

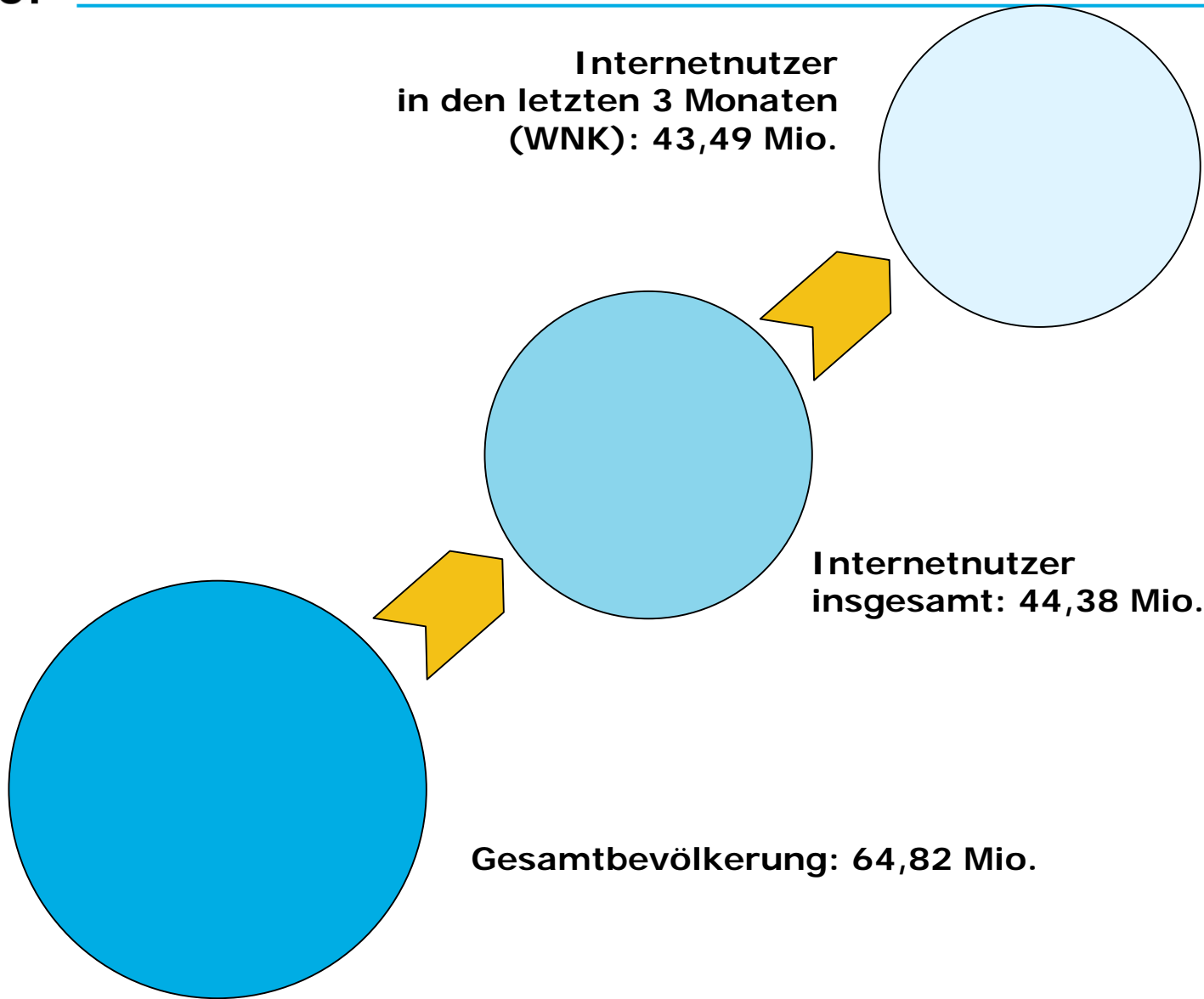


internet facts 2009-IV Grafiken zu dem Berichtsband

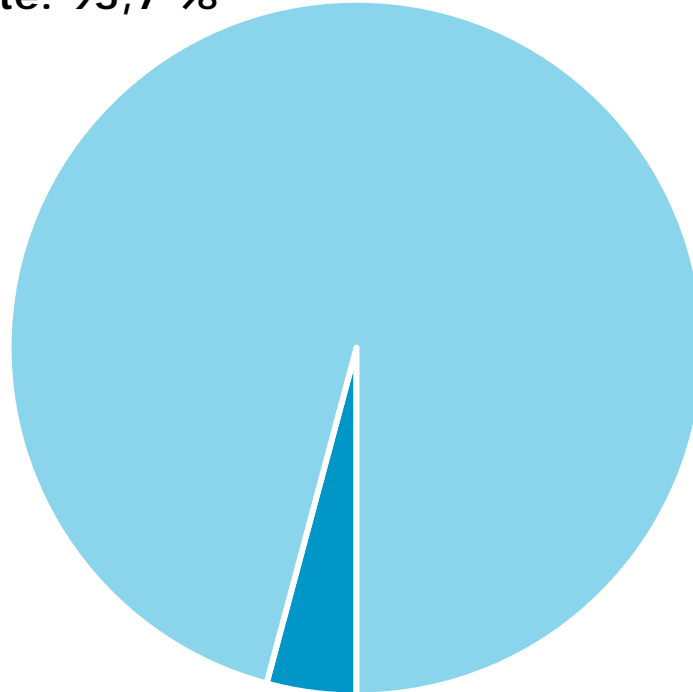
AGOF e.V. März 2010



Grafiken zur Internetnutzung

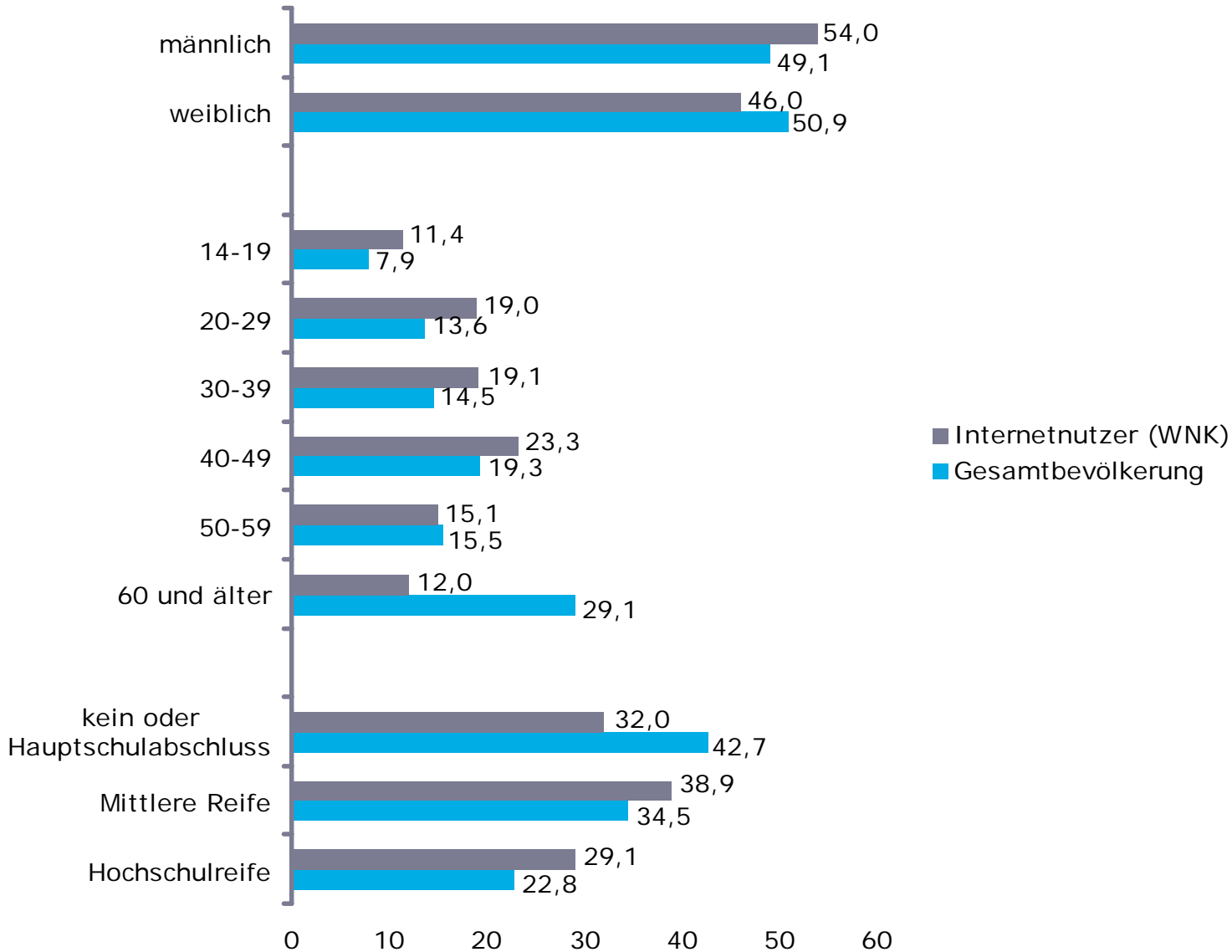


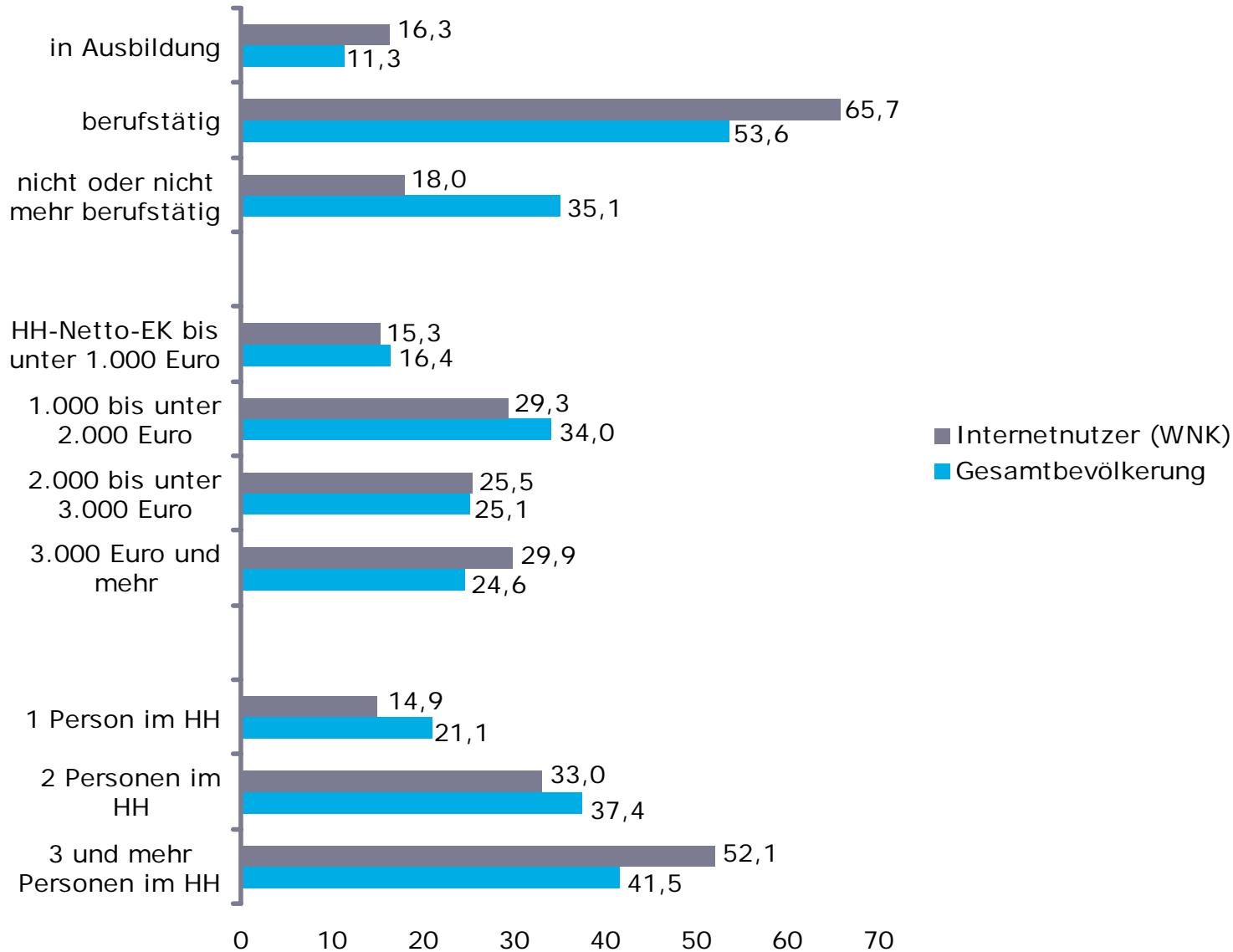
Nutzung
AGOF Angebote: 95,7 %

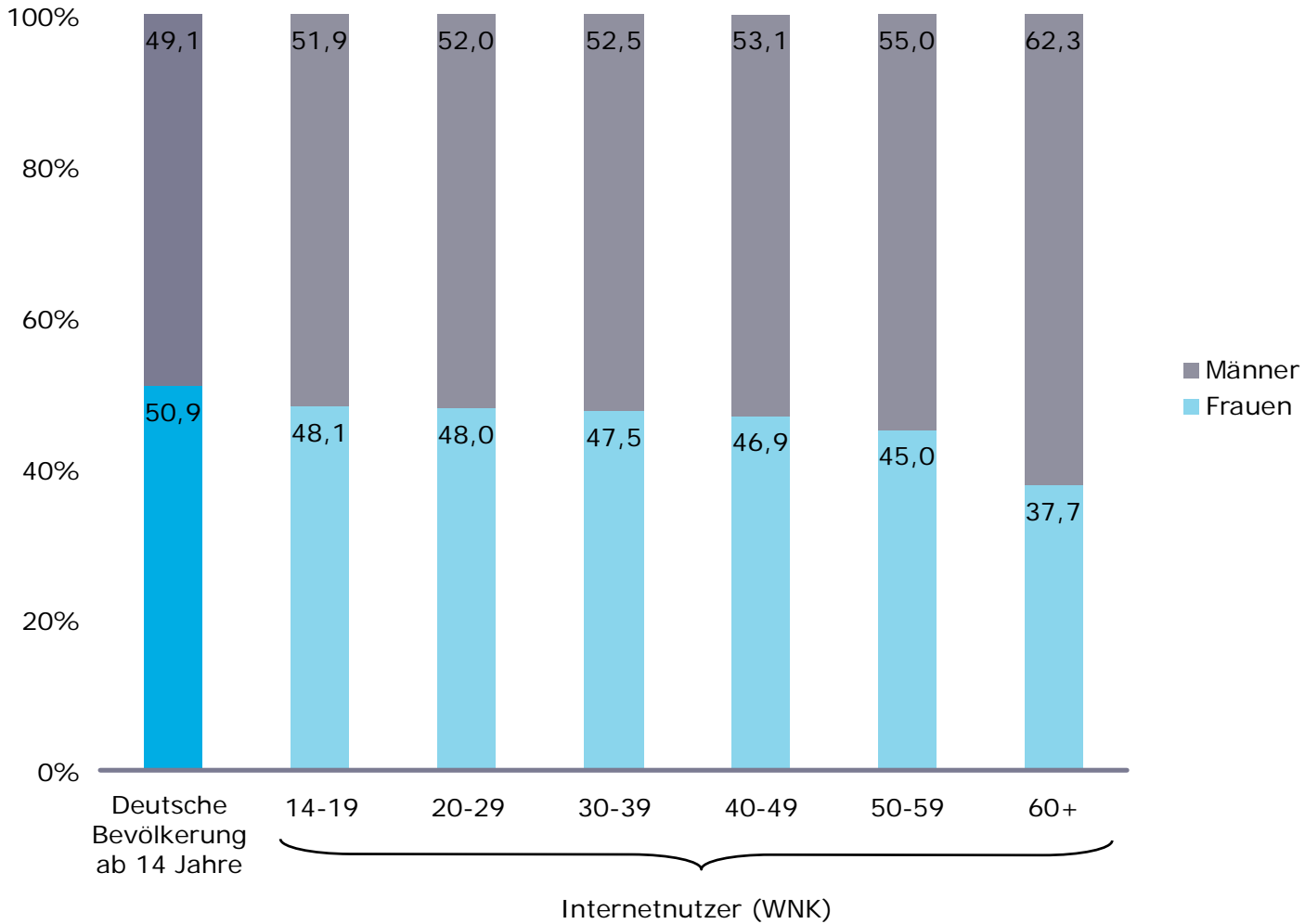


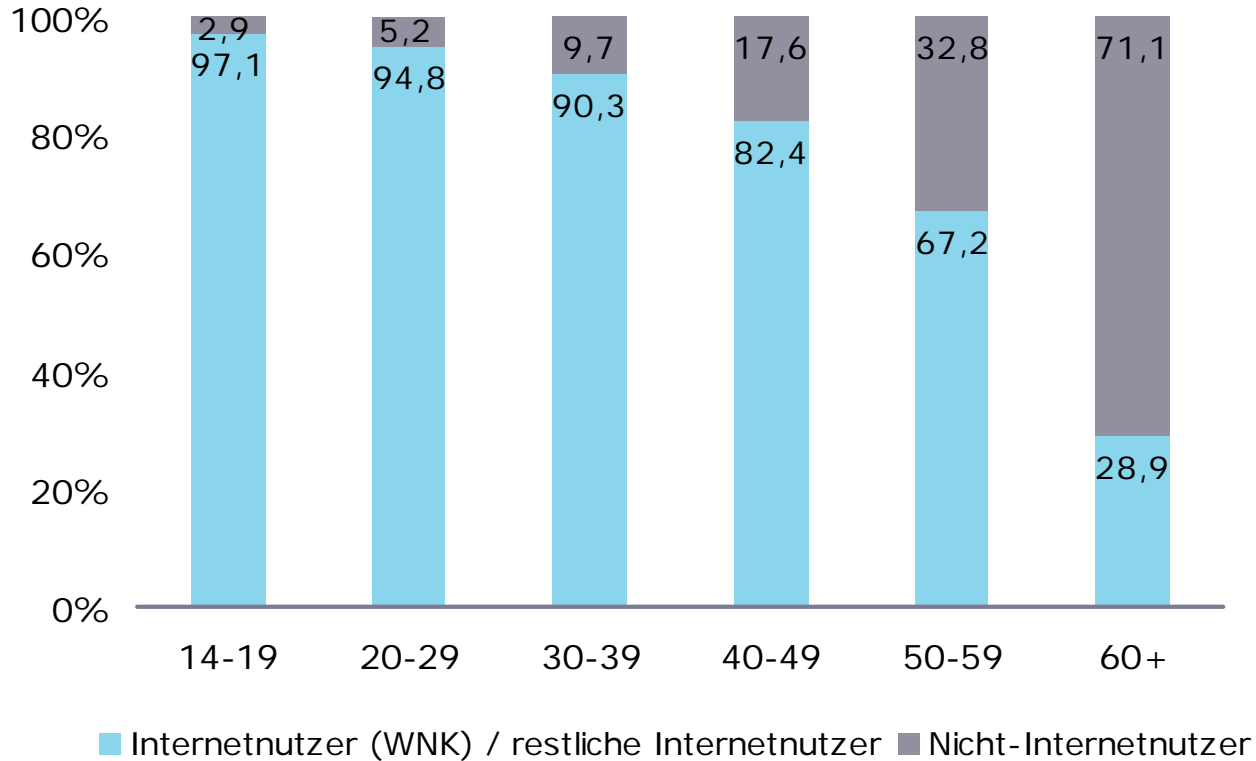
Keine Nutzung AGOF
Angebote: 4,3 %

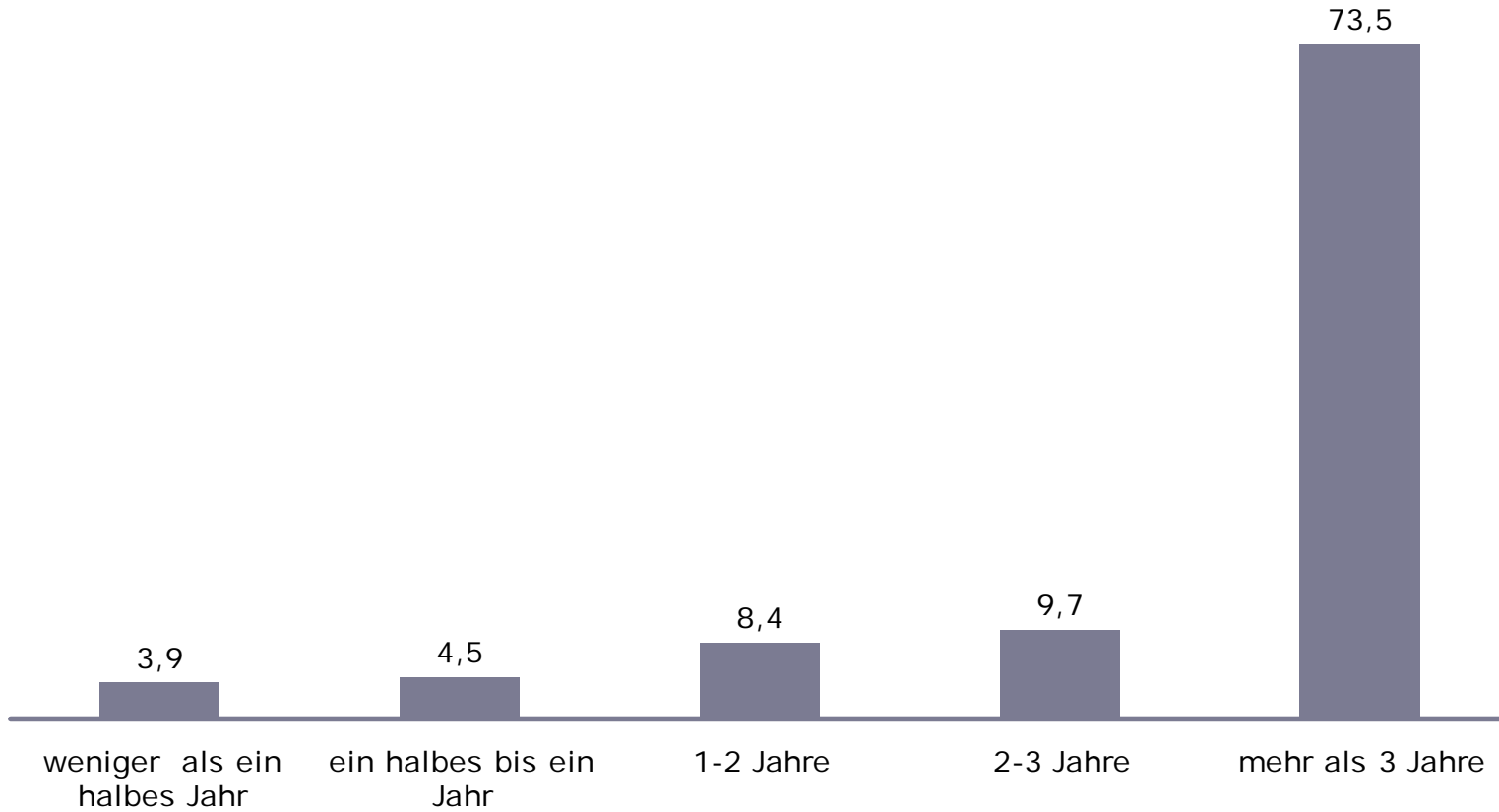
Soziodemografie Onliner vs. Bevölkerung



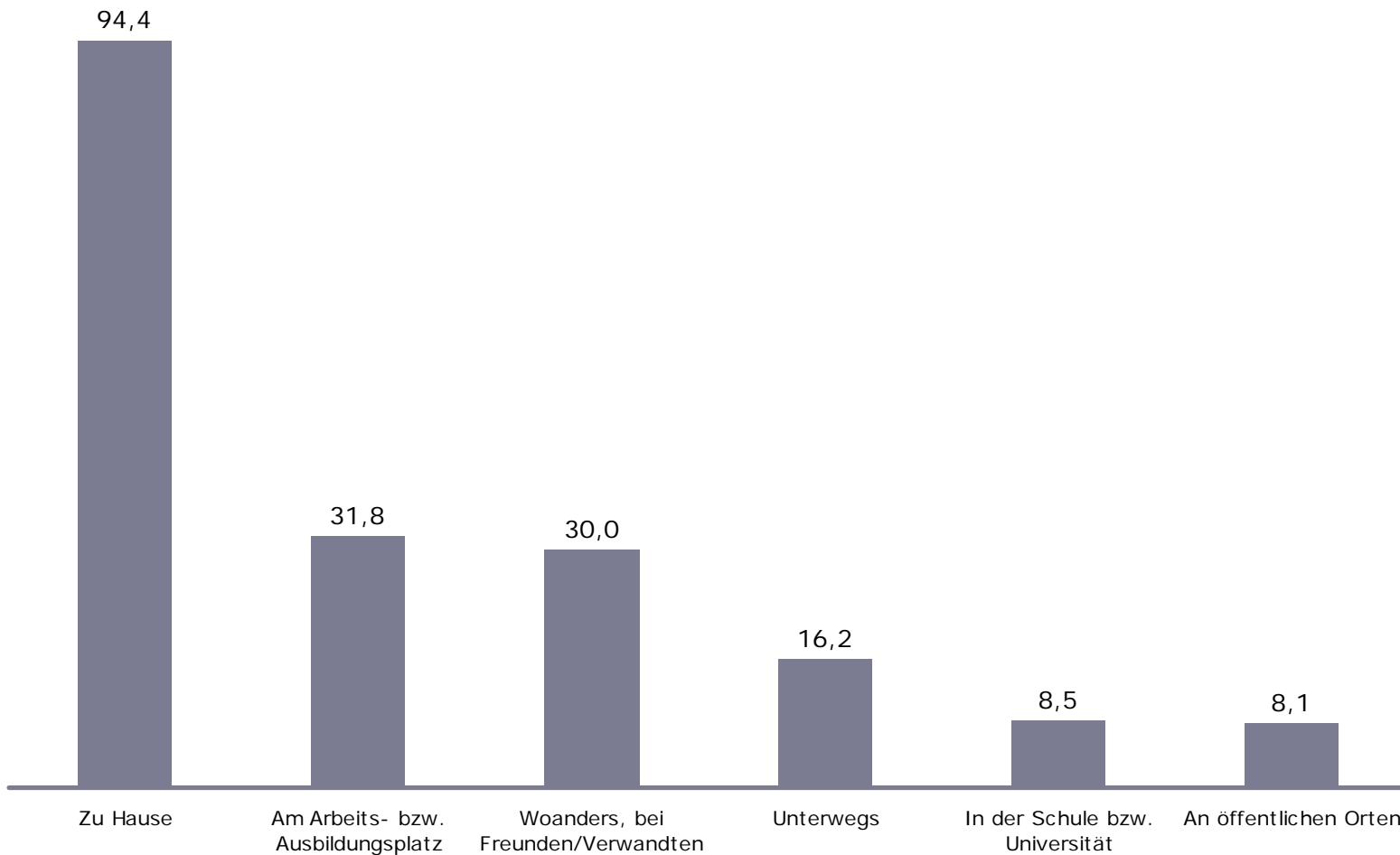




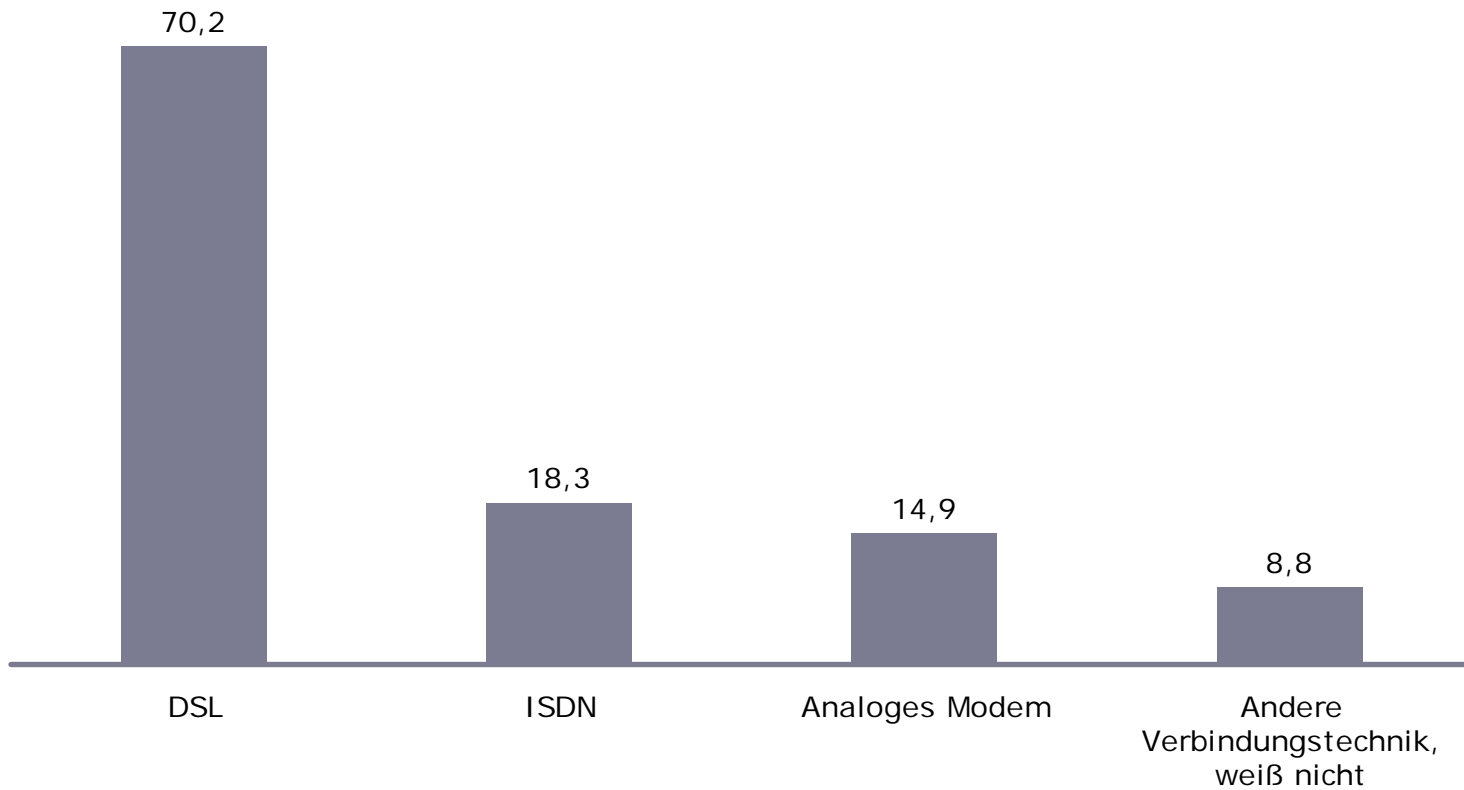




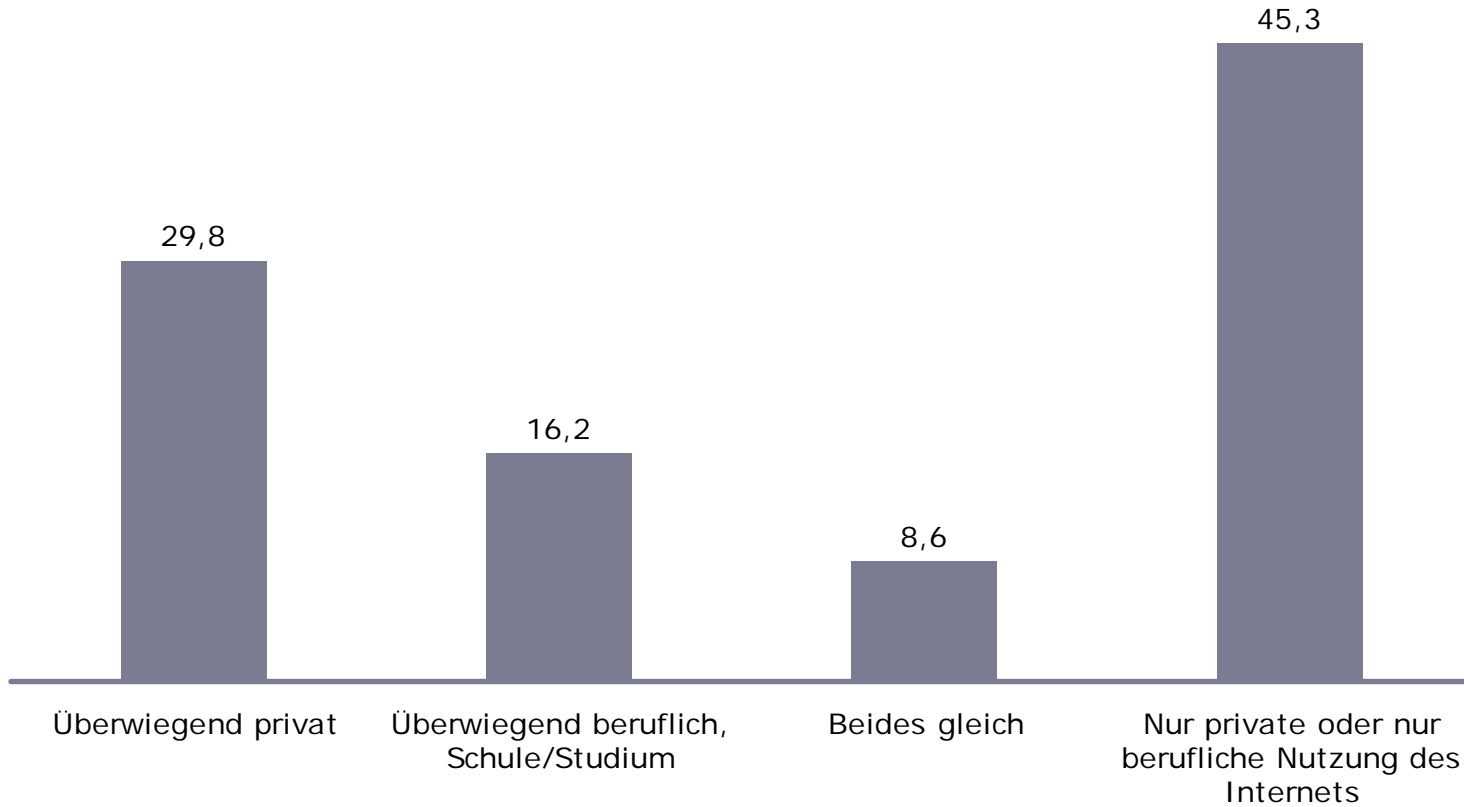
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV



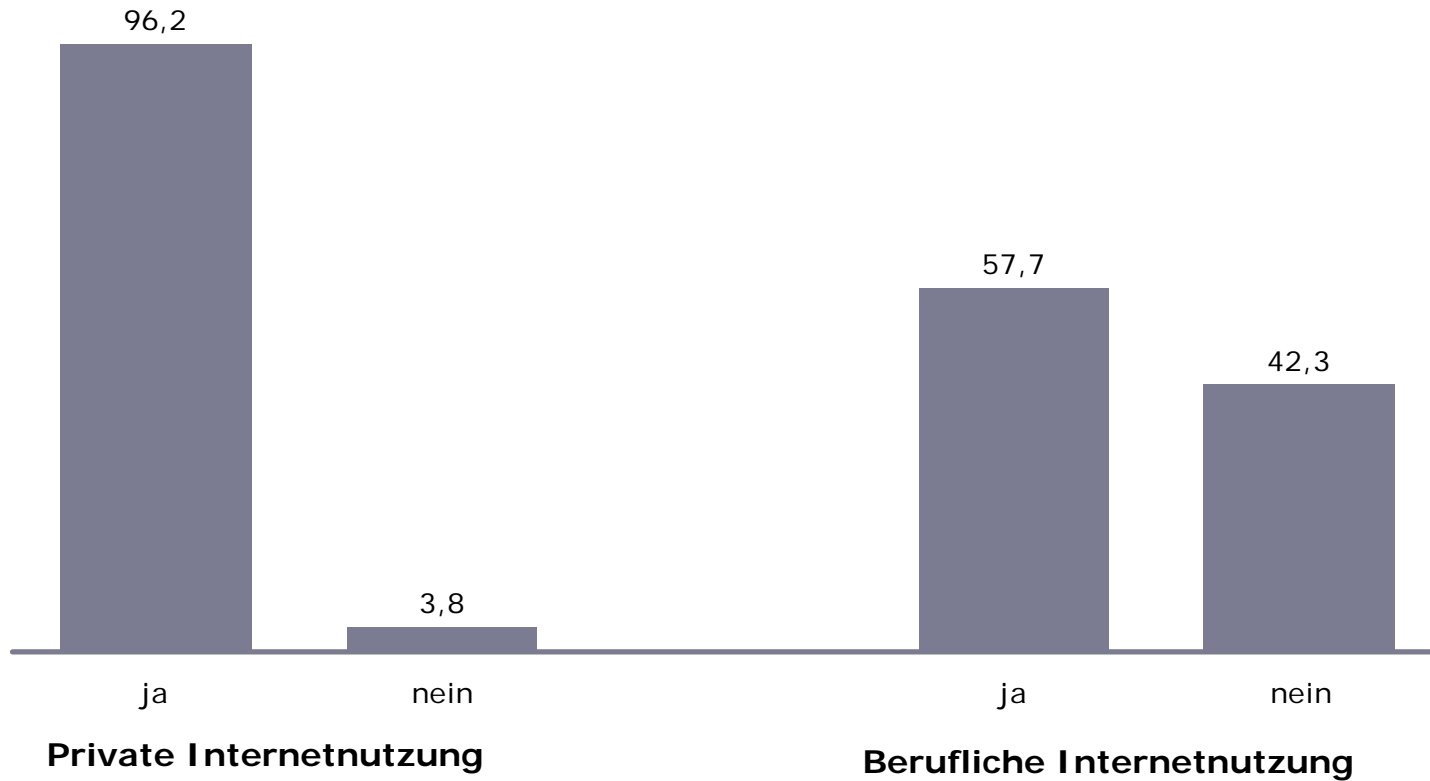
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV



Basis: 98.179 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-IV



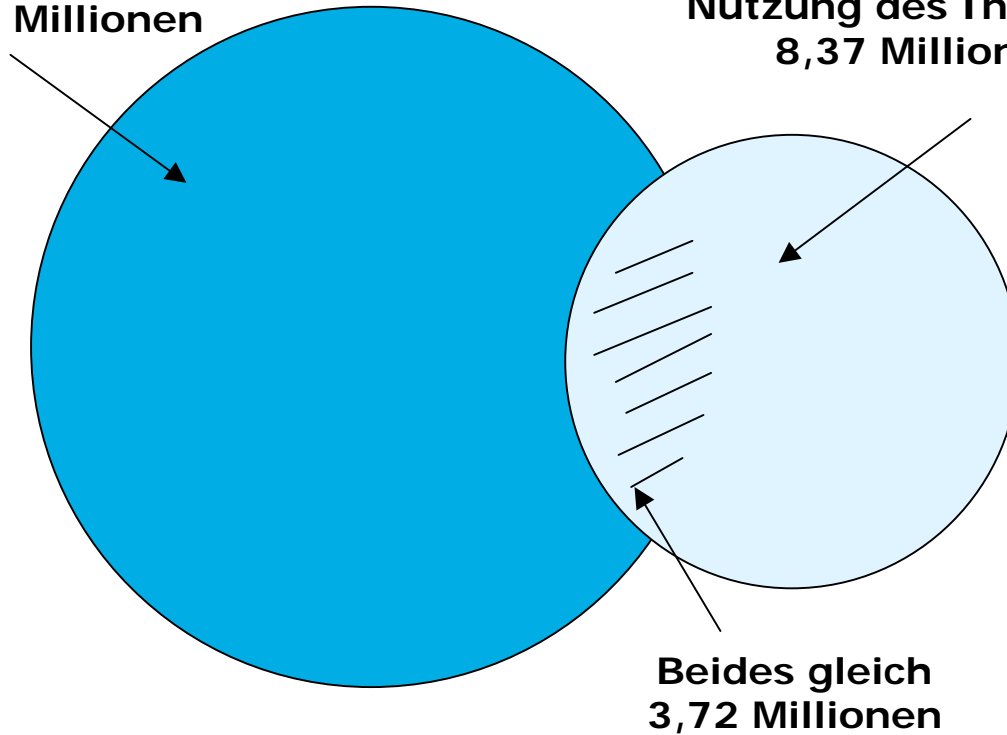
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV



Basis: 104.081 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-IV

**Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
31,00 Millionen**

**Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
8,37 Millionen**

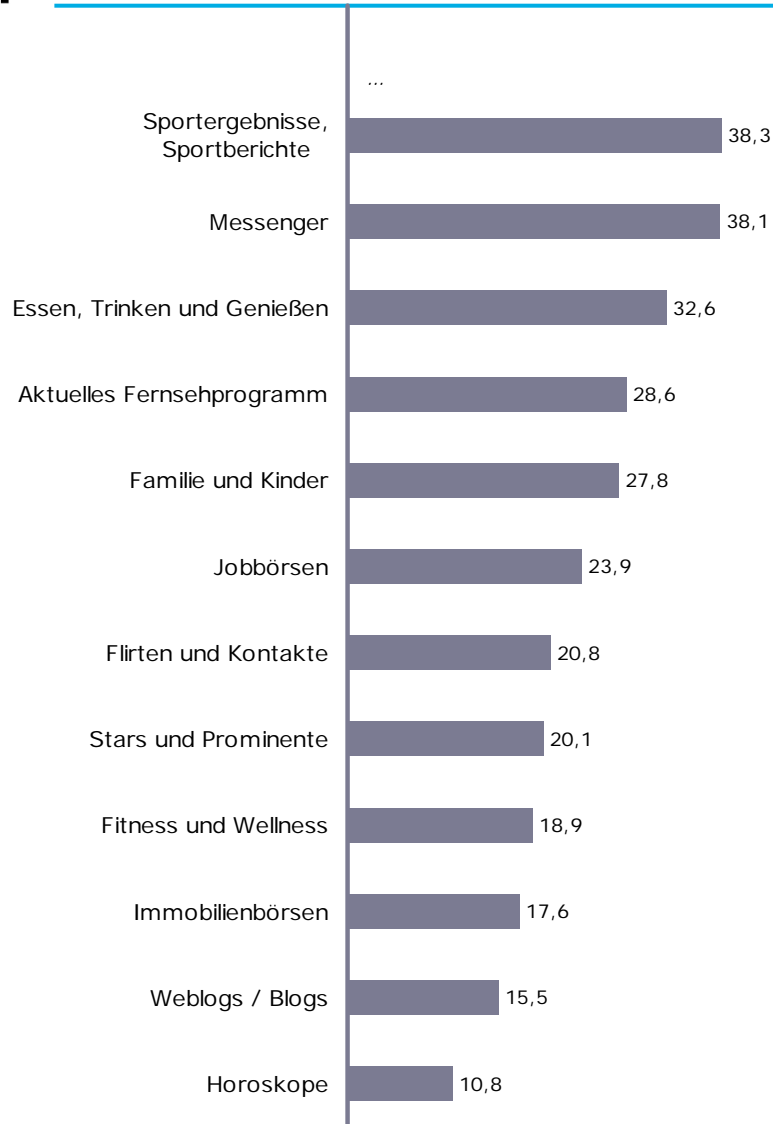




Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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-IV

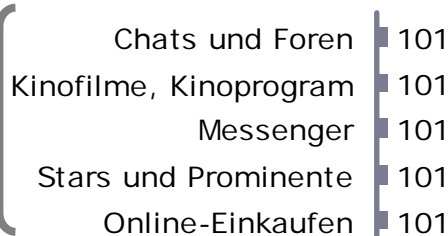


Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

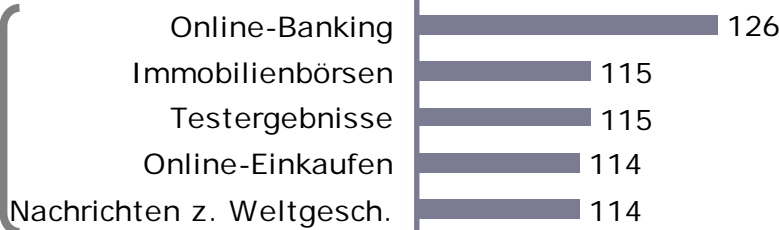
„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 22 von insgesamt 22 Themen

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

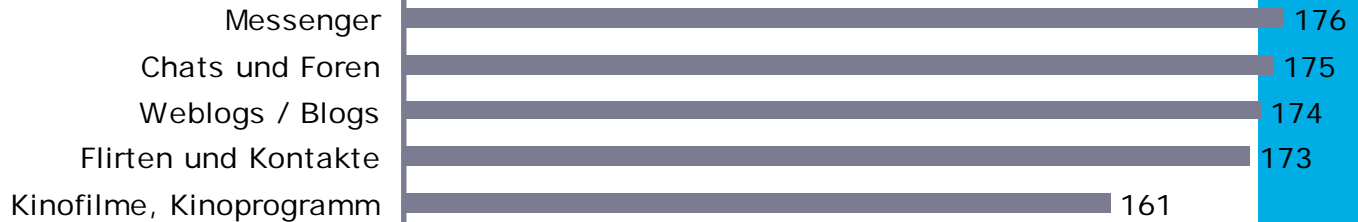
Nutzung zu Hause:
94,4% / 41,04 Mio.



Nutzung am Arbeits- / Ausbildungsort:
31,8% / 13,84 Mio.



Nutzung in der Schule / Uni
8,5% / 3,69 Mio.



Nutzung öffentl. Orte, unterwegs, woanders
39,5% / 17,17 Mio

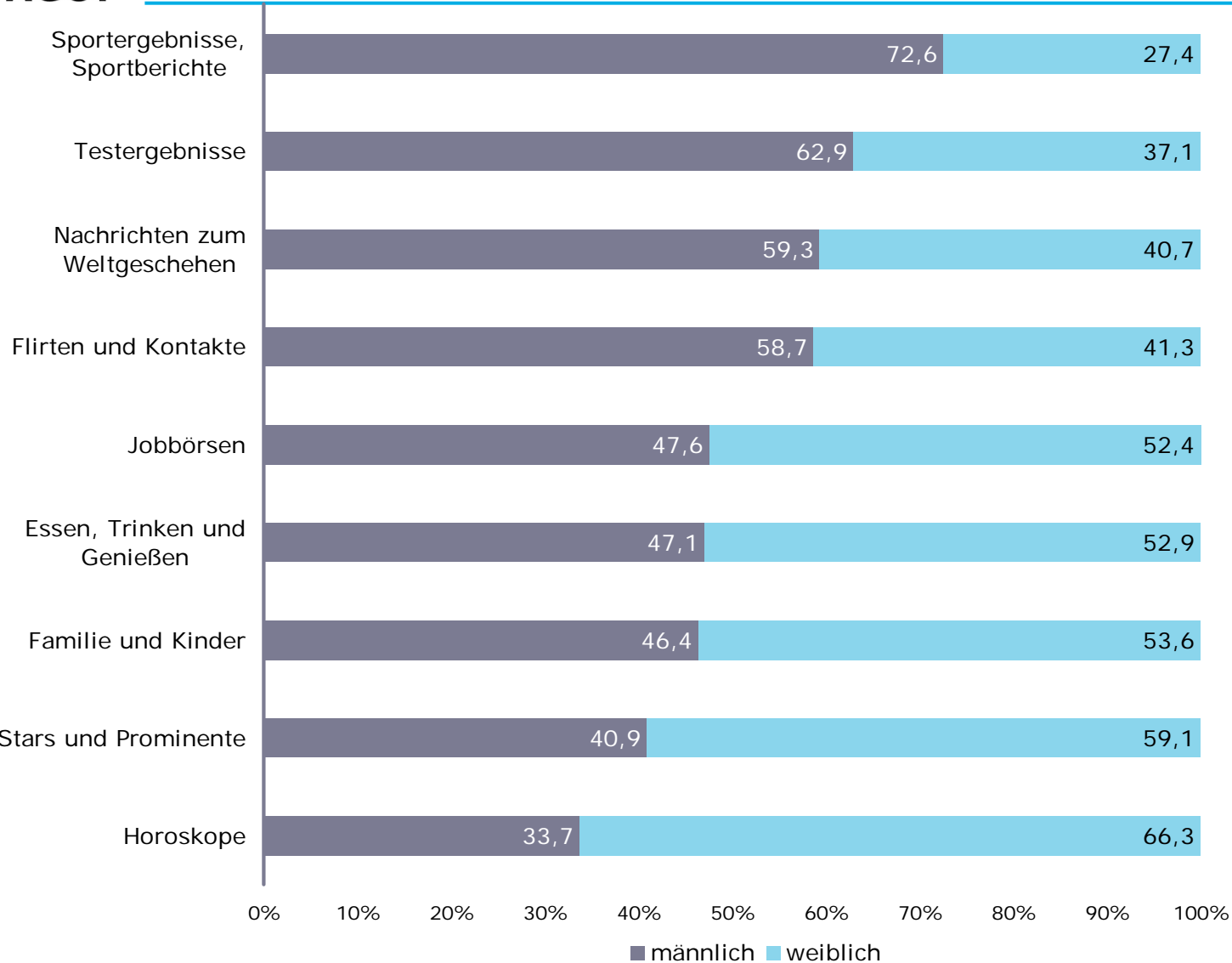


Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

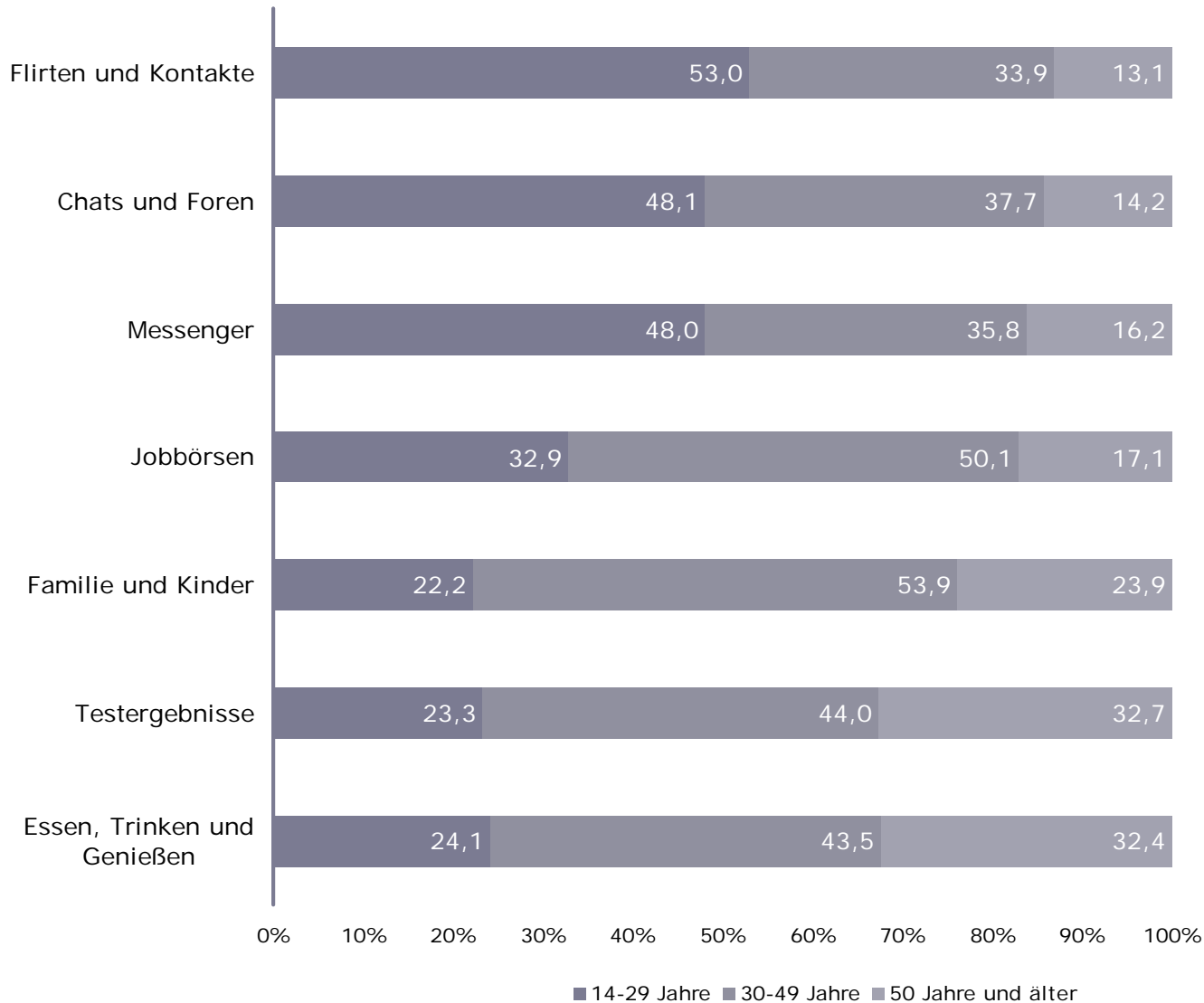
Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben als Indexwerte /

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



Basis: 104.081 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-IV

Altersverteilung in den Themenbereichen

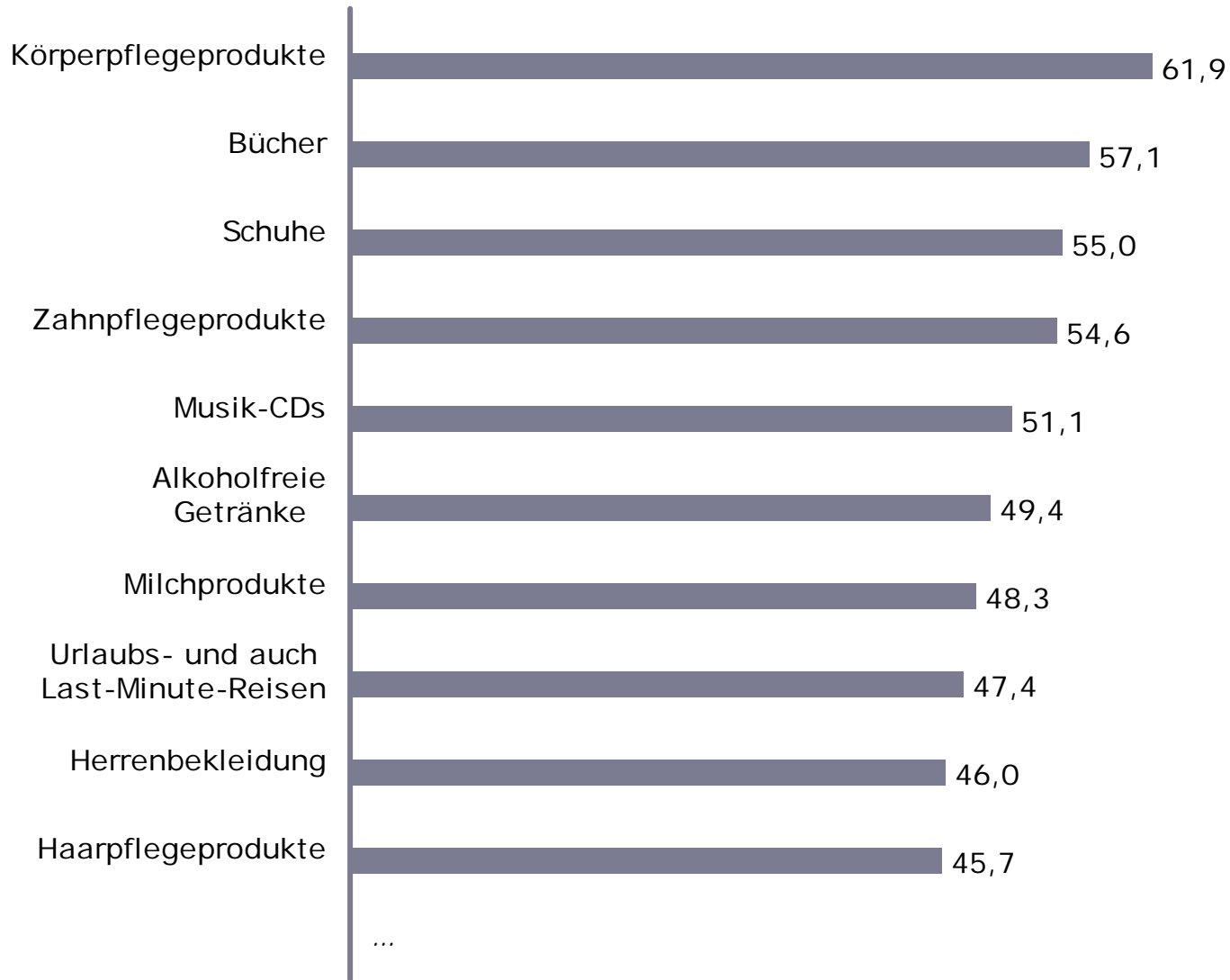


Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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-IV

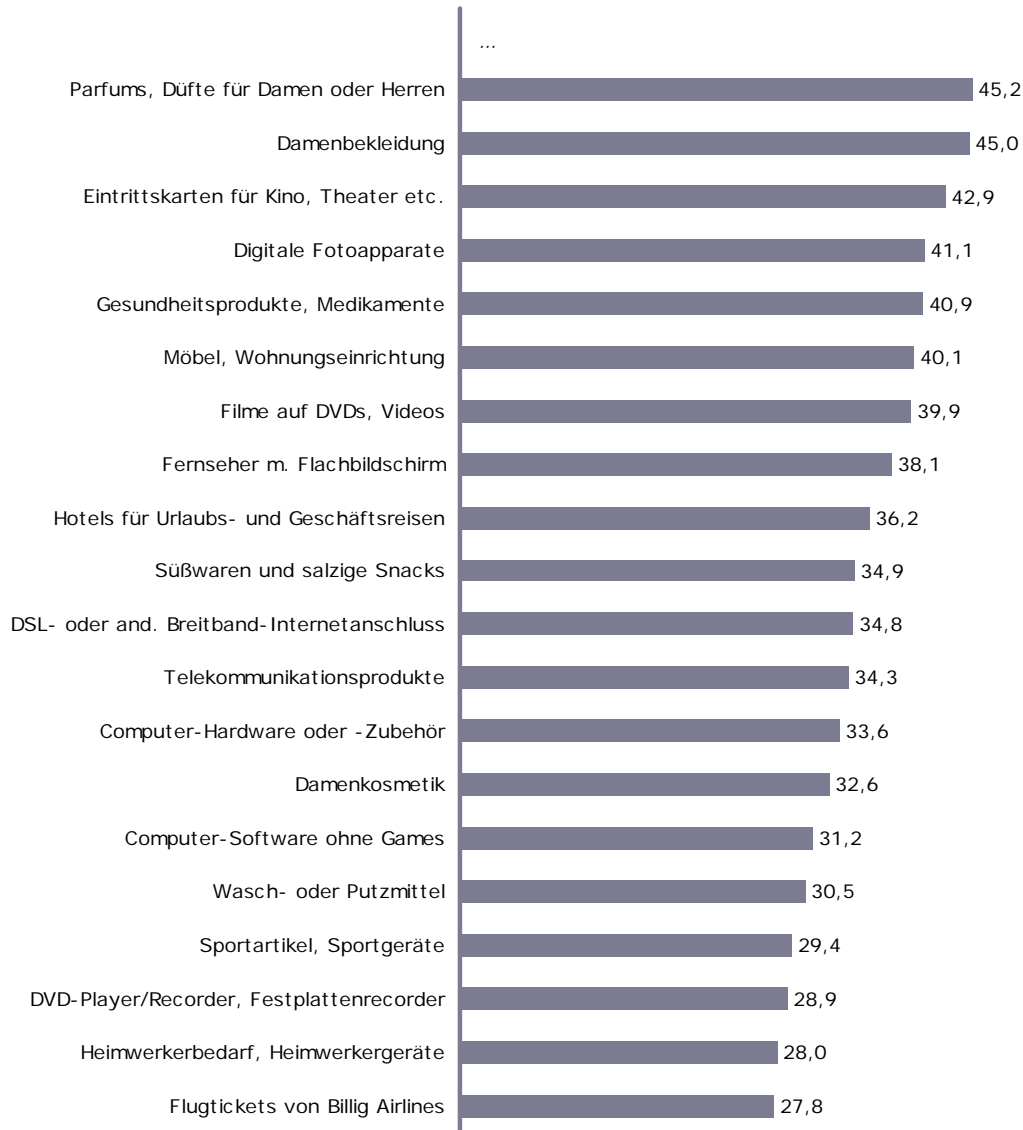
Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



Basis: 104.081 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-IV



Basis: 104.081 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

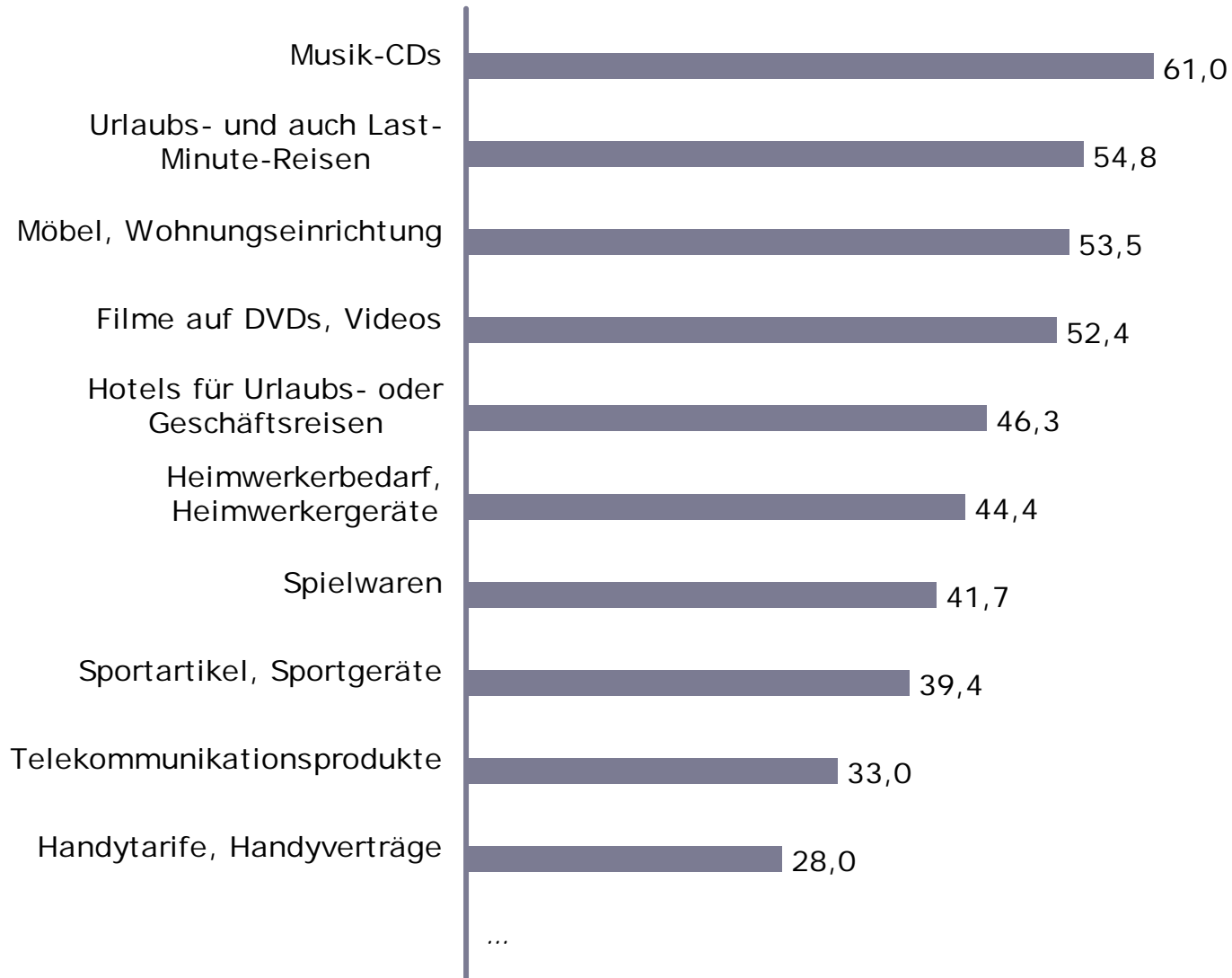
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV

Top Produkte der Internetnutzer			Top Produkte Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Körperpflegeprodukte	61,9	94	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	51,1	104	5 Schuhe	62,9	109
6 Alkoholfreie Getränke	49,4	89	6 Wasch- oder Putzmittel	61,4	152
7 Milchprodukte	48,3	87	7 Haarpflegeprodukte	60,9	121
8 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	47,4	105	8 Damenbekleidung	57,7	118
9 Herrenbekleidung	46,0	101	9 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	56,2	123
10 Haarpflegeprodukte	45,7	91	10 Bücher	51,9	94
11 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	45,2	99	11 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	48,0	165
12 Damenbekleidung	45,0	92	12 Parfums, Düfte für Damen oder Herren	46,2	102
13 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	42,9	113	13 Musik-CDs	45,2	92
14 Digitale Fotoapparate	41,1	116	14 Herrenbekleidung	44,3	97
15 Gesundheitsprodukte oder Medikamente	40,9	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	39,9	118	17 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	41,0	91
18 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	38,1	100	18 Damenkosmetik	39,8	114
19 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	36,2	109	19 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	38,7	101
20 Süßwaren und salzige Snacks	34,9	98	20 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	38,1	97

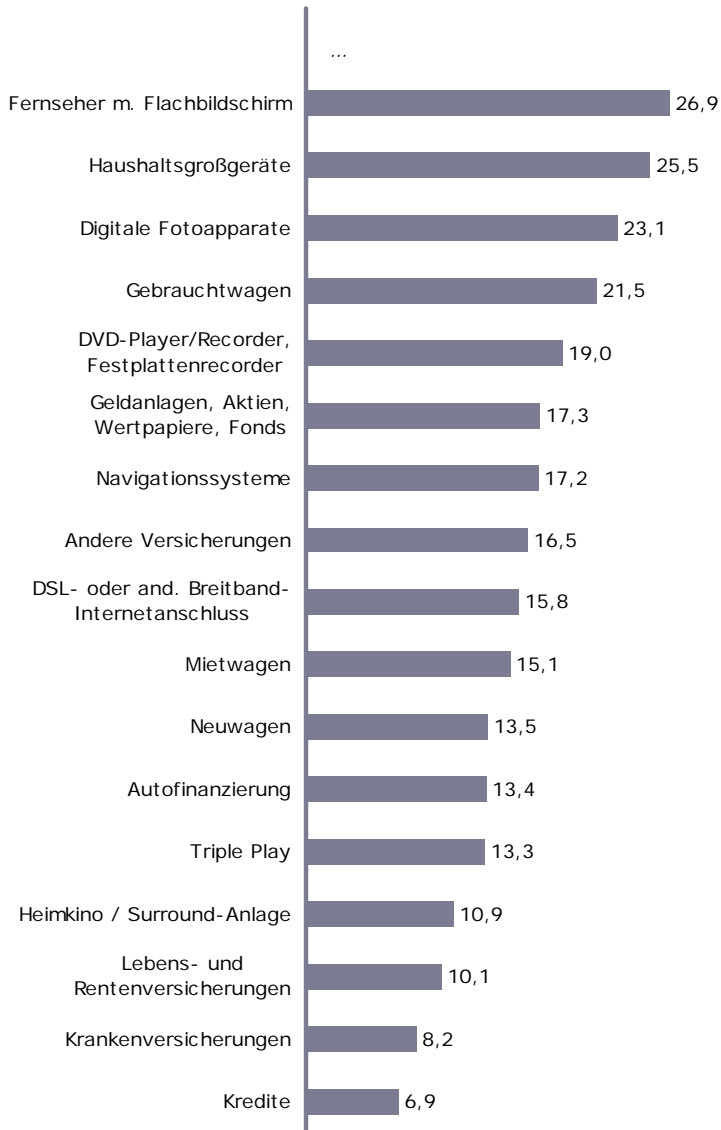
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.789 ungewichtete Fälle (Nicht Internetnutzer ab 14 Jahren / „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 1 bis 20 von insgesamt 59 Produkten

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

Kaufplanung für Produkte (Top 10)



Basis: 104.081 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-IV



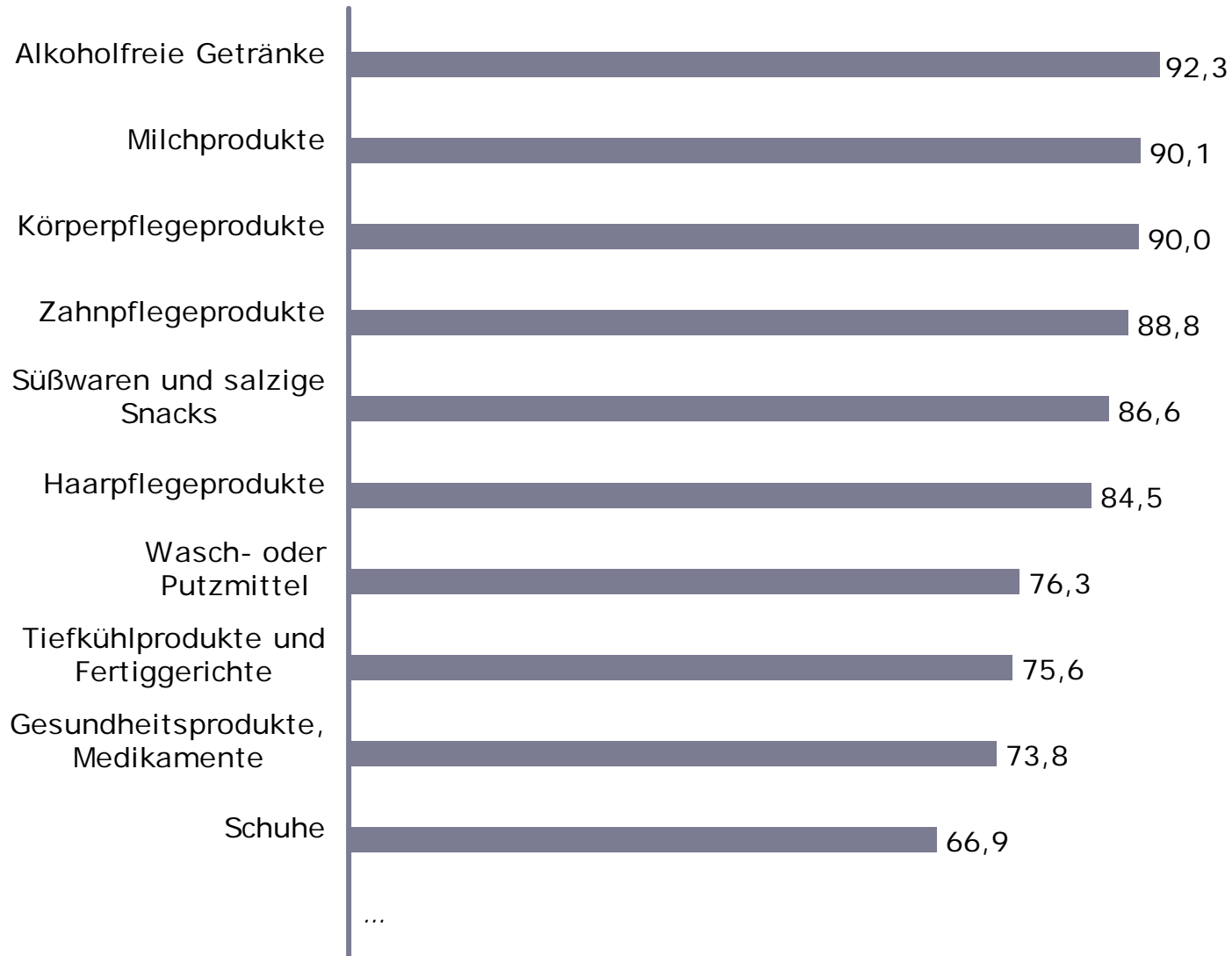
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 27 von insgesamt 27 Produkten

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

Top-Produkte Kaufplanung der Internetnutzer			Top Produkte Kaufplanung der Nicht-Internetnutzer		
	%	Index		%	Index
1 Musik-CDs	61,0	114	1 Musik-CDs	38,5	72
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	54,8	113	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	35,1	73
3 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	53,5	121	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	25,7	65
4 Filme auf DVDs, Videos	52,4	127	4 Möbel, Gegenstände z. Wohnungseinrichtung	25,3	57
5 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	46,3	117	5 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	23,7	63
6 Heimwerkerbedarf oder Heimwerkergeräte	44,4	118	6 Spielwaren	23,3	65
7 Spielwaren	41,7	117	7 Fernseher mit Flachbildschirm (LCD, Plasma)	20,6	83
8 Sportartikel, Sportgeräte	39,4	130	8 Filme auf DVDs, Videos	18,1	44
9 Telekommunikationsprodukte	33,0	128	9 Haushaltsgroßgeräte, wie z.B. Kühlschrank	17,6	77
10 Handytarife, Handyverträge	28,0	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	23,1	120	13 Navigationssysteme	9,4	64
14 Gebrauchtwagen	21,5	126	14 Handytarife, Handyverträge	8,2	38
15 DVD-Player/-Recorder, Festplattenrecorder	19,0	124	15 Neuwagen	8,1	69
16 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	17,3	123	16 Gebrauchtwagen	7,9	46
17 Navigationssysteme	17,2	117	17 Geldanlagen, Aktien, Wertpapiere, Fonds	7,5	53
18 Andere Versicherungen	16,5	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	15,1	136	20 Triple Play (Fernsehen, Telefon, Internet)	6,3	57

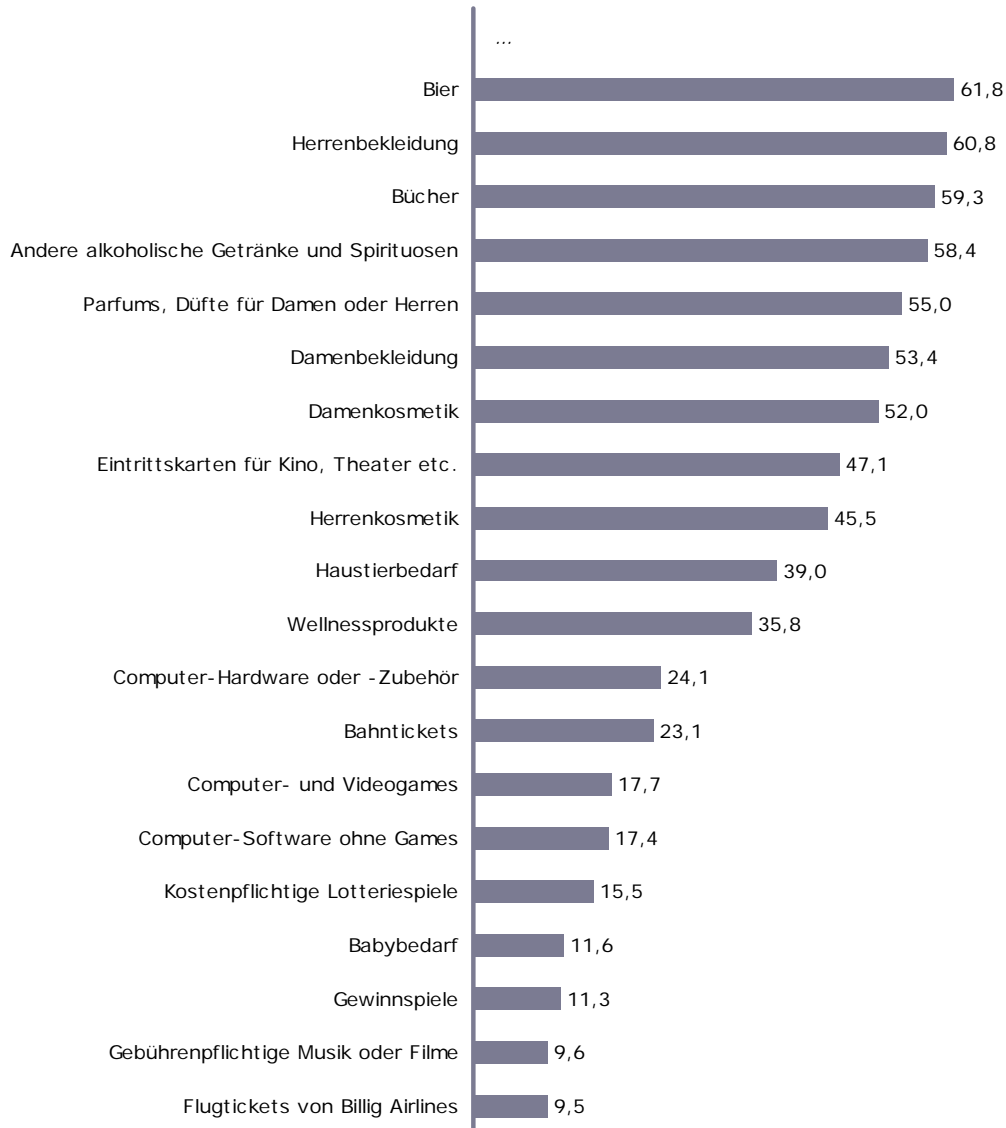
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 11.789 ungewichtete Fälle (Nicht Internet-Nutzer ab 14 Jahren / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 1 bis 20 von insgesamt 27 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)

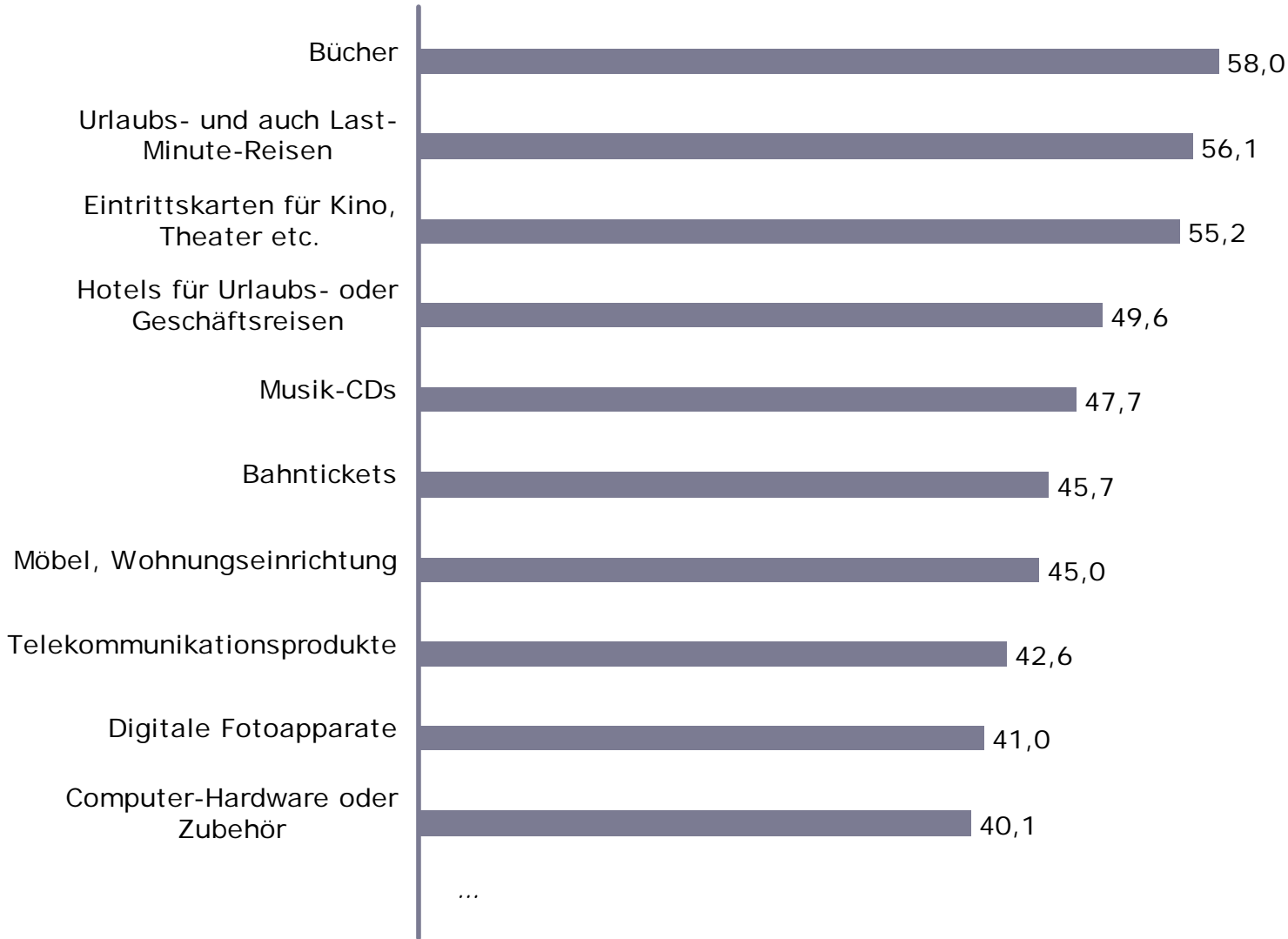


Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für die Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV

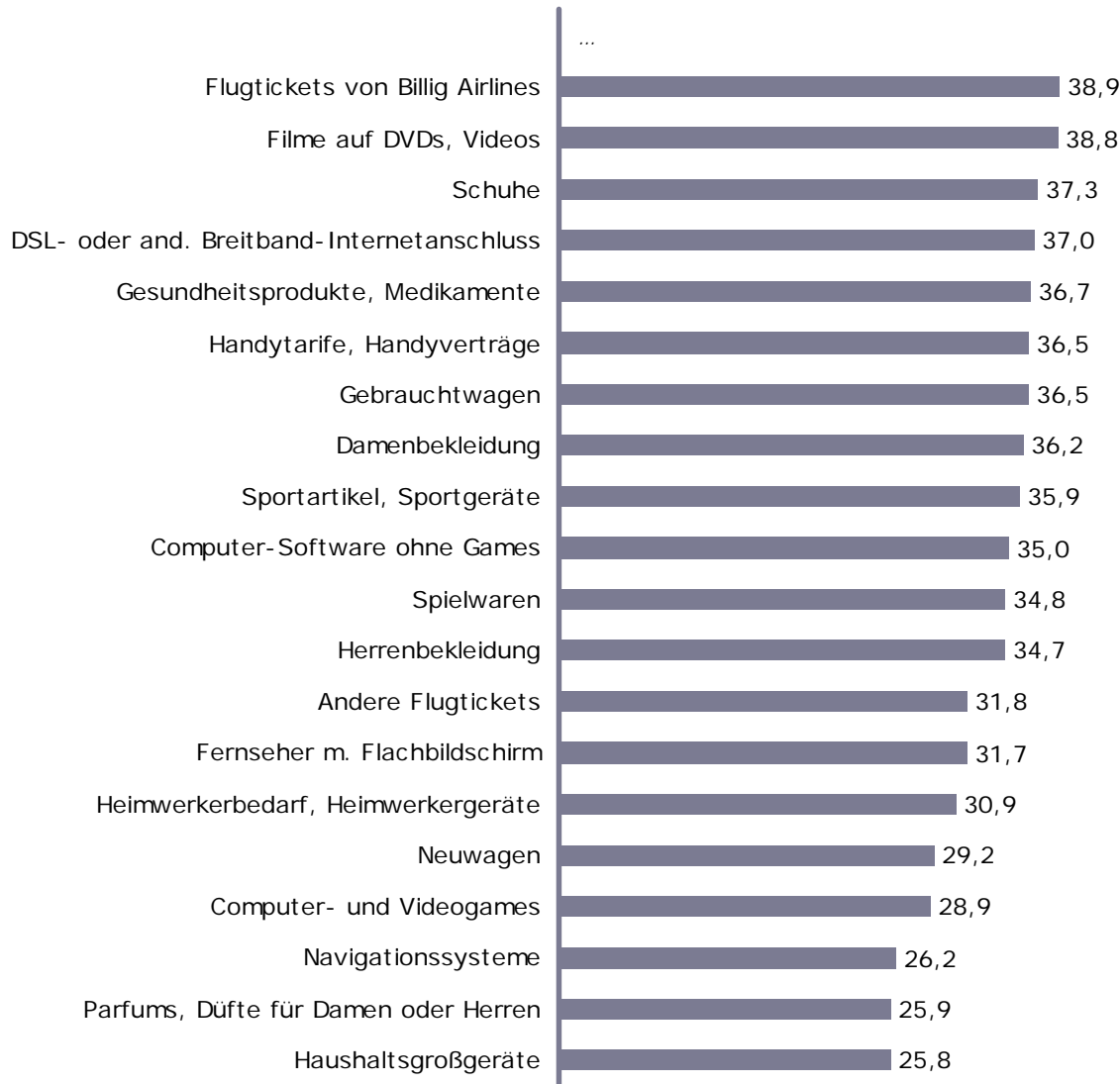
Produktkäufe in den letzten 3 Monaten – Platz 11 bis 30



Basis: 104.081 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-IV



Basis: 104.081 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-IV

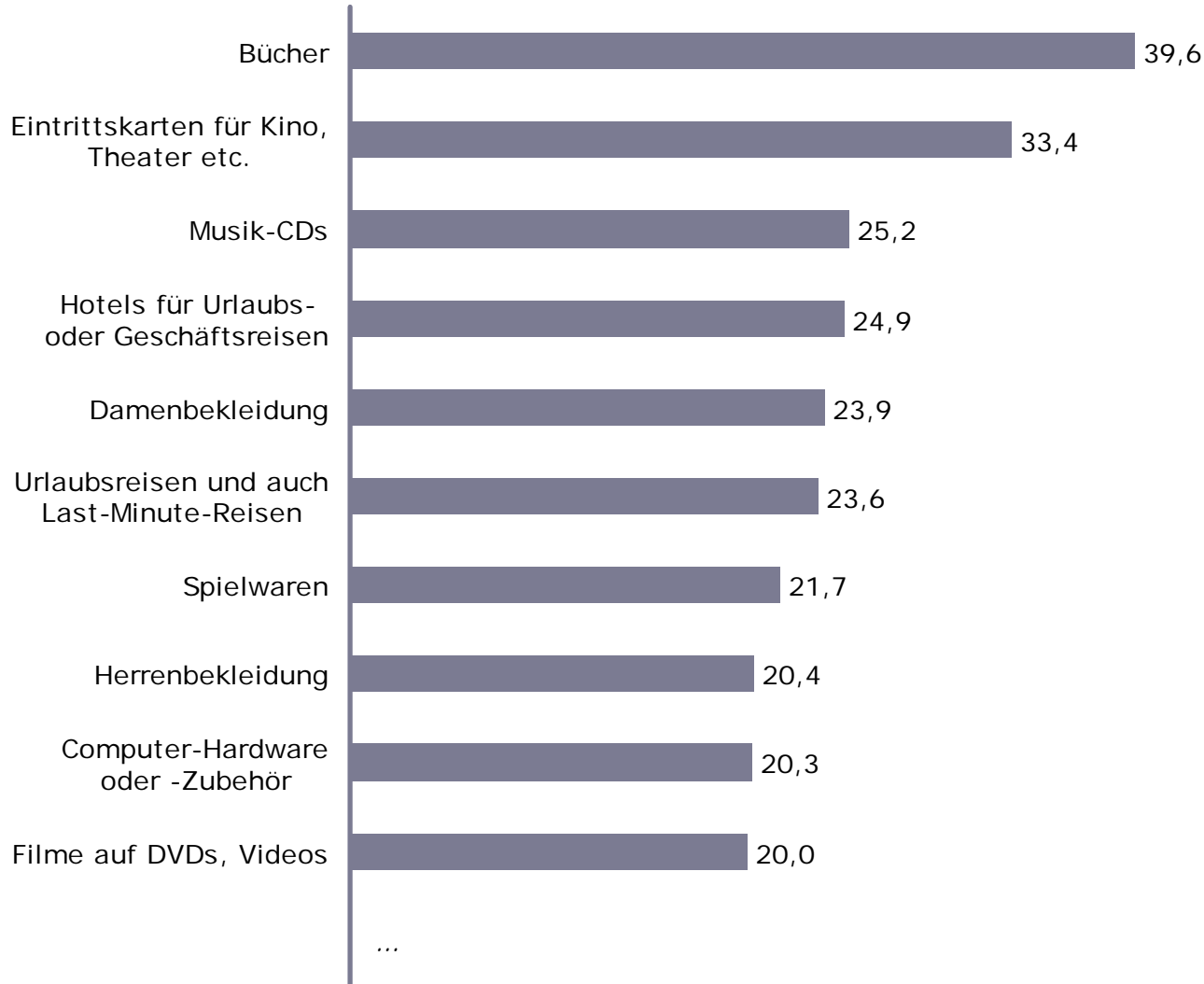


Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

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

14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	66,1	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	59,5	3 Bücher	57,3
4 Telekommunikationsprodukte	59,3	4 Musik-CDs	56,9
5 Schuhe	56,8	5 Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	54,7
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	65,4	1 Bücher	61,1
2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	61,6	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	59,4
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	58,6	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	55,4
4 Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	55,4	4 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,4
5 Spielwaren	53,8	5 Musik-CDs	48,7
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	57,1	1 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,9
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	55,7	2 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	52,3
3 Bücher	54,2	3 Bücher	50,0
4 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	47,3	4 Bahntickets	43,9
5 Bahntickets	44,0	5 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	36,8

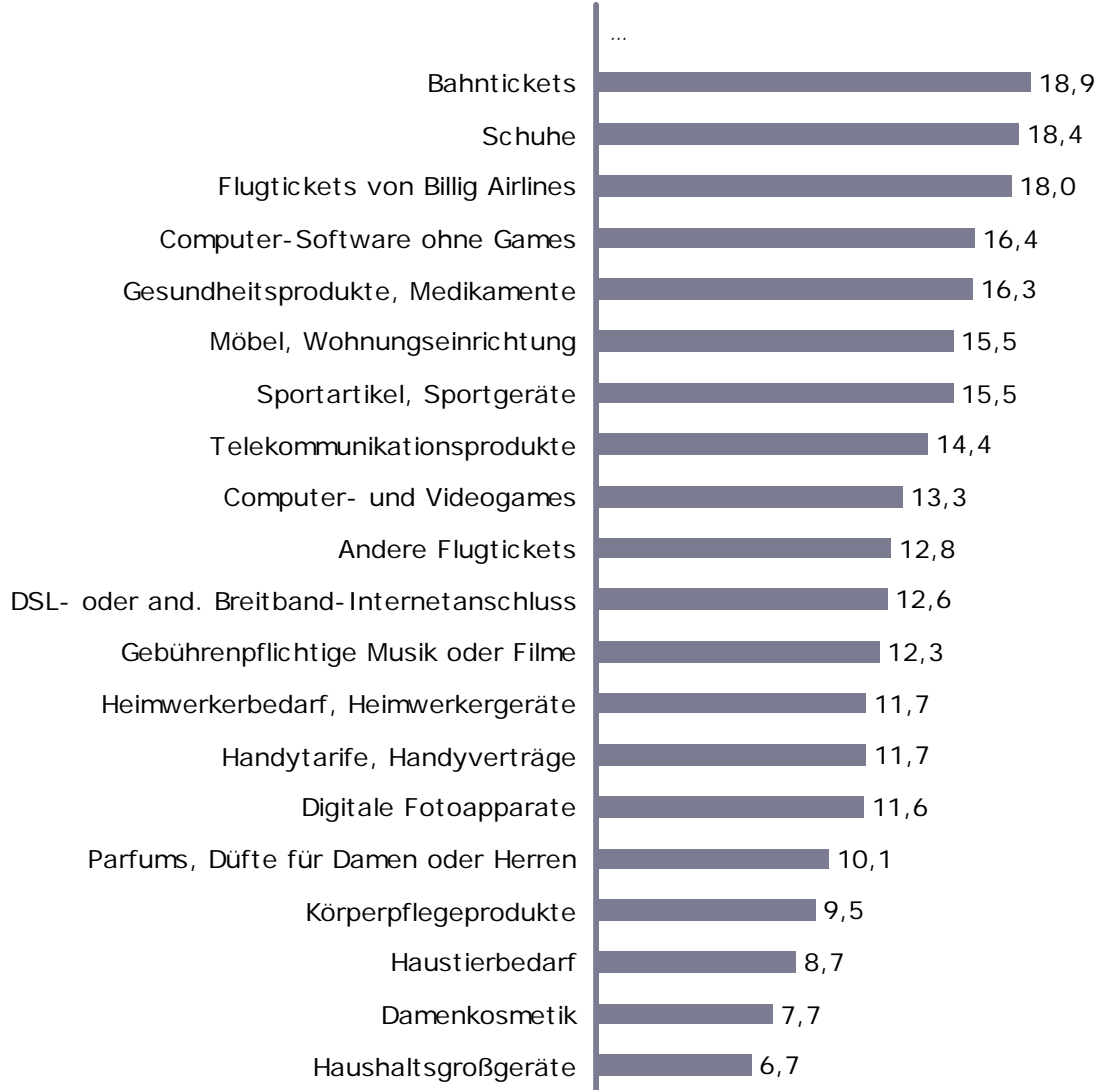
Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 104.081 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-IV



Basis: 104.081 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-IV

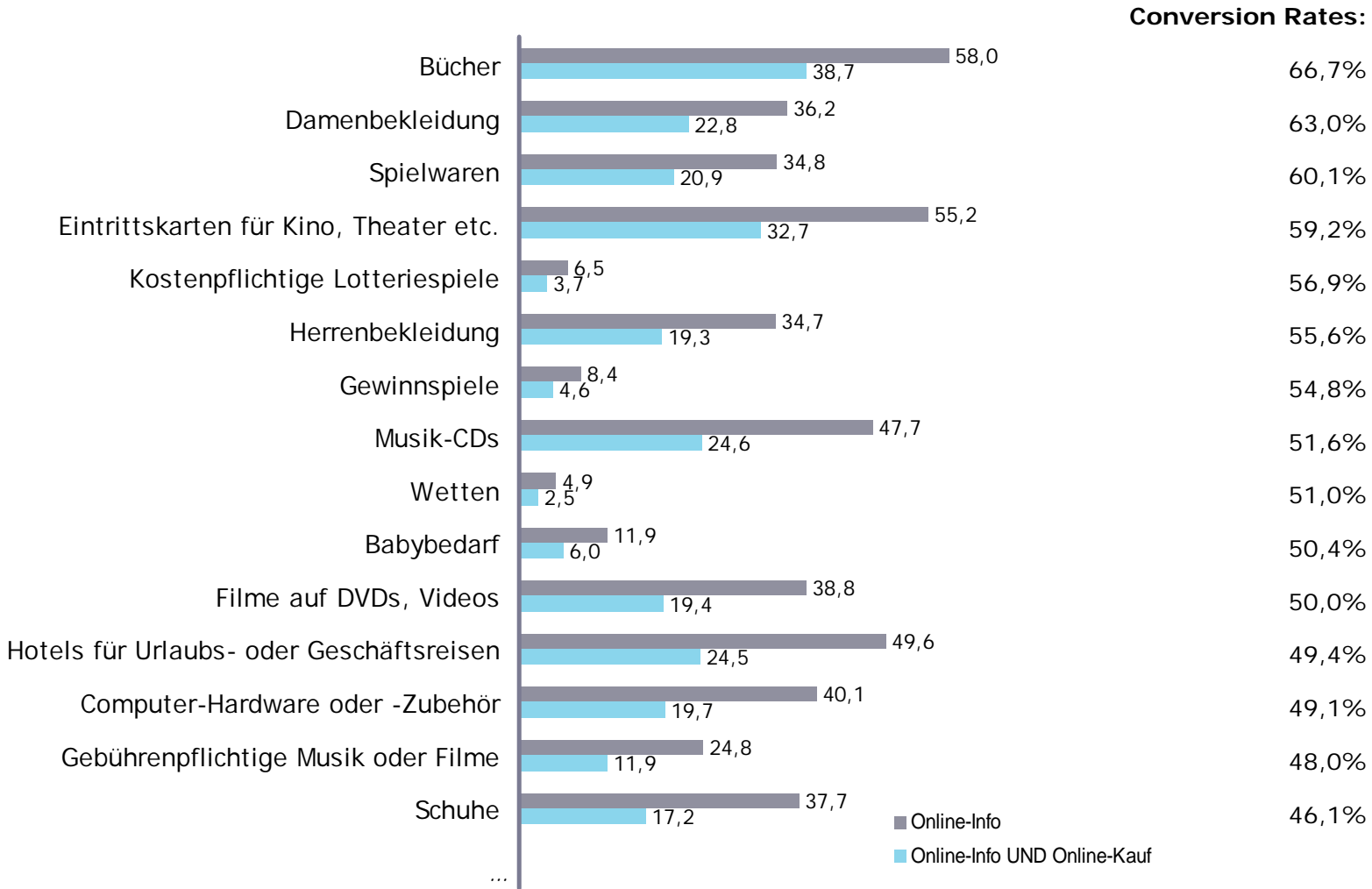
14-19 Jahre		20-29 Jahre	
1 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	34,3	1 Bücher	41,3
2 Bücher	27,2	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	39,1
3 Schuhe	26,7	3 Musik-CDs	31,3
4 Musik-CDs	25,5	4 Filme auf DVDs, Videos	29,4
5 Filme auf DVDs, Videos	23,0	5 Damenbekleidung	28,7
30-39 Jahre		40-49 Jahre	
1 Bücher	48,5	1 Bücher	42,8
2 Spielwaren	37,3	2 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	33,9
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	36,4	3 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,8
4 Damenbekleidung	30,6	4 Musik-CDs	26,9
5 Musik-CDs	29,2	5 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	26,2
50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
1 Bücher	37,5	1 Bücher	31,2
2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,5	2 Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	27,4
3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	29,2	3 Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.	23,1
4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	25,8	4 Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	22,2
5 Flugtickets von Billig Airlines	20,2	5 Bahntickets	19,5

Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

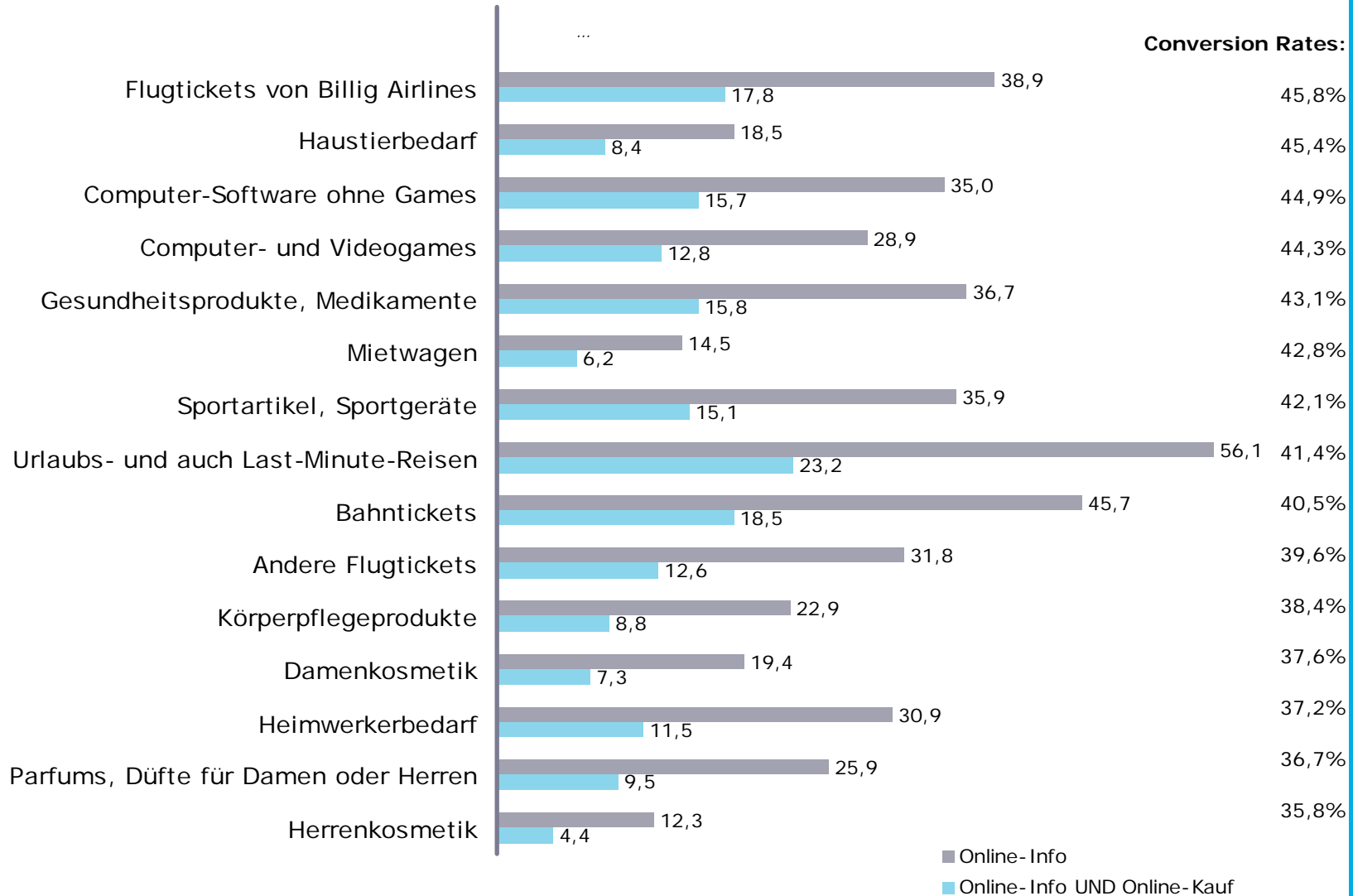
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten

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

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 104.081 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-IV



Basis: 104.081 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-IV



Grafiken zu den Rankings

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	55,7	24,23
TOMORROW FOCUS	2	50,1	21,81
United Internet Media	3	45,6	19,81
SevenOne Media	4	42,4	18,43
Ströer Interactive	5	36,4	15,83
iq digital	6	35,9	15,61
Axel Springer Media Impact	7	34,8	15,14
Microsoft Advertising	8	34,3	14,91
IP Deutschland	9	32,7	14,22
AOL Media Netzwerk	10	32,7	14,21
Yahoo! Deutschland	11	30,2	13,12
ad pepper media	12	29,2	12,71
G+J Electronic Media Sales	13	28,6	12,42
Hi-media Deutschland	14	28,0	12,19
OMS	15	26,9	11,69
freeXmedia	16	24,3	10,56
SPIEGEL QC	17	22,7	9,89
Unister Media	18	16,0	6,95
MySpace/Fox Interactive Media	19	11,0	4,79
QUARTER MEDIA	20	10,1	4,37

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober bis Dezember 2009
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet-User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
Glam Media	21	9,0	3,91
eBay Advertising Group	22	8,8	3,84
netpoint media	23	8,4	3,65
guenstiger.de	24	6,9	3,02
Fantastic Zero	25	6,9	3,01
BAUER MEDIA	26	6,6	2,88
Business Advertising	27	5,5	2,38
Urban Media	28	5,1	2,24
MAIRDUMONT MEDIA	29	5,1	2,21
RealGames Europe	30	4,9	2,13
XING	31	4,8	2,10
konstruktiv	32	4,3	1,86
Weischer Online	33	3,8	1,65
AdImpulse Media	34	3,5	1,53
VIACOM Brand Solutions	35	3,4	1,46
QWERTZ-Media	36	3,3	1,45
vertical network media	37	3,0	1,32
GoYellow	38	3,0	1,30
mokono	39	2,5	1,07
TripleDoubleU	40	2,4	1,06

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober bis Dezember 2009
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV

Durchschnittlicher Monat

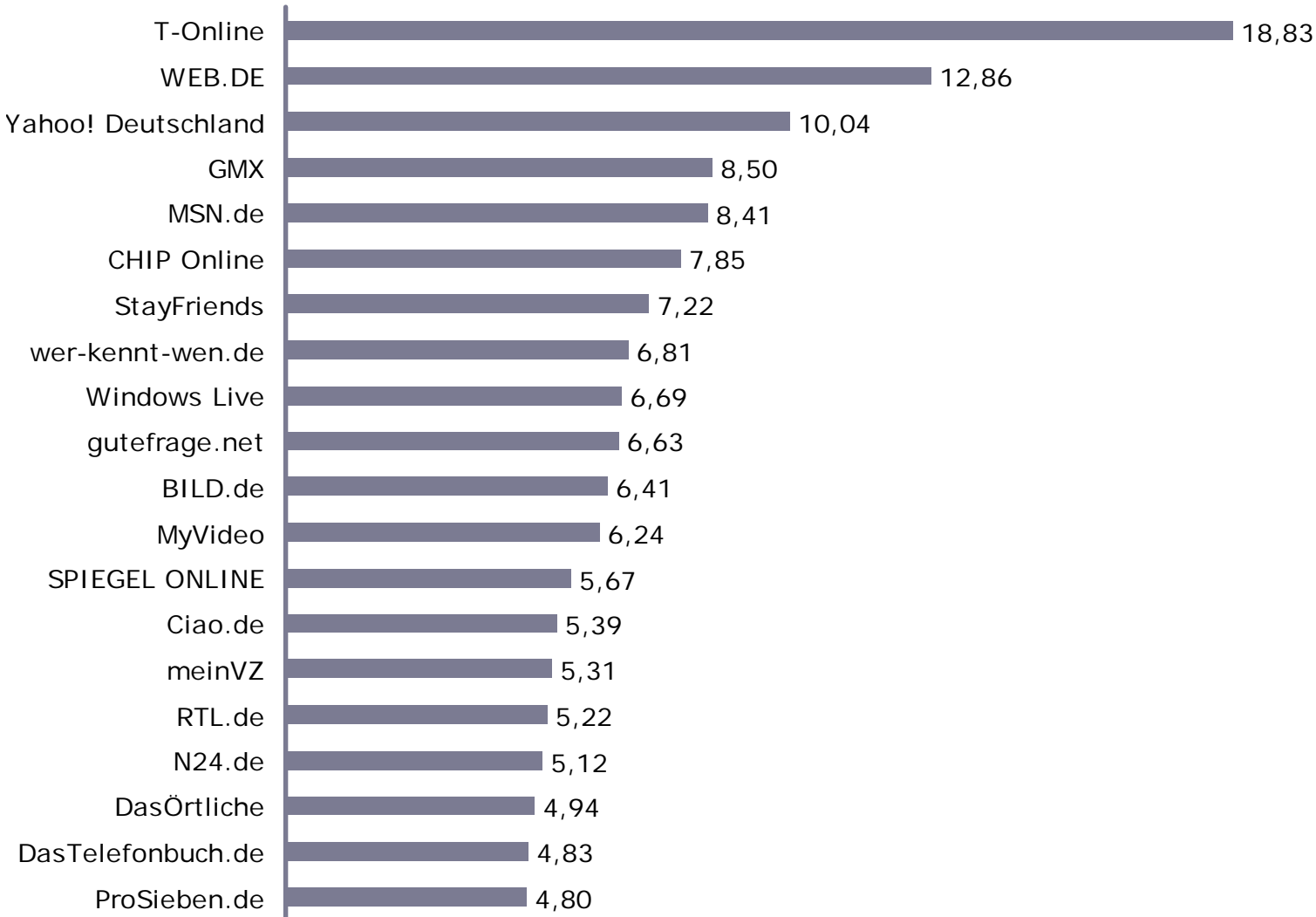
Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
TripAdvisor	41	2,4	1,04
Cinema Management Services	42	2,2	0,95
CommonMedia	43	2,1	0,92
TG Publishing	44	1,9	0,81
OnVista Media	45	1,8	0,79
magnus.de	46	1,7	0,76
apotheken-umschau.de	47	1,7	0,74
teltarif.de Onlineverlag	48	1,4	0,60
ADselect	49	1,3	0,57
Codex Media	50	1,3	0,55
imedo	51	1,2	0,50
IDG Business Media	52	1,0	0,44
Adconion Media Group	53	0,9	0,39
Celebrity News	53	0,9	0,39
reachnet	53	0,9	0,39
intermedia advertising	56	0,9	0,38
NetMediaEurope Deutschland	57	0,8	0,37
AdBerry Media	58	0,8	0,36
mediaroute	59	0,7	0,31
teligo	60	0,7	0,30

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober bis Dezember 2009
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
Andreae-Noris Zahn	61	0,7	0,29
mediaflite	62	0,5	0,23
AdTiger.de	63	0,5	0,20
WEB FINANCIAL GROUP	64	0,4	0,17
krebomedia	65	0,4	0,15
MEDIENHAUS.de	66	0,3	0,14
Medienwirtschaft - Mamilade Ausflusstipps	67	0,3	0,12
Verlag Werben & Verkaufen	68	0,2	0,10
Klassik Radio	68	0,2	0,10
artnet	70	0,2	0,09
SOMA 2	70	0,2	0,09
RTL Radiovermarktung	72	0,2	0,08
xplosion media	73	0,2	0,07

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober bis Dezember 2009
Basis: 104.081 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2009-IV





Grafik 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**

**Bei Rückfragen wenden Sie sich
bitte an die AGOF:**

Claudia Dubrau

Geschäftsführerin AGOF e.V.

Tel: 069 / 264 888 - 311

Mobil: 0160 / 74 39 403

Mail: claudia.dubrau@agof.de

Marcus Föbus

Geschäftsführer AGOF Services GmbH

Tel.: 069 / 264 888 - 314

Mobil: 0160 / 903 318 02

Mail: marcus.foebus@agof.de

www.agof.de