



## PRESSEMITTEILUNG

### **Neue AGOF Sonderauswertung zum Thema „Sport & Fitness“ zeigt: Sport ist im Internet noch Männerdomäne**

**Männeranteil bei den sportaffinen Nutzergruppen im Netz beträgt 64 Prozent / Sportartikel spielen bei mehr als einem Drittel der Internetnutzer eine wichtige Rolle / Mehr als 80 Prozent der sportaffinen Nutzergruppen im Netz gehören zur werberelevanten Zielgruppe**

**Frankfurt, 9. Juli 2007.** Fitte Surfer sind nicht nur am Strand, sondern auch im Internet anzutreffen. Die Onliner sind echte Vertreter der Turnschuh-Generation – Sportartikel spielen eine wichtige Rolle in ihrem Leben. Mit diesem Thema beschäftigt sich die aktuelle Sonderauswertung „Sport & Fitness“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Die siebte Branchen-Auswertung basiert auf den Daten der internet facts 2006-IV und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die Sportartikelindustrie – und zwar in punkto Produktinteresse, Kauf in den letzten drei Monaten, Online-Information, Online-Kauf sowie Online-Information und Online-Kauf (Online-Conversion). Basis für die Sonderauswertung ist der Weitesten Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNK umfasst für die internet facts 2006-IV 36,62 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 56,3 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, die 65,07 Millionen Menschen umfasst.

### **Sportliche Internetnutzer bieten Online-Potenziale für die Sportartikelindustrie**

Die Ergebnisse der Sonderauswertung „Sport & Fitness“ zeigen, dass es im Internet große Kundenpotenziale für die Sportartikelindustrie gibt: 36,4 Prozent der Internetnutzer (WNK) interessieren sich für Sportartikel und 34,1 Prozent haben diese Produkte in den letzten drei Monaten gekauft. Dies bedeutet, dass bei mehr als einem Drittel der Internetnutzer Sportartikel eine wichtige Rolle spielen.

Das Interesse für Sportartikel beschränkt sich nicht nur auf die Offline-Welt – auch im Online-Medium haben sie ihren Platz gefunden: 31,4 Prozent der Internetnutzer haben im Netz schon einmal Informationen über Sportartikel gesucht und 11,5 Prozent haben diese Artikel auch online gekauft.

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET |  
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |  
LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL |  
SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07\_227\_1482\_5 |  
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |  
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |  
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



## **Mit Online-Werbung neue Kundenpotenziale erschließen und zusätzliche Vertriebswege schaffen**

Im Durchschnitt zählen 83,7 Prozent der sportaffinen Nutzergruppen im Netz zur werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Innerhalb der deutschen Bevölkerung gehören 54,7 Prozent zu dieser Altersklasse. Mit durchschnittlich 64 Prozent weisen die sportaffinen Onliner zudem einen überdurchschnittlichen Männeranteil auf. Das Internet stellt somit für die Sportartikelindustrie eine attraktive Plattform für eine zielgerichtete und interaktive Kundenkommunikation dar – mit geringen Streuverlusten. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass der Anteil der klassischen Mediennutzer unter der sportaffinen Zielgruppe im Netz etwas geringer ist als in der Bevölkerung, erhält das Internet eine zunehmende Bedeutung für eine adäquate Zielgruppenabdeckung in diesem Segment. Gleichzeitig ermöglicht Online-Werbung eine Intensivierung der Zielgruppenkontakte durch die Verlängerung von Offline-Werbung in die Online-Werbung, bspw. durch die Online-Adaption von TV-Spots.

Der Branchenbericht „Sport & Fitness“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein Tabellenband stehen auf [www.agof.de](http://www.agof.de) im Downloadbereich zur Verfügung.

## **Die AGOF**

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Ziel ist es, die einheitliche Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt zu etablieren.

Mitglieder sind: AdLINK Media Germany, AOL Digital Marketing Group, BAUER MEDIA KG, freenet AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Europe GmbH, Microsoft Digital Advertising Solutions, mobile.de GmbH, QUALITY CHANNEL GmbH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: Ad2Net/OnVista Group, ad pepper media GmbH, ADselect GmbH, allesklar.com AG, autobild.de AS AUTO VERLAG GmbH, Bild.T-Online.de AG & Co. KG, Business Advertising GmbH, CM Codex Media, CommonMedia, COMPUTEC MEDIA AG, Der heiße Draht Verlagsgesellschaft mbH, Europa-Fachpresse-Verlag GmbH, F.A.Z. Electronic Media GmbH, Hi-Media Deutschland AG, IDG Business Verlag GmbH, MAIRDUMONT MEDIA, mediasquares GmbH,

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07\_227\_1482\_5 |  
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |  
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail [geschaeftsstelle@agof.de](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) |  
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



netpoint media GmbH, orangemedia.de GmbH, Orkla Media Sales GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, Tiscali GmbH, TripleDoubleU GmbH, Unister GmbH, ValueClick Deutschland GmbH, Volnay Deutschland GmbH, wallstreet:media GmbH und Zeitungsgruppe Welt/Berliner Morgenpost.

### **Bei Rückfragen:**

#### **Nadja Elias**

##### **AGOF Pressesprecherin**

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: [nadja.elias@agof.de](mailto:nadja.elias@agof.de)

#### **Zarifa Schmitt**

##### **Stv. AGOF Pressesprecherin**

Tel.: 0221/5886-401

Fax: 0221/5886-409

Mobil: 0163/5886401

Mail: [zarifa.schmitt@agof.de](mailto:zarifa.schmitt@agof.de)

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET |  
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |  
LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL |  
SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07\_227\_1482\_5 |  
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |  
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail [geschaeftsstelle@agof.de](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) |  
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |