



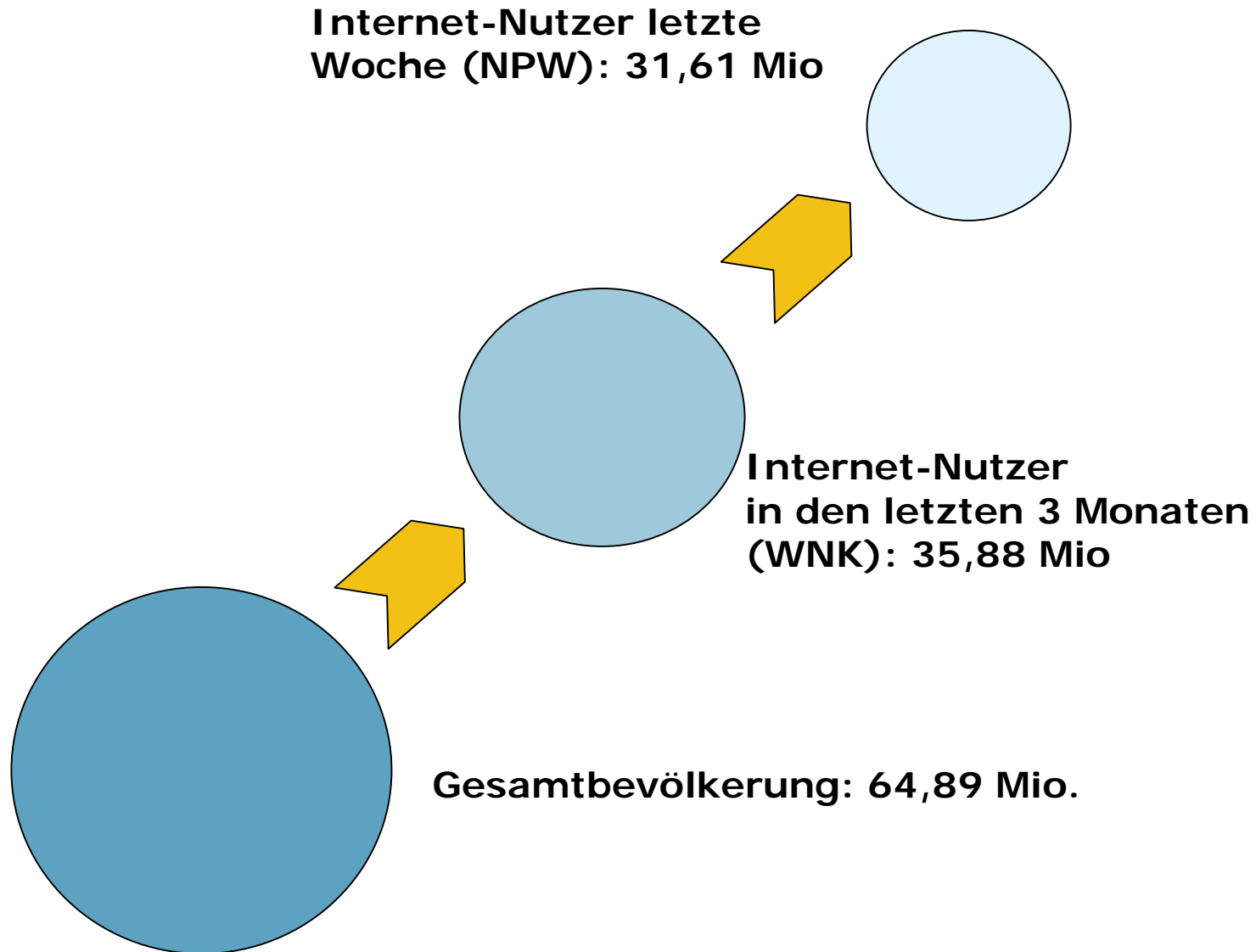
internet facts 2005-IV

Graphiken zu dem Berichtsband

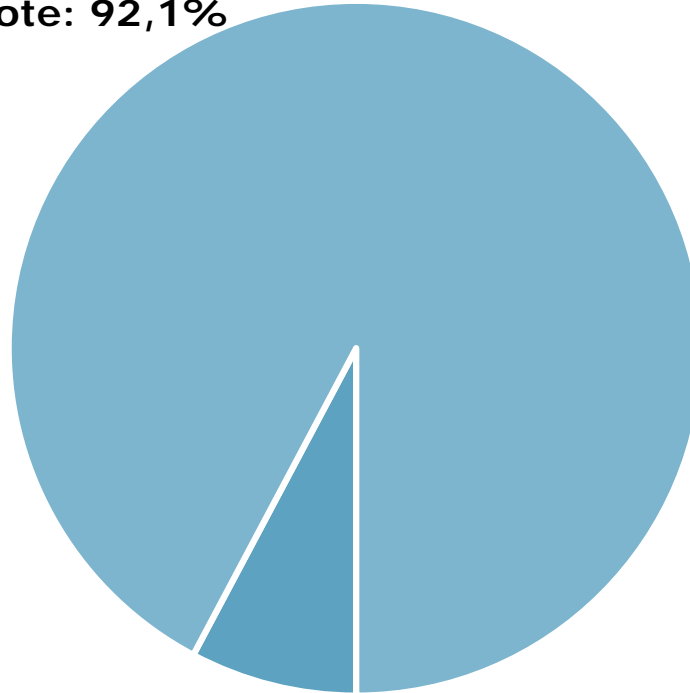
AGOF e.V. Juli 2006



Graphiken aus Teil 1 des Berichtsbandes

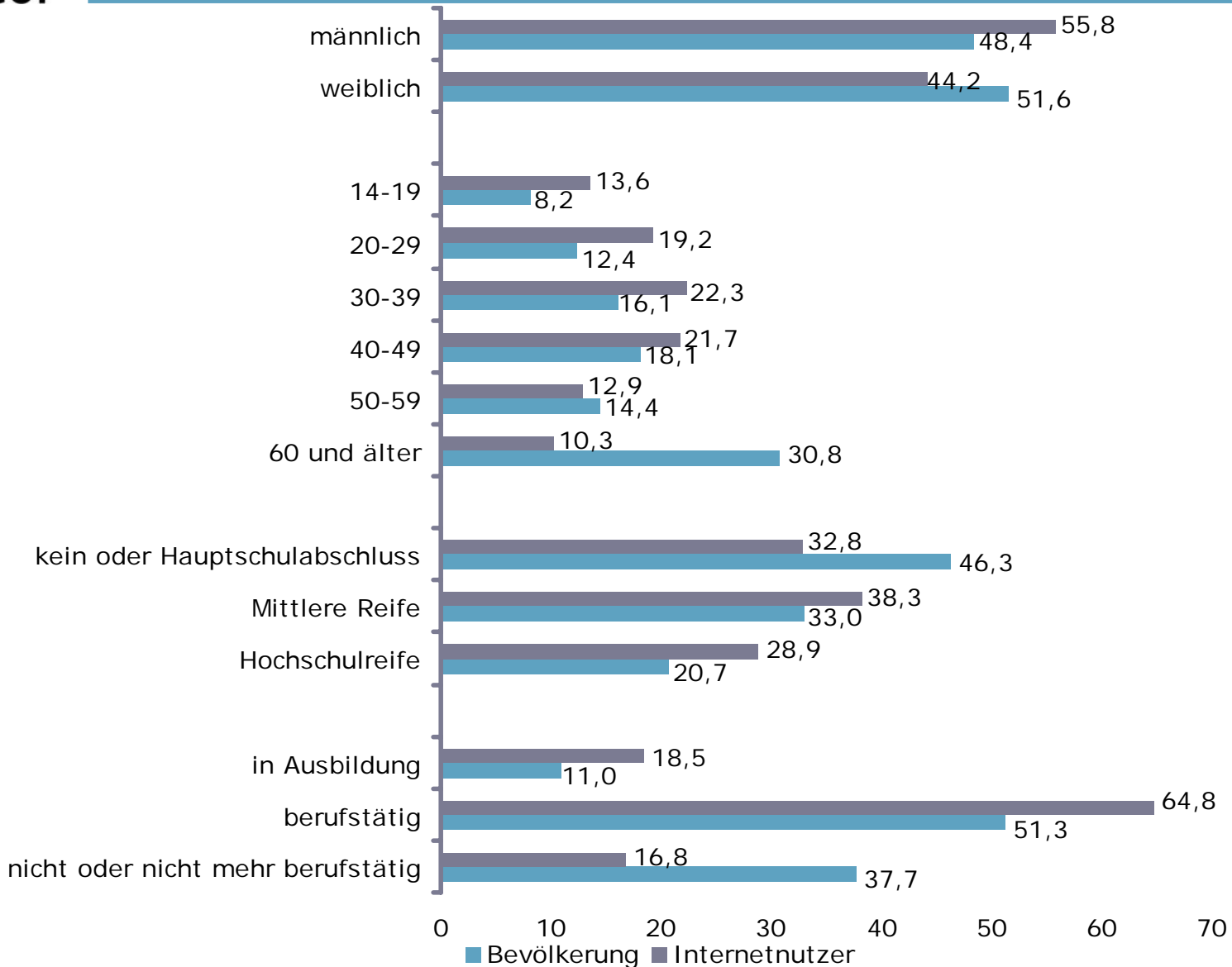


**Nutzung
AGOF-Angebote: 92,1%**

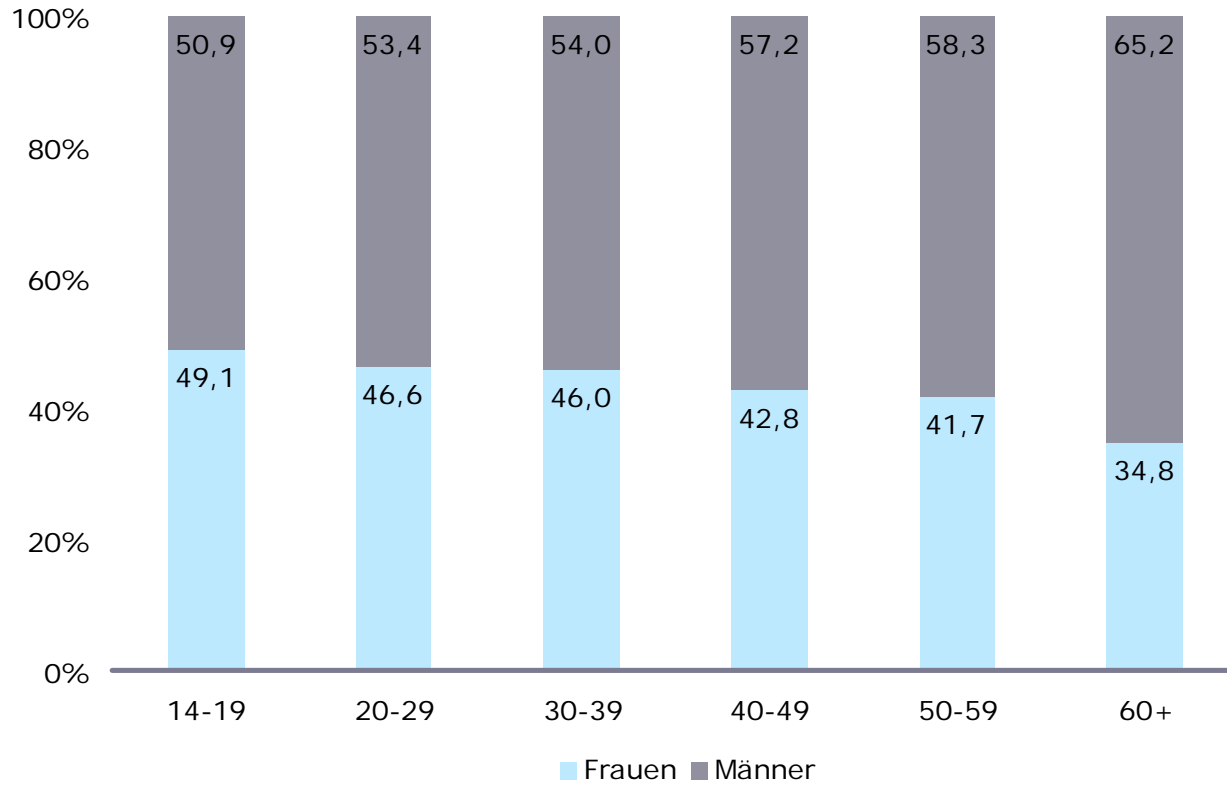


**Keine Nutzung AGOF-
Angebote: 7,9%**

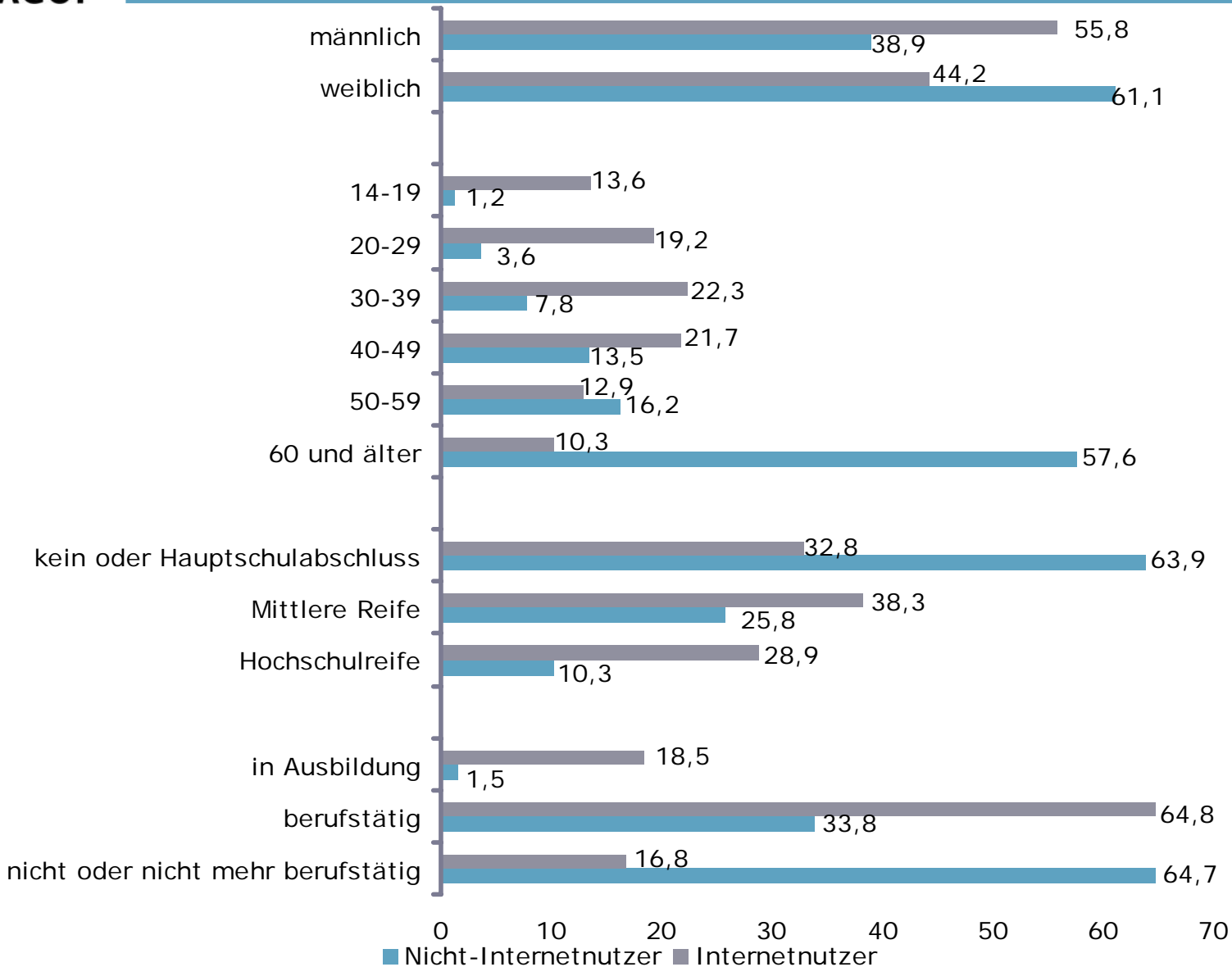
Soziodemographie Onliner vs. Bevölkerung



Frauenanteil in Altersgruppen

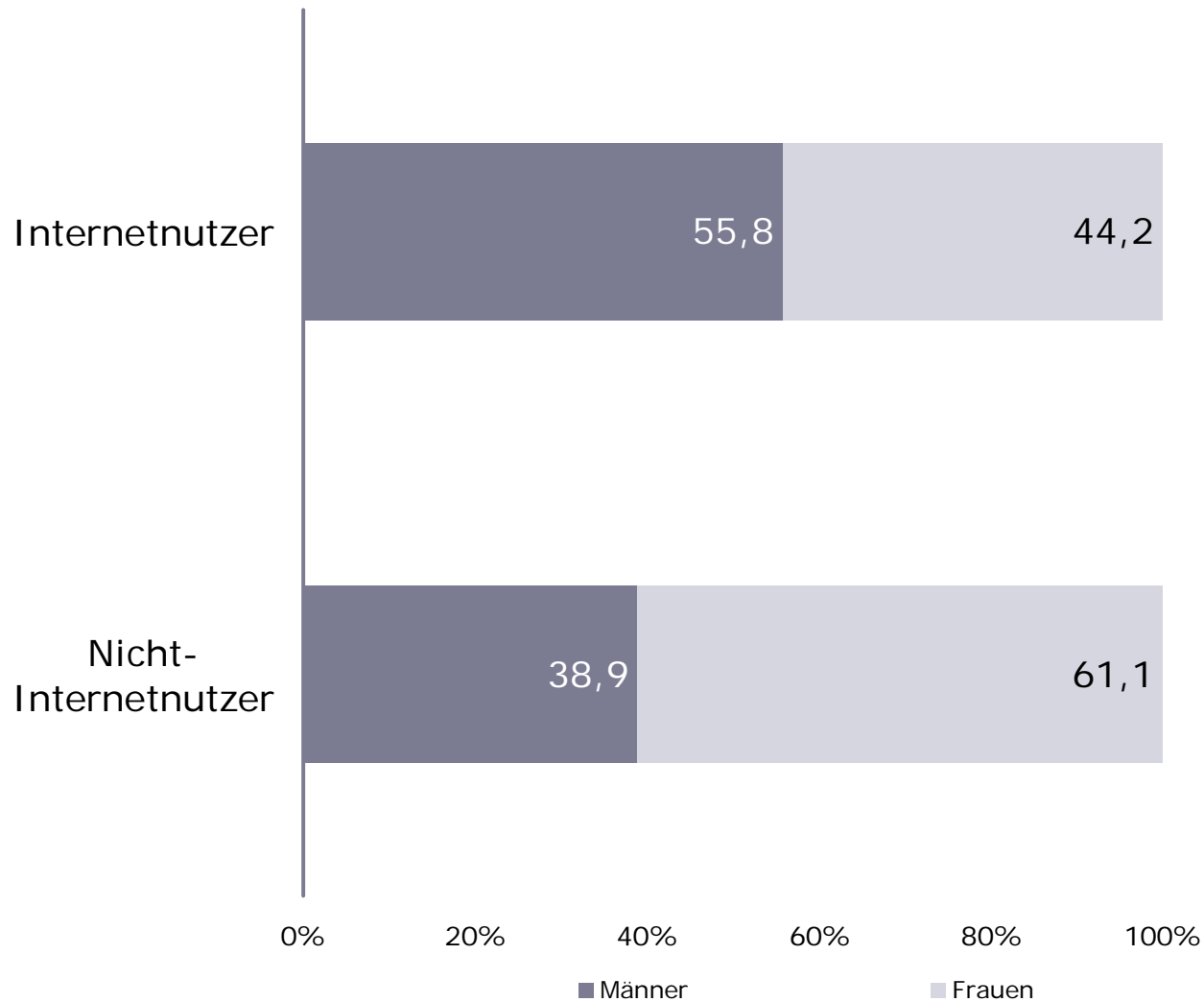


Soziodemographie Onliner vs. Nonliner

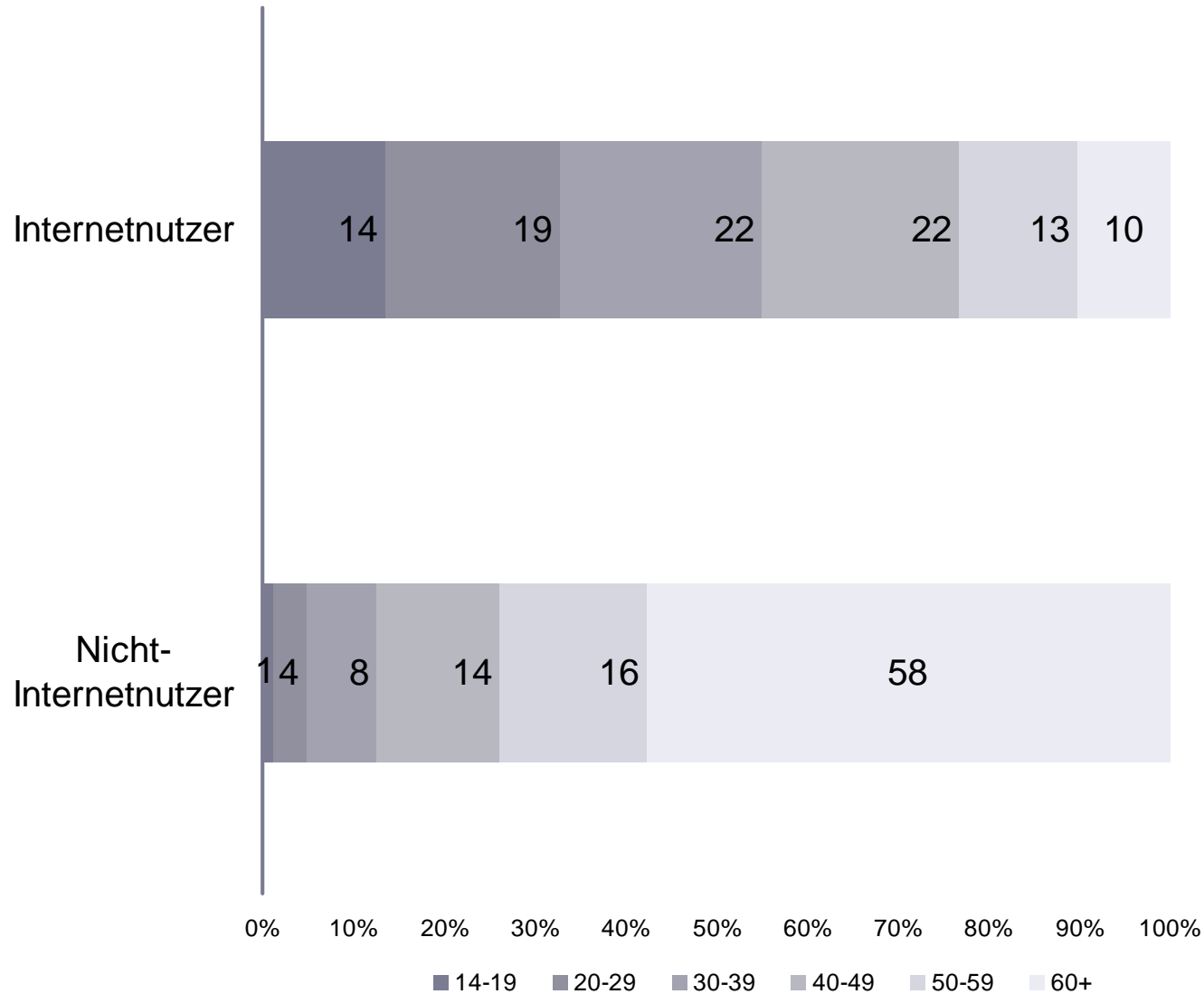


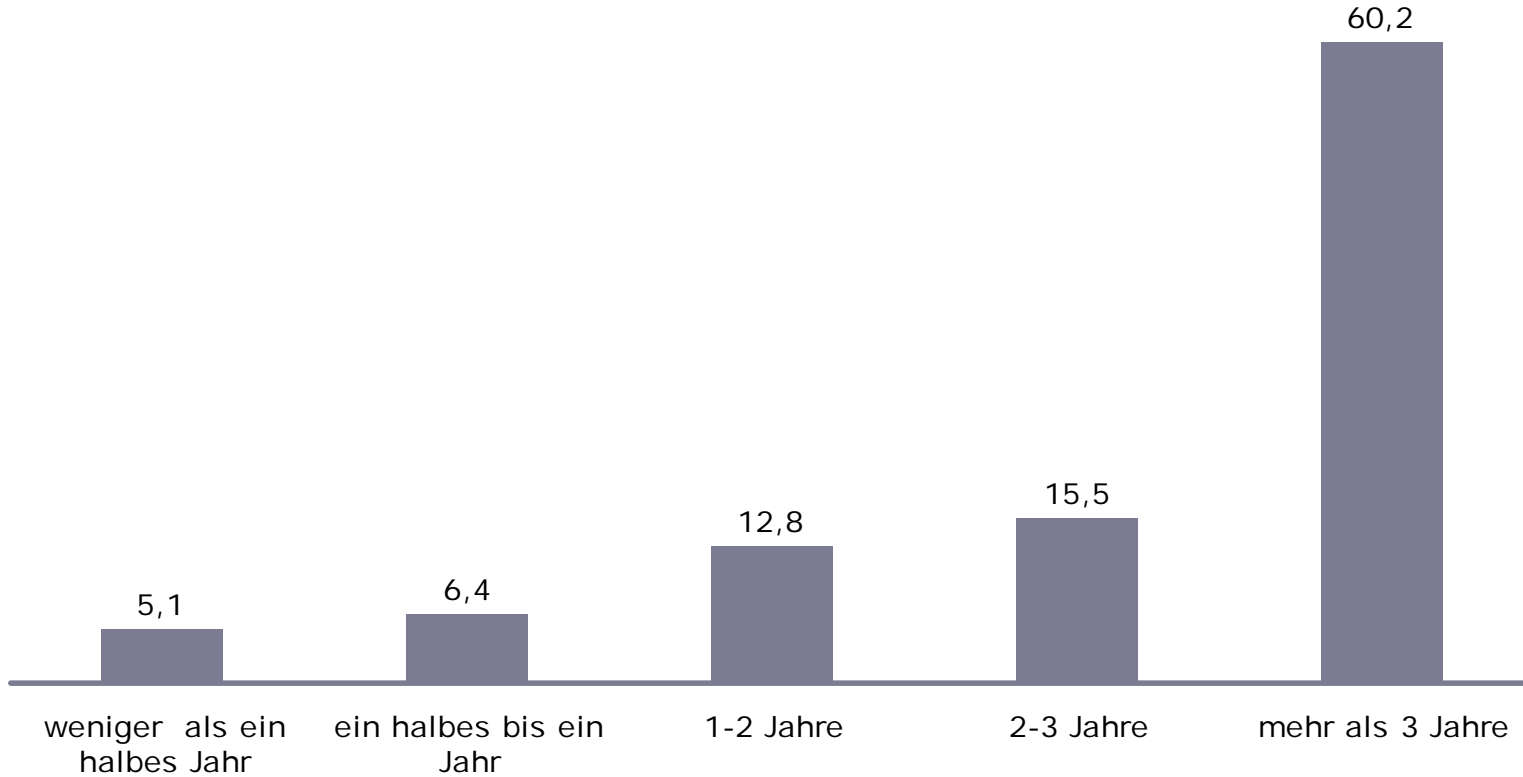
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 16.123 ungewichtete Fälle (Nicht-Internetnutzer) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Geschlechterverteilung Onliner vs. Nonliner



Altersstrukturen Onliner vs. Nonliner

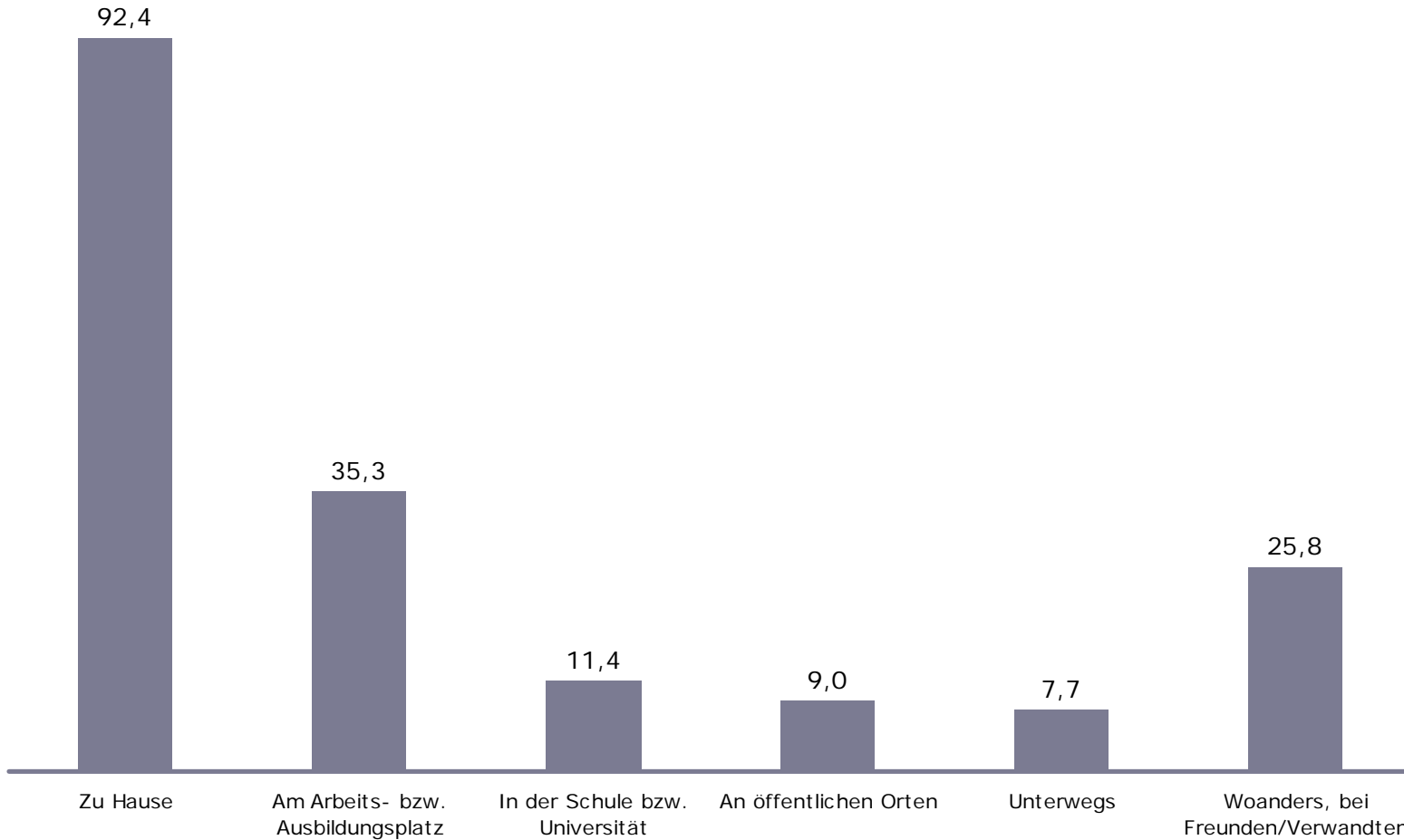




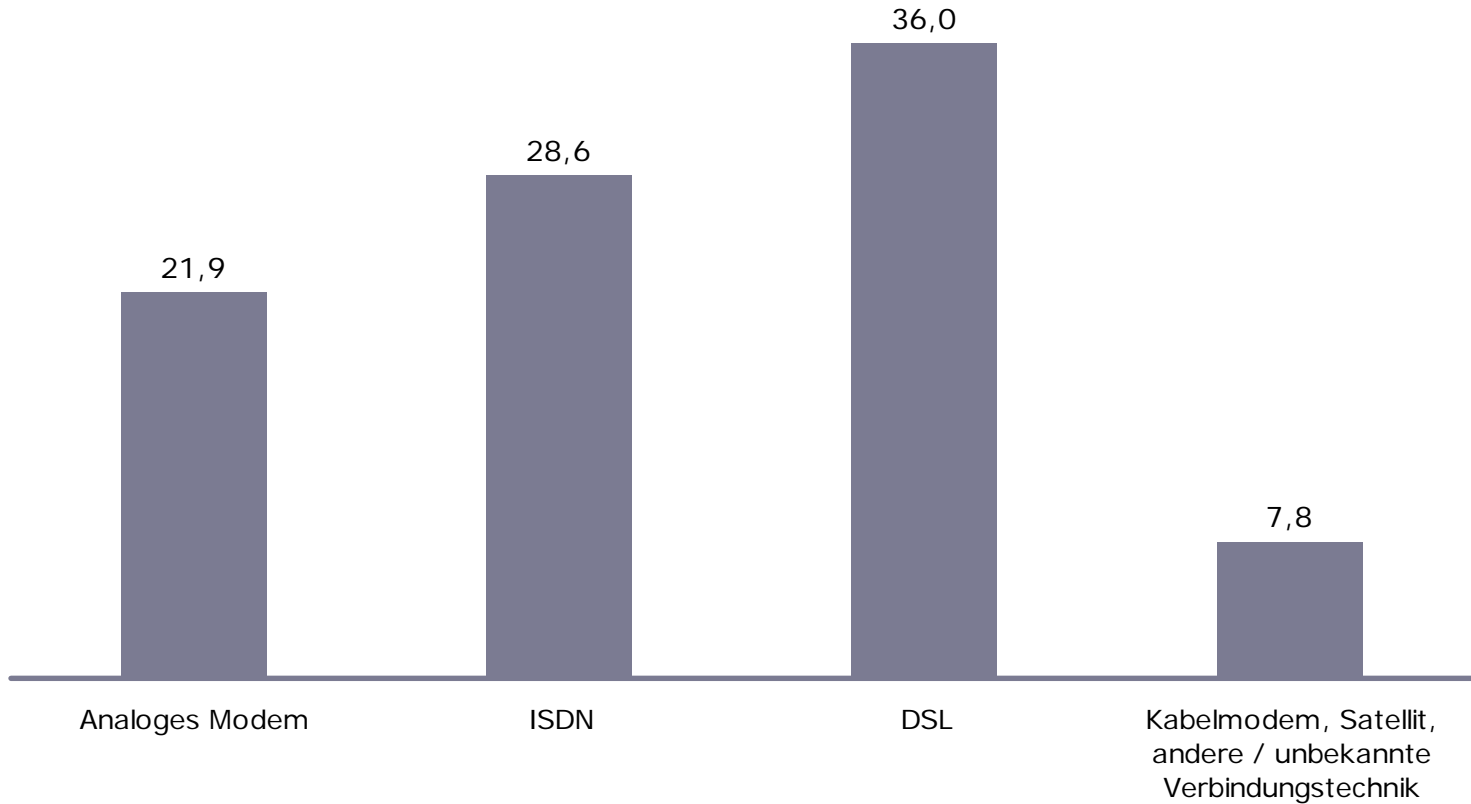
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“

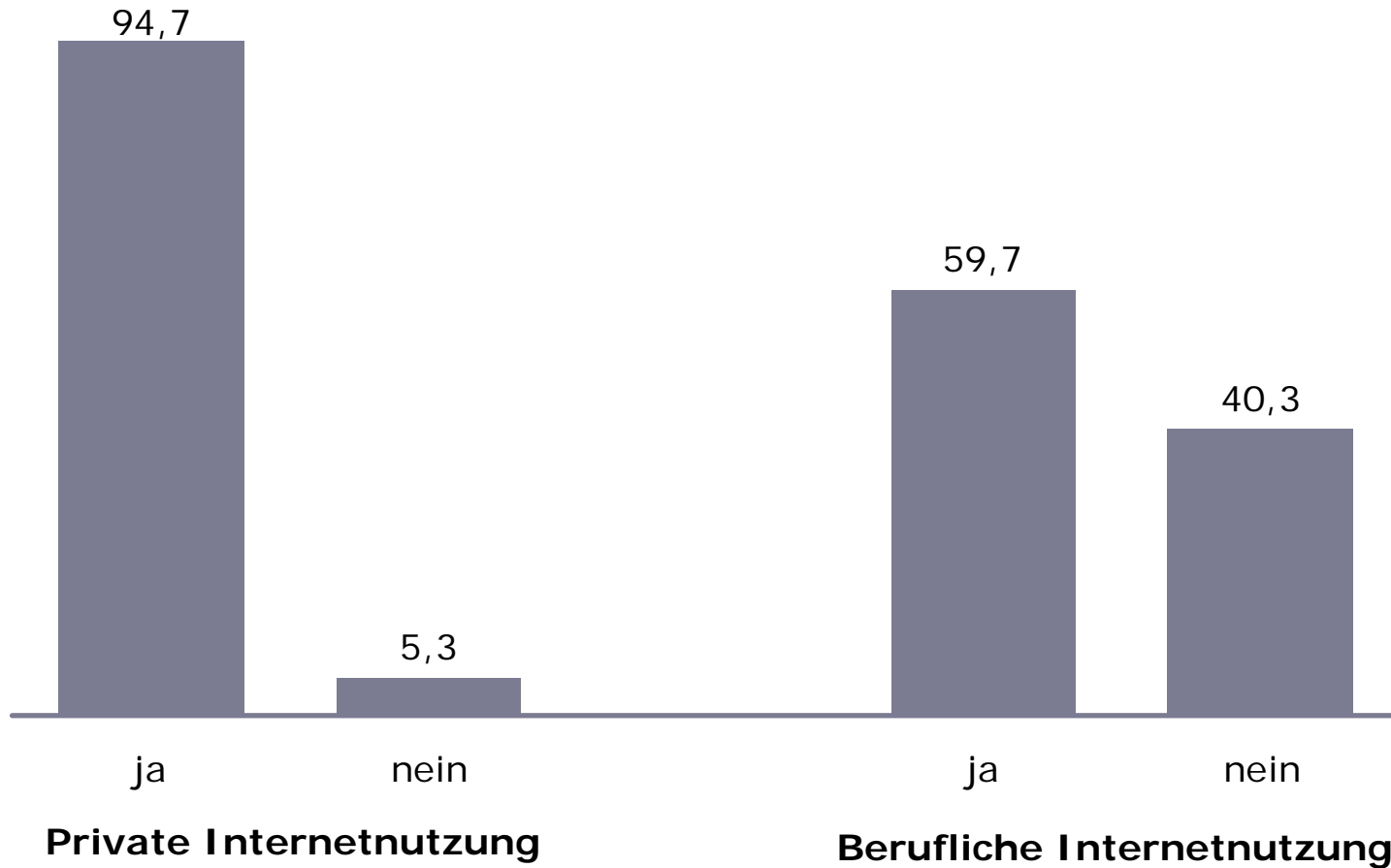
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



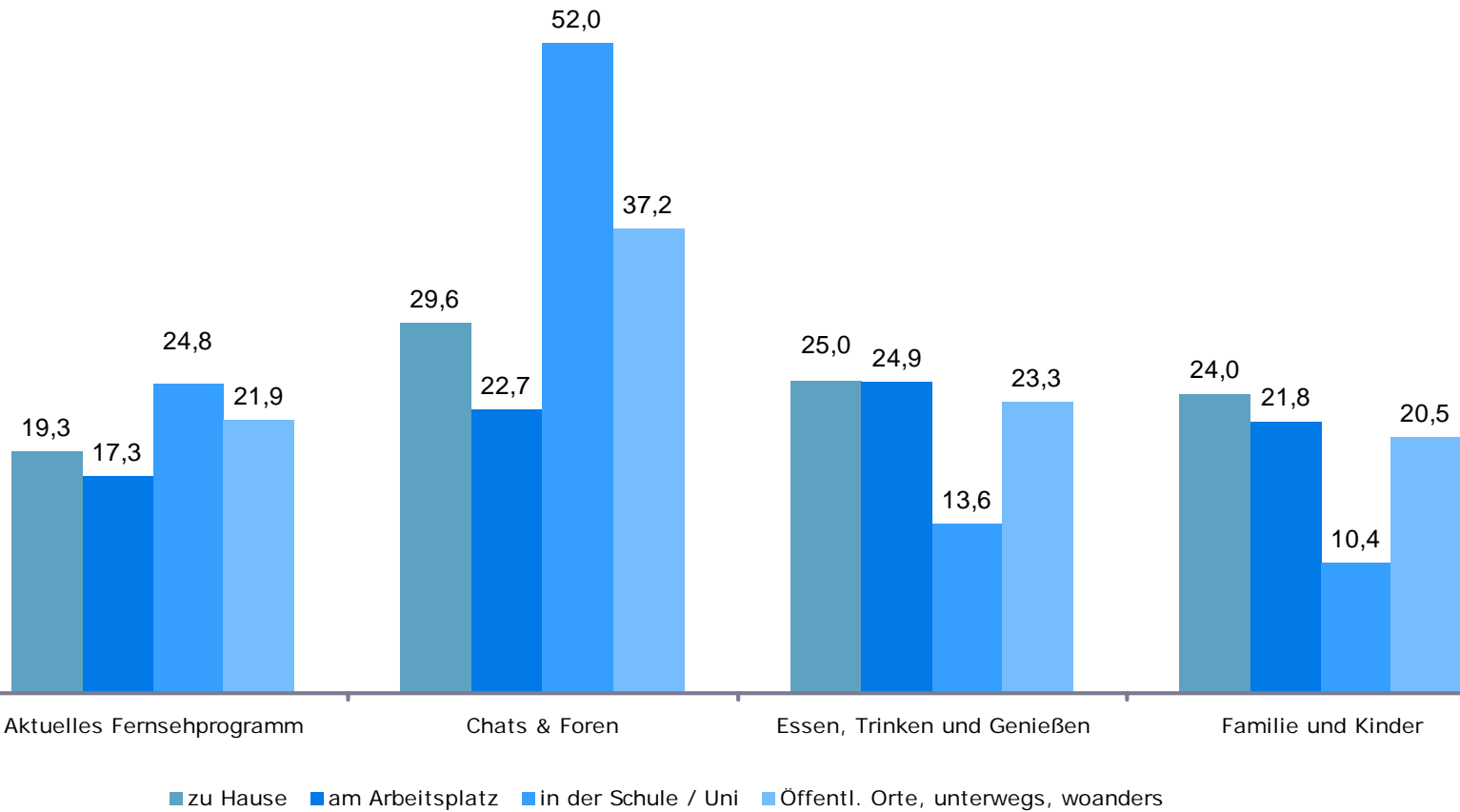
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Welche Verbindungstechnik nutzen Sie für Ihren Internetzugang zu Hause?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



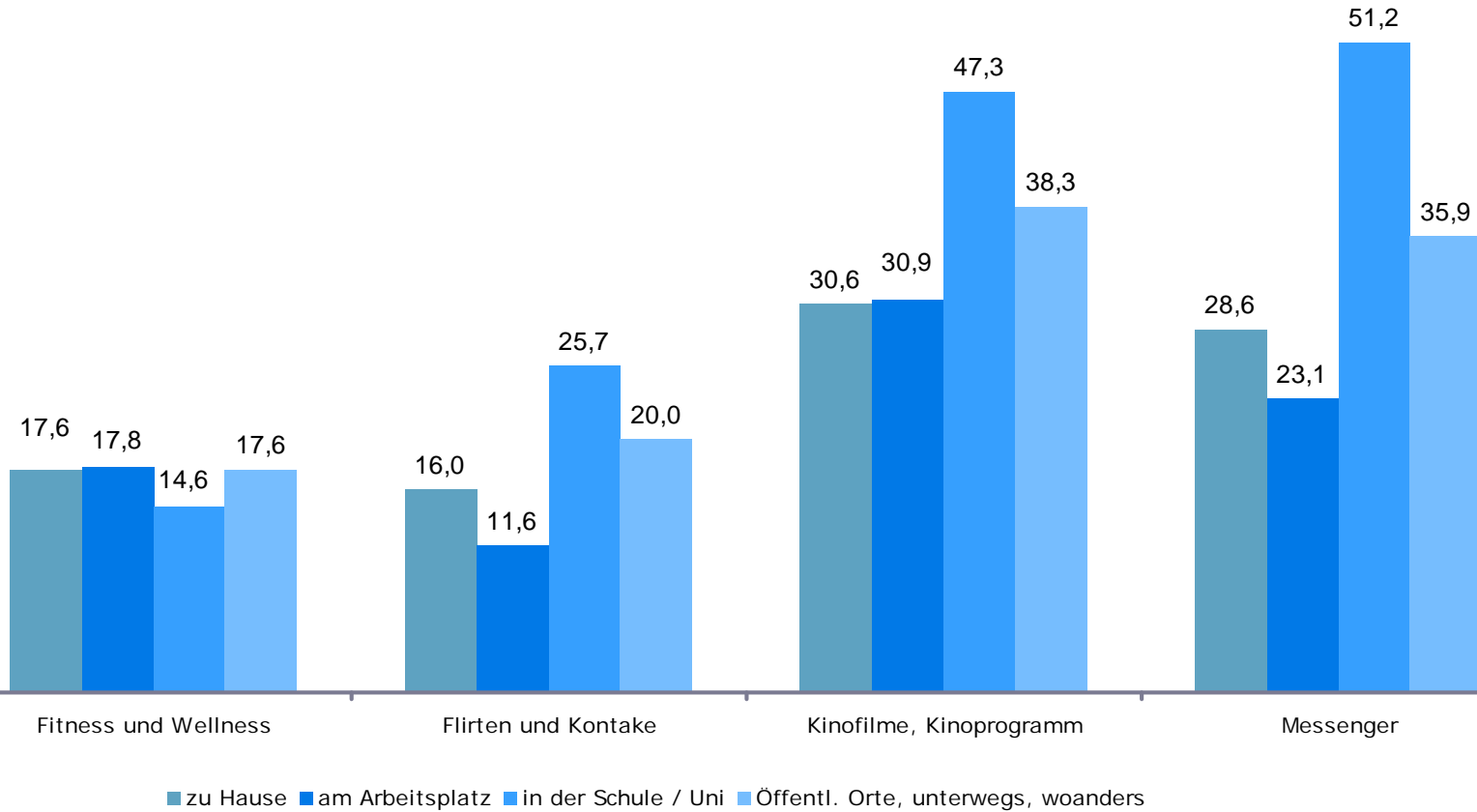
Basis: 99.295 gewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



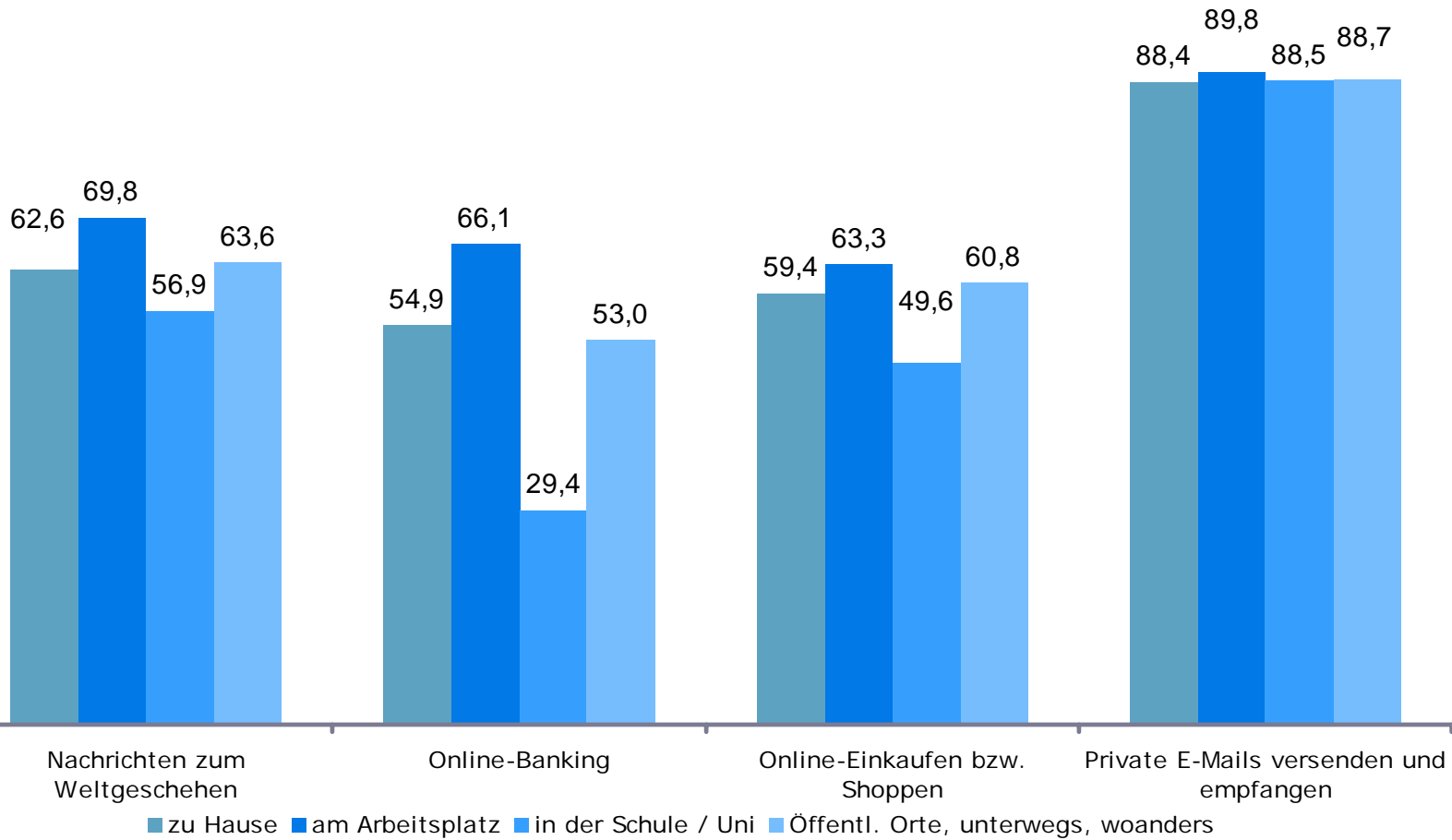
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



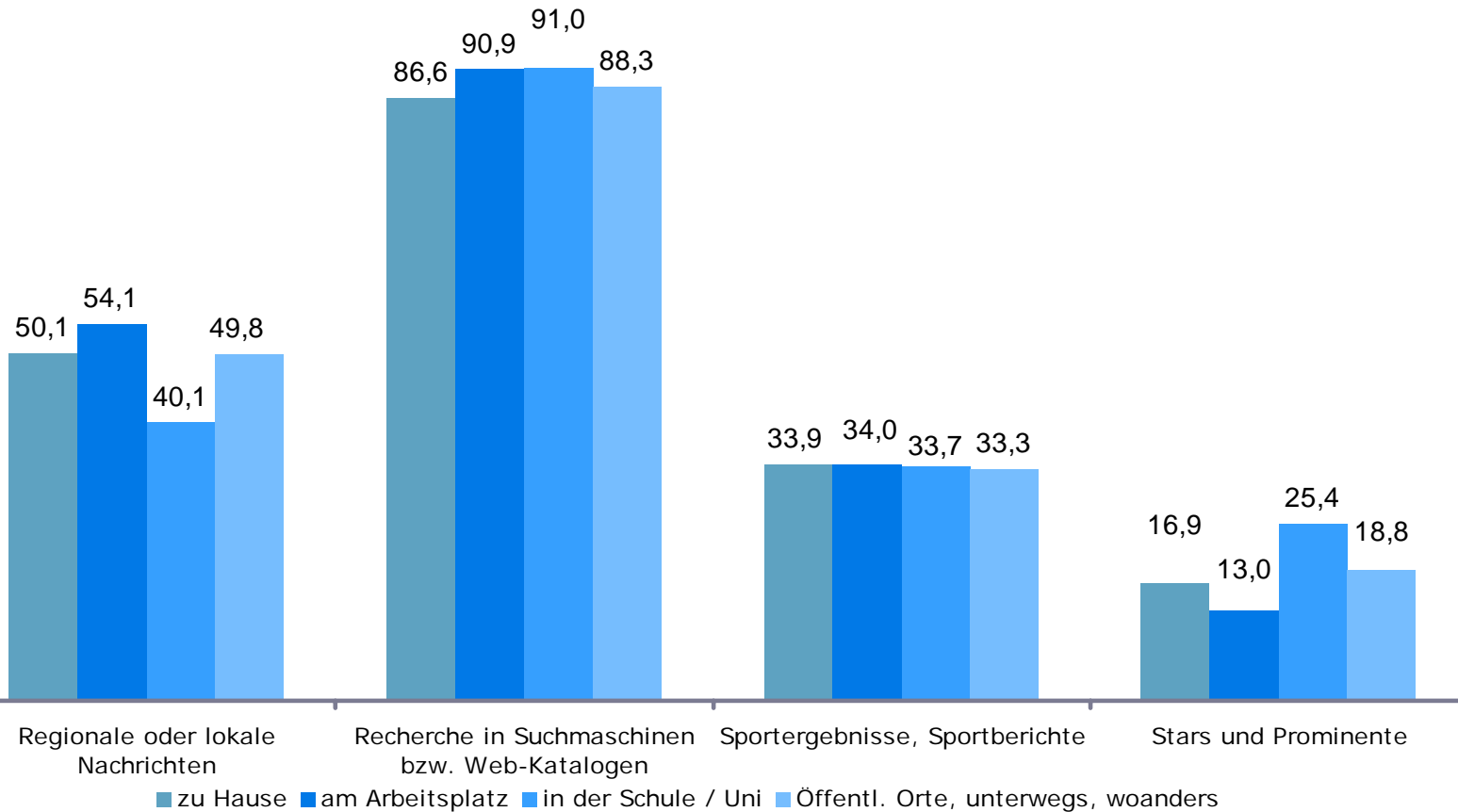
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

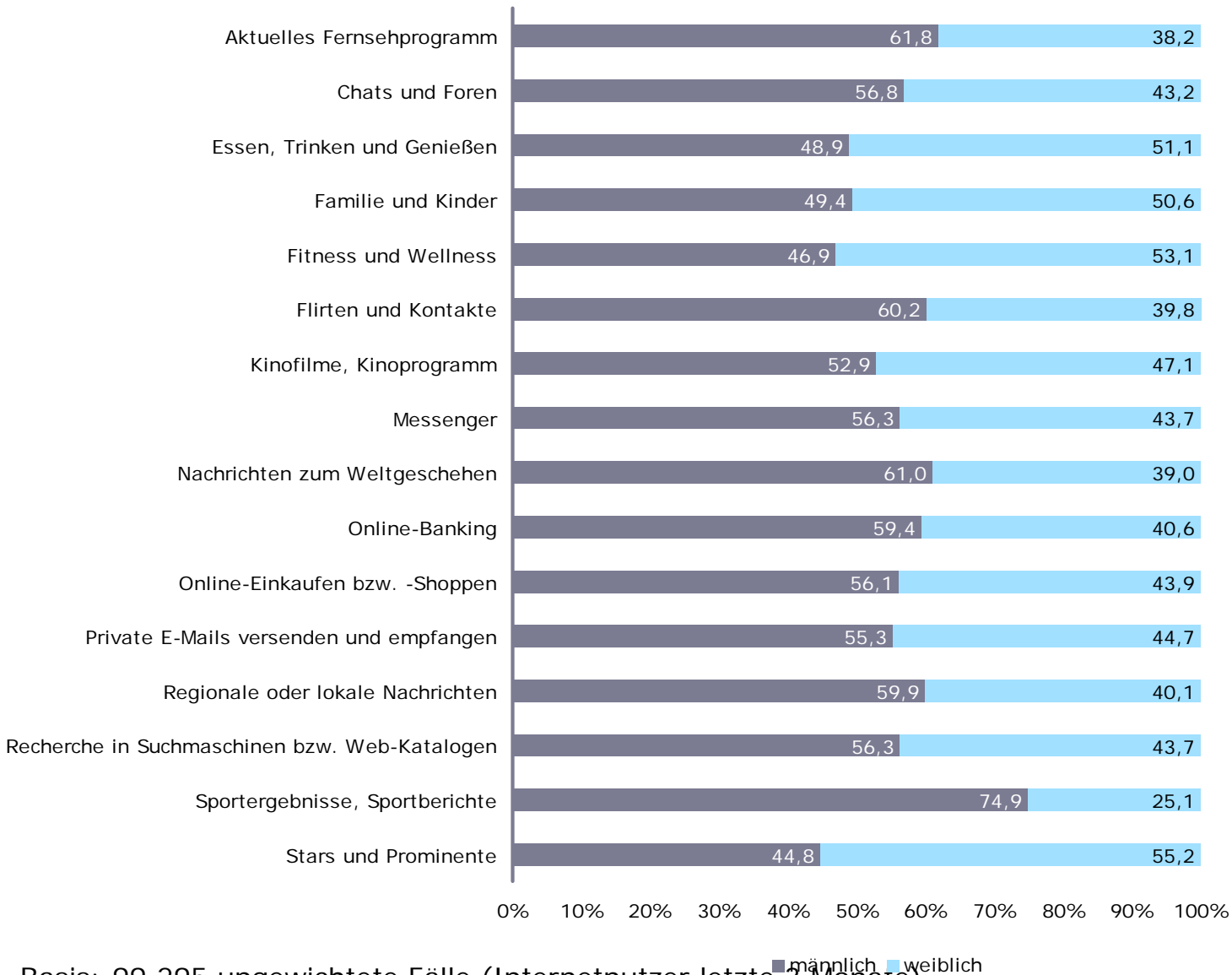


Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



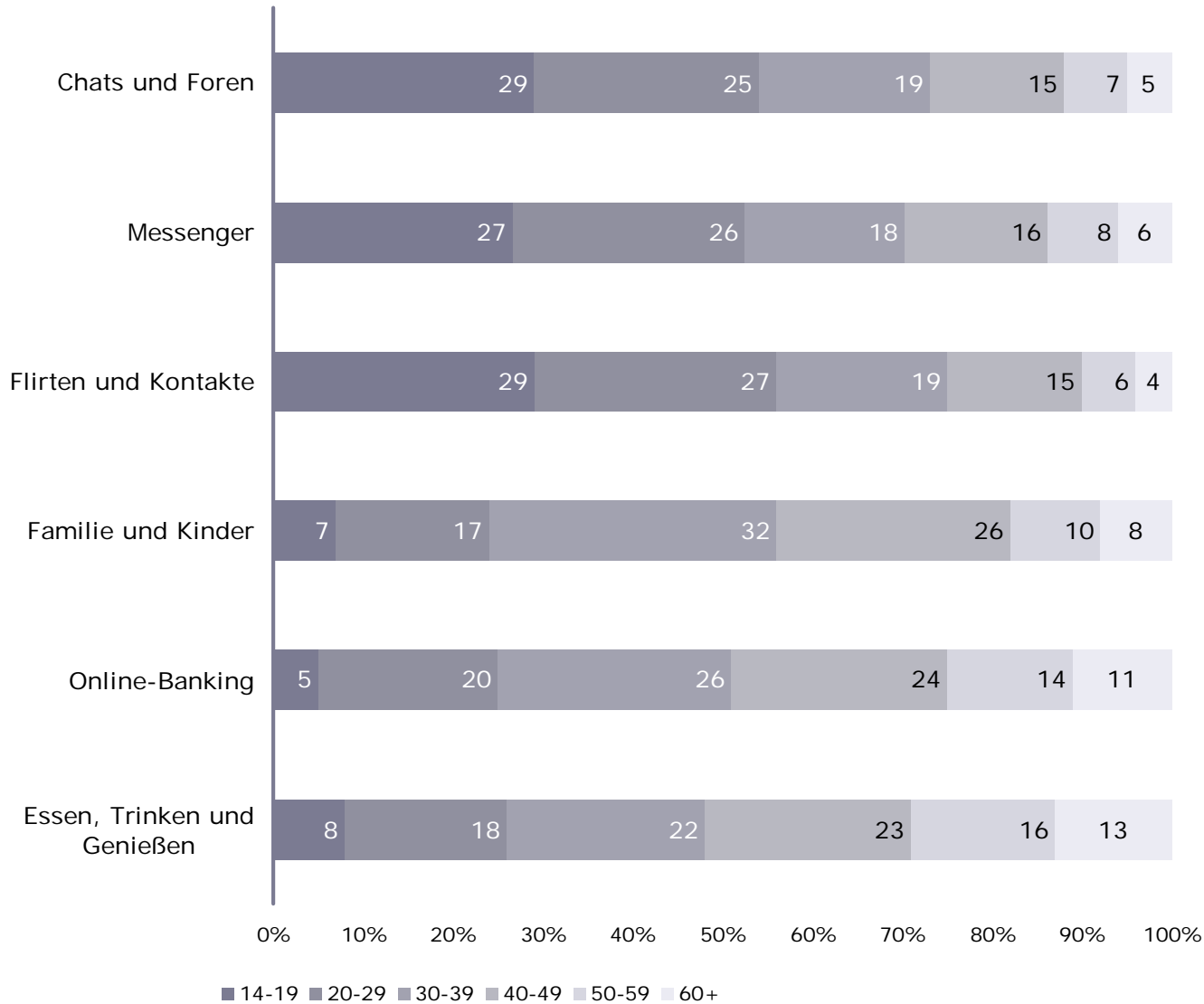
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Geschlechterverteilung in den Themenbereichen



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Altersverteilung in den Themenbereichen

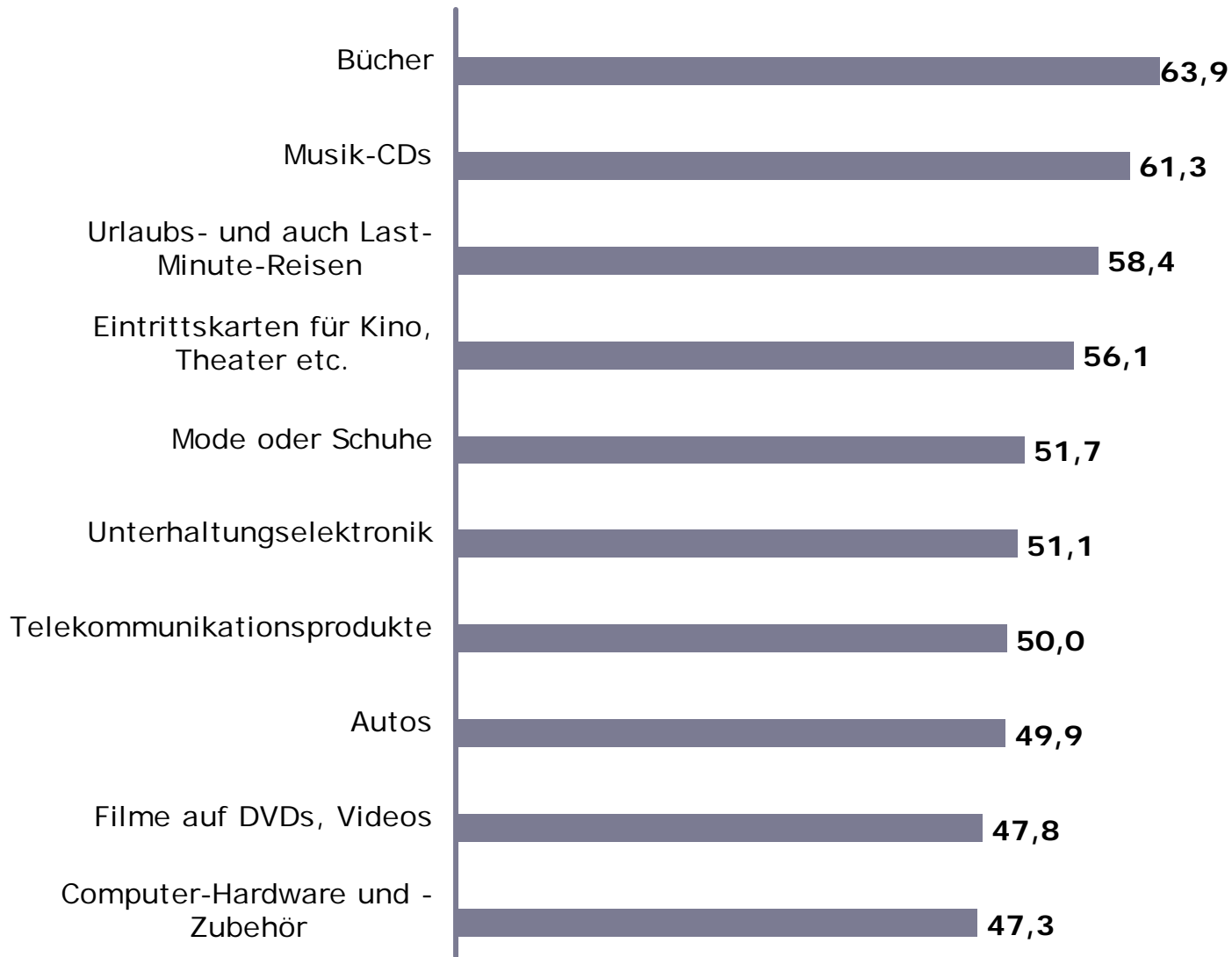


Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“

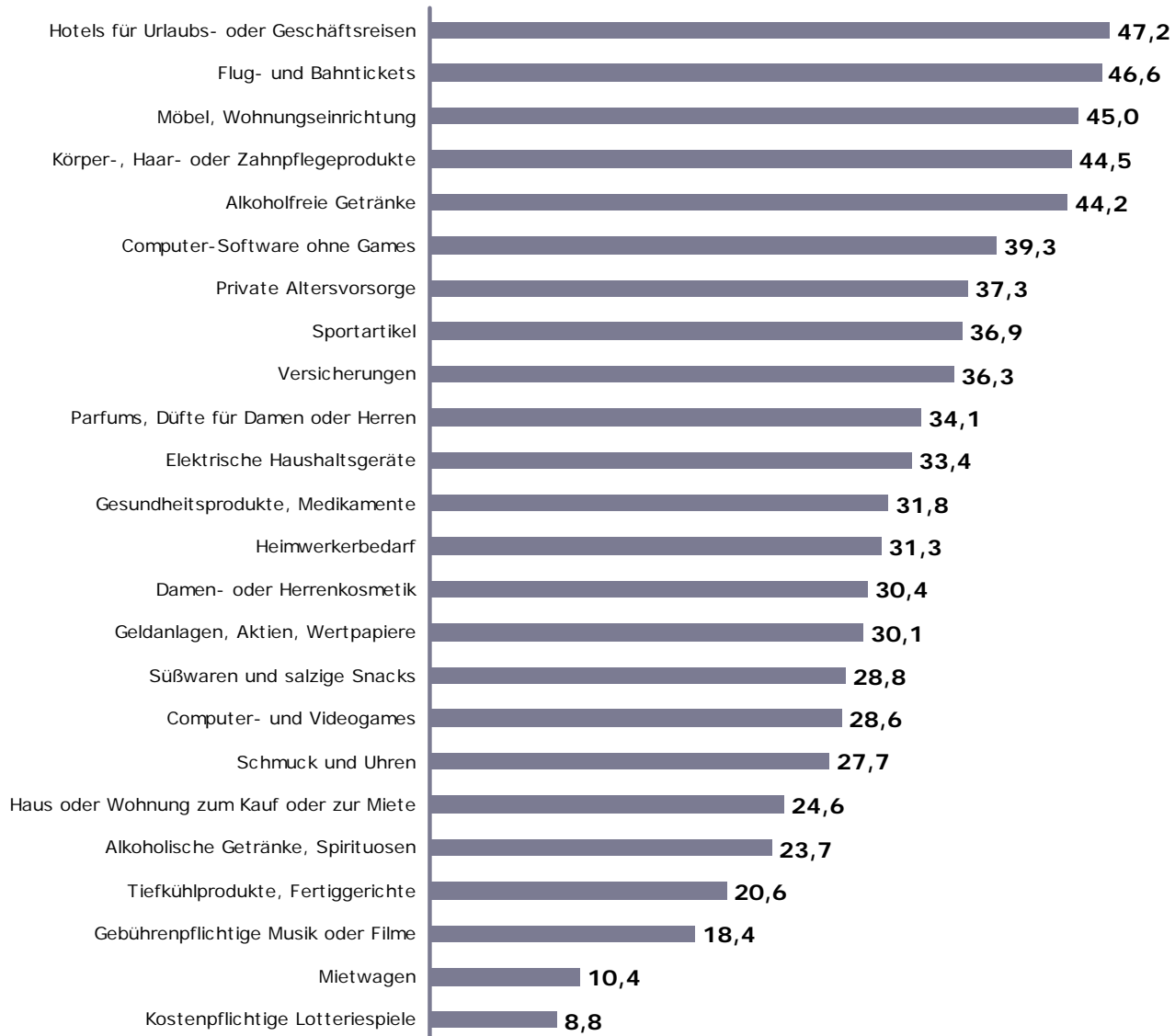
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



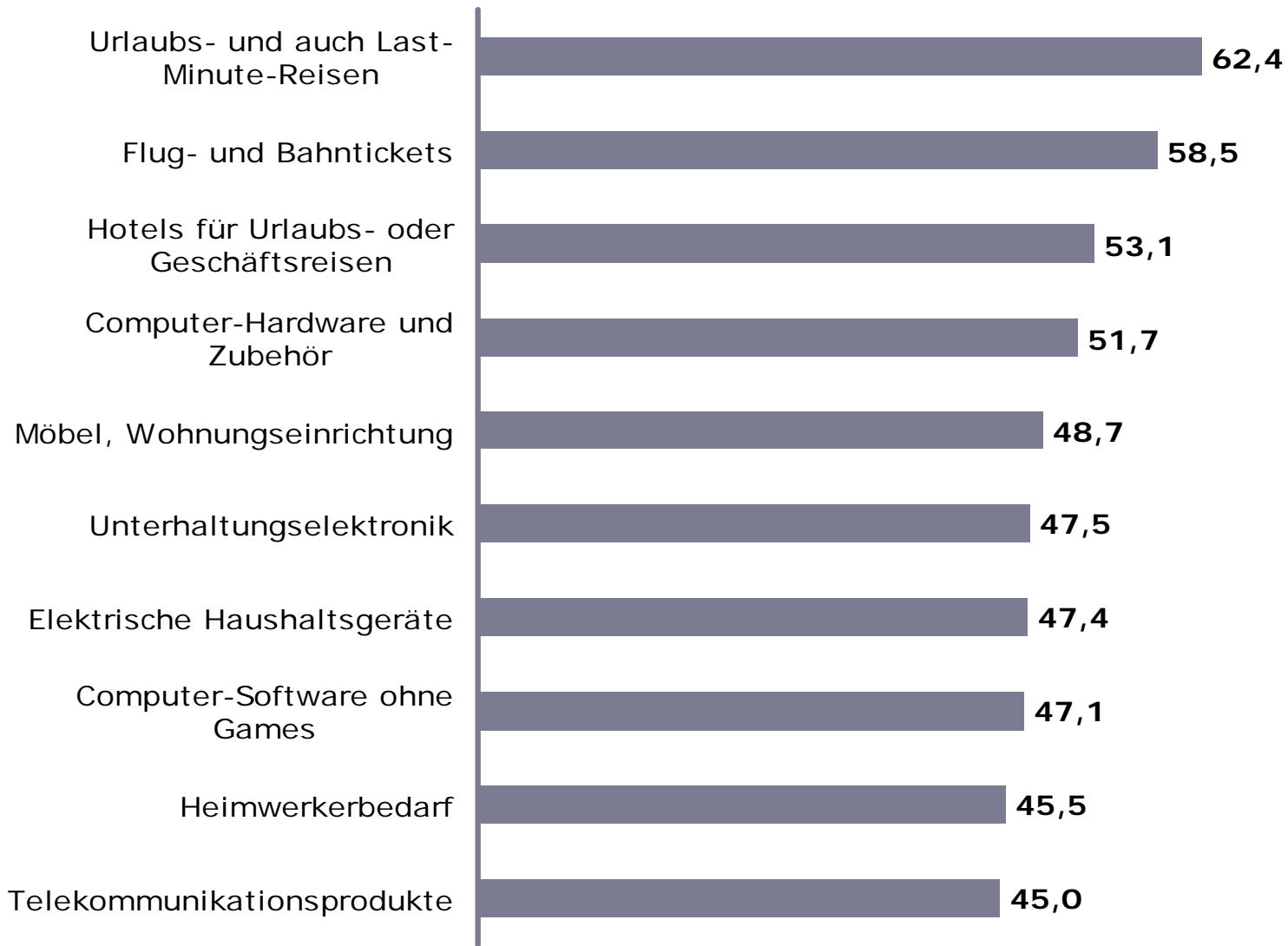
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Generelles Produkt-Interesse - weitere

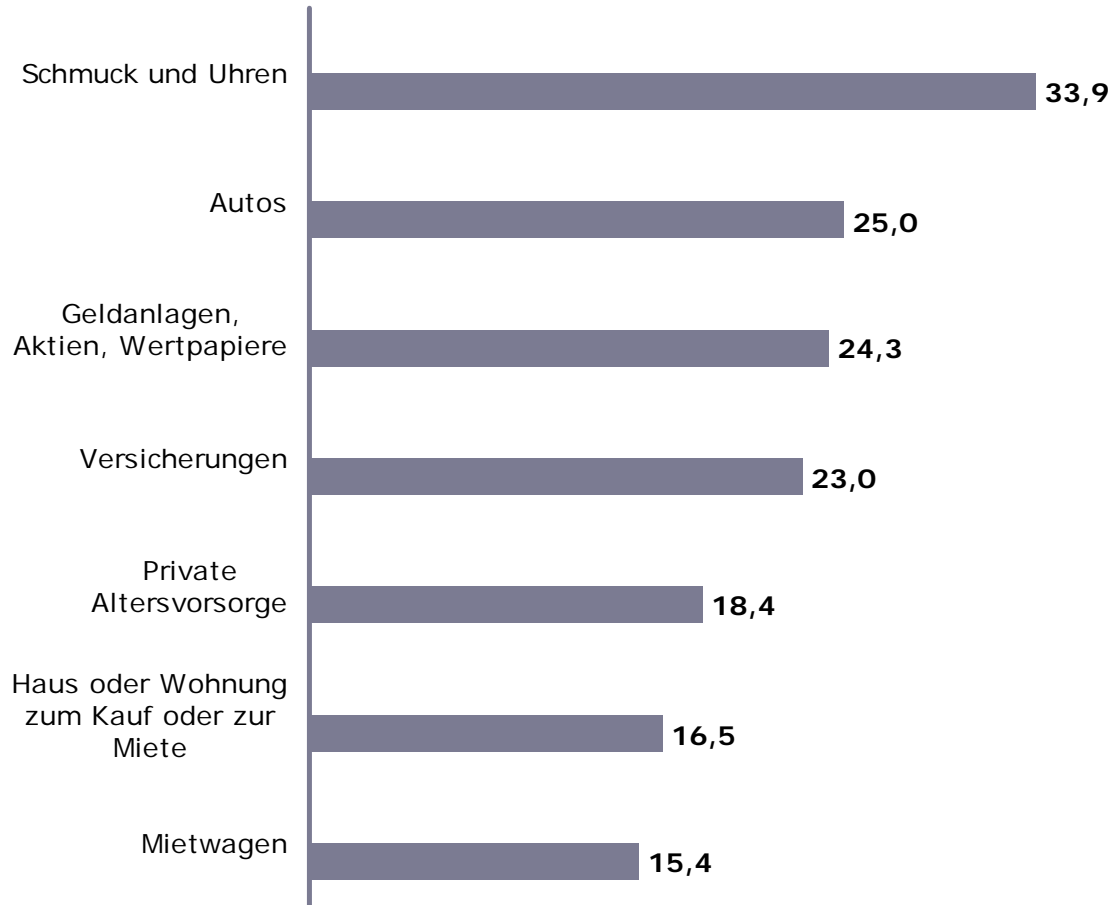


Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Produkt Kaufplanung (Top 10)

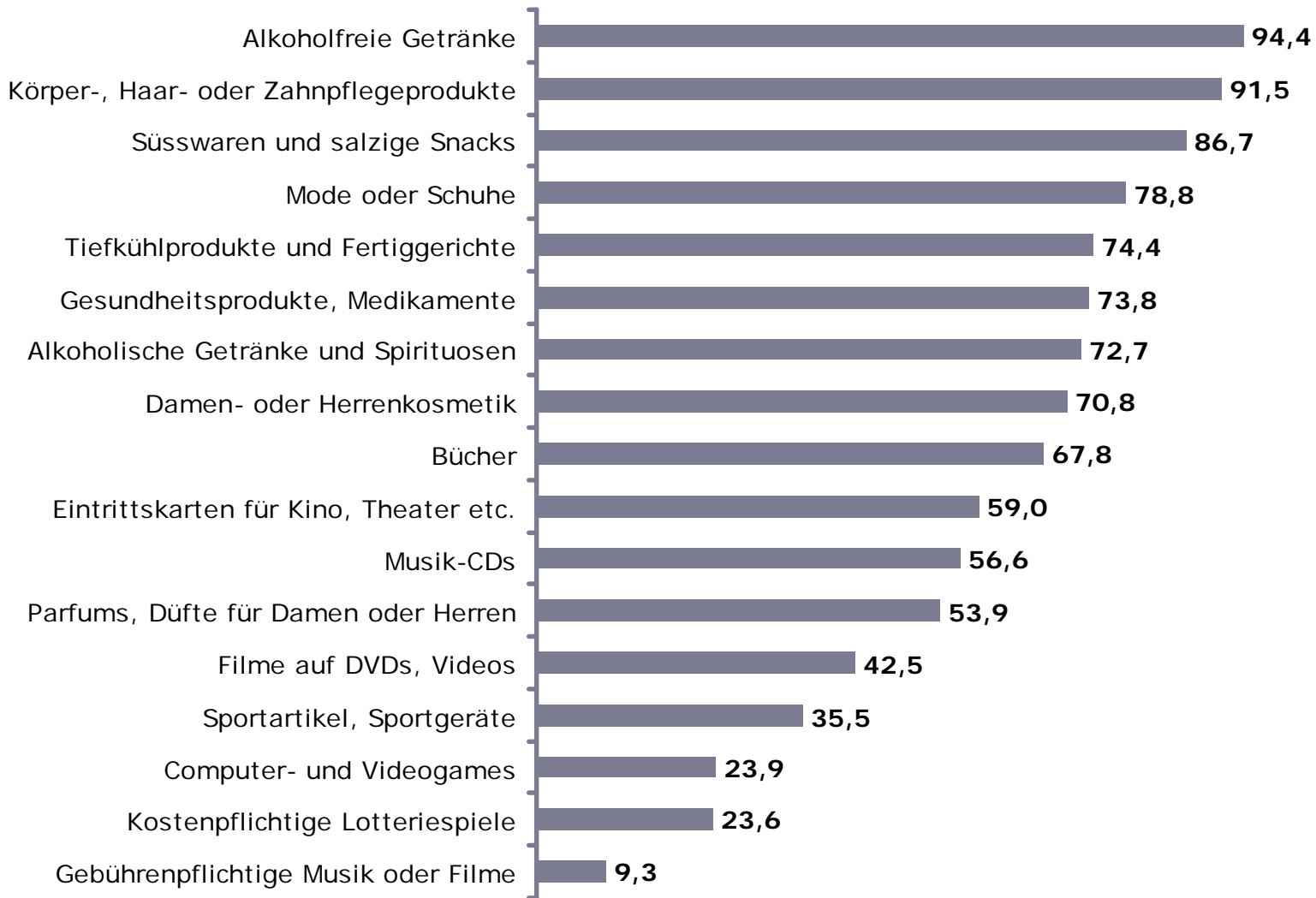


Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“
 Angaben in Prozent Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



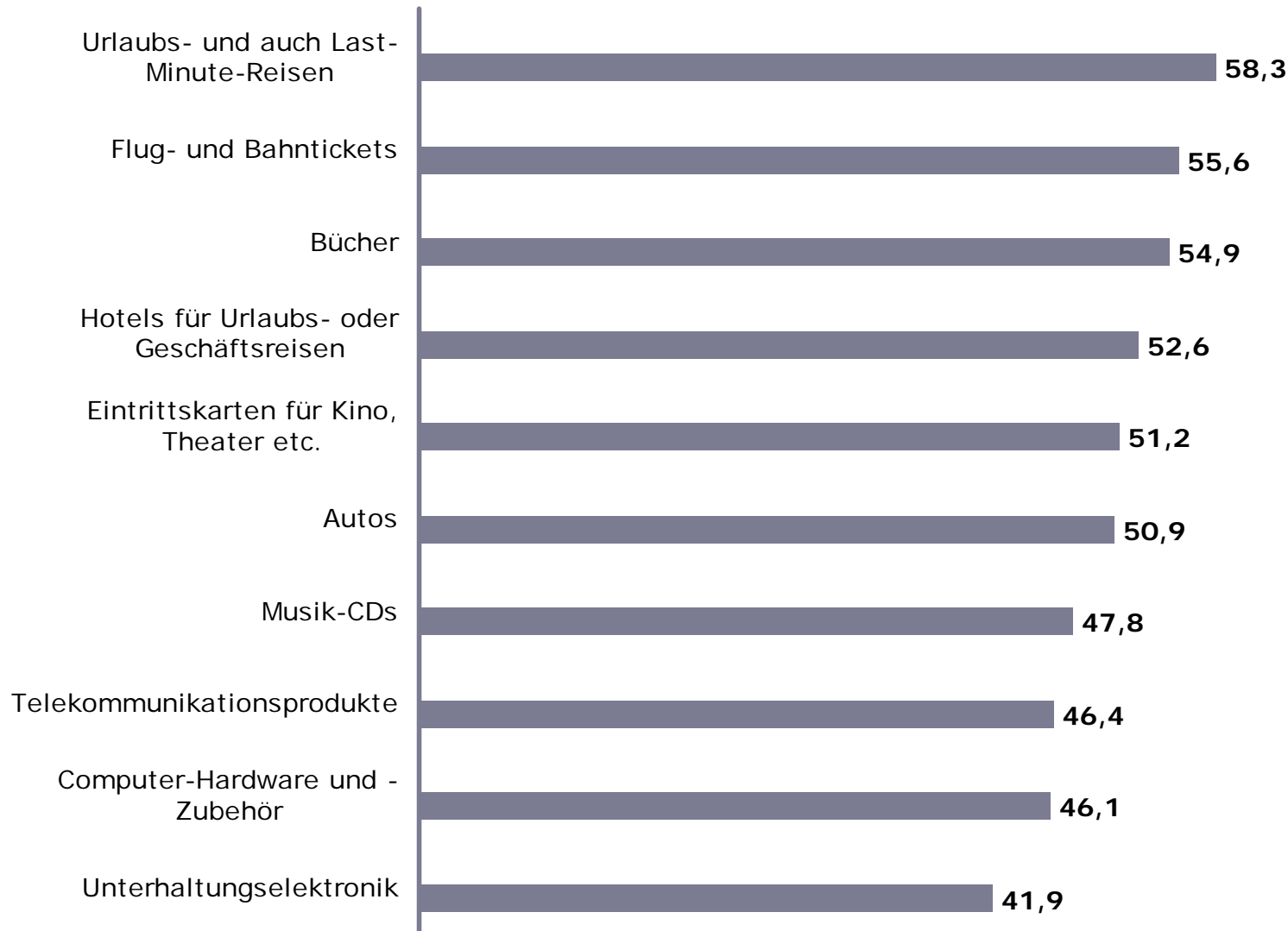
Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Informationen im Internet gesucht (Top 10)



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

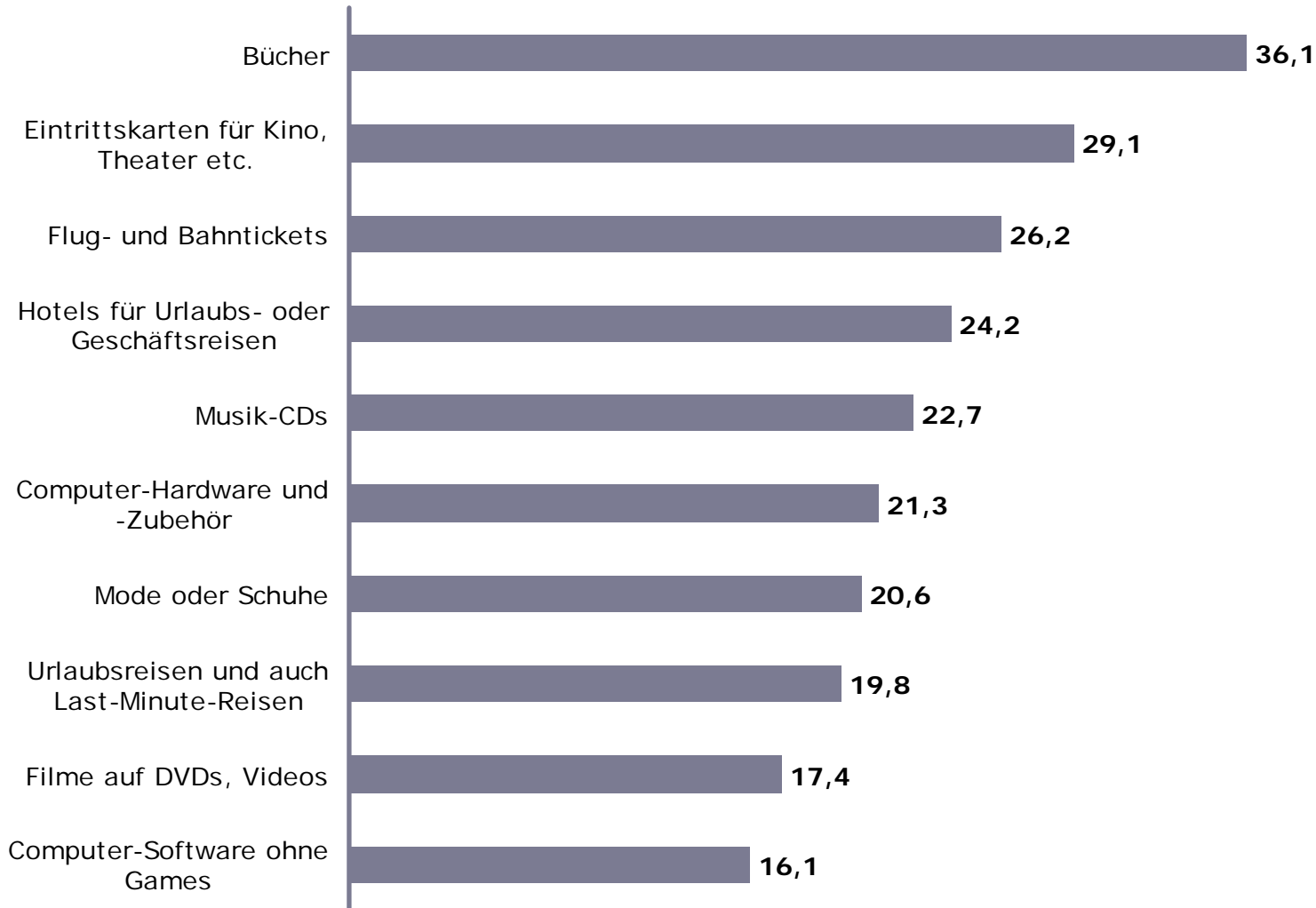
Informationen im Internet gesucht - weitere



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

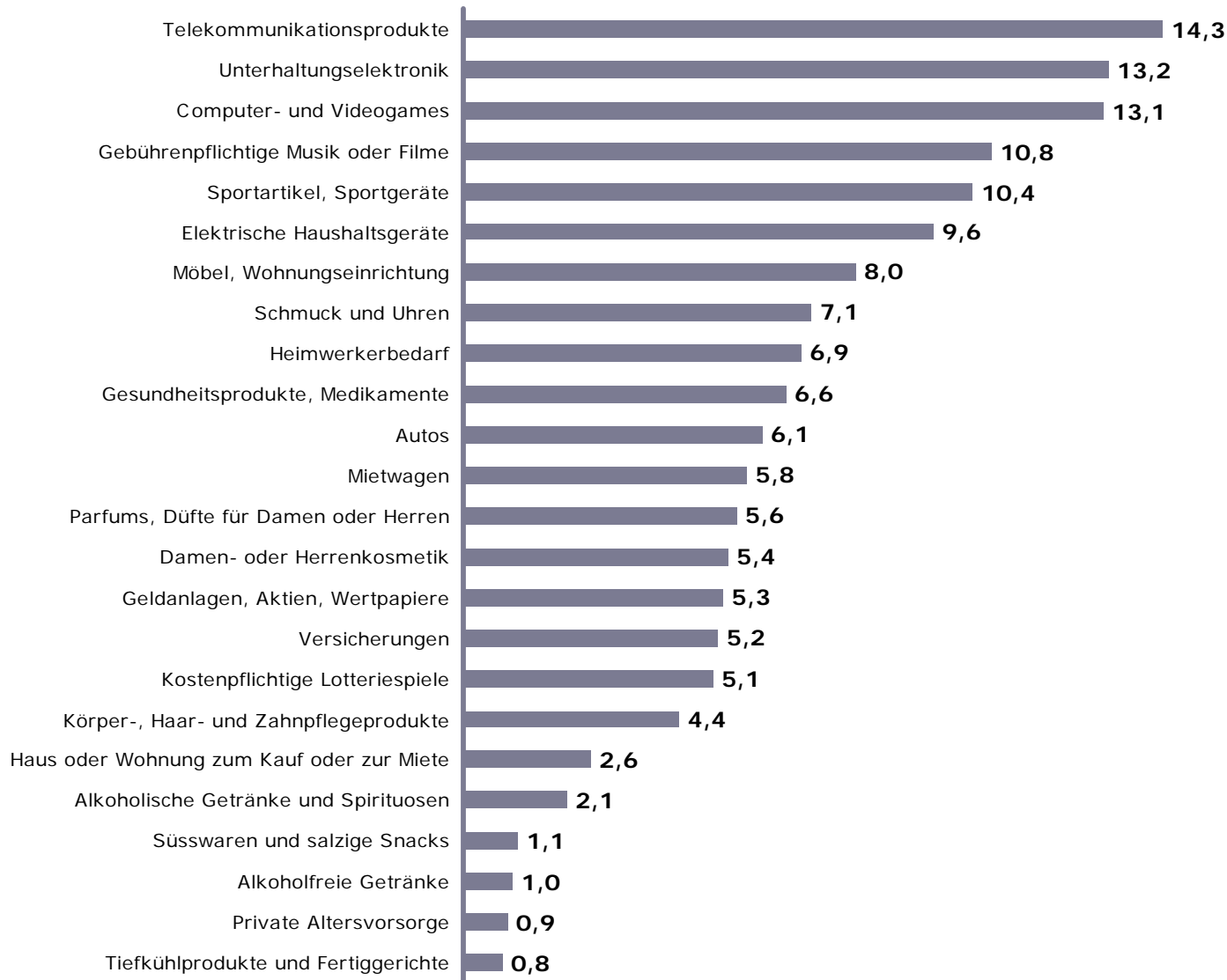
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Produkte im Internet gekauft - weitere



Basis: 99.295 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

A stylized logo featuring a large blue 'C' shape on the left, followed by three smaller blue circles of decreasing size to the right.

teil 2

vermarkter-daten

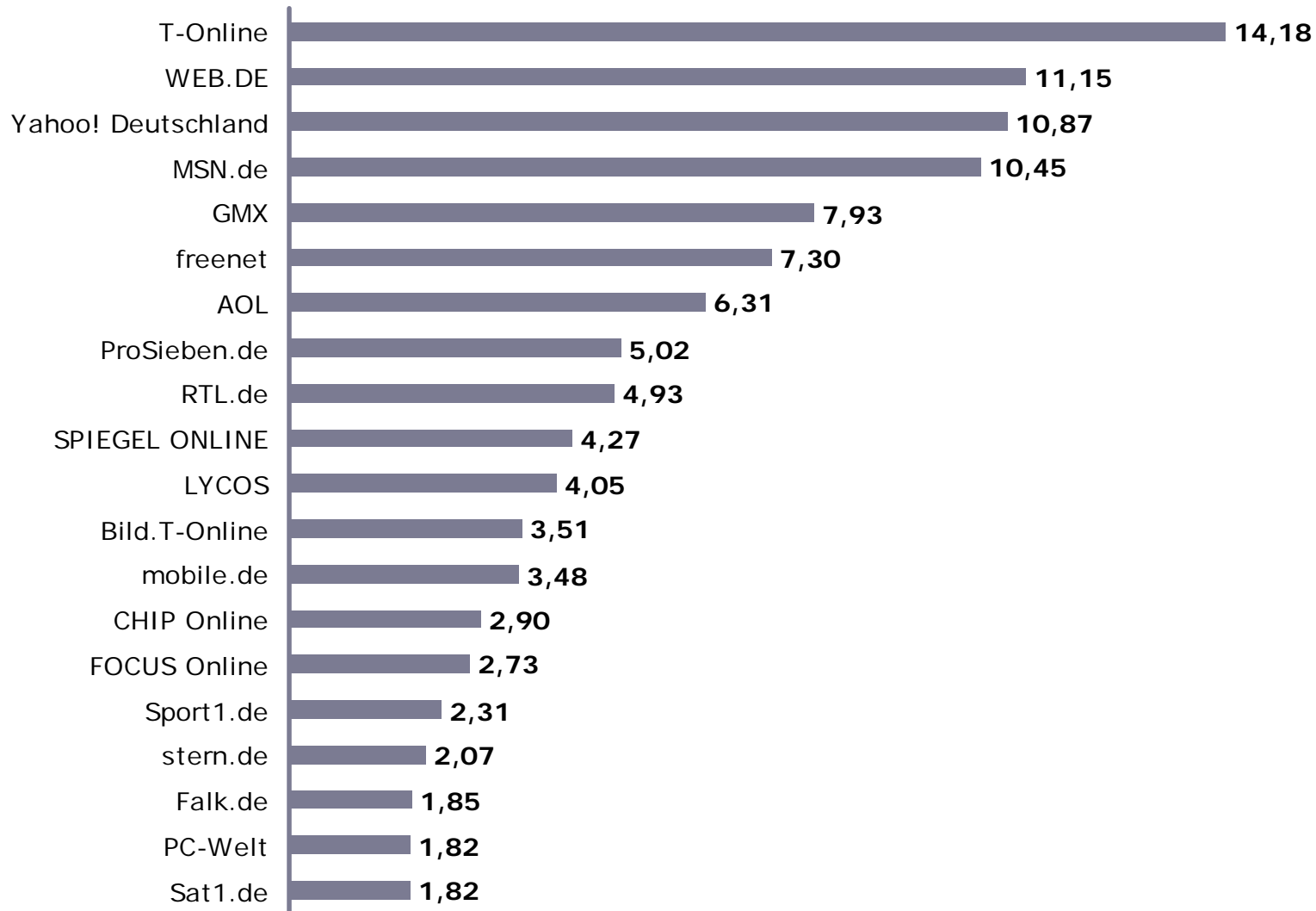
Graphiken aus Teil 2 des Berichtsbandes

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite in Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP GmbH	1	45,2	16,22
United Internet Media AG	2	45,2	16,20
TOMORROW FOCUS AG	3	41,0	14,71
Yahoo! Deutschland GmbH	4	30,3	10,87
AdLINK Internet Media GmbH	5	26,0	9,35
freenet.de AG	6	22,7	8,16
SevenOne Interactive GmbH	6	22,7	8,16
AOL Deutschland GmbH & Co.KG	8	18,8	6,74
IP Deutschland GmbH	9	18,3	6,58
QUALITY CHANNEL GMBH	10	17,4	6,25
LYCOS Europe GmbH	11	16,3	5,85
G+J Electronic Media Sales GmbH	12	12,3	4,41
Bild.T-Online.de AG & Co. KG	13	9,8	3,51
mobile.de GmbH	14	9,7	3,48
mediasquares GmbH	15	6,4	2,31
GWP online marketing	16	5,6	2,00
Tiscali GmbH	17	4,2	1,52
Orkla Media Sales GmbH	18	3,5	1,27
OnVista Media GmbH	19	3,0	1,06
teltarif.de Onlineverlag GmbH	20	2,6	0,92
Netpoint media GmbH	21	2,1	0,75
BAUER MEDIA KG	22	2,0	0,73
autobild.de - AS Autoverlag GmbH	23	1,5	0,53
Ad2Net AG	24	0,7	0,23

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober - Dezember 2005 / Basis: 99.295 ungewichtete Fälle
(Internetnutzer letzte 3 Monate) / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV

Top-20-Werbeträger pro Monat



Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober - Dezember 2005 / Basis: 99.295 ungewichtete Fälle
(Internetnutzer letzte 3 Monate) / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2005-IV



teil 3

rahmen-daten

Graphiken aus Teil 3 des Berichtsbandes

3-Säulen-Modell

**Schritt 1:
Data-Mining
+ Profiling**

**Schritt 2:
Zusammen-
führung (Fusion)**

Technische Messung
(Grundgesamtheit PCs)

Säule I

OnSite-Befragung
(Grundgesamtheit
Internetnutzer 14+)

Säule II

**Daten-
bestand I**

**Telefonische
Basisbefragung**
(Grundgesamtheit
Gesamtbev. 14+)

Säule III

**Daten-
bestand II**

**= internet
facts**