



PRESSEMITTEILUNG

AGOF legt internet facts 2007-III vor: Anzahl der Internetnutzer überschreitet erstmals die 40- Millionen-Grenze

**41,32 Mio. Menschen in Deutschland ab 14 Jahren sind im Internet /
32,72 Millionen zählen zu den „Nutzern gestern“ / AGOF Planungs-
tool TOP jetzt mit monatlich aktualisierten Tarifdaten**

Frankfurt, 31. Januar 2008. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie: die internet facts 2007-III. Die aktuelle Welle der internet facts weist Reichweiten- und Strukturdaten für 348 marktkonstituierende Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und 1.873 Belegungseinheiten aus. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten aus dem AGOF Universum und Kern-daten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate Juli bis September 2007. Die Daten der internet facts 2007-III sind ab sofort im AGOF Planungstool TOP 1.0 zur Mediaplanung hinterlegt.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 14,96 Mio. Unique Usern pro Monat (37,2 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von WEB.DE (13,04 Mio. bzw. 32,4 Prozent) und Yahoo! (10,39 Mio. bzw. 25,8 Prozent). MSN.de (8,88 Mio. bzw. 22,1 Prozent) und GMX (8,43 Mio. bzw. 21,0 Prozent) belegen die weiteren Plätze.

Bei den Vermarktern führt United Internet Media mit 19,36 Mio. Unique Usern pro Monat (48,1 Prozent) vor InteractiveMedia mit 17,68 Mio. (43,9 Prozent) und SevenOne Interactive mit 17,53 Mio. (43,6 Prozent). Im Weiteren folgen TOMORROW FOCUS (15,01 Mio. bzw. 37,3 Prozent) und mediasquares & ad pepper media (10,47 Mio. bzw. 26,0 Prozent).

Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2007-III hat das Internet in Deutschland eine Reichweite von 64 Prozent, d.h. 41,32 Mio. Menschen sind im Netz (63,7 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (64,82 Mio.)). Damit wurde im 3. Quartal 2007 die magische Schallmauer von 40 Millionen Onlinern durchbrochen. Die Online-Penetration in den verschiedenen Altersgruppen zeigt die breite Etablierung des Internets: So zählen bei den 14- bis 29-Jährigen bereits 92,9 Prozent zu den Internetnutzern, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es mit 79,3 Prozent über drei Viertel. Und auch die über 50-Jährigen sind bereits zu über einem Drittel (36,4 Prozent) im Internet vertreten.

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA |
EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING |
INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK 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 |



Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 62,1 Prozent der Internetnutzer in Deutschland, d.h. 40,23 Mio. Menschen. 32,72 Mio. Menschen, das sind 50,5 Prozent, zählen zu den „Nutzern gestern“.

66,6 Prozent der Internetnutzer sind seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 26,80 Mio. Menschen. Über 90 Prozent der Surfer (92,1 Prozent) gehen von zu Hause ins Internet, ein Drittel (33,8 Prozent) am Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz und über ein Viertel (28,0 Prozent) bei Freunden oder Verwandten bzw. woanders. Die beliebteste Art, von zu Hause aus online zu gehen, ist mit Abstand DSL, das von 61,9 Prozent der Onliner genutzt wird (ISDN: 21,0 Prozent).

Top-Aktivitäten im Internet sind weiterhin die E-Mail-Kommunikation (87,4 Prozent) und die Informationsrecherche (86,3 Prozent), gefolgt vom Lesen von Nachrichten zum Weltgeschehen (62,9 Prozent).

Auch die zentrale Rolle des Internet im Kaufentscheidungsprozess wird in der neuen Welle der internen facts einmal mehr dokumentiert: Mit 96,7 Prozent (38,92 Mio.) informieren sich nahezu alle Onliner im Internet über Produkte. Führend bei der Online-Recherche sind Flug- und Bahntickets, Urlaubs- und Last-Minute-Reisen, Bücher, Hotels und Eintrittskarten. Und auch als zentraler Vertriebskanal hat sich Online nachhaltig etabliert: Über drei Viertel der Internetnutzer (79,7 Prozent bzw. 32,05 Mio.) haben in den vergangenen 12 Monaten Waren im Internet gekauft. Ganz oben auf der Online-Einkaufsliste stehen Bücher, Eintrittskarten, Flug- und Bahntickets, Mode oder Schuhe sowie Hotelbuchungen. Dabei gibt es häufig einen engen Zusammenhang zwischen der Online-Informationssuche und dem Online-Kauf: Bei Produkten wie kostenpflichtigen Lotteriespielen, Büchern, Mode oder Schuhen, Eintrittskarten sowie Flug- und Bahntickets wird mehr als jeder zweite Online-Informationssuchende zum Online-Käufer.

Planungstool TOP 1.0 ab sofort mit monatsaktuellen Tarifen

Ab Februar haben die Online-Vermarkter die Möglichkeit, ihre Tarifdaten monatlich in TOP zu aktualisieren. Damit sind die Tarife jeweils zum Monatswechsel aktuell im Planungstool der AGOF hinterlegt, so dass Planungen auf Basis des jeweils neuesten Standes der Tarifdaten durchgeführt werden können.

René Lamsfuß, Vorstandsvorsitzender der AGOF: *„Das erstmalige Überschreiten der 40-Millionen-Grenze bei den Internetnutzern untermauert die zentrale Bedeutung, die das Internet inzwischen sowohl als Medium als auch als Werbeträger hat. Ziel der AGOF für 2008 ist es, dieser Stellung von Online und seiner dynamischen Entwicklung durch einen engen Austausch mit den Marktpartnern für eine stetige, anforderungsgerechte Weiterent-*

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA |
EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING |
INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK 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 |



wicklung der Planungsgrundlage internet facts und unseres Planungstools TOP Rechnung zu tragen."

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2007-III mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter www.agof.de/internetfacts.

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. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Media-planung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AdLINK Media Germany, AOL Digital Marketing Group, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freenet AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GWP media-marketing GmbH, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Network Europe, Microsoft Digital Advertising Solutions, 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, AreaMobile AG, Business Advertising GmbH, cm Codex Media eK, CommonMedia, DZH Online Media Sales Group GmbH, Europa-Fachpresse-Verlag GmbH, Fantastic Zero GmbH, GoYellow Media AG, Hi-Media Deutschland AG, IDG Communications Media AG, IMG Media GmbH, Klassik Radio AG, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, mediasquares & ad pepper media, MEDIENHAUS.de e.K., Mirando GmbH & Co. KG, MySpace / Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, orangemediade GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH und wallstreet:online AG.

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 | EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK 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 |