

PRESSEMITTEILUNG

AGOF Sonderauswertung Unterhaltungselektronik: Wunschzettelmotive im Netz

Zwei Drittel der Internetnutzer interessieren sich für Unterhaltungselektronik / Über die Hälfte der Onliner informiert sich im Internet über Fernseher, DVD-Player und Recorder, Surround-Anlagen, digitale Fotoapparate oder Navigationssysteme

Frankfurt, 24. November 2008. Bei Consumer Electronics führt kein Weg am Netz vorbei – schon gar nicht so kurz vor dem Weihnachtsgeschäft. Das Netz spielt hierbei als Informations- und Bezugsmedium eine entscheidende Rolle. Die neueste AGOF Sonderauswertung „Unterhaltungselektronik“ zeigt, dass dies auch im Zusammenhang mit Consumer Electronics gilt: So interessieren sich zwei Drittel (65,2 Prozent, 26,68 Mio.) der Internetnutzer für Unterhaltungselektronik. Ferner hat über die Hälfte der Internetnutzer (58,3 Prozent, 23,87 Mio.) schon einmal Informationen rund um Unterhaltungselektronik online recherchiert und ein Fünftel (19,9 Prozent, 8,15 Mio.) hat diese Artikel bereits im Internet gekauft.

Enge Verbindung zwischen Internet und Unterhaltungselektronik macht Online-Werbung besonders wirkungsvoll

Die Nutzung des Internets als Informations- und Transaktionsmedium wird durch den engen Zusammenhang vieler Produkte und Innovationen im Bereich der Unterhaltungselektronik mit der digitalen Welt begünstigt. Dieser Umstand macht das Online-Medium zu einem effektiven Werbeträger für Unterhaltungselektronik-Produkte, da potenzielle Kunden hier unmittelbar in der Orientierungs- und Entscheidungsphase angesprochen werden können. So lassen sich durch Online-Werbung neben gezielten Produktinformationen und einer Intensivierung des Zielgruppensprechers auch wertvolle Impulse für den späteren Online- oder Offline-Kauf setzen. Ein Drittel (34,1 Prozent) der Onliner, die sich rund um Unterhaltungselektronik informieren, werden direkt im Netz zum Online-Käufer.

Kaufkräftige und markenbewusste Kundenpotenziale im Netz

Ein Blick auf die Zielgruppenpotenziale für die Unterhaltungselektronik-Industrie zeigt, dass durchschnittlich 77,9 Prozent zur werberelevanten Zielgruppen der 14 bis 49-Jährigen gehören. Mit ihrer positiven Einstellung gegenüber Markenartikeln sowie einer überdurchschnittlichen Aufgeschlossenheit für moderne Technologien und Statussymbole sind die unterhaltungselektronik-affinen Nutzer stets für neue und auch für teurere Artikel zu begeistern. Durchschnittlich 30,7 Prozent der kaufkräftigen Nutzer verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr.

ADLINK MEDIA GERMANY | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | PLATFORM-A MEDIA | 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: xy | Jürgen Sandhöfer | xy |



Mit dem Branchenbericht "Unterhaltungselektronik" veröffentlicht die AGOF inzwischen die vierzehnte Branchen-Auswertung. Der Bericht basiert auf den Daten der internet facts 2008-II und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die Unterhaltungselektronik-Industrie - und zwar in punkto Produktinteresse, Online-Recherche, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf (Online-Conversion). Unter dem Oberbegriff Unterhaltungselektronik wurden dabei Fernseher mit Flachbildschirm, DVD-Player, DVD-Recorder und Festplattenrecorder, Heimkino bzw. Surround-Anlage, Digitale Fotoapparate und Navigationssysteme 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-II 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 „Unterhaltungselektronik“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband stehen unter www.agof.de/branchenberichte 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, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, GWP media marketing GmbH, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Network Europe, Microsoft Advertising, Platform-A Media, 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 media, antonow advertising GmbH, AreaDigital AG, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, DZH Online Media Sales Group GmbH, Euro Klassik 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, krebomedia GmbH, Magnus.de, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Mirando GmbH &

ADLINK MEDIA GERMANY | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | PLATFORM-A MEDIA | 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: xy | Jürgen Sandhöfer | xy |



Co. KG, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, netbrands Media, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, Optikur GmbH, orangemedia.de GmbH, PeterPays Media, QUARTER MEDIA GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, wallstreet:online AG, Webguidez Entertainment 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 | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | PLATFORM-A MEDIA | 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: xy | Jürgen Sandhöfer | xy |