

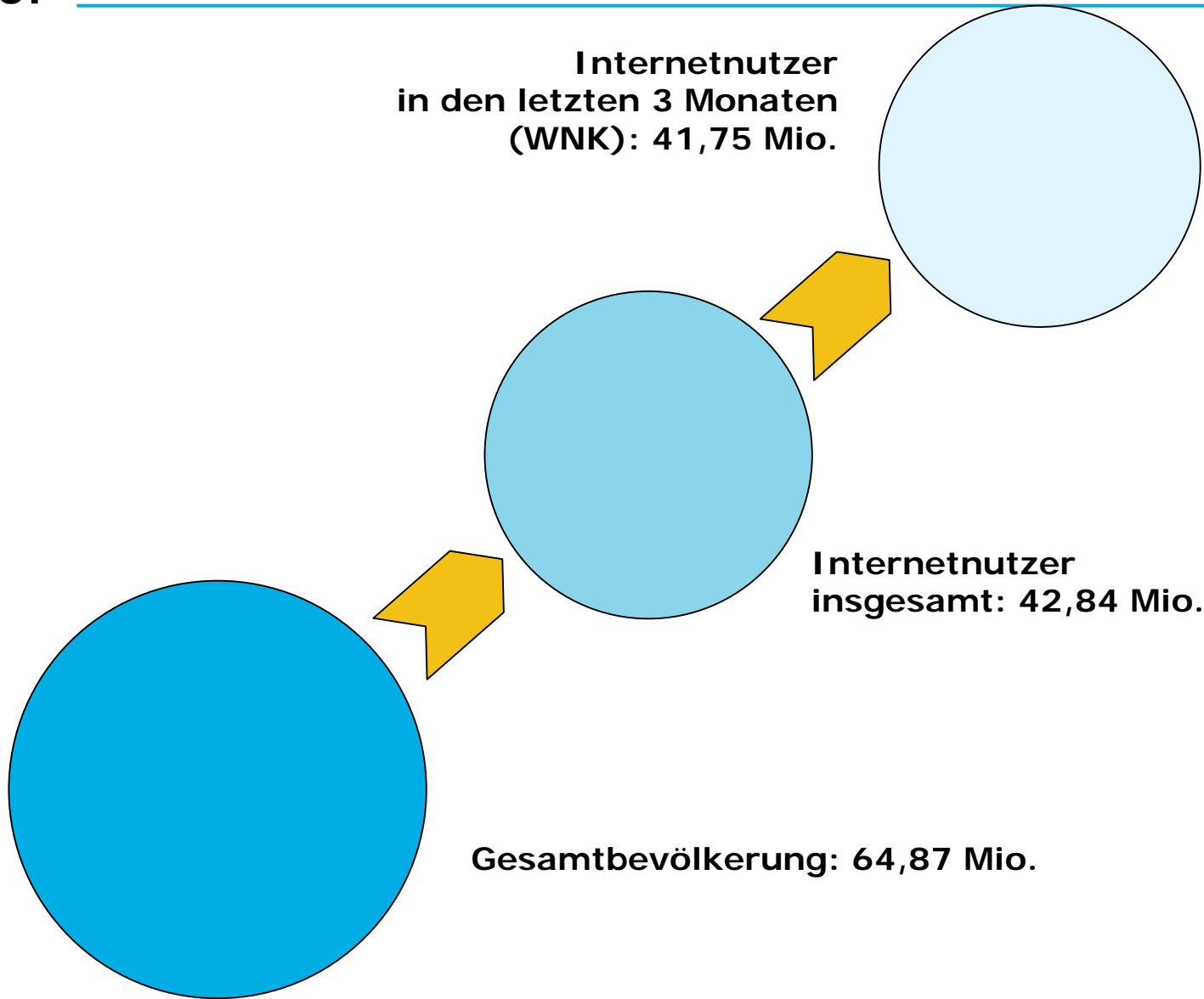


internet facts 2008-IV Graphiken zu dem Berichtsband

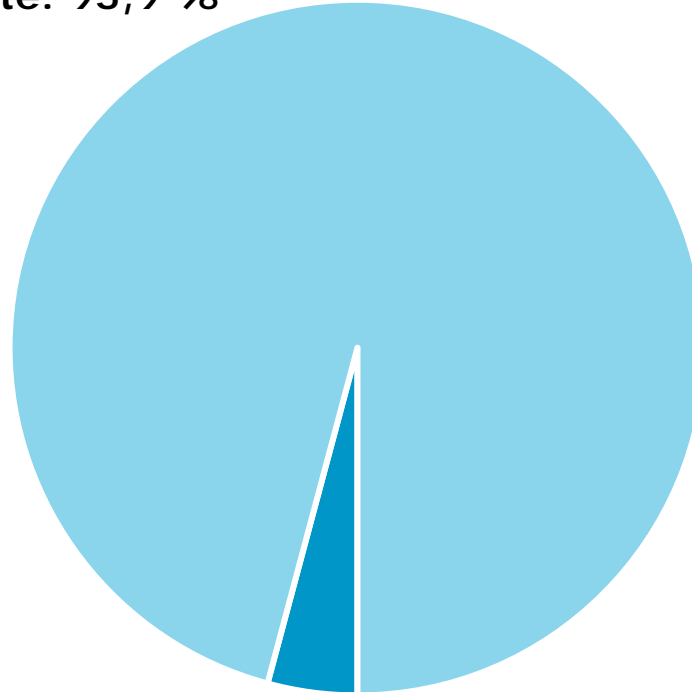
AGOF e.V. März 2009



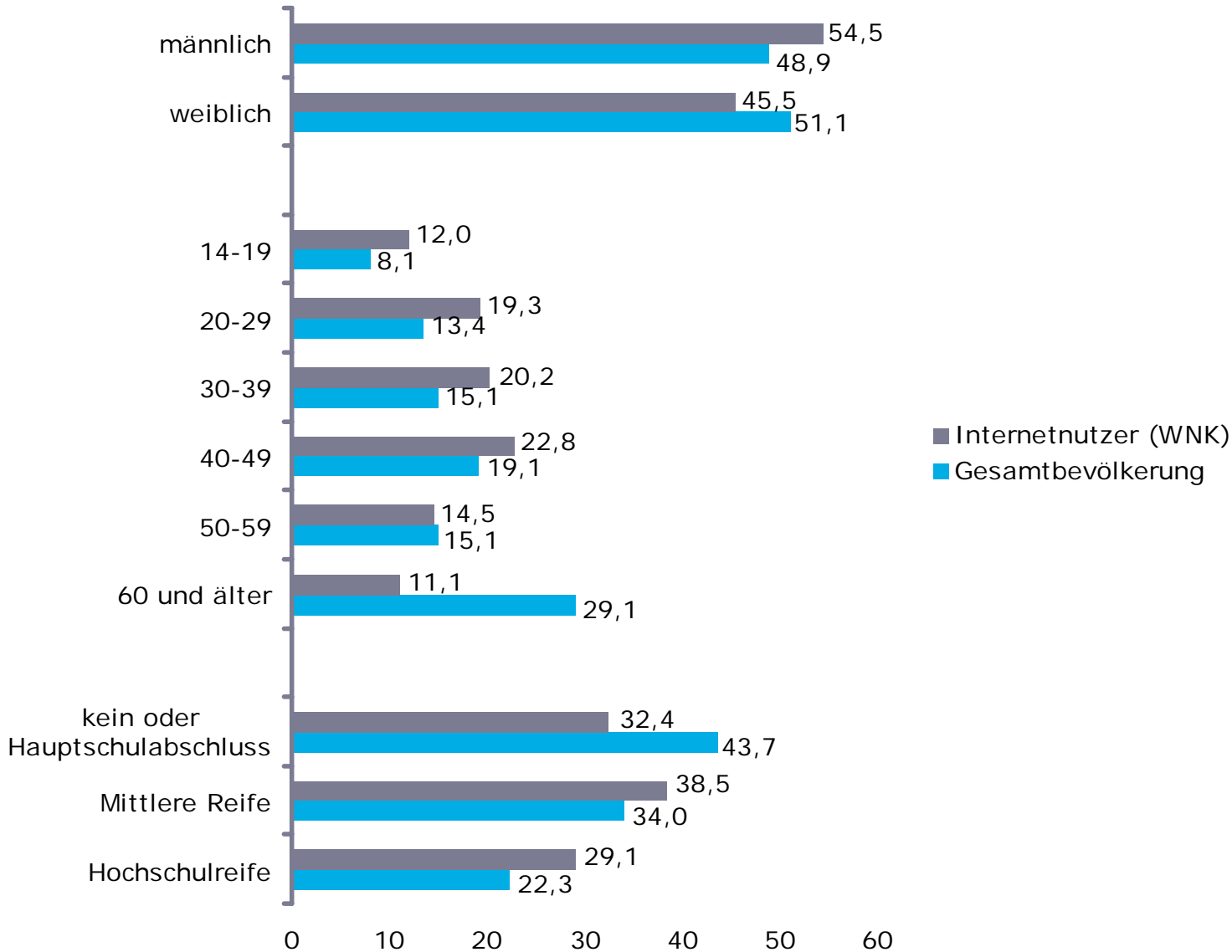
Graphiken zur Internetnutzung

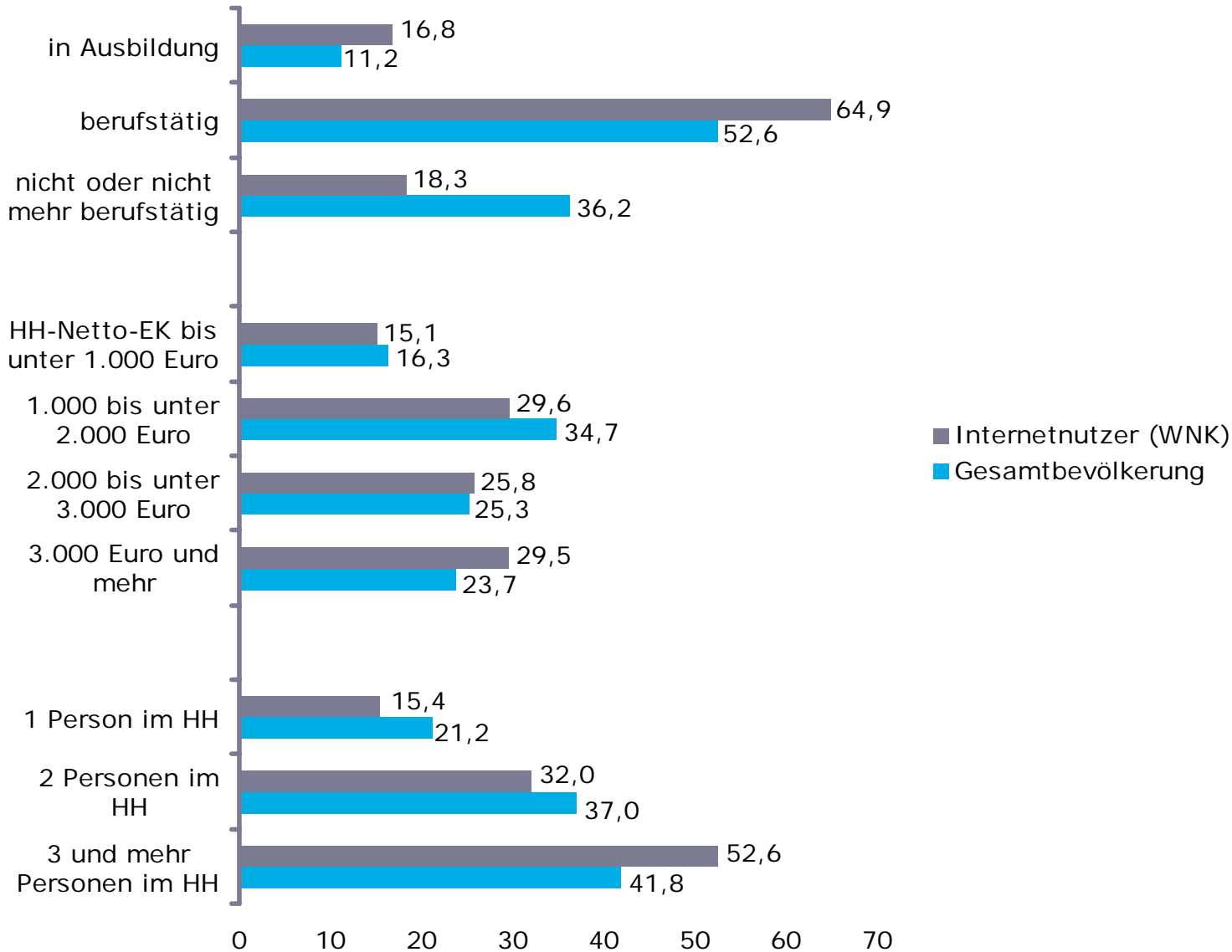


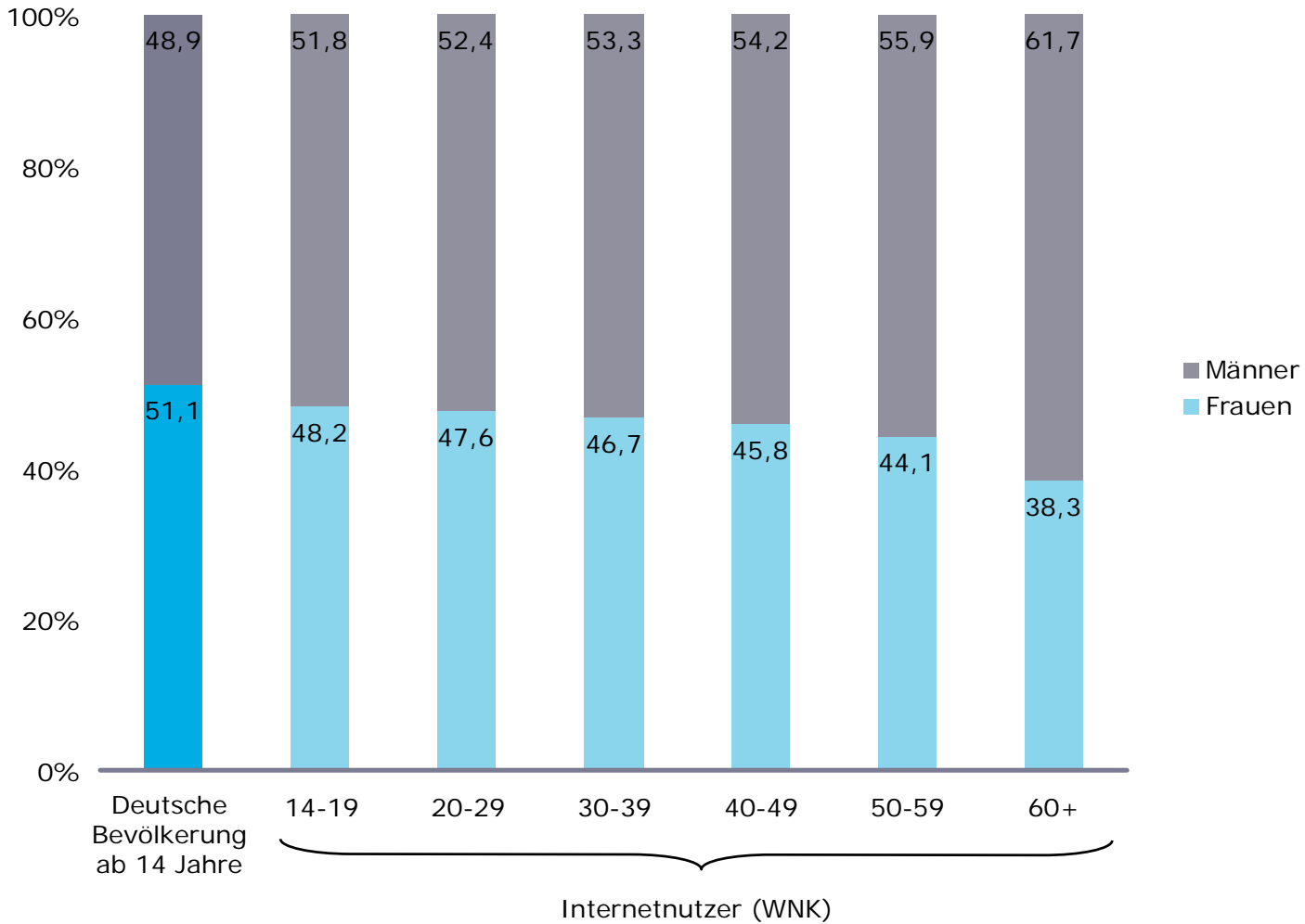
Nutzung
AGOF Angebote: 95,9 %

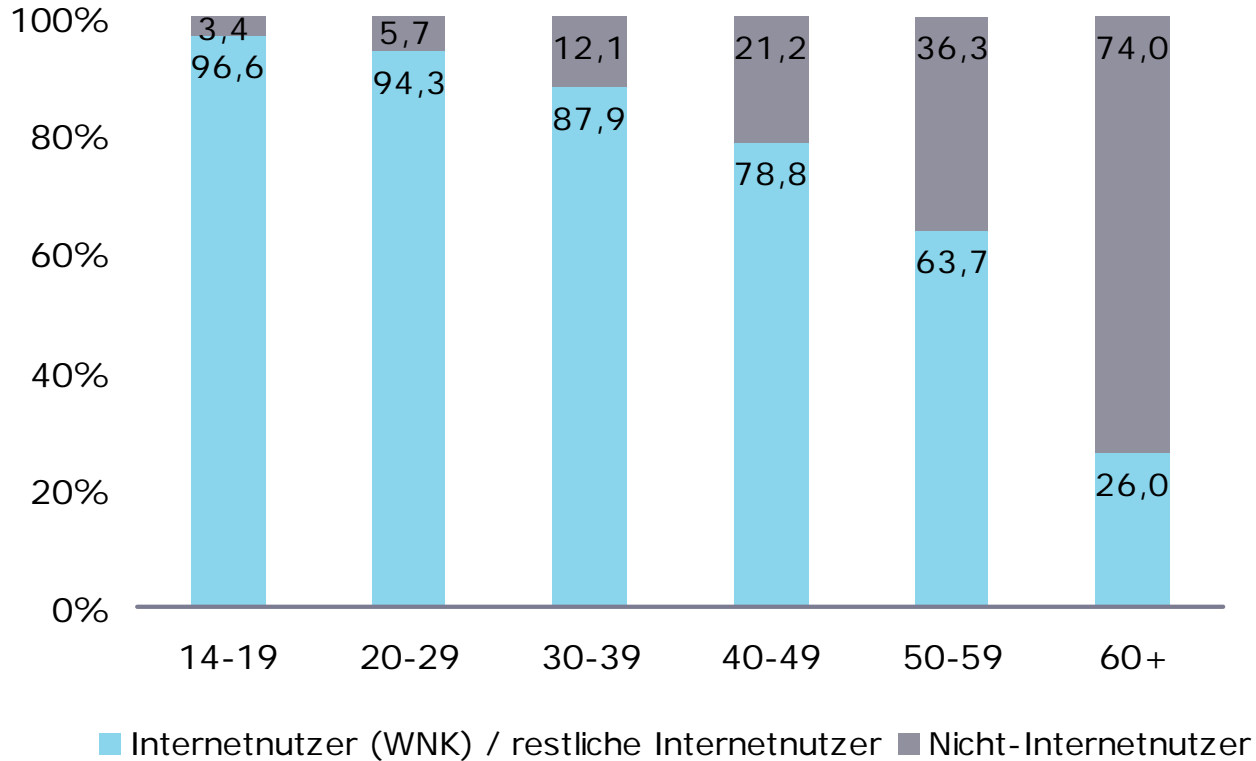


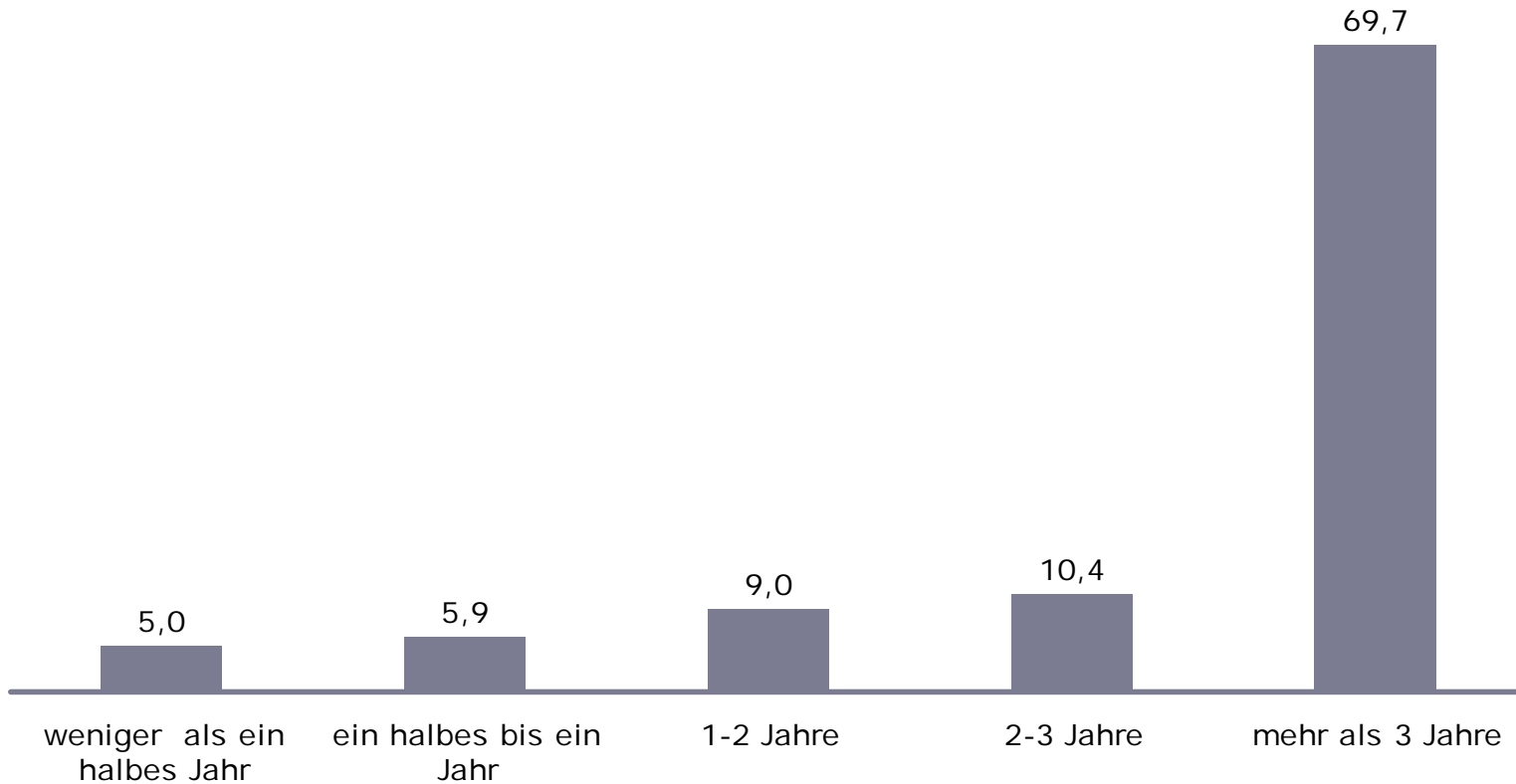
Keine Nutzung AGOF
Angebote: 4,1 %



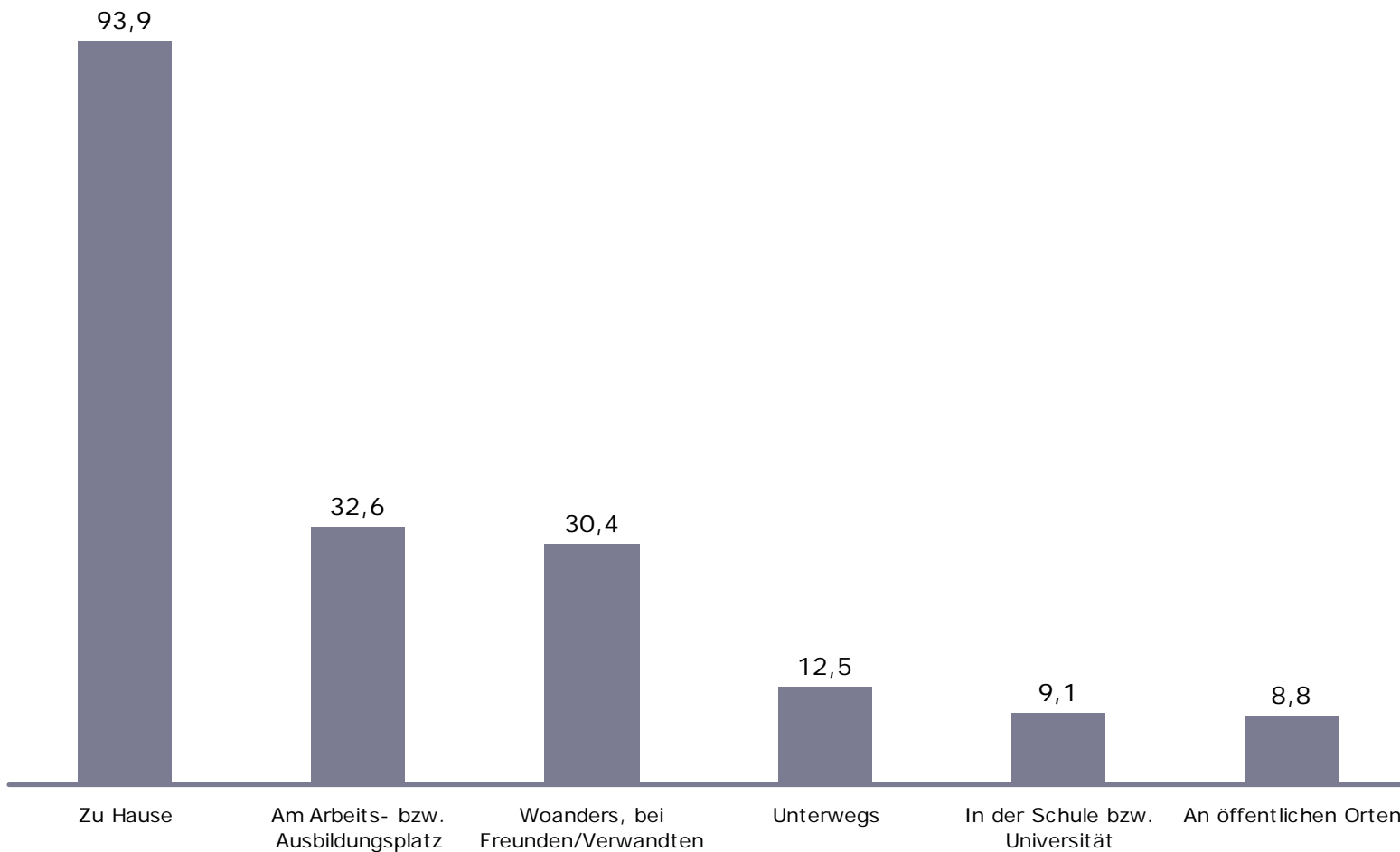




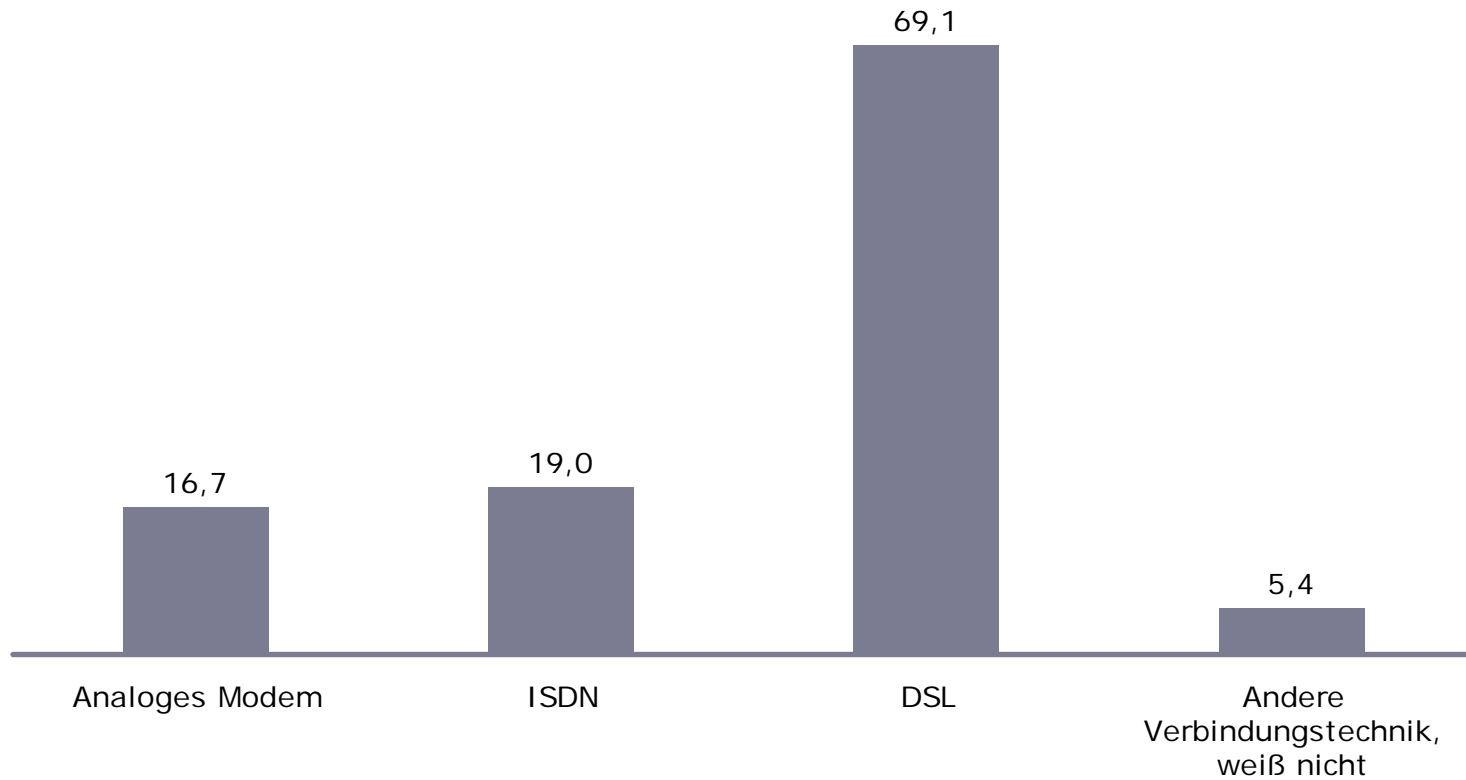




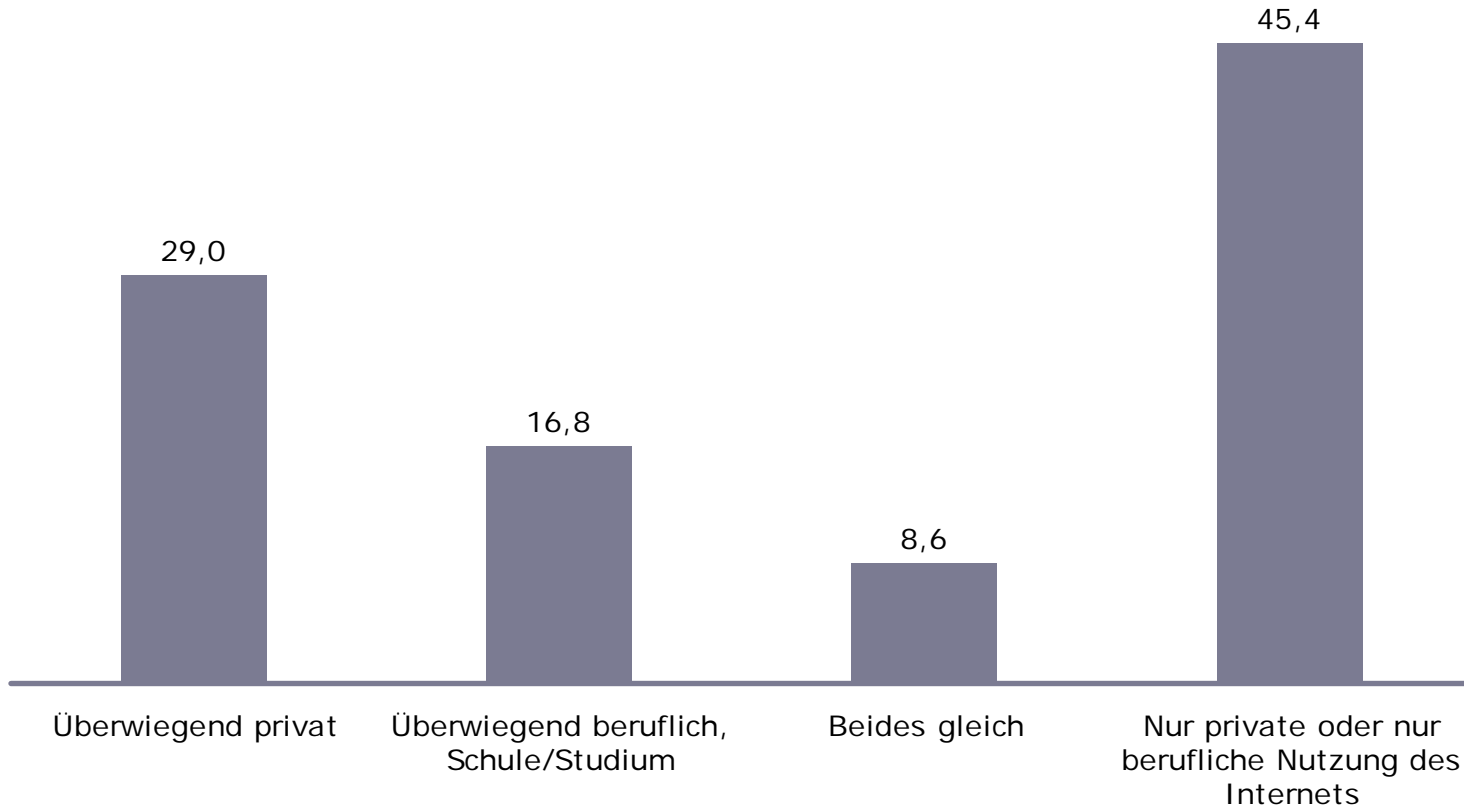
Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV



Basis: 103.803 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-IV



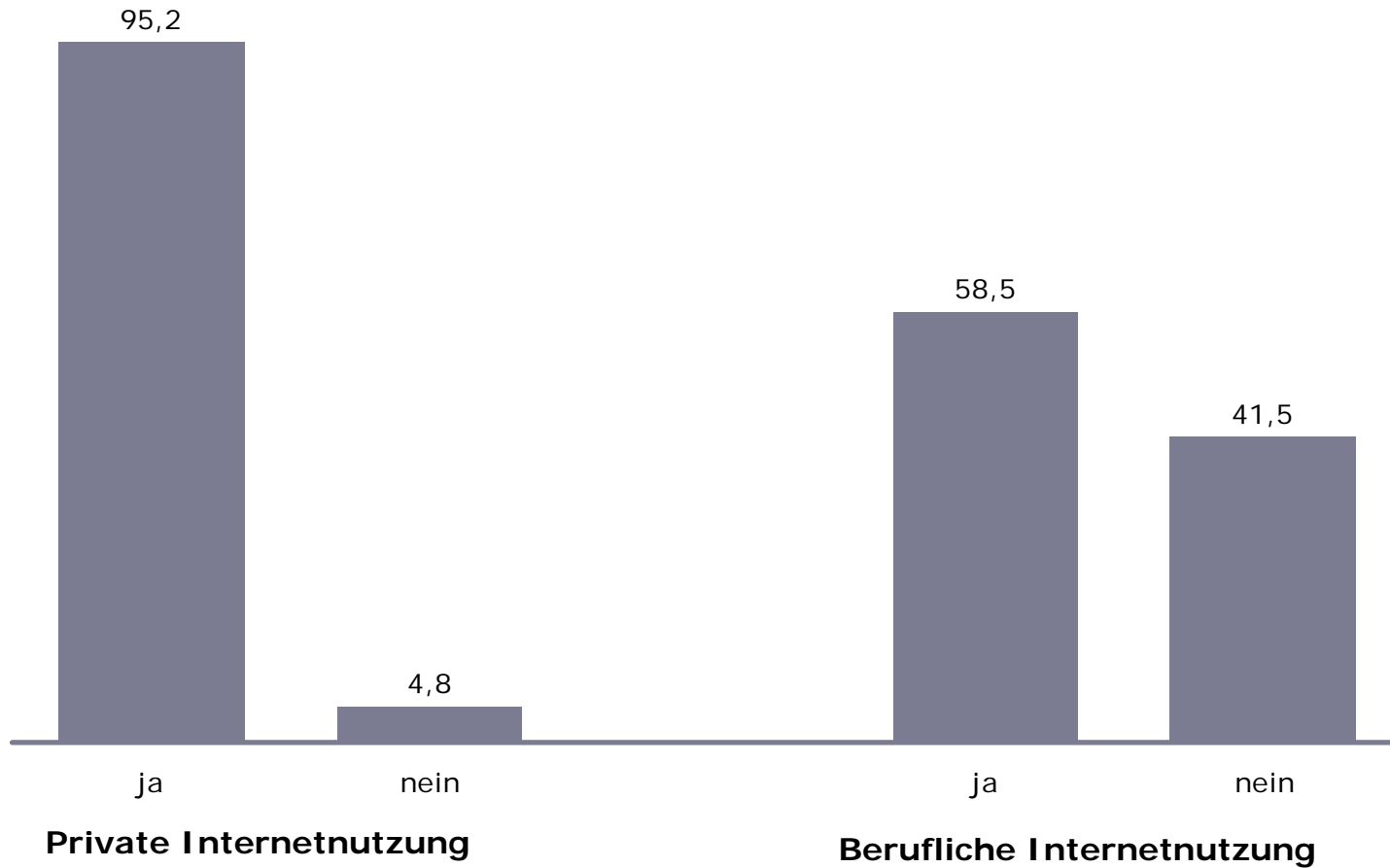
Basis: 97.919 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate, zu Hause)
 „Welche Verbindungstechnik nutzen Sie für Ihren Internetzugang zu Hause?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV



Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“

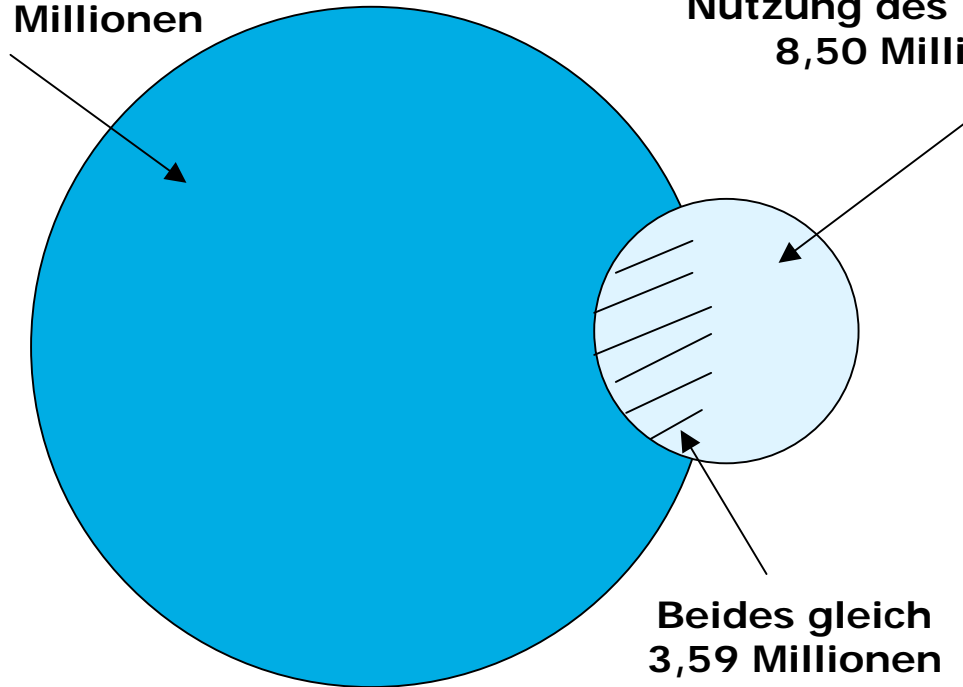
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV



Basis: 103.803 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-IV

**Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
29,02 Millionen**

**Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
8,50 Millionen**



Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

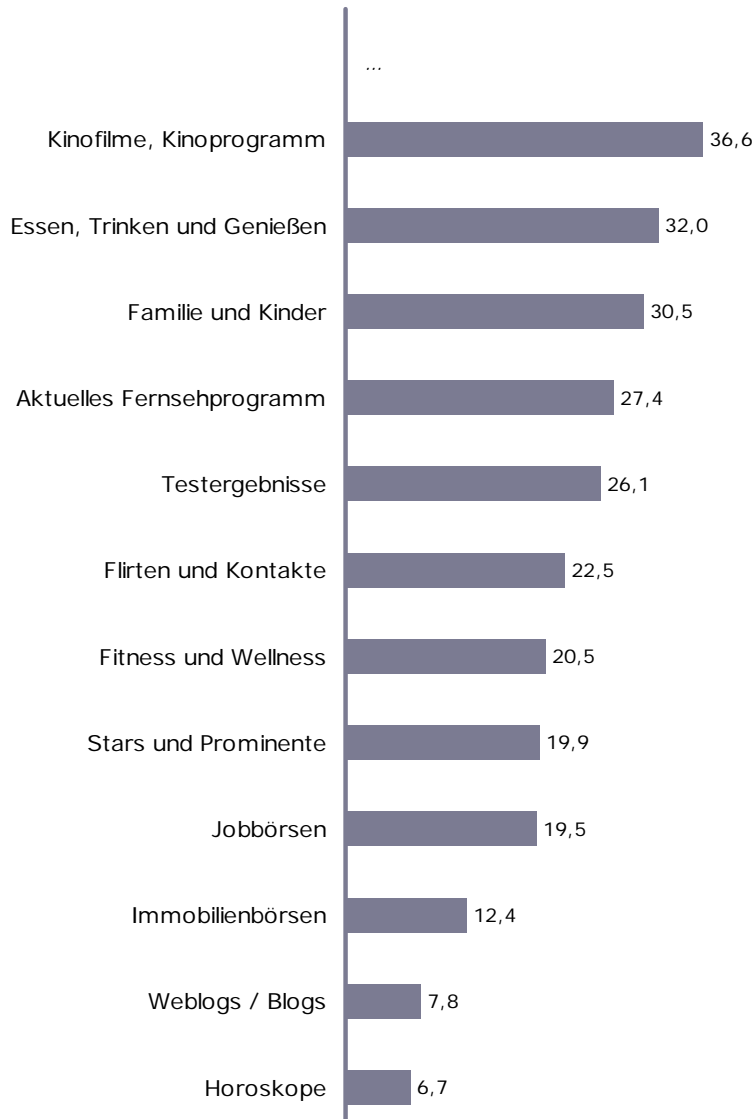
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV



Basis: 103.803 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 / Darstellung der Top 10 von insgesamt 22 Themen

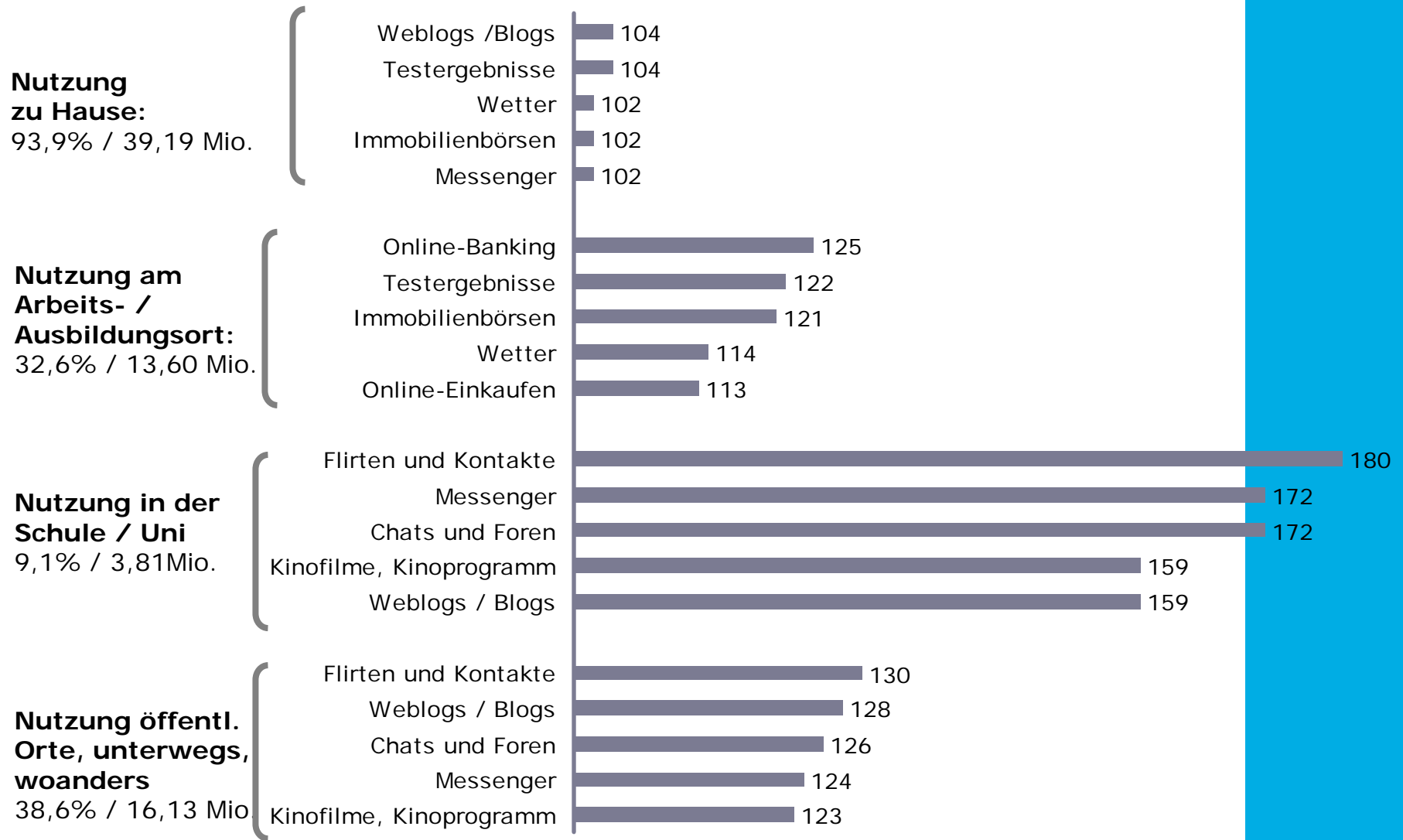
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV



Basis: 103.803 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 / Darstellung Platz 11 bis 22 von insgesamt 22 Themen

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

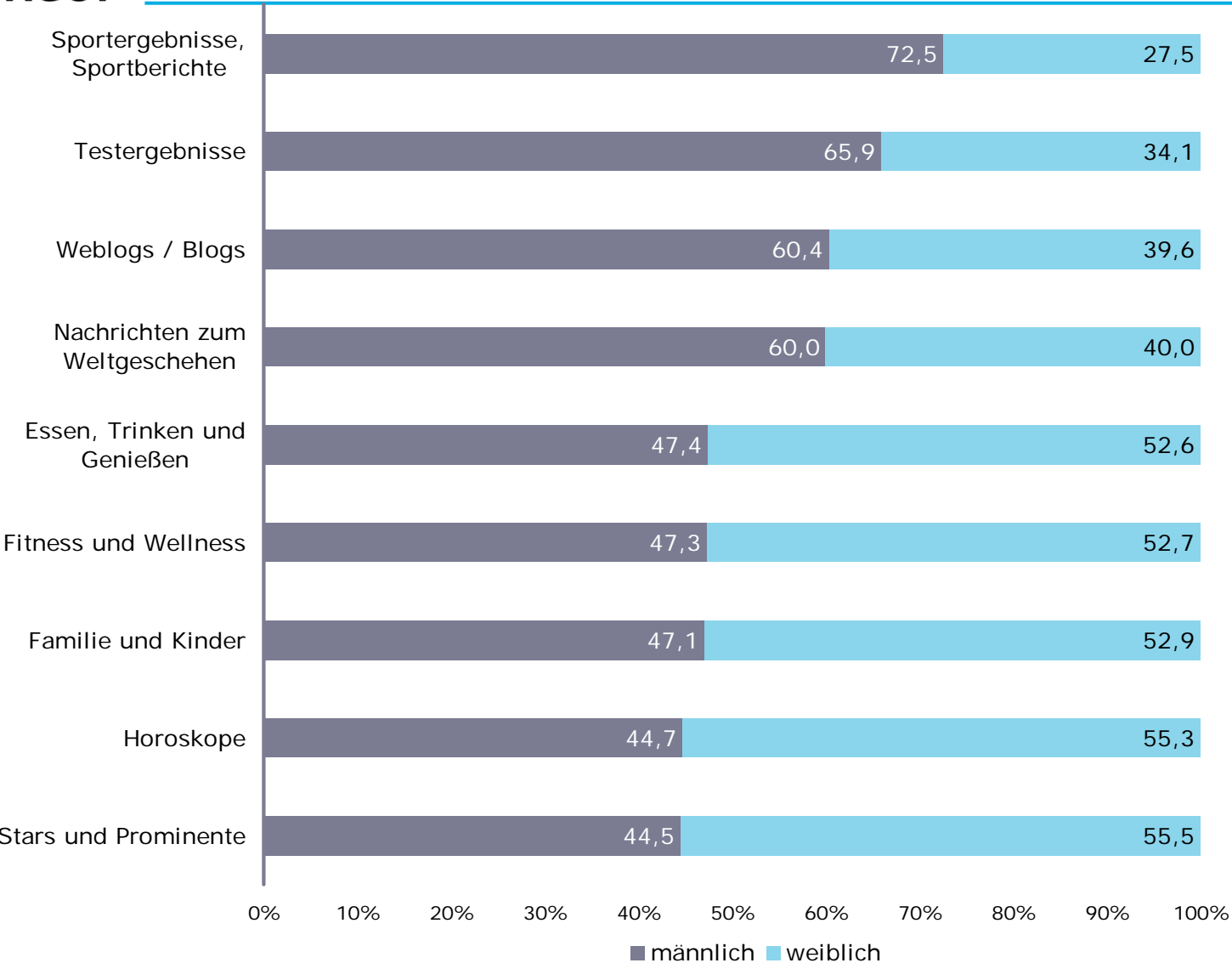


Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

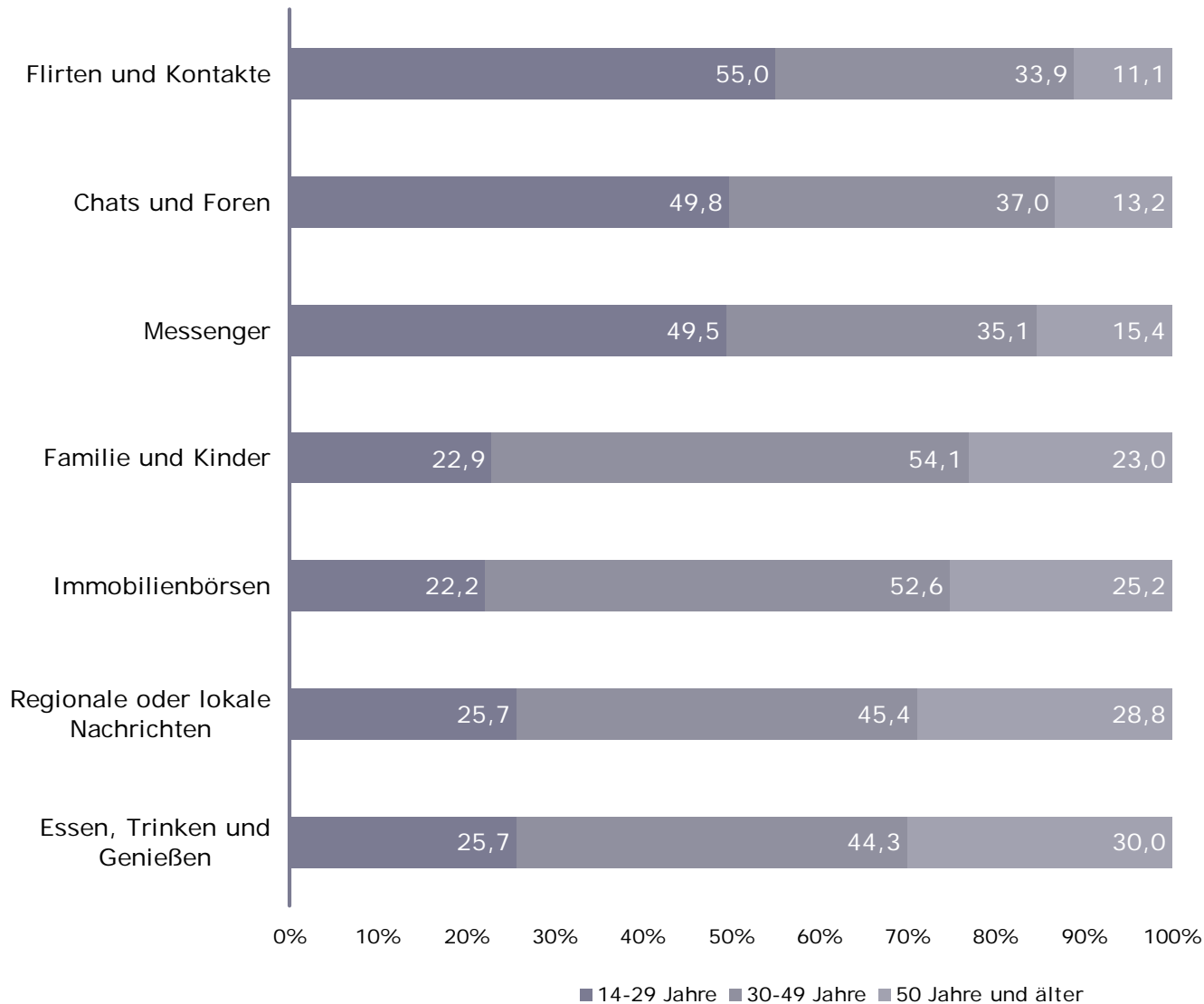
Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben als Indexwerte /

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



Basis: 103.803 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-IV

Altersverteilung in den Themenbereichen

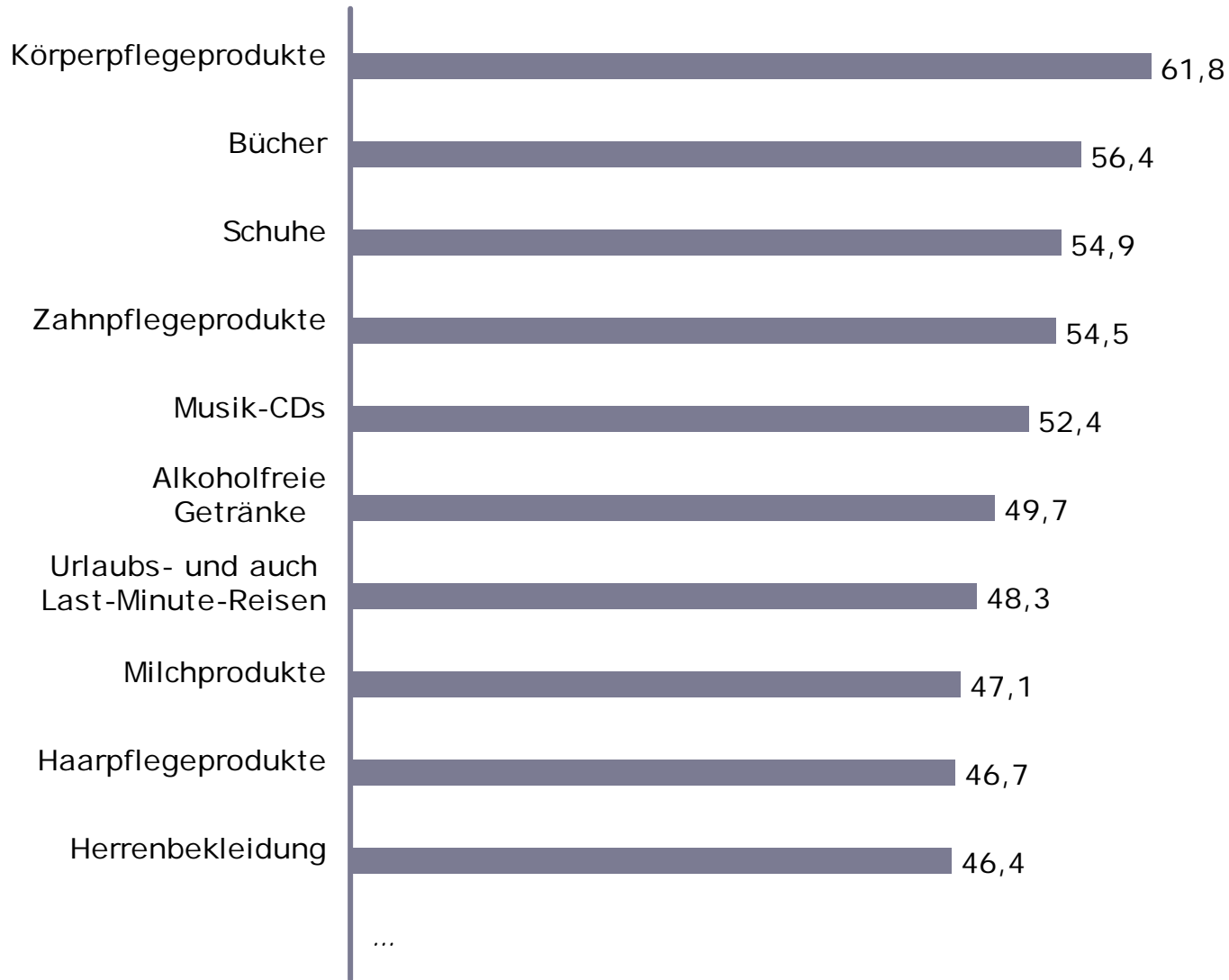


Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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-IV

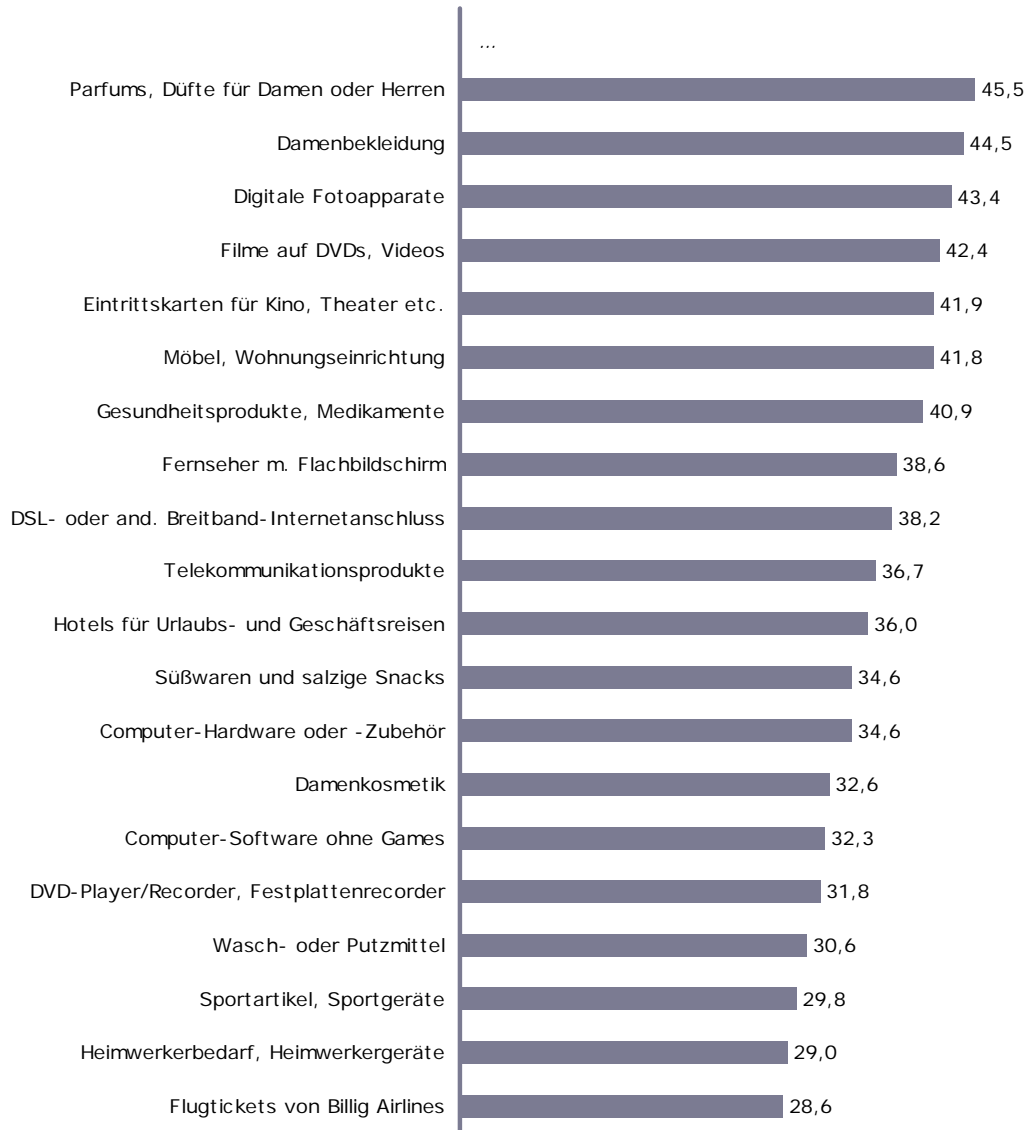
Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



Basis: 103.803 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-IV



Basis: 103.803 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

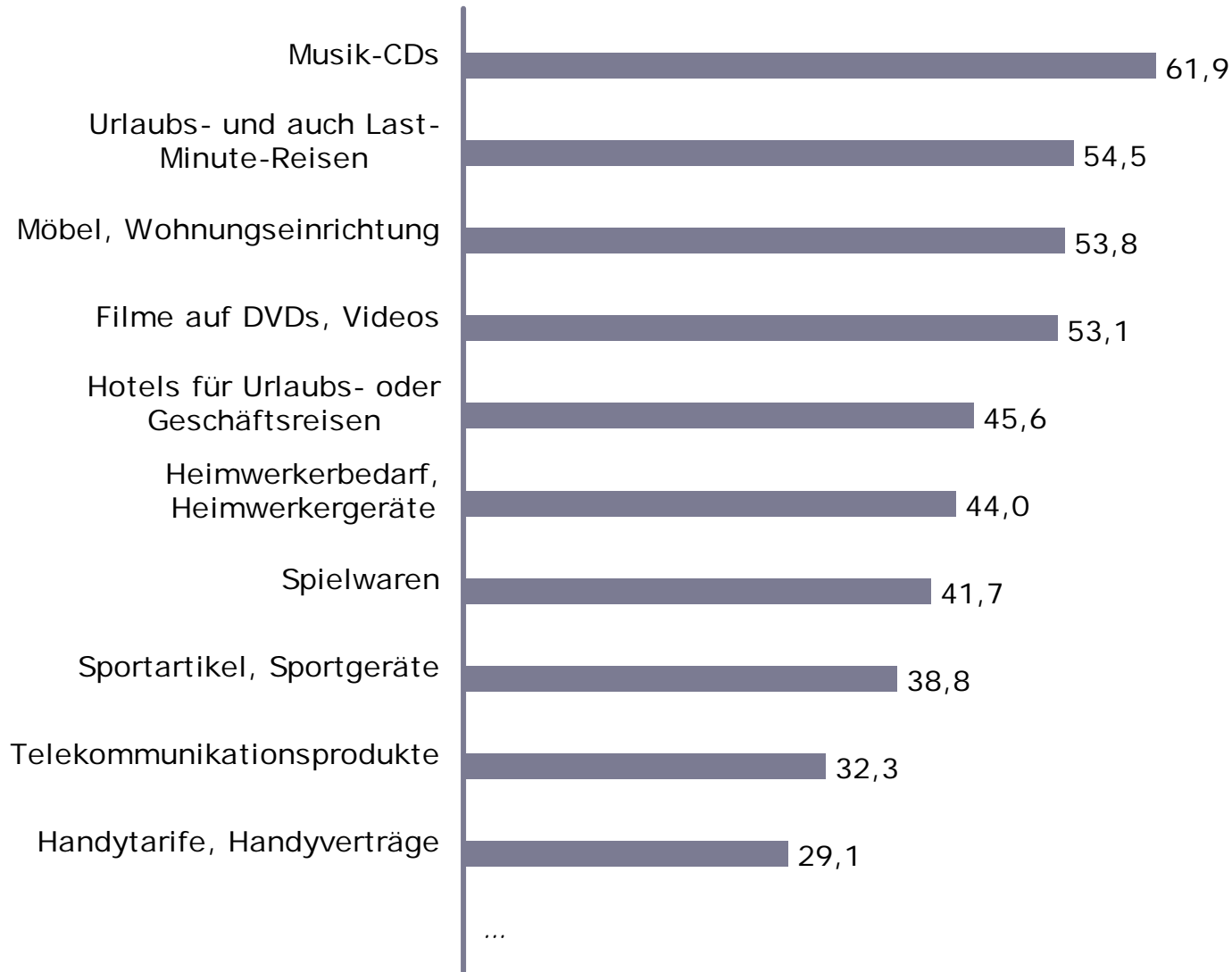
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV

Top Produkte der Internetnutzer			Top Produkte Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Körperpflegeprodukte	61,8	92	1 Körperpflegeprodukte	77,1	115
2 Bücher	56,4	103	2 Zahnpflegeprodukte	76,3	123
3 Schuhe	54,9	94	3 Alkoholfreie Getränke	72,0	126
4 Zahnpflegeprodukte	54,5	88	4 Milchprodukte	71,8	129
5 Musik-CDs	52,4	106	5 Schuhe	64,3	111
6 Alkoholfreie Getränke	49,7	87	6 Wasch- oder Putzmittel	62,1	150
7 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	48,3	105	7 Haarpflegeprodukte	61,3	119
8 Milchprodukte	47,1	85	8 Damenbekleidung	57,7	118
9 Haarpflegeprodukte	46,7	90	9 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	56,5	122
10 Herrenbekleidung	46,4	100	10 Bücher	51,8	95
11 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	45,5	99	11 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	46,8	155
12 Damenbekleidung	44,5	91	12 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	46,3	101
13 Digitale Fotoapparate	43,4	119	13 Herrenbekleidung	45,9	99
14 Filme auf DVDs, Videos	42,4	120	14 Musik-CDs	44,6	90
15 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	41,9	114	15 Andere Versicherungen	43,4	136
16 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	41,8	104	16 Krankenversicherungen	42,6	155
17 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	40,9	88	17 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	41,8	91
18 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	38,6	103	18 Damenkosmetik	39,6	113
19 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	38,2	142	19 Süßwaren und salzige Snacks	37,9	106
20 Telekommunikationsprodukte	36,7	106	20 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	37,9	94

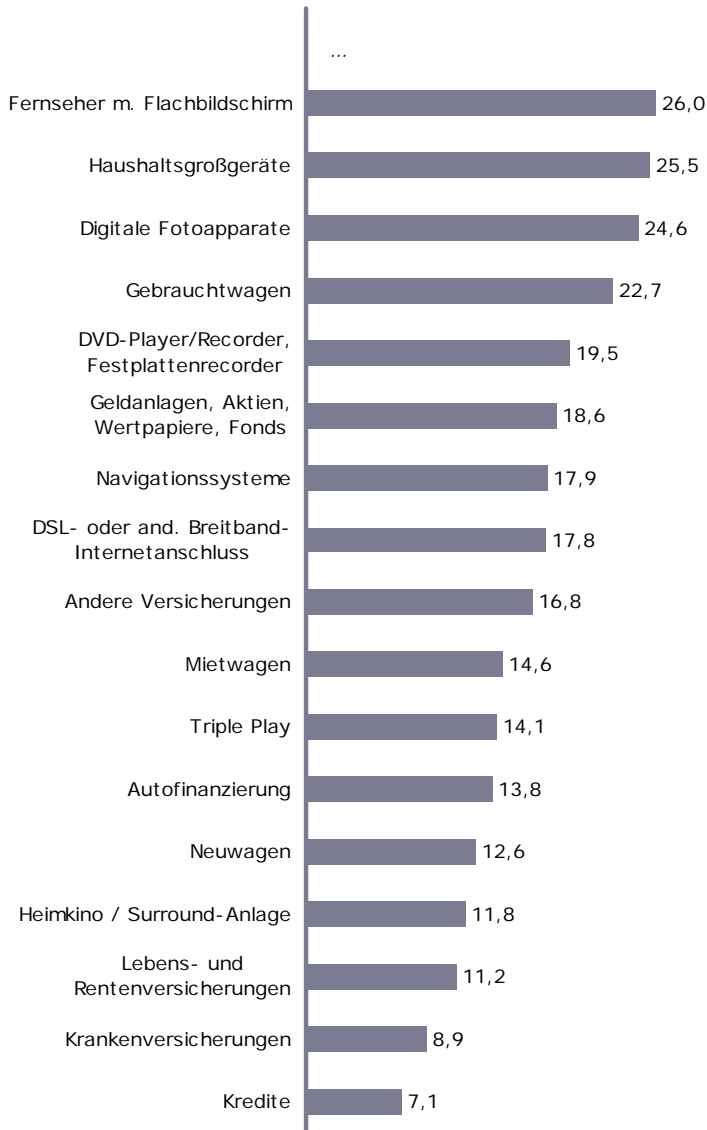
Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.792 ungewichtete Fälle (Nicht Internet-Nutzer ab 14 Jahren / „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 1 bis 20 von insgesamt 59 Produkten

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

Kaufplanung für Produkte (Top 10)



Basis: 103.803 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-IV



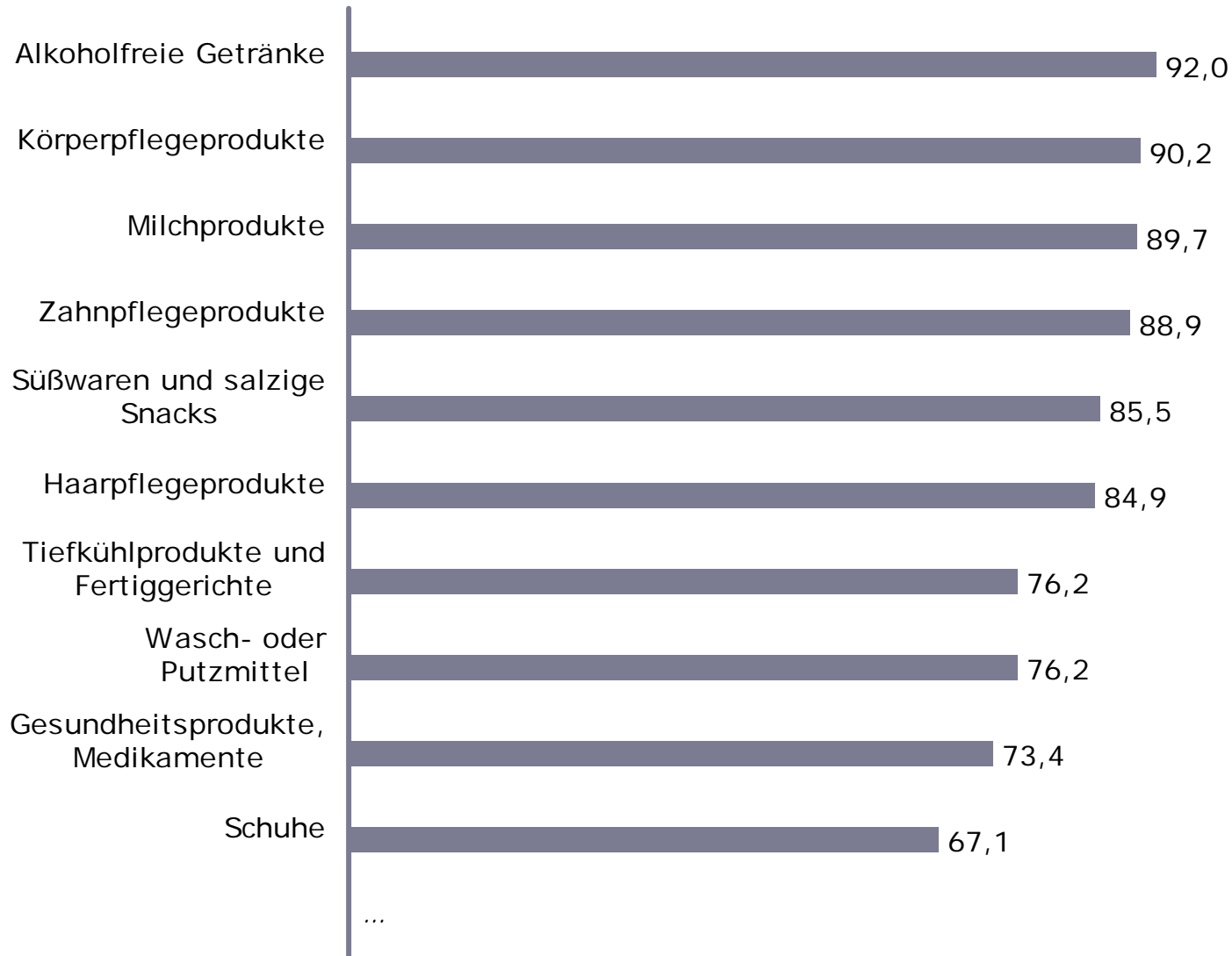
Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 27 von insgesamt 27 Produkten

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

Top-Produkte Kaufplanung der Internetnutzer			Top Produkte Kaufplanung der Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Musik-CDs	61,9	116	1 Musik-CDs	37,8	71
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	54,5	115	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	34,9	73
3 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	53,8	124	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	26,0	67
4 Filme auf DVDs, Videos	53,1	129	4 Spielwaren	24,7	69
5 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	45,6	118	5 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	24,3	56
6 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	44,0	120	6 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	23,1	63
7 Spielwaren	41,7	117	7 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	19,9	83
8 Sportartikel, Sportgeräte	38,8	132	8 Filme auf DVDs, Videos	19,0	46
9 Telekommunikationsprodukte	32,3	130	9 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	18,6	81
10 Handytarife, Handyverträge	29,1	133	10 Sportartikel, Sportgeräte	12,4	42
11 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	26,0	109	11 Digitale Fotoapparate	11,5	58
12 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	25,5	111	12 Telekommunikationsprodukte	11,3	46
13 Digitale Fotoapparate	24,6	123	13 Navigationssysteme	9,8	65
14 Gebrauchtwagen	22,7	127	14 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	9,5	62
15 DVD-Player/-Recorder, Festplattenrecorder	19,5	126	15 Gebrauchtwagen	9,1	51
16 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	18,6	121	16 Handytarife, Handyverträge	8,7	40
17 Navigationssysteme	17,9	119	17 Neuwagen	8,3	75
18 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	17,8	126	18 DVD-Player/-Recorder, Festplattenrecorder	8,2	52
19 Andere Versicherungen	16,8	134	19 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	7,1	50
20 Mietwagen	14,6	139	20 Triple Play (Fernsehen, Telefon, Internet)	6,5	57

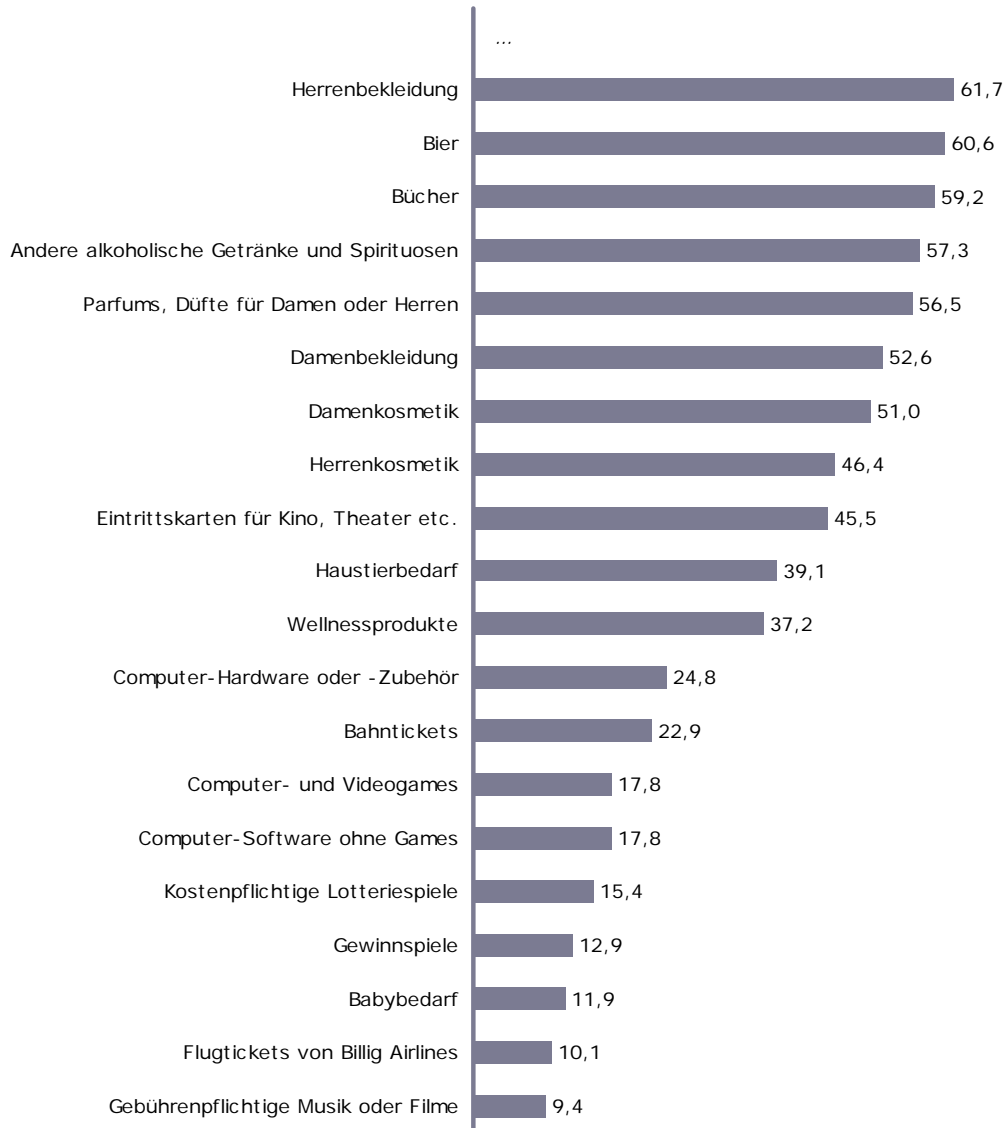
Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.792 ungewichtete Fälle (Nicht Internet-Nutzer ab 14 Jahren / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 1 bis 20 von insgesamt 27 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)

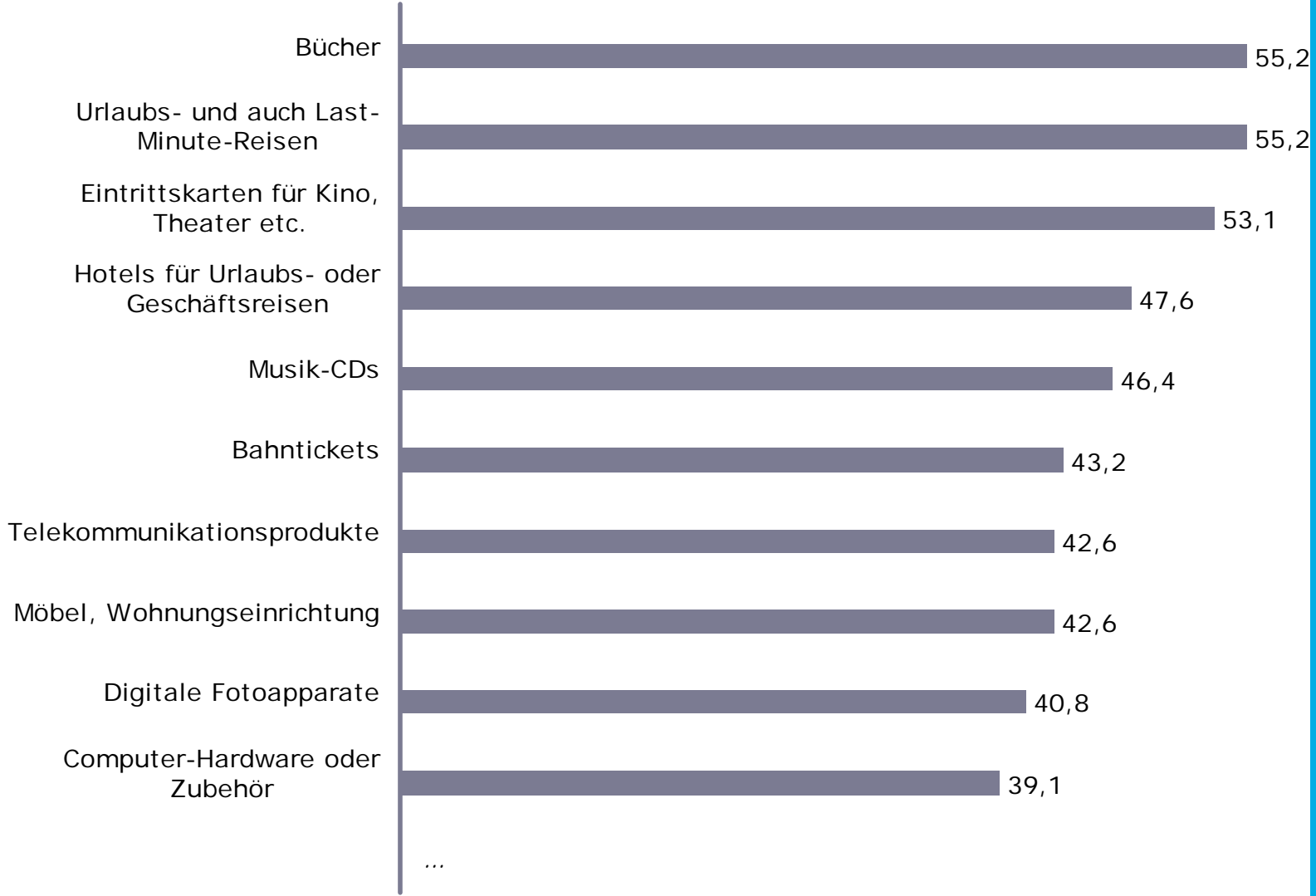


Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für die Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV

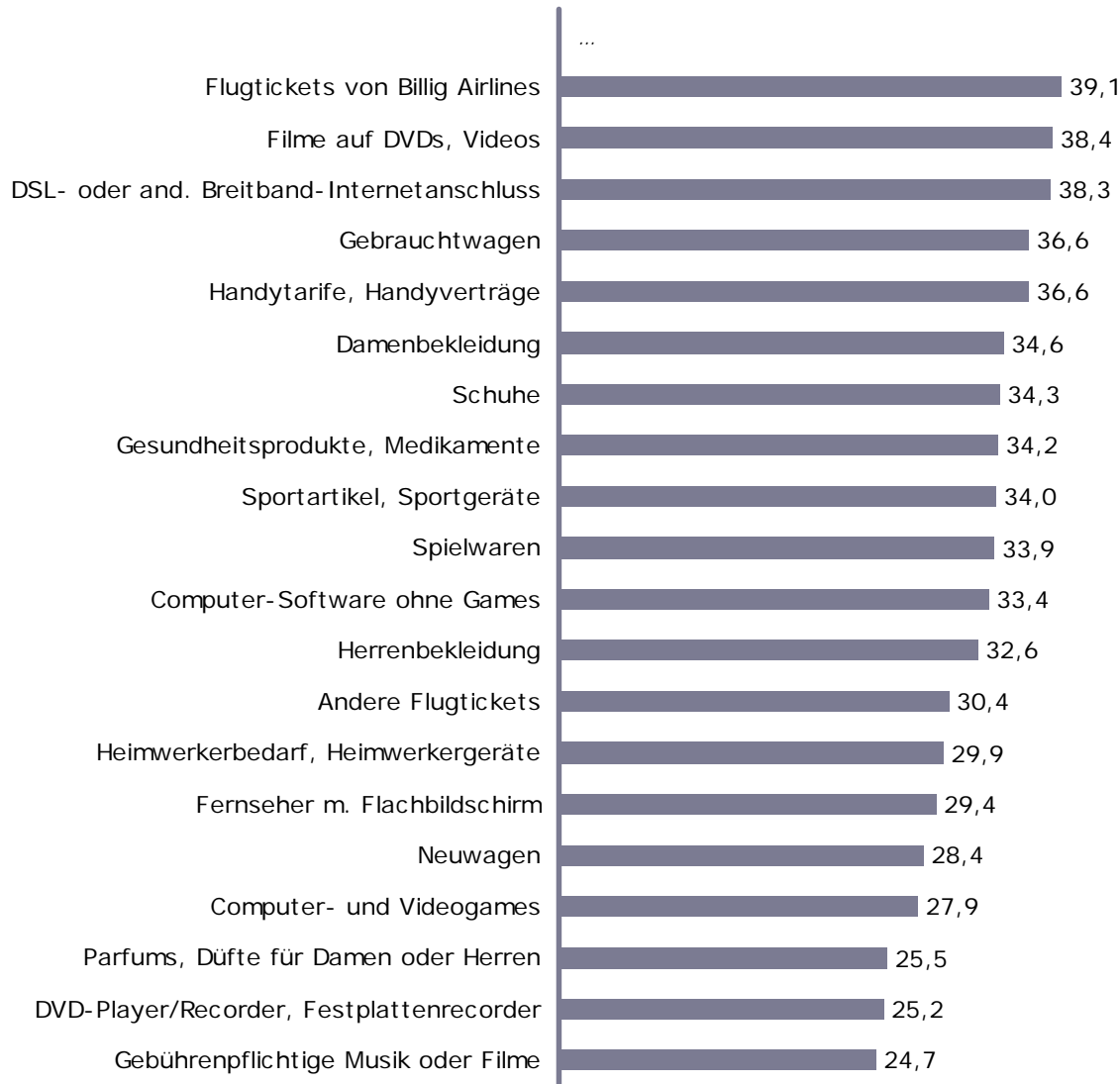
Produktkäufe in den letzten 3 Monaten – Platz 11 bis 30



Basis: 103.803 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-IV



Basis: 103.803 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-IV

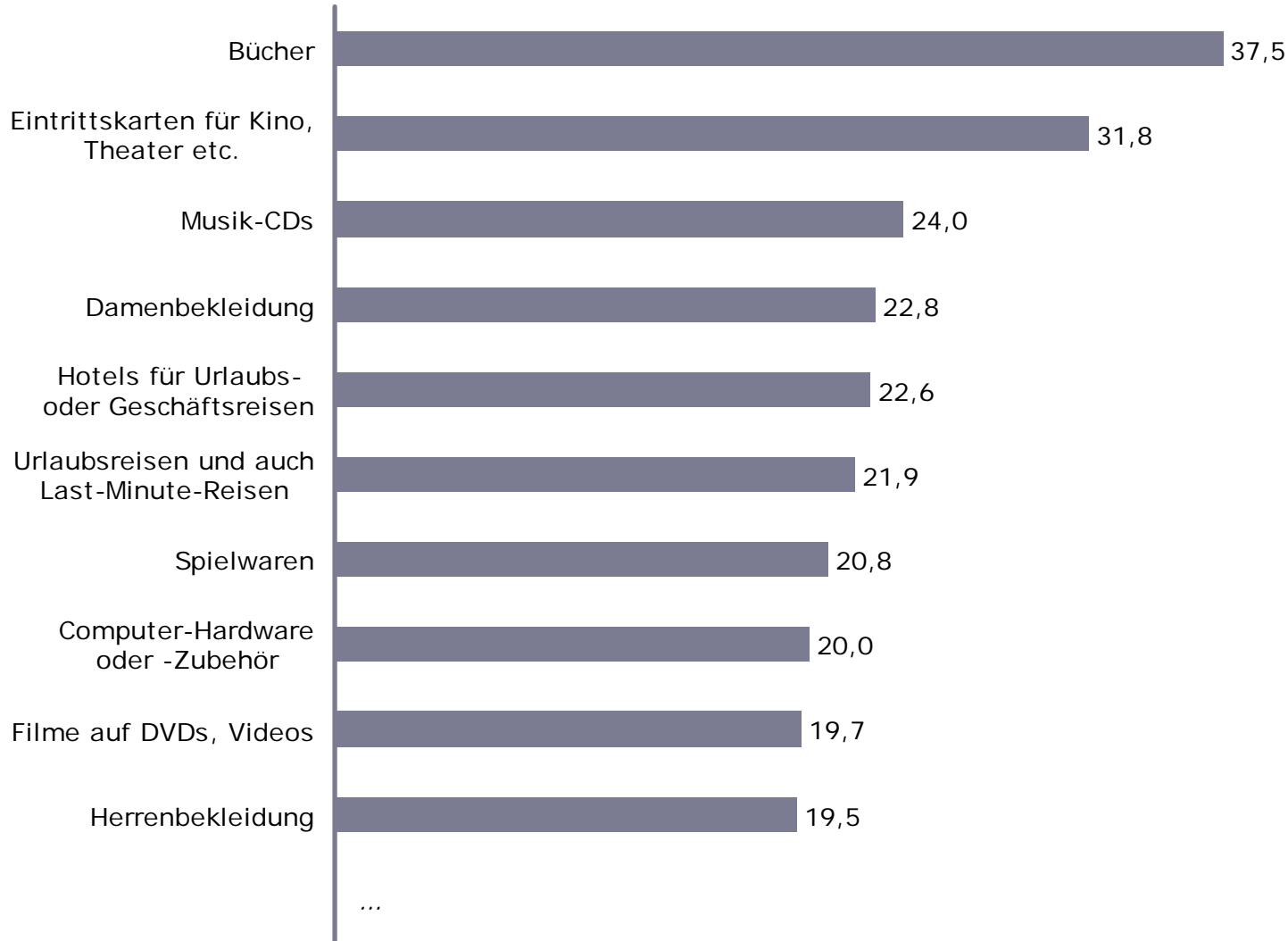


Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

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

14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	65,4	1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	62,8
2 Musik-CDs	64,7	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	59,3
3 Filme auf DVDs, Videos	60,0	3 Musik-CDs	57,4
4 Telekommunikationsprodukte	56,4	4 Bücher	55,8
5 Schuhe	53,6	5 Filme auf DVDs, Videos	53,6
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	62,4	1 Bücher	58,8
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	61,5	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	58,2
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	56,2	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	52,3
4 Spielwaren	53,5	4 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	51,0
5 Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	53,0	5 Musik-CDs	44,4
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	55,1	1 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	49,5
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,3	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	48,6
3 Bücher	50,2	3 Bücher	45,8
4 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	42,6	4 Bahntickets	41,5
5 Bahntickets	40,2	5 Flugtickets von Billig Airlines	34,3

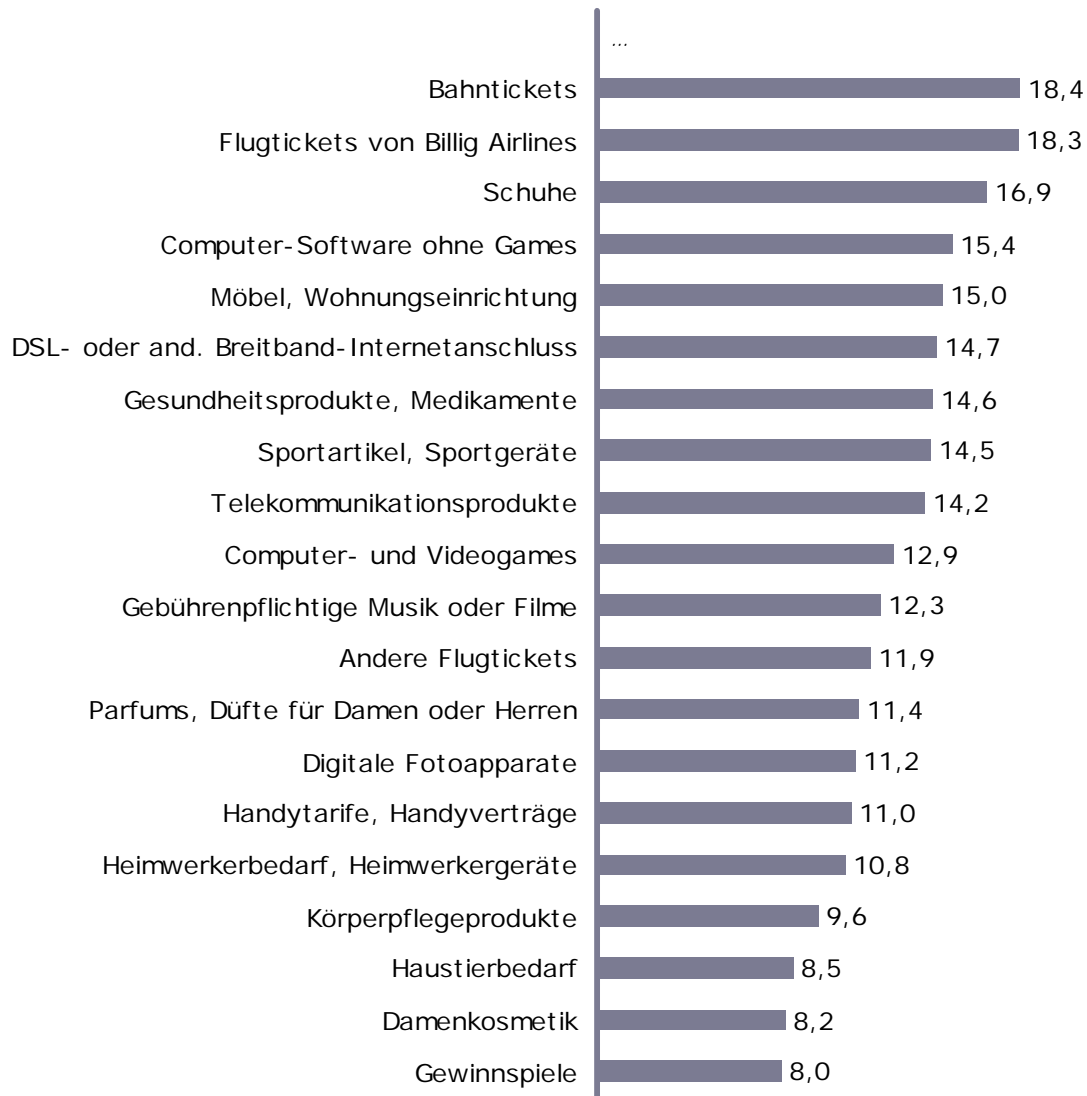
Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 103.803 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-IV



Basis: 103.803 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-IV

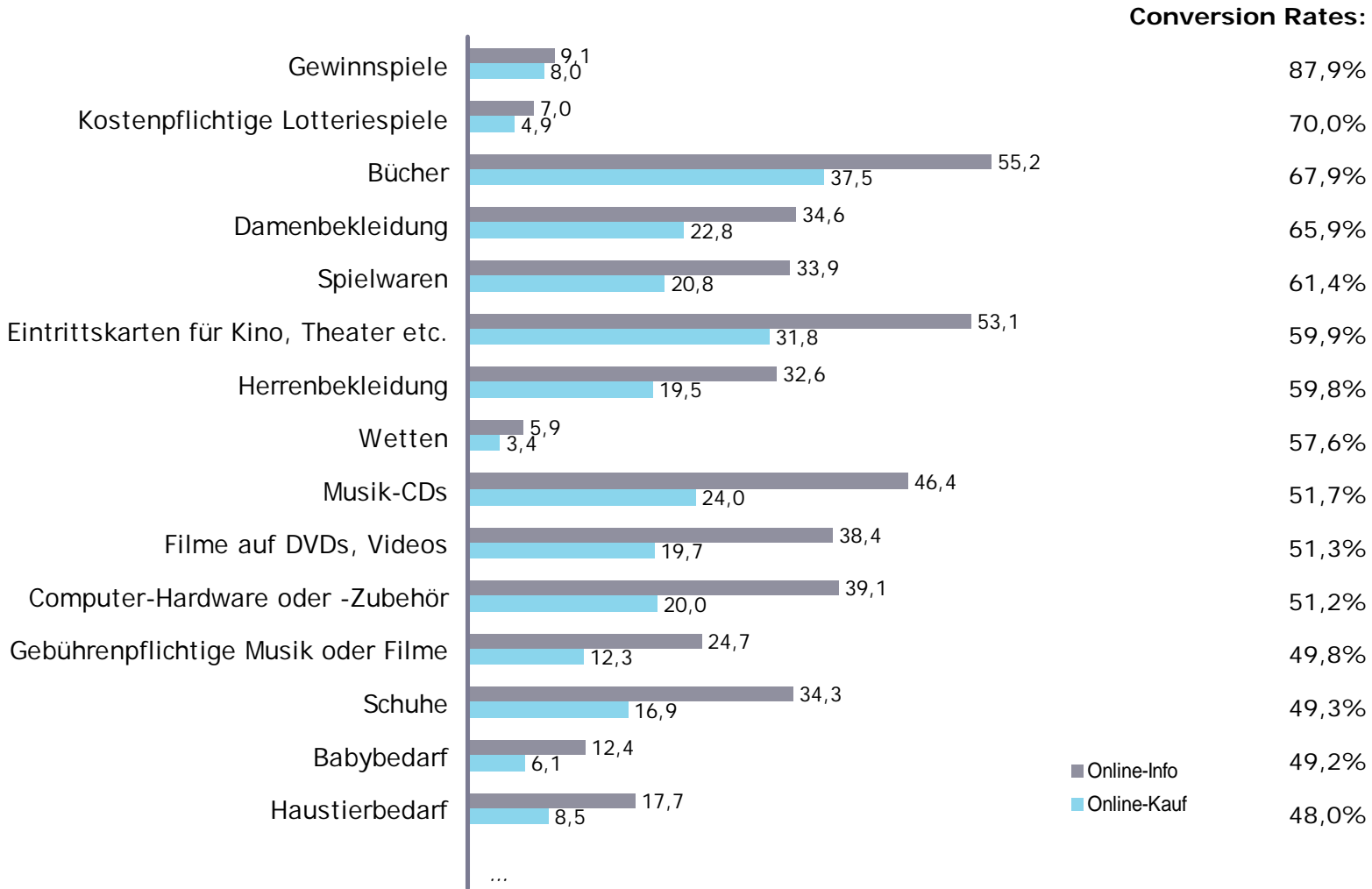
14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	32,8	1 Bücher	39,5
2 Musik-CDs	27,4	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	37,8
3 Bücher	24,7	3 Musik-CDs	30,9
4 Schuhe	24,6	4 Filme auf DVDs, Videos	29,1
5 Filme auf DVDs, Videos	24,4	5 Damenbekleidung	27,7
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	45,5	1 Bücher	41,3
2 Spielwaren	35,5	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	32,3
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	34,6	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	25,5
4 Damenbekleidung	28,2	4 Damenbekleidung	24,8
5 Musik-CDs	27,8	5 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	24,6
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Bücher	33,8	1 Bücher	30,0
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	27,7	2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	24,5
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	26,6	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	20,7
4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	23,8	4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	20,7
5 Damenbekleidung	20,7	5 Bahntickets	18,4

Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

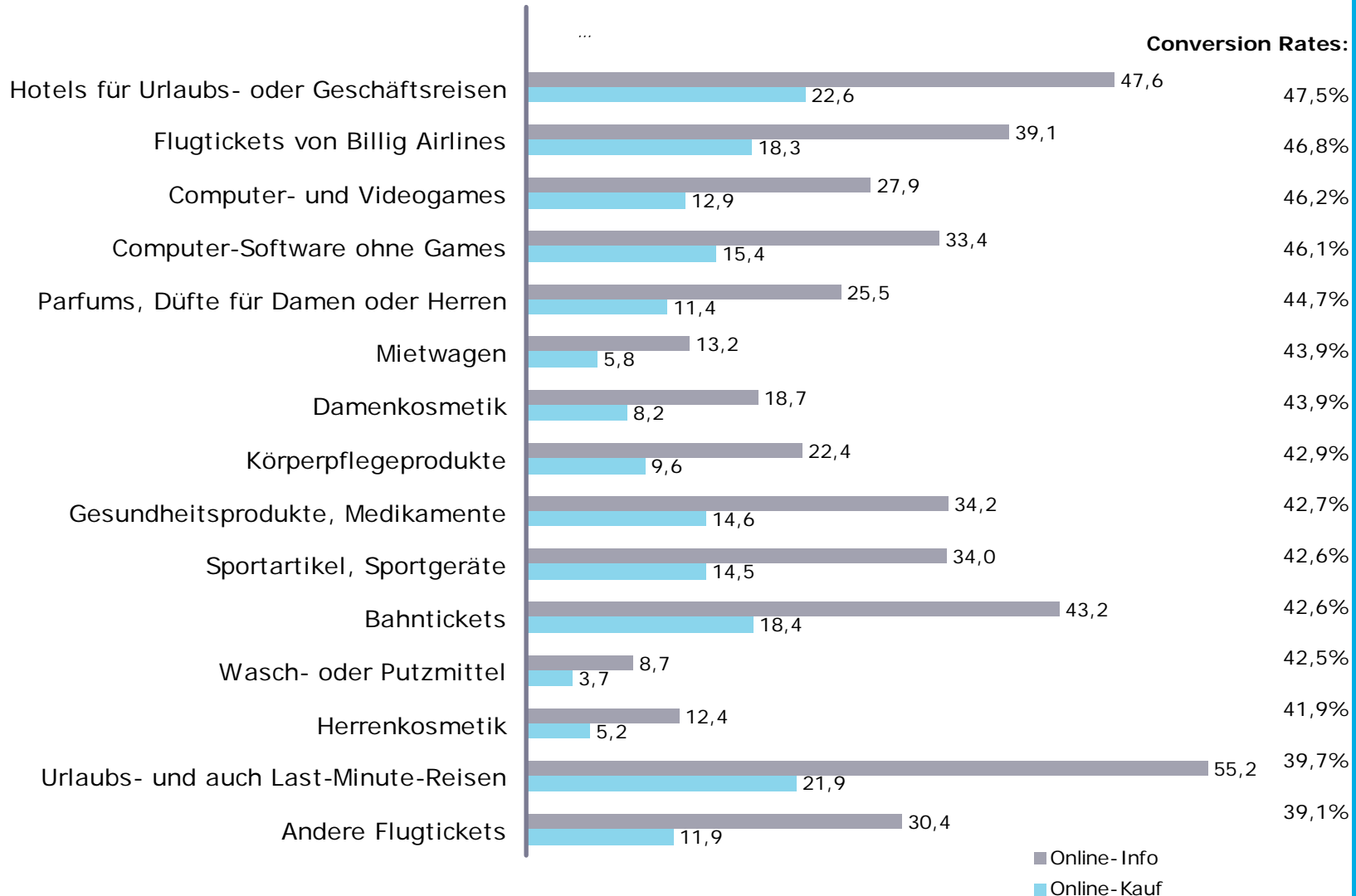
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten

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

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 103.803 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-IV



Basis: 103.803 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-IV



Graphiken zu den Rankings

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
United Internet Media AG	1	46,5	19,40
SevenOne Interactive GmbH	2	45,1	18,83
InteractiveMedia CCSP GmbH	3	43,0	17,95
TOMORROW FOCUS AG	4	38,9	16,26
G+J Electronic Media Sales GmbH	5	34,9	14,56
Platform-A Media	6	34,6	14,44
iq media marketing	7	31,8	13,29
Ströer Interactive GmbH	8	31,0	12,92
Yahoo! Deutschland GmbH	9	30,7	12,84
IP Deutschland GmbH	10	30,2	12,61
AdLINK Media Germany	11	30,0	12,55
Axel Springer AG	12	28,5	11,92
Microsoft Advertising	13	25,4	10,59
ad pepper media	14	24,9	10,40
freeXmedia GmbH	15	22,7	9,47
QUALITY CHANNEL GMBH	16	19,9	8,32
Hi-Media Deutschland AG	17	17,3	7,21
allesklar media	18	16,0	6,67
Unister Media	19	15,1	6,32
MySpace/Fox Interactive Media GmbH	20	11,7	4,91

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober - Dezember 2008
Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV

Durchschnittlicher Monat

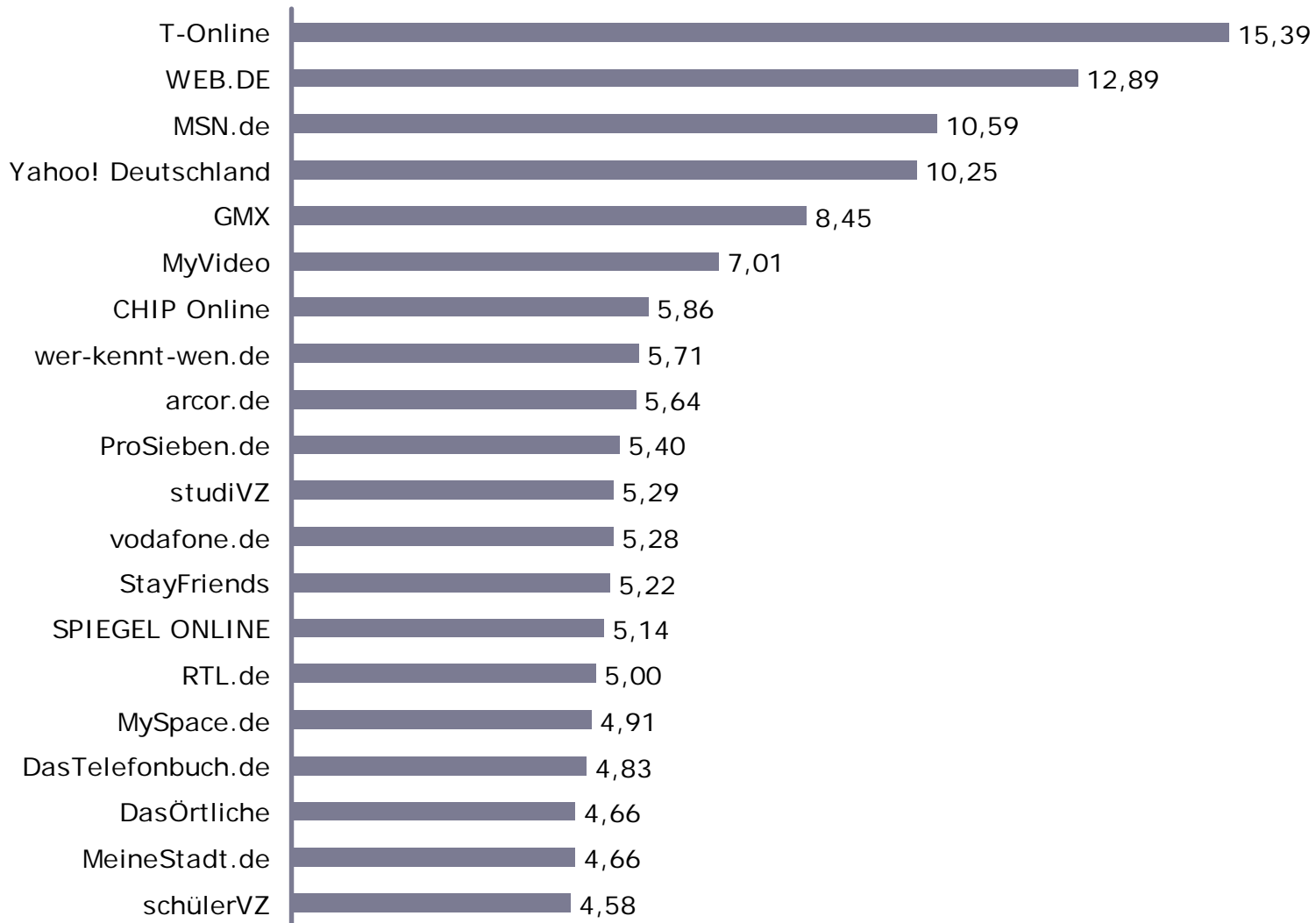
Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
QUARTER MEDIA GmbH	21	10,0	4,19
eBay Advertising Group GmbH	22	8,8	3,66
AdImpulse Media GmbH	23	7,6	3,16
netpoint media GmbH	24	6,7	2,79
konstruktiv GmbH	25	5,8	2,41
HSID Verlagsgesellschaft mbH	26	5,4	2,25
MAIRDUMONT MEDIA	27	5,1	2,13
Fantastic Zero	28	4,7	1,98
BAUER MEDIA KG	29	3,9	1,64
TripleDoubleU GmbH	30	3,6	1,51
PeterPays AG	31	3,2	1,36
Urban Media GmbH	32	3,1	1,31
IDG Communications Media AG	33	3,0	1,25
WerbeWeischer GmbH & Co. KG	33	3,0	1,25
DZH Online Media Sales Group GmbH	35	2,7	1,12
wallstreet:online AG	36	2,6	1,11
VIACOM Brand Solutions	37	2,5	1,06
Business Advertising GmbH	38	2,2	0,94
OnVista Media GmbH	39	1,8	0,75
Codex Media GmbH	40	1,8	0,73

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober - Dezember 2008
Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
magnus.de	41	1,7	0,72
TripAdvisor Ltd.	42	1,6	0,66
Greater Union Filmpalast GmbH	42	1,6	0,66
LYCOS Network Europe	44	1,5	0,62
ADselect GmbH	45	1,4	0,58
CommonMedia	46	1,4	0,57
teltarif.de Onlineverlag GmbH	47	1,3	0,54
TG Publishing AG	47	1,3	0,54
QWERTZ-Media GmbH	49	1,1	0,46
WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH	50	1,1	0,45
Warner Music Group GmbH - adflames Media	51	1,0	0,42
urbi AD orbi GmbH	52	1,0	0,41
NetMediaEurope Deutschland GmbH	53	0,9	0,38
netbrands Media	53	0,9	0,38
IMG GmbH	55	0,8	0,34
Glam Media GmbH	56	0,7	0,29
mediaflite GmbH	57	0,6	0,25
boerse.de Finanzportal GmbH	58	0,6	0,24
Optikur GmbH	58	0,6	0,24
antonow advertising GmbH	60	0,5	0,23
MEDIENHAUS.de GmbH	61	0,3	0,12
Medienwirtschaft Verlags GmbH	62	0,2	0,10
Europa-Fachpresse-Verlag GmbH	62	0,2	0,10
Euro Klassik GmbH	64	0,2	0,08

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober - Dezember 2008
Basis: 103.803 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-IV





Graphiken zur Methode

**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**