



Berichtsband  
zur internet facts 2011-03  
(Quartalsbericht)





## **Inhalt**

### **1. Vorwort**

*Zielsetzung der Studie, Kurzvorstellung der Kern-Ergebnisse sowie Basis-Rahmendaten*

### **2. Kerndaten zur Internetnutzung in Deutschland**

*2.1. Vorstellung des AGOF Universums*

*2.2. Marktrelevanz der AGOF Websites*

*2.3. Soziodemografische Strukturen Internetnutzer vs. Gesamtbevölkerung sowie Online-Verbreitung nach Altersgruppen*

*2.4. Weitere Daten zur Internetnutzung*

### **3. Rankings**

*3.1. Reichweiten Vermarkter*

*3.2. Reichweiten Angebote: Top-20-Werbeträger in den Einzelmonaten und im durchschnittliche Monat im Berichtszeitraum (1. Quartal 2011)*

### **4. Zuordnung Angebote zu Vermarktern**

*Übersicht der pro Vermarkter ausgewiesenen Online-Angebote in der internet facts*

### **5. Studiensteckbrief**

*Übersicht der wichtigsten Rahmendaten zur internet facts*

### **6. Verweis auf weiteres Informationsmaterial / Kontakt**

*Hinweis auf Downloadoptionen rund um die internet facts Ergebnisse auf der AGOF Website sowie Nennung der Ansprechpartner für weitere Fragen*

## 1. Vorwort

Mit diesem Berichtsband stellt die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. (AGOF) die zentralen Ergebnisse ihrer Markt-Media-Studie internet facts im ersten Quartal 2011 vor. Der Berichtszeitraum sind die Monate Januar bis März 2011. Neben den allgemeinen Daten zur Internetnutzung auf Basis des durchschnittlichen Monats im Quartal werden hier auch die Daten für die konkreten Einzelmonate Januar, Februar und März dargestellt.

Alle Informationen zur jeweils aktuellen Studie können unter [www.agof.de/internetfacts](http://www.agof.de/internetfacts) als PDF-Dateien heruntergeladen werden. Sie finden dort die Basiszählungen zur Internetnutzung, das Ranking der Angebote im Einzelmonat und in der durchschnittlichen Woche im Quartal sowie die Angebotsstrukturen. Die Unterlagen zu vorhergehenden Wellen können im Studienarchiv nachgelesen werden. Darüber hinaus stehen den Beziehern des AGOF Auswertungs- und Planungsprogramms TOP alle Daten für weitere Detailauswertungen und als Grundlage für die Online-Mediaplanung zur Verfügung.

Basis für die im Berichtsband vorgestellten Ergebnisse ist der sogenannte Weitesten Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNK umfasst nach den aktuellen Ergebnissen der internet facts 2011-03 insgesamt 50,67 Millionen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren – das entspricht 71,9 Prozent. Mit dieser Reichweite dokumentiert der WNK die breite Nutzung des Internets als Informations-, Kommunikations- und Transaktionsmedium in Deutschland.

Die internet facts leistet einen entscheidenden Beitrag zur Mediaplanung im Internet, da sie die Nutzung des Werbeträgers Internet medienadäquat abbildet und so die Kommunikationsleistung dieses Mediums transparent macht. Dazu erfolgt die Erhebung von Netto-Reichweiten und eine detaillierte Beschreibung von Zielgruppen für alle Werbeträgerangebote und Belegungseinheiten auf Basis der Grundgesamtheit, definiert als deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren. Die Erhebungsmethode ist ein Multi-Methodenmodell auf Basis einer technischen Messung, einer OnSite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung.

Auftraggeber der Studie ist die im Dezember 2002 gegründete Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF). Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Internet-Reichweitemessung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert.

Zu den aktuellen Mitgliedern der AGOF zählen: Axel Springer Media Impact AG, BAUER MEDIA KG, Contnet AG, Deutsche Telekom AG, eBay (UK) Limited, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, Hi-media S.A., InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq digital media marketing GmbH, Microsoft Advertising, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, Quality Channel GmbH, SevenOne Media GmbH, Telefónica o2 Germany GmbH & Co. OHG, TOMORROW FOCUS Media GmbH, United Internet Media AG, Vodafone D2 GmbH, Yahoo! Deutschland GmbH und YOC MOBILE ADVERTISING GMBH.



Die internet facts wird unter der Beteiligung folgender Dienstleister realisiert: ANKORDATA GmbH & Co. KG, COMSulting Gerhard Faehling GmbH, INFOnline GmbH, Interrogare GmbH, Media-Micro-Census GmbH, spring GmbH & Co. KG und TNS Infratest GmbH.

Weitere Informationen und Services rund um die internet facts finden Sie im Internet unter [www.agof.de](http://www.agof.de)

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre!

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.

Frankfurt, Juni 2011

## 2. Kerndaten zur Internetnutzung in Deutschland

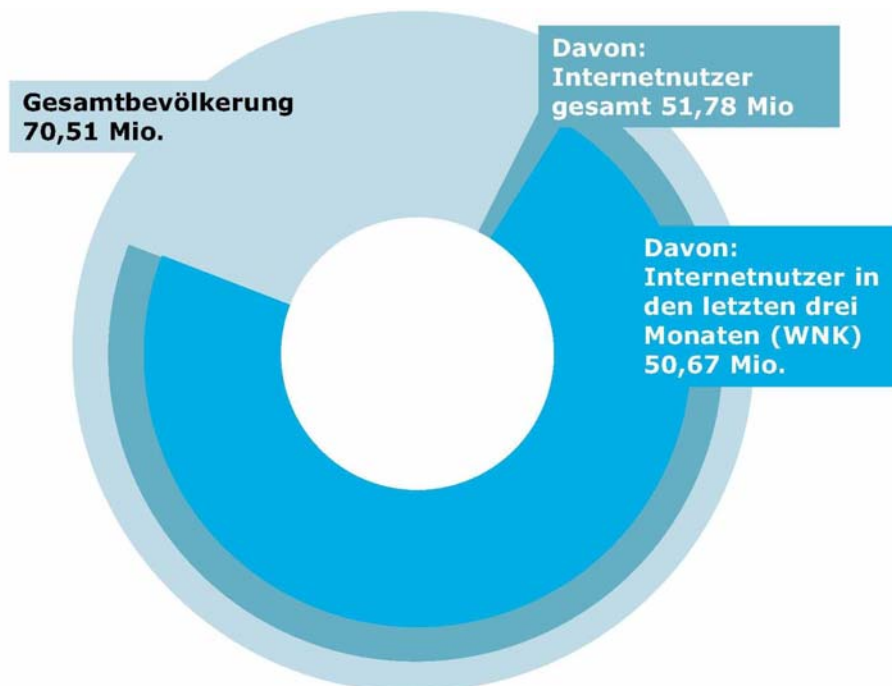
### 2.1. Vorstellung des AGOF Universums

Die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, zu der auch EU-Ausländer und andere deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahren gehören, umfasst insgesamt 70,51 Millionen Menschen. Dieses ist gleichzeitig die Grundgesamtheit der internet facts.

51,78 Millionen dieser Menschen sind laut der aktuellen internet facts 2011-03 (März 2011) im Internet anzutreffen, damit waren 73,4 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren innerhalb der letzten 12 Monate online. Der Weiteste Nutzerkreis – also die Personen, die innerhalb der letzten drei Monate das Internet mindestens einmal genutzt haben – umfasst 50,67 Millionen Menschen, das sind 71,9 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.

Diese Internet-Reichweiten dokumentieren die regelmäßige Internetnutzung der Deutschen und unterstreichen die Rolle des Online-Mediums als gleichberechtigter Werbeträger im Media-Mix.

Grundgesamtheit (Dt. Wohnbevölkerung ab 14 Jahre):	100,0% (entspricht 70,51 Mio.)
Internetnutzer gesamt:	73,4% (entspricht 51,78 Mio.)
Nutzer der letzten drei Monate (WNK):	71,9% (entspricht 50,67 Mio.)



Basis: 112.450 Fälle, deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-03

## 2.2. Marktrelevanz der AGOF Websites

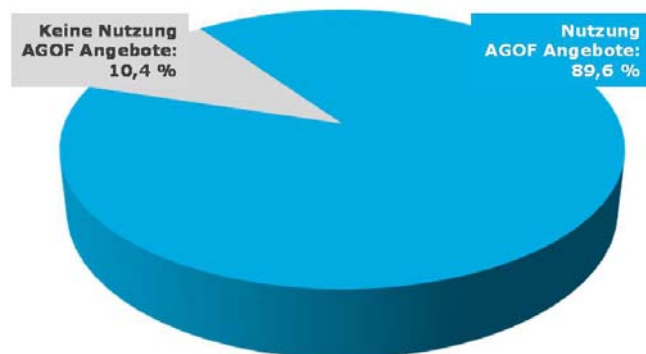
### Von AGOF Websites erreichter Nutzeranteil

Die hohe Relevanz und Marktabdeckung der an der AGOF Messung teilnehmenden Angebote zeigt sich in dem hohen Anteil der Nutzung der Angebote durch die Onliner.

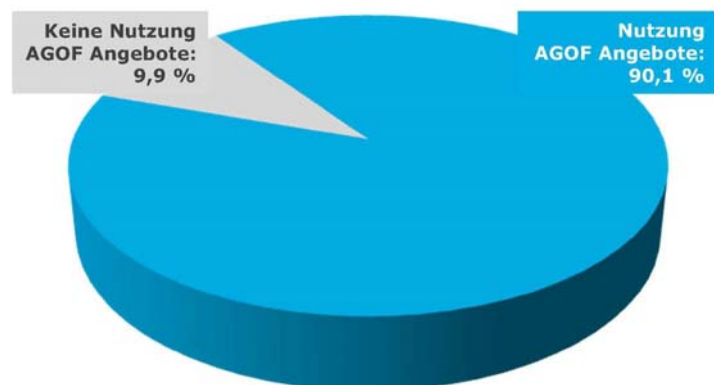
Das AGOF Universum – also alle Werbeträger, die in der internet facts gemessen werden – umfasst 89,6 Prozent der Internetnutzer in den letzten drei Monaten. Das heißt, 45,40 Millionen Internetnutzer wurden im ersten Quartal 2011 im AGOF Universum erreicht, haben also mindestens einen Kontakt innerhalb von drei Monaten zu mindestens einer der AGOF Webseiten gehabt.

Alleine im März 2011 haben 90,08 Prozent der Internetnutzer (45,64 Mio.) AGOF Webseiten genutzt.

### Marktrelevanz im 1. Quartal 2011



### Marktrelevanz im März 2011



Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-03

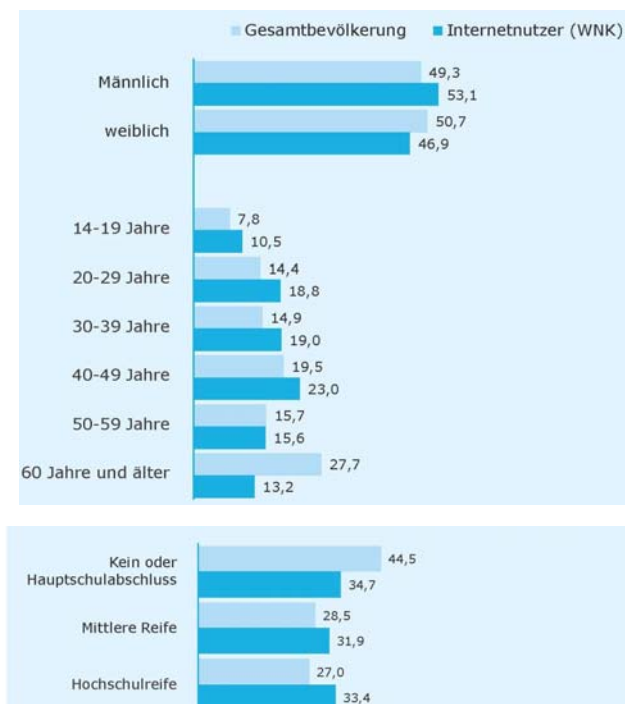
## 2.3. Soziodemografische Strukturen

### Soziodemografische Strukturen der Internetnutzer vs. Gesamtbevölkerung

Grundlage für die in den nachfolgenden Kapiteln untersuchten Merkmale der Internetnutzer ist durchgängig der Weitesten Nutzerkreis (WNK), d.h. Personen, die das Internet in den letzten drei Monaten mindestens einmal genutzt haben. Zum WNK zählen in der internet facts 2011-03 insgesamt 50,67 Millionen Deutsche, EU-Ausländer und andere deutschsprachige Ausländer in Deutschland – das sind 71,9 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland.

Mit der breiten Etablierung des Internets in allen Bevölkerungsschichten haben sich auch die demografischen Strukturen der Internetnutzer denen der Gesamtbevölkerung immer mehr angenähert. Dieses zeigt sich sowohl bei der Geschlechterverteilung als auch bei den im Netz vertretenen Nutzergenerationen. Knapp drei Viertel der Internetnutzer (71,2 Prozent, 36,10 Millionen) gehören der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen an und über ein Viertel der Internetnutzer (28,8 Prozent, 14,57 Millionen) ist über 50 Jahre alt.

Das Bildungsniveau der Onliner ist nach wie vor auf einem hohen Niveau: 33,4 Prozent, das sind 16,94 Millionen User, haben Abitur bzw. einen Fach- oder Hochschulabschluss.



*Lesebeispiel: 53,1% aller Internetnutzer (WNK) sind männlich, bei der Gesamtbevölkerung sind es 49,3%.*

Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 112.450 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent

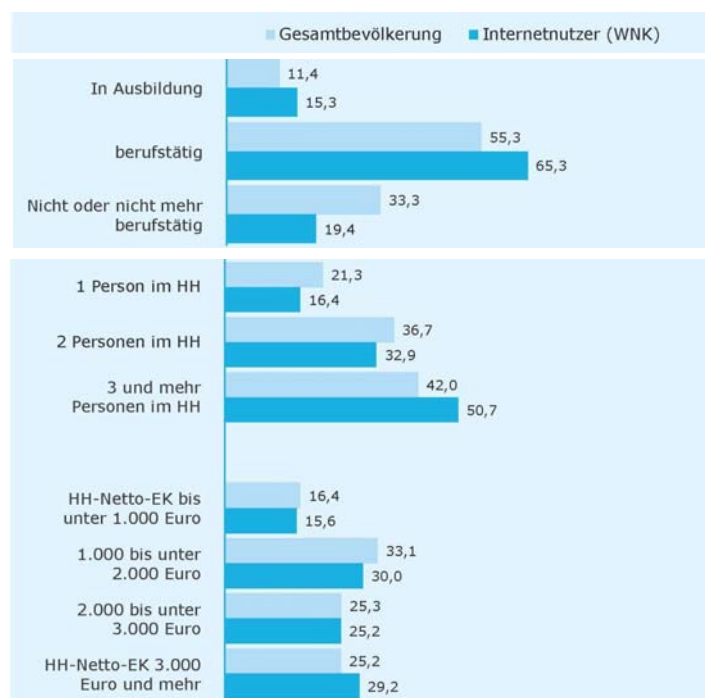
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-03

### Weitere demografische Merkmale im Vergleich

In Ausbildung befindliche Personen und Berufstätige weisen mit 15,3 Prozent bzw. 65,3 Prozent unter den Internetnutzern im Vergleich zur Gesamtbevölkerung einen höheren Anteil auf. Die Beschäftigungsstrukturen der Onliner spiegeln den Umstand wider, dass 71,2 Prozent der Internetnutzer zwischen 14 und 49 Jahren alt sind und sich damit im Aufbruch ins Berufsleben befinden bzw. mitten im Beruf stehen. Umgekehrt zählen bei den Internetnutzern nur 9,81 Millionen Menschen (19,4 Prozent) zu den nicht oder nicht mehr Berufstätigen; in der Gesamtbevölkerung gehören dagegen 23,49 Millionen (33,3 Prozent) zu dieser Personengruppe.

Mit 27,54 Millionen (54,4 Prozent) hat über die Hälfte der Internetnutzer ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 Euro und mehr zur Verfügung, d.h. die Onliner verfügen über eine starke Kaufkraft. Zur Gruppe der weniger solventen Haushalte mit einem Nettoeinkommen von unter 2.000 Euro zählen bei den Internetnutzern 23,13 Millionen (45,6 Prozent), während es in der Bevölkerung 34,89 Millionen Menschen (49,5 Prozent) sind.

Die Hälfte der Internetnutzer kommt aus Mehrpersonenhaushalten: 25,68 Millionen User (50,7 Prozent) leben in Haushalten mit 3 und mehr Personen, 16,68 Millionen (32,9 Prozent) gehören zu 2-Personen-Haushalten und lediglich 8,32 Millionen (16,4 Prozent) stellen einen Single-Haushalt dar.



*Lesebeispiel: 65,3% aller Internetnutzer (WNK) sind berufstätig, bei der Gesamtbevölkerung sind es 55,3%.*

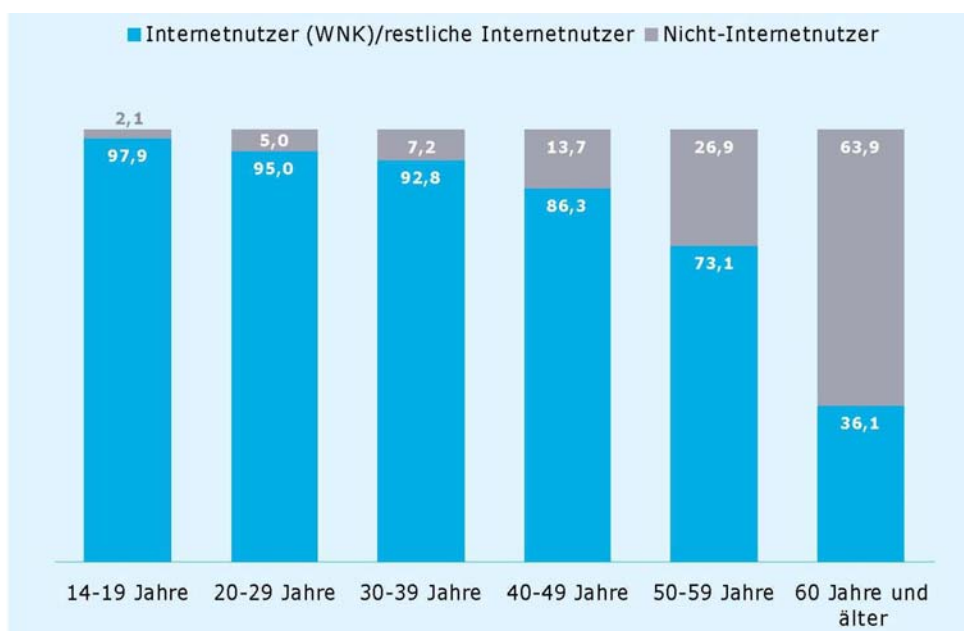
Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 112.450 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-03



### Online-Verbreitung nach Altersgruppen

73,4 Prozent (51,78 Millionen) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren waren in den letzten 12 Monaten online und 71,9 Prozent (50,67 Millionen) haben das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt. Diese Etablierung des Internets als Massenmedium hat sich auch auf die Online-Nutzerstrukturen ausgewirkt: Das Internet wird inzwischen in allen Altersklassen genutzt.

Ein Vergleich der Altersstrukturen der Internetnutzer und der Nicht-Internetnutzer zeigt, welche Bevölkerungsgruppen in welchem Ausmaß im Netz anzutreffen sind. Bei den 14- bis 39-Jährigen liegt der Anteil der Internetnutzer z. T. deutlich über der 90-Prozent-Marke, bei den 40- bis 49-Jährigen sind es 86,3 Prozent. Auch in den gehobenen Altersklassen gibt es viele Onliner: so weisen die 50- bis 59-Jährigen einen Internetnutzer-Anteil von 73,1 Prozent auf, bei den über 60-Jährigen ist mit 36,1 Prozent über ein Drittel online.



*Lesebeispiel: 97,9% der 14- bis 19-Jährigen sind Internetnutzer (WNK und restliche Internetnutzer) und 2,1% der 14- bis 19-Jährigen sind Nicht-Internetnutzer.*

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 2011-03

## **2.4. Weitere Daten zur Internetnutzung**

### **Versierte und vielseitige Internetnutzung**

81,3 Prozent der Internetnutzer – das sind 41,22 Millionen Menschen – sind seit mehr als drei Jahren im Netz und können damit als versierte User mit langer Nutzungserfahrung angesehen werden. Mehr als neun von zehn Surfern (94,6 Prozent) gehen von zu Hause ins Internet sowie jeweils knapp ein Drittel am Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz (32,3 Prozent) bzw. bei Freunden oder Verwandten (28,4 Prozent). Die beliebteste Art, von zu Hause aus online zu gehen, ist mit Abstand DSL, das in den heimischen vier Wänden von 65,5 Prozent der Onliner genutzt wird (ISDN: 15,5 Prozent).

Die Bandbreite der online genutzten Anwendungen zeigt, dass sich das Internet in den unterschiedlichsten Lebensbereichen etabliert hat. An erster Stelle steht für 88,5 Prozent (44,84 Millionen) der Internetnutzer unverändert das Senden und Empfangen von privaten E-Mails, gefolgt von der Suche in Suchmaschinen oder Web-Katalogen (83,5 Prozent bzw. 42,32 Millionen) sowie die Nutzung von Nachrichten zum Weltgeschehen (68,7 Prozent, 34,83 Millionen). Online-Shopping (67,5 Prozent bzw. 34,18 Millionen) und der Zugriff auf Angebote zum Wetter (62,4 Prozent, 31,62 Millionen) finden sich auf den weiteren Plätzen. Über die Hälfte der Onliner nutzen zudem regionale oder lokale Nachrichten sowie Online-Banking. Weitere Nutzungsschwerpunkte sind Chats und Foren, das Abrufen von Sport- oder Testergebnissen und Kinoprogrammen, sowie von Informationen zu Essen, Trinken und Genießen.

### **Das Internet ist alltägliches Informations- und Transaktionsmedium**

Die selbstverständliche Nutzung des Internets wirkt sich auch auf das Einkaufsverhalten vieler Konsumenten aus. Mit 96,9 Prozent (49,12 Mio.) haben sich nahezu alle Onliner schon einmal im Internet über Produkte informiert. Führend bei der Online-Recherche sind Bücher, Urlaubs- und Last-Minute-Reisen, Eintrittskarten, Hotels für Urlaubs- und Geschäftsreisen sowie Musik-CDs. Aber auch als Bezugsquelle wird das Internet von vielen Konsumenten genutzt: So liegt der Anteil der Online-Shopper unter den Internetnutzern bei 85,6 Prozent, d.h. 43,40 Millionen Menschen haben in den vergangenen zwölf Monaten Waren im Internet gekauft. Ganz oben auf der Online-Einkaufsliste stehen Bücher, Eintrittskarten, Musik-CDs, Buchungen von Hotelzimmern sowie Damenbekleidung.

Der enge Zusammenhang zwischen der Online-Informationssuche und dem Online-Kauf wird mittels der Online-Conversion-Rate, also dem Verhältnis von Online-Informationssuchenden zu Online-Informationssuchenden UND Online-Käufern, deutlich. Bücher stehen diesbezüglich mit einer Conversion Rate von 69,2 Prozent an erster Stelle, d.h. die Online-Informationssuchenden UND Online-Käufer von Büchern belaufen sich auf mehr als zwei Drittel der Personen, die sich online über Bücher informiert haben. Auf den weiteren Plätzen folgen Damenbekleidung, Spielwaren, Eintrittskarten, Herrenbekleidung, Gewinnspiele, Musik-CDs, Babybedarf, kostenpflichtige Lotteriespiele, gebührenpflichtige Musik oder Filme aus dem Internet als Download, Filme auf DVDs/Videos sowie Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen. Bei all diesen Produkten liegt der Anteil der Online-Informationssuchenden UND Online-Käufer bei mehr als der Hälfte der Online-Recherchierenden – oder anders ausgedrückt: Mehr als jeder zweite Informationssuchende wird zum Käufer.

### 3. Rankings

#### 3.1. Reichweiten Vermarkter

Mit den Daten der internet facts werden die Netto-Reichweiten der in der AGOF vereinten Vermarkter ausgewiesen. Die folgende Tabelle zeigt die Netto-Reichweiten der Vermarkter auf Basis der in der internet facts erhobenen Werbeträgerangebote in den jeweiligen Einzelmonaten des ersten Quartals 2011.

#### Ranking der Vermarkter – Platz 1 bis 20

Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User im März 2011	Netto-Reichweite Mio. Unique User im Februar 2011	Netto-Reichweite Mio. Unique User im Januar 2011
InteractiveMedia CCSP	1	60,9	30,88	30,07	30,59
TOMORROW FOCUS MEDIA	2	59,9	30,36	29,71	30,78
IP Deutschland	3	52,8	26,77	25,99	26,97
SevenOne Media	4	51,8	26,27	25,94	26,87
United Internet Media	5	51,0	25,83	25,36	26,29
eBay Advertising Group	6	50,6	25,66	25,08	25,75
Axel Springer Media Impact	7	49,8	25,24	22,61	24,03
Ströer Interactive	8	44,6	22,61	21,98	23,28
Yahoo! Deutschland	9	44,3	22,44	22,24	23,05
OMS	10	40,5	20,50	19,50	20,24
G+J Electronic Media Sales	11	38,9	19,70	19,05	20,15
iq digital	12	37,4	18,96	17,22	17,91
Microsoft Advertising	13	37,4	18,95	19,04	19,81
ad pepper media	14	36,7	18,58	18,32	18,82
freeXmedia	15	33,0	16,74	16,65	17,80
Unister Media	16	31,1	15,74	16,38	16,86
SPIEGEL QC	17	30,1	15,27	14,22	14,47
Hi-media Deutschland	18	29,6	14,99	15,04	15,96
Glam Media	19	22,4	11,34	10,86	11,32
QUARTER MEDIA	20	14,9	7,53	7,66	8,53

Angaben Prozent und in Mio. UU für den Untersuchungszeitraum März 2011 sowie in Mio. UU für den jeweiligen Einzelmonat im Berichtszeitraum Januar bis März 2011 / Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate). Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-01 bis 2011-03

## Ranking der Vermarkter – Platz 21 bis 76

Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User im März 2011	Netto-Reichweite Mio. Unique User im Februar 2011	Netto-Reichweite Mio. Unique User im Januar 2011
MAIRDUMONT MEDIA	21	12,2	6,16	6,08	6,42
BAUER MEDIA	22	11,9	6,03	5,90	6,38
vertical network media	23	11,8	6,00	5,67	5,74
netpoint media	24	11,3	5,71	5,47	5,72
Business Advertising	25	10,4	5,28	5,01	5,26
mediasports Digital	26	9,6	4,86	4,00	4,07
Urban Media	27	8,2	4,14	4,20	4,69
Adconion Media Group	28	8,0	4,03	3,95	4,22
guentiger.de	29	7,8	3,96	5,45	6,42
TripleDoubleU	30	6,8	3,45	3,10	3,12
CommonMedia	31	6,8	3,44	3,39	3,67
tape.tv media	32	5,9	3,01	2,40	2,28
VIACOM Brand Solutions	33	5,6	2,83	2,55	2,80
Weischer Online	34	5,1	2,57	2,77	3,11
TripAdvisor	35	4,7	2,39	2,64	3,09
SPIL GAMES Germany	36	4,6	2,35	2,40	2,61
OnVista Media	37	4,4	2,23	2,07	2,34
mokono	38	4,4	2,22	2,20	2,37
optel Media Services	39	4,3	2,16	*	*
AD2ONE	40	4,0	2,05	1,31	1,04
GoYellow	41	3,8	1,92	1,94	2,10
Monster Worldwide Deutschland	41	3,8	1,92	1,82	2,15
ADselect	43	3,5	1,78	1,42	1,50
CHECK24 Vergleichsportal	44	3,0	1,50	1,42	1,84
Doodle	45	2,9	1,45	1,28	1,28
GAN - Game Ad Net	46	2,6	1,34	*	*
RealGames Europe	47	2,6	1,32	1,56	1,92
Cinema Management Services	48	2,4	1,23	1,43	1,55
teltarif.de Onlineverlag	49	2,3	1,15	1,11	1,33
CondeNast	49	2,3	1,15	1,24	1,26
AdTiger.de	51	2,2	1,12	1,06	1,08
apotheken-umschau.de	52	2,0	1,03	1,01	1,17
IDG Business Media	53	1,7	0,85	0,83	0,92
magnus.de	54	1,4	0,70	0,73	0,86
teligo	55	1,4	0,69	0,55	0,63
intermedia advertising	56	1,3	0,67	0,69	0,83
Midasplayers / king.com	57	1,3	0,65	0,63	0,72
Family Media	58	1,0	0,50	0,47	0,47
Deutscher Fachverlag	59	1,0	0,49	0,55	0,53
WEB FINANCIAL GROUP	60	0,9	0,47	0,47	0,54
ECONA	61	0,8	0,41	0,34	0,37
CHIP Communications	62	0,8	0,39	0,38	0,45
mediaflite	63	0,7	0,37	0,40	0,46
media4markets	64	0,6	0,28	0,26	0,27
MEDIENHAUS.de	64	0,6	0,28	0,26	0,29
Sulake Deutschland	66	0,5	0,27	0,32	0,32
MEEDIA	67	0,5	0,26	0,33	0,27
Verlag Werben & Verkaufen	68	0,5	0,25	0,24	0,24
QWERTZ-Media	69	0,4	0,23	0,25	0,35
krebomedia	70	0,4	0,22	0,19	0,42
mediaroute	71	0,4	0,20	0,20	0,21
Stardoll AB	72	0,4	0,18	0,26	0,16
artnet	73	0,3	0,16	0,14	0,16
RTL Radiovermarktung	74	0,2	0,12	0,12	0,10
SOMA 2	75	0,2	0,09	0,09	0,12
Klassik Radio	76	0,2	0,08	0,10	0,10

\* keine Werte in dieser Welle

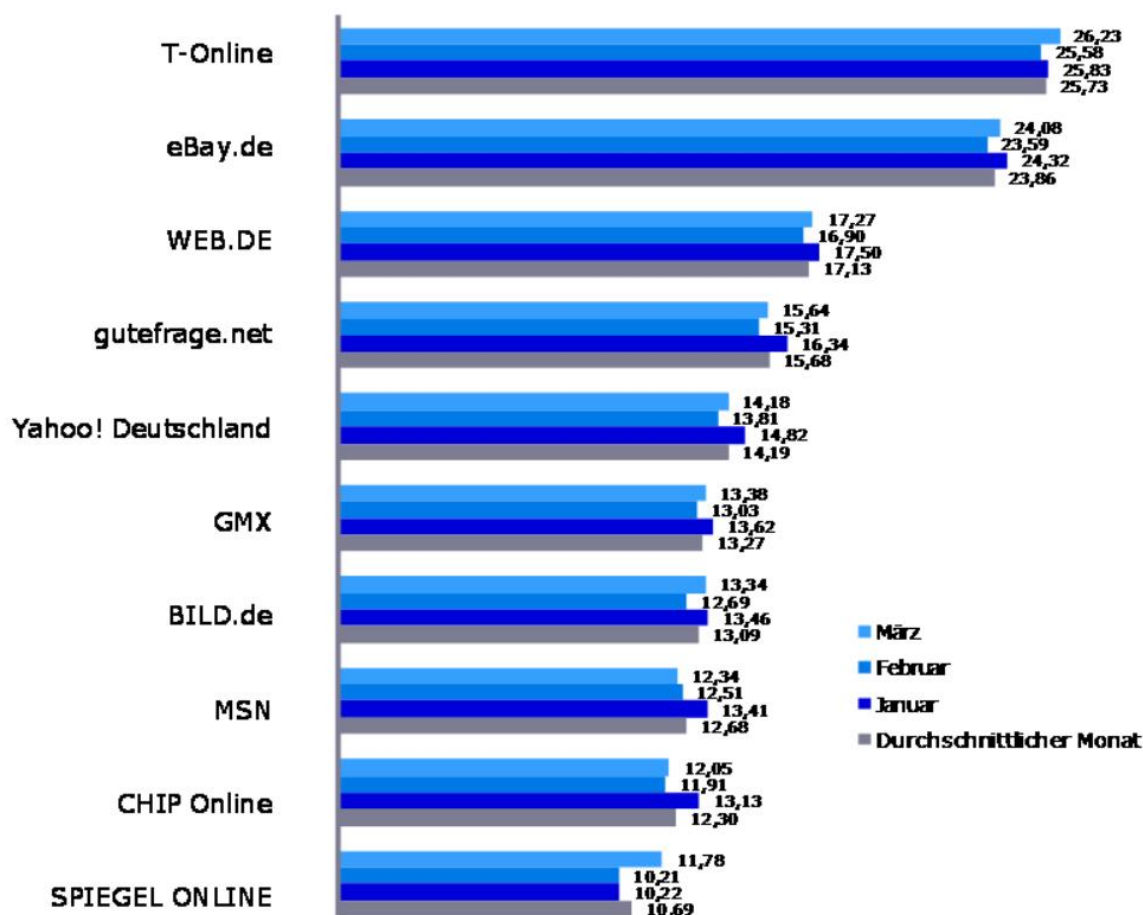
Angaben Prozent und in Mio. UU für den Untersuchungszeitraum März 2011 sowie in Mio. UU für den jeweiligen Einzelmonat im Berichtszeitraum Januar bis März 2011 / Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate). Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-03

### 3.2. Reichweiten Angebote: Top-20-Werbeträger

Die AGOF weist aktuell im März 2011 Daten für 669 Webseiten aus.

Die nachfolgende Grafik zeigt die konkreten Monatsreichweiten für Januar, Februar und März beispielhaft für die Top-20-Werbeträger und stellt ihnen die Reichweite in einem durchschnittlichen Monat im Berichtszeitraum vergleichend gegenüber. Dabei wird deutlich, dass sich in den meisten Fällen lediglich kleine monatliche Schwankungen gegenüber dem Durchschnittsmonat zeigen.

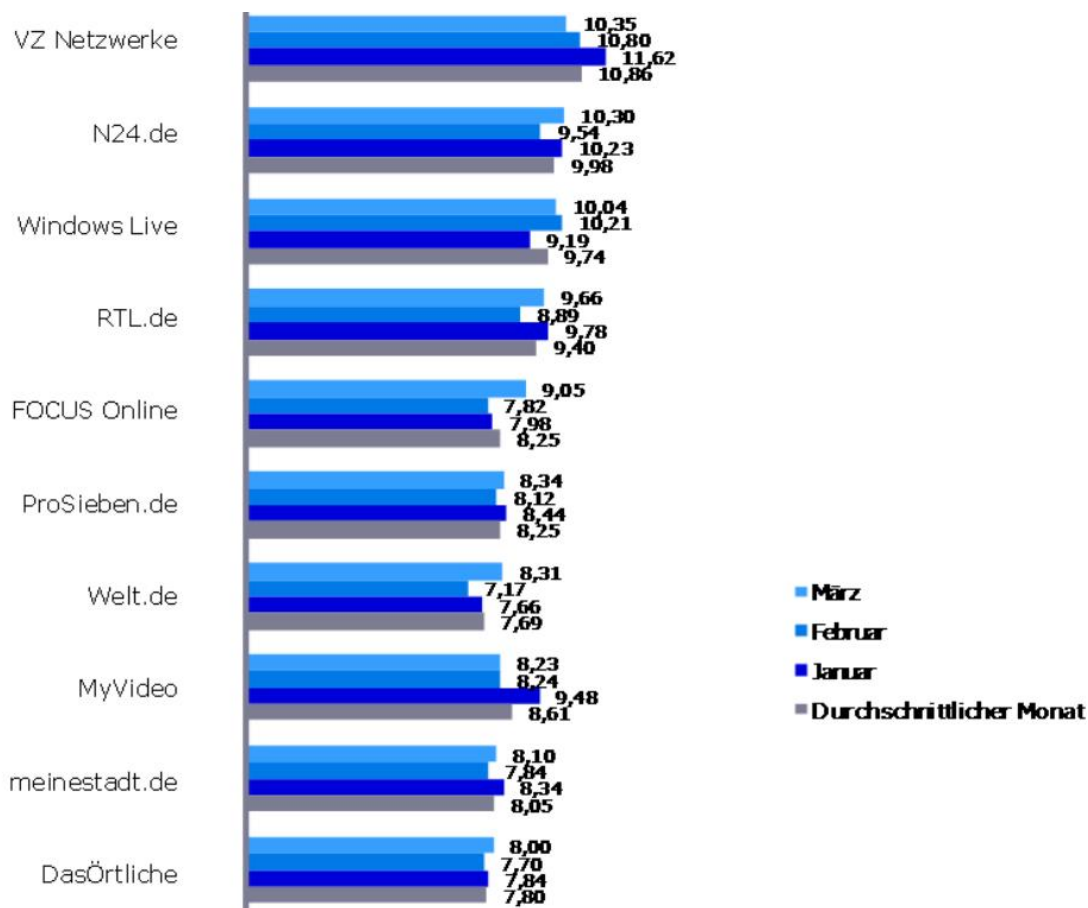
#### TOP-20 Werbeträger – Platz 1 bis 10



Angaben in Mio. UU für einen durchschnittlichen Monat im Berichtszeitraum Januar bis März 2011 sowie für die konkreten Monate Januar, Februar und März 2011

Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-01, 2011-02 und 2011-03

### TOP-20 Werbeträger – Platz 11 bis 20



Angaben in Mio. UU für einen durchschnittlichen Monat im Berichtszeitraum Januar bis März 2011 sowie für die konkreten Monate Januar, Februar und März 2011

Basis: 101.105 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-01, 2011-02 und 2011-03

Eine Aufstellung über die aktuellen Reichweiten aller in der internet facts ausgewiesenen Online-Werbeträger kann unter <http://www.agof.de/aktuelle-studie.583.de.html> nachgelesen werden.

#### 4. Zuordnung Angebote zu Vermarktern

Die folgende Tabelle stellt die den Vermarktern zuzuordnenden Angebote dar, die im Berichtszeitraum (1. Quartal 2011) in der internet facts berücksichtigt wurden. Sie enthält damit nicht immer das Gesamtportfolio der jeweiligen Vermarkter.

In dieser Auflistung sind nur Angebote aufgeführt, die die notwendige Fallzahlgrenze von n=80 erreicht haben.

<b>Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011</b>
<b>ad pepper media</b>
DasÖrtliche DasTelefonbuch.de GelbeSeiten.de LOVEFiLM.de gamona.de real.com 123people.de
<b>AD2ONE</b>
noows.de RYANAIR germanblogs.de
<b>Adconion Media Group</b>
XING
<b>ADselect</b>
N-LAND.DE Energiesparen-im-Haushalt.de Cosmoty.de Baden Online ÖKO-TEST-Verbraucherberatung homesolute.com Messen.de - die Adresse rund um die Mess fliegen-sparen.de Tikonline.de
<b>AdTiger.de</b>
HTML-World ortsdienst.de vorname.com Traveling-World AdTiger Vertical Reisen & Tourismus DemoNews.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**apotheken-umschau.de**

apotheken-umschau.de

**artnet**

artnet

**Axel Springer Media Impact**

BZ-Berlin  
 Abendblatt.de  
 Welt.de  
 tvDIGITAL  
 Bild der Frau  
 Berliner Morgenpost  
 BILD.de  
 autobild.de  
 goFeminin.de  
 Onmeda Gesundheitsportal  
 HÖRZU  
 Idealo  
 computerbild.de

**BAUER MEDIA**

Songtexte.com  
 TrailerSeite.de  
 COUPE.de  
 LECKER Online  
 billigflieger  
 selbst Online  
 WUNDERWEIB.de  
 wiealt.de  
 praline VIDEO  
 praline INTERAKTIV  
 BRAVO Online  
 Autozeitung Online  
 Feierabend.de  
 TV14 Online  
 TV Movie Online

**Business Advertising**

TradeSignal Online  
 competitionline - Wettbewerbe und Architektur  
 förderland  
 ahgz.de



**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**Business Advertising**

t3n.de  
 finanzen.net  
 dvz.de  
 RP Wirtschaft  
 brainguide.de  
 firmenwissen  
 innovations-report.de  
 openPR.de  
 derhandel.de  
 boerse-frankfurt.de  
 business-wissen.de

**CHECK24 Vergleichsportal**

CHECK24

**CHIP Communications**

zehn.de

**Cinema Management Services**

CineStar

**CommonMedia**

BOOTE-Magazin online  
 surf-magazin.de  
 Urbia - We are family!  
 yacht.de - YACHT online  
 amicella  
 tour-magazin.de  
 kinder.de  
 liliput-lounge.de  
 unsernachwuchs.de  
 babycenter.de

**CondeNast**

GQ.com  
 STYLE.DE  
 GLAMOUR.DE  
 myself.de  
 VOGUE.COM

**Constantin Sport Marketing**

Das Vierte

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**Deutscher Fachverlag**

Lebensmittelzeitung.net  
 HORIZONT.NET  
 TextilWirtschaft.de

**Doodle**

Doodle.com

**eBay Advertising Group**

eBay.de  
 mobile.de

**ECONA**

macnews.de

**Family Media**

familie.de

**freeXmedia**

gamezone.de  
 menshealth.de  
 runnersworld.de  
 mobilcom-debitel.de  
 winfuture.de  
 macwelt.de  
 auto-motor-und-sport.de  
 motor-klassik.de  
 talkline.de  
 leichtathletik.de  
 radsport-aktiv.de  
 weltfussball.de  
 schueler.cc  
 motorradonline.de  
 spielefilmtechnik.de  
 motorsport-aktuell.com  
 sportauto-online.de  
 MPS Flugportal  
 freenet.de  
 klarmobil.de  
 podcast.de  
 newspoint.cc  
 computerbase.de  
 kidszone.de  
 widescreen-online.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**freeXmedia**

4wheelfun.de  
 4players.de  
 notebookinfo.de  
 smart phone-daily.de  
 OutdoorCHANNEL.de  
 buffed.de  
 howrse.de  
 gamesaktuell.de  
 pcaction.de  
 stadionwelt.de  
 pcgames.de  
 funsporting.de  
 videogameszone.de  
 transfermarkt.de  
 pcwelt.de  
 handball-world.com  
 pcgameshardware.de  
 motor-talk.de  
 eishockey.net  
 digital-world.de

**G+J Electronic Media Sales**

capital.de  
 chefkoch.de  
 art-magazin.de  
 BRIGITTE  
 arcor.de  
 boerse.de  
 11Freunde.de  
 boerse-online.de  
 Mamiweb.de  
 GEO.de  
 schoener-wohnen.de  
 stern.de  
 livingathome.de  
 vodafonelive.de  
 sportal.de  
 PRINZ.de  
 Worlds of Food  
 kino.de  
 essen-und-trinken.de  
 impulse.de  
 P.M. Online

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**G+J Electronic Media Sales**

GALA.de  
 in-starmagazin.de  
 mediabiz.de  
 Eltern.de  
 vodafone.de  
 NEON.de  
 FTD.de  
 video.de

**GAN - Game Ad Net**

Wurzelimperium  
 Die Stämme  
 The West  
 Deutschland Spielt  
 My Free Farm  
 Kapihospital

**Glam Media**

edelight  
 paradisi.de  
 Fantastic Zero  
 kununu.com  
 Für Sie  
 BRASH Vertical  
 Glam Vertical  
 Petra  
 Carmondo Vertical  
 Filmreporter.de  
 Weddix.de  
 Vital

**GoYellow**

GoYellow

**guentiger.de**

Preissuchmaschine.de  
 testeo.de  
 guentiger.de

**Hi-media Deutschland**

Abacho.de  
 RPR1.de  
 Vitamet.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**Hi-media Deutschland**

Finya.de  
 hamburg.de  
 Spieletipps.de  
 Intro.de  
 Wetter24.de  
 erdbeerlounge.de  
 SPIELERKABINE.net  
 Noeastro.de  
 Sony Music Netzwerk  
 rap.de  
 hiphop.de  
 SpielAffe.de  
 Rockhard.de  
 Platinnetz.de  
 thomascook.de  
 Universal Music Netzwerk  
 metal.de  
 QYPE.com  
 Lifeline.de  
 Regenbogen.de  
 bigFM.de  
 CinemaxX.de  
 TVinfo.de  
 ENERGY.de  
 neckermann-reisen.de  
 zattoo.com  
 CDSTARTS.de  
 ZOOVER.de  
 simfy.de  
 urlaub.de  
 Duesseldorf-International.de  
 TUIfly.com  
 port01.com  
 earthTV.com

**IDG Business Media**

COMPUTERWOCHE.de  
 TecChannel.de

**InteractiveMedia CCSP**

RTL2.de  
 Starflash.de  
 BUNTE.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**InteractiveMedia CCSP**

Joy  
 Jolie.de  
 Quoka.de  
 versatel.de  
 Cosmopolitan  
 kaufDA  
 Shape  
 Fit-Gesund-Schön  
 Kicker  
 Celebrity  
 radio.de  
 Moviepilot  
 UNICUM.de  
 tvister.de  
 3min  
 billiger.de  
 Strato.de  
 Knuddels.de  
 suchen.de  
 Hausarbeiten.de  
 Mädchen.de  
 T-Online

**intermedia advertising**

inside-handy.de  
 inside-hotel.de  
 inside-digital.de

**IP Deutschland**

wer-kennt-wen.de  
 Telebörse.de  
 VOX  
 Frauenzimmer.de  
 VIP.de  
 netzathleten network  
 GesünderNet  
 bundesliga.de  
 Entertainweb  
 n-tv.de  
 kochbar.de  
 RTL.de  
 StayFriends.de  
 Sky.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**IP Deutschland**

Clipfish.de  
 sport.de  
 RTLregional.de

**iq digital**

Golem.de  
 Spektrum der Wissenschaft  
 Reuters.de  
 VZ Netzwerke  
 Handelsblatt Online  
 Finanztreff.de  
 karriere.de  
 Myspace.de  
 Netzwelt.de  
 wiwo.de  
 ZEIT ONLINE  
 VDI nachrichten

**Klassik Radio**

Klassik Radio

**krebomedia**

Windfinder.com  
 PTAheute.de  
 gesundheit-heute.de Gesundheitsportal  
 DAZ.online Deutsche Apotheker Zeitung

**magnus.de**

COLORFOTO.de  
 audio.de  
 stereoplay.de  
 connect online  
 magnus.de

**MAIRDUMONT MEDIA**

FALK.de  
 Dumontreise.de  
 Staedte-Reisen.de  
 4trips  
 Schneehoehen.de  
 Marcopolo.de  
 Discover Outdoor  
 BeLocal.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**MAIRDUMONT MEDIA**

Bergfex.de  
tripwolf.com  
reiseplanung.de

**media4markets**

DER AKTIONÄR  
DAF Deutsches Anleger Fernsehen

**mediaflite**

Forum.de

**mediaroute**

blinker.de  
fotomagazin.de  
AUTOGAZETTE.DE  
st-georg.de

**mediasports Digital**

Kicktipp  
Comunio.de - der Online-Fußballmanager  
Formel1.de  
Hertha BSC  
Hannover 96  
Hamburger SV  
SG Dynamo Dresden  
VfL Bochum  
1. FC Nürnberg  
Arminia Bielefeld  
90elf. Dein Fußball-Radio  
Eintracht Frankfurt  
DEL - Deutsche Eishockey Liga  
spox.com  
myTischtennis  
mediasports.net  
Borussia Dortmund

**MEDIENHAUS.de**

Routenplaner24.de

**MEEDIA**

Meedia



**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**Microsoft Advertising**

MSN  
Windows Live  
Ciao

**Midasplayers / king.com**

King.com

**mokono**

blog.de

**Monster Worldwide Deutschland**

monster.de  
Jobpilot.de

**netpoint media**

lastfm.de  
siegessäule.de  
kulturnews.de  
tonspion.de  
spielfilm.de  
jamfm.de  
tuningsuche.de  
wetterauer-zeitung.de  
festivalhopper.de  
motor.de  
clever-tanken.de  
fischkopf.de  
kochmeister.com  
pixelio.de  
pooltrax.de  
main-netz.de  
gießener-allgemeine.de  
mediengestalter.info  
technobase.fm

**OMS**

LZ-Online (Lippische Landes-Zeitung)  
Hannoversche Allgemeine Zeitung  
Freies Wort-Online  
Frankfurter Rundschau online  
HAO - der Onlinedienst des Hellweger Anzeigers Unna  
LR-Online  
Heilbronner Stimme online

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**OMS**

Göttinger Tageblatt  
 Merkur-Online  
 Maerkische Allgemeine.de  
 Frankfurter Neue Presse  
 Mitteldeutsche Zeitung  
 Borkener Zeitung  
 Hit Radio FFH  
 Fnweb  
 inFranken.de  
 Landeswelle Thüringen  
 Main-Spitze  
 LN-Online  
 Kreiszeitung Böblinger Bote  
 Mainpost.de  
 Hit Radio Antenne  
 freiepresse.de  
 Gießener Anzeiger  
 Boulevard Baden  
 ka-news.de - Nachrichten für Karlsruhe  
 Mindener Tageblatt  
 ENERGY Sachsen  
 Mittelbayerische Zeitung  
 DEWEZET - Deister- und Weserzeitung  
 Kreis-Anzeiger  
 Die Glocke  
 Frankenpost Online  
 Kölnische Rundschau  
 mopo.de  
 Morgenweb  
 Leipziger Volkszeitung  
 HNA online  
 Ibbenbürener Volkszeitung  
 Delmenhorster Kreisblatt  
 Kölner Stadt-Anzeiger Online  
 Idowa Online  
 delta radio  
 KISS FM  
 Express Online  
 Der Westen  
 GÄUBOTE - Die Herrenberger Zeitung  
 Eraffe  
 Fuldaer Zeitung  
 Kreiszeitung Online

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**OMS**

Münsterländische Volkszeitung  
 General-Anzeiger Online  
 Echo Online  
 Gelnhäuser Tageblatt  
 KN-Online  
 Donaukurier  
 Märkische Oderzeitung Online  
 geldsparen.de  
 BerlinOnline  
 Wormser Zeitung  
 Augsburgener Allgemeine Online  
 Wolfsburger Allgemeine Zeitung  
 Siegener Zeitung  
 Schwäbische Zeitung Online  
 Zeitungsverlag Waiblingen  
 Neue Presse Coburg  
 shz.de  
 schwarzwaelder-bote.de  
 Zeitungsgruppe Thüringen Online  
 netzeitung.de  
 sn-online  
 Neue Osnabrücker Zeitung  
 WZ-newsline (Westdeutsche Zeitung)  
 Neue Presse Hannover  
 Solinger-Tageblatt.de  
 Pinneberger Tageblatt  
 Oldenburgische Volkszeitung  
 newsclick.de  
 Oberpfalznetz  
 Wilhelmshavener Zeitung  
 NWZ-Online  
 Wiesbadener Tagblatt  
 Stuttgarter Zeitung online & Stuttgarter Nachrichten online  
 Bietigheimer Zeitung  
 STZ-Online  
 Nordbayern.de  
 Oberhessische Presse  
 Nordclick  
 Offenbach Post Online  
 Nordkurier-Online  
 Berliner Rundfunk.de  
 Nordsee-Zeitung  
 Aachener Nachrichten

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**OMS**

Wiesbadener Kurier  
 NW-News (Neue Westfälische Zeitung)  
 volksfreund.de  
 Berlin.de  
 Sindelfinger Zeitung / Böblinger Zeitung  
 Ostsee-Zeitung.de  
 Westline  
 Tageblatt für den Kreis Steinfurt  
 bbv-net  
 ovb-online.de  
 Westfalen Blatt  
 Westfälische Nachrichten  
 Saarland Online  
 rs2.de  
 Südwest Presse Online  
 Badische Zeitung Online  
 Aachener Zeitung  
 Peiner Allgemeine Zeitung  
 Weinheimer Nachrichten / Odenwälder Zeitung  
 Weser-Kurier  
 RP Online  
 Ruhr Nachrichten.de  
 R.SA (Radio Sachsen)  
 Planet Radio  
 Radio Berg  
 PNP-Online  
 Waldeckische Landeszeitung - Frankenberger Zeitung  
 Volksstimme, Magdeburg  
 WA-Online (Westfälischer Anzeiger)  
 Radio Bielefeld  
 suedkurier.de  
 Abendzeitung  
 Vaihinger Kreiszeitung  
 Radio Erft  
 tz Online  
 Usinger Anzeiger  
 ANTENNE THÜRINGEN  
 SVZ online  
 Ahlener Zeitung  
 Radio Gütersloh  
 Radio Köln  
 Radio PSR  
 alster radio

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**OMS**

rga-online  
 Allgemeine Zeitung Coesfeld  
 Antenne Düsseldorf  
 Rhein-Zeitung online  
 Allgemeine Zeitung Mainz  
 Recklinghäuser Zeitung  
 all-in.de - Das Allgäu online!  
 Radio Hamburg  
 Radio Bonn  
 RADIO SALÜ  
 Rhein Main Presse/Main-Rheiner  
 Radio ffn  
 Radio Hochstift  
 az-online.de  
 radio SAW  
 Radio Star FM  
 Radio RSG  
 Radio sunshine live  
 radio TOP 40  
 Radio Schleswig-Holstein (R.SH)  
 Rhein-Main.Net  
 RADIO WUPPERTAL  
 B2B DEUTSCHLAND

**OnVista Media**

OnVista Finanzportal  
 Boerse Stuttgart  
 Ariva  
 wallstreet-online.de  
 sbroker

**optel Media Services**

Posttip.de  
 Finanztip.de  
 Gehaltsvergleich.com  
 cecu.de  
 Banktip.de  
 GehaltsCheck.de  
 Tariftipp.de

**QUARTER MEDIA**

alle-autos-in.de  
 administrator.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**QUARTER MEDIA**

QMNetwork.de  
 dmax.de  
 SpieleRadar  
 FASHION.DE  
 wunschliste.de  
 pferd-aktuell.de  
 moebel.de  
 citysports.de

**QWERTZ-Media**

AreaGames

**RealGames Europe**

zylom.de

**RTL Radiovermarktung**

Spreeradio.de - Berlins größtes Serviceportal  
 104.6rtl.com

**SevenOne Media**

autoplenum.de  
 GameStar.de  
 Lokalisten  
 PromiFlash  
 Putpat.tv  
 sixx  
 gesundheit.de  
 ProSieben.de  
 wetter.com  
 Maxdome  
 Sat1.de  
 kabeleins.de  
 sevenload  
 MyVideo  
 N24.de

**SOMA 2**

Edgar.de

**SPIEGEL QC**

manager-magazin.de  
 OK! - Magazin  
 MERIAN.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**SPIEGEL QC**

NetMoms  
 Legal Tribune ONLINE  
 opodo.de  
 SPIEGEL ONLINE  
 Golf.de  
 Harvard Business Manager online  
 EAT SMARTER  
 heise online

**SPIL GAMES Germany**

GirlsGoGames.de  
 Spielen.com  
 Jetztspielen.de

**Stardoll AB**

stardoll

**Ströer Interactive**

Yopi.de  
 Musicline.de  
 yasni.de  
 Kalaydo.de - Das regionale Findernet  
 Druckerchannel.de  
 laut.de  
 Spickmich.de  
 Verivox  
 Bisafans.de  
 WetterOnline  
 airliners.de  
 handy.de  
 weg.de  
 MovieGod.de  
 motoso.de  
 Motorsport-Magazin.com (ehemals adrivo.com)  
 Auto News  
 schulradar.de  
 Leben & Erziehen  
 hood.de  
 Wissen.de  
 animeMANGA.de  
 Internetcologne.de  
 Gameswelt.de  
 stromvergleich.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**Ströer Interactive**

wetter.net  
 klickTel.de/11880.com  
 Shareware-Netzwerk  
 MyHammer.de  
 TORfabrik  
 Baby-Vornamen.de  
 ferien.de  
 Koeln.de  
 Cinefacts  
 Rtv.de  
 KinderCampus.de  
 FeWo-direkt.de  
 Fussballdaten.de  
 babyclub.de  
 Testberichte.de  
 Deine Tierwelt / dhd24.com  
 SZ-Online  
 fotocommunity  
 Adeba.de  
 Visions.de  
 KWICK!

**Sulake Deutschland**

Habbo

**tape.tv media**

tape.tv

**teligo**

FinanzNachrichten.de

**teltarif.de Onlineverlag**

teltarif.de

**TOMORROW FOCUS MEDIA**

guggr  
 küchengötter.de  
 CHIP Online  
 Sport1.de  
 CHIP Fotowelt Online  
 Lisa-Freundeskreis  
 Guter Rat Online  
 CINEMA Online



**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**TOMORROW FOCUS MEDIA**

SUPERillu Online  
 InStyle  
 ANTENNE BAYERN Online  
 KINO&CO online  
 Kochrezepte  
 BurdaStyle  
 QualiMedic  
 gutefrage.net  
 HolidayCheck  
 markt.de  
 DatingCafe.de  
 Map24  
 Playboy.de  
 FIT FOR FUN Online  
 meinestadt.de  
 TV SPIELFILM PLUS  
 Womenweb  
 pointoo.de  
 netdokter.de  
 PONS  
 Wohnen & Garten Online  
 Das Haus Online  
 FAZ.NET  
 FOCUS Online  
 freundin Online  
 BELLEVUE Die schönsten Immobilien der Welt  
 Mein schöner Garten Online  
 Motorsport-Total.com  
 ELLE Online  
 Freizeitfreunde Online  
 Das Kochrezept.de

**TripAdvisor**

TripAdvisor

**TripleDoubleU**

Marktplatz Mittelstand  
 Billigflug  
 Nachtagenten  
 Dortmund Airport  
 Hochzeit.de  
 e-Hausaufgaben.de Schülercommunity  
 mitfahrgelegenheit.de

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**TripleDoubleU**

AIRLINE DIRECT - discover online travel

**Unister Media**

Fluege.de  
 Flug24.de  
 travel24.com  
 kurz-mal-weg.de  
 Auvito.de  
 Preisvergleich.de  
 Reisen.de  
 Kredit.de  
 Geld.de  
 Private-Krankenversicherung.de  
 Versicherungen.de  
 Ab-in-den-Urlaub.de  
 News.de  
 webmail.de  
 Hotelreservierung.de  
 myimmo.de  
 Schuelerprofile.de  
 Shopping.de  
 Auto.de  
 boersennews.de

**United Internet Media**

WEB.DE  
 1&1  
 GMX  
 top.de

**Urban Media**

zweitehand.de  
 zitty.de  
 perlentaucher.de  
 PNN.de  
 berlin030.de  
 Freitag.de  
 tagesspiegel.de  
 taz.de  
 wg-gesucht.de  
 ArtSchoolVets

**Übersicht der Angebote in der internet facts im 1. Quartal 2011**

**Verlag Werben & Verkaufen**

wuv.de

**vertical network media**

finanzhorizonte  
 placesathome  
 motorleben  
 wirliebenfilme  
 sozene  
 just2guide  
 its4families  
 dineandfine

**VIACOM Brand Solutions**

comedycentral.de  
 Spongebob  
 GameOne  
 Southpark Studios  
 VIVA.tv  
 MTV

**WEB FINANCIAL GROUP**

stock-world  
 Wertpapier Forum  
 Aktienboard  
 Baader Markets  
 phonostar

**Weischer Online**

UCI-Kinowelt Online  
 FILMSTARTS.de  
 KINOPOLIS Online  
 CINEPLEX Online

**Yahoo! Deutschland**

Flickr Deutschland  
 OnlineWelten  
 AOL  
 sueddeutsche.de  
 softonic.de  
 Netlog Deutschland  
 Yahoo! Deutschland  
 ViaMichelin.de

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-01, 2011-02 und 2011-03

## 5. Studiensteckbrief: internet facts

<b>Name der Studie</b>	internet facts
<b>Mitglieder der Sektion Internet der AGOF e.V.</b>	Axel Springer AG BAUER MEDIA KG eBay (UK) Limited, eBay Advertising Group Deutschland freeXmedia GmbH G+J Electronic Media Sales GmbH Hi-media S.A. InteractiveMedia CCSP GmbH IP Deutschland GmbH iq digital media marketing GmbH Microsoft Advertising OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG SevenOne Media GmbH Quality Channel GmbH TOMORROW FOCUS Media GmbH United Internet Media AG Yahoo! Deutschland GmbH
<b>Weitere Studienteilnehmer der Sektion Internet der AGOF e.V. (1/2)</b>	ad pepper media GmbH AD2ONE GmbH Adconion GmbH ADselect GmbH arejo GmbH artnet AG Business Advertising GmbH CHECK 24 Vergleichsportal GmbH CHIP Communications GmbH CMS Cinema Management Services GmbH CommonMedia GmbH CONDÉ NAST DIGITAL GERMANY GMBH Constantin Sport Marketing GmbH Deutscher Fachverlag GmbH Doodle AG ECONA Internet AG Family Media GmbH & Co. KG GAN Game Ad Net GmbH Glam Media GmbH GoYellow GmbH guentiger.de Verlag GmbH IDG Business Media GmbH intermedia advertising GmbH Klassik Radio AG krebomedial GmbH MAIRDUMONT GmbH & Co. KG ...

<p><b>Weitere Studienteilnehmer der Sektion Internet der AGOF e.V. (2/2)</b></p>	<p>...  media4markets GmbH  mediaflite GmbH  mediaroute GmbH  mediasports Digital GmbH  MEDIENHAUS.de GmbH  MEEDIA GmbH &amp; Co. KG  Midasplayer Vertriebs GmbH  mokono GmbH  Monster Worldwide Deutschland GmbH  MTV Networks Germany GmbH  netpoint media GmbH  OnVista Media GmbH  optel Media Services GmbH  QUARTER MEDIA GmbH  QWERTZ-Media GmbH  RealGames Europe B.V.  RTL Radiovermarktung GmbH  SOMA 2 GmbH  SPIL GAMES Germany GmbH  Stardoll AB  Ströer Interactive GmbH  Sulake Deutschland GmbH  tape.media GmbH  teligo GmbH  teltarif.de Onlineverlag GmbH  TripAdvisor Ltd.  TripleDoubleU GmbH  Unister GmbH  Urban Media GmbH  Verlag Werben &amp; Verkaufen GmbH  vertical network media GmbH  WEB FINANCIAL GROUP Deutschland GmbH  Weischer Online GmbH  WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH  WORT &amp; BILD VERLAG Konradshöhe GmbH &amp; Co. KG</p>
<p><b>Zielsetzung</b></p>	<p>Ziel der Studie ist es, die Nutzung des Werbeträgers Internet medienadäquat abzubilden, um die Kommunikationsleistung dieses Mediums transparent zu machen. Dazu erfolgt die Erhebung von Netto-Reichweiten und eine detaillierte Beschreibung von Zielgruppen für alle Werbeträgerangebote und ihre Belegungseinheiten auf Basis der Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren.</p>
<p><b>Erscheinungsfrequenzen</b></p>	<p>12 x pro Jahr</p>

<b>Auftraggeber</b>	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)
<b>Dienstleister</b>	ANKORDATA GmbH & Co. KG COMSulting Gerhard Faehling GmbH INFOnline GmbH Interrogare GmbH spring GmbH & Co. KG TNS Infratest GmbH IFAK GmbH IPSOS GmbH Media-Markt Anlaysen GmbH & Co. KG PhoneResearch KG
<b>Definition Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren
<b>Definition Unique User</b>	Unique User: Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einer AGOF-Seite mindestens eine (einem Unique Client eindeutig zuzuordnende) Kontakt ausgelöst hat
<b>Erhebungsmethode</b>	Multi-Methodenmodell auf Basis einer technischen Messung (Tracking), einer OnSite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Erhebungszeitraum für die vorliegenden Studien: internet facts 2011-03: 01.01.2011 – 31.03.2011 internet facts 2011-02: 01.12.2010 – 28.02.2011 internet facts 2011-01: 01.11.2010 – 31.01.2011
<b>Fallzahlen</b>	internet facts 2011-03: Ungewichtet: 112.450 Fälle Gewichtet: 143.106 Fälle internet facts 2011-02: Ungewichtet: 112.450 Fälle Gewichtet: 143.519 Fälle internet facts 2011-01: Ungewichtet: 112.450 Fälle Gewichtet: 143.062 Fälle
<b>Enthaltene Merkmale</b>	Die internet facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reichweiten</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontakte</li> <li>• Soziodemografische Daten der Nutzer</li> <li>• Qualifizierungsdaten <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Psychografische Daten / Einstellungen</li> <li>○ Marktinformationen</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Datenverfügbarkeit</b></p>	<p>Die Kernergebnisse der internet facts finden sich in Form eines Berichtsbandes (pro Quartal) sowie einer Präsentation mit den wesentlichen Grafiken zum Download auf der AGOF-Webseite: <a href="http://www.agof.de/internetfacts">www.agof.de/internetfacts</a></p> <p>Neben den Berichtsbänden zu den Regeldaten der internet facts bietet die AGOF außerdem im Service-Bereich unter <a href="http://www.agof.de/selbstzaehlen">www.agof.de/selbstzaehlen</a> die Möglichkeit, selbst Zählungen im aktuellen Datenbestand der internet facts auszuführen.</p> <p>Darüber hinaus steht die internet facts im AGOF Planungstool TOP 2.0 zur Verfügung. TOP steht für „Transparenz für Online-Planung“ und unterstützt als gemeinsame Initiative der AGOF und ihren Marktpartnern die Transparenz in der Online-Planung.</p> <p>Die internet facts und TOP 2.0 liefern alle gängigen Media-Leistungswerte für Online-Kampagnen.</p> <p>Weitere Informationen zu TOP 2.0 gibt es unter: <a href="http://www.agof.de/top">www.agof.de/top</a></p>



## 6. Weiteres Informationsmaterial / Kontakt

Alle Informationen zu den aktuellen Ergebnissen der internet facts 2011-03 finden Sie auch auf der AGOF-Webseite unter [www.agof.de/internetfacts](http://www.agof.de/internetfacts) zum Download.

Neben diesem Berichtsband finden Sie dort auch zu jeder Veröffentlichung umfangreiche Tabellen, Grafiken sowie den Codeplan der internet facts.

Außerdem stehen dort für Sie die Datenzählungen für das Angebots-Ranking im Einzelmonat und in der durchschnittlichen Woche in einem Quartal, eine Übersicht über alle im Drei-Monatszeitraum teilnehmenden Angebote sowie die Angebotsstrukturen als Dateien zum Download.

Darüber hinaus stehen wir Ihnen auch gerne im persönlichen Gespräch für weitere Rückfragen zu Verfügung – bitte wenden Sie sich an:

**Claudia Dubrau**  
**Geschäftsführerin AGOF e.V.**  
Tel: 069-264 888 - 311  
Mobil: 0160-743 94 03  
Mail: [claudia.dubrau@agof.de](mailto: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](mailto:marcus.foebus@agof.de)