



PRESSEMITTEILUNG

AGOF Sonderauswertung zeigt: Auch „Food & Beverages“ sind im Internet populär

Rund 27 Millionen Internetnutzer interessieren sich für „Food & Beverages“-Produkte / Knapp 10 Millionen suchen Informationen zu diesen Produkten im Internet / Nach wie vor große Schere zwischen Zielgruppenpotenzial und Werbeinvestitionen der entsprechenden FMCG-Branchensegmente im Internet

Frankfurt, 26. Mai 2008. Essen und Trinken gehören zu den Grundbedürfnissen des Menschen. Vor diesem Hinterrund ist es nicht überraschend, dass selbst mit dem Medium Internet vergleichsweise wenig in Verbindung gebrachte Produkte wie Lebensmittel und Getränke bei der Online-Nutzung inzwischen eine maßgebliche Rolle spielen, wie die Ergebnisse der aktuellen AGOF Sonderauswertung „FMCG: Food & Beverages“ zeigen.¹ Umso erstaunlicher ist indessen, dass in Anbetracht des großen online anzutreffenden Zielgruppenpotenzials nach wie vor nur ein so gut wie vernachlässigbarer Anteil der Werbeinvestitionen der entsprechenden FMCG-Branchensegmente in das Internet fließt: 48,05 Millionen Menschen (deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren) interessieren sich für „Food & Beverages“. Über die Hälfte von ihnen (56,1 Prozent, 26,98 Millionen Menschen) sind im Internet anzutreffen. Dem gegenüber steht ein Online-Anteil von gerade einmal 0,8 Prozent der gesamten Brutto-Werbeinvestitionen der entsprechenden FMCG-Branchensegmente (Quelle: Nielsen Media Research 2007).

Großes Interesse an Lebensmitteln und Getränken vor allem in der „werberelevanten Zielgruppe“ der 14- bis 49-Jährigen

Die Ergebnisse der aktuellen AGOF Sonderauswertung zeigen: Zwei Drittel (67 Prozent, 26,98 Millionen) der Internetnutzer interessieren sich für „Food & Beverages“-Produkte. Ferner hat ein Viertel der Internetnutzer (24,8 Prozent, 9,98 Millionen) schon einmal Informationen über „Food & Beverages“-Produkte online gesucht, und 10,5 Prozent (4,24 Millionen) haben entsprechende Artikel im Internet gekauft. Dieses Online-Involvement rund um Essen und Trinken dokumentiert den wachsenden Einfluss des Internets auch bei bislang eher klassischen Offline-Produkten.

¹ Unter dem Oberbegriff „Food & Beverages“ wurden dabei die folgenden FMCG-Produktgruppen zusammengefasst: Alkoholfreie Getränke, alkoholische Getränke und Spirituosen, Süßwaren und salzige Snacks sowie Tiefkühlprodukte und Fertiggerichte.

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 EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |



Überdies zeichnen sich die online vertretenen Zielgruppenpotenziale für die „Food & Beverages“-Industrie mit einem Anteil von 79,8 Prozent durch eine äußerst starke Präsenz in der so genannten werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen aus. Gleichzeitig verfügen sie über eine hohe Kaufkraft: Durchschnittlich 30,0 Prozent verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr.

Das Internet als Impulsgeber für den Einkauf von Lebensmitteln und Getränken

Die AGOF Sonderauswertung zeigt, dass das Internet eine nicht zu unterschätzende Rolle im Entscheidungs- und Kaufprozess von „Food & Beverages“-Produkten spielt. So stellen u.a. die 9,98 Millionen sich online zu Food & Beverages informierenden User ein wichtiges Zielgruppenpotenzial für die Lebensmittel- und Getränke-Industrie dar. Mit Online-Marketing bzw. -Werbung können die Unternehmen Interessenten mit gezielten Produktinformationen versorgen und so wertvolle Kaufimpulse für den späteren Online- oder Offline-Kauf setzen. Gleichzeitig können die Unternehmen das Internet als zusätzlichen Vertriebskanal nutzen, über den Kunden auch außerhalb der üblichen Ladenöffnungszeiten einkaufen können. Setzt man die Online-Käufer in Relation zu den Online-Informationssuchenden von „Food & Beverages“-Produkten, ergibt sich ein Anteil von 42,5 Prozent, d.h. knapp jeder Zweite, der sich im Internet zu diesen Produkten informiert, kauft entsprechende Artikel auch im Internet.

Die zwölfte Branchen-Auswertung basiert auf den Daten der internet facts 2007-IV und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die „Food & Beverages“-Industrie – und zwar in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, 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-IV 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 „FMCG: Food & Beverages“ 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

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 EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING |
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: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



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 Advertising, 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 & mediasquares, ADselect GmbH, allesklar.com AG, antonow advertising GmbH, AreaMobile AG, Business Advertising GmbH, cm Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, DZH Online Media Sales Group GmbH, Europa-Fachpresse-Verlag GmbH, Fantastic Zero GmbH, Greater Union Filmpalast GmbH, Hi-Media Deutschland AG, IDG Communications Media AG, IMG Media GmbH, Klassik Radio AG, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, Medienhaus GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Mirando GmbH & Co. KG, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, orangemediade GmbH, PeterPays Media, QUARTER MEDIA GmbH, Sport1 GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, wallstreet:online AG, Webguidez Entertainment GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH und WORT & BILD VERLAG.

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 EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | 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: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |