



PRESSEMITTEILUNG

AGOF veröffentlicht internet facts 2010-I: Studienanpassungen sichern hohen Qualitätsstandard der Planungsdaten

Anpassung der MultiClient-Definition an veränderte Nutzungsrealität / Ausweitung der Grundgesamtheiten / Neue CATI-Welle kommt zum Einsatz / Notwendige Studienanpassungen bedingen Nicht-vergleichbarkeit insbesondere der Reichweitendaten der internet facts 2010-I und der ma 2010 Online I mit vorangegangenen Ausweisungswellen

Frankfurt, 24. Juni 2010. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die internet facts 2010-I weist Reichweiten- und Strukturdaten für 655 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und 3.414 Belegungseinheiten aus. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten zu Zielgruppen und Online-Werbeträgern und Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate Januar bis März 2010. Die Daten der internet facts 2010-I stehen ab sofort im AGOF Planungstool TOP für die Mediaplanung zur Verfügung.

Notwendige Studienanpassungen

Mit der internet facts 2010-I – ebenso mit der ma 2010 Online I – werden unumgängliche Studienneuerungen in Form von Anpassungen wirksam: Aus dem veränderten Online-Nutzungsverhalten in Bezug auf die Anzahl genutzter Rechner und Browser sowie hinsichtlich unterschiedlicher Nutzungsorte, das die AGOF im Rahmen einer empirischen Online-Nutzungsstudie festgestellt hat, hat sich die Notwendigkeit einer **Definitionsanpassung des MultiClient-Modells** ergeben: Bislang wurde ein MultiClient-Nutzer als ein Nutzer definiert, der das Internet von mehr als einem Ort nutzt und bzw. oder das Internet an mindestens einem Ort von zwei Rechnern aus nutzt (Bildung eines MultiClient-Nutzers durch die Zusammenfassung von zwei Clients (Rechner)). Um die Online-Nutzung auch weiterhin möglichst realitätsnah abzubilden, gilt ab der aktuellen Ausweisung als MultiClient-Nutzer, wer das Internet von mehr als einem Ort aus nutzt und bzw. oder mit mehr als einem Browser pro Rechner online geht (Bildung eines MultiClient-Nutzers durch die Zusammenfassung von jetzt bis zu vier Clients (Rechner bzw. Browser)). Der Anteil von MultiClient-Nutzern in der internet facts steigt damit von bisher 37 Prozent auf jetzt etwa 75 Prozent. Des Weiteren werden mit der aktuellen Ausweisung analog zu den anderen ma-Studien **neue, erweiterte Grundgesamtheiten** zur Verfügung stehen: Neben der bislang referenzierten deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren,

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

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 | Jesko Kehl | Oliver von Wersch |



werden ab sofort auch EU-Ausländer und andere deutschsprachige Ausländer in der Grundgesamtheit erfasst und abgebildet.

Und schließlich kommt bei der aktuellen AGOF bzw. ag.ma Studie turnusgemäß eine neue CATI-Welle zum Einsatz, die zwar keine Studienneuerung im engeren Sinne darstellt, aber dennoch datenrelevante Auswirkungen hat.

Multiple reichweitenrelevante Auswirkungen der Studienanpassungen

Die durchgeführten Studienanpassungen führen zu einschneidenden Veränderungen beim Leistungswert Netto-Reichweite:

Zunächst steigt durch die Anpassung der MultiClient-Definition die Anzahl der genutzten Angebote pro Nutzer. Damit steigen durchschnittlich über alle Angebote hinweg auch die Netto-Reichweiten.

Dann führen die genannten Erweiterungen der Grundgesamtheit zu einem Reichweitenanstieg derselben.

Und schließlich wird durch die neue CATI-Welle mehr Internetnutzung an sich berücksichtigt und eine höhere Online-Nutzung abgebildet.

Darüber hinaus greift bei der aktuellen Welle auch die Saisonalität: Im ersten Quartal eines jeden Jahres ist die Online-Nutzung generell am höchsten. Der sich lange in das erste Quartal dieses Jahres hineinziehende Winter hat diesen Effekt nochmals weiter verstärkt.

In Summe führen diese Einzeleffekte durchschnittlich über alle in der internet facts und der ma Online erhobenen und ausgewiesenen Angebote hinweg zu einem Anstieg der Netto-Reichweiten (WNK), der auf Einzelangebotsebene jedoch unterschiedlich hoch ausfallen kann.

Konsequenzen der Studienneuerungen – wichtige Hinweise zur Berichterstattung: Vergleiche mit vorangegangenen Studienwellen nicht mehr möglich und nicht zulässig

Die Studienneuerungen haben zur Folge, dass sich die Zahlenwerte der ma 2010 Online I und der internet facts 2010-I sowohl im Hinblick auf die Reichweiten- und Strukturdaten der Angebote und Vermarkterportfolii als auch die Daten zur allgemeinen Internetnutzung und zum E-Commerce nicht mehr mit vorangegangenen Ausweisungen vergleichen lassen. Verknüpfungen und Gegenüberstellungen jeglicher Form – „Vorher-Nachher“-Darstellungen, Darstellung von „Reichweitzuwächsen und -verlusten“ auf Angebots- und/oder Vermarkterebene, „Gewinner- und Verlierer“-Rankings etc. – sind nicht zulässig.

Marktteilnehmer befürworten konsensual Studienanpassungen

Die von der AGOF und der ag.ma vollzogenen Studienanpassungen werden von den relevanten Marktteilnehmern, insbesondere den in der ag.ma vertretenen Nutzern und ihren Organisationen, der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) und der Organisation der Mediaagenturen im GWA (OMG), sowie dem Online-Vermarkterkreis im

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

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 | Jesko Kehl | Oliver von Wersch |



BVDW (OVK) und dem Fachforum der Online-Mediaagenturen (FOMA) ausdrücklich begrüßt und befürwortet. Die Marktteilnehmer unterstützen konsensual die Umsetzung in der internet facts und der ma Online.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit Vollzug der oben genannten Studienneuerung stellt sich das Ranking der reichweitenstärksten Angebote wie folgt dar: Mit einer Reichweite von 54,5 Prozent (27,09 Millionen Unique User pro Monat) liegt T-Online an erster Stelle, gefolgt von WEB.DE (34,8 Prozent bzw. 17,27 Millionen Unique User) und Yahoo! (30,6 Prozent bzw. 15,22 Millionen Unique User). MSN.de (27,3 Prozent bzw. 13,55 Millionen Unique User) und GMX (25,8 Prozent bzw. 12,81 Millionen Unique User) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt InteractiveMedia mit 63,9 Prozent Reichweite (31,72 Millionen Unique User pro Monat) vor TOMORROW FOCUS mit 60,7 Prozent (30,14 Millionen Unique User) und United Internet Media mit 52,0 Prozent (25,83 Millionen Unique User). Es folgen SevenOne Media (51,1 Prozent bzw. 25,38 Millionen Unique User) und IP Deutschland (47,7 Prozent bzw. 23,70 Millionen Unique User).

Die Reichweiten der Gesamtangebote basieren auf den nach Maßgabe der ag.ma-Gremien erhobenen Daten der ma Online, die von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) herausgegeben wird. Die ma 2010 Online I erscheint parallel zur internet facts 2010-I am heutigen Tag.

Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2010-I hatte das Internet in Deutschland im Ausweisungszeitraum eine Reichweite von 72 Prozent, d.h. 50,73 Millionen Menschen waren im Netz (72,0 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre (70,50 Mio.)). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 70,5 Prozent der Bevölkerung, d.h. 49,68 Millionen Menschen.

74,4 Prozent der Internetnutzer sind seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 31,94 Millionen Menschen. Diese breite und selbstverständliche Nutzung des Internets wirkt sich auch auf das Einkaufsverhalten vieler Konsumenten aus: Mit 97,6 Prozent (48,48 Mio.) haben fast alle Internetnutzer schon einmal Produktinformationen im Internet recherchiert. Und auch als Bezugsquelle wird das Internet von den meisten genutzt: Der Anteil der Online-Shopper unter den Internetnutzern liegt bei 86,9 Prozent, d.h. 43,19 Millionen Menschen haben in den vergangenen 12 Monaten etwas im Internet gekauft. Bücher stehen dabei mit 41,2 Prozent (20,47 Mio.) unverändert auf Platz eins. Danach folgen Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen (34,4 Prozent, 17,07 Mio.). Weitere beliebte Produkte beim Online-Einkauf sind Musik-CDs, Hotelbuchungen, Damenbekleidung sowie Urlaubs- und Last-Minute-Reisen.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

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 | Jesko Kehl | Oliver von Wersch |



Jürgen Sandhöfer, Vorstand der für die internet facts verantwortlichen Sektion Internet in der AGOF: *„Mit den notwendigen, im Konsens mit den Agenturen und Werbungtreibenden durchgeführten Studienanpassungen sichert die AGOF nicht nur den hohen Qualitätsstandard der internet facts Daten und damit der Online-Planungsgrundlage, sondern stellt einmal mehr die große Anpassungsfähigkeit ihrer Markt-Media-Studie an veränderte Mediennutzungsrealitäten unter Beweis.“*

Und Thomas Duhr, Vorstandsvorsitzender der AGOF und Vorstand Online der ag.ma, ergänzt: *„Die gemeinsame Verständigung aller Marktteilnehmer auf Notwendigkeit und Durchführung der Studienanpassungen unterstreicht die hohe Akzeptanz der internet facts und ma Online trotz zum Teil deutlicher Änderungen. Das ist ein wichtiges Markt-Signal für Zukunftsfähigkeit und Relevanz beider Studien.“*

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2010-I mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter 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-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: AOL Deutschland Medien GmbH, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, Contnet AG, Deutsche Telekom AG, eBay (UK) Limited, 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, Quality Channel GmbH, SevenOne Media GmbH, Telefónica o2 Germany GmbH & Co. OHG, TOMORROW FOCUS Portal GmbH, United Internet Media AG, Vodafone D2 GmbH, Yahoo! Deutschland GmbH und YOC MOBILE ADVERTISING GMBH.

Lizenznehmer sind: ad pepper media GmbH, AdBerry Media GmbH, Adconion GmbH, AdImpulse Media GmbH, ADselect GmbH, Andreae-Noris Zahn AG, arejo GmbH, arnet AG, Business Advertising GmbH, Celebrity News UG, Cinema Management Services GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia GmbH, Deutscher Fachverlag GmbH, Doodle AG, ECONA Internet AG, Family Media GmbH & Co. KG, Fantastic Zero GmbH, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH, guentiger.de GmbH, IDG Business Media

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

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 | Jesko Kehl | Oliver von Wersch |



GmbH, imedo GmbH, intermedia advertising GmbH, Klassik Radio AG, krebomedica GmbH, MAIRDUMONT GmbH & Co. KG, media4markets GmbH, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, mediasports Digital GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Midasplayer Vertriebs GmbH / king.com, mokono GmbH, MTV Networks Germany GmbH, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, QWERTZ-Media GmbH, Reachnet DE Ltd., RealGames Europe B.V., RTL Radiovermarktung GmbH, SOMA 2 GmbH, Ströer Interactive GmbH, teligo GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister GmbH, Urban Media GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, vertical network media GmbH, WEB FINANCIAL GROUP Deutschland GmbH, Weischer Online GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH & Co. KG und XING AG.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

Katharina Böhm

AGOF Referentin Marketing/PR

Tel.: 069/264888-318

Fax: 069/264888-320

Mobil: 0151/12671388

Mail: katharina.boehm@agof.de

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY |
FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA |
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 |
YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

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 | Jesko Kehl | Oliver von Wersch |