



## PRESSEMITTEILUNG

### **AGOF Branchenbericht Entertainment (if 2010-II): Im Netz spielt die Musik**

**Über drei Viertel der Internetnutzer interessieren sich für Entertainment-Produkte oder informieren sich online darüber / Bereits die Hälfte bezieht Unterhaltungsprodukte im Netz / Fast 80 Prozent der Zielgruppe gehört zur werberelevanten Personengruppe 14 - 49 Jahre**

**Frankfurt, 8. November 2010.** Wenn es um Entertainment-Produkte geht, ist das Netz zum unverzichtbaren Kommunikations- und Distributionskanal geworden, auch beim anstehenden Weihnachtsgeschäft. Das zeigt der neueste Branchenbericht „Entertainment“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF): Mehr als drei Viertel der Internetnutzer, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben (79,3 Prozent, 39,42 Millionen) interessieren sich für Entertainment-Produkte wie beispielsweise Computer- und Videogames, Musik-CDs, Eintrittskarten oder Filmen auf DVDs oder haben dazu schon einmal Informationen online recherchiert (79,2 Prozent, 39,34 Millionen). Und über die Hälfte (56,8 Prozent, 28,22 Millionen) hat diese Produkte in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft.

#### **Zunehmende Digitalisierung rund um Entertainment-Produkte macht den Marketing-Kanal Online für die Branche unverzichtbar**

Da viele Entertainment-Produkte in einem engen Zusammenhang mit der Computer- und Online-Welt stehen, spielt das Internet als Informations- und Transaktionsmedium eine wichtige Rolle. Immer mehr Spiele, Filme oder Musikstücke werden direkt über das Internet als kostenpflichtige Downloads bezogen, darüber hinaus erwerben immer mehr Menschen Eintrittskarten zu Konzerten oder für Theaterveranstaltungen im Internet.

Damit wird das Internet zu einem unverzichtbaren Marketing- und Vertriebskanal, besonders für die Entertainment-Industrie. Es ermöglicht den zielgerichteten Dialog mit Interessierten und potenziellen Kunden, die zudem unmittelbar in der Orientierungs- und Entscheidungsphase werblich angesprochen werden können.

Und das in einer äußerst attraktiven Zielgruppe: 77,4 Prozent der online vertretenen entertainmentaffinen Zielgruppen gehören zur werberelevanten Personengruppe der 14- bis 49-Jährigen. Und 30,3 Prozent der entertainmentaffinen User verfügen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro über eine starke Kaufkraft.

Gleichzeitig kann über das Netz der zunehmende Digitalisierungsprozess und die damit zusammenhängende Kommerzialisierung von Unterhaltungsangeboten unter Wahrung der jeweiligen Rechte unterstützt werden.

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 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING



Der Branchenbericht Entertainment basiert auf den Daten der internet facts 2010-II und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die Entertainment-Branche – und zwar in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf. Unter dem Oberbegriff Entertainment-Produkte wurden dabei die Produkte Computer- und Videogames Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte, Sportveranstaltungen etc., Filme auf DVDs, Videos, Musik-CDs sowie gebührenpflichtige Musik-/Film-Downloads aus dem Internet zusammen gefasst.

Basis für den Branchenbericht 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 2010-II 49,68 Millionen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, das entspricht 70,5 Prozent dieser Grundgesamtheit, die aus 70,51 Millionen Menschen besteht.

Unter [www.agof.de/branchenberichte](http://www.agof.de/branchenberichte) stehen der Branchenbericht „Entertainment“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband 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 Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

### **Über die internet facts**

Mit ihrer Markt-Media-Studie internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF durch die Überführung des Reichweitenteils unter die methodische Hoheit der ag.ma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma online der ag.ma erscheint, wird von der [Sektion Internet](#) in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantwortet. Ausgewiesen werden in der internet facts

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 | 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](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) |  
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch



Struktur- und Reichweitendaten für fast 700 Internet-Werbeträger der [Studienteilnehmer](#) an der internet facts.

**Bei Rückfragen:**

**Katharina Böhm**  
**AGOF PR/Marketing Managerin**

Tel.: 069/264888-318

Fax: 069/264888-320

Mobil: 0151/12671388

Mail: [katharina.boehm@agof.de](mailto: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 |  
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](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) |  
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch