



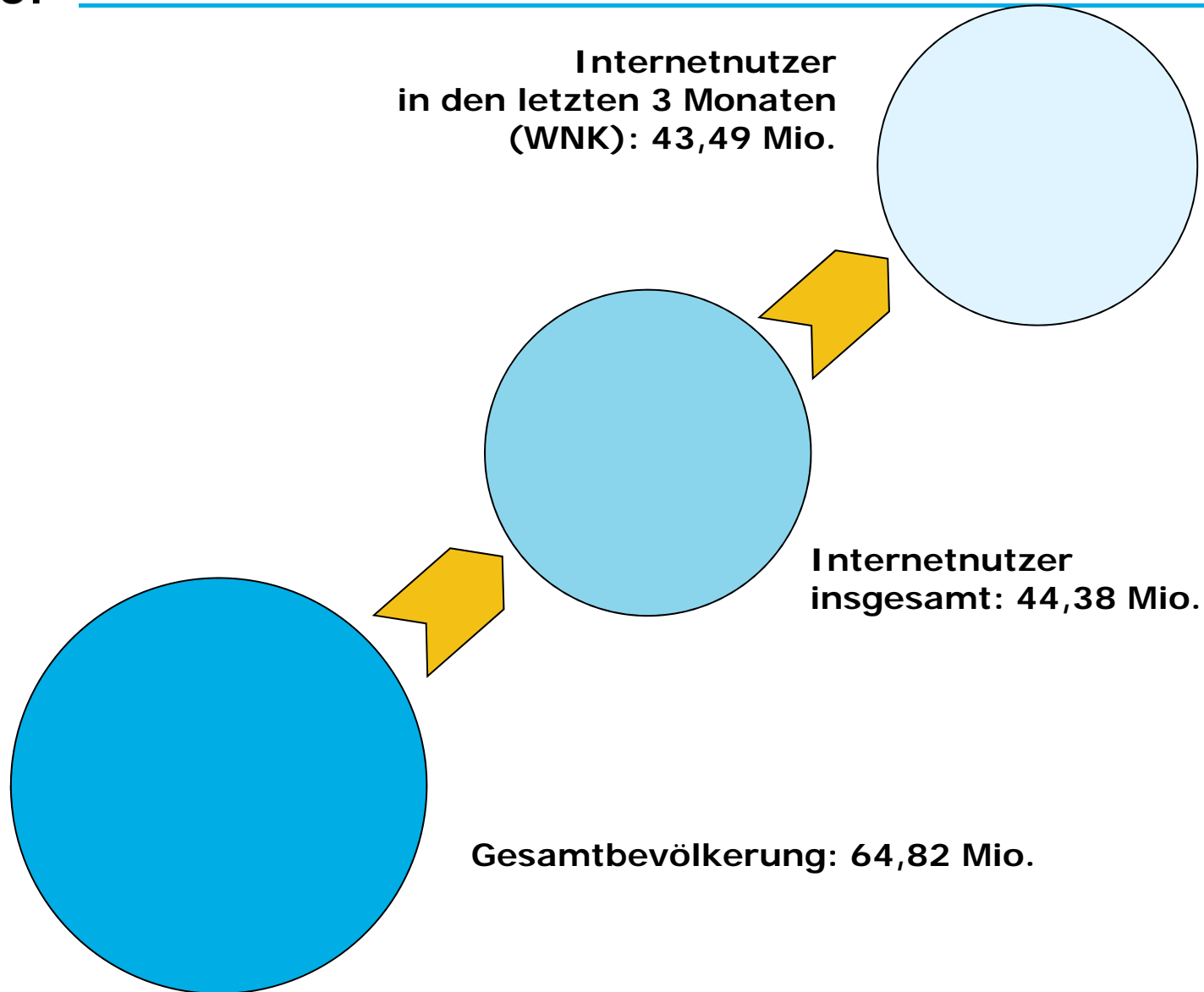
# internet facts 2009-III

## Graphiken zu dem Berichtsband

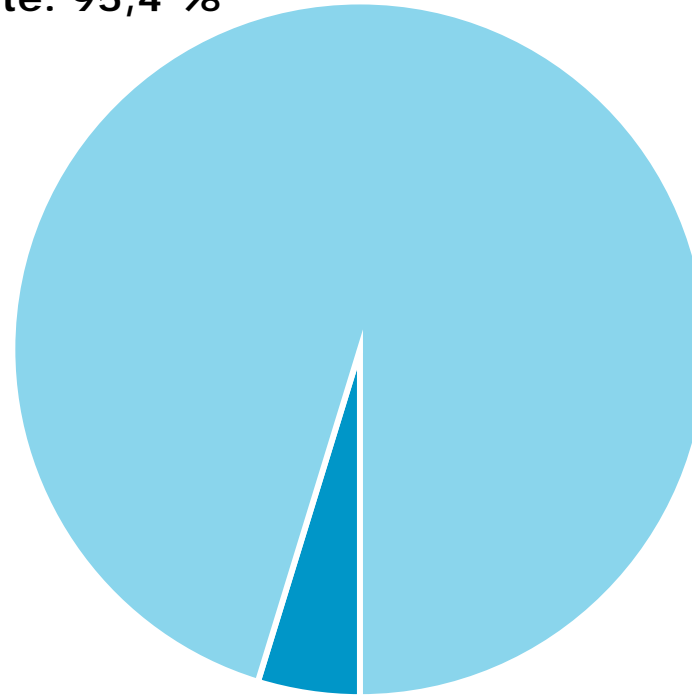
AGOF e.V. Dezember 2009



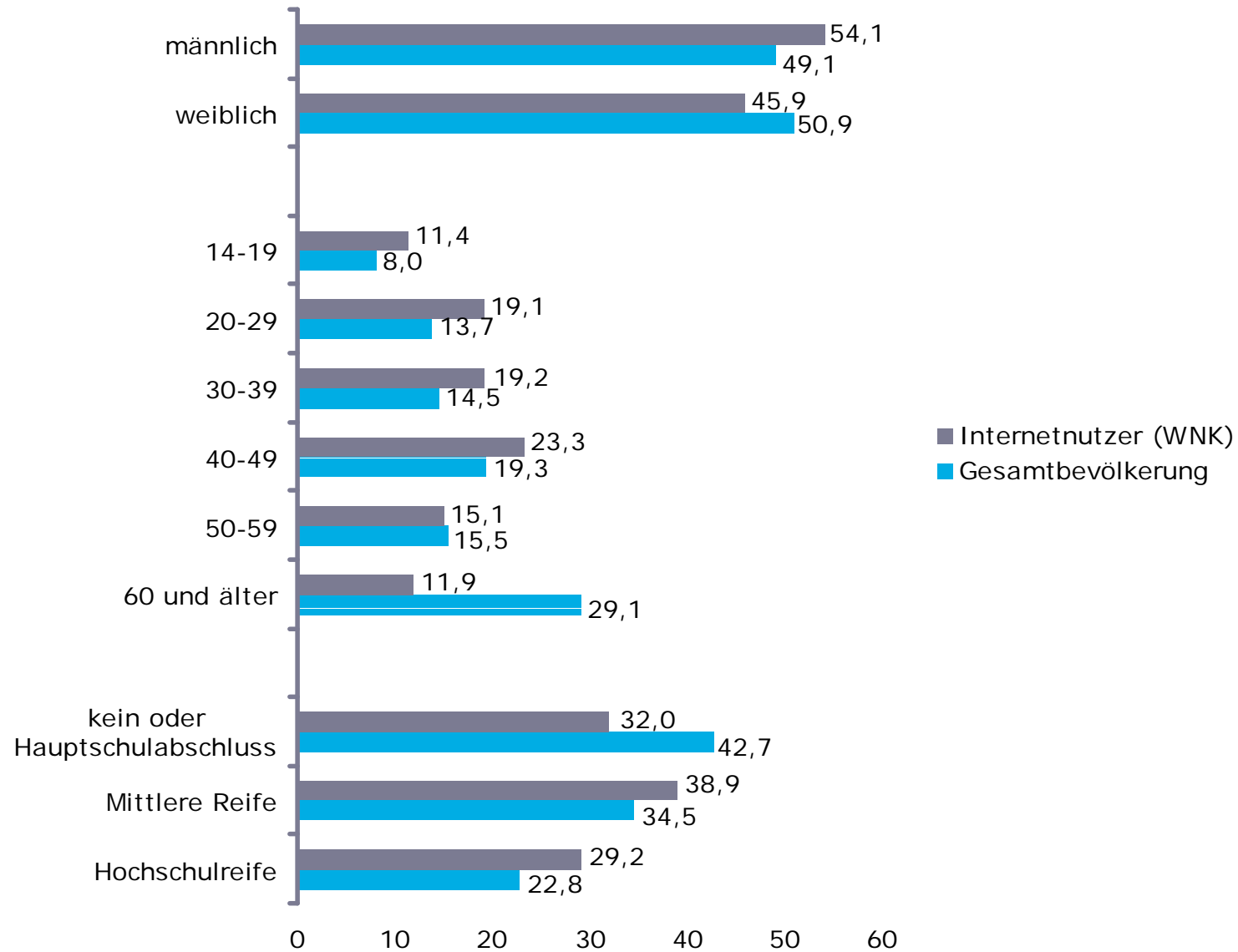
## Graphiken zur Internetnutzung



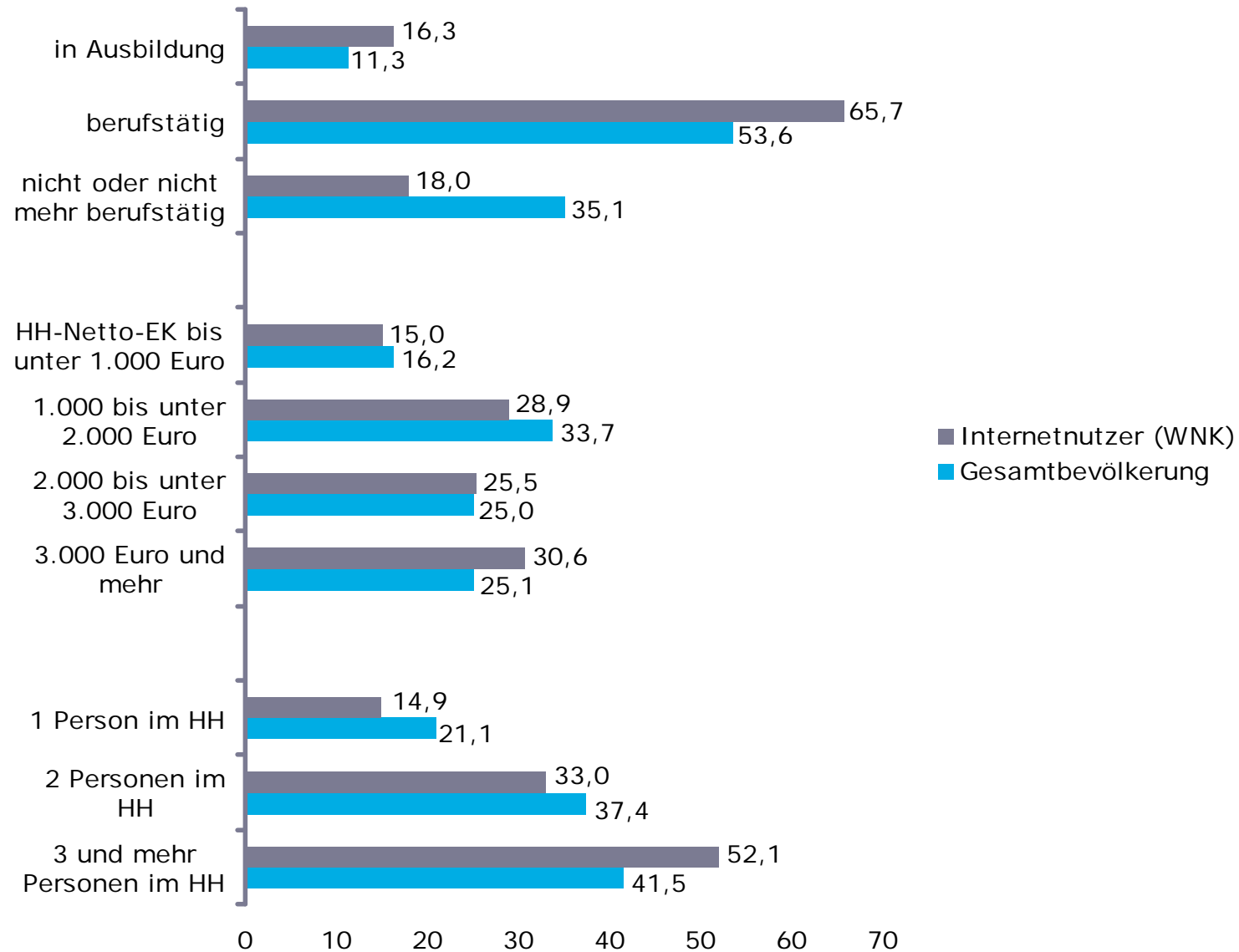
**Nutzung**  
AGOF Angebote: 95,4 %



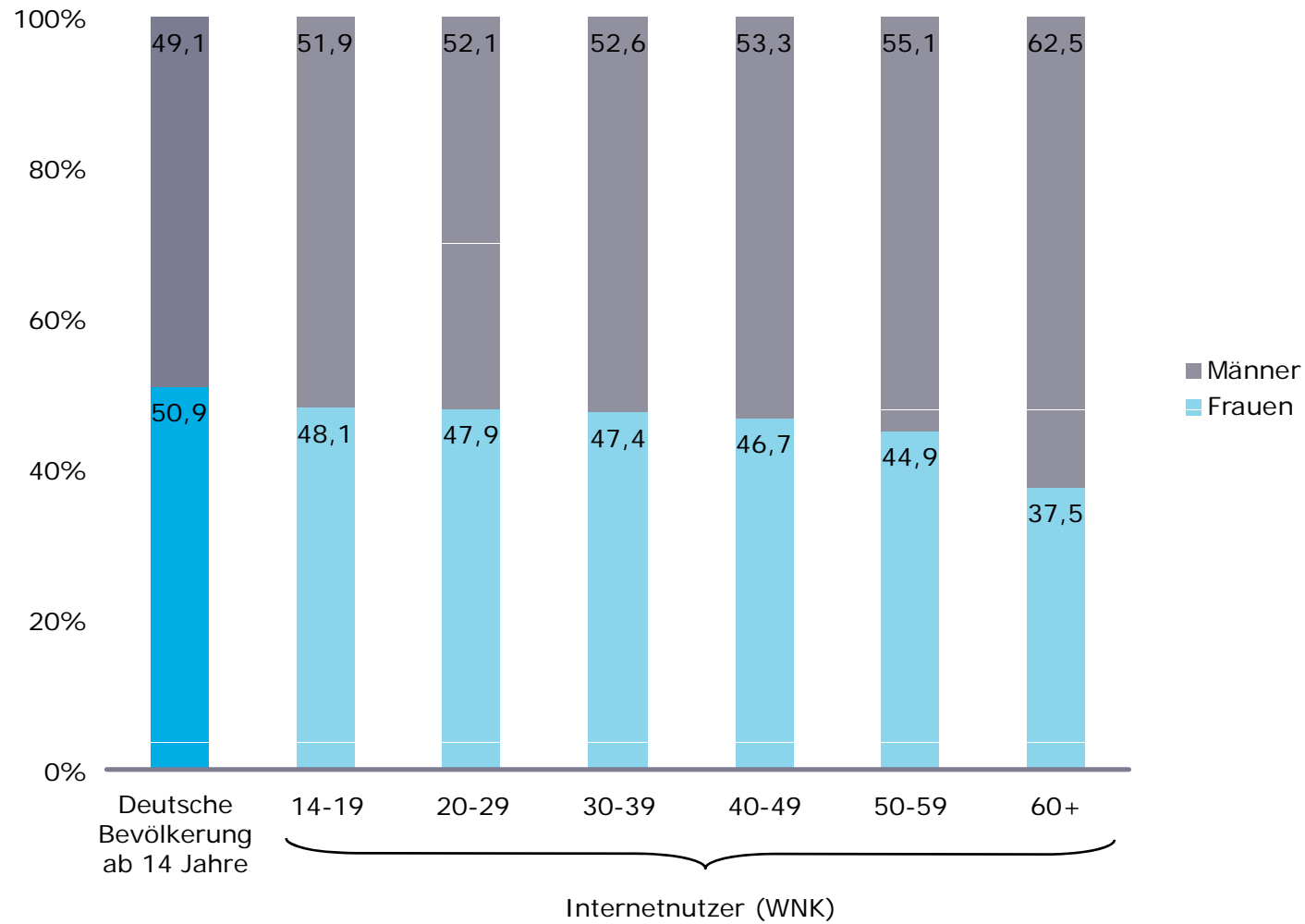
**Keine Nutzung AGOF**  
Angebote: 4,6 %



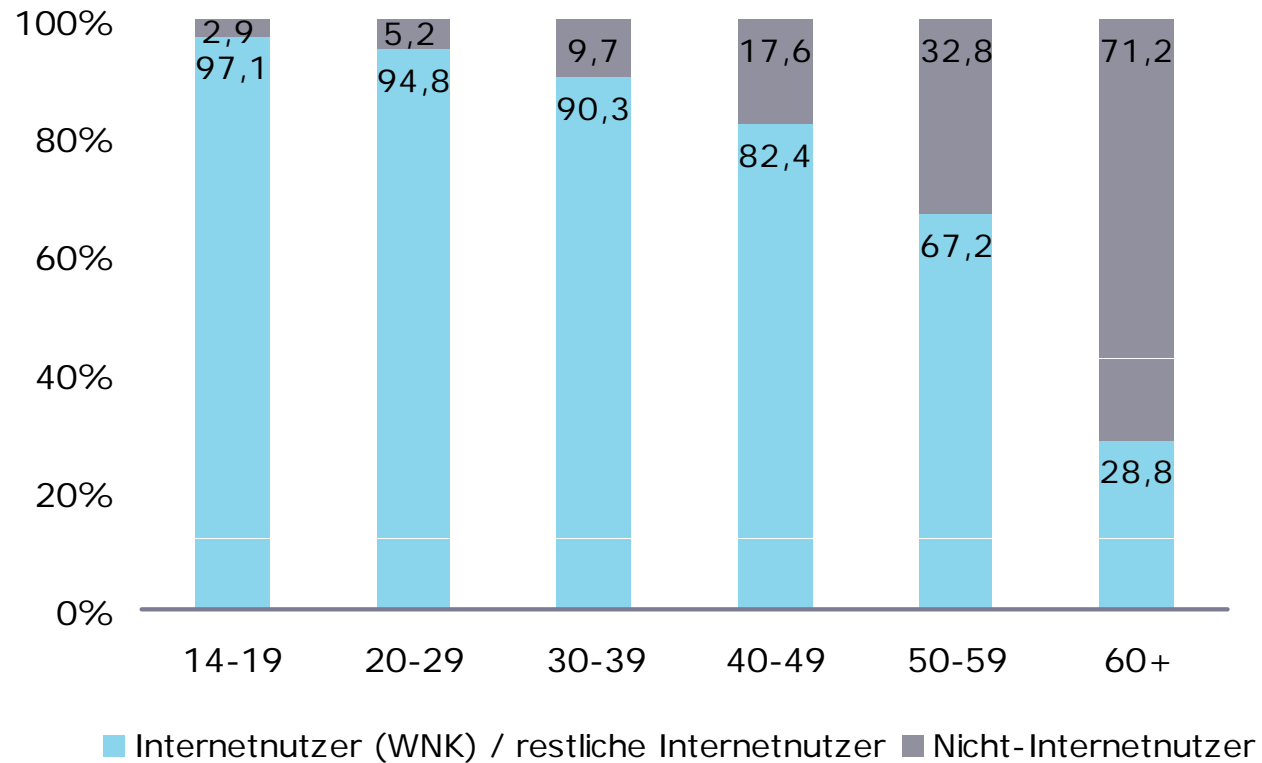
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 116.088 ungewichtete Fälle (Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III



Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 116.088 ungewichtete Fälle (Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

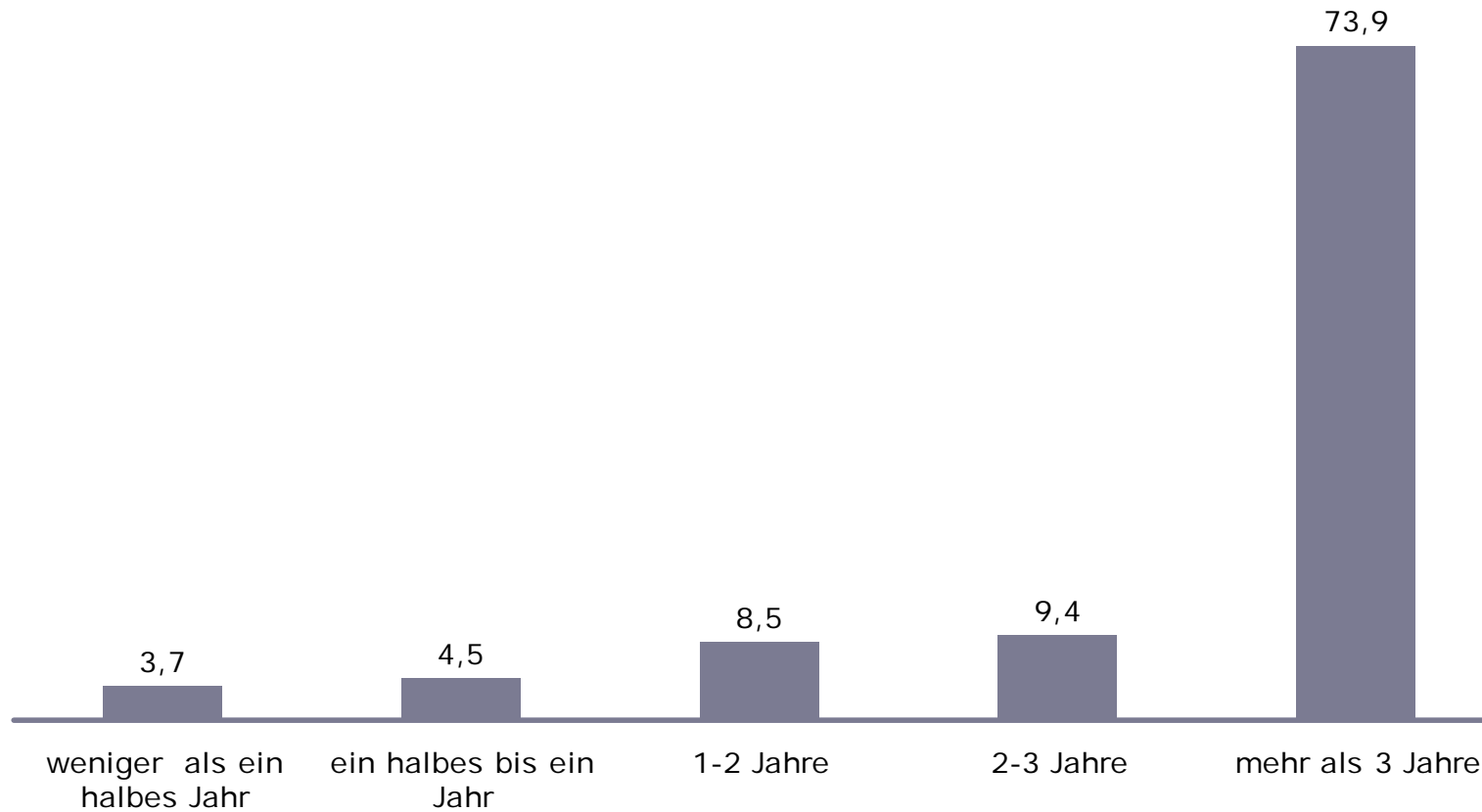


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 116.088 ungewichtete Fälle (Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

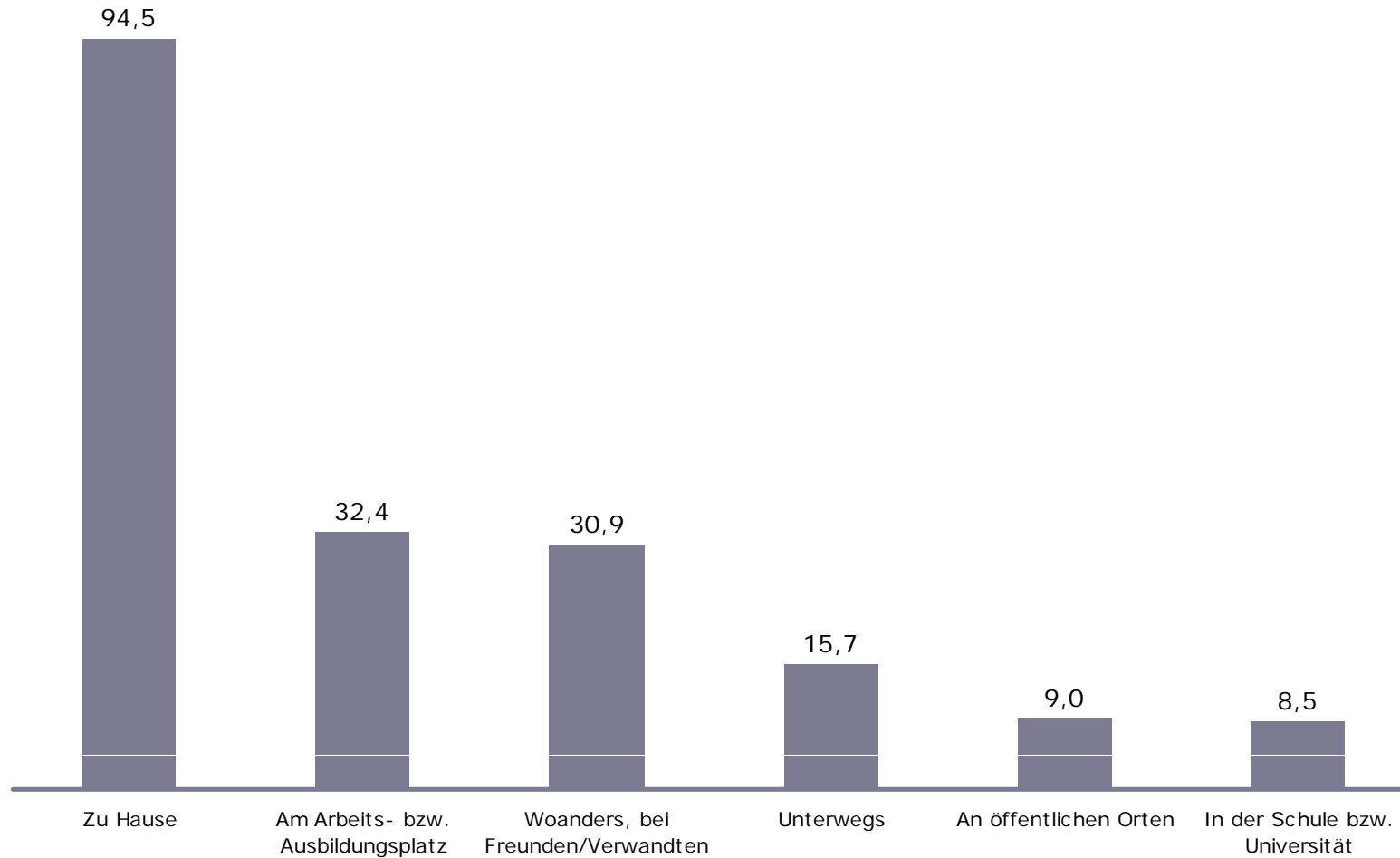


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 568 ungewichtete Fälle (restliche Internetnutzer) / 11.789 ungewichtete Fälle (Nicht-Internetnutzer)  
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

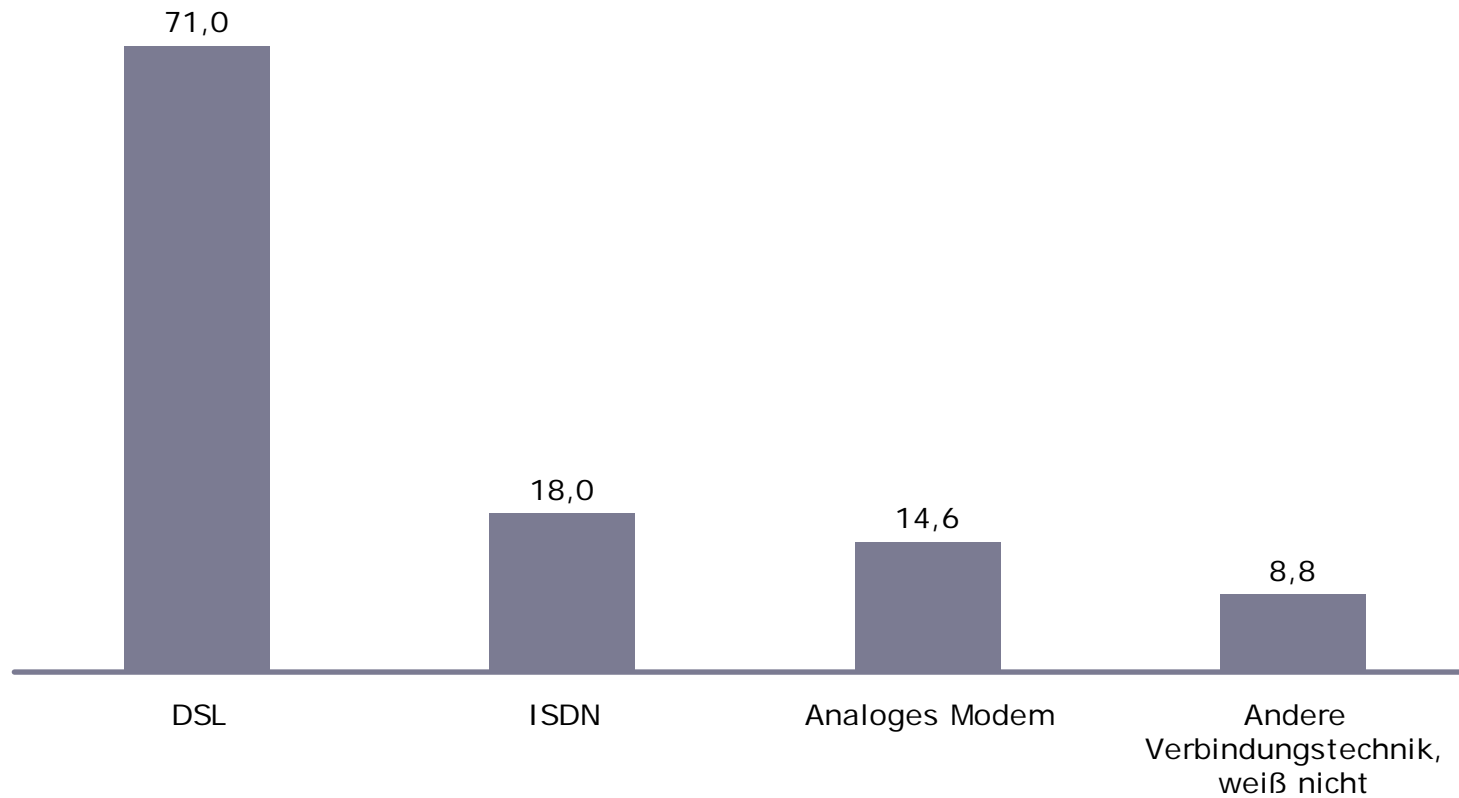




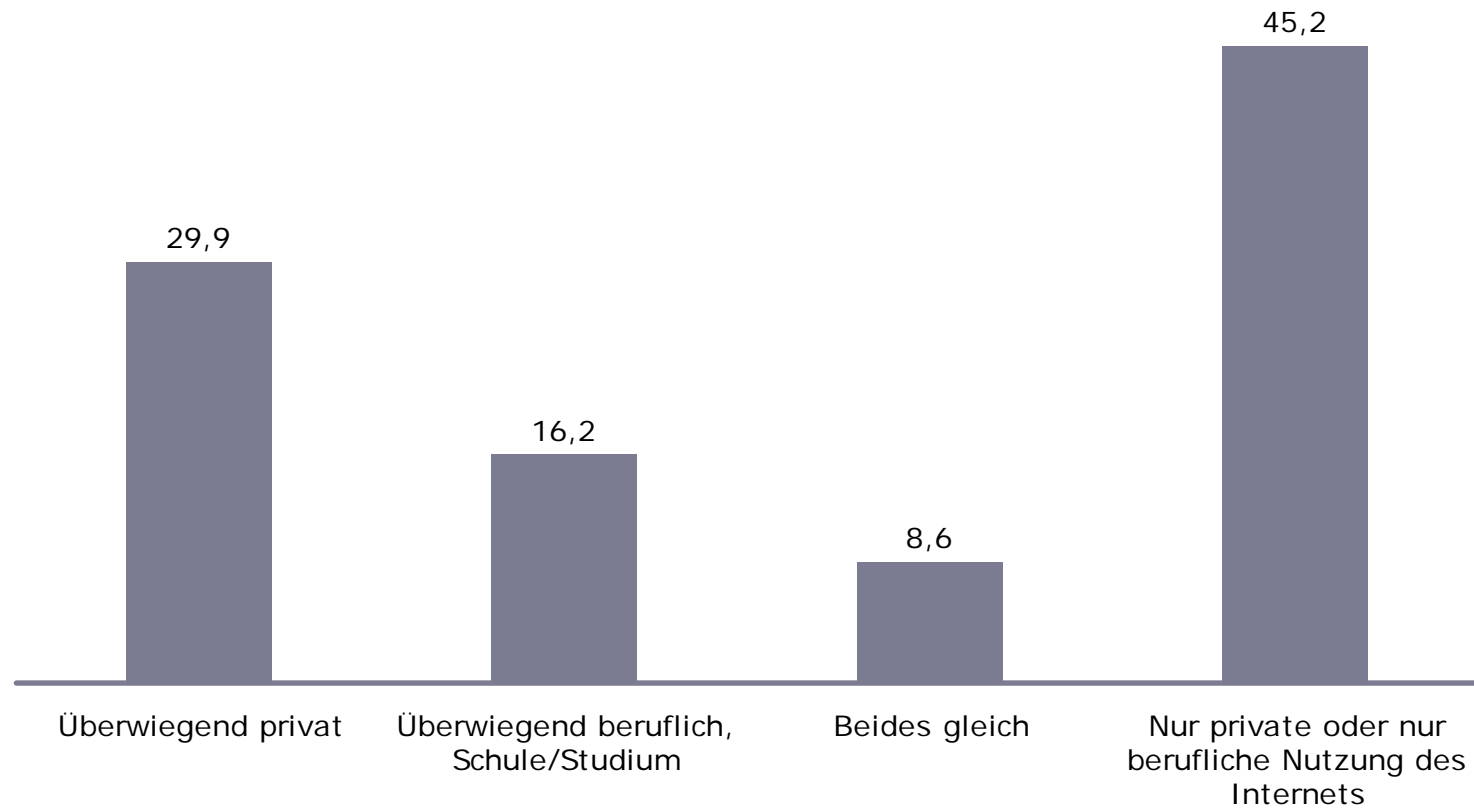
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
„Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“  
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III



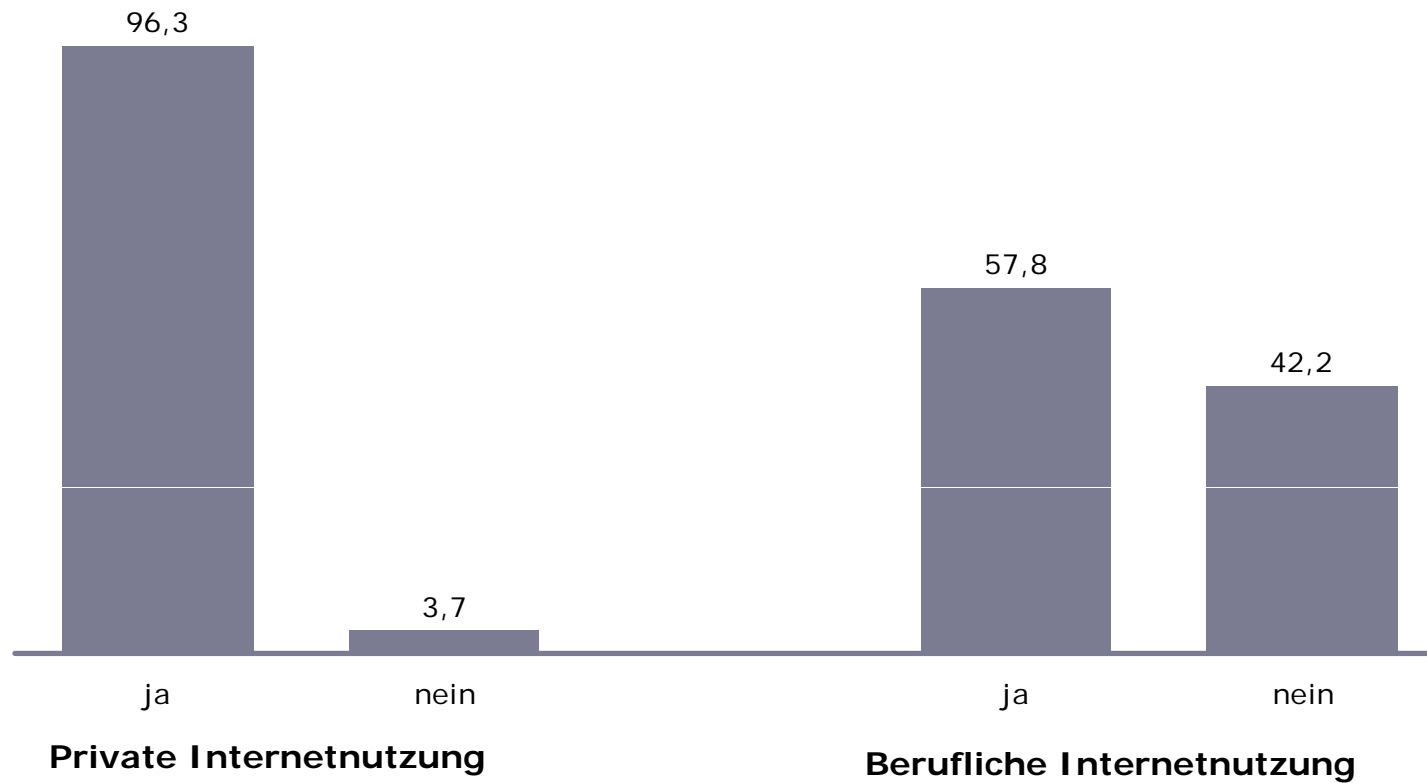
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
 „An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“  
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III



Basis: 98.016 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-III



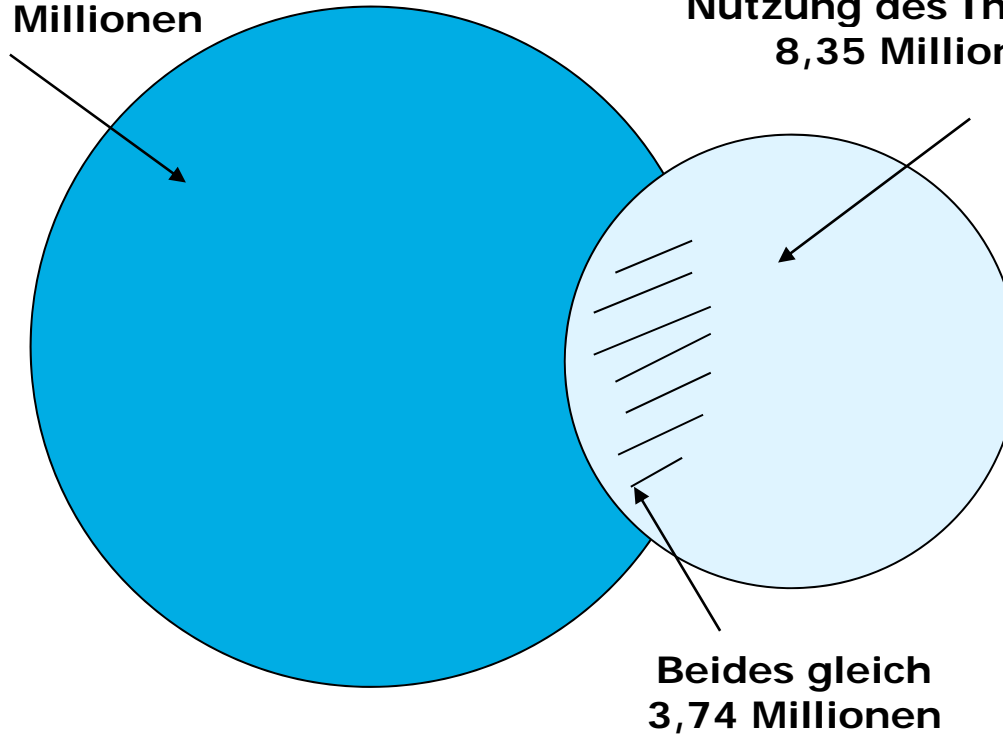
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“  
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III



Basis: 103.731 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-III

Nur oder überwiegend private  
Nutzung des Internets  
31,01 Millionen

Nur oder überwiegend berufliche  
Nutzung des Internets  
8,35 Millionen

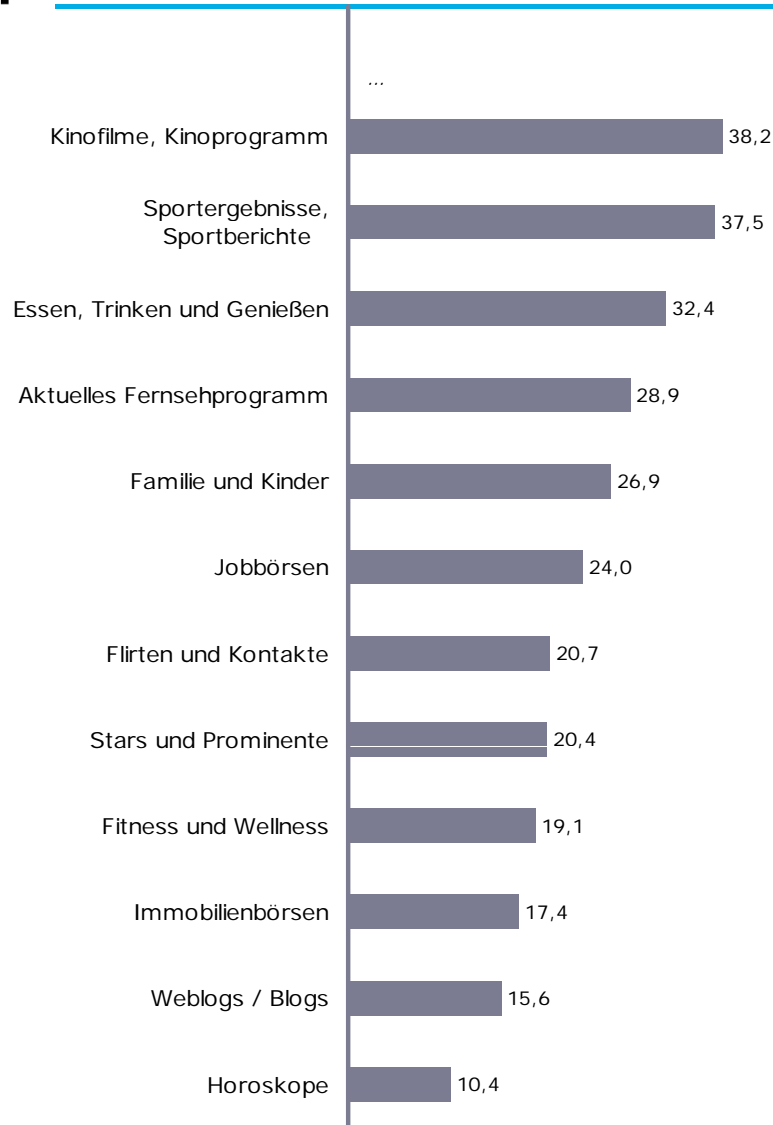


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“ / „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“  
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III



Basis: 103.731 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-III

## Thematische Schwerpunkte – Platz 11 bis 22

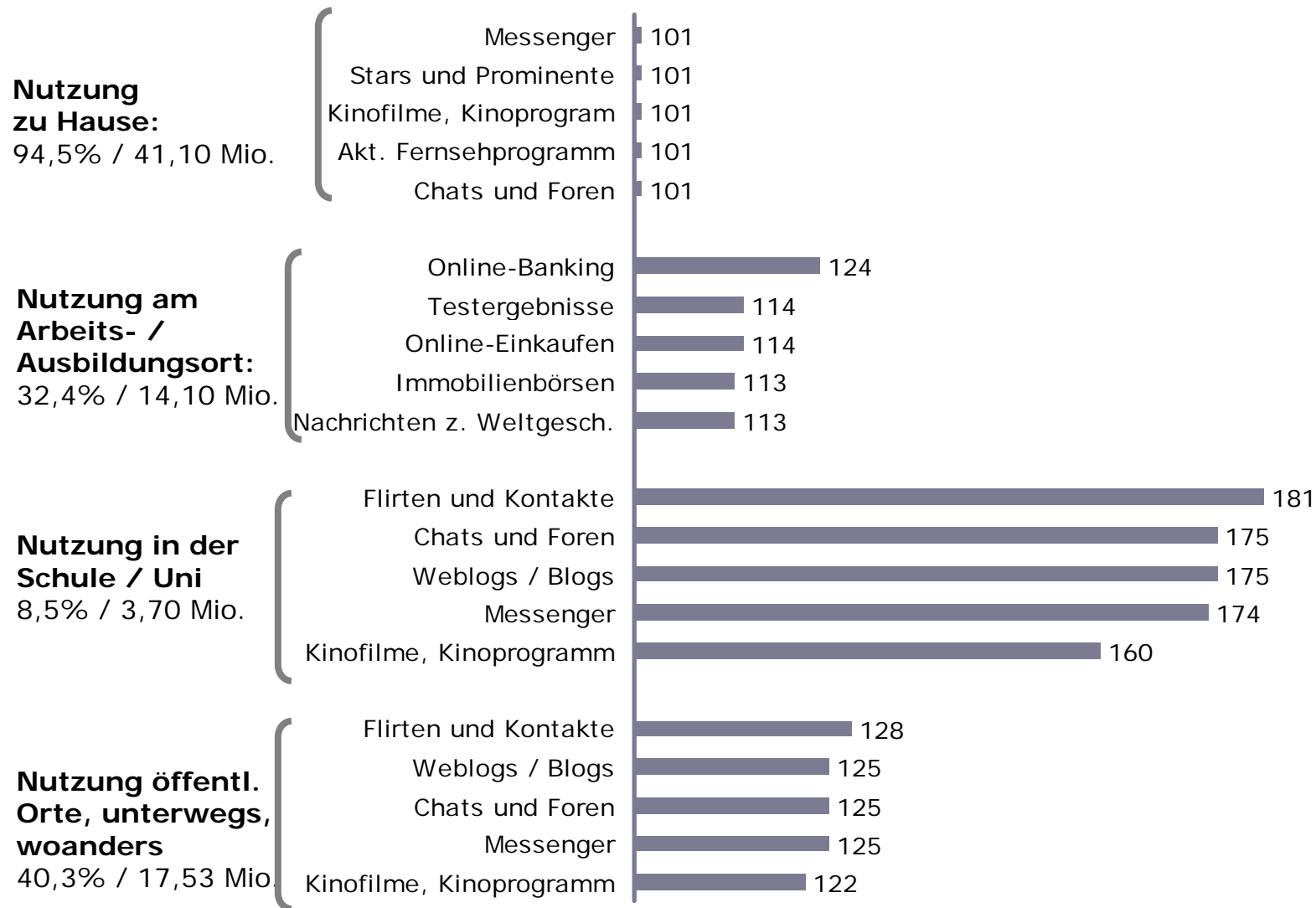


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

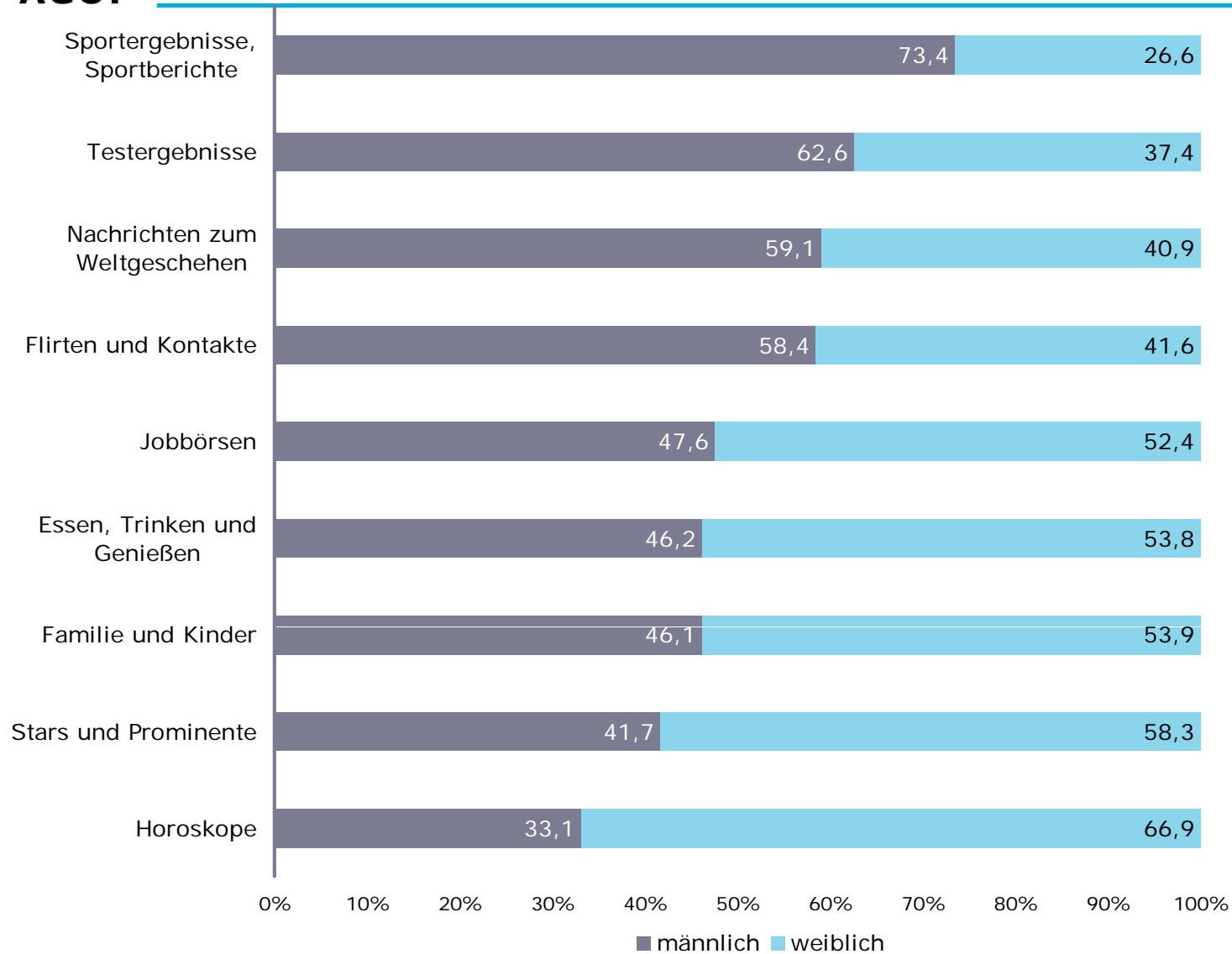
„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 22 von insgesamt 22 Themen

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





Basis: 103.731 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-III



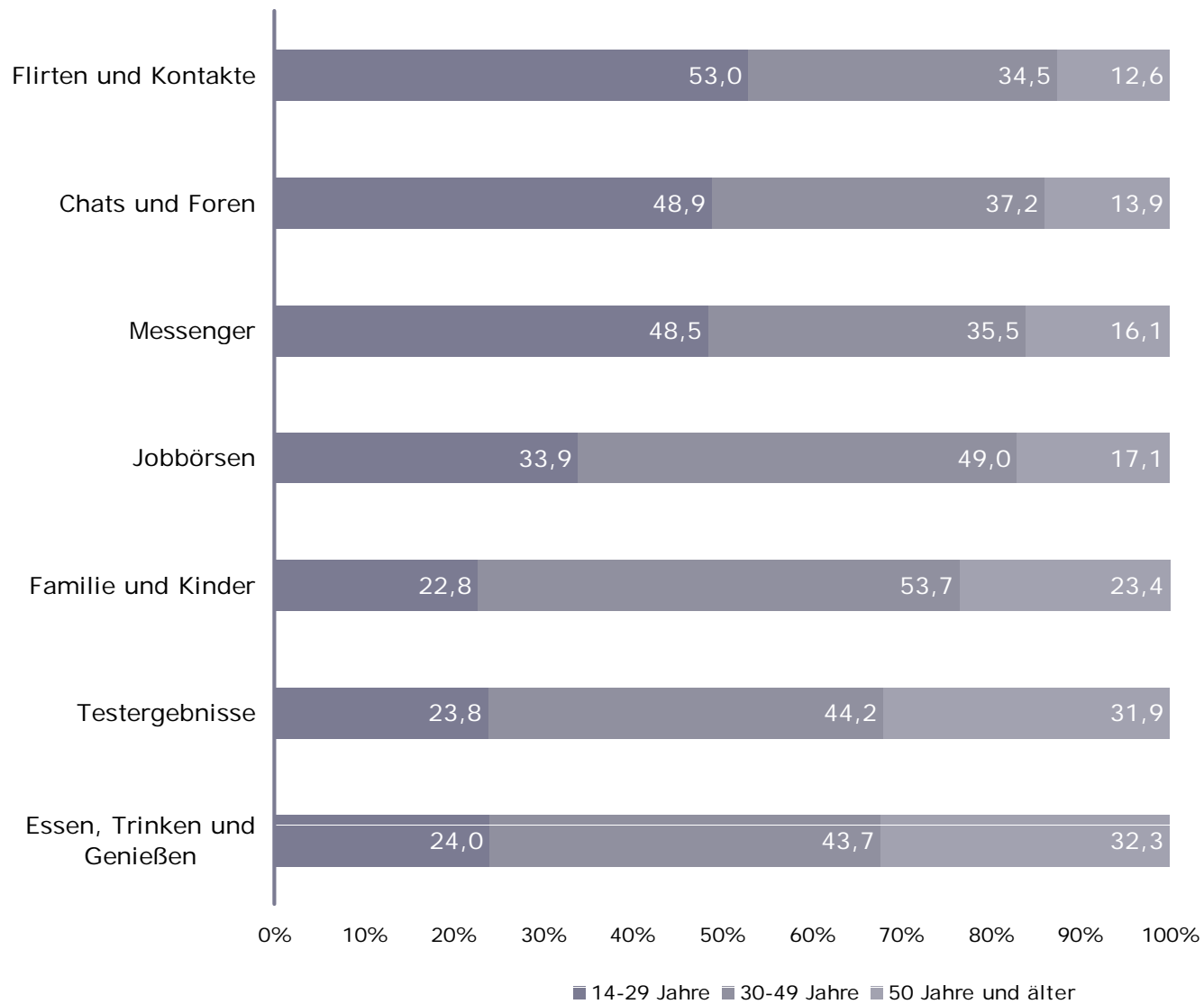
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

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

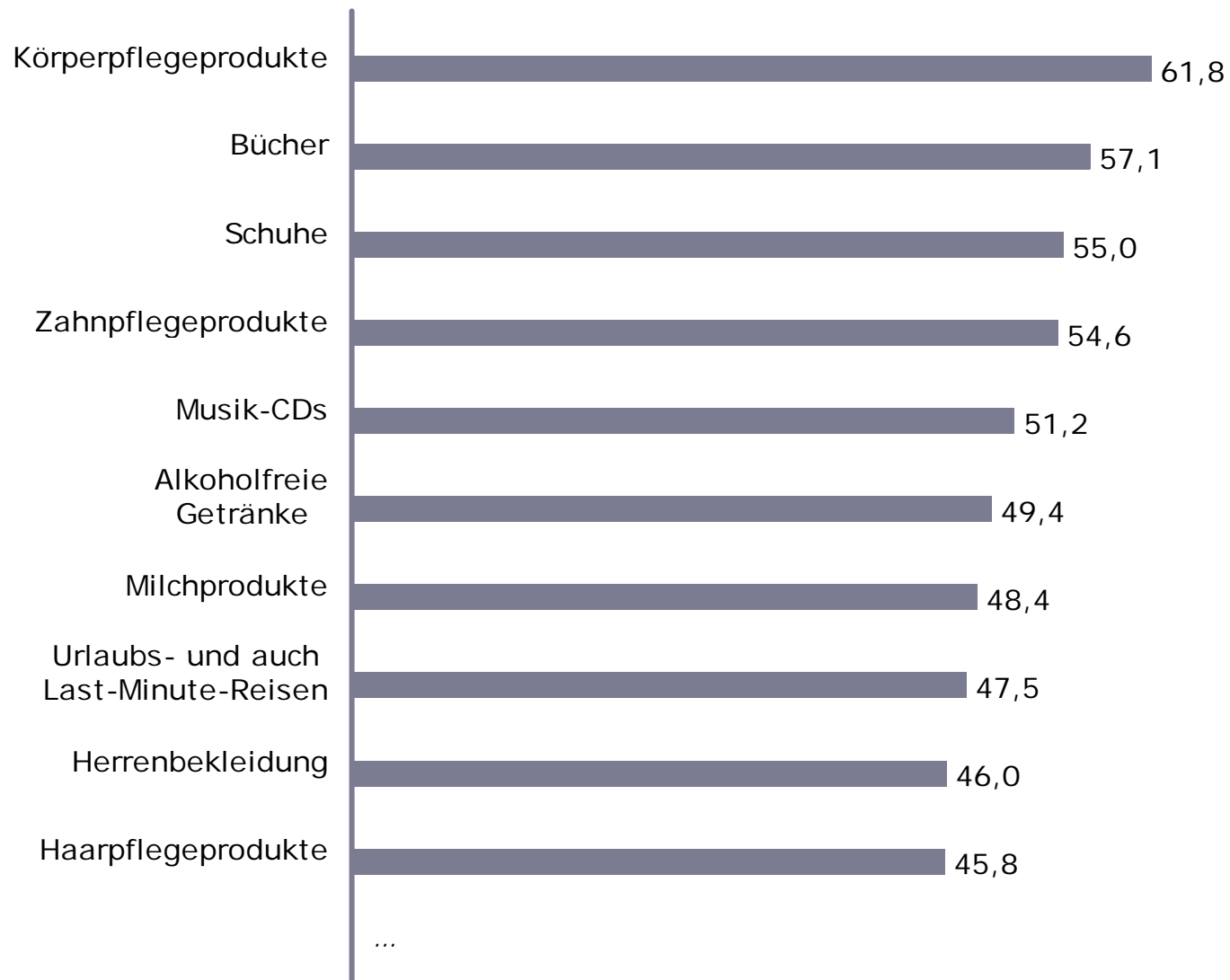
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

# Altersverteilung in den Themenbereichen

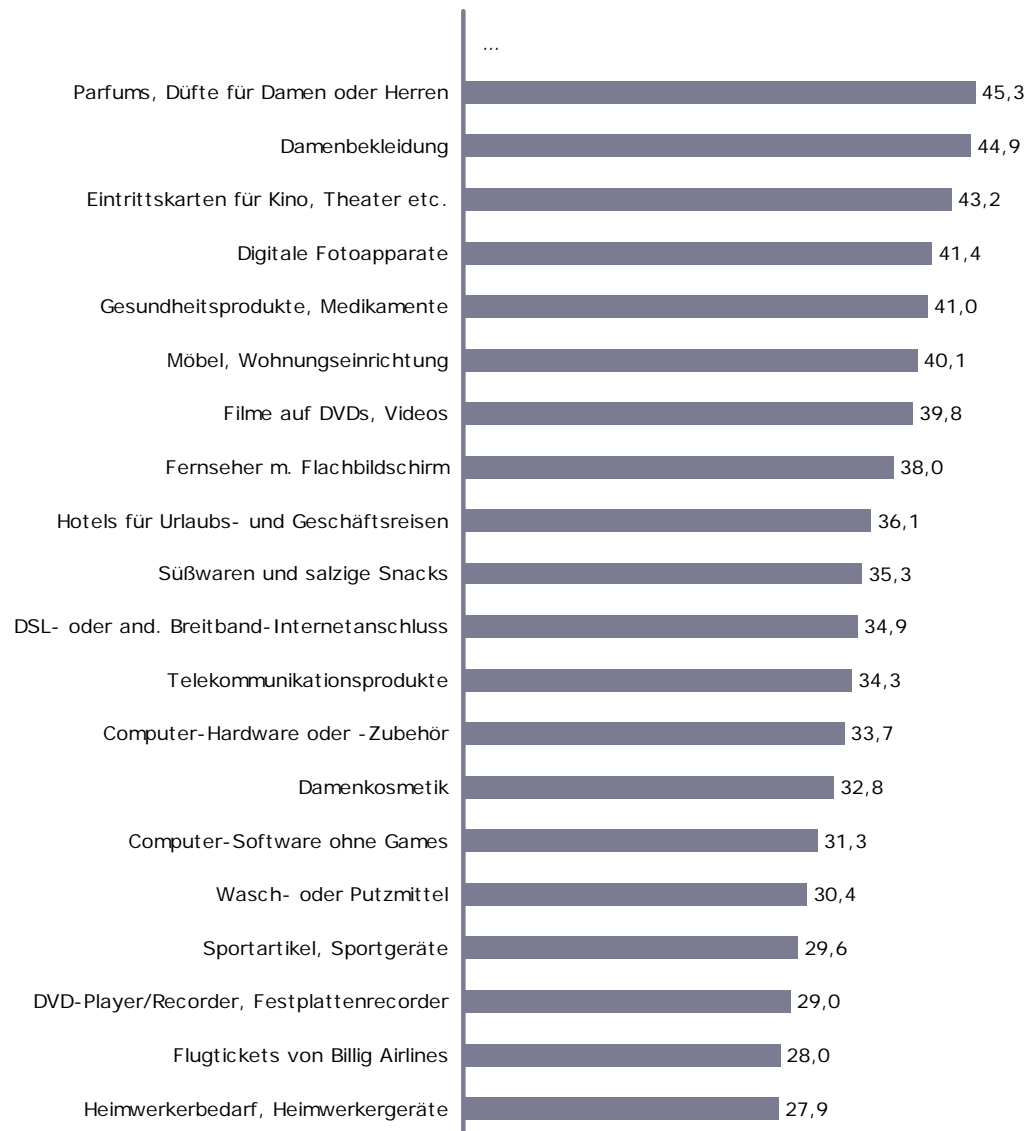


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

## Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



Basis: 103.731 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-III

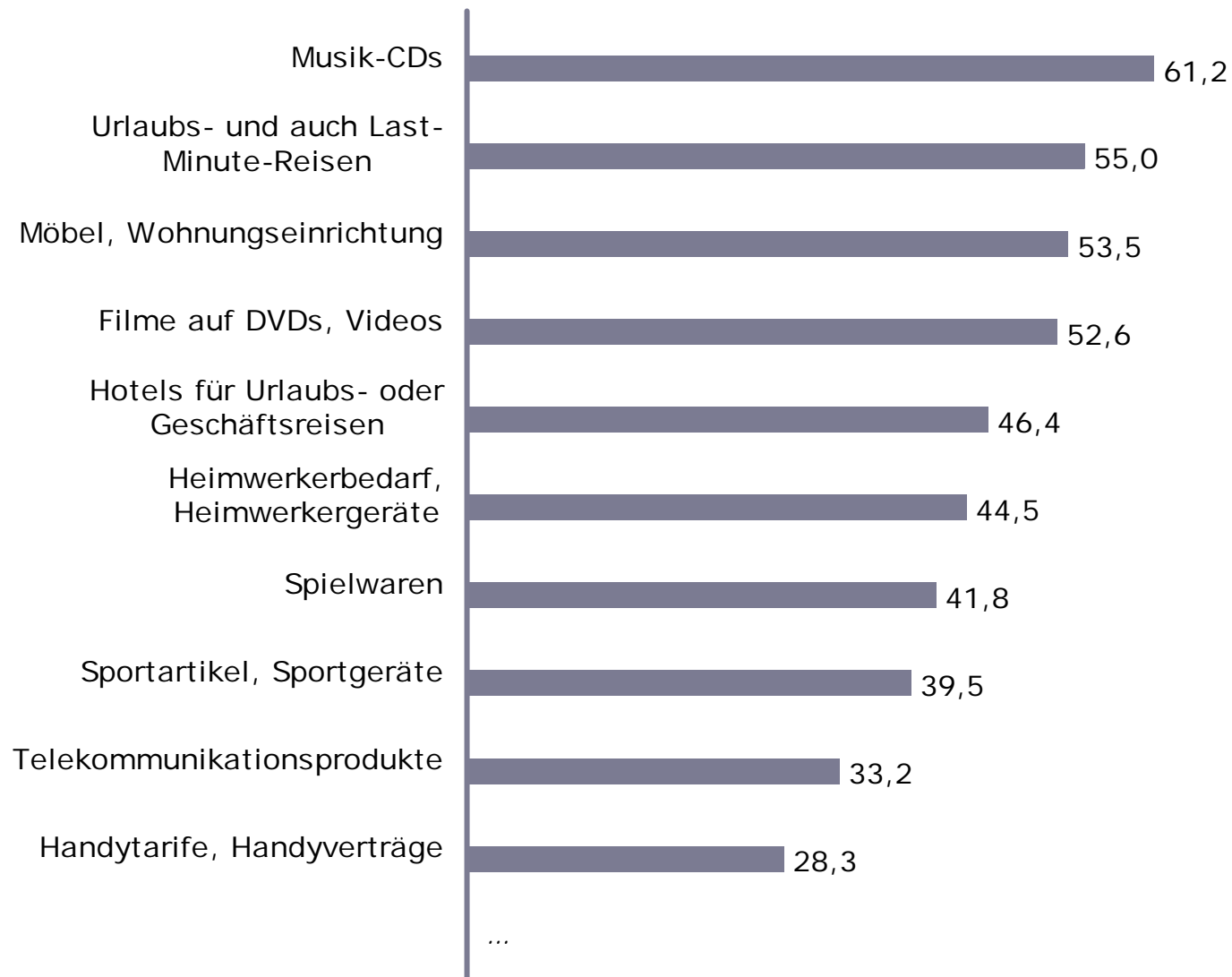


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent /  
 Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

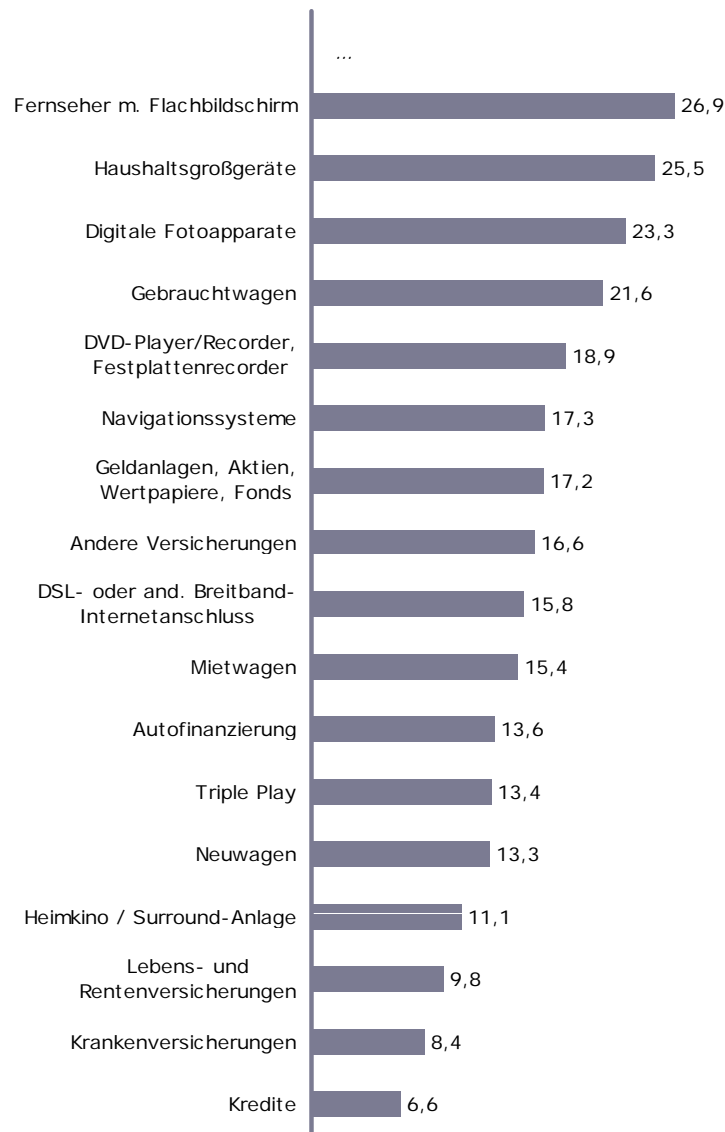
Top Produkte der Internetnutzer			Top Produkte Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Körperpflegeprodukte	61,8	93	1 Körperpflegeprodukte	75,9	115
2 Bücher	57,1	103	2 Zahnpflegeprodukte	74,7	123
3 Schuhe	55,0	96	3 Milchprodukte	71,6	129
4 Zahnpflegeprodukte	54,6	90	4 Alkoholfreie Getränke	68,9	124
5 Musik-CDs	51,2	104	5 Schuhe	62,9	110
6 Alkoholfreie Getränke	49,4	89	6 Wasch- oder Putzmittel	61,4	153
7 Milchprodukte	48,4	87	7 Haarpflegeprodukte	60,9	120
8 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	47,5	105	8 Damenbekleidung	57,7	118
9 Herrenbekleidung	46,0	101	9 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	56,2	123
10 Haarpflegeprodukte	45,8	91	10 Bücher	51,9	94
11 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	45,3	99	11 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	48,0	165
12 Damenbekleidung	44,9	92	12 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	46,2	101
13 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	43,2	113	13 Musik-CDs	45,2	92
14 Digitale Fotoapparate	41,4	116	14 Herrenbekleidung	44,3	98
15 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	41,0	89	15 Andere Versicherungen	43,0	143
16 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	40,1	102	16 Krankenversicherungen	42,6	165
17 Filme auf DVDs, Videos	39,8	118	17 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	41,0	91
18 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	38,0	100	18 Damenkosmetik	39,8	114
19 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	36,1	109	19 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	38,7	102
20 Süßwaren und salzige Snacks	35,3	99	20 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	38,1	97

Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.789 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-III

## Kaufplanung für Produkte (Top 10)



Basis: 103.731 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-III



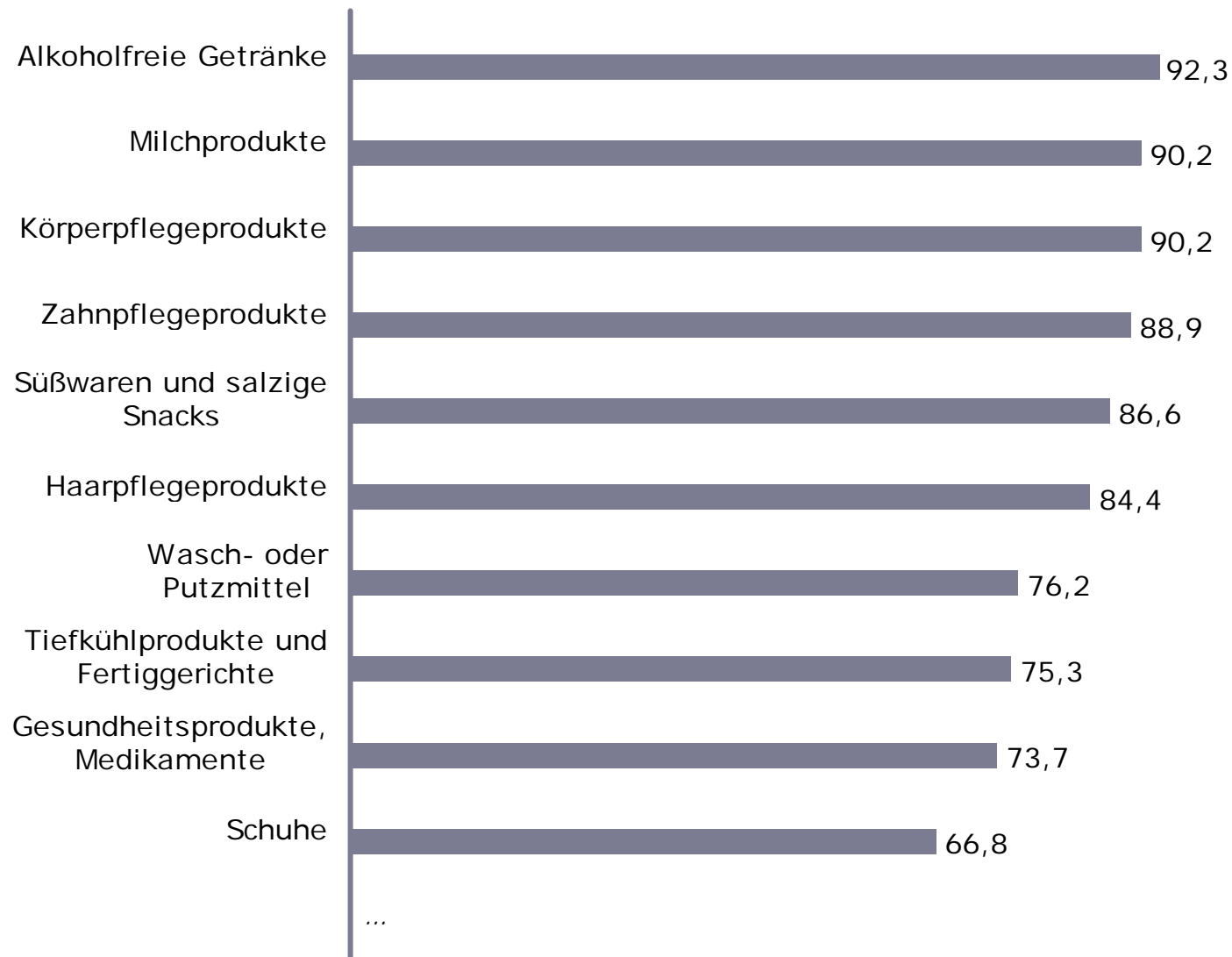
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 27 von insgesamt 27 Produkten  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III



Top-Produkte Kaufplanung der Internetnutzer			Top Produkte Kaufplanung der Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Musik-CDs	61,2	114	1 Musik-CDs	38,5	72
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	55,0	113	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	35,1	72
3 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	53,5	121	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	25,7	65
4 Filme auf DVDs, Videos	52,6	127	4 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	25,3	57
5 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	46,4	117	5 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	23,7	63
6 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	44,5	118	6 Spielwaren	23,3	65
7 Spielwaren	41,8	117	7 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	20,6	83
8 Sportartikel, Sportgeräte	39,5	130	8 Filme auf DVDs, Videos	18,1	44
9 Telekommunikationsprodukte	33,2	128	9 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	17,6	77
10 Handytarife, Handyverträge	28,3	130	10 Sportartikel, Sportgeräte	11,7	39
11 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	26,9	109	11 Digitale Fotoapparate	11,0	57
12 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	25,5	111	12 Telekommunikationsprodukte	10,9	42
13 Digitale Fotoapparate	23,3	120	13 Navigationssysteme	9,4	64
14 Gebrauchtwagen	21,6	126	14 Handytarife, Handyverträge	8,2	37
15 DVD-Player/-Recorder, Festplattenrecorder	18,9	124	15 Neuwagen	8,1	70
16 Navigationssysteme	17,3	117	16 Gebrauchtwagen	7,9	46
17 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	17,2	123	17 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	7,5	54
18 Andere Versicherungen	16,6	129	18 DVD-Player/-Recorder, Festplattenrecorder	7,5	49
19 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	15,8	123	19 DSL- oder and. Breitband-Internetanschluss	6,4	50
20 Mietwagen	15,4	137	20 Triple Play (Fernsehen, Telefon, Internet)	6,3	57

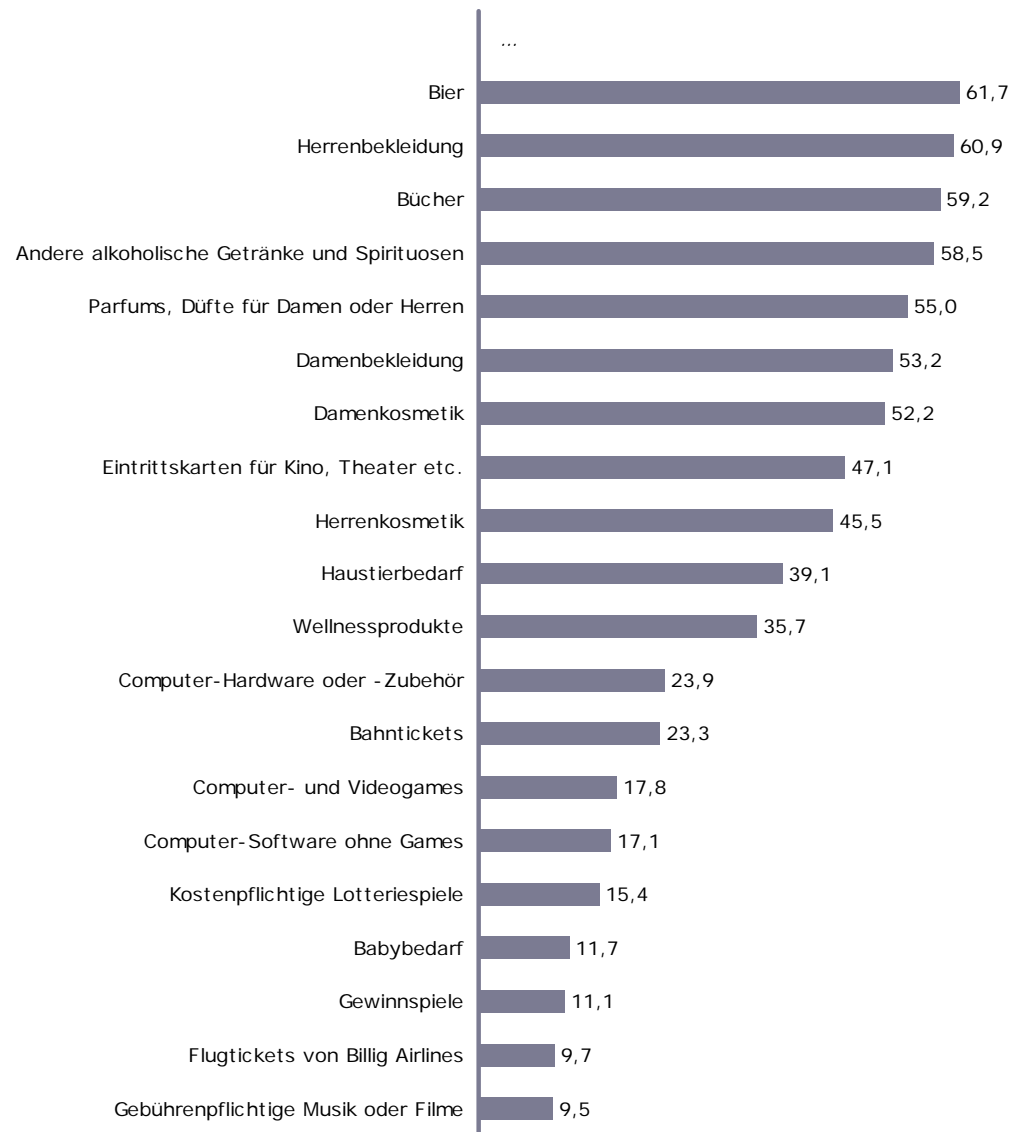
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.789 ungewichtete Fälle (Nicht Internet-Nutzer ab 14 Jahren / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 1 bis 20 von insgesamt 27 Produkten  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

# Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)

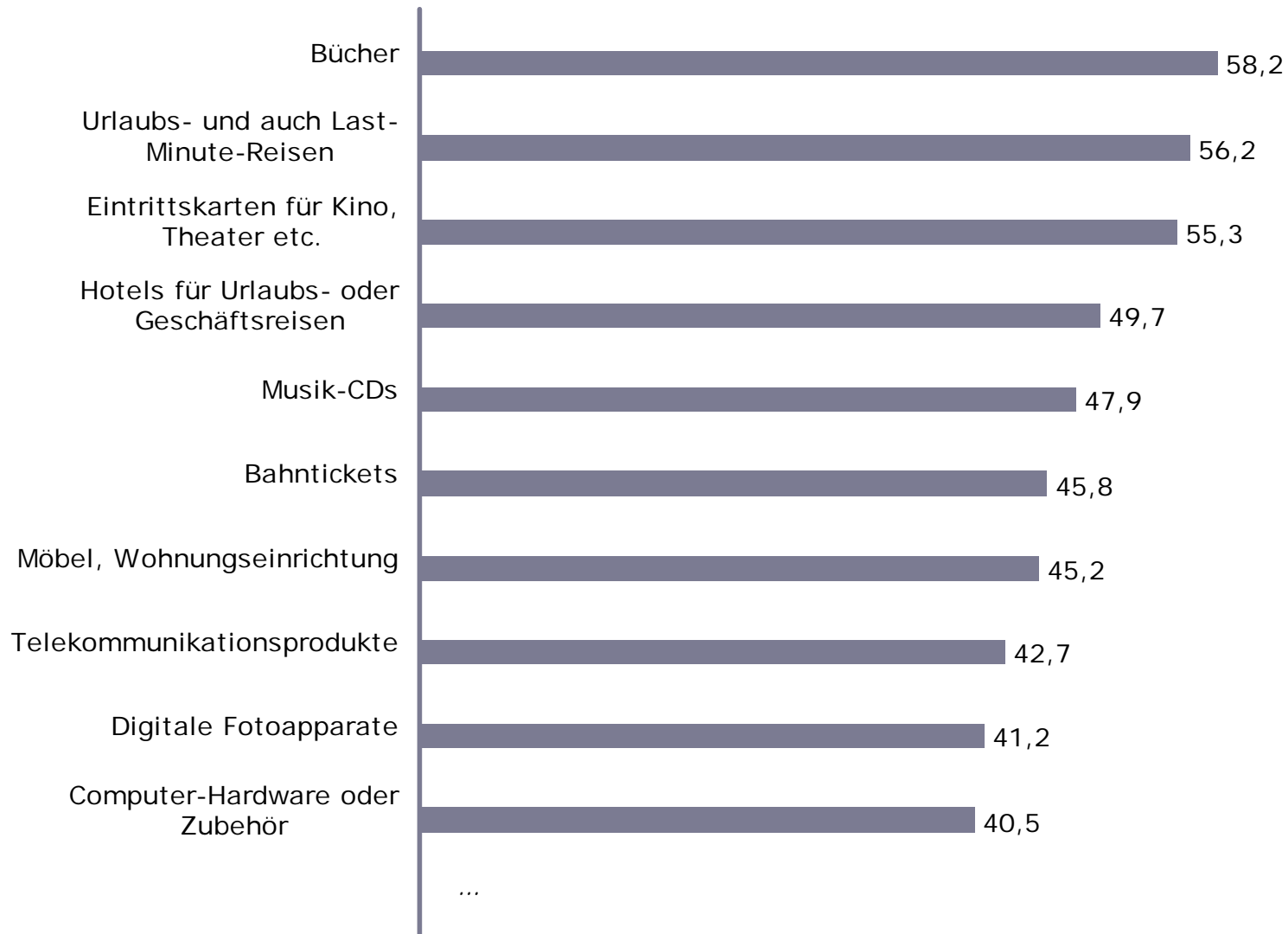


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für die Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

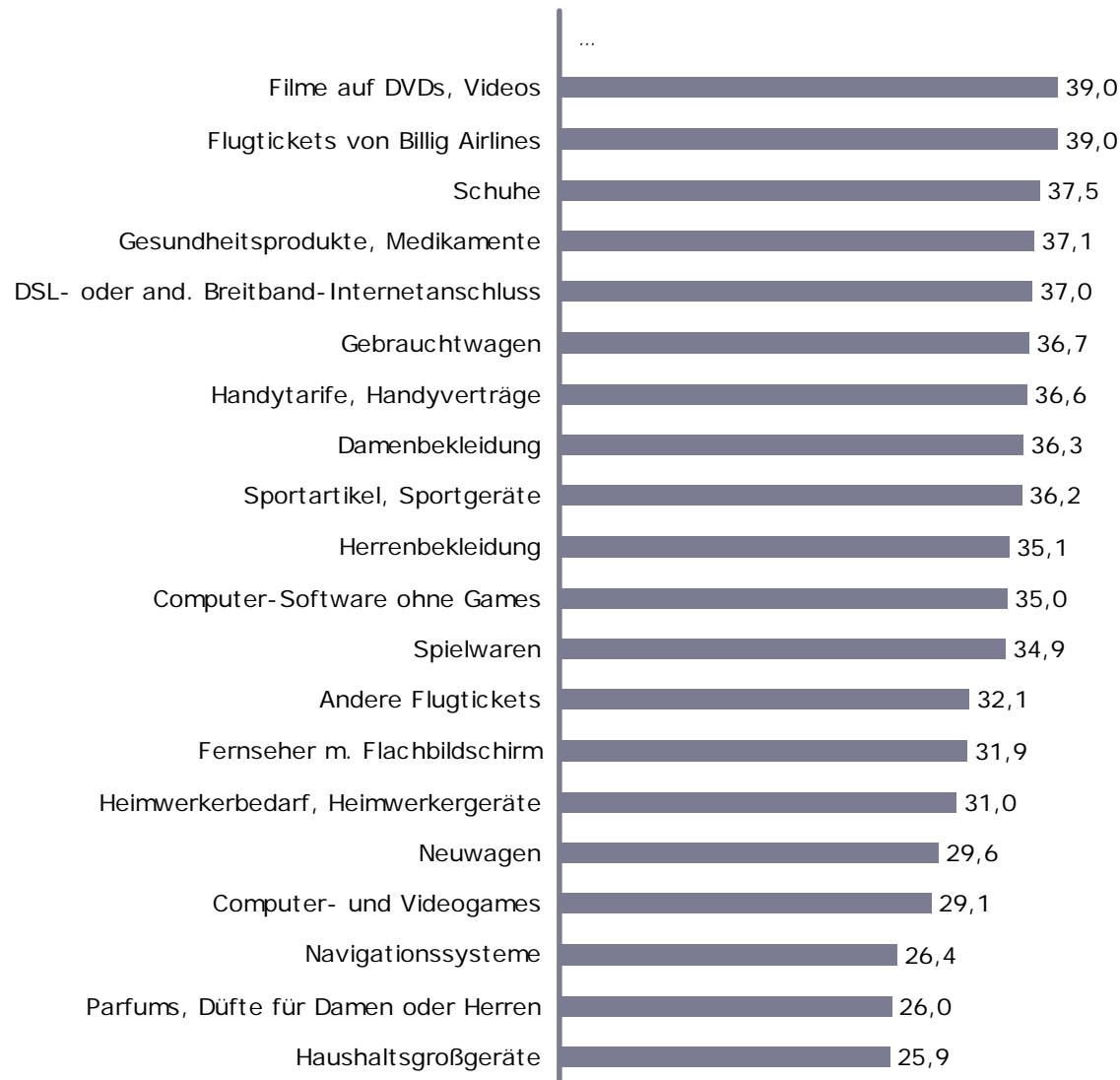
# Produktkäufe in den letzten 3 Monaten – Platz 11 bis 30



Basis: 103.731 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-III



Basis: 103.731 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-III

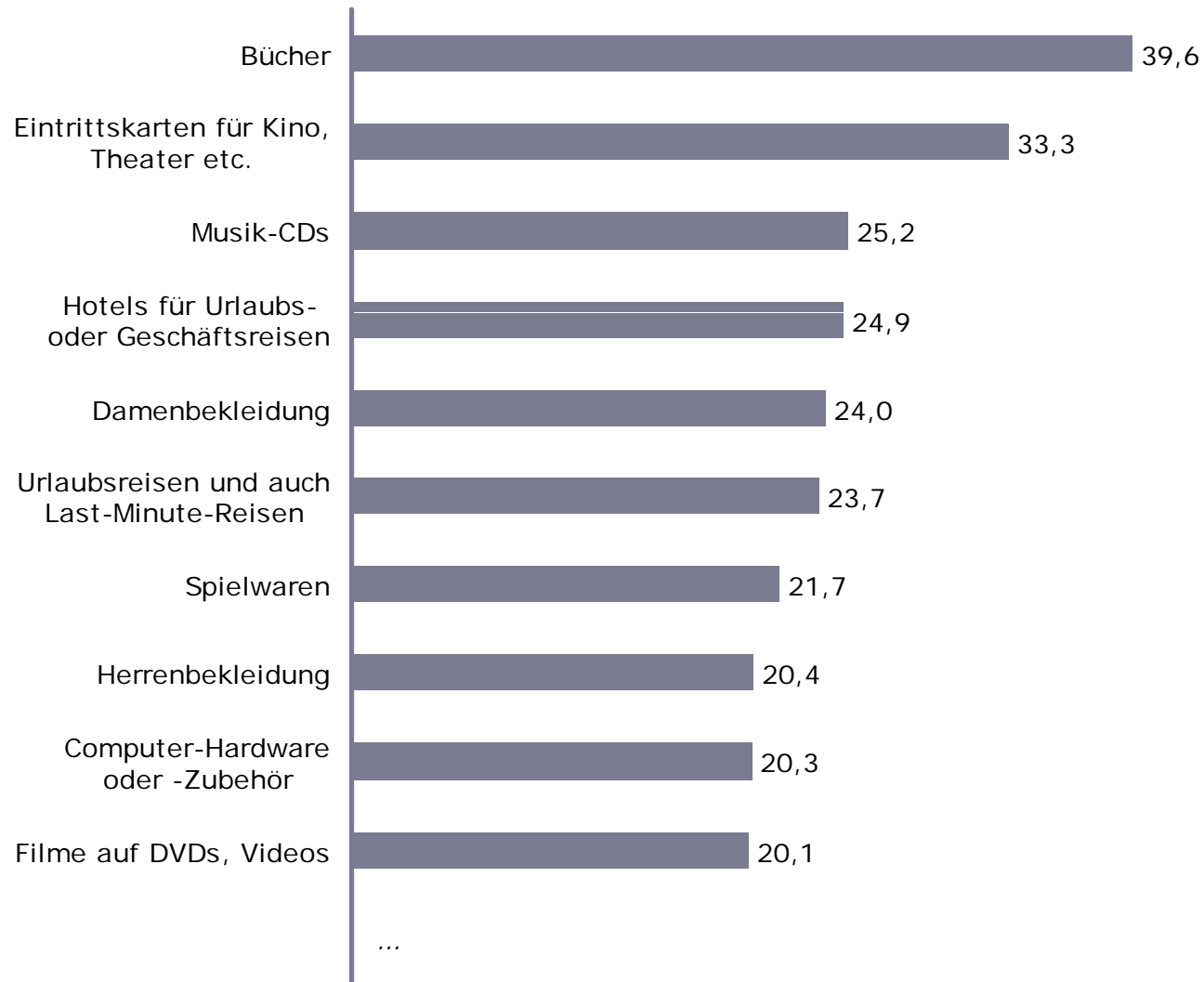


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	66,3	1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	62,7
2 Musik-CDs	63,2	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	57,7
3 Filme auf DVDs, Videos	59,4	3 Bücher	57,2
4 Telekommunikationsprodukte	59,3	4 Musik-CDs	56,9
5 Schuhe	56,7	5 Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	54,5
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	65,9	1 Bücher	61,3
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	61,8	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	59,5
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	58,2	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	55,5
4 Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	55,5	4 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,4
5 Spielwaren	53,8	5 Musik-CDs	49,0
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	57,2	1 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,3
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	56,3	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	52,6
3 Bücher	54,7	3 Bücher	50,2
4 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	47,6	4 Bahntickets	43,9
5 Bahntickets	43,7	5 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	37,3

Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

## Produkte im Internet gekauft (Top 10)

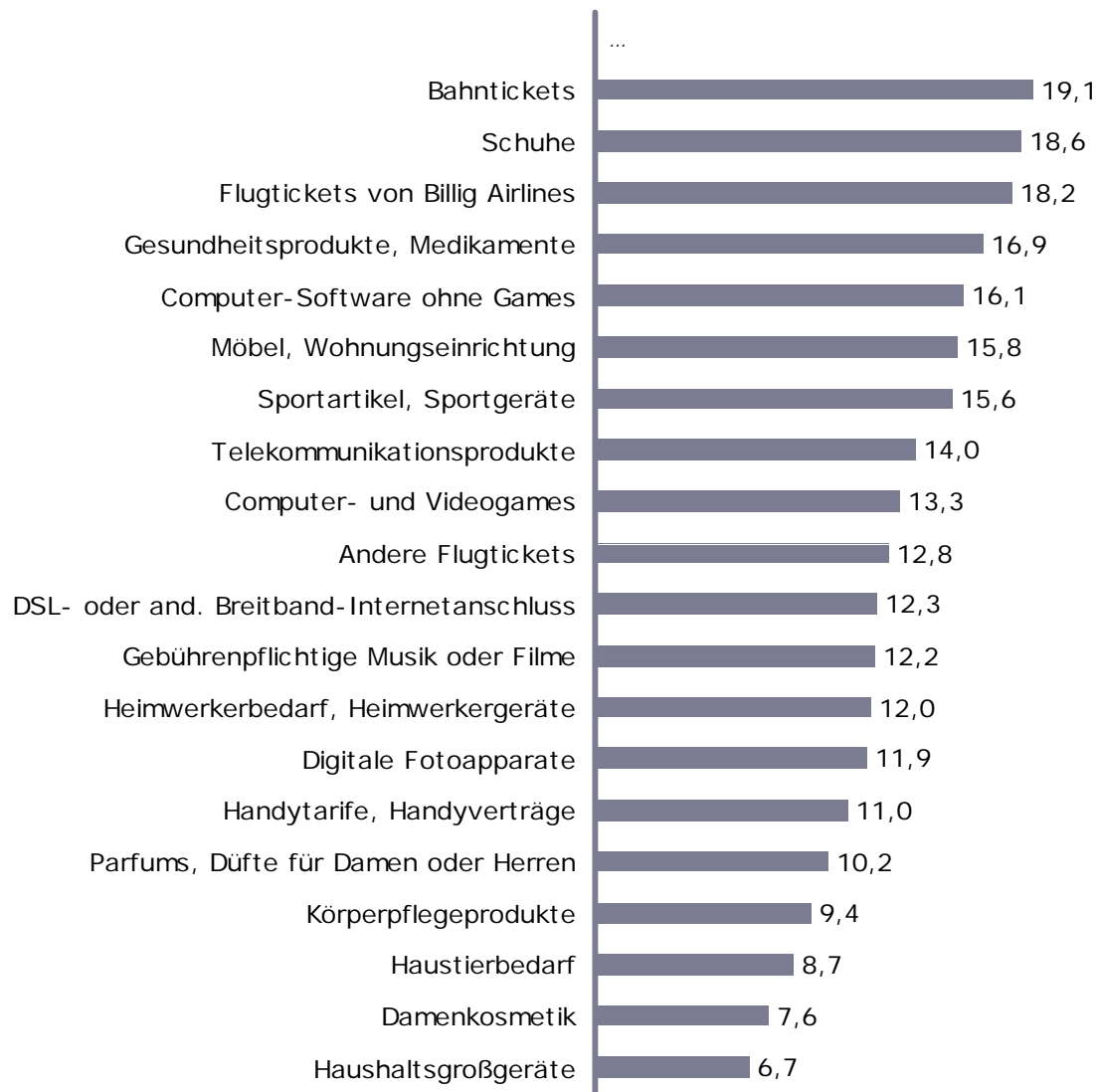


Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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-III

## Produkte im Internet gekauft – Platz 11 bis 30



Basis: 103.731 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-III



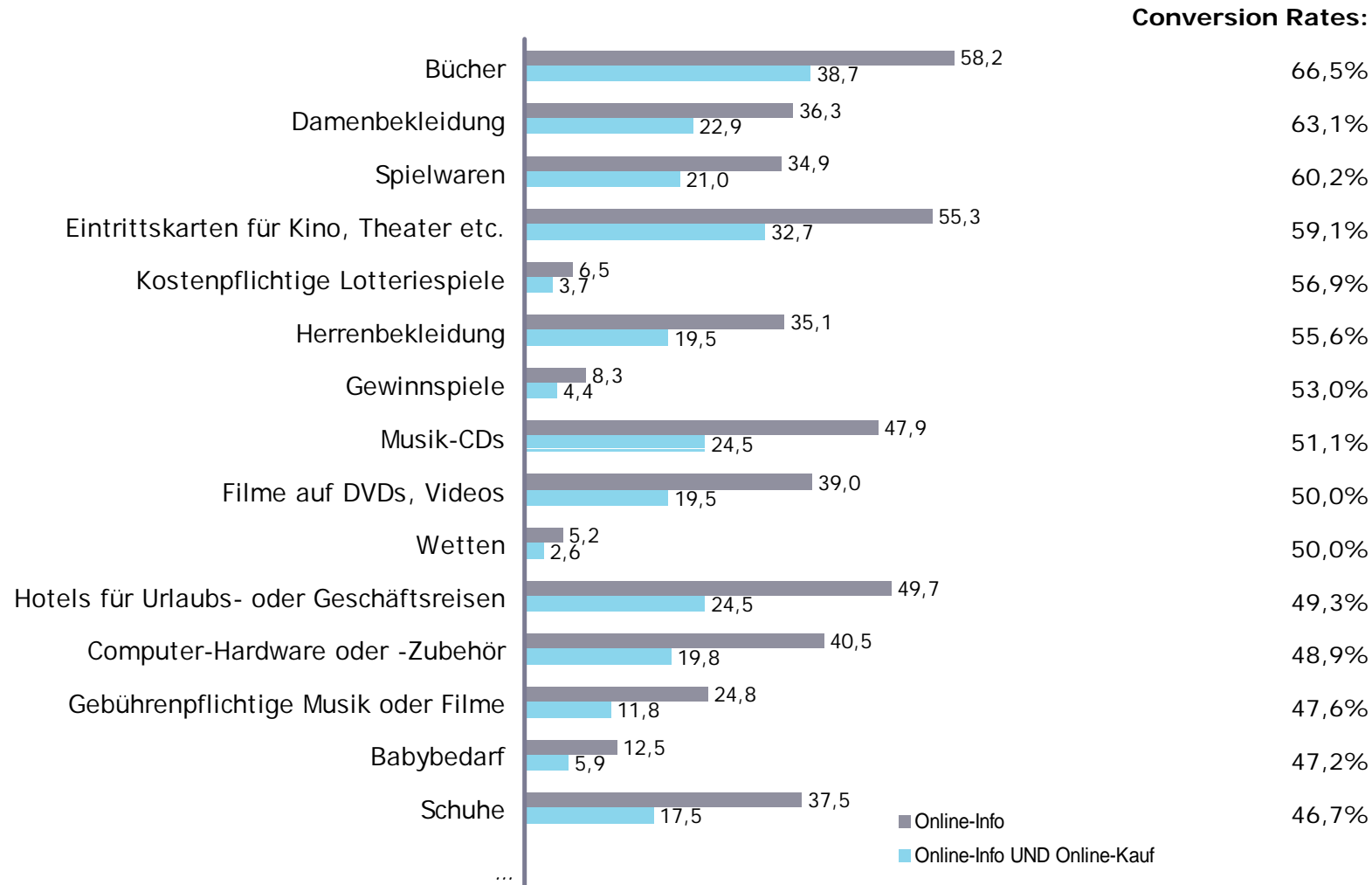
14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	34,0	1 Bücher	41,2
2 Bücher	27,3	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	38,9
3 Schuhe	26,3	3 Musik-CDs	31,4
4 Musik-CDs	25,6	4 Filme auf DVDs, Videos	29,3
5 Filme auf DVDs, Videos	23,4	5 Damenbekleidung	28,7
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	48,5	1 Bücher	42,8
2 Spielwaren	37,6	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	34,0
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	36,1	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,7
4 Damenbekleidung	30,6	4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	26,5
5 Musik-CDs	29,4	5 Musik-CDs	26,4
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Bücher	37,6	1 Bücher	30,6
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,2	2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	27,9
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	28,9	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	23,4
4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	25,9	4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	22,8
5 Damenbekleidung	20,5	5 Bahntickets	19,8

Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

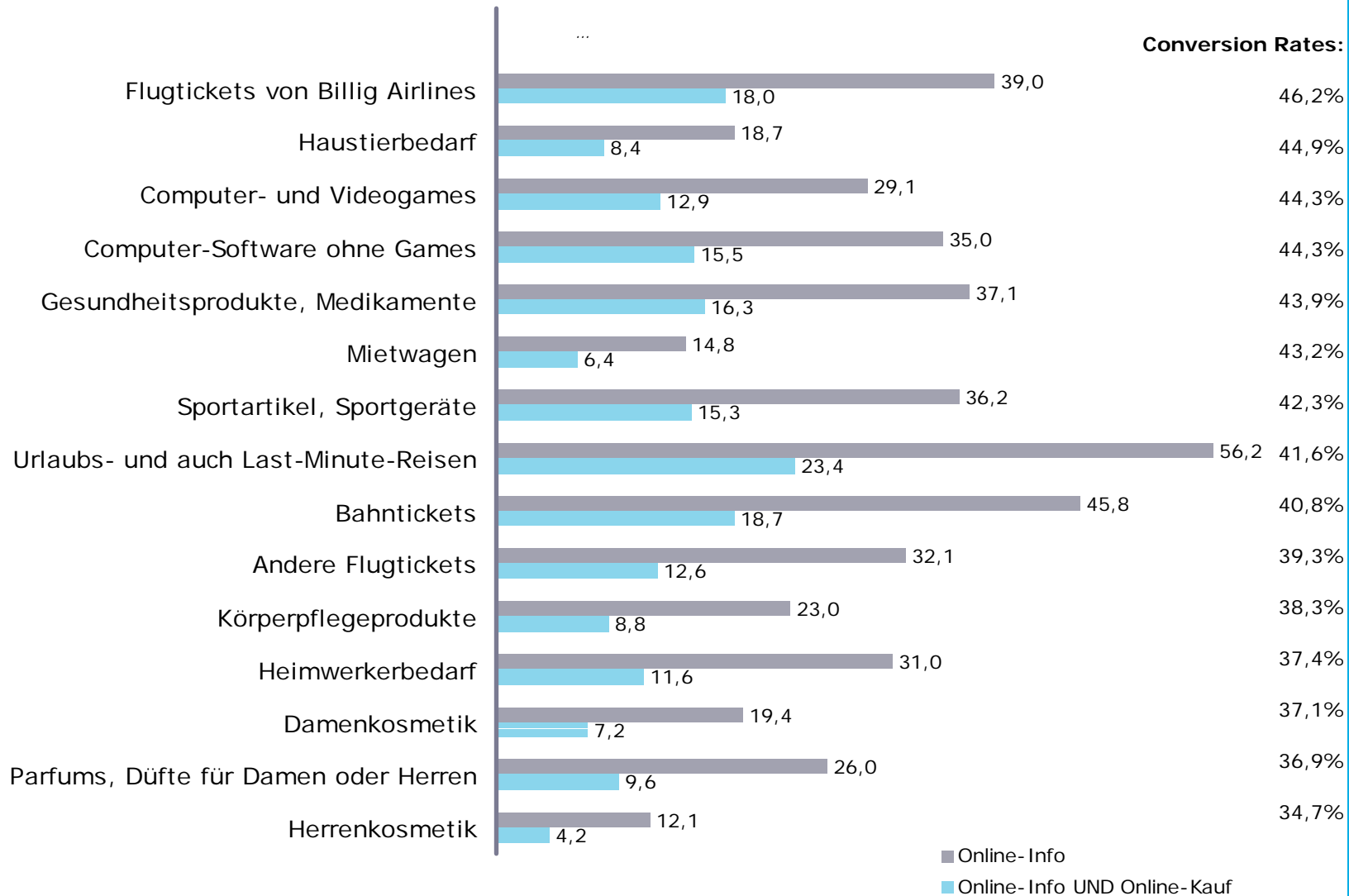
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten

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

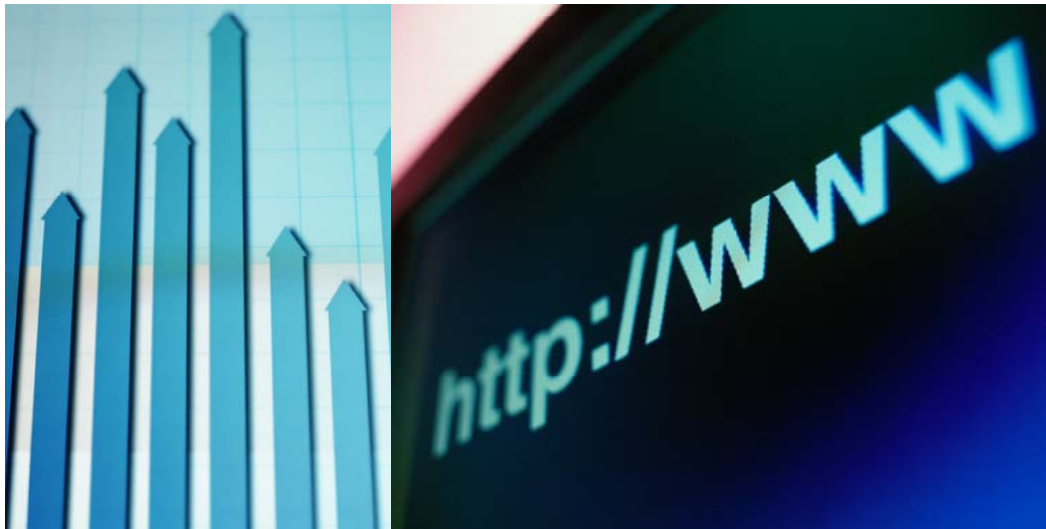
# Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 103.731 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-III



Basis: 103.731 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-III



## Graphiken zu den Rankings

*Durchschnittlicher Monat*

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	51,2	22,27
United Internet Media	2	46,4	20,17
TOMORROW FOCUS	3	45,8	19,93
SevenOne Media	4	44,3	19,27
AOL Media Netzwerk	5	38,5	16,73
Ströer Interactive	6	35,1	15,26
Microsoft Advertising	7	33,8	14,71
IP Deutschland	8	33,1	14,39
iq digital media marketing	9	32,9	14,31
Axel Springer	10	31,4	13,64
Yahoo! Deutschland	11	30,9	13,45
AdLINK Media Deutschland & Hi-media	12	30,7	13,36
ad pepper media	13	29,2	12,69
freeXmedia	14	28,8	12,54
OMS	15	27,6	12,02
G+J Electronic Media Sales	16	27,3	11,88
SPIEGEL QC	17	23,0	10,02
Unister Media	18	15,9	6,90
MySpace/Fox Interactive Media	19	11,2	4,86
eBay Advertising Group	20	9,4	4,08

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat  
im Untersuchungszeitraum Juli bis September 2009  
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

*Durchschnittlicher Monat*

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet-User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
QUARTER MEDIA	21	8,2	3,56
netpoint media	22	7,9	3,44
Glam Media	23	7,7	3,35
AdImpulse Media	24	6,9	3,01
guentiger.de Verlag	25	6,0	2,62
MAIRDUMONT MEDIA	26	5,8	2,53
Fantastic Zero	27	5,7	2,46
konstruktiv	28	5,0	2,19
Business Advertising	29	4,6	1,98
Urban Media	30	4,4	1,93
RealGames Europe	31	4,4	1,91
BAUER MEDIA	32	3,9	1,71
QWERTZ-Media	33	3,9	1,69
GoYellow	34	3,4	1,49
WerbeWeischer	35	3,4	1,47
VIACOM Brand Solutions	36	3,0	1,30
mokono	36	3,0	1,30
TripleDoubleU	38	2,7	1,19
TripAdvisor	38	2,7	1,19
Axel Springer Financial Media   wallstreet:online	40	2,1	0,91

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat  
im Untersuchungszeitraum Juli bis September 2009  
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

*Durchschnittlicher Monat*

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet-User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
CommonMedia	41	2,0	0,87
Greater Union Filmpalast	42	1,8	0,77
TG Publishing	43	1,7	0,72
magnus.de	44	1,6	0,70
WORT & BILD VERLAG Konradshöhe	45	1,5	0,66
teltarif.de Onlineverlag	46	1,5	0,64
ADselect	46	1,5	0,64
Codex Media	48	1,3	0,57
mediaroute	48	1,3	0,57
OnVista Media	50	1,3	0,55
Warner Music Group - adflames Media	51	1,2	0,50
IDG Communications Media	52	1,0	0,45
Adconion Media Group	53	0,9	0,41
reachnet	54	0,9	0,38
urbi AD orbi	55	0,8	0,33
AdBerry Media	55	0,8	0,33
Vertical Network Media	57	0,7	0,30
Andreae-Noris Zahn	58	0,7	0,29
mediaflite	59	0,6	0,27
NetMediaEurope Deutschland	60	0,5	0,23

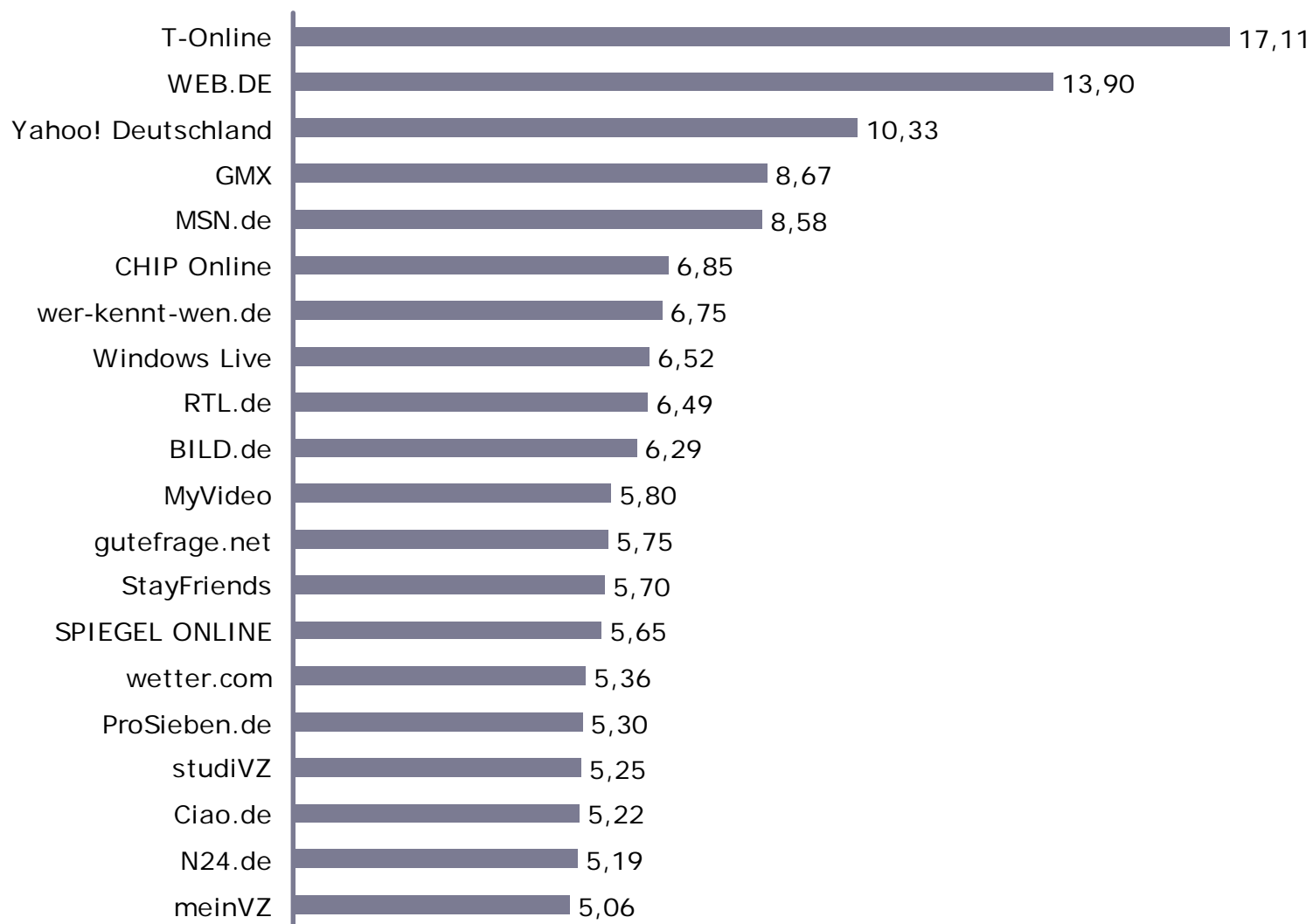
Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat  
im Untersuchungszeitraum Juli bis September 2009  
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III

*Durchschnittlicher Monat*

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet-User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
AdTiger.de	61	0,5	0,20
WEB FINANCIAL GROUP	61	0,5	0,20
MEDIENHAUS.de	63	0,3	0,14
Medienwirtschaft Verlag	64	0,3	0,13
xplosion media	65	0,3	0,12
Verlag Werben & Verkaufen	66	0,3	0,11
RTL Radiovermarktung	67	0,2	0,08
artnet	67	0,2	0,08
SOMA 2	69	0,1	0,06
Euro Klassik	70	0,1	0,05
krebomedia	71	0,1	0,02

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat  
im Untersuchungszeitraum Juli bis September 2009  
Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III





Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat im Untersuchungszeitraum Juli bis September 2009  
 Basis: 103.731 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) /  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-III



## Graphik 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

**Daten-  
satz I**

**Telefonische  
Basisbefragung**  
(Grundgesamtheit  
Gesamtbev. 14+)  
Säule III

**Daten-  
satz II**  
**= internet  
facts**