



internet facts 2006-I

Graphiken zu dem Berichtsband

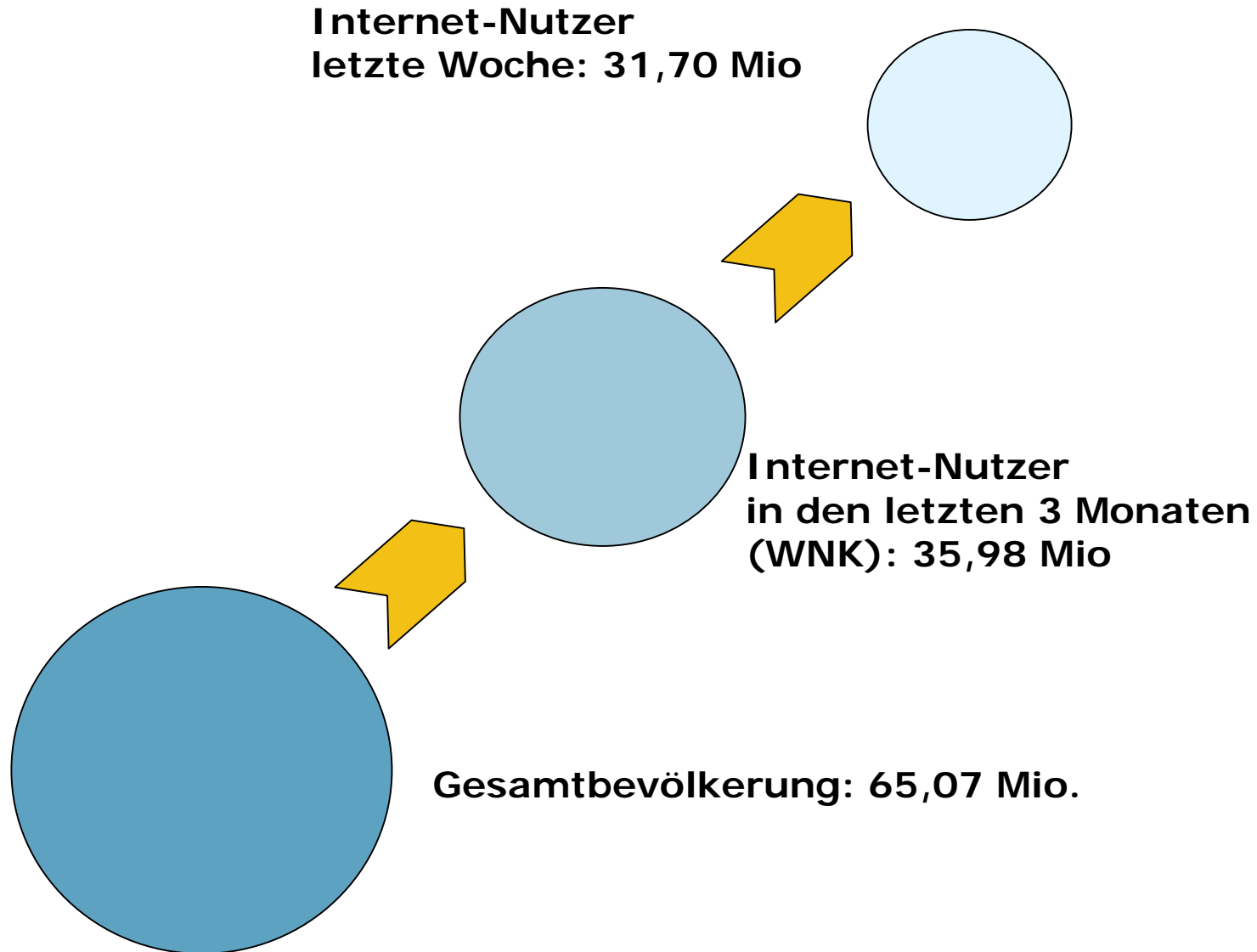
AGOF e.V. September 2006

The logo consists of a large blue 'C' shape on the left, followed by three smaller blue circles of decreasing size from left to right, arranged horizontally.

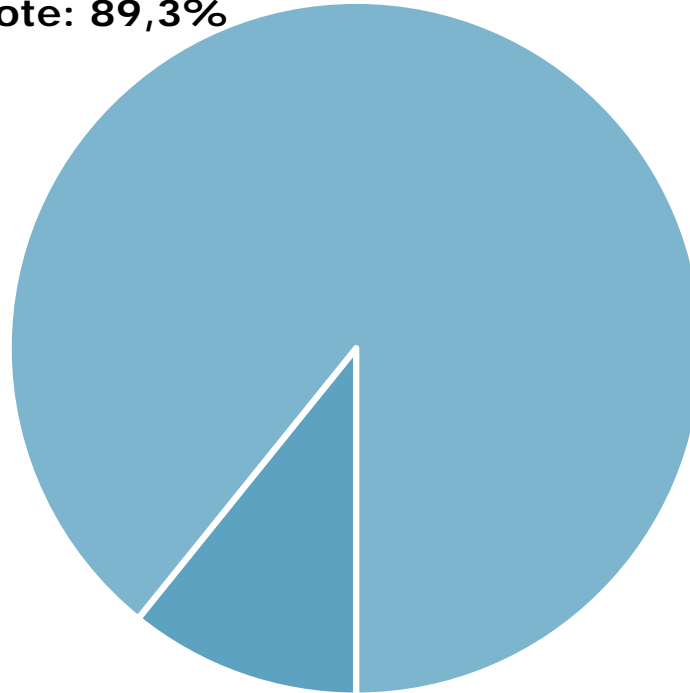
teil 1

online-daten

Graphiken aus Teil 1 des Berichtsbandes

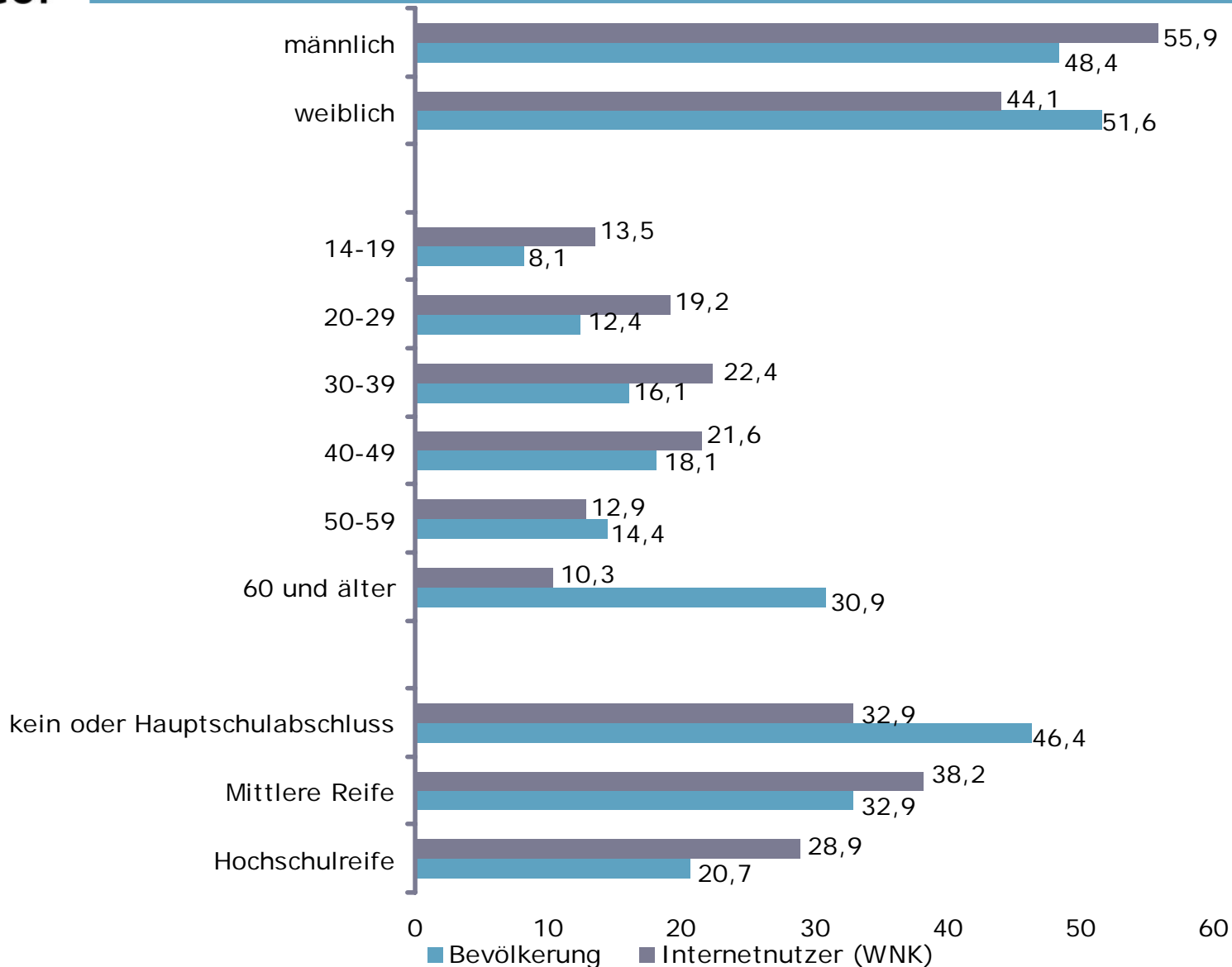


**Nutzung
AGOF-Angebote: 89,3%**

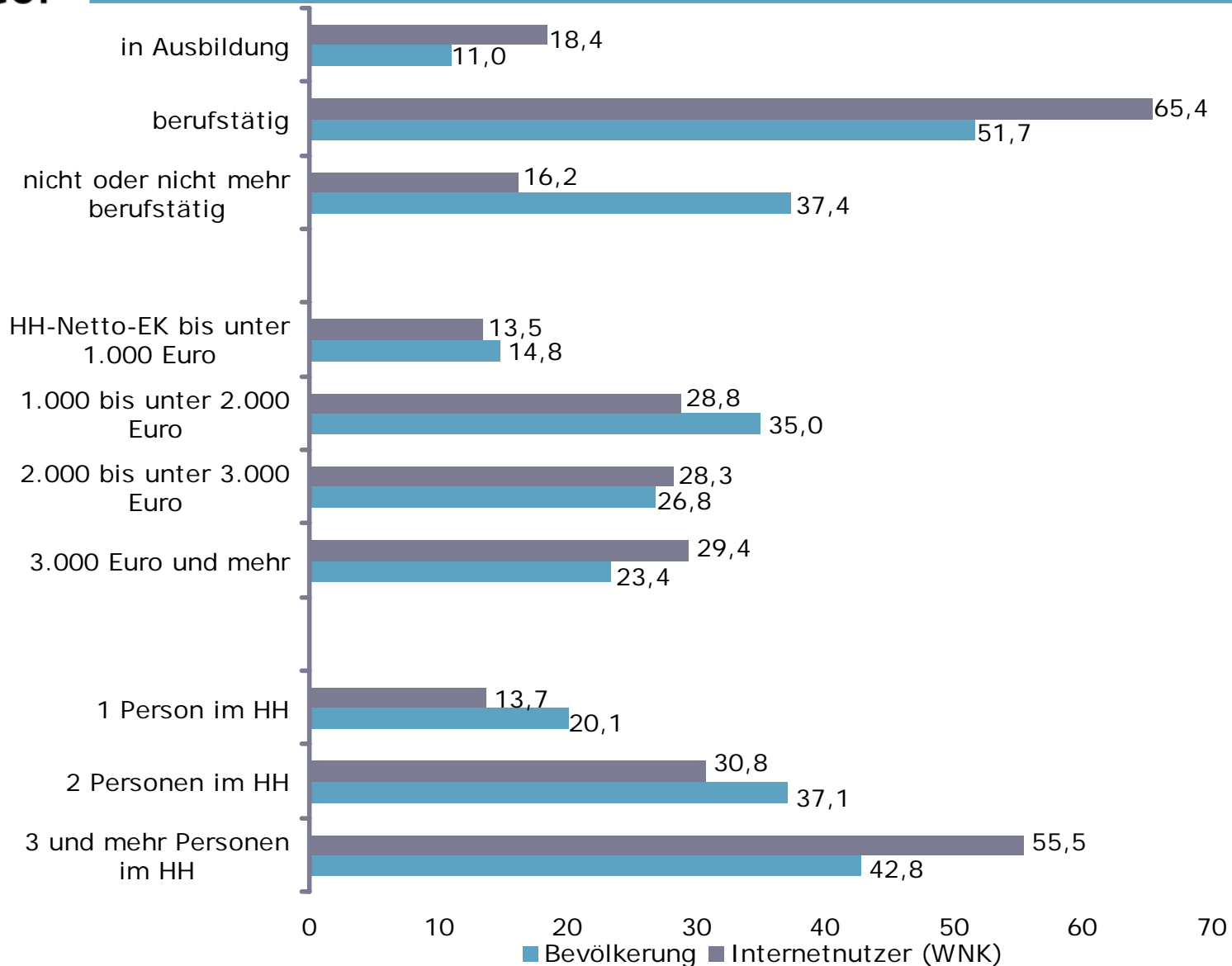


**Keine Nutzung AGOF-
Angebote: 10,7%**

Soziodemographie Onliner vs. Bevölkerung

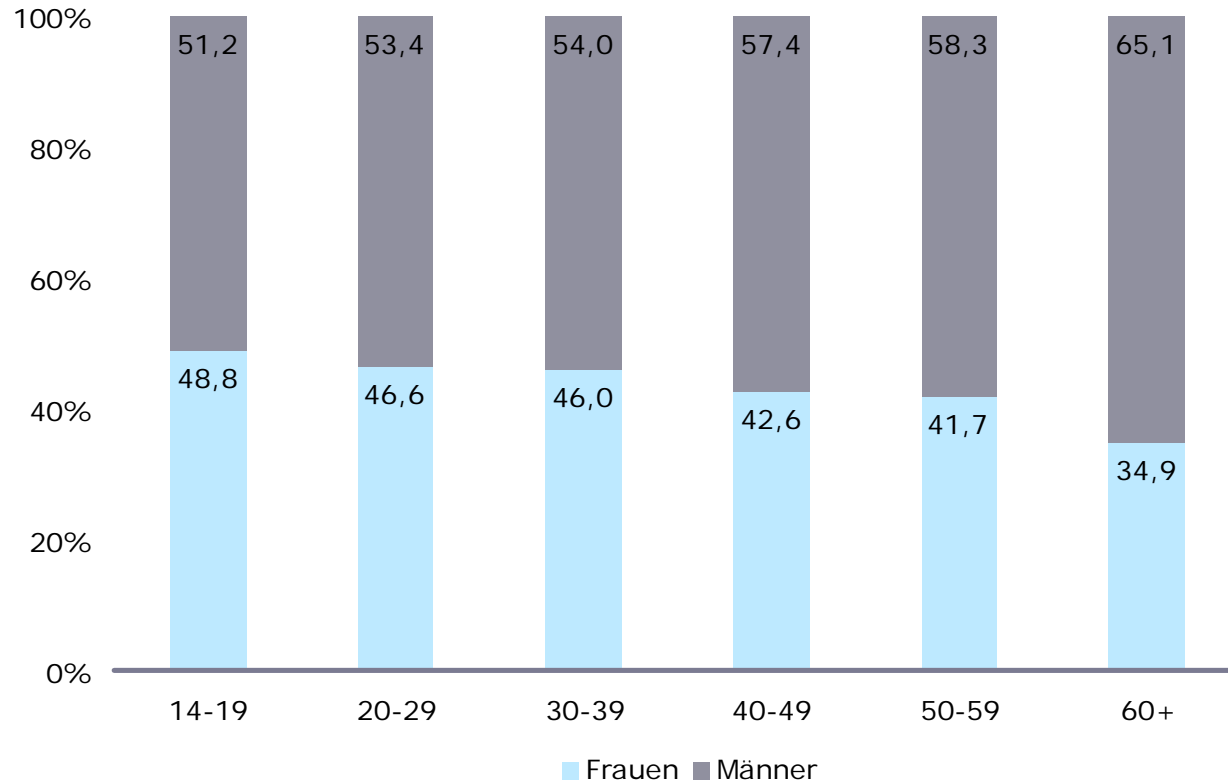


Soziodemographie Onliner vs. Bevölkerung

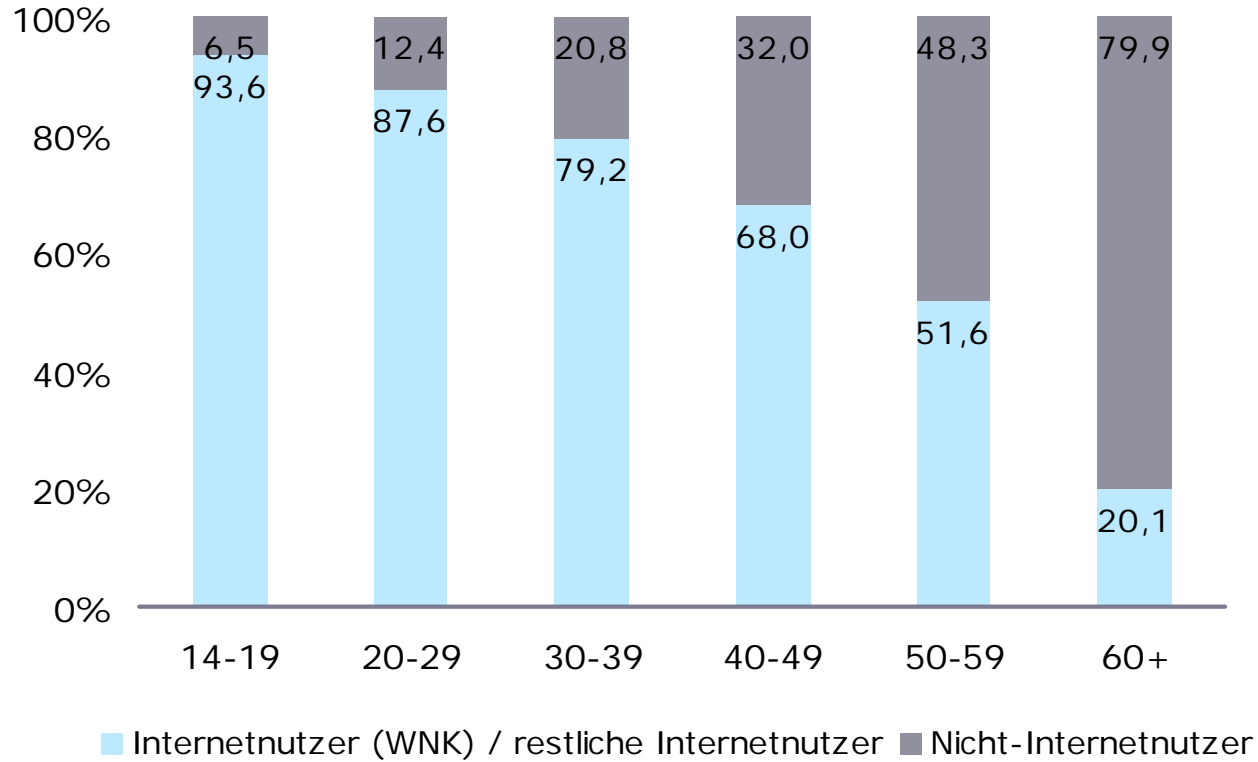


Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 120.311 ungewichtete Fälle (Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

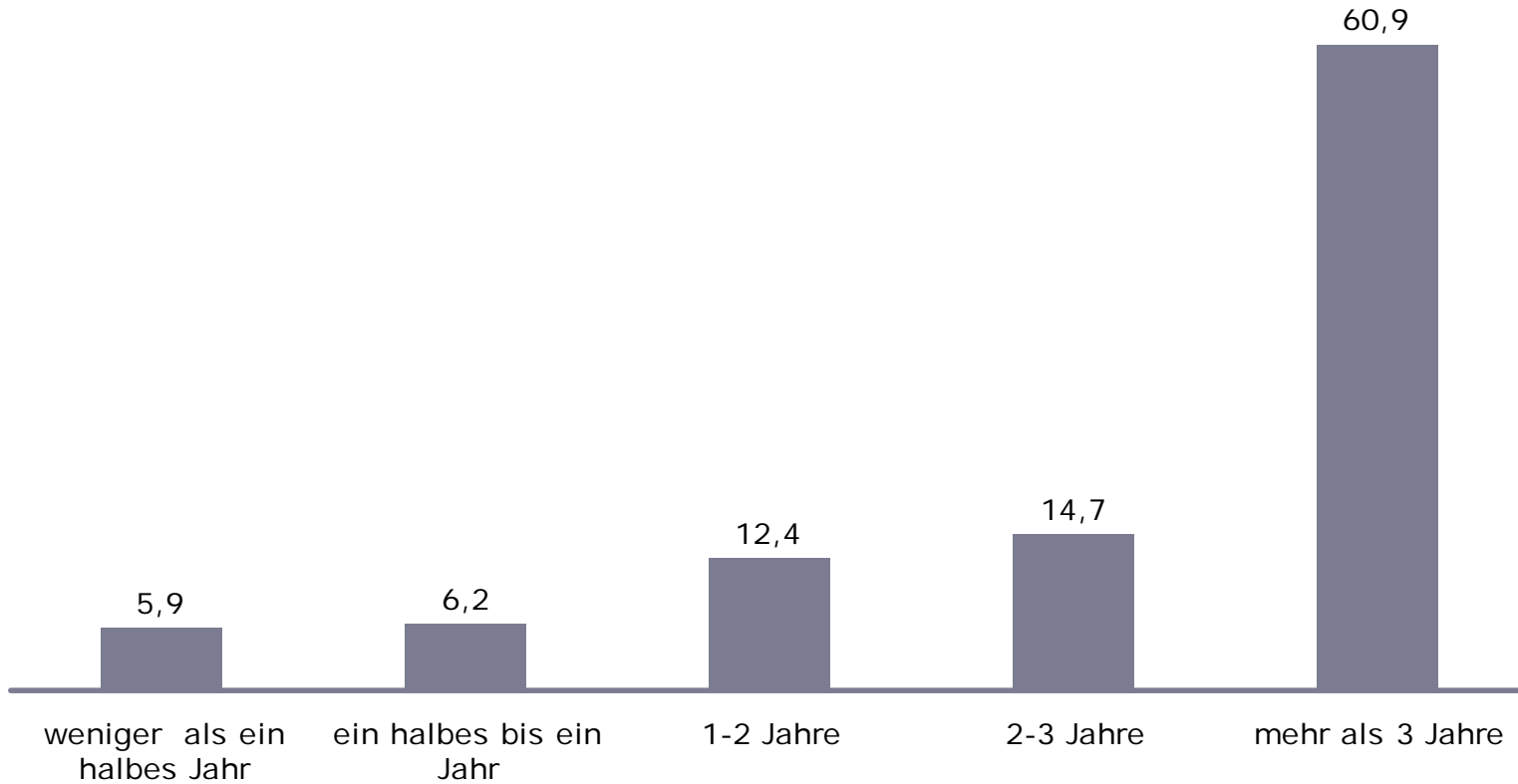
Frauenanteil in Altersgruppen



Onliner vs. Nonliner



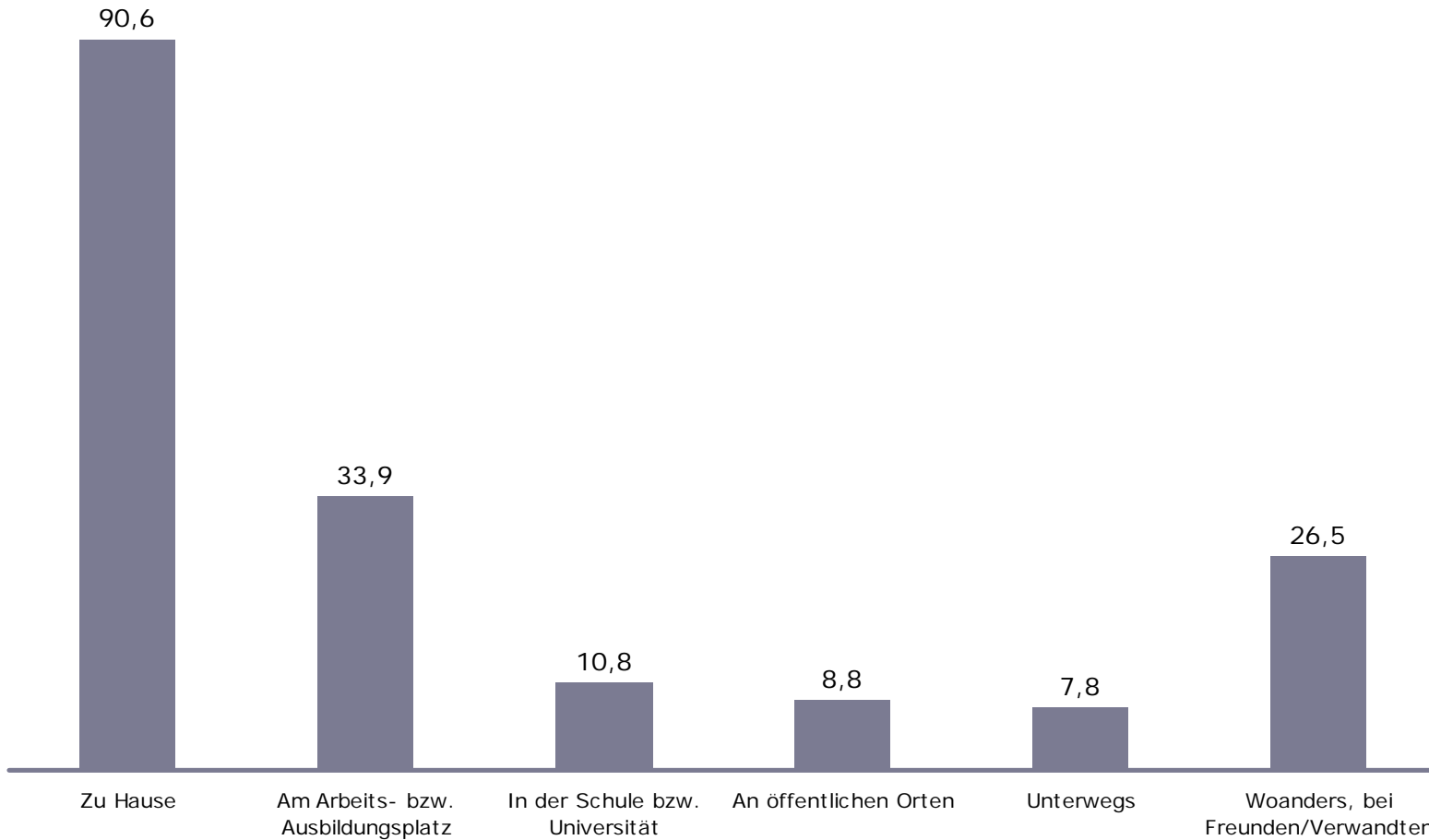
Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 950 ungewichtete Fälle (restliche Internetnutzer) / 16.123 ungewichtete Fälle (Nicht-Internetnutzer)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I



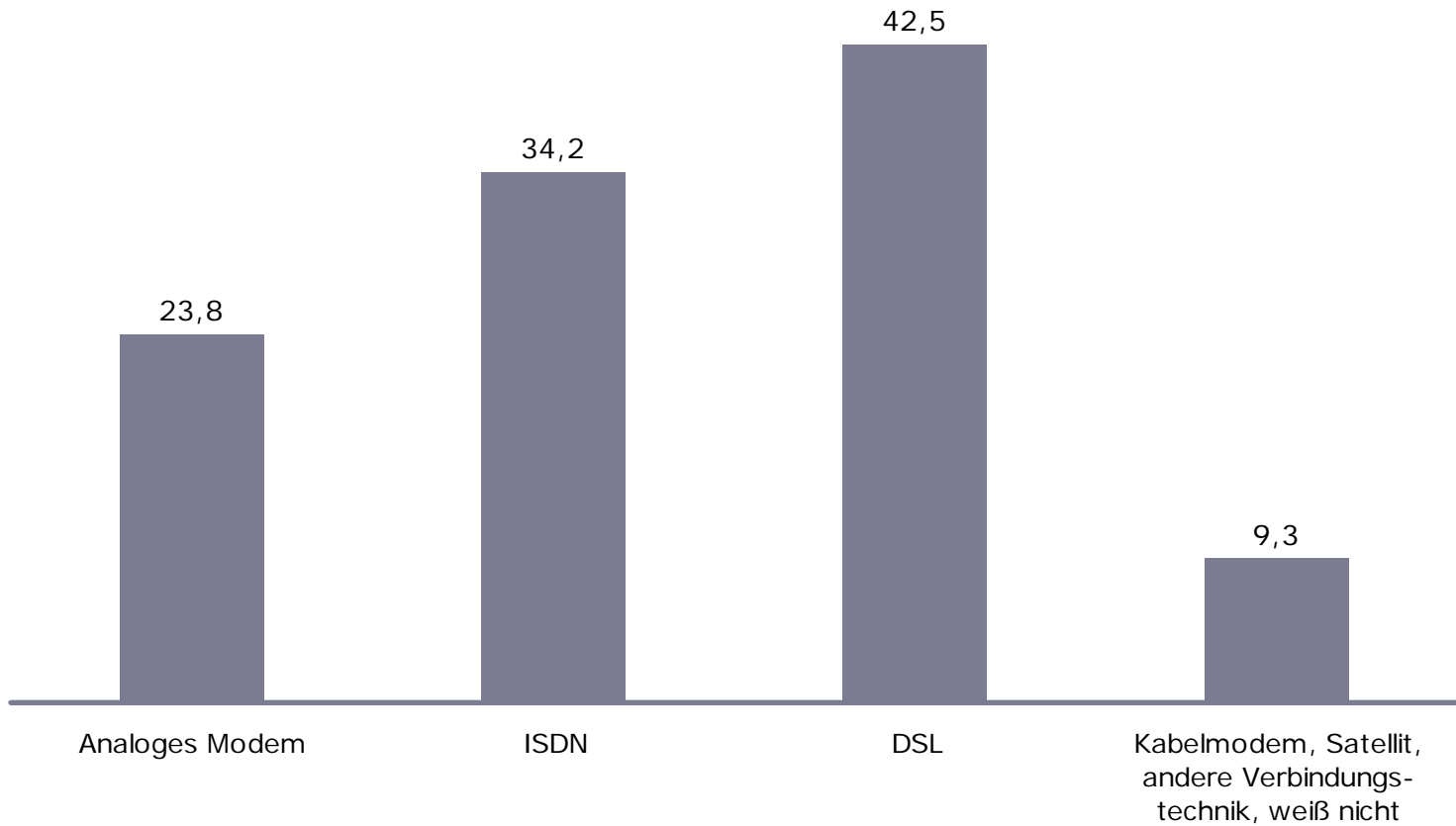
Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

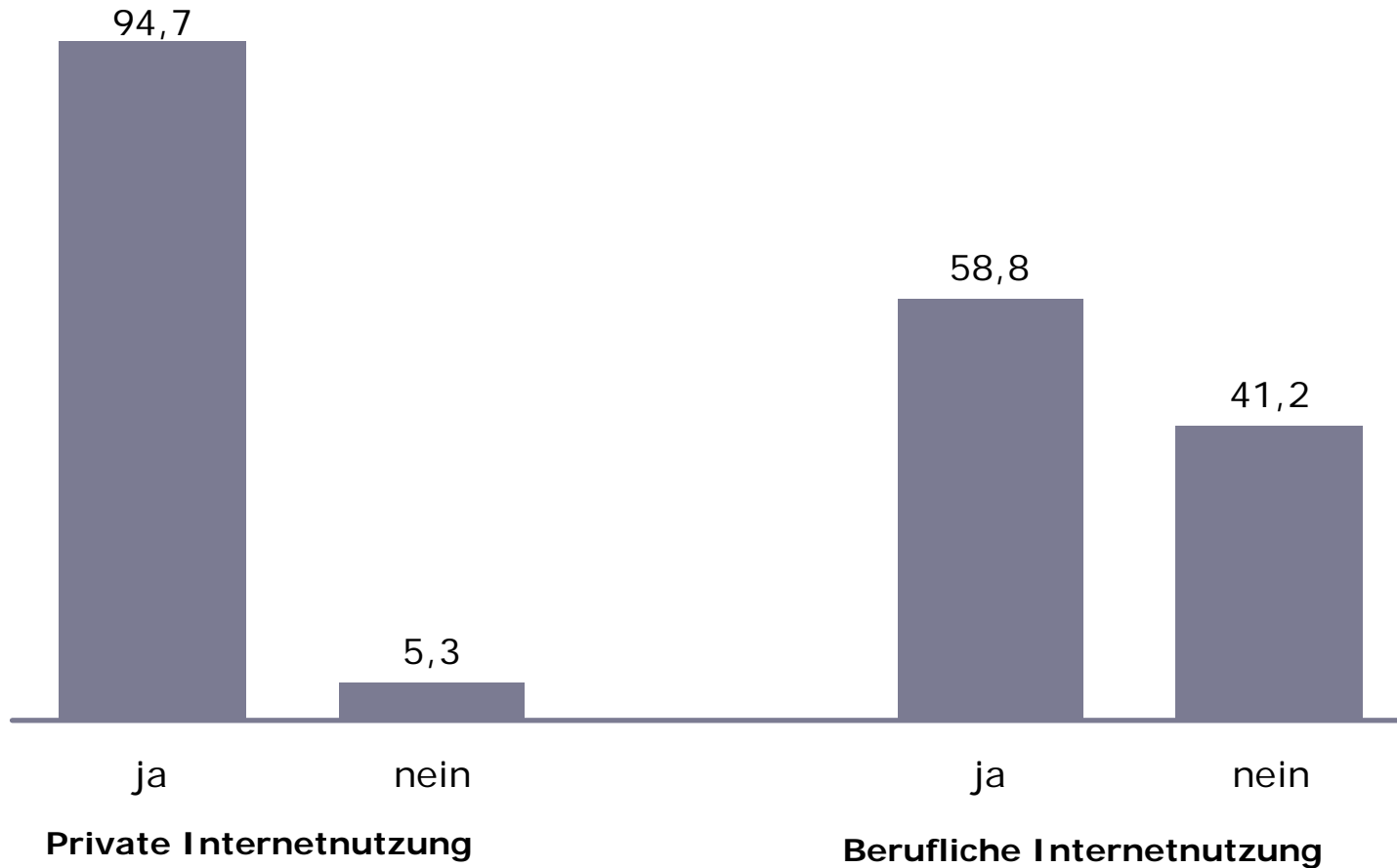
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I



Basis: 103.238 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 2006-I



Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Welche Verbindungstechnik nutzen Sie für Ihren Internetzugang zu Hause?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I



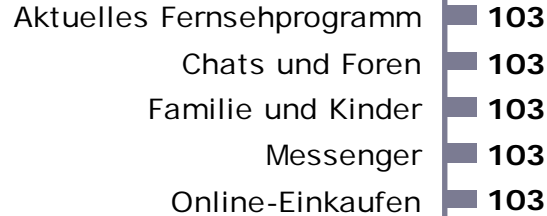
Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I



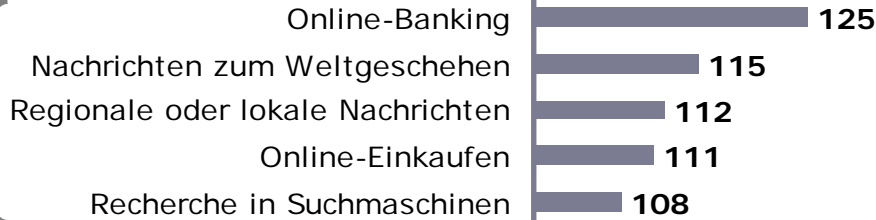
Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Überdurchschnittliche Themennutzung / Orten

Nutzung zu Hause:
90,6% / 32,59 Mio



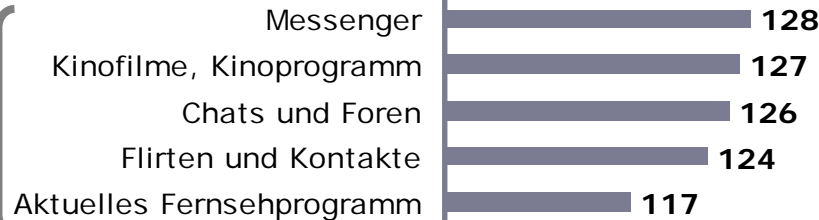
Nutzung am Arbeits- / Ausbildungsort:
33,9% / 12,21 Mio



Nutzung in der Schule / Uni
10,8% / 3,90 Mio

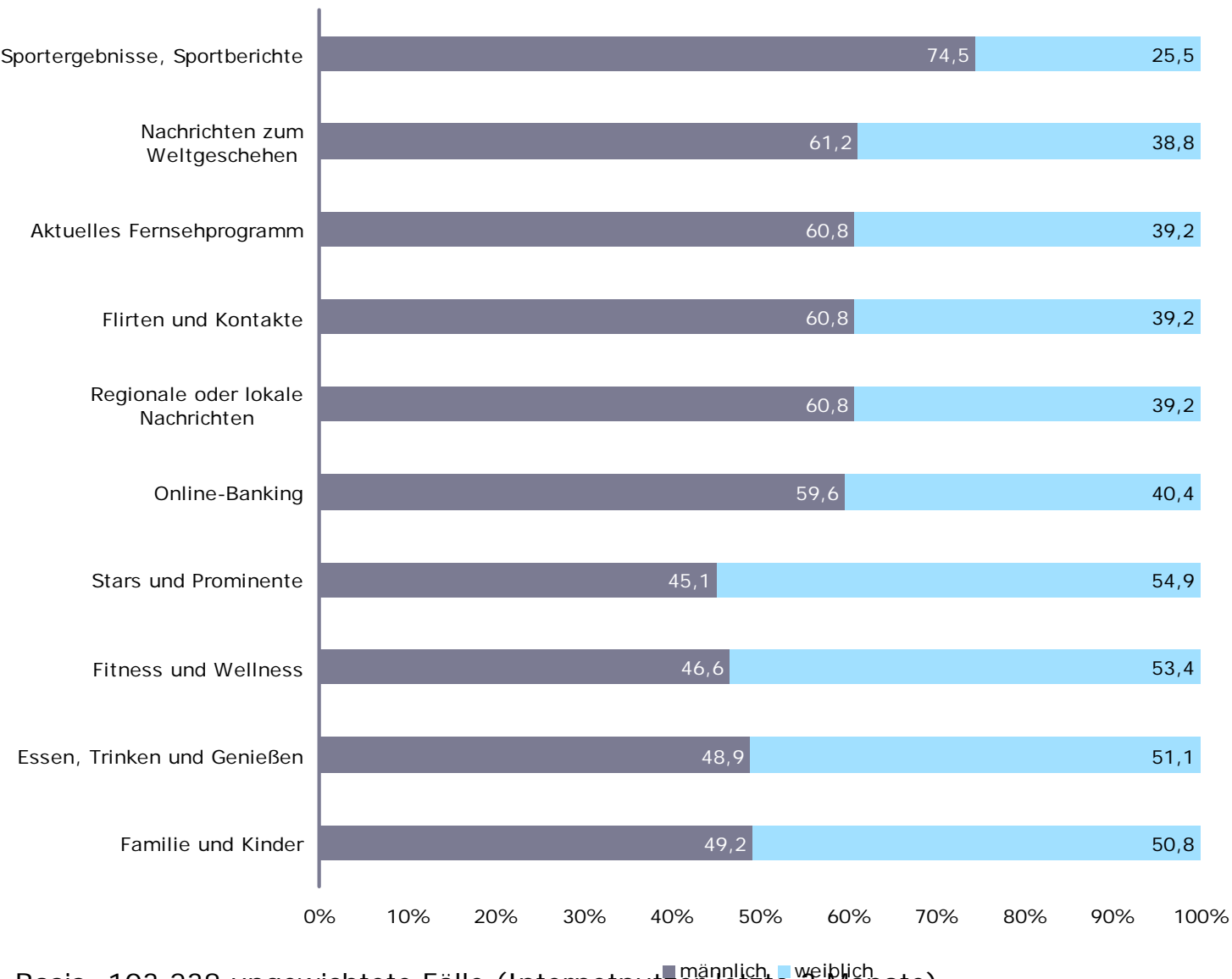


Nutzung öffentl. Orte, unterwegs, woanders
33,4% / 12,00 Mio



Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“
 Angaben als Indexwerte / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Geschlechterverteilung in den Themenbereichen

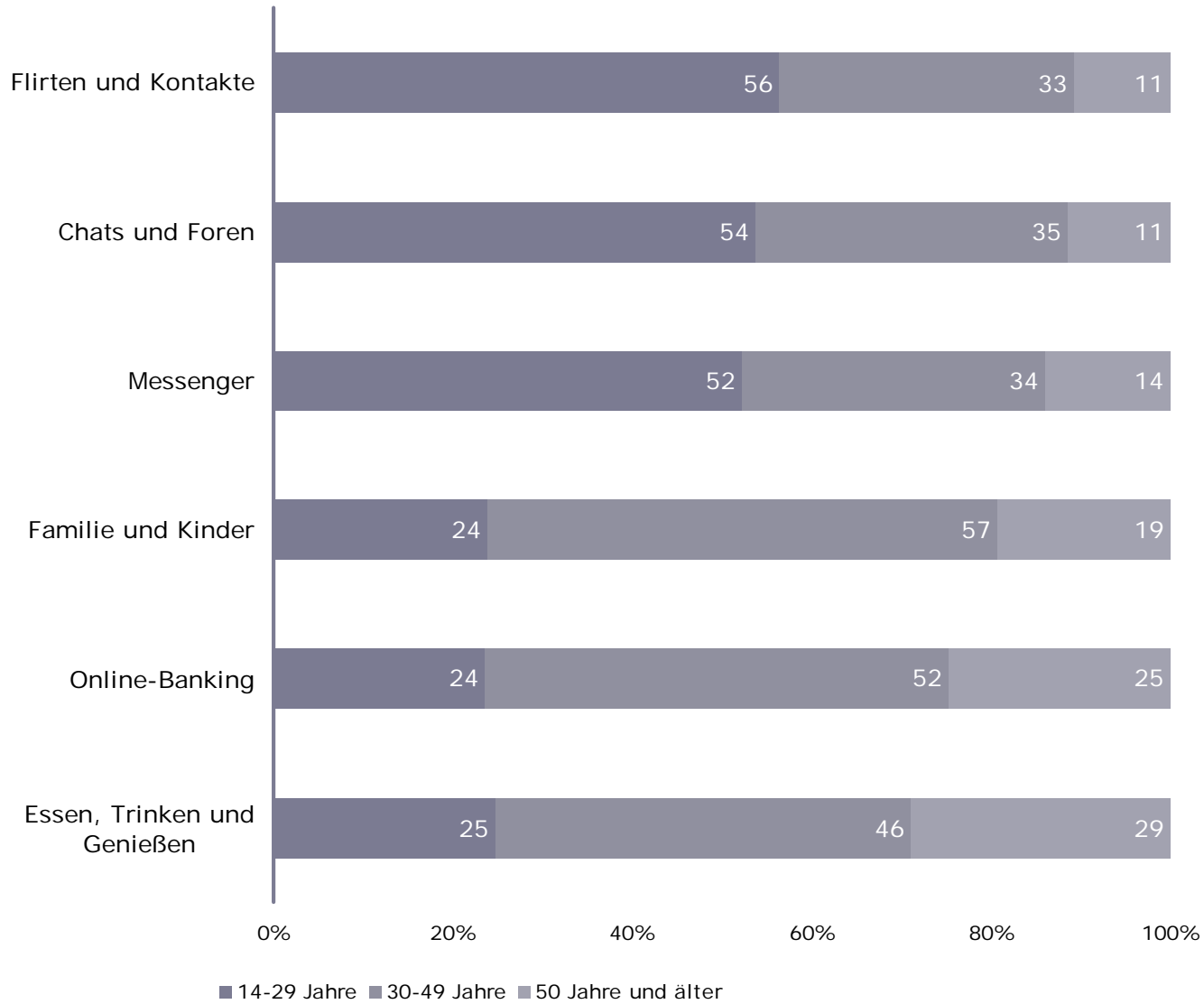


Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

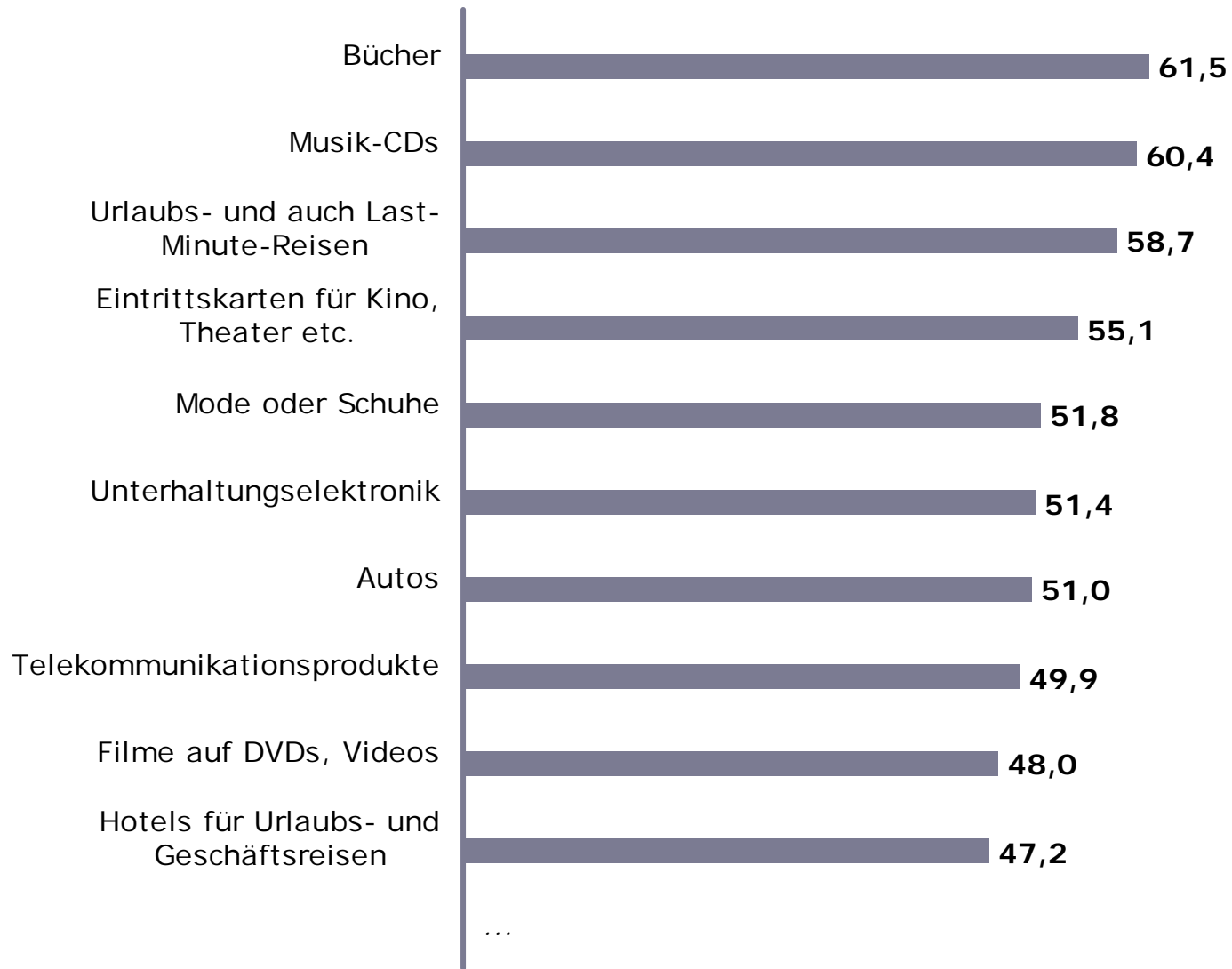
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Altersverteilung in den Themenbereichen



Basis: 103.238 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 2006-I

Generelles Produkt-Interesse (Top 10)

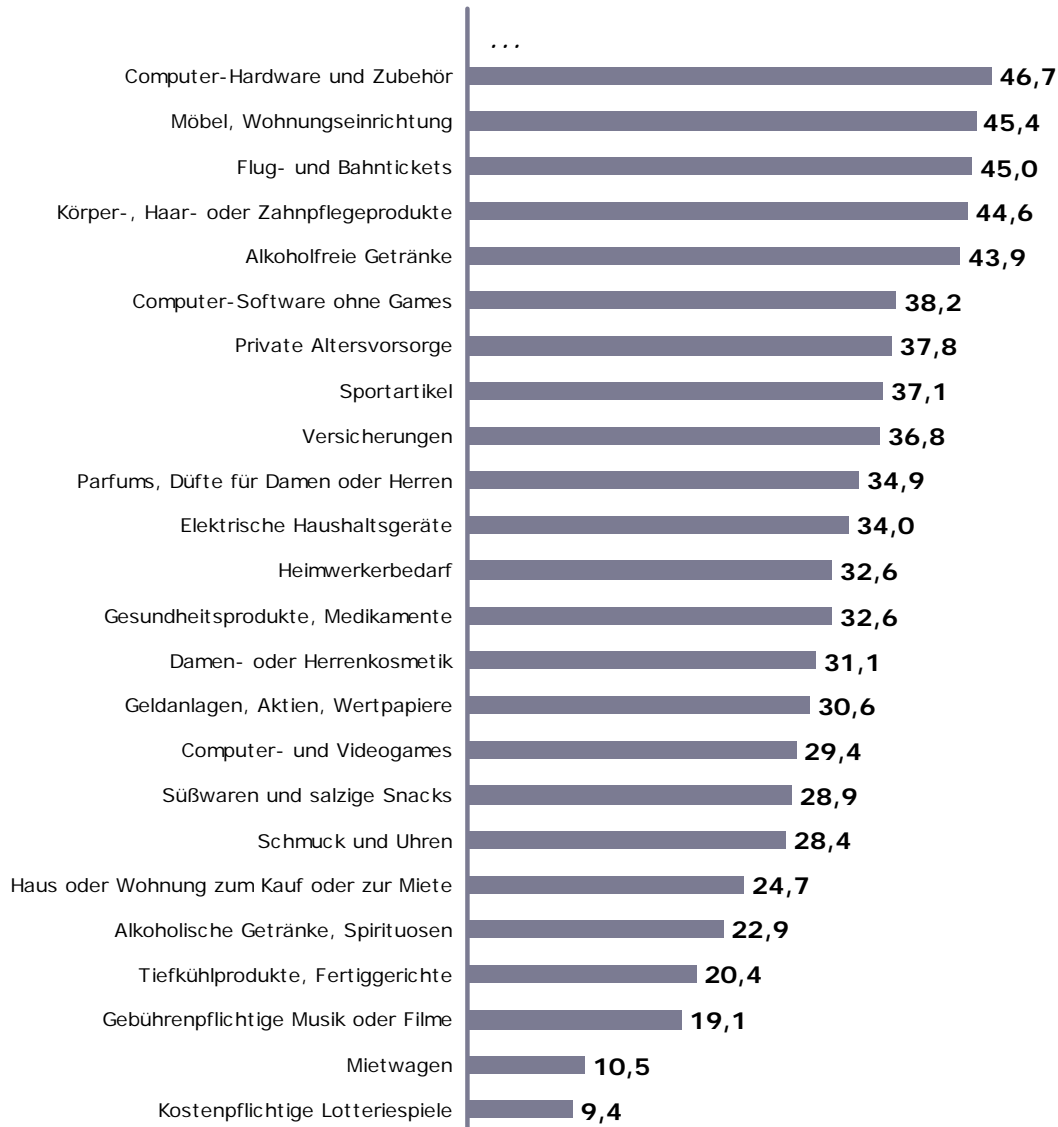


Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Generelles Produkt-Interesse - weitere

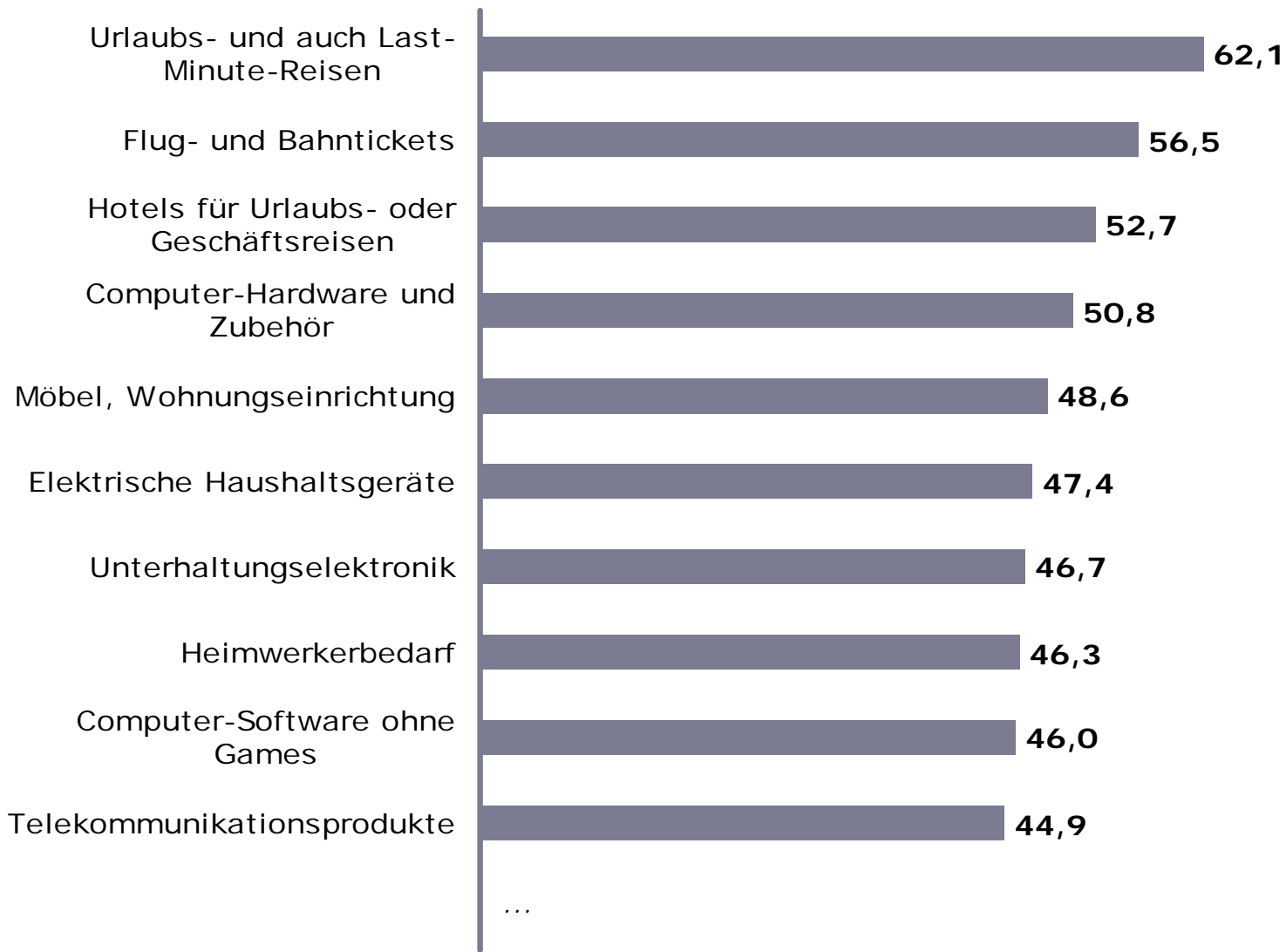


Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

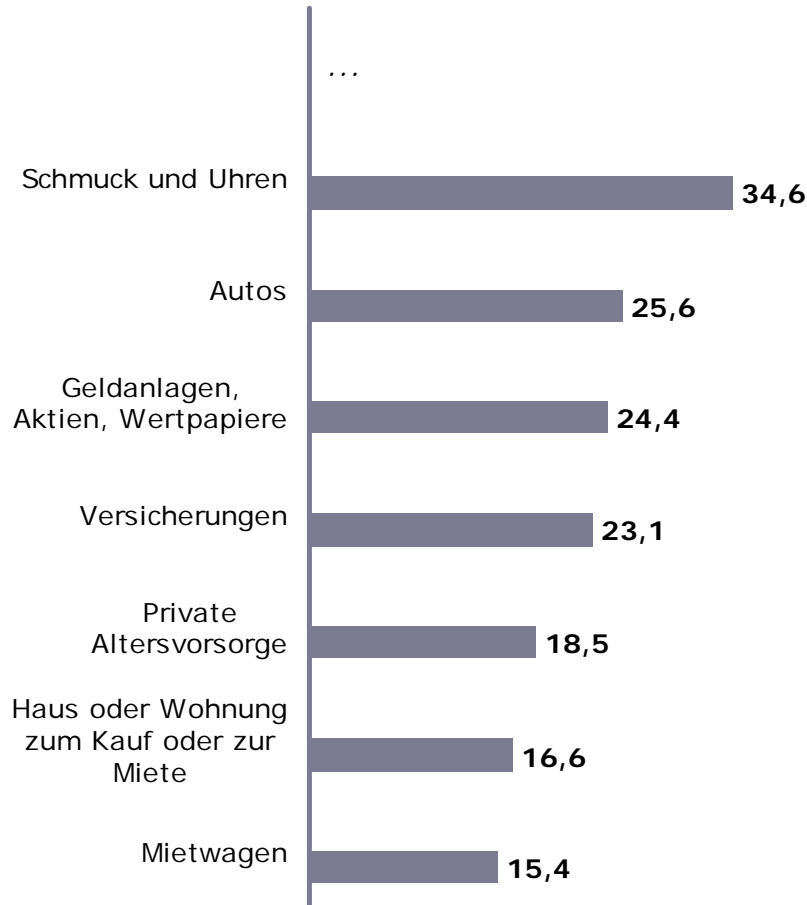
„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Produkt Kaufplanung (Top 10)

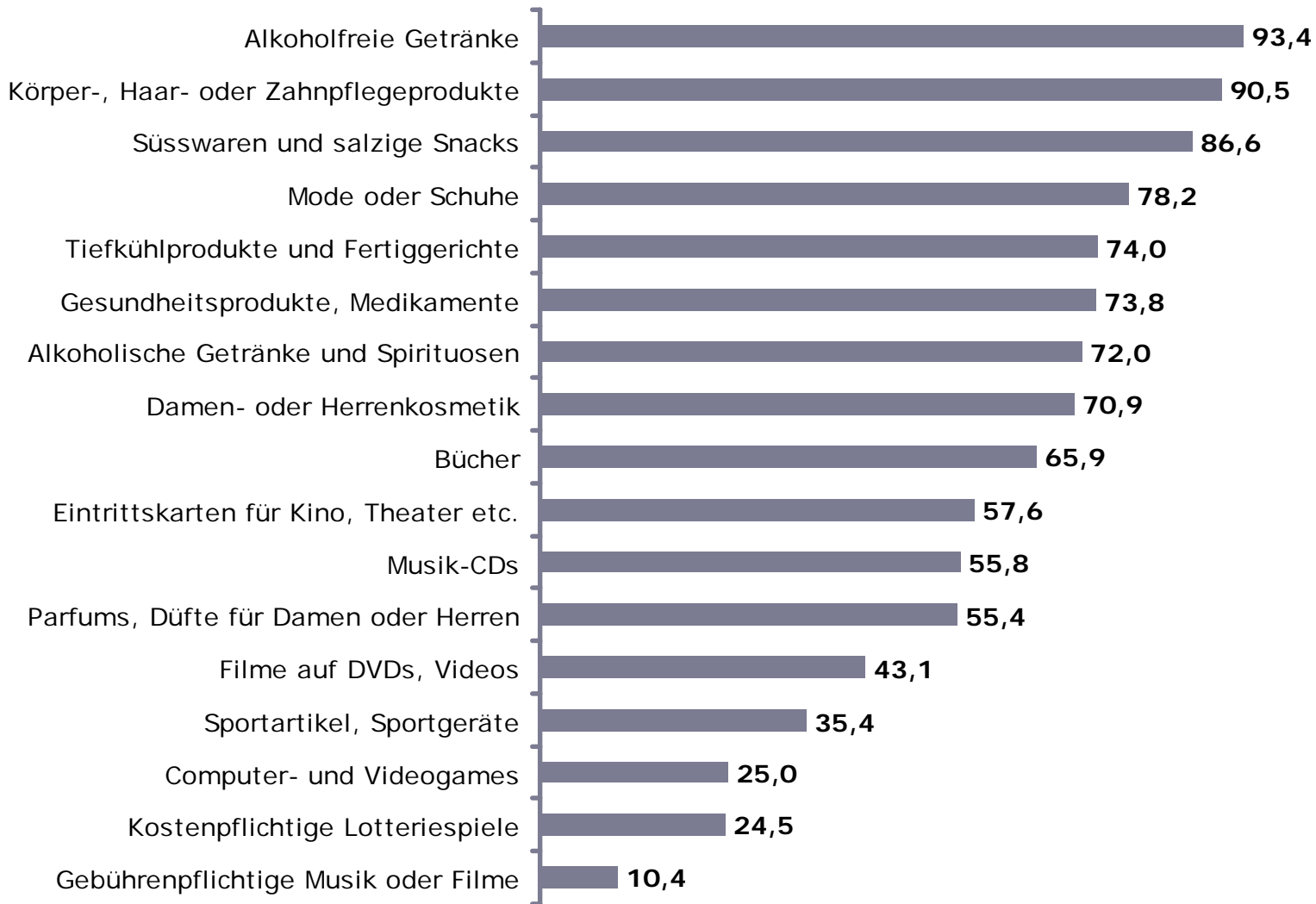


Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“
 Angaben in Prozent Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I



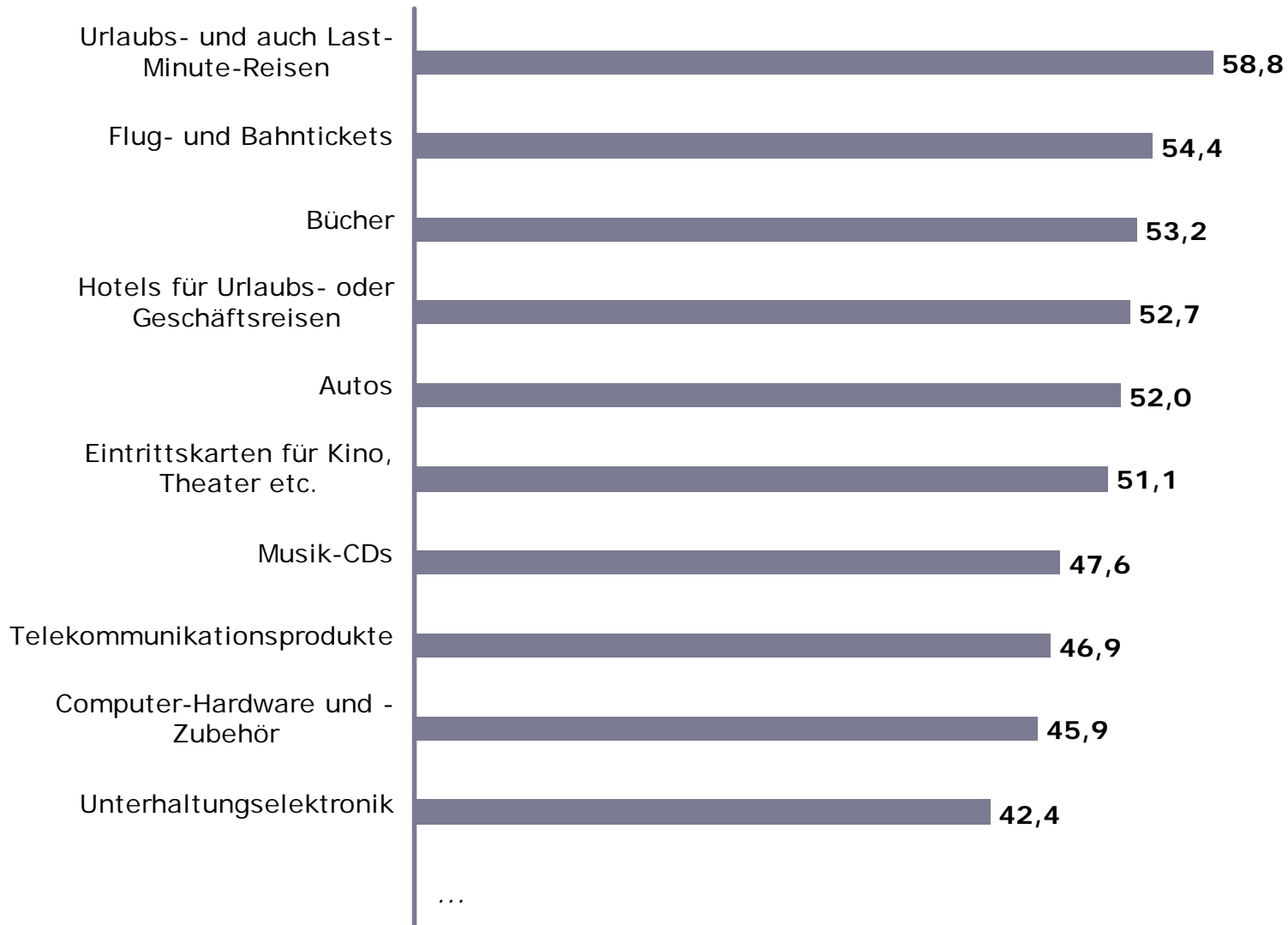
Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten



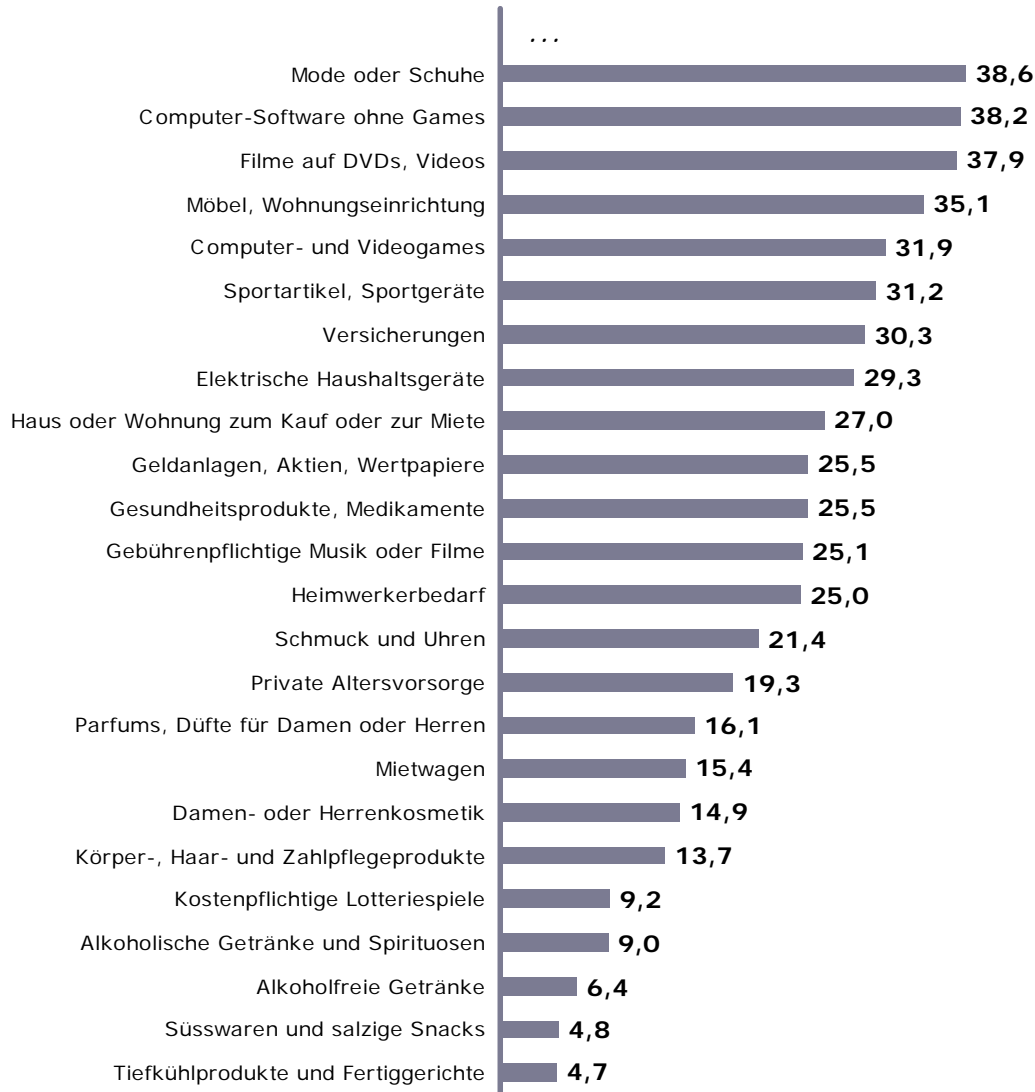
Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Informationen im Internet gesucht (Top 10)



Basis: 103.238 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 2006-I

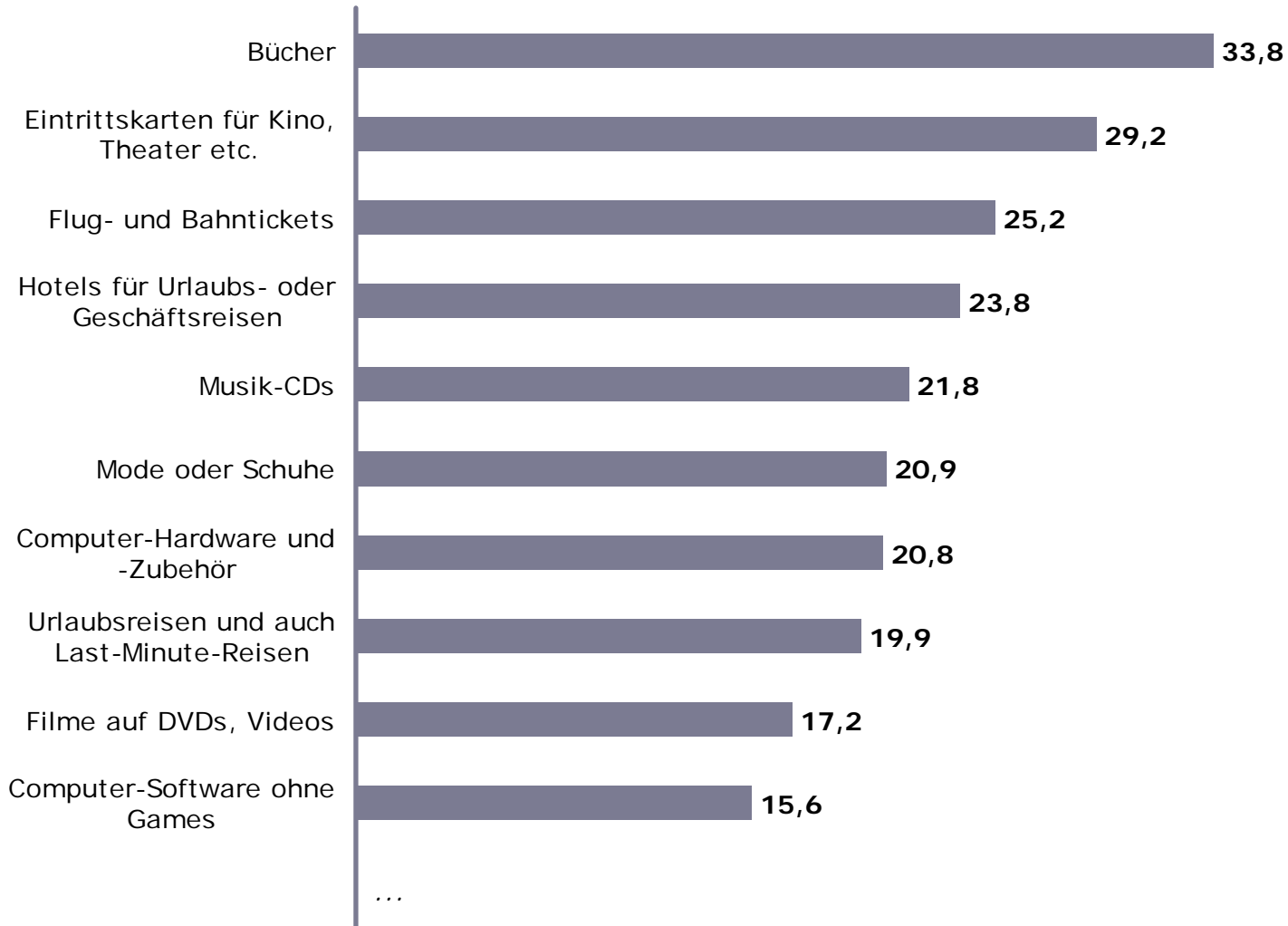
Informationen im Internet gesucht - weitere



Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

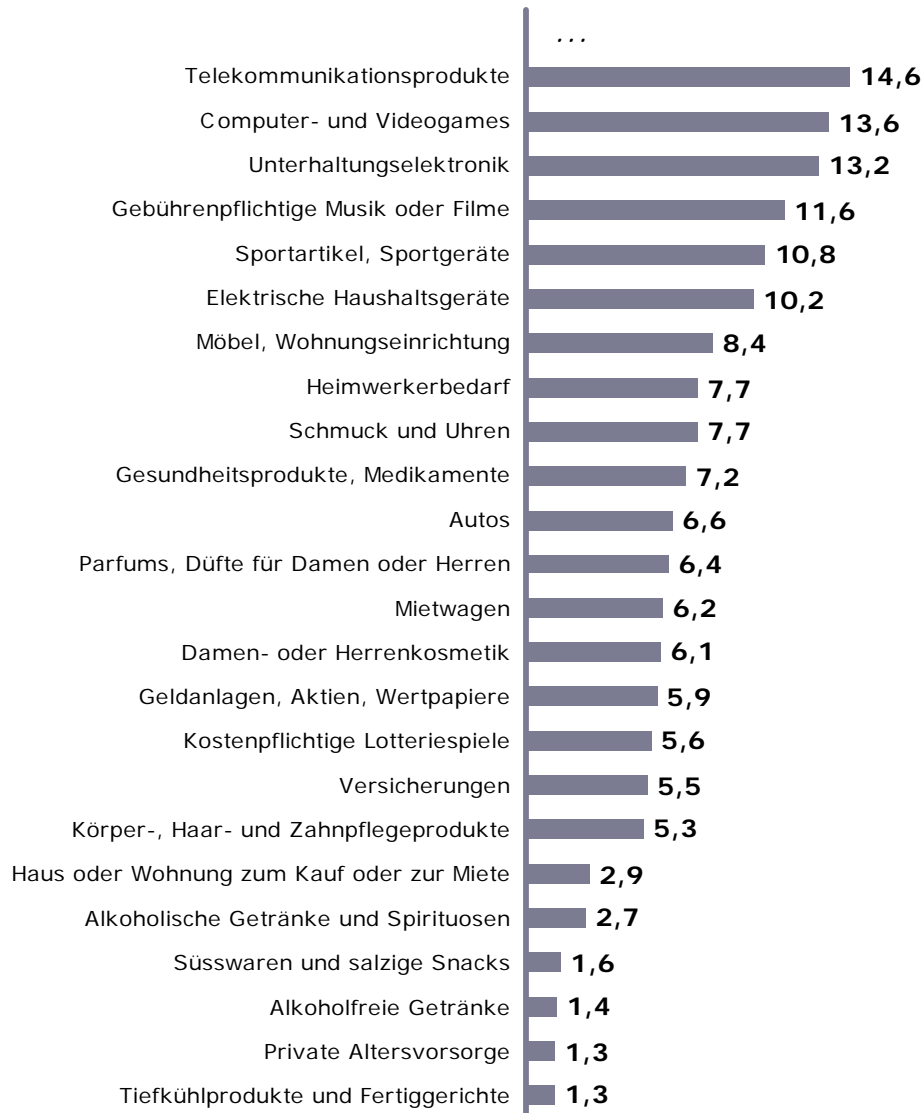
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 103.238 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 2006-I

Produkte im Internet gekauft - weitere

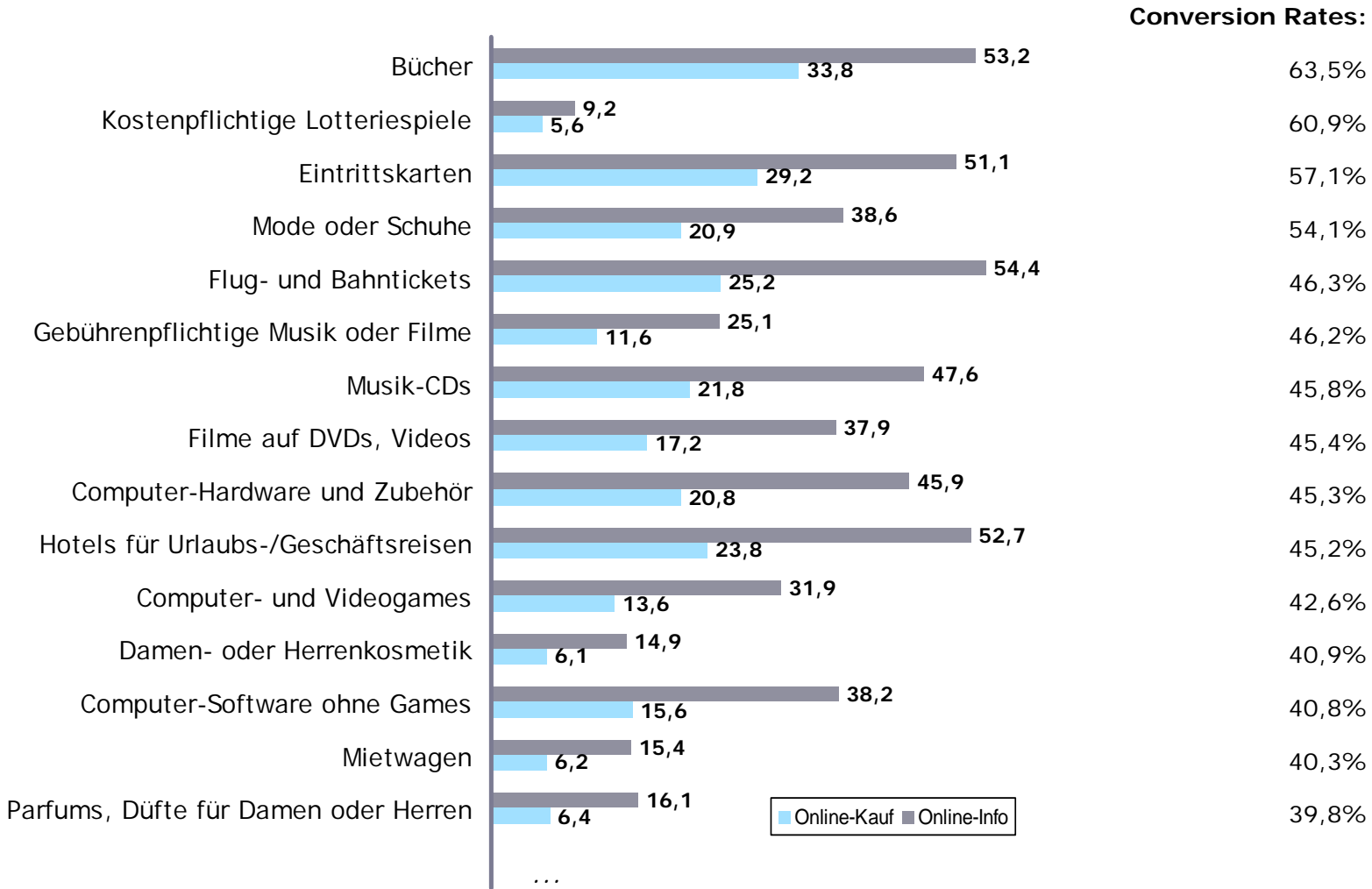


Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

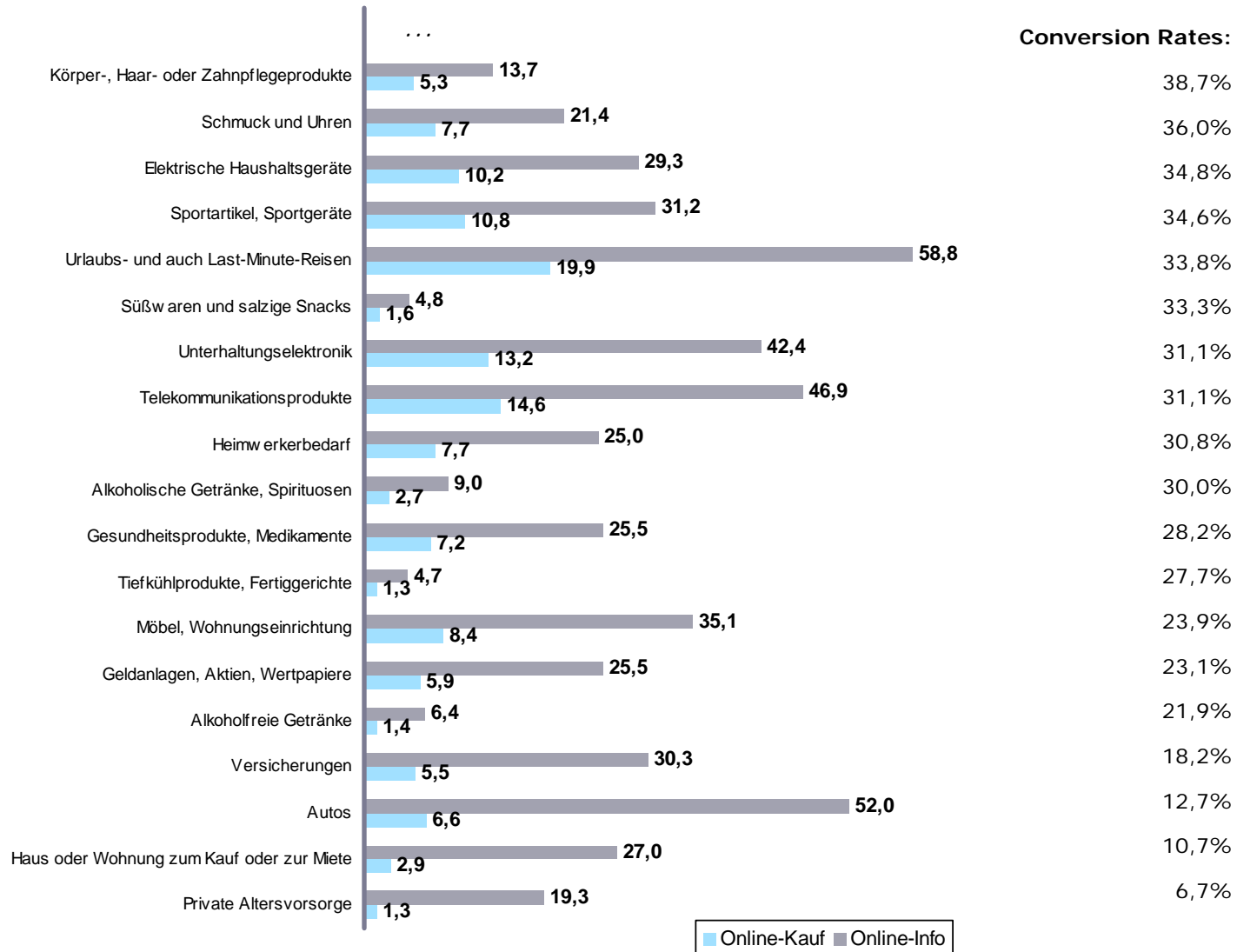
Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Conversion-Rates – weitere Produkte



Basis: 103.238 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I



teil 2

vermarkter-daten

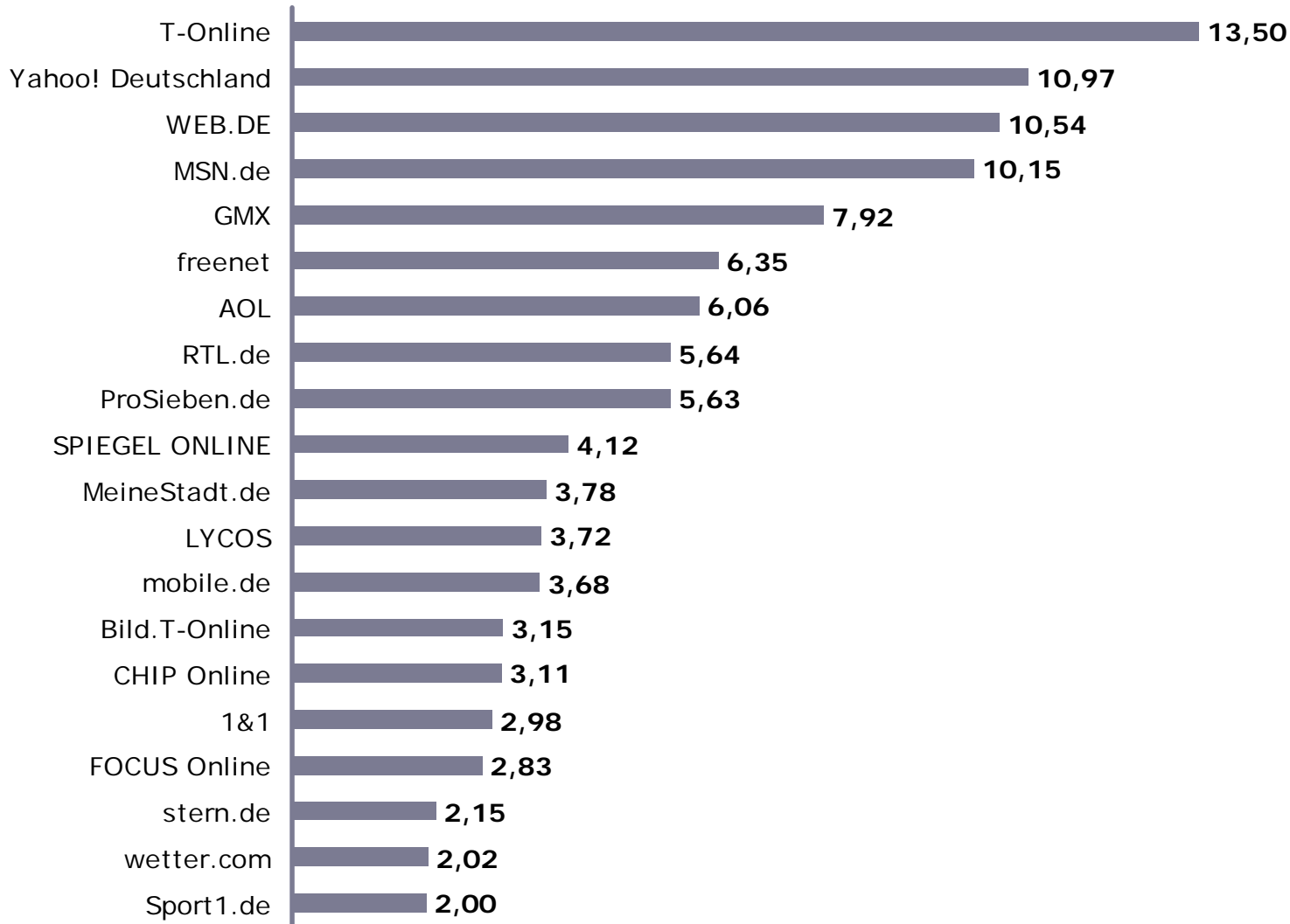
Graphiken aus Teil 2 des Berichtsbandes

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite in Mio. Unique User
United Internet Media AG	1	46,2	16,63
Interactive Media CCSP GmbH	2	43,9	15,79
TOMORROW FOCUS AG	3	41,5	14,92
Yahoo! Deutschland GmbH	4	30,5	10,97
AdLINK Internet Media GmbH	5	25,3	9,10
SevenOne Interactive GmbH	6	24,8	8,91
freenet.de AG	7	20,0	7,21
IP Deutschland GmbH	8	19,9	7,14
LYCOS Europe GmbH	9	18,4	6,64
AOL Digital Marketing Group	10	17,9	6,45
QUALITY CHANNEL GmbH	11	17,3	6,23
G+J Electronic Media Sales GmbH	12	12,0	4,32
allesklar.com AG	13	10,5	3,78
mobile.de GmbH	14	10,2	3,68
Bild.T-Online.de AG & Co. KG	15	8,8	3,15
mediasquares GmbH	16	5,6	2,00
GWP online marketing	17	5,5	1,99
F.A.Z. Electronic Media GmbH	18	3,7	1,32
OnVista Media GmbH	19	3,3	1,20
Orkla Media Sales GmbH	20	3,0	1,08
Tiscali GmbH	21	2,9	1,03
teltarif.de Onlineverlag GmbH	22	2,6	0,94
BAUER MEDIA KG	23	2,2	0,79
Netpoint media GmbH	24	2,0	0,72
autobild.de AS AUTO VERLAG GmbH	25	2,0	0,71
ValueClick Deutschland GmbH	26	0,7	0,25
Ad2Net AG	27	0,6	0,20

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Januar - März 2006 / Basis: 103.238 ungewichtete Fälle
(Internetnutzer letzte 3 Monate) / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I

Top-20-Werbeträger pro Monat



Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Januar - März 2006 / Basis: 103.238 ungewichtete Fälle
(Internetnutzer letzte 3 Monate) / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-I



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

Telefonische
Basisbefragung
(Grundgesamtheit
Gesamtbev. 14+)

Säule III

Daten-
satz I

Daten-
satz II
= internet
facts