



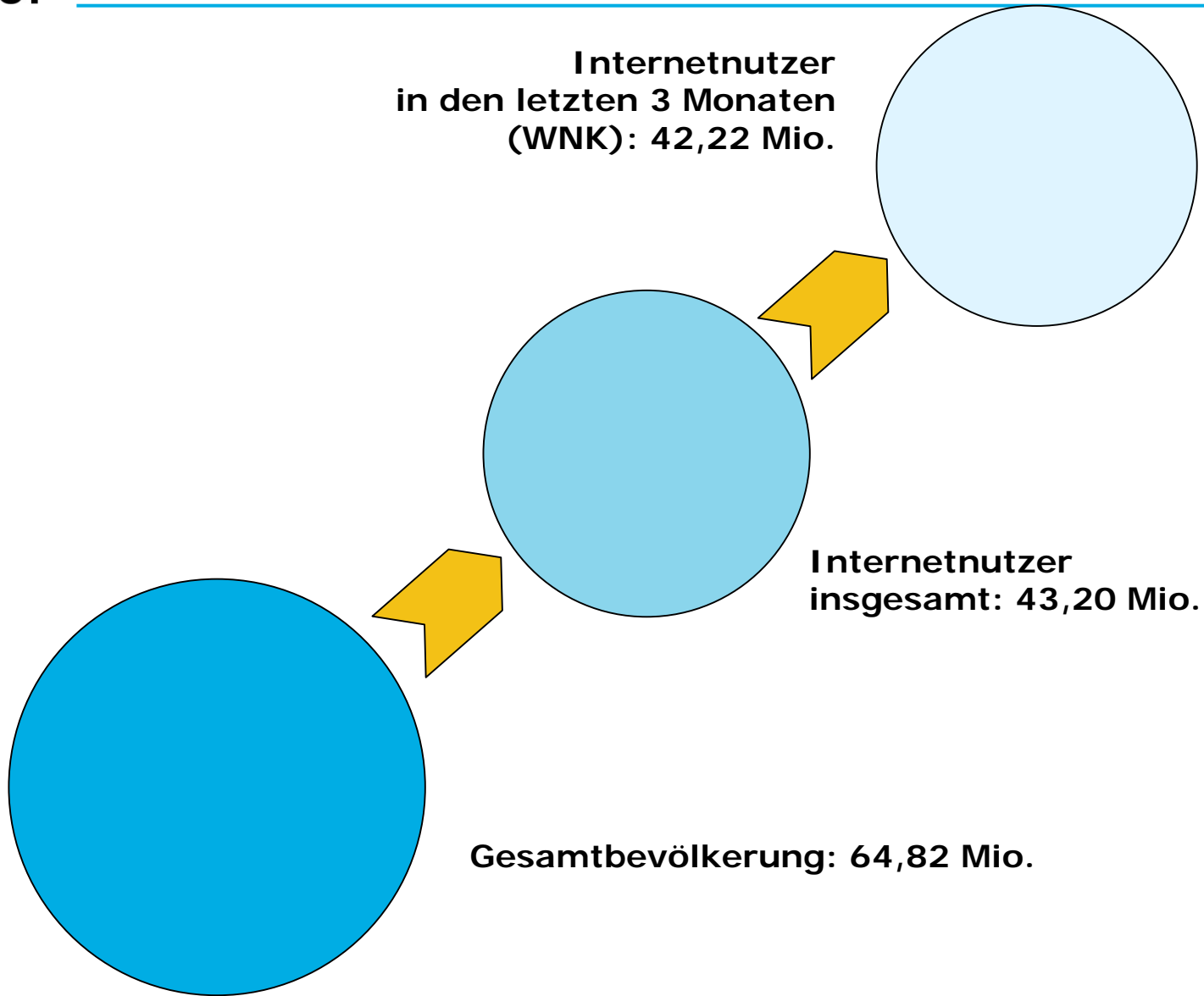
internet facts 2009-I

Graphiken zu dem Berichtsband

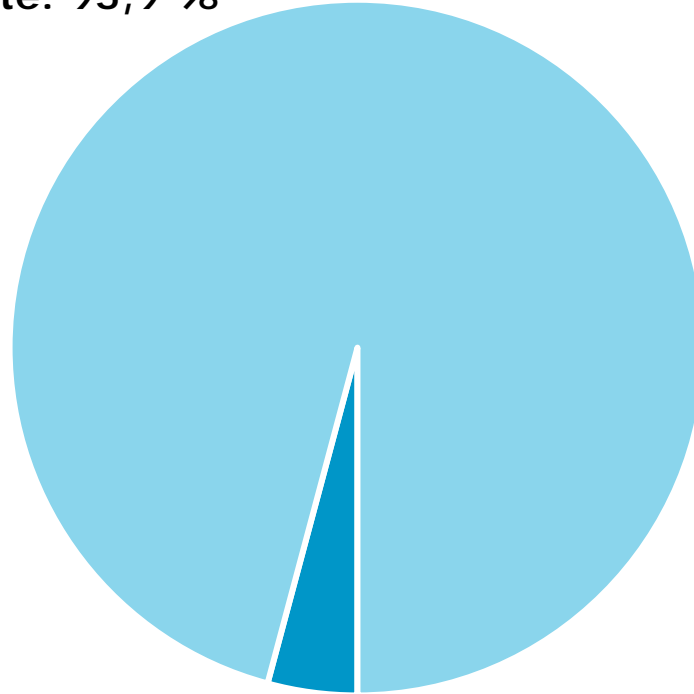
AGOF e.V. Juni 2009



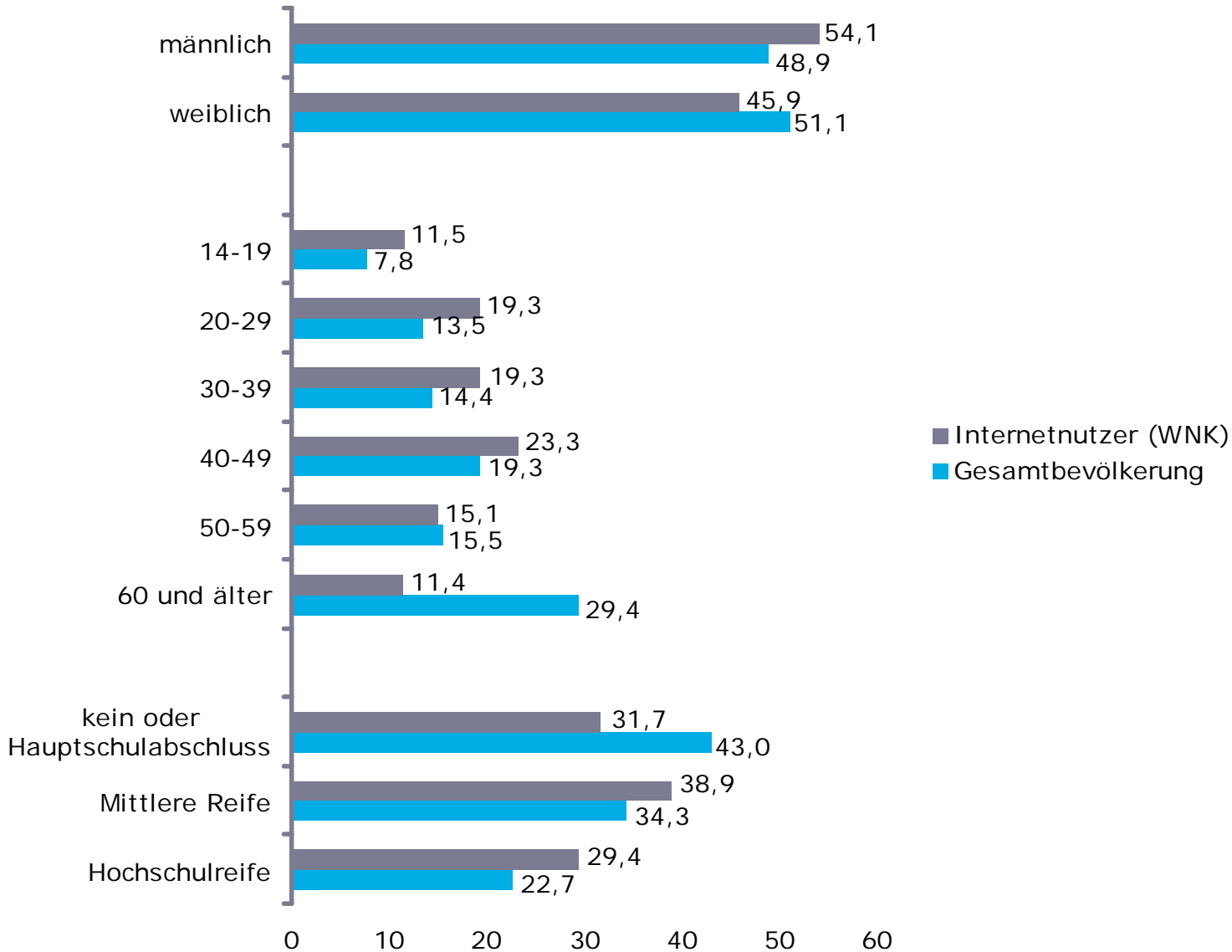
Graphiken zur Internetnutzung

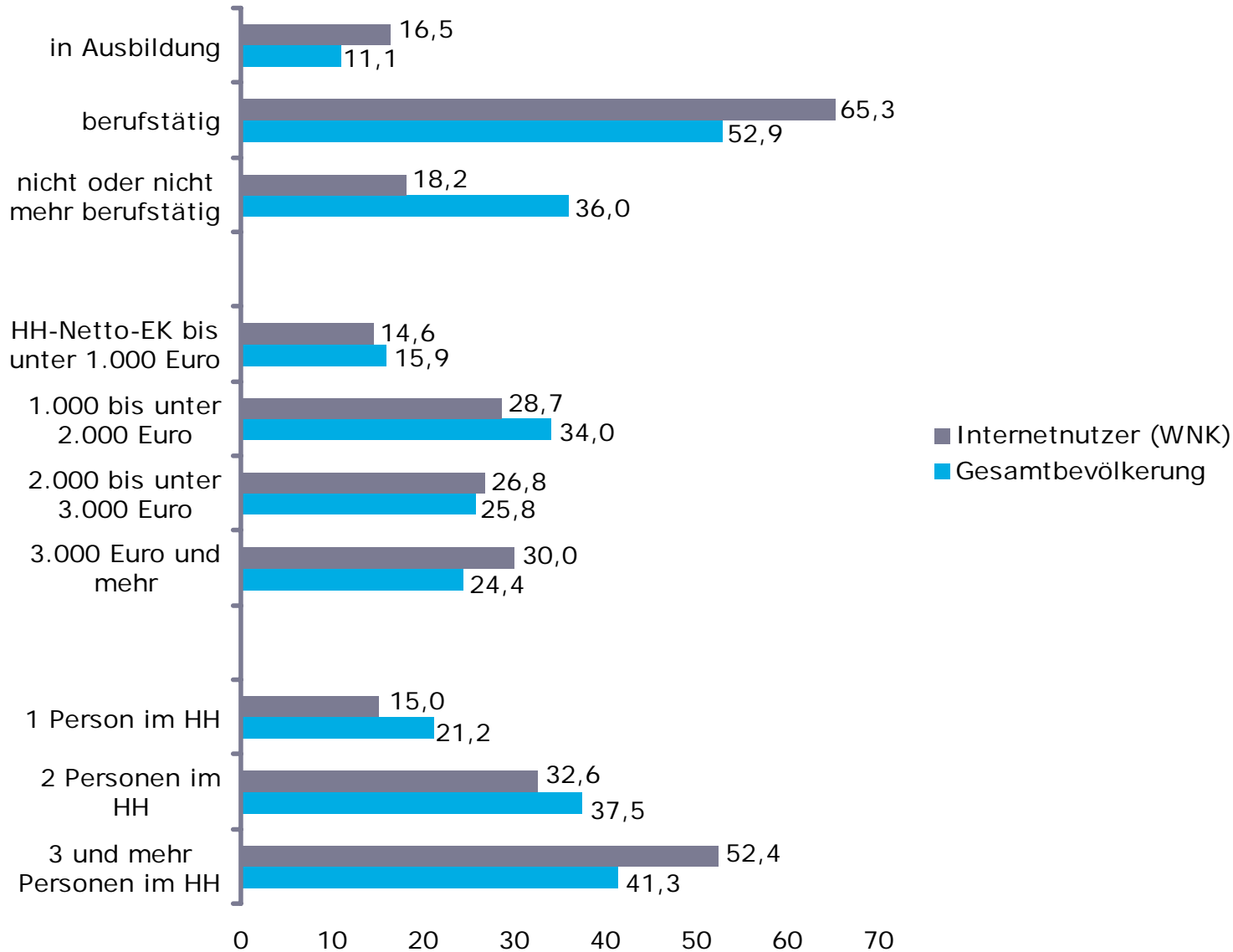


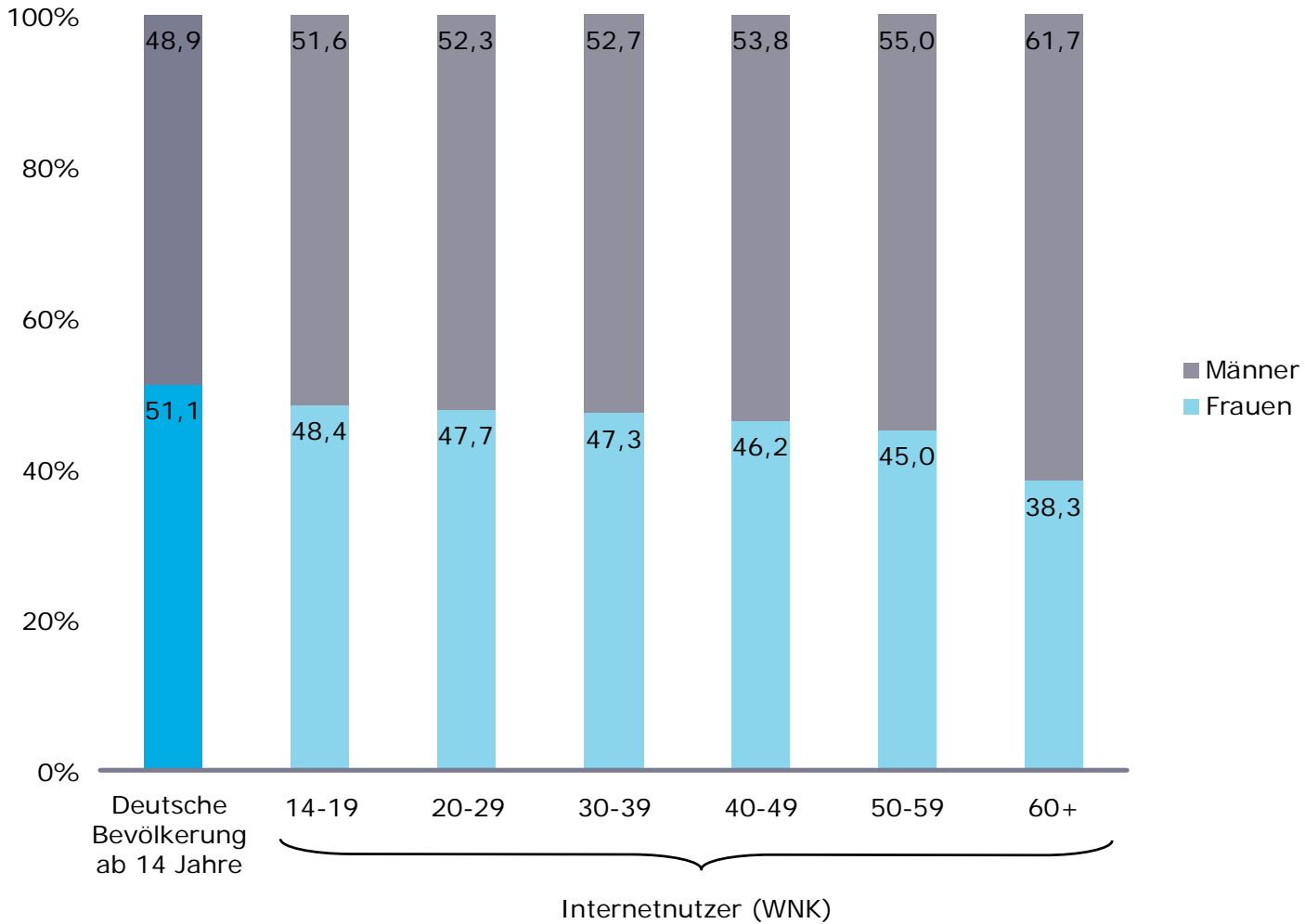
Nutzung
AGOF Angebote: 95,9 %

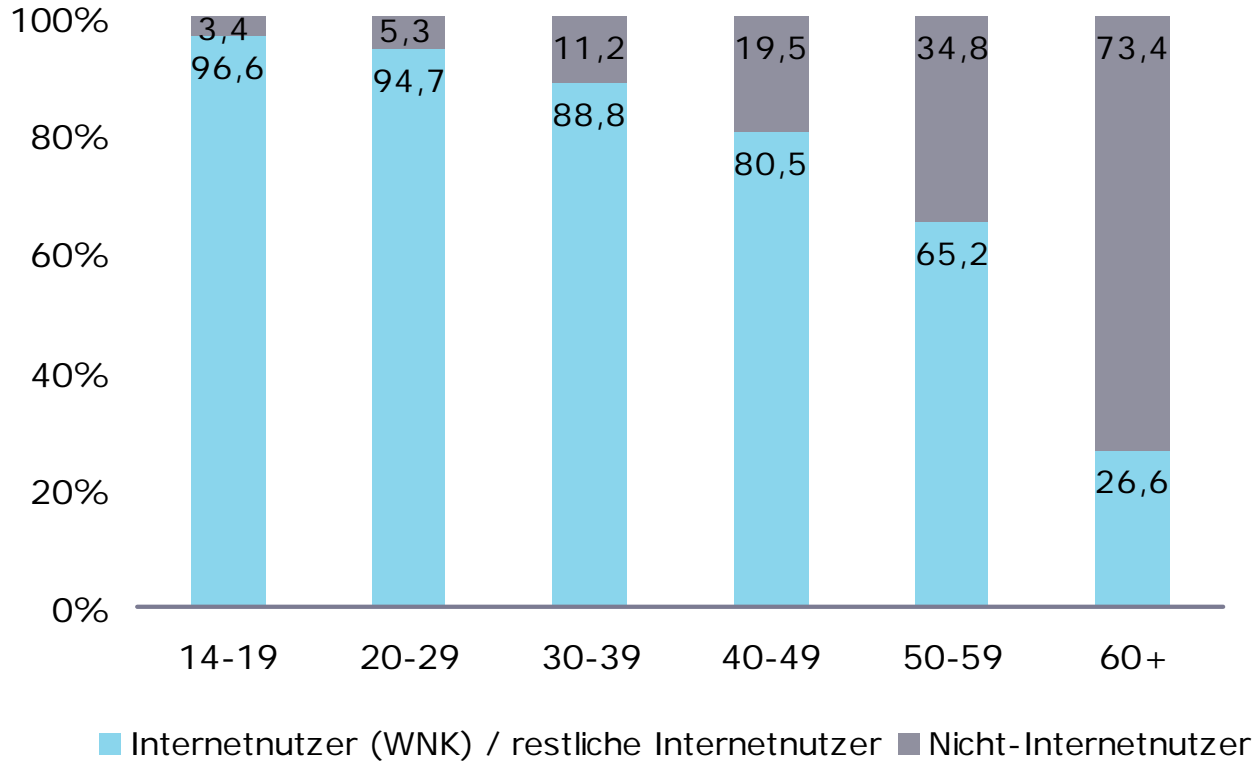


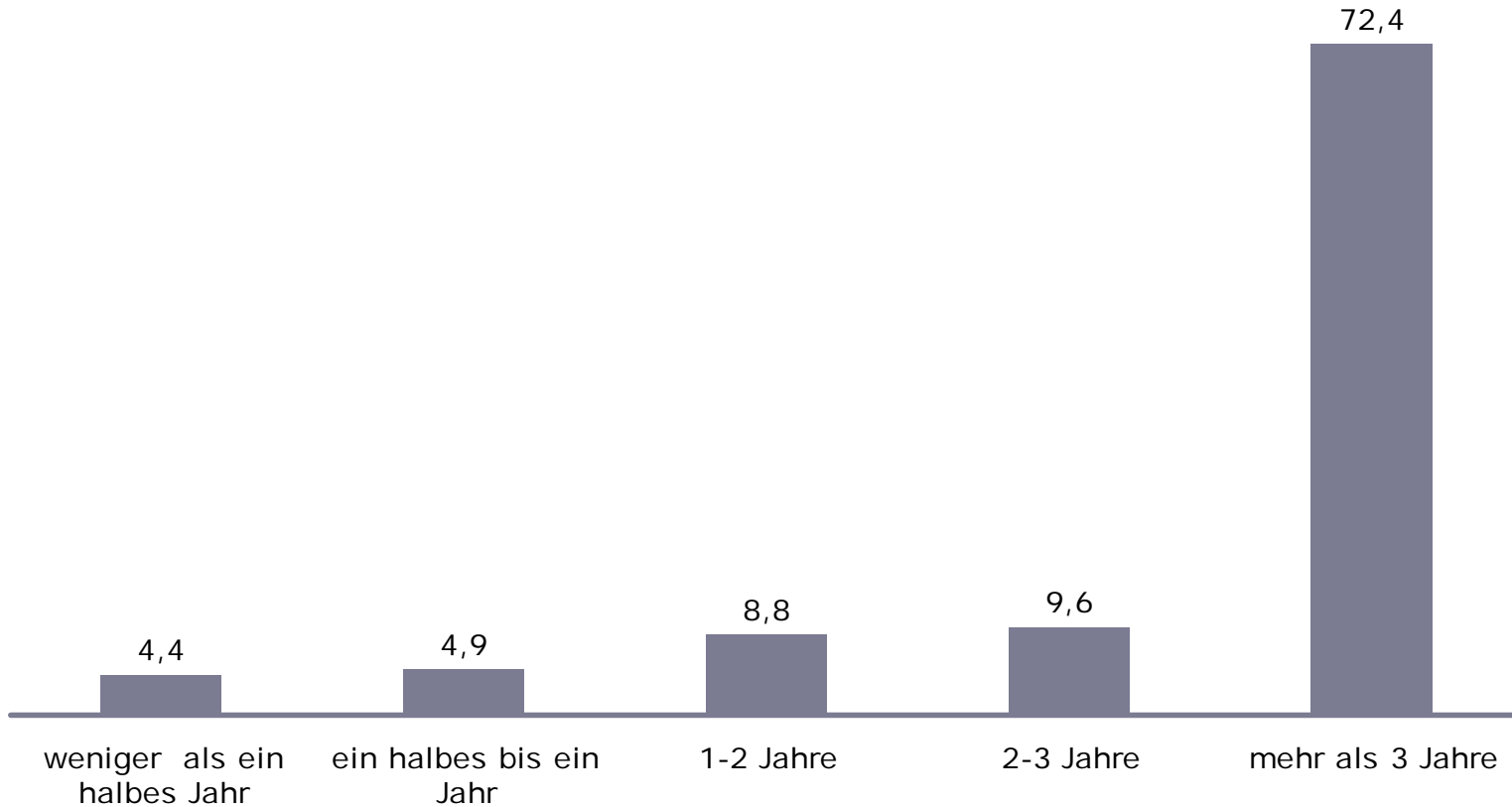
Keine Nutzung AGOF
Angebote: 4,1 %



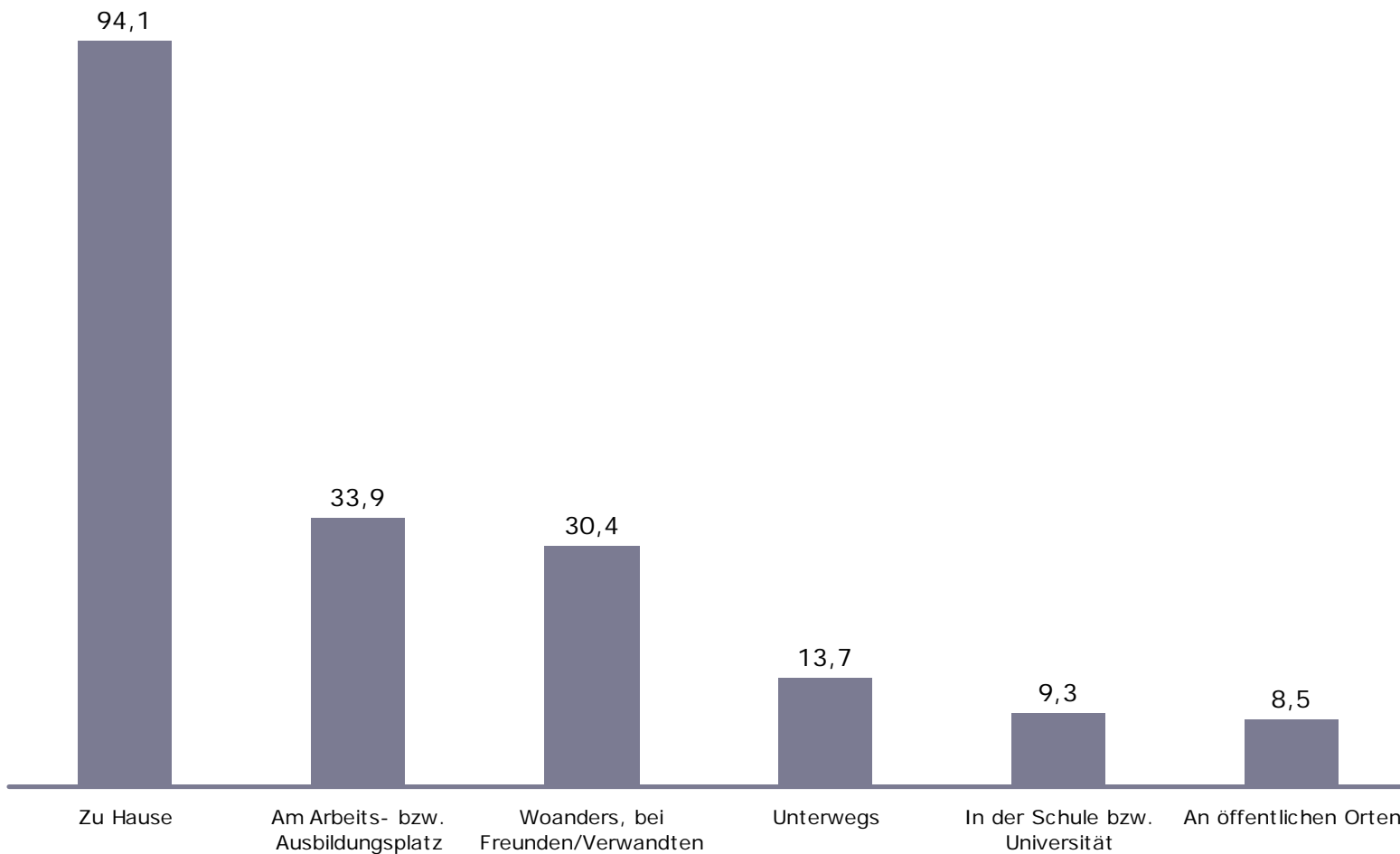




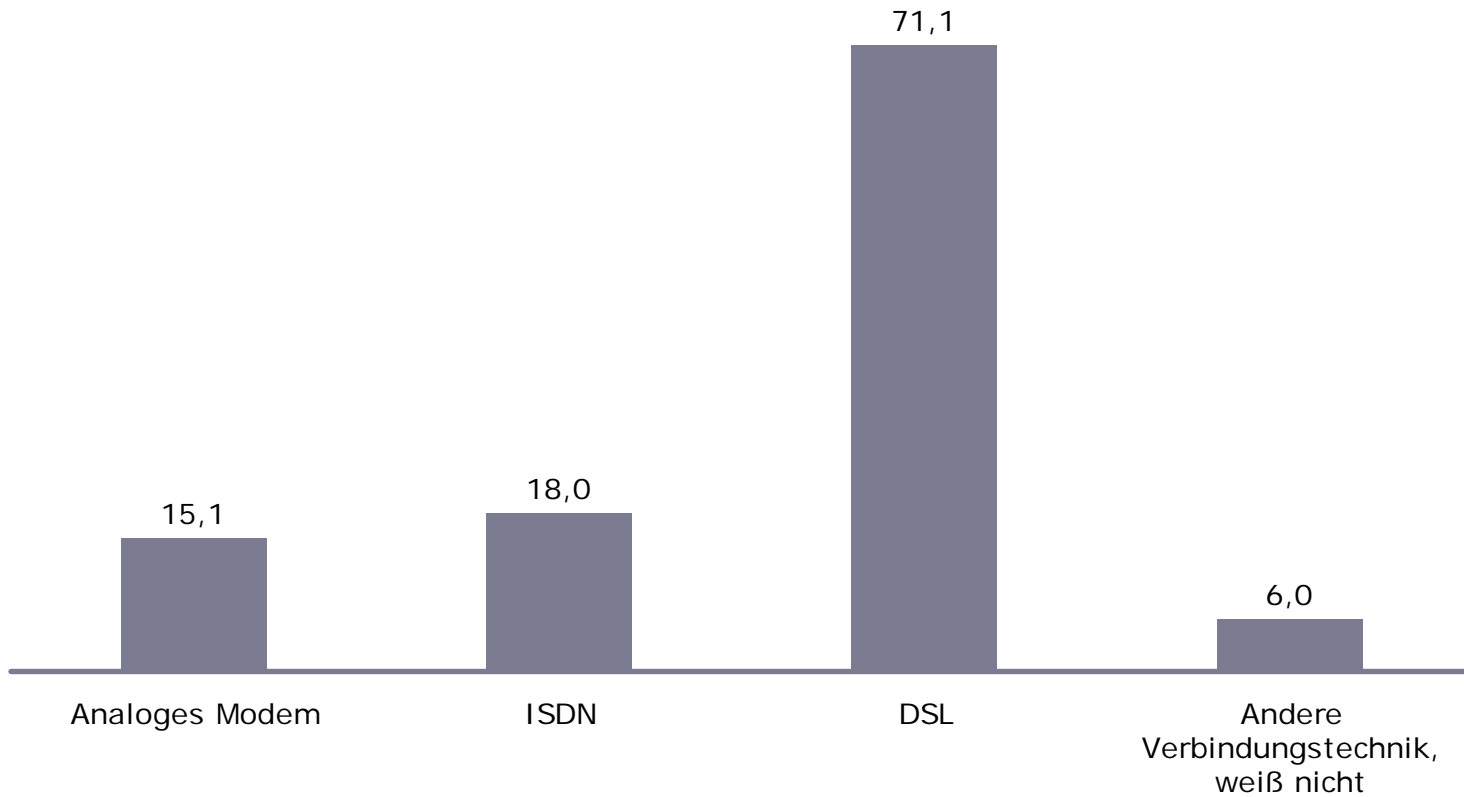




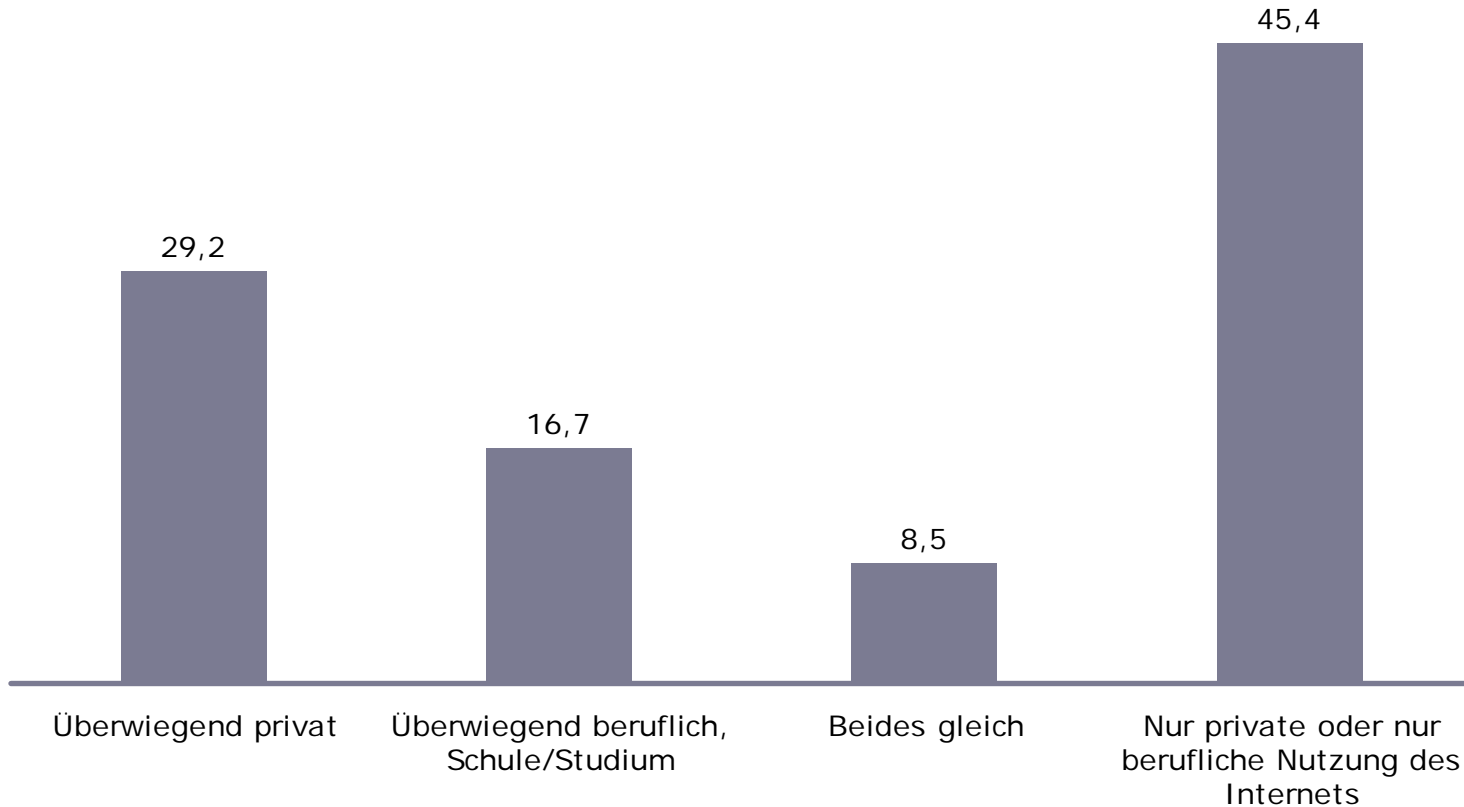
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I



Basis: 103.249 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 2009-I



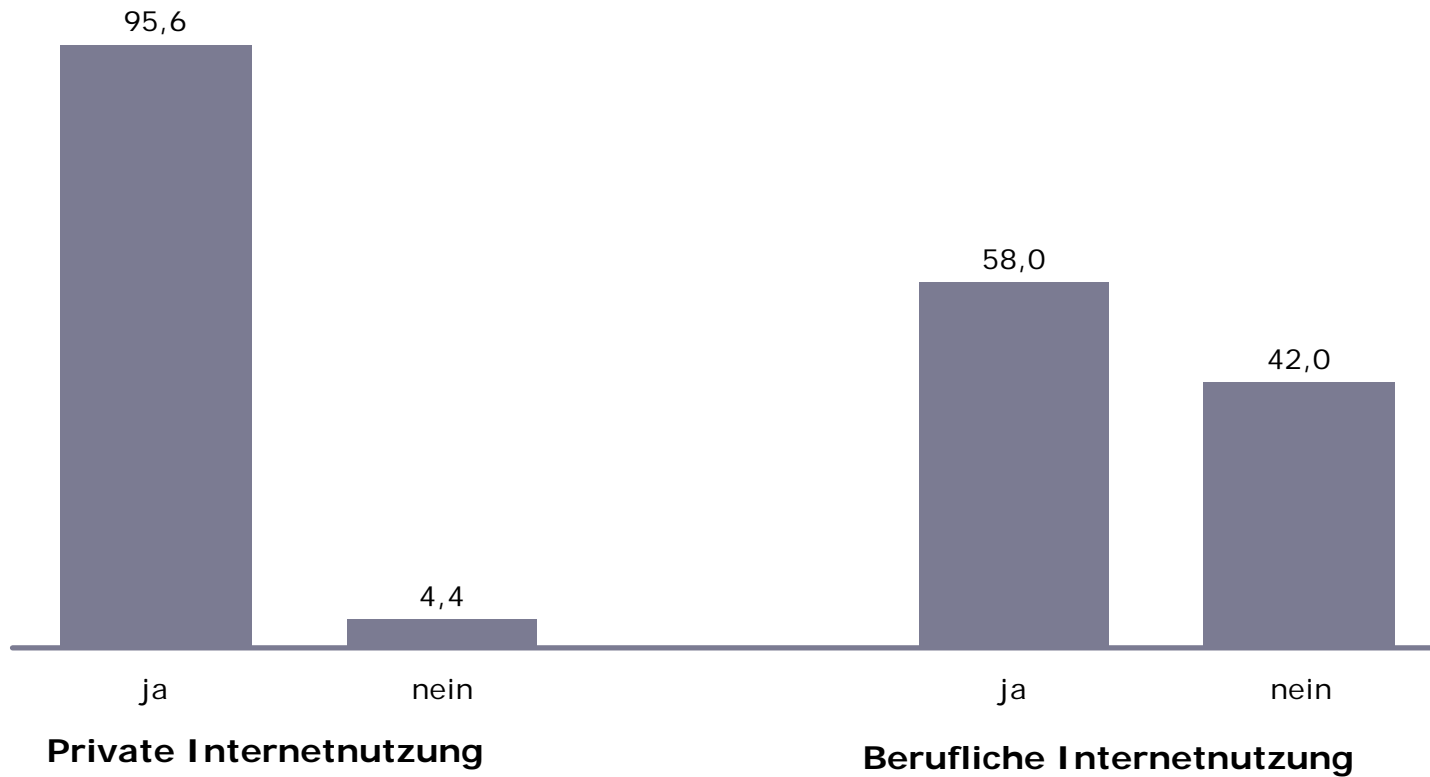
Basis: 97.478 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate, zu Hause)
 „Welche Verbindungstechnik nutzen Sie für Ihren Internetzugang zu Hause?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I



Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“

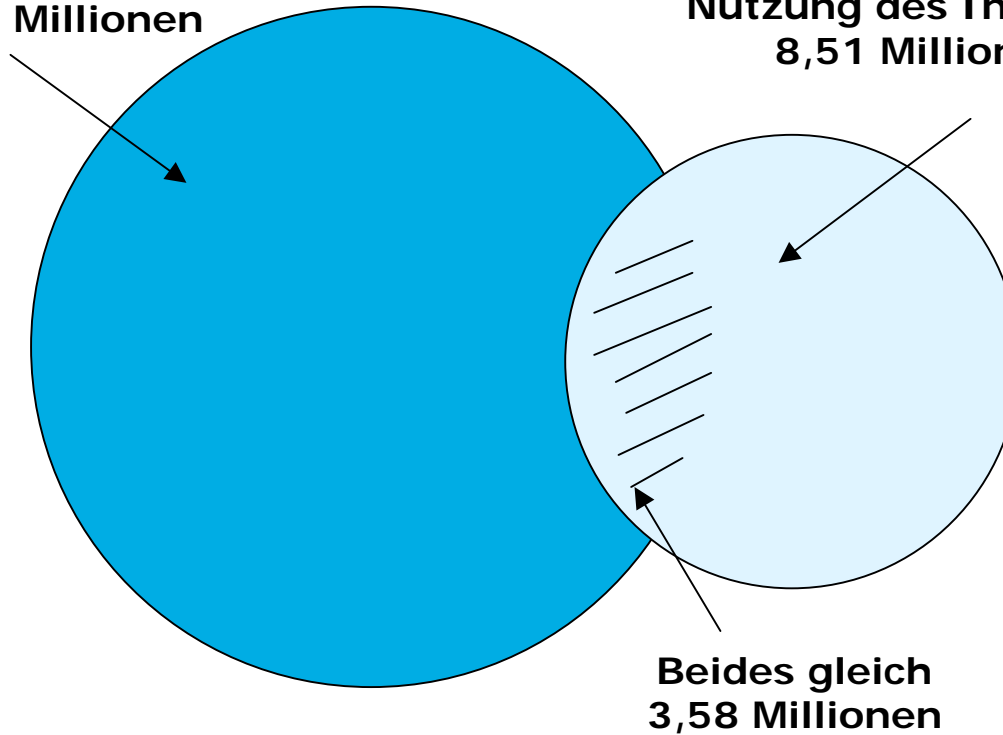
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

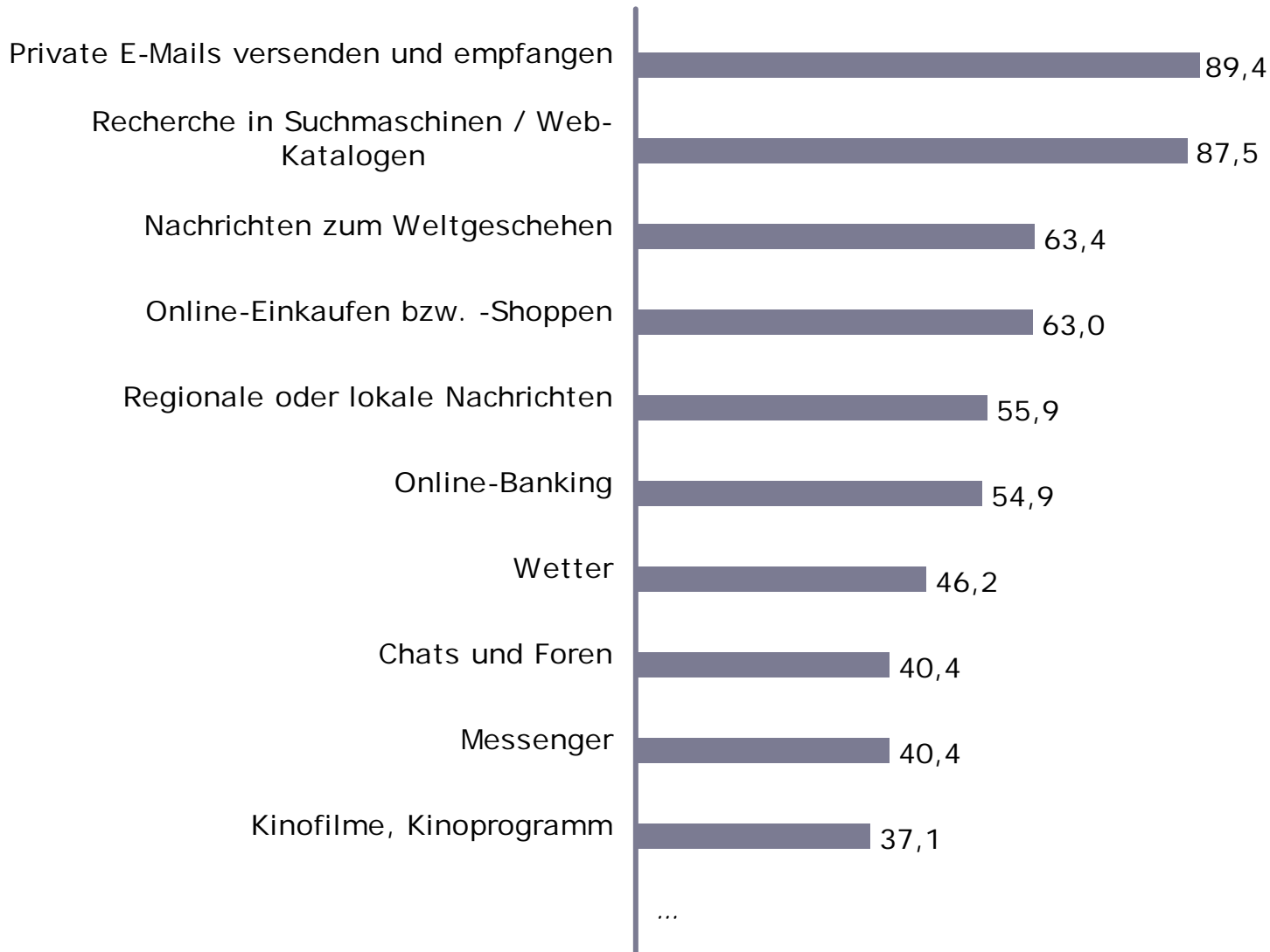


Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

**Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
29,67 Millionen**

**Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
8,51 Millionen**

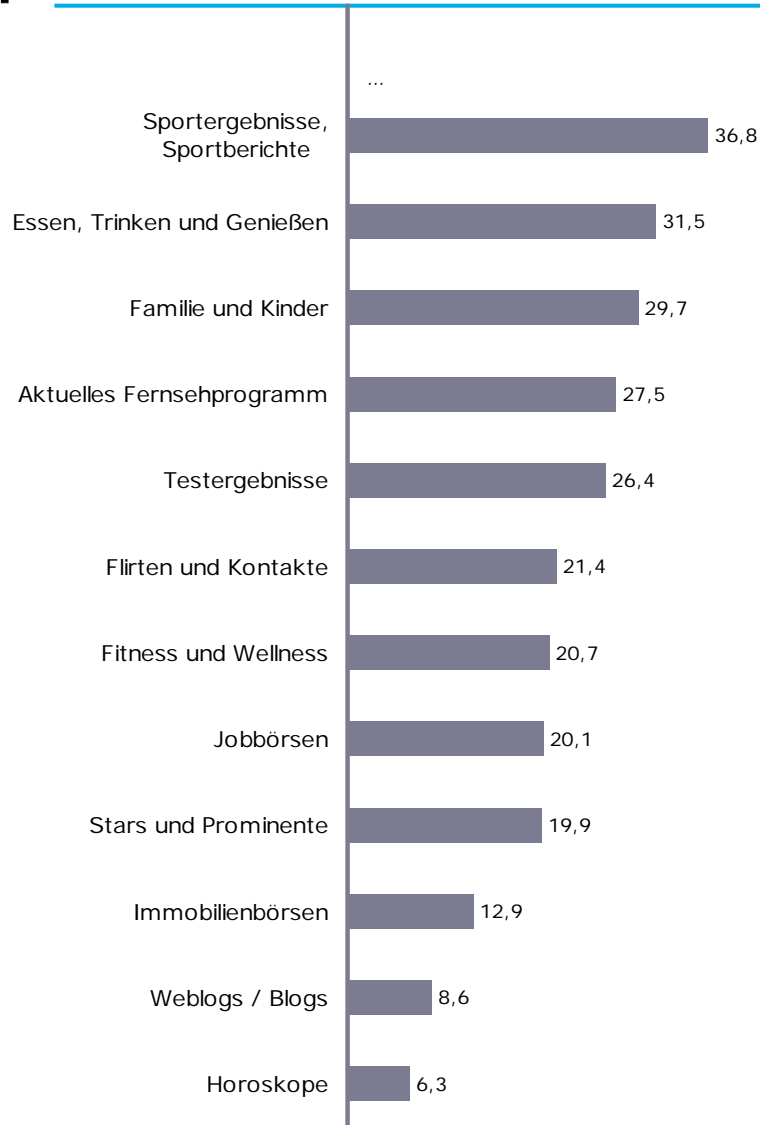




Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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

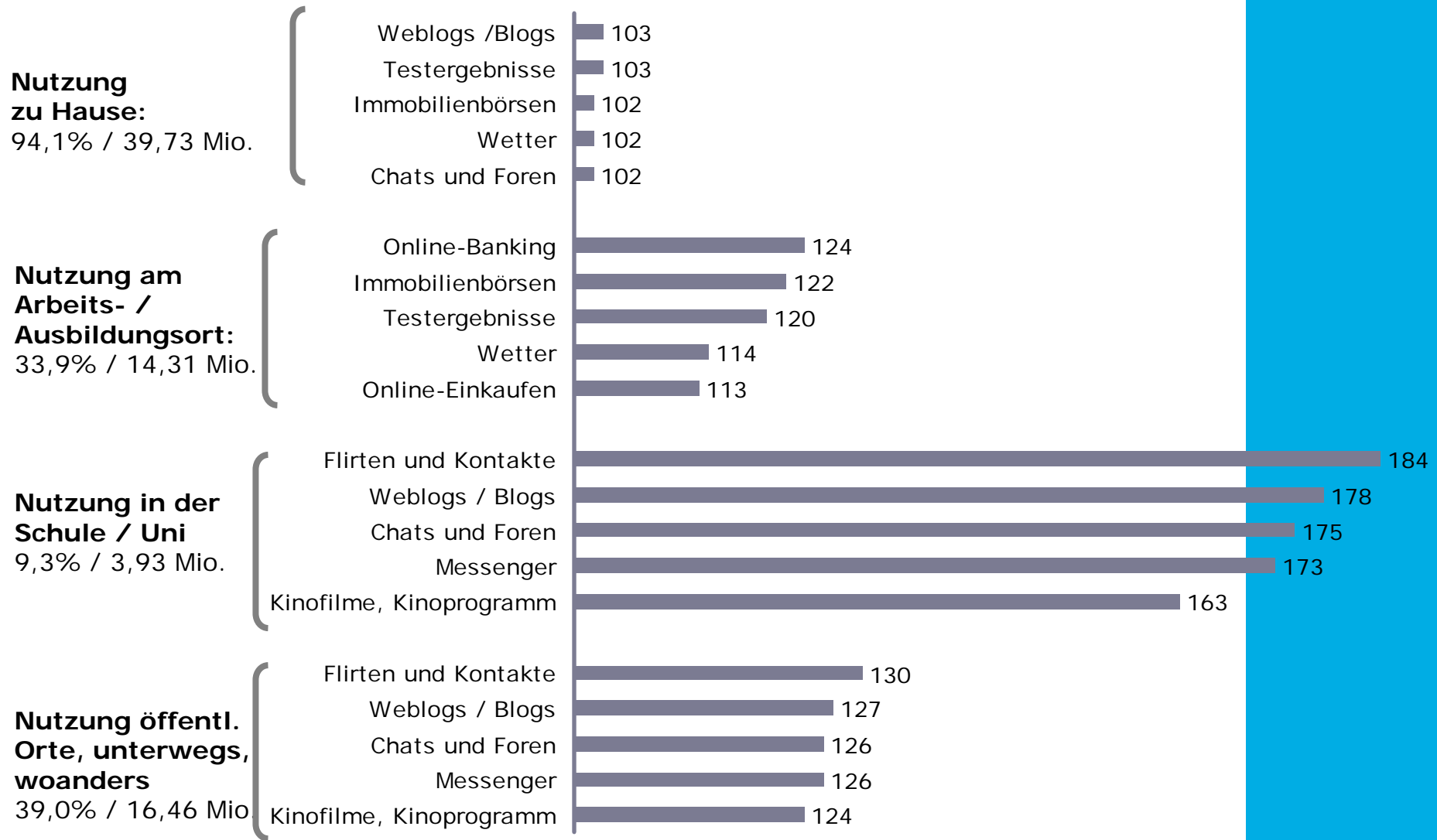
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I



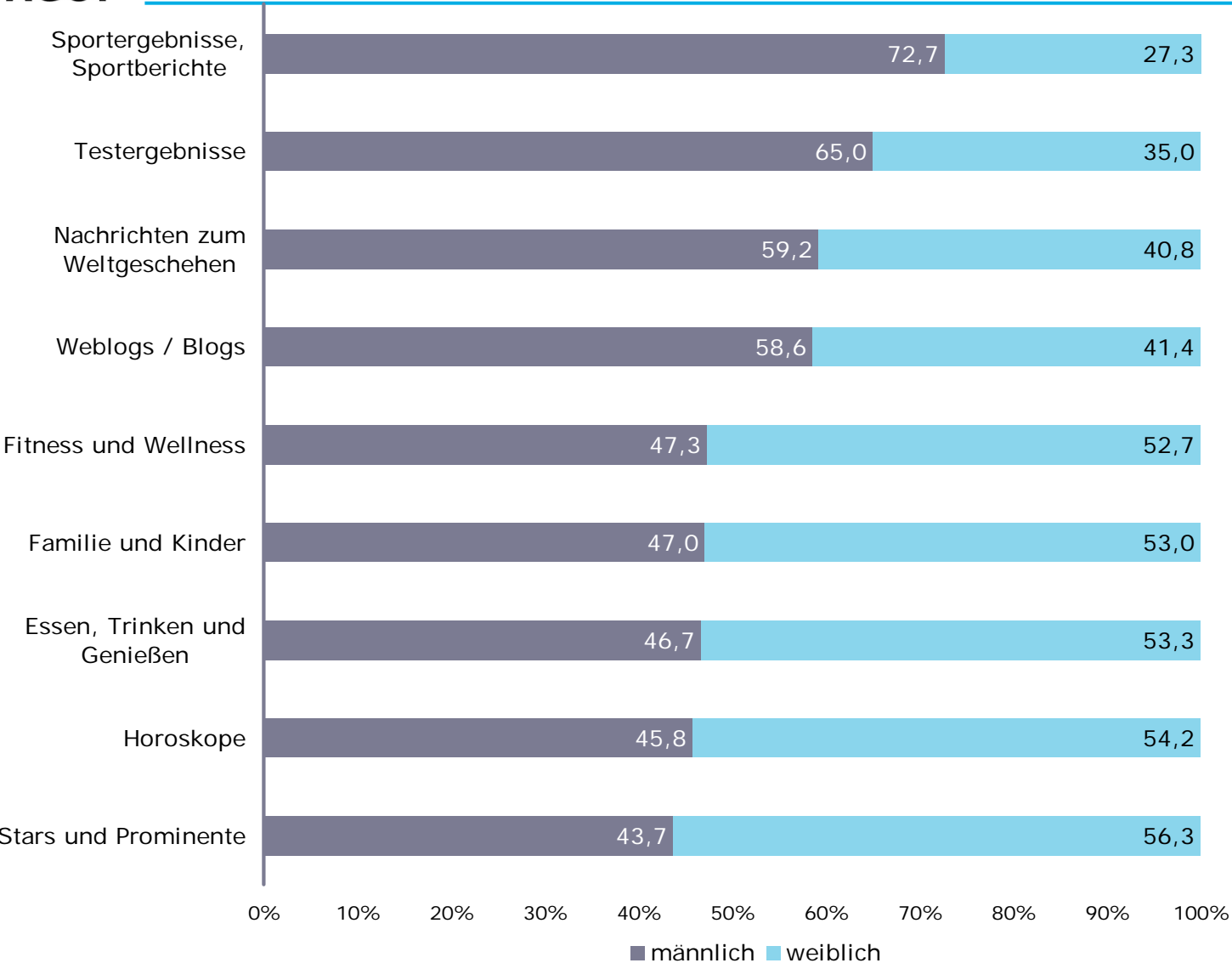
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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 2009-I

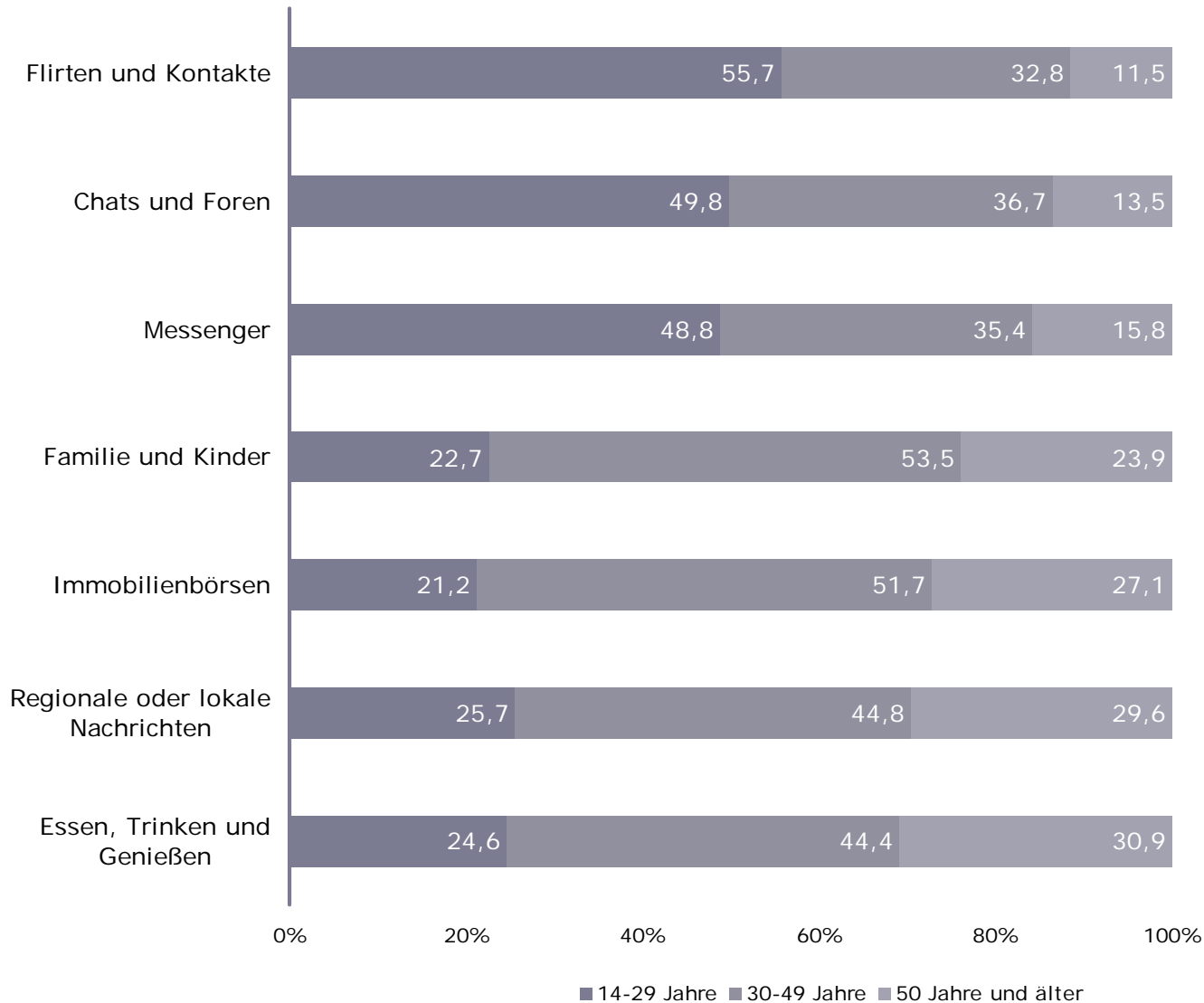


Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“/
 Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben als Indexwerte /
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I



Basis: 103.249 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 2009-I

Altersverteilung in den Themenbereichen

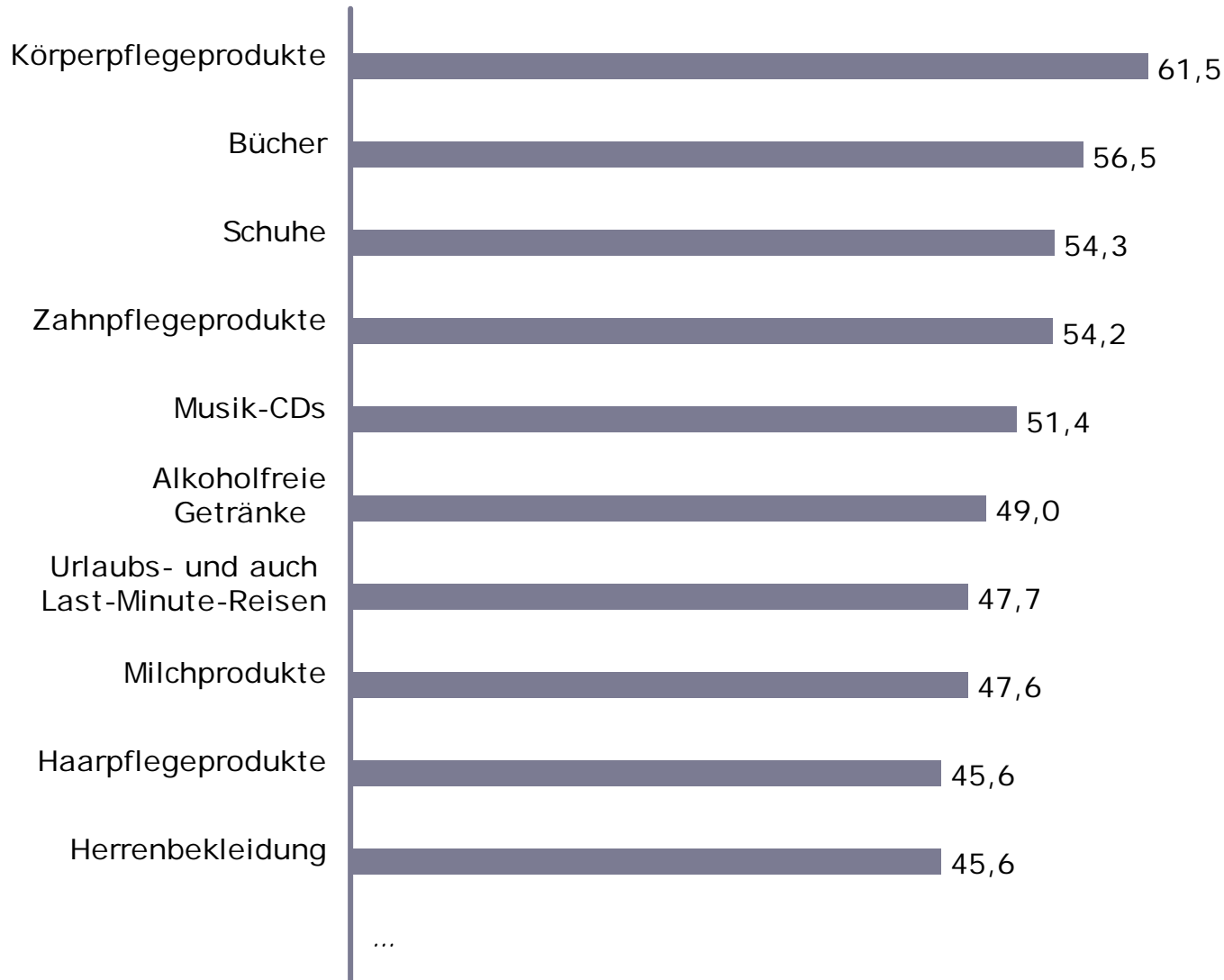


Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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 2009-I

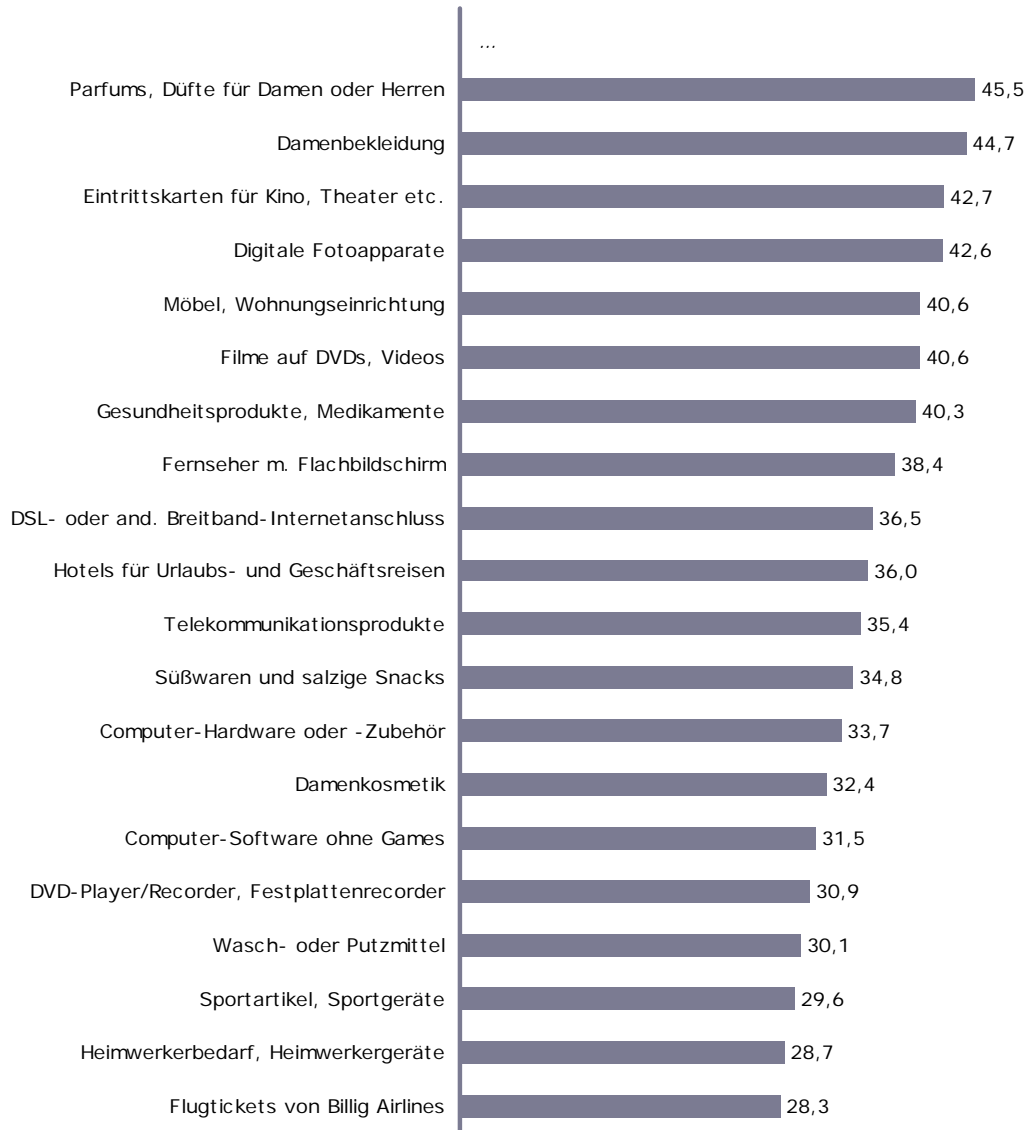
Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



Basis: 103.249 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 2009-I



Basis: 103.249 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

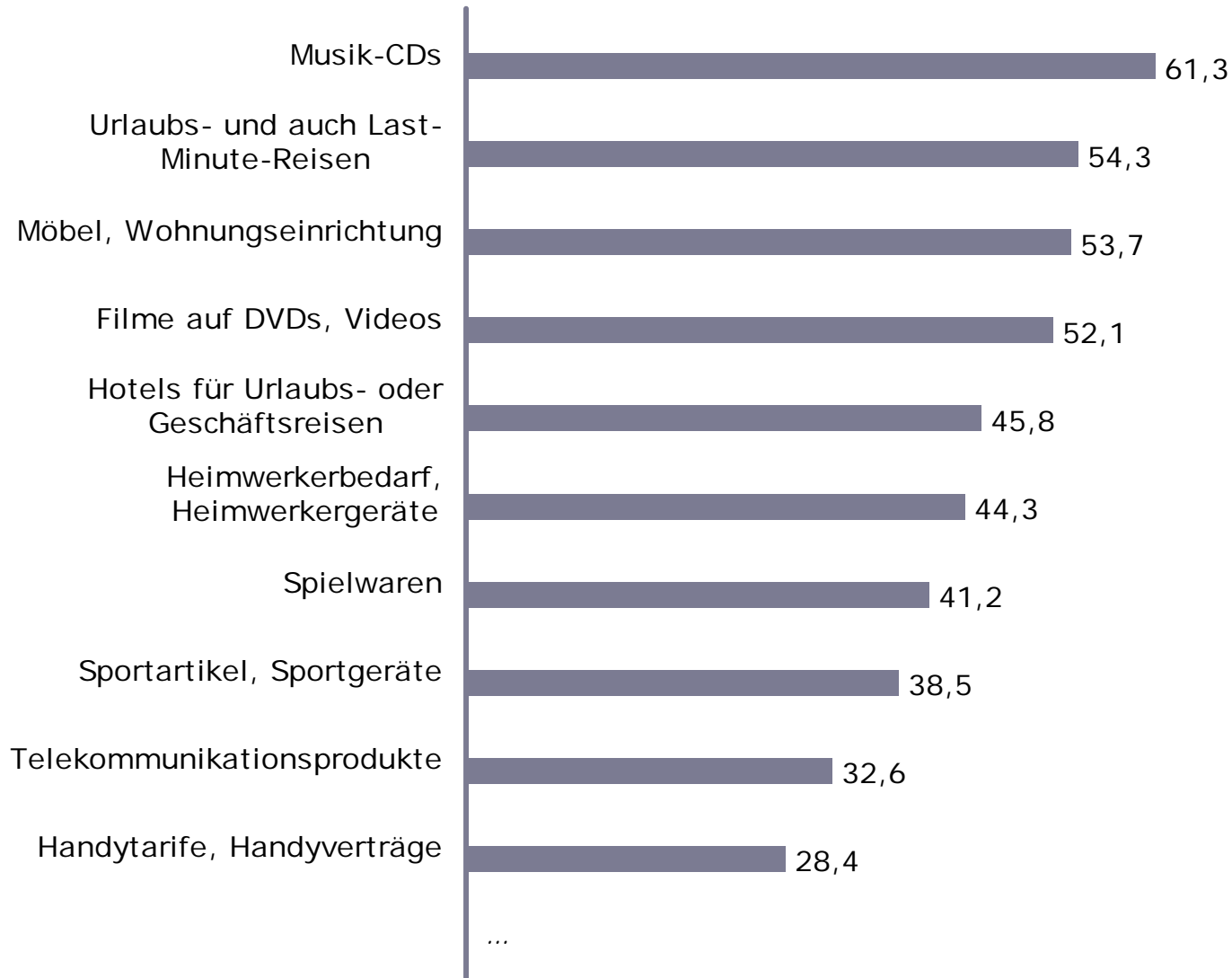
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Top Produkte der Internetnutzer			Top Produkte Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Körperpflegeprodukte	61,5	93	1 Körperpflegeprodukte	76,5	115
2 Bücher	56,5	103	2 Zahnpflegeprodukte	75,5	123
3 Schuhe	54,3	94	3 Milchprodukte	71,6	129
4 Zahnpflegeprodukte	54,2	89	4 Alkoholfreie Getränke	70,1	125
5 Musik-CDs	51,4	105	5 Schuhe	63,8	111
6 Alkoholfreie Getränke	49,0	88	6 Wasch- oder Putzmittel	61,8	152
7 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	47,7	105	7 Haarpflegeprodukte	60,9	120
8 Milchprodukte	47,6	86	8 Damenbekleidung	57,8	118
9 Haarpflegeprodukte	45,6	90	9 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	56,4	123
10 Herrenbekleidung	45,6	100	10 Bücher	52,4	95
11 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	45,5	100	11 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	46,4	157
12 Damenbekleidung	44,7	91	12 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	45,9	101
13 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	42,7	114	13 Herrenbekleidung	45,2	99
14 Digitale Fotoapparate	42,6	118	14 Musik-CDs	44,2	90
15 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	40,6	103	15 Andere Versicherungen	42,8	137
16 Filme auf DVDs, Videos	40,6	120	16 Krankenversicherungen	42,4	159
17 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	40,3	88	17 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	41,0	90
18 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	38,4	101	18 Damenkosmetik	39,5	114
19 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	36,5	140	19 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	37,6	95
20 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	36,0	109	20 Süßwaren und salzige Snacks	37,5	105

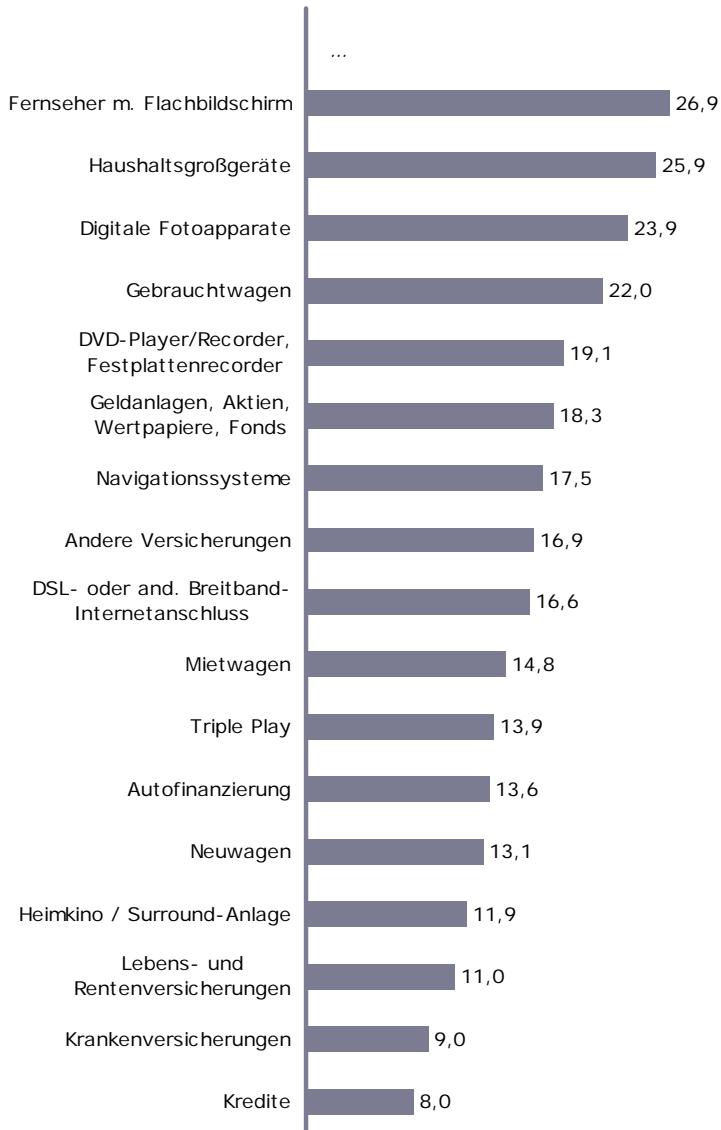
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.932 ungewichtete Fälle (Nicht Internet-Nutzer ab 14 Jahren / „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 1 bis 20 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Kaufplanung für Produkte (Top 10)



Basis: 103.249 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 2009-I



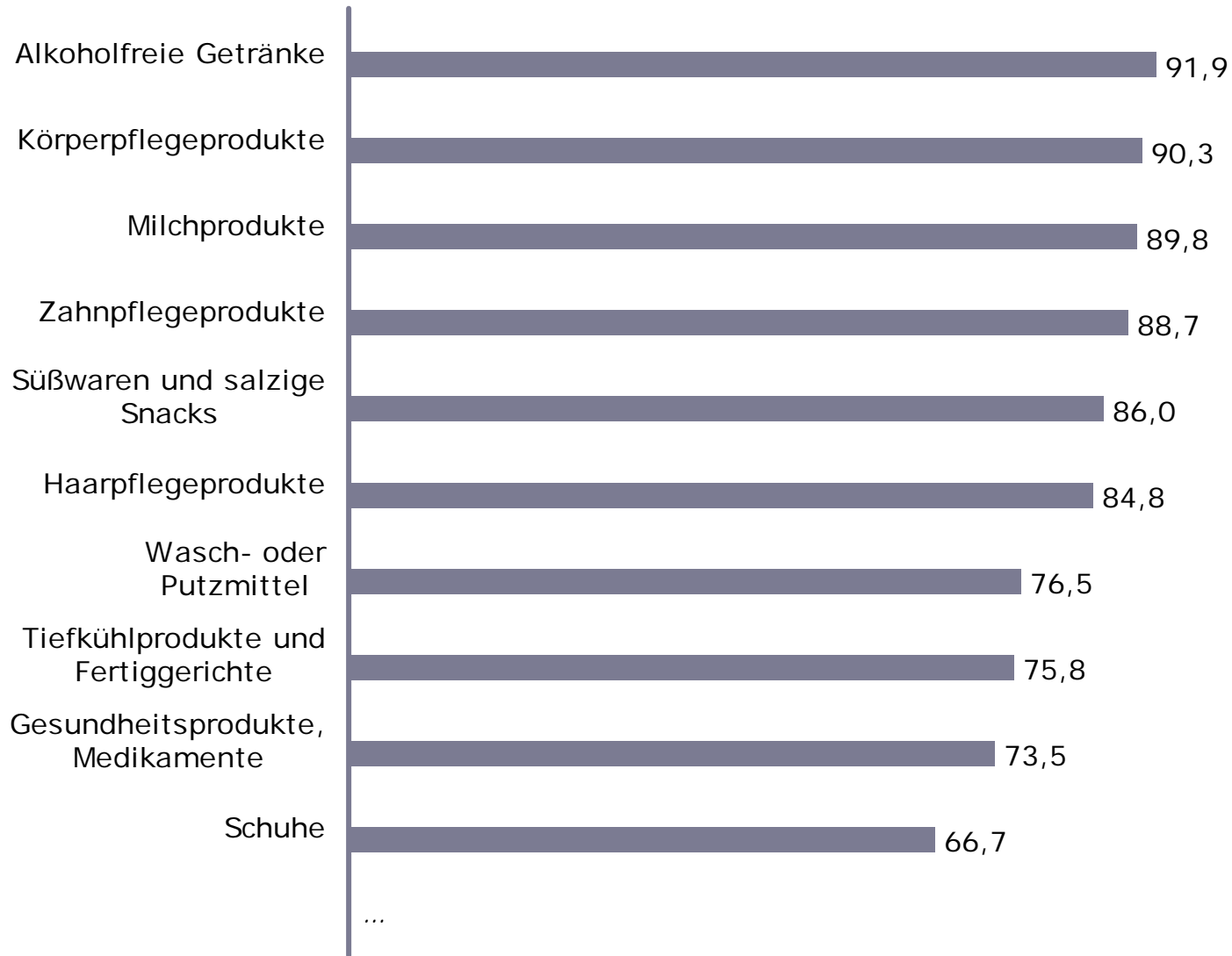
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 27 von insgesamt 27 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Top-Produkte Kaufplanung der Internetnutzer			Top Produkte Kaufplanung der Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Musik-CDs	61,3	115	1 Musik-CDs	37,7	71
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	54,3	114	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	35,0	73
3 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	53,7	123	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	26,1	67
4 Filme auf DVDs, Videos	52,1	129	4 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	24,7	56
5 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	45,8	117	5 Spielwaren	23,8	68
6 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	44,3	120	6 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	23,1	62
7 Spielwaren	41,2	117	7 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	20,5	83
8 Sportartikel, Sportgeräte	38,5	131	8 Filme auf DVDs, Videos	18,0	44
9 Telekommunikationsprodukte	32,6	130	9 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	17,7	77
10 Handytarife, Handyverträge	28,4	132	10 Sportartikel, Sportgeräte	11,9	41
11 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	26,9	109	11 Digitale Fotoapparate	11,3	58
12 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	25,9	112	12 Telekommunikationsprodukte	11,0	44
13 Digitale Fotoapparate	23,9	122	13 Navigationssysteme	10,1	67
14 Gebrauchtwagen	22,0	127	14 Neuwagen	8,7	75
15 DVD-Player/-Recorder, Festplattenrecorder	19,1	125	15 Handytarife, Handyverträge	8,3	39
16 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	18,3	124	16 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	8,3	56
17 Navigationssysteme	17,5	117	17 Gebrauchtwagen	8,2	47
18 Andere Versicherungen	16,9	132	18 DVD-Player/-Recorder, Festplattenrecorder	7,6	50
19 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	16,6	124	19 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	6,8	51
20 Mietwagen	14,8	139	20 Triple Play (Fernsehen, Telefon, Internet)	6,3	56

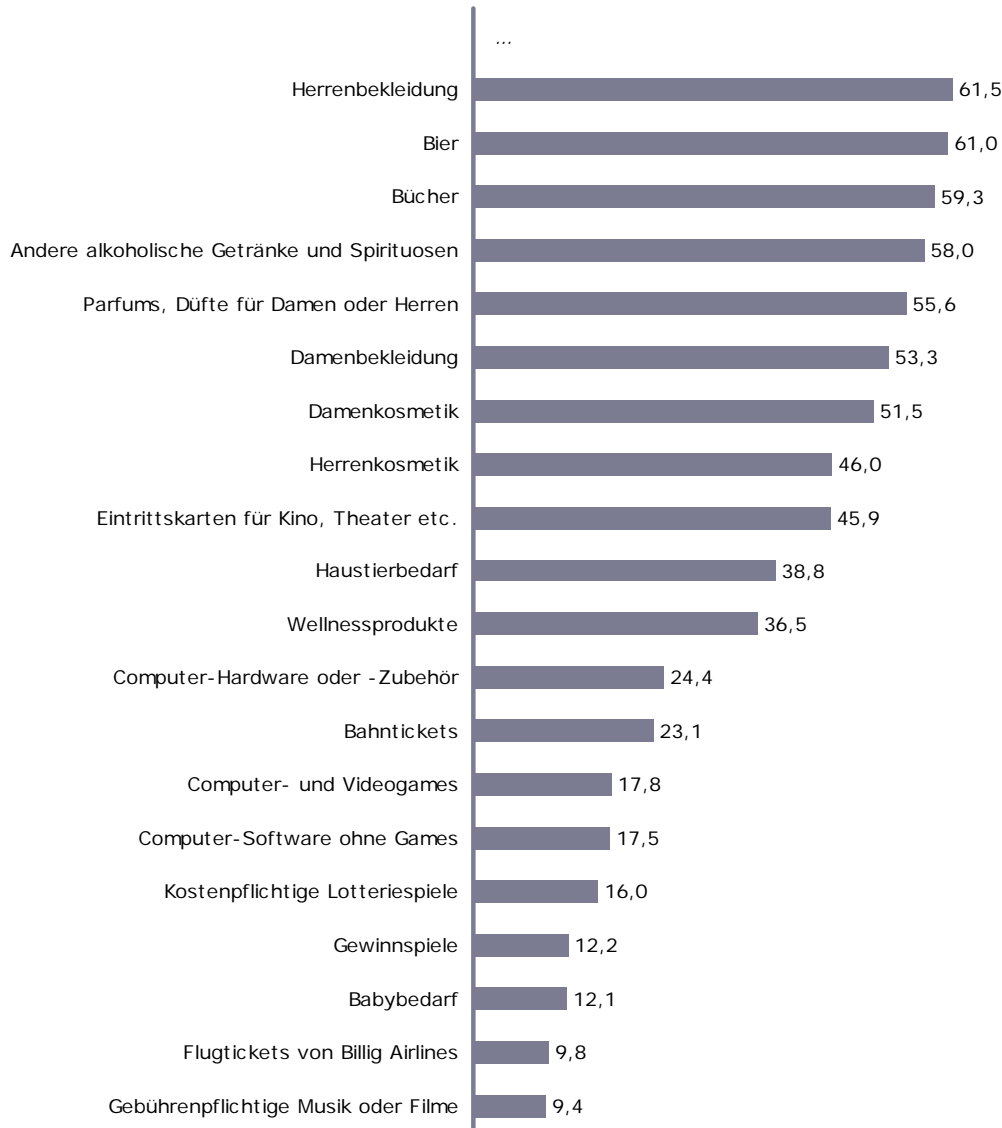
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.932 ungewichtete Fälle (Nicht Internet-Nutzer ab 14 Jahren / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 1 bis 20 von insgesamt 27 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)

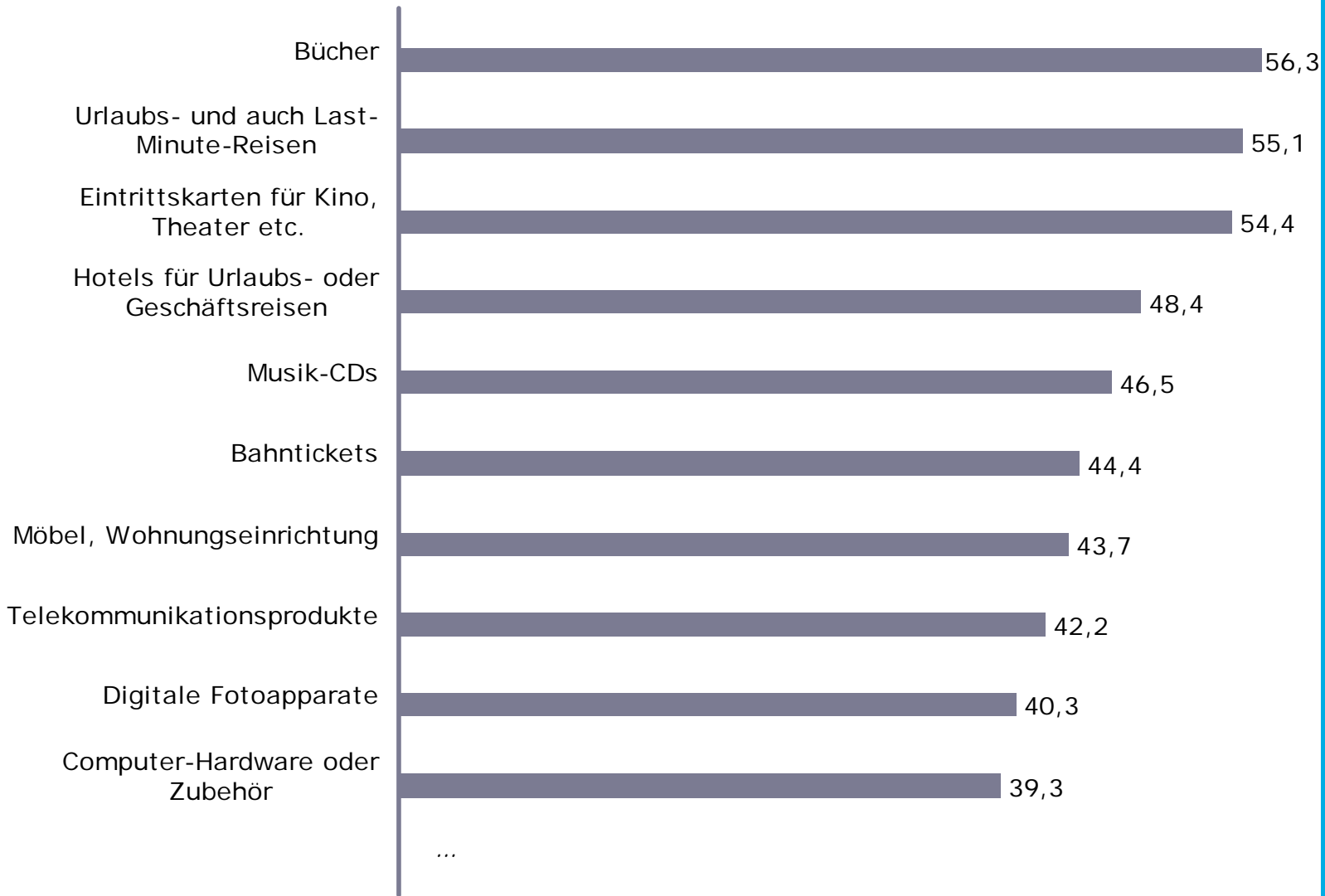


Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für die Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten – Platz 11 bis 30

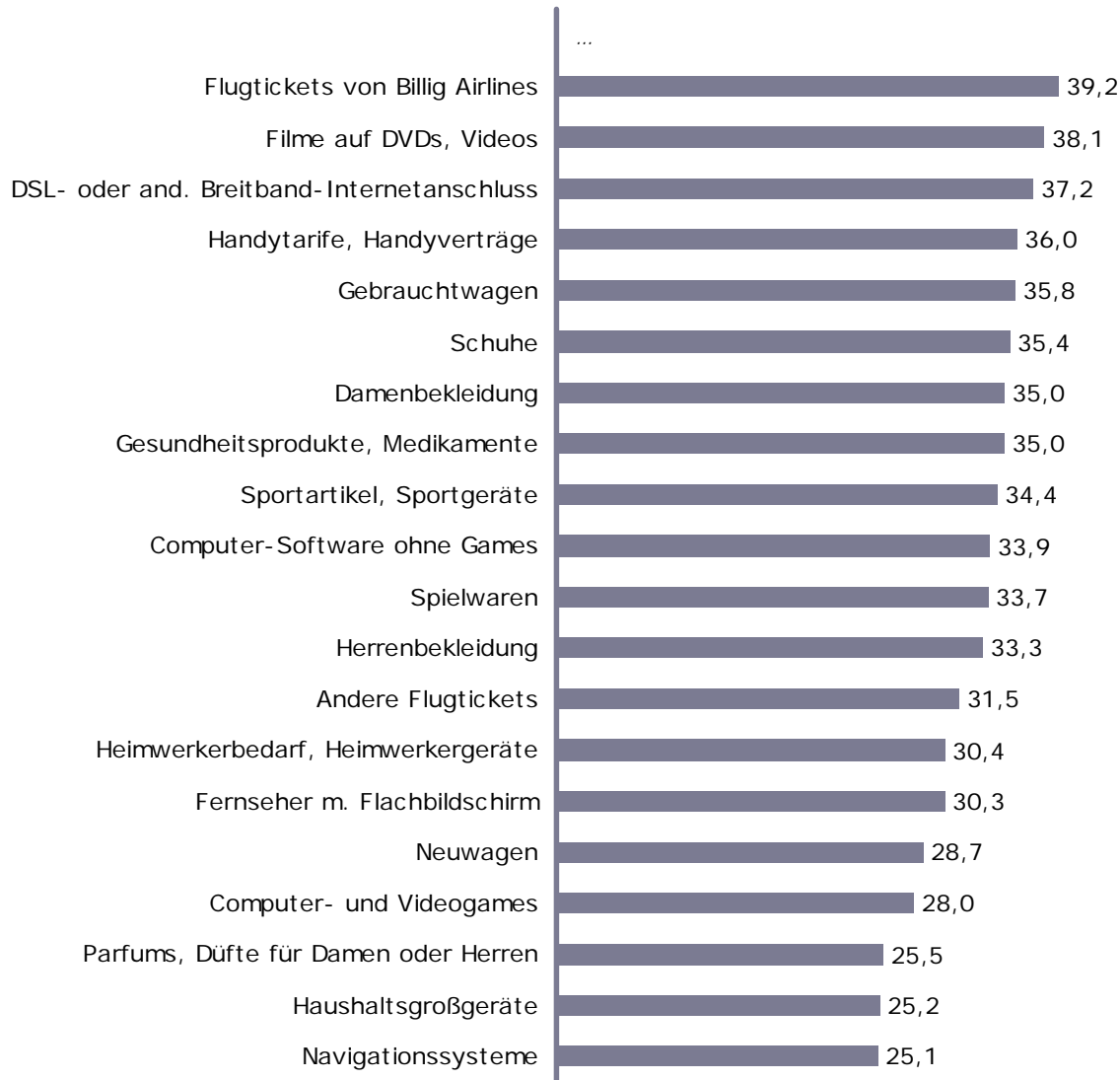


Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für Platz 11 bis 30 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I



Basis: 103.249 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 2009-I

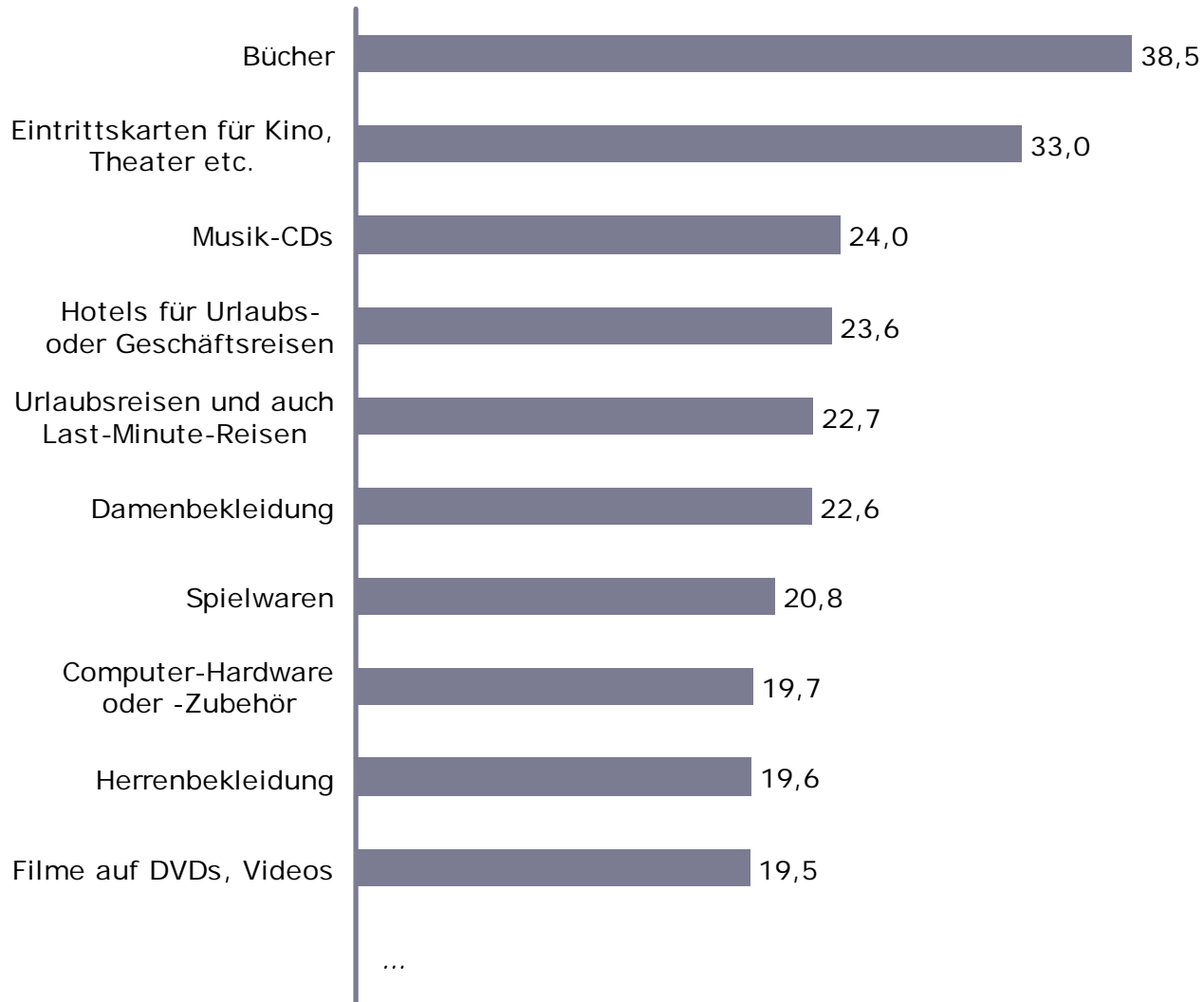


Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	65,1	1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	62,5
2 Musik-CDs	63,6	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	58,6
3 Filme auf DVDs, Videos	59,6	3 Musik-CDs	56,7
4 Telekommunikationsprodukte, wie z.B. Handys	57,1	4 Bücher	56,2
5 Schuhe	55,1	5 Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	54,2
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	64,1	1 Bücher	60,3
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	61,0	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	58,2
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	57,8	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	54,1
4 Spielwaren	52,9	4 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	51,8
5 Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	52,9	5 Musik-CDs	45,6
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	55,2	1 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,8
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,9	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	49,8
3 Bücher	51,1	3 Bücher	46,9
4 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	45,8	4 Bahntickets	42,8
5 Bahntickets	42,3	5 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	36,2

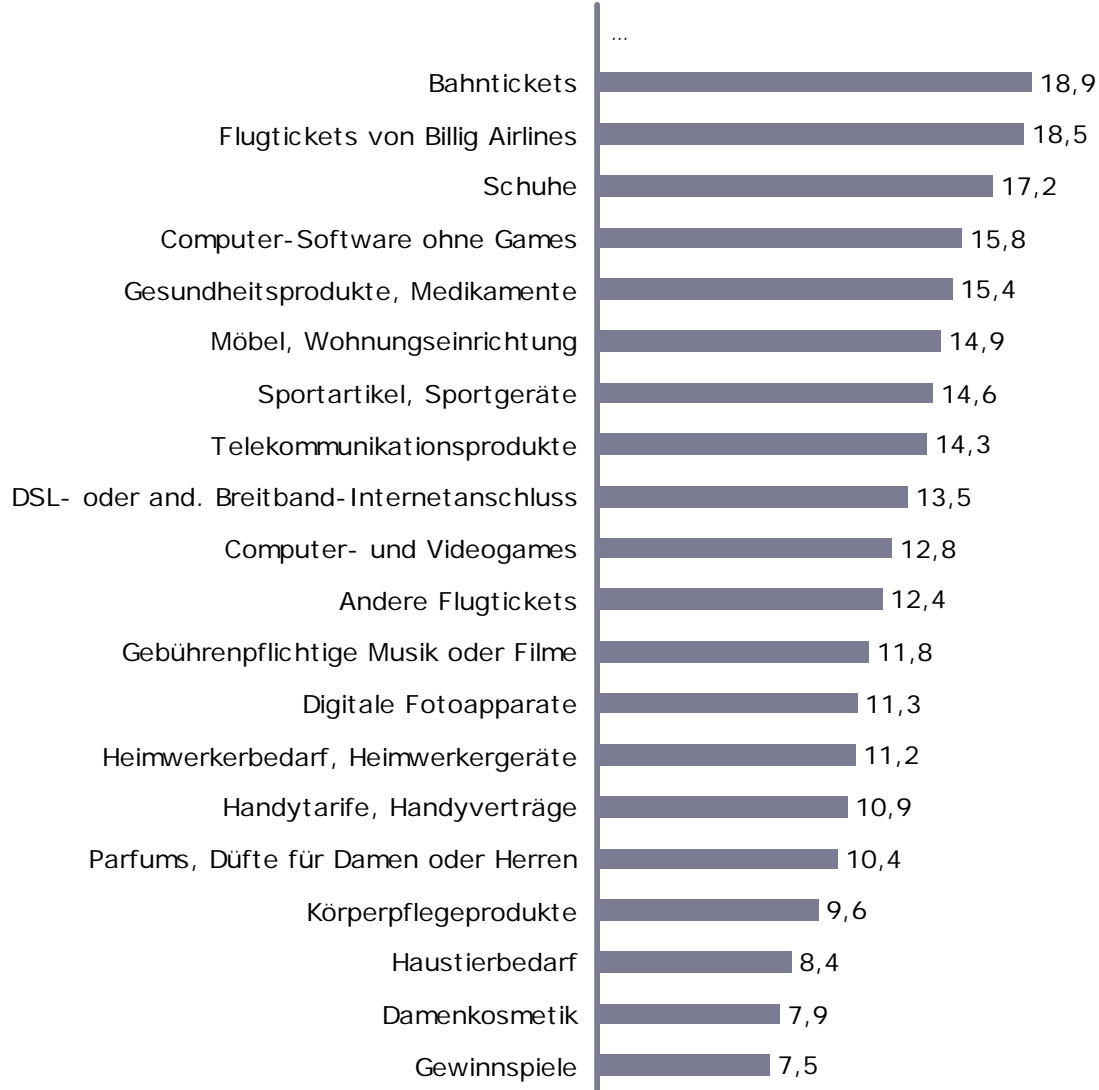
Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 103.249 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 2009-I



Basis: 103.249 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 2009-I

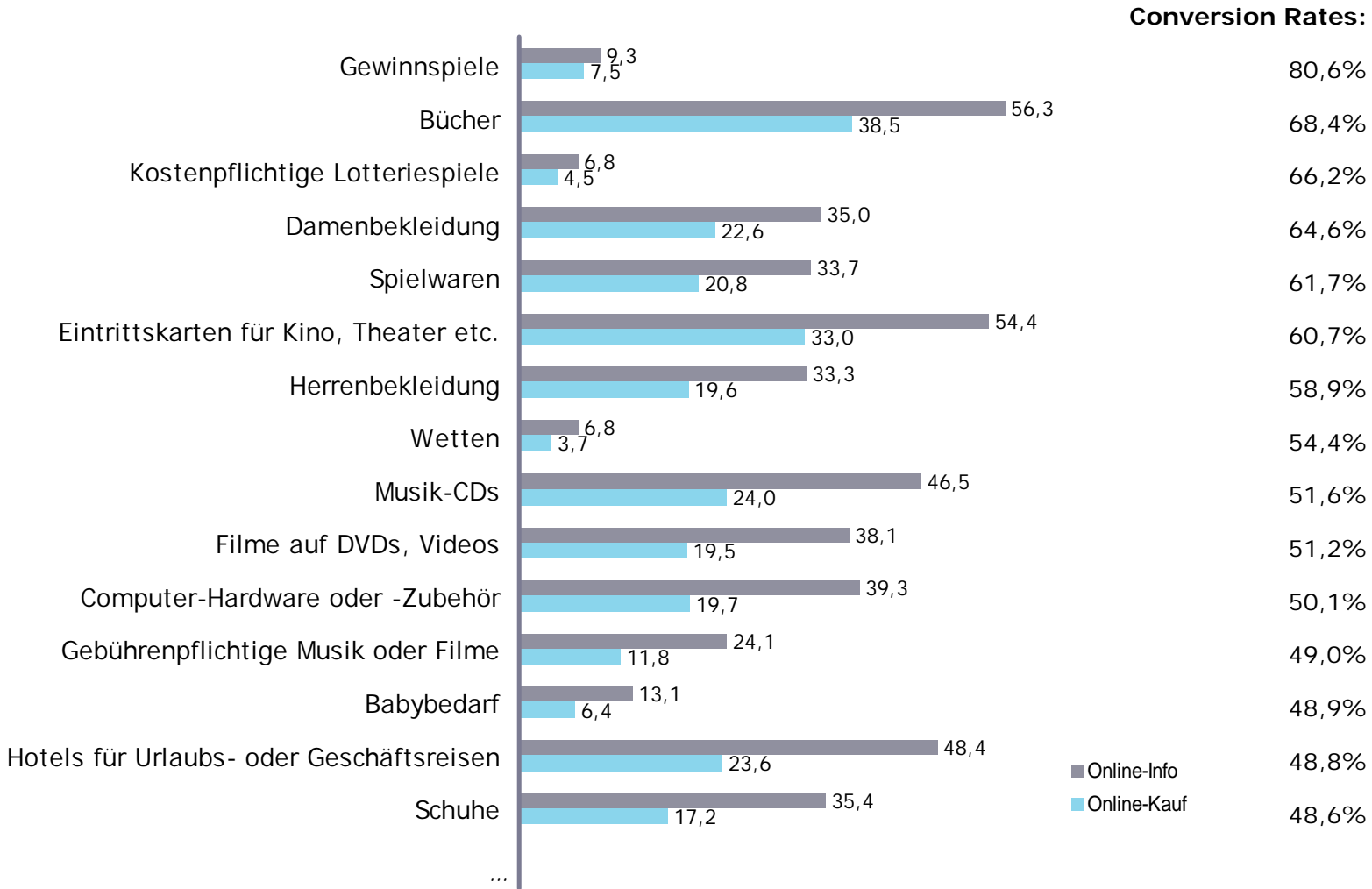
14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	34,7	1 Bücher	41,4
2 Musik-CDs	26,0	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	38,5
3 Bücher	25,6	3 Musik-CDs	30,6
4 Schuhe	25,4	4 Filme auf DVDs, Videos	29,1
5 Filme auf DVDs, Videos	22,6	5 Damenbekleidung	27,2
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	47,6	1 Bücher	41,9
2 Spielwaren	36,3	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	33,3
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	36,2	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	26,2
4 Damenbekleidung	29,9	4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	25,3
5 Musik-CDs	28,2	5 Musik-CDs	24,1
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Bücher	34,5	1 Bücher	30,0
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,1	2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	26,2
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	28,1	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	22,8
4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	24,0	4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	21,0
5 Flugtickets von Billig Airlines	20,5	5 Bahntickets	19,2

Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

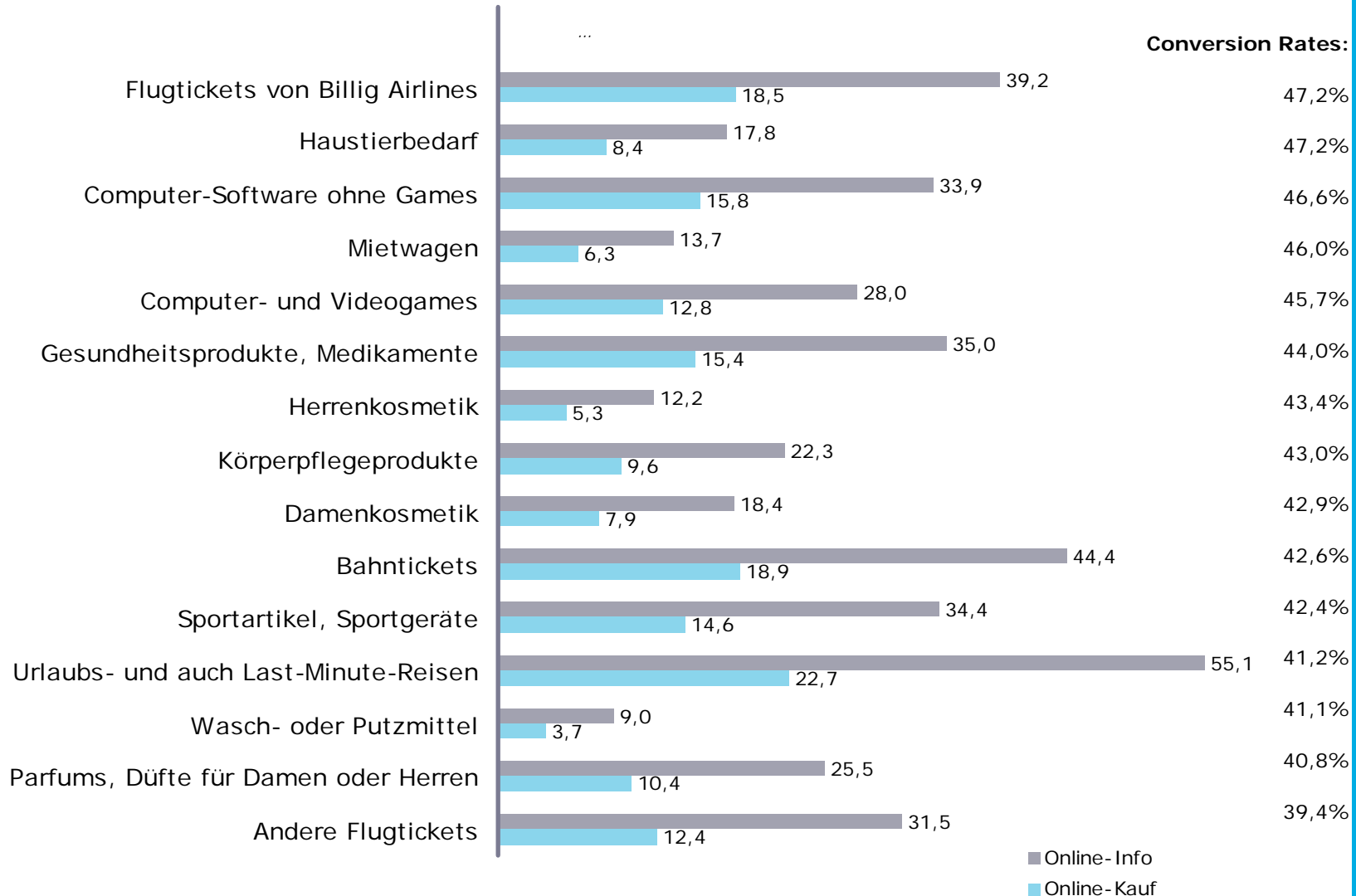
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 103.249 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 2009-I



Basis: 103.249 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 2009-I



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	47,9	20,24
InteractiveMedia CCSP GmbH	2	44,9	18,97
SevenOne Media GmbH	3	42,6	17,99
TOMORROW FOCUS AG	4	40,6	17,13
Platform-A Media	5	36,2	15,30
Microsoft Advertising	6	35,0	14,77
Ströer Interactive GmbH	7	33,1	13,98
iq media marketing	8	32,3	13,62
G+J Electronic Media Sales GmbH	9	31,8	13,41
Yahoo! Deutschland GmbH	10	31,7	13,38
Axel Springer AG	11	31,0	13,10
IP Deutschland GmbH	12	31,0	13,09
ad pepper media	13	26,3	11,10
freeXmedia GmbH	14	25,1	10,61
OMS	15	23,4	9,89
QUALITY CHANNEL GMBH	16	22,3	9,42
AdLINK Media Germany	17	17,5	7,39
Hi-Media Deutschland AG	18	16,7	7,04
Unister Media	19	16,3	6,90
allesklar media	20	15,5	6,53

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Januar bis März 2009
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet-User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
MySpace/Fox Interactive Media GmbH	21	11,7	4,94
QUARTER MEDIA GmbH	22	10,2	4,30
eBay Advertising Group GmbH	23	9,8	4,12
netpoint media GmbH	24	7,0	2,94
AdImpulse Media GmbH	25	6,7	2,83
guentiger.de Verlag GmbH	26	6,5	2,73
RealGames Europe B.V.	27	5,8	2,45
konstruktiv GmbH	28	5,0	2,10
MAIRDUMONT MEDIA	29	4,9	2,06
Glam Media GmbH	30	4,9	2,05
Fantastic Zero	31	4,8	2,05
Urban Media GmbH	32	4,2	1,78
Business Advertising GmbH	33	4,1	1,72
BAUER MEDIA KG	34	4,0	1,69
GoYellow GmbH	35	3,4	1,44
WerbeWeischer GmbH & Co. KG	36	3,3	1,39
TripleDoubleU GmbH	37	3,2	1,33
DZH Online Media Sales Group GmbH	38	3,1	1,29
Axel Springer Financial Media wallstreet:online	39	2,6	1,12
TripAdvisor Ltd.	40	2,4	1,02

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Januar bis März 2009
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
VIACOM Brand Solutions	41	2,3	0,98
ADselect GmbH	42	2,1	0,90
Greater Union Filmpalast GmbH	43	1,8	0,74
TG Publishing AG	44	1,7	0,70
magnus.de	45	1,6	0,69
OnVista Media GmbH	46	1,4	0,59
CommonMedia	46	1,4	0,59
WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH	48	1,4	0,58
IDG Communications Media AG	49	1,3	0,55
teltarif.de Onlineverlag GmbH	49	1,3	0,55
AdBerry Media GmbH	51	1,1	0,46
Codex Media GmbH	51	1,1	0,46
netbrands Media	53	1,0	0,43
QWERTZ-Media GmbH	54	0,9	0,40
adflames Media - A Division of Warner Music Group	55	0,9	0,39
urbi AD orbi GmbH	56	0,9	0,37
IMG GmbH	57	0,8	0,34
mediaflite GmbH	57	0,8	0,34
NetMediaEurope Deutschland GmbH	59	0,7	0,31
Andreae-Noris Zahn AG	60	0,7	0,30

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat

im Untersuchungszeitraum Januar bis März 2009

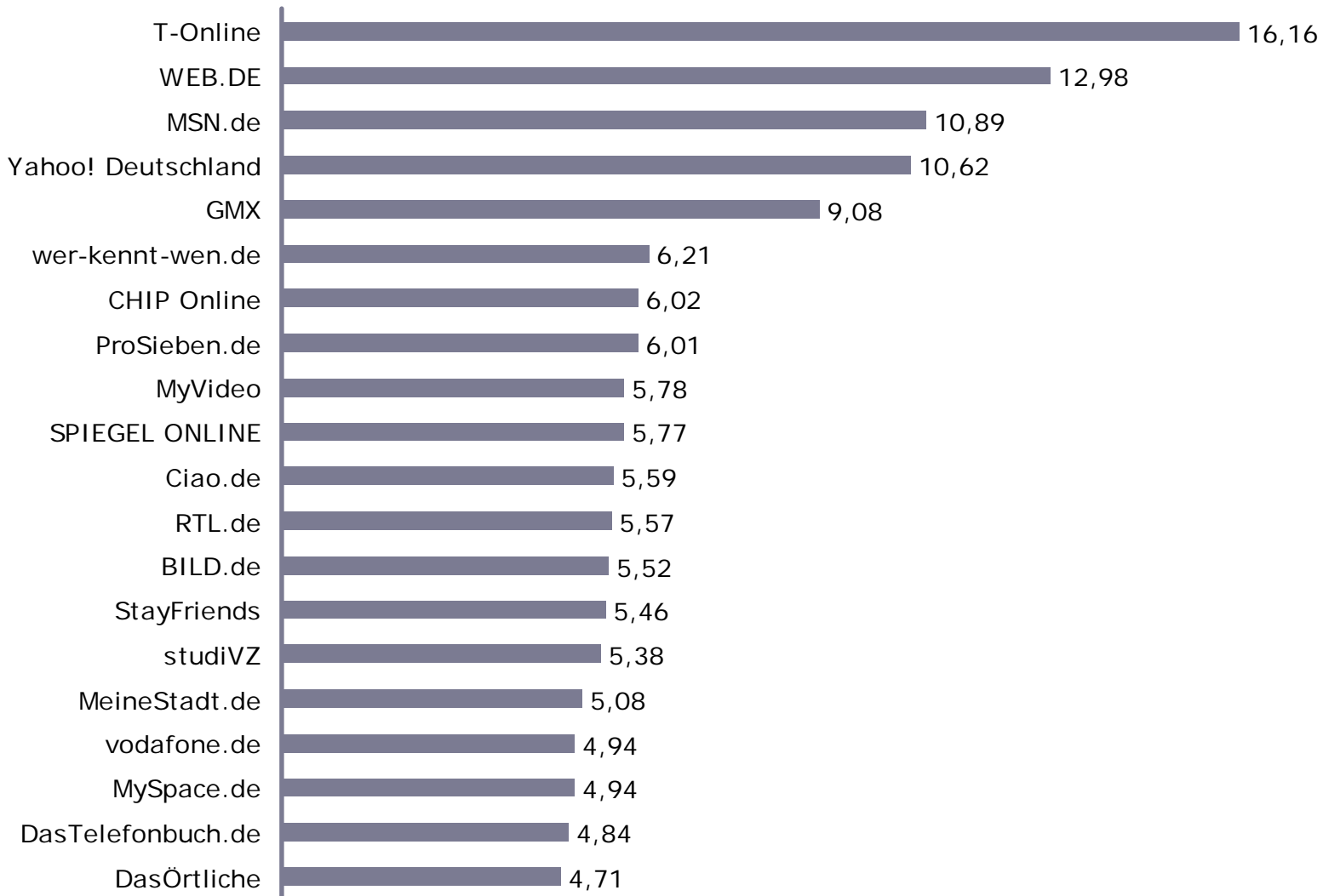
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
mediaroute GmbH	61	0,7	0,28
Optikur GmbH	62	0,6	0,27
reachnet	63	0,6	0,23
antonow advertising GmbH	64	0,5	0,19
xplosion interactive GmbH	65	0,4	0,15
MEDIENHAUS.de GmbH	66	0,3	0,14
Medienwirtschaft Verlags GmbH	67	0,3	0,12
Verlag Werben & Verkaufen GmbH	68	0,3	0,11
Euro Klassik GmbH	69	0,2	0,07
krebomedia GmbH	70	0,0	0,02

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Januar bis März 2009
Basis: 103.249 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-I





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**