



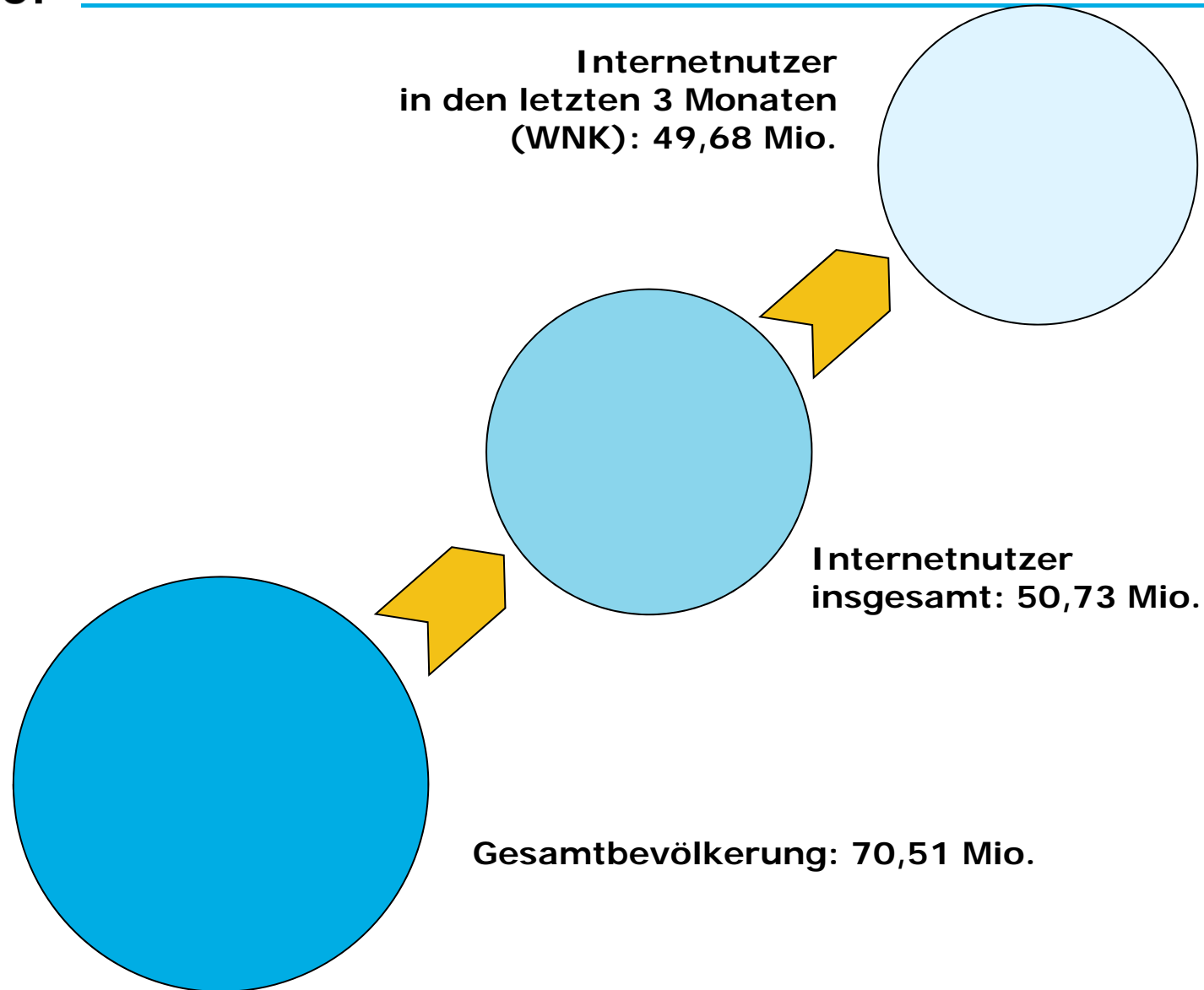
internet facts 2010-II

Graphiken zu dem Berichtsband

AGOF e.V. September 2010

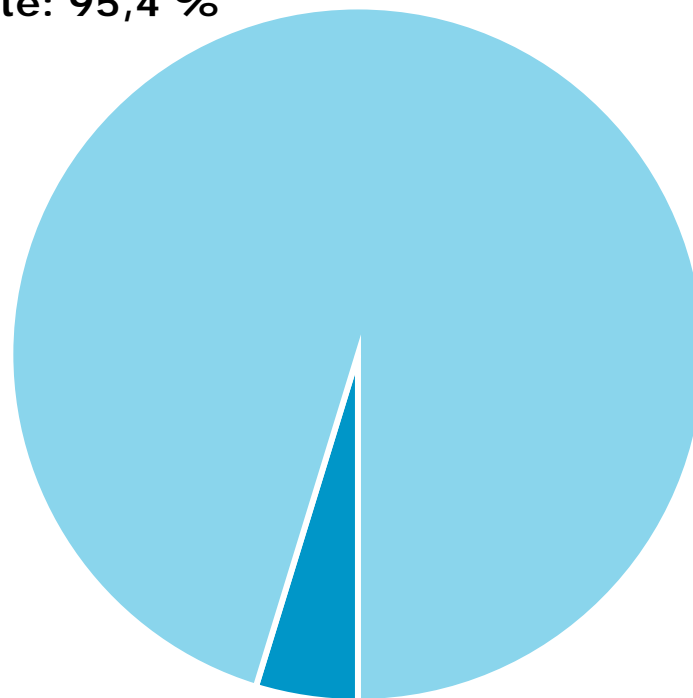


Graphiken zur Internetnutzung



Nutzung

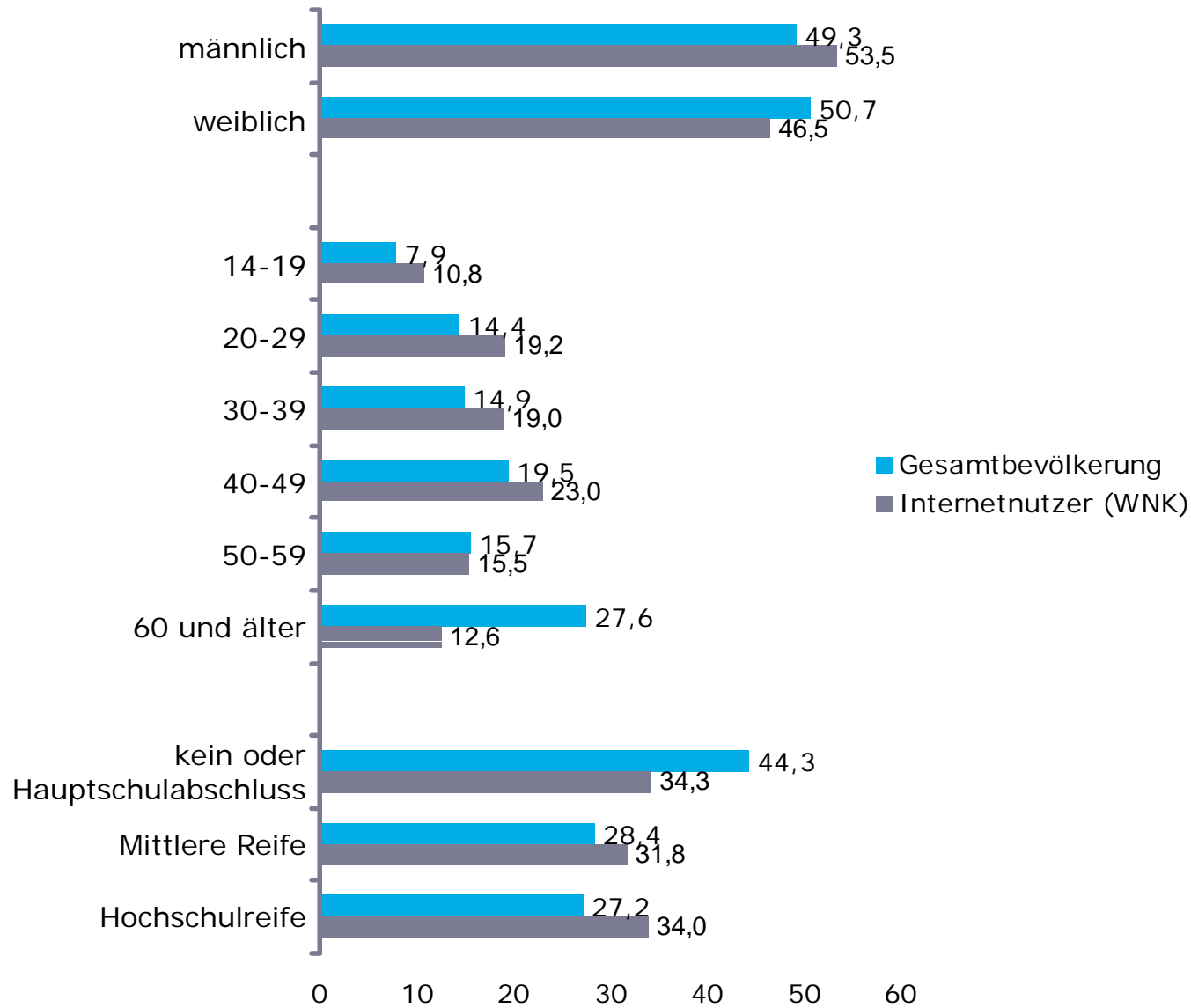
AGOF Angebote: 95,4 %



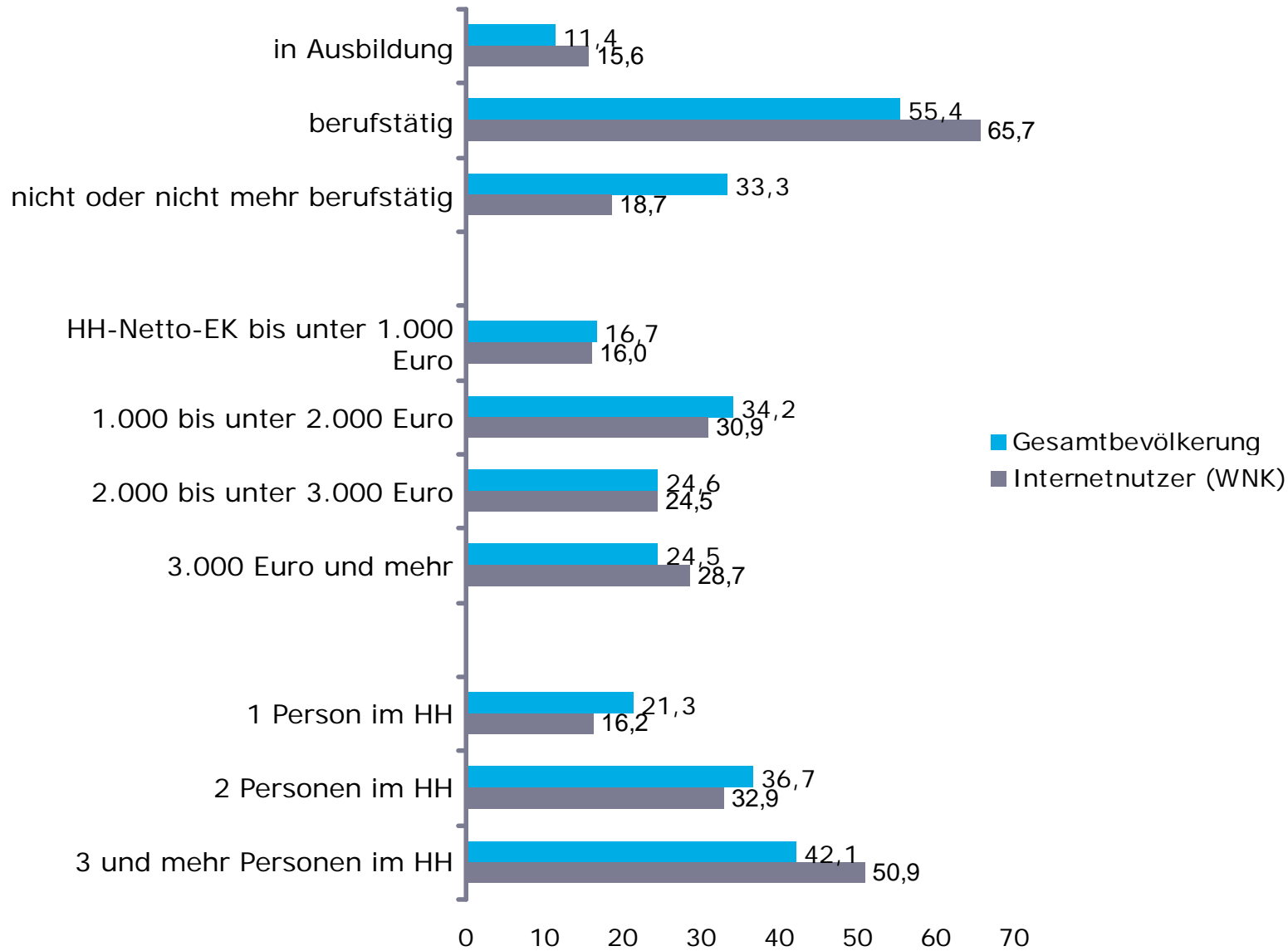
Keine Nutzung AGOF

Angebote: 4,6 %

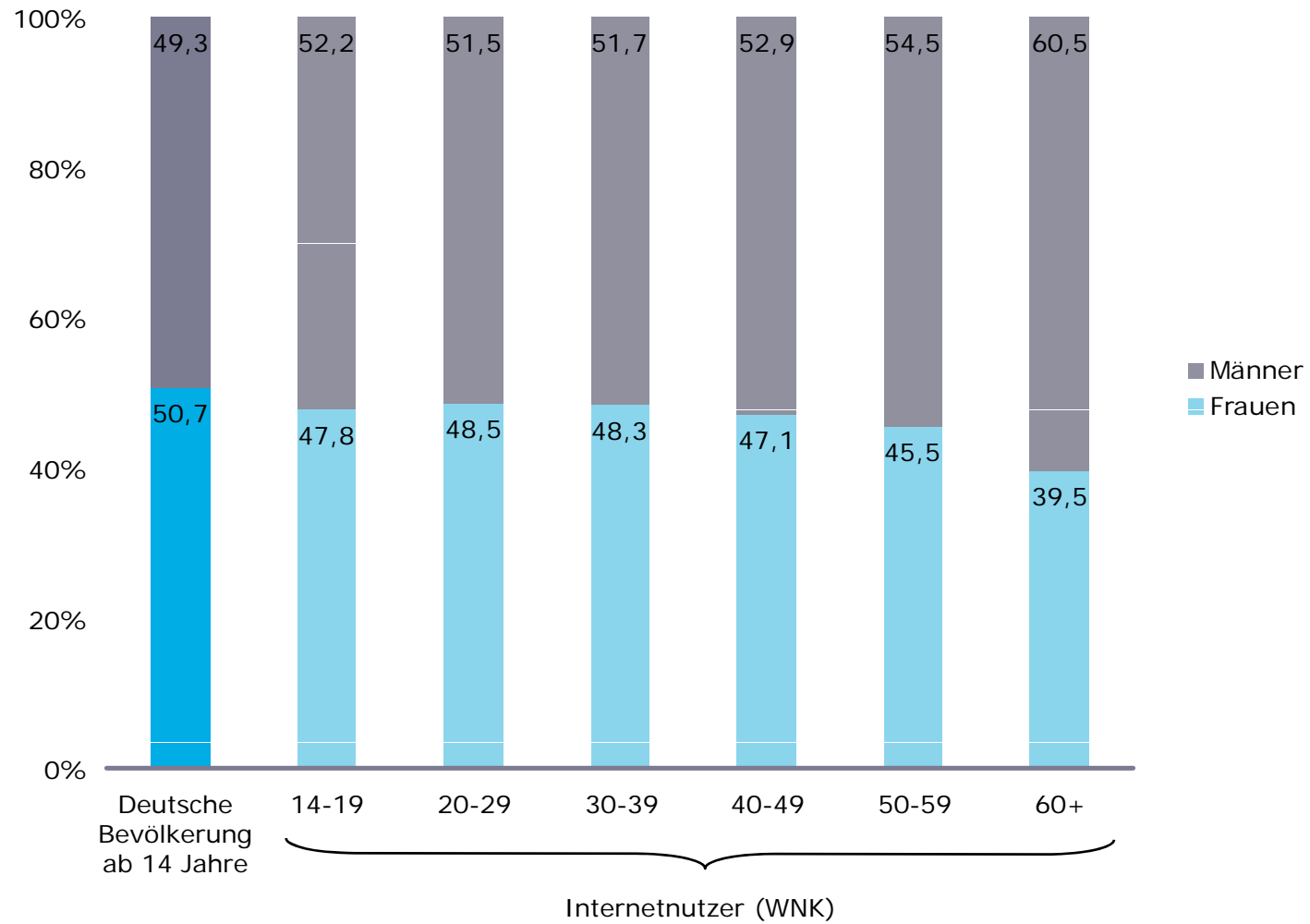
Soziodemographie Onliner vs. Bevölkerung



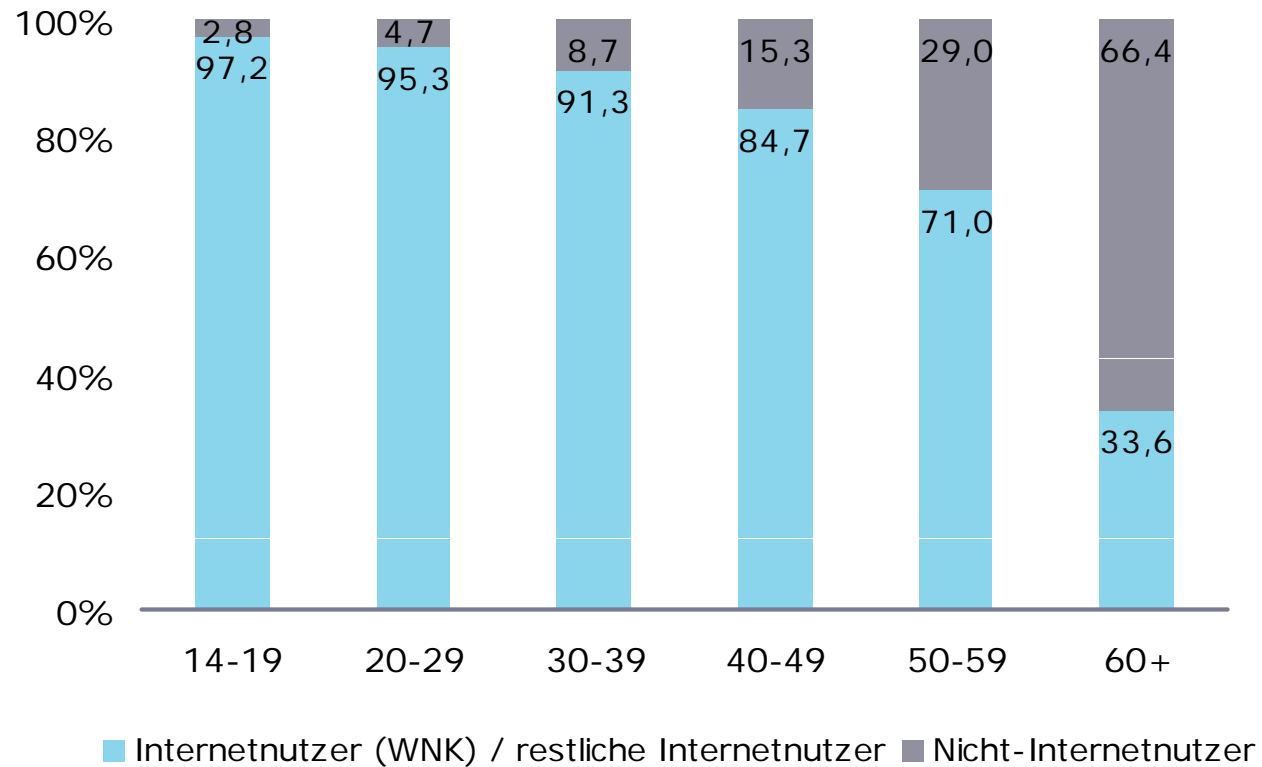
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



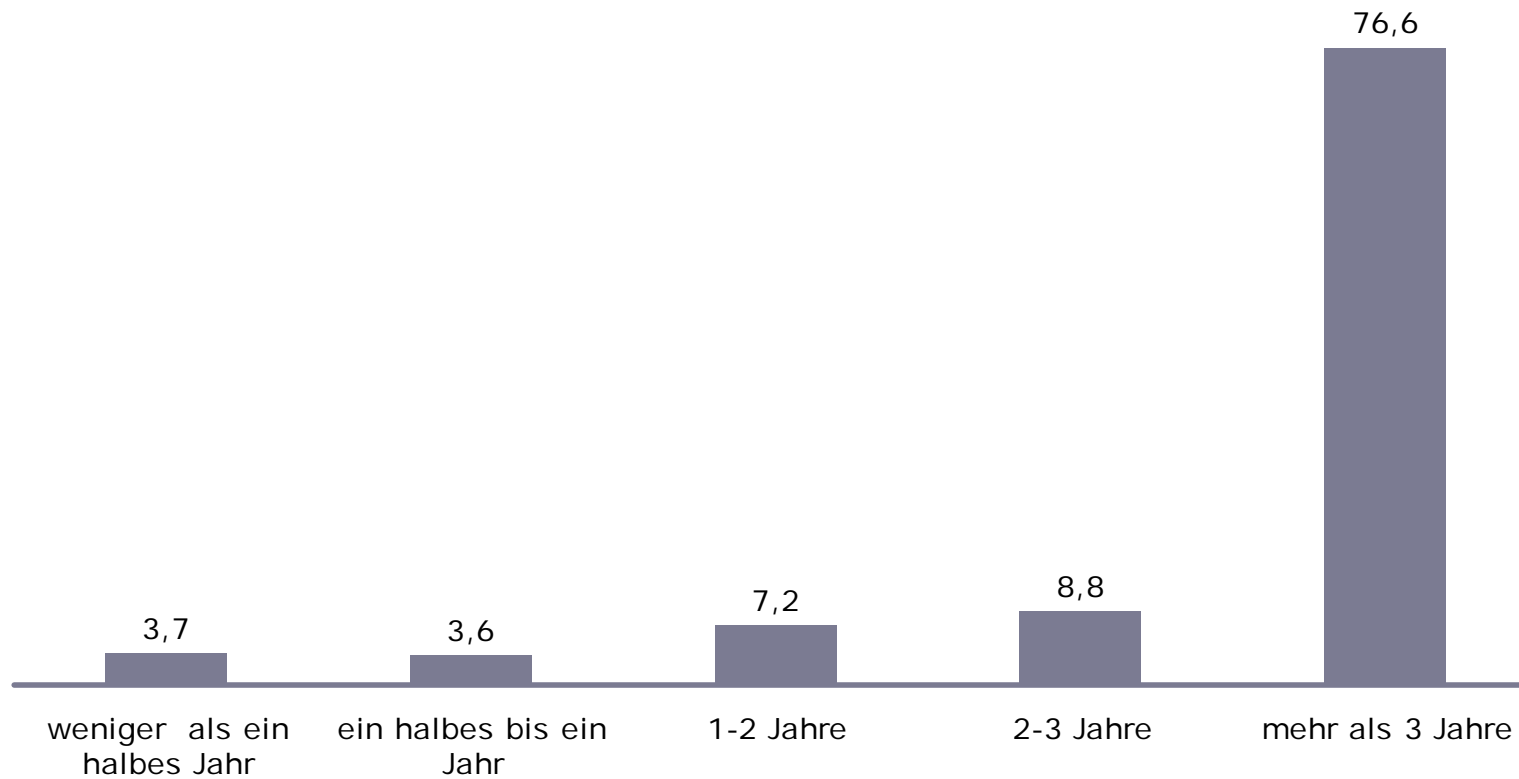
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



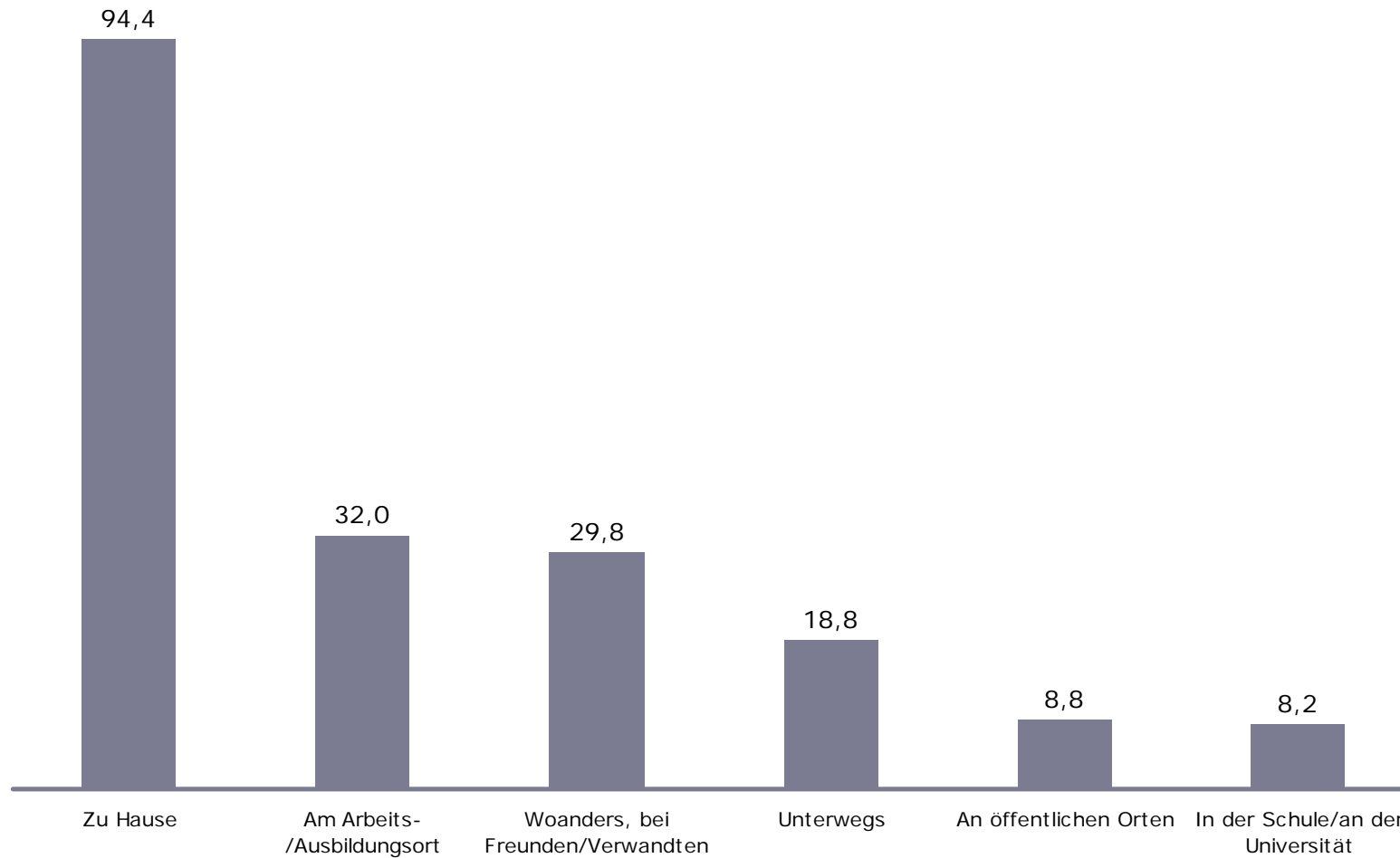
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



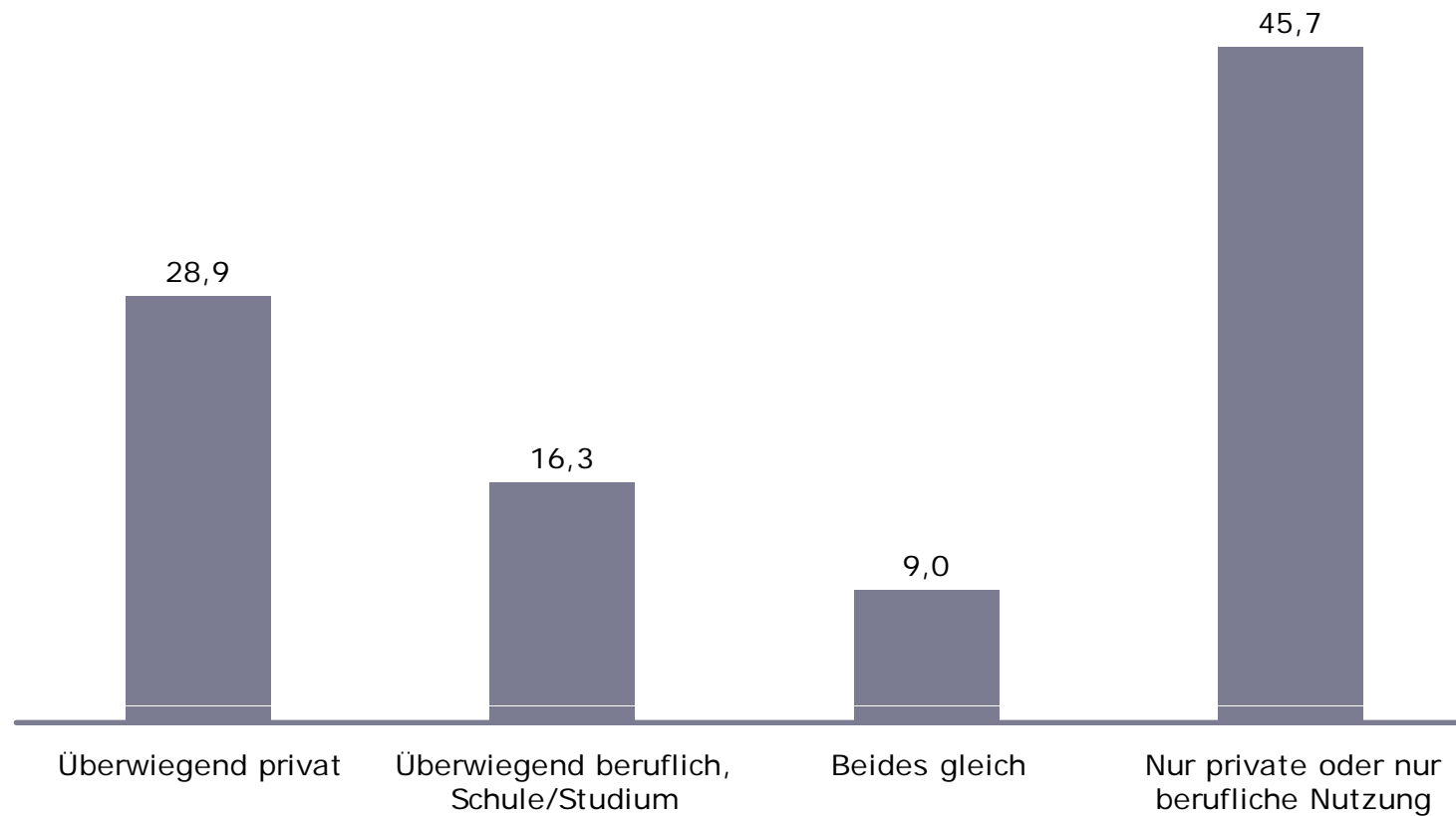
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 592 Fälle (restliche Internetnutzer) / 11.263 Fälle (Nicht-Internetnutzer)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



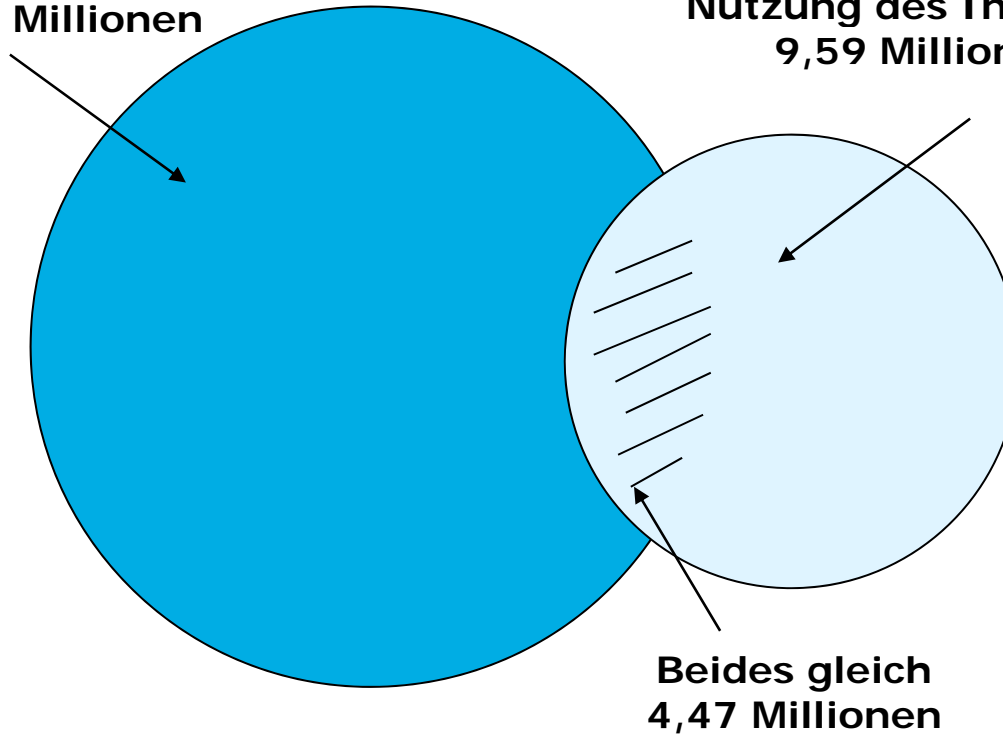
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
35,28 Millionen

Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
9,59 Millionen



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“ / „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“

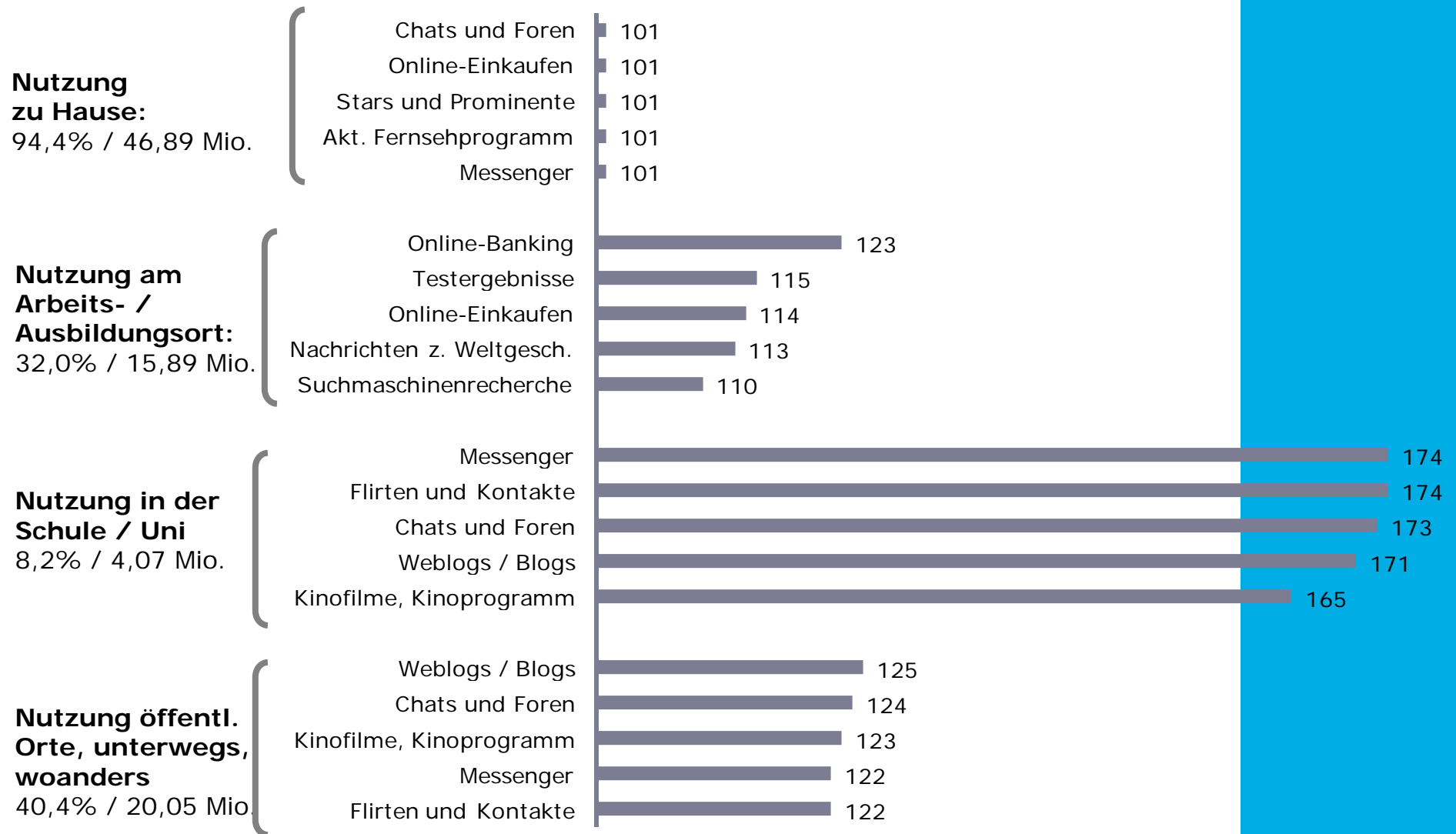
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

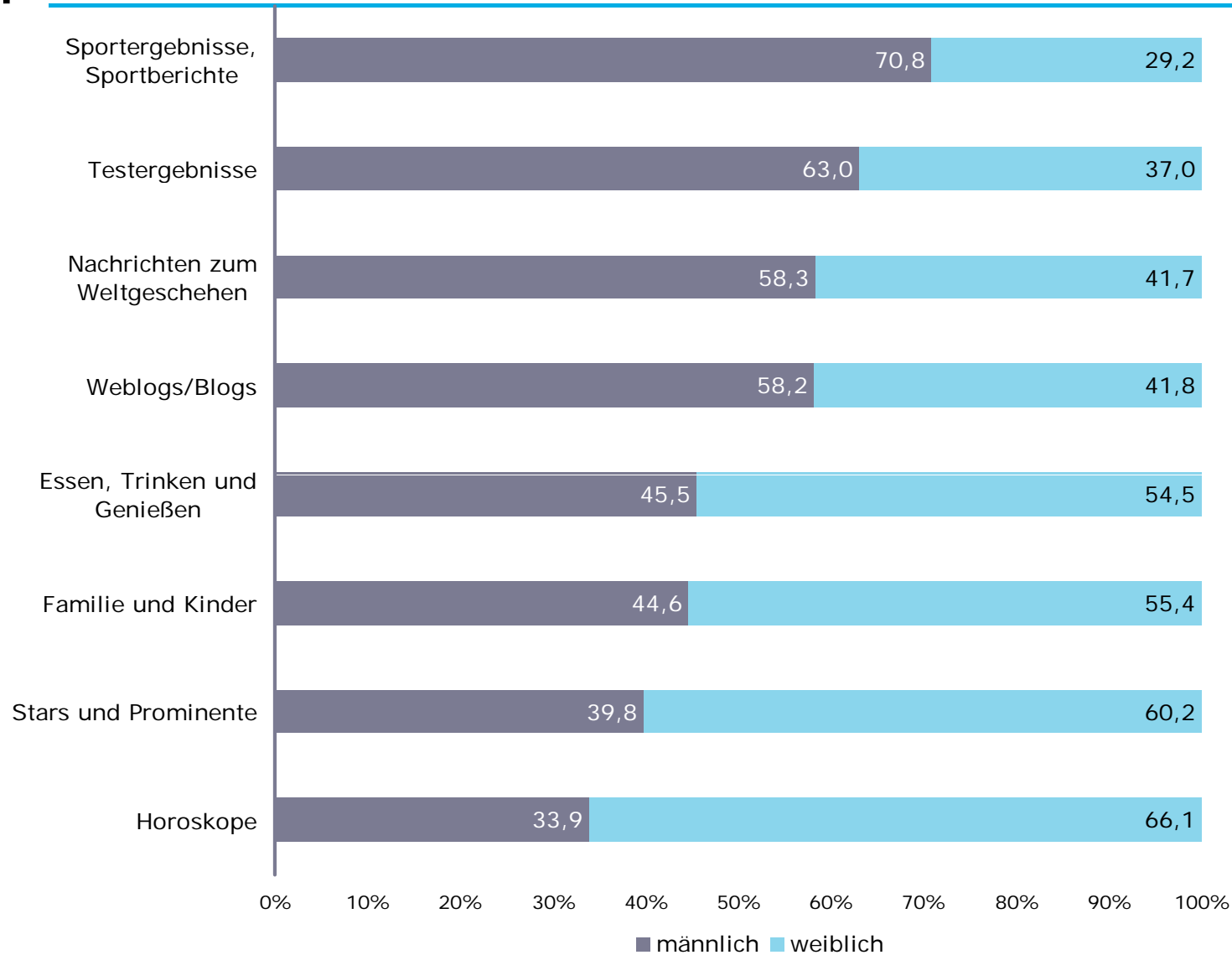
„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 22 Themen

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“/
 Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben als Indexwerte /
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Geschlechterverteilung in den Themenbereichen



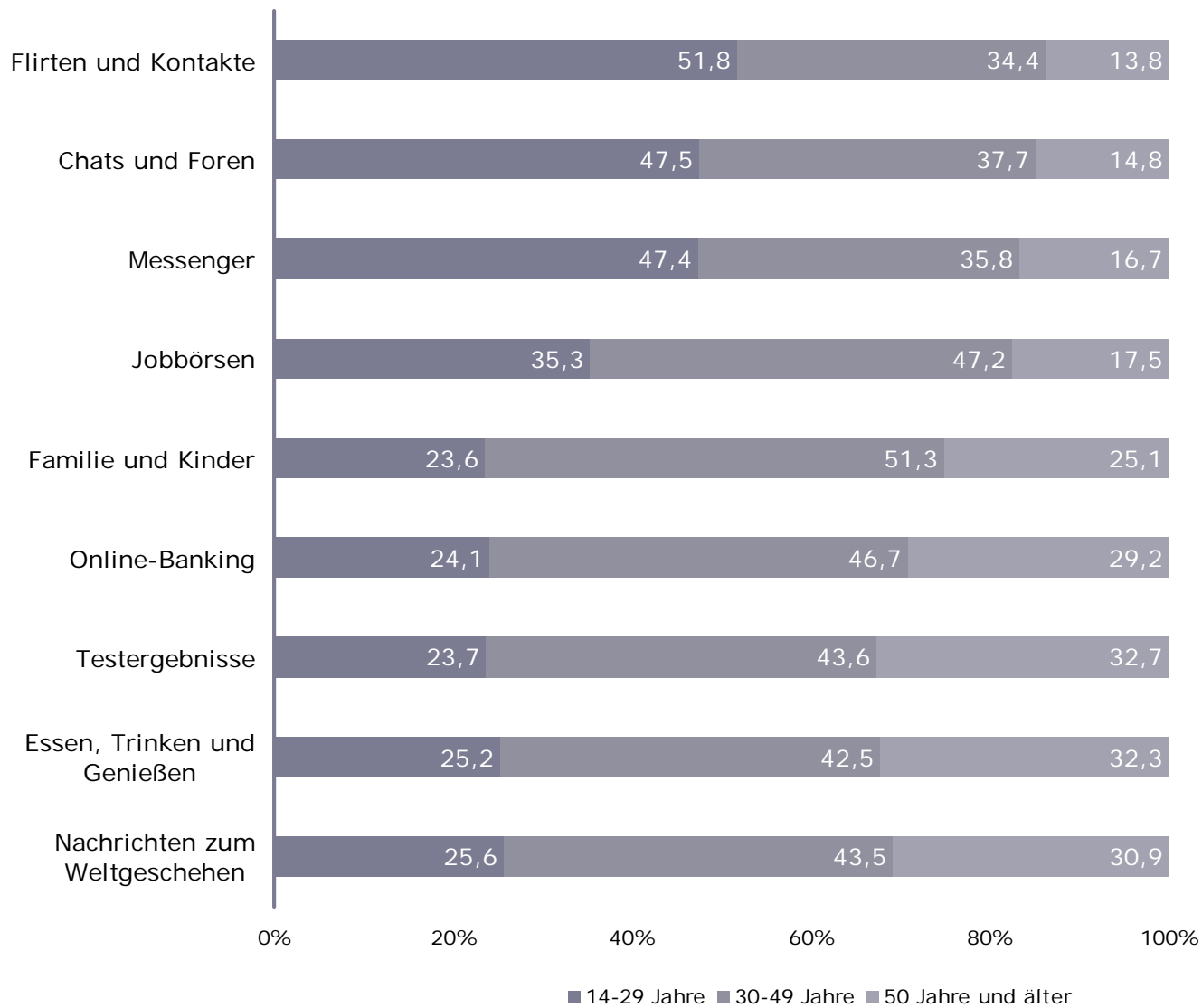
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“/

Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Altersverteilung in den Themenbereichen

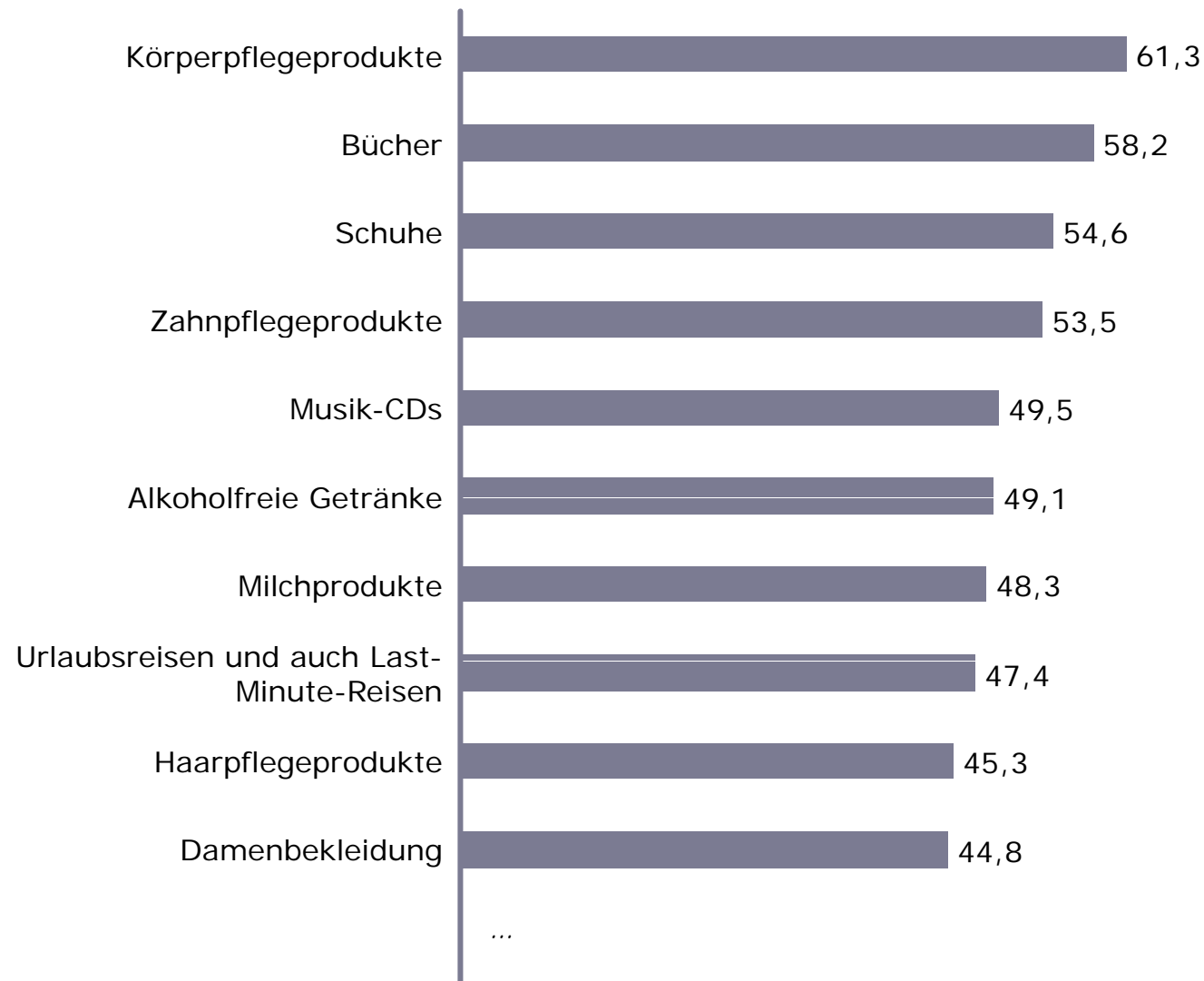


Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Generelles Produkt-Interesse (Top 10)

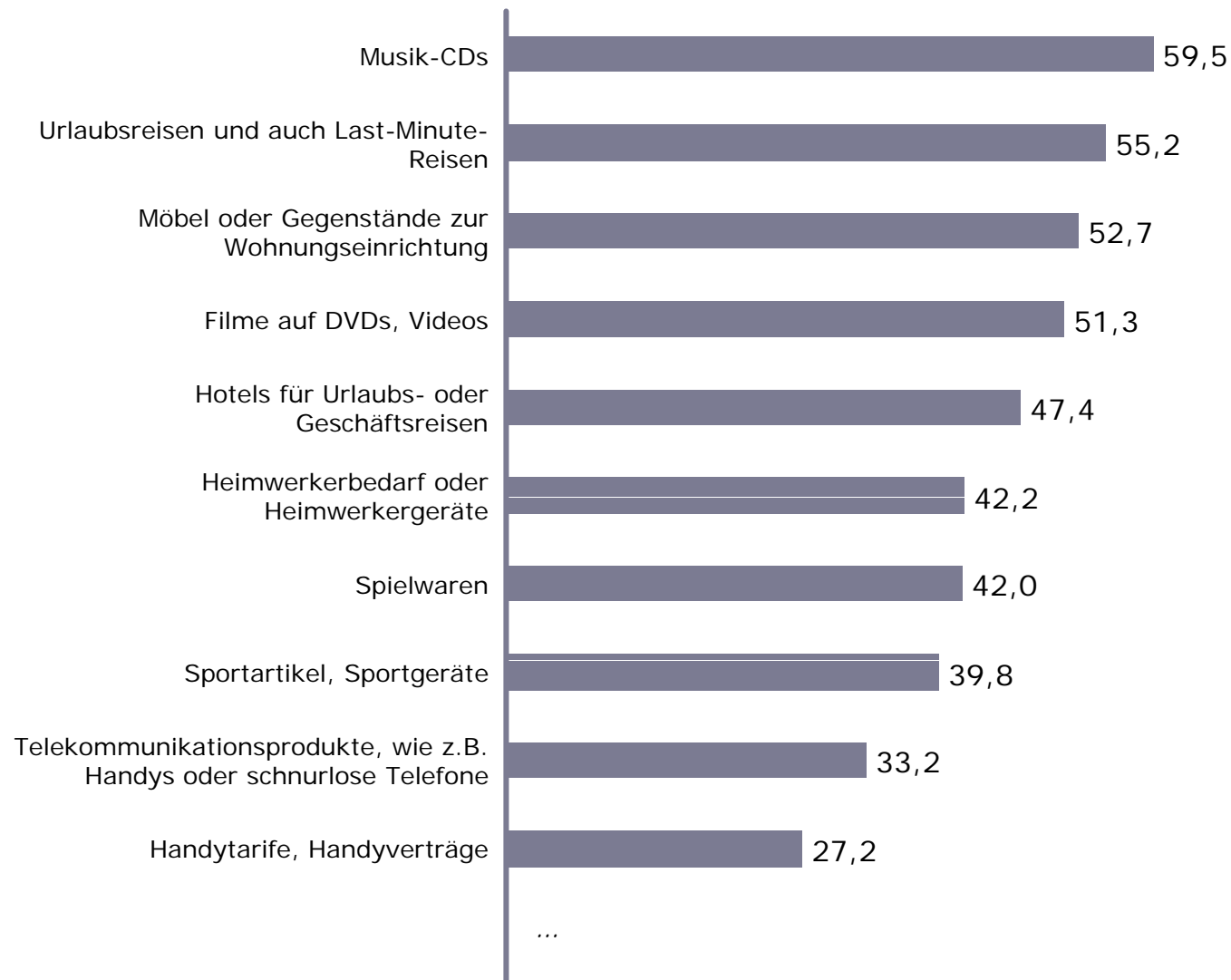


Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten

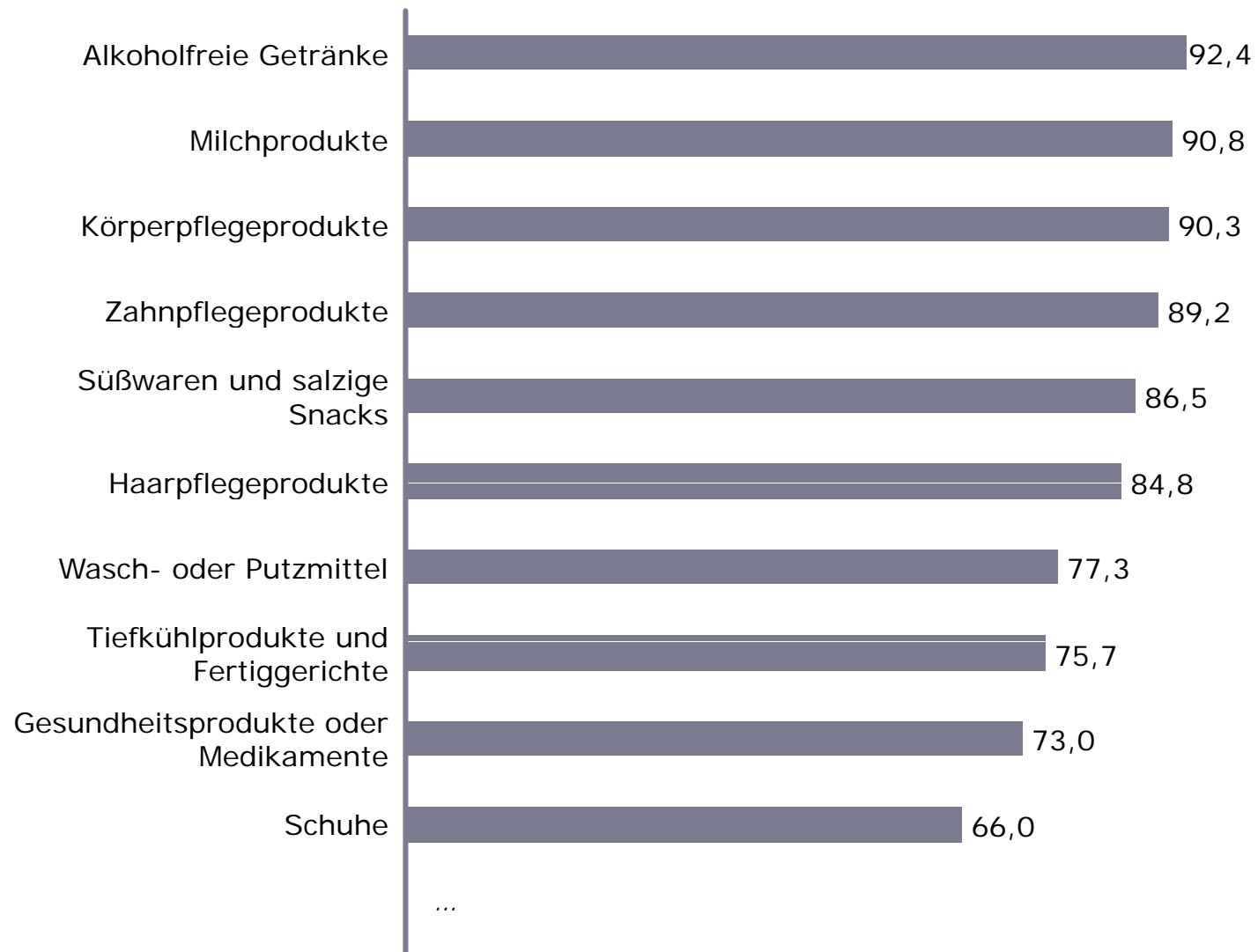
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Kaufplanung für Produkte (Top 10)

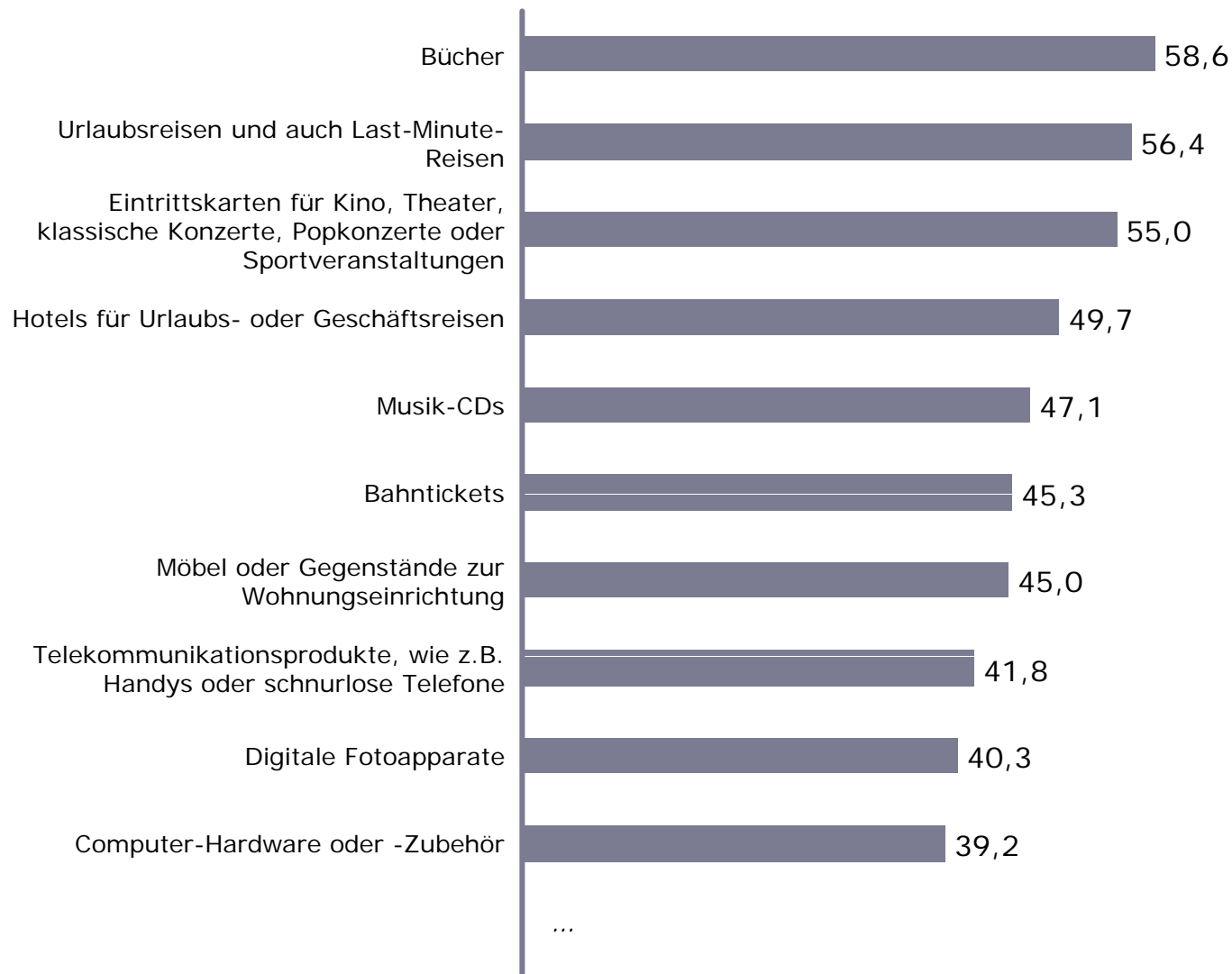


Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 27 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für die Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

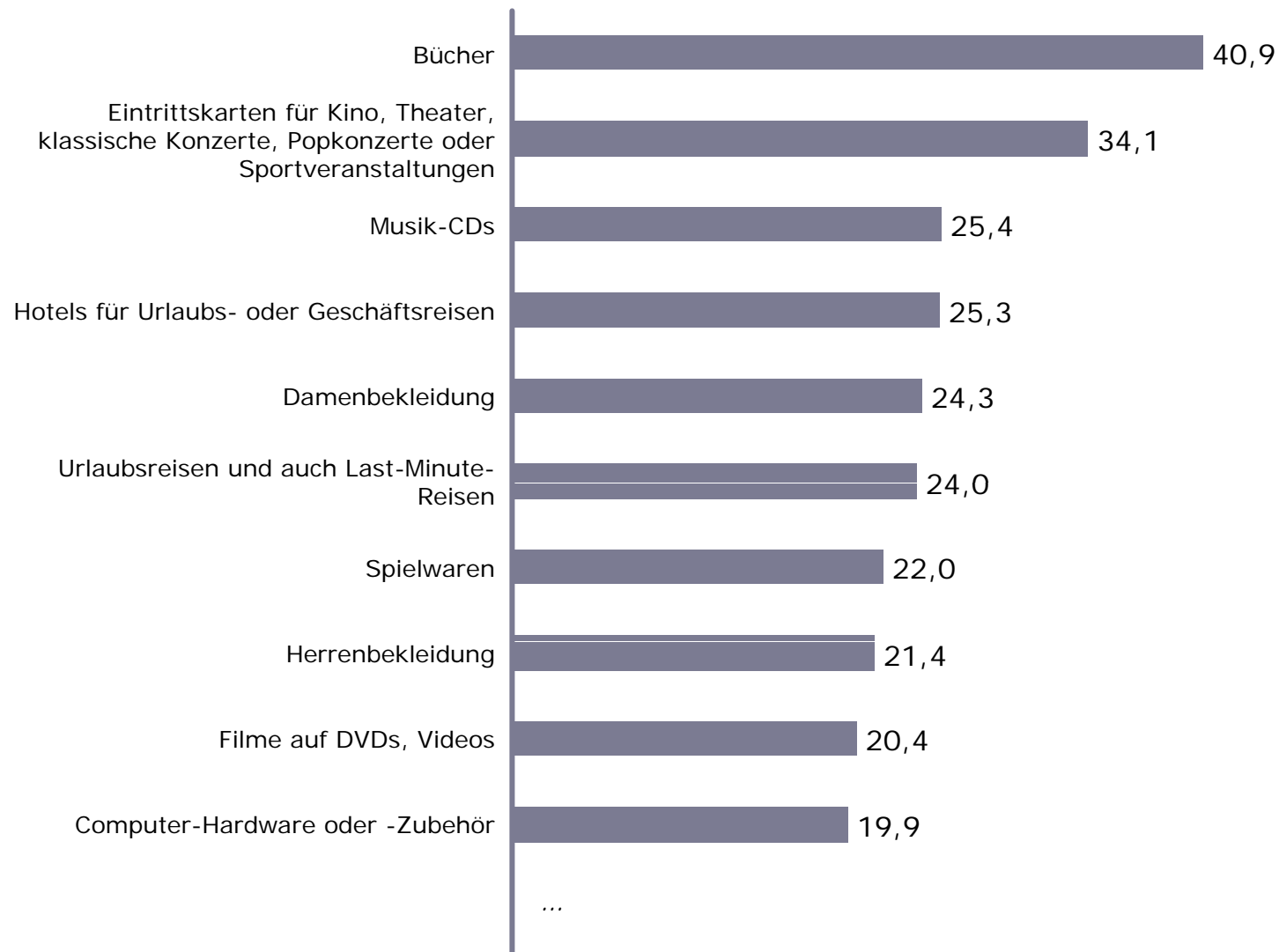


Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

14 - 19 Jahre		20 - 29 Jahre			
1	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	63,5	1	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	63,6
2	Musik-CDs	60,7	2	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	60,8
3	Filme auf DVDs, Videos	58,2	3	Bücher	60,4
4	Schuhe	57,5	4	Musik-CDs	56,4
5	Telekommunikationsprodukte, wie z.B. Handys oder schnurlose Telefone	56,4	5	Filme auf DVDs, Videos	56,1
30 - 39 Jahre		40 - 49 Jahre			
1	Bücher	65,4	1	Bücher	60,3
2	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	61,7	2	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	58,6
3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	57,3	3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	56,2
4	Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	55,0	4	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,7
5	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,6	5	Musik-CDs	48,1
50 - 59 Jahre		60 Jahre und älter			
1	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	54,7	1	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	52,8
2	Bücher	54,5	2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,3
3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,5	3	Bücher	50,8
4	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	47,8	4	Bahntickets	42,5
5	Bahntickets	43,1	5	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	38,2

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Produkte im Internet gekauft

Top 5 Produkte nach Altersklassen

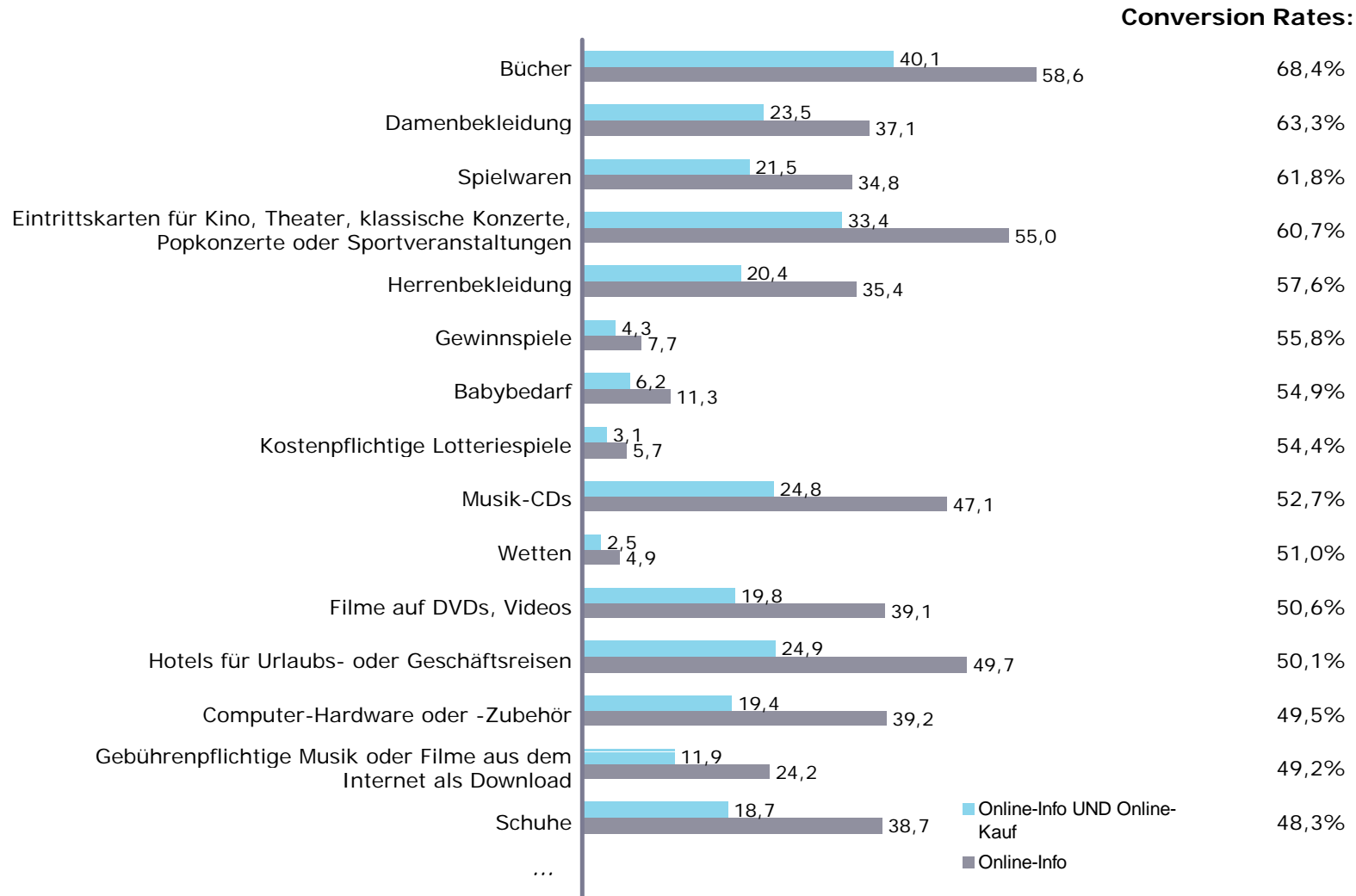
14 - 19 Jahre		20 - 29 Jahre			
1	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	31,8	1 Bücher	44,2	
2	Bücher	27,9	2	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	40,8
3	Schuhe	25,6	3	Musik-CDs	31,2
4	Musik-CDs	25,3	4	Filme auf DVDs, Videos	29,2
5	Filme auf DVDs, Videos	23,2	5	Damenbekleidung	29,0
30 - 39 Jahre		40 - 49 Jahre			
1	Bücher	50,2	1	Bücher	43,0
2	Spielwaren	37,6	2	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	34,6
3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	37,4	3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,7
4	Damenbekleidung	30,9	4	Musik-CDs	26,9
5	Musik-CDs	29,4	5	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	26,0
50 - 59 Jahre		60 Jahre und älter			
1	Bücher	39,0	1	Bücher	31,7
2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,8	2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	27,0
3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	30,3	3	Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen	24,7
4	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	24,7	4	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	22,0
5	Musik-CDs	20,8	5	Bahntickets	18,7

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 15 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

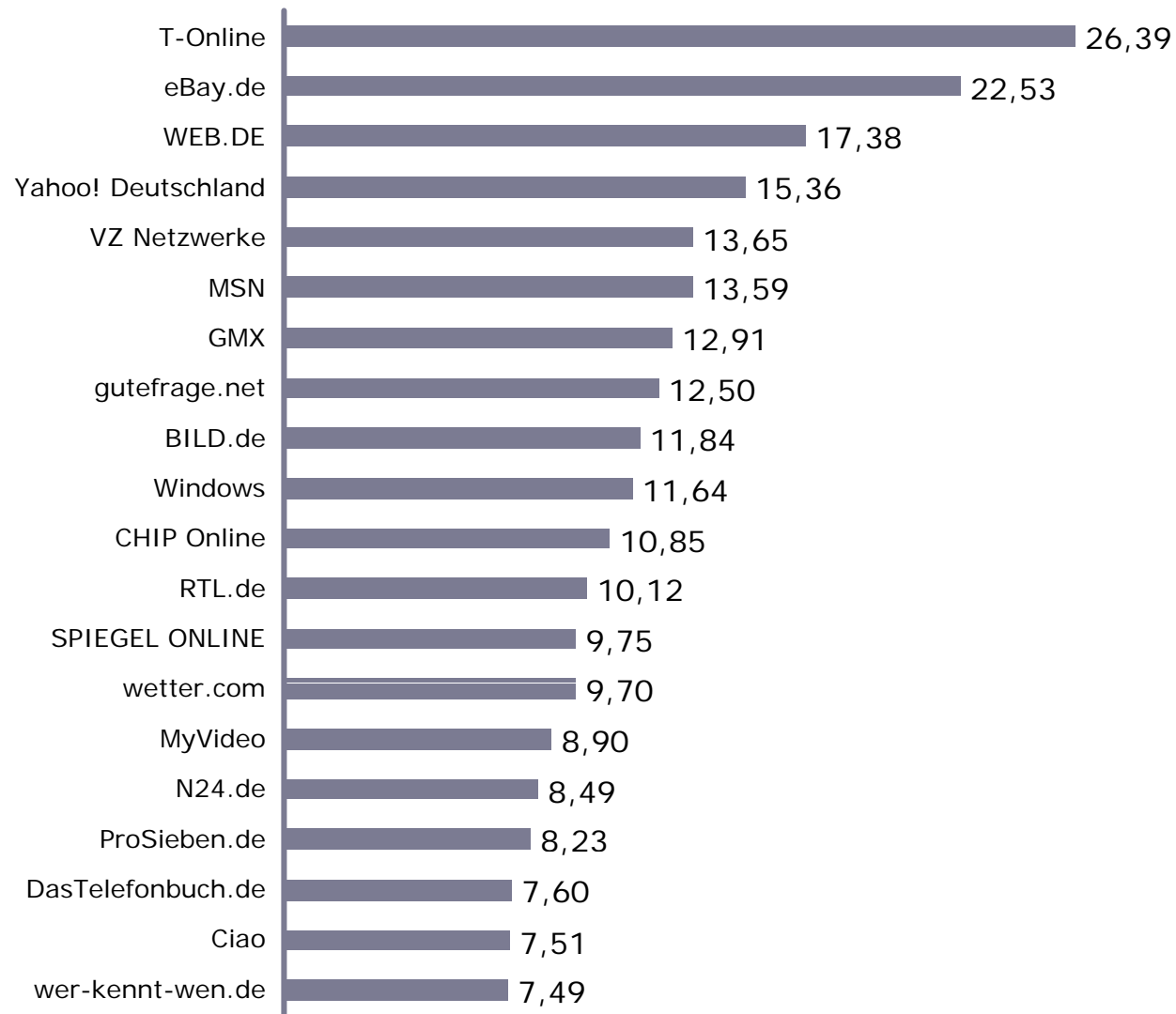


Graphiken zu den Rankings

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	63,5	31,53
TOMORROW FOCUS	2	60,4	30,03
SevenOne Media	3	53,5	26,59
United Internet Media	4	51,9	25,79
IP Deutschland	5	50,5	25,09
eBay Advertising Group	6	49,2	24,47
Yahoo! Deutschland	7	47,2	23,47
Axel Springer Media Impact	8	45,9	22,80
Ströer Interactive	9	44,4	22,06
Microsoft Advertising	10	44,3	22,02
OMS	11	39,3	19,51
iq digital	12	37,5	18,64
ad pepper media	13	37,5	18,63
G+J Electronic Media Sales	14	36,9	18,34
freeXmedia	15	31,9	15,84
Hi-media Deutschland	16	31,5	15,67
SPIEGEL QC	17	28,8	14,32
Unister Media	18	26,7	13,24
MySpace/Fox Interactive Media	19	14,6	7,27
Glam Media	20	13,7	6,82

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum April bis Juni 2010
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat im Untersuchungszeitraum April bis Juni 2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) /
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



Graphik zur Methode

**Schritt 1:
Data-Mining
+ Profiling**

**Schritt 2:
Zusammen-
führung (Fusion)**

Technische Messung
(Grundgesamtheit PCs)

Säule I

OnSite-Befragung
(Grundgesamtheit
Internetnutzer 14+)

Säule II

**Daten-
satz I**

**Telefonische
Basisbefragung**
(Grundgesamtheit
Gesamtbev. 14+)

Säule III

**Daten-
satz II**

= internet
facts