

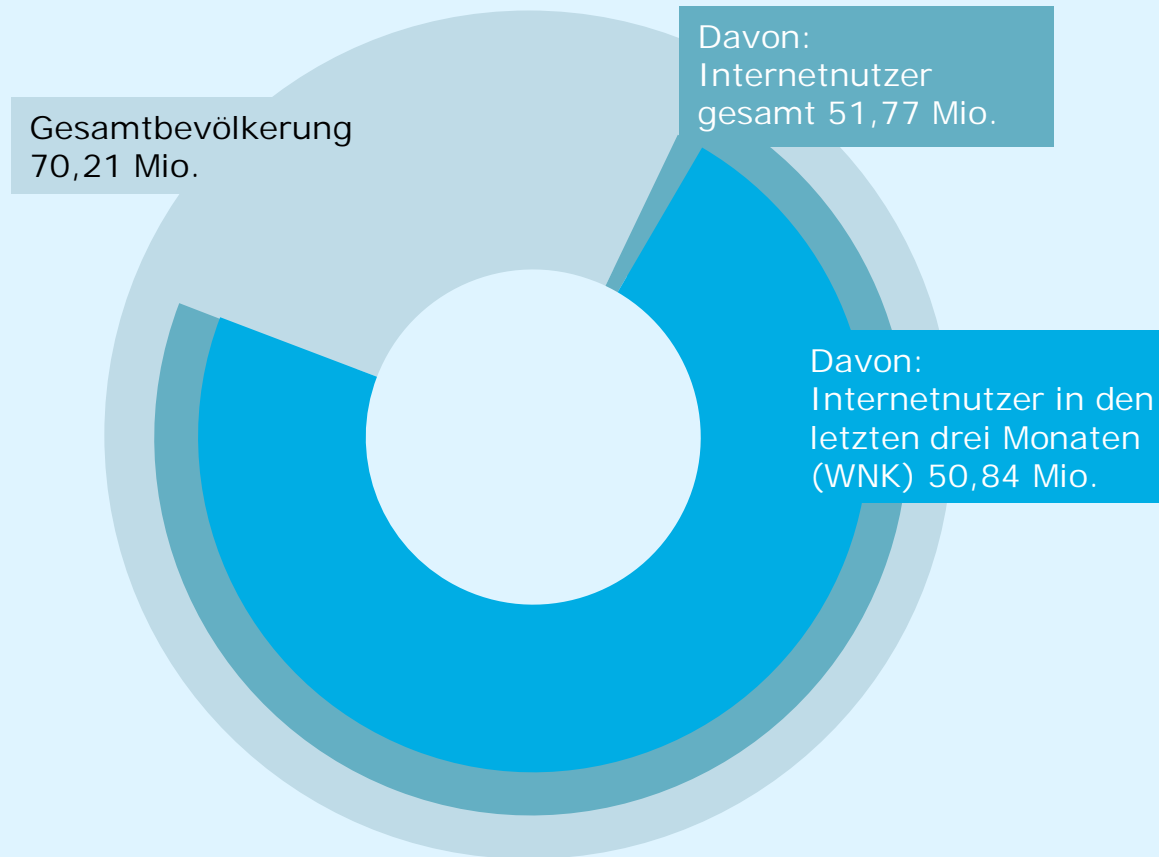


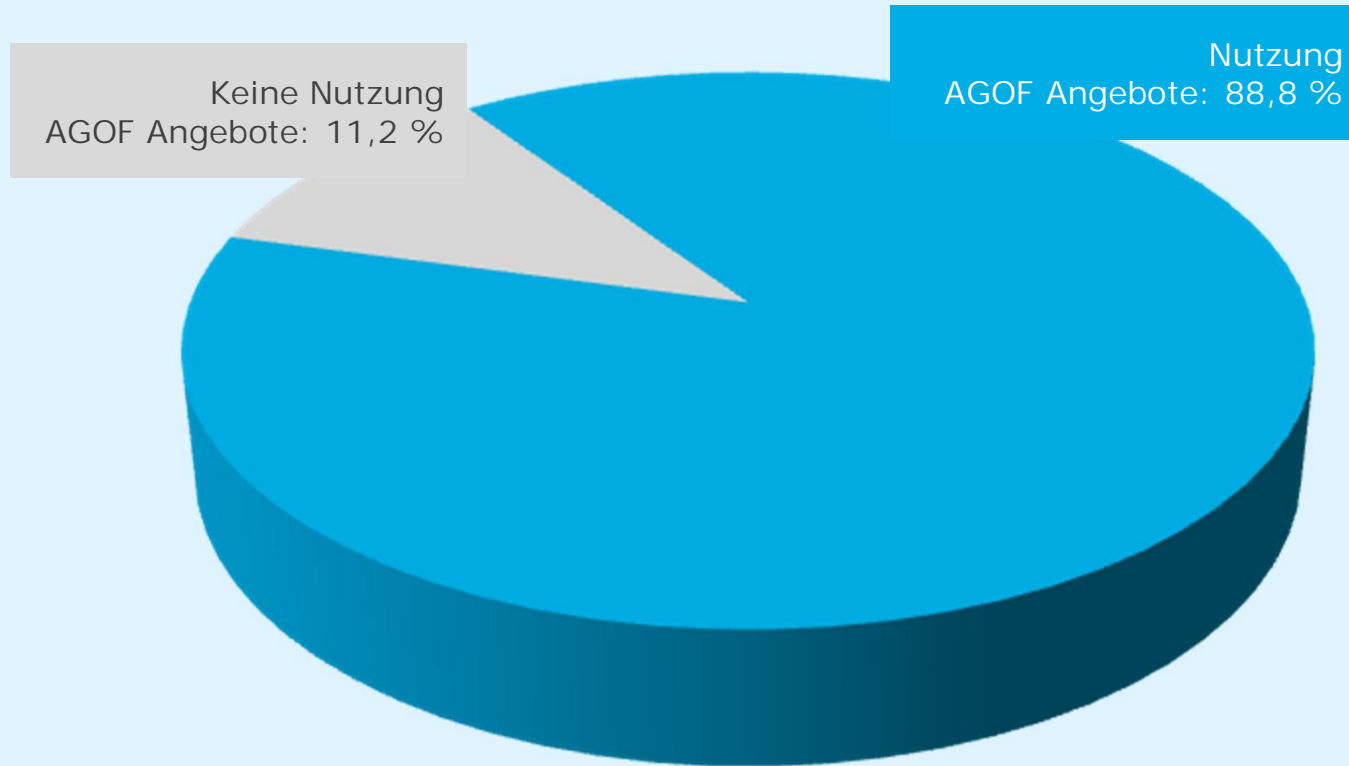
internet facts 2012-09

AGOF e. V. November 2012

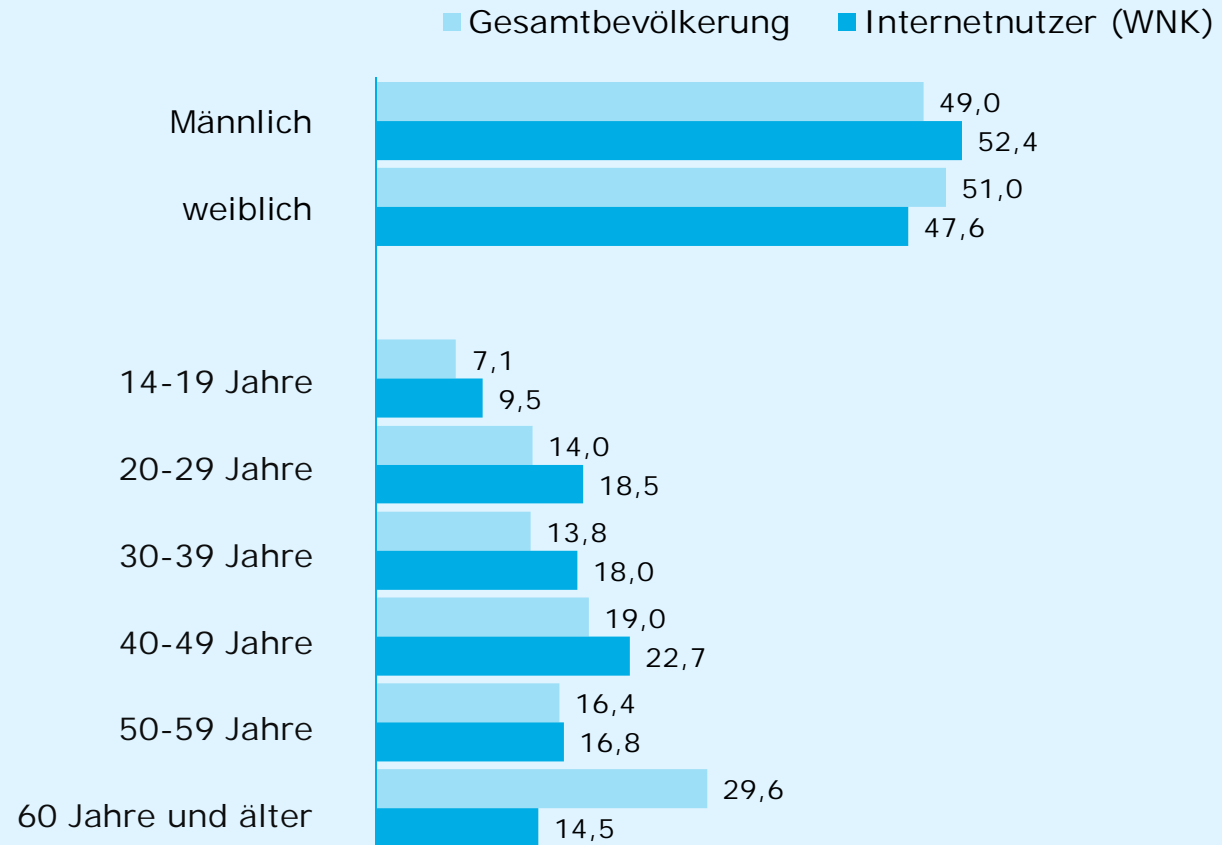


Grafiken zur Internetnutzung

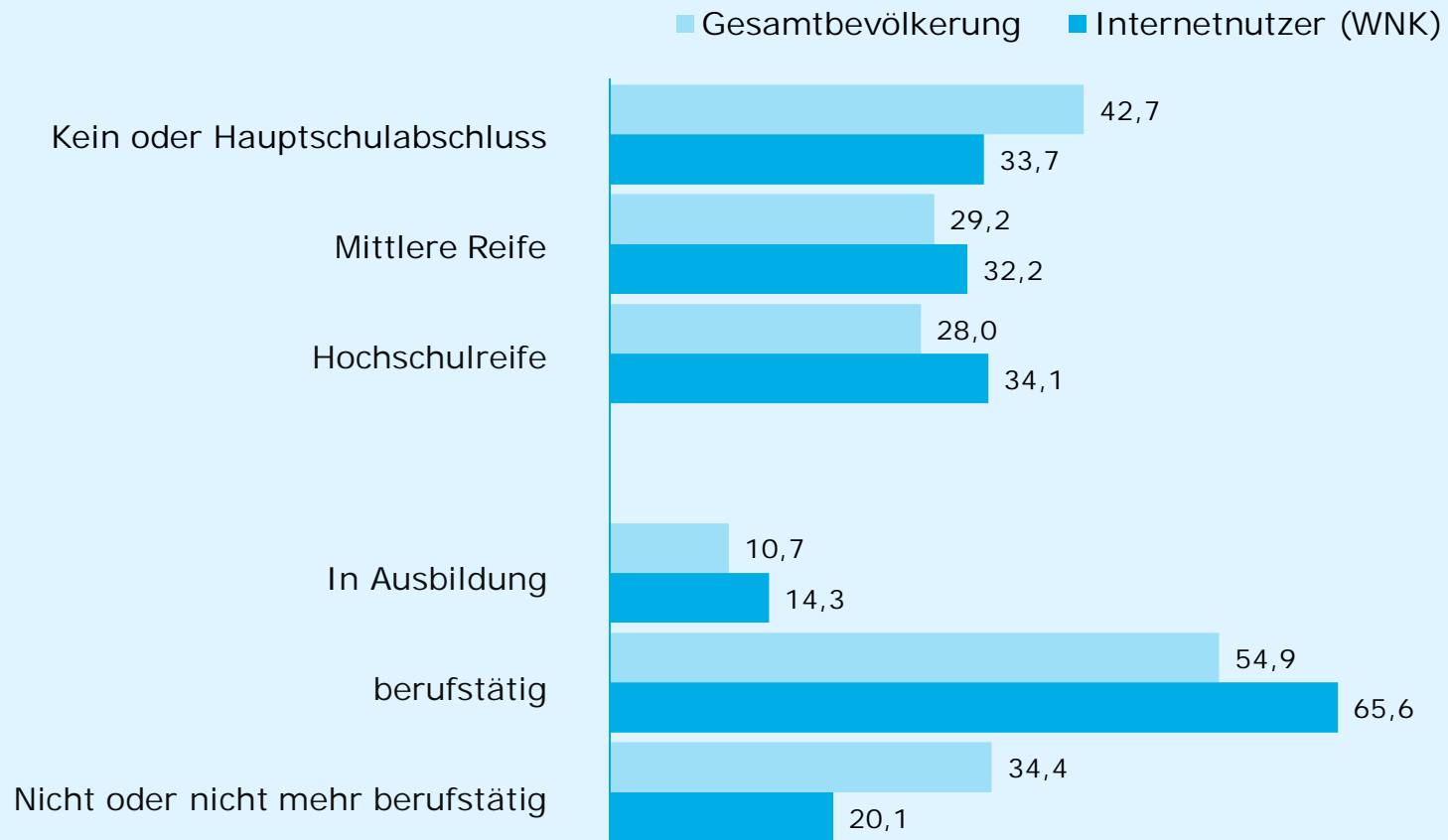




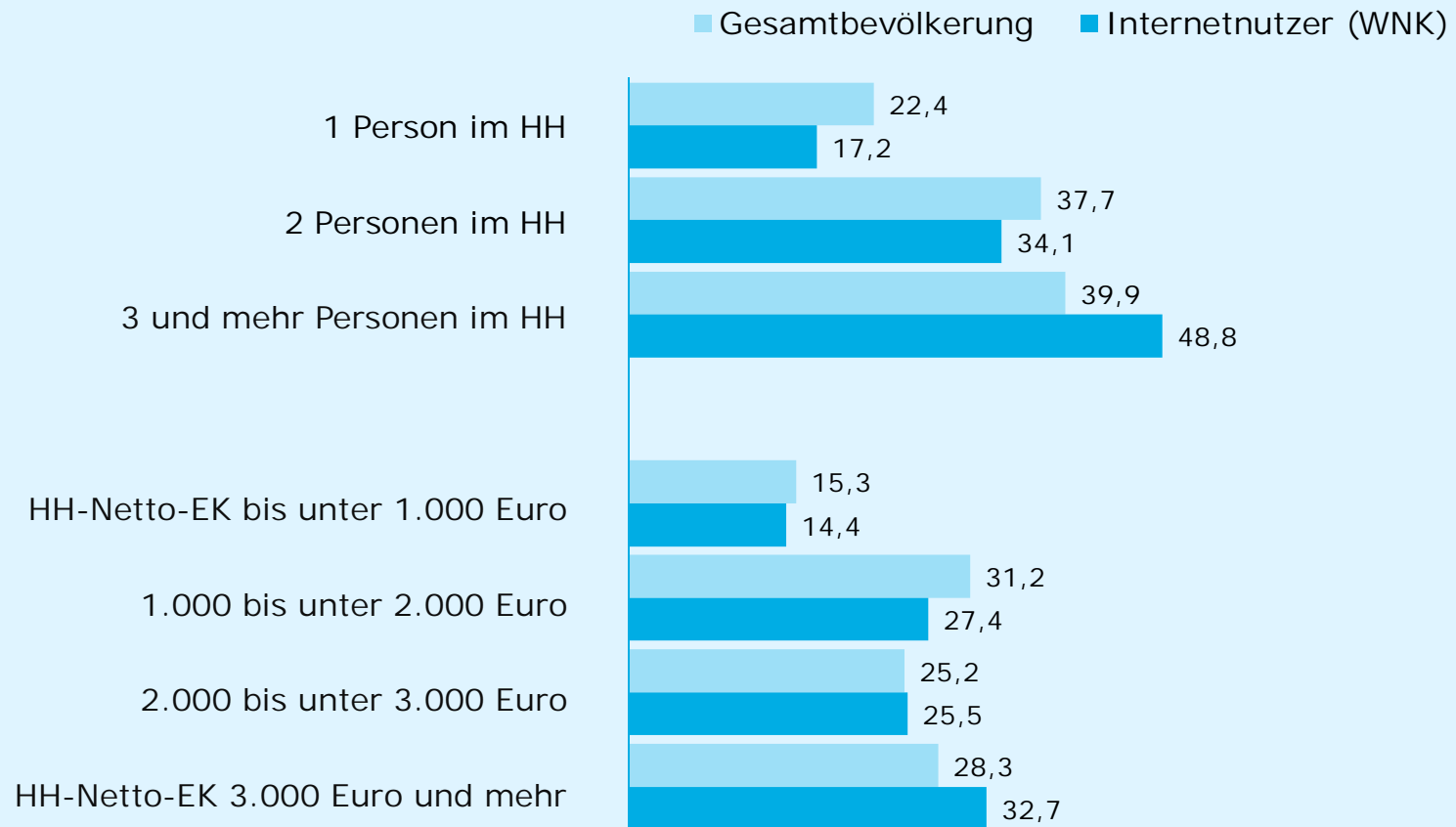
Soziodemografie: Geschlecht und Alter



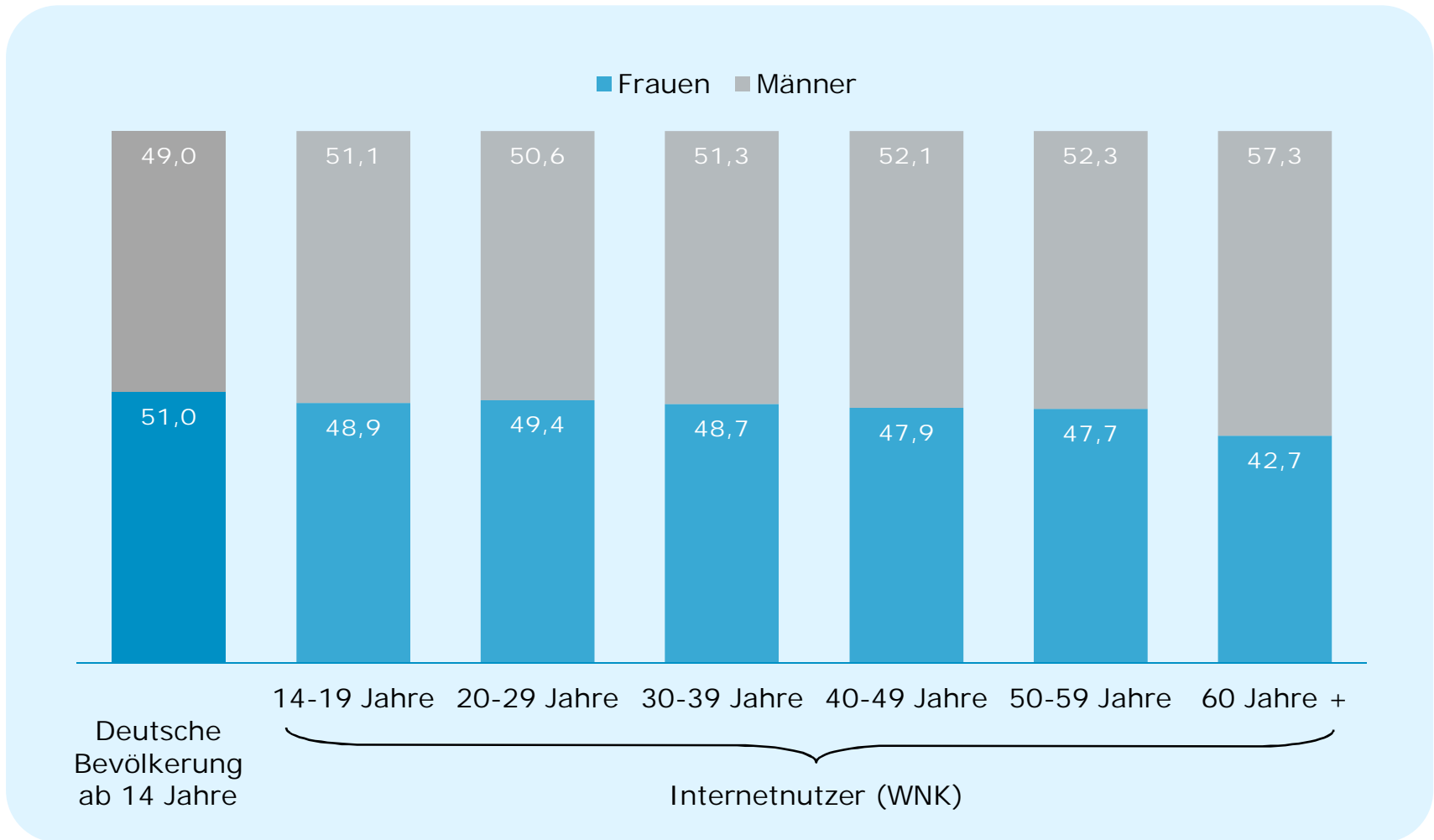
Soziodemografie: Bildung und Tätigkeit



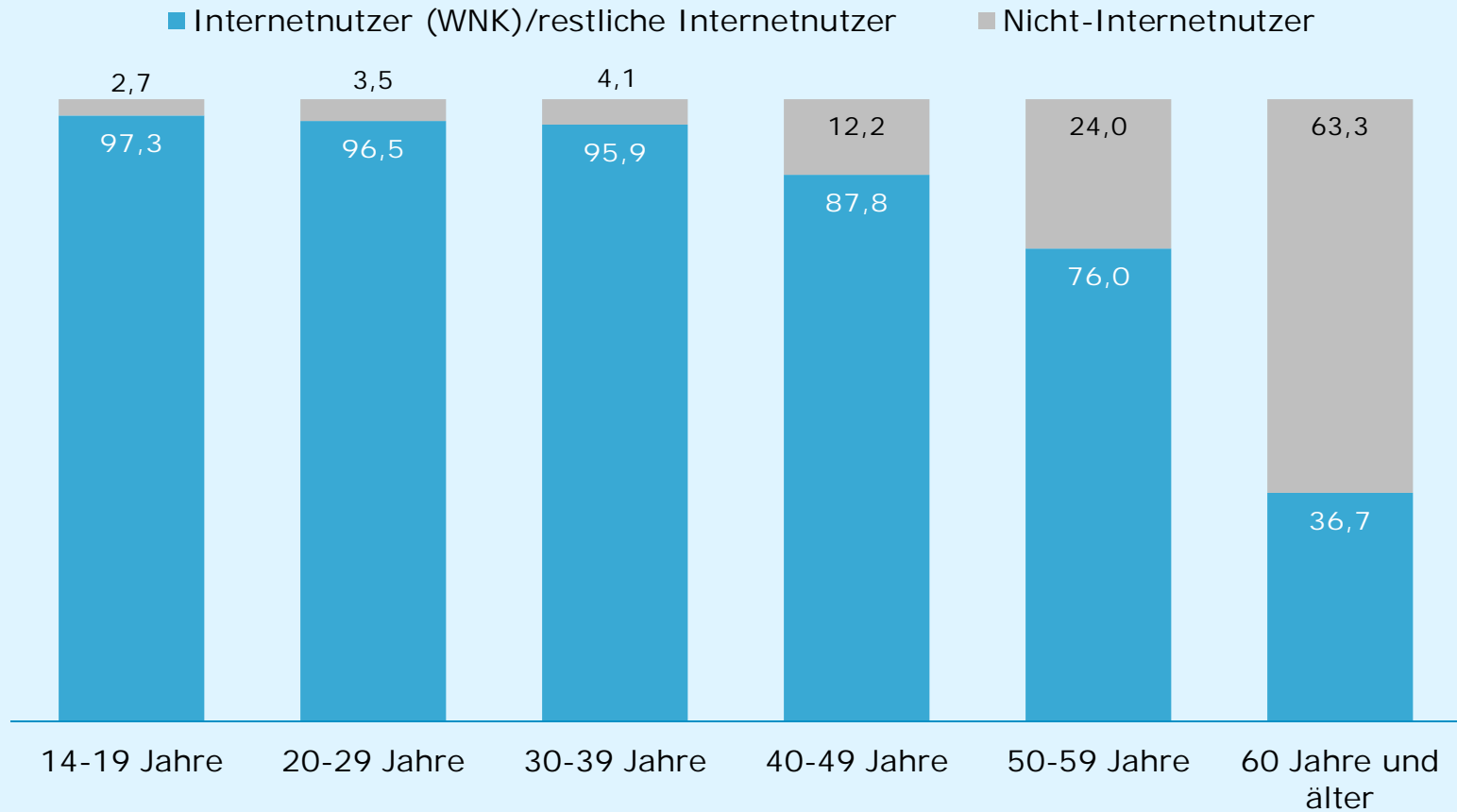
Soziodemografie: Haushalt



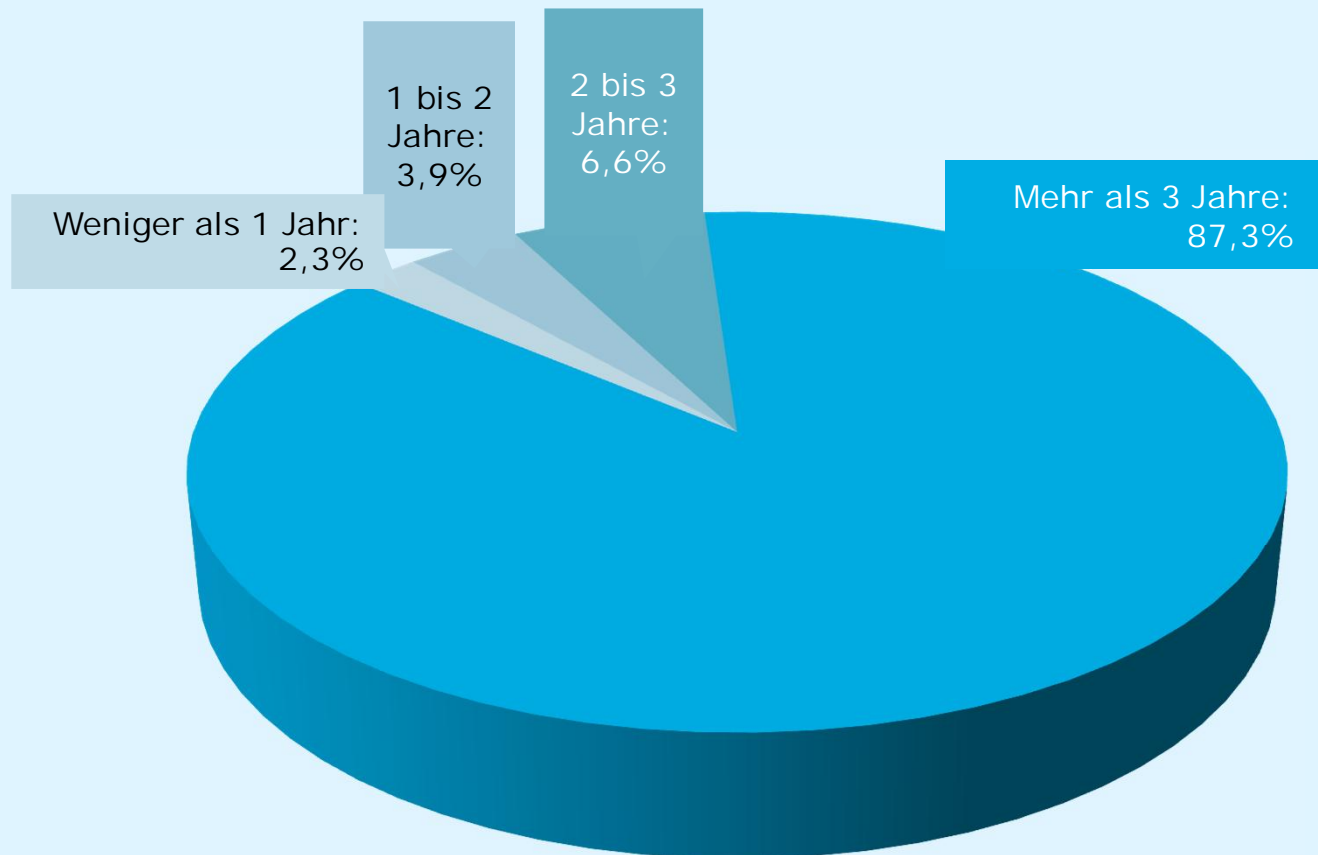
Geschlechterverteilung in den Altersklassen



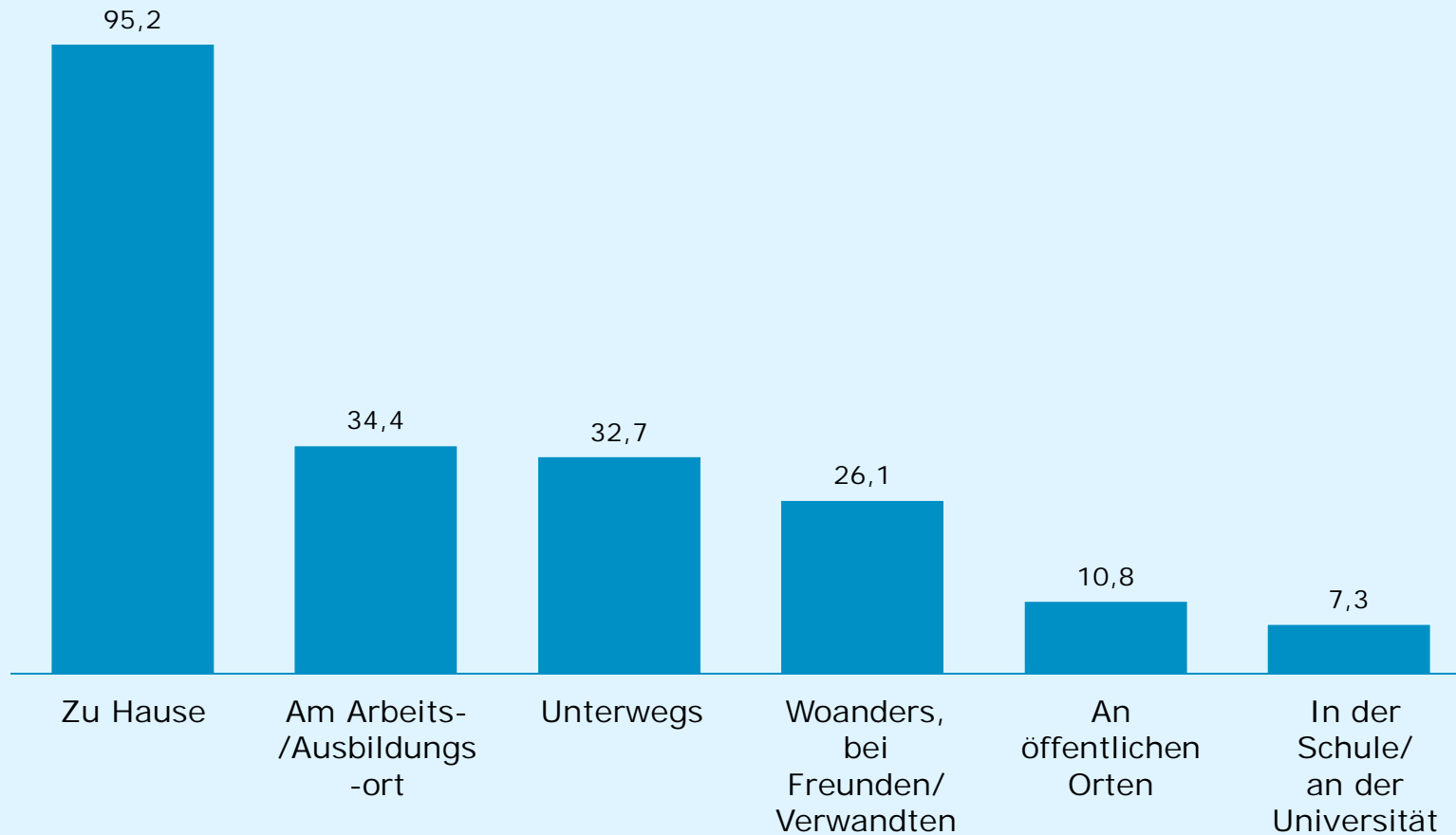
Online-Penetration nach Altersgruppen



Nutzungserfahrung



Nutzungsort

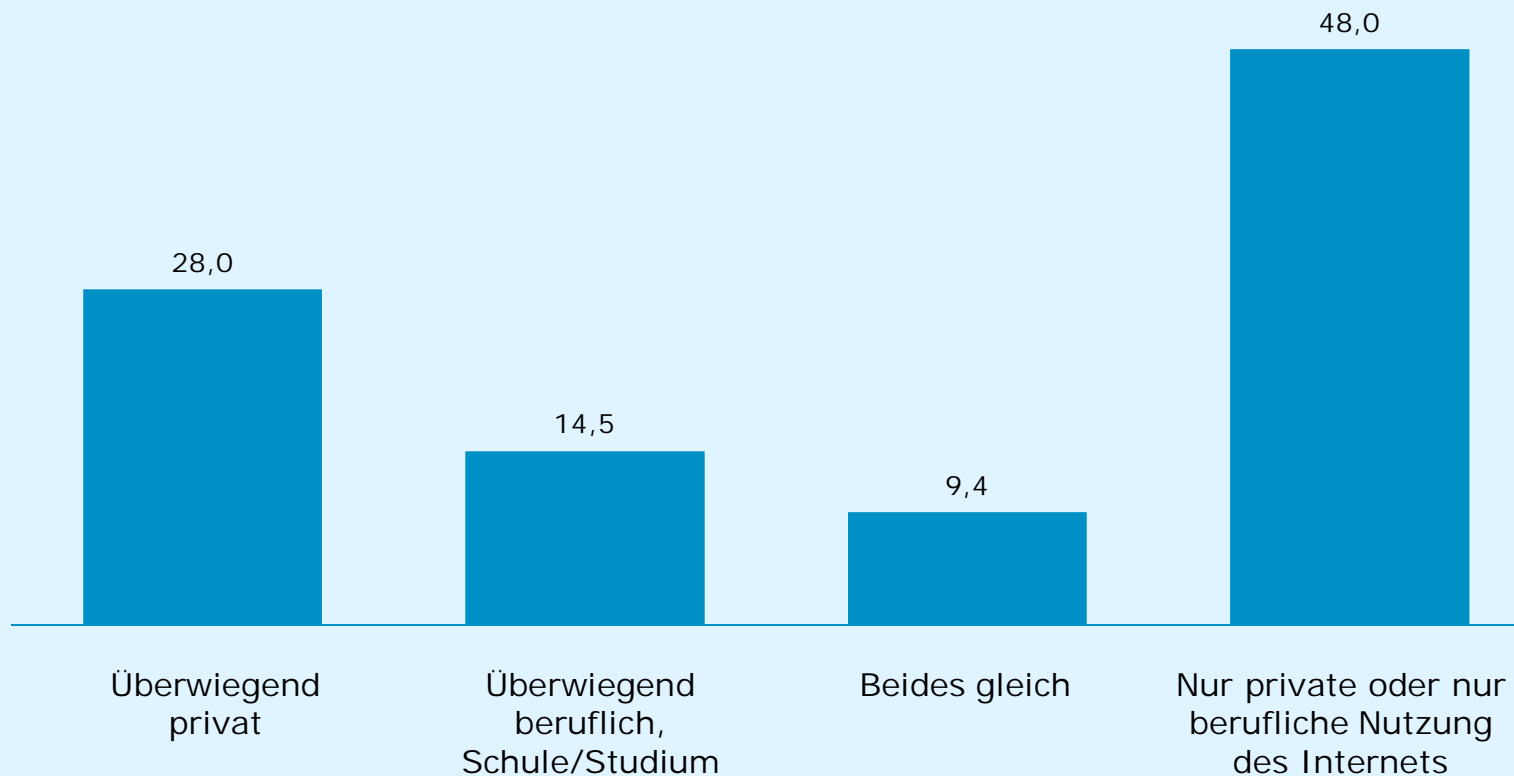


Basis: 101.316 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

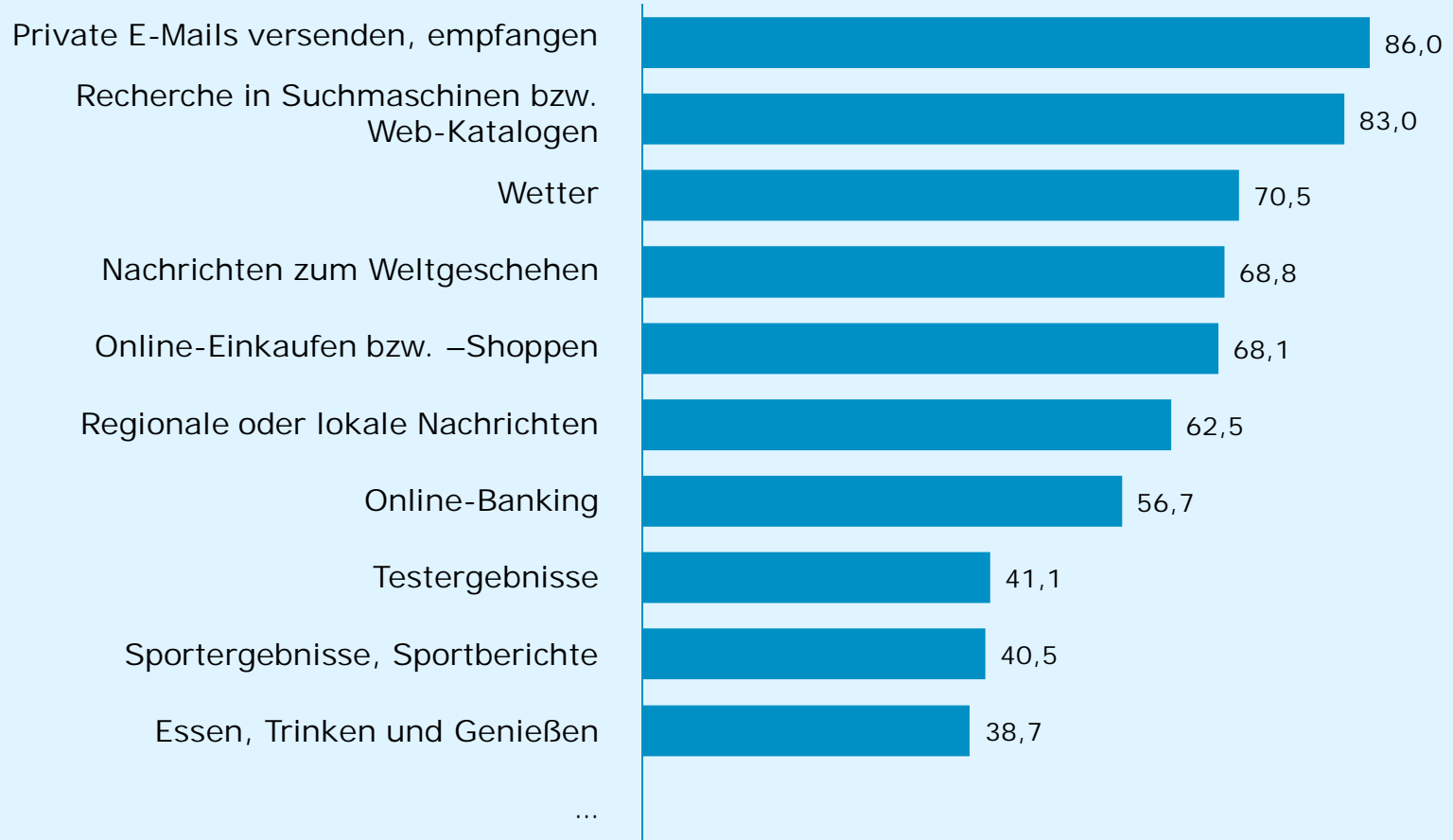
„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-09

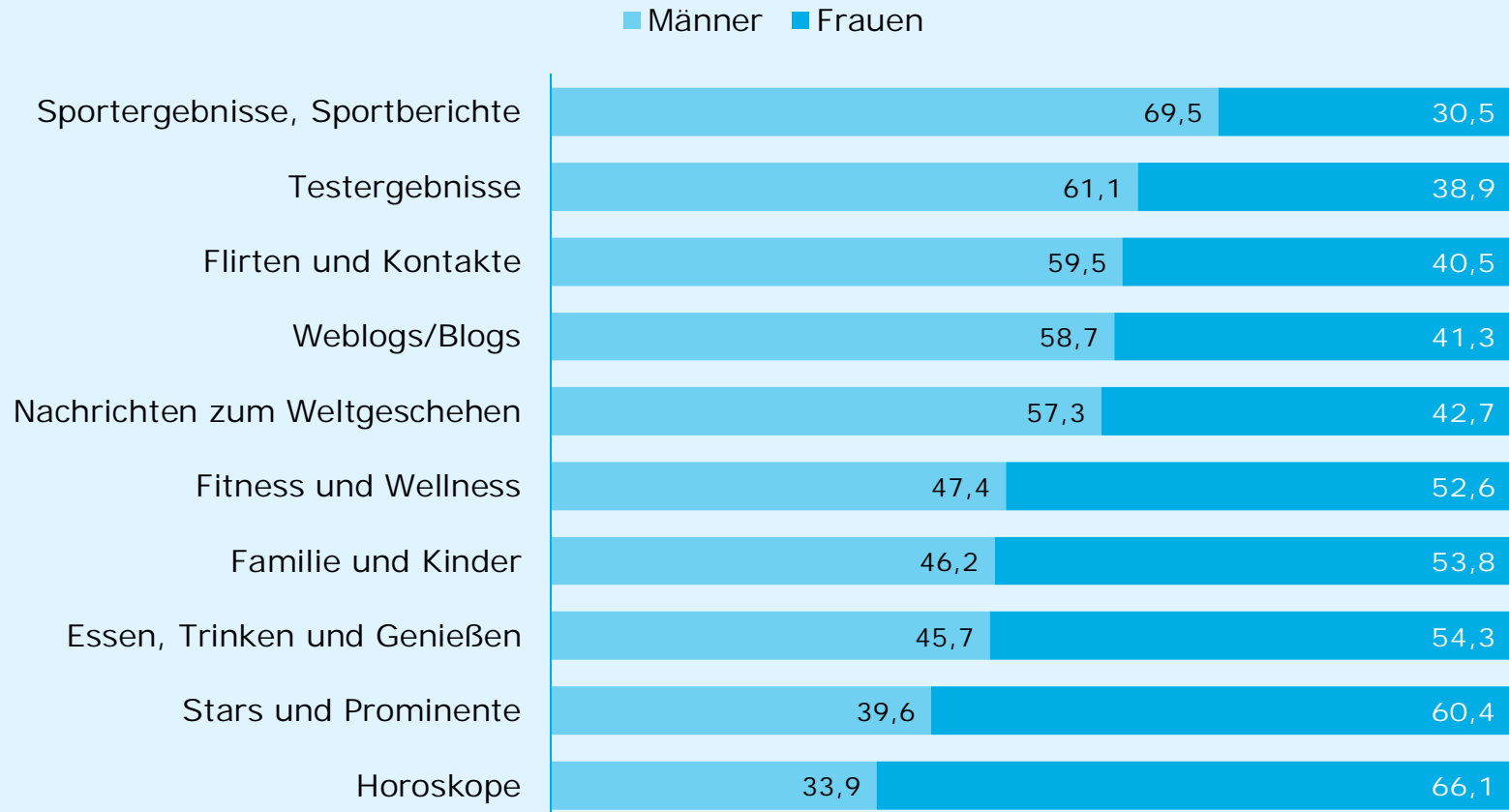
Schwerpunkt der Internetnutzung



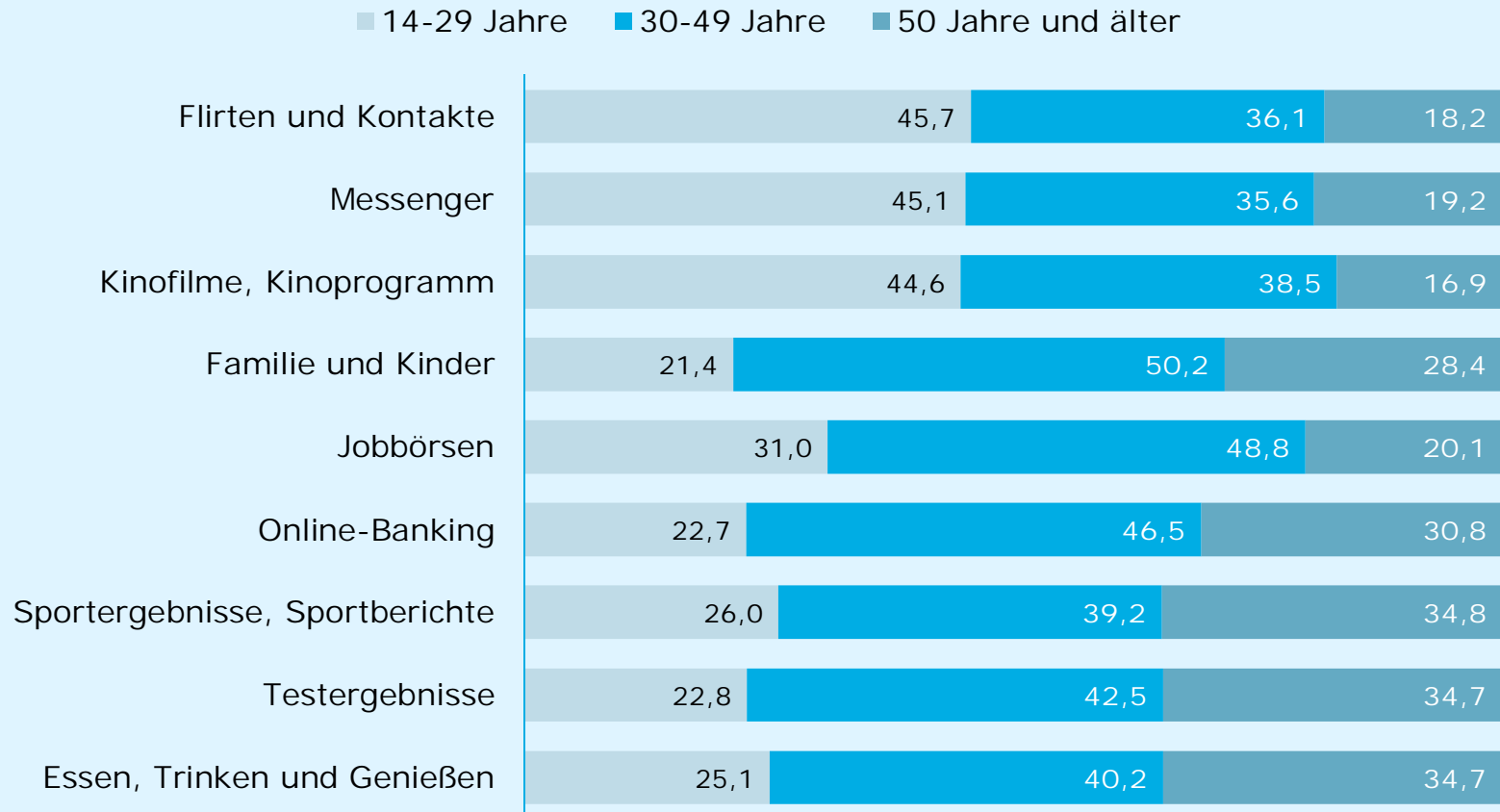
Thematische Schwerpunkte: Top 10



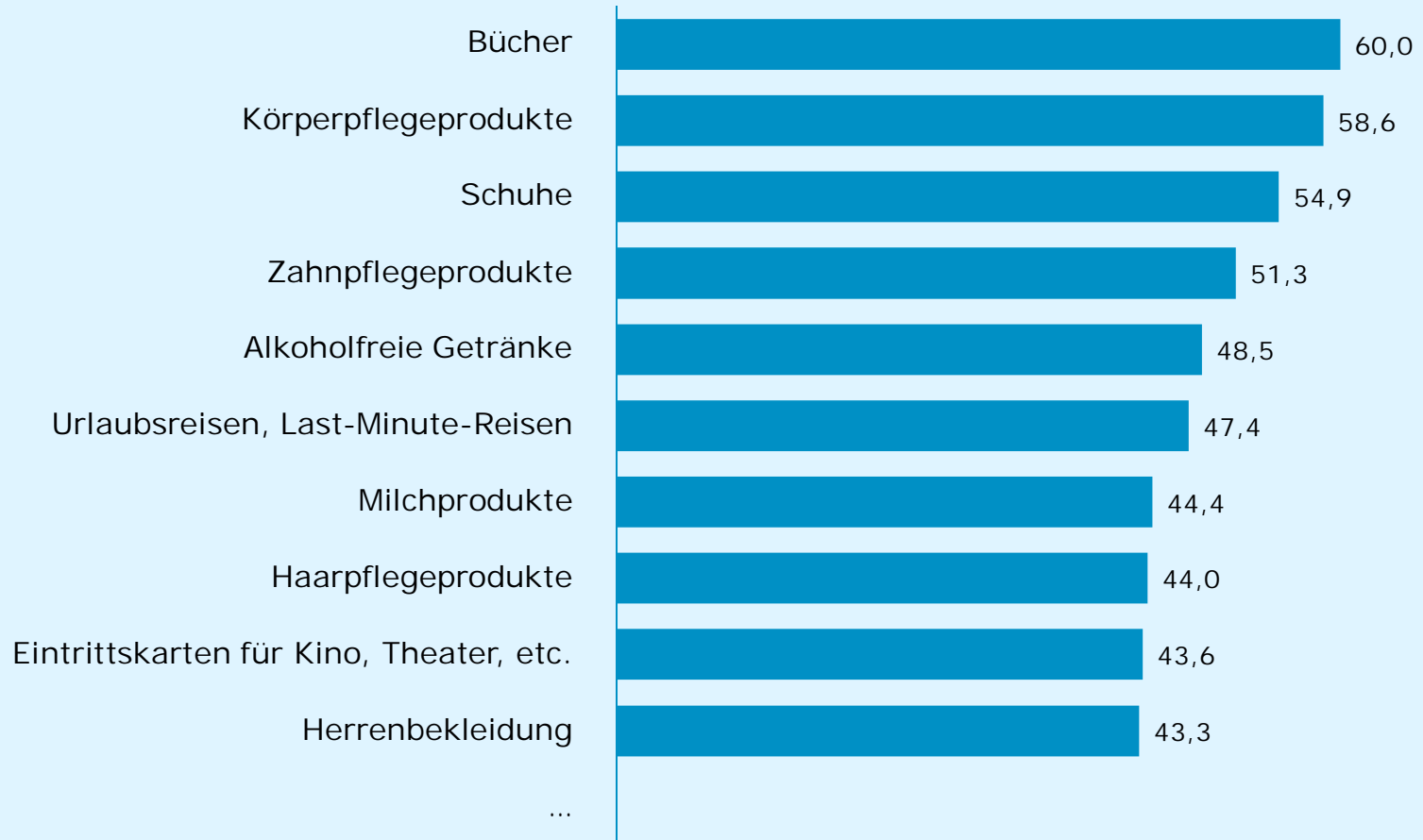
Top-Themen nach Geschlecht



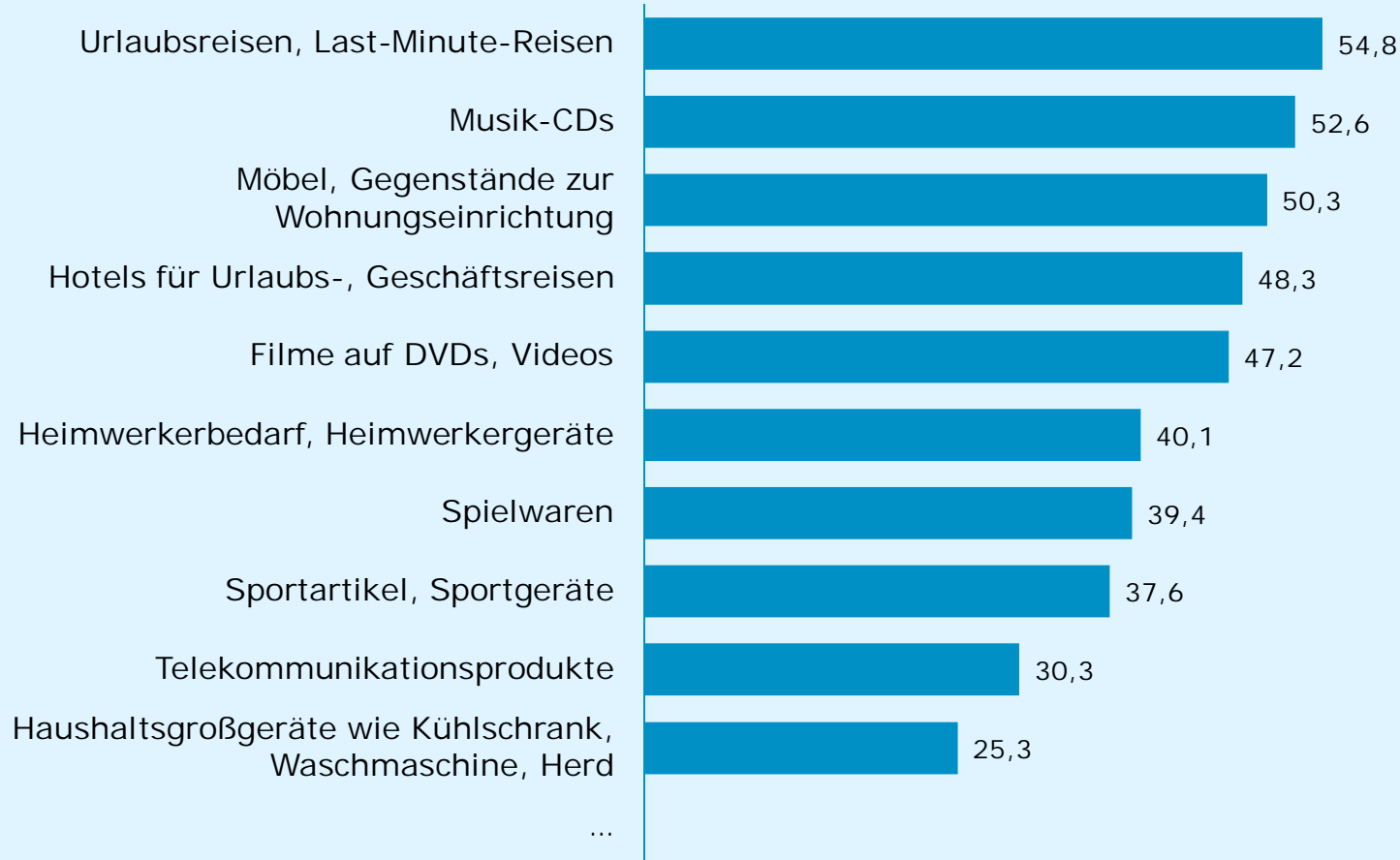
Top-Themen nach Alter



Generelles Produkt-Interesse: Top 10

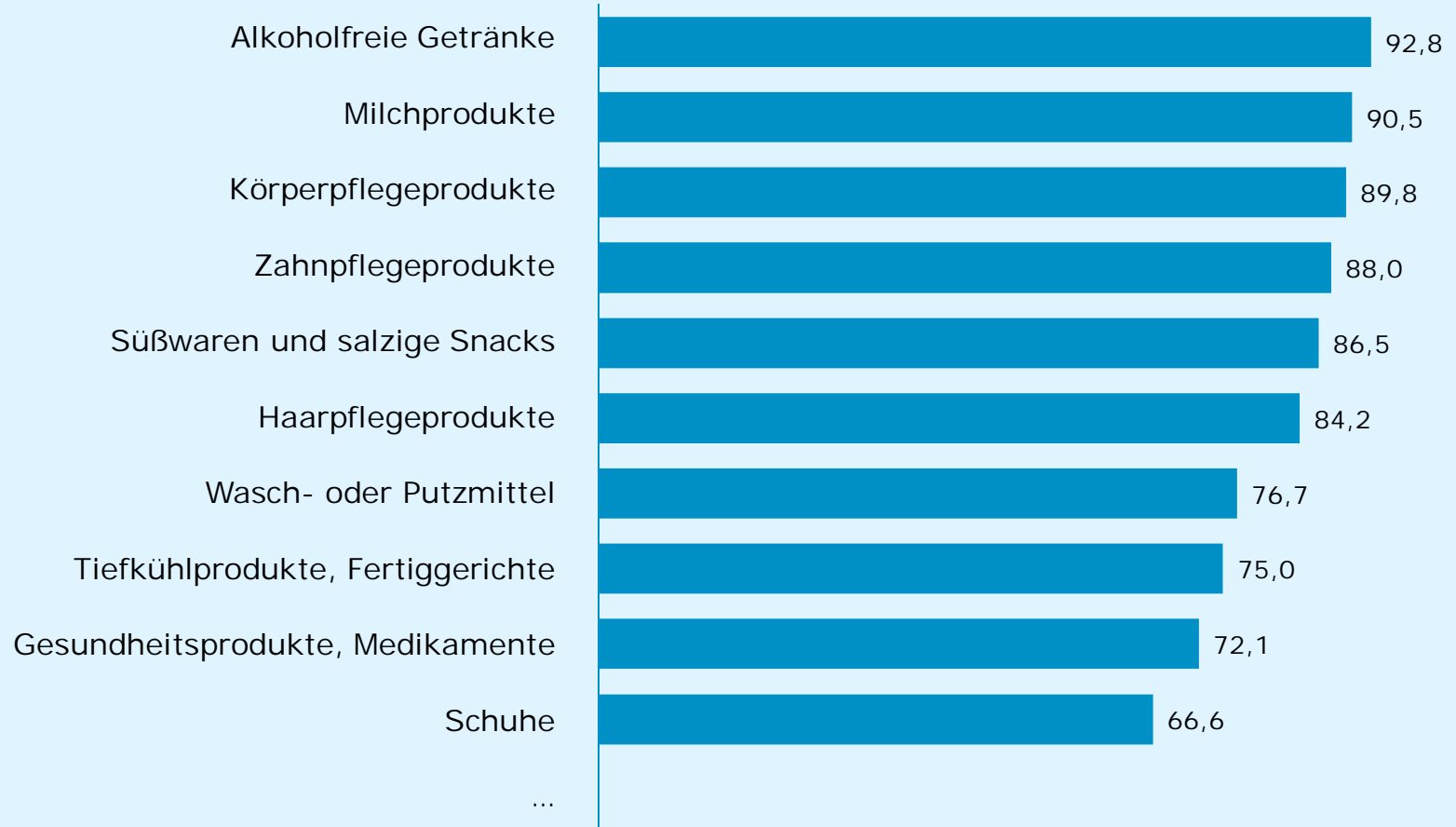


Kaufplanung für Produkte: Top 10



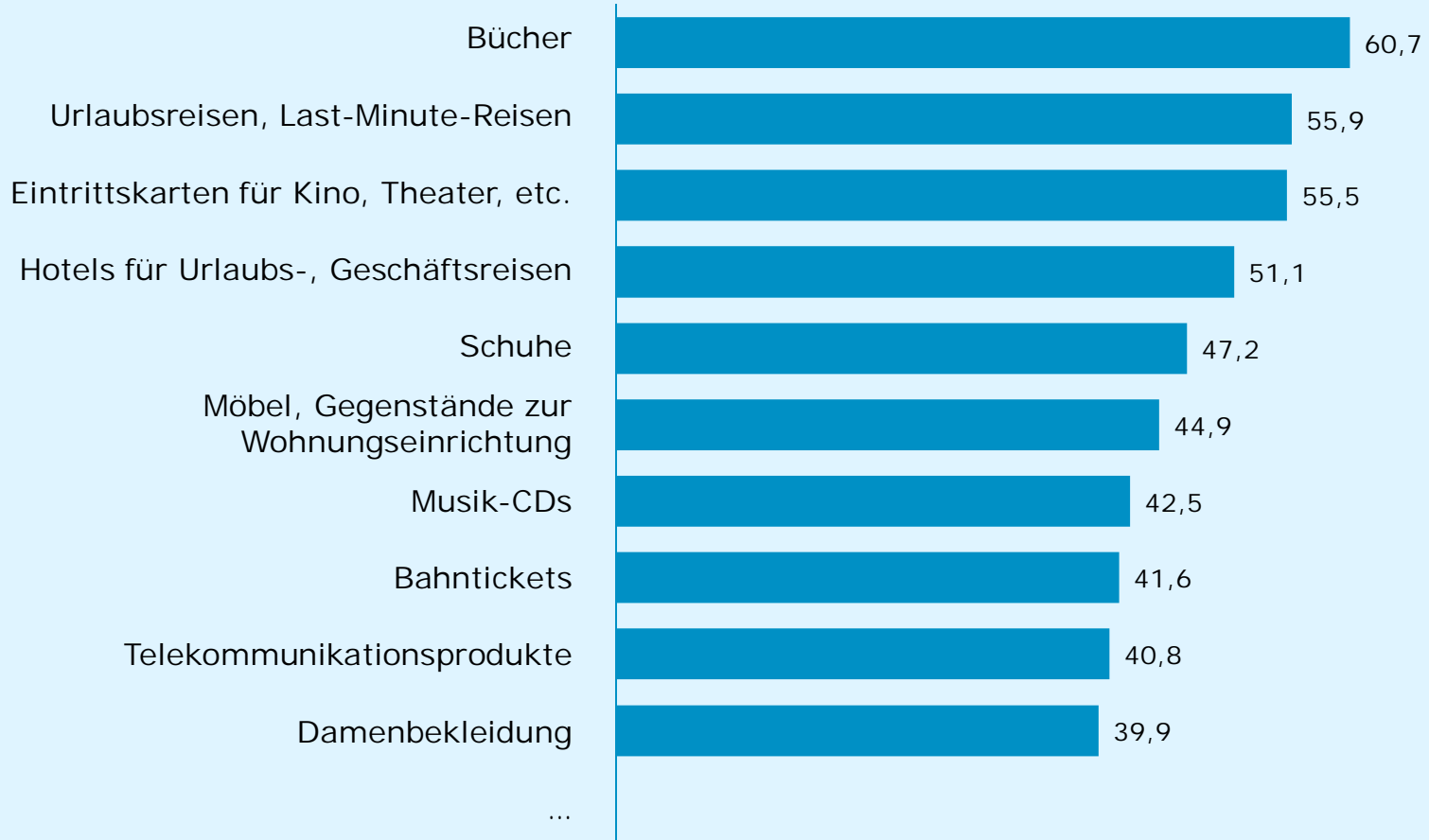
Basis: 101.316 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt/vielleicht in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 27 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2012-09

In den letzten 3 Monaten gekauft: Top 10



Basis: 101.316 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 2012-09

Informationen im Internet gesucht: Top 10



Basis: 101.316 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 2012-09

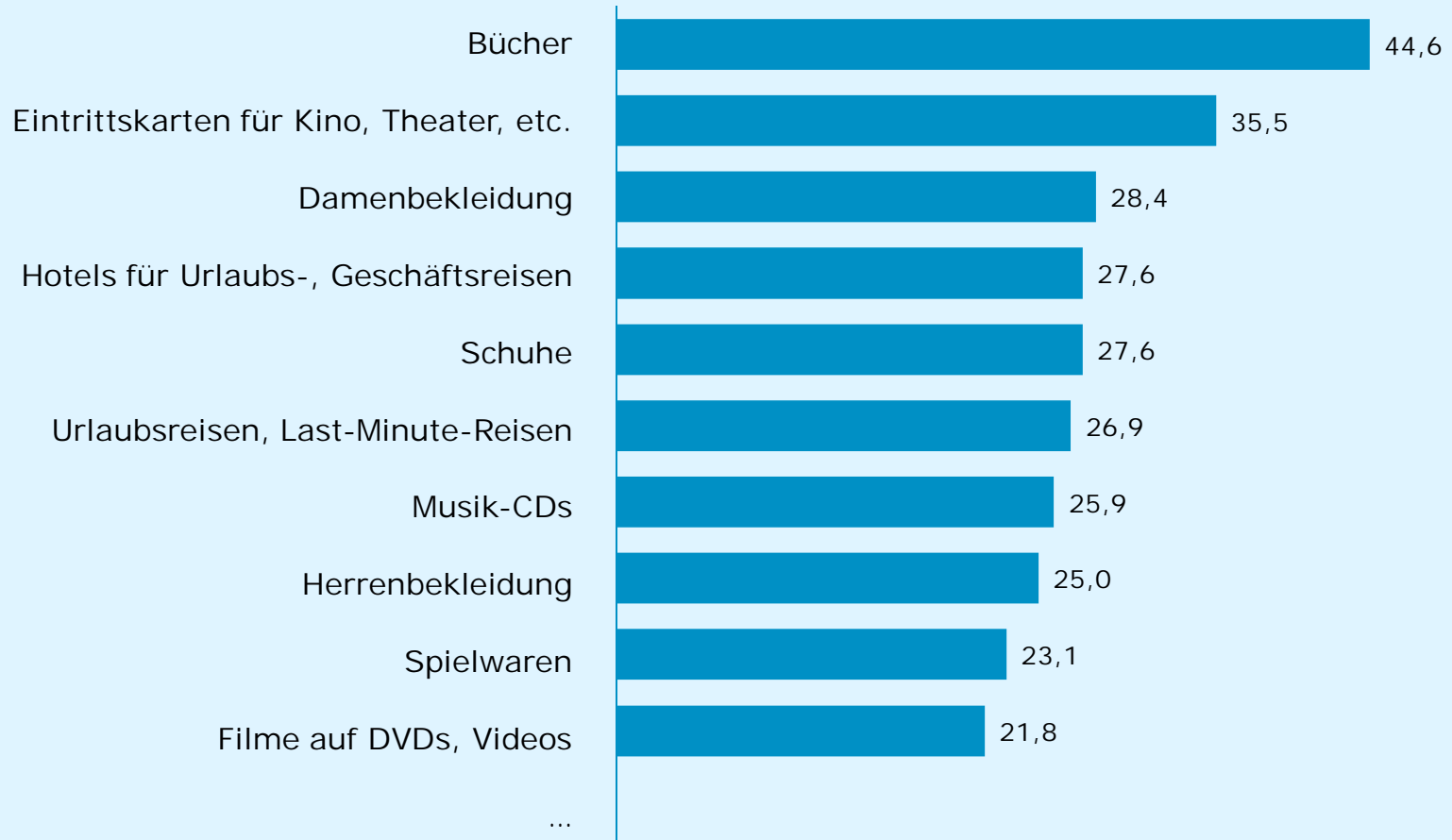
Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	68,3	Bücher	62,7
Schuhe	67,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	57,0
Musik-CDs	60,6	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	54,6
Filme auf DVDs, Videos	59,3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,1
Bücher	58,6	Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	48,1
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	68,7	Bücher	56,7
Bücher	66,3	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	56,4
Schuhe	63,8	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	54,5
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	59,5	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	45,2
Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	53,4	Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	40,3
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	65,4	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	51,2
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	60,5	Bücher	50,8
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	60,3	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	50,0
Schuhe	54,8	Bahntickets	38,8
Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	54,3	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	37,3

Basis: 101.316 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 2012-09

Produkte im Internet gekauft - Top 10



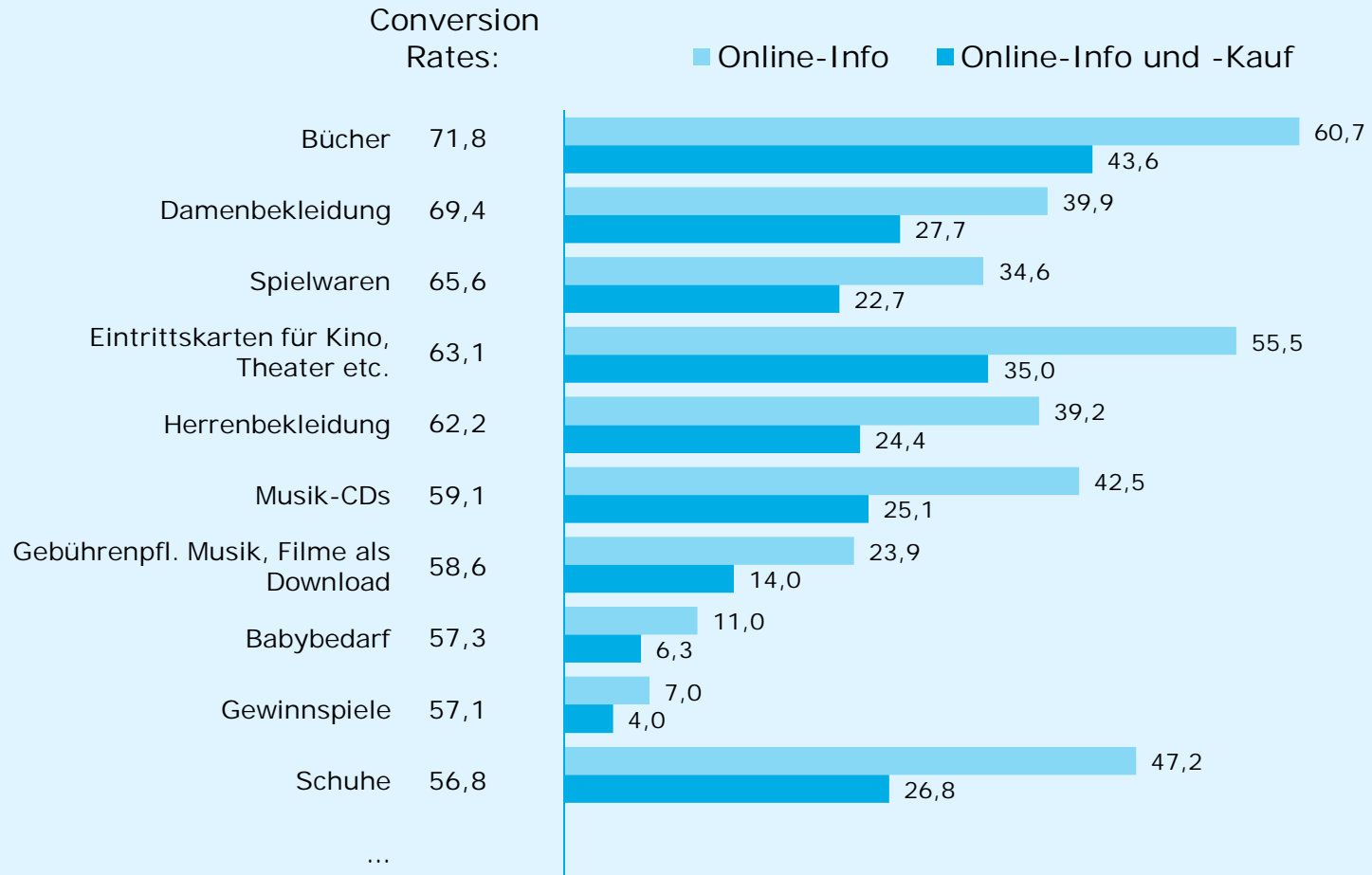
Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	37,9	Bücher	47,6
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	35,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,2
Bücher	34,9	Damenbekleidung	31,3
Musik-CDs	29,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,9
Sportartikel, Sportgeräte	25,9	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	29,3
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	49,1	Bücher	39,9
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,8	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,6
Schuhe	38,9	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	29,8
Damenbekleidung	33,3	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	29,2
Filme auf DVDs, Videos	31,8	Damenbekleidung	22,5
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	52,4	Bücher	36,1
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	39,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,6
Spielwaren	38,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,2
Damenbekleidung	35,8	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	22,6
Schuhe	34,8	Bahntickets	21,5

Basis: 101.316 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 2012-09

Top 10 Produkte nach Conversion-Rates





Rankings

Vermarkter-Ranking: TOP 20 im September 2012



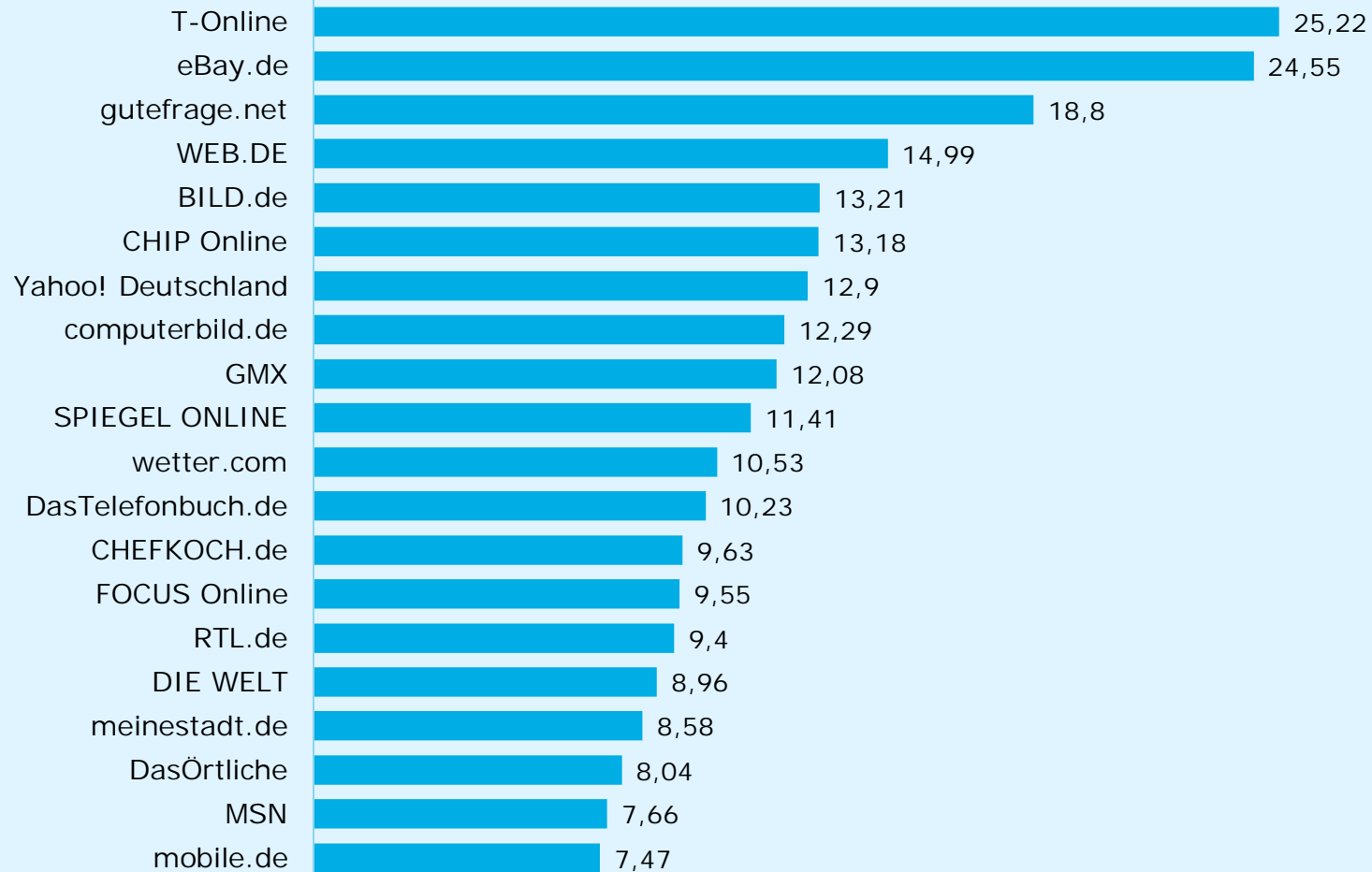
Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
TOMORROW FOCUS MEDIA	1	62,1	31,55
InteractiveMedia CCSP	2	58,3	29,65
Axel Springer Media Impact	3	54,2	27,56
United Internet Media	4	53,4	27,16
eBay Advertising Group	4	50,9	25,90
SevenOne Media	6	50,0	25,44
IP Deutschland	7	49,6	25,24
OMS	8	44,5	22,64
Ströer Interactive	9	43,8	22,25
G+J Electronic Media Sales	10	40,3	20,48
Yahoo! Deutschland	11	38,8	19,72
ad pepper media	12	36,0	18,29
iq digital	13	34,6	17,59
SPIEGEL QC	14	30,2	15,35
freeXmedia	15	30,0	15,24
Hi-Media Deutschland	16	28,0	14,21
Microsoft Advertising	17	25,0	12,71
Glam Media	18	21,6	10,99
Unister Media	19	19,9	10,11
MAIRDUMONT MEDIA	20	16,6	8,42

Vermarkter-Ranking: TOP 20 in einer durchschnittlichen Woche



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
TOMORROW FOCUS MEDIA	1	34,1	17,32
InteractiveMedia CCSP	2	32,5	16,51
United Internet Media	3	32,1	16,34
Axel Springer Media Impact	4	28,2	14,33
eBay Advertising Group	5	27,8	14,14
SevenOne Media	6	26,8	13,61
IP Deutschland	7	25,1	12,76
OMS	8	21,1	10,72
Ströer Interactive	9	20,1	10,23
Yahoo! Deutschland	10	18,8	9,56
G+J Electronic Media Sales	11	17,4	8,85
iq digital	12	14,8	7,54
SPIEGEL QC	13	14,0	7,10
freeXmedia	14	13,7	6,97
ad pepper media	15	13,7	6,96
Microsoft Advertising	16	12,8	6,52
Hi-Media Deutschland	17	11,1	5,62
Glam Media	18	7,4	3,75
Unister Media	19	7,3	3,70
Urban Media	20	5,7	2,90

Werbeträger-Ranking: TOP 20 im September 2012



Methode

Methode: Das 3-Säulen-Modell

