



PRESSEMITTEILUNG

AGOF veröffentlicht internet facts 2010-II: 40- bis 49-Jährige sind stärkste Altersgruppe im Netz

Rund ein Viertel der Internetnutzer ist zwischen 40 und 49 Jahre alt – Altersgruppe ist überproportional stark im Netz vertreten / Neue Rekordmarke bei ausgewiesenen Angeboten und Belegungseinheiten / Erstmals Ausweisung von Zahlen auf Basis der Einzelmonate im Ausweisungszeitraum

Frankfurt, 23. September 2010. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die internet facts 2010-II weist Reichweiten- und Strukturdaten für 692 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und 3.630 Belegungseinheiten aus – eine neue Rekordmarke. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten zu Zielgruppen und Online-Werbeträgern und Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate April bis Juni 2010. Die Daten der internet facts 2010-II einschließlich der in dieser Welle erstmals ausgewiesenen Zahlen auf Basis der Einzelmonate im Ausweisungszeitraum stehen ab sofort im AGOF Planungstool TOP für die Mediaplanung zur Verfügung.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 26,39 Millionen Unique Usern pro Monat (53,1 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (22,53 Mio. bzw. 45,4 Prozent) und WEB.DE (17,38 Mio. bzw. 35,0 Prozent). Yahoo! Deutschland (15,36 Mio. bzw. 30,9 Prozent) und die VZ Netzwerke (13,65 Mio. bzw. 27,5 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt InteractiveMedia mit 31,53 Millionen Unique Usern pro Monat (63,5 Prozent) vor TOMORROW FOCUS mit 30,03 Millionen (60,4 Prozent) und SevenOne Media mit 26,59 Millionen (53,5 Prozent). Es folgen United Internet Media (25,79 Mio. bzw. 51,9 Prozent) und IP Deutschland (25,09 Mio. bzw. 50,5 Prozent).

Die Reichweiten der Gesamtangebote basieren auf den nach Maßgabe der ag.ma-Gremien erhobenen Daten der ma Online, die von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) herausgegeben wird. Die ma 2010 Online II erscheint parallel zur internet facts 2010-II am heutigen Tag.

Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2010-II hatte das Internet in Deutschland im Ausweisungszeitraum eine Reichweite von 72 Prozent, d.h. 50,73 Millionen Menschen waren im zweiten Quartal 2010 im Netz (71,9 Prozent der deutsch-

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEEXMEDIA | 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 | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch



sprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,51 Mio.)). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 70,5 Prozent der Bevölkerung, d.h. 49,68 Millionen Menschen.

Ein Blick auf die Altersstruktur der Internetnutzer zeigt: Die 40- bis 49-Jährigen sind mit einem Anteil von 23 Prozent die zahlenmäßig stärkste Gruppe in der Online-Nutzerschaft. Mit 23 Prozent Anteil unter den Onliner gegenüber 19,5 Prozent in der Gesamtbevölkerung (14+ Jahre) sind sie darüber hinaus überproportional stark im Internet vertreten. Dies gilt auch für die zweistärkste Altersgruppe, die 20- bis 29-Jährigen (19,2 Prozent Anteil in der Online-Nutzerschaft, 14,4 Prozent in der Gesamtbevölkerung). Knapp dahinter auf Platz 3 liegen die 30- bis 39-Jährigen (19,0 Prozent Anteil in der Online-Nutzerschaft, 14,9 Prozent in der Gesamtbevölkerung). Sowohl bei den 50- bis 59-Jährigen (15,5% Prozent der Onliner entfallen auf diese Altersgruppe) als auch bei den über 60-Jährigen (12,6 Prozent) sind weniger Vertreter dieser Altersgruppen im Internet unterwegs als ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung beträgt (15,7 Prozent bzw. 27,6 Prozent). Die zahlenmäßig kleinste Altersgruppe im Internet stellen die 14- bis 19-jährigen Teenager dar (10,8 Prozent) – gemessen an ihrem Anteil an der Gesamtbevölkerung (7,9 Prozent) sind aber auch sie überproportional stark im Netz anzutreffen.

76,6 Prozent der Internetnutzer sind seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 38,04 Millionen Menschen. Damit können inzwischen rund drei Viertel der Onliner als mediumsversierte User mit langer Nutzungserfahrung angesehen werden. Diese breite und selbstverständliche Nutzung des Internets wirkt sich auch auf das Einkaufsverhalten vieler Konsumenten aus: Mit 97,4 Prozent (48,39 Mio.) haben fast alle Internetnutzer schon einmal Produktinformationen im Internet recherchiert. Und auch als Bezugsquelle wird das Internet von den meisten genutzt: Der Anteil der Online-Shopper unter den Internetnutzern liegt bei 86,0 Prozent, d.h. 42,70 Millionen Menschen haben in den vergangenen 12 Monaten etwas im Internet gekauft. Bücher stehen dabei mit 40,9 Prozent (20,33 Mio.) unverändert auf Platz eins. Danach folgen Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen (34,1 Prozent, 16,93 Mio.). Weitere beliebte Produkte beim Online-Einkauf sind Musik-CDs, Buchungen von Hotelzimmer, Damenbekleidung sowie Urlaubs- und Last-Minute-Reisen.

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2010-II mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter www.agof.de/internetfacts.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | 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 | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE |
YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch



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 ag.ma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der ag.ma 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 fast 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:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

Katharina Böhm

AGOF Referentin Marketing/PR

Tel.: 069/264888-318

Fax: 069/264888-320

Mobil: 0151/12671388

Mail: katharina.boehm@agof.de

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY |
FREEEXMEDIA | 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 | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE |
YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch