



Frankfurt, 31. Januar 2013  
Pressemitteilung

## Online-Daten für den Tag: AGOF erweitert Ausweisungszeiträume

### internet facts bietet mit zusätzlichen Ausweisungszeiträumen verfeinerte Planungsbasis / Mehr als 50 Millionen Deutsche sind regelmäßig im Netz

Das Internet gehört längst zu den beliebtesten Medien in Deutschland. Fast drei Viertel der Deutschen ab 14 Jahren (73,7%) sind online, somit surfen inzwischen 51,77 Millionen der Bundesbürger durchs World Wide Web. Und das mit großer Regelmäßigkeit: 98 Prozent der User waren allein in den letzten drei Monaten mindestens einmal im Netz. An erster Stelle steht bei allen Altersgruppen dabei die private Nutzung (97,1%). Darüber hinaus ist für jeden Zweiten (54,4% bzw. 27,67 Mio.) das Internet gleichfalls fester Bestandteil des beruflichen Alltags.

Passend dazu liefert die neueste Ausgabe der Markt-Media-Studie internet facts, herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF), ab sofort eine noch detailliertere Planungsgrundlage. Mit der heute veröffentlichten internet facts 2012-11 für den Monat November 2012 bietet die AGOF neue Ausweisungszeiträume an: Neben dem Einzelmonat, dem durchschnittlichen Monat und der durchschnittlichen Woche können nun zusätzlich der durchschnittliche Tag, der durchschnittliche Montag bis Freitag und der durchschnittliche Samstag bis Sonntag als Zeitraum für Medien gewählt werden. Damit können auch für kurz terminierte Kampagnen Werbeträger transparent verglichen und die Leistungsfähigkeit des digitalen Mediums optimal ausgespielt werden. Um möglichst nah an der Planungsrealität zu bleiben, werden die neuen Ausweisungszeiträume für alle Angebote und deren Belegungseinheiten zur Verfügung stehen, die auch auf dieser Basis buchbar sind.

#### Reichweitenrankings der Angebote und Vermarkter

Mit einer Reichweite von 25,49 Millionen Unique Usern im Monat November 2012 (50,1%) liegt eBay.de bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von T-Online (24,52 Mio. bzw. 48,2%), gutefrage.net (18,23 Mio. bzw. 35,9%), WEB.DE (14,95 Mio. bzw. 29,4%) und CHIP Online (14,26 Mio. bzw. 28,0%).

Bei den Vermarktern führt im November TOMORROW FOCUS MEDIA mit 31,56 Millionen Unique Usern (62,1%) vor InteractiveMedia (29,42 Mio. bzw. 57,9%) und United Internet Media (27,81 Mio. bzw. 54,7%). Es folgen Axel Springer Media Impact (27,66 Mio. bzw. 54,4%) und die eBay Advertising Group (26,54 Mio. bzw. 52,2%).

---

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Matthias Wahl, Björn Kaspring, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | 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



In der durchschnittlichen Woche wird das Ranking von TOMORROW FOCUS MEDIA angeführt (17,45 Mio. bzw. 34,3%), den zweiten Platz teilen sich United Internet Media und InteractiveMedia (16,68 Mio. bzw. 32,8%). Die eBay Advertising Group mit 14,72 Millionen Unique Users (29,0%) und Axel Springer Media Impact mit 14,50 Millionen Unique Users (28,5%) vervollständigen die Top 5.

Die hier aufgeführten Reichweiten der Gesamtangebote basieren auf den nach Maßgabe der agma-Gremien erhobenen Daten. Diese werden parallel auch in der ma Online veröffentlicht, welche von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) herausgegeben wird. Die ma 2012 Online 11 erscheint parallel zur internet facts 2012-11 am heutigen Tag.

### **Allgemeine Daten zur internet facts 2012-11**

Im November 2012 waren in Deutschland insgesamt 74 Prozent, d.h. 51,77 Millionen Menschen im Netz (73,7% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren). Die veröffentlichte internet facts 2012-11 weist Reichweiten- und Strukturdaten für 674 Online-Werbeträger und 3.425 Belegungseinheiten sowie Kerndaten zur Internetnutzung, Zielgruppen und E-Commerce aus. Die Daten stehen ab sofort im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP zur Verfügung. Eine Auswahl an Daten, alle Rankings sowie eine Grafiksammlung und der Studiensteckbrief finden 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 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

---

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: [presse@agof.de](mailto:presse@agof.de)

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Matthias Wahl, Björn Kaspring, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | 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



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

---

**Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.** Niddastraße 52, 60329 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: [presse@agof.de](mailto:presse@agof.de)

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Matthias Wahl, Björn Kaspring, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | 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