

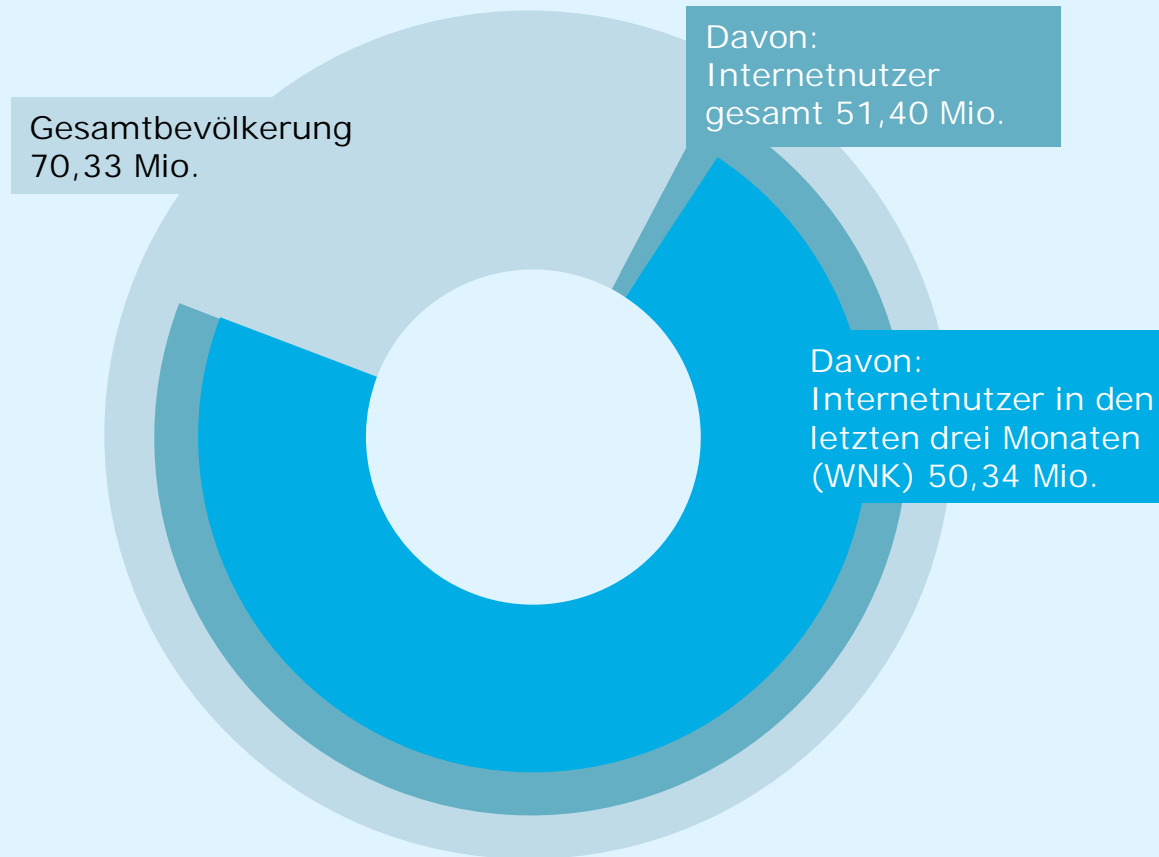


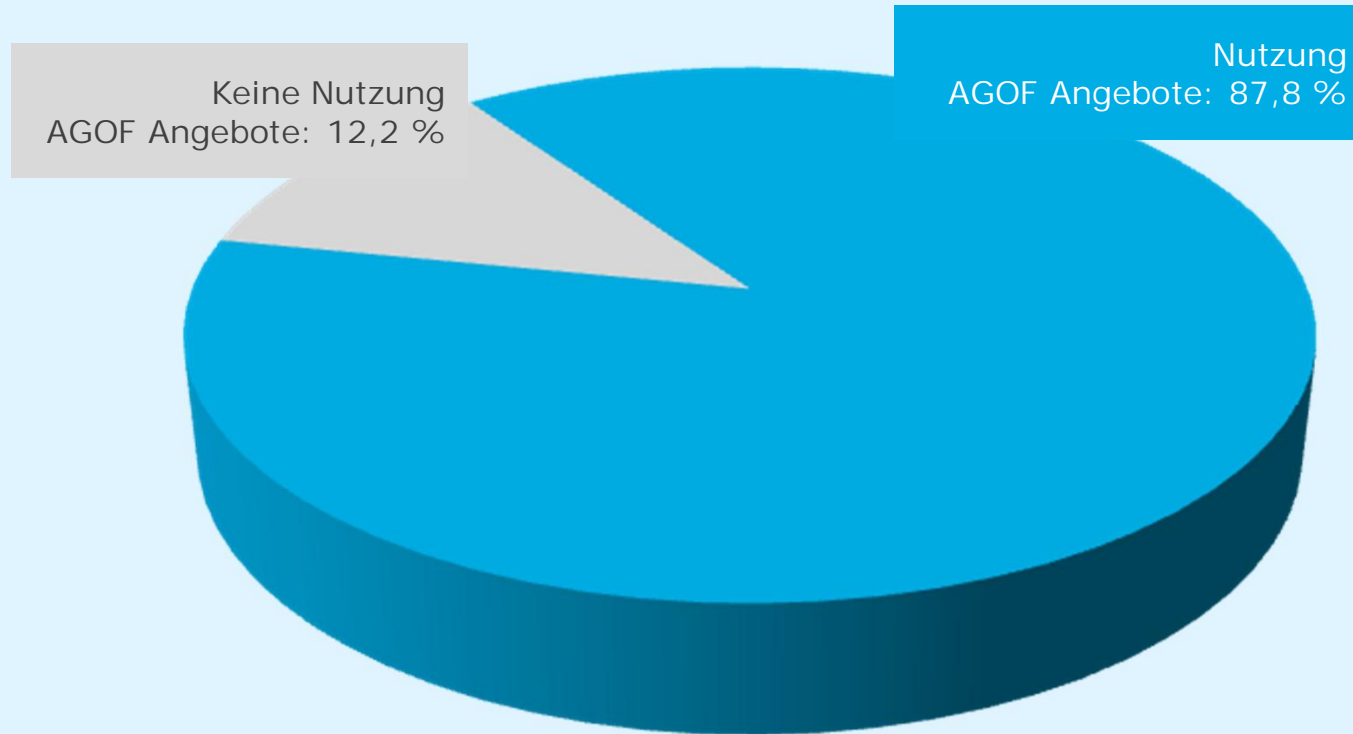
## internet facts 2012-01

AGOF e. V. April 2012

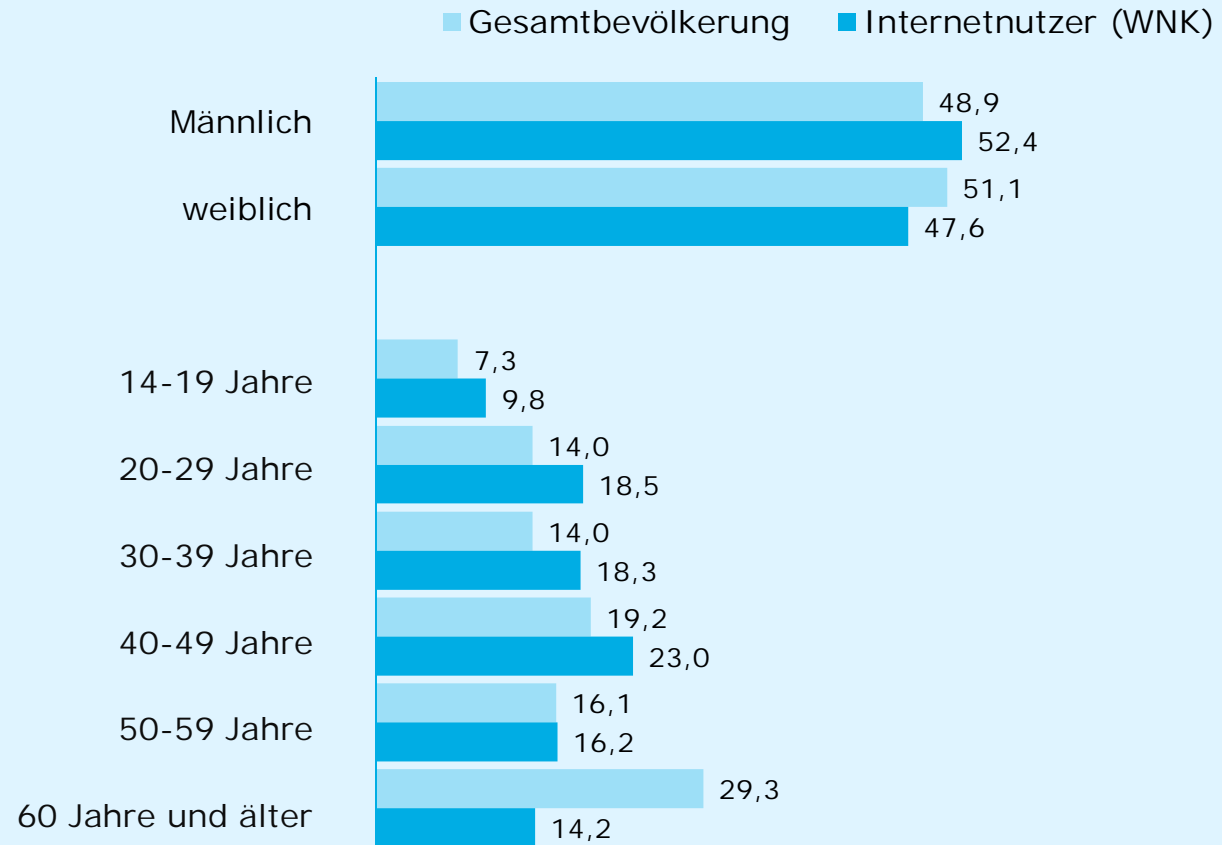


Grafiken zur Internetnutzung

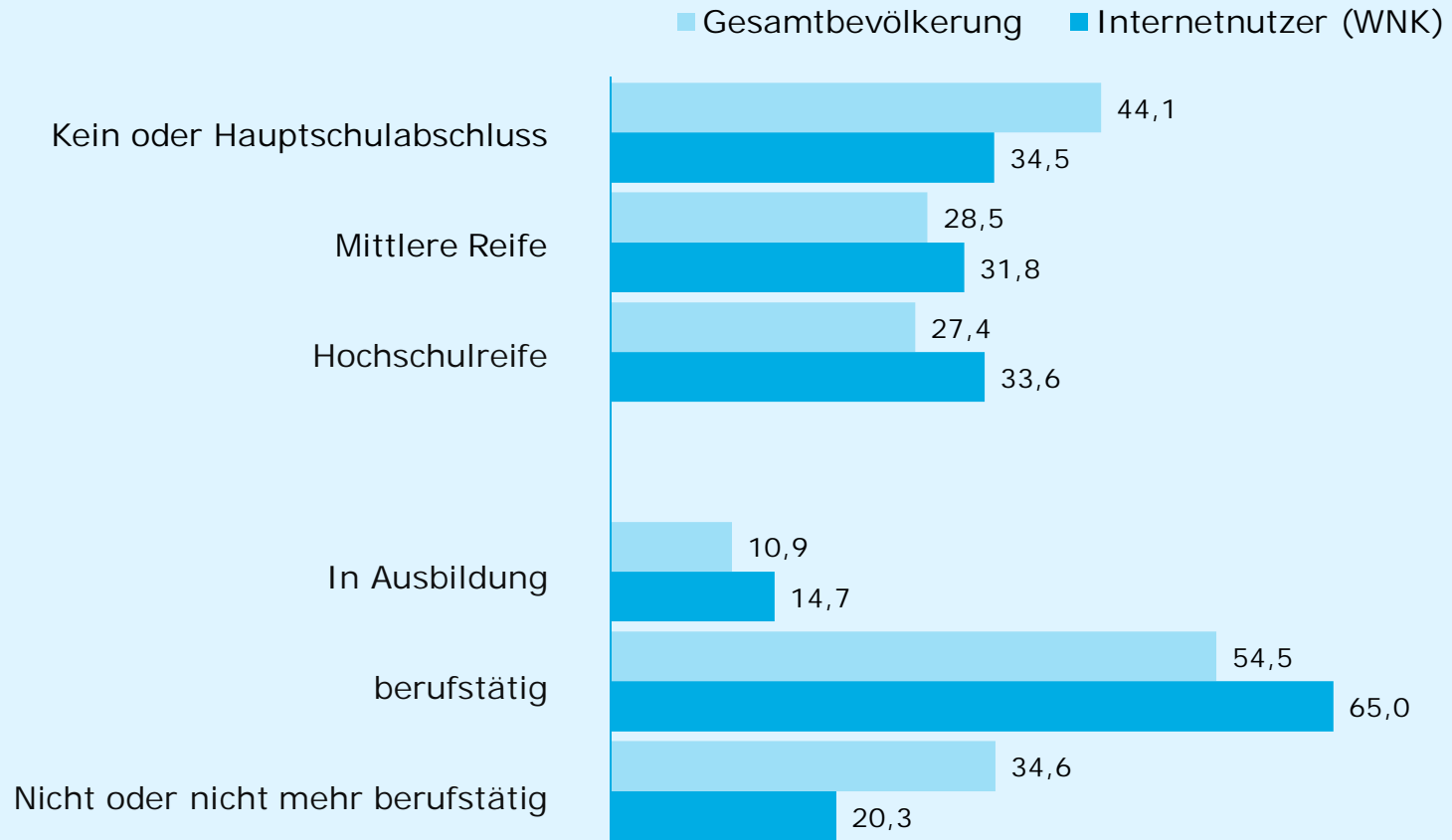




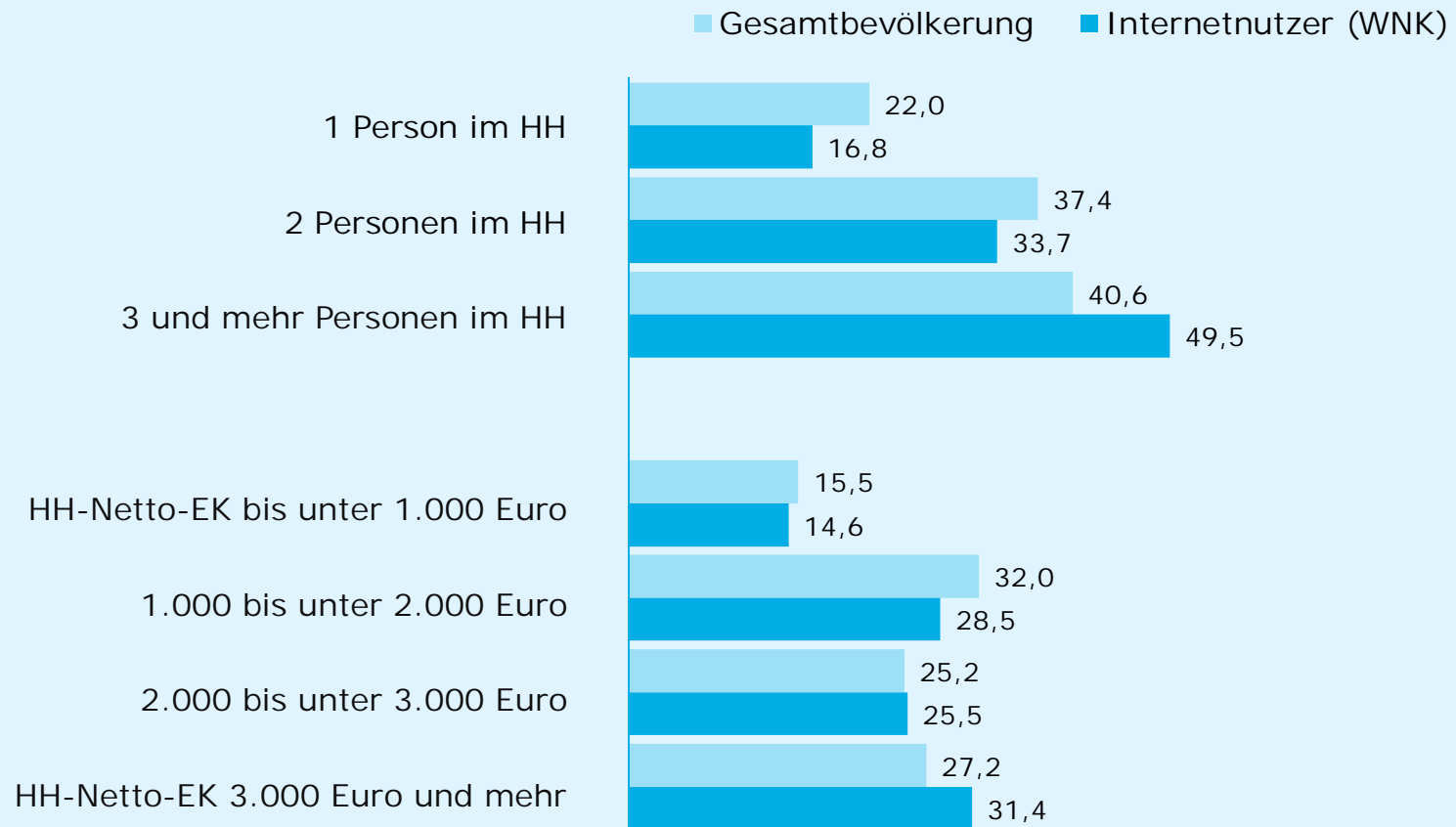
# Soziodemografie: Geschlecht und Alter



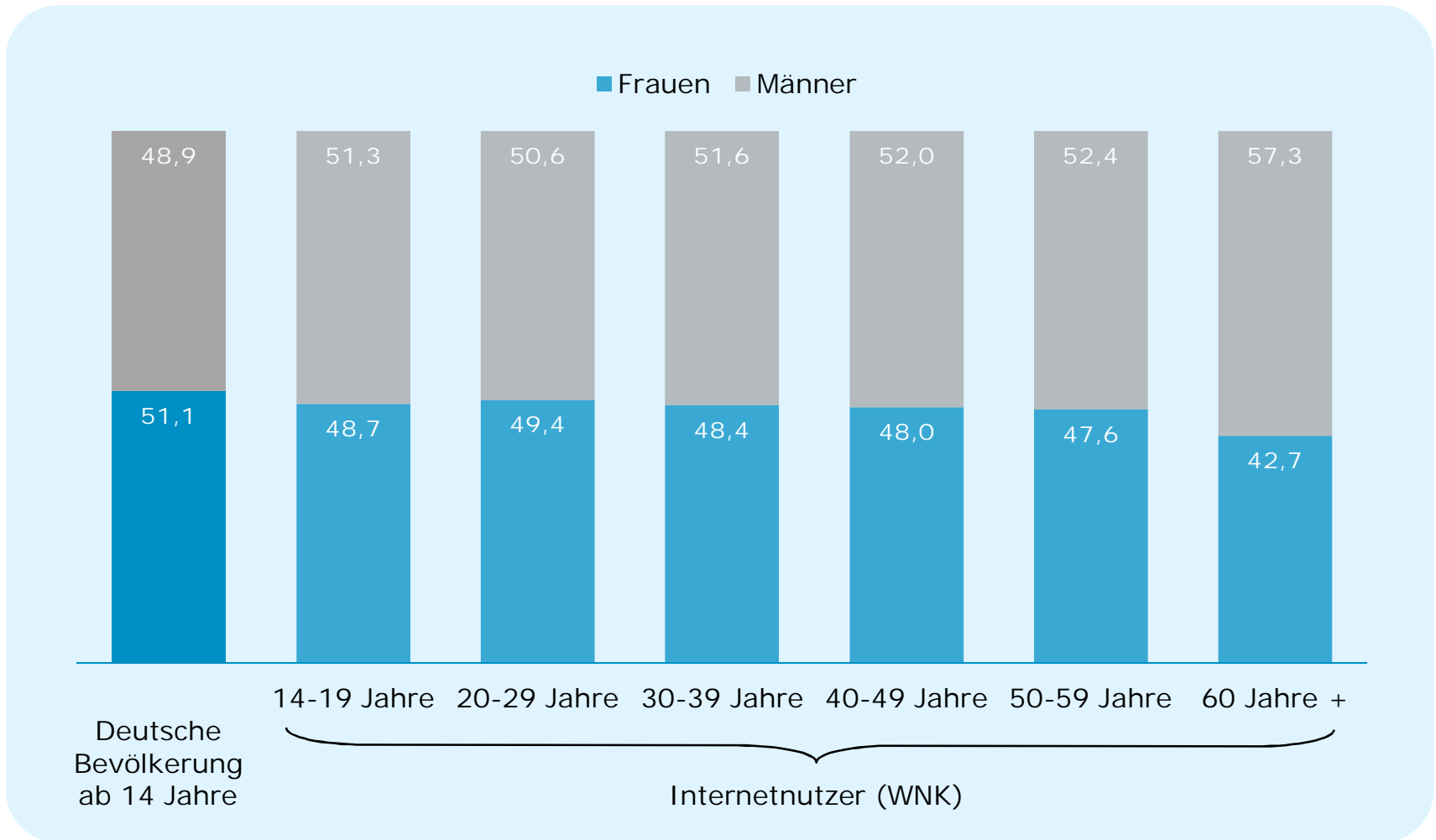
# Soziodemografie: Bildung und Tätigkeit



# Soziodemografie: Haushalt

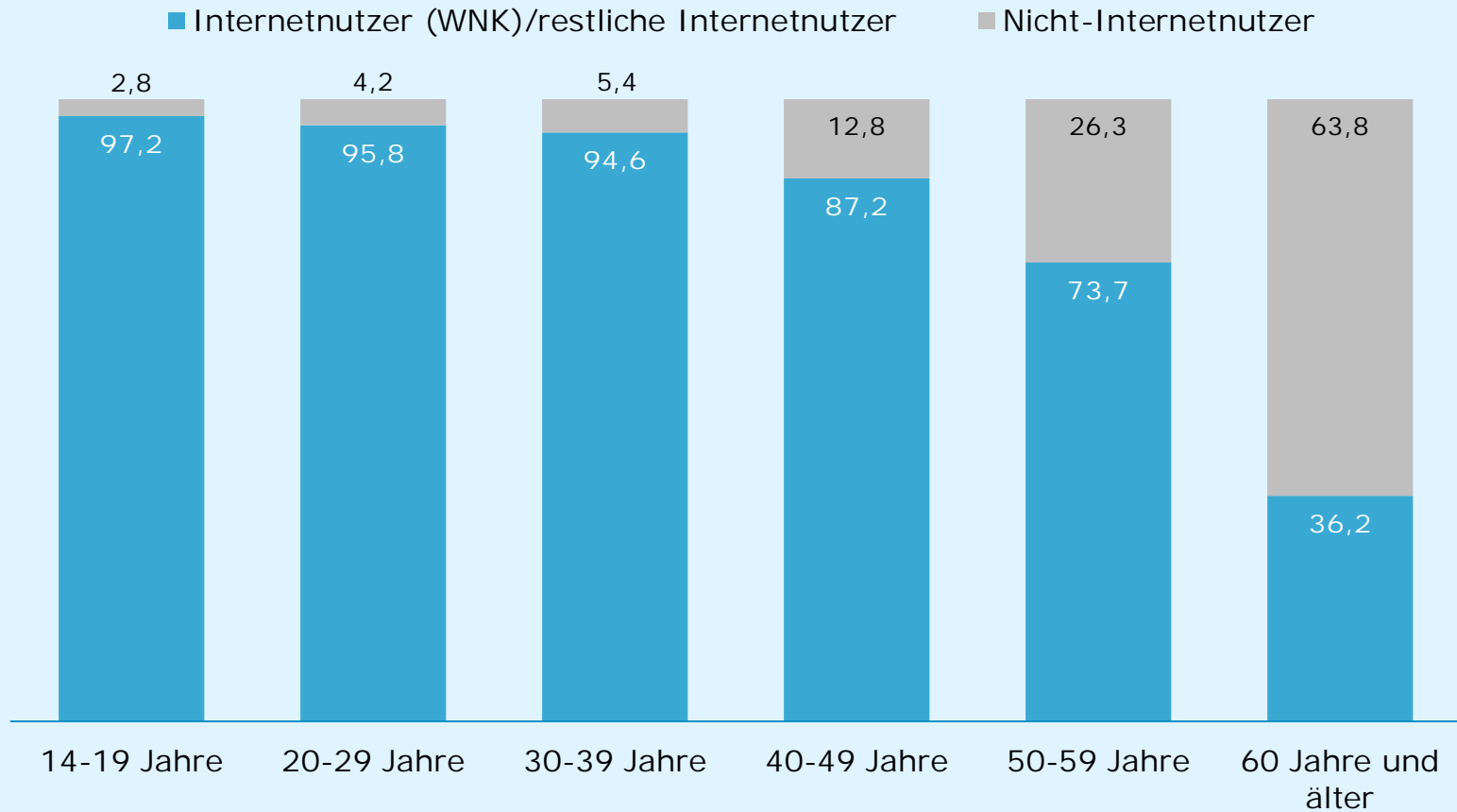


# Geschlechterverteilung in den Altersklassen

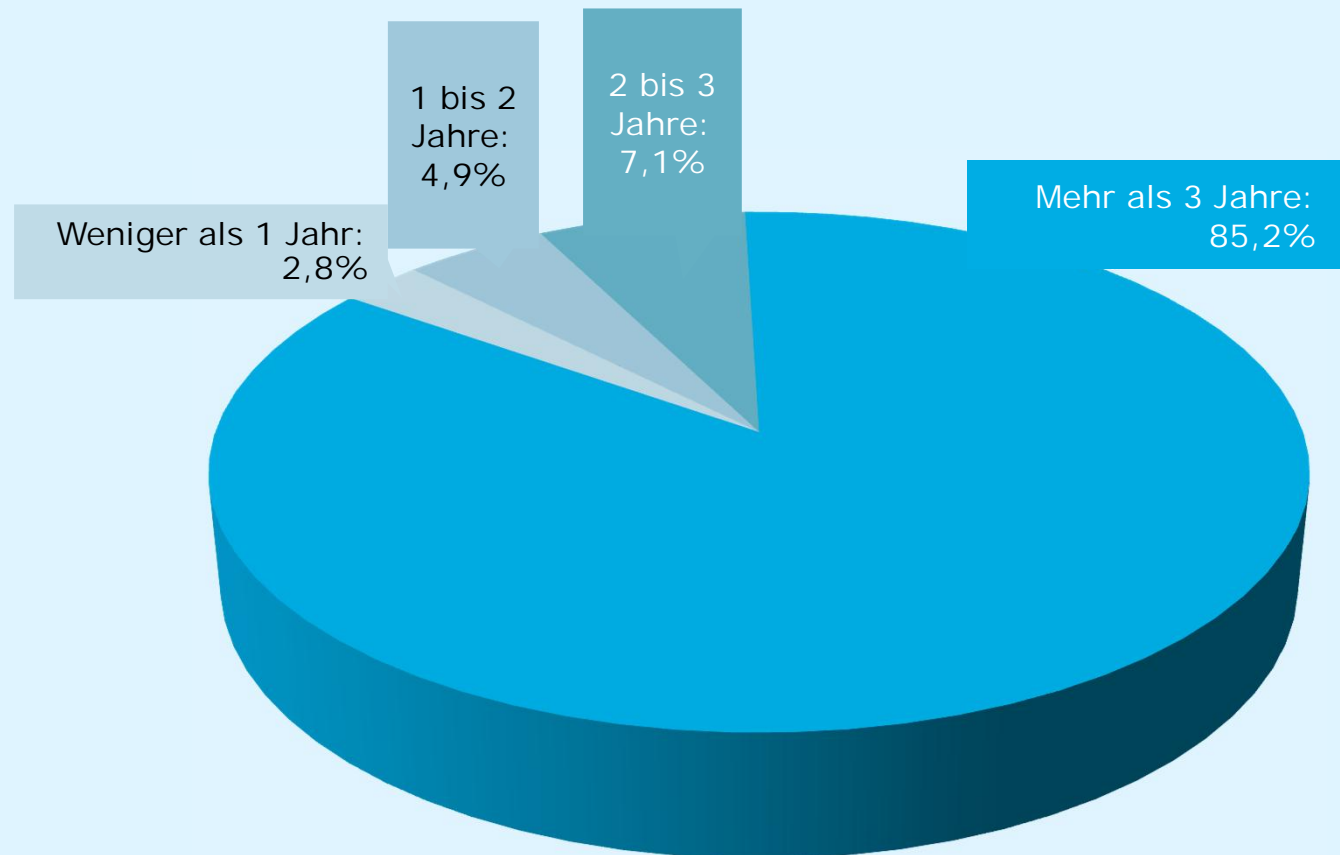


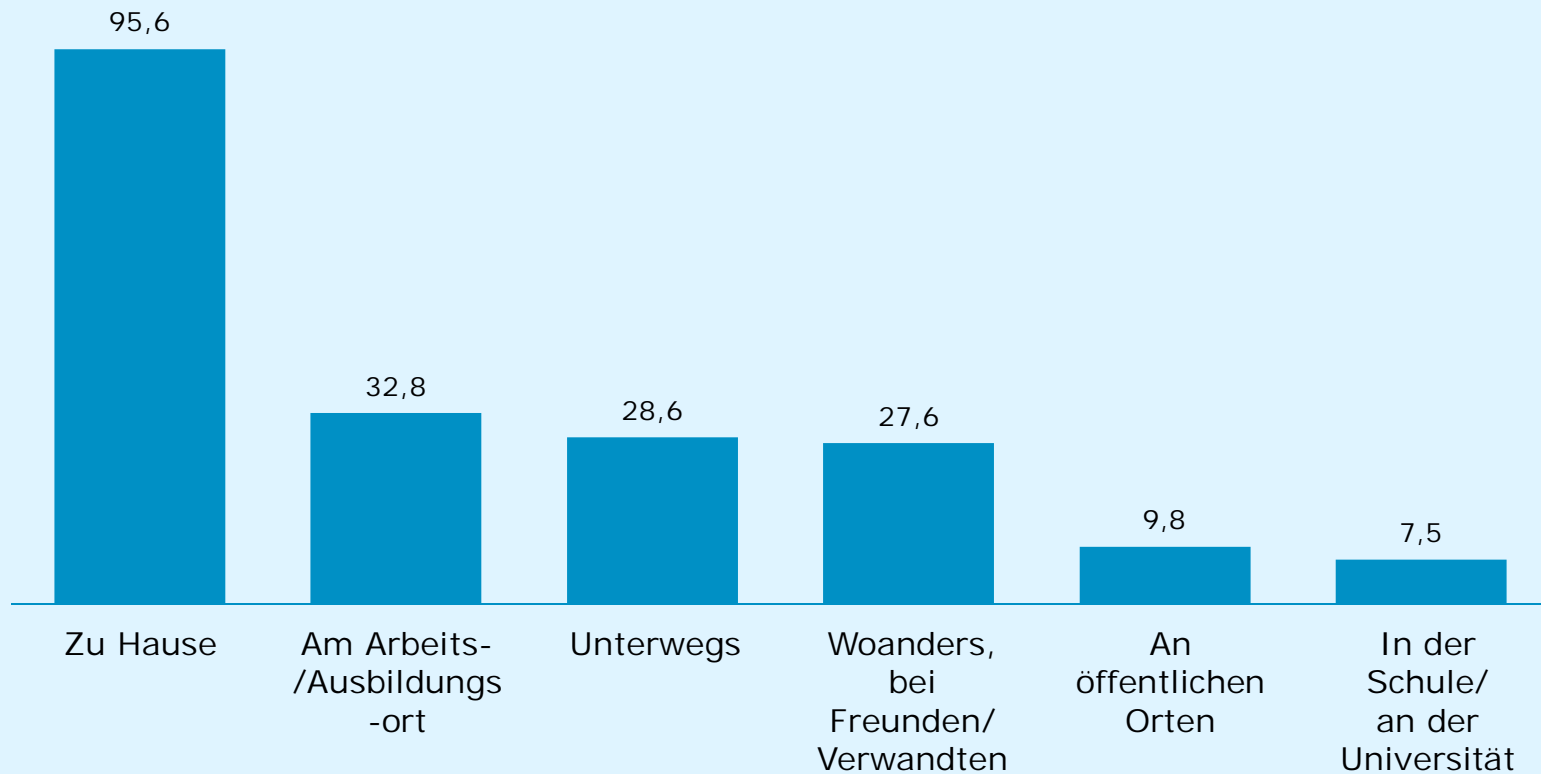


# Online-Penetration nach Altersgruppen



# Nutzungserfahrung



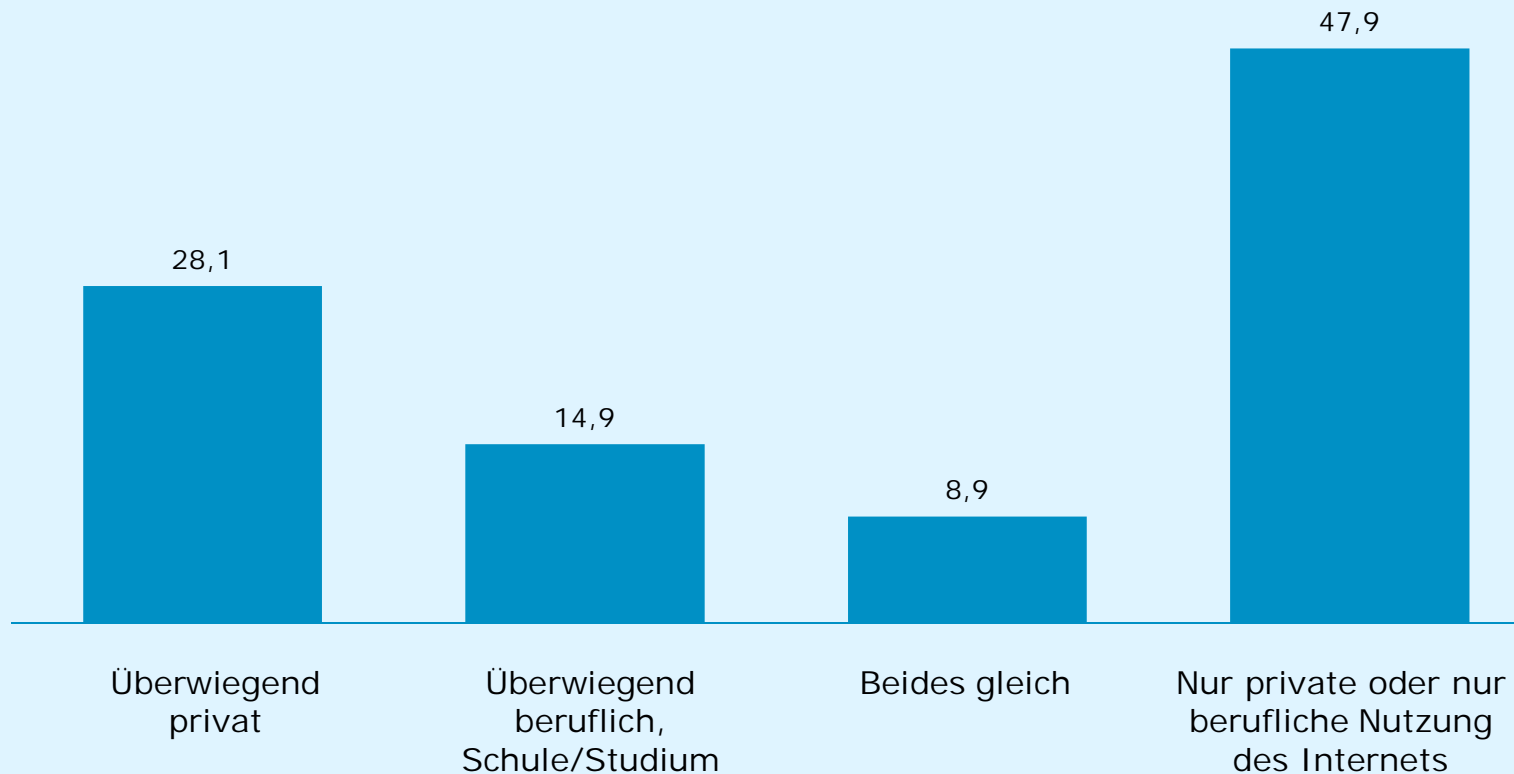


Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-01

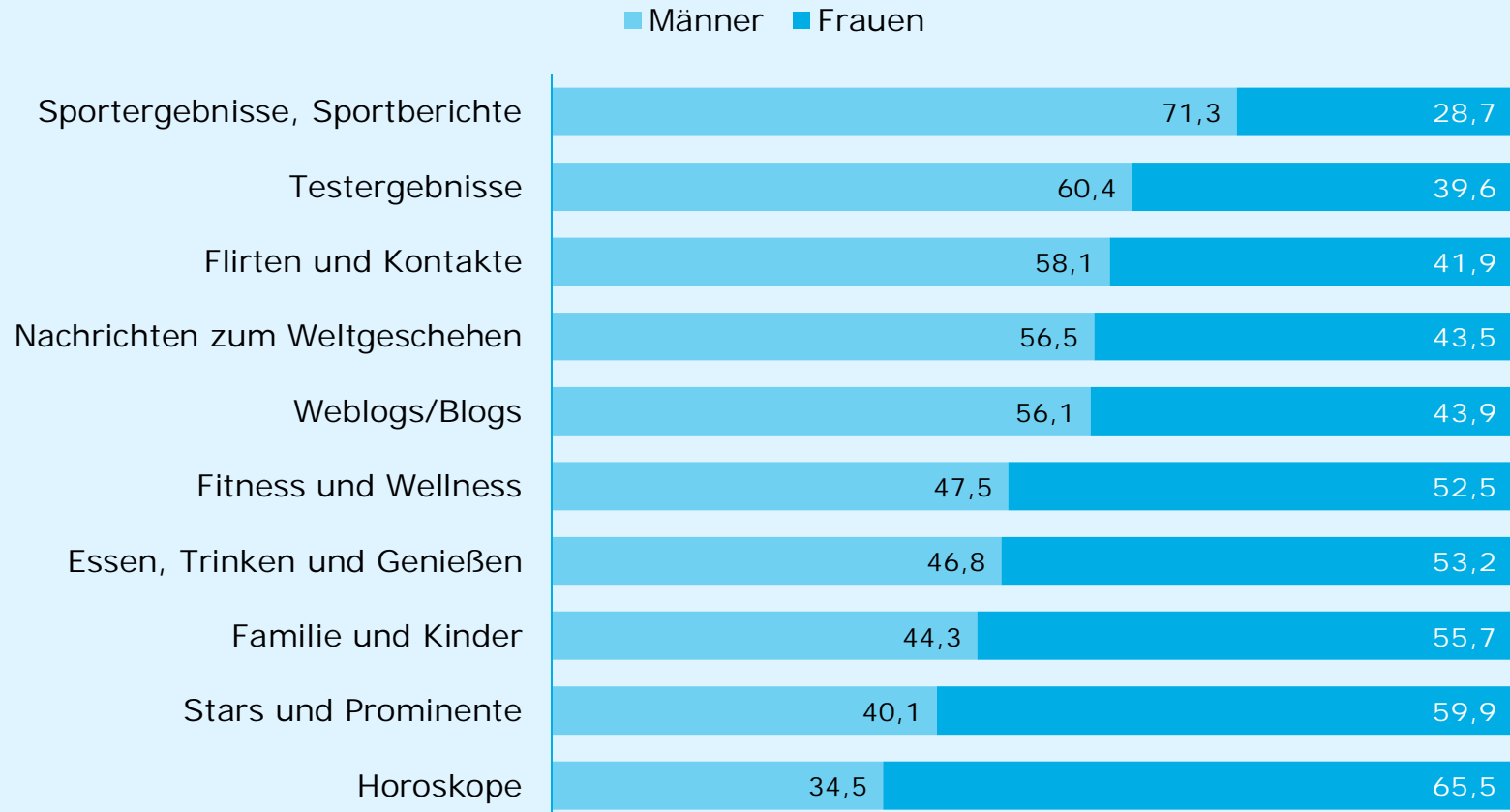
# Schwerpunkt der Internetnutzung



# Thematische Schwerpunkte: Top 10

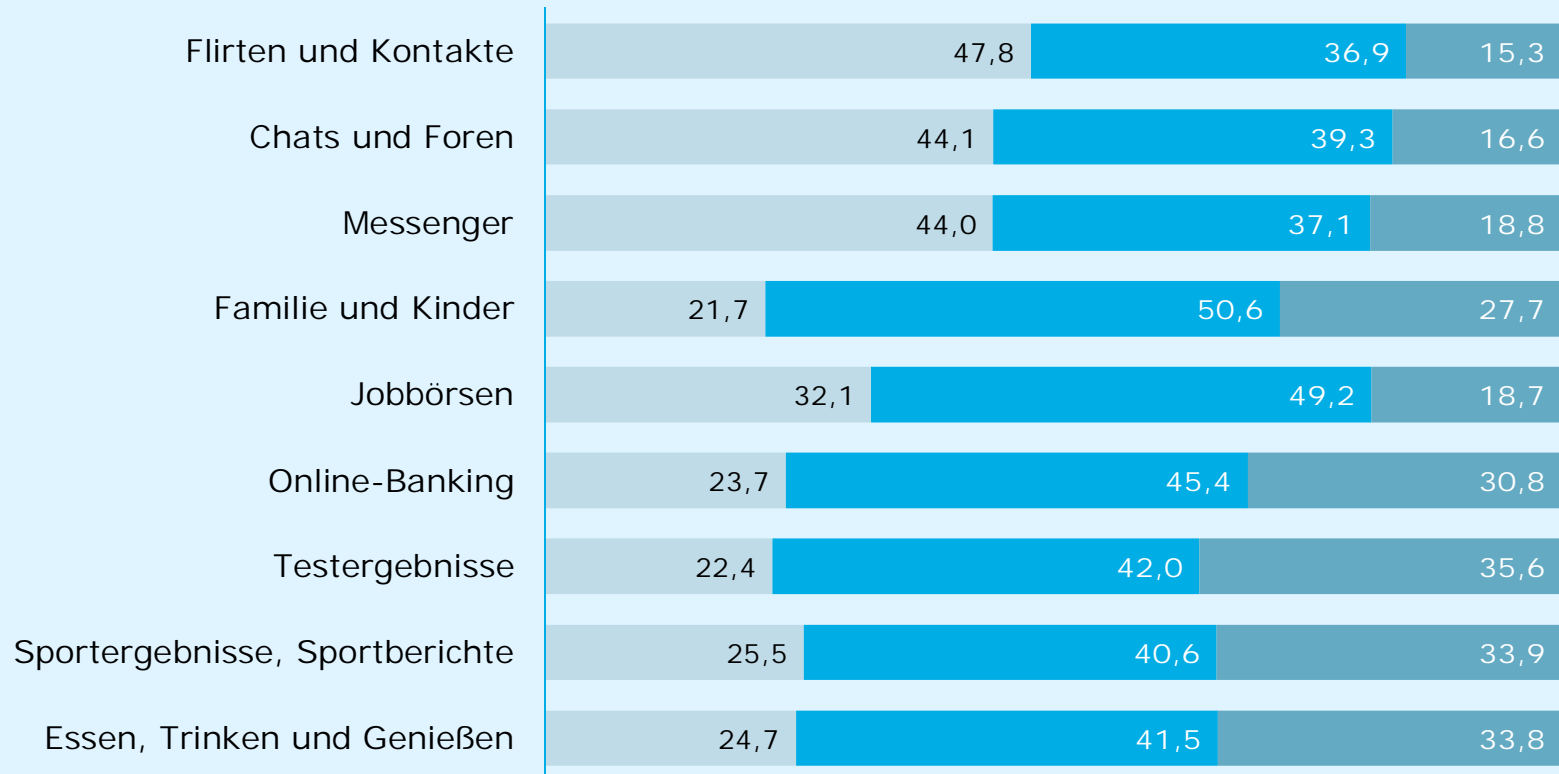


# Top-Themen nach Geschlecht

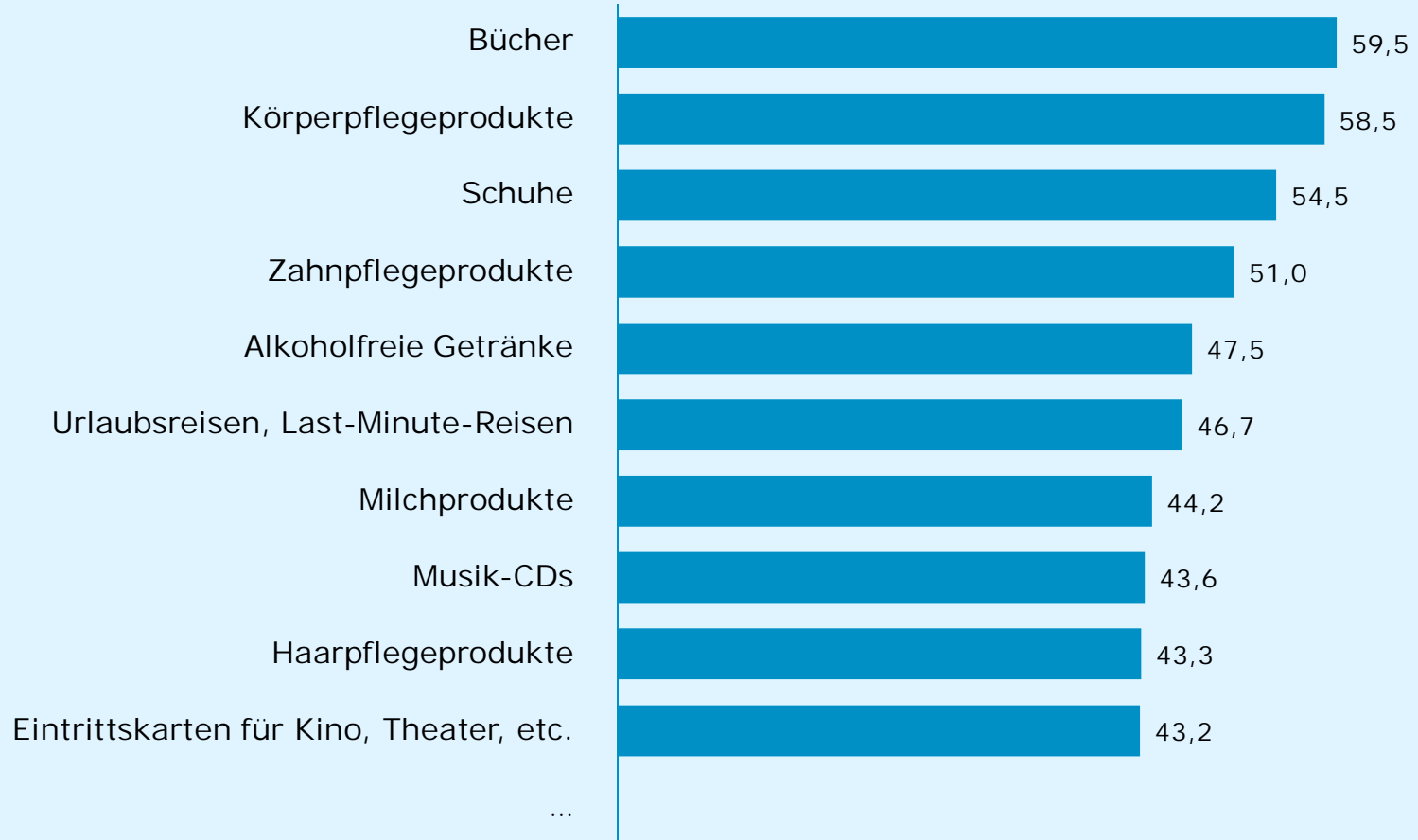


# Top-Themen nach Alter

■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50 Jahre und älter



# Generelles Produkt-Interesse: Top 10



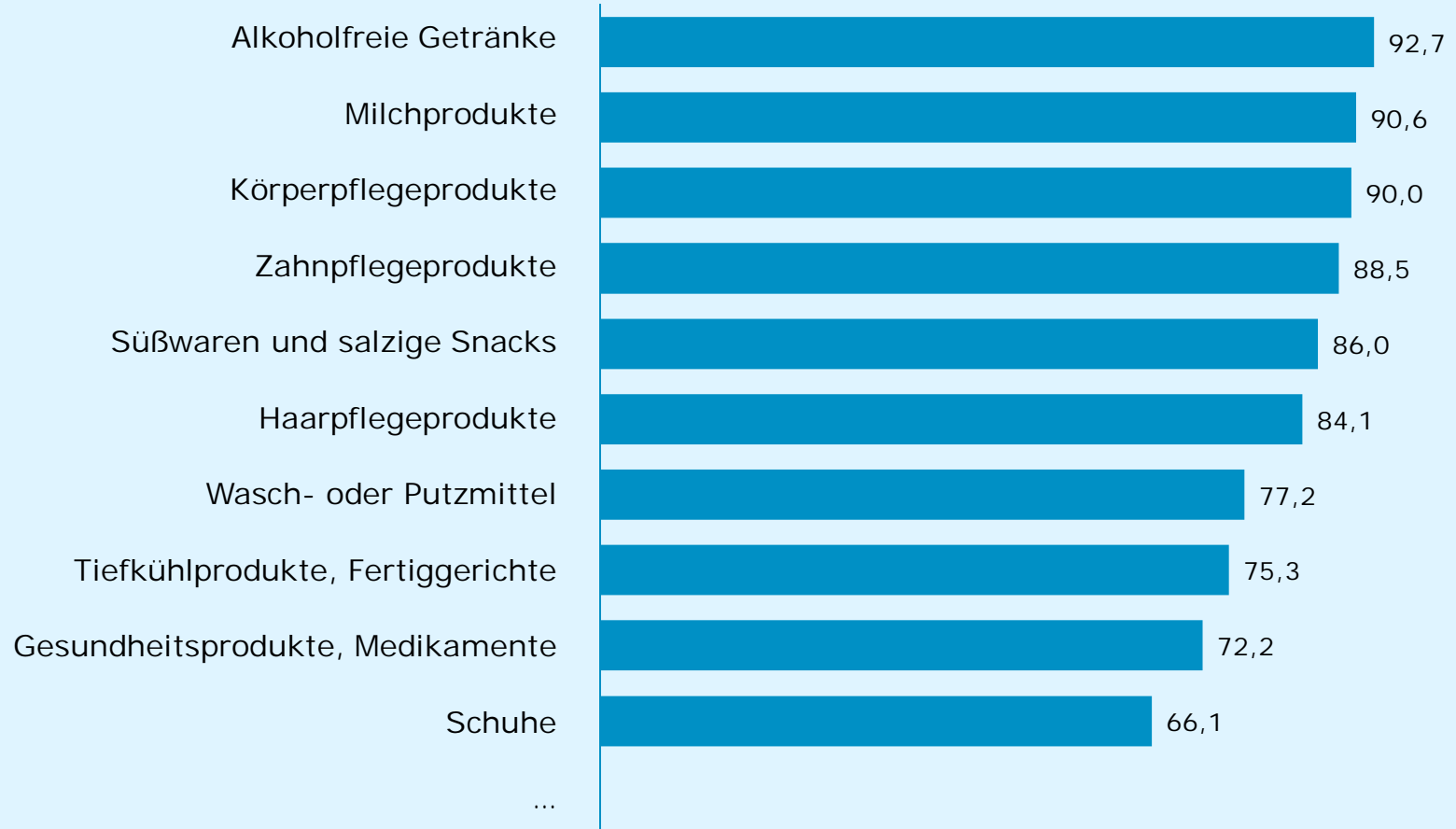
Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent /  
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-01



# Kaufplanung für Produkte: Top 10

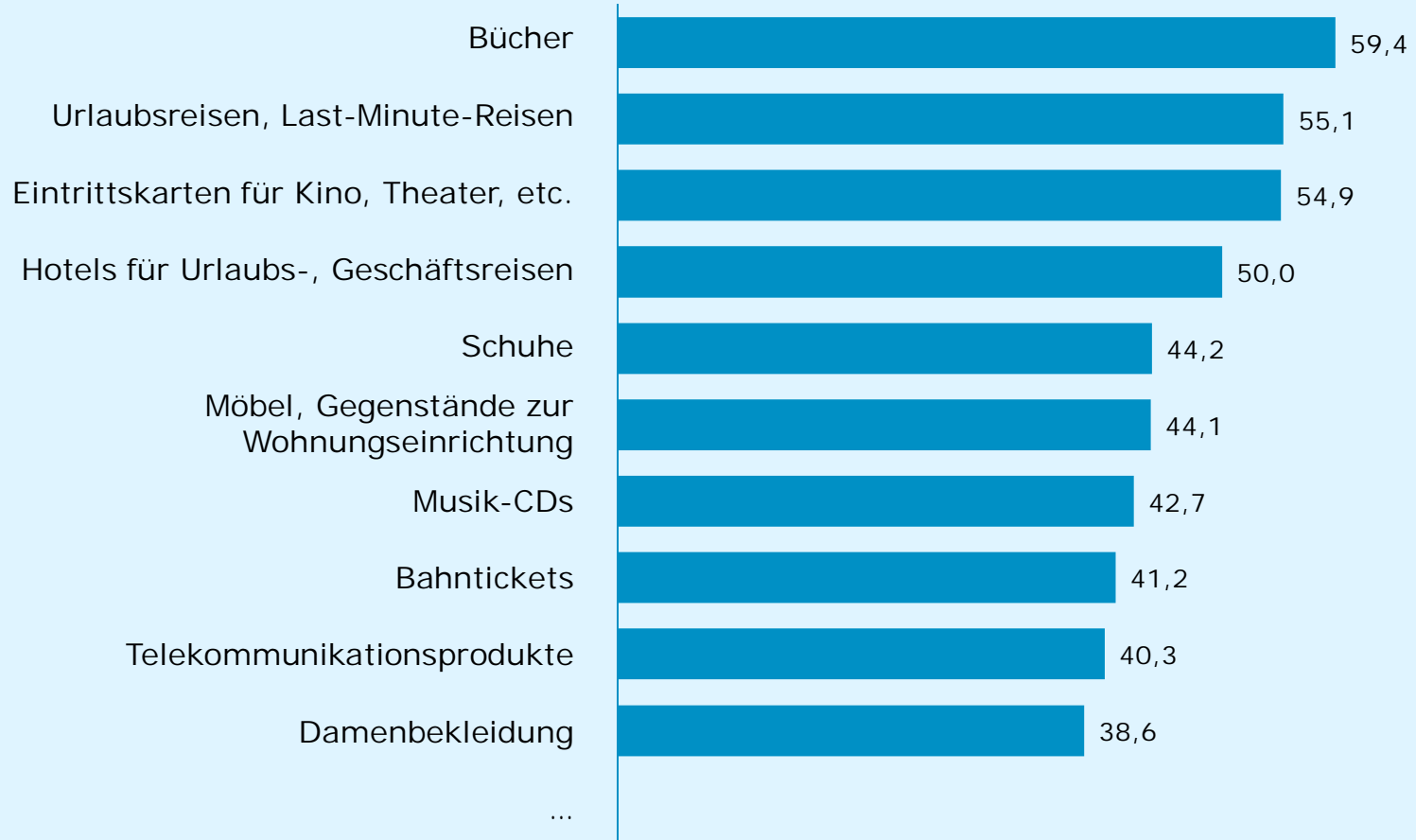


# In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



Basis: 101.306 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“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-01

# Informationen im Internet gesucht: Top 10



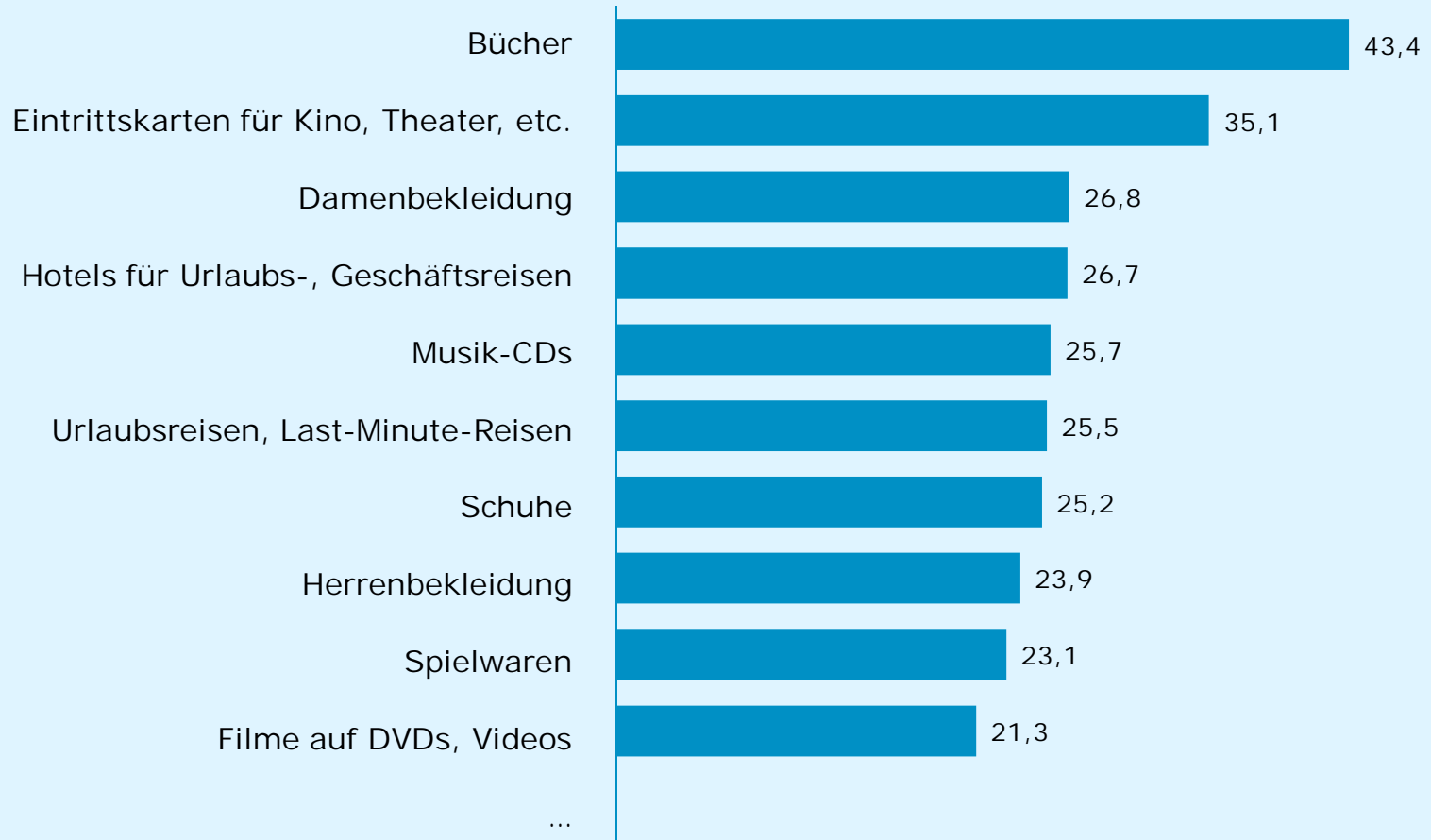
# Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	66,9	Bücher	62,1
Schuhe	63,7	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	56,7
Musik-CDs	60,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	55,0
Filme auf DVDs, Videos	58,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,7
Bücher	56,3	Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	47,1
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	68,2	Bücher	54,5
Bücher	65,6	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	54,2
Schuhe	60,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,0
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	58,2	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,9
Filme auf DVDs, Videos	53,4	Bahntickets	39,3
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	64,3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,2
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	58,9	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	51,7
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	58,0	Bücher	48,0
Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,8	Bahntickets	37,4
Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	53,3	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,6

Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-01

# Produkte im Internet gekauft - Top 10



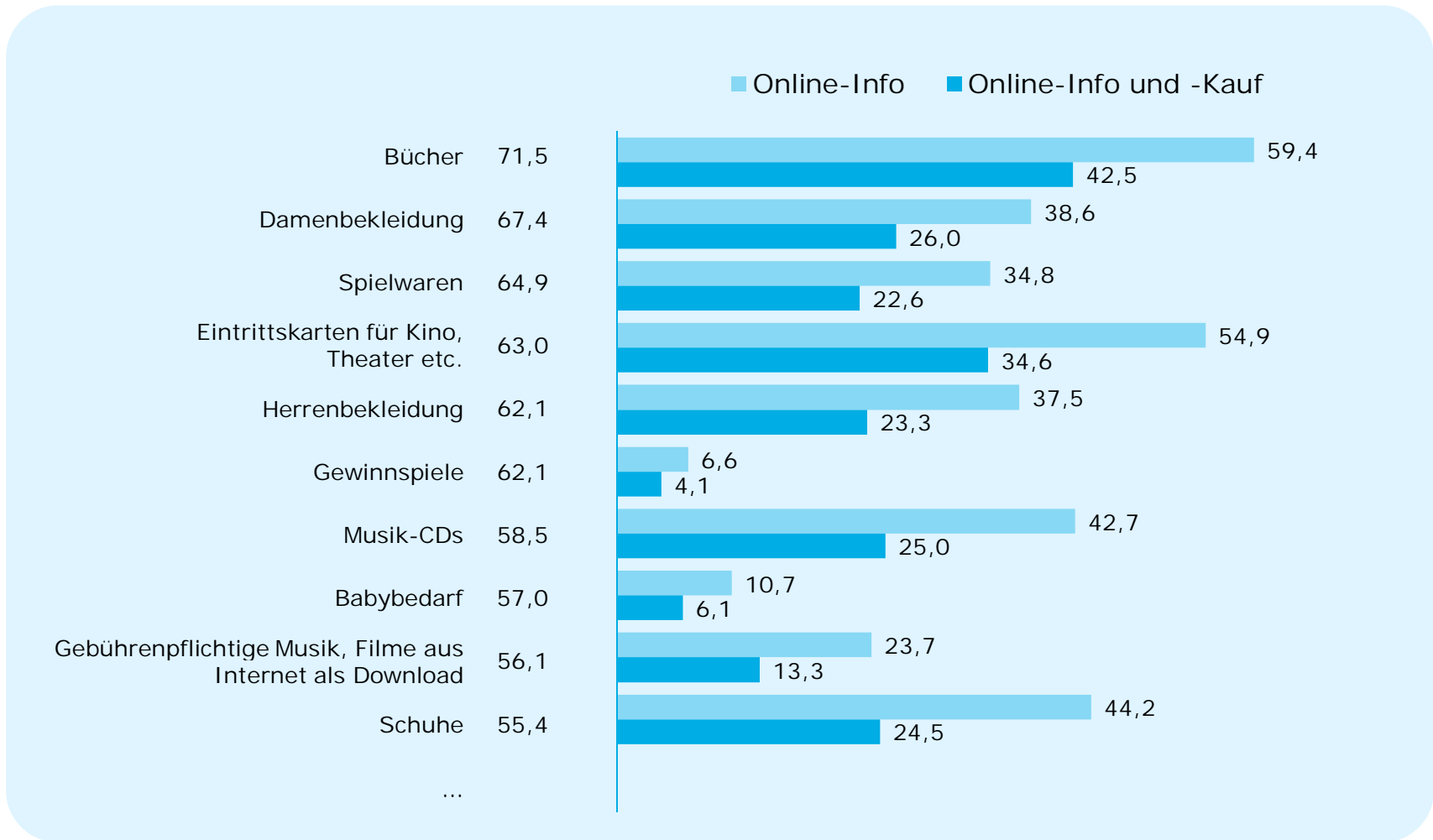
# Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	33,7	Bücher	47,2
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	33,5	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,0
Bücher	33,4	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,2
Musik-CDs	28,6	Damenbekleidung	30,0
Sportartikel, Sportgeräte	24,2	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	28,0
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	47,6	Bücher	39,5
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,5	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,7
Schuhe	35,3	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	29,3
Herrenbekleidung	31,4	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	26,0
Damenbekleidung	31,2	Musik-CDs	21,8
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	51,2	Bücher	32,8
Spielwaren	39,3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	38,5	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,0
Damenbekleidung	34,0	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	22,6
Schuhe	31,4	Bahntickets	19,8

Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-01

# Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der folgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“, „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-01



Rankings



# Vermarkter-Ranking: TOP 20 im Januar 2012



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	60,7	30,55
TOMORROW FOCUS MEDIA	2	60,0	30,21
United Internet Media	3	55,8	28,11
Axel Springer Media Impact	4	53,6	26,98
IP Deutschland	5	51,7	26,04
SevenOne Media	6	50,2	25,26
eBay Advertising Group	7	49,7	25,02
Ströer Interactive	8	46,5	23,40
OMS	9	43,5	21,88
Yahoo! Deutschland	10	41,9	21,10
G+J Electronic Media Sales	11	41,6	20,93
ad pepper media	12	36,7	18,48
iq digital	13	35,7	17,97
Hi-media Deutschland	14	34,9	17,55
freeXmedia	15	34,7	17,45
Microsoft Advertising	16	31,3	15,74
SPIEGEL QC	17	30,6	15,38
Unister Media	18	26,3	13,22
Glam Media	19	22,4	11,27
MAIRDUMONT MEDIA	20	16,9	8,49

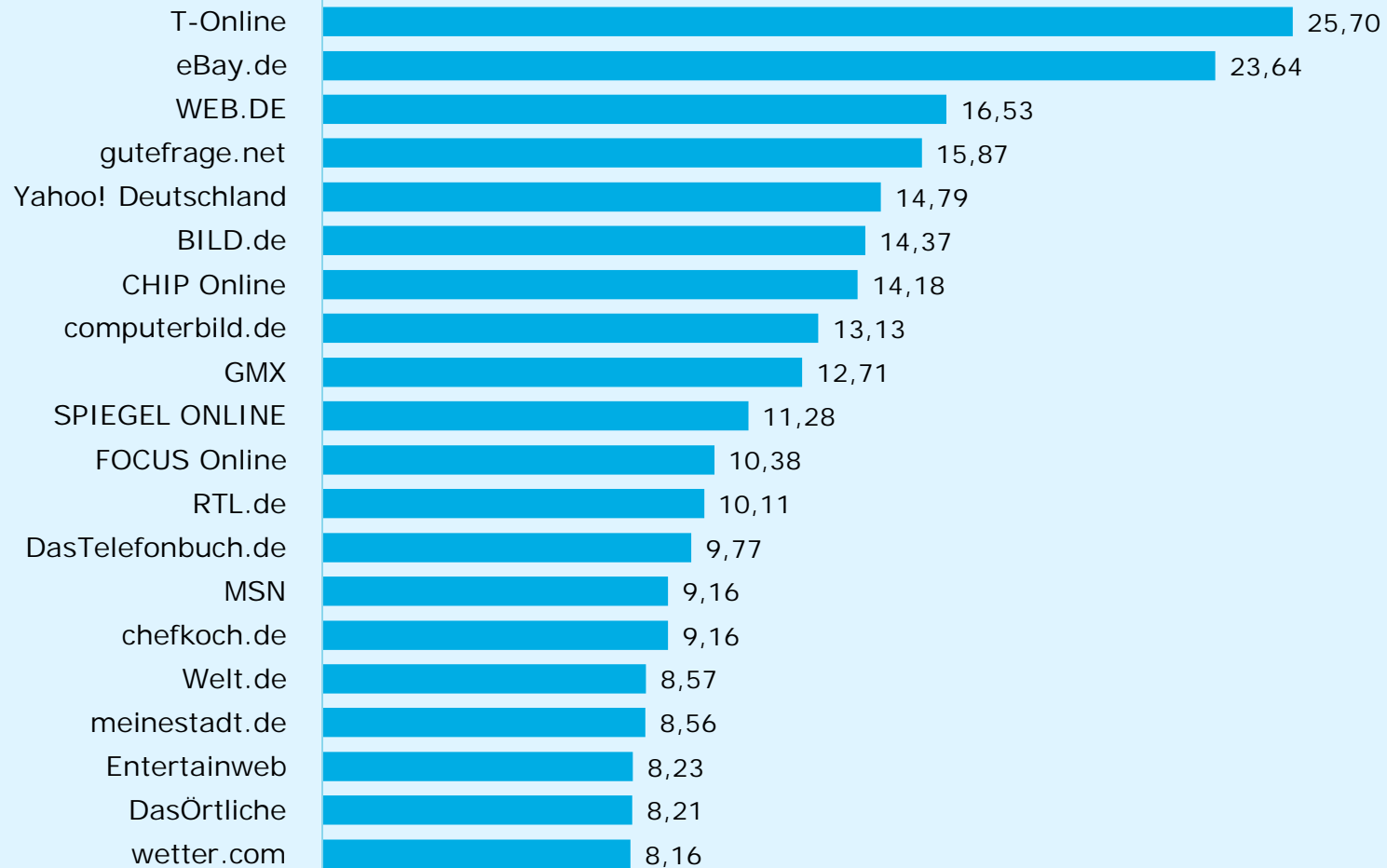
Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / Angaben für den Einzelmonat im Untersuchungszeitraum  
Januar 2012 / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-01

# Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	34,1	17,17
United Internet Media	2	33,7	16,95
TOMORROW FOCUS MEDIA	3	30,6	15,40
eBay Advertising Group	4	27,6	13,90
Axel Springer Media Impact	5	26,7	13,45
SevenOne Media	6	25,7	12,95
IP Deutschland	7	25,3	12,73
Yahoo! Deutschland	8	20,1	10,13
Ströer Interactive	9	19,9	10,03
OMS	10	19,1	9,60
G+J Electronic Media Sales	11	18,4	9,27
iq digital	12	16,4	8,25
Microsoft Advertising	13	16,1	8,13
freeXmedia	14	15,2	7,67
Hi-media Deutschland	15	13,4	6,74
ad pepper media	16	13,3	6,69
SPIEGEL QC	17	13,2	6,66
Glam Media	18	7,5	3,76
Unister Media	19	7,2	3,60
MAIRDUMONT MEDIA	20	4,5	2,26

# Werbeträger-Ranking: TOP 20 im Januar 2012



Methode

# Methode: Das 3-Säulen-Modell

