



Frankfurt, 14. November 2013
Pressemitteilung

internet facts 2013-09 zeigt: Werbung kommt bei Onlinern an

Über 44 Prozent der Onliner bescheinigen die positive Wirkung von Werbung

Die neueste Ausgabe der AGOF internet facts unterstreicht einmal mehr die Bedeutung des Internets als Werbekanal. Denn Onliner sind Werbebotschaften gegenüber besonders aufgeschlossen. Mehr als 23 Millionen sagen von sich selbst, dass sie über Werbung schon häufiger auf interessante Produkte oder Ideen aufmerksam geworden sind. Diese Anregungen münden oft auch direkt in Transaktionen: Über 90 Prozent der Internetnutzer kaufen bereits online ein. Bei einer Vielzahl von Produkten, auch teureren Artikeln wie Computer-Hardware, Sportgeräten oder Hotelzimmern, wird mehr als jeder Zweite, der dazu online Informationen recherchiert, auch zum Online-Käufer. Beim finanziellen Hintergrund der Online-User ein Leichtes: Über 35 Prozent verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro, knapp 29 Prozent sogar über ein eigenes Nettoeinkommen von über 2.000 Euro im Monat. Gleichzeitig sind Internetnutzer perfekte Multiplikatoren, da fast jeder Dritte Wortführer in Gesprächsrunden ist.

Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Ausgabe der Markt-Media-Studie internet facts der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. (AGOF) für den Monat September 2013. Die heute veröffentlichte internet facts 2013-09 weist Reichweiten- und Strukturdaten für 694 Online-Werbeträger und 3.314 Belegungseinheiten sowie Kerndaten zur Internetnutzung, Zielgruppen und E-Commerce aus. Die Daten stehen ab sofort im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP für die Mediaplanung zur Verfügung.

Reichweitenrankings der Angebote und Vermarkter

Mit einer Reichweite von 25,98 Millionen Unique Usern im Monat September 2013 (47,2%) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (25,22 Mio. bzw. 45,8%), gutefrage.net (17,68 Mio. bzw. 32,1%), WEB.DE (14,56 Mio. bzw. 26,4%) und BILD.de (14,18 Mio. bzw. 25,7%).

Bei den Vermarktern führt im September InteractiveMedia mit 35,50 Millionen Unique Usern (64,4%) vor Axel Springer Media Impact (31,78 Mio. bzw. 57,7%) und Ströer Digital (29,21 Mio. bzw. 53,0%). Es folgen SevenOne Media (28,55 Mio. bzw. 51,8%) und United Internet Media (28,37 Mio. bzw. 51,5%).

Auch in der durchschnittlichen Woche wird das Ranking von InteractiveMedia angeführt (20,37 Mio. bzw. 37,0%), den zweiten und dritten Platz belegen Axel Springer Media Impact (16,59 Mio. bzw. 30,1%) und

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 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 | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | STRÖER
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING



United Internet Media (16,26 Mio. bzw. 29,5%). SevenOne Media mit 14,68 Millionen Unique Users (26,6%) und Ströer Digital mit 14,52 Millionen Unique Users (26,4%) vervollständigen die Top 5.

Die 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 2013 Online 9 erscheint parallel zur internet facts 2013-09 am heutigen Tag.

Allgemeine Daten zur internet facts 2013-09

Im September 2013 waren in Deutschland insgesamt 76 Prozent, d.h. 55,77 Millionen Menschen im Netz (76,0% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 10 Jahren). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK), d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben, zählen im September 2013 75,1 Prozent der Bevölkerung, d.h. 55,09 Millionen Menschen.

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2013-09 mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter 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 AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungs-

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 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 | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | STRÖER
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING



parameter, 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

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 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 | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | STRÖER
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING