



PRESSEMITTEILUNG

AGOF veröffentlicht internet facts 2009-IV: Dreiviertel der Online-Nutzer sind „alte Hasen“

73,5 Prozent der Internetnutzer bereits seit drei Jahren im Netz unterwegs / Geschlechts- und altersspezifische Themenpräferenzen dominieren Online-Nutzung / Weit über 3.000 Belegungseinheiten stehen für die Online-Mediaplanung zur Verfügung

Frankfurt, 18. März 2010. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die internet facts 2009-IV weist Reichweiten- und Strukturdaten für 644 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und 3.316 Belegungseinheiten aus – ein neuer Allzeit-Höchststand. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten zu Zielgruppen und Online-Werbeträgern und Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate Oktober bis Dezember 2009. Die Daten der internet facts 2009-IV stehen ab sofort im AGOF Planungstool TOP für die Mediaplanung zur Verfügung.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 18,83 Millionen Unique Usern pro Monat (43,3 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von WEB.DE (12,86 Mio. bzw. 29,6 Prozent) und Yahoo! (10,04 Mio. bzw. 23,1 Prozent). GMX (8,50 Mio. bzw. 19,6 Prozent) und MSN.de (8,41 Mio. bzw. 19,3 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt InteractiveMedia mit 24,23 Millionen Unique Usern pro Monat (55,7 Prozent) vor TOMORROW FOCUS mit 21,81 Millionen (50,1 Prozent) und United Internet Media mit 19,81 Millionen (45,6 Prozent). Es folgen SevenOne Media (18,43 Mio. bzw. 42,4 Prozent) und Ströer Interactive (15,83 Mio. bzw. 36,4 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 2009 online IV erscheint parallel zur internet facts 2009-IV am heutigen Tag.

Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2009-IV hatte das Internet in Deutschland im Ausweisungszeitraum eine Reichweite von 69 Prozent, d.h. 44,38 Millionen Menschen waren im Netz (68,5 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (64,82 Mio.)). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 67,1 Prozent der Deutschen, d.h. 43,49 Millionen Menschen.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

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 |



73,5 Prozent der Internetnutzer sind seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 31,94 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 97,7 Prozent (42,49 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 87,1 Prozent, d.h. 37,86 Millionen Menschen haben in den vergangenen 12 Monaten etwas im Internet gekauft. Bücher stehen dabei mit 39,6 Prozent (17,23 Mio.) unverändert auf Platz eins. Danach folgen Eintrittskarten für Kino, Theater, klassische Konzerte, Popkonzerte oder Sportveranstaltungen (33,4 Prozent, 14,53 Mio.). Weitere beliebte Produkte beim Online-Einkauf sind Musik-CDs, Hotelbuchungen, Damenbekleidung sowie Urlaubs- und Last-Minute-Reisen.

Geschlechts- bzw. altersspezifischen Nutzungsmuster bei der Online-Nutzung

Bei der Online-Nutzung lassen sich klar geschlechts- und altersspezifische Themenpräferenzen erkennen: So sind die Männer bei Online-Angeboten rund um Sportergebnisse und -berichte, Testergebnisse, Nachrichten zum Weltgeschehen oder Flirten und Kontakte in der klaren Mehrheit. Umgekehrt zeigt sich bei Webseiten zu Themen wie Horoskope, Stars und Prominente, Familie und Kinder, Essen, Trinken und Genießen eine klare Frauen-Dominanz. Eine Betrachtung der Altersstrukturen in verschiedenen Themenumfeldern zeigt zudem, dass sich die Interessenschwerpunkte und damit das Nutzungsverhalten der User in Abhängigkeit vom Lebensalter und den damit verbundenen Aktivitäten ändern: So sind die unter 29-jährigen Internetnutzer beispielsweise überdurchschnittlich stark in kommunikativen Umfeldern wie Flirten und Kontakte, Chats und Foren sowie Messenger anzutreffen. Die 30- bis 49-jährige Nutzerschaft bevorzugt Angebote zu Familie und Kindern oder Jobbörsen, während die über 50-jährigen Nutzer besonders in Themenumfeldern zu Essen, Trinken und Genießen bzw. bei Testergebnissen vertreten sind.

Unabhängig von Alter und Geschlecht bleiben für 88,2 Prozent (38,34 Mio.) der Internetnutzer das Senden und Empfangen von privaten E-Mails, gefolgt von der Recherche in Suchmaschinen oder Web-Katalogen (84,1 Prozent bzw. 36,57 Mio.) sowie dem Online-Einkaufen (63,7 Prozent bzw. 27,72 Mio.) die meist genutzten Anwendungen im Internet.

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2009-IV mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter www.agof.de/internetfacts.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP |
FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL |
SEVENONE MEDIA | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

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 |



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 Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AOL Deutschland Medien GmbH, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, Hi-media S.A., InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq digital media marketing GmbH, Microsoft Advertising, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, Quality Channel GmbH, SevenOne Media GmbH, TOMORROW FOCUS Portal GmbH, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: ad pepper media GmbH, AdBerry Media GmbH, Adconion GmbH, AdImpulse Media GmbH, ADselect GmbH, Andreae-Noris Zahn AG, arejo GmbH, artnet AG, Business Advertising GmbH, Celebrity News UG, Cinema Management Services GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia GmbH, konstruktiv GmbH, Fantastic Zero GmbH, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH, guentiger.de GmbH, IDG Business Media GmbH, imedo GmbH, intermedia advertising GmbH, Klassik Radio AG, krebomedia GmbH, MAIRDUMONT GmbH & Co. KG, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Midas Players Vertriebs GmbH / king.com, mokono GmbH, MTV Networks Germany GmbH, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, QWERTZ-Media GmbH, Rechnet DE Ltd., RealGames Europe B.V., RTL Radiovermarktung GmbH, SOMA 2 GmbH, Ströer Interactive GmbH, teligo GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister GmbH, Urban Media GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, vertical network media GmbH, Warner Music Group Germany, WEB FINANCIAL GROUP Deutschland GmbH, Weischer Online GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH & Co. KG, XING AG und xplosion media GmbH.

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 | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

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 |