



## PRESSEMITTEILUNG

### **AGOF internet facts 2010-III: 97 Prozent der Onliner bereiten ihren Einkauf im Netz vor**

**49,08 Mio. Menschen informieren sich zu Produkten im Internet, 43,39 Mio. sind Online-Shopper / Dreiviertel der Deutschen bereits im Netz / Das Internet als alltägliches Informations- und Transaktionsmedium etabliert**

**Frankfurt, 16. Dezember 2010.** Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die internet facts 2010-III weist Reichweiten- und Strukturdaten für 694 Online-Werbeträger und 3.692 Belegungseinheiten aus – ein neuer 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 2010. Die Daten der internet facts 2010-III stehen ab sofort im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP für die Mediaplanung zur Verfügung.

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

Mit einer Reichweite von 26,46 Millionen Unique Usern pro Monat (52,2 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (23,34 Mio. bzw. 46,1 Prozent) und WEB.DE (17,64 Mio. bzw. 34,8 Prozent). Yahoo! Deutschland (15,26 Mio. bzw. 30,1 Prozent) und MSN (13,54 Mio. bzw. 26,7 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt InteractiveMedia mit 31,85 Millionen Unique Usern pro Monat (62,9 Prozent) vor TOMORROW FOCUS mit 30,74 Millionen (60,7 Prozent) und SevenOne Media mit 27,30 Millionen (53,9 Prozent). Es folgen United Internet Media (26,49 Mio. bzw. 52,3 Prozent) und IP Deutschland (26,13 Mio. bzw. 51,6 Prozent).

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 III erscheint parallel zur internet facts 2010-III am heutigen Tag.

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

Gemäß der internet facts 2010-III hatte das Internet in Deutschland im Ausweisungszeitraum eine Reichweite von 73 Prozent, d.h. 51,78 Millionen Menschen waren im dritten Quartal 2010 im Netz (73,4 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,51 Mio.)). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei

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



Monate) zählen 71,9 Prozent der Bevölkerung, d.h. 50,67 Millionen Menschen.

Dabei sind 77,3 Prozent der Internetnutzer seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 39,16 Millionen Menschen. Somit können inzwischen rund drei Viertel der Onliner als versierte User mit langer Nutzungserfahrung angesehen werden. Gleichzeitig zeigt die Bandbreite der online genutzten Anwendungen, dass sich das Internet in den unterschiedlichsten Lebensbereichen etabliert hat. An erster Stelle steht für 87,8 Prozent (44,50 Mio.) der Internetnutzer unverändert das Senden und Empfangen von privaten E-Mails, gefolgt von der Suche in Suchmaschinen oder Web-Katalogen (82,1 Prozent bzw. 41,59 Mio. der Onliner). Es folgt die Nutzung von Angeboten zum Wetter (65,9 Prozent, 33,39 Millionen) und von Nachrichten zum Weltgeschehen (65,4 Prozent, 33,12 Millionen). Über die Hälfte der Onliner nutzt außerdem E-Commerce, regionale oder lokale Nachrichten sowie Online-Banking. Weitere Nutzungsschwerpunkte sind Chats und Foren, das Abrufen von Sport- oder Testergebnissen und Kinoprogrammen sowie Messenger.

### **Online-Informationsrecherche und Online-Kauf von Produkten**

Diese breite und selbstverständliche Nutzung des Internets als Informations- und Transaktionsmedium spiegelt sich auch in der Online-Recherche und dem Online-Kauf wider.

So haben sich mit einem Anteil von 96,9 Prozent, das entspricht 49,08 Millionen Menschen, fast alle Internetnutzer schon einmal online über Produkte informiert. Dieser Umstand unterstreicht die Bedeutung des Internets als Informationsplattform in der Orientierungs- und Entscheidungsphase vor einem Kauf – egal, ob dieser letztlich online oder offline stattfindet.

Die Internetnutzer zeigen in den verschiedenen Altersklassen unterschiedliche Schwerpunkte im Ranking der Produkte, zu denen Informationen im Internet gesucht werden – der Fokus der Online-Recherche bildet dabei den jeweiligen Alters- bzw. Lebensschwerpunkt ab. Die Mehrheit der 14- bis 29-Jährigen nutzt beispielsweise die Online-Informationssuche für Entertainment- und Lifestyle-Produkte wie Musik-CDs, Eintrittskarten sowie Filme auf DVDs bzw. Videos. Bei den 30- bis 39-Jährigen wird die Online-Recherche verstärkt zum „Nestbau“ genutzt, indem Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung sowie Spielwaren gesucht werden. Bei den über 50-Jährigen steht dann die Recherche rund um Touristikangebote wie Hotels, Urlaubs- oder Last-Minute-Reisen sowie Bahntickets im Vordergrund.

Das Internet dient jedoch nicht nur als Informationsmedium für Produkte, sondern auch als Bezugsquelle für den Kauf bzw. die Inanspruchnahme von kostenpflichtigen Dienstleistungen. Insgesamt haben 85,6 Prozent der Onliner, das sind 43,39 Millionen Menschen, in den vergangenen 12 Monaten Produkte online gekauft. Bücher stehen mit 41,5 Prozent für über

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: 069-264888-310 | 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



ein Drittel der Internetnutzer unverändert auf Platz eins beim E-Commerce: 21,03 Millionen Personen beziehen ihre Lektüre über das Internet. Danach folgen Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen mit 33,9 Prozent, das sind 17,16 Millionen Nutzer. Weitere beliebte Produkte beim Online-Einkauf sind Musik-CDs, Damenbekleidung, Hotelbuchungen sowie Urlaubsreisen und Last-Minute-Reisen.

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2010-III mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter [www.agof.de/internetfacts](http://www.agof.de/internetfacts).

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

### 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.

### Bei Rückfragen:

**Katharina Böhm**  
**AGOF Pressesprecherin**  
Tel.: 069/264888-318  
Fax: 069/264888-320

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: 069-264888-310 | 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



Mobil: 0151/12671388

Mail: [katharina.boehm@agof.de](mailto:katharina.boehm@agof.de)

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: 069-264888-310 | 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