



PRESSEMITTEILUNG

Computer-Interessierte sind „drin“: AGOF Sonderauswertung Computer zeigt Kundenpotenziale der Computer-Branche im Netz

Über 20 Millionen Internetnutzer interessieren sich für Hard- und Software und informieren sich darüber im Netz / Rund 11 Millionen Verbraucher kaufen Computer-Produkte online

Frankfurt, 18. Februar 2008. Die Ergebnisse der aktuellen Sonderauswertung „Computer“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) belegen die attraktiven Kundenpotenziale, die die Computer-Branche über das Internet erreichen kann. 50,0 Prozent oder 20,11 Millionen Internetnutzer (WNK) geben an, sich generell für Computer-Produkte zu interessieren. 44,3 Prozent interessieren sich für Computer-Hardware und -Zubehör, 35,8 Prozent für Computer-Software. 50,9 Prozent (20,46 Mio.) der Internetnutzer haben schon einmal Informationen zu Computer-Produkten online gesucht und 26,7 Prozent (10,76 Mio.) haben entsprechende Produkte im Internet gekauft. Diese umfänglichen Online-Kundenpotenziale für die Computer-Branche sind auch auf den engen Zusammenhang zwischen notwendiger Hardware und Internetnutzung zurückzuführen – wer einen Computer hat, nutzt meistens auch das Internet und umgekehrt: Wer das Internet nutzt, interessiert sich auch überdurchschnittlich für Computer.

Auch zwischen dem Online-Kauf von Computer-Produkten und dem Online-Kauf von "Computer- und Videogames" gibt es eine sehr hohe Affinität: 40,2 Prozent der Online-Käufer von Computer-Produkten kaufen Computer- und Videogames im Internet, bei den Internetnutzern sind es 14,4 Prozent. Damit haben die im Internet Computer- und Videogames kaufenden Personen unter den Online-Käufern von Computer-Produkten einen Indexwert von 280, was dem fast dreifachen Anteil an Online-Käufern in dieser Personengruppe im Vergleich zu den Internetnutzern entspricht.

Online-Zielgruppenpotenziale der Computer-Industrie: Hohe Affinität gepaart mit Kaufkraft

Durch Online-Werbung können Werbetreibende aus der Computer-Branche die hohe Online-Affinität ihrer potenziellen Kunden nutzen und diese unmittelbar im Kaufentscheidungsprozess ansprechen. Gleichzeitig zeichnen sich die online erreichbaren Kundenpotenziale durch attraktive Zielgruppenmerkmale aus: So gehören über drei Viertel (78,4 Prozent) zur werberelevanten Personengruppe der 14- bis 49-Jährigen, zwei Drittel (66,9 Prozent) sind berufstätig und knapp ein Drittel (31,8 Prozent) verfügt über ein

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 |



Haushaltseinkommen von über 3.000 Euro. Damit ist das Internet ein wichtiger Marketing- und Vertriebskanal für Anbieter aus der Hard- und Software-Industrie.

Die zehnte Branchen-Auswertung der AGOF basiert auf den Daten der internet facts 2007-III und zeigt die online anzutreffenden Zielgruppenpotenziale für die Computer-Branche in punkto Produktinteresse, Online-Information, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf (Online-Conversion). Unter dem Oberbegriff Computer wurden dabei die folgenden Produktgruppen zusammengefasst: Computer-Hardware und -Zubehör sowie Computer-Software ohne Games.

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-III 40,23 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 62,1 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, die 64,82 Millionen Menschen umfasst.

Der Branchenbericht „Computer“ 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. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung 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, Hi-Media Deutschland AG, IDG Communications Media AG, IMG Media GmbH, Klassik Radio AG,

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 |



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, orangemedia.de GmbH, PeterPays Media, 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 |