

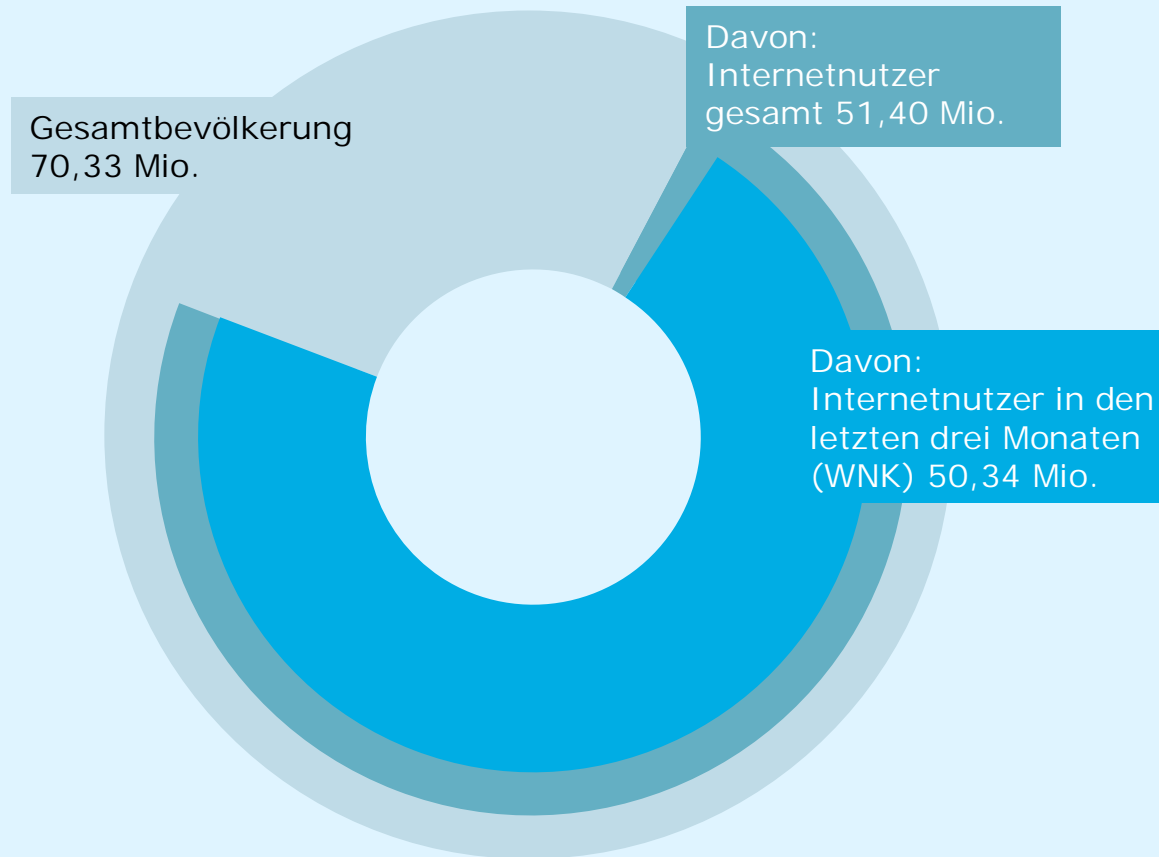


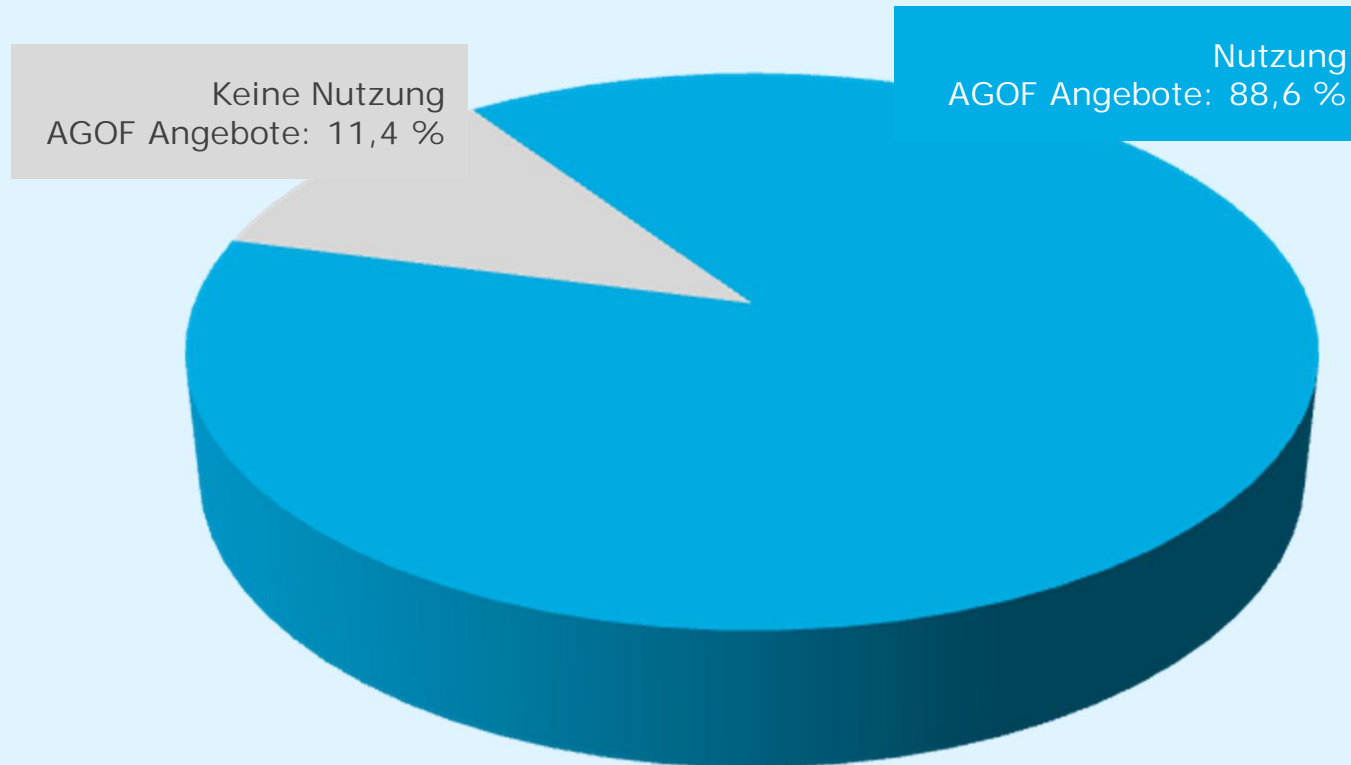
internet facts 2012-04

AGOF e. V. Juli 2012

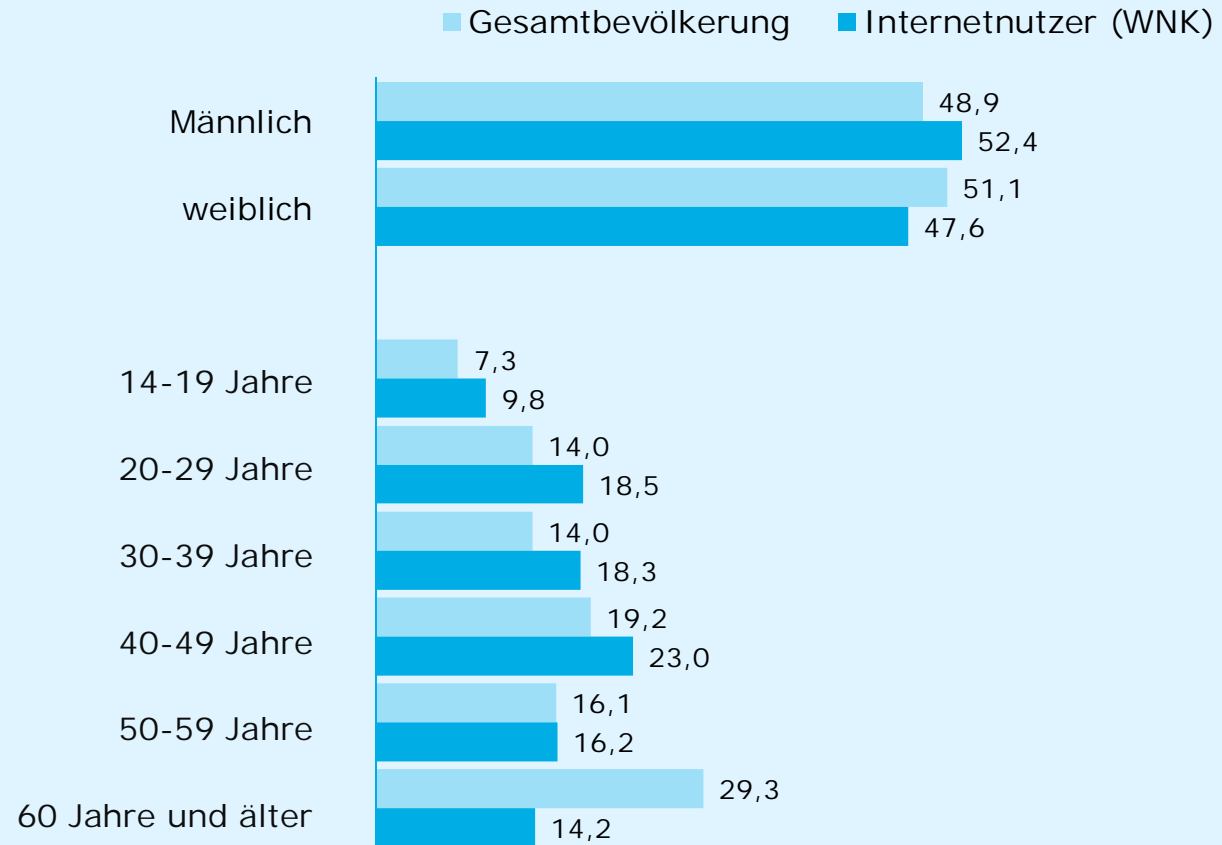


Grafiken zur Internetnutzung

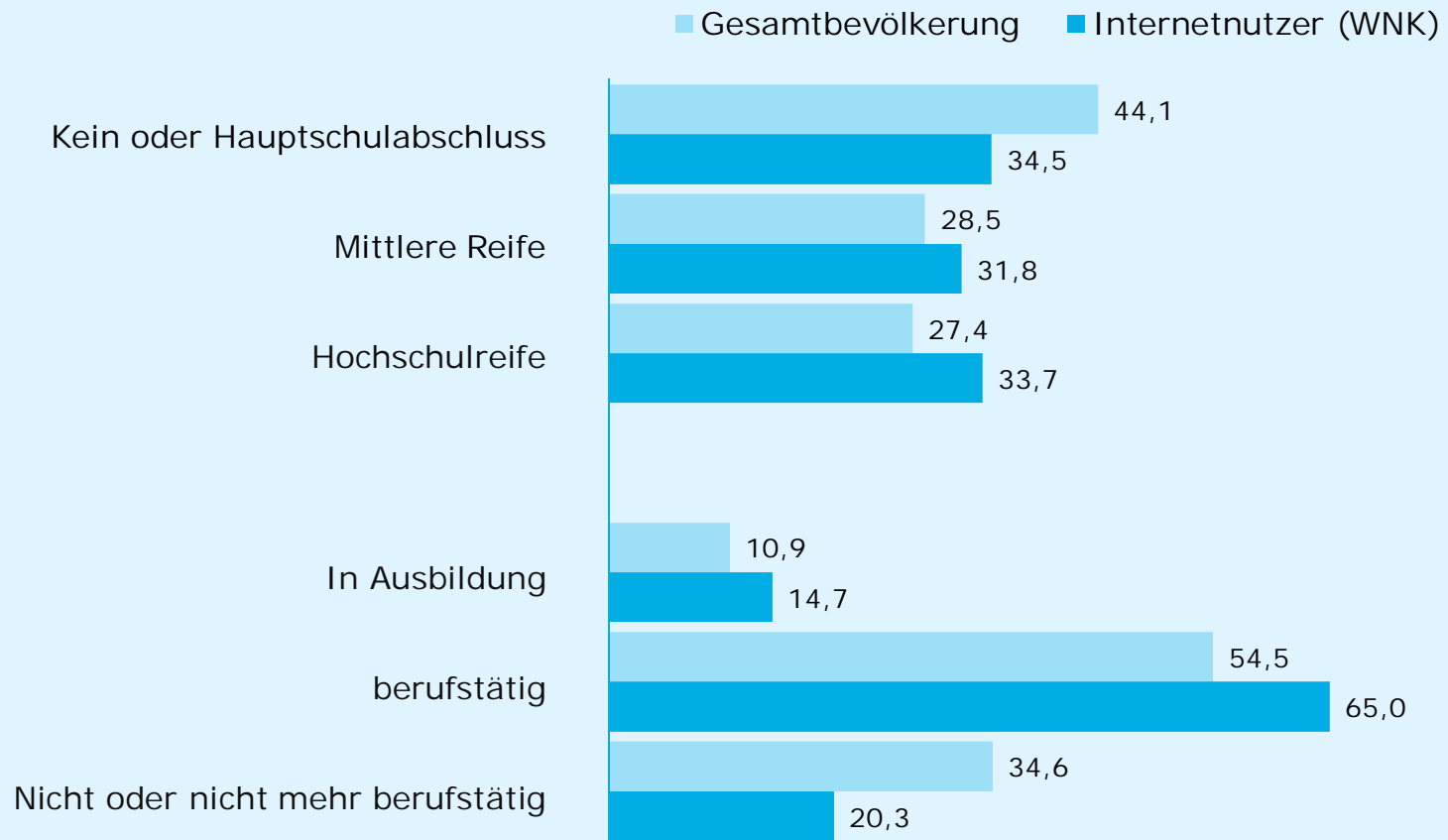




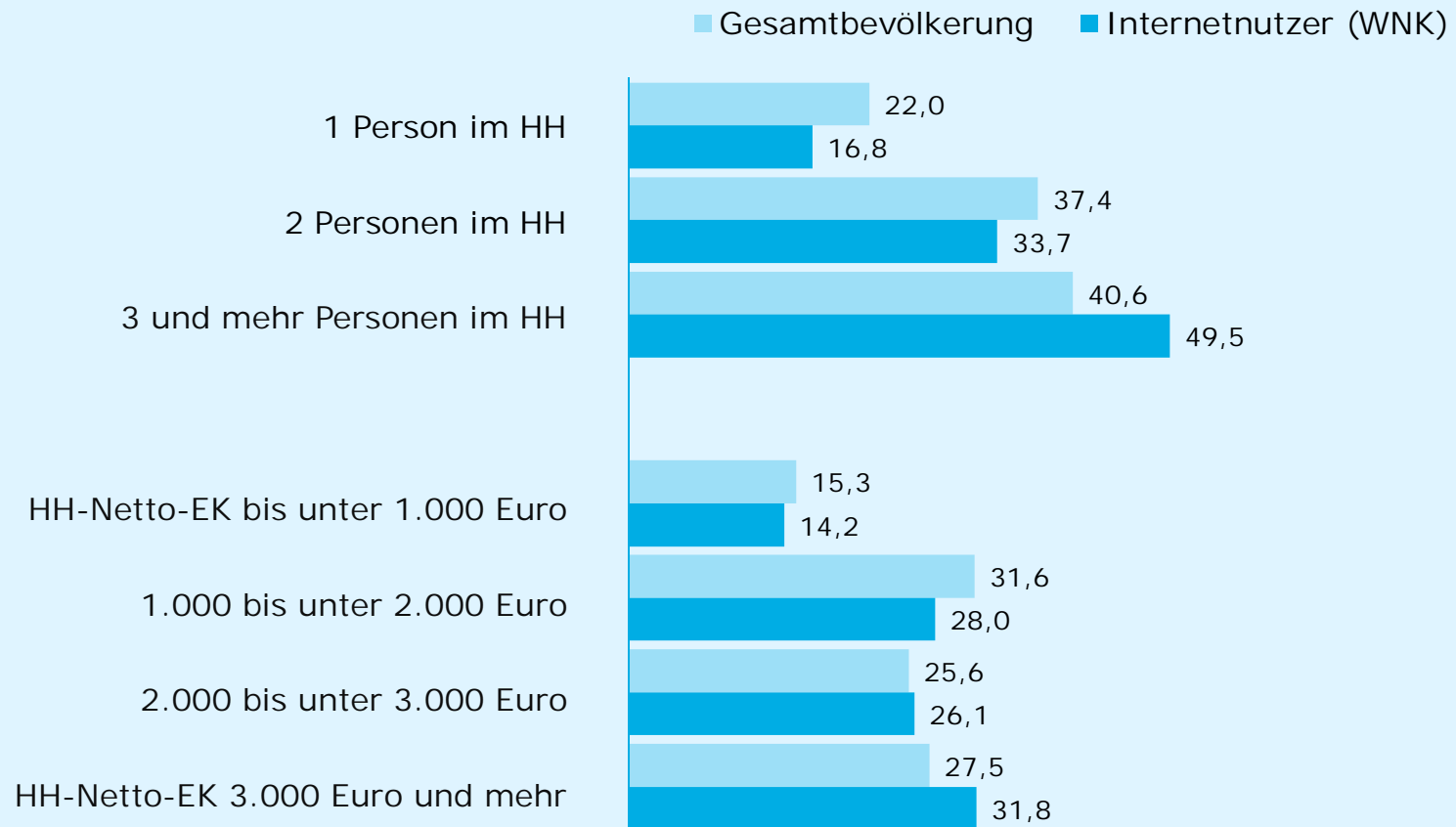
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



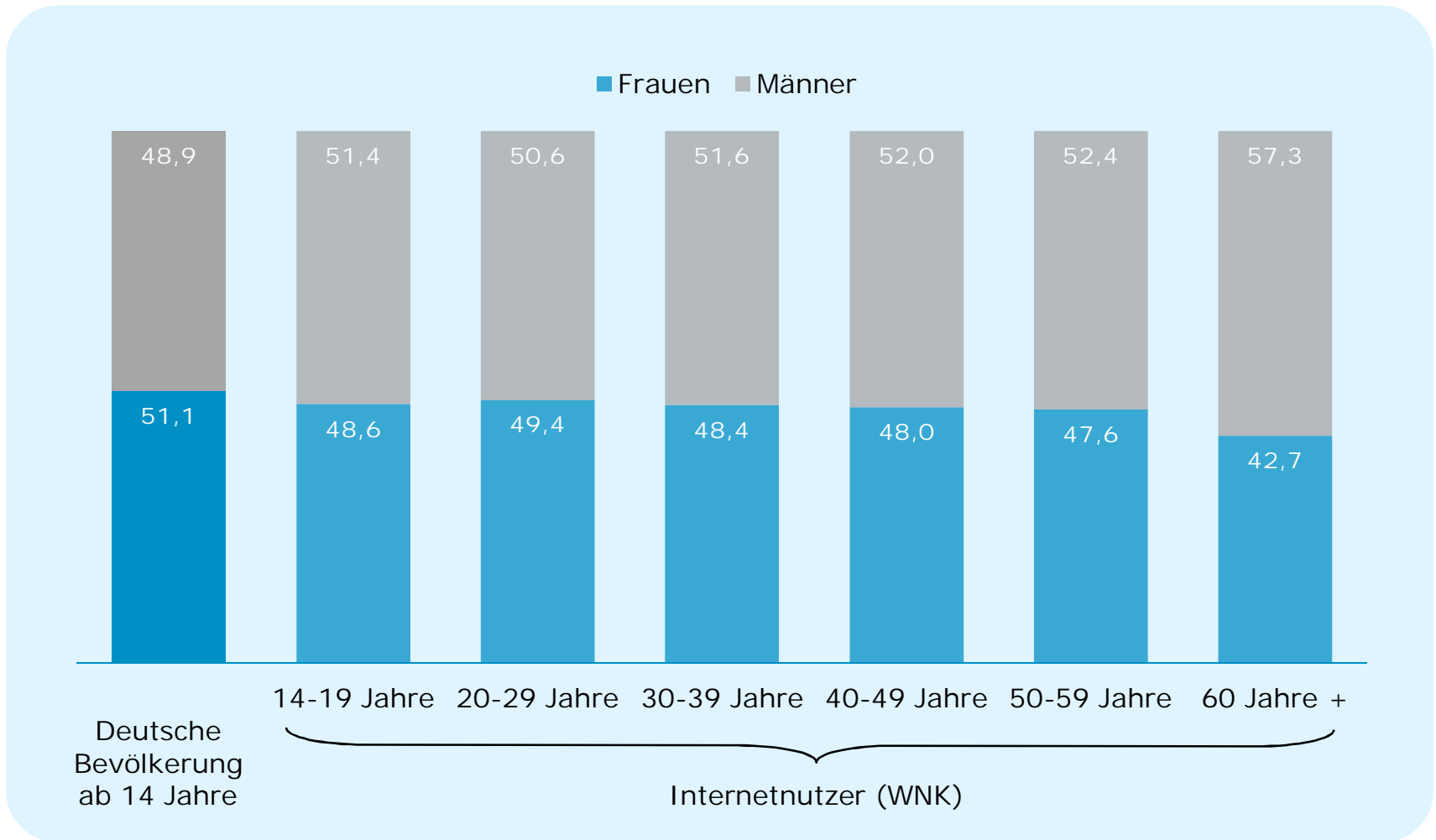
Soziodemografie: Bildung und Tätigkeit



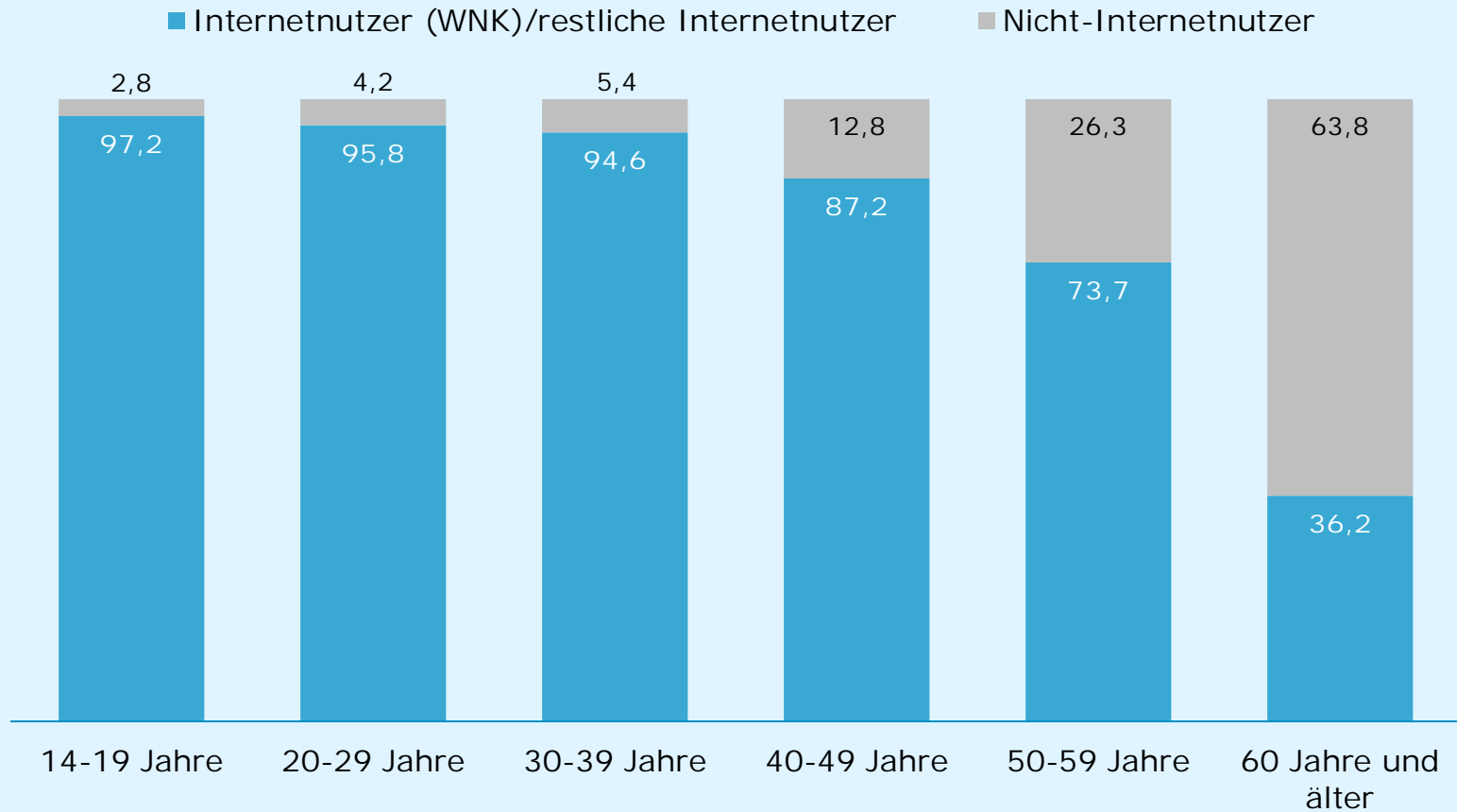
Soziodemografie: Haushalt



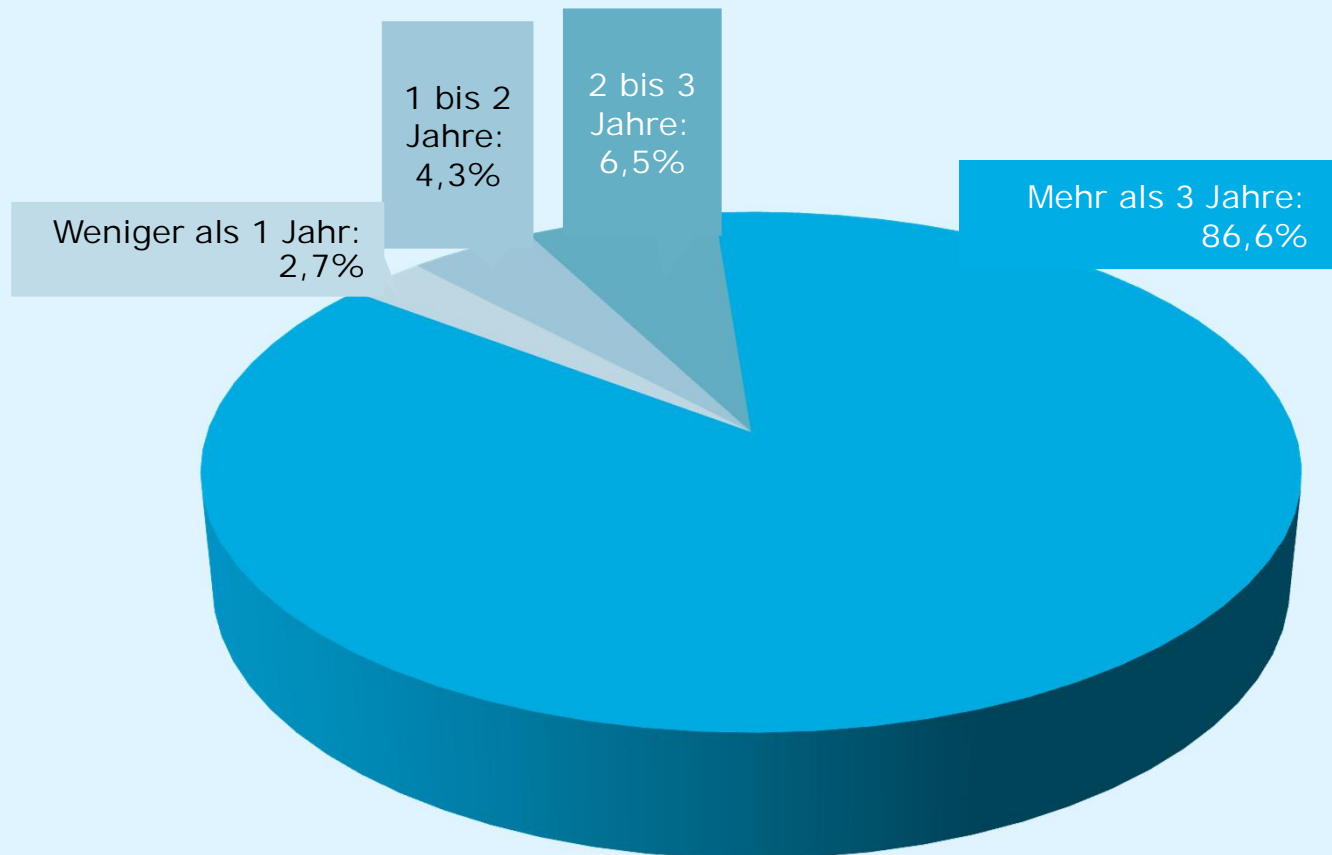
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



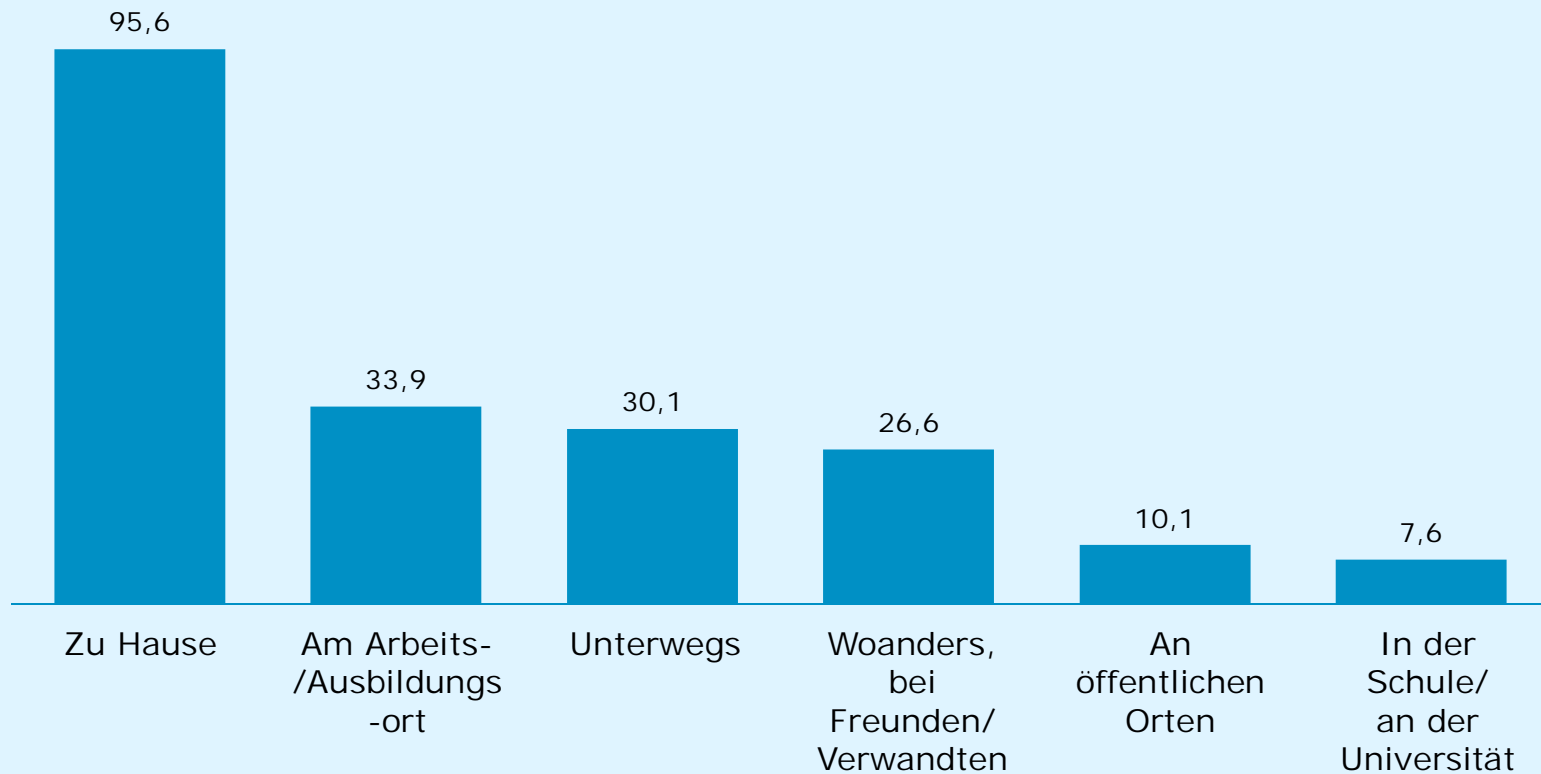
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

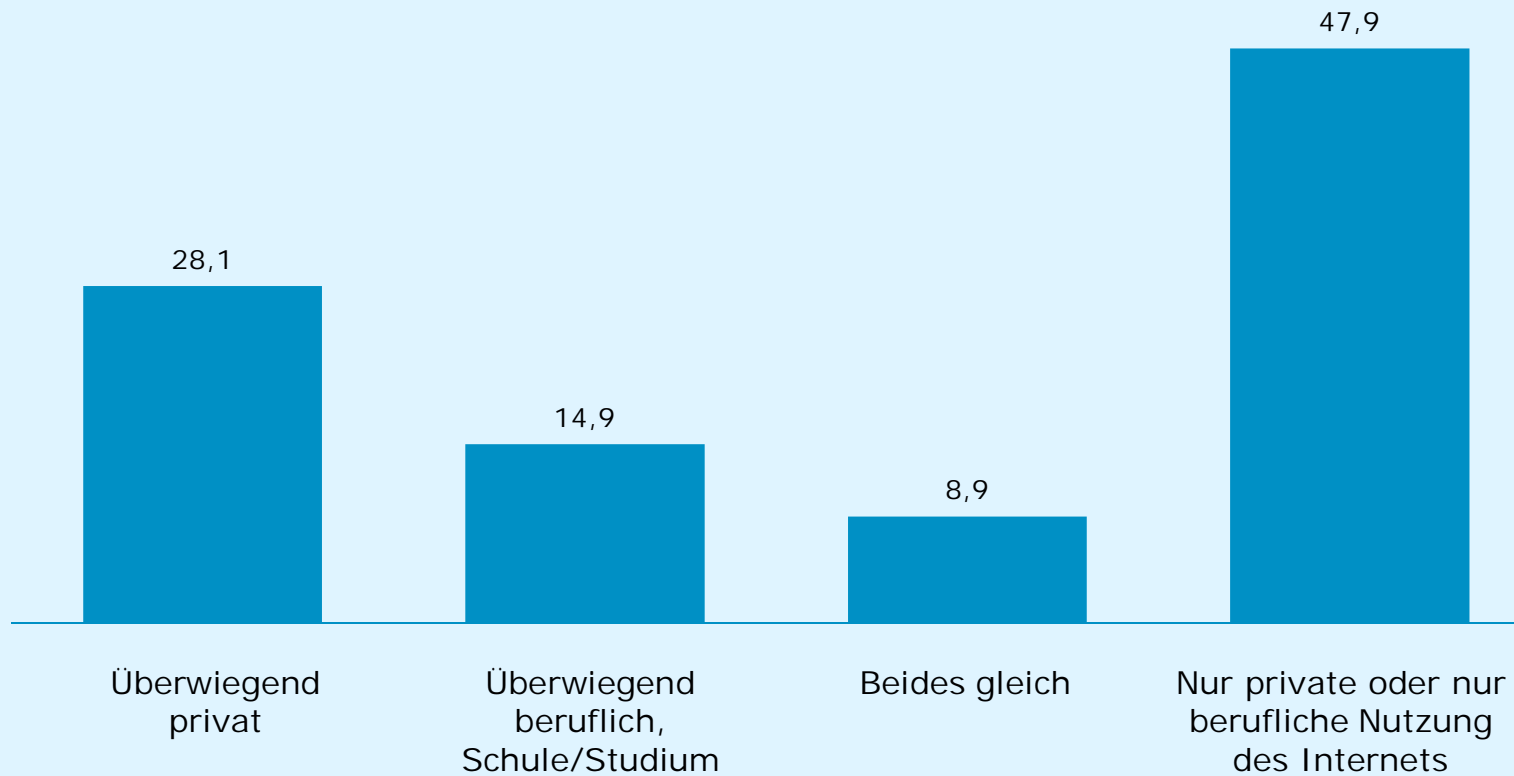


Basis: 101.800 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-04

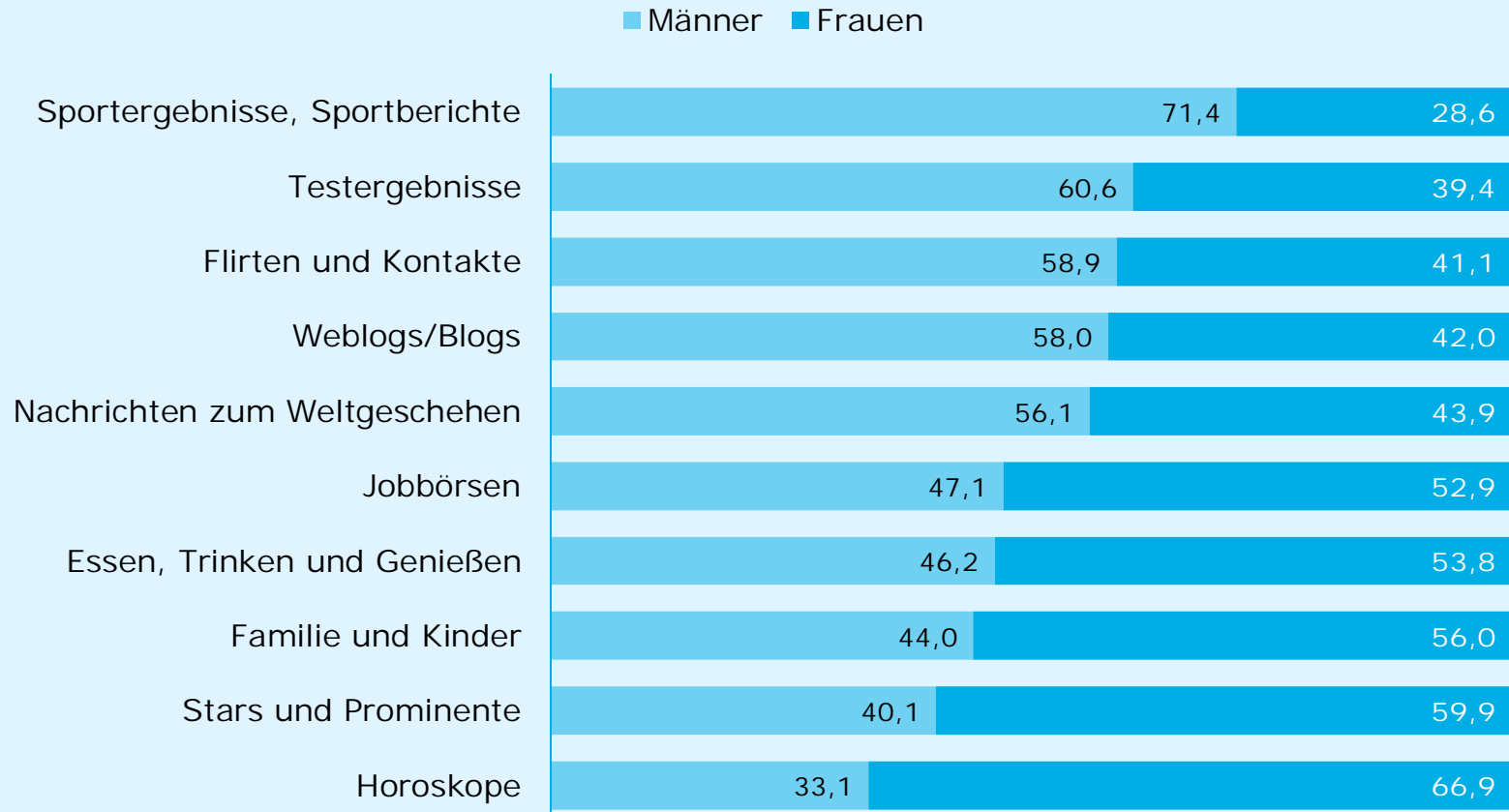
Schwerpunkt der Internetnutzung



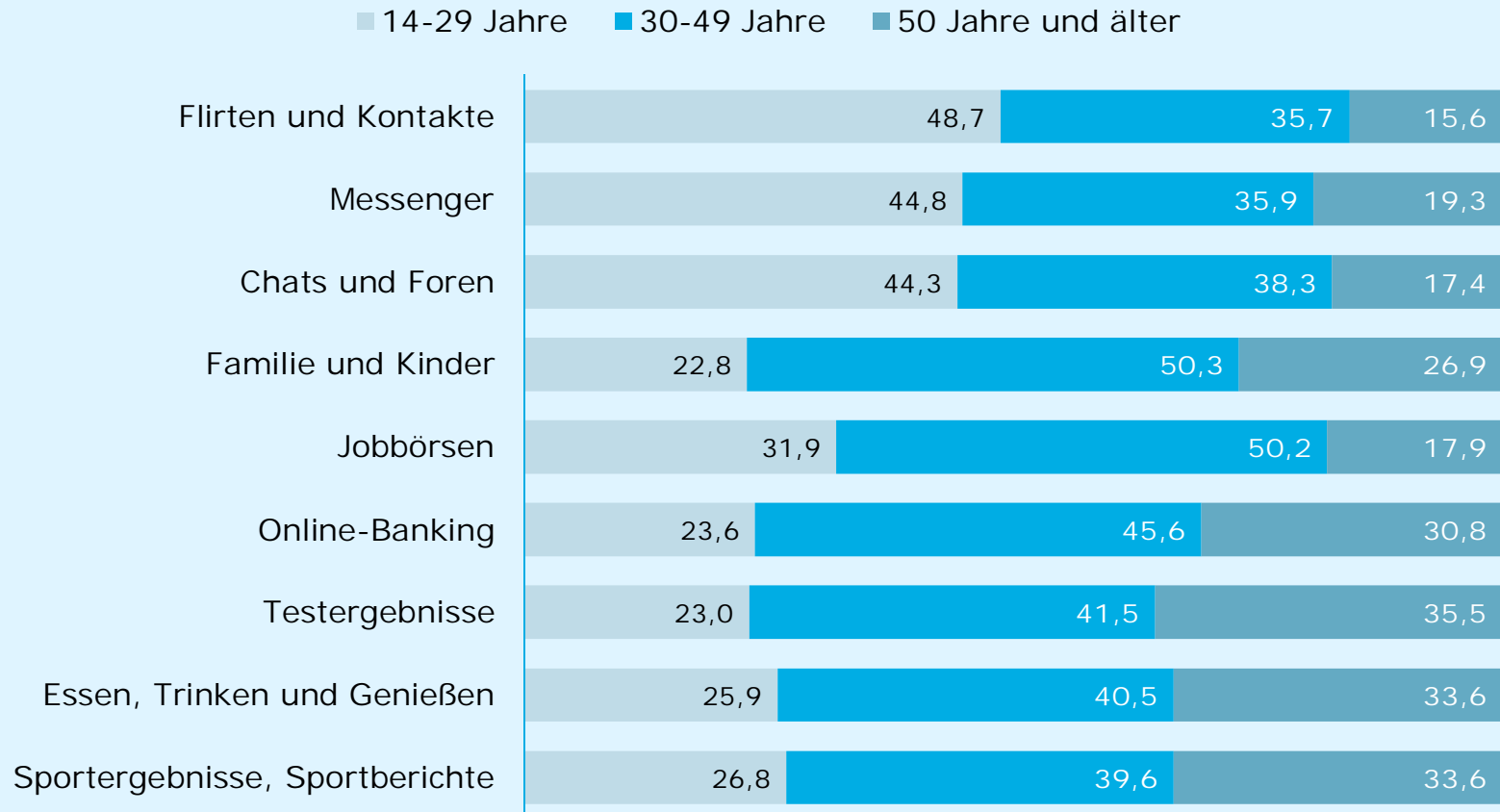
Thematische Schwerpunkte: Top 10



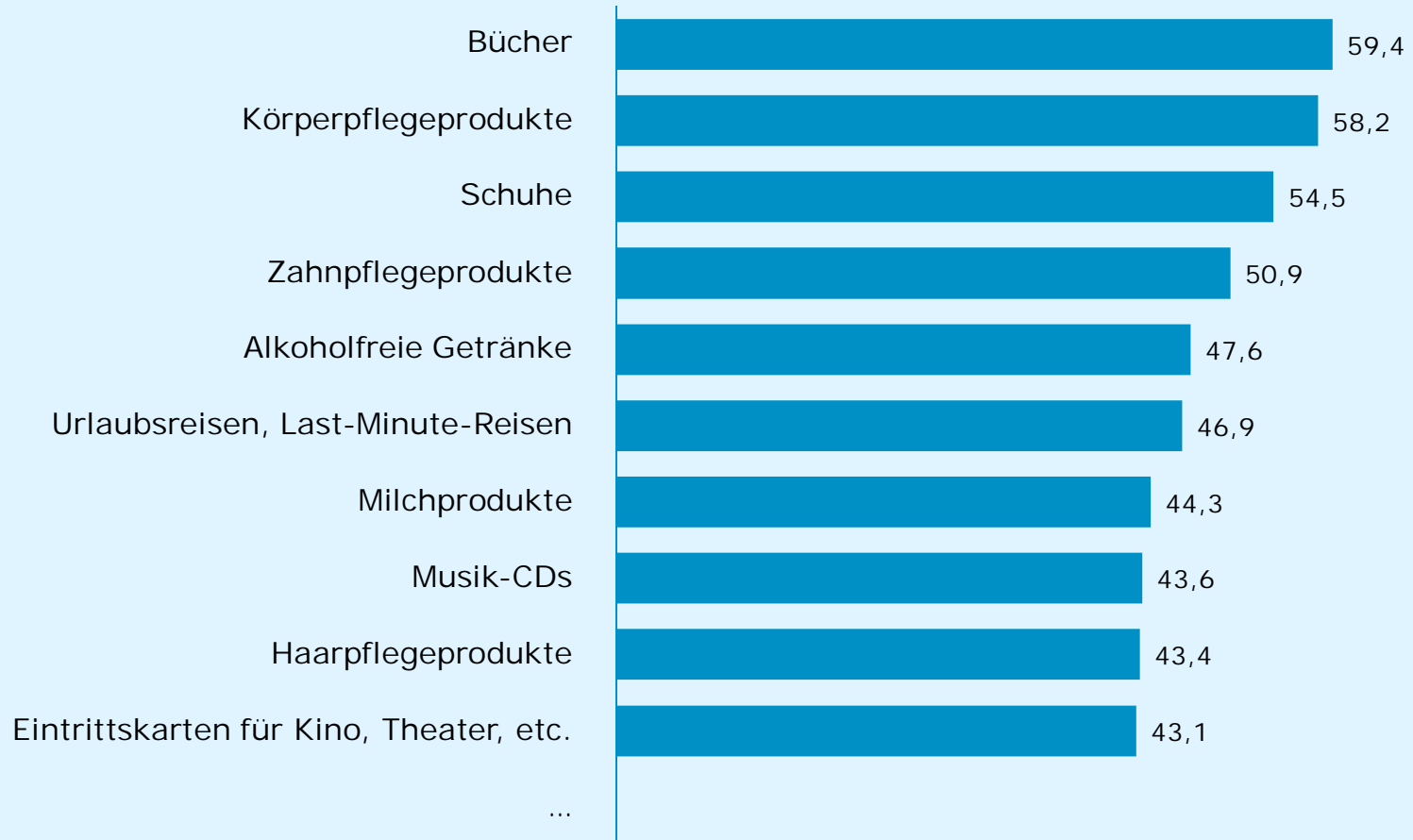
Top-Themen nach Geschlecht



Top-Themen nach Alter



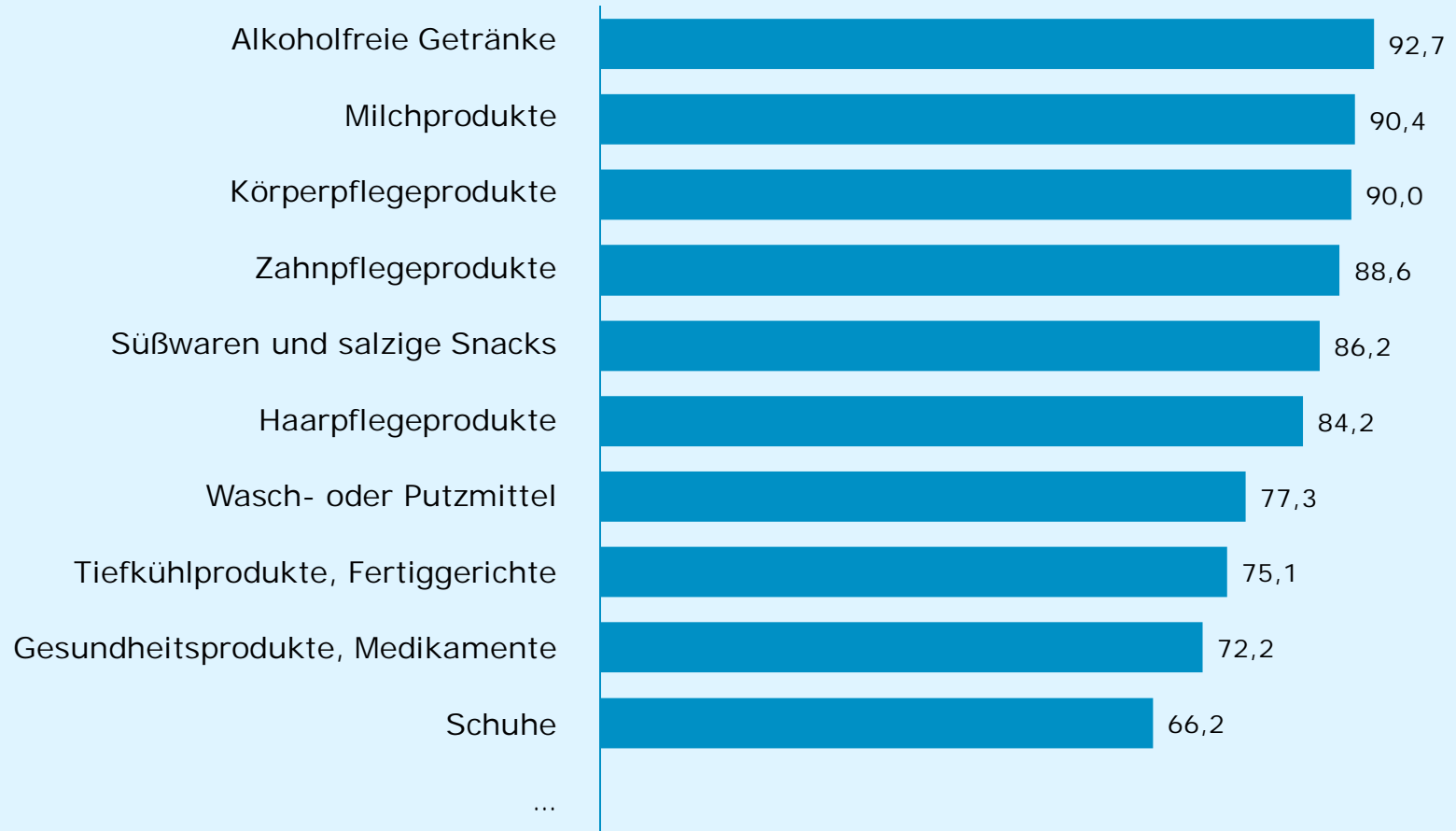
Generelles Produkt-Interesse: Top 10



Kaufplanung für Produkte: Top 10

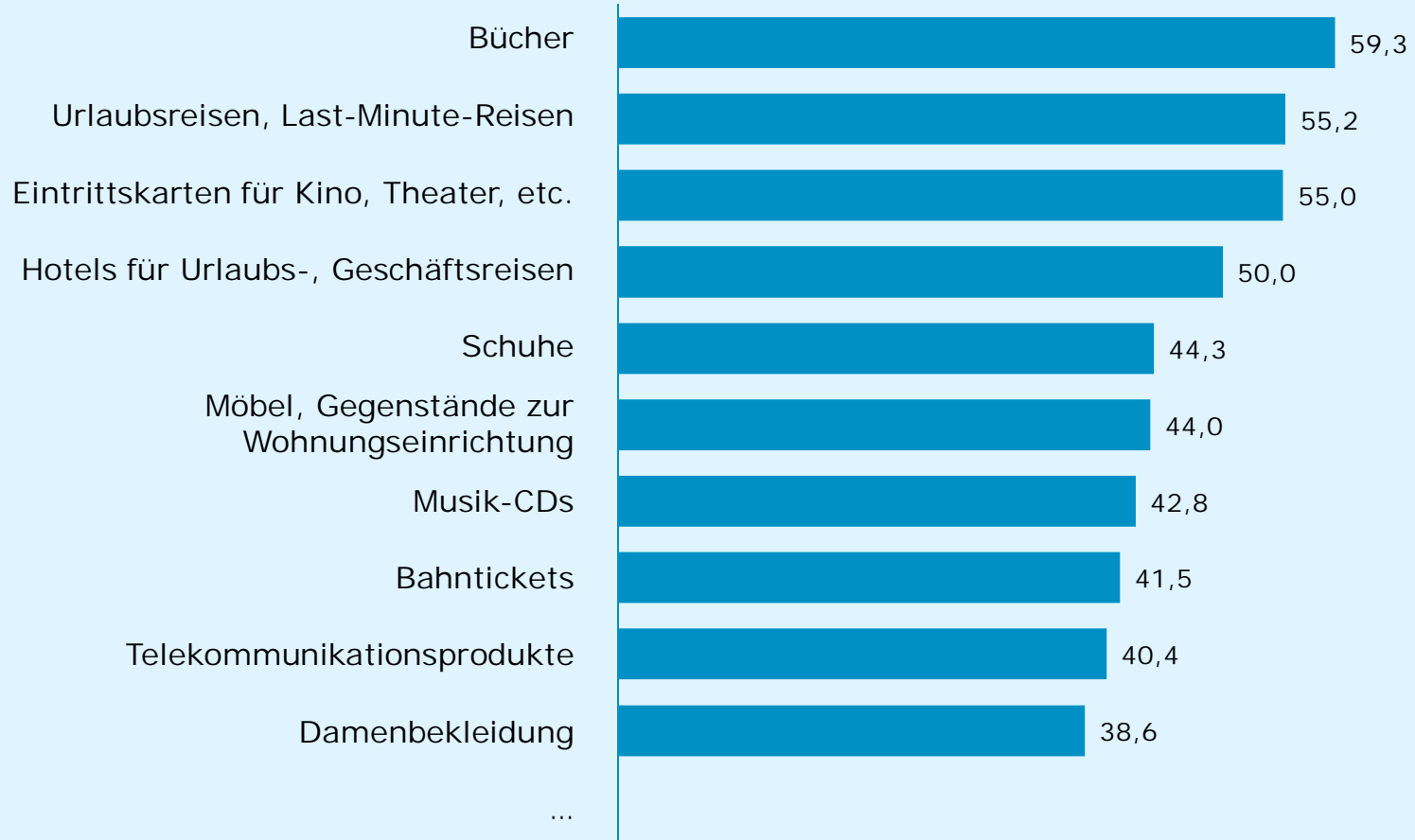


In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



Basis: 101.800 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 2012-04

Informationen im Internet gesucht: Top 10



Basis: 101.800 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 2012-04

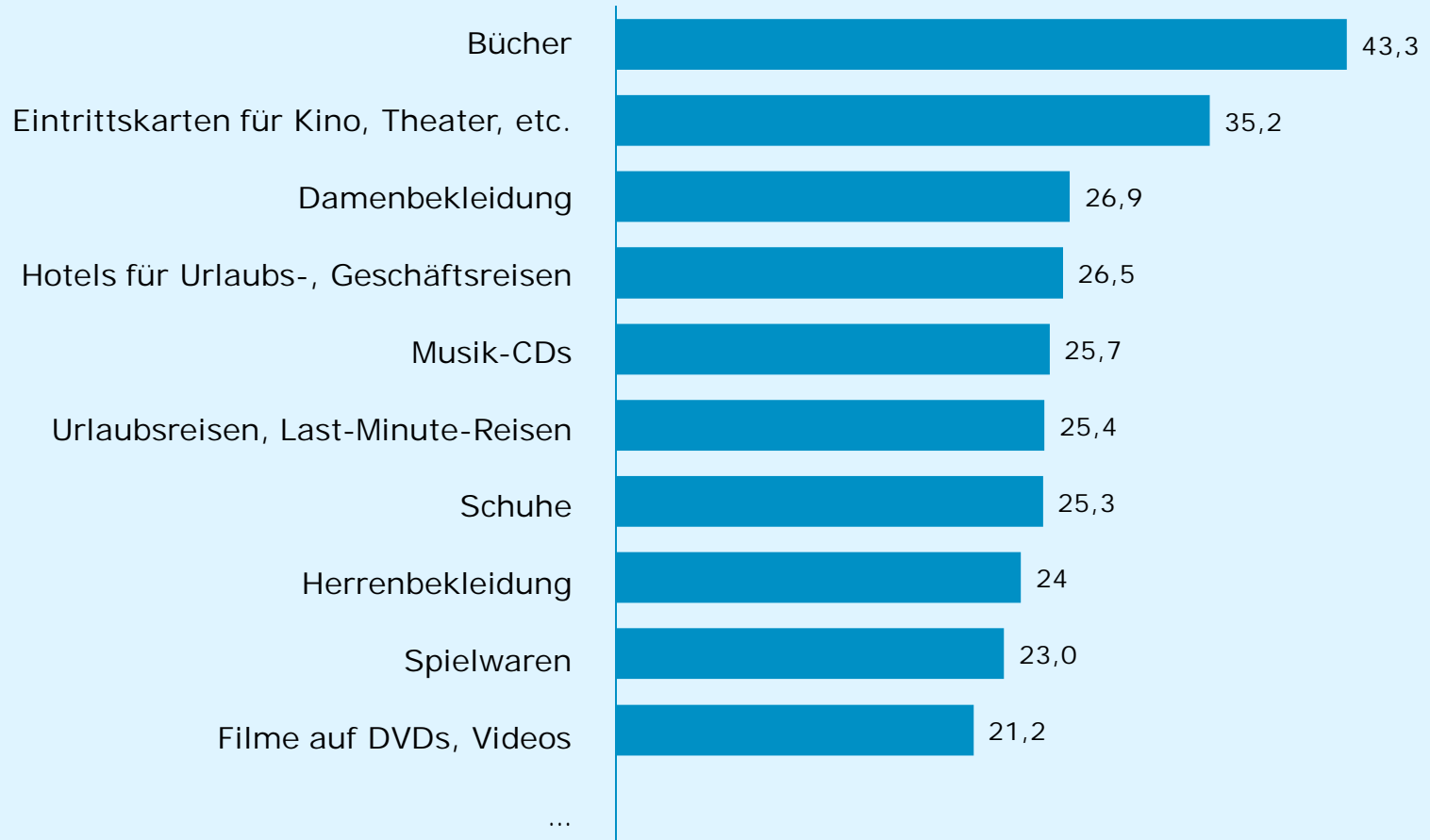
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	67,1	Bücher	62,1
Schuhe	63,8	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	57,1
Musik-CDs	60,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	54,9
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.	68,0	Bücher	54,8
Bücher	65,4	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	54,5
Schuhe	59,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,5
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	58,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	45,1
Filme auf DVDs, Videos	53,3	Bahntickets	39,5
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	64,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,4
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	59,0	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	52,0
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	58,0	Bücher	48,1
Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,7	Bahntickets	37,7
Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	53,4	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,9

Basis: 101.800 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 2012-04

Produkte im Internet gekauft - Top 10



Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen

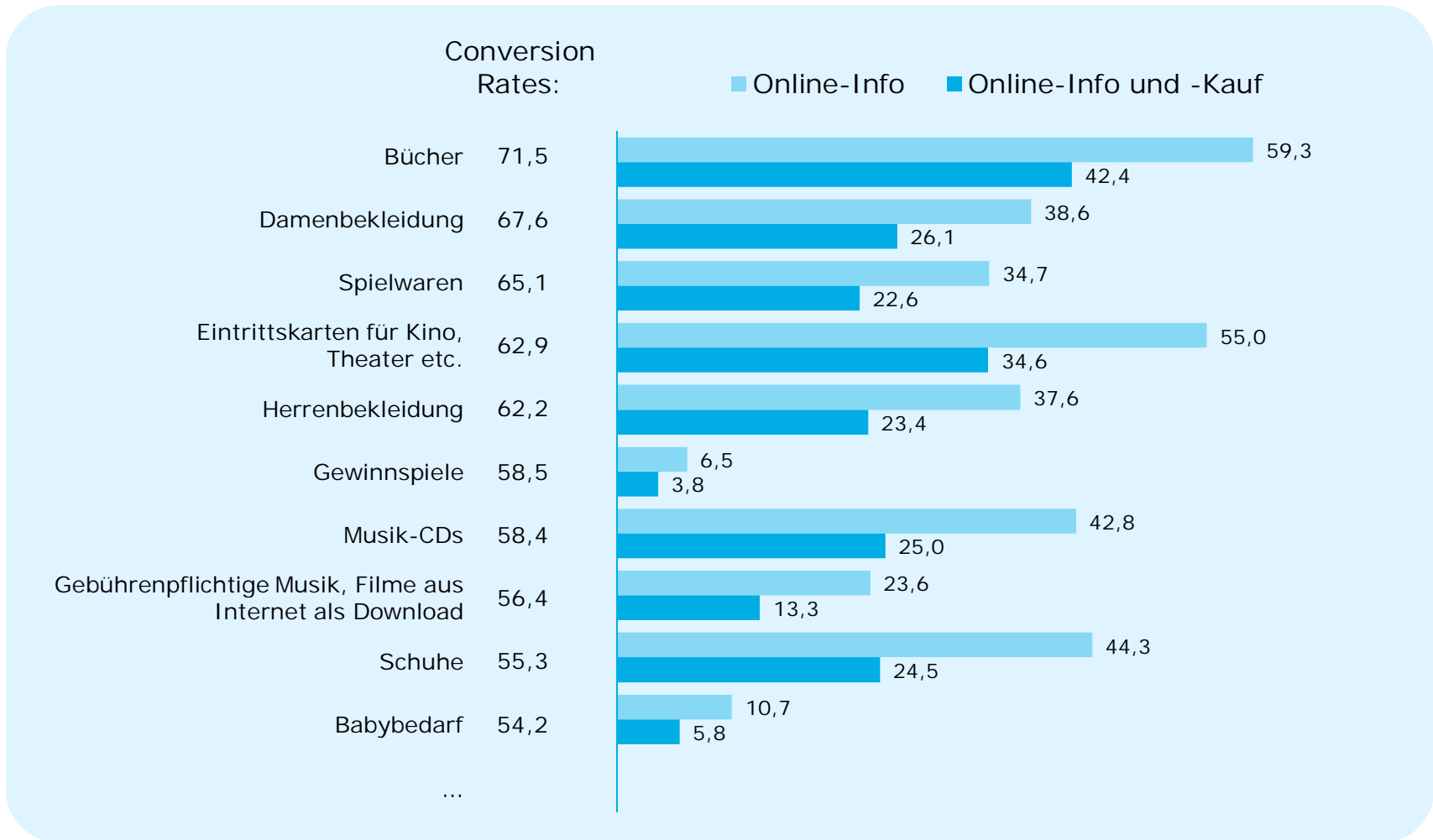


14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	33,7	Bücher	47,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	33,4	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,1
Bücher	32,9	Damenbekleidung	30,0
Musik-CDs	28,1	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,8
Damenbekleidung	23,7	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	27,8
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	48,0	Bücher	39,1
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,8	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,7
Schuhe	35,2	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	29,5
Herrenbekleidung	31,4	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	26,3
Damenbekleidung	31,2	Musik-CDs	21,9
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	51,0	Bücher	32,6
Spielwaren	39,6	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	38,3	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	24,9
Damenbekleidung	34,1	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	22,7
Schuhe	31,8	Bahntickets	20,0

Basis: 101.800 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 2012-04

Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



Basis: 101.800 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 2012-04



Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im April 2012



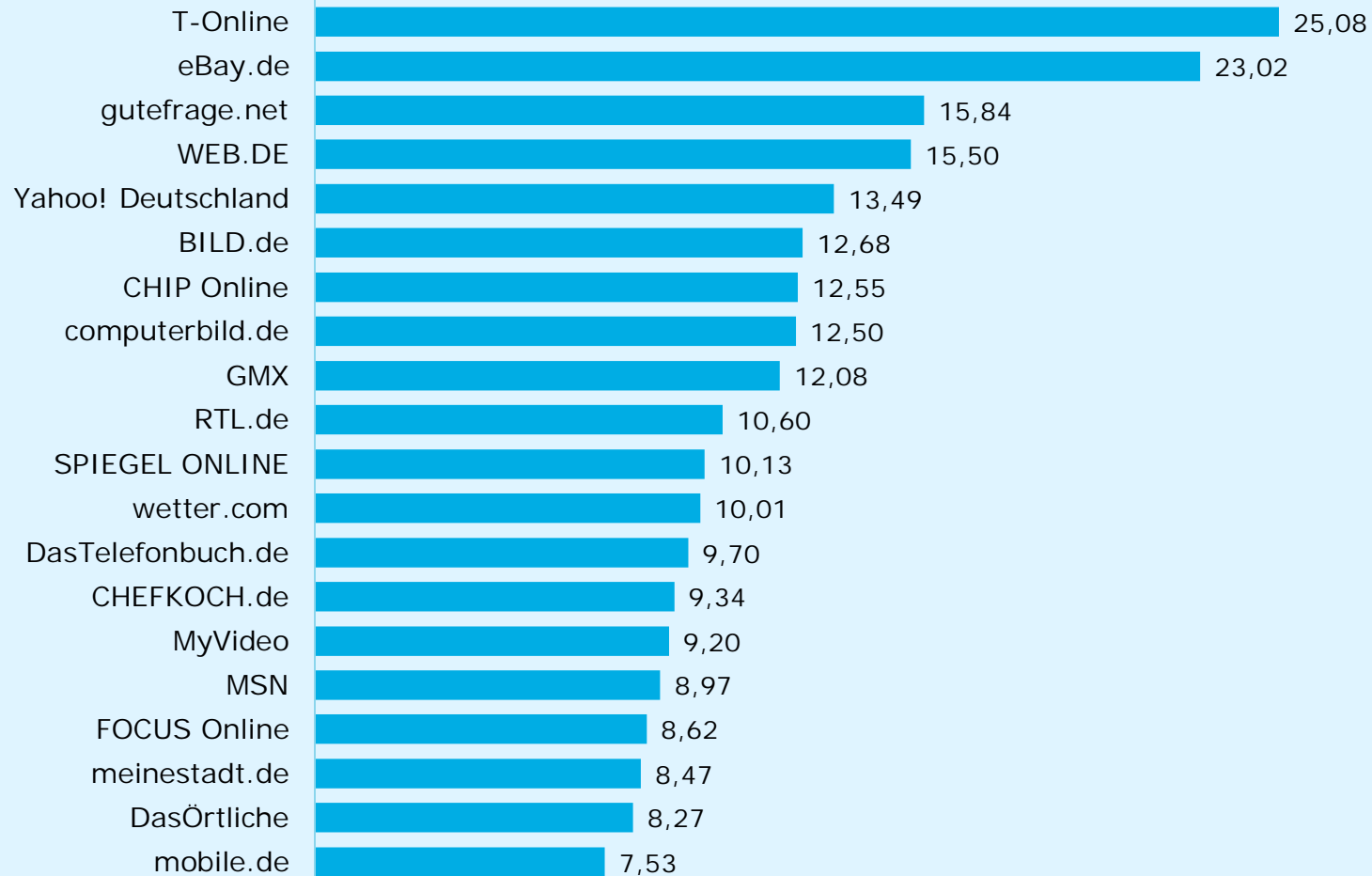
Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
TOMORROW FOCUS MEDIA	1	58,7	29,54
InteractiveMedia CCSP	2	57,6	28,99
United Internet Media	3	53,5	26,95
Axel Springer Media Impact	4	52,1	26,21
SevenOne Media	5	52,0	26,18
IP Deutschland	6	50,7	25,55
eBay Advertising Group	7	48,7	24,51
Ströer Interactive	8	45,0	22,64
OMS	9	40,9	20,61
G+J Electronic Media Sales	10	39,2	19,76
Yahoo! Deutschland	11	39,1	19,70
ad pepper media	12	36,1	18,15
iq digital	13	32,4	16,33
freeXmedia	14	32,3	16,26
Hi-media Deutschland	15	30,5	15,34
Microsoft Advertising	16	28,3	14,23
SPIEGEL QC	17	27,6	13,89
Unister Media	18	21,6	10,89
Glam Media	19	20,3	10,24
Urban Media	20	15,3	7,72

Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
United Internet Media	1	33,0	16,60
InteractiveMedia CCSP	2	33,0	16,60
TOMORROW FOCUS MEDIA	3	32,0	16,12
Axel Springer Media Impact	4	28,2	14,17
SevenOne Media	5	28,0	14,09
eBay Advertising Group	6	27,7	13,94
IP Deutschland	7	26,7	13,44
Ströer Interactive	8	20,4	10,26
OMS	9	20,2	10,16
Yahoo! Deutschland	10	19,6	9,89
G+J Electronic Media Sales	11	18,0	9,04
iq digital	12	15,4	7,76
Microsoft Advertising	13	15,2	7,63
freeXmedia	14	15,1	7,60
SPIEGEL QC	15	13,6	6,86
ad pepper media	16	13,6	6,85
Hi-media Deutschland	17	12,6	6,36
Unister Media	18	7,4	3,75
Glam Media	19	7,3	3,66
Urban Media	20	5,3	2,65

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im April 2012



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

