



PRESSEMITTEILUNG

Der aktuelle AGOF Branchenbericht Sport & Fitness (if 2010-IV): Sportbegeisterte im Netz: jung, dynamisch, markenbewusst

Über ein Viertel der Internetnutzer interessiert sich für Sportartikel, bereits jeder Fünfte kauft sie im Netz / Vier von fünf sportaffinen Nutzern gehören der Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen an / Online ist idealer Marketingkanal zur Erschließung wertvoller Erstkundenkontakte und zur Intensivierung des Zielgruppendialogs

Frankfurt, 16. Mai 2011. Internetnutzer surfen heute längst nicht nur auf dem Datenhighway, sondern sind auch in der realen Welt sehr sportlich unterwegs. Bereits über drei Viertel der sportinteressierten User treiben mehrmals im Monat Sport oder halten sich durch regelmäßige sportliche Betätigung fit. Der aktuelle AGOF Branchenbericht „Sport & Fitness“ zeigt, welche „aktiven“ Zielgruppenpotenziale sich im Internet für die Sport- und Fitnessbranche erschließen: Über ein Viertel der Internetnutzer (28,6 Prozent, 14,48 Millionen) interessiert sich für Sportartikel, mehr als jeder Dritte hat dazu schon einmal Informationen online recherchiert (35,2 Prozent, 17,85 Millionen). Und bereits annähernd ein Fünftel (15,8 Prozent, 7,99 Millionen) hat in den vergangenen 12 Monaten Sportartikel im Internet gekauft. Damit ist das Internet sowohl gefragtes Informations- und Bezugsmedium rund um Sportartikel als auch ein attraktiver Werbekanal für Anbieter aus diesem Bereich. Und bietet darüber hinaus vielschichtige Möglichkeiten, Marken zu inszenieren und emotional aufzuladen.

Jung und markenbewusst: Die Sportler im Internet

Charakteristisch für die sportbegeisterten Onliner ist, im Vergleich zu den durchschnittlichen Internetnutzern, ein höherer Anteil an Männern (62,4 Prozent) und ein jüngeres Alter: Mit durchschnittlich 81,2 Prozent gehören vier von fünf der sportaffinen Nutzer zur Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen, 38,4 Prozent sind allein in der Altersklasse zwischen 14 und 29 Jahren. Dieser hohe Anteil an jüngeren Konsumenten ermöglicht Unternehmen aus der Sport- und Fitnessbranche durch Online-Werbung wertvolle Erstkundenkontakte zu knüpfen und damit langfristige Kundenbindungen zu schaffen. Weitere attraktive Eigenschaften für Werbetreibende: Die sportaffinen Nutzer sind sehr aktiv und mobil, überdurchschnittlich marken- und qualitätsbewusst, gepaart mit einer hohen Affinität zu Produkten, die als Statussymbol dienen. Und da über 75% nicht nur an Sport interessiert sind, sondern auch regelmäßig ausüben, ist Nachfrage und Bedarf an entsprechendem Equipment gewiss.

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | 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 MEDIA | 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 |
E-Mail geschaeftsstelle@agof.de | VR Darmstadt 3395 |
Vorstände: Thomas Duhr | Jesko Kehl | Klaus Nadler | Oliver von Wersch | Steffen Lambert

PRESSEMITTEILUNG



Online-Werbung erzielt maximale Brandingeffekte

Ein Blick auf diese Zielgruppenpotenziale macht deutlich, dass Sport und das dazugehörige Produktangebot nicht mehr nur auf die Offline-Welt beschränkt sind, sondern längst Einzug in die Online-Welt gehalten haben. Viele Menschen schätzen die durch das Internet gebotenen, anbieterübergreifenden Rechercheoptionen sowie das Shopping unabhängig von Ladenöffnungszeiten. Durch Online-Werbung lassen sich diese potenziellen Kundengruppen unmittelbar in ihrem Informations- und Kaufentscheidungsprozess ansprechen, so dass nachhaltige Brandingeffekte und wertvolle Kaufimpulse gesetzt werden können – und das sowohl für den Online- wie Offline-Kauf. Gleichzeitig bietet dieses affine Umfeld die Chance zum langfristigen Aufbau und zur Pflege von Markenbindungen und zur Intensivierung des Bestandskundendialogs. Dies macht das Internet zu einem unverzichtbaren Werbeträger für die Sport- und Fitnessbranche und damit geeignet für eine breite Zielgruppenansprache genauso wie zur gezielten, nahezu streuverlustfreien Bewerbung von spezifischen Artikeln, wie z.B. von Golf-Ausstattung oder Funktionskleidung.

Der Branchenbericht Sport & Fitness basiert auf den Daten der internet facts 2010-IV und zeigt auf Grundlage der Produkte Sportartikel und Sportgeräte die online anzutreffenden Potenziale für die Sportartikelbranche – und zwar in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf. 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-IV 50,67 Millionen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, das entspricht 71,9 Prozent der Grundgesamtheit, die aus 70,51 Millionen Menschen besteht.

Unter www.agof.de/branchenberichte stehen der Branchenbericht „Sport & Fitness“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband zur Verfügung.

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.

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | 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 MEDIA | 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 |
E-Mail geschaeftsstelle@agof.de | VR Darmstadt 3395 |
Vorstände: Thomas Duhr | Jesko Kehl | Klaus Nadler | Oliver von Wersch | Steffen Lambert



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-Werbe-trägerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungs-werte 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 Sek-tionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Be-reitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungs-parameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

Bei Rückfragen:

Katharina Böhm

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 069/264888-318

Fax: 069/264888-320

Mobil: 0151/12671388

Mail: katharina.boehm@agof.de

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | 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 MEDIA | 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 |
E-Mail geschaeftsstelle@agof.de | VR Darmstadt 3395 |
Vorstände: Thomas Duhr | Jesko Kehl | Klaus Nadler | Oliver von Wersch | Steffen Lambert