



## PRESSEMITTEILUNG

### internet facts 2011-03: Informationszentrale Internet

**Über 51 Mio. der deutschen Bevölkerung bereits im Netz / Internet hat sich als Informationskanal in allen Altersgruppen etabliert / 669 Online-Werbeträger und 3.275 Belegungseinheiten stehen für eine qualitativ hochwertige Online-Mediaplanung zur Verfügung**

**Frankfurt, 30. Juni 2011.** Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen ihrer Markt-Media-Studie internet facts für den Monat März 2011. Die internet facts 2011-03 weist Reichweiten- und Strukturdaten für 669 Online-Werbeträger und 3.275 Belegungseinheiten im Einzelmonat März 2011 aus. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten zu Zielgruppen und Online-Werbeträgern sowie Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Die Daten der internet facts 2011-03 stehen ab sofort im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP für die Mediaplanung zur Verfügung.

#### Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 26,23 Millionen Unique Usern im Monat März 2011 (51,8 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (24,08 Mio. bzw. 47,5 Prozent) und WEB.DE (17,27 Mio. bzw. 34,1 Prozent). Gutefrage.net (15,64 Mio. bzw. 30,9 Prozent) und Yahoo! Deutschland (14,18 Mio. bzw. 28,0 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt InteractiveMedia mit 30,88 Millionen Unique Usern im Monat März (60,9 Prozent) vor TOMORROW FOCUS MEDIA mit 30,36 Millionen (59,9 Prozent) und IP Deutschland mit 26,77 Millionen (52,8 Prozent). Es folgen SevenOne Media (26,27 Mio. bzw. 51,8 Prozent) und United Internet Media (25,83 Mio. bzw. 51,0 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 2011 Online 3 erscheint parallel zur internet facts 2011-03 am heutigen Tag.

#### Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2011-03 hatte das Internet in Deutschland im Ausweisungszeitraum eine Reichweite von 73 Prozent, d.h. 51,78 Millionen Menschen waren im März 2011 im Netz (73,4 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,51 Mio.)). Zum

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



Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 71,9 Prozent der Bevölkerung, d.h. 50,67 Millionen Menschen.

### **Internet etablierter Informationskanal in allen Altersgruppen**

Neben dieser weiten Verbreitung zeichnet die deutschen Onliner auch ihre Nutzungserfahrung aus: über dreiviertel der Internetnutzer (81,3 Prozent) sind bereits seit mehr als 3 Jahren im Netz unterwegs – und das vor allem von zuhause aus (94,6 Prozent).

Das Internet hat sich dabei vor allem als zentraler Informationskanal etabliert, wie ein Blick auf die genutzten Themen zeigt. Nach dem Allzeit-Spitzenreiter private Emails schreiben und empfangen (88,5 Prozent) dominieren vor allem Informationsthemen die Top 10 der genutzten Themen: Gleich an zweiter Stelle steht die Recherche in Suchmaschinen und Web-Katalogen (83,5 Prozent), gefolgt von Nachrichten zum Weltgeschehen (68,7 Prozent). Ebenfalls über 60 Prozent recherchieren zu Wetter (62,4 Prozent) und regionalen und lokalen Nachrichten (61,0 Prozent). Abgeschlossen werden die Top 10 von der Informationsrecherche zu Test- (40,4 Prozent) und Sportergebnissen (38,6 Prozent). Diese Informationsquellen werden in allen Altersstufen nachgefragt, wenn sich auch leichte Interessensunterschiede zwischen den Altersgruppen ablesen lassen. So ist die Recherche in Suchmaschinen etwas stärker in der Altersklasse 30-59 Jahre verbreitet (85,1 Prozent), während die ab 50-Jährigen besonders an Nachrichten zum Weltgeschehen (74,8 Prozent) und Testergebnissen (47,1 Prozent) interessiert sind. In diesen Bereichen zeigen die 14-19-Jährigen und 20-29-Jährigen ein unterdurchschnittliches Interesse (Nachrichten zum Weltgeschehen: 53,9 bzw. 64,3 Prozent; Testergebnisse: 28,6 bzw. 32,4 Prozent), dafür werden hier stärker Informationen zu Kinofilmen und -programmen sowie zu Stars und Prominenten abgefragt.

Dass das Internet zur selbstverständlichen Hauptanlaufstelle für Informationen geworden ist belegen auch die grundsätzlichen Zahlen zur Informationsrecherche im Internet: Mit einem Anteil von 96,9 Prozent, das entspricht 49,12 Millionen Menschen, haben sich fast alle Internetnutzer schon einmal online über Produkte informiert.

Diese selbstverständliche Nutzung des Internets wirkt sich auch auf das Einkaufsverhalten vieler Konsumenten aus: Bereits 85,6 Prozent, d.h. 43,40 Mio. haben in den vergangenen 12 Monaten etwas im Internet gekauft. Bücher stehen mit 41,7 Prozent (21,11 Mio.) unverändert auf Platz eins beim E-Commerce. Danach folgen Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen (33,9 Prozent, 17,19 Millionen). Weitere beliebte Produkte beim Online-Einkauf sind Musik-CDs, Hotelbuchungen, Damenbekleidung sowie Urlaubs- und Last-Minute-Reisen.

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](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) | VR Darmstadt 3395 |  
Vorstände: Thomas Duhr | Jesko Kehl | Klaus Nadler | Oliver von Wersch | Steffen Lambert



Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2011-03 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

Mobil: 0151/12671388

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