



PRESSEMITTEILUNG

AGOF Sonderauswertung Automobil: Mit Online-Werbung freie Fahrt zum potenziellen Kunden

Mehr als 19 Millionen Onliner informieren sich im Internet rund um das Thema „Auto“ / Gezielte Ansprache im Netz setzt sowohl online als auch offline Kaufimpulse / Ein Viertel der Online-Informationssuchenden werden auch Käufer

Frankfurt, 18. August 2008. Egal ob online oder offline – das Auto ist des Deutschen liebstes Kind. Dabei machen die Deutschen keinen Unterschied zwischen Gebraucht-, Neu- oder Mietwagen. Auch in diesem Bereich ist das Internet für viele ein wichtiges Informations- und Bezugsmedium. Das bestätigen die Ergebnisse der aktuellen AGOF Sonderauswertung „Automobil“: Weit über ein Drittel (37,7 Prozent, 15,41 Millionen) der Internetnutzer interessiert sich für Autos, 48,2 Prozent (19,73 Millionen) haben schon einmal Informationen rund um Autos online gesucht und 12,2 Prozent (4,98 Millionen) haben bereits Autos im Internet gekauft bzw. gemietet.

Hochwertige Zielgruppen-Strukturen und autobezogene Online-Nutzung machen das Internet zum Wegbereiter für den Auto-Kauf

Ein Blick auf das Zielgruppenpotenzial für die Automobil-Industrie zeigt, dass durchschnittlich 47,1 Prozent zur werberelevanten Zielgruppe der 30- bis 49-Jährigen gehören. Durchschnittlich 30,6 Prozent der kaufkräftigen Nutzer verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr. Dabei spielt das Internet eine zentrale Rolle im Kaufentscheidungsprozess. Werbetreibende der Automobilbranche nutzen das Medium Internet somit als Marketing- und Vertriebskanal. Denn: Online-Werbung, die Interessenten mit gezielten Produktinformationen versorgt, verstärkt die Präsenz im Relevant Set der Konsumenten. Gleichzeitig können potenzielle Kunden durch den Einsatz entsprechender Online-Marketingmaßnahmen gezielt angesprochen werden. So lassen sich wertvolle Kaufimpulse für den späteren Online- oder Offline-Kauf setzen.

Das Online-Medium eignet sich auch als ergänzender Distributionskanal – besonders bei Gebraucht- und Mietfahrzeugen

Ein Viertel (25,3 Prozent) der Personen, die sich im Internet über Autos informieren, kaufen entsprechende Produkte auch im Internet. Das zeigt sich, wenn man die 4,98 Millionen Online-Käufer in Relation zu den 19,73 Millionen Online-Informationssuchenden von Autos setzt. Insbesondere bei Gebraucht- und Mietwagen erweist sich das Internet als guter Distributionskanal, 2,55 Millionen bzw. 2,38 Millionen Menschen nutzen hier bereits die Online-Einkaufs- bzw. Buchungsmöglichkeiten.

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



Mit dem Branchenbericht „Automobil“ veröffentlicht die AGOF inzwischen die dreizehnte Branchen-Auswertung. Der Bericht basiert auf den Daten der internet facts 2008-I und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die Automobil-Industrie – und zwar in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf (Online-Conversion). Unter dem Oberbegriff Automobil wurden dabei Gebrauch-, Neu- und Mietwagen zusammen gefasst. 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 2008-I 40,91 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 63,1 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, die 64,87 Millionen Menschen umfasst.

Der Branchenbericht „Automobil“ 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 Advertising, QUALITY CHANNEL GMBH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: Ad2Net GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media & mediasquares, ADselect GmbH, allesklar.com AG, antonow advertising GmbH, AreaDigital AG, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, DZH Online Media Sales Group GmbH, Europa-Fachpresse-Verlag GmbH, Fantastic Zero, Greater Union Filmpalast GmbH, Hi-Media Deutschland AG, HSID Verlagsgesellschaft mbH, IDG Communications Media AG, IMG Media GmbH, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Mirando GmbH & Co. KG, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, netbrands Media, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, orangemedia.de GmbH, PeterPays Media, QUARTER MEDIA

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



GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, wallstreet:online AG, Webguidez Entertainment GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, WerbeWeischer GmbH & Co. KG 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 MEDIA GERMANY | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA |
EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING |
INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK 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 |