

Frankfurt, 23. August 2012
Pressemitteilung

Ein Netz für alle Generationen

internet facts 2012-06 zeigt: Anteil der Generation 50+ wächst im Netz weiter / Kaufkraft der Onliner in Deutschland im Vorjahresvergleich deutlich gestiegen

Das Internet ist längst nicht mehr nur Spielplatz junger Zielgruppen. Wie eine Gegenüberstellung der heute veröffentlichten AGOF internet facts 2012-06 mit der Studienausgabe vom Juni 2011 zeigt, ist der Anteil der Internetnutzer über 50 Jahre um 1,6 Prozent gestiegen. Fast 16 Millionen Onliner gehören aktuell zur Altersklasse 50+, im Vorjahreszeitraum lag der Anteil noch bei 14,87 Millionen. Damit sind, mit Blick auf die Gesamtbevölkerung, bereits 49,6 Prozent dieser Generation im Netz unterwegs. In allen anderen Jahrgängen bleibt die Online-Durchdringung hoch. Durchschnittlich 93 Prozent der 14-49 Jährigen sind in Deutschland online, vor allem die 14-19 Jährigen mit 97,3 Prozent so gut wie vollständig.

Gleichzeitig wuchs die Kaufkraft der User deutlich: 29,07 Millionen, und damit über 57 Prozent, verfügen aktuell über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2000 EUR im Monat – ein Plus von rund 1,5 Millionen Usern im Vergleich zum Vorjahr. Zudem stieg die Zahl der Internutzer, die bereit sind für Qualität mehr Geld zu bezahlen, auf 77,1 Prozent. Kombiniert mit ihrer Werbeaffinität (44,1 Prozent geben an, durch Werbung schon häufiger auf interessante Artikel aufmerksam geworden zu sein) finden Werbetreibende damit ideale Adressaten im Netz.

Die Erkenntnisse basieren auf den Zahlen der Markt-Media-Studie internet facts 2012-06 für den Einzelmonat Juni 2012, die die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) heute veröffentlichte und die Reichweiten- und Strukturdaten für 689 Online-Werbeträger und 3.349 Belegungseinheiten sowie Kerndaten zur Internetnutzung, Zielgruppen und E-Commerce ausweist. Die Daten stehen ab sofort im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP zur Verfügung.

Reichweitenrankings der Angebote und Vermarkter

Mit einer Reichweite von 25,01 Millionen Unique Usern im Monat Juni 2012 (49,2 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (23,85 Mio. bzw. 46,9 Prozent) und gutefrage.net (17,98 Mio. bzw. 35,4 Prozent). WEB.DE (15,23 Mio. bzw. 30,0 Prozent) und Yahoo! Deutschland (13,27 Mio. bzw. 26,1 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf.



Bei den Vermarktern führt im Einzelmonat Juni TOMORROW FOCUS MEDIA mit 30,35 Millionen Unique Usern (59,7 Prozent) vor InteractiveMedia mit 29,16 Millionen (57,4 Prozent) und United Internet Media mit 26,75 Millionen (52,6 Prozent). Es folgen Axel Springer Media Impact (26,41 Mio. bzw. 52,0 Prozent) und SevenOne Media (26,41 Mio. bzw. 51,9 Prozent).

In der durchschnittlichen Woche wird das Ranking von InteractiveMedia angeführt (16,69 Mio. bzw. 32,8 Prozent), auf den Plätzen zwei und drei folgen United Internet Media (16,52 Mio. bzw. 32,5 Prozent) und TOMORROW FOCUS MEDIA (16,49 Mio. bzw. 32,4 Prozent). SevenOne Media mit 14,41 Millionen Unique Usern (28,4 Prozent) und Axel Springer Media Impact mit 14,07 Millionen Unique Usern (27,7 Prozent) beschließen die Top5.

Die Reichweiten der Gesamtangebote basieren auf den nach Maßgabe der agma-Gremien erhobenen Daten der ma Online, die von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) herausgegeben wird. Die ma 2012 Online 6 erscheint parallel zur internet facts 2012-06 am heutigen Tag.

Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2012-06 waren in Deutschland im Ausweisungszeitraum insgesamt 74 Prozent, d.h. 51,77 Millionen Menschen im Netz (73,7 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,21 Mio.)). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen im Juni 2012 72,4 Prozent der Bevölkerung, d.h. 50,84 Millionen Menschen.

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2012-06 mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter www.agof.de/internetfacts.

Über die internet facts

Mit ihrer Markt-Media-Studie internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF durch die Überführung des Reichweitenteils unter die methodische Hoheit der agma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der agma erscheint, wird von der [Sektion Internet](#) in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantwortet. Ausgewiesen werden in der internet facts Struktur- und Reichweitendaten für über 700 Internet-Werbeträger der [Studienteilnehmer](#) an der internet facts.

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING



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 Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

Bei Rückfragen:

Katharina Böhm

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 069/264 888-318

Fax: 069/264 888-320

Mobil: 0151/126 713 88

Mail: katharina.boehm@agof.de

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING