



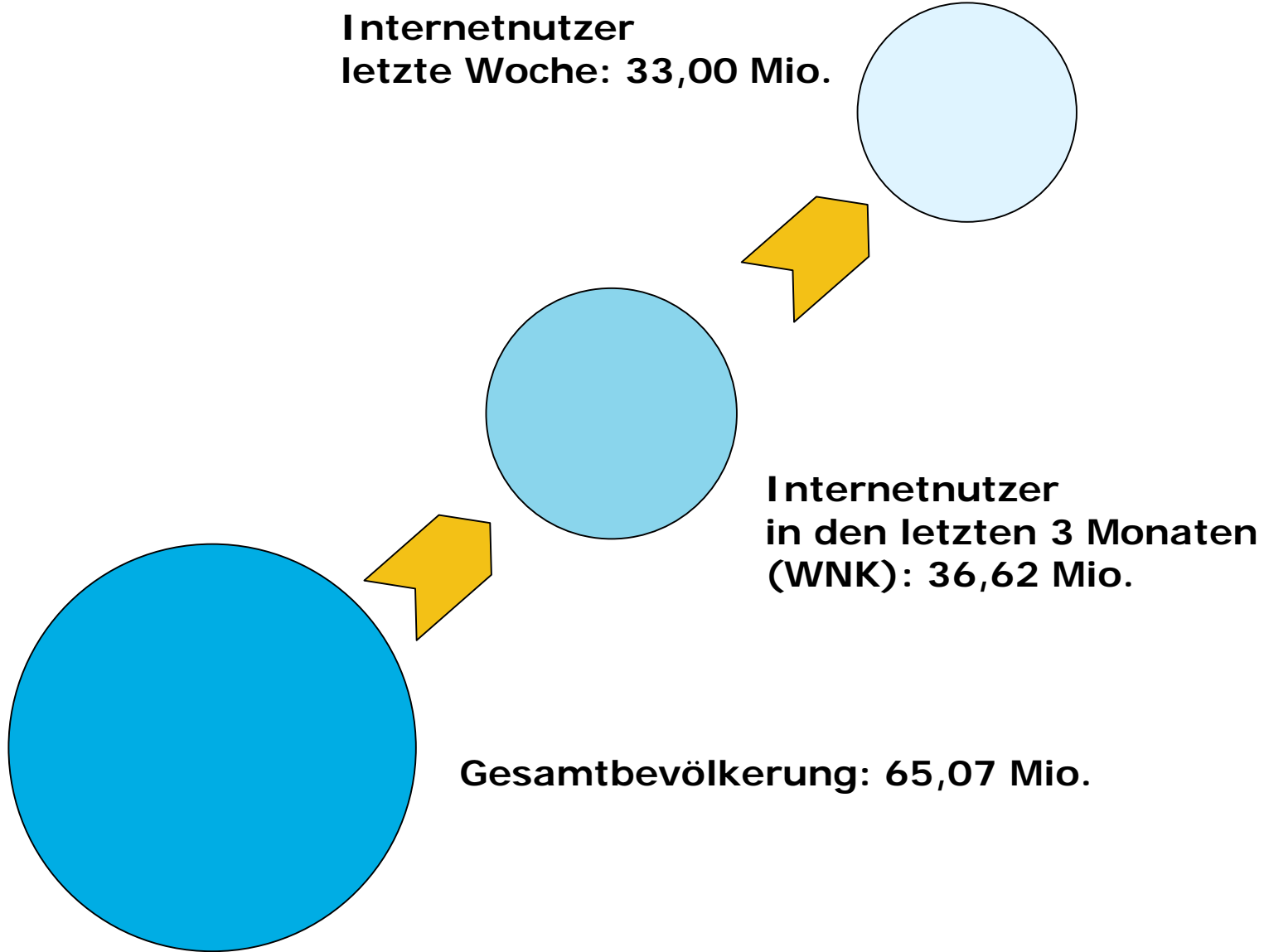
internet facts 2006-III

Graphiken zum Berichtsband

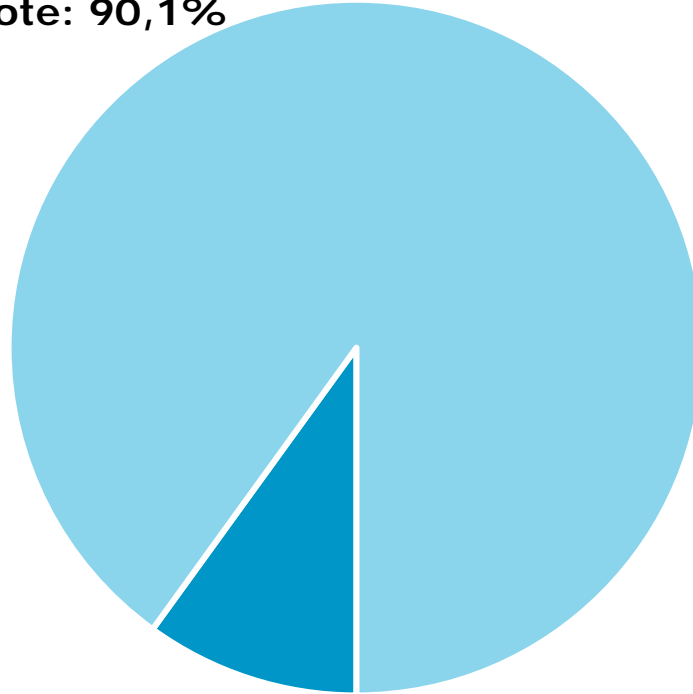
AGOF e.V. März 2007



Graphiken aus Teil 1 des Berichtsbandes

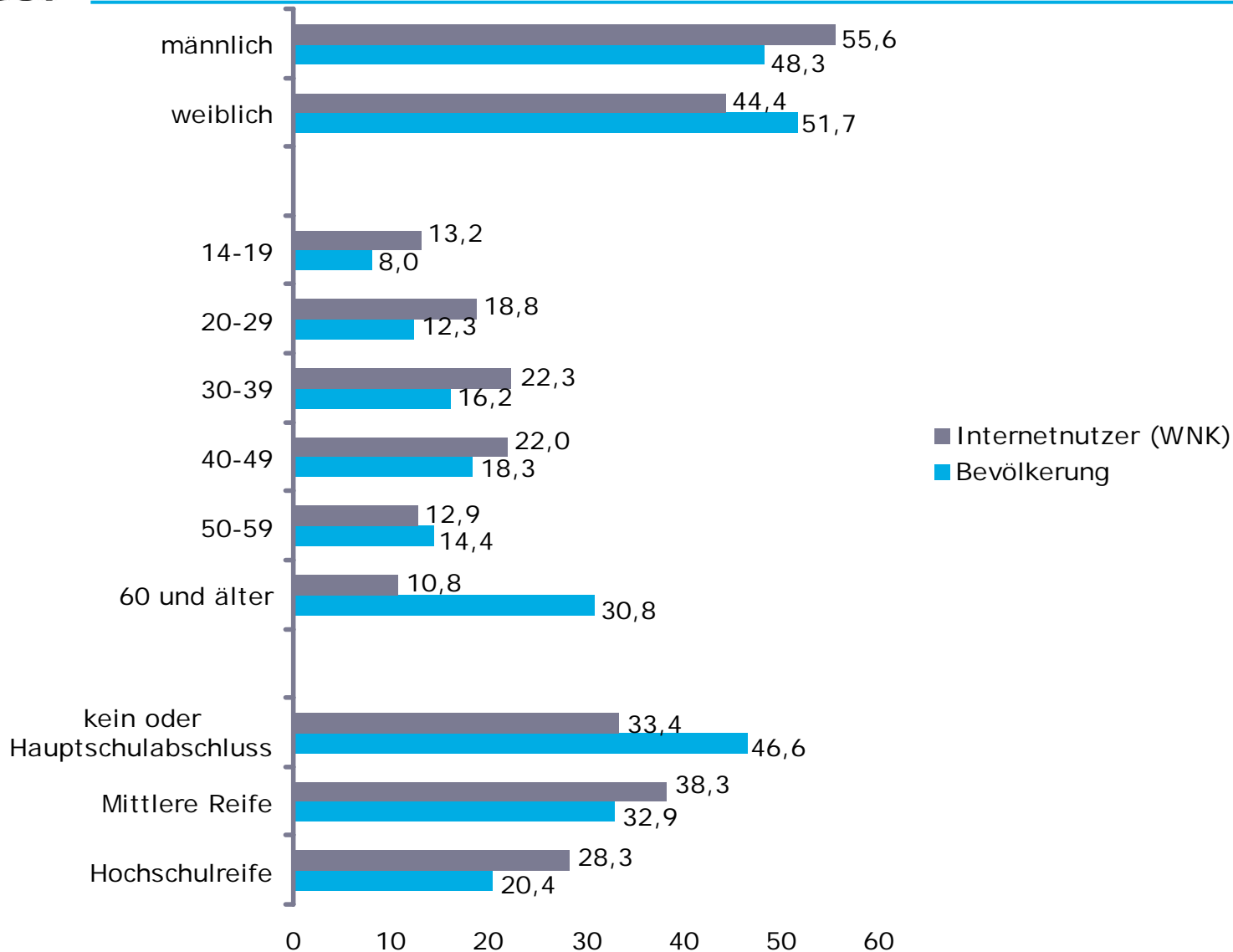


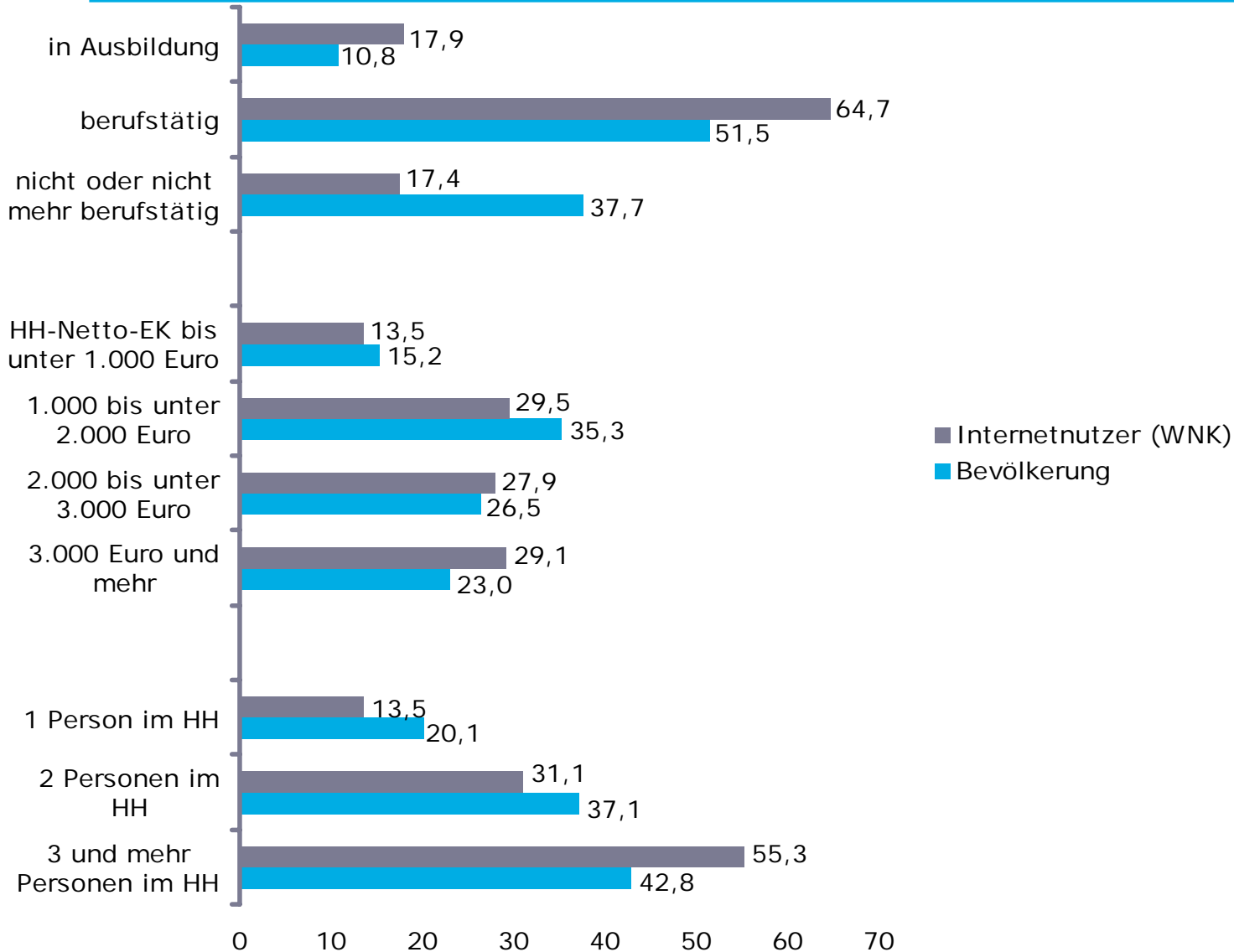
**Nutzung
AGOF-Angebote: 90,1%**

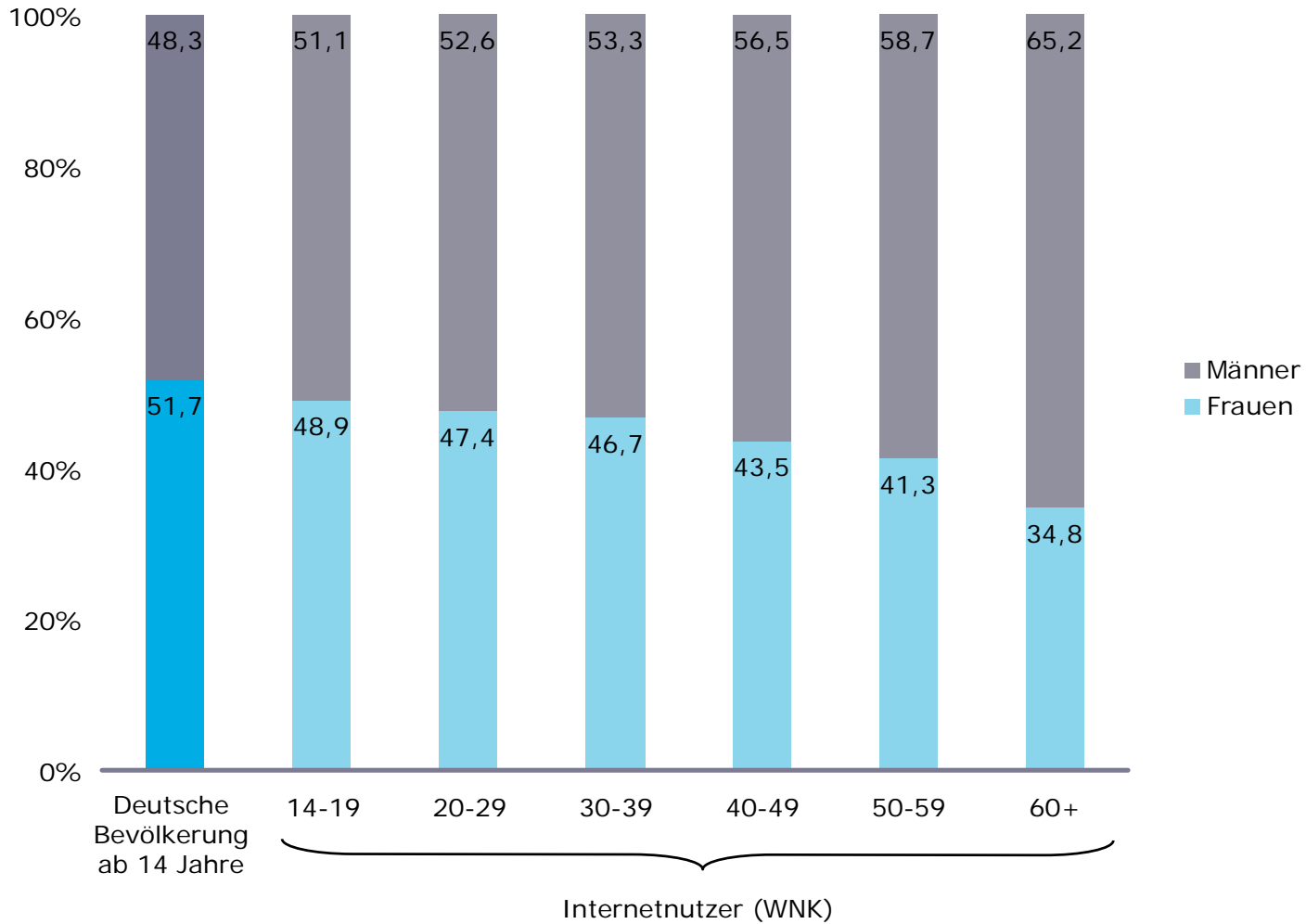


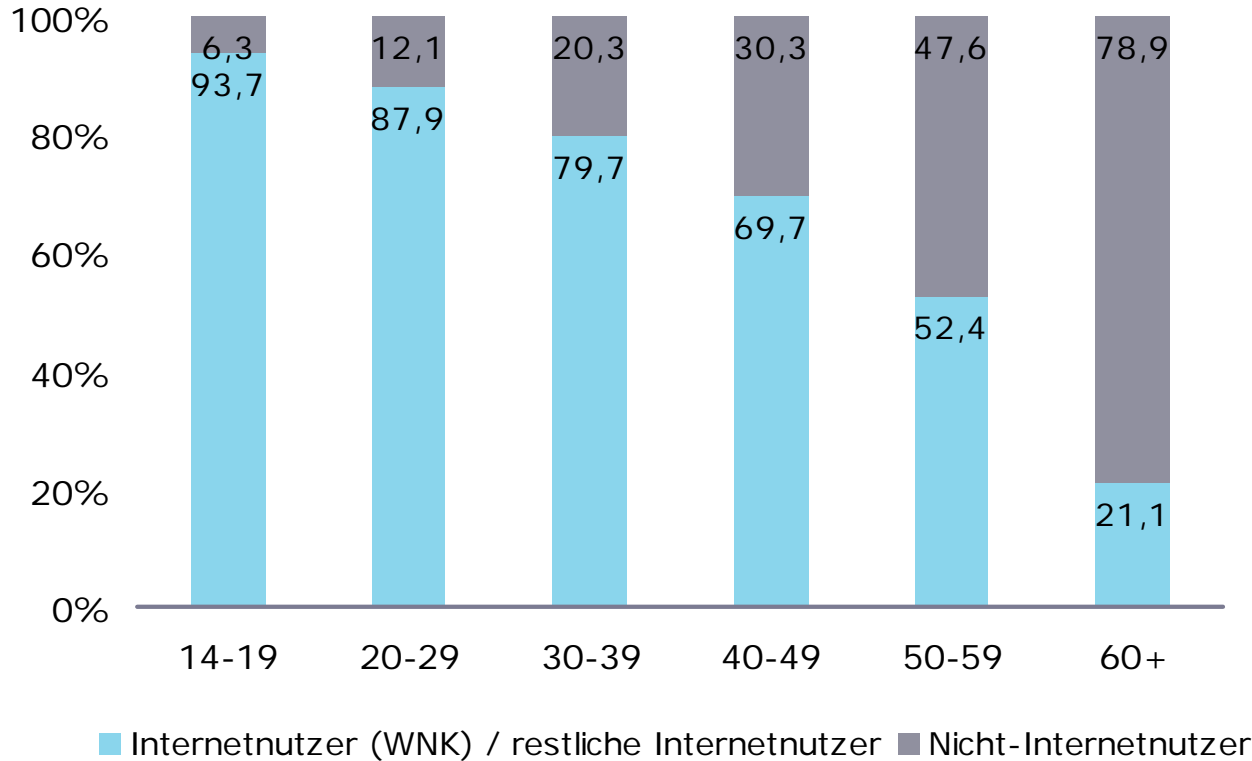
**Keine Nutzung AGOF-
Angebote: 9,9%**

Soziodemographie Onliner vs. Bevölkerung

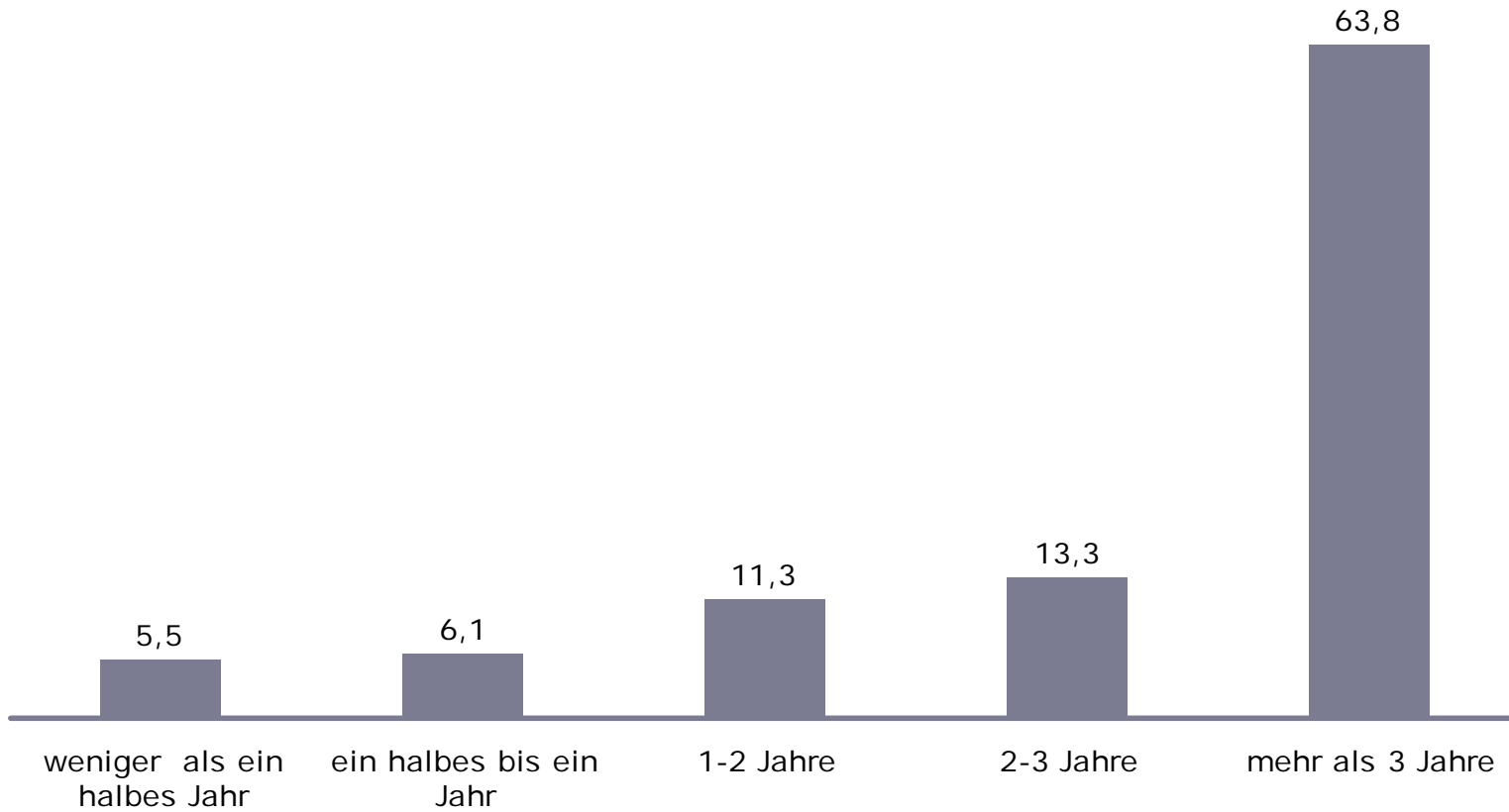








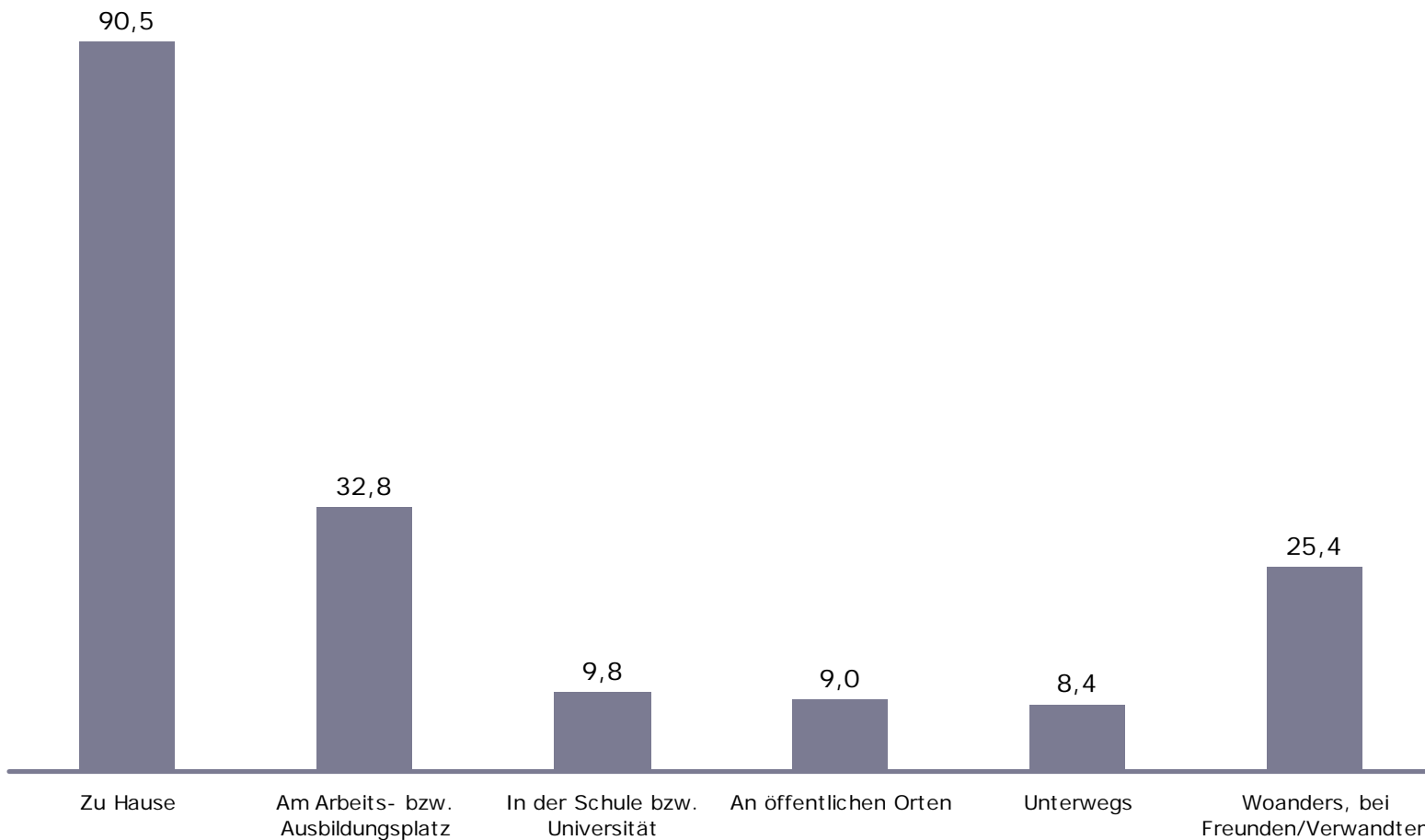
Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 678 ungewichtete Fälle (restliche Internetnutzer) / 12.974 ungewichtete Fälle (Nicht-Internetnutzer)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III



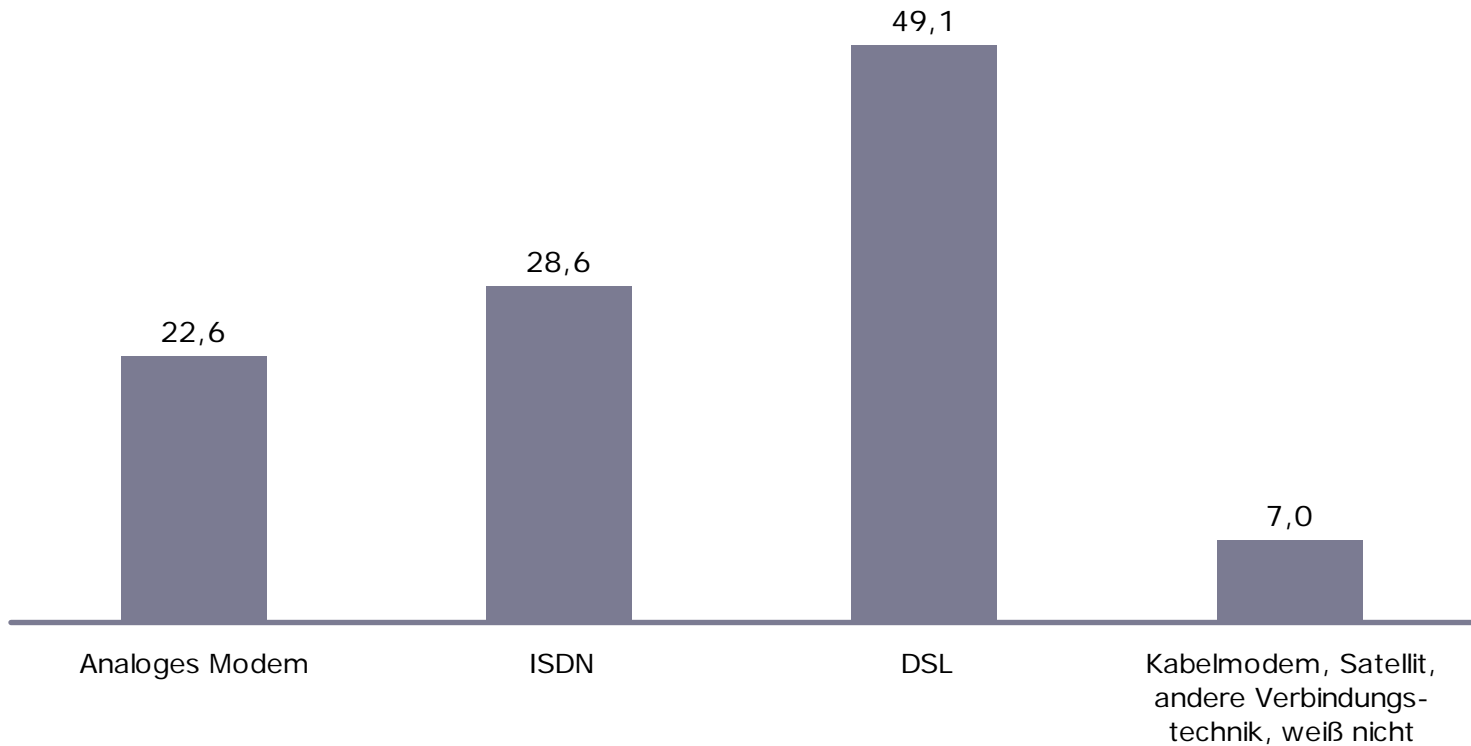
Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

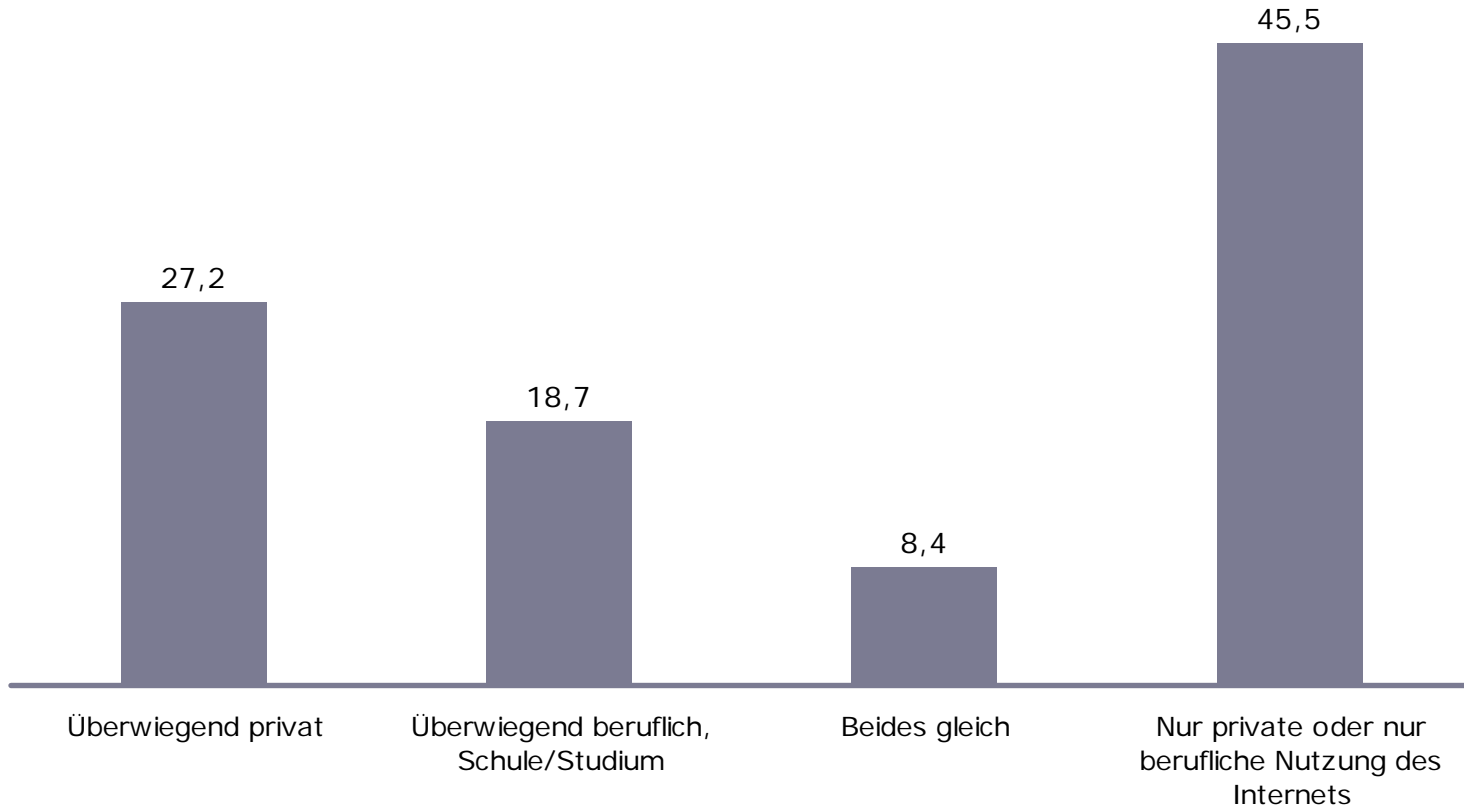
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III



Basis: 82.367 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-III



Basis: 74.959 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate, zu Hause)
 „Welche Verbindungstechnik nutzen Sie für Ihren Internetzugang zu Hause?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III



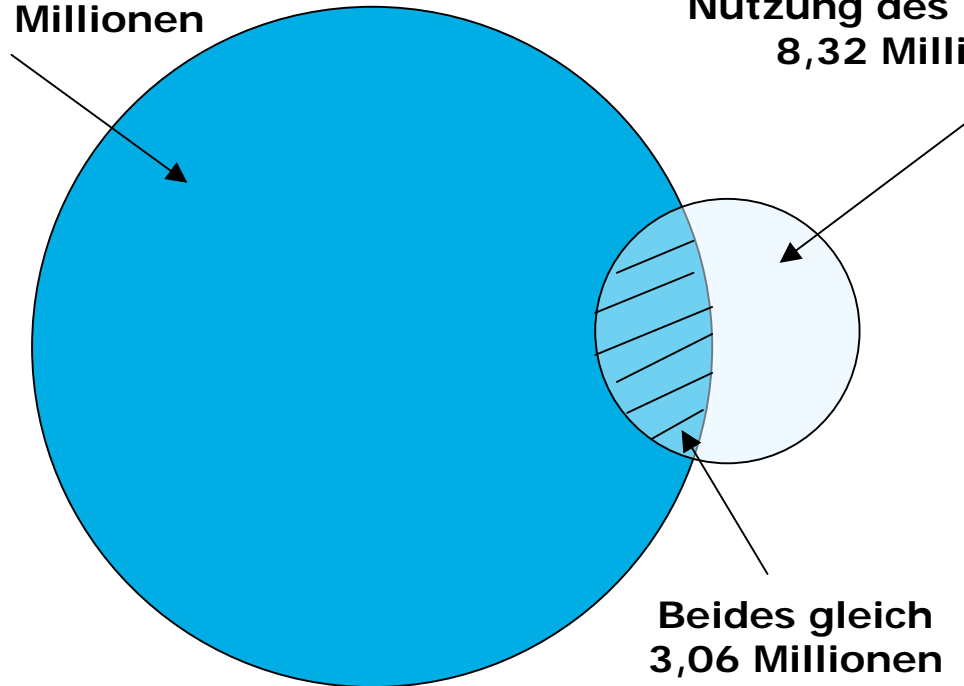
Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“

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

**Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
24,82 Millionen**

**Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
8,32 Millionen**

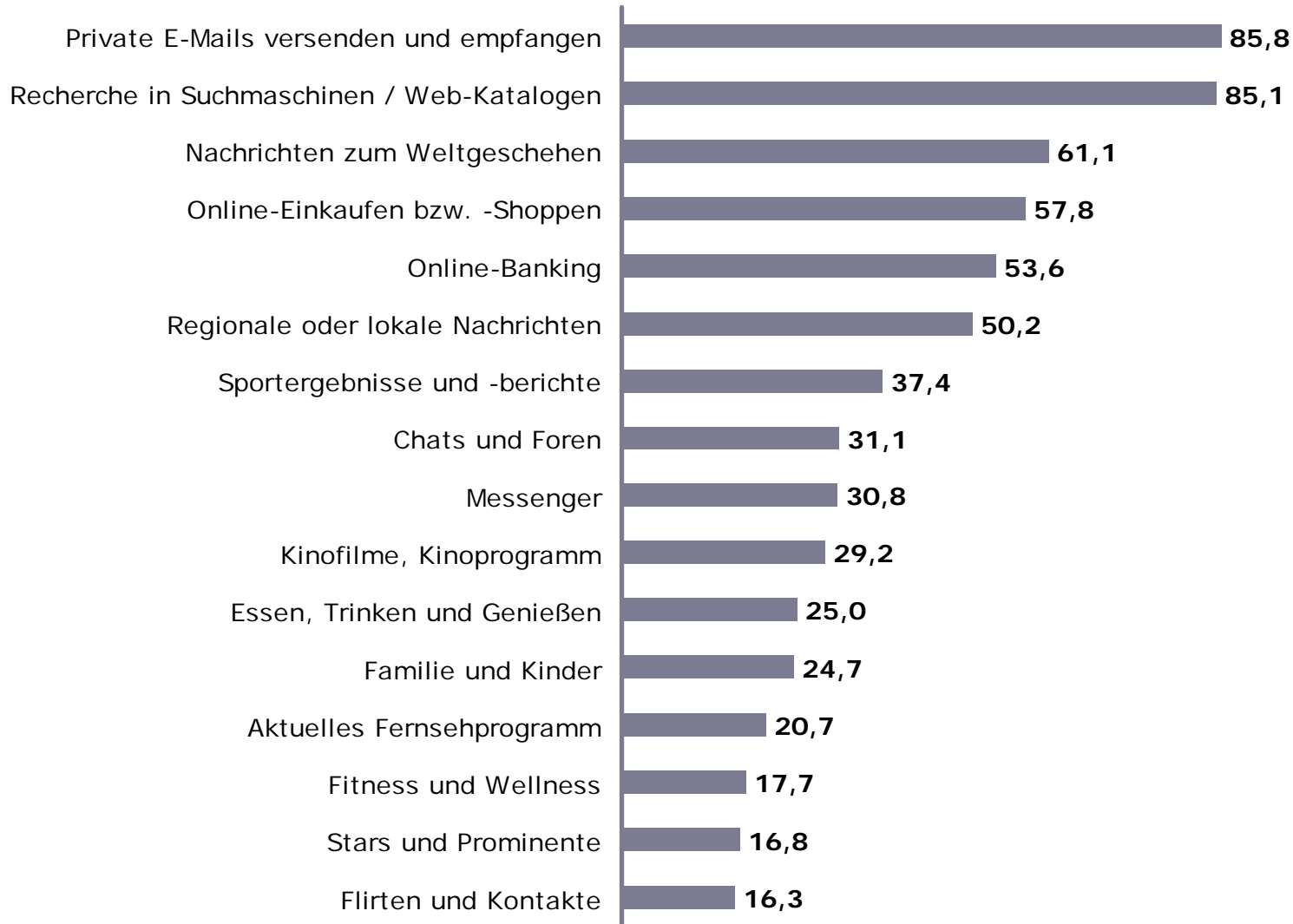


Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

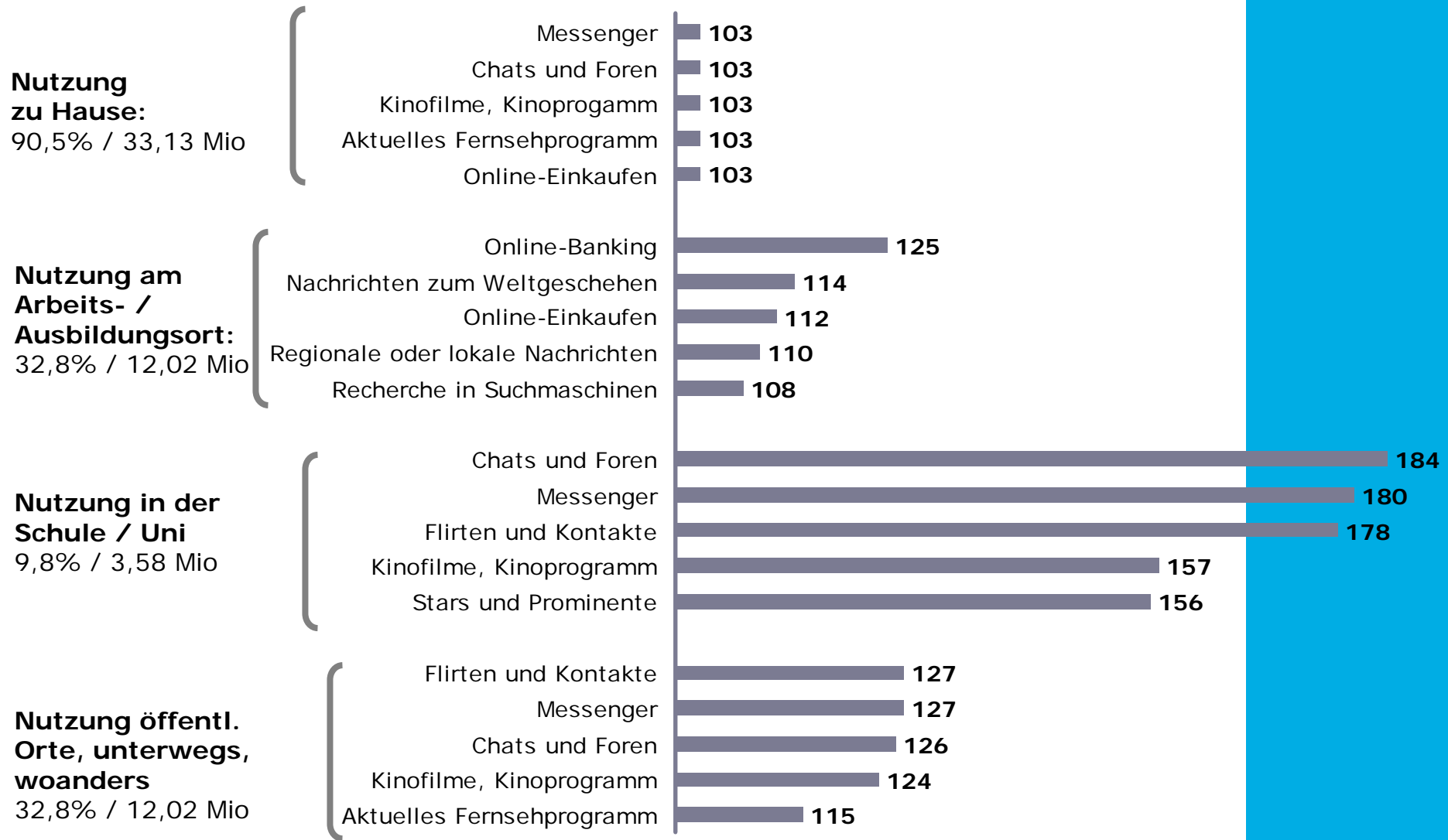
„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“ /

„Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“

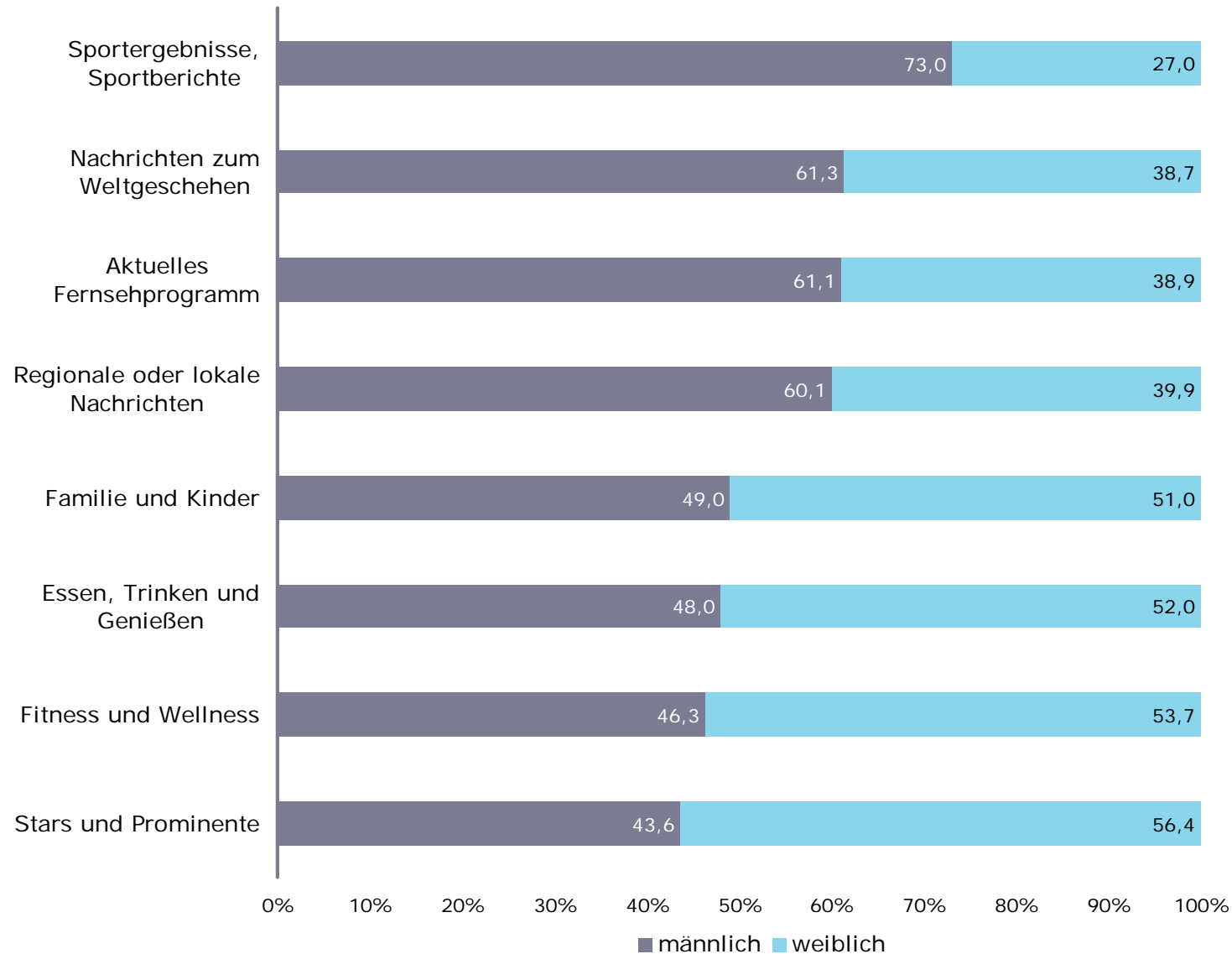
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III



Basis: 82.367 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-III



Basis: 82.367 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-III

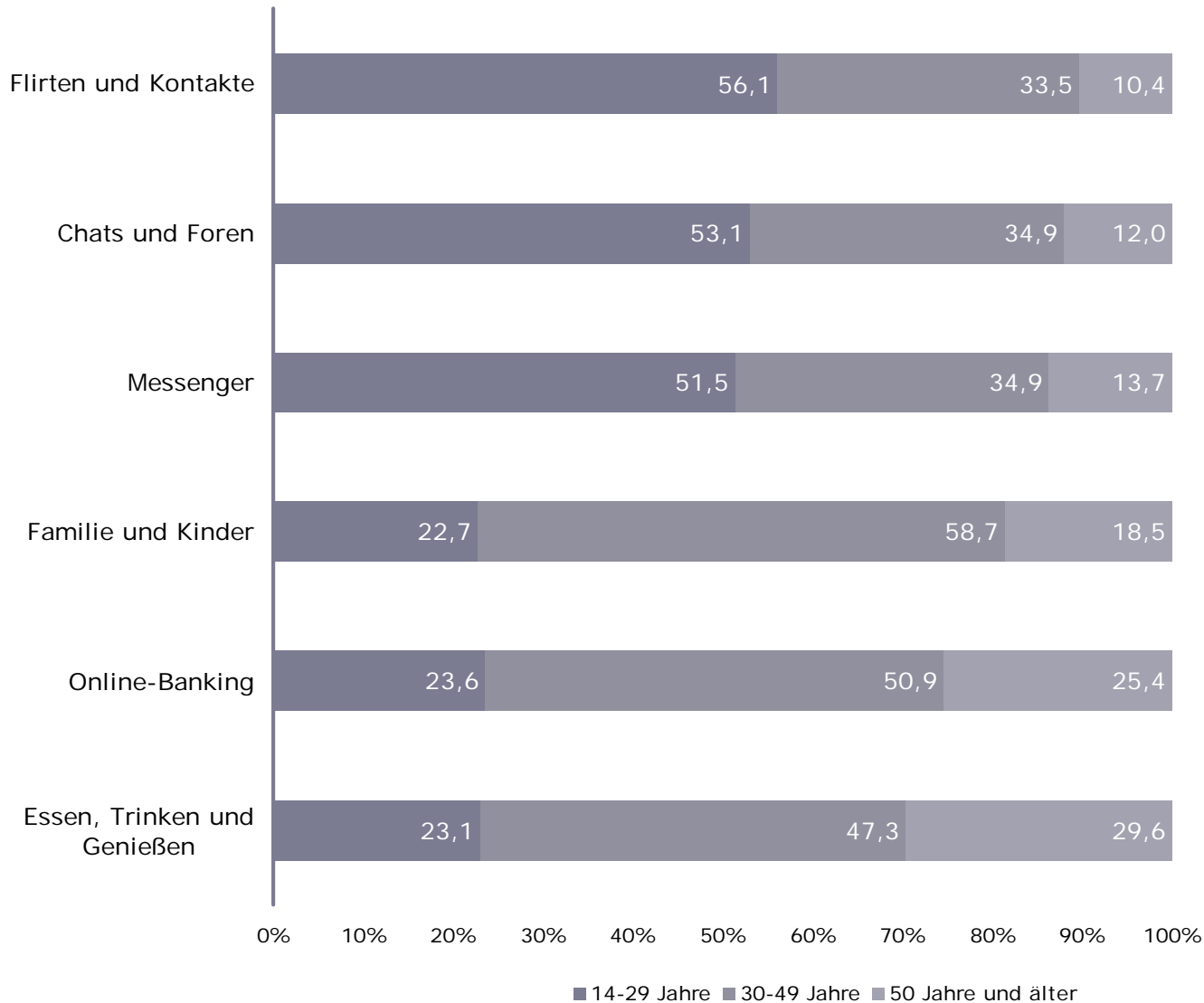


Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

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

Altersverteilung in den Themenbereichen

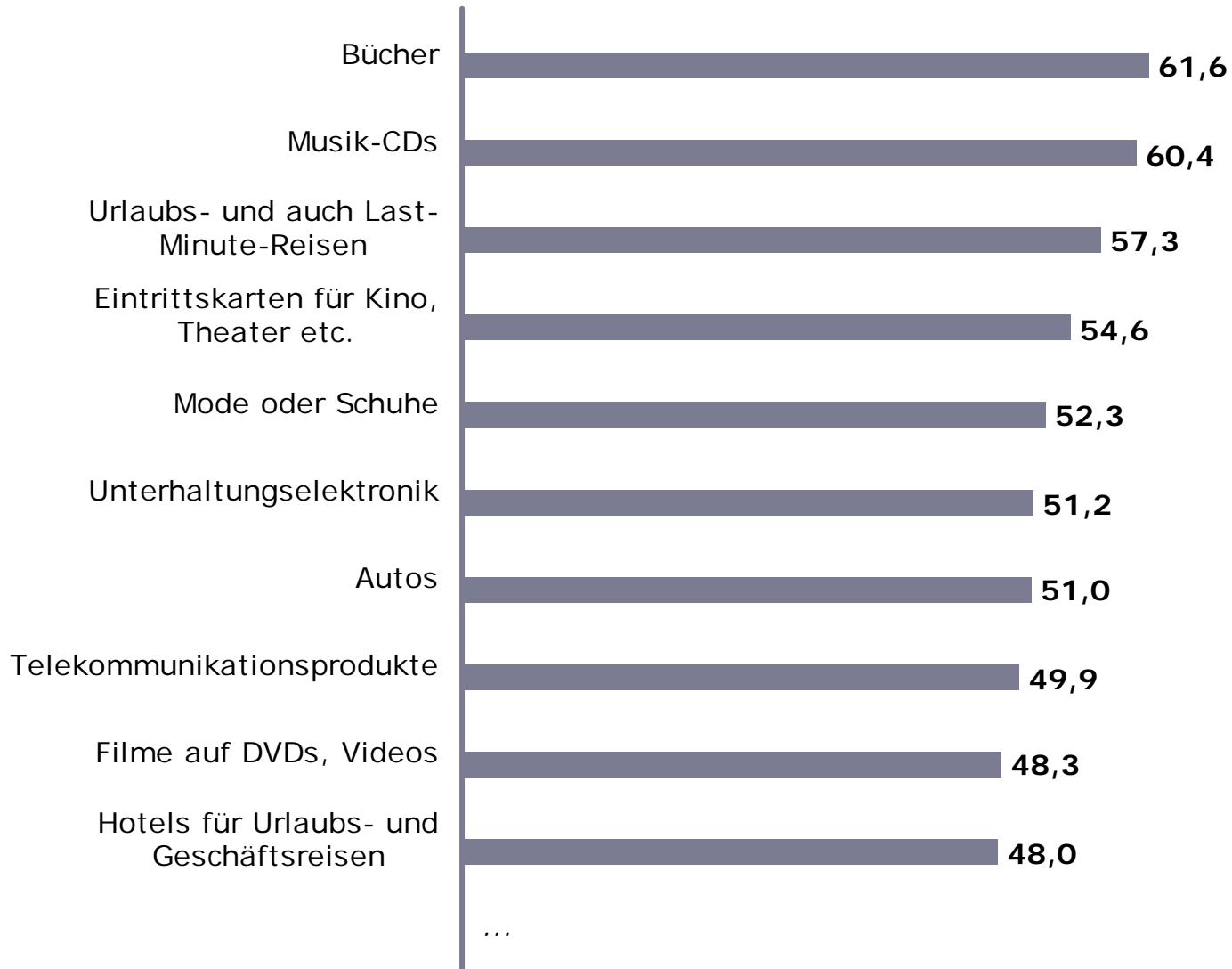


Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

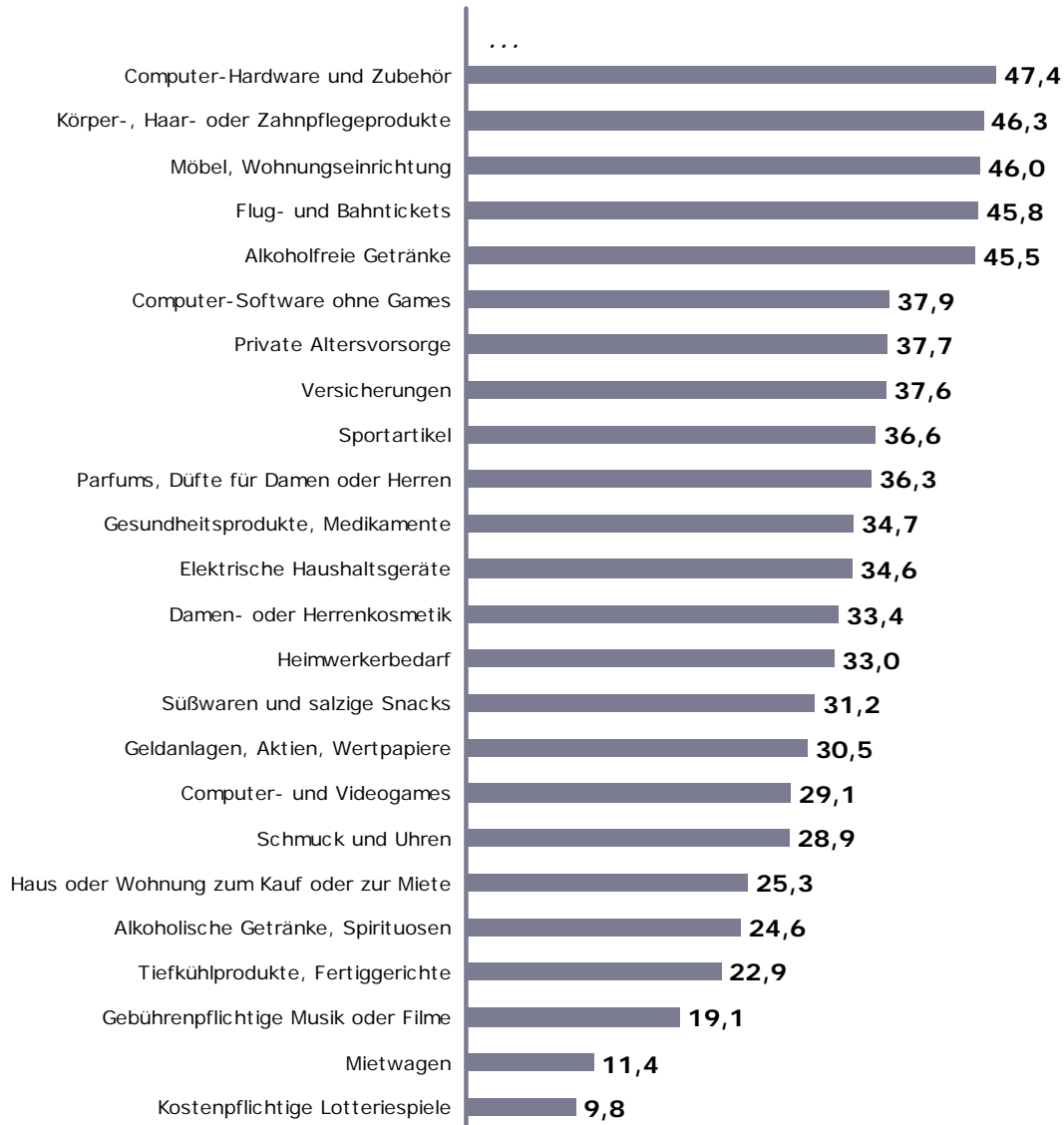
„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“

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

Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



Basis: 82.367 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-III

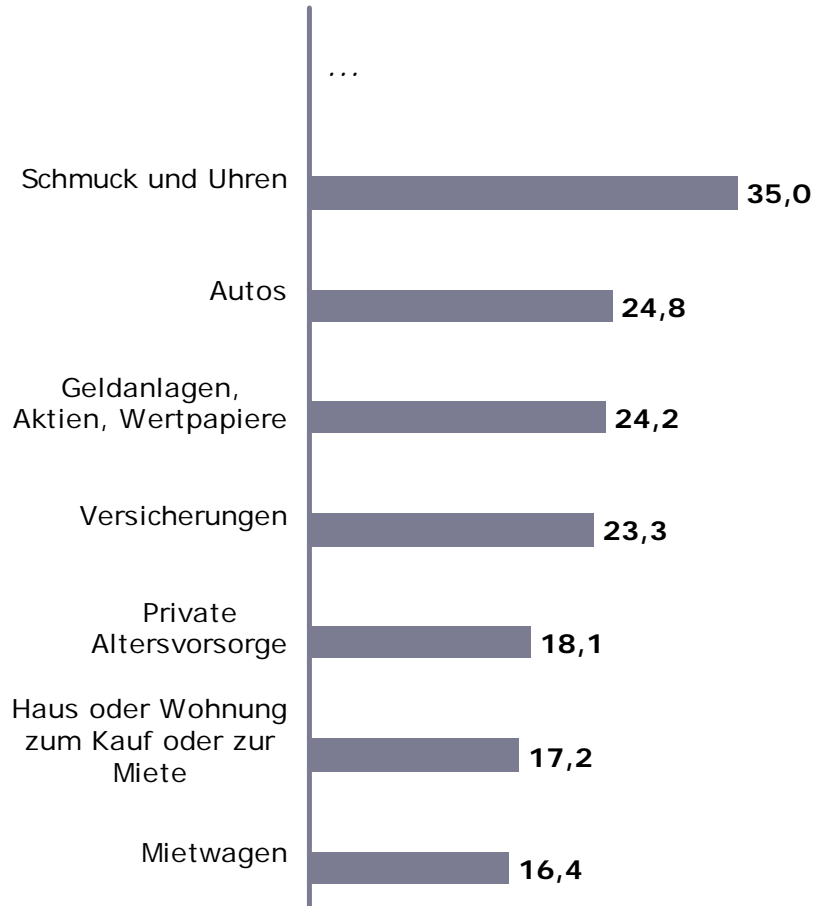


Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III

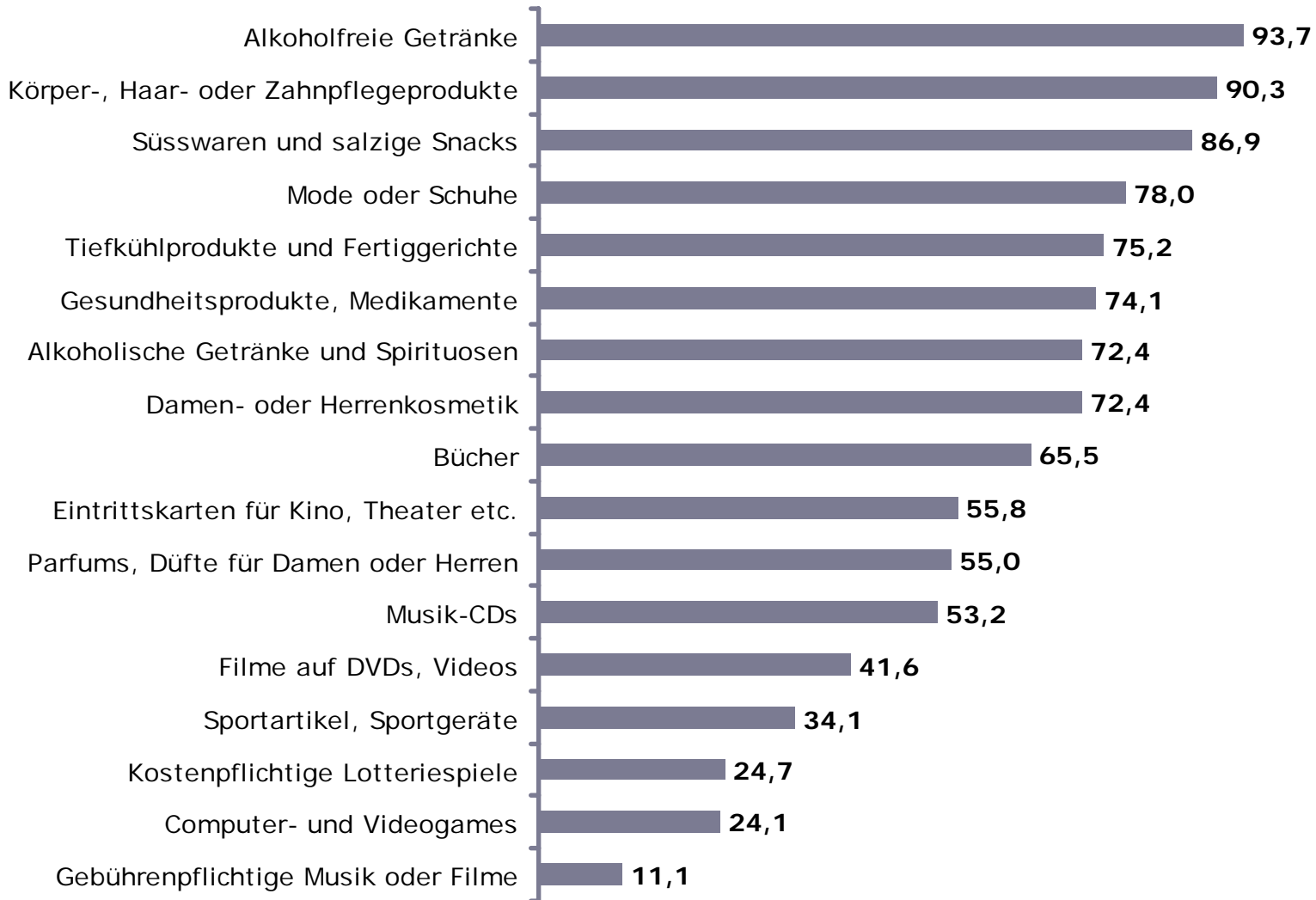
Produkt Kaufplanung (Top 10)



Basis: 82.367 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-III

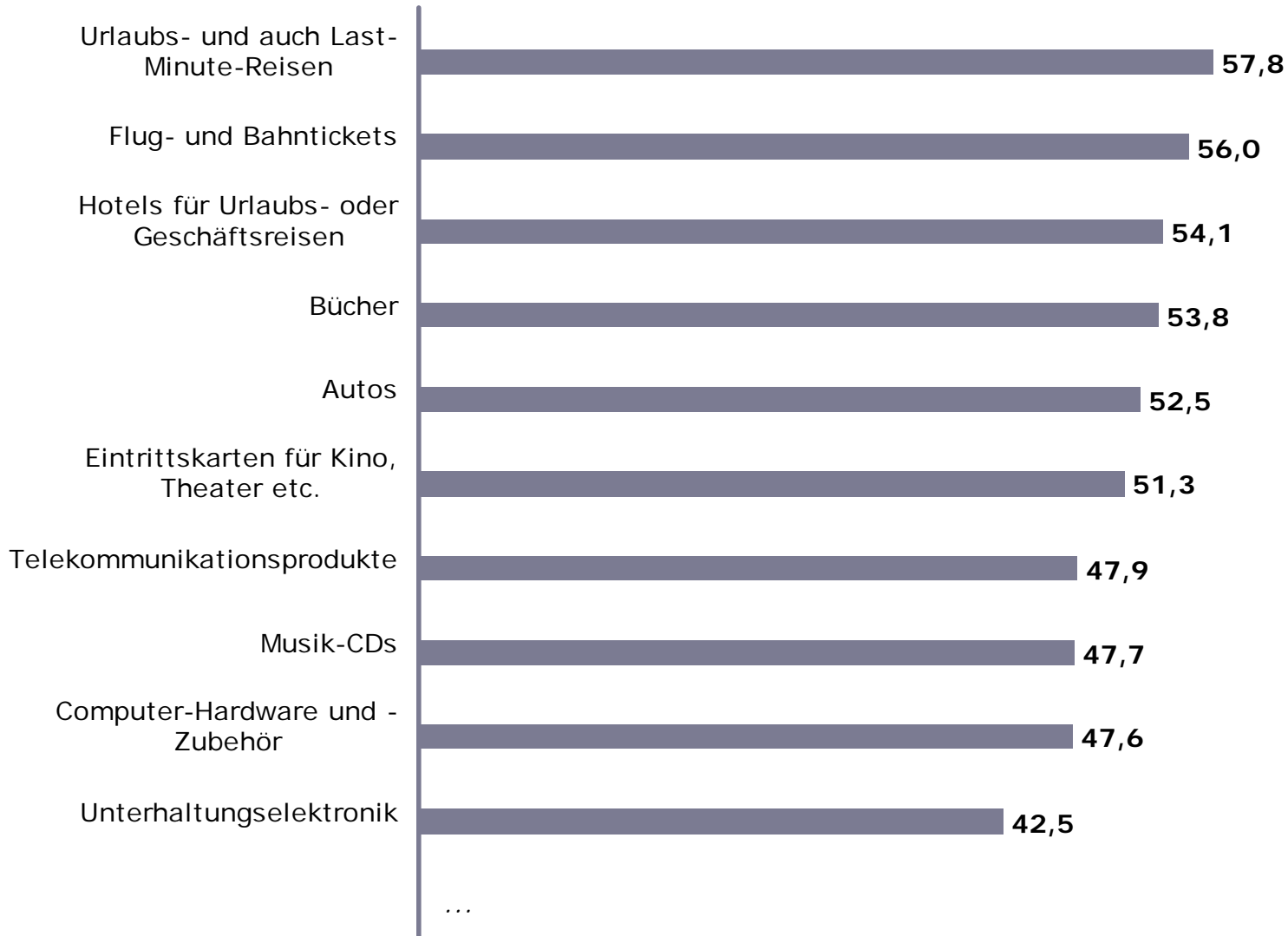


Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III



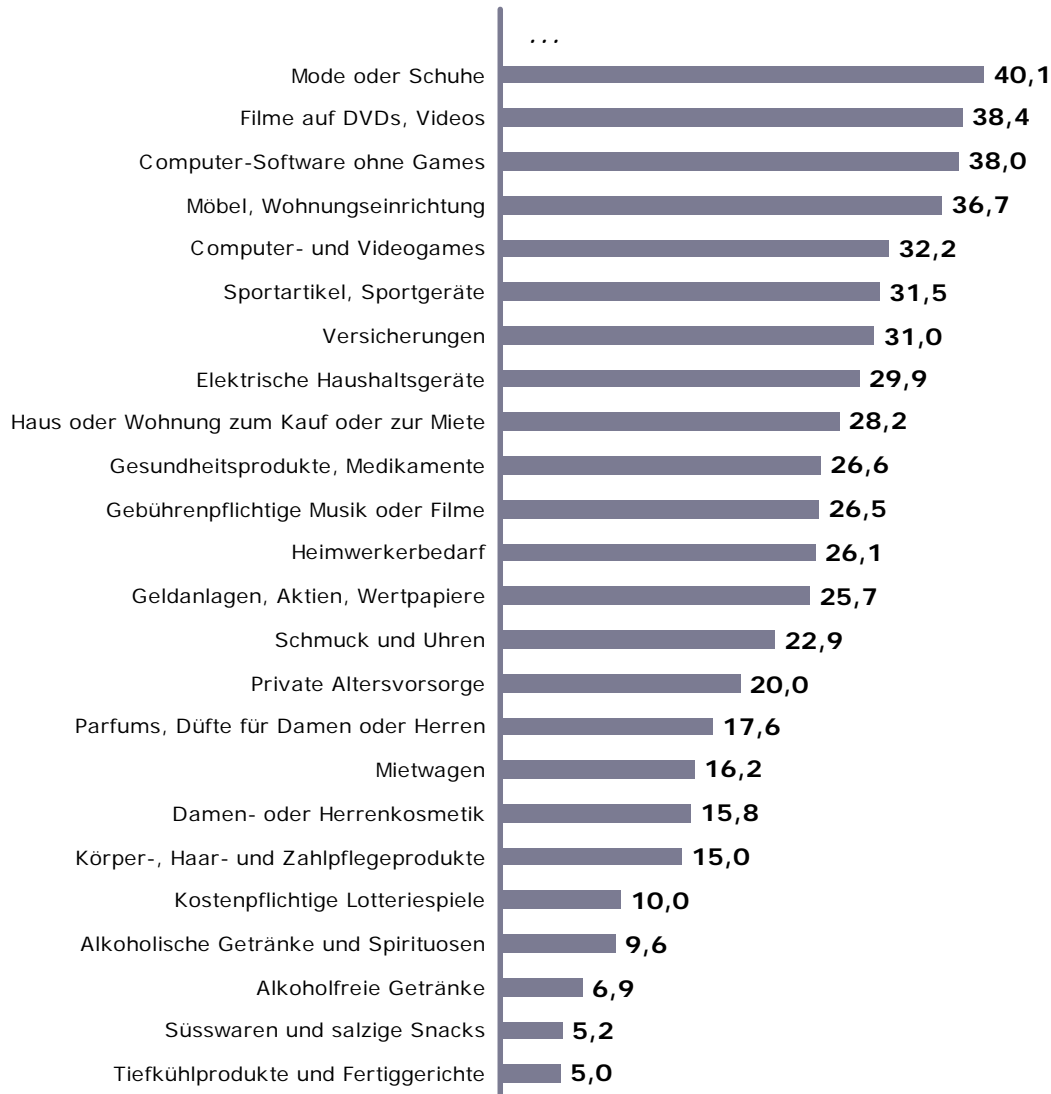
Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III

Informationen im Internet gesucht (Top 10)



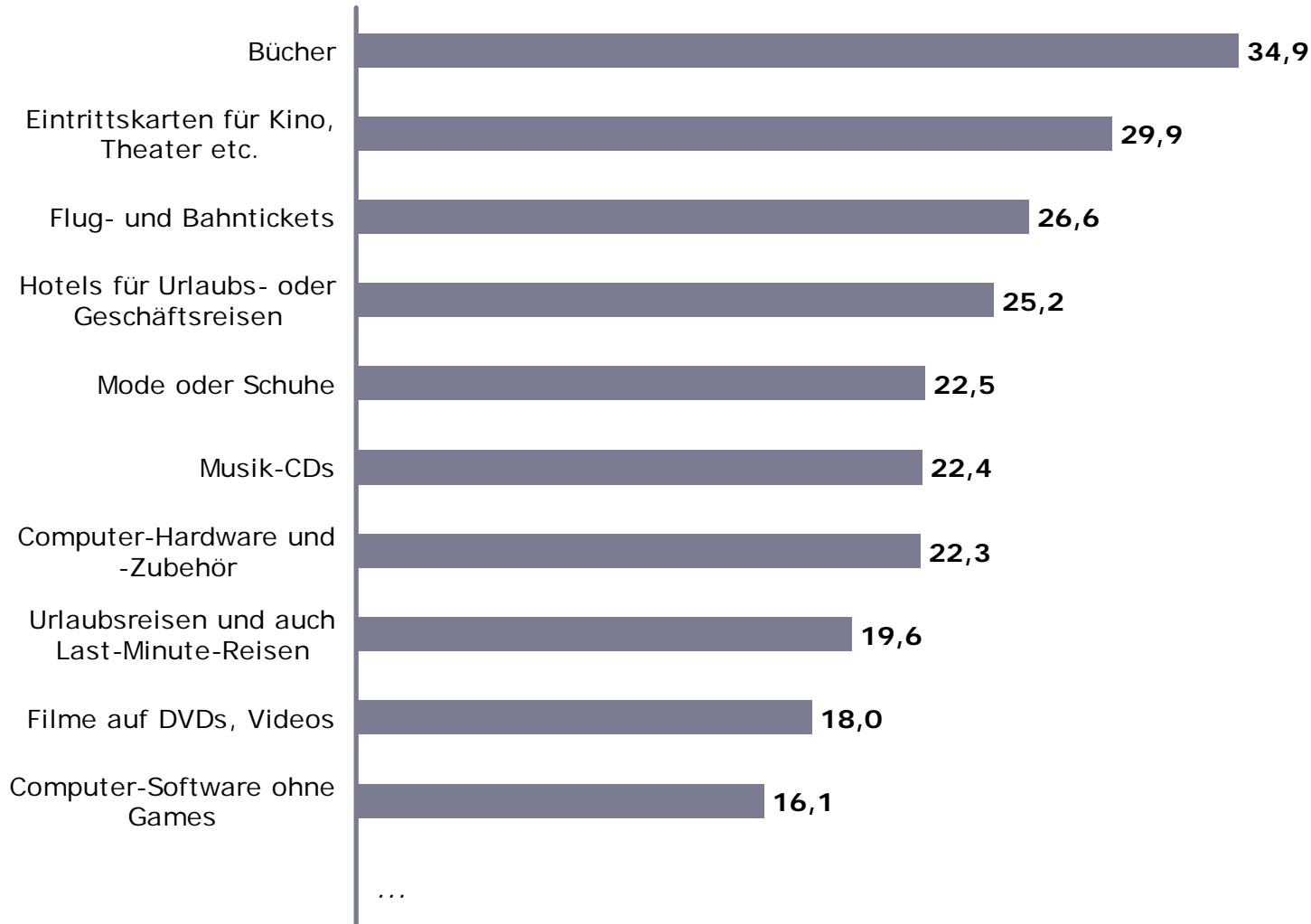
Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

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

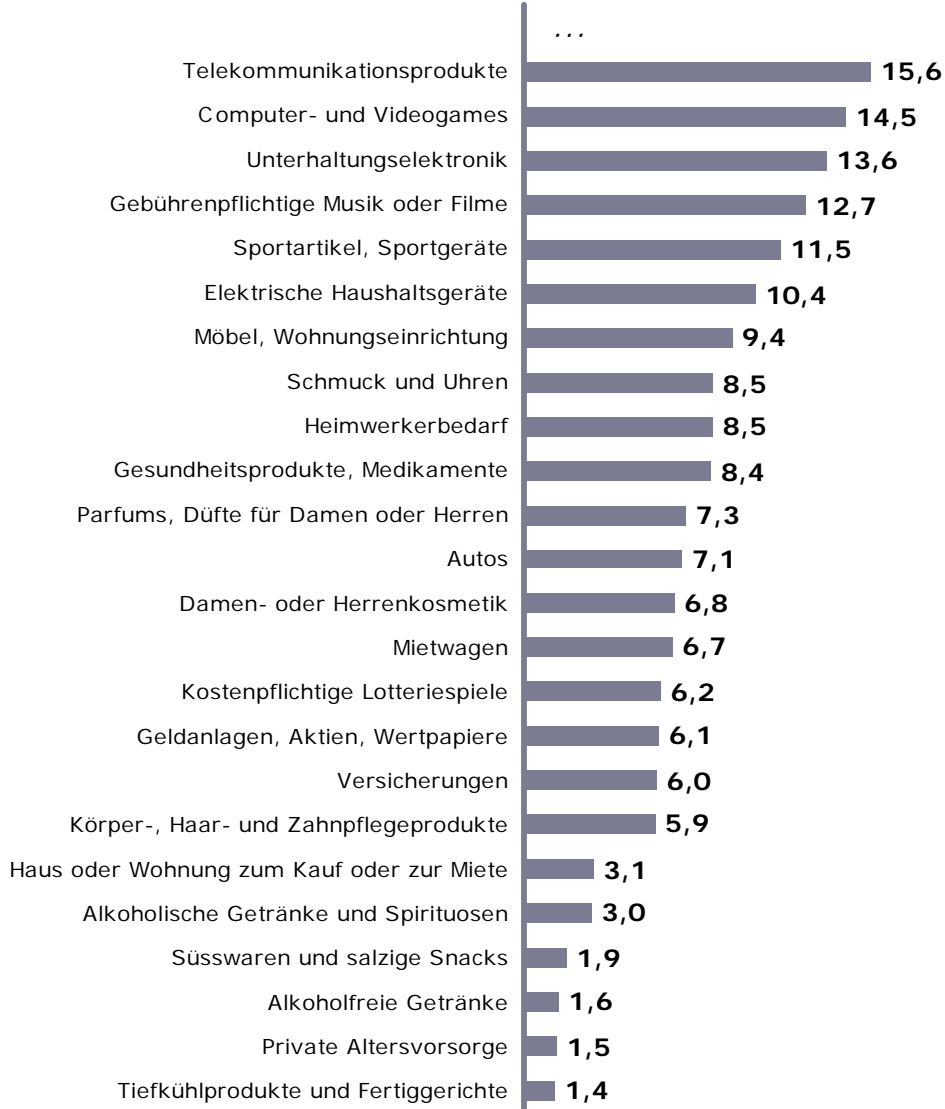


Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III

Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 82.367 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-III

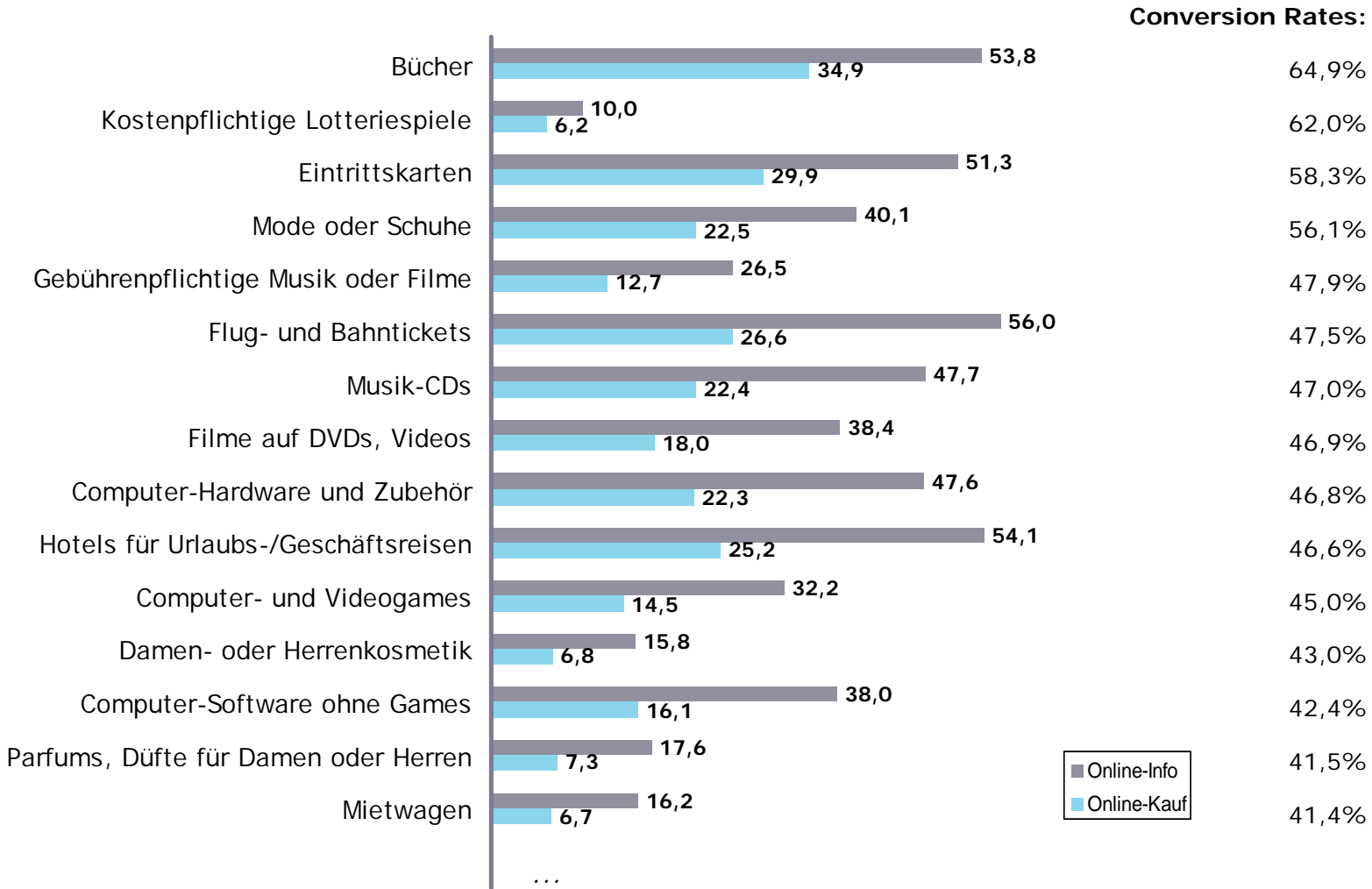


Basis: 82.367 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

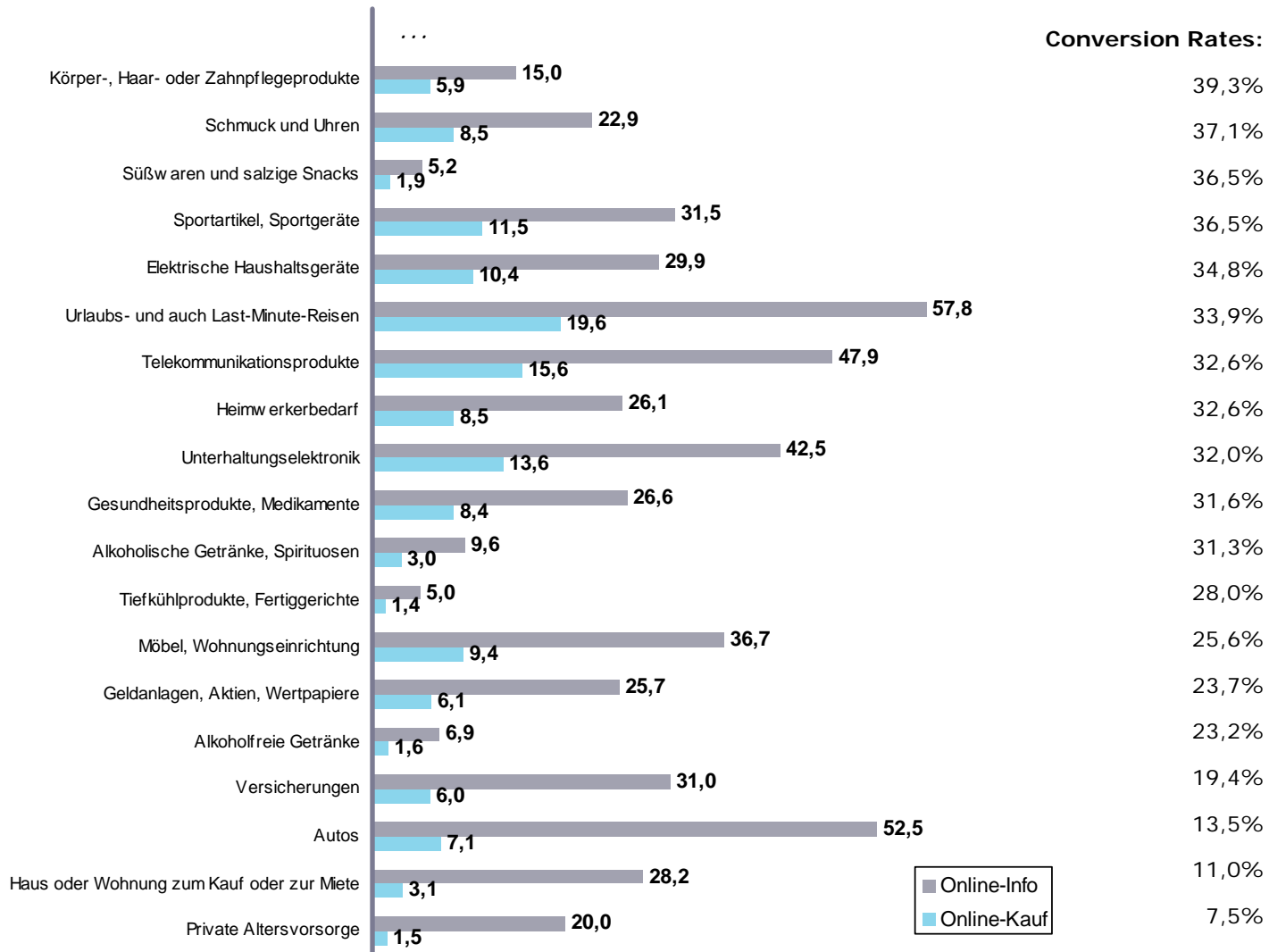
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 82.367 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-III



Basis: 82.367 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-III

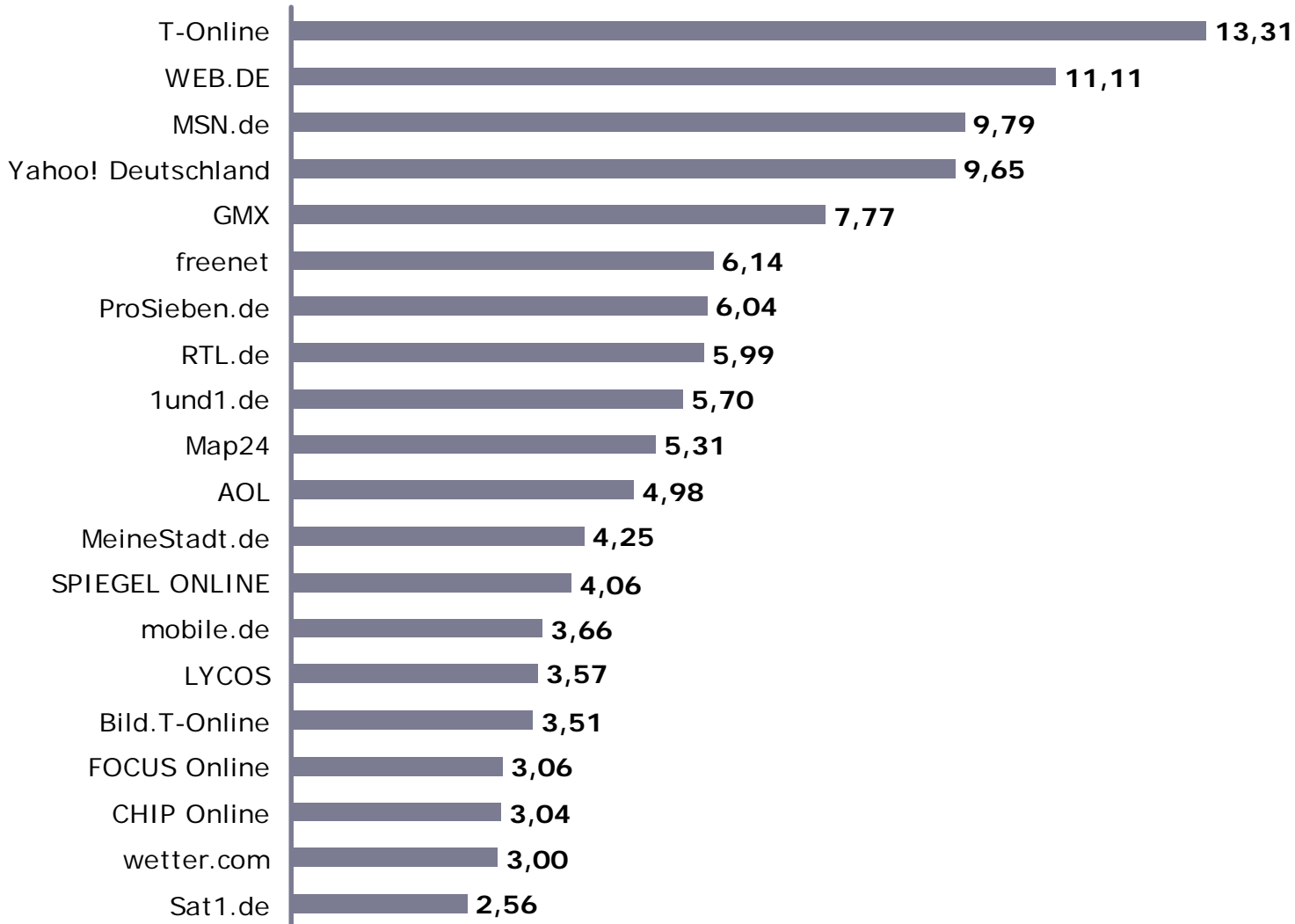


Graphiken aus Teil 2 des Berichtsbandes

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
United Internet Media AG	1	49,0	17,93
InteractiveMedia CCSP GmbH	2	41,1	15,06
TOMORROW FOCUS AG	3	32,7	11,97
SevenOne Interactive GmbH	4	28,7	10,50
Microsoft Digital Advertising Solutions	5	26,7	9,79
Yahoo! Deutschland GmbH	6	26,4	9,65
AdLINK Internet Media GmbH	7	23,9	8,75
IP Deutschland GmbH	8	19,4	7,09
freenet.de AG	9	19,2	7,03
QUALITY CHANNEL GMBH	10	18,3	6,71
mediasquares GmbH	11	18,2	6,65
LYCOS Europe GmbH	12	17,5	6,40
AOL Digital Marketing Group	13	16,4	6,00
G+J Electronic Media Sales GmbH	14	11,8	4,34
allesklar.com AG	15	11,6	4,25
mobile.de GmbH	16	10,0	3,66
Bild.T-Online.de AG & Co. KG	17	9,6	3,51
Mairdumont GmbH + Co. KG	18	6,3	2,31
GWP online marketing	19	5,3	1,94
Zeitungsgruppe Welt / Berliner Morgenpost	20	4,0	1,47
F.A.Z. Electronic Media GmbH	21	3,7	1,37
OnVista Media GmbH	22	3,0	1,08
wallstreet:media consulting GmbH	23	2,8	1,03
autobild.de AS AUTO VERLAG GmbH	24	2,5	0,93
Orkla Media Sales GmbH	25	2,5	0,91
teltarif.de Onlineverlag GmbH	26	2,4	0,88
netpoint media GmbH	27	2,4	0,88
TripleDoubleU GmbH	28	1,9	0,68
Tiscali GmbH	29	1,8	0,67
BAUER MEDIA KG	30	1,6	0,57
Ad2Net AG	31	1,3	0,49
VNU Business Publications GmbH	32	1,0	0,36
IDG Business Verlag GmbH	33	0,9	0,35
Business Advertising GmbH	34	0,8	0,29
Valueclick Deutschland GmbH	35	0,4	0,15

Angaben in Mio. Unique User für
einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum
Juli - September 2006
Basis: 82.367 ungewichtete Fälle
(Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. /
internet facts 2006-III



Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Juli - September 2006 / Basis: 82.367 ungewichtete Fälle
(Internetnutzer letzte 3 Monate) / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2006-III



teil 3

rahmen-daten

Graphiken aus Teil 3 des Berichtsbandes

**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**