

## **(26.06.2008) AGOF veröffentlicht internet facts**

**2008-I: neue Rekordzahl bei ausgewiesenen Zielgruppenmerkmalen in den Bereichen Produktinteresse und Kaufverhalten sowie psychografische Statements** **Frankfurt, 26. Juni 2008.** Die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die internet facts 2008-I weist Reichweiten- und Strukturdaten für 441 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis (+ 15 Prozent) und 2.092 Belegungseinheiten aus. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten aus dem AGOF Universum und Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate Januar bis März 2008. Die Daten der internet facts 2008-I sind ab sofort im AGOF Planungstool TOP 1.0 zur Mediaplanung hinterlegt.

### **Planungstool TOP 1.0 mit optimierter Datenqualität durch verfeinerte Zielgruppenmerkmale**

Mit der internet facts 2008-I hat die AGOF das Spektrum der in den Planungsdaten enthaltenen Zielgruppenmerkmale deutlich erweitert: So stehen statt wie bisher 34 ab sofort 59 Merkmale zu Produktinteresse und Kaufverhalten zur Verfügung. Zudem wurden die Palette der psychografischen Statements um Aussagen zur Bedeutung von Markenartikeln erweitert, und neue Kriterien wie Pkw- und Führerscheinbesitz in den Datensatz aufgenommen. TOP ermöglicht Online-Mediaplanern dadurch, Zielgruppen jetzt noch feiner und detaillierter zu segmentieren und so eine noch trennschärfere und hochwertigere Online-Planung durchzuführen.

### **Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern**

Mit einer Reichweite von 15,16 Mio. Unique Usern pro Monat (37,0 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von WEB.DE (13,29 Mio. bzw. 32,5 Prozent) und Yahoo! (11,00 Mio. bzw. 26,9 Prozent). MSN.de (8,81 Mio. bzw. 21,5 Prozent) und GMX (8,41 Mio. bzw. 20,6 Prozent) belegen die weiteren Plätze.

Bei den Vermarktern führt United Internet Media mit 19,69 Mio. Unique Usern pro Monat (48,1 Prozent) vor SevenOne Interactive mit 18,44 Mio. (45,1 Prozent) und InteractiveMedia mit 17,79 Mio. (43,5 Prozent). Im Weiteren folgen TOMORROW FOCUS (17,24 Mio. bzw. 42,1 Prozent) und Yahoo! Deutschland (11,49 Mio. bzw. 28,1 Prozent).

### **Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung**

Gemäß der internet facts 2008-I hat das Internet in Deutschland eine Reichweite von 65 Prozent, d.h. 41,99 Mio. Menschen sind im Netz (64,7 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (64,87 Mio.)). Das Internet hat sich dabei generationsübergreifend etabliert: So ist die werbe-relevante Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen mit 86,8 Prozent nahezu komplett online anzutreffen, bei den über 50-jährigen sind es inzwischen bereits 37,4 Prozent. Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 63,1 Prozent der Deutschen, d.h. 40,91 Mio. Menschen.

68,8 Prozent der Internetnutzer sind seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 28,16 Mio. Menschen. Neun von zehn Surfern (92,8 Prozent) gehen von zu Hause ins Internet, ein Drittel (33,7 Prozent) am Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz und weit über ein Viertel (29,5 Prozent) bei Freunden oder Verwandten bzw. woanders. Die beliebteste Art, von zu Hause aus online zu gehen, ist mit Abstand DSL, das in den eigenen vier Wänden von 68,9 Prozent



## (26.06.2008) AGOF veröffentlicht internet facts

### 2008-I: neue Rekordzahl bei ausgewiesenen

### Angeboten und optimierte Planungsgrundlage durch verfeinerte Zielgruppenmerkmale

der Online-gesetz wird (SCN) 9,6 Prozent). Top-Aktivitäten im Internet sind unverändert die E-Mail-Kommunikation (88,9 Prozent) und die Informationsrecherche (88,0 Prozent), gefolgt vom Lesen von Nachrichten zum Weltgeschehen (64,6 Prozent).

Die breite Nutzung des Internets wirkt sich auch auf das Einkaufsverhalten vieler Konsumenten aus. Mit 97,4 Prozent (39,87 Mio.) informieren sich quasi alle Onliner im Internet über Produkte. Führend bei der Online-Recherche sind Urlaubs- und Last-Minute-Reisen, Bücher, Eintrittskarten, Hotels und Musik-CDs. Der Anteil der Online-Shopper unter den Internet-nutzern liegt bei 86,0 Prozent, d.h. 35,17 Millionen Menschen haben in den vergangenen 12 Monaten Waren im Internet gekauft. Ganz oben auf der Online-Einkaufsliste stehen Bücher, Eintrittskarten, Musik-CDs, Hotel-bu-chungen sowie Damenbekleidung.

**Thomas Duhr**, Vorstandsvorsitzender der AGOF: *"Mit aktuell deutlich über 400 ausgewiesenen Angeboten aus den unterschiedlichsten Nutzungs-berei-chen des Internets einschließlich zahlreicher großer so genannter Web 2.0 Angebote deckt die internet facts das Internet in Deutschland inzwischen so umfassend ab, dass die Mediaplanung - und das ist aus Planungssicht für die werbetreibende Wirtschaft entscheidend - mit rund 95 Prozent so gut wie alle Internetnutzer bzw. Online-Nutzerzielgruppen über das AGOF Universum erreichen kann. In Kombination mit den jetzt verfeinerten Ziel-gruppen-merk-malen bietet die AGOF damit ein Analyse- und Planungs-instrumentarium, das im Hinblick auf Datenbreite und -tiefe sowie Planungsfunktionalitäten so im deutschen wie auch internationalen Online-Markt einmalig ist."*

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2008-I mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter [www.agof.de/internetfacts](http://www.agof.de/internetfacts).

#### **Die AGOF**

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AdLINK Media Germany, AOL Digital Marketing Group, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freenet AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GWP media marketing GmbH, Inter-activeMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Network Europe, Microsoft Advertising, QUALITY CHANNEL GMBH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: Ad2Net GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media & mediasquares, ADselect GmbH, allesklar.com AG, antonow advertising GmbH, AreaDigital AG, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH,



## **(26.06.2008) AGOF veröffentlicht internet facts**

**2008: neue Rekordzahl bei ausgewiesenen Angeboten und optimierte Planungsgrundlage durch verfeinerte Zielgruppenmerkmale**  
ZZH Online Media Sales Group GmbH, Europa Fashion Press-Verlag GmbH, Fantastic Zero, CoYellow Media AG, Greater Union Filmpalast GmbH, Hi Media Deutschland AG, IDG Communications Media AG, IMG Media GmbH, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Mirando GmbH & Co. KG, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, orangemedia.de GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi Ad orbi GmbH, wallstreet:online AG, Webguidez Entertainment GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH und WORT & BILD VERLAG.

[Laden Sie hier die Pressemitteilung als pdf-Dokument herunter.](#)

### **Bei Rückfragen:**

Nadja Elias  
AGOF Pressesprecherin  
Tel. 089/14339-222  
Fax: 089/14339-250  
Mobil: 0151/14264224  
Mail: [nadja.elias@agof.de](mailto:nadja.elias@agof.de)

Zarifa Schmitt  
Stv. AGOF Pressesprecherin  
Tel. 0221/5886-401  
Fax: 0221/5886-409  
Mobil: 0163/5886401  
Mail: [zarifa.schmitt@agof.de](mailto:zarifa.schmitt@agof.de)