



## PRESSEMITTEILUNG

### **internet facts 2009-III: Online-Durchdringung nähert sich der 75-Prozent-Marke**

**Bald drei Viertel der Bevölkerung im Netz/ Drei von vier Onlinern seit mehr als drei Jahren im Netz/ Neuer Allzeit-Höchststand bei ausgewiesenen Angeboten und Belegungseinheiten**

**Frankfurt, 10. Dezember 2009.** Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die internet facts 2009-III weist Reichweiten- und Strukturdaten für 621 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und 3.163 Belegungseinheiten aus – ein neuer Allzeit-Höchststand. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten zu Zielgruppen und Online-Werbeträgern sowie Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate Juli bis September 2009. Die Daten der internet facts 2009-III sind ab sofort im AGOF Planungstool TOP für die Mediaplanung hinterlegt.

#### **Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern**

Mit einer Reichweite von 17,11 Millionen Unique Usern pro Monat (39,3 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von WEB.DE (13,90 Mio. bzw. 32,0 Prozent) und Yahoo! (10,33 Mio. bzw. 23,7 Prozent). GMX (8,67 Mio. bzw. 19,9 Prozent) und MSN.de (8,58 Mio. bzw. 19,7 Prozent) belegen die weiteren Plätze.

Bei den Vermarktern führt InteractiveMedia mit 22,27 Millionen Unique Usern pro Monat (51,2 Prozent) vor United Internet Media mit 20,17 Millionen (46,4 Prozent) und TOMORROW FOCUS mit 19,93 Millionen (45,8 Prozent). Im Weiteren folgen SevenOne Media (19,27 Mio. bzw. 44,3 Prozent) und AOL Media Netzwerk (16,73 Mio. bzw. 38,5 Prozent).

Die Reichweiten der Gesamt-Angebote werden nach Maßgabe der ag.ma-Gremien erhoben und sind Gegenstand der ma online, die von der Gattung Online innerhalb der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) herausgegeben wird. Die ma 2009 online III erscheint parallel zur internet facts 2009-III am heutigen Tag.

#### **Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung**

Gemäß der internet facts 2009-III erreicht das Internet in Deutschland im Ausweisungszeitraum 69 Prozent, d.h. 44,38 Millionen Menschen sind im Netz (68,5 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (64,82 Mio.)). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 67,1 Prozent der Deutschen, d.h. 43,49 Millionen Menschen. Damit nähert sich Online-Durchdringung unaufhaltsam der 75-Prozent-Marke in der Bevölkerung.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | 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 | Christian Goedecke |



### **Hohe Online-Durchdringung in allen Altersklassen**

Die starke Verbreitung des Internets wirkt sich auch auf die Online-Nutzerstrukturen aus. So wird das Internet inzwischen in allen Altersklassen genutzt. Ein Vergleich der Altersstrukturen der Internetnutzer und der Nicht-Internetnutzer zeigt die Stärke der im Netz anzutreffenden Altersgruppen. Mit weit über 90 Prozent Internetnutzern sind die jungen Altersklassen der 14-bis 29-Jährigen fast vollständig im Internet präsent. Auch die 30- bis 39-Jährigen haben mit 90,3 Prozent Onlinern die 90-Prozent-Marke erreicht, bei den 40- bis 49-Jährigen sind es 82,4 Prozent. Auch bei den so genannten Silver Surfern erfreut sich das Internet großer Beliebtheit: So weisen die 50- bis 59-Jährigen mittlerweile einen Internetnutzeranteil von 67,2 Prozent auf, bei den über 60-Jährigen ist mit 28,8 Prozent schon weit mehr als ein Viertel online.

### **Versierte Online-Nutzung**

73,9 Prozent der Internetnutzer sind seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 32,16 Millionen Menschen. Damit können inzwischen rund drei Viertel der Onliner als versierte User mit langer Nutzungserfahrung angesehen werden.

Dabei zeigt die Bandbreite der online genutzten Anwendungen, dass sich das Internet in den unterschiedlichsten Lebensbereichen etabliert hat. An erster Stelle steht für 88,7 Prozent (38,58 Mio.) der Internetnutzer unverändert das Senden und Empfangen von privaten E-Mails, gefolgt von der Suche in Suchmaschinen oder Web-Katalogen (84,4 Prozent bzw. 36,69 Mio. der Onliner). Es folgt die Nutzung von Nachrichten zum Weltgeschehen (64,5 Prozent, 28,04 Millionen) sowie von Angeboten zum Wetter (63,5 Prozent, 27,61 Millionen). Über die Hälfte der Onliner nutzt regionale oder lokale Nachrichten, E-Commerce sowie Online-Banking. Weitere Nutzungsschwerpunkte sind Chats und Foren, Messenger sowie das Abrufen von Kinoprogrammen oder Testergebnissen sowie der Zugriff auf Job-, Immobilien- oder Kontaktbörsen.

### **Das Internet als alltägliches Informations- und Transaktionsmedium**

Die breite und selbstverständliche Nutzung des Internets wirkt sich auch auf das Einkaufsverhalten vieler Konsumenten aus: Mit 97,8 Prozent (42,54 Mio.) haben fast alle Internetnutzer schon einmal Produktinformationen im Internet gesucht.

Auch als Bezugsquelle wird das Internet von vielen genutzt: Der Anteil der Online-Shopper unter den Internetnutzern liegt bei 87,2 Prozent, d.h. 37,92 Millionen Menschen haben in den vergangenen 12 Monaten etwas im Internet gekauft. Bücher stehen mit 39,6 Prozent (17,21 Mio.) unverändert auf Platz eins beim E-Commerce. Danach folgen Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen (33,3 Prozent, 14,48 Millionen). Weitere beliebte Produkte beim Online-Einkauf sind Musik-CDs, Hotelbuchungen, Damenbekleidung sowie Urlaubs- und Last-Minute-Reisen.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP |  
FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |  
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC |  
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](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) |  
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Christian Goedecke |



Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2009-III mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter [www.agof.de/internetfacts](http://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-Werbe-trägerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweiten-währung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AOL Deutschland Medien GmbH, Axel Springer Media Impact, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, Hi-media S.A., InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq digital media marketing GmbH, Microsoft Advertising, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, SevenOne Media GmbH, SPIEGEL QC, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: AdBerry Media GmbH, Adconion Media Group, adflames Media – A Division of Warner Music Group Germany Holding GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media, AdTiger.de, ADselect GmbH, Andreae-Noris Zahn AG, artnet AG, Axel Springer Financial Media | wallstreet:online, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, Euro Klassik GmbH, Fantastic Zero, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH, Greater Union Filmpalast GmbH, guentiger.de Verlag GmbH, IDG Communications Media AG, imedo GmbH, krebomedia GmbH, magnus.de, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, mokono GmbH, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, Net-MediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, QWERTZ-Media GmbH, RealGames Europe B.V., reachnet, RTL Radiovermarktung GmbH, SOMA 2 GmbH, Ströer Interactive GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Vertical Network Media GmbH, VIACOM Brand Solutions, WEB FINANCIAL GROUP Company, WerbeWeischer GmbH & Co. KG, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH und xplosion media GmbH.

### Bei Rückfragen:

**Nadja Elias**

**AGOF Pressesprecherin**

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: [nadja.elias@agof.de](mailto:nadja.elias@agof.de)

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | 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](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) |  
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Christian Goedecke |