



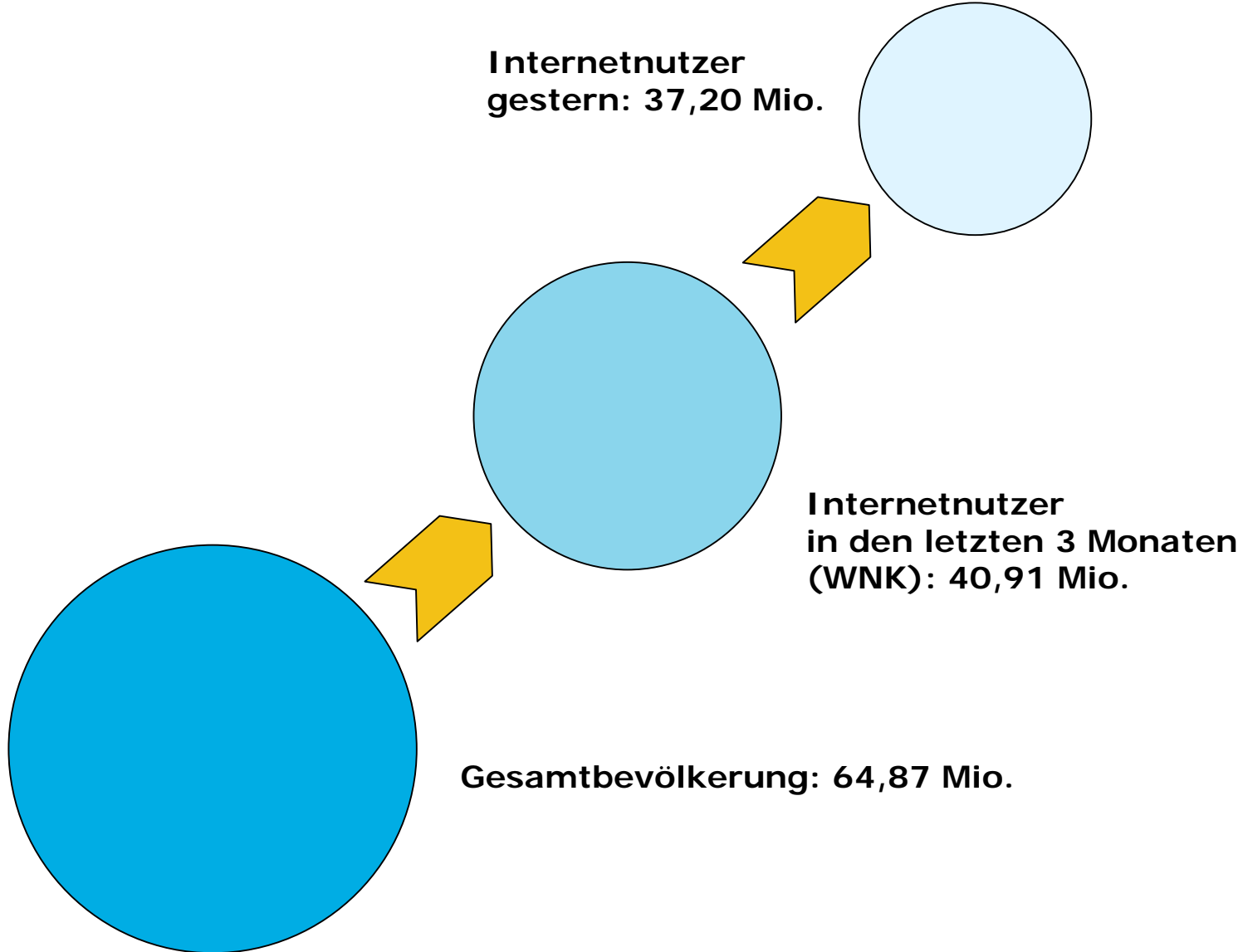
internet facts 2008-I

Graphiken zu dem Berichtsband

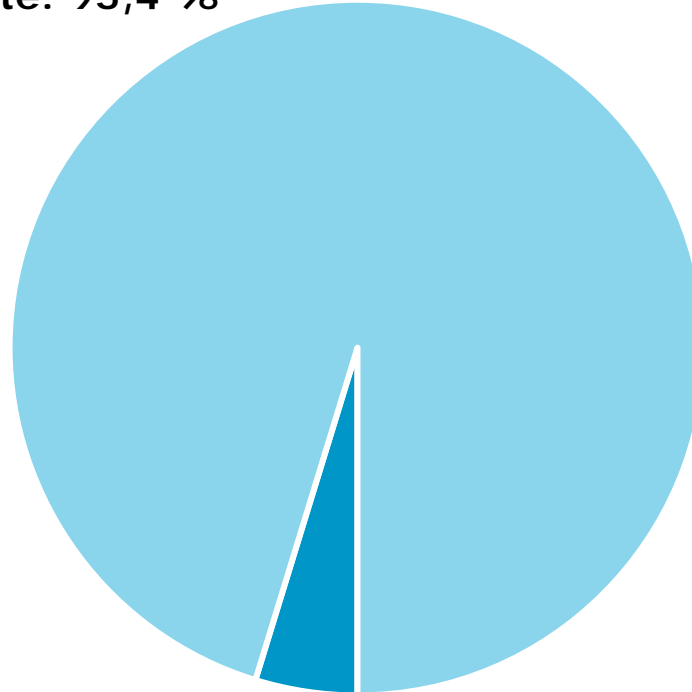
AGOF e.V. Juni 2008



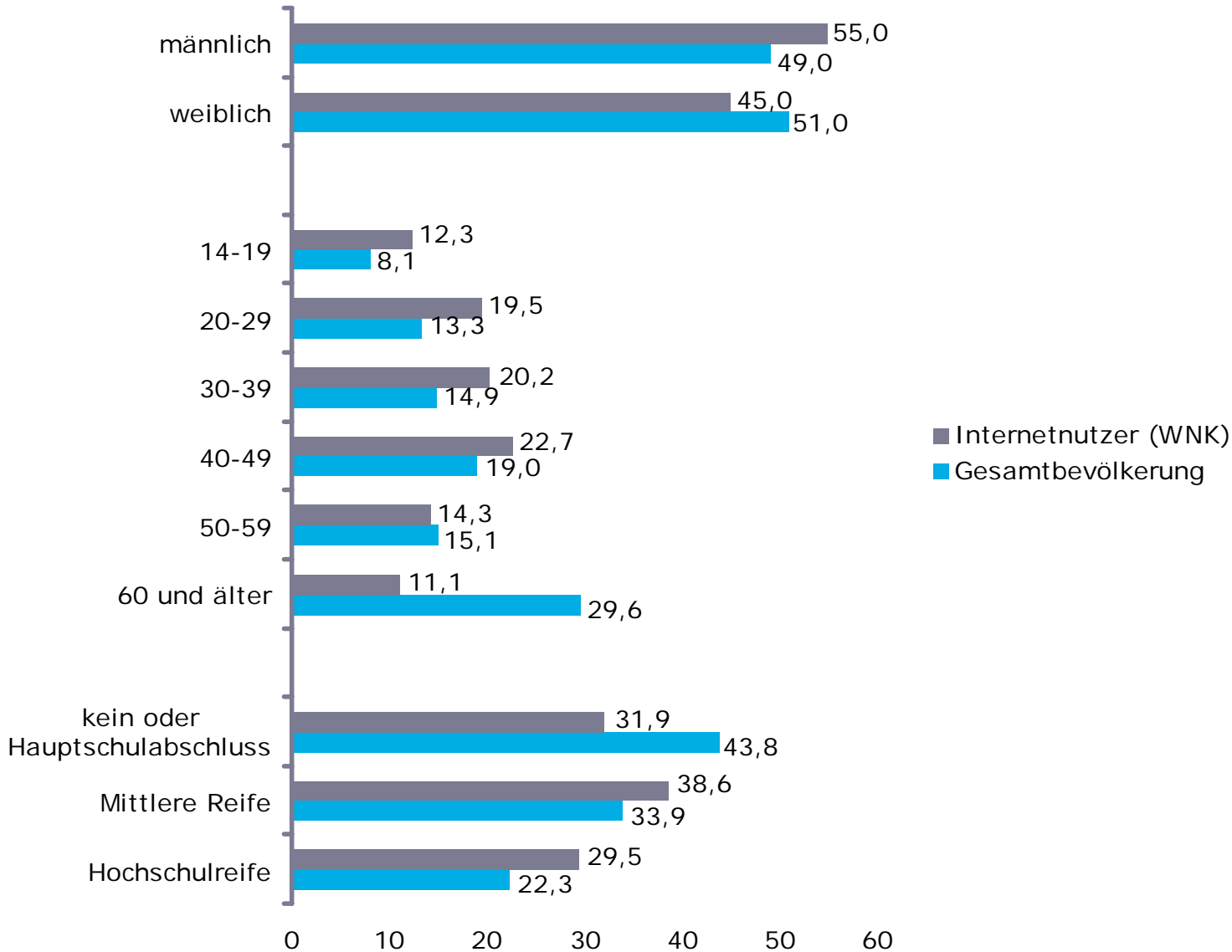
Graphiken aus Teil 1 des Berichtsbandes

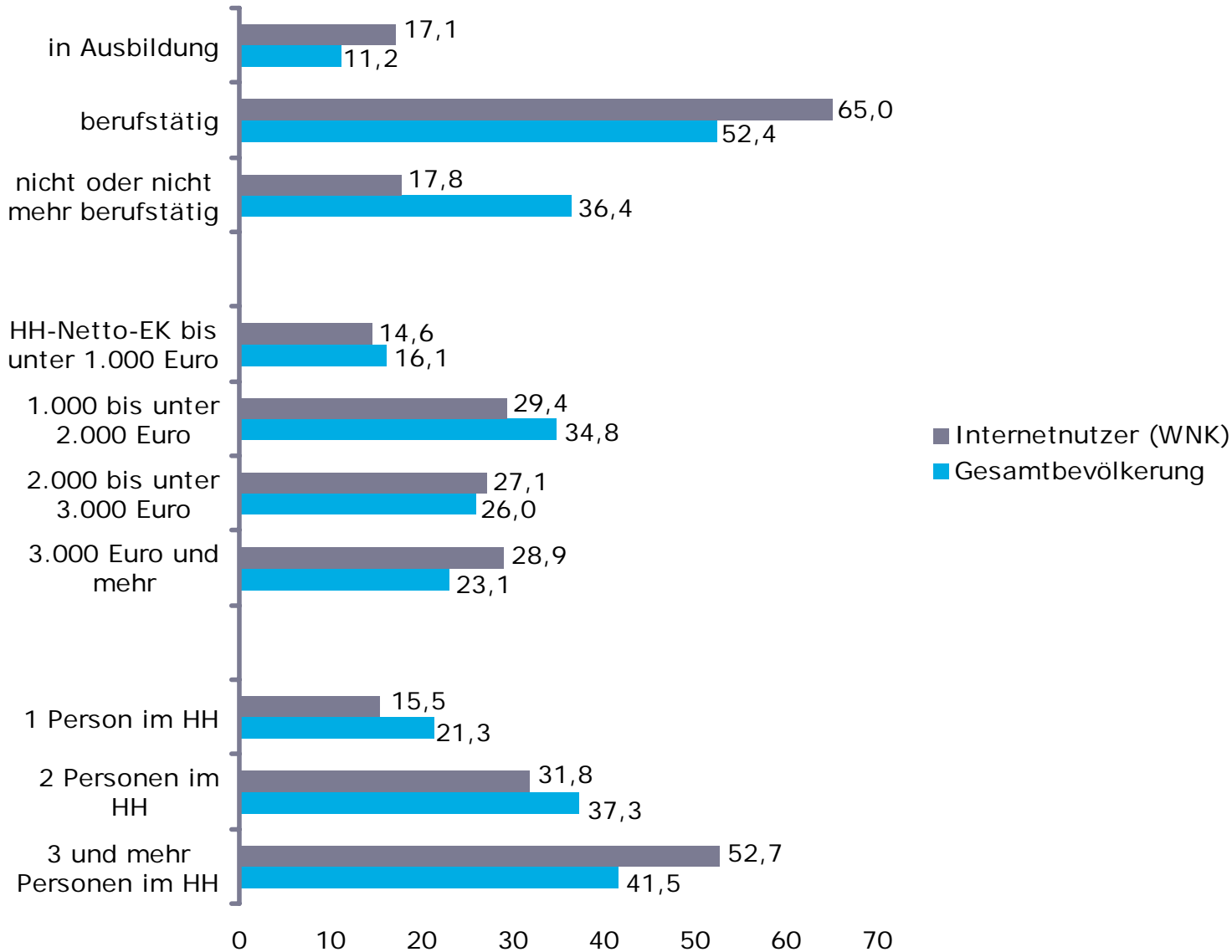


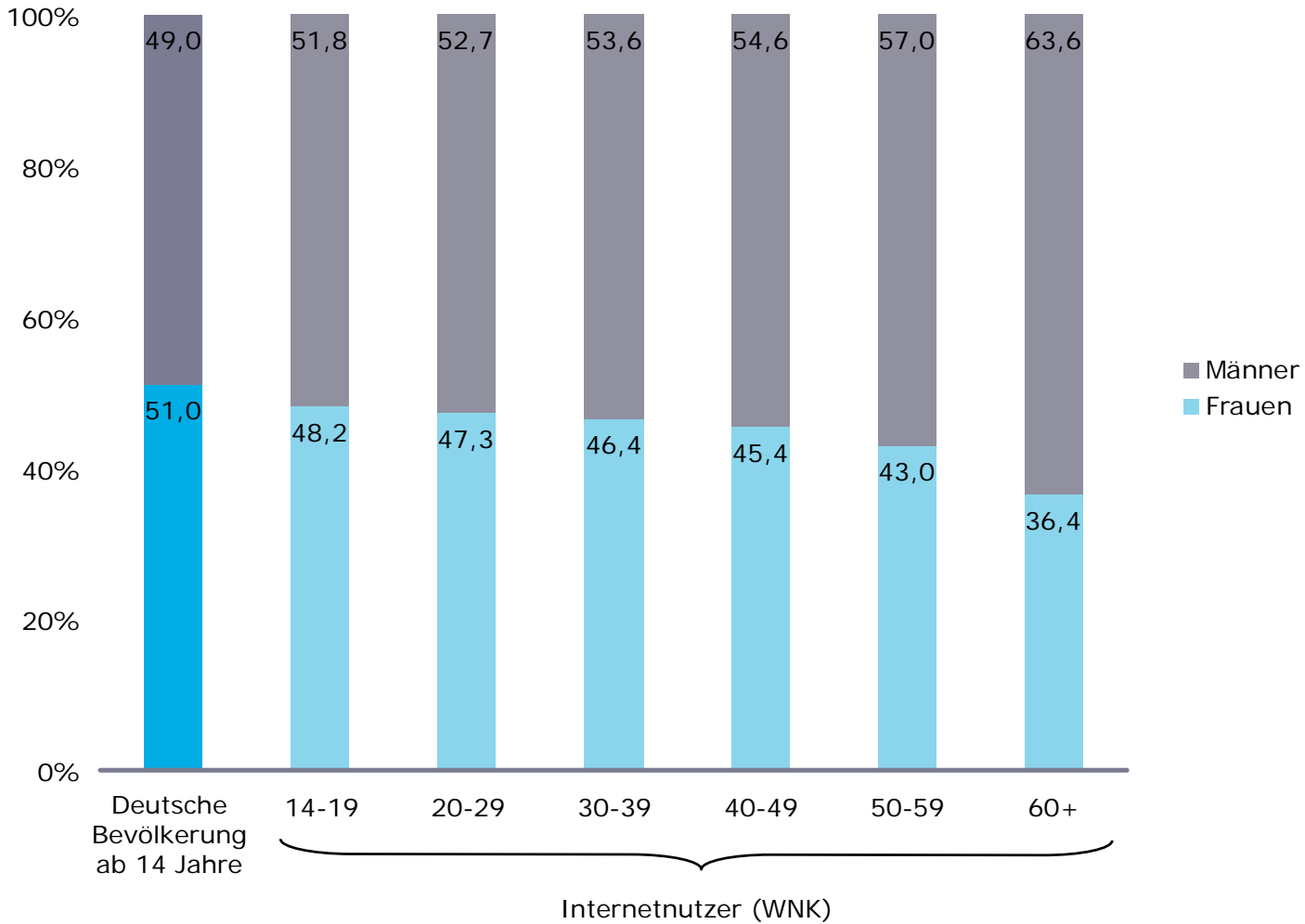
Nutzung
AGOF Angebote: 95,4 %

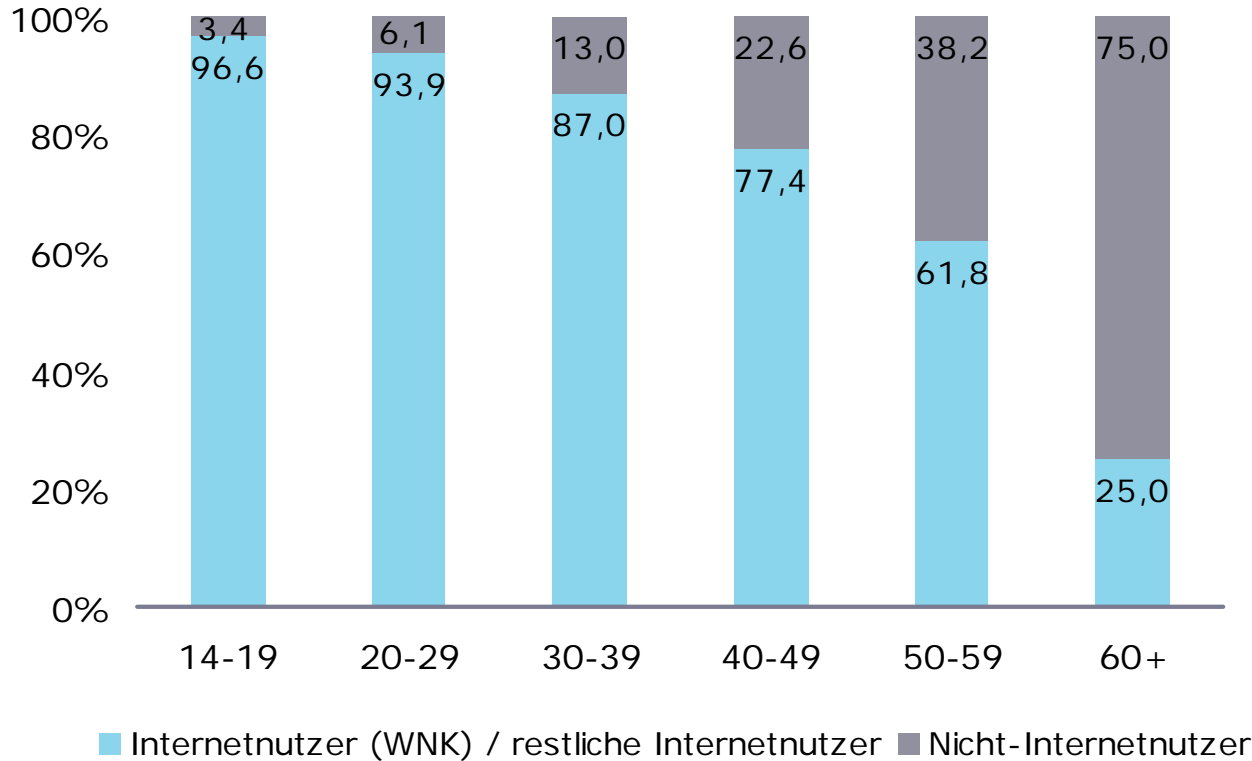


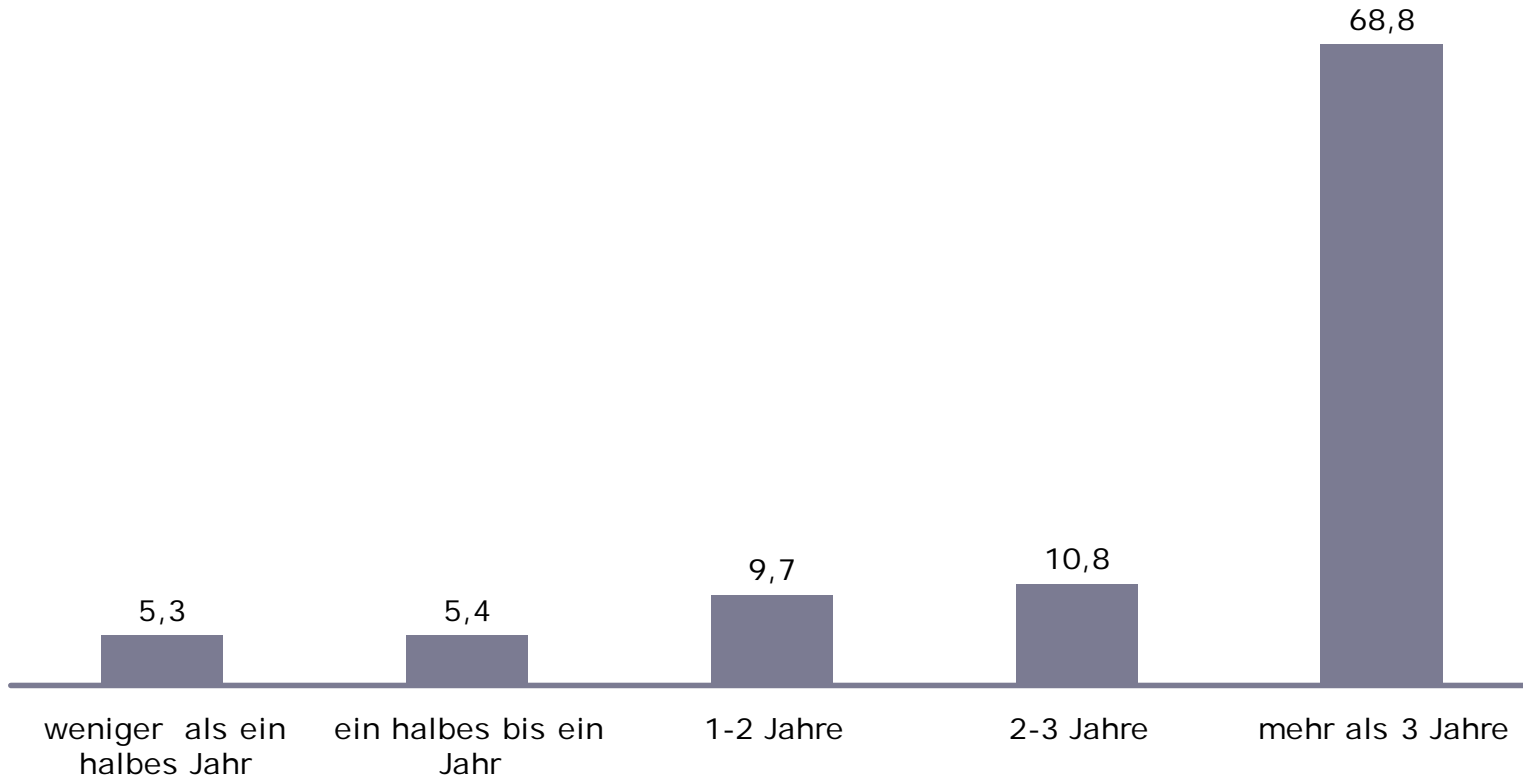
Keine Nutzung AGOF
Angebote: 4,6 %



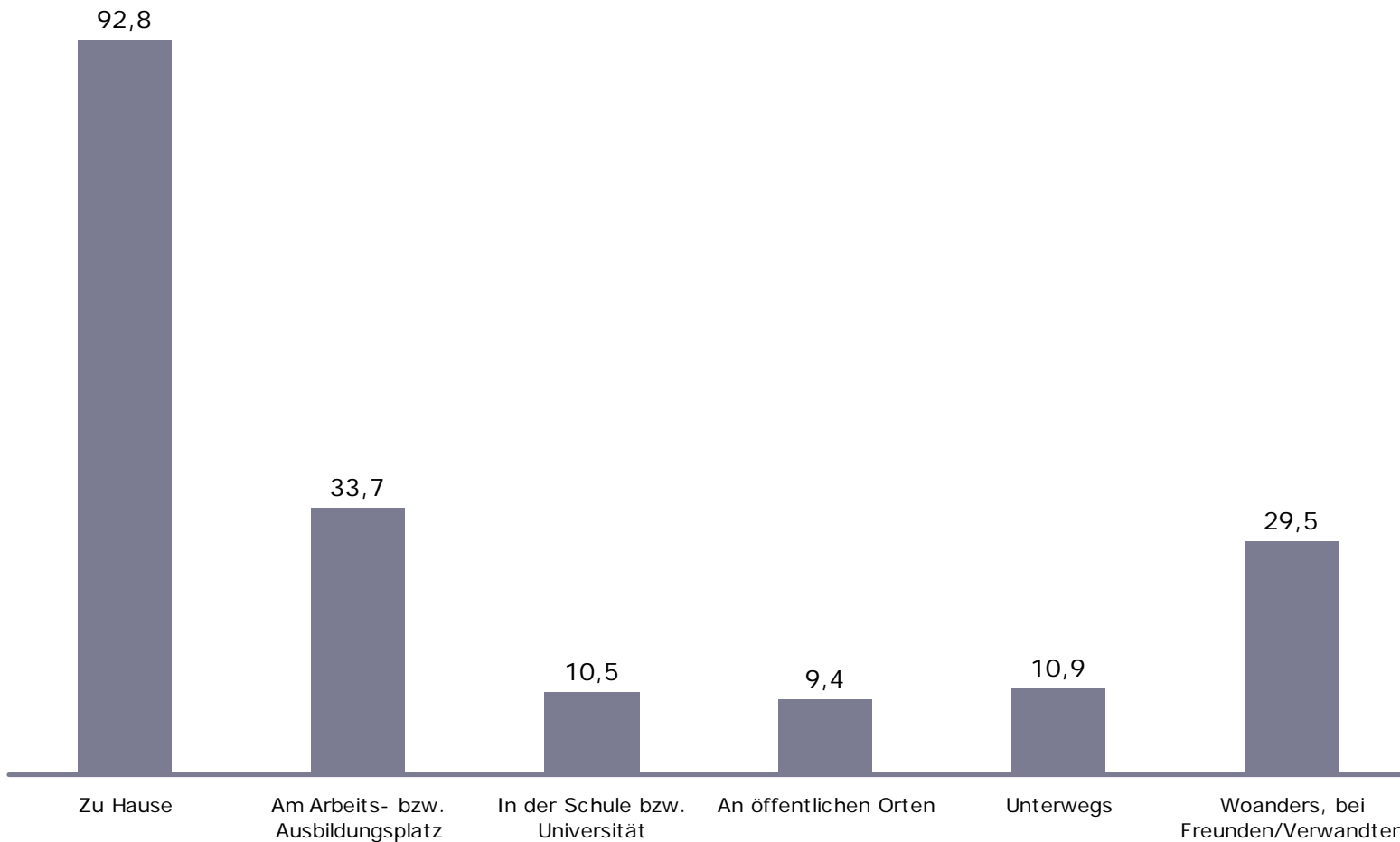




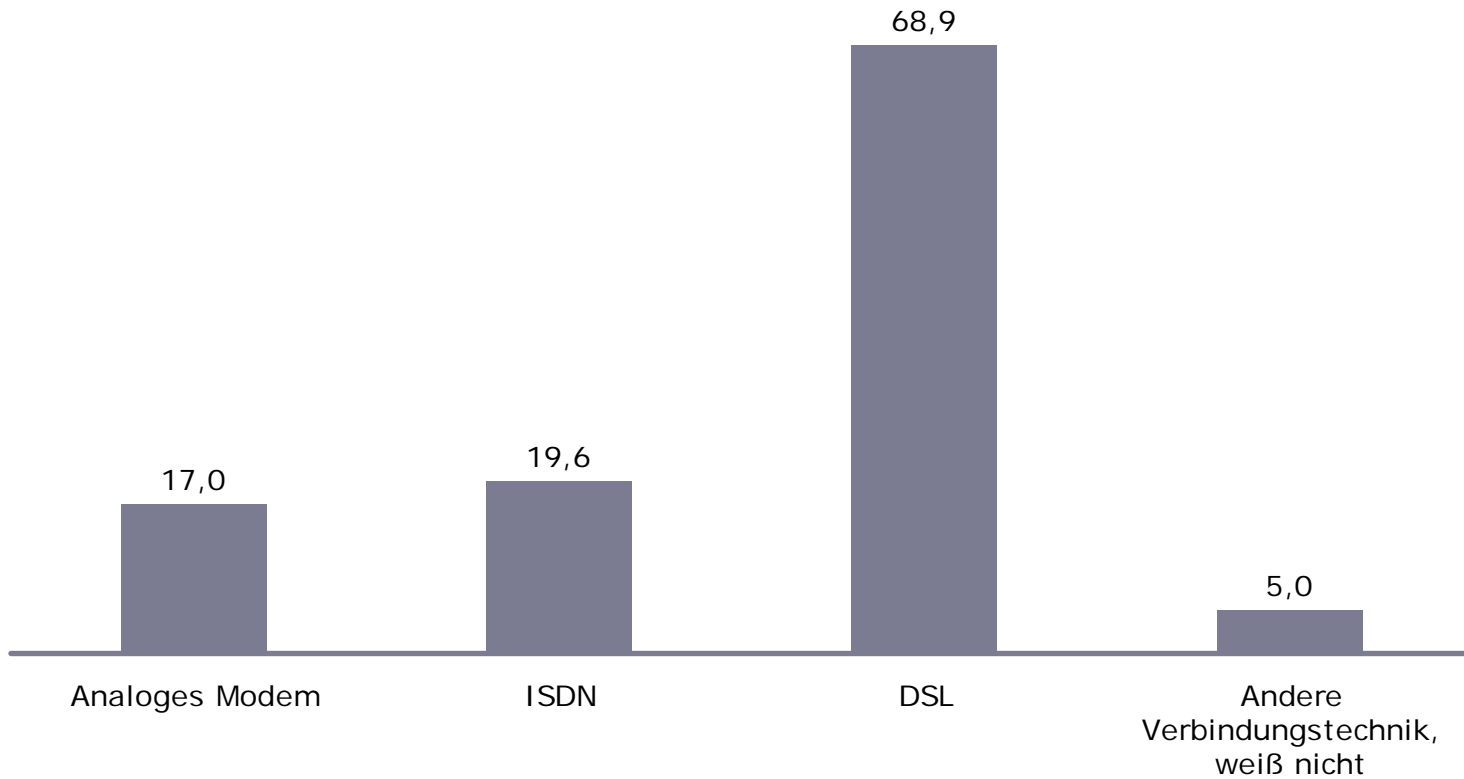




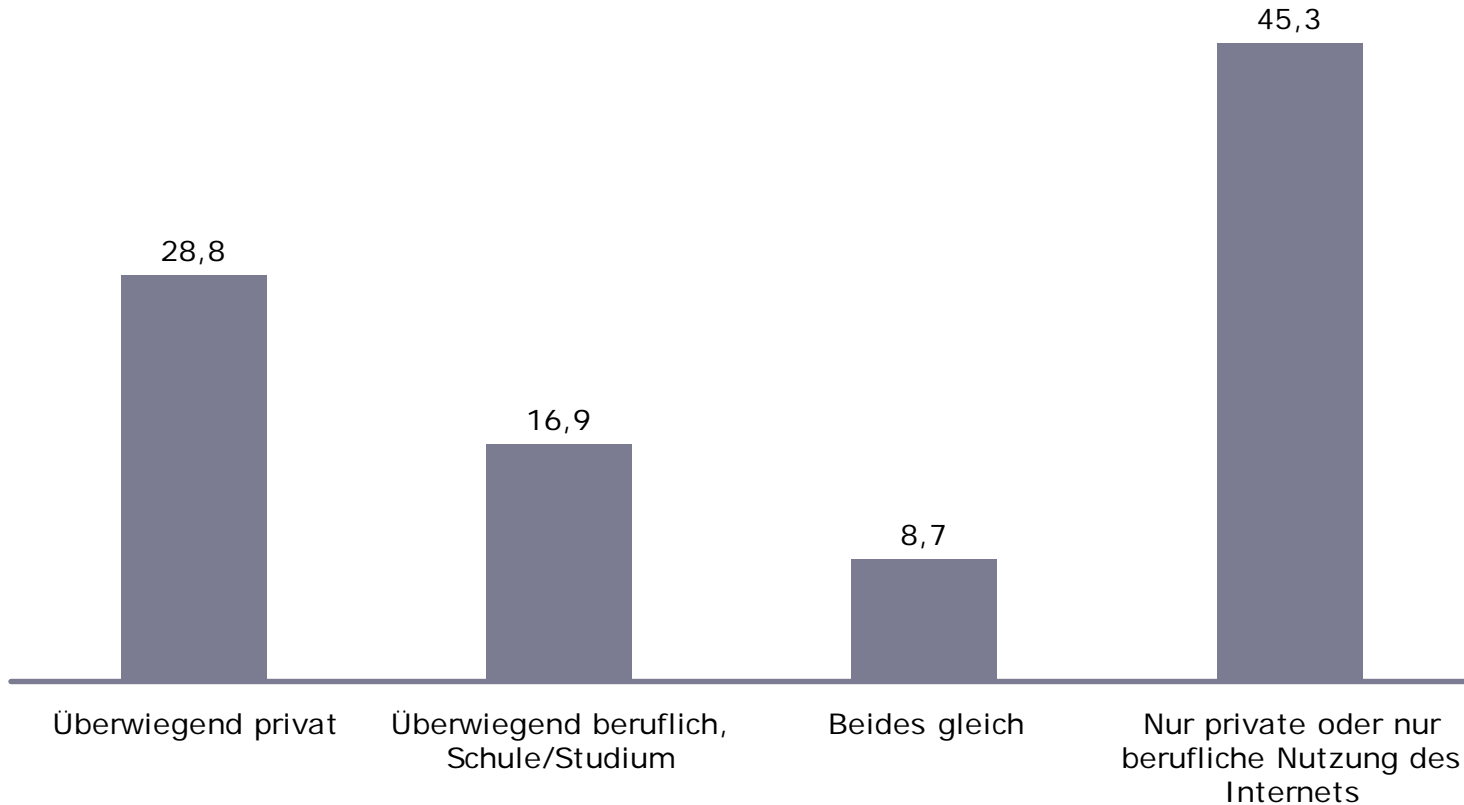
Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



Basis: 101.827 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 2008-I



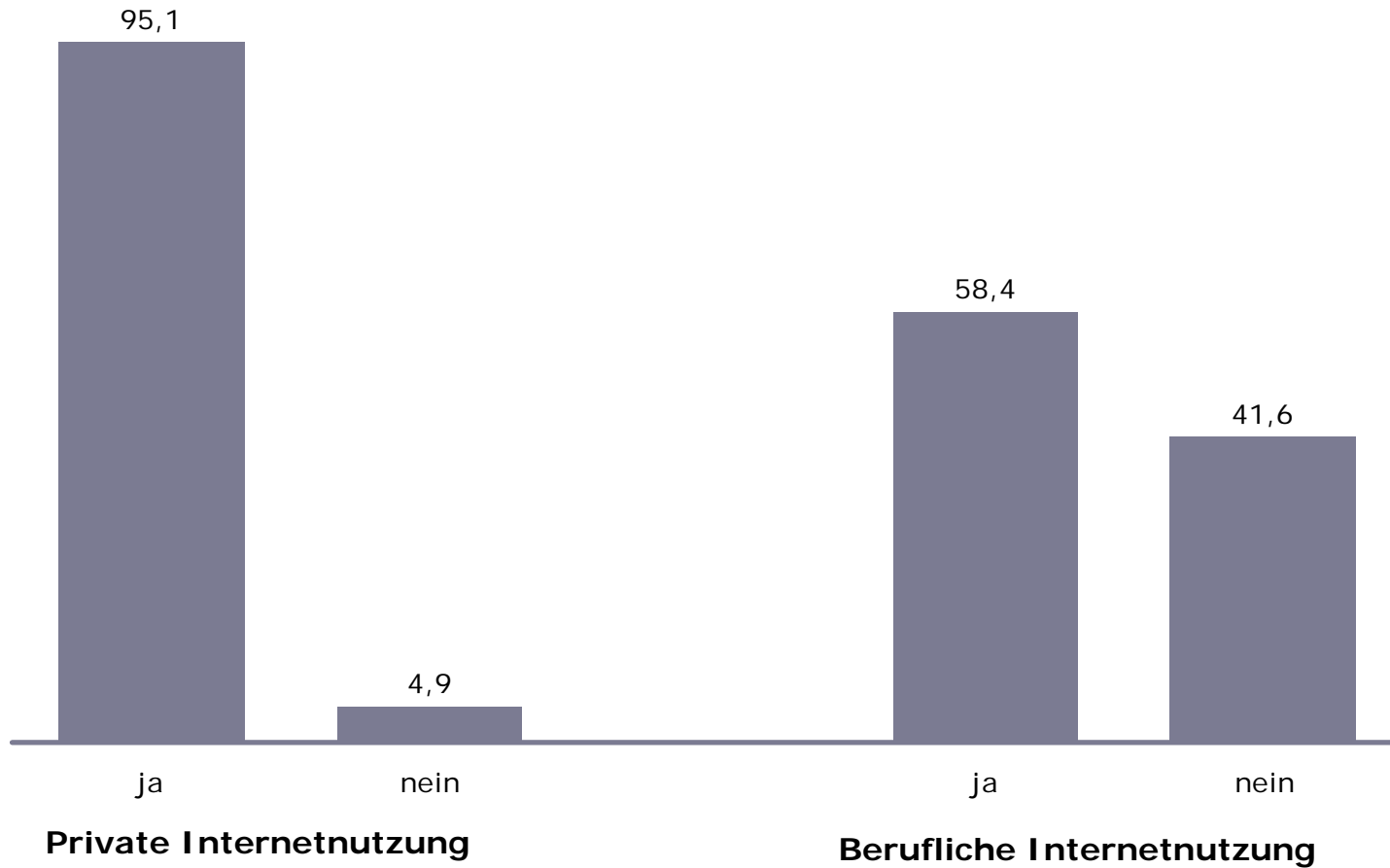
Basis: 94.901 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate, zu Hause)
 „Welche Verbindungstechnik nutzen Sie für Ihren Internetzugang zu Hause?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“

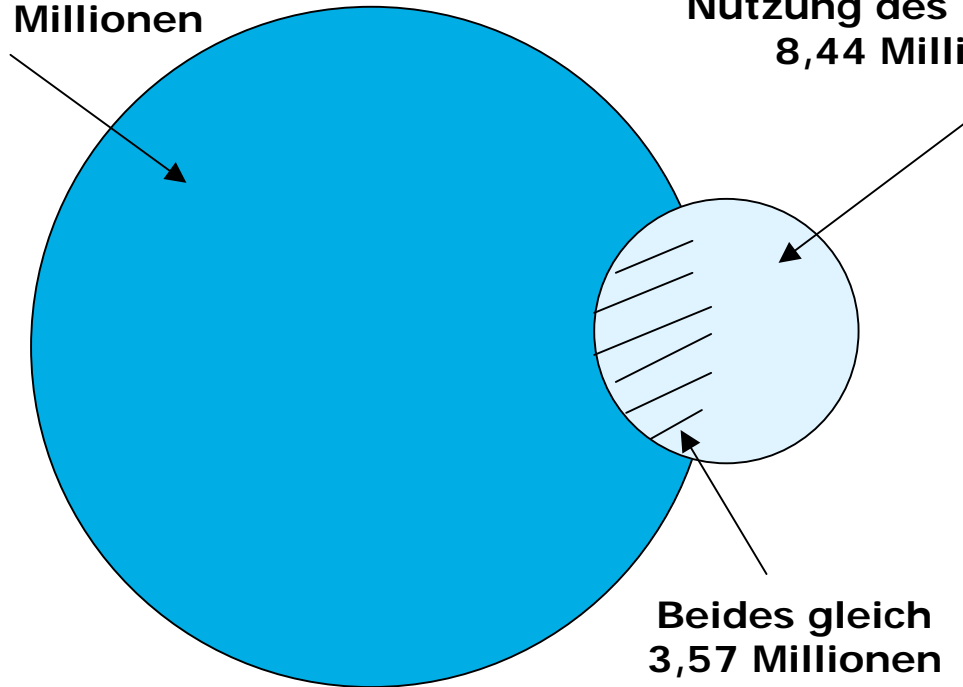
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



Basis: 101.827 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 2008-I

**Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
28,34 Millionen**

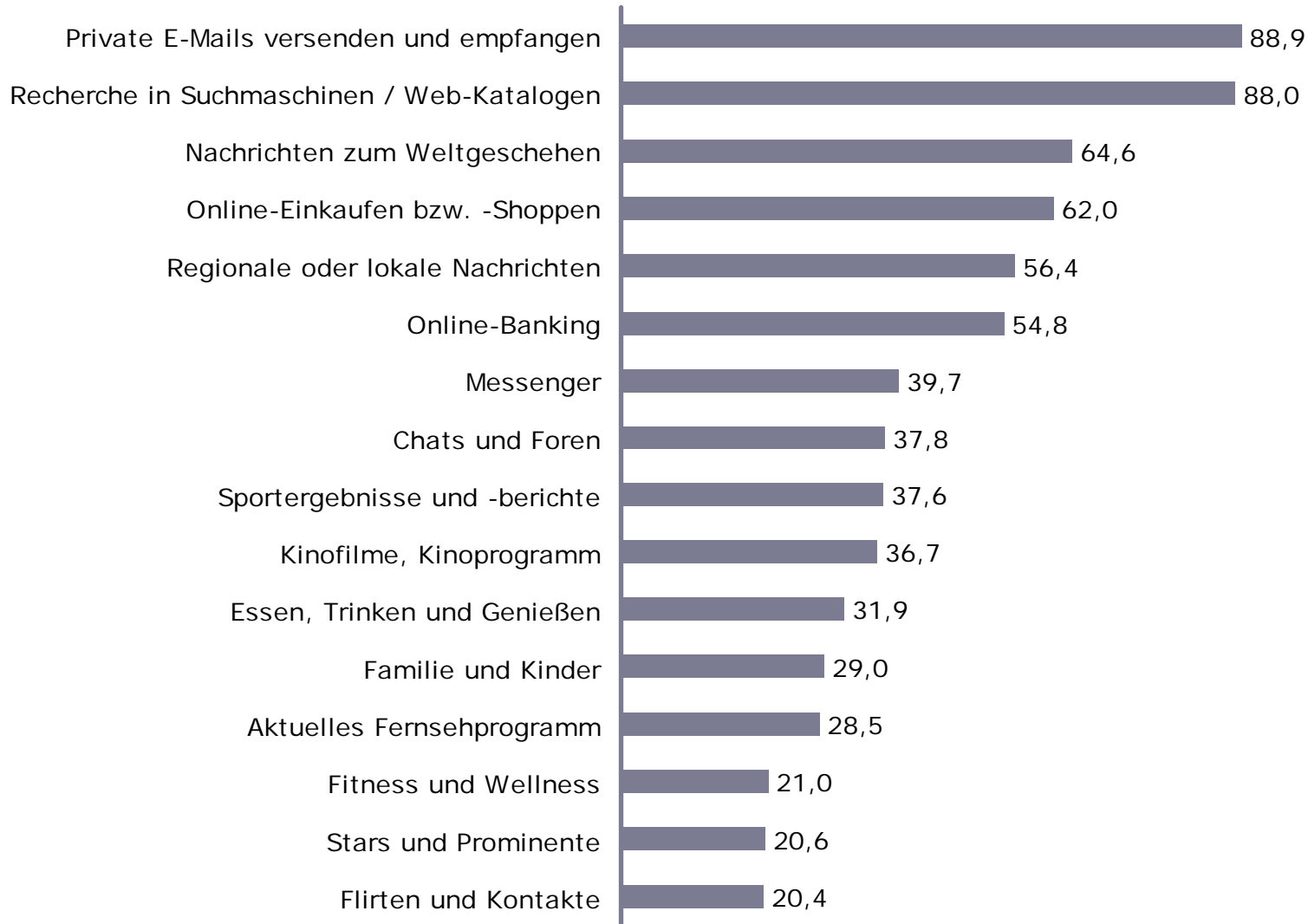
**Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
8,44 Millionen**



Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

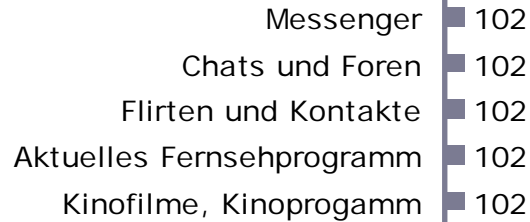
„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“ / „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

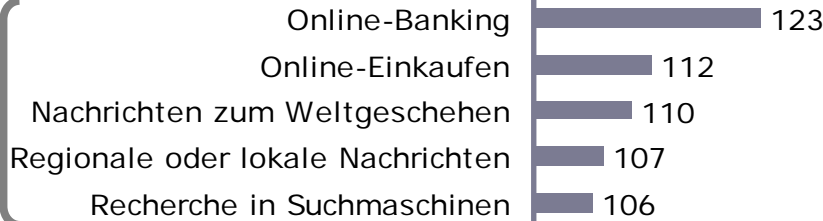


Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ /
 Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Nutzung zu Hause:
92,8% / 37,96 Mio.



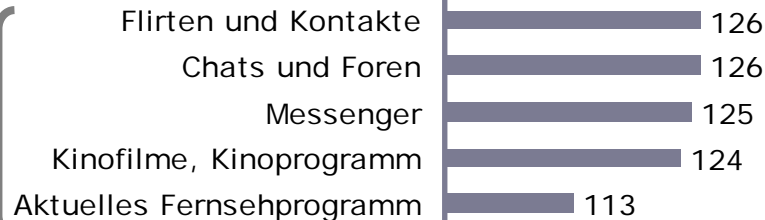
Nutzung am Arbeits- / Ausbildungsort:
33,7% / 13,79 Mio.



Nutzung in der Schule / Uni:
10,5% / 4,31 Mio.



Nutzung öffentl. Orte, unterwegs, woanders:
37,0% / 15,16 Mio.

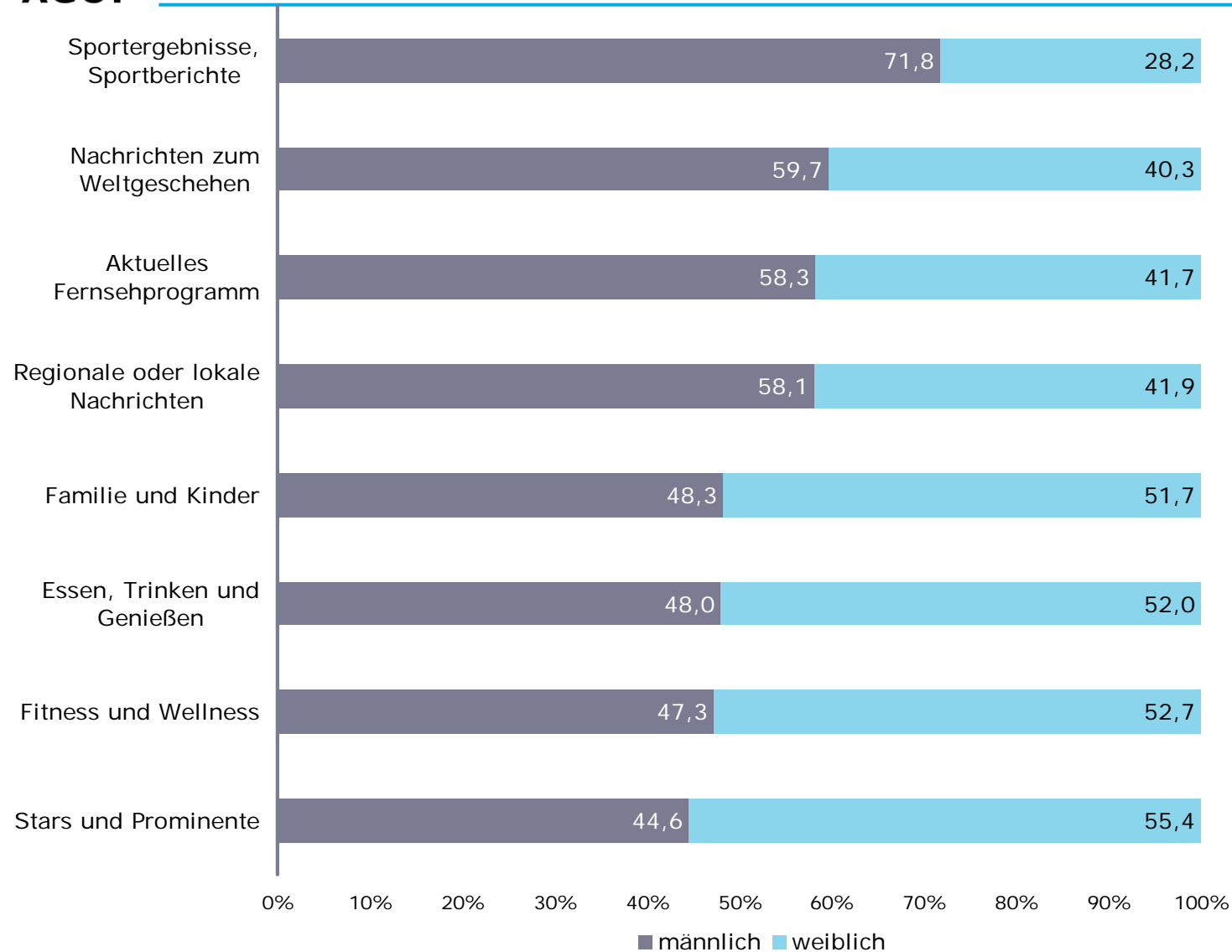


Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben als Indexwerte /

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



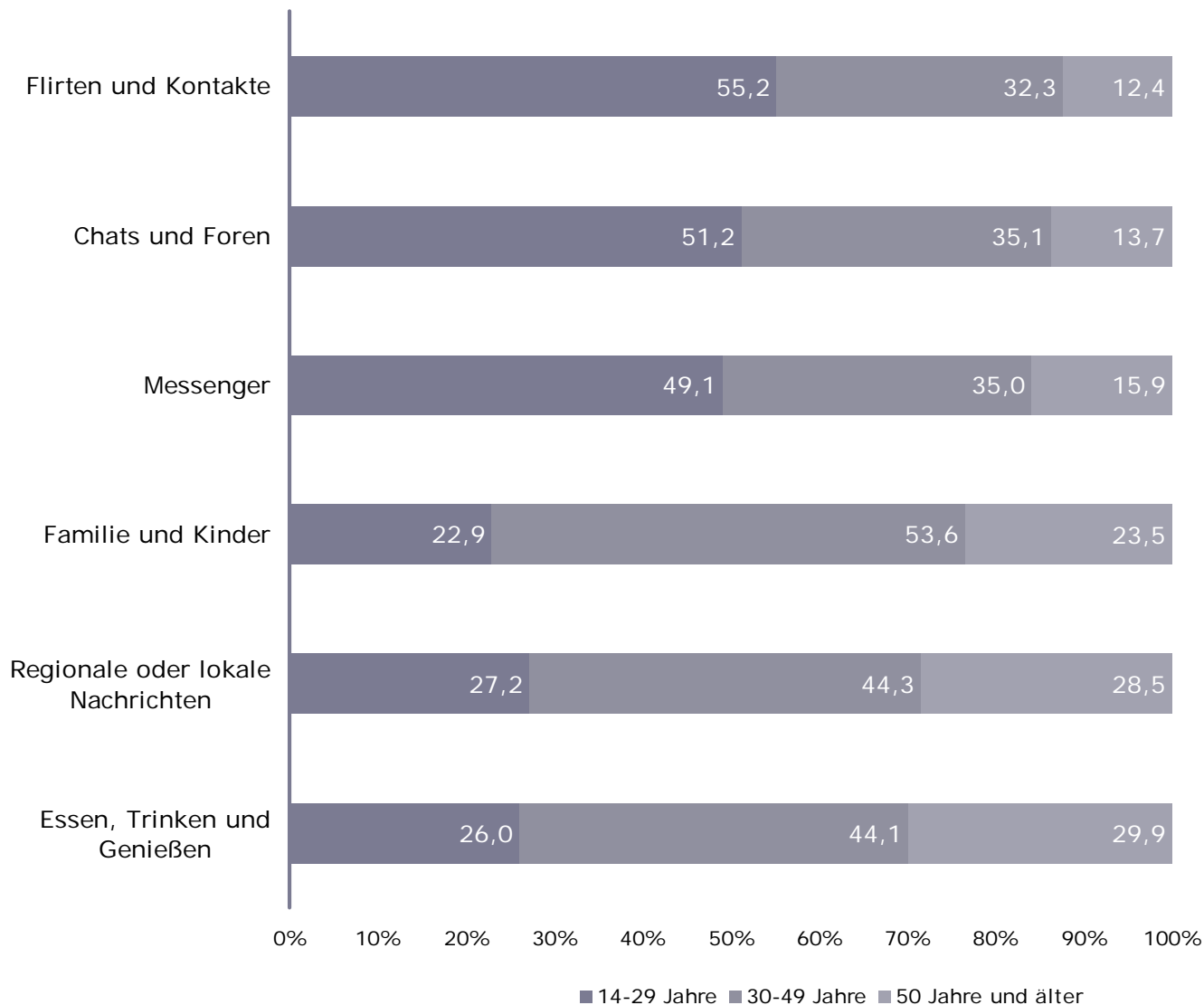
Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Altersverteilung in den Themenbereichen



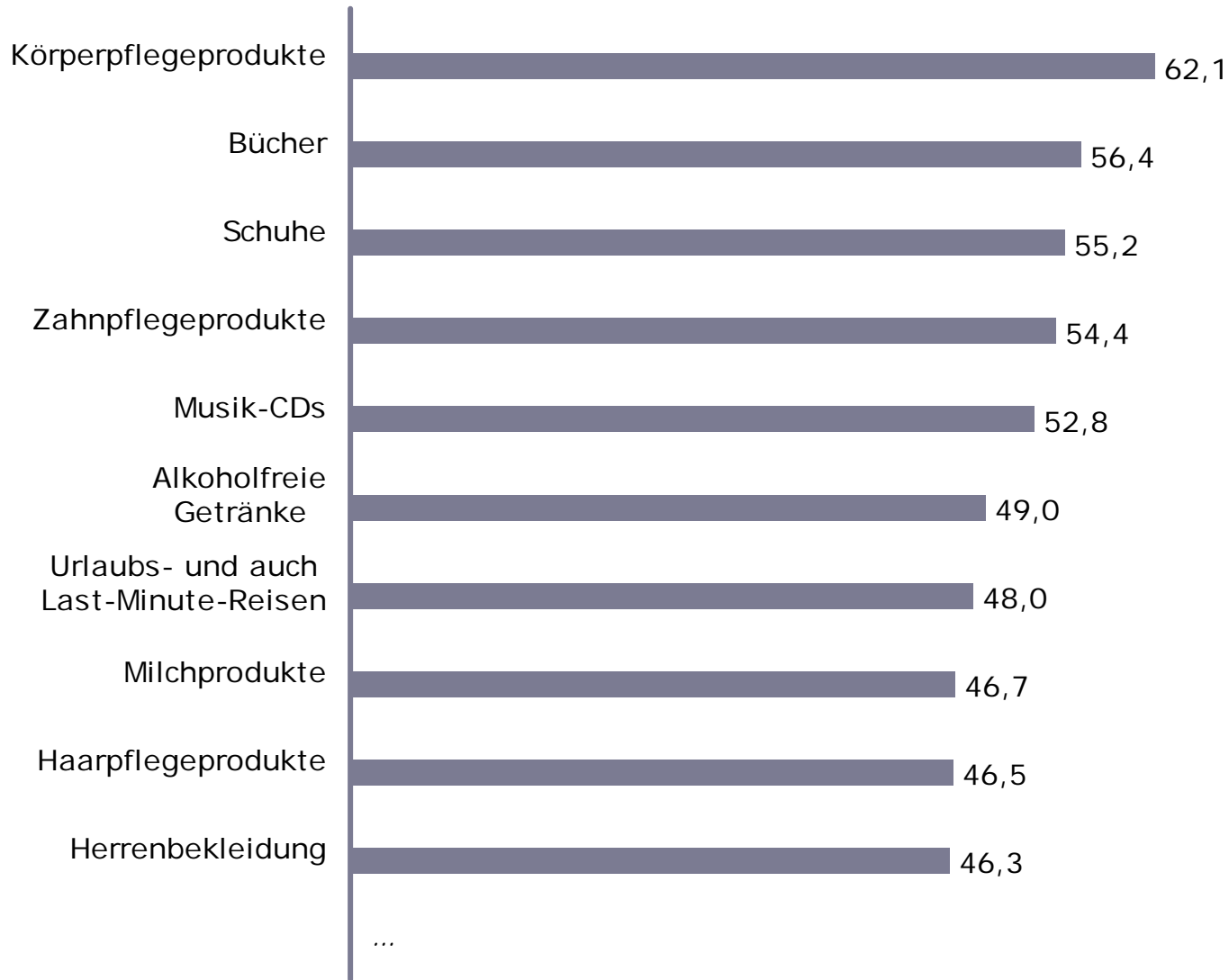
Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

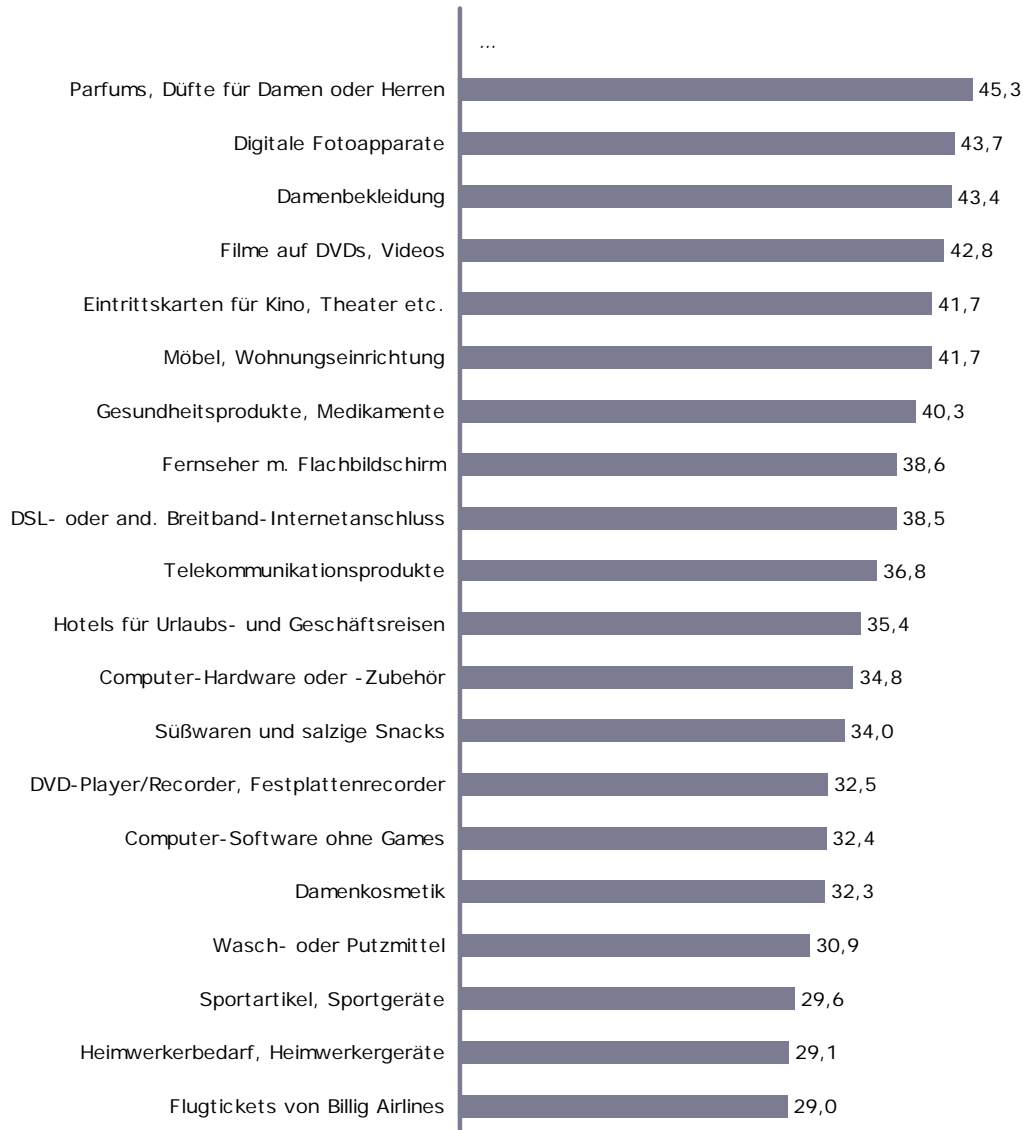
Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

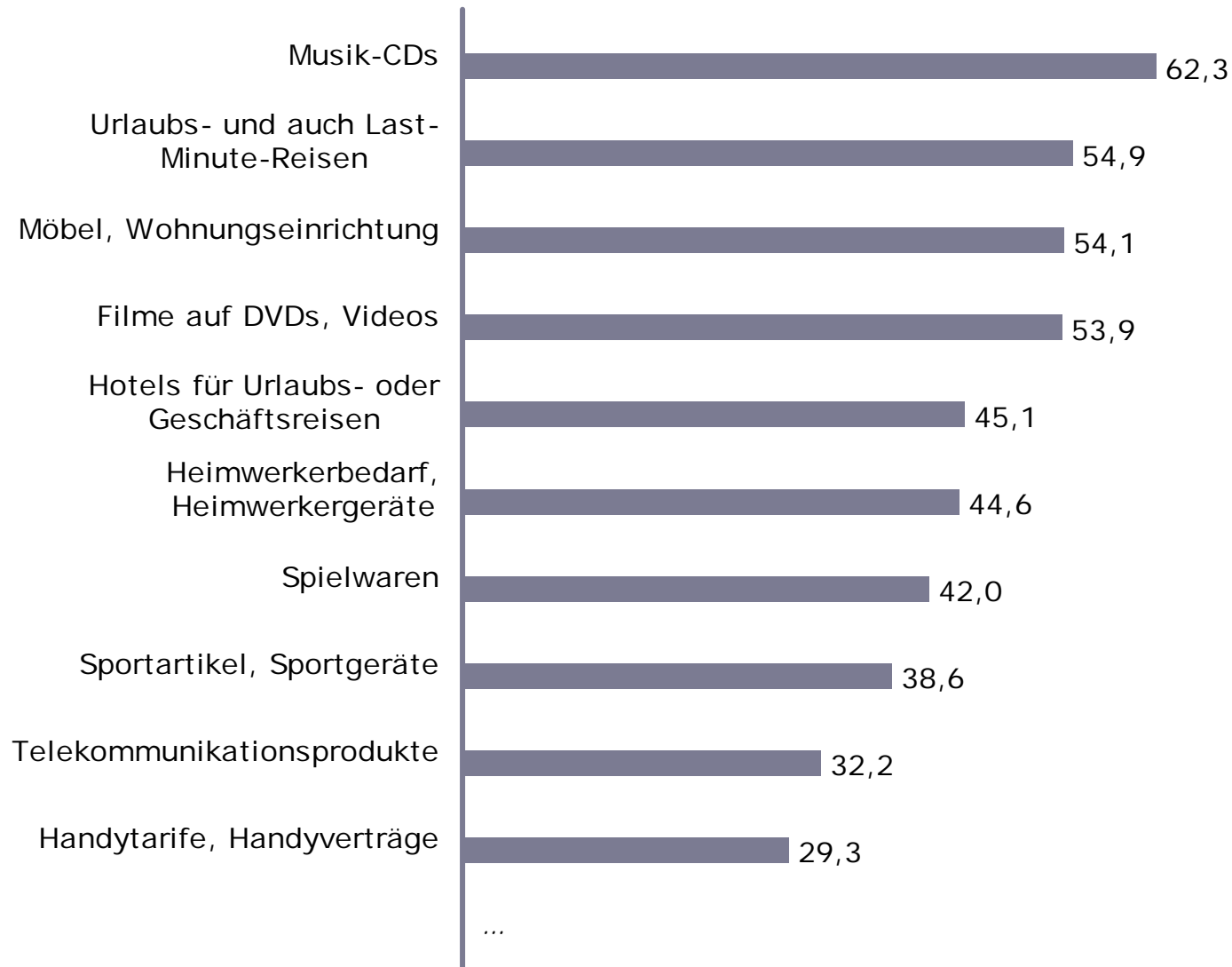


Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

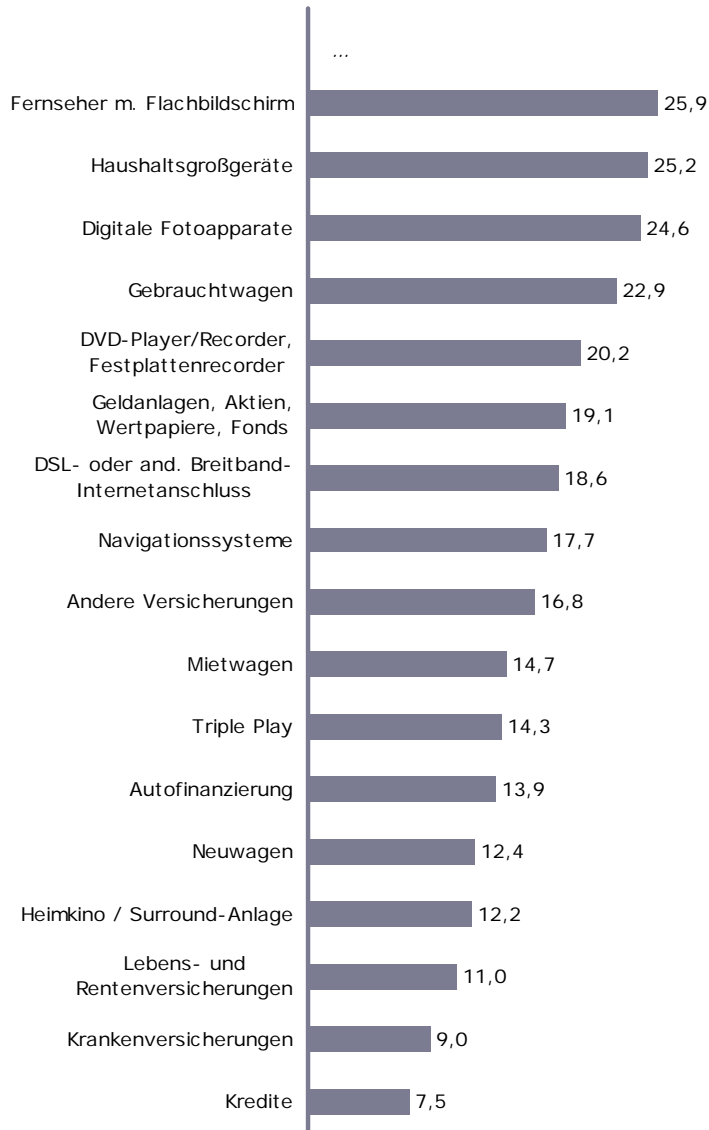
„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Kaufplanung für Produkte (Top 10)



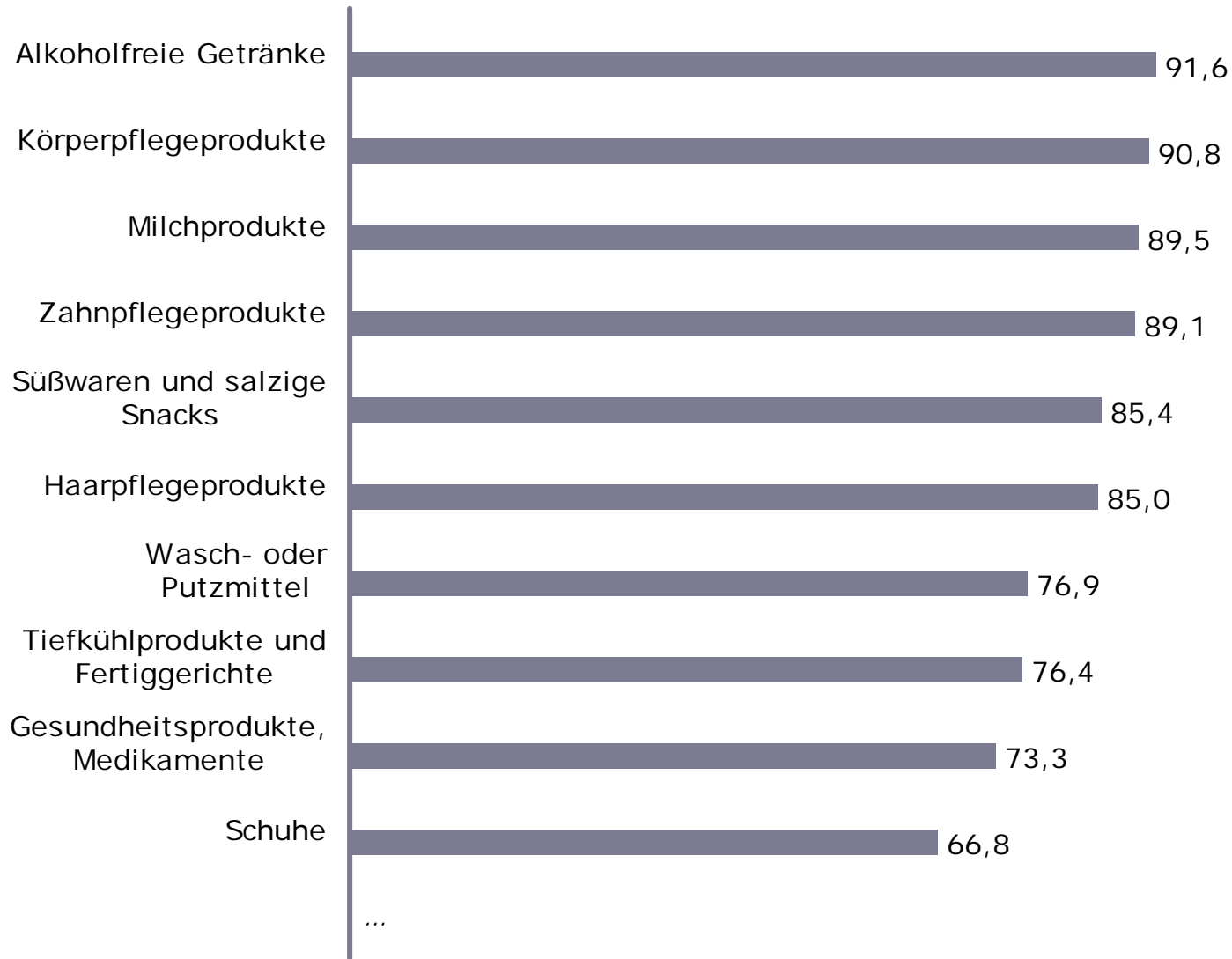
Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 27 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 27 von insgesamt 27 Produkten

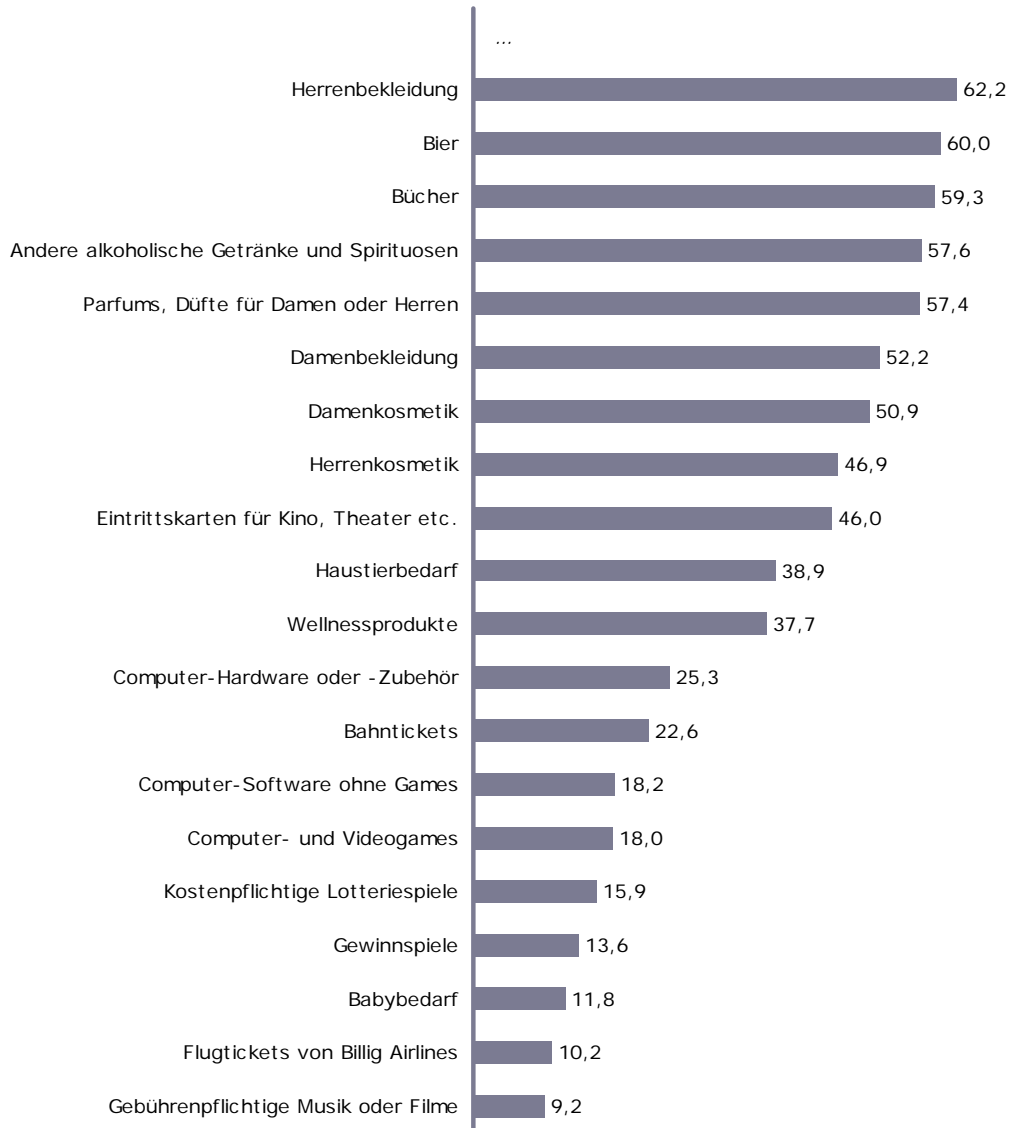
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)



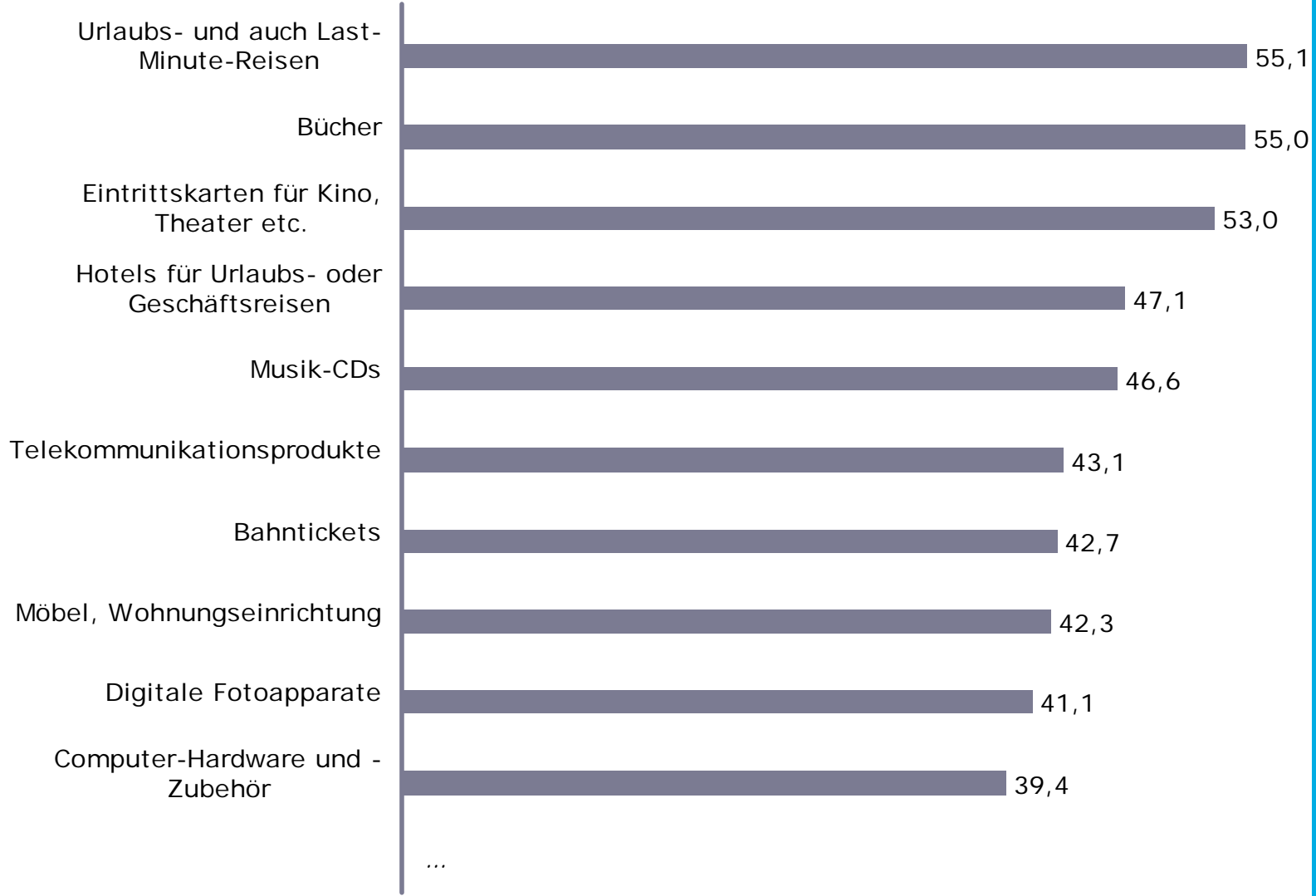
Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für die Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten – Platz 11 bis 30

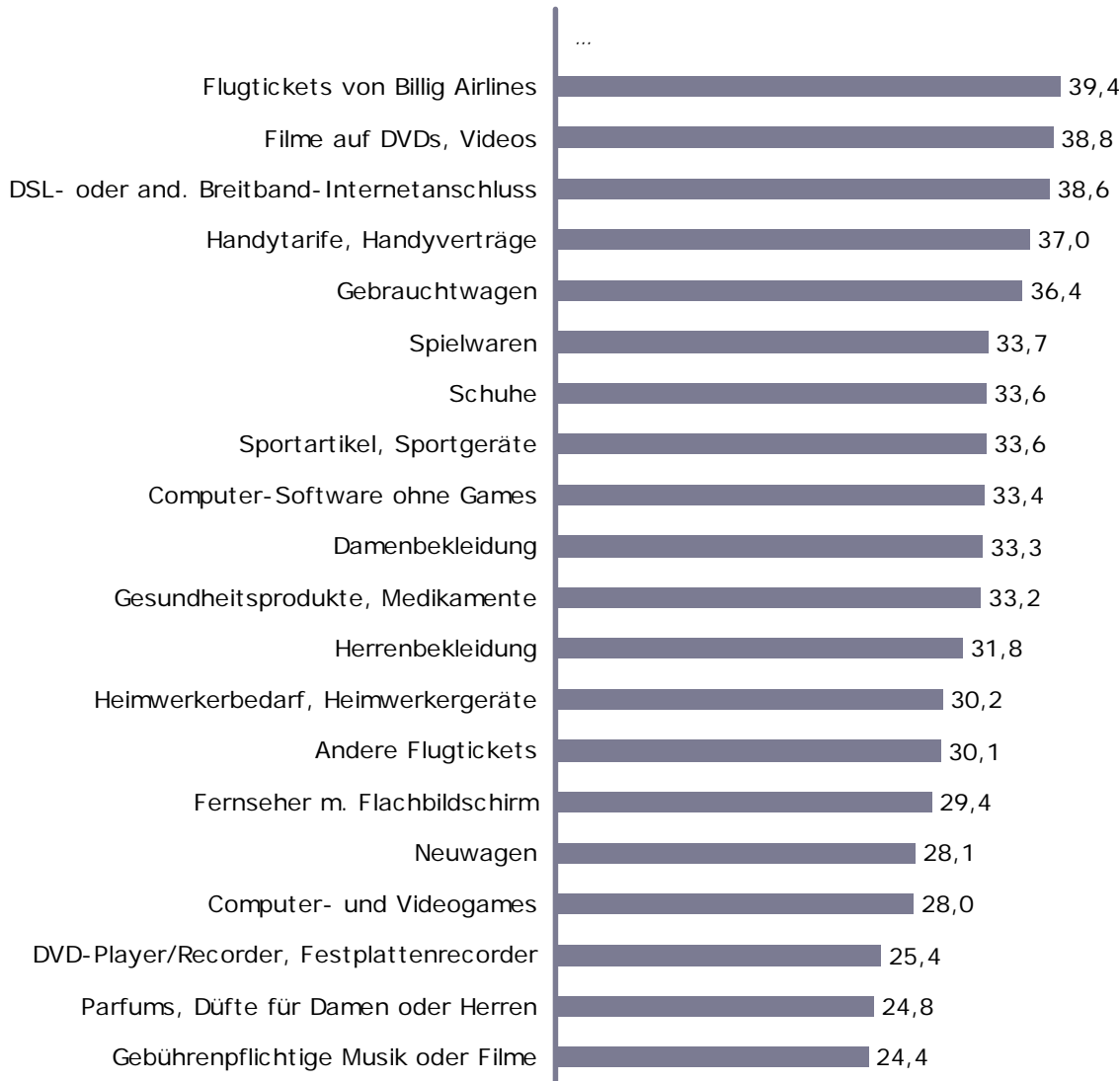


Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für Platz 11 bis 30 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Informationen im Internet gesucht (Top 10)



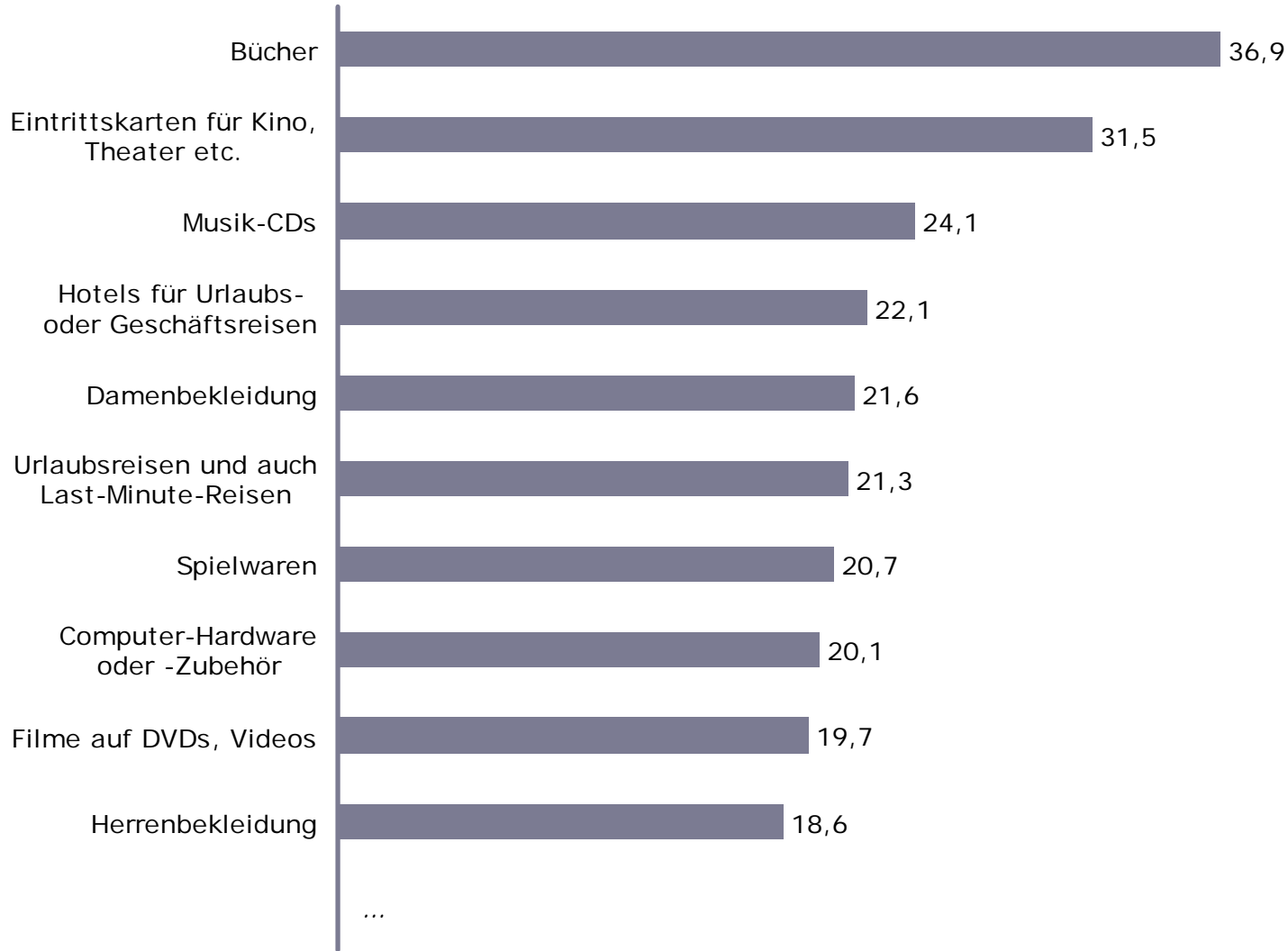
Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

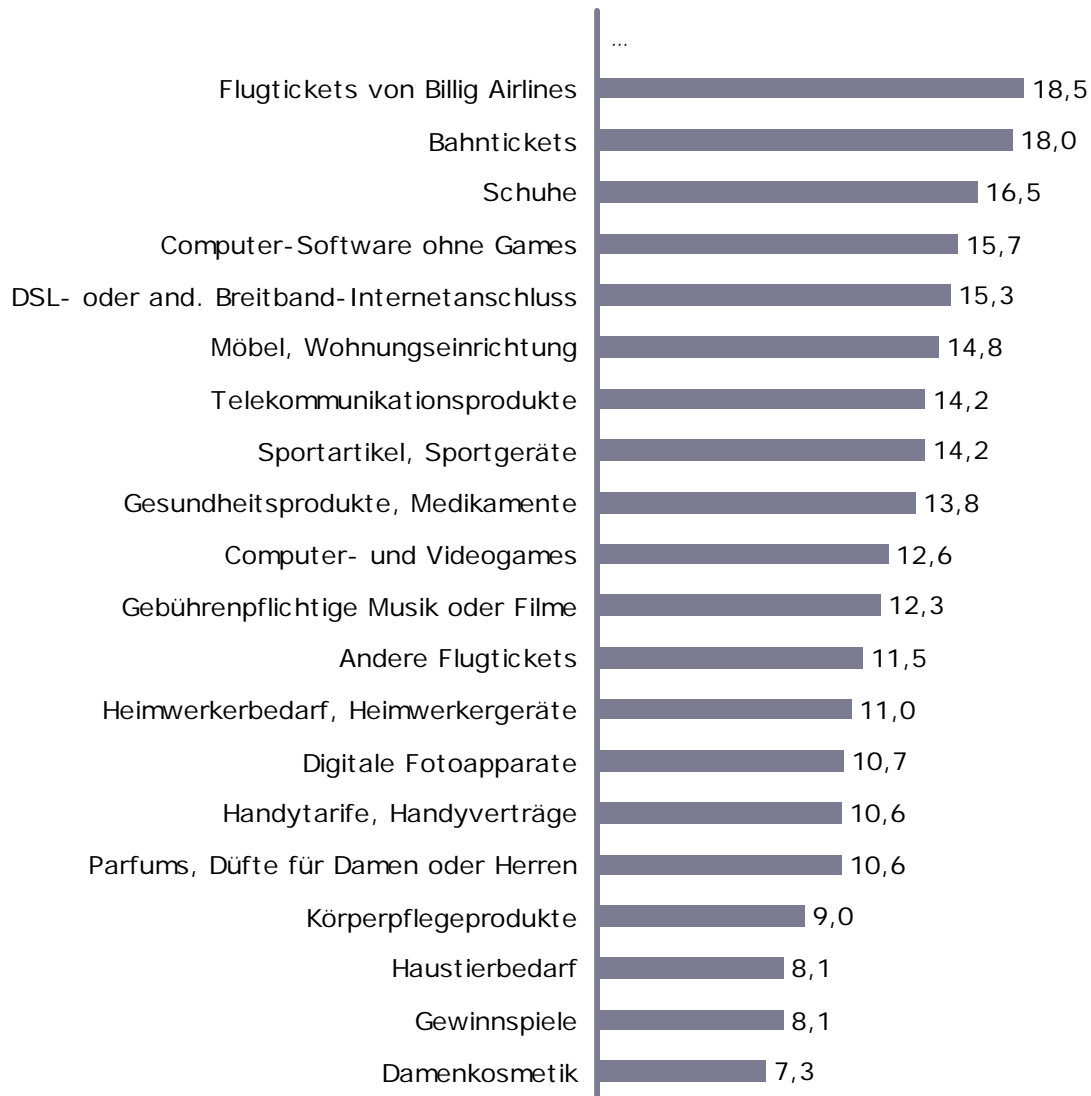
Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

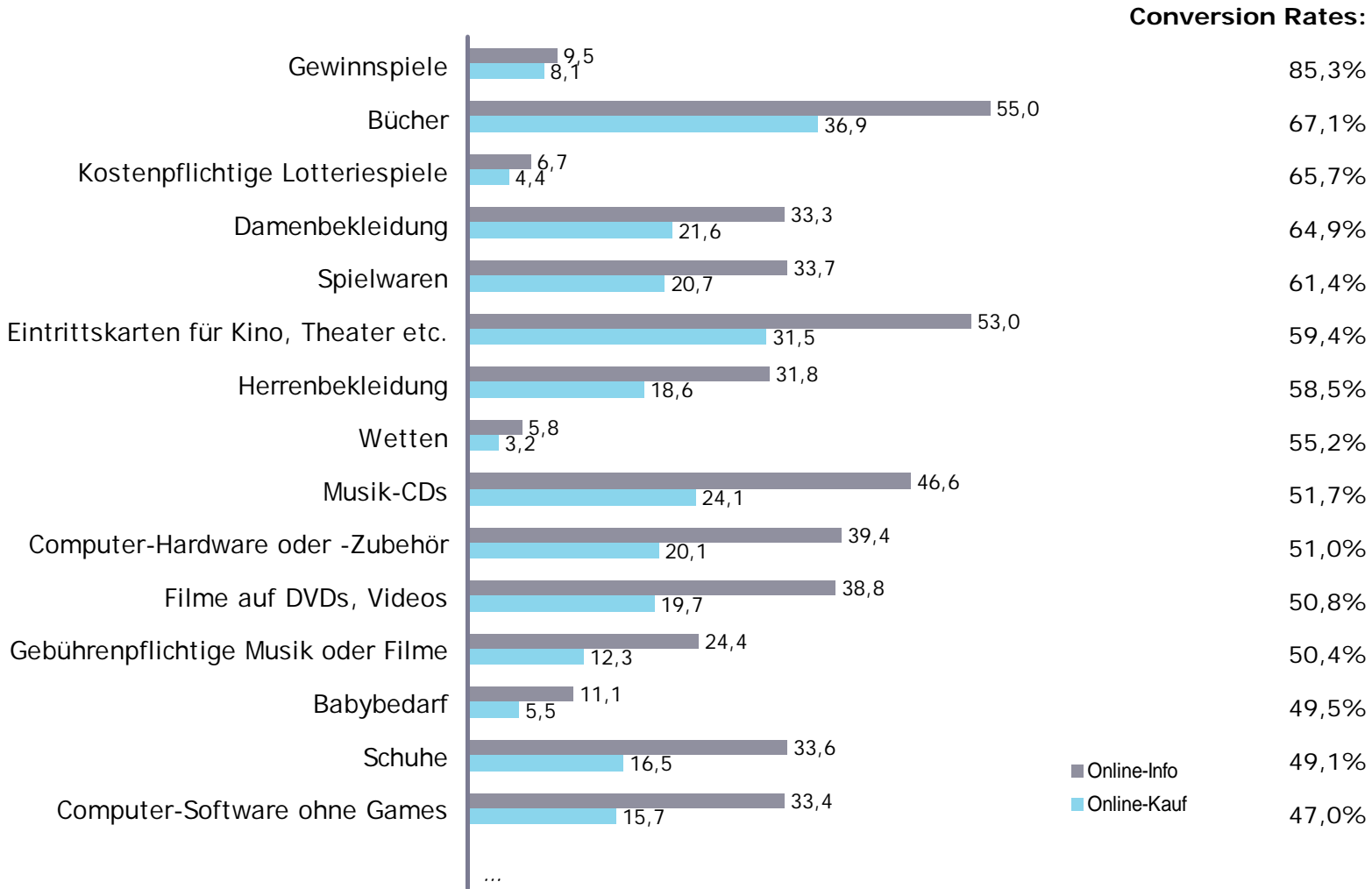


Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

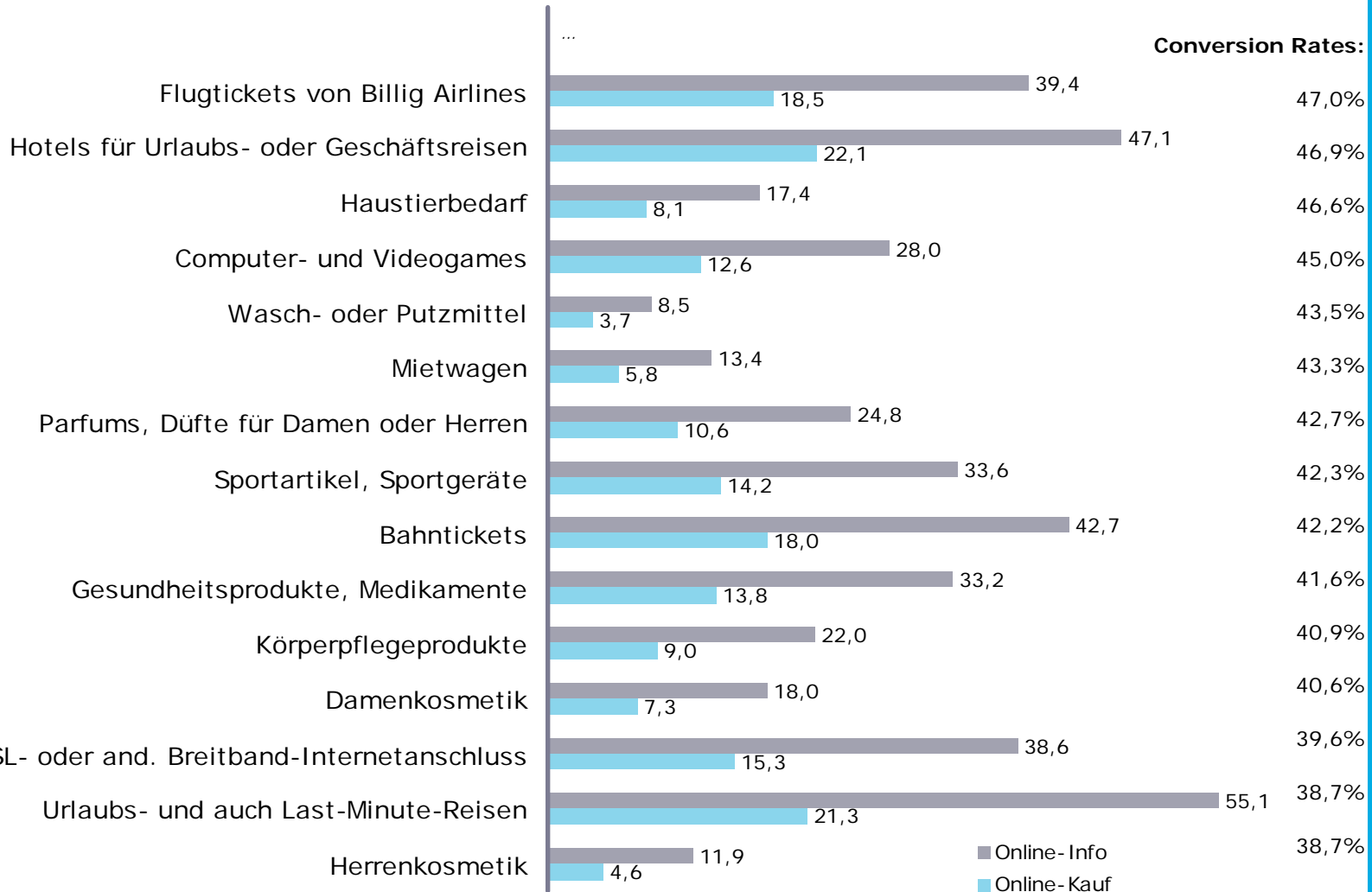
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 101.827 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 / Darstellung der Top 15 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



Basis: 101.827 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 / Darstellung Platz 16 bis 30 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I



teil 2

vermarkter-daten

Graphiken aus Teil 2 des Berichtsbandes

Durchschnittlicher Monat

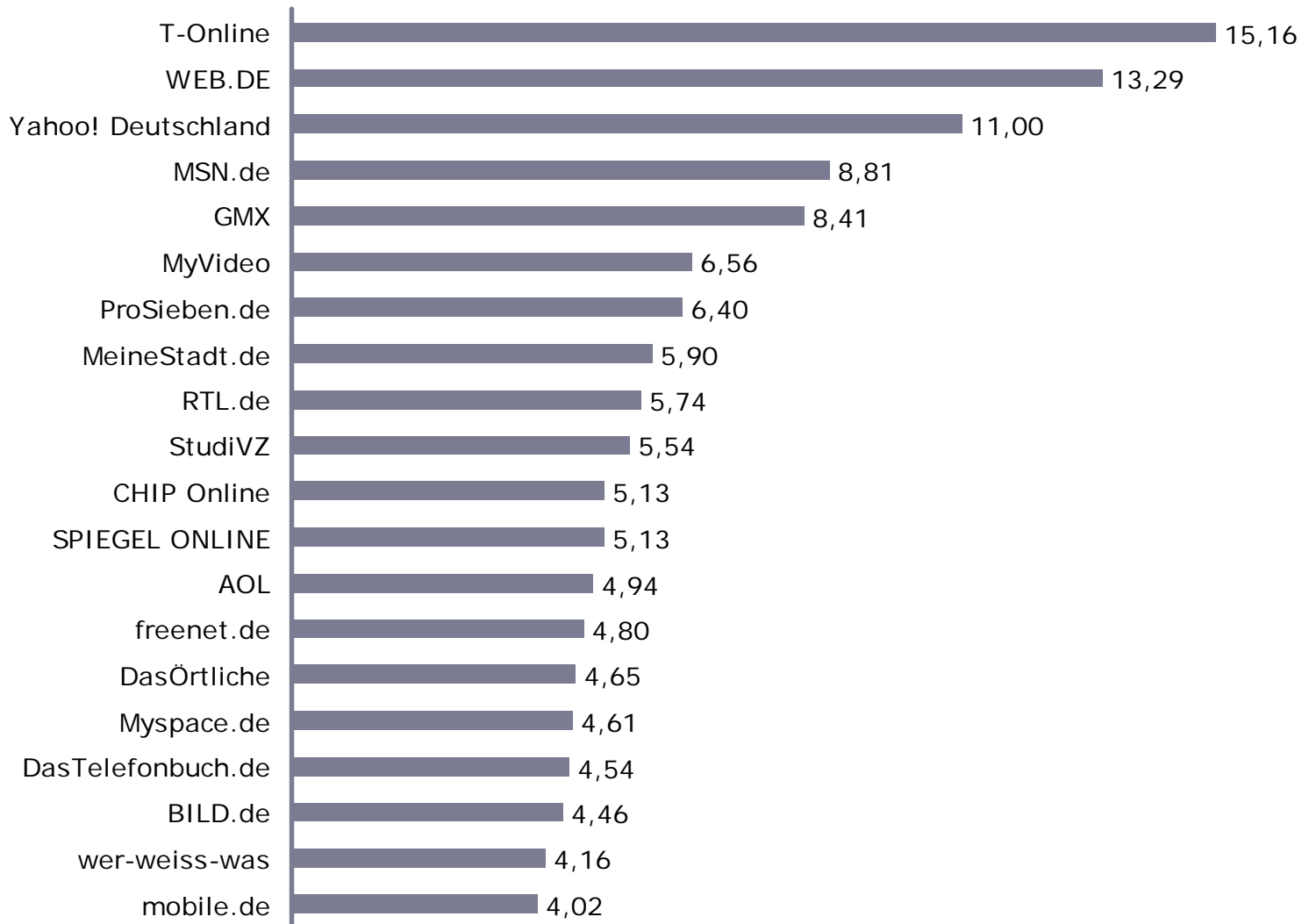
Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
United Internet Media AG	1	48,1	19,69
SevenOne Interactive GmbH	2	45,1	18,44
InteractiveMedia CCSP GmbH	3	43,5	17,79
TOMORROW FOCUS AG	4	42,1	17,24
Yahoo! Deutschland GmbH	5	28,1	11,49
GWP media marketing GmbH	6	25,7	10,52
AdLINK Media Germany	7	25,1	10,29
AOL Digital Marketing Group	8	24,4	9,99
ad pepper media & mediasquares	9	24,1	9,85
Axel Springer AG	10	23,8	9,72
G+J Electronic Media Sales GmbH	11	22,1	9,06
LYCOS Network Europe	12	22,0	8,99
QUALITY CHANNEL GMBH	13	21,7	8,87
Microsoft Advertising	14	21,5	8,81
IP Deutschland GmbH	15	21,4	8,76
freenet AG	15	21,4	8,76
Unister Media	17	18,4	7,51
allesklar.com AG	18	14,4	5,90
MySpace/Fox Interactive Media GmbH	19	11,3	4,61
eBay Advertising Group GmbH	20	9,8	4,02

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Januar - März 2008
Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
QUARTER MEDIA GmbH	21	9,7	3,98
Hi-Media Deutschland AG	22	8,2	3,34
TripleDoubleU GmbH	23	7,2	2,95
Ad2Net GmbH	24	5,9	2,42
AdImpulse Media GmbH	25	5,5	2,26
MAIRDUMONT MEDIA	26	5,4	2,21
OnVista Media GmbH	26	5,4	2,21
konstruktiv GmbH	28	4,2	1,70
GoYellow Media AG	29	3,9	1,59
Fantastic Zero	30	3,7	1,51
IDG Communications Media AG	31	3,5	1,43
BAUER MEDIA KG	32	3,4	1,39
DZH Online Media Sales Group GmbH	33	3,3	1,37
Urban Media GmbH	34	2,8	1,15
WerbeWeischer GmbH & Co. KG	35	2,2	0,91
Business Advertising GmbH	36	2,2	0,88
Codex Media GmbH	37	1,8	0,75
teltarif.de Onlineverlag GmbH	38	1,6	0,65
AreaDigital AG	39	1,5	0,62
netpoint media GmbH	40	1,5	0,61
Mirando GmbH & Co. KG	41	1,2	0,50
CommonMedia	42	1,0	0,43
wallstreet:online AG	43	1,0	0,39
antonow advertising GmbH	44	0,9	0,35
NetMediaEurope Deutschland GmbH	45	0,8	0,33
mediaflite GmbH	46	0,7	0,29
ADselect GmbH	47	0,6	0,23
Europa-Fachpresse-Verlag GmbH	48	0,3	0,11

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat im Untersuchungszeitraum Januar - März 2008
 Basis: 101.827 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-I





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**