

Frankfurt, 20. August 2012
Pressemitteilung

20 Millionen Deutsche recherchieren online zu Babybedarf und Spielwaren

„AGOF facts & figures“ für das dritte Quartal 2012 veröffentlicht: Branchenreport „Spielwaren & Babybedarf“ erstmals dabei, „Bücher“, „Versicherungen“ und „Telekommunikation“ erscheinen heute ebenfalls

Weit mehr als ein Drittel der Onliner in Deutschland, nämlich 40 Prozent, recherchieren zu Spielwaren und Babybedarf im Netz. Bereits jeder vierte erwirbt diese Artikel per Mausclick. Zu diesen Ergebnissen kommt die neueste Sonderauswertung der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Damit spielt für vier von zehn Usern das Internet eine wichtige Rolle bei der Orientierung und beim Erwerb von Kinderprodukten. Die heute veröffentlichten „AGOF facts & figures: Spielwaren und Babybedarf“ zeigen außerdem: Rund die Hälfte der produktaffinen Zielgruppe ist zwischen 30 und 49 Jahre alt und beinahe 24 Millionen (47,6 Prozent) sind weiblich – beides zentrale Adressaten dieses Industriezweigs.

Wie wertvoll die Online-Präsenz für Unternehmen aus der Spielwaren- bzw. Babybedarf-Branche sein kann, belegen weitere Details der AGOF Auswertung: Mit einem überdurchschnittlichen Markenbewusstsein und hoher Affinität für Statussymbole und neue Technologien lassen sich Interessierte an Kinderprodukten auch von teureren Artikeln ansprechen. Und mit einem monatlichen Haushaltseinkommen von über 3.000 Euro verfügt ein Drittel zudem über die entsprechende Kaufkraft.

Werbetreibenden dieser Branche bietet Online eine effiziente Werbepattform, sowohl für neue wie auch bestehende Kundengruppen. Informationen und Services wie z.B. eine Online-Beratung im Umfeld der Recherche ermöglichen den interaktiven Dialog mit der Zielgruppe. Dank gezielter Aussteuerungsmechanismen lassen sich somit spezifische Produkte, z.B. Lern- oder Babyspielzeug, nahezu streuverlustfrei bewerben. Rund die Hälfte (48,5 Prozent) ist durch Online-Werbung bereits auf interessante Artikel aufmerksam geworden – also offen für Produktwerbung.

Neben „Spielwaren & Babybedarf“ sind am 20. August 2012 auch die „AGOF facts & figures“ für die Branchen „Bücher“, „Versicherungen“ und „Telekommunikation“ erschienen.

Basis für alle vier Ausgaben des dritten Quartals ist die internet facts 2012-05 und deren Weitester Nutzer-

kreis (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 2012-05 insgesamt 50,34 Millionen bzw. 71,6 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,33 Mio.) Menschen.

Unter www.agof.de/branchenberichte-facts-figures stehen alle Berichtsbände sowie jeweils eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband der Sonderauswertungen 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 agma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der agma 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 über 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.: 069/264 888-318

Fax: 069/264 888-320

Mobil: 0151/126 713 88

Mail: katharina.boehm@agof.de