

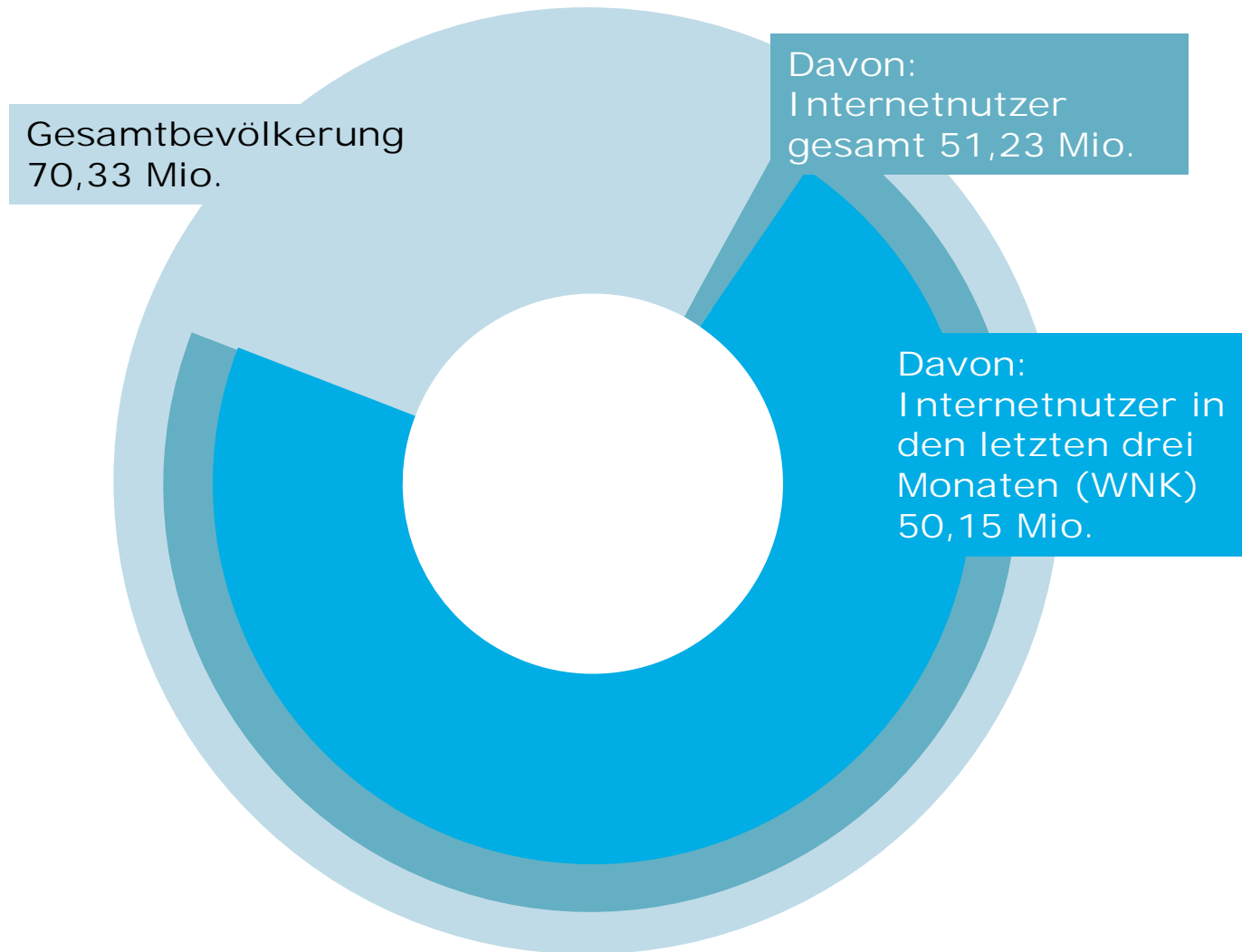


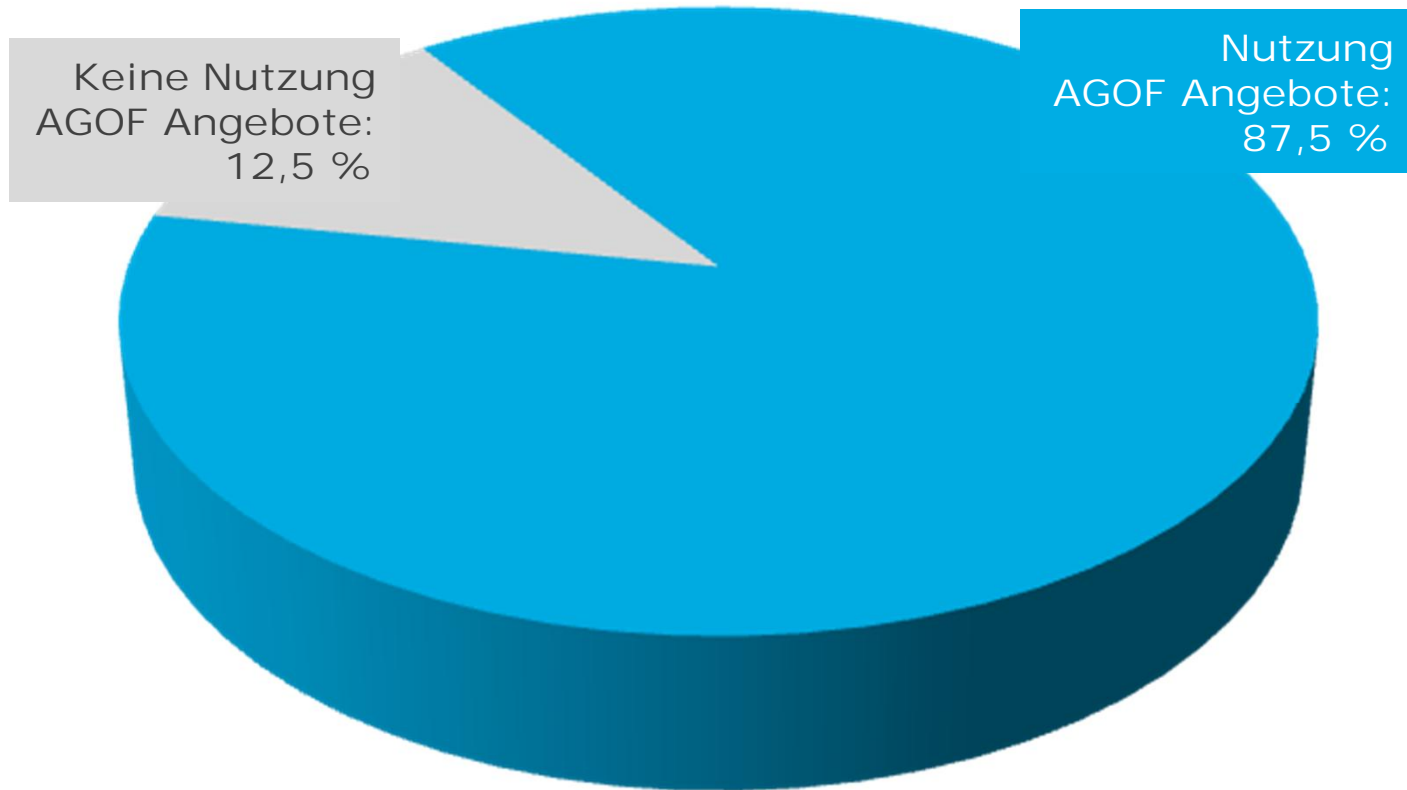
# internet facts 2011-10

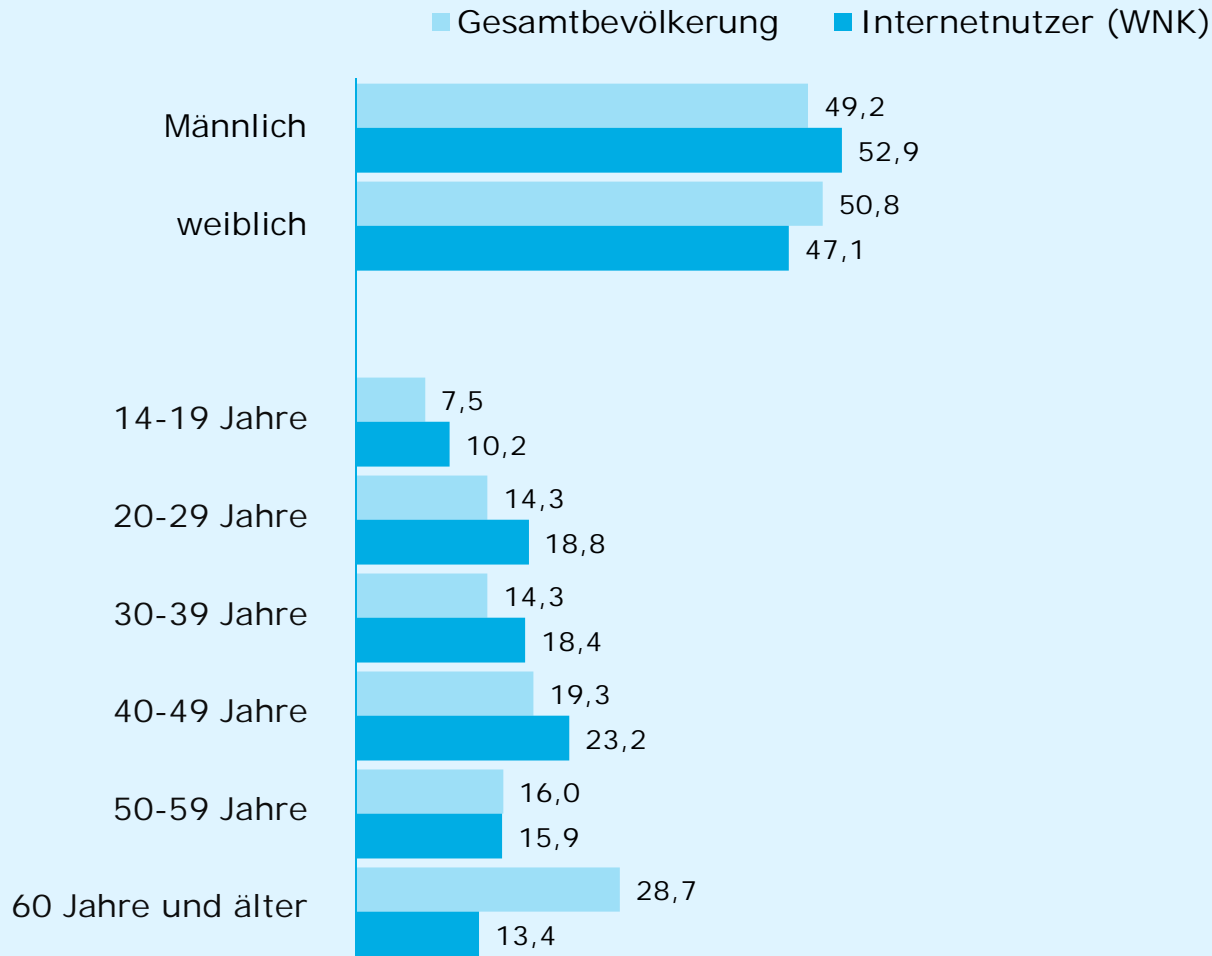
AGOF e.V. Januar 2011



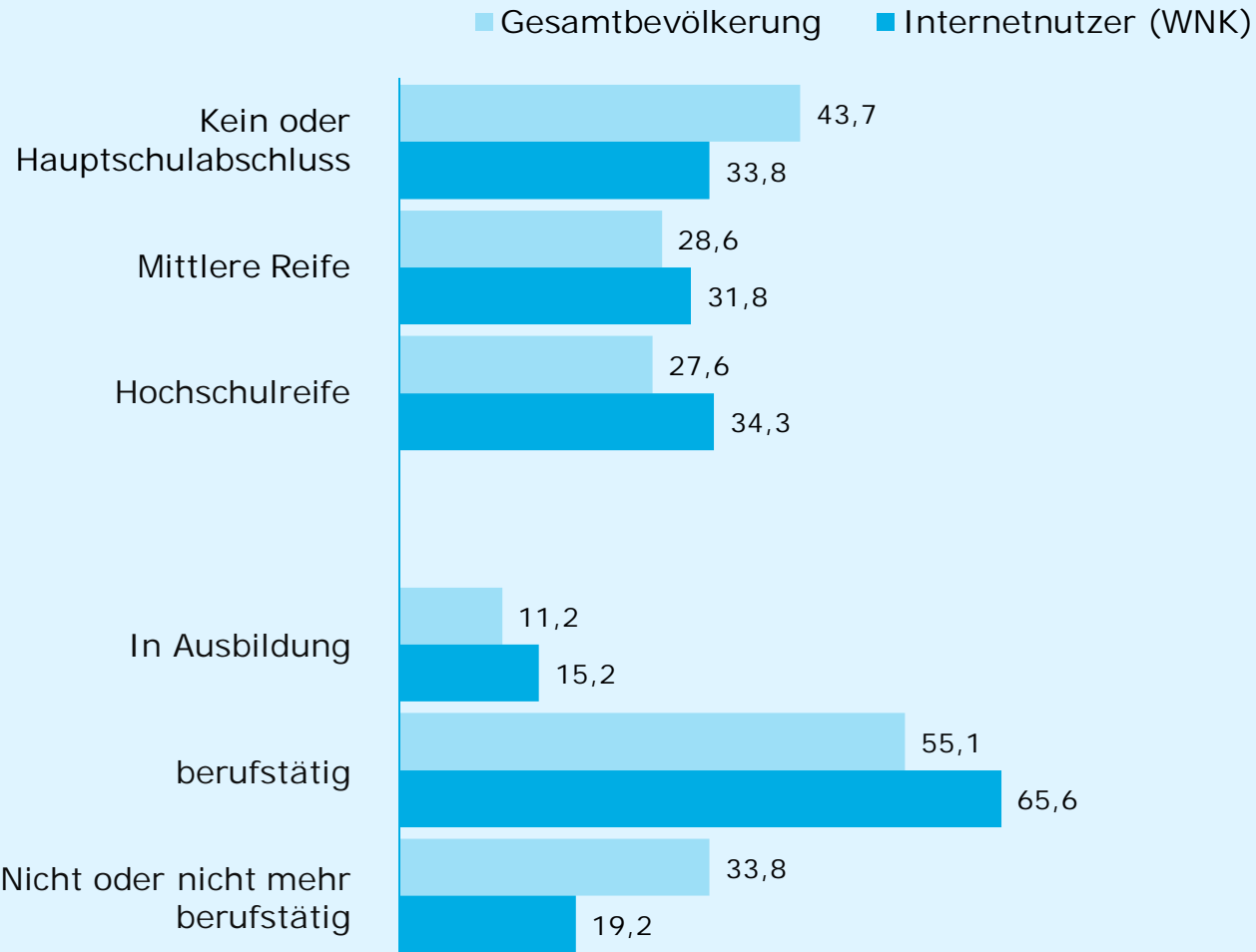
GRAFIKEN ZUR INTERNETNUTZUNG



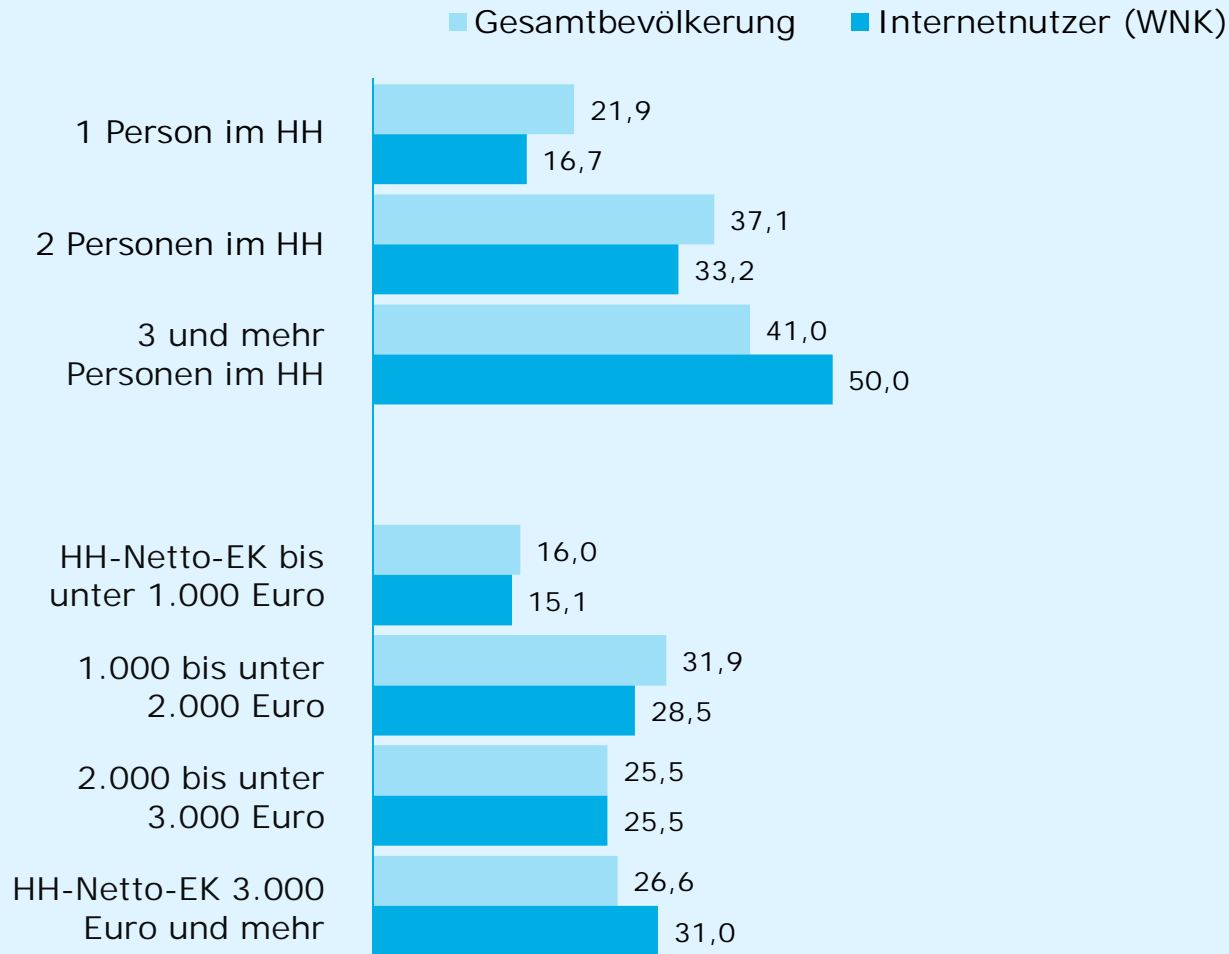




Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 112.471 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

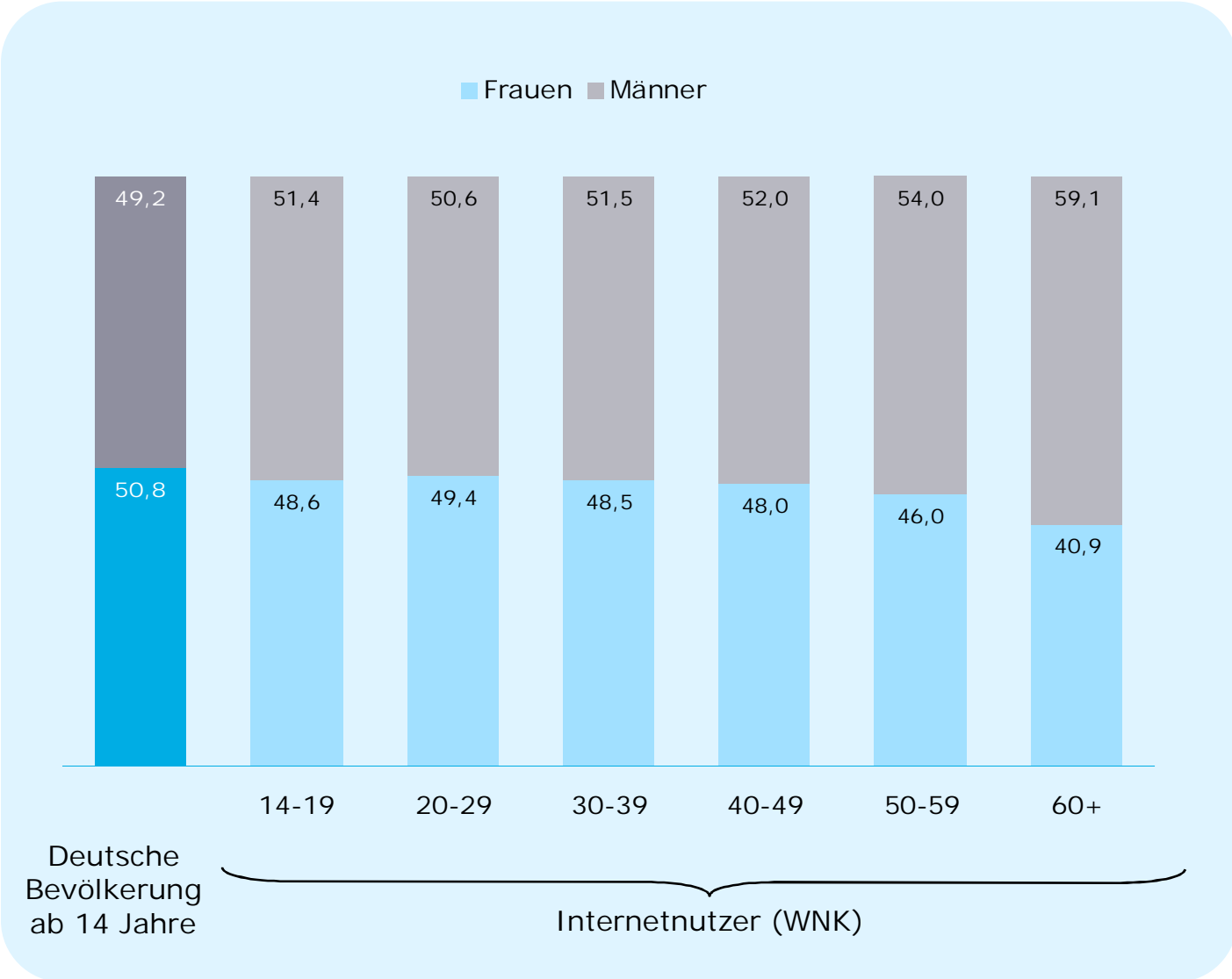


Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 112.471 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10



Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 112.471 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Geschlechterverteilung in den Altersklassen

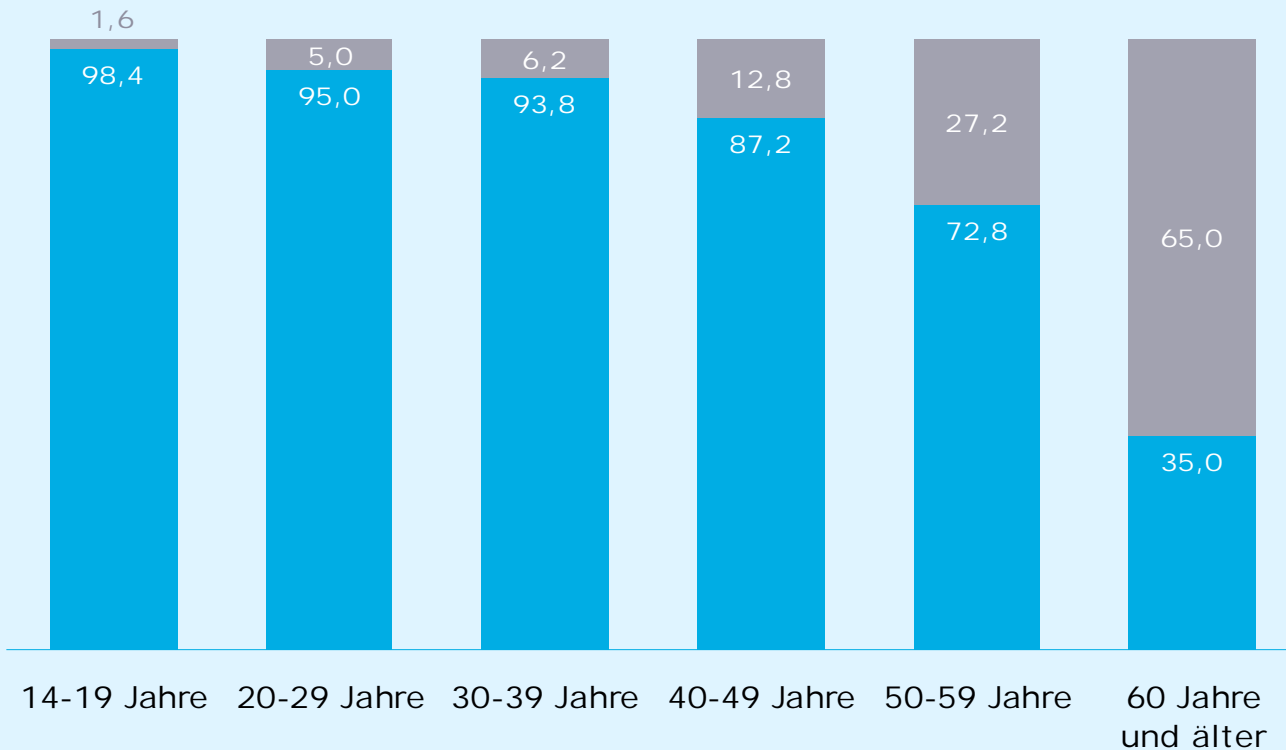


Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 112.471 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren) / Angaben in Prozent  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

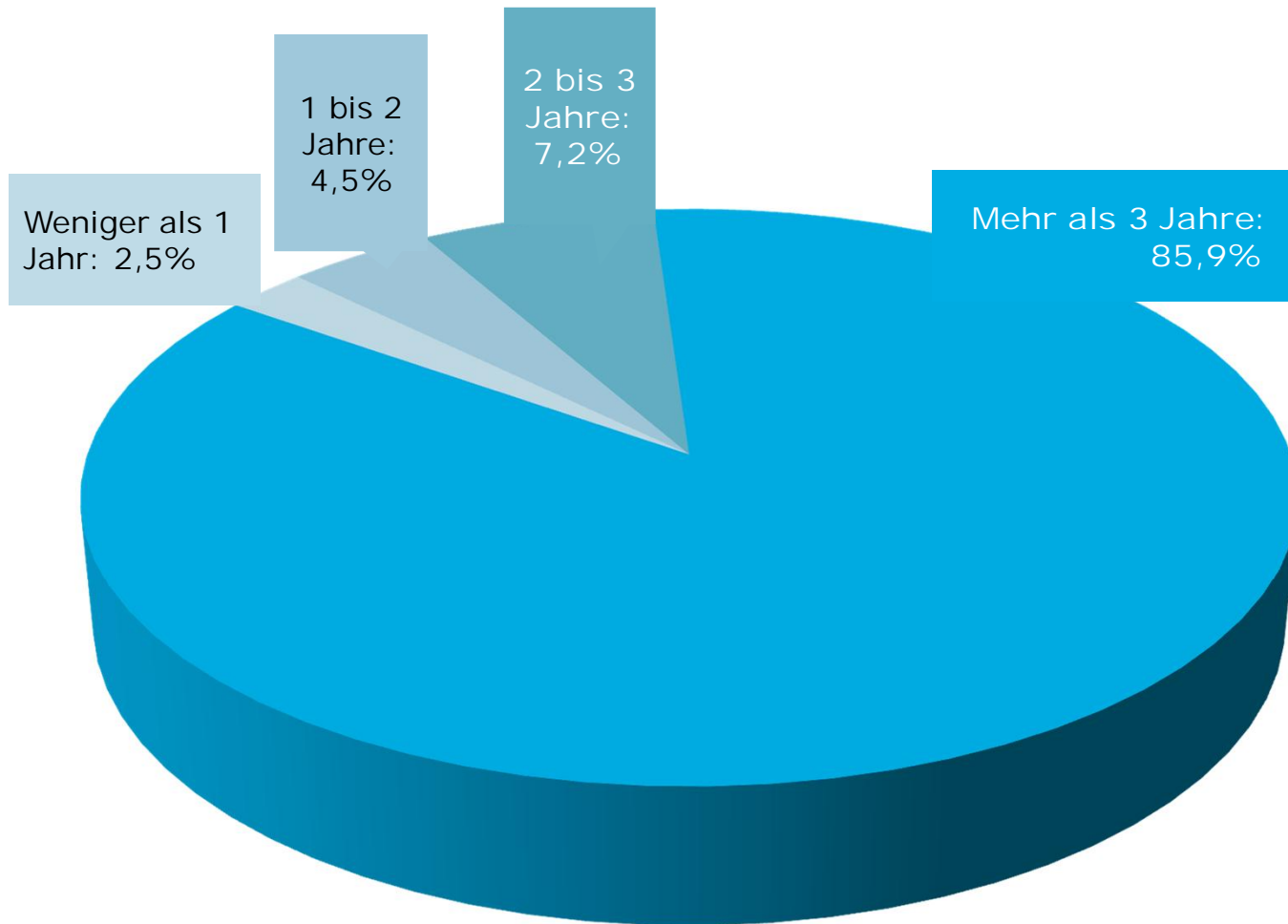


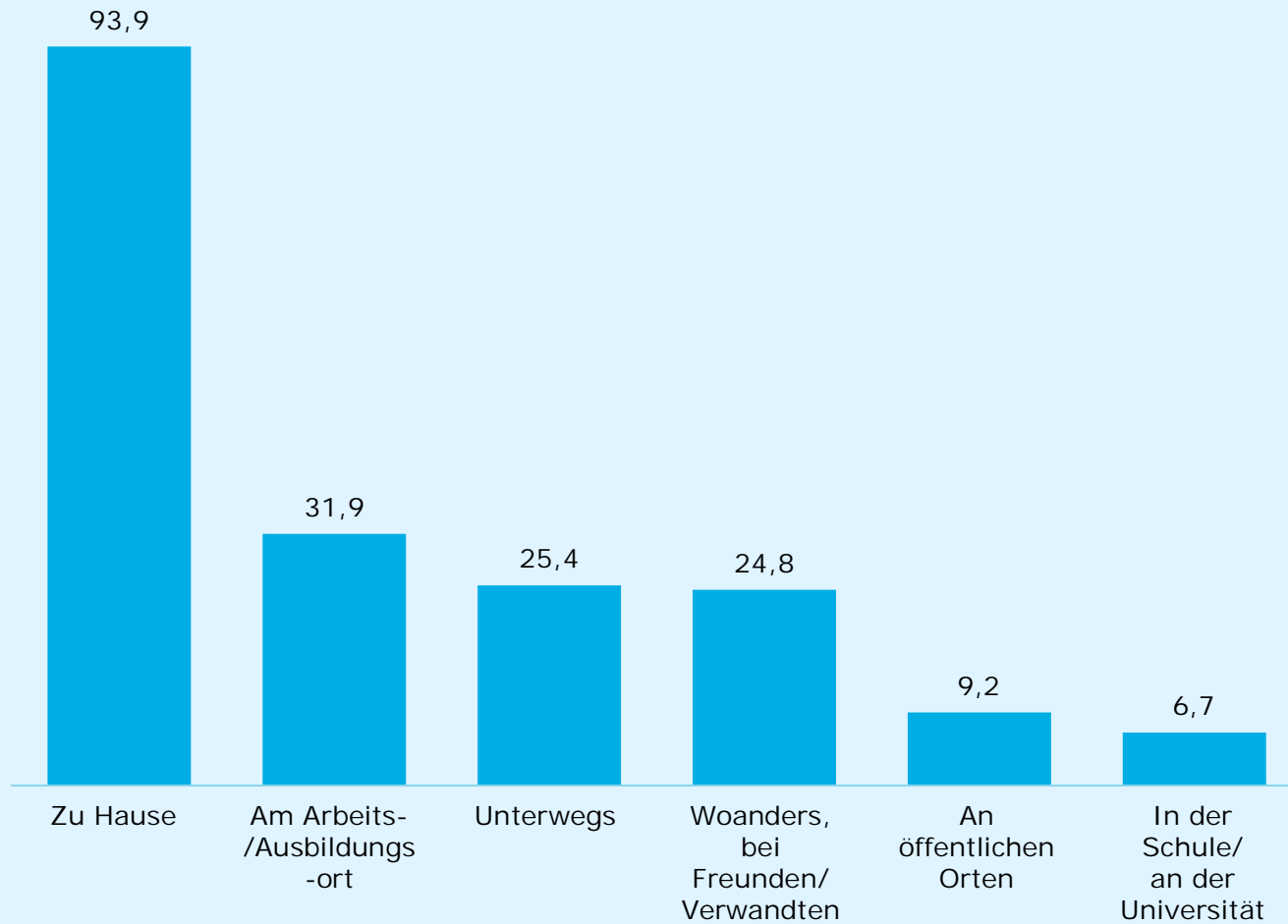
# Online-Penetration nach Altersgruppen

■ Internetnutzer (WNK)/restliche Internetnutzer ■ Nicht-Internetnutzer



Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / 598 Fälle (restliche Internetnutzer) / 10.638 Fälle (Nicht-Internetnutzer) / Angaben in Prozent  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

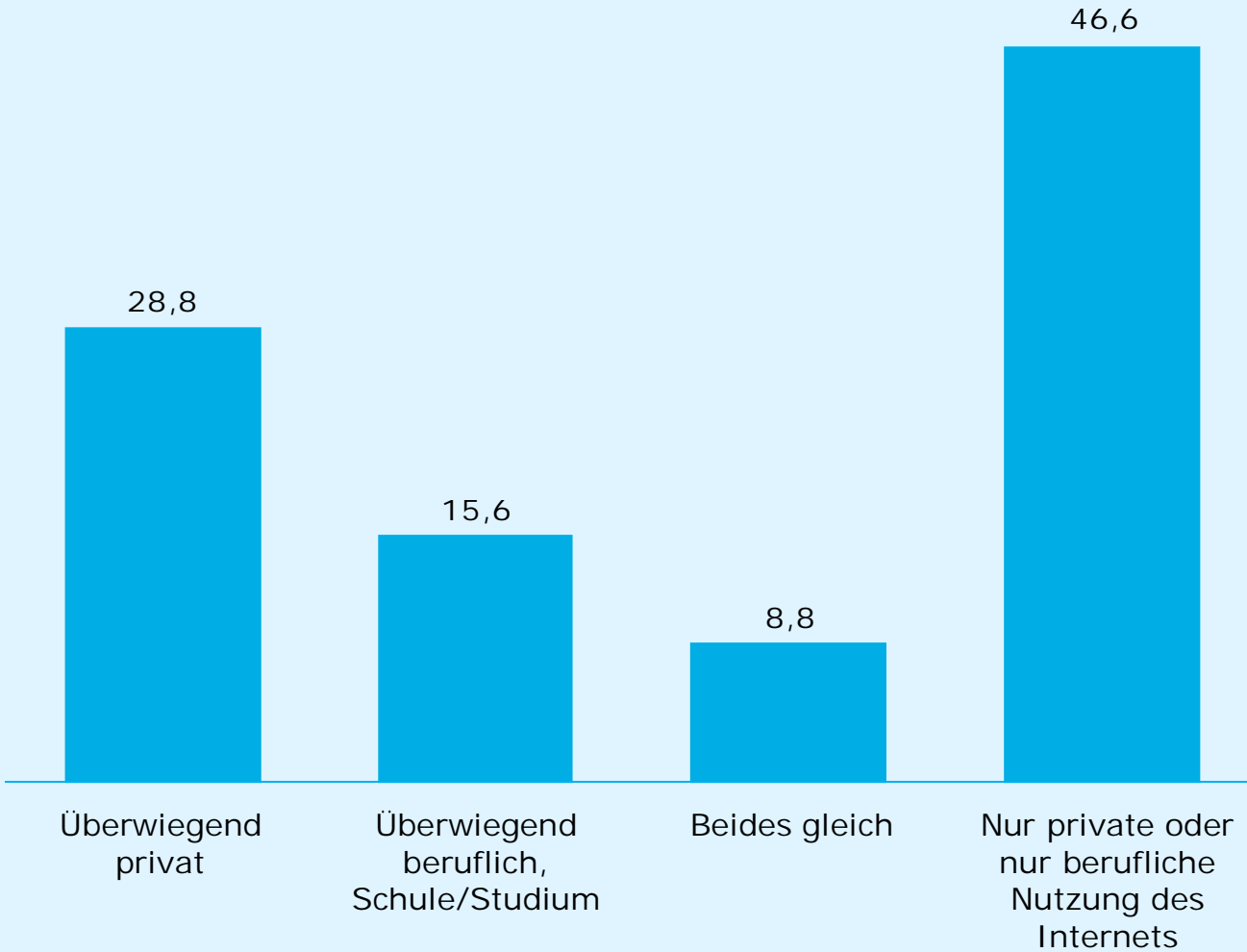




Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„An welchen Orten haben Sie in den letzten 12 Monaten das Internet genutzt?“ / Angaben in Prozent

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

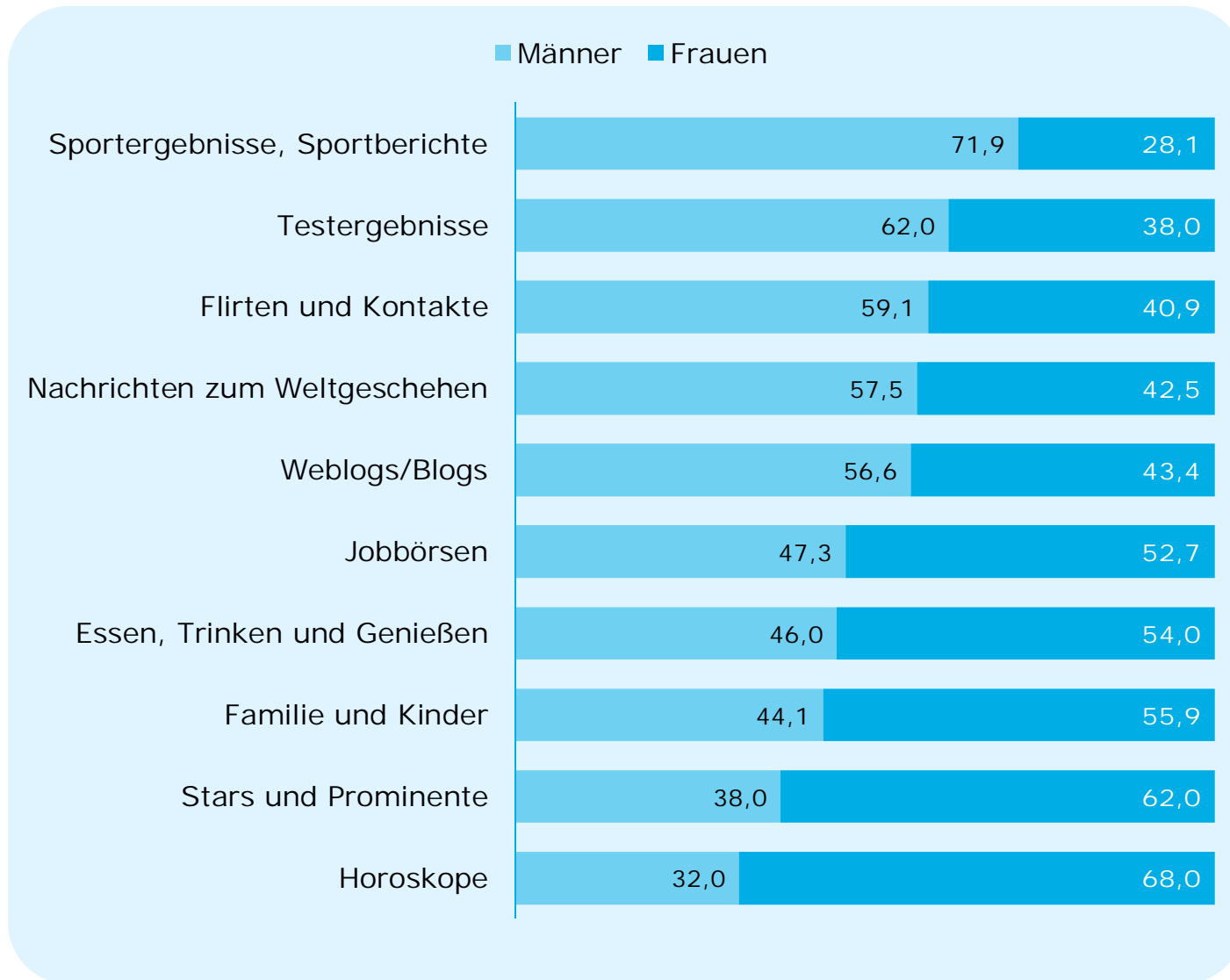


Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)  
 „Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“/ Angaben in Prozent  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10



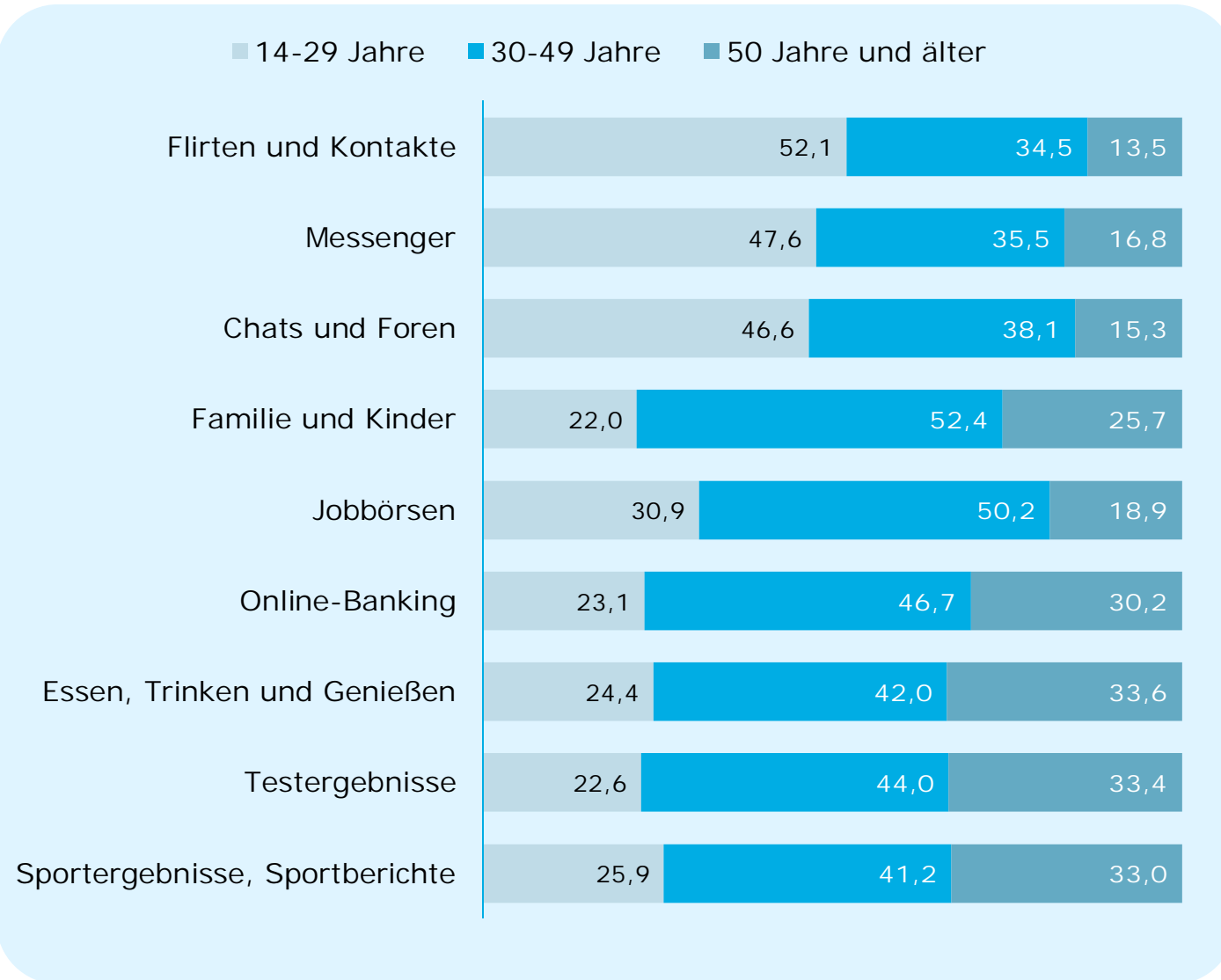
Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 10 von insgesamt 22 Themen / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Top-Themen nach Geschlecht



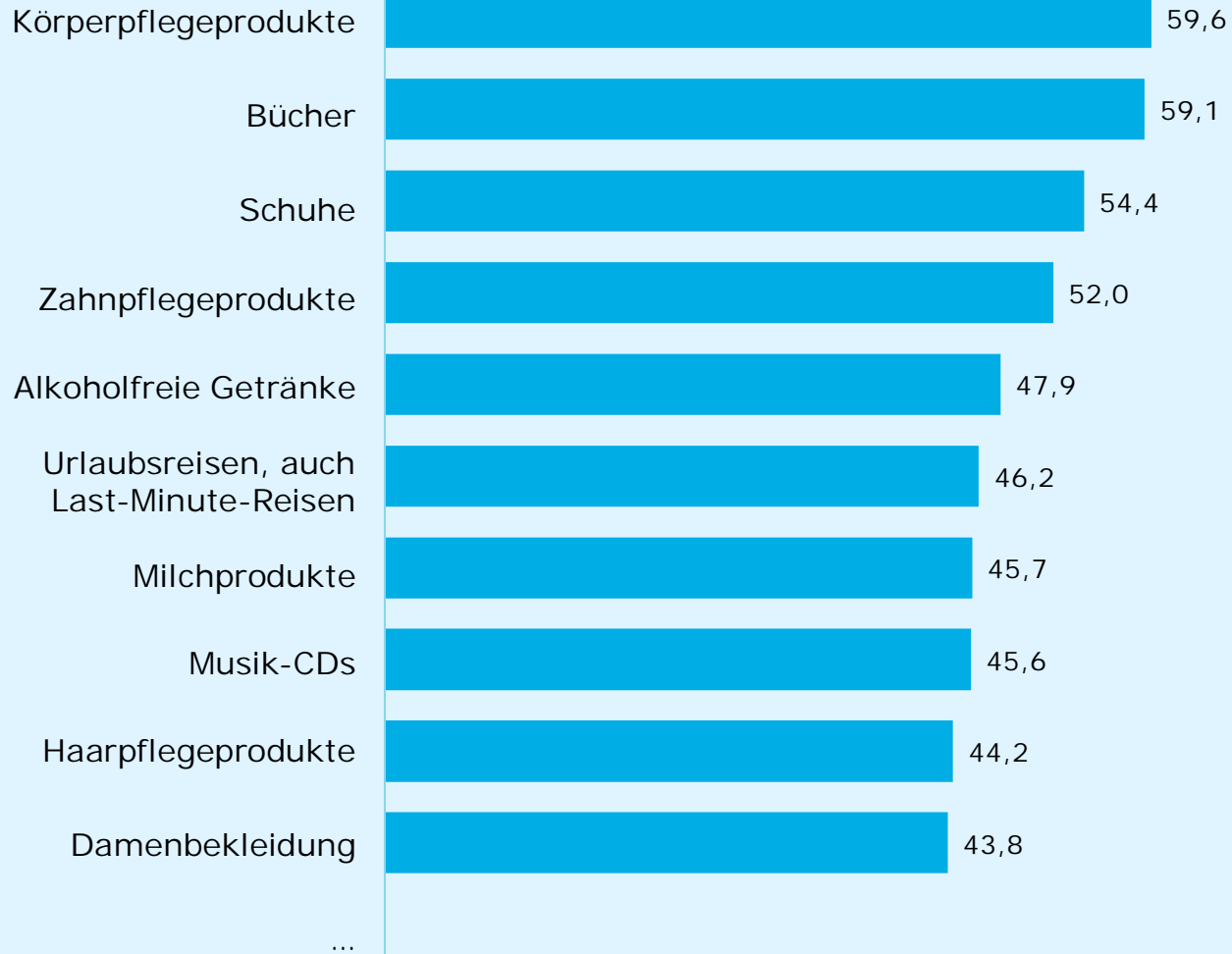
Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 5 Themen pro Geschlecht / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Top-Themen nach Alter



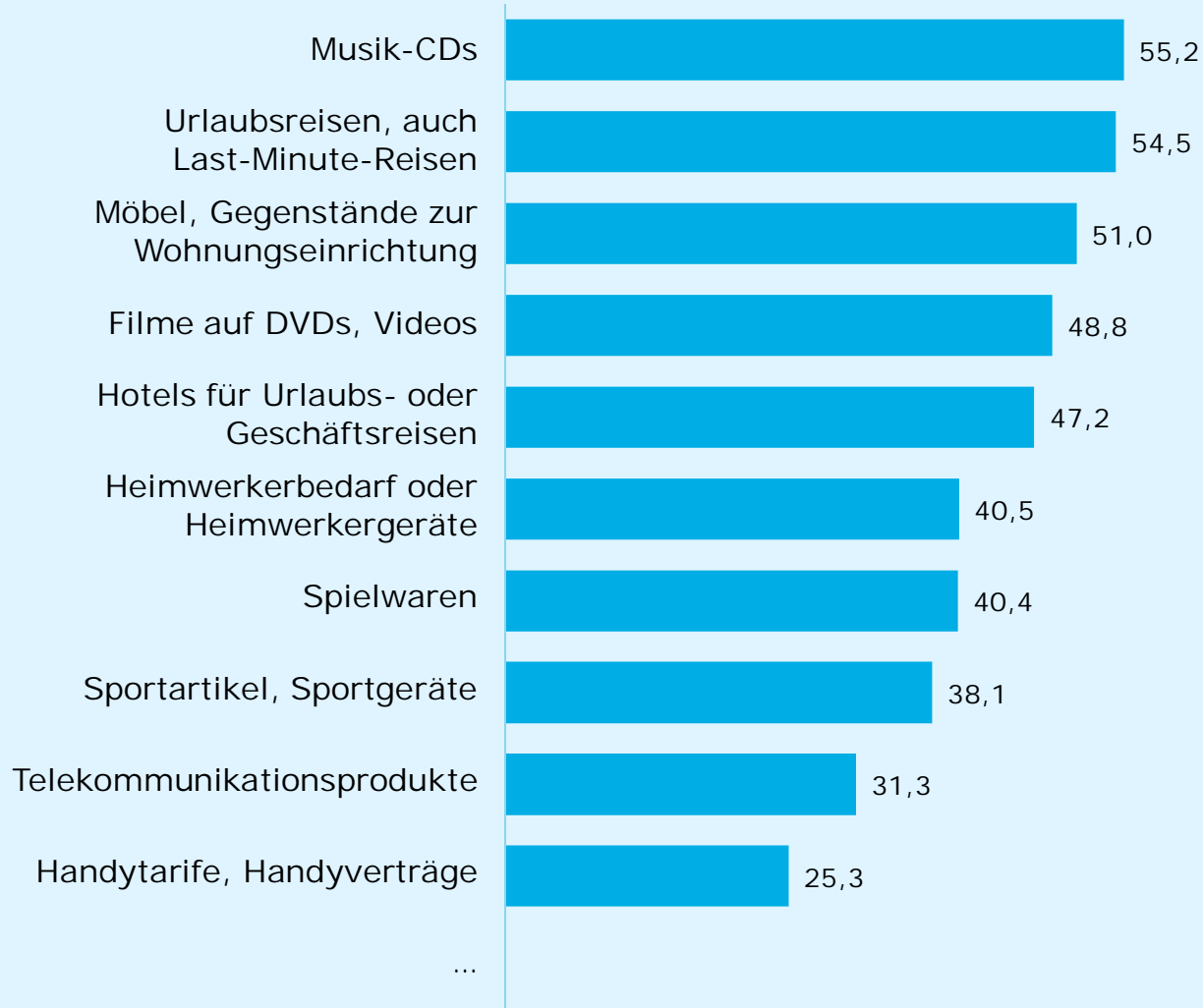
Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ / Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Darstellung der Top 3 Themen pro Gruppe / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Generelles Produkt-Interesse - Top 10

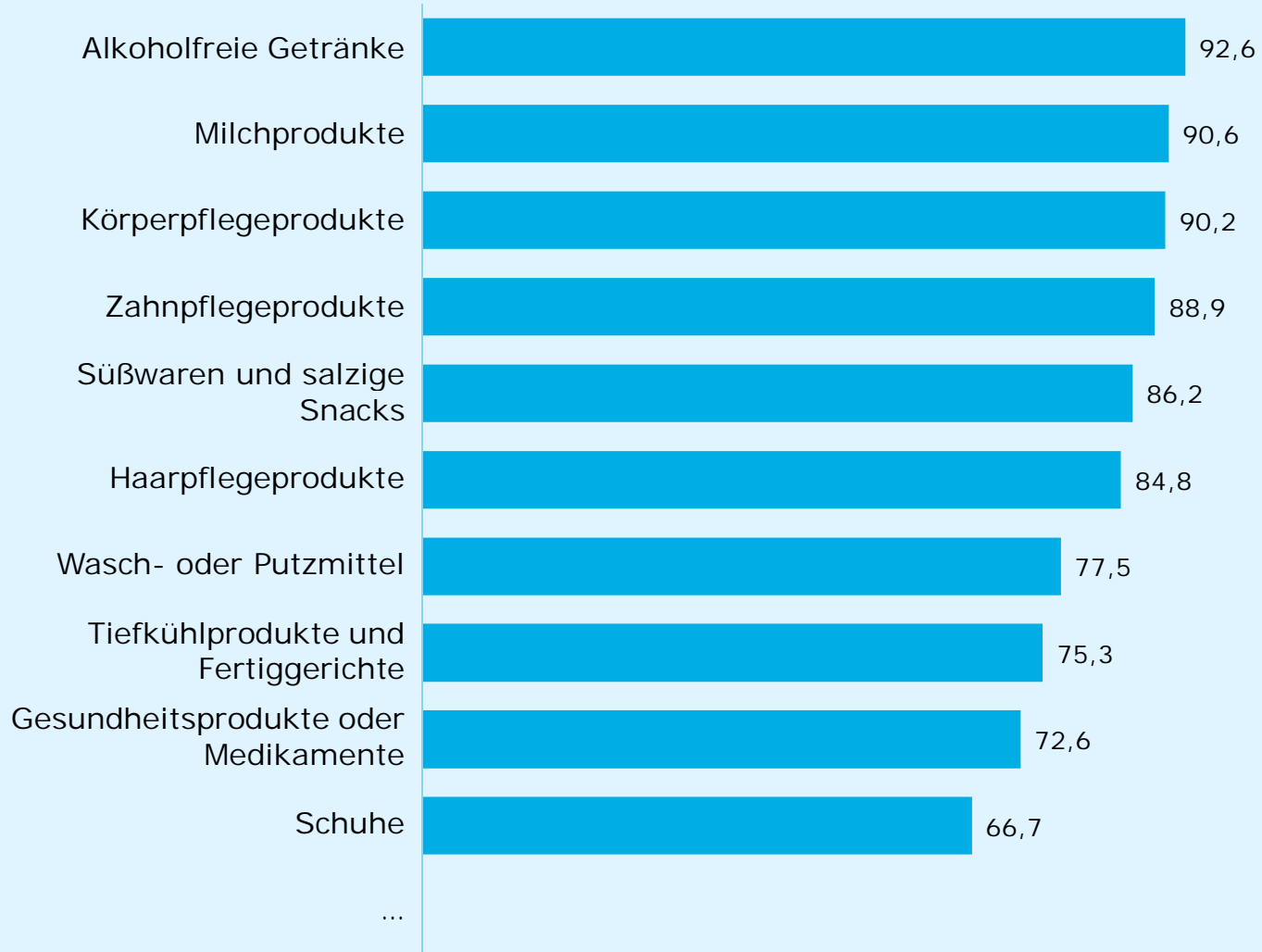


Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10



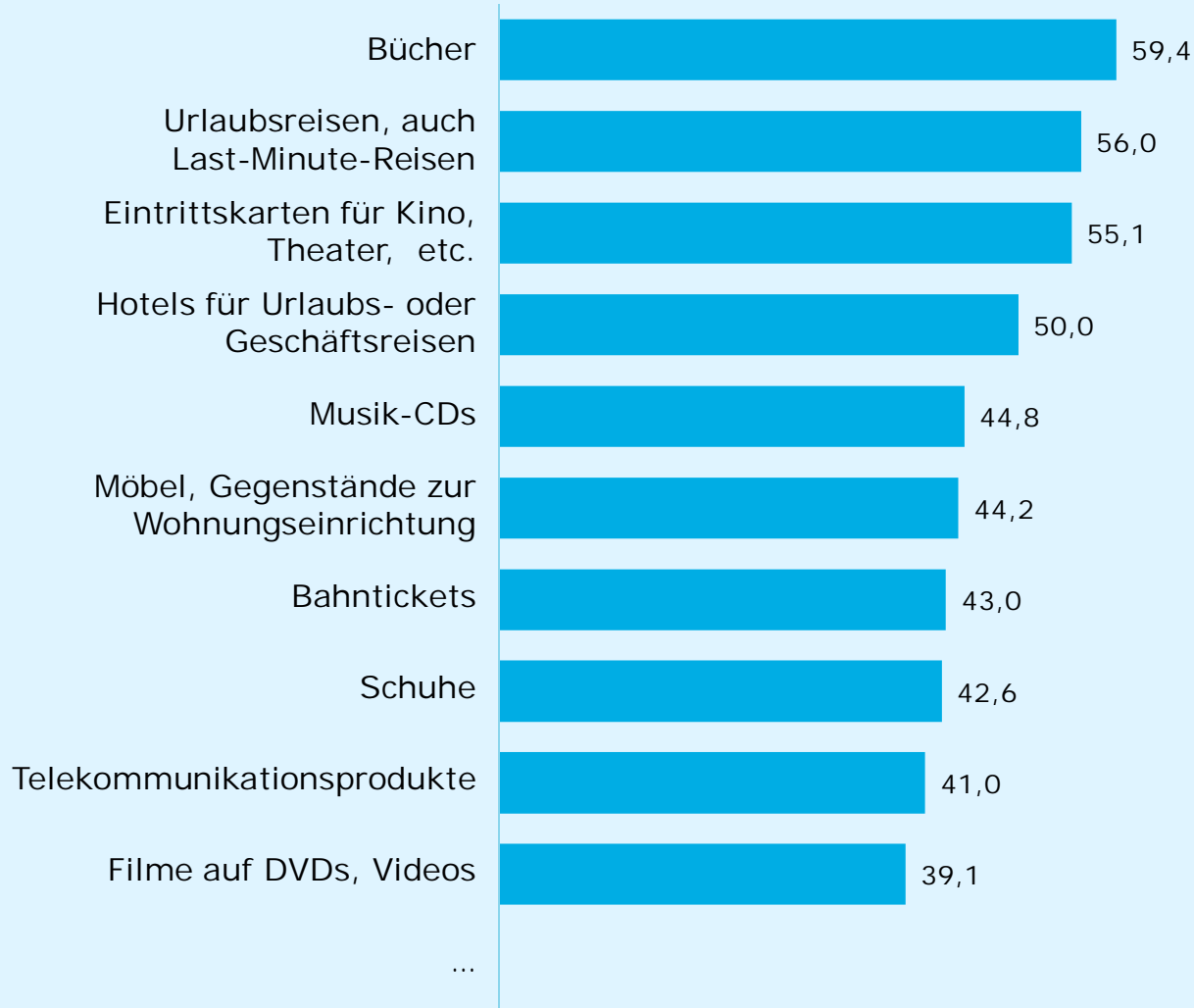


# In den letzten 3 Monaten gekauft - Top 10



Basis: 101.235 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“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent /  
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Informationen im Internet gesucht - Top 10



Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen

14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater etc.	67,3	Bücher	61,7
Musik-CDs	62,2	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	57,8
Schuhe	61,6	Eintrittskarten für Kino, Theater etc.	55,1
Filme auf DVDs, Videos	58,3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,3
Telekommunikationsprodukte	56,4	Möbel, Gegenstände Wohnungseinrichtung	46,6
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater etc.	66,0	Bücher	56,4
Bücher	64,0	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	55,7
Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	57,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,6
Schuhe	56,7	Eintrittskarten für Kino, Theater etc.	45,4
Filme auf DVDs, Videos	53,9	Bahntickets	40,8
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	64,1	Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	53,0
Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen	61,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	51,5
Eintrittskarten für Kino, Theater etc.	57,8	Bücher	48,5
Spielwaren	54,8	Bahntickets	39,7
Möbel, Gegenstände Wohnungseinrichtung	54,3	Eintrittskarten für Kino, Theater etc.	38,4

Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Produkte im Internet gekauft - Top 10



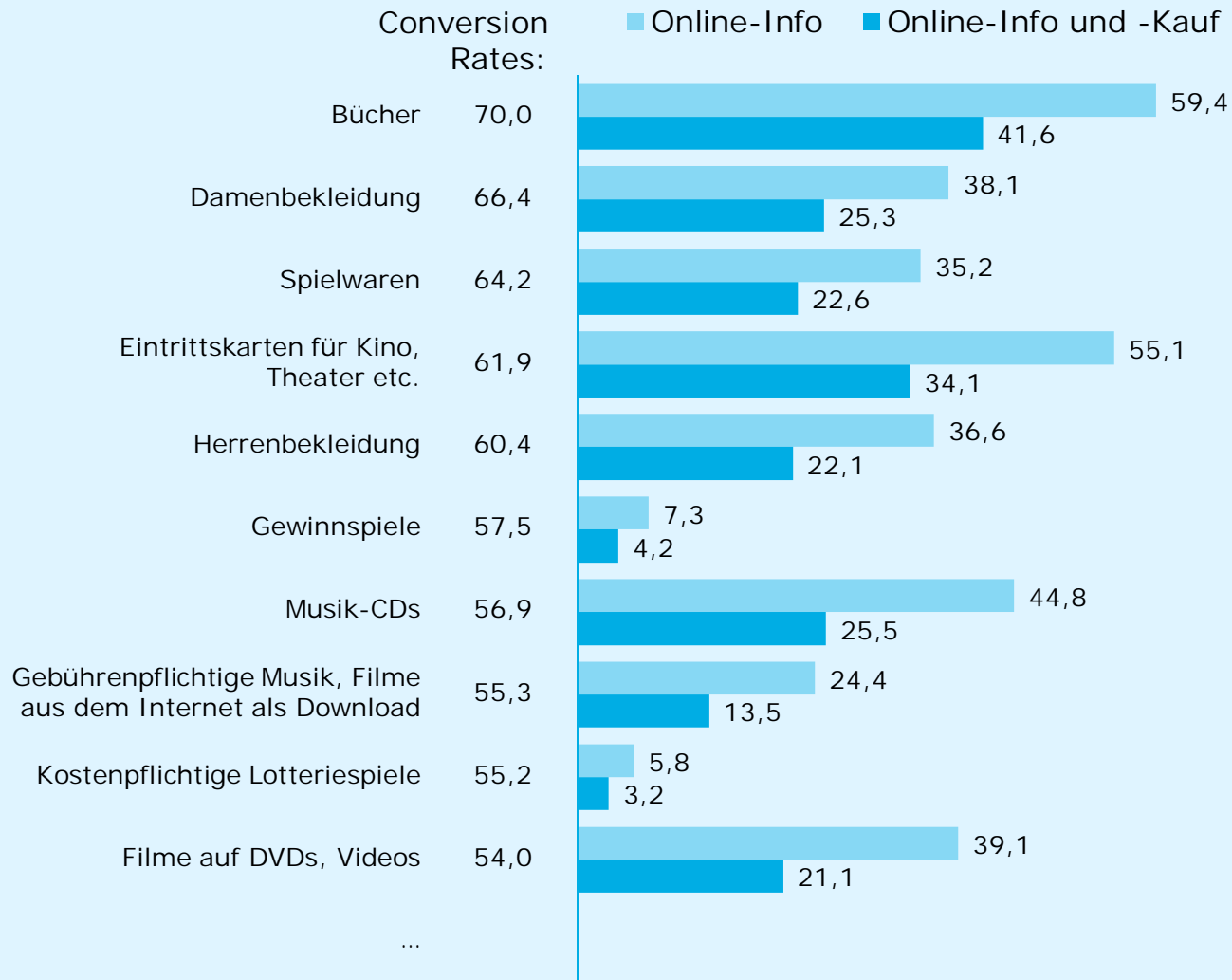
Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen

14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Bücher	32,8	Bücher	45,7
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	32,4	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	35,0
Schuhe	30,7	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,5
Musik-CDs	28,5	Damenbekleidung	28,8
Filme auf DVDs, Videos	24,5	Urlaubsreisen, auch Last-Minute-Reisen	27,3
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	45,6	Bücher	40,3
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,0	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	30,4
Schuhe	32,2	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	29,6
Musik-CDs	31,7	Urlaubsreisen, auch Last-Minute-Reisen	25,9
Damenbekleidung	30,8	Musik-CDs	21,7
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	50,3	Bücher	31,0
Spielwaren	40,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	37,1	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,2
Damenbekleidung	31,9	Urlaubsreisen, auch Last-Minute-Reisen	24,1
Musik-CDs	30,2	Bahntickets	20,7

Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung jeweils Top 5 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10

# Top 10 Produkte nach Conversion-Rates



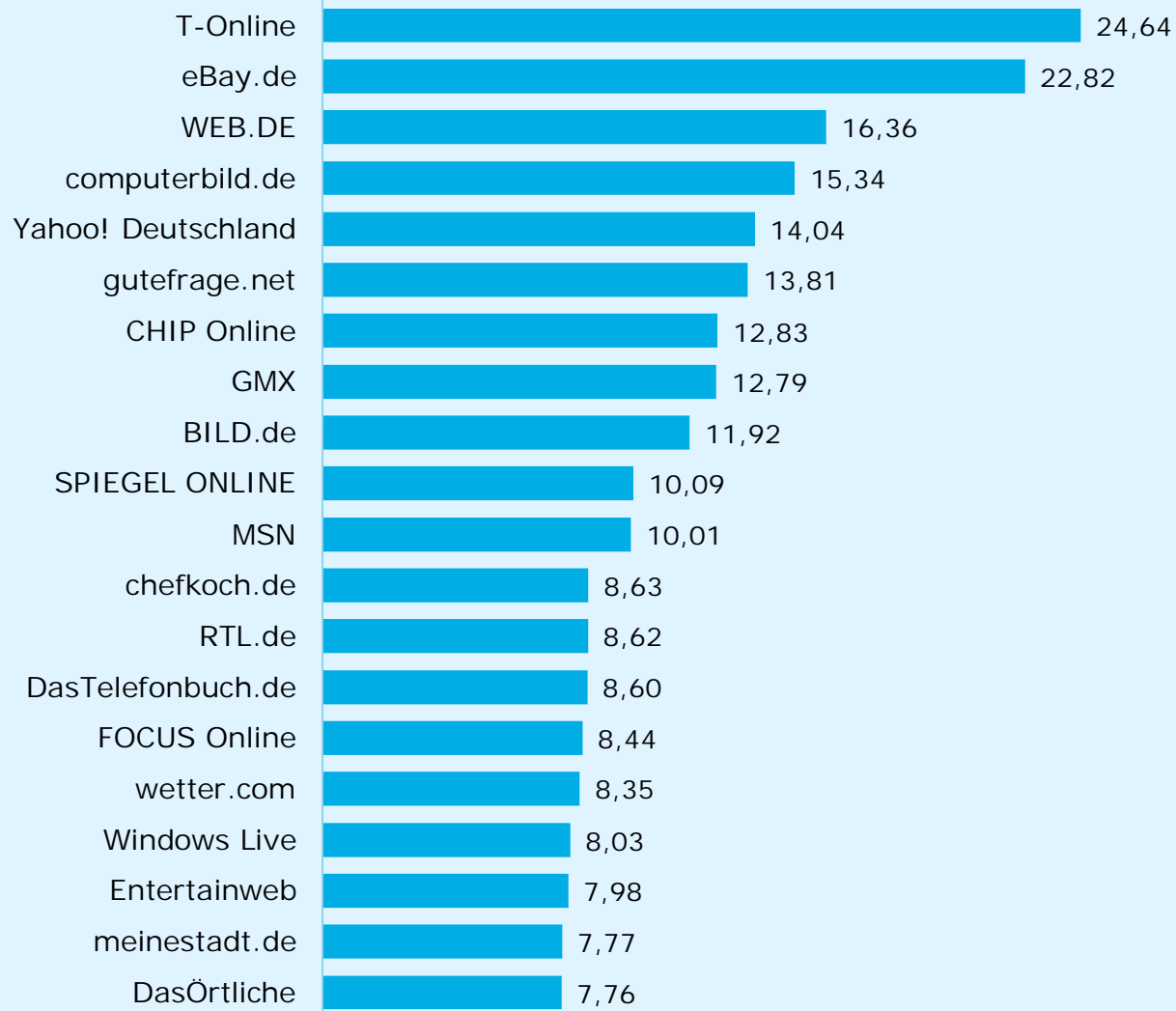
Basis: 101.235 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der folgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“, „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-10



RANKINGS



Vermarkter	Rang	Reichweite in %	Netto-Reichweite Mio. Unique User
InteractiveMedia CCSP	1	59,5	29,82
TOMORROW FOCUS MEDIA	2	57,8	28,96
United Internet Media	3	54,3	27,23
IP Deutschland	4	52,1	26,13
Axel Springer Media Impact	5	51,7	25,92
eBay Advertising Group	6	48,6	24,35
SevenOne Media	7	47,1	23,60
Ströer Interactive	8	43,7	21,90
Yahoo! Deutschland	9	40,9	20,51
G+J Electronic Media Sales	10	39,8	19,94
OMS	11	38,9	19,49
iq digital	12	37,0	18,55
ad pepper media	13	36,4	18,27
freeXmedia	14	32,7	16,39
Microsoft Advertising	15	31,9	15,99
SPIEGEL QC	16	27,9	14,01
Hi-media Deutschland	17	25,6	12,83
Unister Media	18	19,7	9,87
Glam Media	19	19,5	9,76
QUARTER MEDIA	20	14,6	7,34





METHODE

# Methode: Das 3-Säulen-Modell

