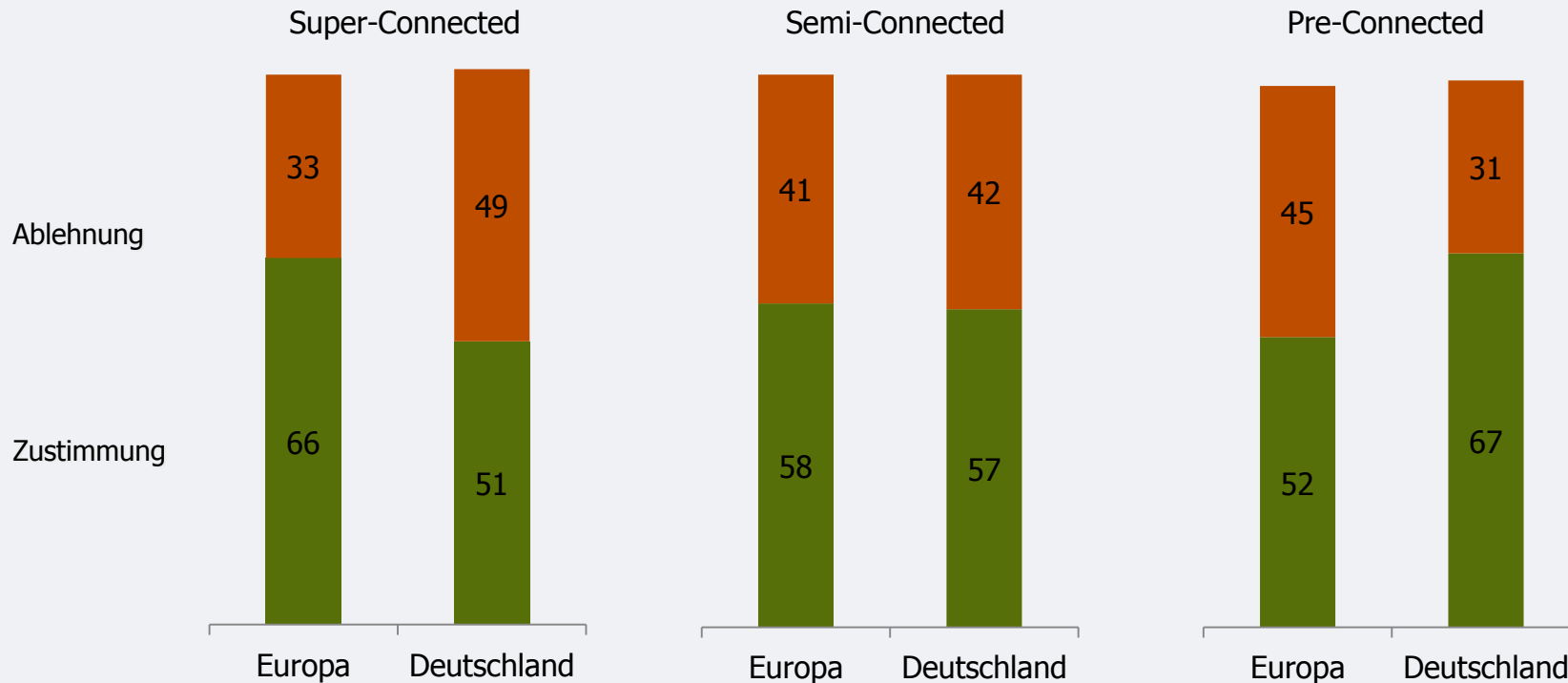
Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum: Deutschland

www.gfk-compact.com

Super-Connected in Deutschland: etwas gelassener als der europäische Durchschnitt.

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent, Rest auf 100% = „Keine Angabe“ -

„Wenn meine Daten nicht in meinen eigenen Geräten, sondern im Internet gespeichert sind, habe ich große Angst um die Datensicherheit.“



Basis: Teilgruppe: Handy- und Internet-Nutzer ab 14 Jahren, Anfang 2012

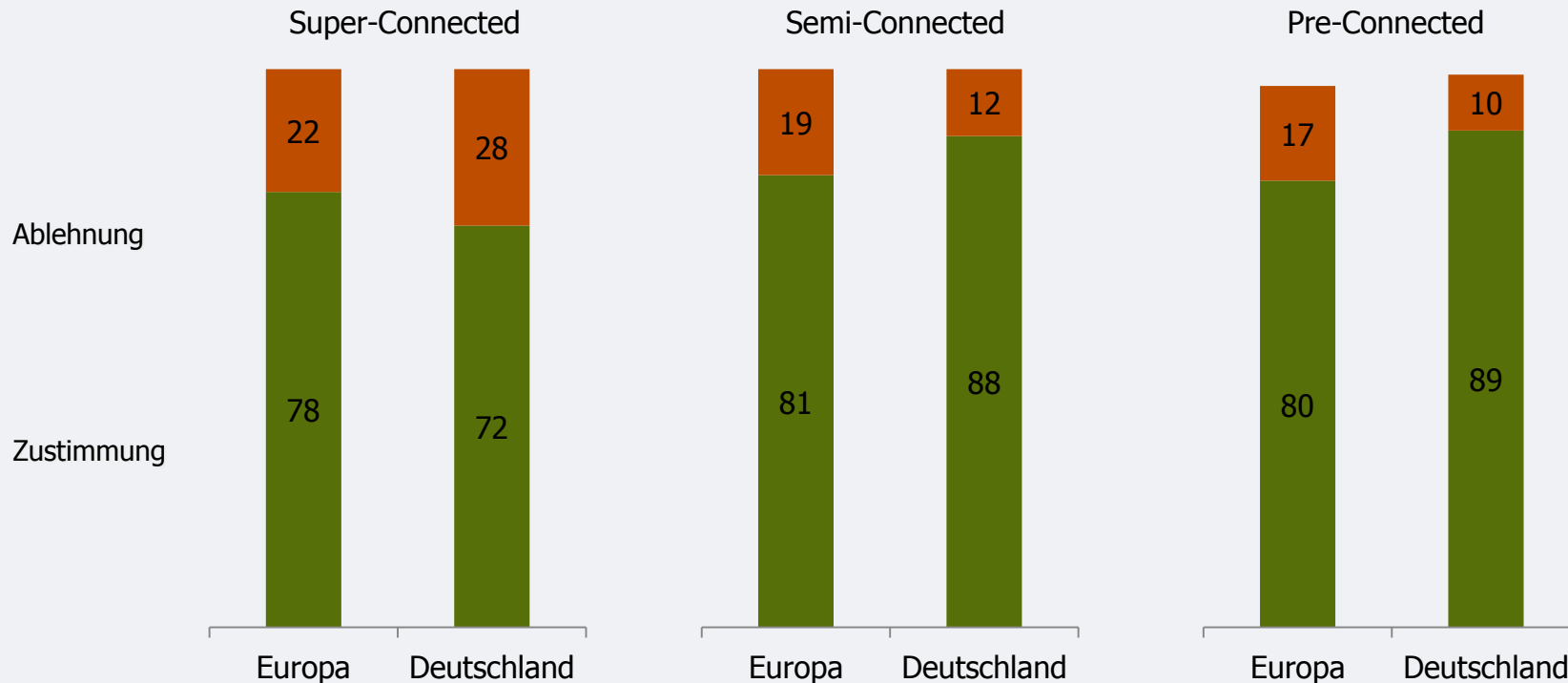
Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum und GfK Tagung 2012

www.gfk-compact.com

Mehrheit der Deutschen und Europäer ist vorsichtig mit ihren personenbezogenen Daten.

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent, Rest auf 100% = „Keine Angabe“ -

„Ich achte immer darauf, möglichst wenige Daten von mir im Internet preiszugeben.“



Basis: Teilgruppe: Handy- und Internet-Nutzer ab 14 Jahren, Anfang 2012

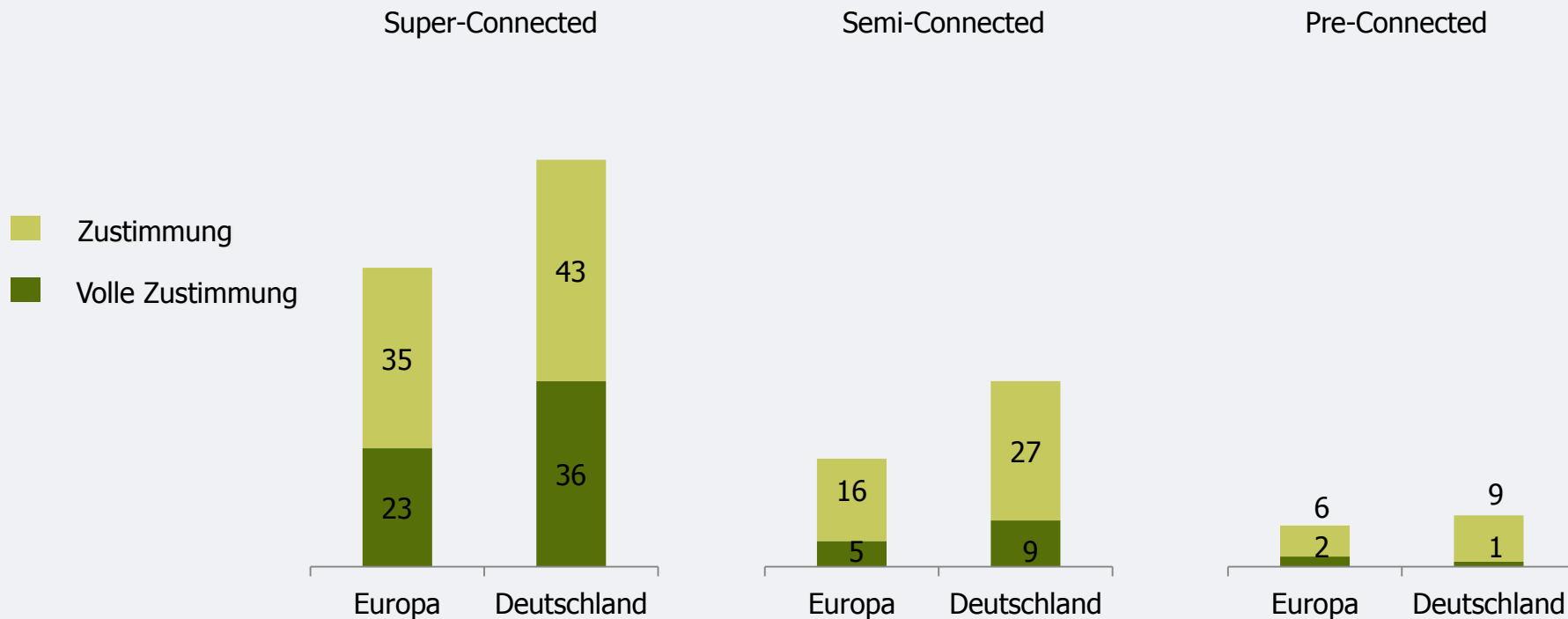
Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum und GfK Tagung 2012

www.gfk-compact.com

Bei den Deutschen besonders beliebt: Online-Shops haben immer und überall offen.

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

„Dass ich von überall aus über das Internet einkaufen oder bei Auktionen bieten kann, ist für mich nicht mehr wegzudenken.“



Basis: Teilgruppe: Handy- und Internet-Nutzer ab 14 Jahren, Anfang 2012

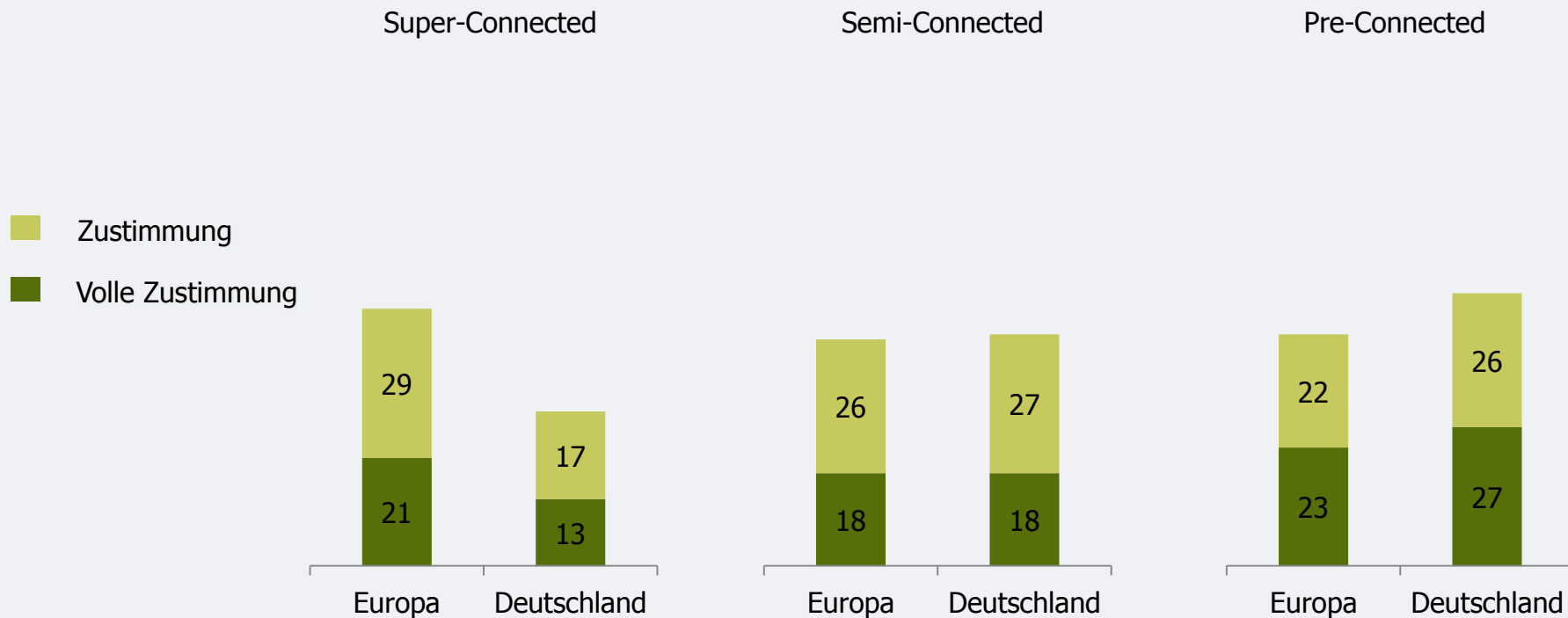
Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum und GfK Tagung 2012

www.gfk-compact.com

Deutsche Super-Connected nehmen sich nur selten eine bewusste Auszeit.

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

"Ich schalte zwischendurch ganz bewusst das Handy ab und bin für niemanden zu erreichen."



Basis: Teilgruppe: Handy- und Internet-Nutzer ab 14 Jahren, Anfang 2012

Quelle: European Consumer Study 2011 / 2012 - Trendsensor Konsum und GfK Tagung 2012

www.gfk-compact.com