

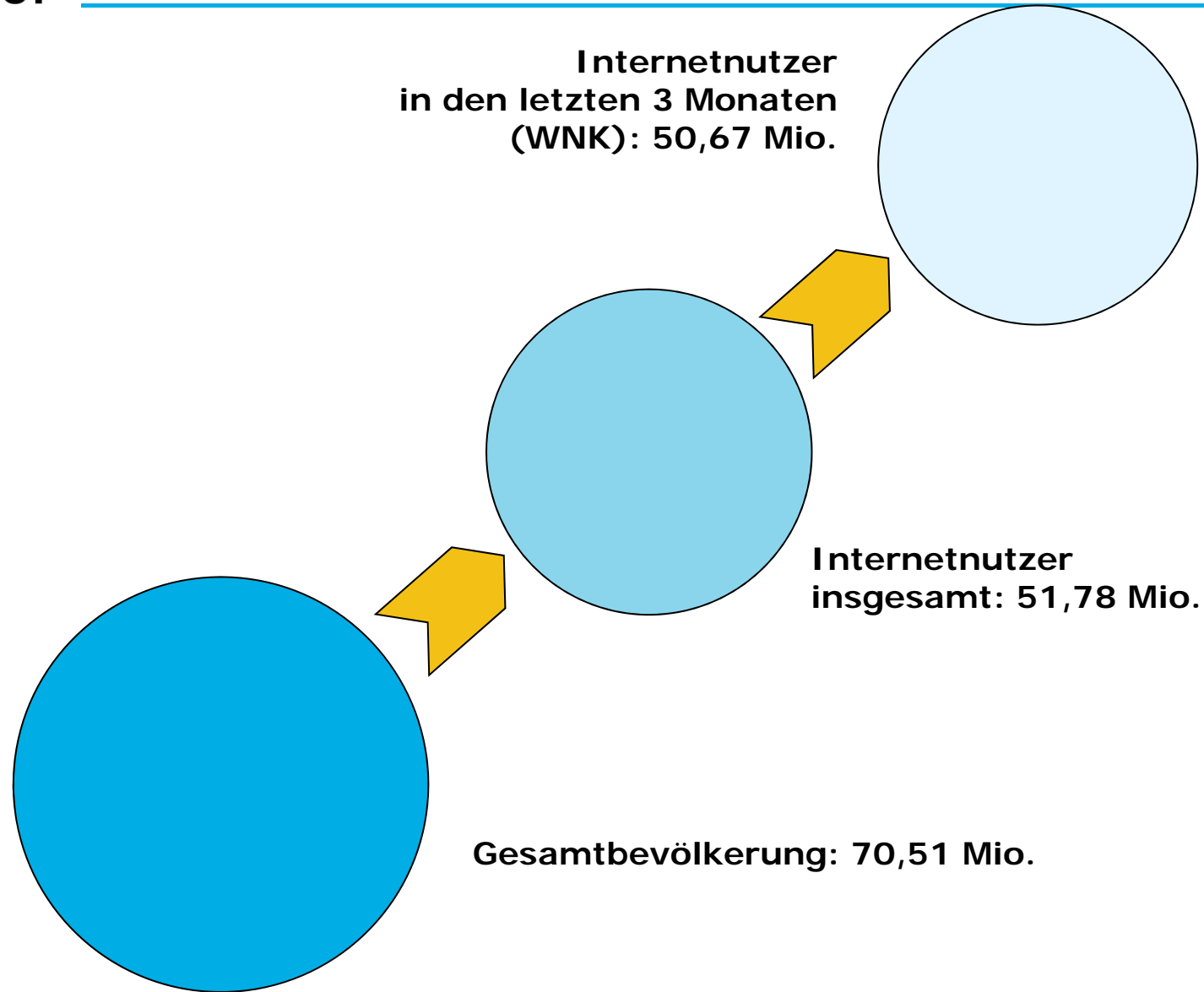


internet facts 2010-IV Grafiken zu dem Berichtsband

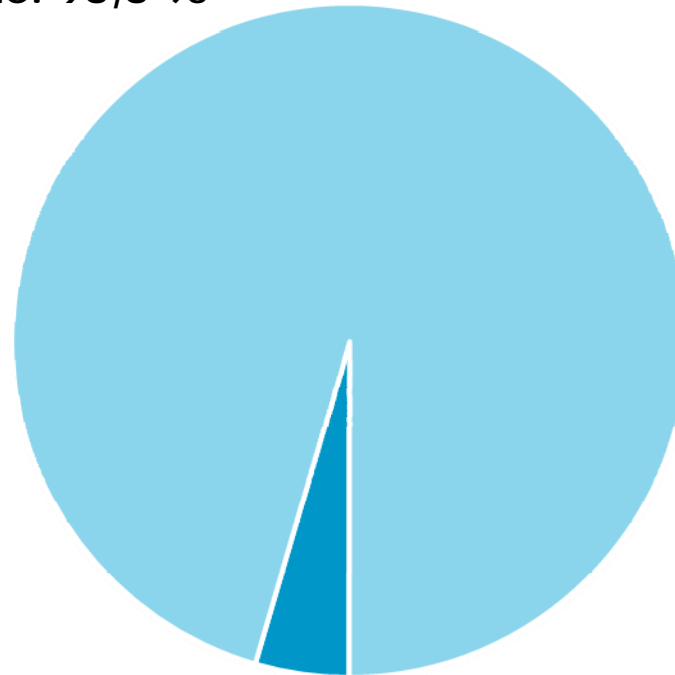
AGOF e.V. März 2011



Grafiken zur Internetnutzung

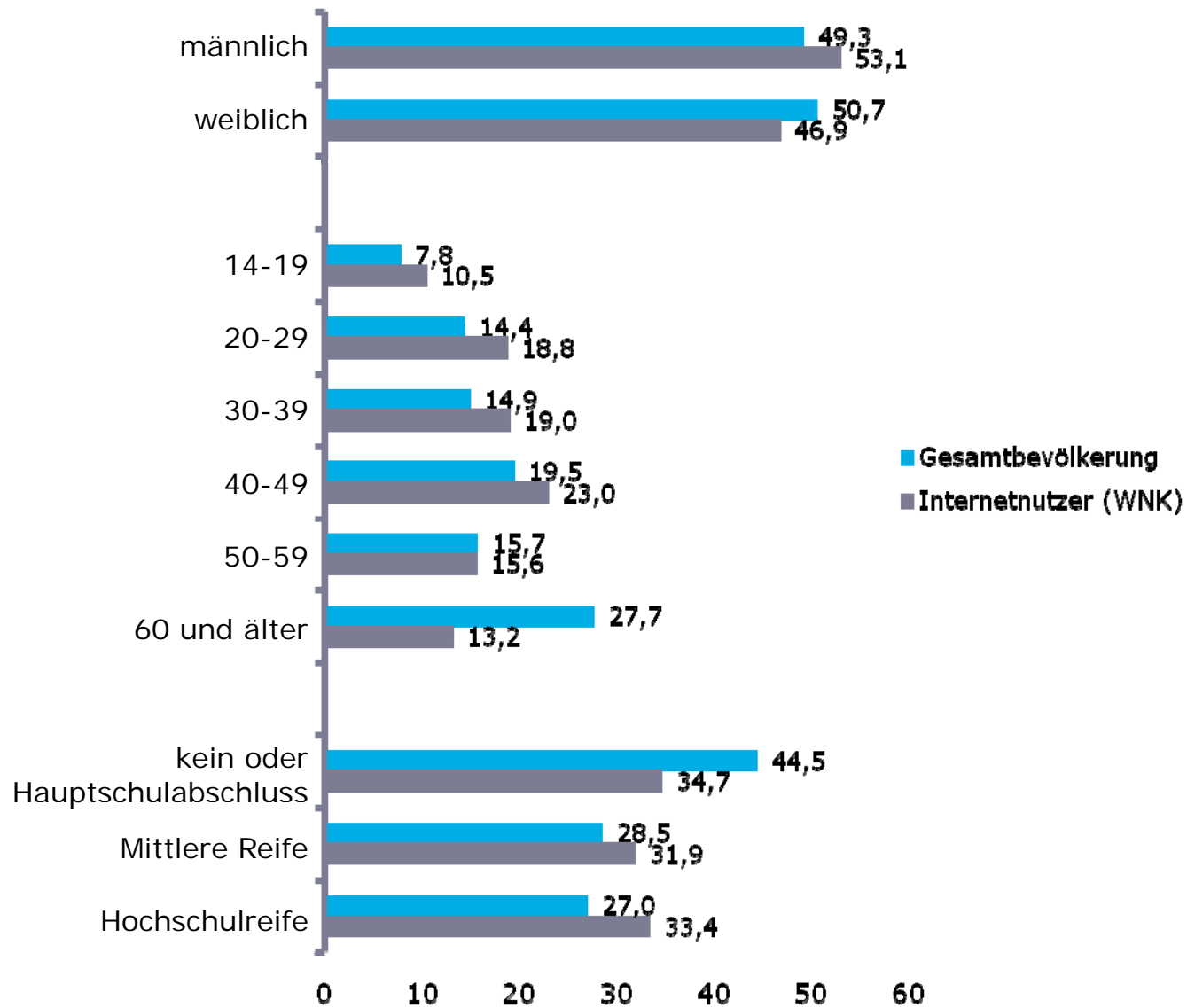


Nutzung
AGOF Angebote: 95,5 %

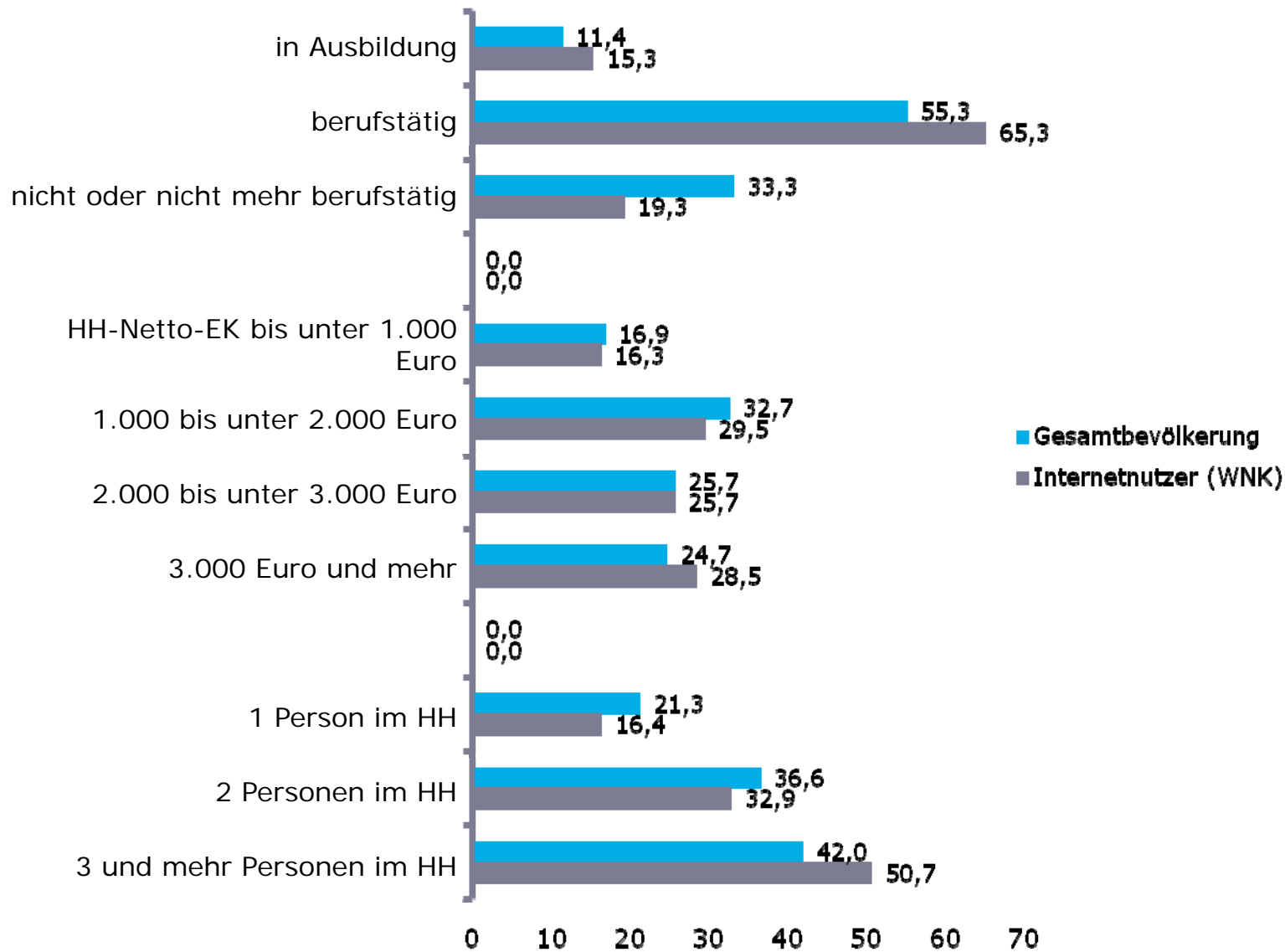


Keine Nutzung AGOF
Angebote: 4,5 %

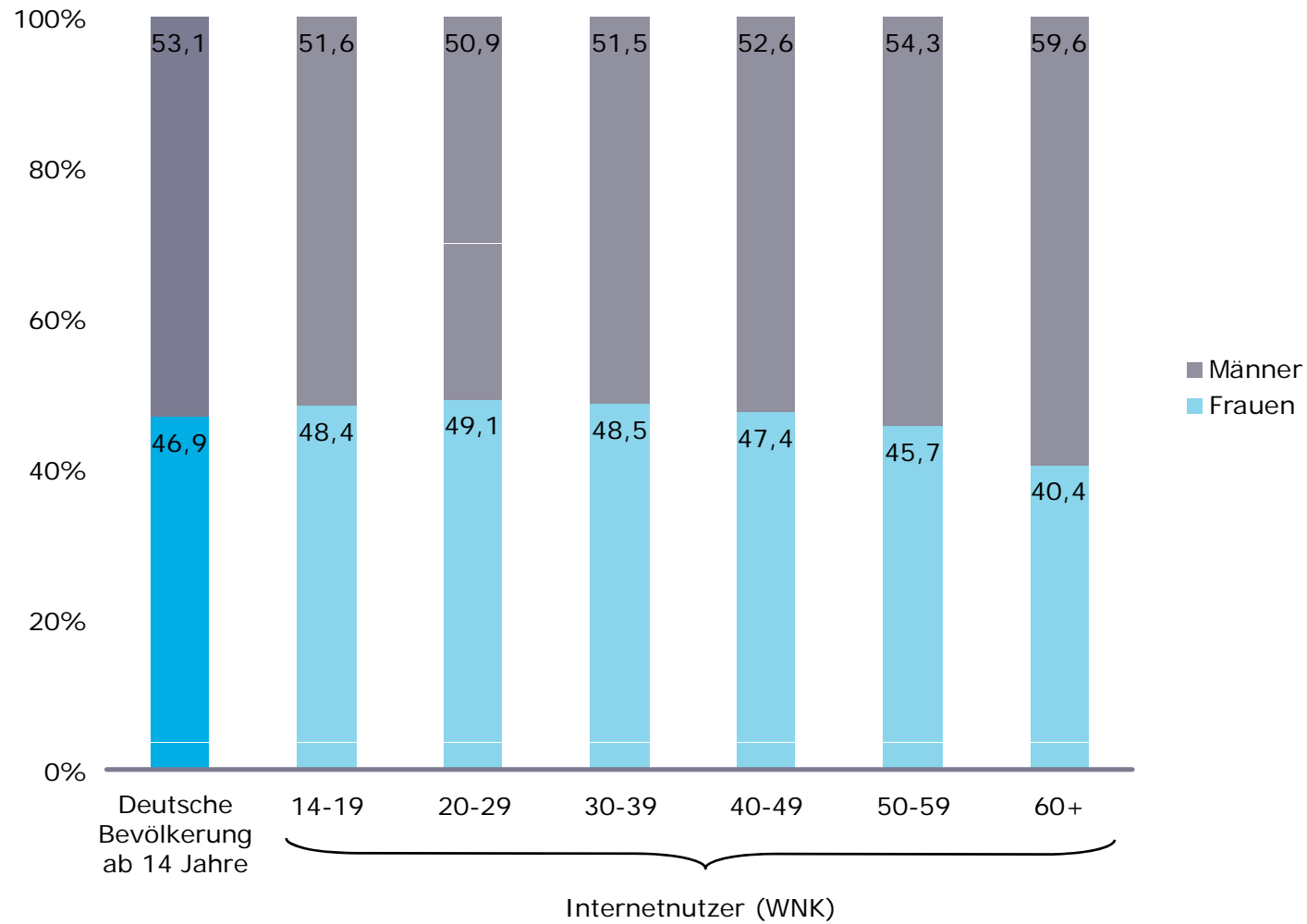
Soziodemografie Onliner vs. Bevölkerung



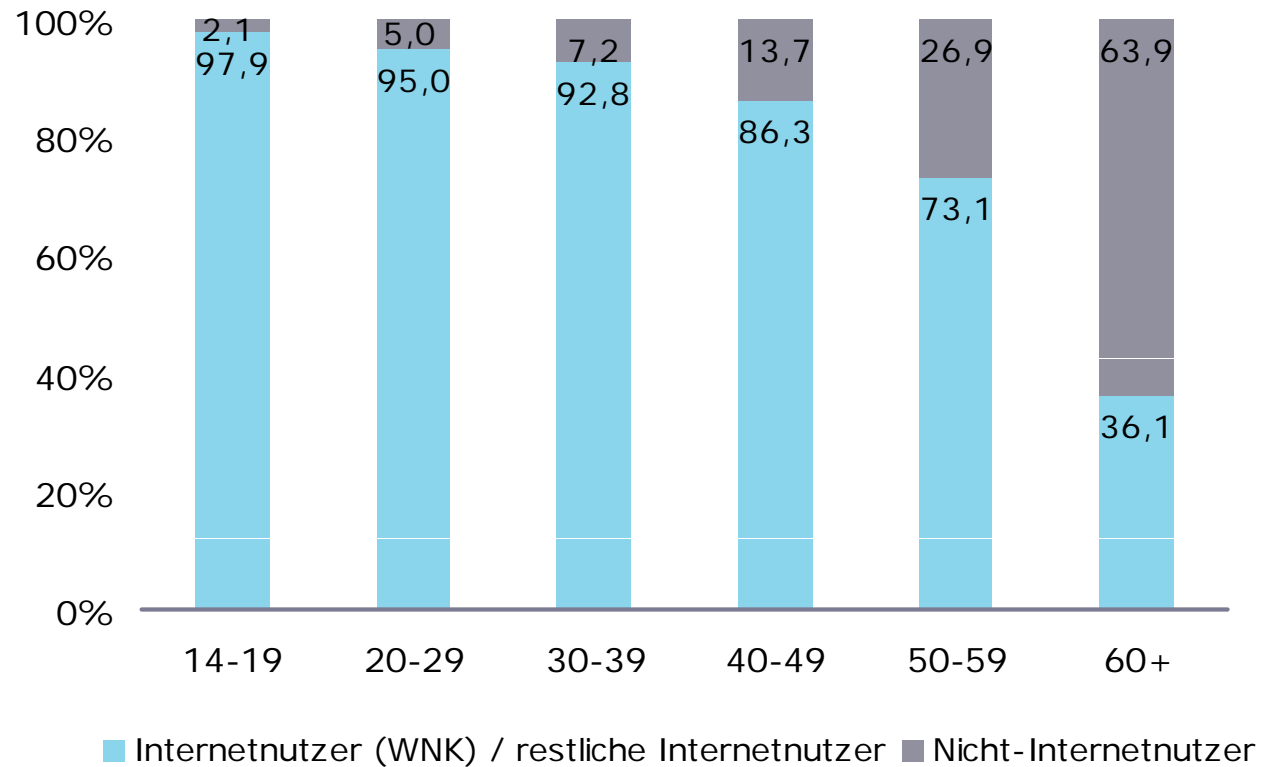
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)/ 112.450 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV



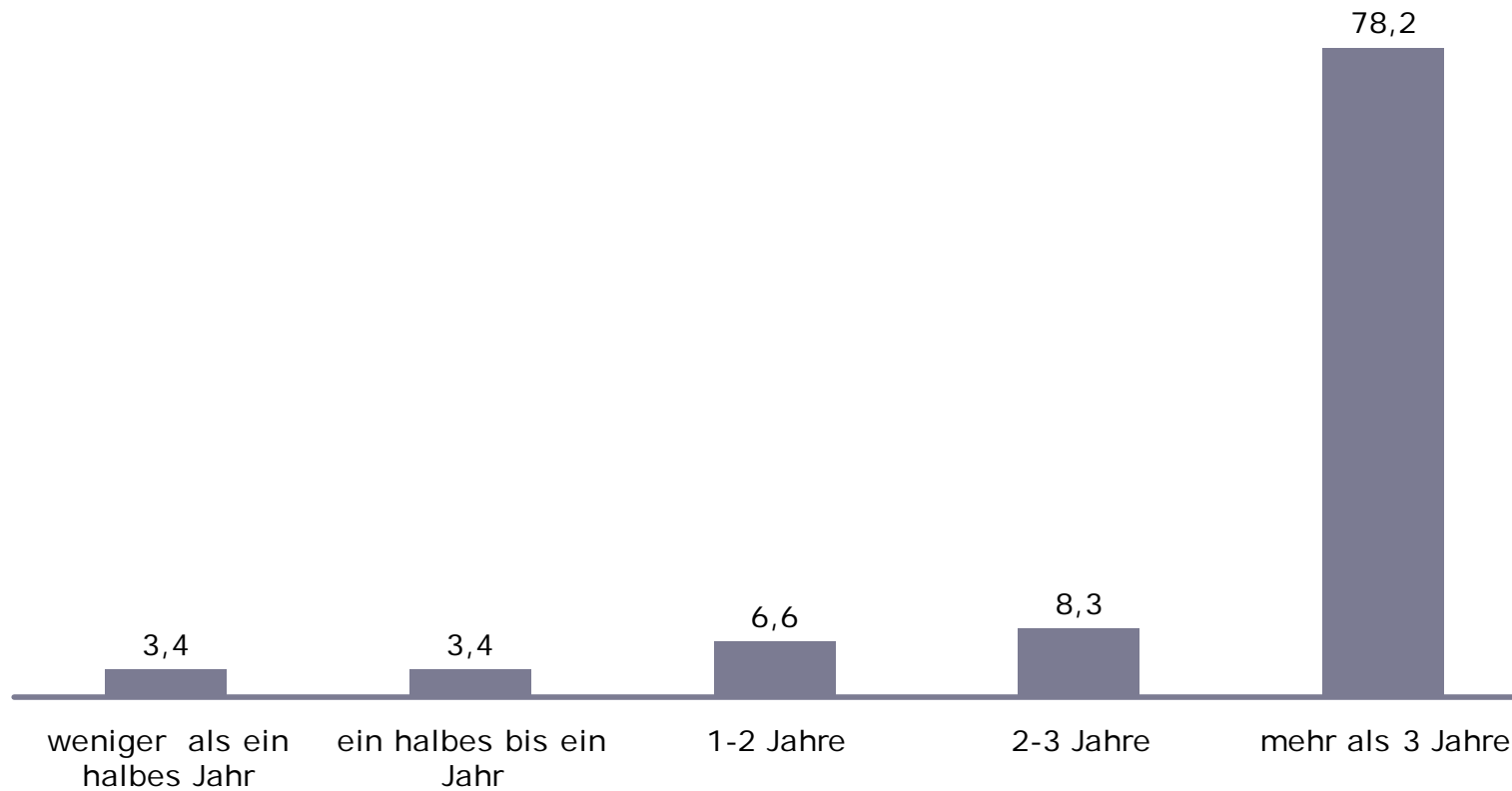
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)/ 112.450 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV



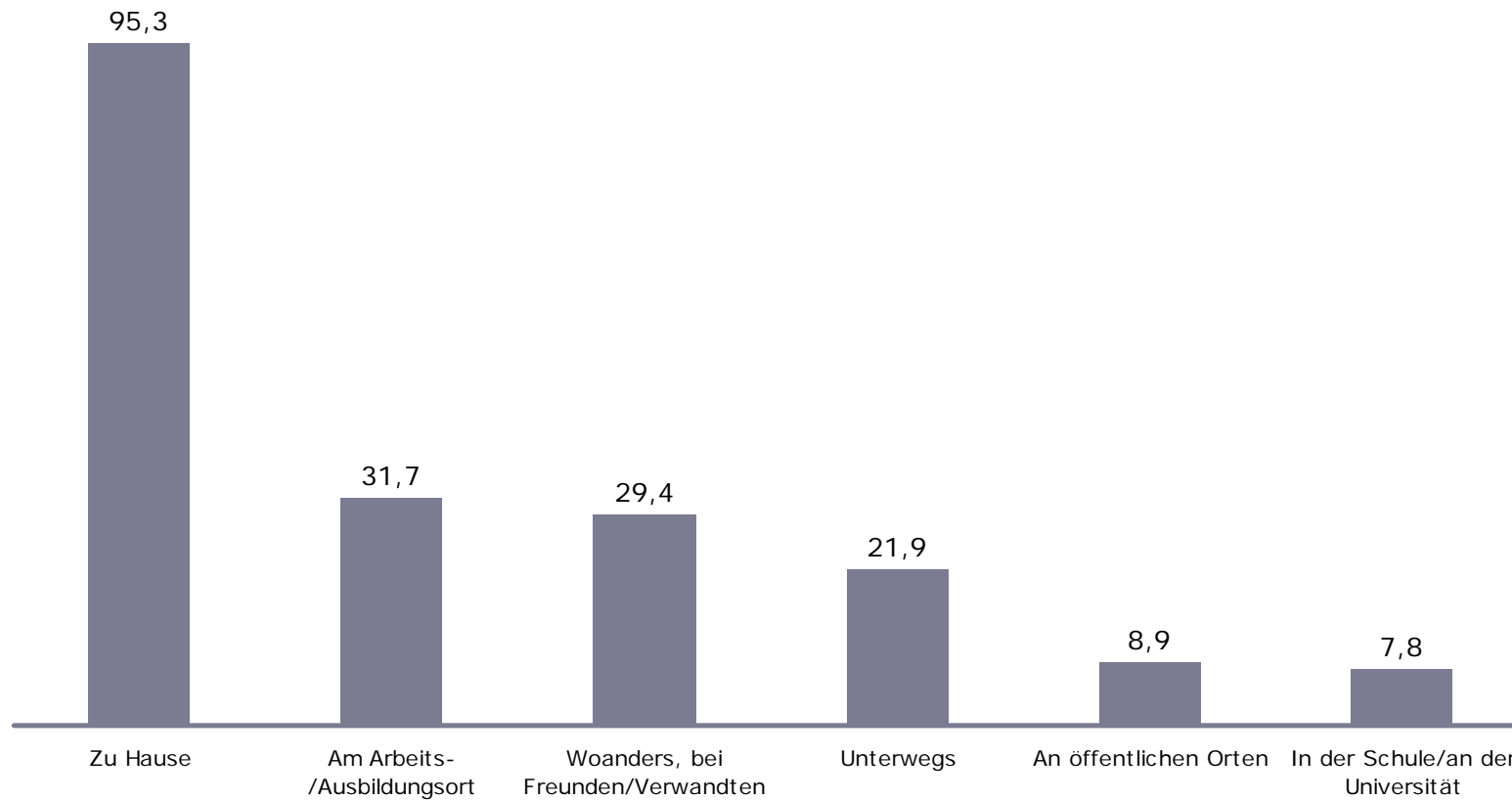
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)/ 112.450 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV



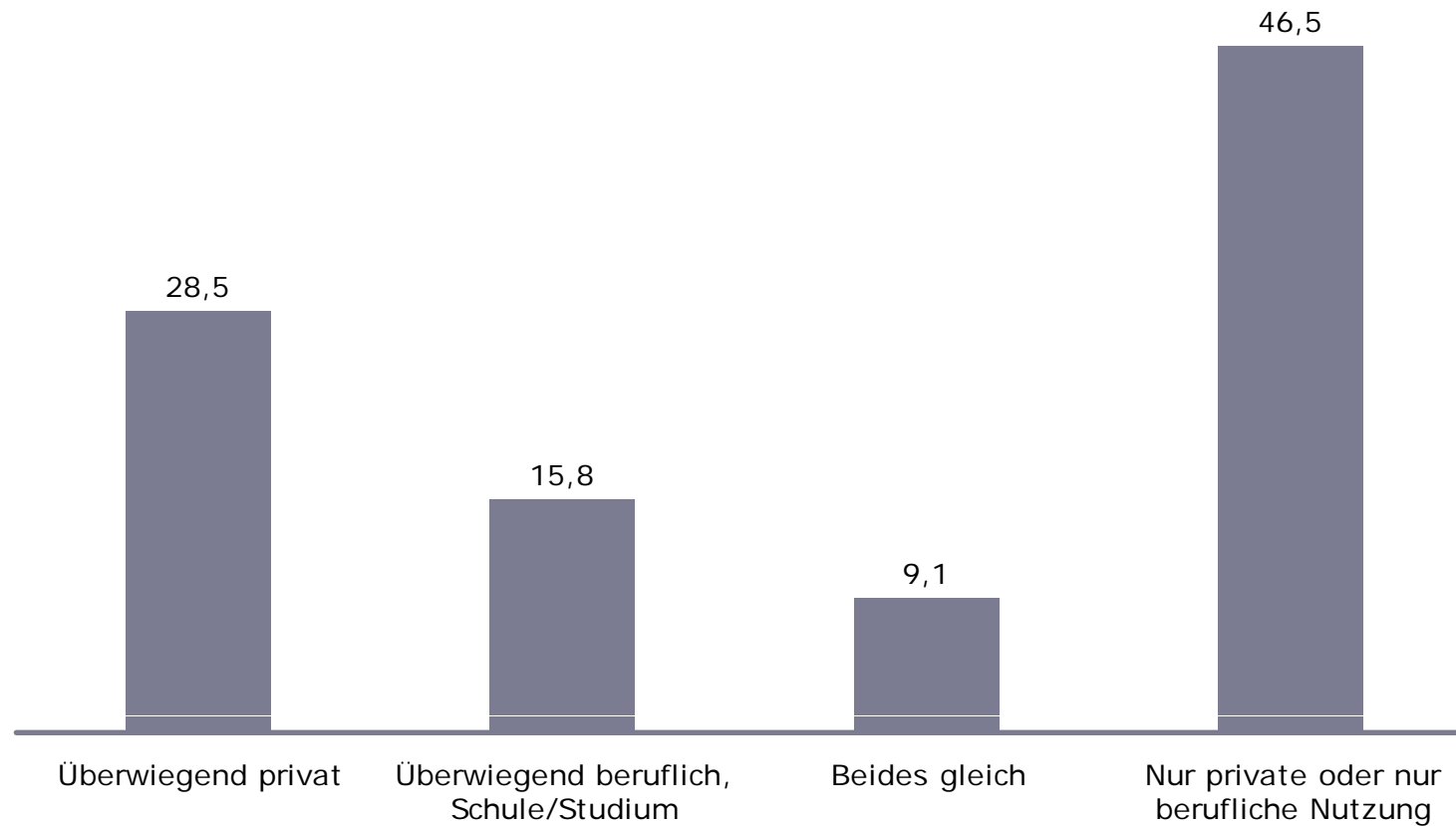
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 621 Fälle (restliche Internetnutzer) / 10.724 Fälle (Nicht-Internetnutzer)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV



Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV



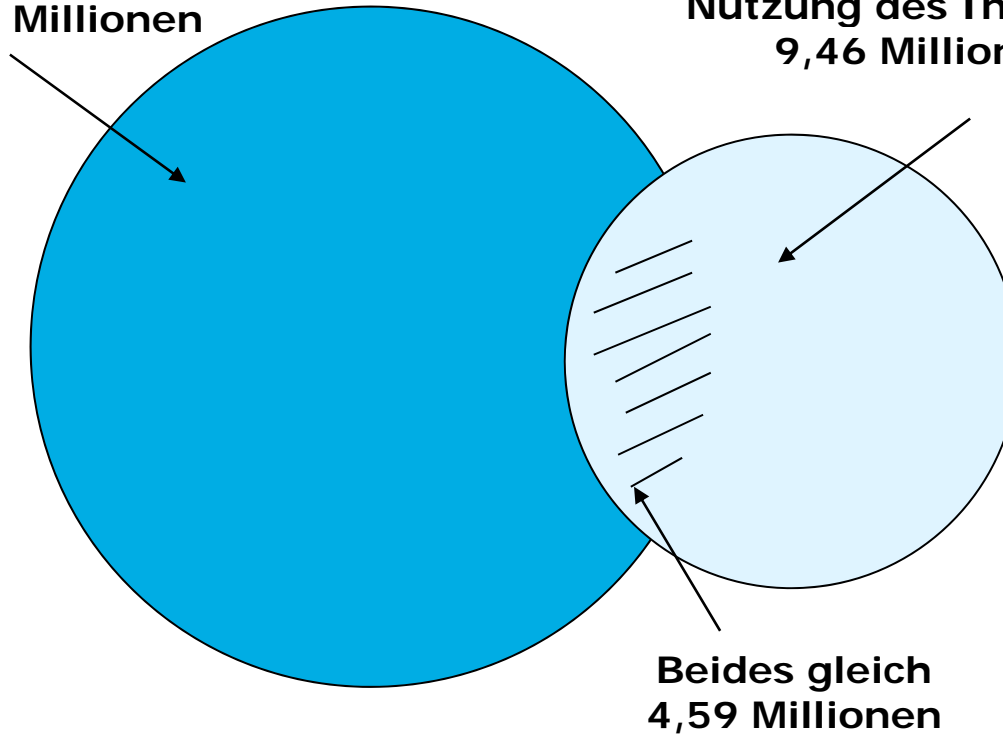
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV



Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV

Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
36,27 Millionen

Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
9,46 Millionen

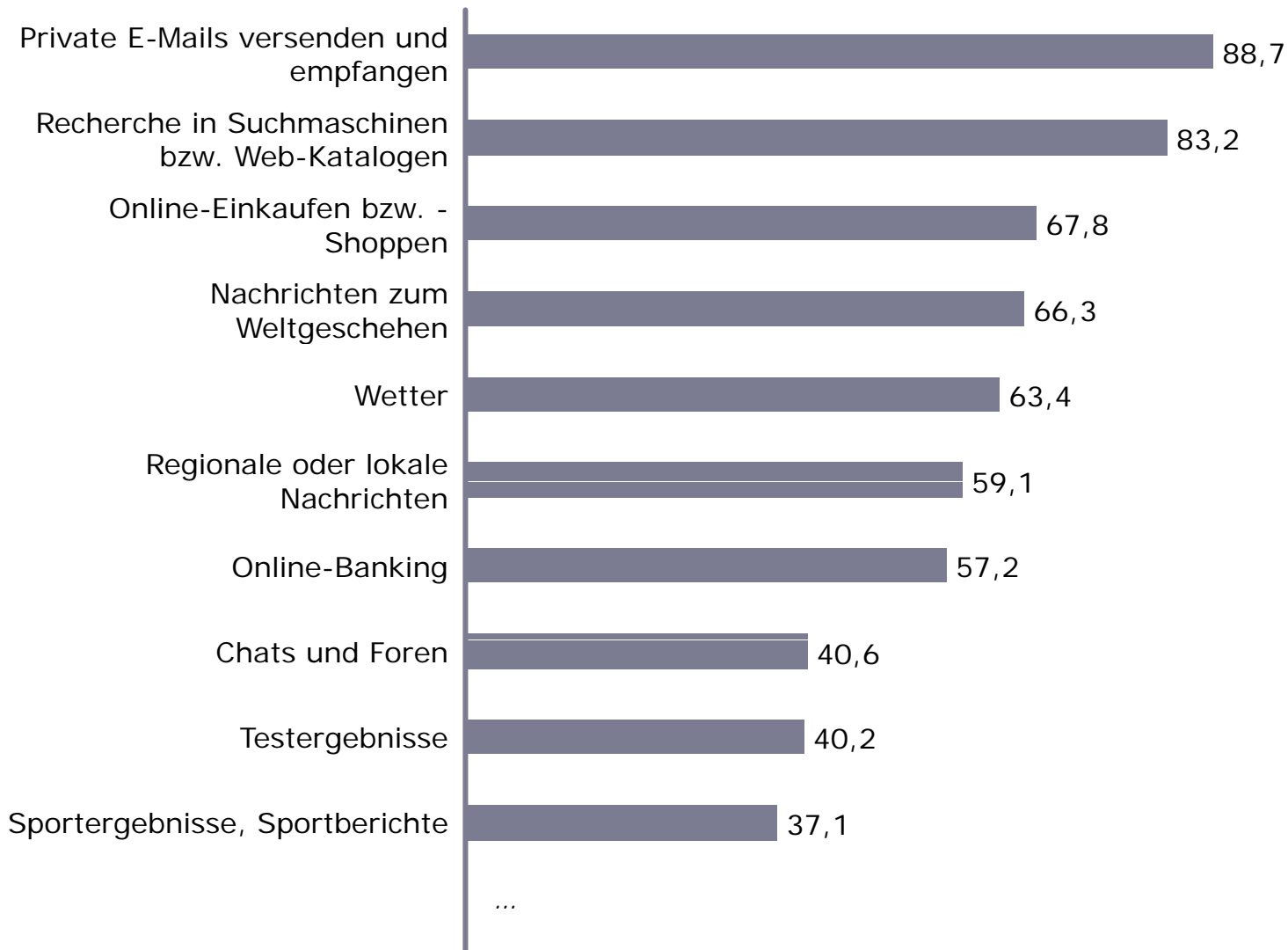


Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV

Thematische Schwerpunkte – Top 10



Basis: 101.105 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 2010-IV

Nutzung zu Hause:
95,3% / 48,28 Mio.

Messenger	101
Kinofilme, Kinoprogramm	101
Familie und Kinder	101
Stars und Prominente	101
Chats und Foren	101

Nutzung am Arbeits- / Ausbildungsort:
31,7% / 16,04 Mio.

Online-Banking	123
Testergebnisse	114
Immobilienbörsen	113
Online-Einkaufen	113
Nachrichten zum Weltgeschehen	112

Nutzung in der Schule / Uni
7,8% / 3,94 Mio.

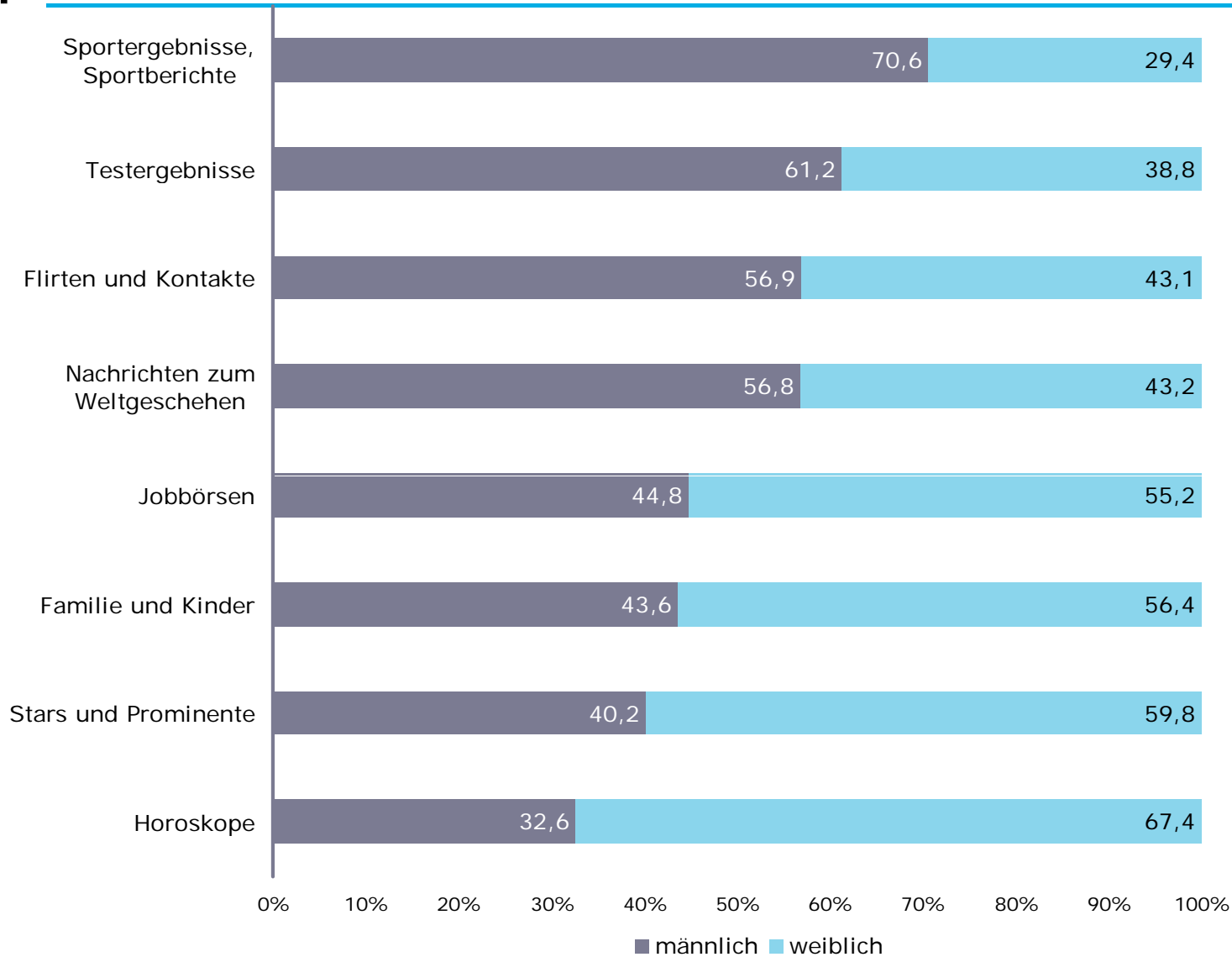
Chats und Foren	167
Flirten und Kontakte	172
Messenger	172
Weblogs / Blogs	167
Kinofilme, Kinoprogramm	163

Nutzung öffentl. Orte, unterwegs, woanders
41,6% / 21,10 Mio

Flirten und Kontakte	126
Chats und Foren	124
Kinofilme, Kinoprogramm	124
Weblogs / Blogs	123
Messenger	122

Basis: 101.105 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 2010-IV

Geschlechterverteilung in den Themenbereichen



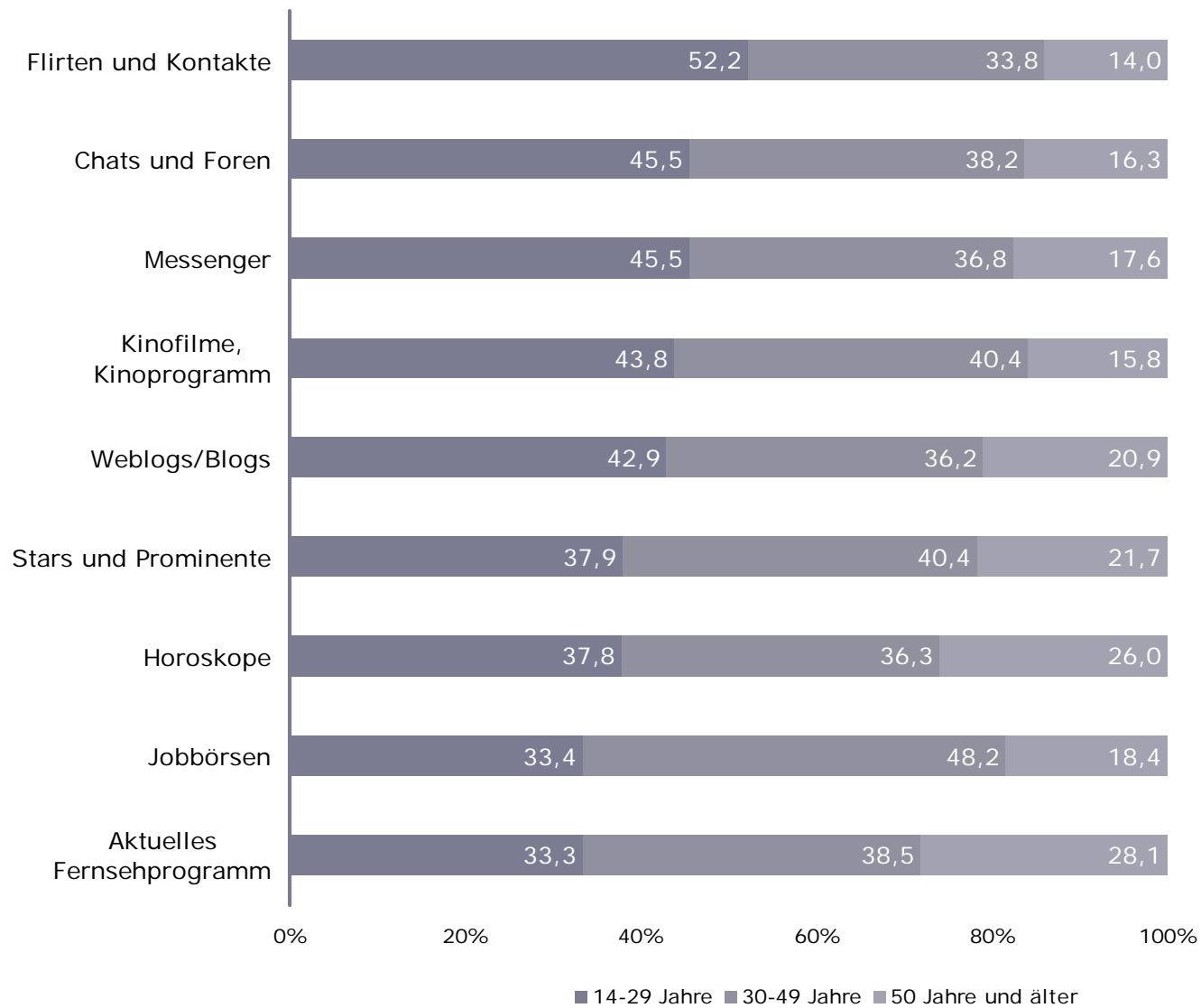
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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 2010-IV

Altersverteilung in den Themenbereichen

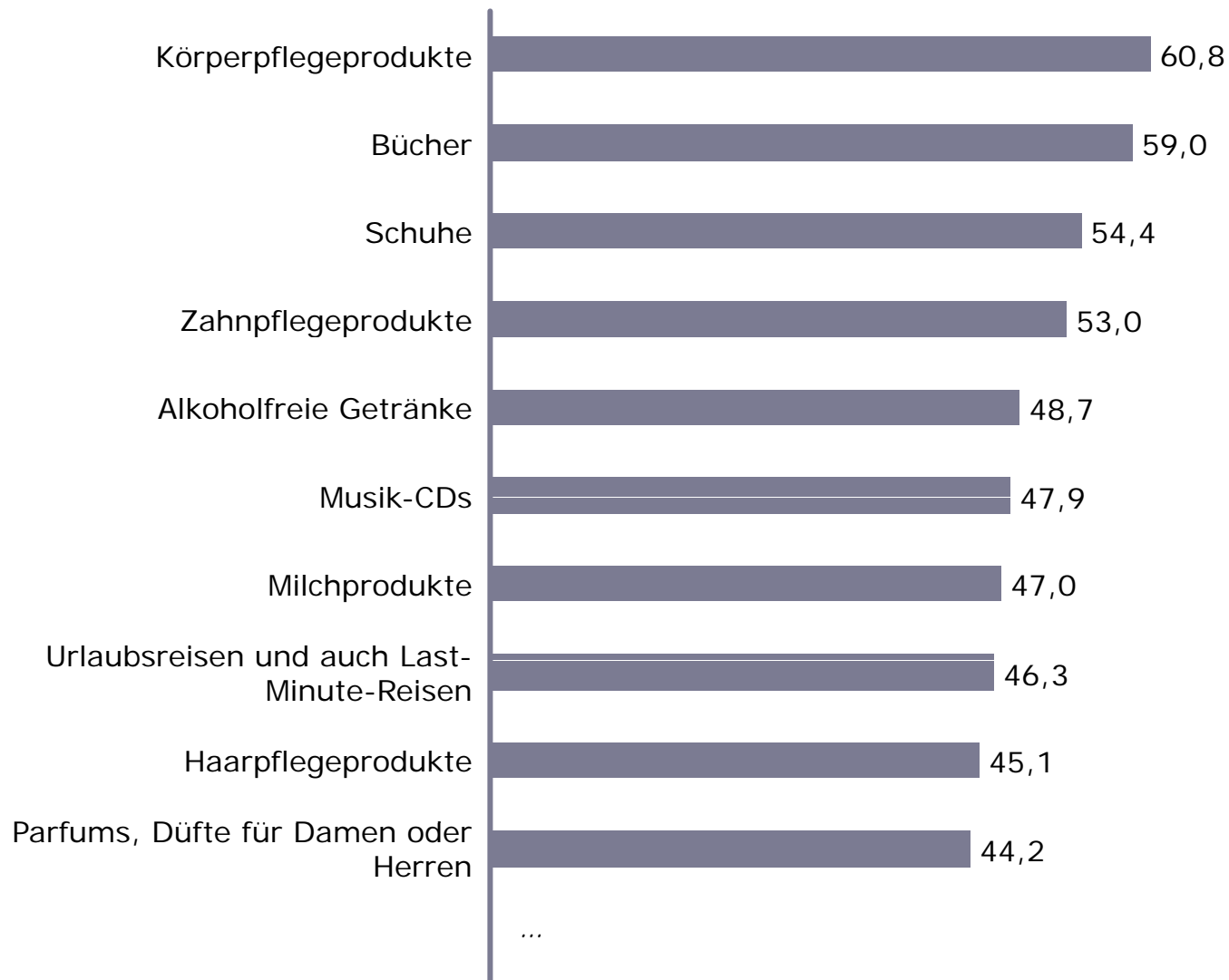


Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

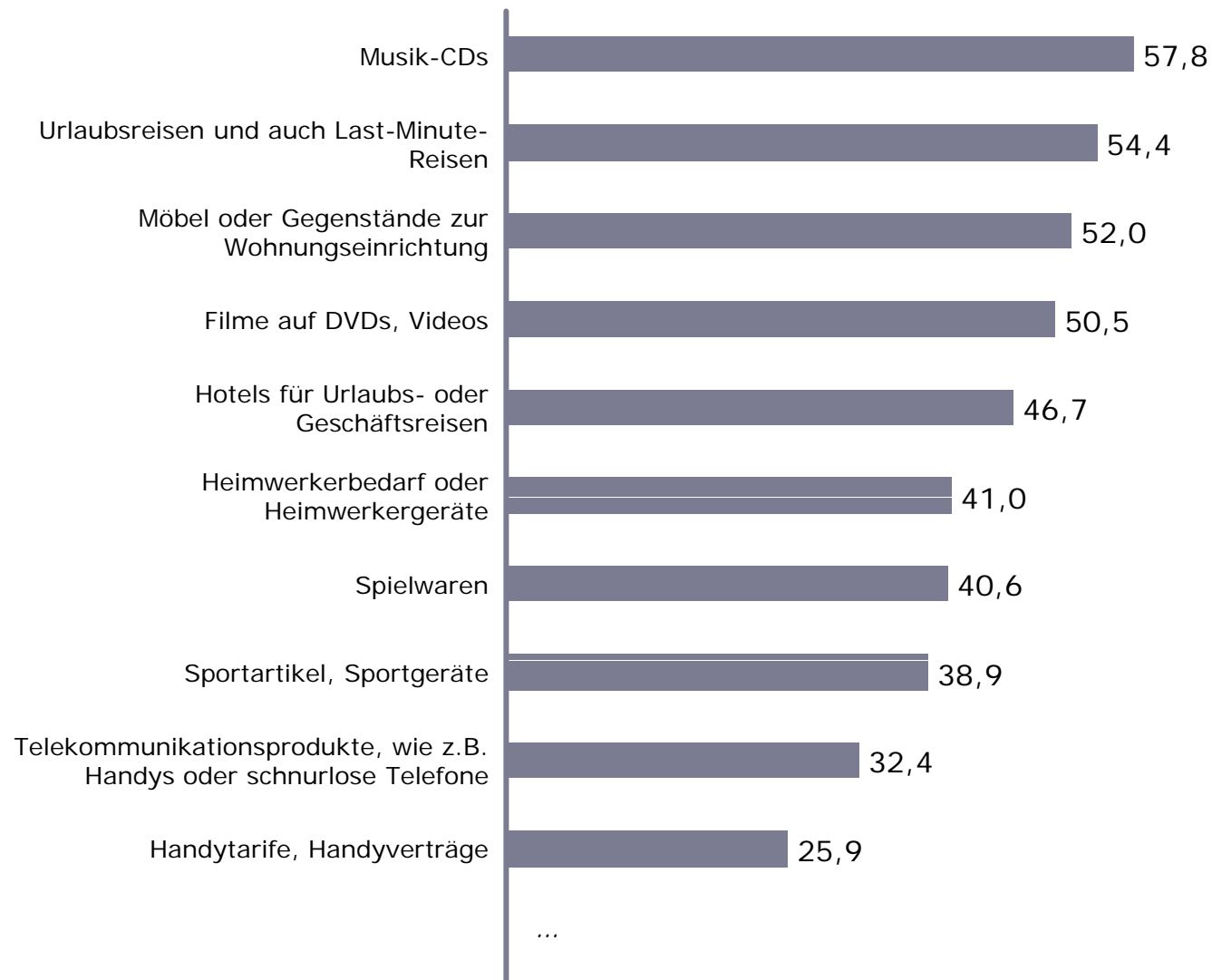
„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV

Generelles Produkt-Interesse (Top 10)

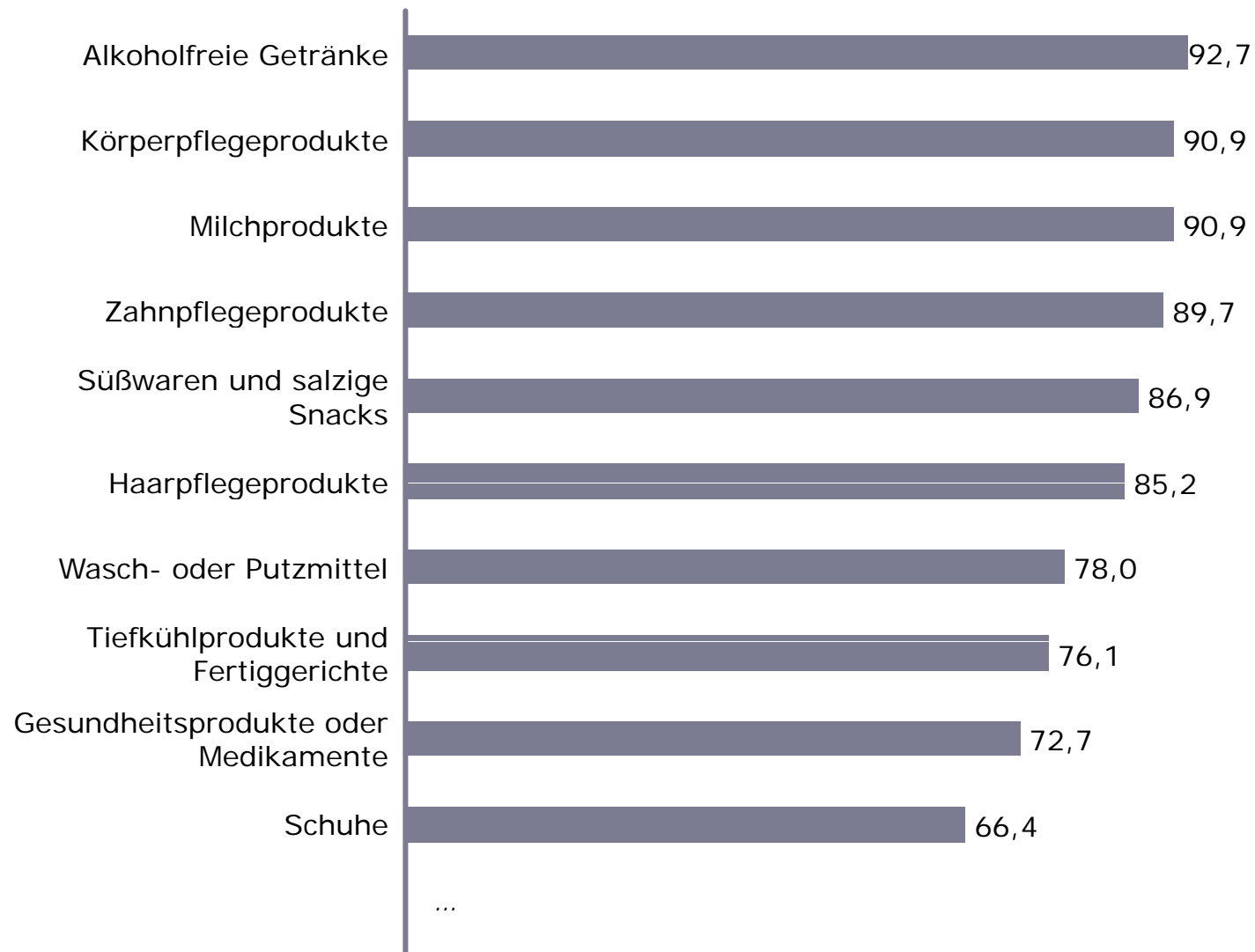


Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent /
 Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV

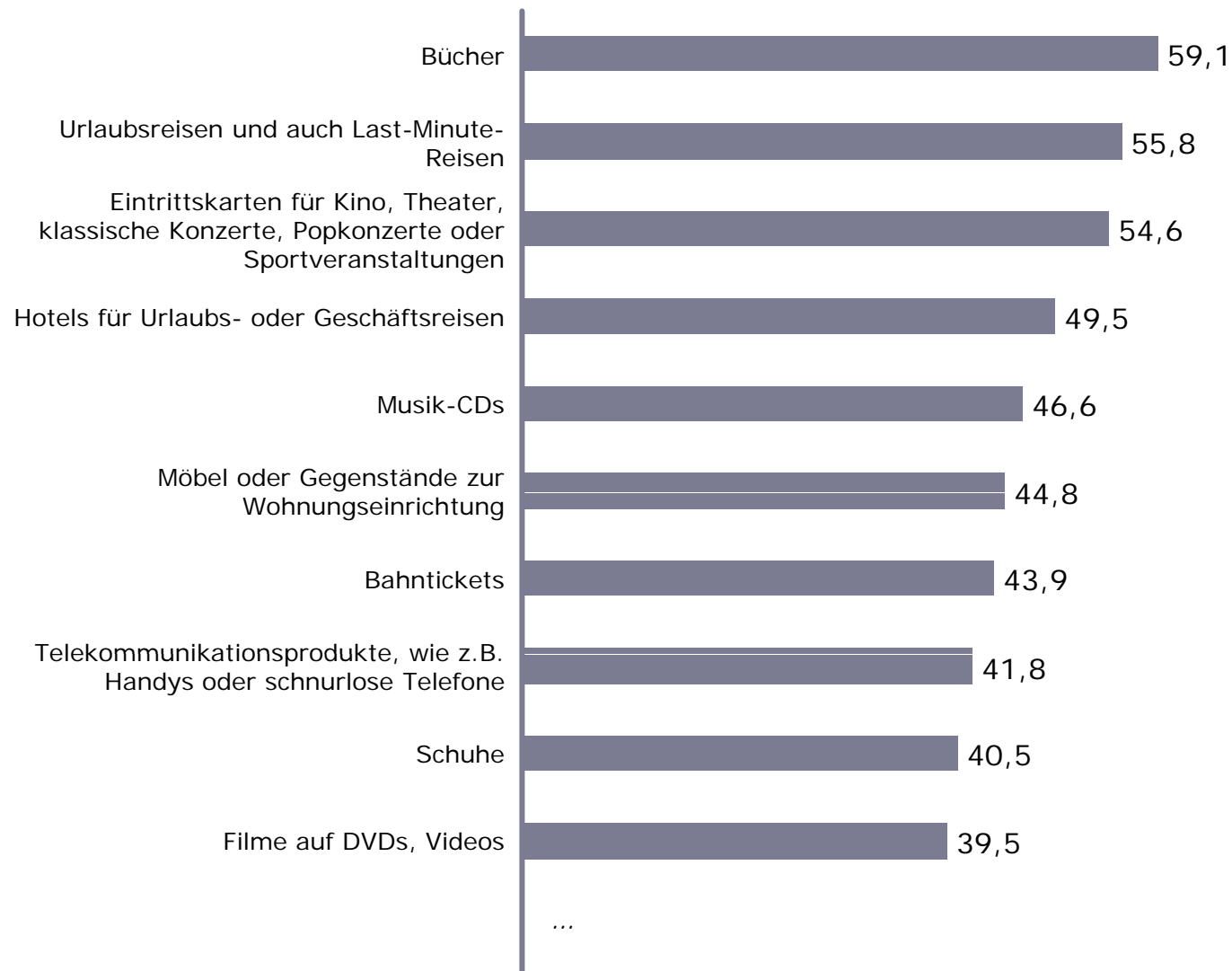


Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)/ „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht. in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 27 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)



Basis: 101.105 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 2010-IV

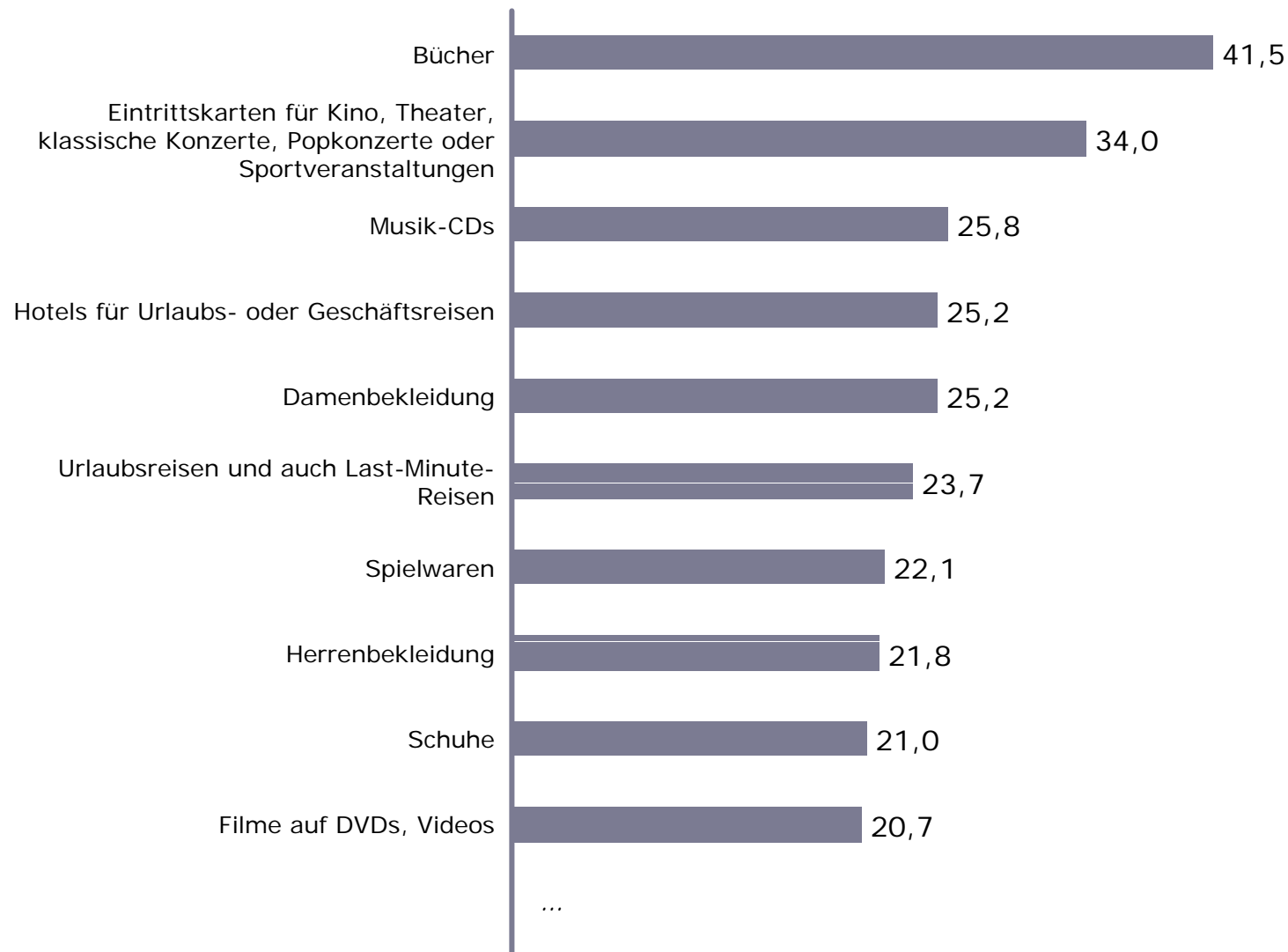


Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)/ „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV

14 - 19 Jahre		20 - 29 Jahre			
1	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	64,5	1 Bücher	63,9	
2	Musik-CDs	62,8	2	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	63,5
3	Schuhe	61,1	3	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	58,0
4	Filme auf DVDs, Videos	58,5	4	Filme auf DVDs, Videos	56,3
5	Telekommunikationsprodukte, wie z.B. Handys oder schnurlose Telefone	57,6	5	Schuhe	54,7
30 - 39 Jahre		40 - 49 Jahre			
1	Bücher	64,6	1	Bücher	60,5
2	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	62,1	2	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	58,2
3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	56,8	3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	55,6
4	Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	54,6	4	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,5
5	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,6	5	Musik-CDs	48,1
50 - 59 Jahre		60 Jahre und älter			
1	Bücher	55,5	1	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	53,2
2	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	54,0	2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,1
3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,2	3	Bücher	49,8
4	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	47,0	4	Bahntickets	39,9
5	Bahntickets	42,7	5	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	38,1

Basis: 101.105 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 2010-IV

Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 101.105 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 2010-IV

Produkte im Internet gekauft

Top 5 Produkte nach Altersklassen

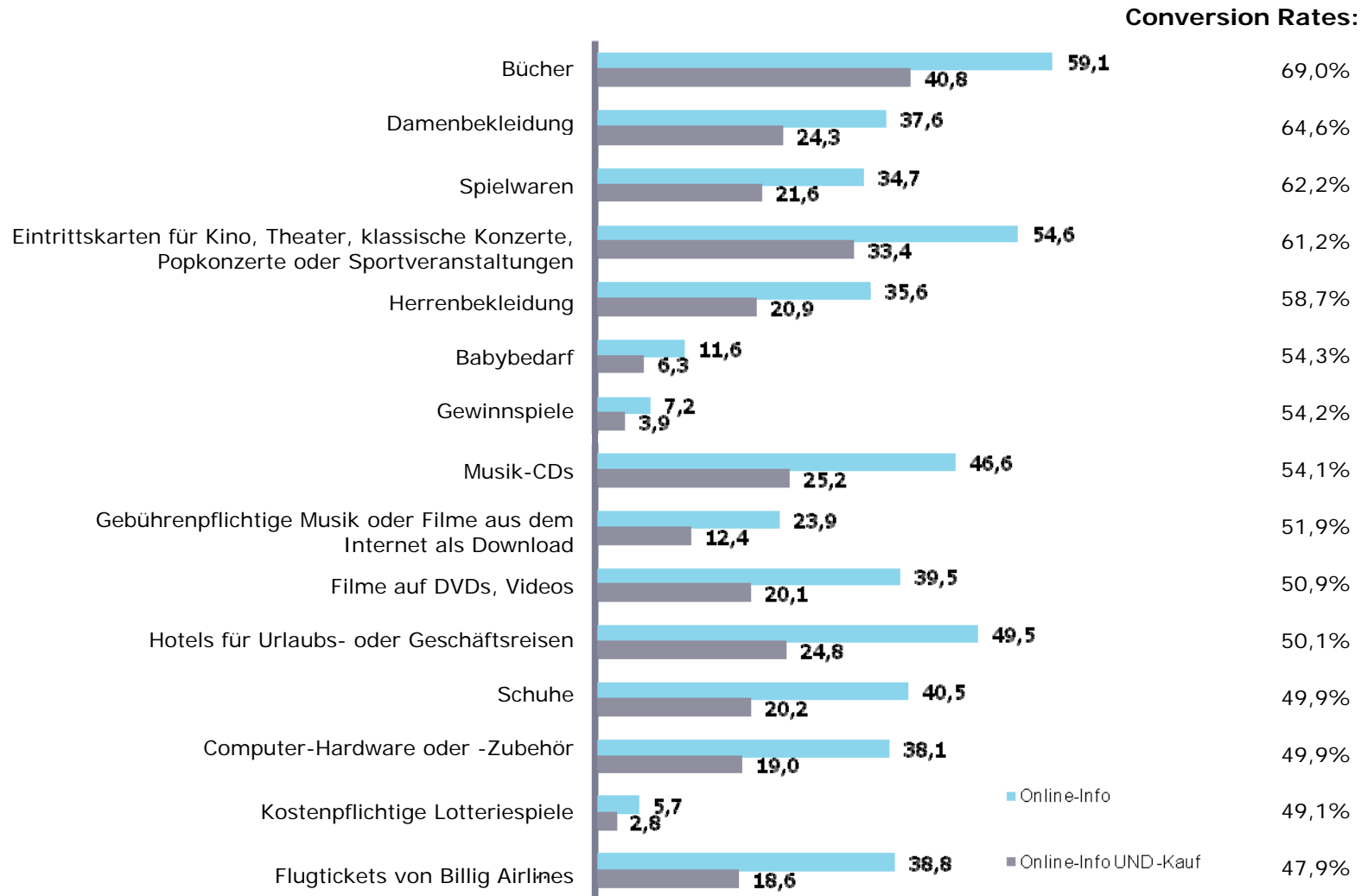
14 - 19 Jahre		20 - 29 Jahre			
1	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	33,1	1 Bücher	46,0	
2	Bücher	29,6	2	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	40,9
3	Schuhe	27,9	3	Musik-CDs	30,6
4	Musik-CDs	26,9	4	Filme auf DVDs, Videos	30,0
5	Filme auf DVDs, Videos	23,1	5	Damenbekleidung	29,8
30 - 39 Jahre		40 - 49 Jahre			
1	Bücher	49,8	1	Bücher	43,5
2	Spielwaren	39,0	2	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	34,3
3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	37,6	3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,3
4	Damenbekleidung	31,1	4	Musik-CDs	27,7
5	Musik-CDs	30,8	5	Damenbekleidung	26,8
50 - 59 Jahre		60 Jahre und älter			
1	Bücher	39,6	1	Bücher	31,4
2	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	29,6	2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,3
3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,4	3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	24,4
4	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	24,3	4	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	23,0
5	Flugtickets von Billig Airlines	20,6	5	Bahntickets	18,7

Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

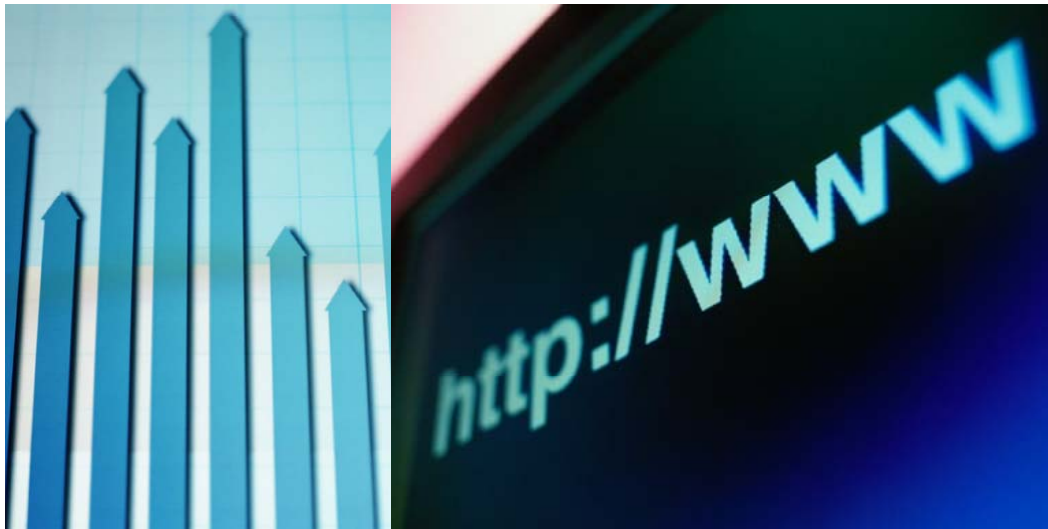
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 101.105 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 2010-IV

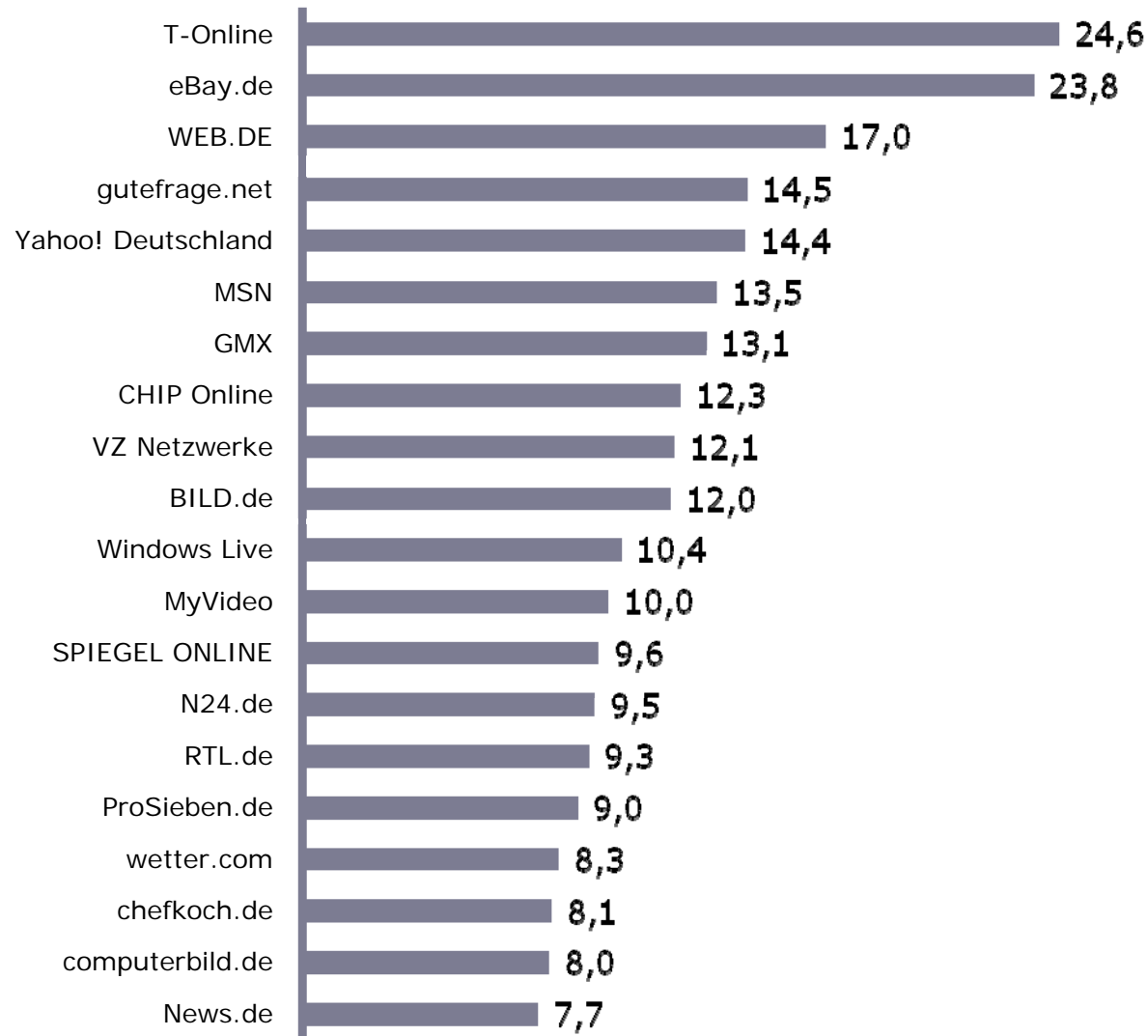


Grafiken zu den Rankings

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet-User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	62,0	31,40
TOMORROW FOCUS MEDIA	2	60,6	30,69
SevenOne Media	3	55,5	28,14
IP Deutschland	4	53,3	27,03
United Internet Media	5	51,4	26,06
eBay Advertising Group	6	50,3	25,48
Axel Springer Media Impact	7	46,4	23,51
Ströer Interactive	8	45,6	23,09
Yahoo! Deutschland	9	44,6	22,59
Microsoft Advertising	10	42,2	21,38
G+J Electronic Media Sales	11	40,1	20,32
OMS	12	39,7	20,10
ad pepper media	13	36,5	18,52
iq digital	14	36,3	18,40
Unister Media	15	32,2	16,30
Hi-media Deutschland	16	32,1	16,27
freeXmedia	17	30,5	15,45
SPIEGEL QC	18	27,2	13,78
Glam Media	19	22,5	11,43
QUARTER MEDIA	20	14,6	7,39

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum Oktober bis Dezember 2010
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-IV



Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat im Untersuchungszeitraum Oktober bis Dezember 2010
 Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)/
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-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

**Daten-
satz I**

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

Säule III

**Daten-
satz II**

= internet
facts