



PRESSEMITTEILUNG

Musik ist Trumpf: AGOF legt Sonderauswertung „Musik“ vor

Mehr als jeder zweite Online-Informationssuchende rund um Musikartikel wird auch zum Online-Käufer / Junge Musikfans im Alter zwischen 14 und 29 Jahren sind mit einem Anteil von 40,3 Prozent unter den online anzutreffenden Kundenpotenzialen überdurchschnittlich vertreten

Frankfurt, 17. September 2007. Musikhören gehört für viele Menschen zum Leben dazu und mit dem Aufkommen der digitalen Medien ist es noch mehr zu einer allgegenwärtigen Beschäftigung geworden. Der mp3-Player ist dabei der beliebteste Begleiter: 40 Prozent der Bevölkerung besitzen ein solches Gerät. Bei den Internetnutzern sind es 55,9 Prozent und von den musikkaffinen Nutzern im Netz haben durchschnittlich 62,9 Prozent einen mp3-Player. Dies ist eines der Ergebnisse der aktuellen Sonderauswertung „Musik“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Die achte Branchen-Auswertung basiert auf den Daten der internet facts 2007-I und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die Musikindustrie – und zwar in punkto Produktinteresse, 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 2007-I 38,53 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 59,4 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, die 64,82 Millionen Menschen umfasst.

Viele Onlinenutzer sind gleichzeitig auch Musikfans – das macht das Internet zu einer attraktiven Werbeplattform für die Musikindustrie

Die AGOF Sonderauswertung „Musik“ zeigt, dass es im Internet sehr große Kundenpotenziale für die Musikindustrie gibt: 65,5 Prozent der Internetnutzer (WNK) interessieren sich für Musikartikel – davon 59,8 Prozent für Musik-CDs und 18,7 Prozent für gebührenpflichtige Musik- oder Video-Downloads. Ferner haben 59,2 Prozent der Internetnutzer im Netz schon einmal Informationen über Musikartikel online gesucht und 33,9 Prozent haben diese Artikel im Internet gekauft. Setzt man die 13,07 Millionen Online-Käufer in Relation zu den 22,79 Millionen Online-Informationssuchenden von Musikartikeln, ergibt sich ein Anteil von 57,3 Prozent, d.h. mehr als die Hälfte der Personen, die sich im Internet zu diesen Produkten informieren, kauft entsprechende Artikel auch im Internet.

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | 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 |



Die hohe Affinität zwischen Online-Medium und Musikartikeln bietet gute Voraussetzungen für den digitalen Musikvertrieb

Das Internet spielt als Informations- und Transaktionsmedium rund um Musik eine zentrale Rolle, da viele Produkte der Musikindustrie in einem engen Zusammenhang zur Online-Welt stehen. Mit der hohen Verbreitung von mp3-Playern haben digitale Musikformate enorm an Verbreitung gewonnen und erfreuen sich einer großen Nachfrage. Durch entsprechende kostenpflichtige Angebote, wie zum Beispiel Musik-Downloads, können diese neuen Marktsegmente bedient und in der Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. Die Tatsache, dass durchschnittlich 40,3 Prozent der online vertretenen musikkaffinen Zielgruppen zwischen 14 und 29 Jahren alt sind, zeigt die Beliebtheit des Internets bei jungen Musikfans. Damit wird das Internet zu einem wichtigen Marketing- und Vertriebskanal der Musikindustrie, da es einen sehr zielgerichteten und effektiven Kundenkontakt ermöglicht und gleichzeitig durch entsprechende Online-Plattformen die Kommerzialisierung der digitalen Distribution von Musik unter Wahrung der entsprechenden Rechte unterstützt.

Der Branchenbericht „Musik“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband stehen auf 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.

Mitgliedern sind: AdLINK Media Germany, AOL Digital Marketing Group, Axel Springer AG, 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, ADselect GmbH, allesklar.com AG, antonow advertising GmbH (ab 1.10.2007), AreaMobile AG, Business Advertising GmbH, cm Codex Media eK, CommonMedia, COMPUTEC MEDIA AG, der heiße draht Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Euro Klassik GmbH (ab 1.10.2007), Europa-Fachpresse-Verlag GmbH, Fantastic Zero GmbH (ab 1.10.2007), F.A.Z. Electronic Media GmbH, Hi-Media Deutschland AG, IDG Business Verlag GmbH, MAIRDUMONT MEDIA, mediasquares & ad pepper

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | 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 |



media, Mirando GmbH & Co. KG (ab 1.10.2007), NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, Online Media Sales Group GmbH, orangemedia.de GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, Tiscali GmbH, TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH (ab 1.10.2007), ValueClick Deutschland GmbH und wallstreet:media GmbH.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: 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

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | 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 |