

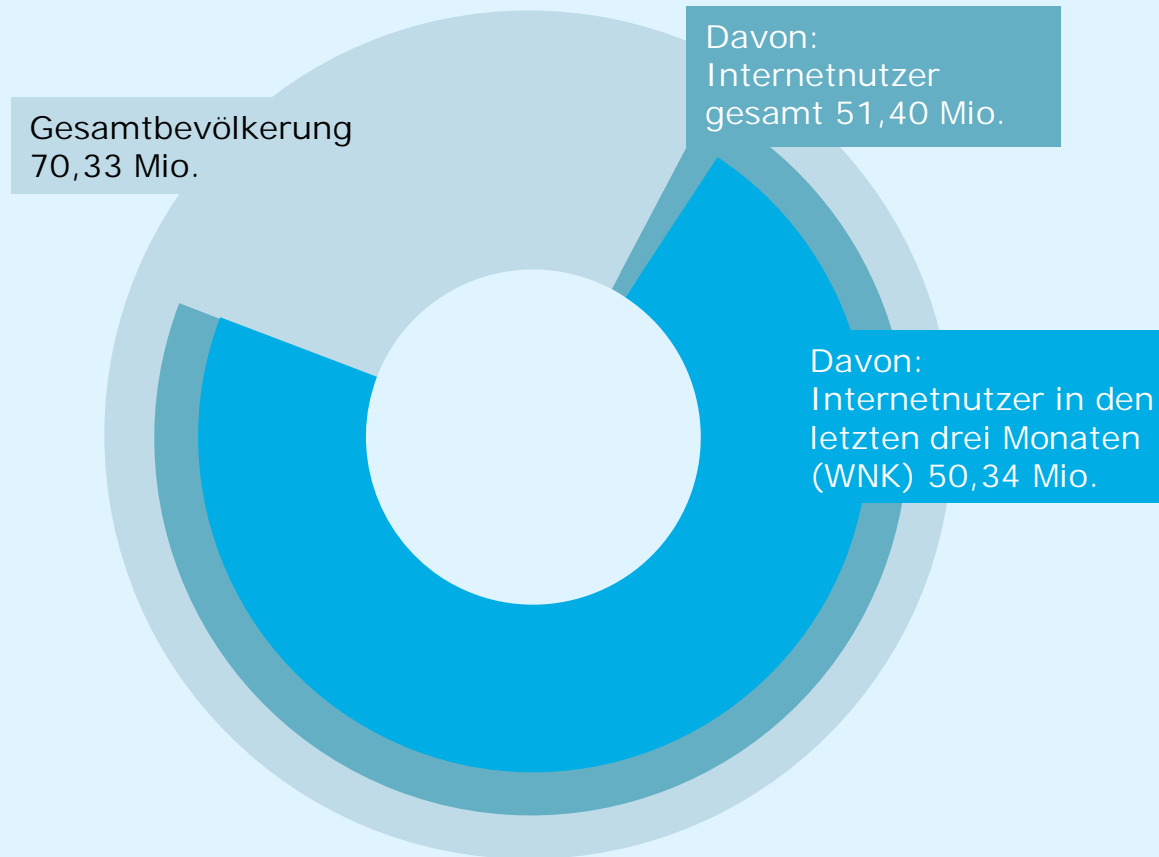


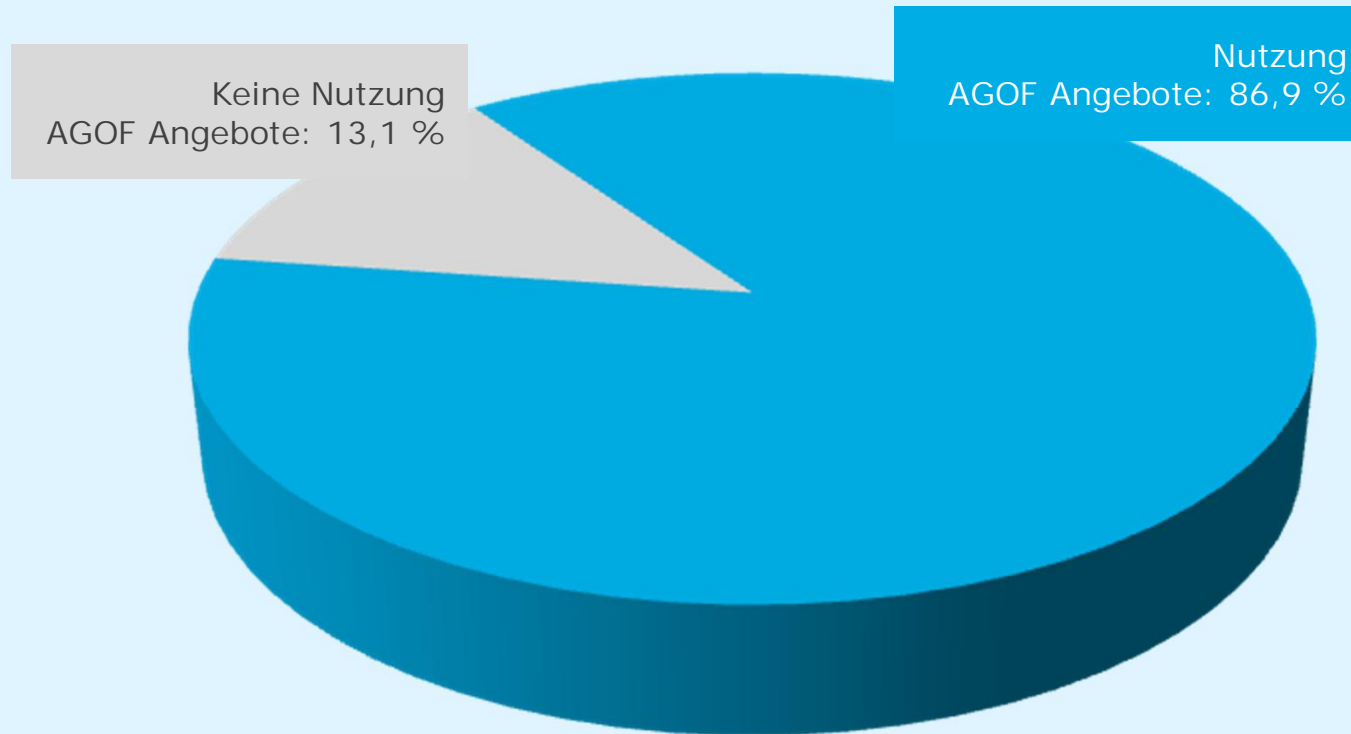
internet facts 2012-02

AGOF e. V. Mai 2012

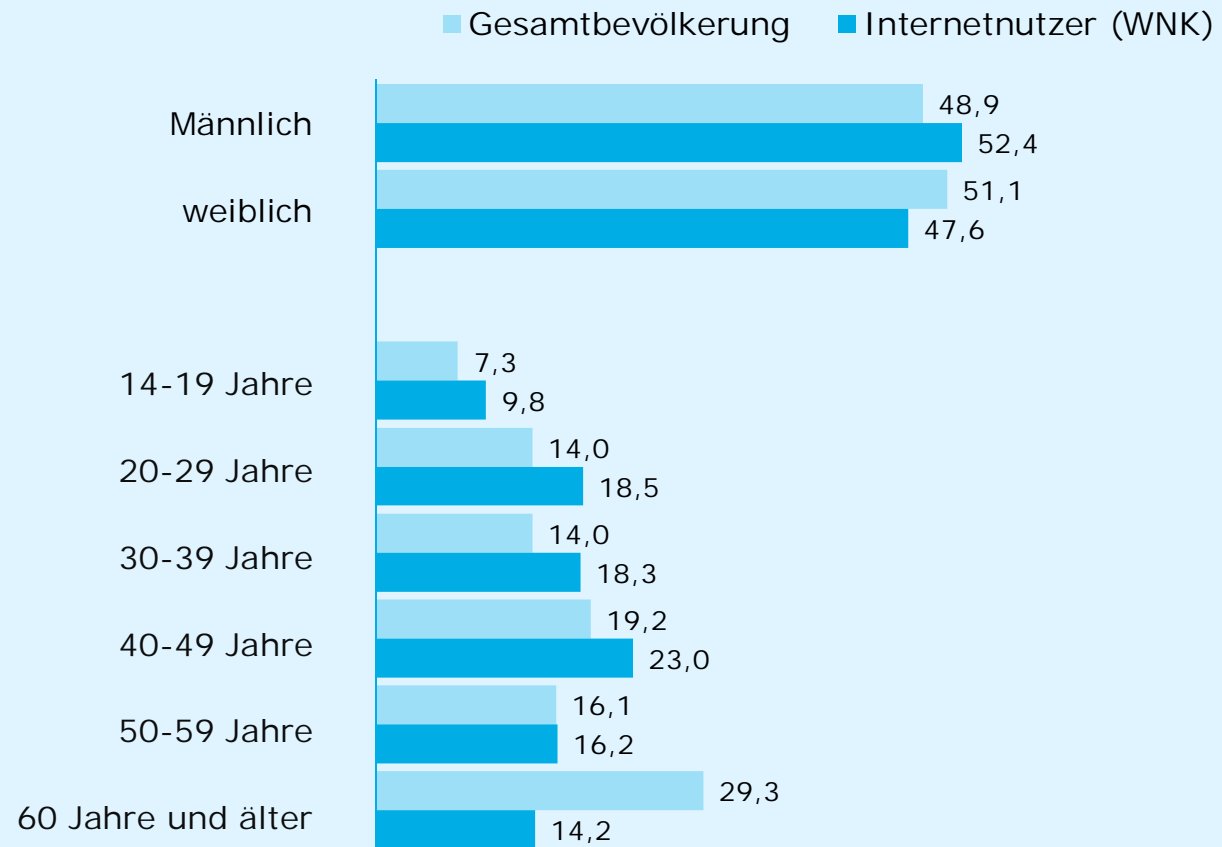


Grafiken zur Internetnutzung

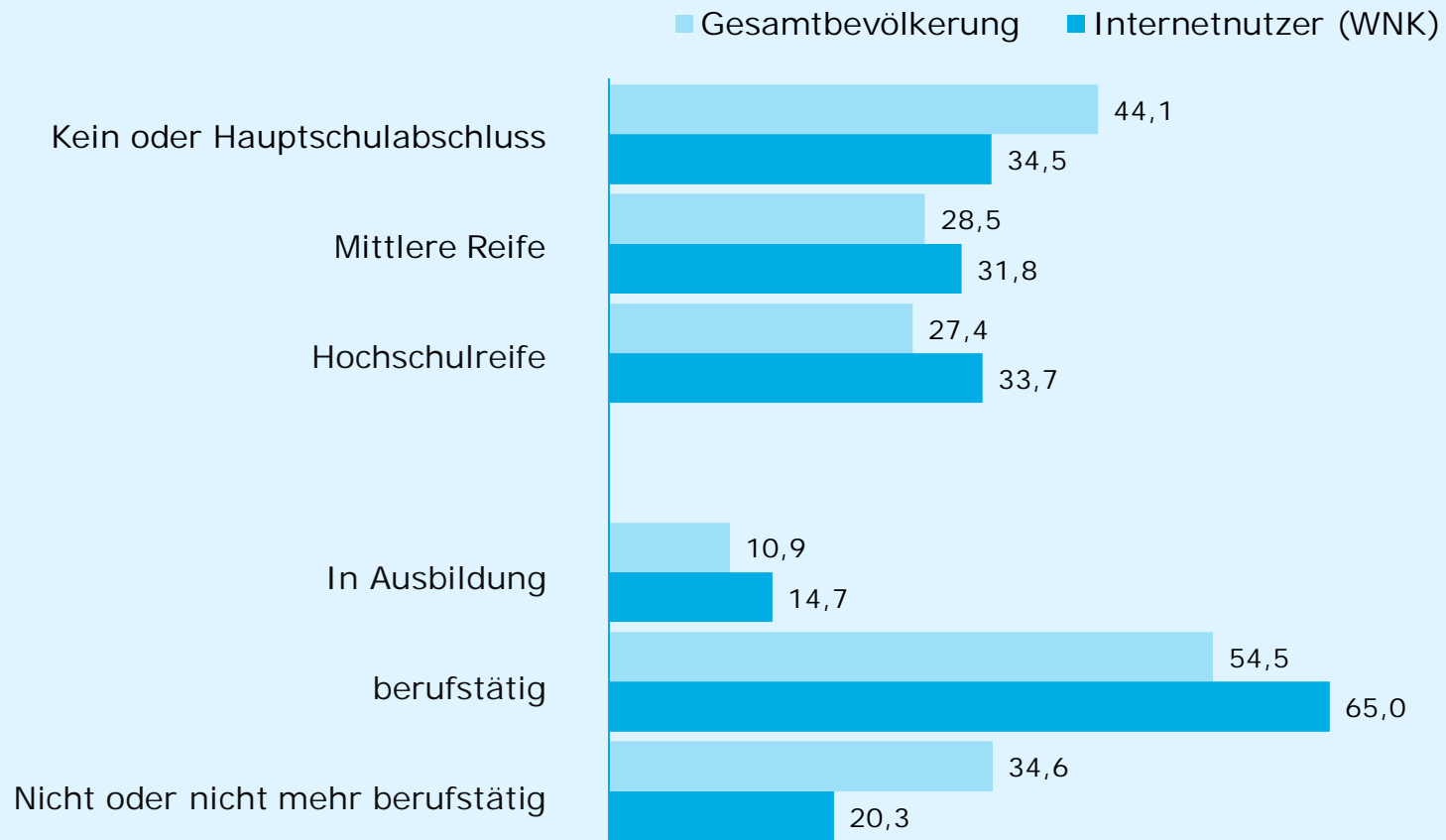




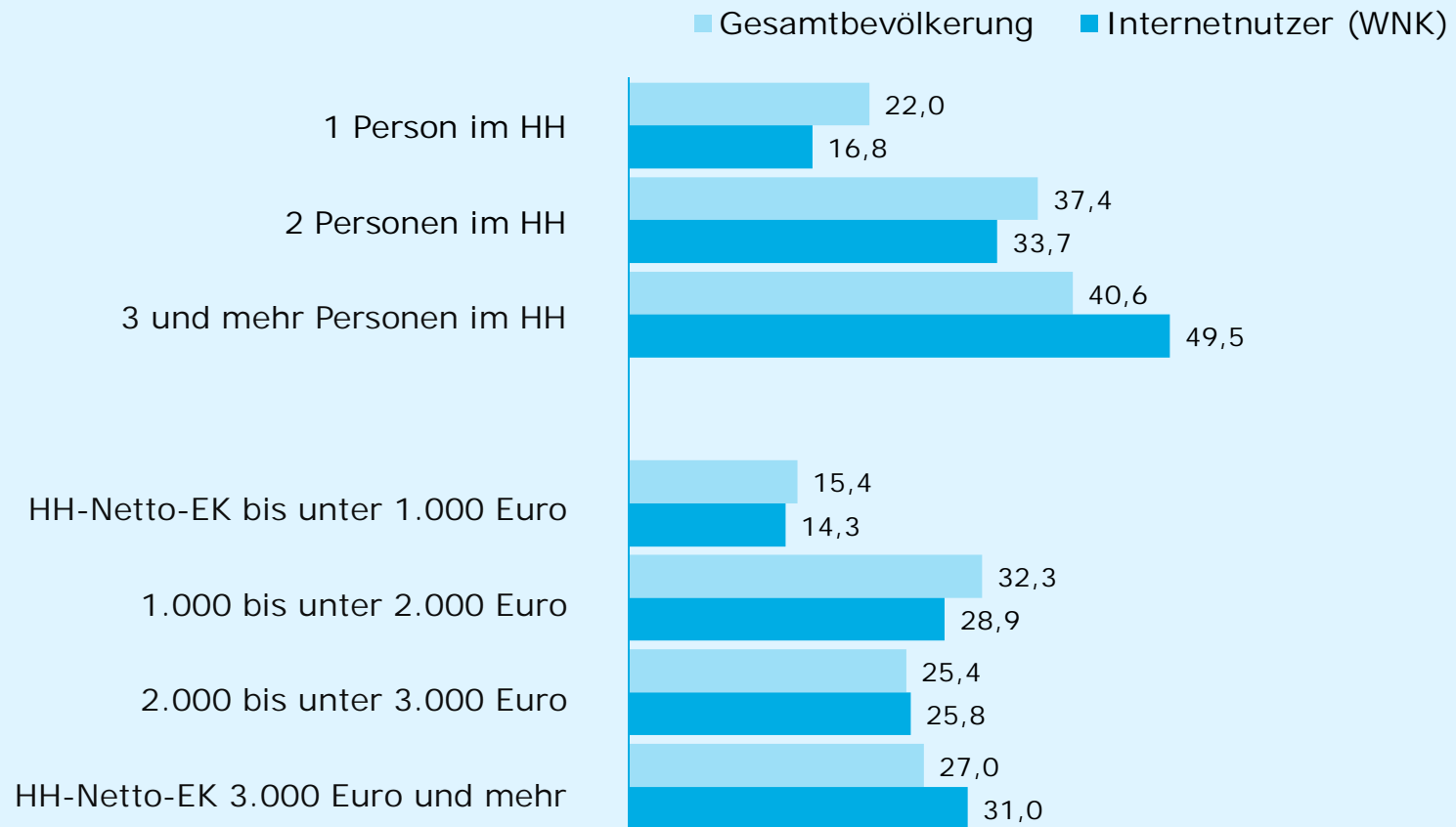
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



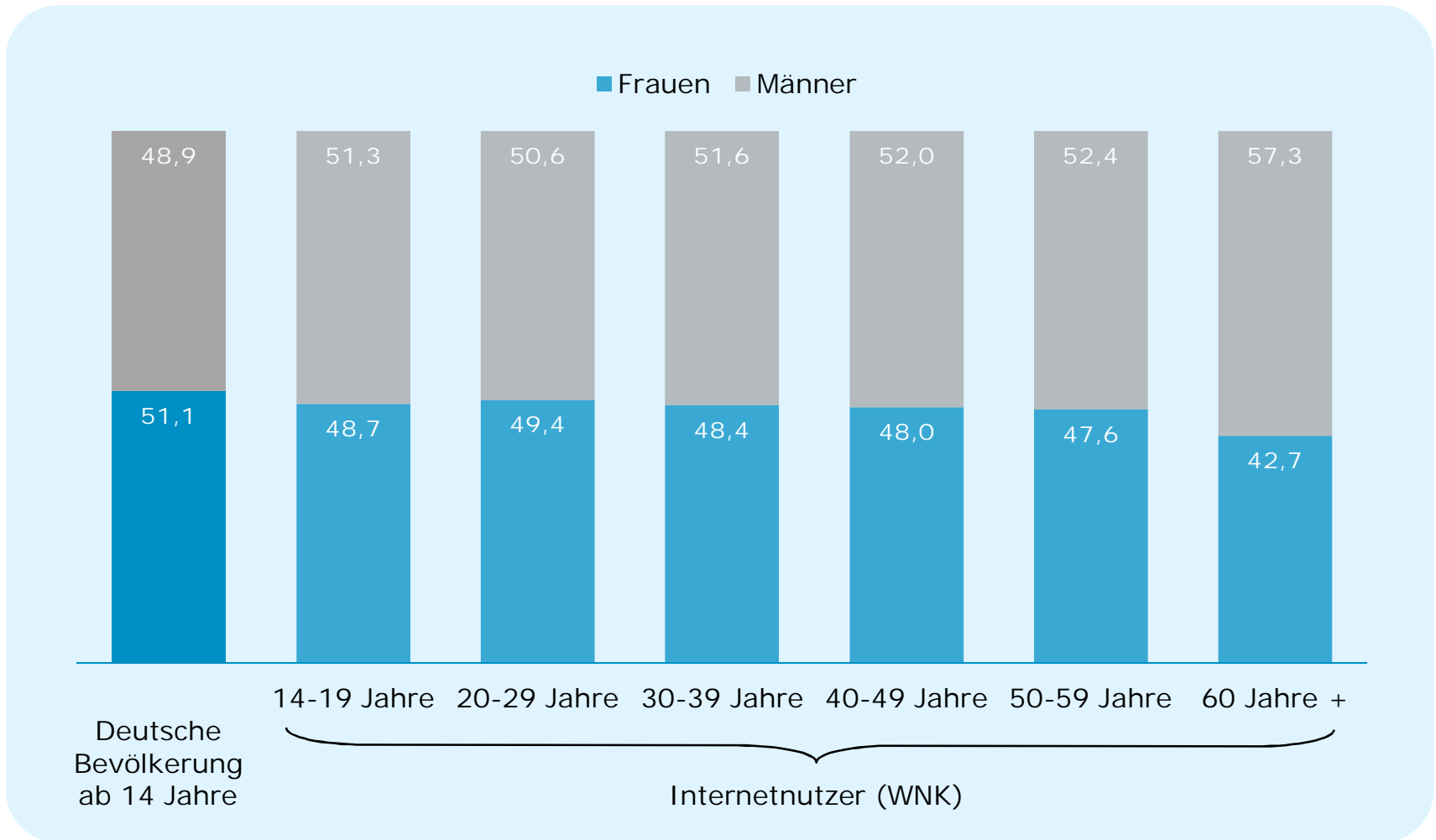
Soziodemografie: Bildung und Tätigkeit



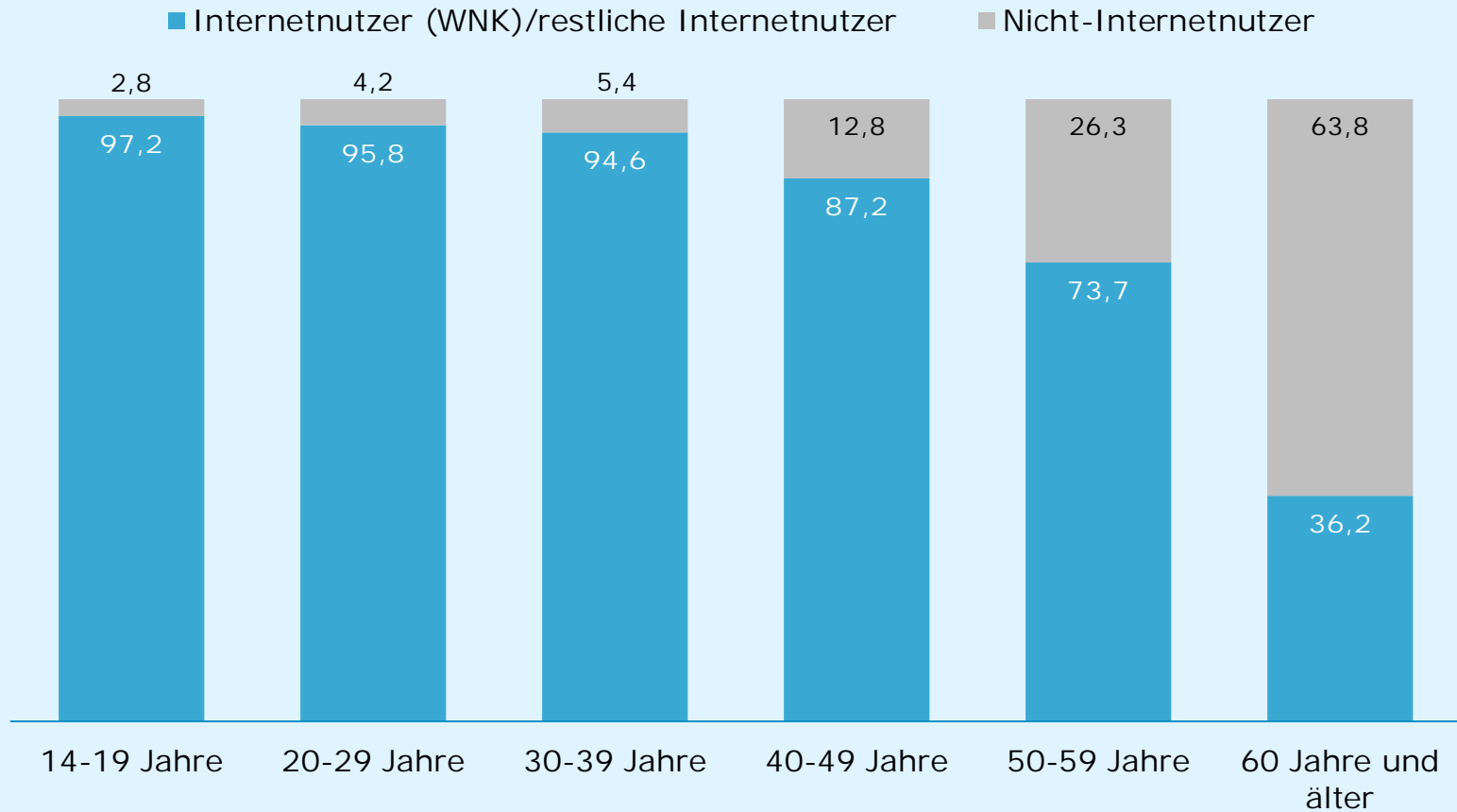
Soziodemografie: Haushalt



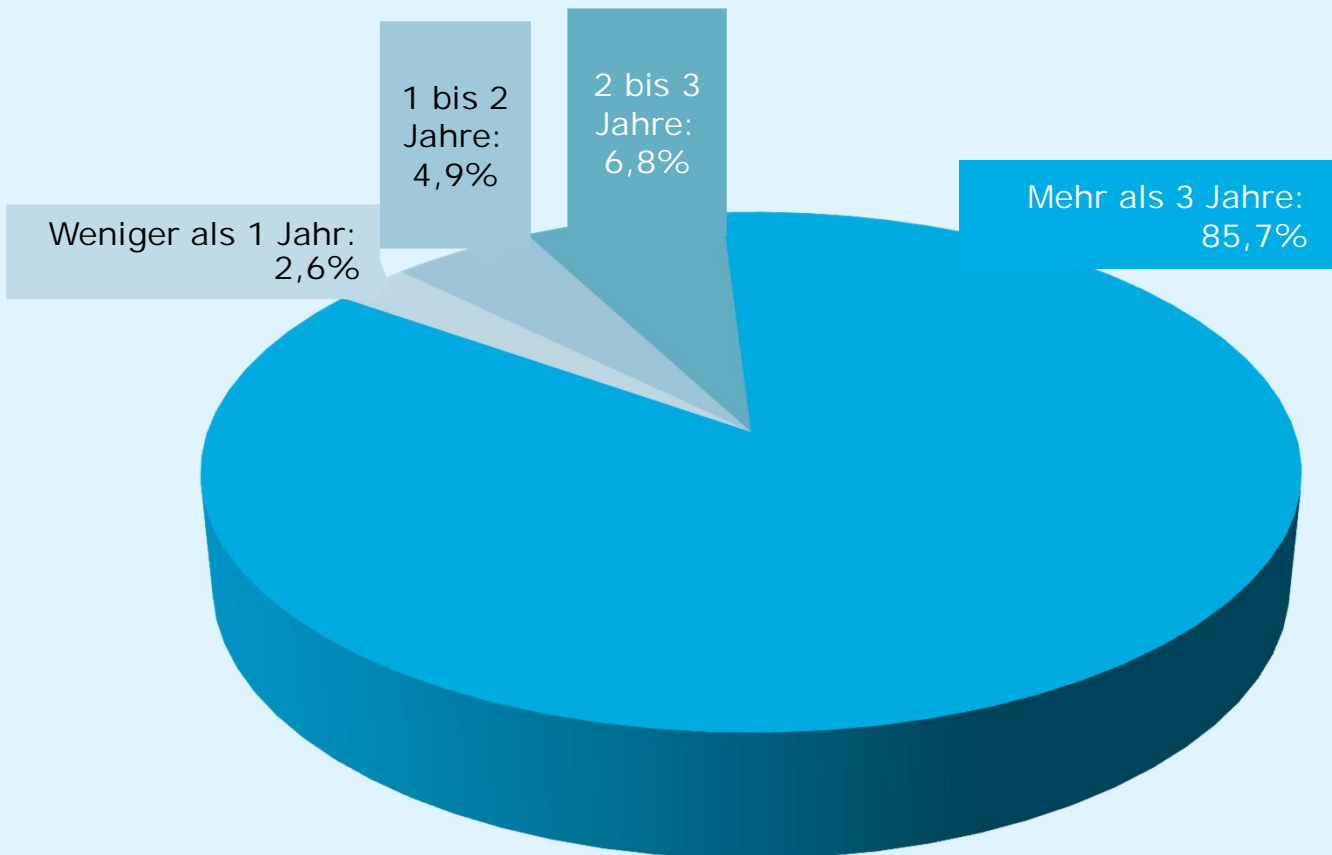
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



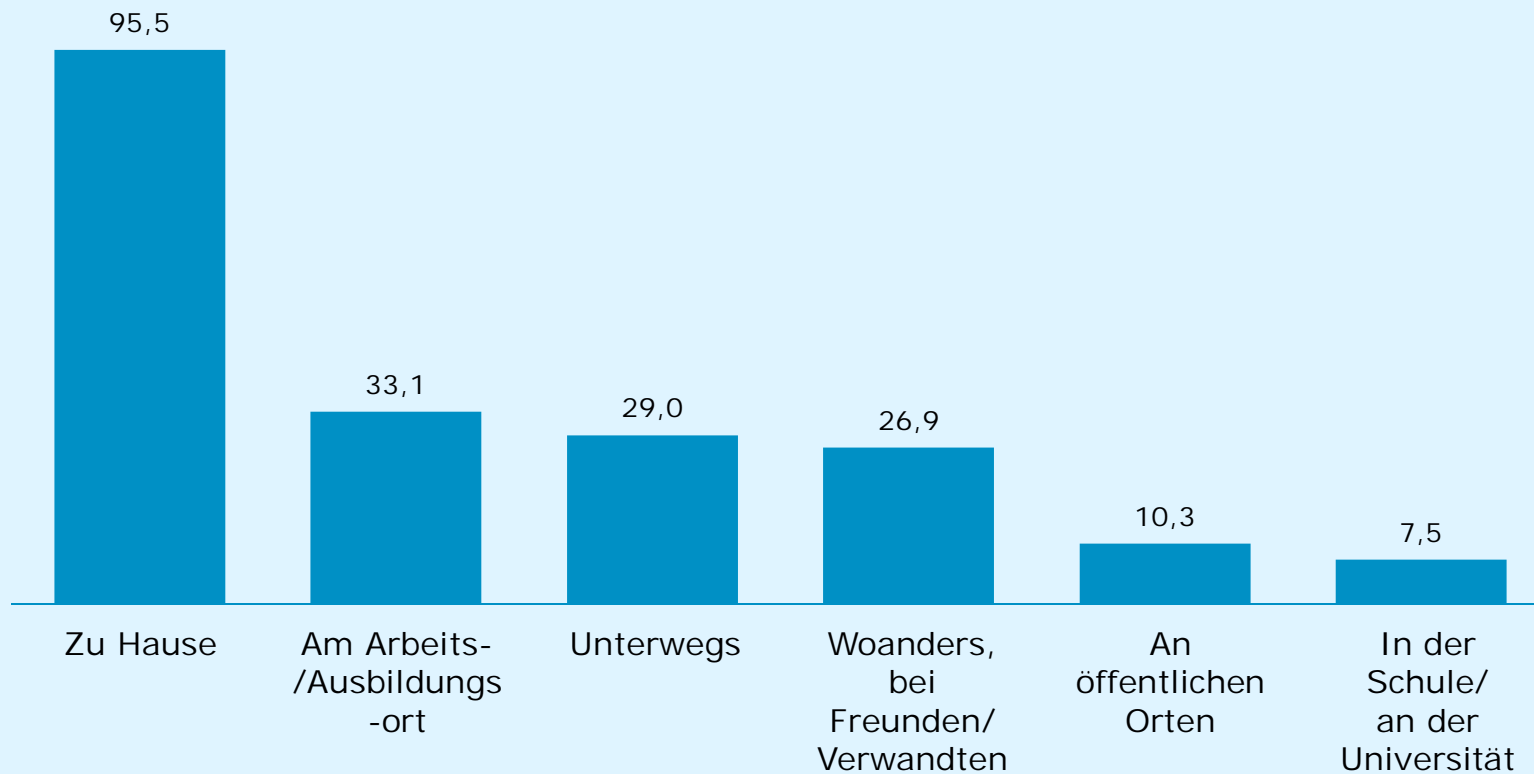
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

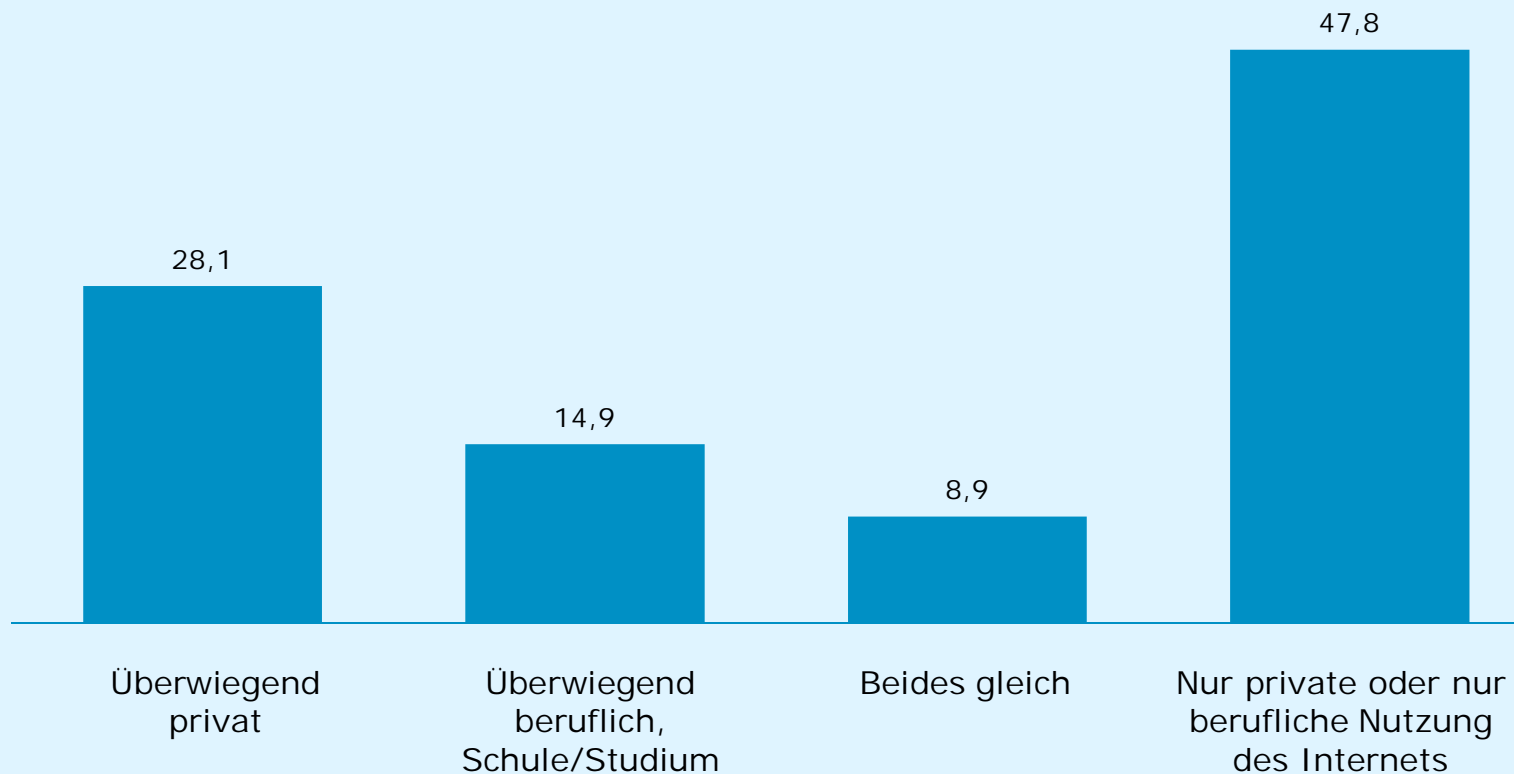


Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-02

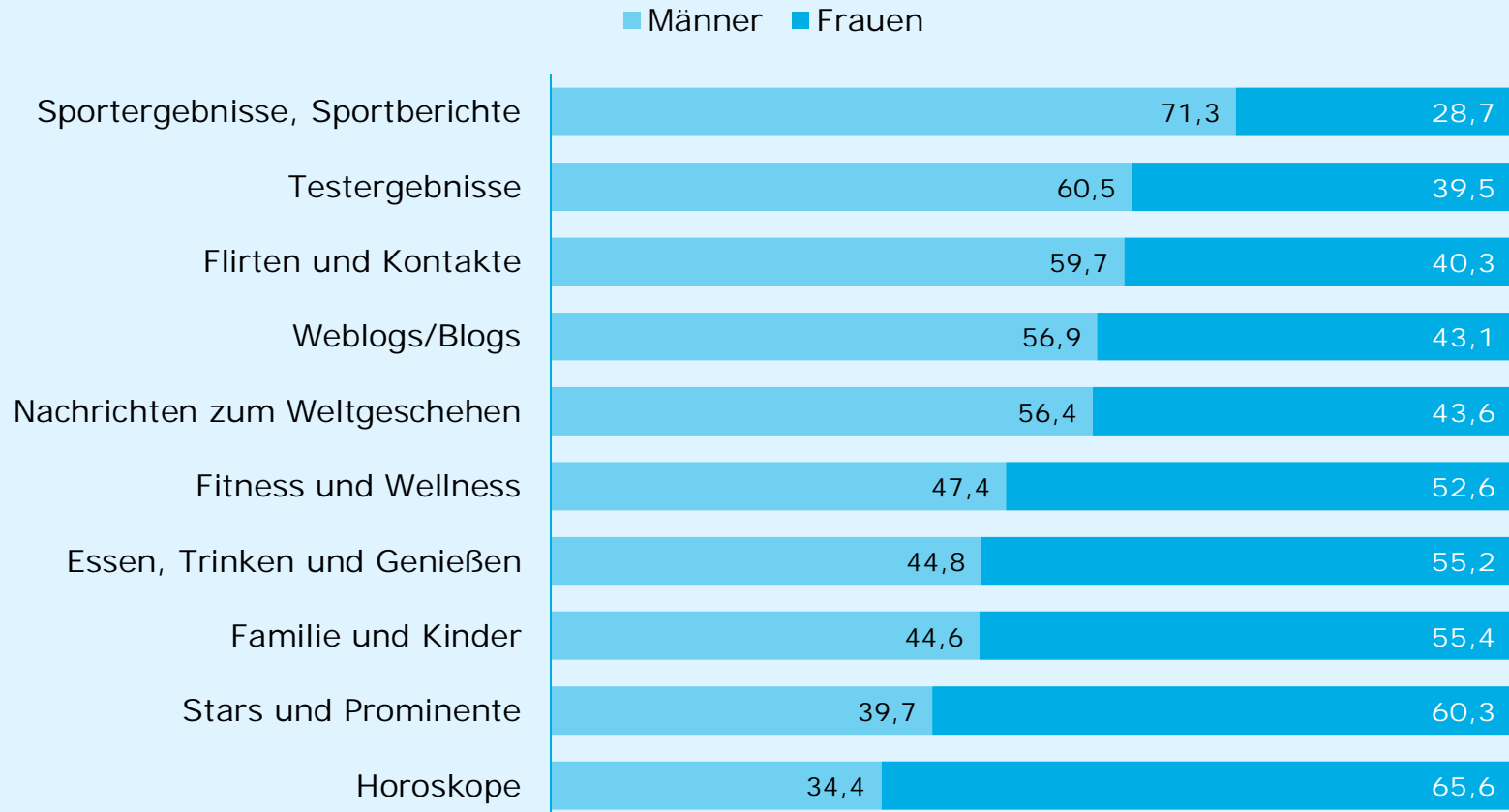
Schwerpunkt der Internetnutzung



Thematische Schwerpunkte: Top 10



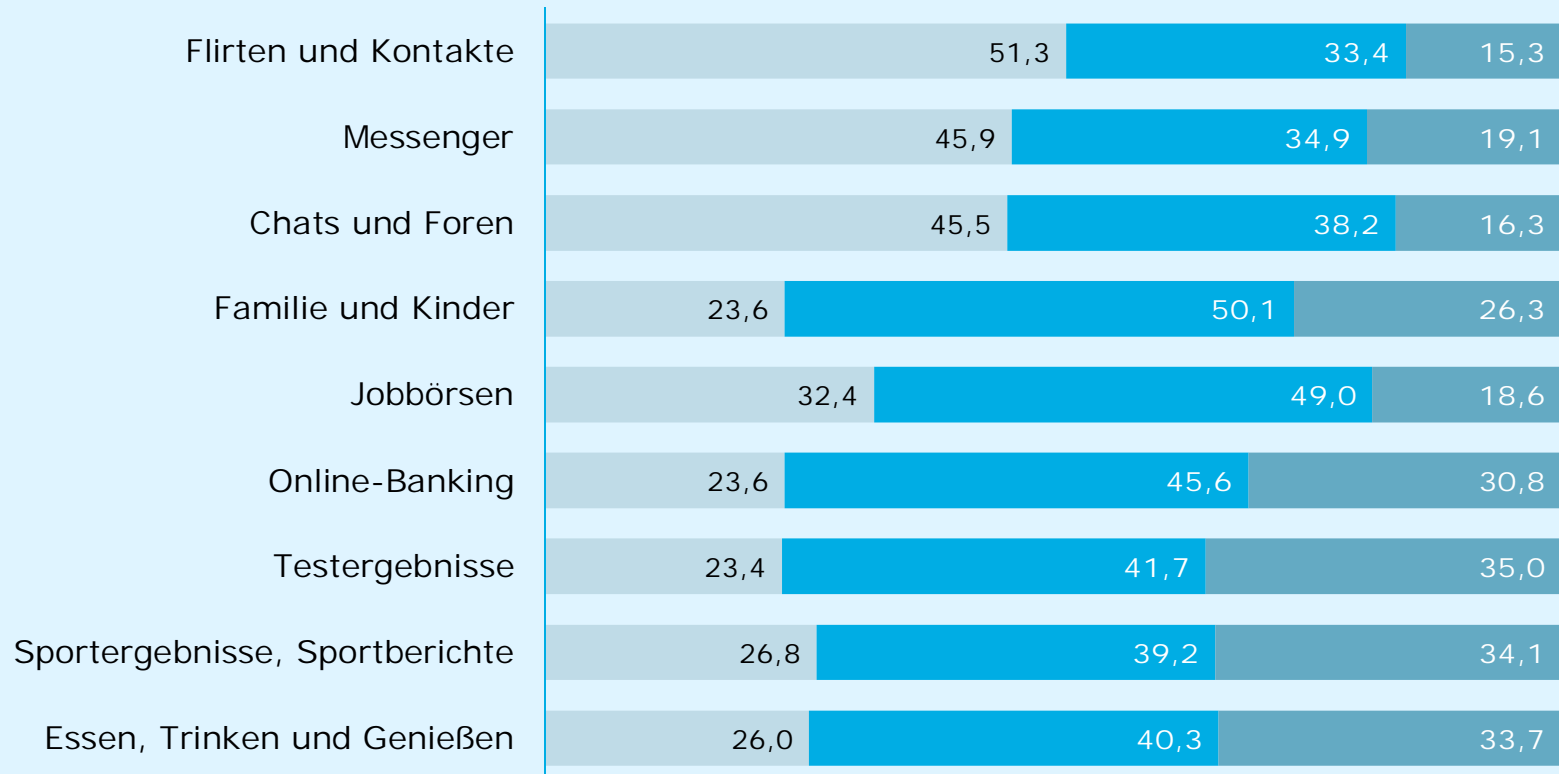
Top-Themen nach Geschlecht



Top-Themen nach Alter

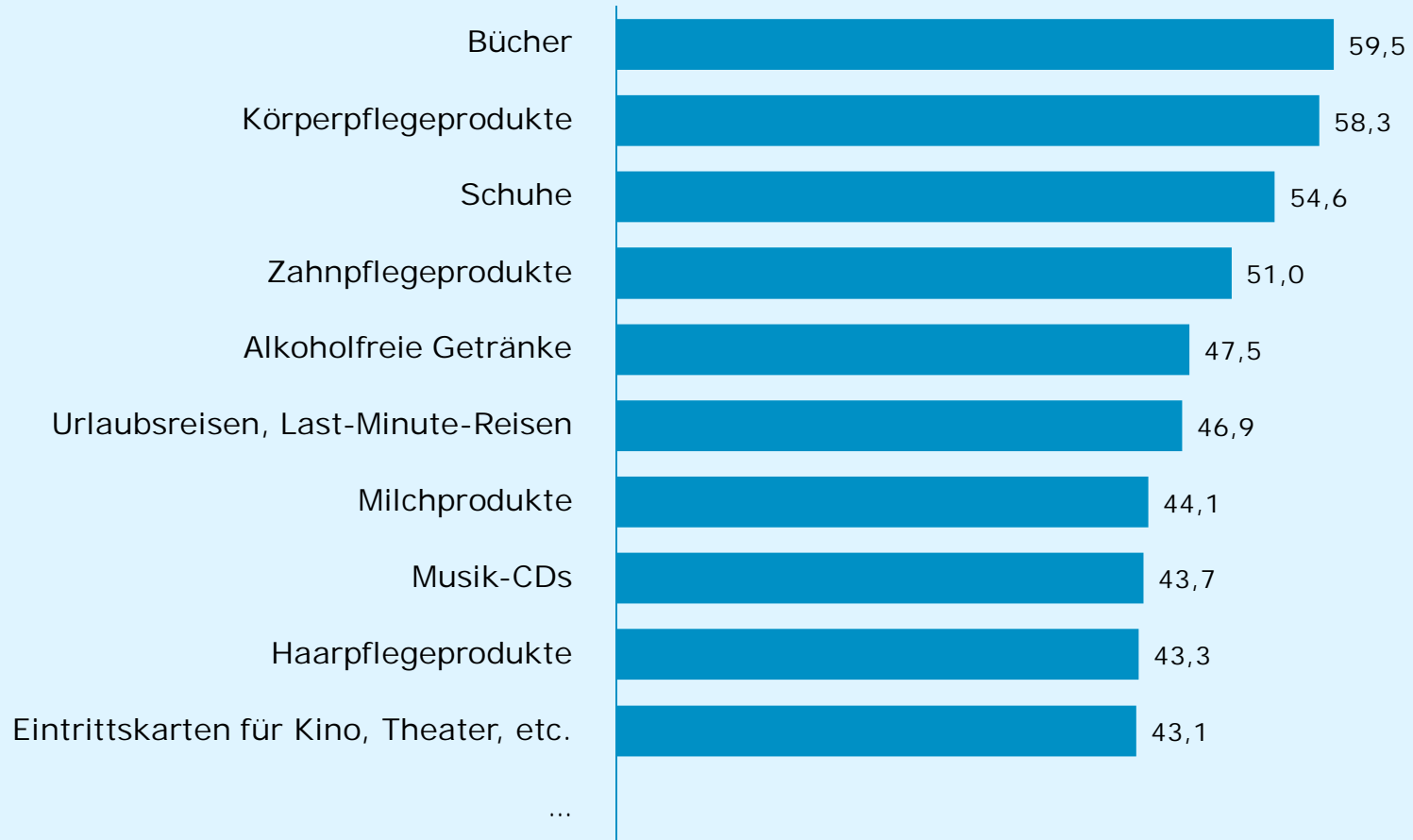


■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50 Jahre und älter

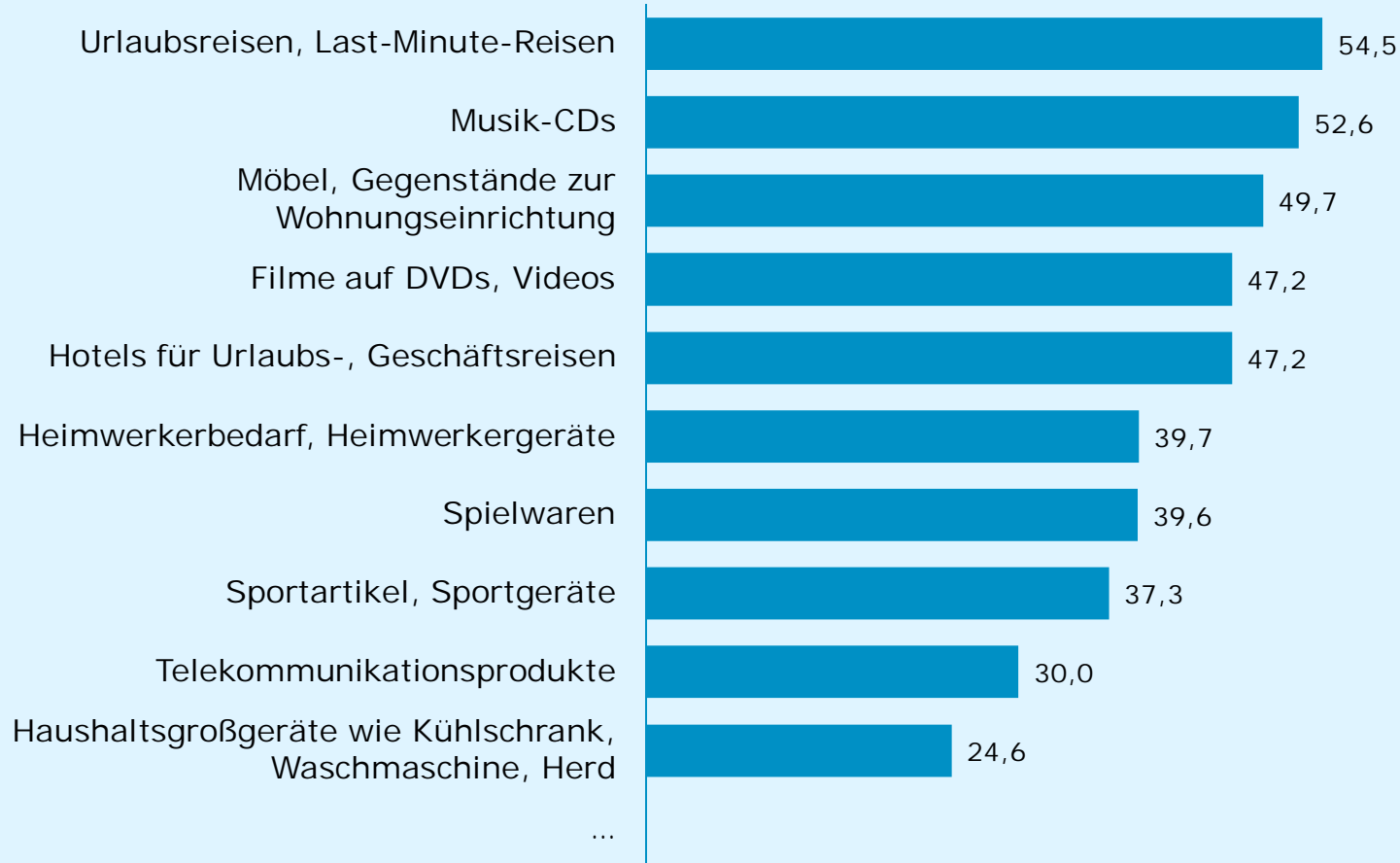


Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 3 Themen pro Gruppe / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-02

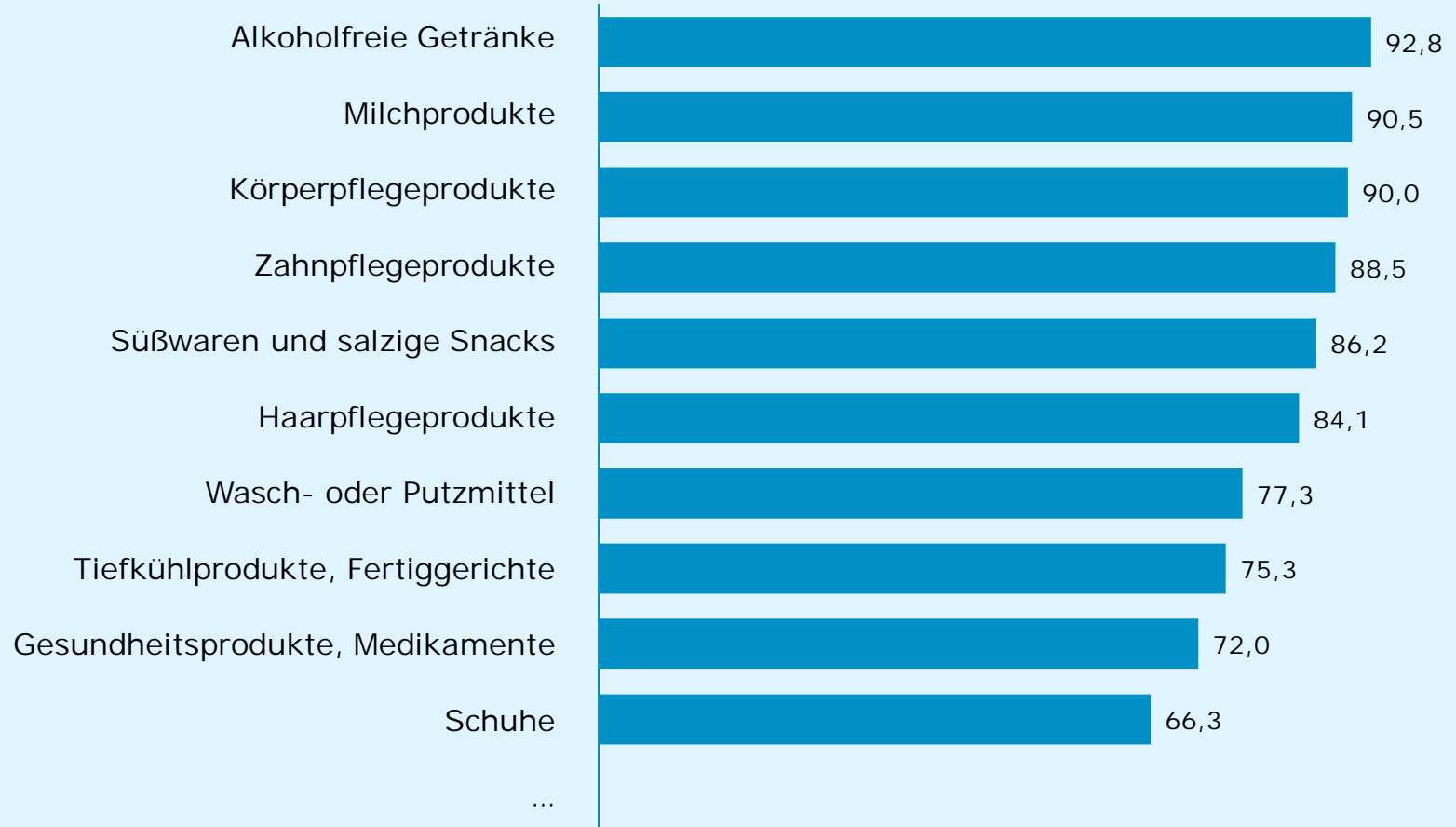
Generelles Produkt-Interesse: Top 10



Kaufplanung für Produkte: Top 10

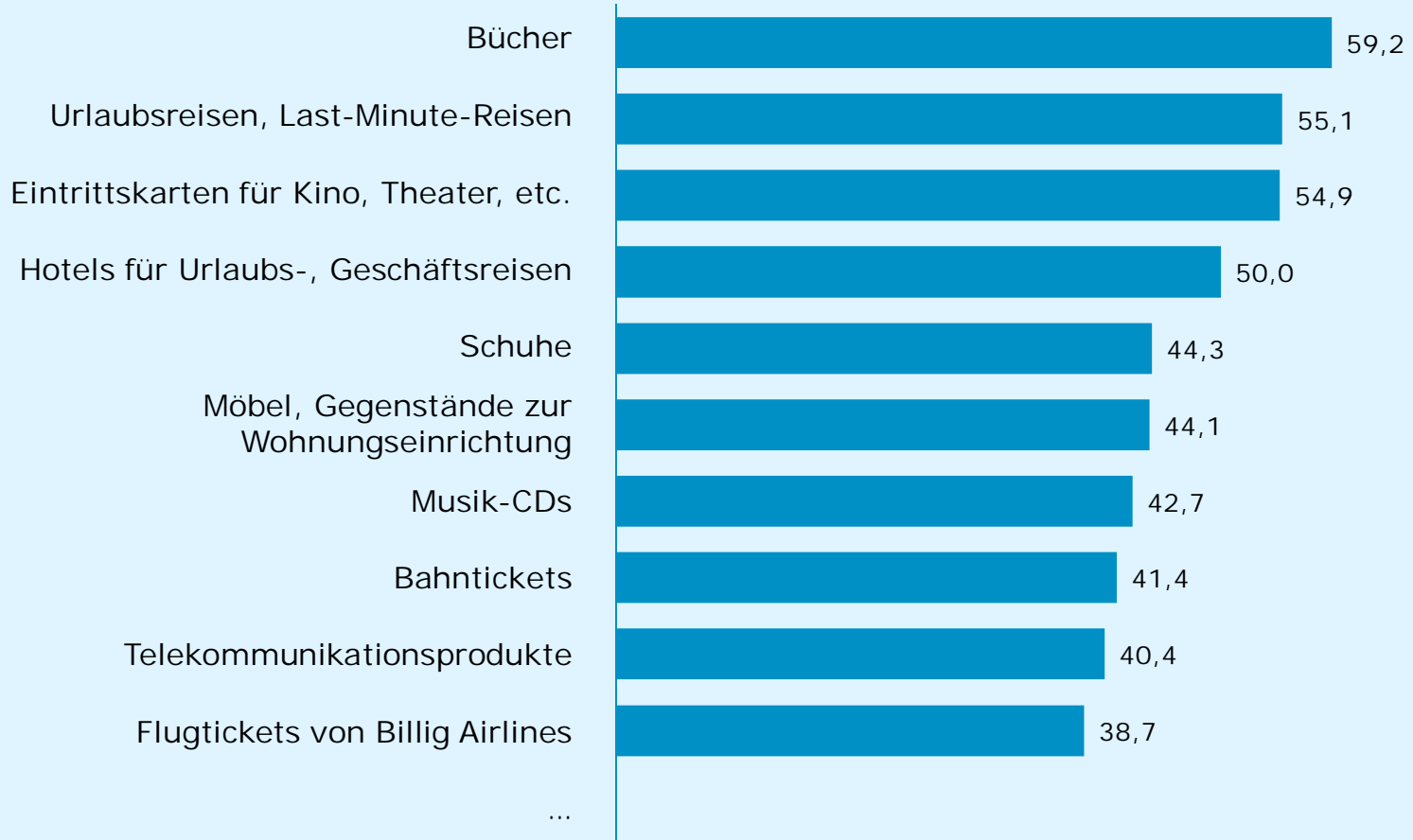


In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



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 2012-02

Informationen im Internet gesucht: Top 10



Basis: 101.306 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-02

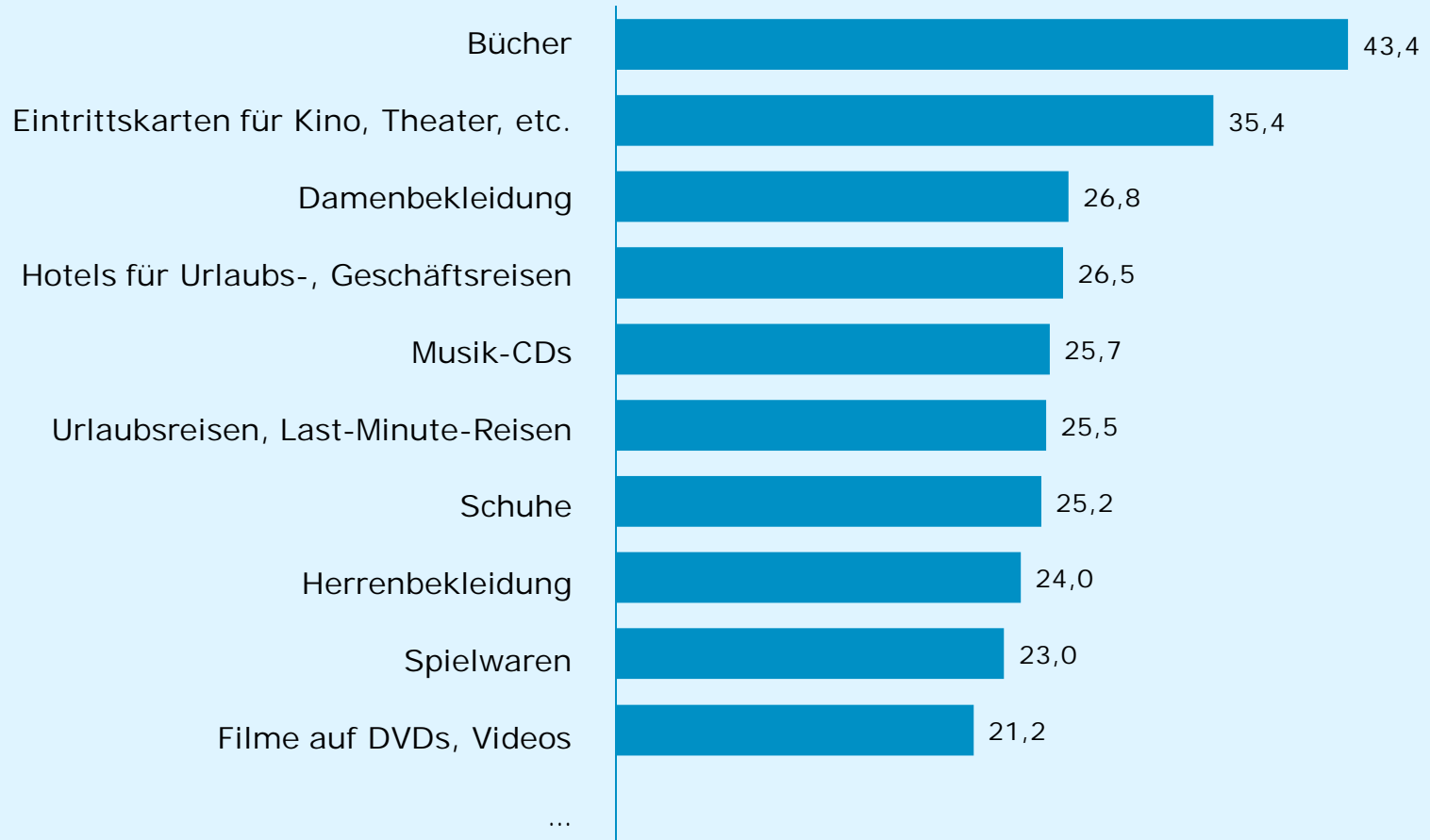
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	67,0	Bücher	61,9
Schuhe	64,0	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	56,9
Musik-CDs	59,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	55,1
Filme auf DVDs, Videos	57,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,5
Bücher	56,1	Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	47,1
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	67,9	Bücher	54,5
Bücher	65,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	54,3
Schuhe	59,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,6
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	58,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,9
Filme auf DVDs, Videos	53,3	Bahntickets	39,7
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	64,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,3
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	59,0	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	51,6
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	57,9	Bücher	48,0
Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,6	Bahntickets	37,6
Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	53,4	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,9

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 2012-02

Produkte im Internet gekauft - Top 10



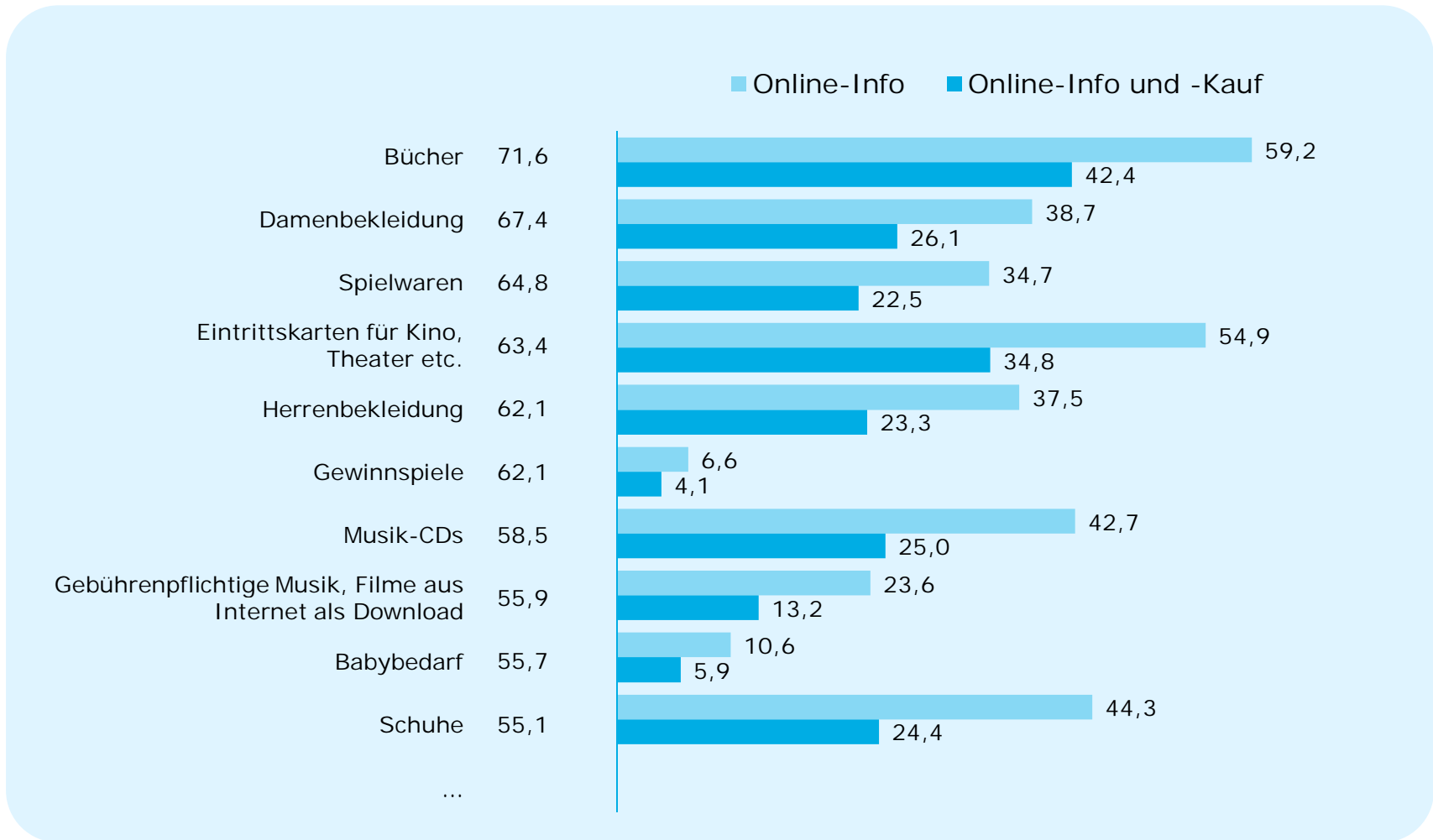
Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	33,8	Bücher	47,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	33,7	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,1
Bücher	32,8	Damenbekleidung	30,0
Musik-CDs	28,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,8
Filme auf DVDs, Videos	24,2	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	28,0
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	47,9	Bücher	39,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	29,9
Schuhe	35,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,4
Damenbekleidung	31,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	26,3
Herrenbekleidung	31,1	Musik-CDs	21,9
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	51,3	Bücher	32,7
Spielwaren	39,3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,5
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	38,6	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,0
Damenbekleidung	33,8	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	22,9
Schuhe	31,2	Bahntickets	19,9

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 2012-02

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 2012-02

A young woman with long red hair, wearing a white t-shirt and blue jeans, stands and smiles while looking at a laptop. A young man with short blonde hair, wearing a blue t-shirt, sits and looks up at her with a smile. The laptop is open on a white surface in front of them. The background is a bright, modern office or kitchen area.

Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im Februar 2012



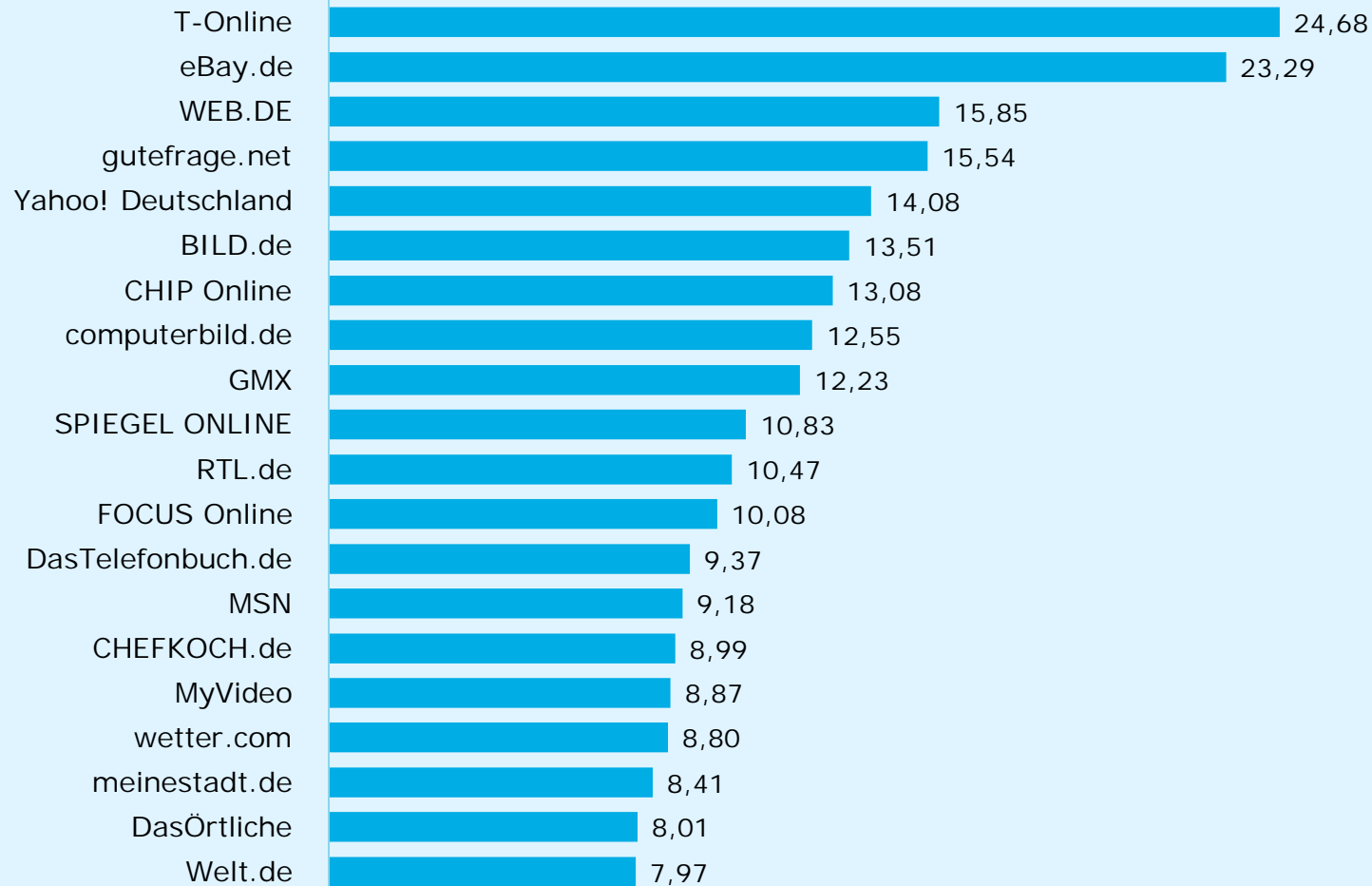
Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
TOMORROW FOCUS MEDIA	1	59,0	29,71
InteractiveMedia CCSP	2	57,9	29,15
United Internet Media	3	54,2	27,30
Axel Springer Media Impact	4	51,9	26,14
SevenOne Media	5	51,1	25,71
IP Deutschland	6	50,9	25,61
eBay Advertising Group	7	48,9	24,64
Ströer Interactive	8	45,3	22,79
OMS	9	42,5	21,40
Yahoo! Deutschland	10	40,3	20,26
G+J Electronic Media Sales	11	40,1	20,17
ad pepper media	12	35,3	17,78
iq digital	13	34,7	17,46
freeXmedia	14	32,6	16,41
Hi-media Deutschland	15	31,2	15,70
Microsoft Advertising	16	29,5	14,87
SPIEGEL QC	17	29,1	14,65
Unister Media	18	22,0	11,07
Glam Media	19	21,7	10,92
MAIRDUMONT MEDIA	20	15,4	7,75

Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
United Internet Media	1	33,3	16,76
InteractiveMedia CCSP	2	33,0	16,60
TOMORROW FOCUS MEDIA	3	31,7	15,97
eBay Advertising Group	4	27,4	13,81
Axel Springer Media Impact	5	27,0	13,61
SevenOne Media	6	26,6	13,39
IP Deutschland	7	25,7	12,96
Ströer Interactive	8	20,0	10,09
Yahoo! Deutschland	9	19,8	9,98
OMS	10	19,5	9,82
G+J Electronic Media Sales	11	18,4	9,28
iq digital	12	16,0	8,07
Microsoft Advertising	13	15,6	7,83
freeXmedia	14	15,3	7,71
SPIEGEL QC	15	13,5	6,81
ad pepper media	16	13,2	6,66
Hi-media Deutschland	17	12,9	6,49
Glam Media	18	7,6	3,84
Unister Media	19	7,5	3,79
Urban Media	20	4,9	2,47

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im Februar 2012



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

