



Branchenbericht Entertainment

Basis: internet facts 2010-II

Grafiken zum Berichtsband

AGOF e.V November 2010

1. Zielsetzung / Studiensteckbrief
2. Vorstellung der Kundenpotenziale
3. Nutzerstrukturen
4. Haushaltsausstattung
5. Online-Nutzung
6. Mediennutzung /
Freizeit-Aktivitäten
7. Fazit





Zielsetzung / Steckbrief Branchenbericht

Im Rahmen des Branchenberichts „Entertainment“ auf Basis der internet facts 2010-II stellt die AGOF die online anzutreffenden Kundenpotenziale für diese Branche vor.

- Basis für den Branchenbericht ist der Weitesten Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben.
- Der WNK umfasst für die internet facts 2010-II 49,68 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 70,5 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland, die 70,51 Millionen Menschen umfasst.
- Die Auswertung basiert auf den Produkten:
 - Computer- und Videogames
 - Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte etc.
 - Filme auf DVD's, Videos
 - Musik-CDs
 - Gebührenpflichtige Musik-/Filmdownloads aus dem Internet

- **Untersucht werden die Potenziale für die Entertainment-Branche innerhalb folgender Nutzergruppen:**
 - Generelles Produktinteresse an Entertainment-Produkten
 - Online-Informationssuche rund um Entertainment-Produkte
 - Online-Kauf von Entertainment-Produkten
 - Online-Information UND Online-Kauf von Entertainment-Produkten

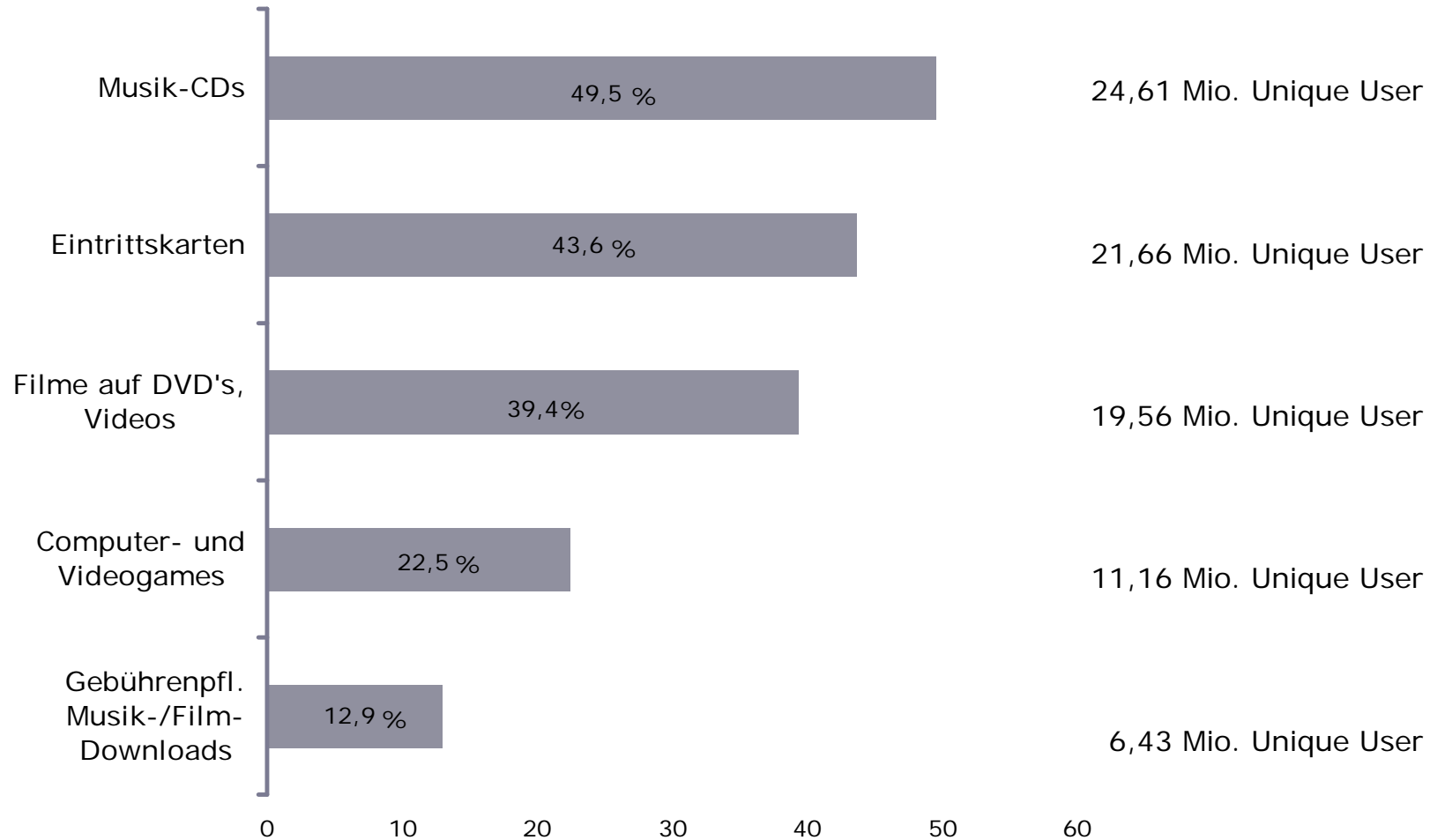
- **Für jede dieser Gruppen werden folgende Merkmale analysiert:**
 - Basis-Potenzial in Mio. und Prozent der Internetnutzer (WNK) sowie jeweils die Top-5-Produkte pro Nutzergruppe
 - Nutzerstrukturen: Geschlecht / Alter / Berufstätigkeit / Haushaltsnettoeinkommen / Haushaltsführer / Haupteinkommensbezieher
 - Haushaltsausstattung
 - Online-Nutzung: genutzte Themenschwerpunkte
 - Mediennutzung bzw. Freizeit-Aktivitäten
 - Psychografische Statements



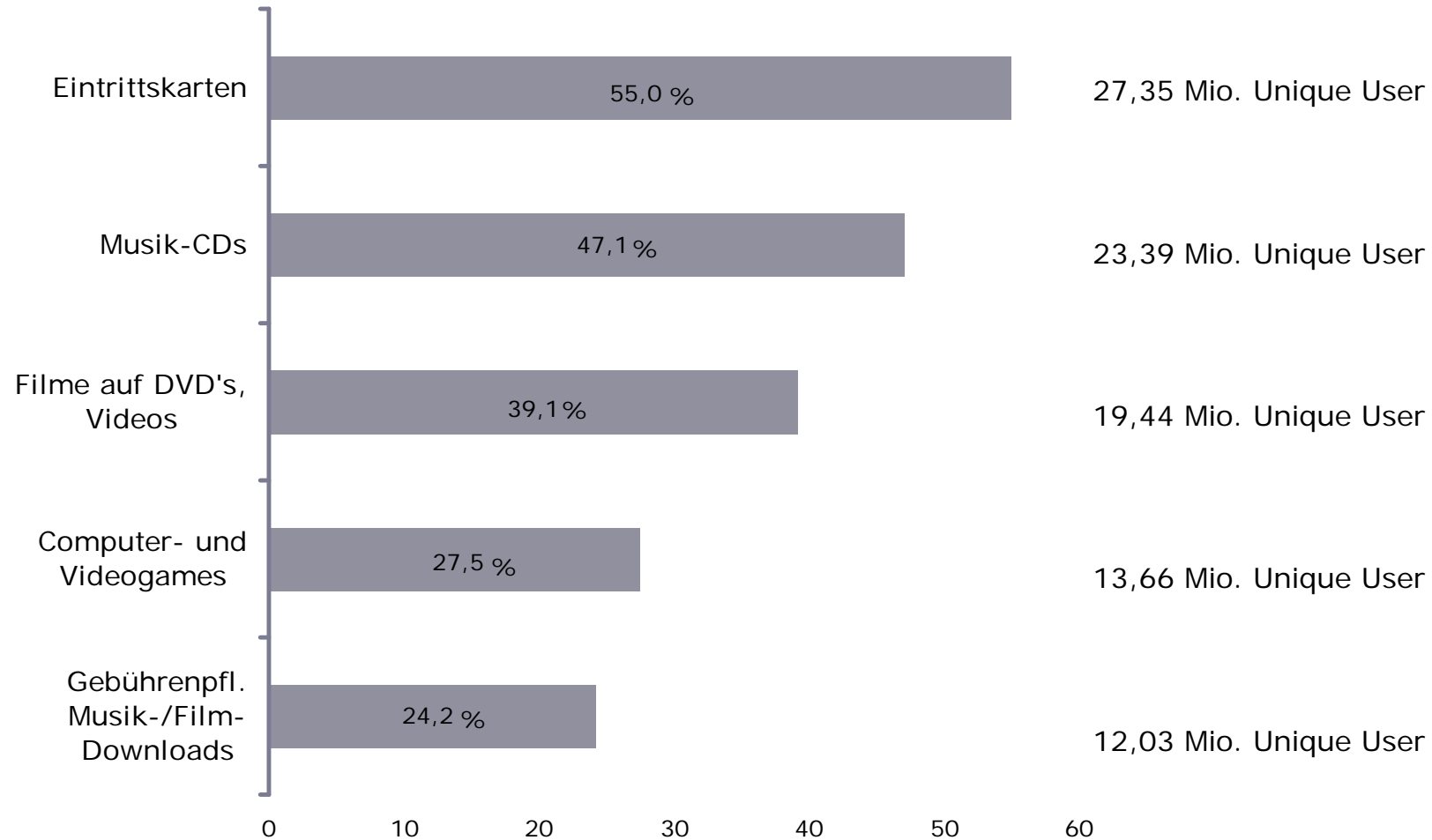
Vorstellung der Online-Kundenpotenziale für die Entertainment-Branche

Unternehmen aus der Entertainment-Branche finden im Internet relevante Kundenpotenziale und damit eine zusätzliche Plattform zur Ansprache ihrer Zielgruppen:

- **79,3 Prozent** (39,42 Millionen) der Internetnutzer (WNK) sind an **Entertainment-Produkten interessiert**.
- **79,2 Prozent** (39,34 Millionen) der Internetnutzer (WNK) suchen online nach **Informationen** rund um **Entertainment-Produkte**.
- **56,8 Prozent** (28,22 Millionen) der Internetnutzer (WNK) haben in den letzten 12 Monaten **Entertainment-Produkte im Internet gekauft**.
- Und **55,7 Prozent** (27,69 Millionen) der Internetnutzer (WNK) **suchen** Informationen rund um Entertainment-Produkte online **UND kaufen** diese Produkte **über das Internet**.



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

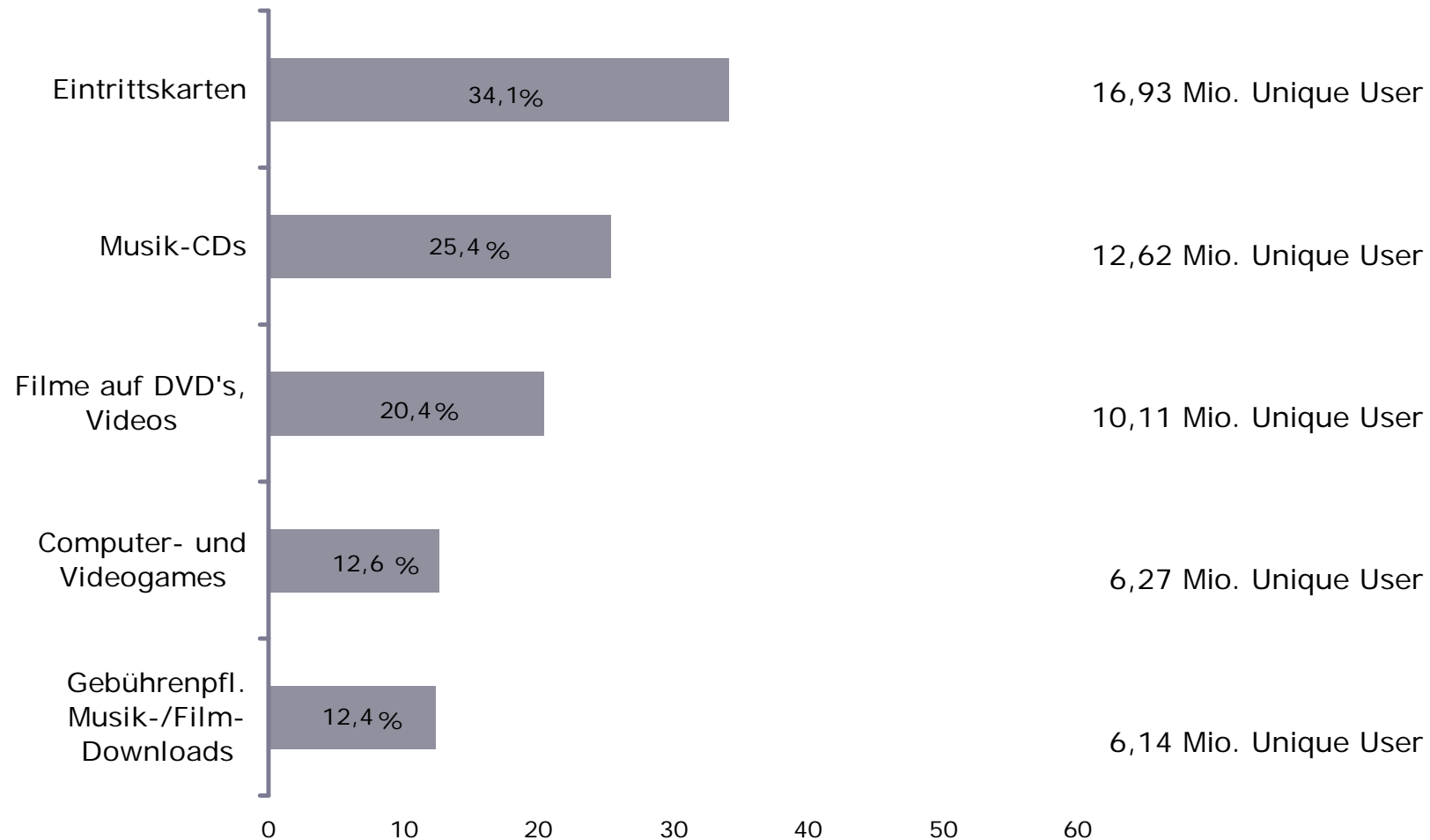


AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

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

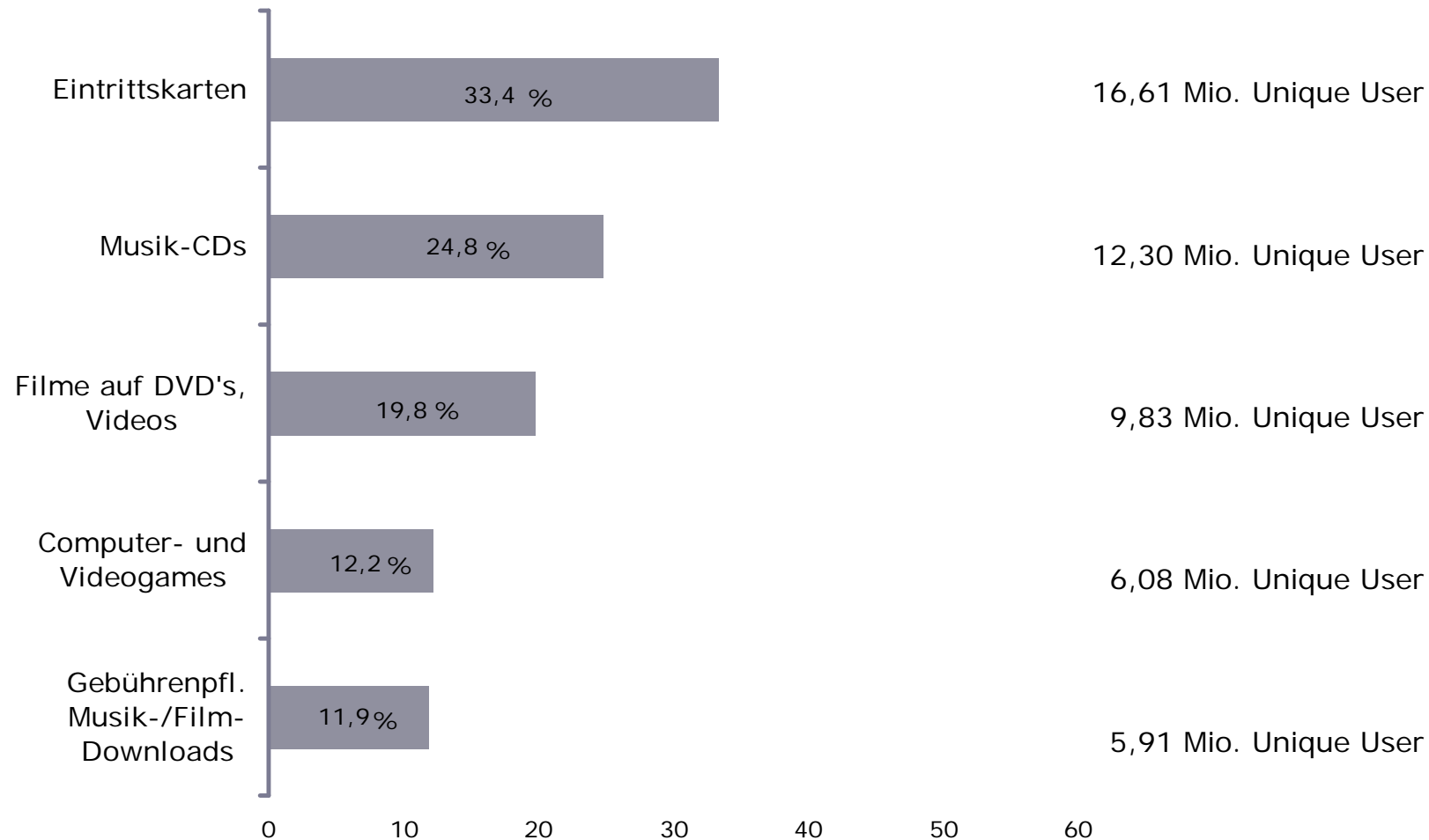


AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

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



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ /

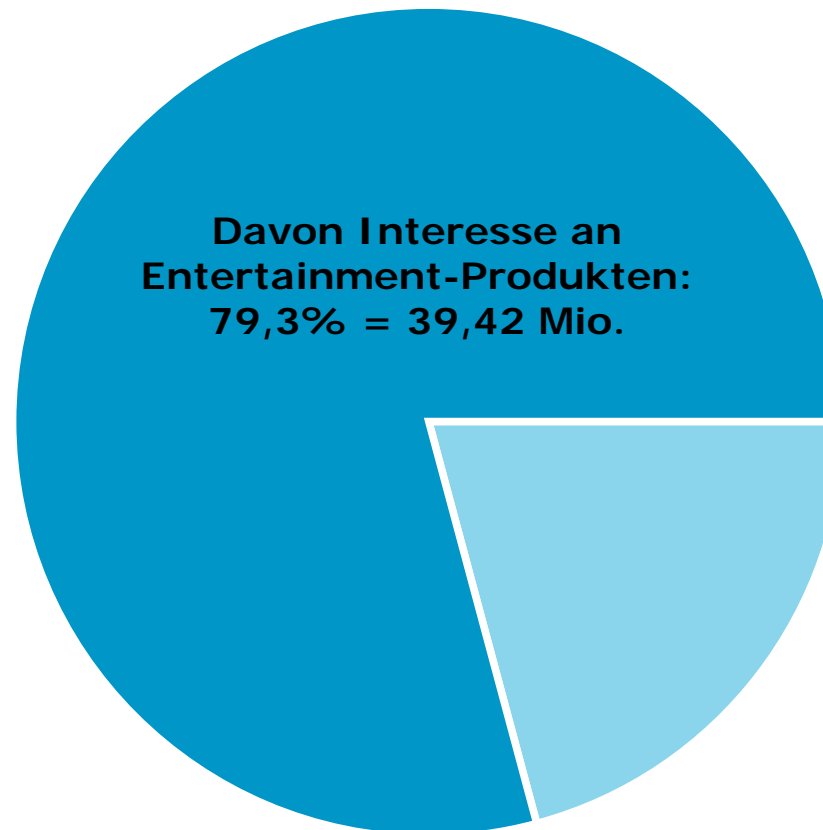
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

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

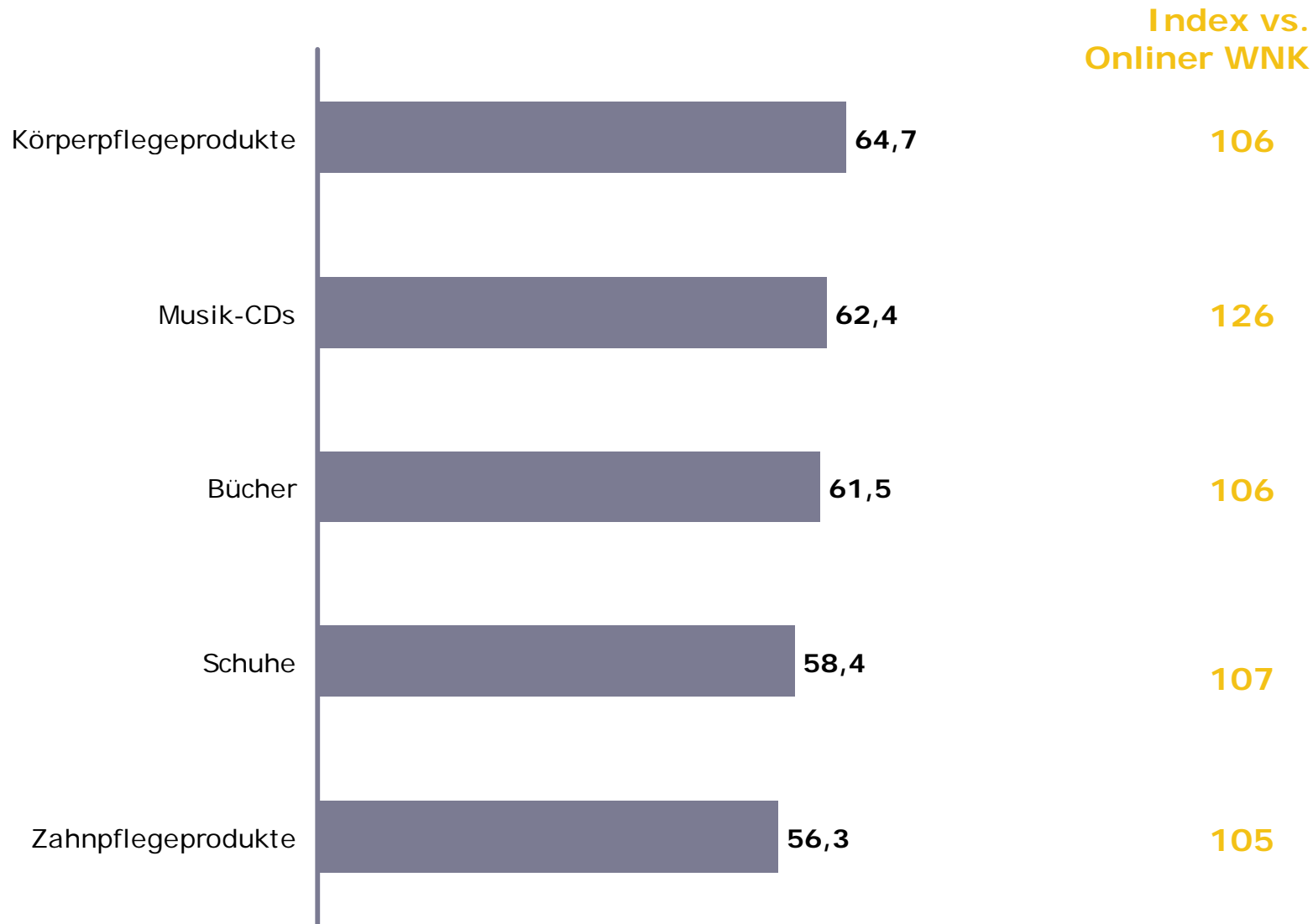
Generelles Interesse an Entertainment-Produkten

79,3 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das sind 39,42 Millionen – sind an Entertainment-Produkten interessiert.

**Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 49,68 Mio.**

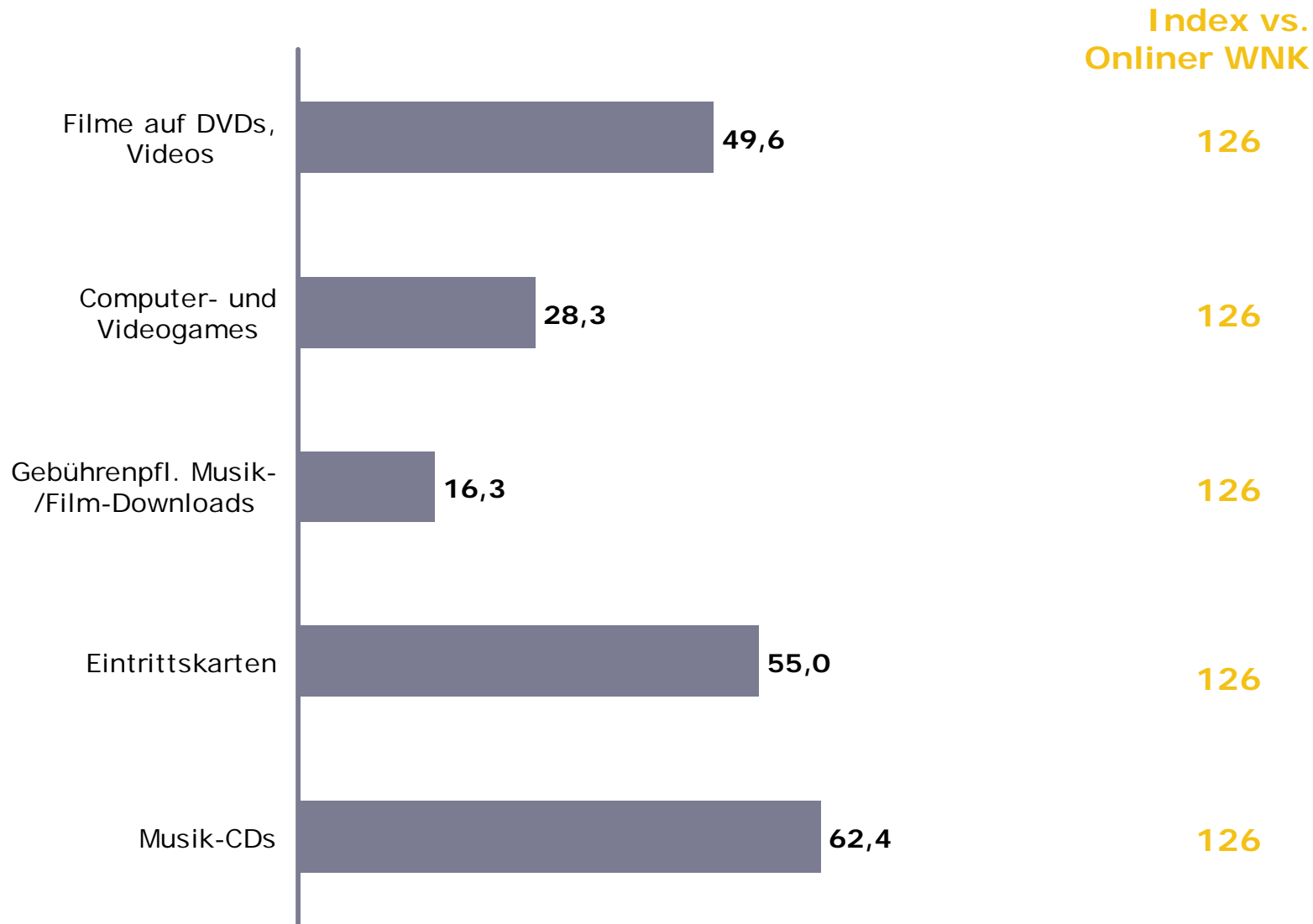


Top 5 Produkte nach Prozent bei an Entertainment interessierten Internetnutzern (WNK)



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
 Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Top 5 Produkte nach Index bei den an Entertainment interessierten Internetnutzern (WNK)



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
 Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Online-Informationssuche rund um Entertainment-Produkte

79,2 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das entspricht 39,34 Millionen – informieren sich im Internet rund um Entertainment-Produkte.

Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 49,68 Mio.



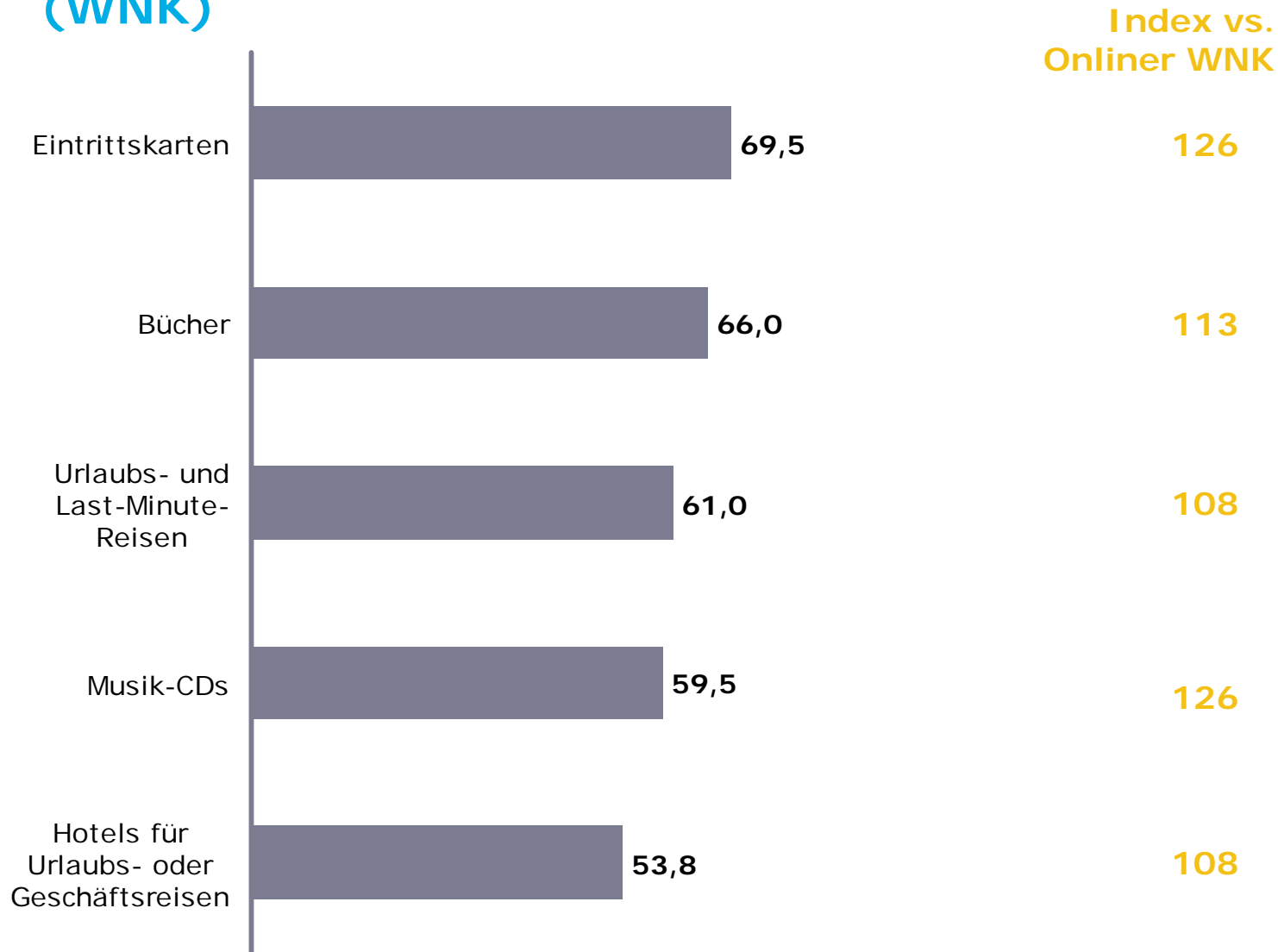
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

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

Top 5 Produkte nach Prozent bei sich online zu Entertainment informierenden Internetnutzern (WNK)



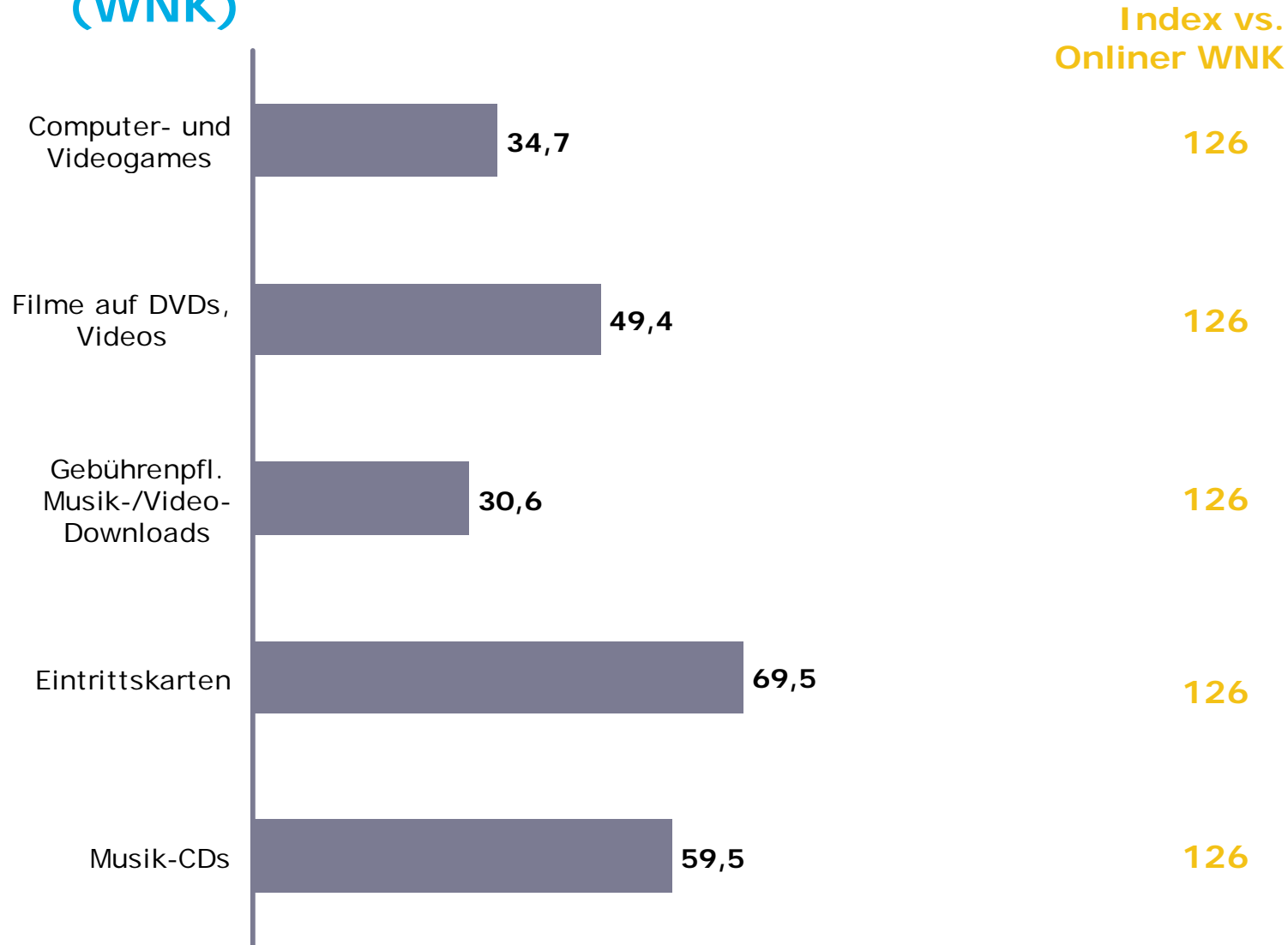
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Top 5 Produkte nach Index bei sich online zu Entertainment informierenden Internetnutzern (WNK)



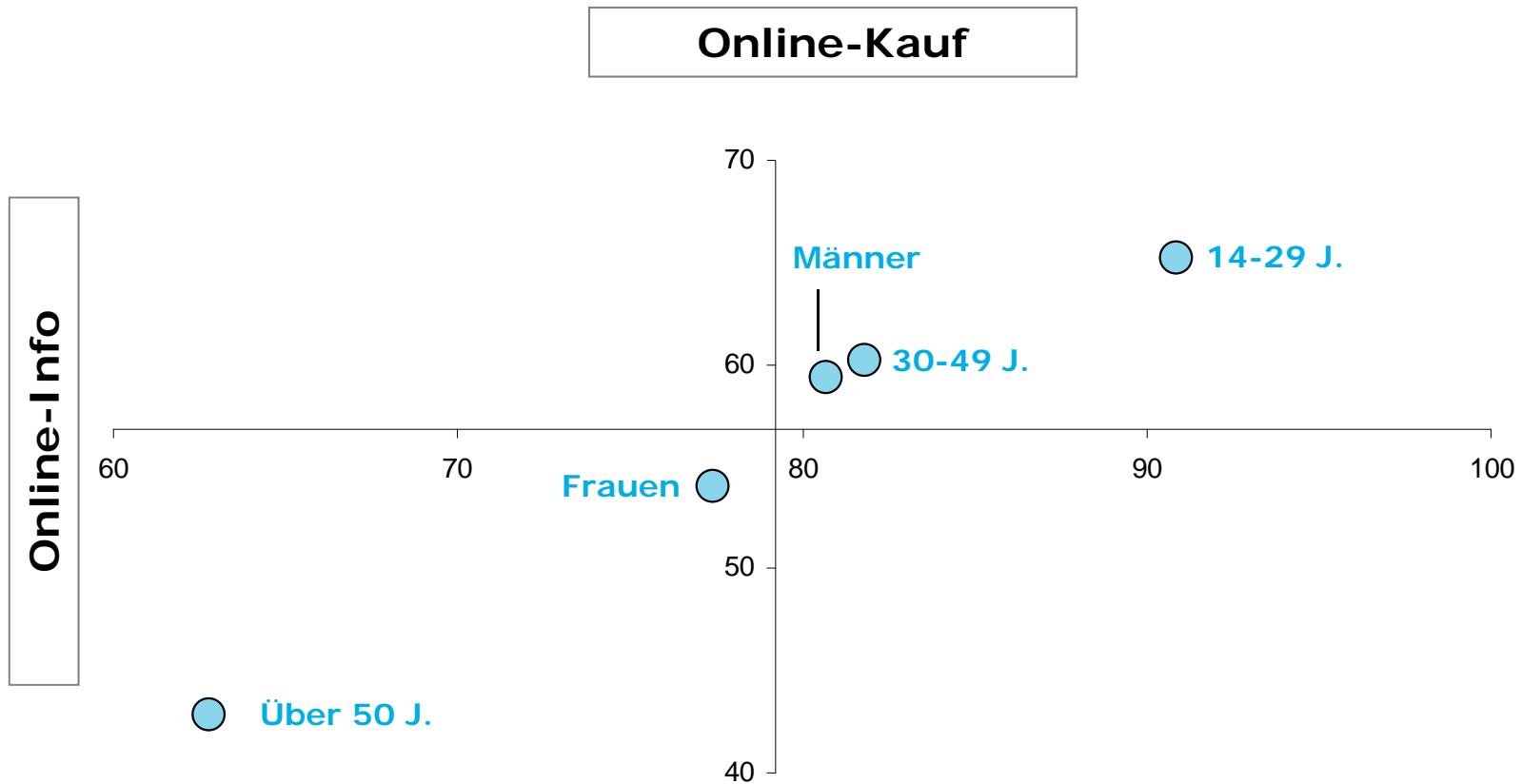
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Zielgruppen-Matrix Online-Info vs. Online-Kauf für Geschlechter- und Altersgruppen



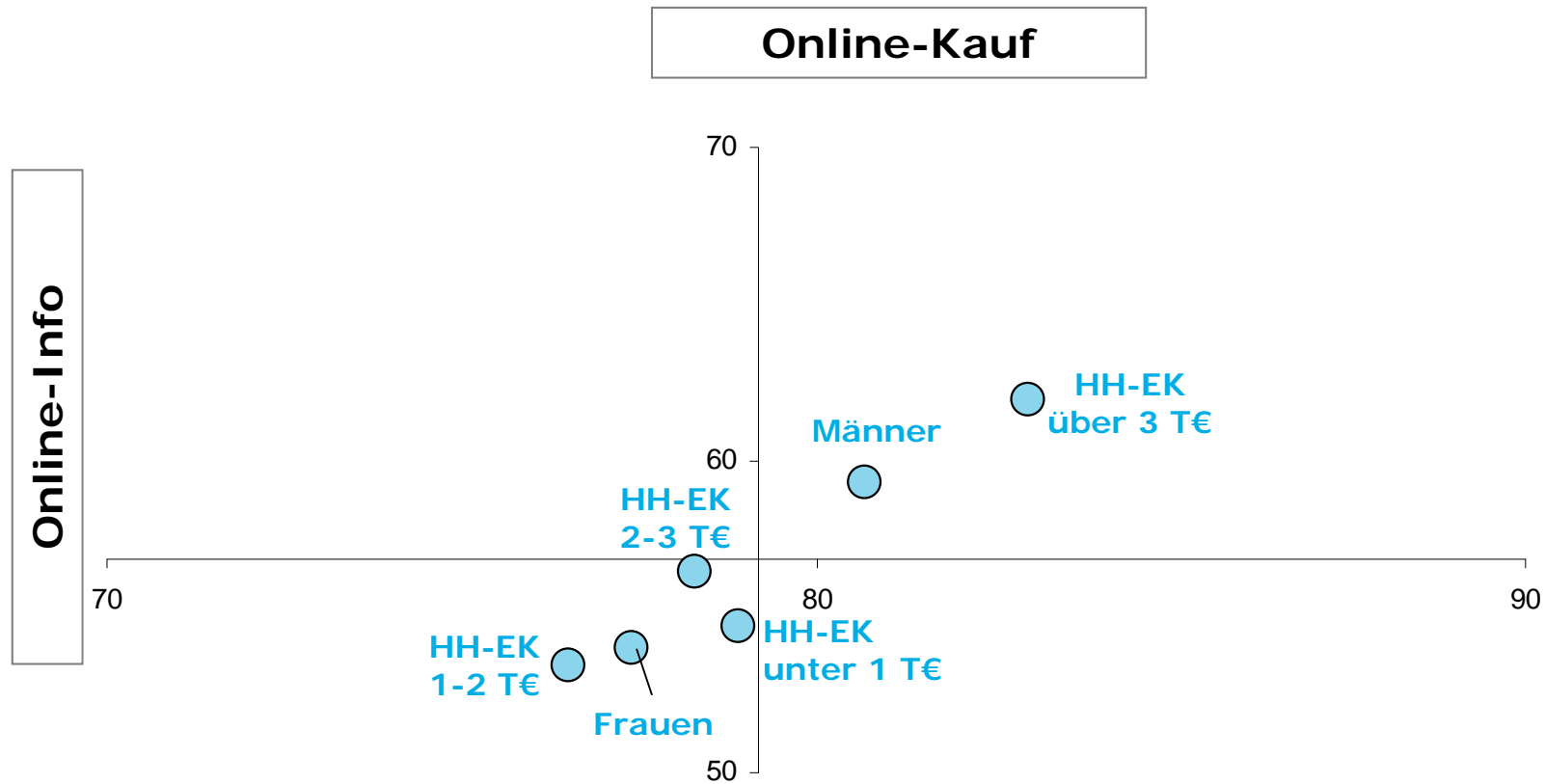
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

Online-Informationssuchende versus Online-Käufer von Entertainment-Produkten / Angaben in Prozent

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

Zielgruppen-Matrix Online-Info vs. Online-Kauf für Geschlechter- und Einkommensgruppen



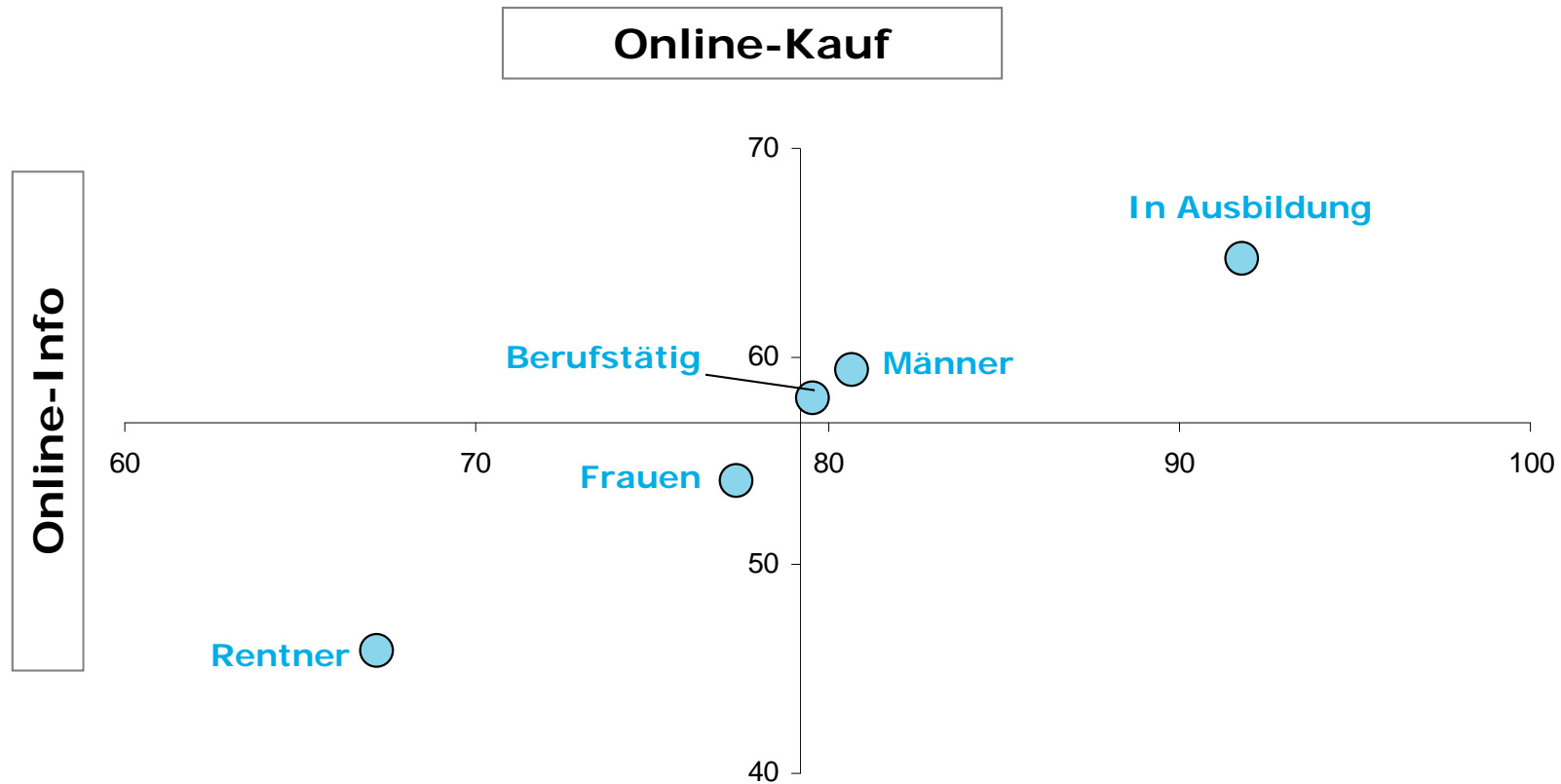
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

Online-Informationssuchende versus Online-Käufer von Entertainment-Produkten / Angaben in Prozent

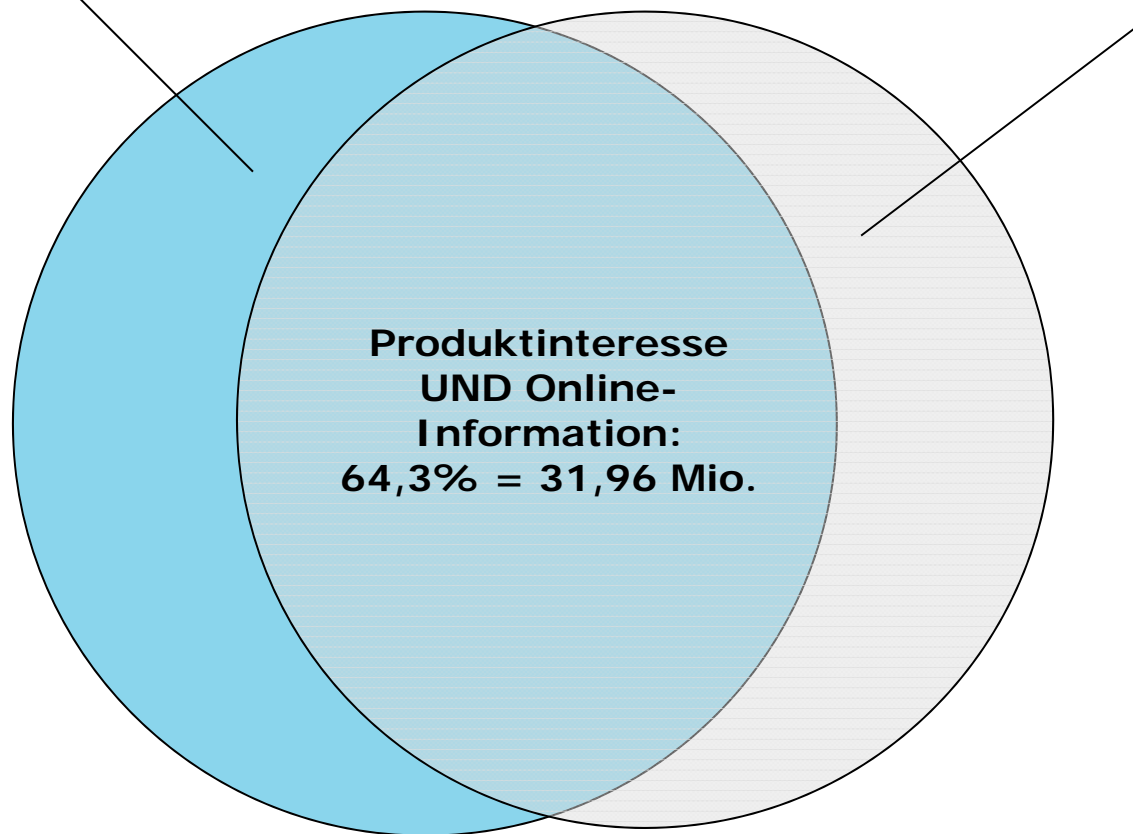
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Zielgruppen-Matrix Online-Info vs. Online-Kauf für Geschlechter- und Berufstätigengruppen



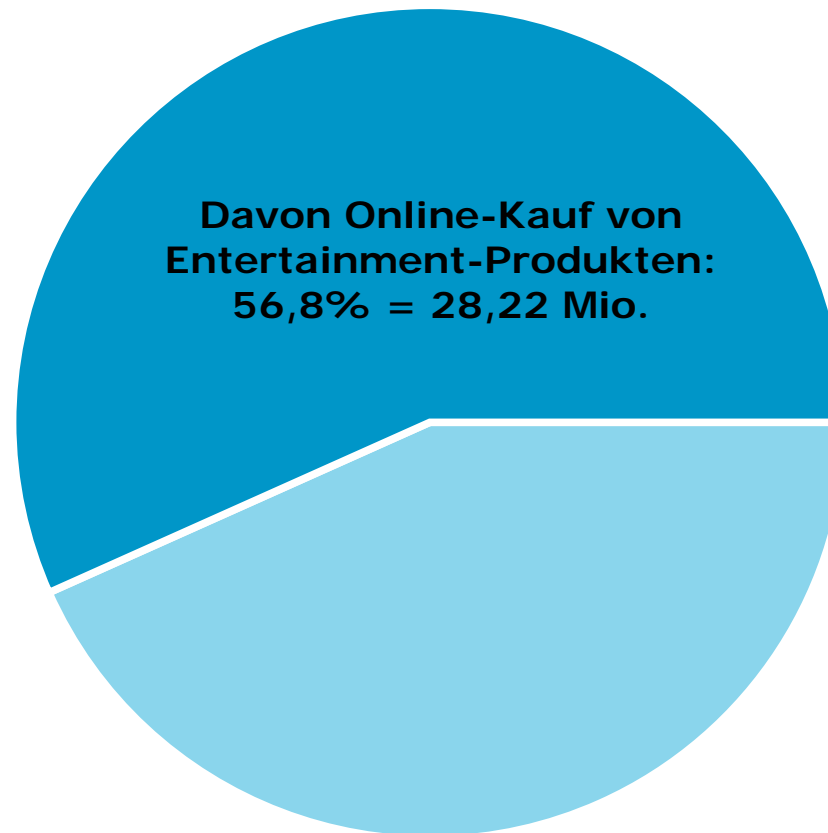
Produktinteresse:
79,3% = 39,42 Mio.

Online-Information:
79,2% = 39,34 Mio.

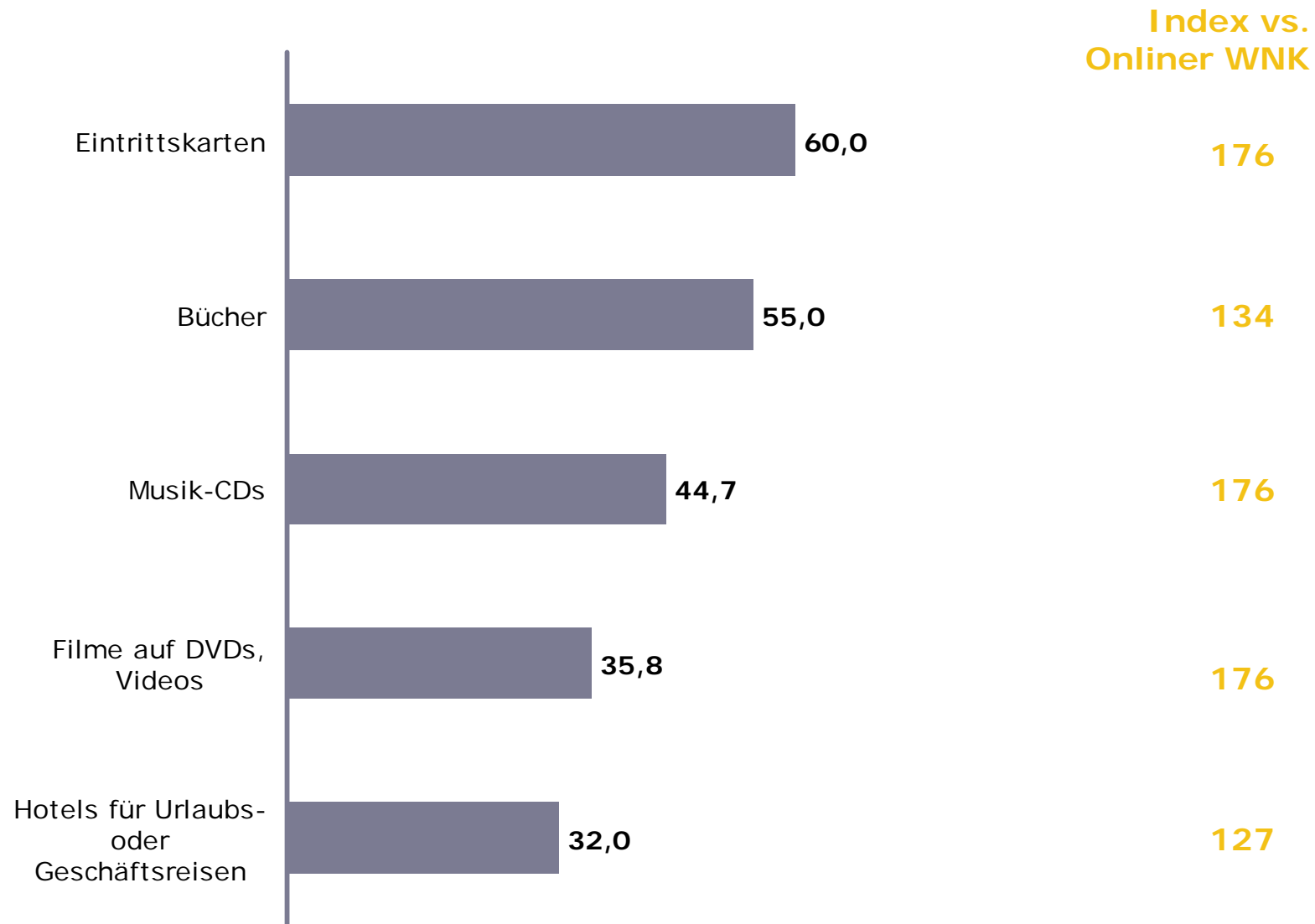


56,8 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das entspricht 28,22 Millionen – kaufen Entertainment-Produkte im Internet.

**Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 49,68 Mio.**



Top 5 Produkte nach Prozent bei den Online-Käufern von Entertainment-Produkten



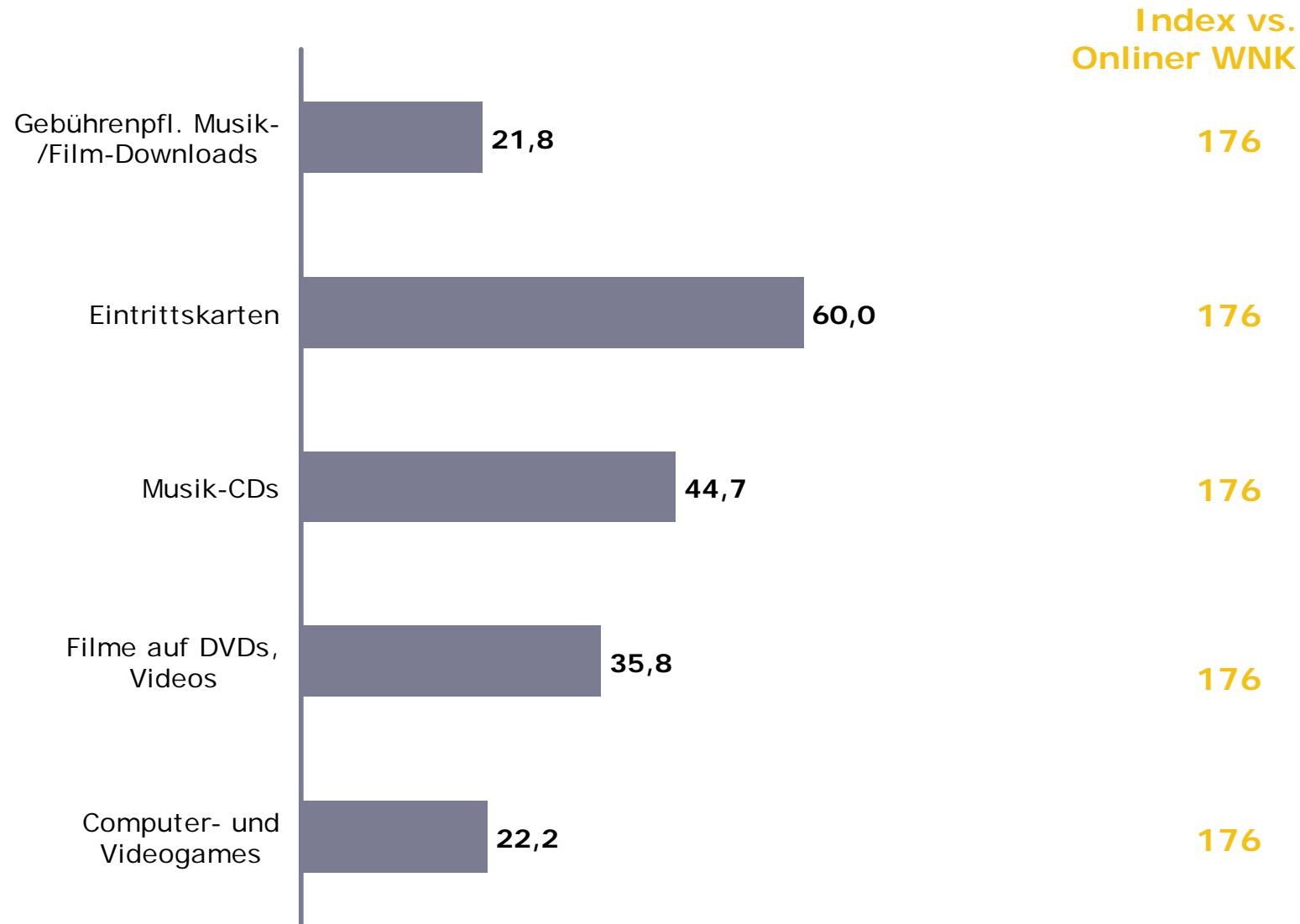
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Top 5 Produkte nach Index bei den Online-Käufern von Entertainment-Produkten



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

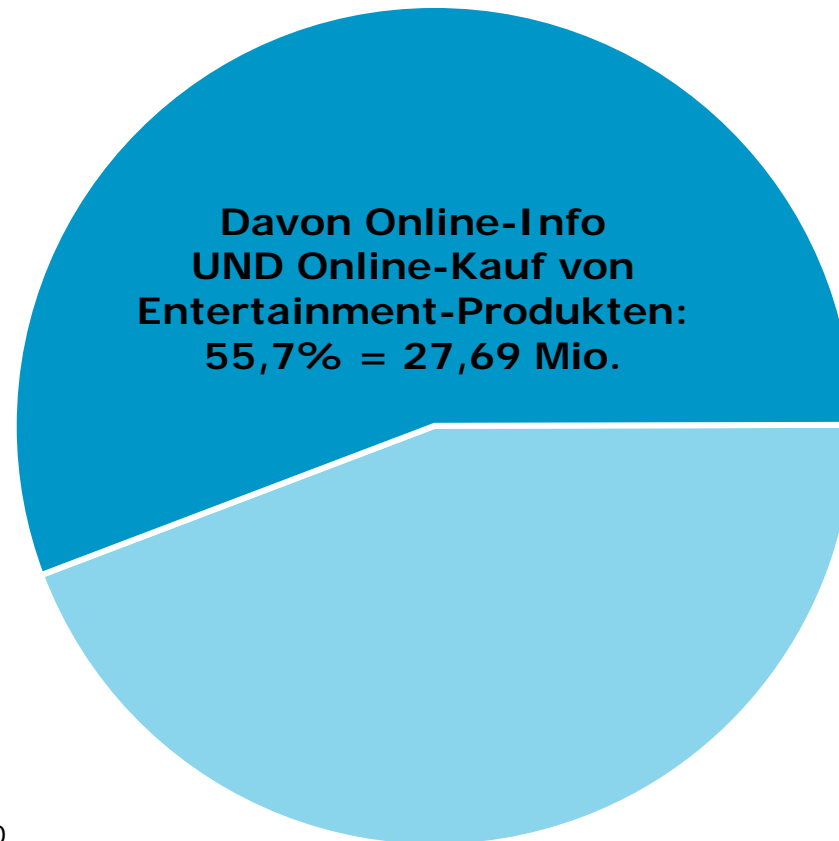
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Online-Info UND Online-Kauf von Entertainment-Produkten

55,7 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das entspricht 27,69 Millionen – informieren sich online über Entertainment-Produkte und kaufen diese auch im Internet.



**Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 49,68 Mio.**

AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

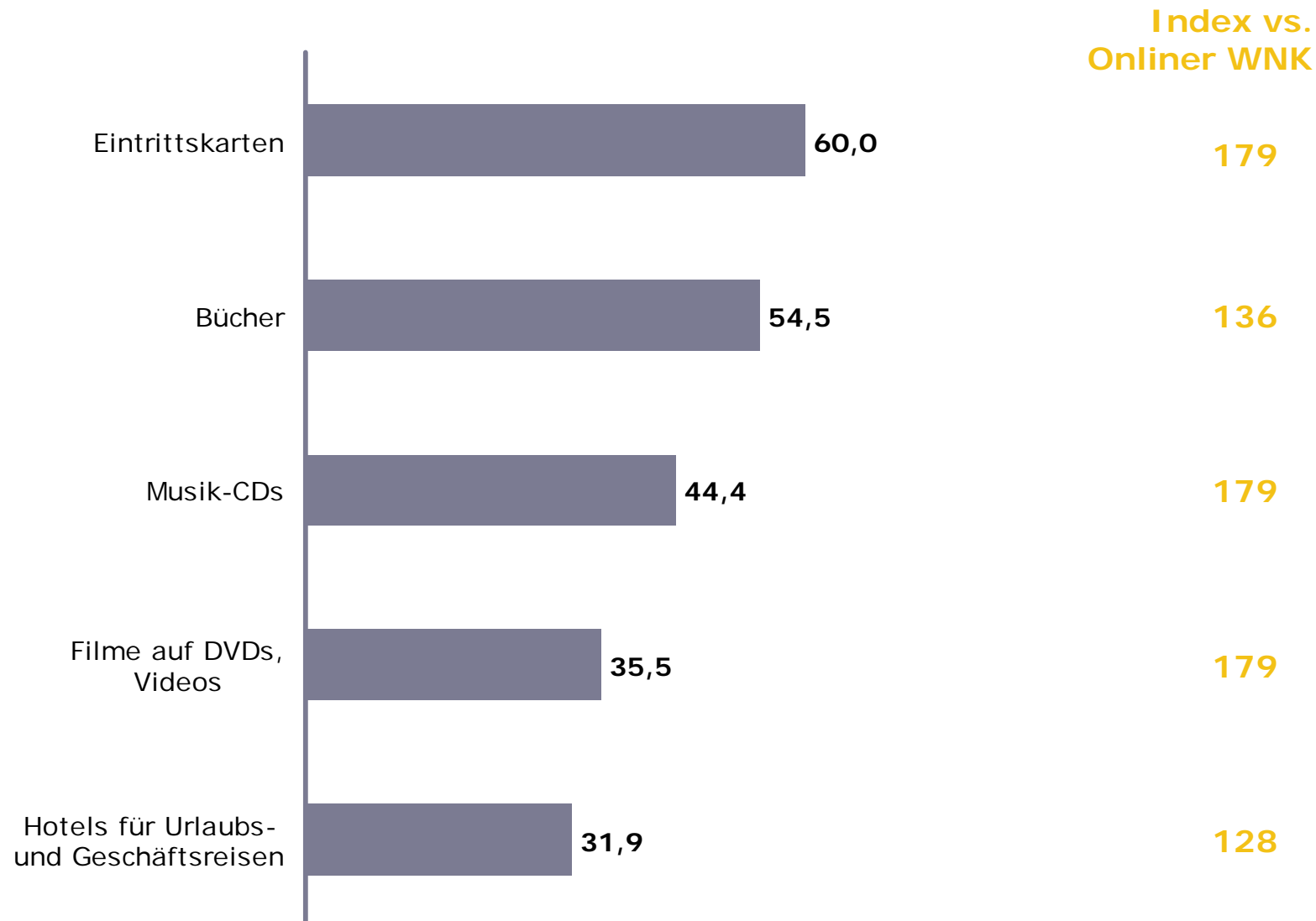
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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?“

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

Top 5 Produkte nach Prozent bei den Online-Infosuchenden und -Käufern von Entertainment



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

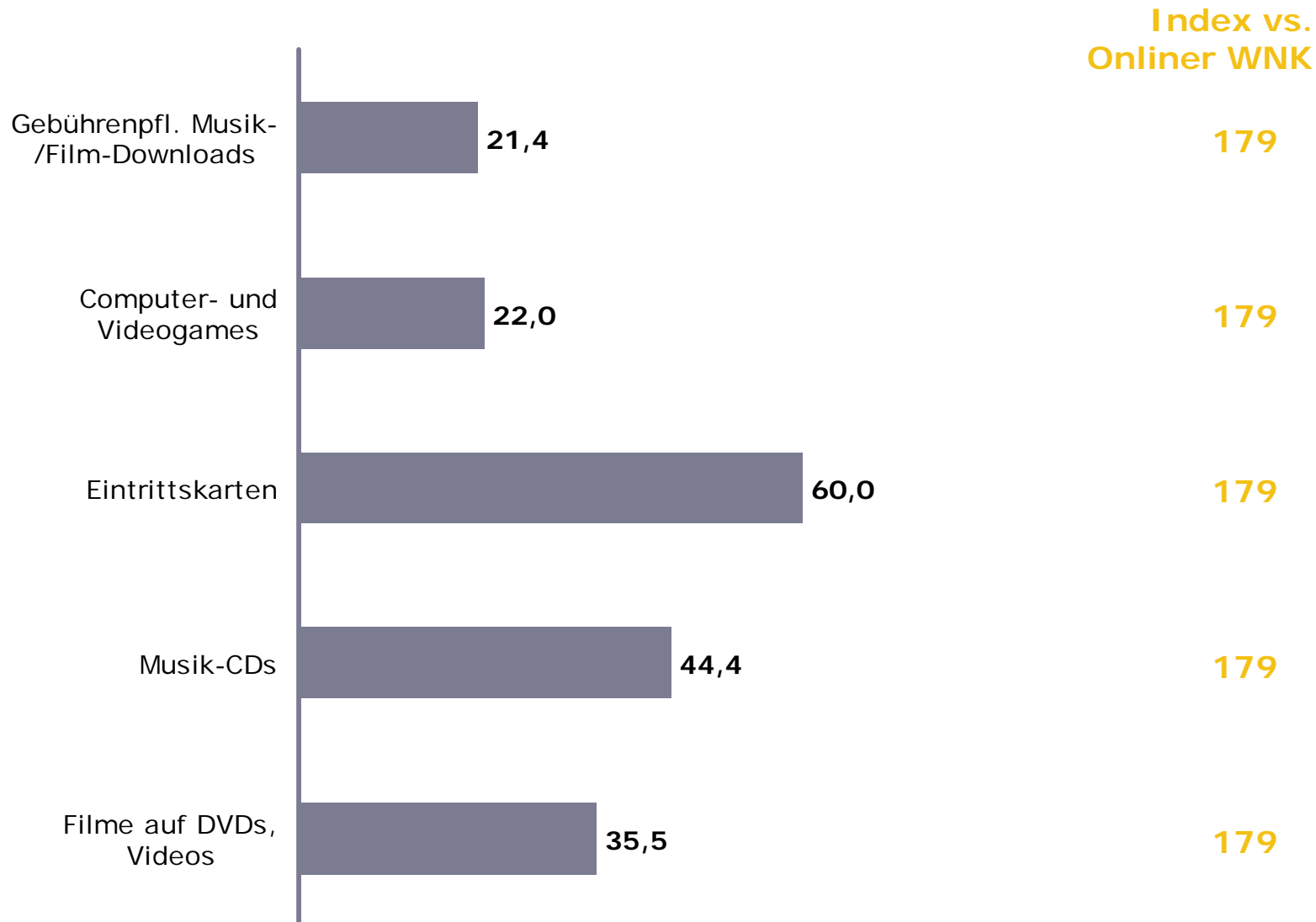
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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 und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Top 5 Produkte nach Index bei den Online-Infosuchenden und -Käufern von Entertainment



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010

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



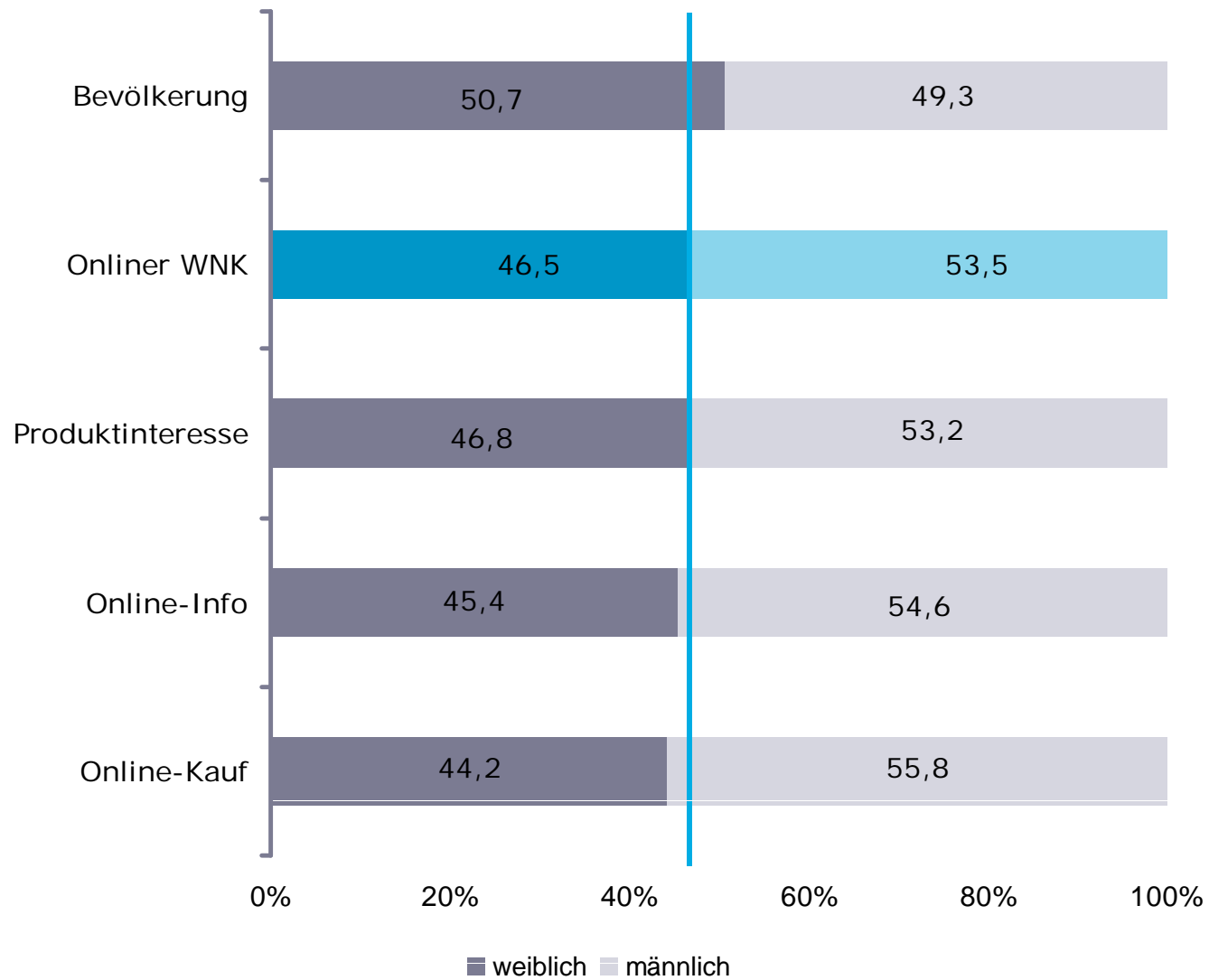
Nutzerstrukturen

Strukturen – Zentrale Daten im Überblick

Die entertainmentaffinen Nutzergruppen im Internet zeichnen sich durch einen leicht überdurchschnittlichen Männeranteil und eine starke Präsenz in der werberelevanten Zielgruppe der 14-49-Jährigen aus. Entsprechend finden Unternehmen aus der Entertainment-Branche im Internet eine attraktive Plattform zur Ansprache ihrer Zielgruppen.

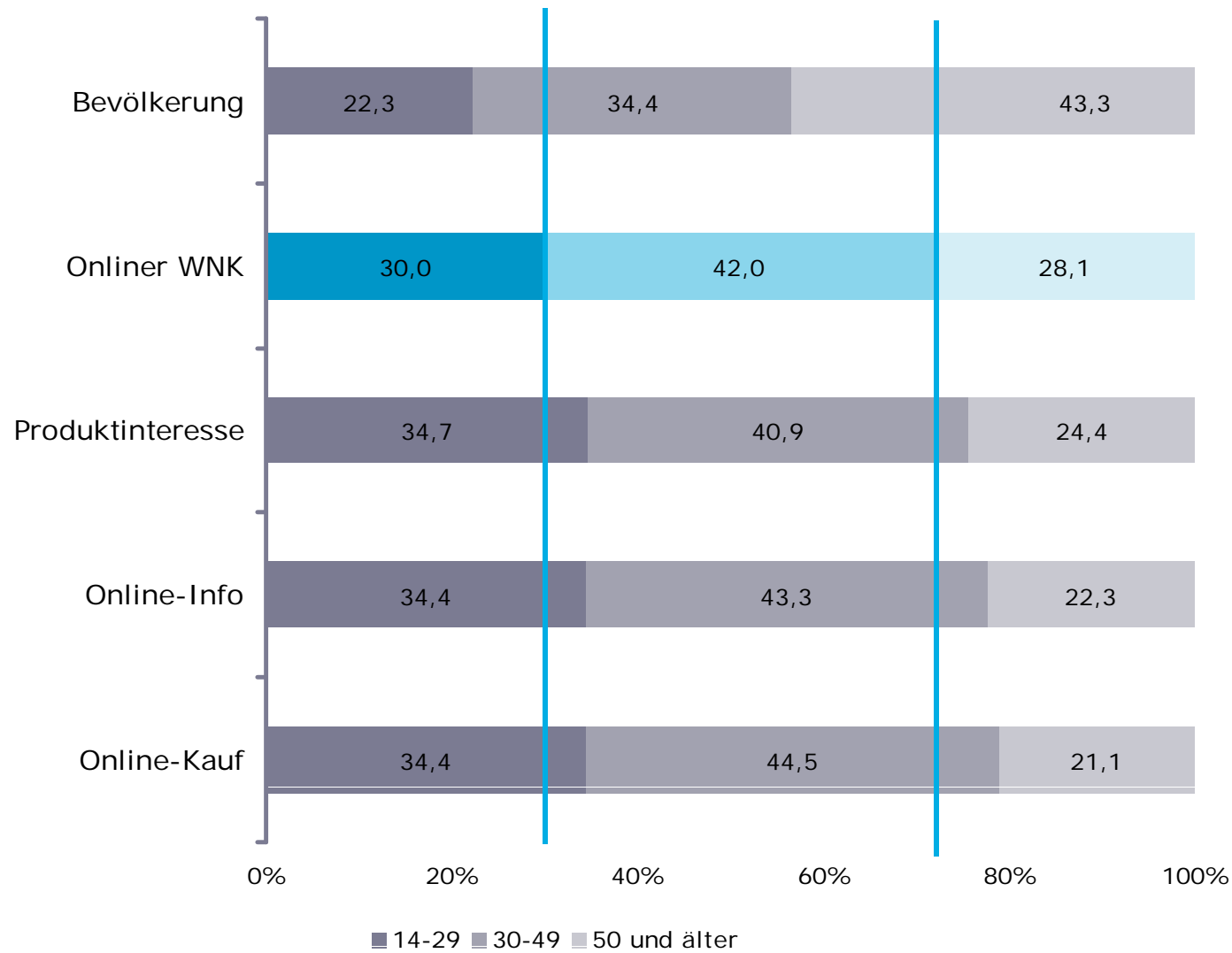
- Männer weisen mit 54,5 Prozent einen leicht überdurchschnittlichen Anteil bei den entertainmentaffinen Nutzergruppen auf.
- 77,4 Prozent der entertainmentaffinen Nutzer sind jünger als 49 Jahre, dabei ist insbesondere der Anteil der 14- bis 29-Jährigen mit 34,5 Prozent überdurchschnittlich hoch.
- Durchschnittlich 66,0 Prozent der entertainmentaffinen Nutzer sind berufstätig und 18,0 Prozent befinden sich in der Ausbildung.
- Der hohe Anteil an jungen Menschen führt dazu, dass Haushaltsführer und Haupteinkommensbezieher mit 47,8 bzw. 51,1 Prozent leicht unterdurchschnittlich vertreten sind.
- Das Haushaltsnettoeinkommen der entertainmentaffinen Nutzergruppen liegt leicht über gehobenen Einkommensniveau des Onliner WNK.

Geschlechterstrukturen – in Prozent

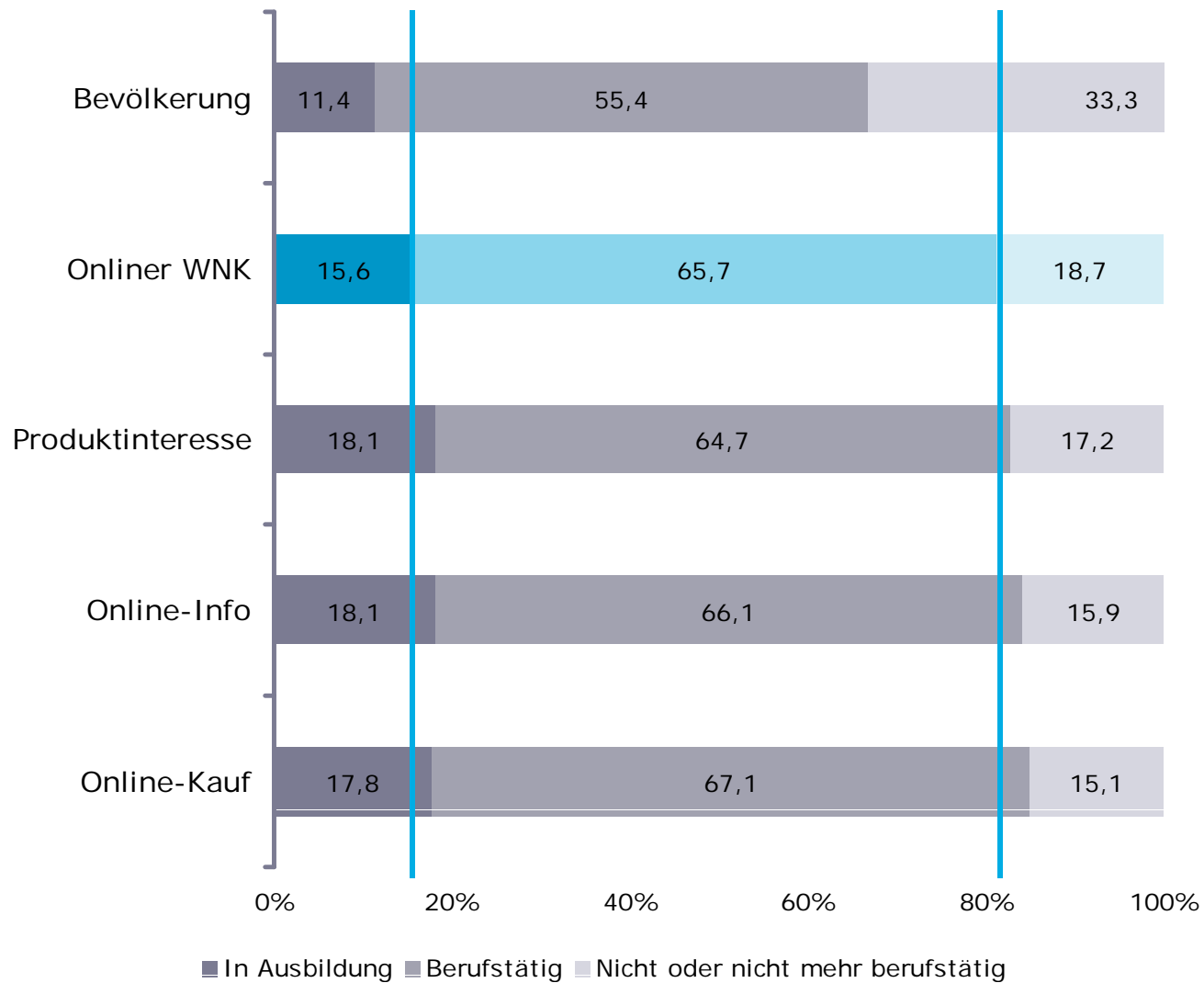


AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

Altersstrukturen – in Prozent

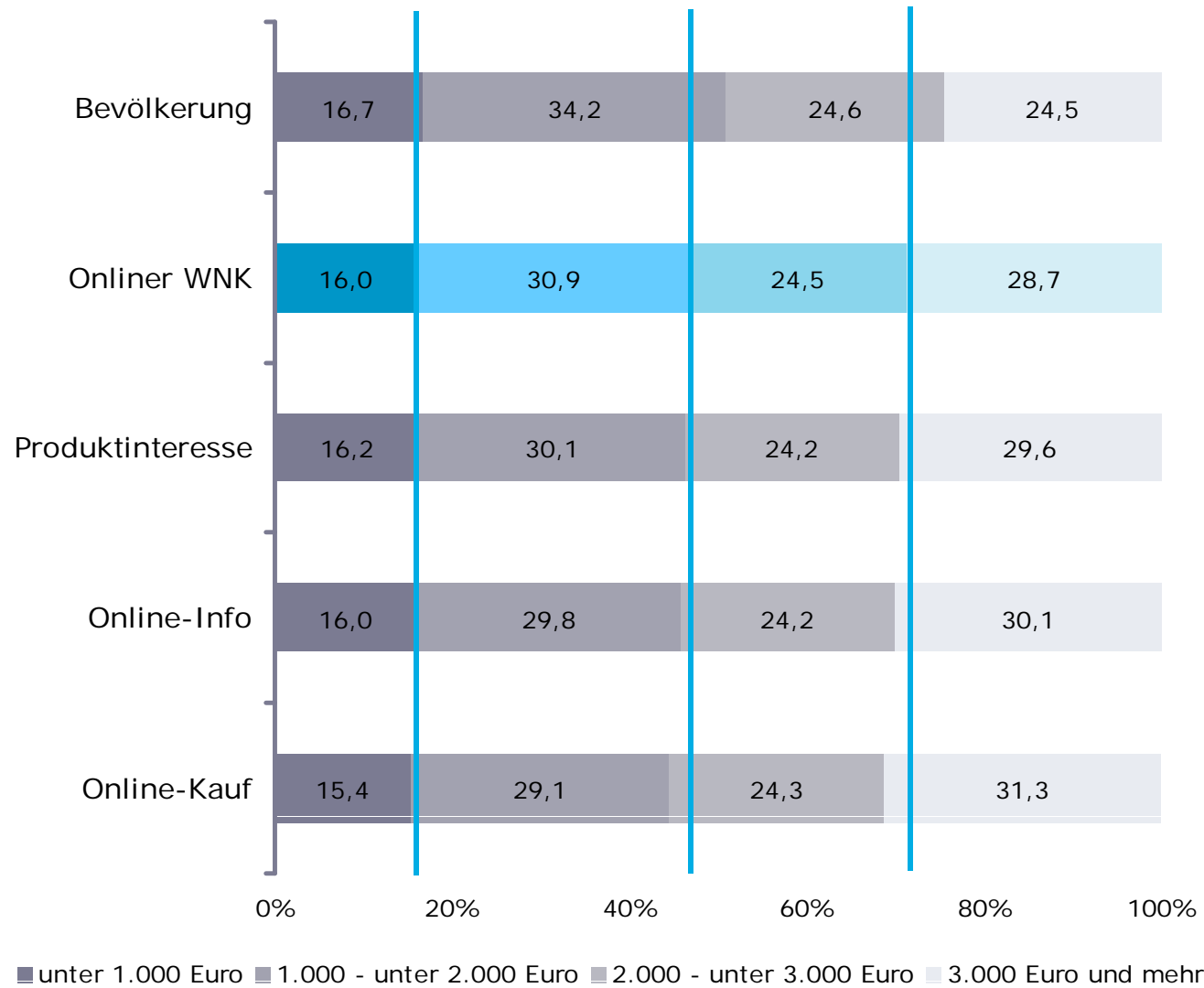


AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

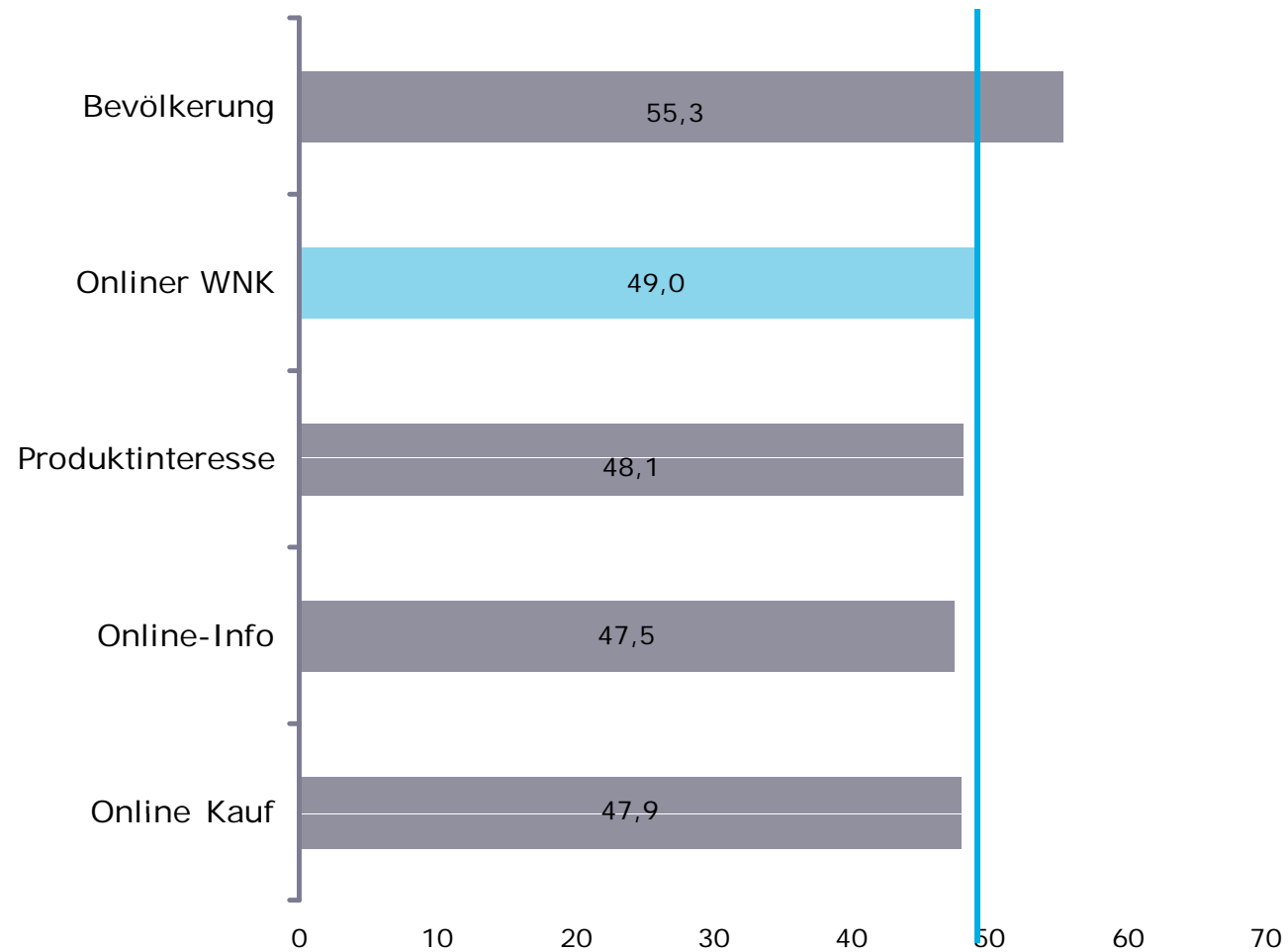


AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

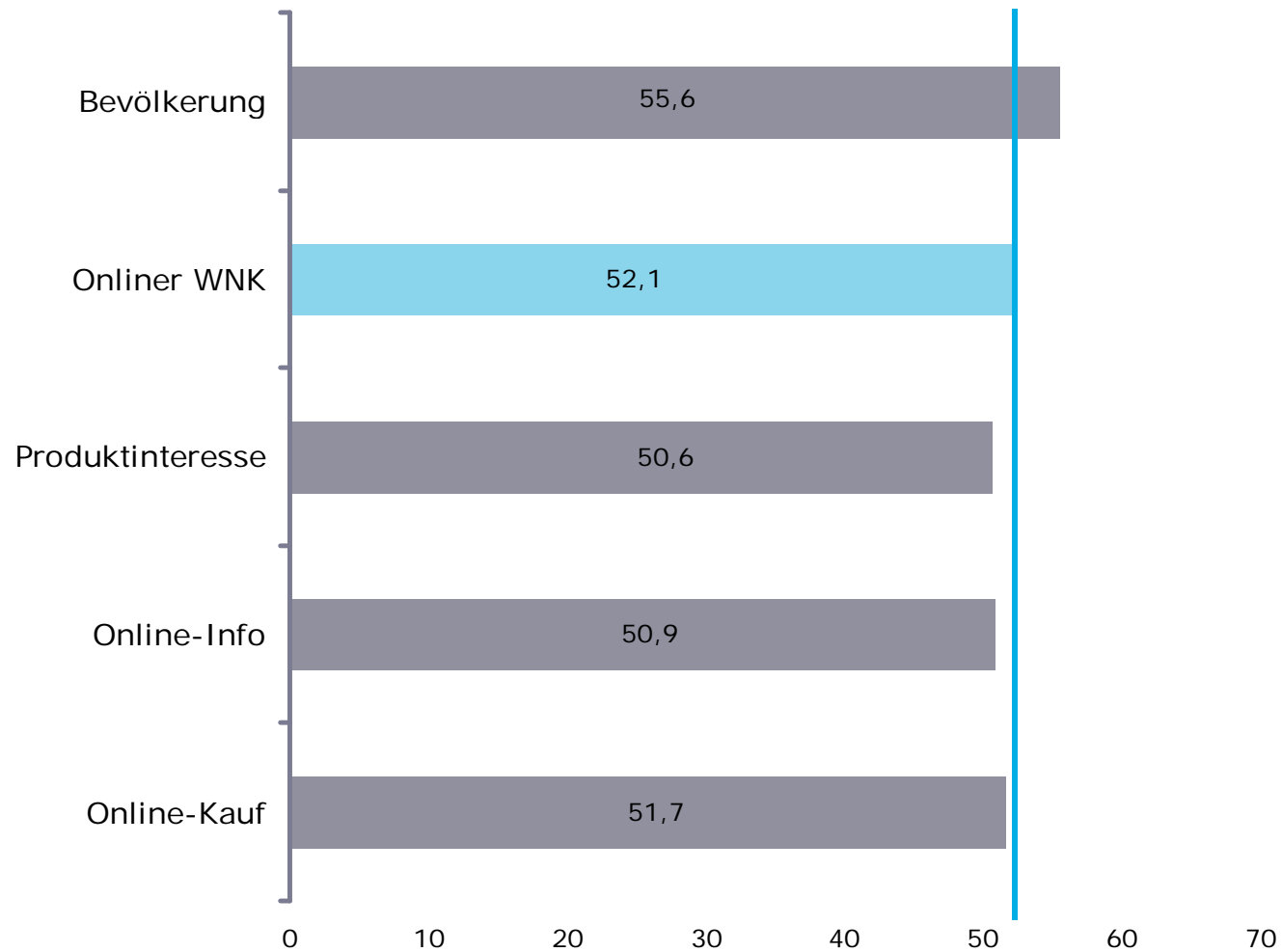
Haushaltsnettoeinkommen – in Prozent



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

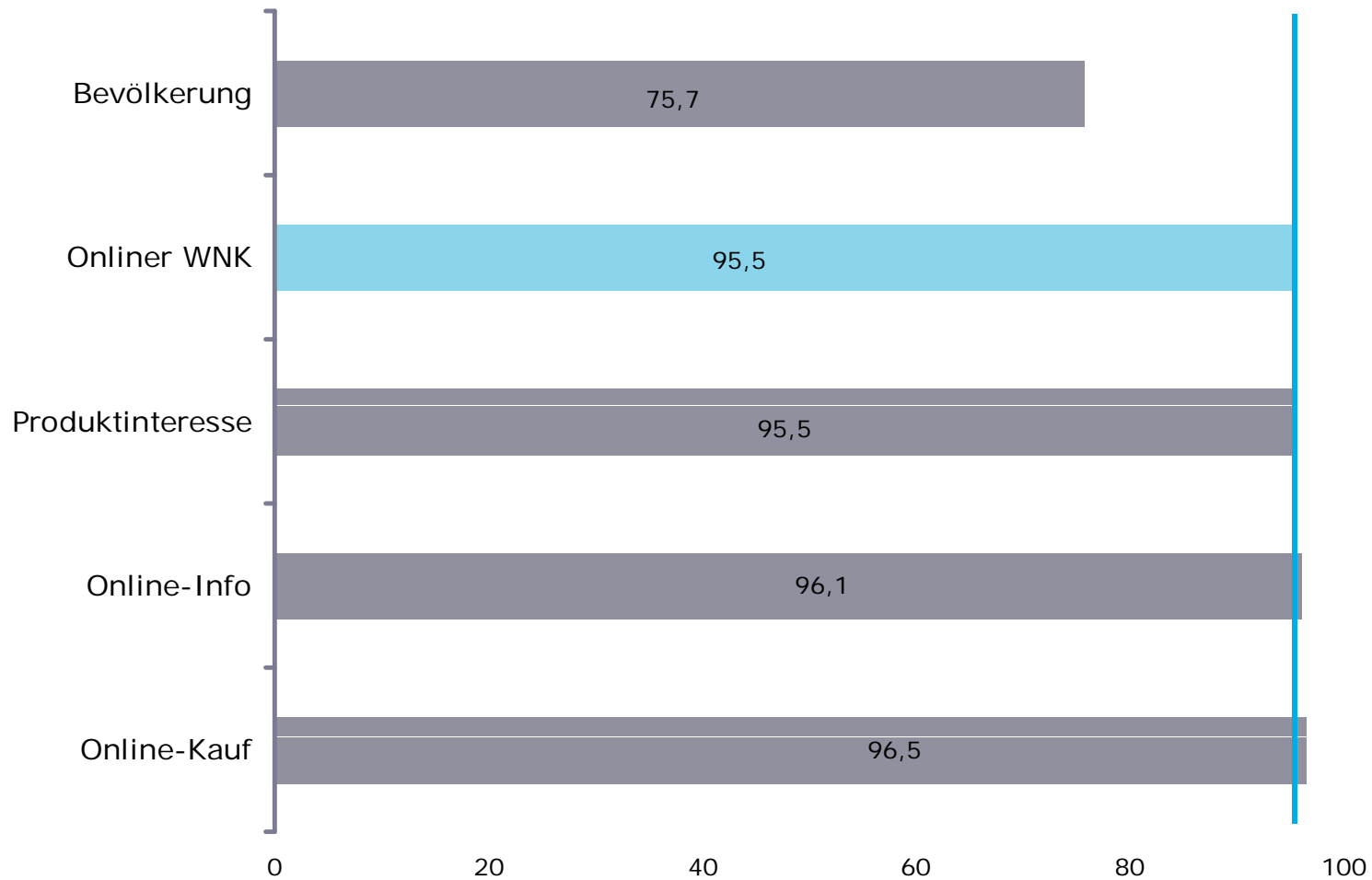


Haushaltsausstattung

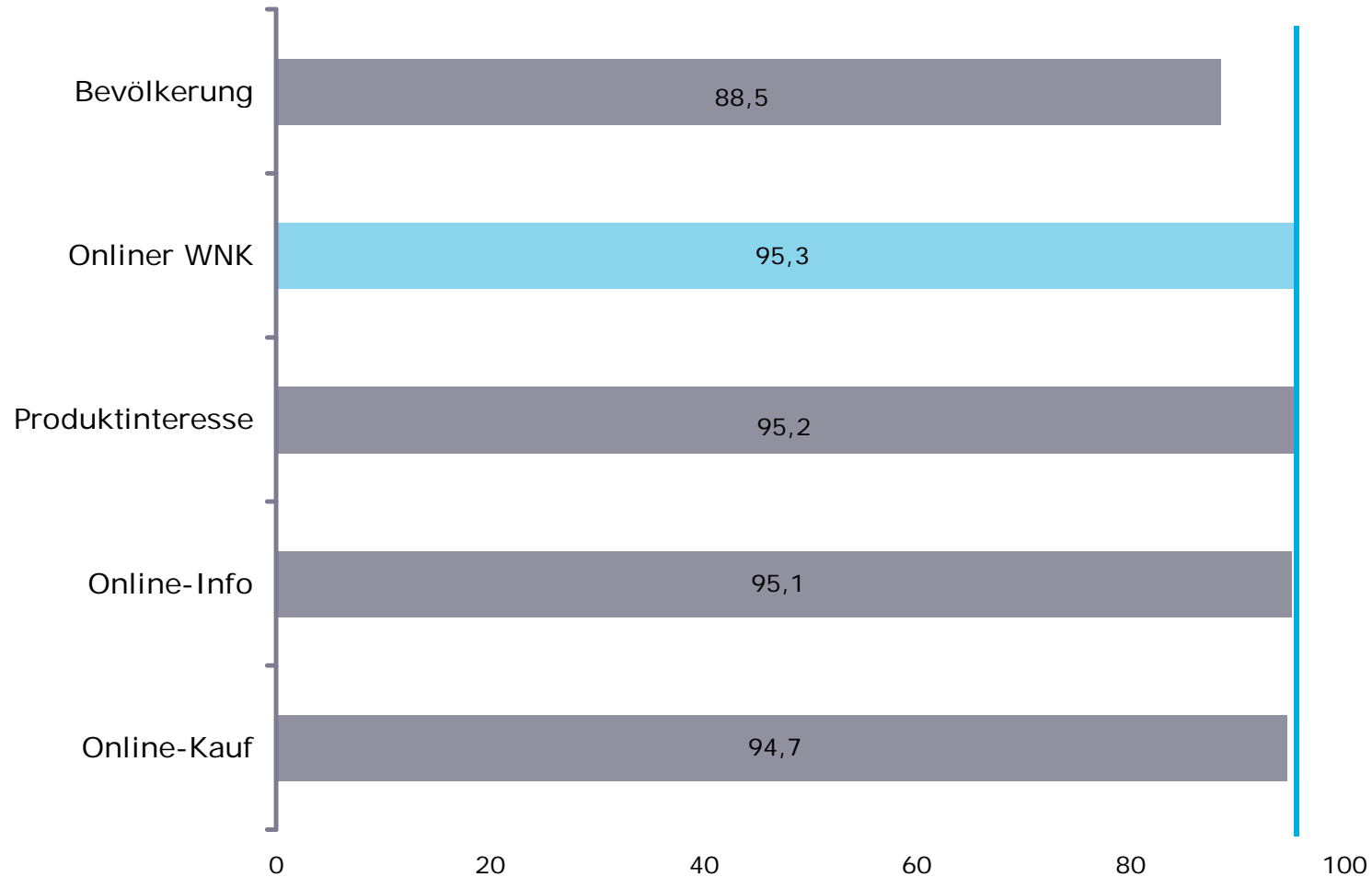
Haushaltsausstattung – Zentrale Daten im Überblick

Die entertainmentaffinen Nutzergruppen sind Technologieprodukten – insbesondere im Zusammenhang mit Unterhaltung – gegenüber aufgeschlossen und verfügen über eine moderne Haushaltsausstattung. Elektronikartikel wie MP3-Player, Spielkonsolen, Set-top-Box oder Fernseher mit Flachbildschirm weisen entsprechend überdurchschnittliche Anteile unter den entertainmentaffinen Usern auf.

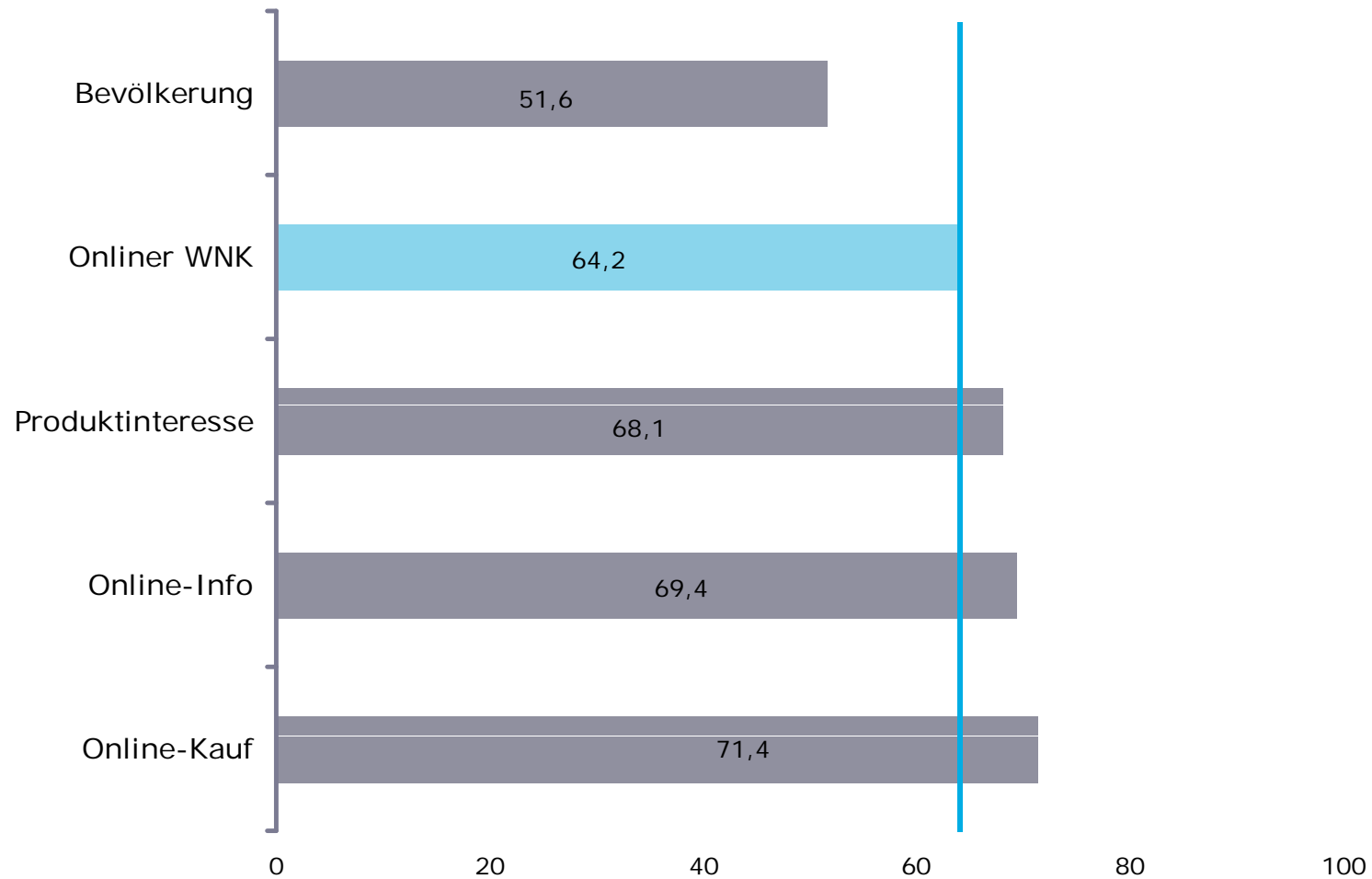
- Nahezu alle entertainmentaffinen User haben ein Mobiltelefon bzw. Handy sowie einen Internet-Anschluss.
- In rund zwei von drei Haushalten sind MP3-Player (69,6 Prozent) und Laptops oder Notebooks (64,7 Prozent) zu finden und weisen damit eine überdurchschnittliche Präsenz auf. Auch Fernseher mit Flachbildschirm sind mit 45,6 Prozent in überdurchschnittlich vielen Haushalten vertreten.
- Weitere Produkte, die in den Haushalten der entertainmentaffinen Nutzergruppen höhere Anteile als in der Bevölkerung und unter den Internetnutzern aufweisen, sind:
 - Spielekonsolen
 - Set-top-Box



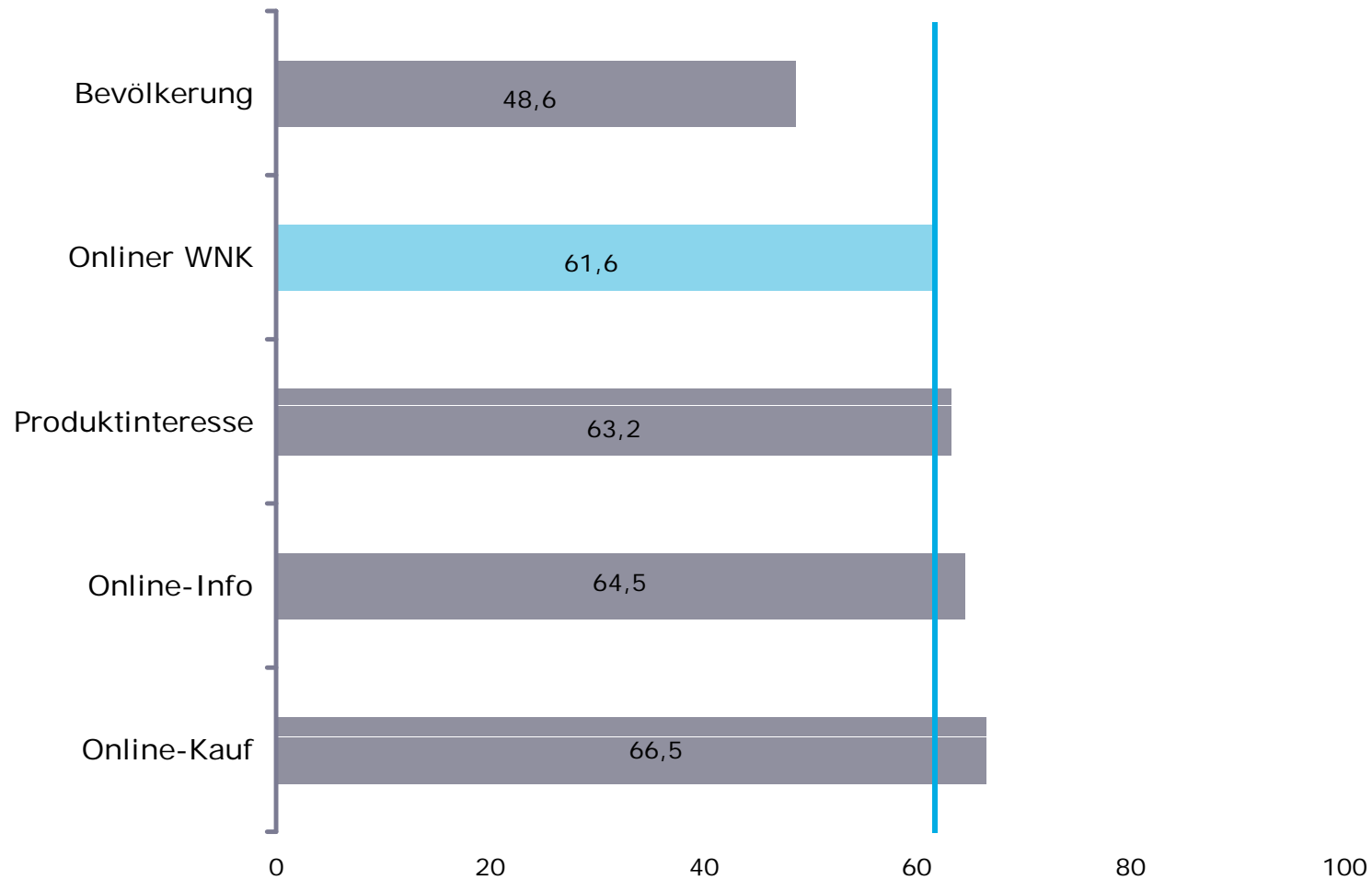
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



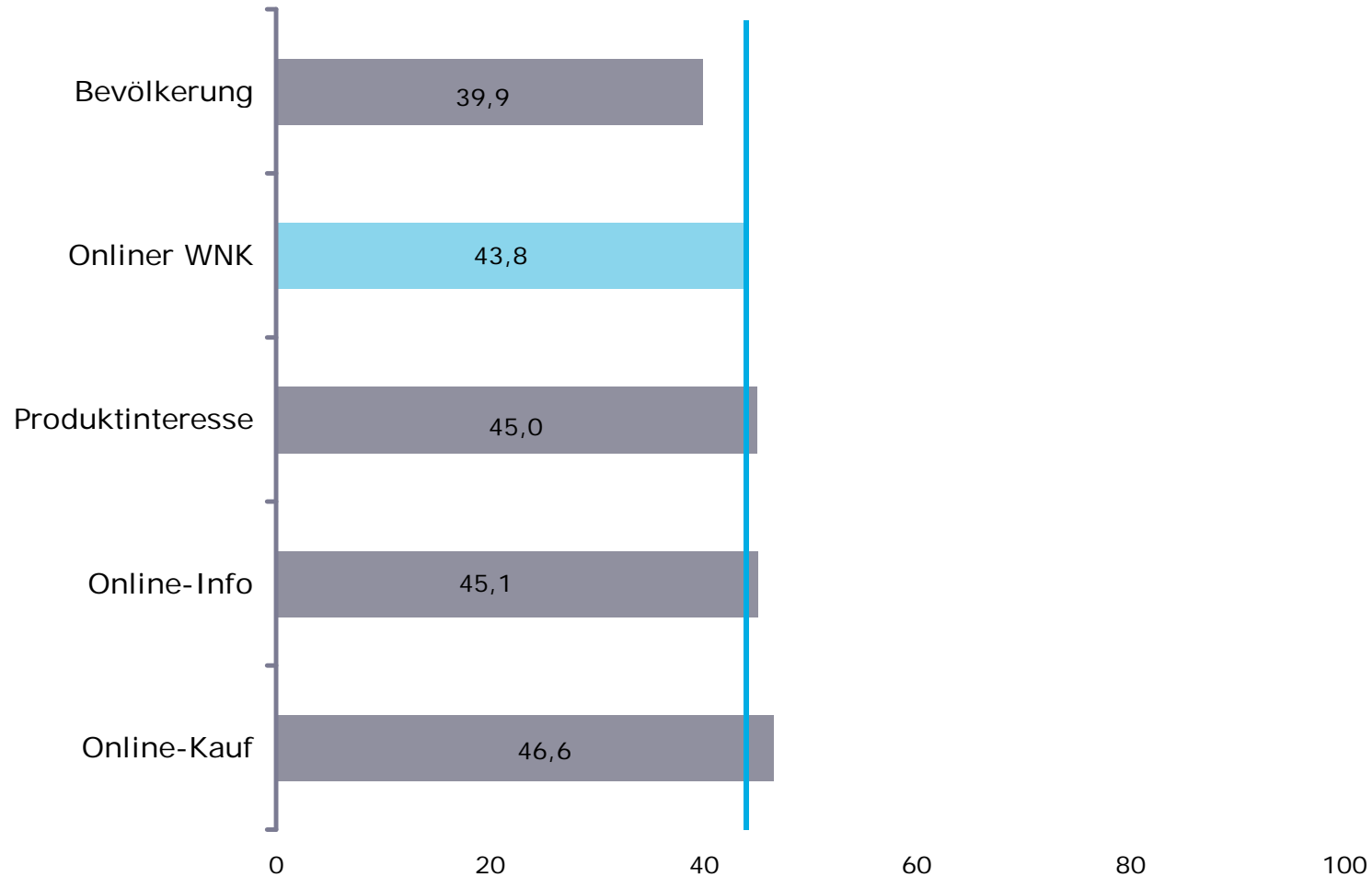
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



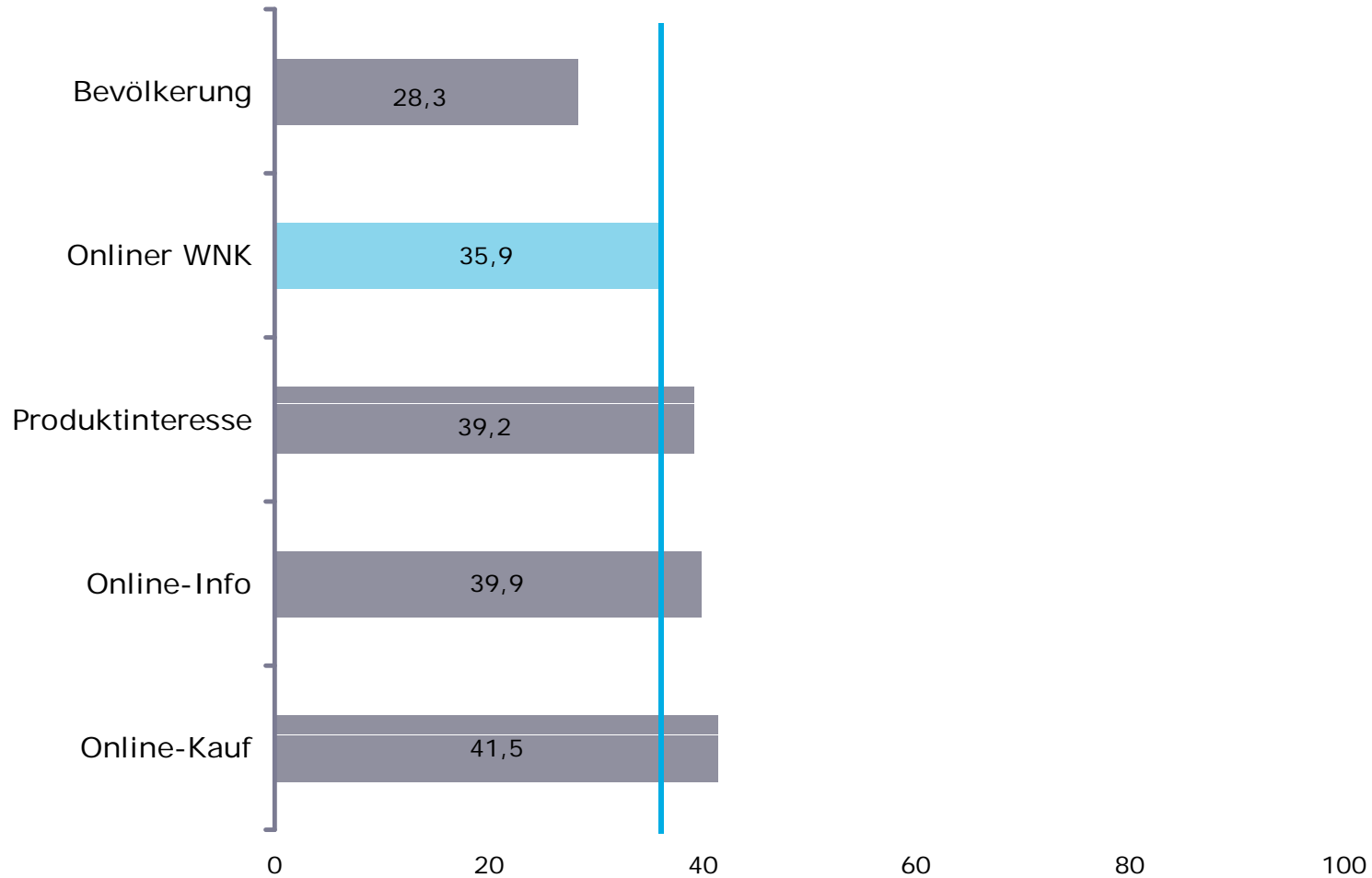
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



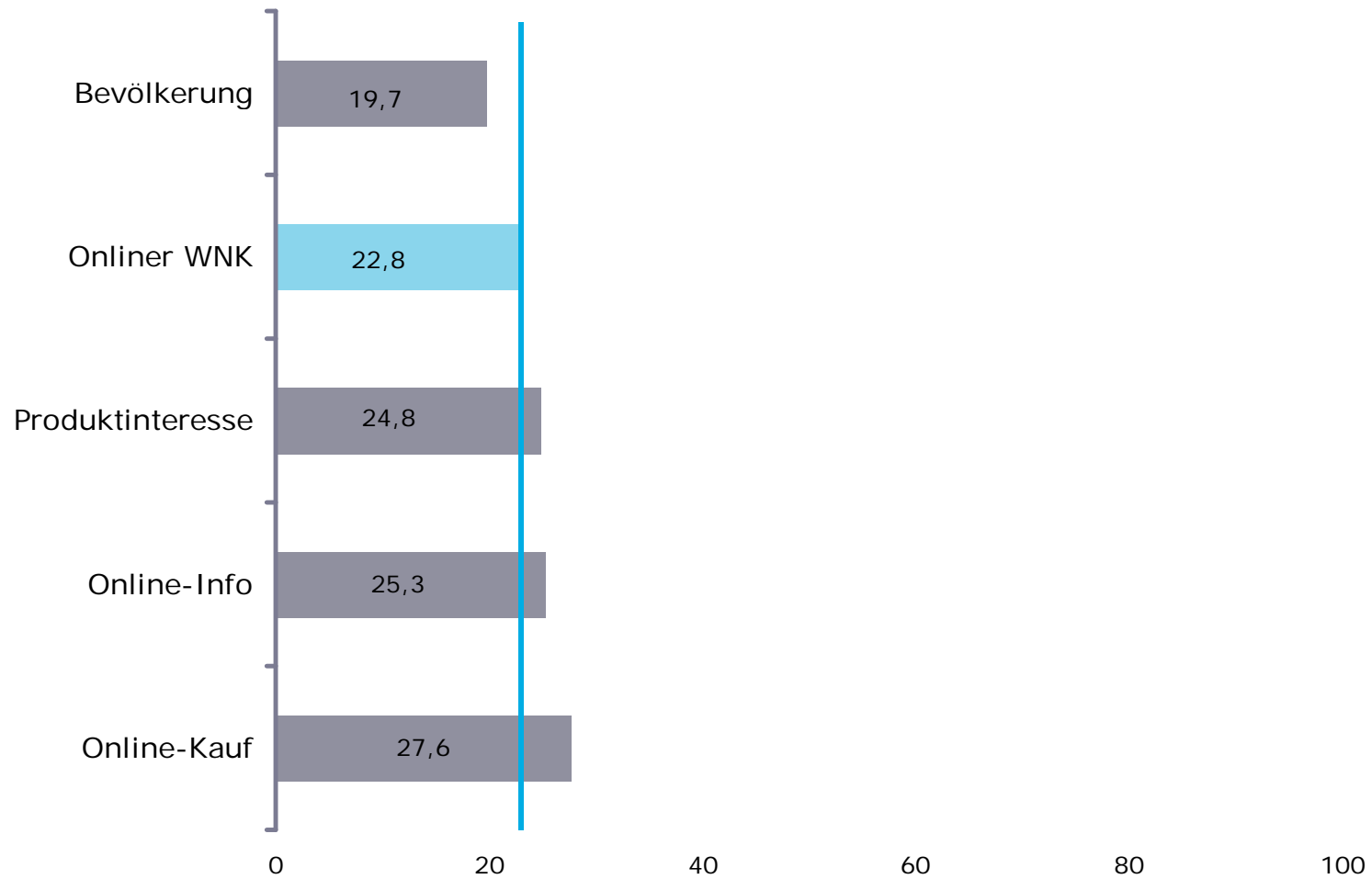
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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



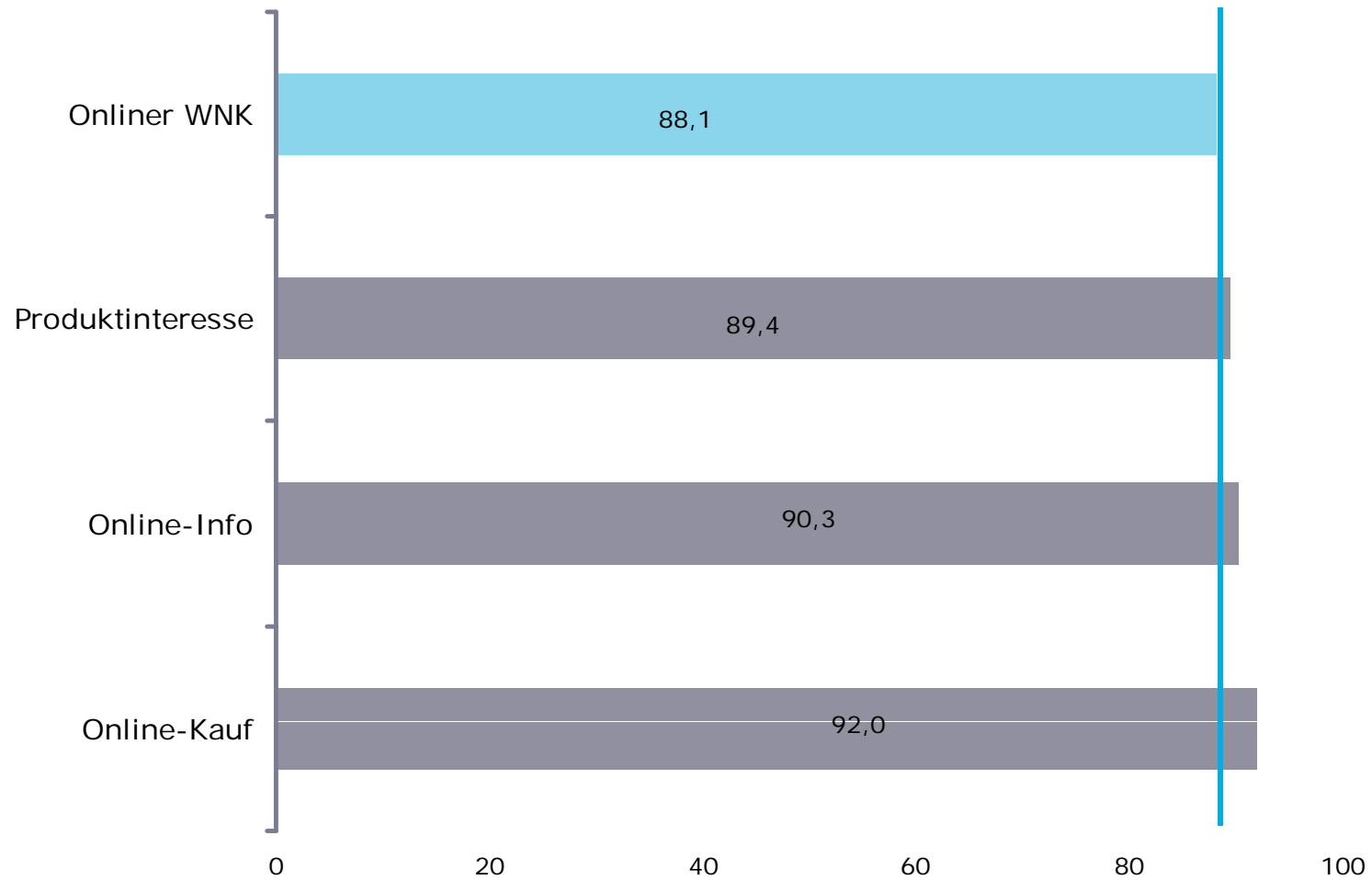
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

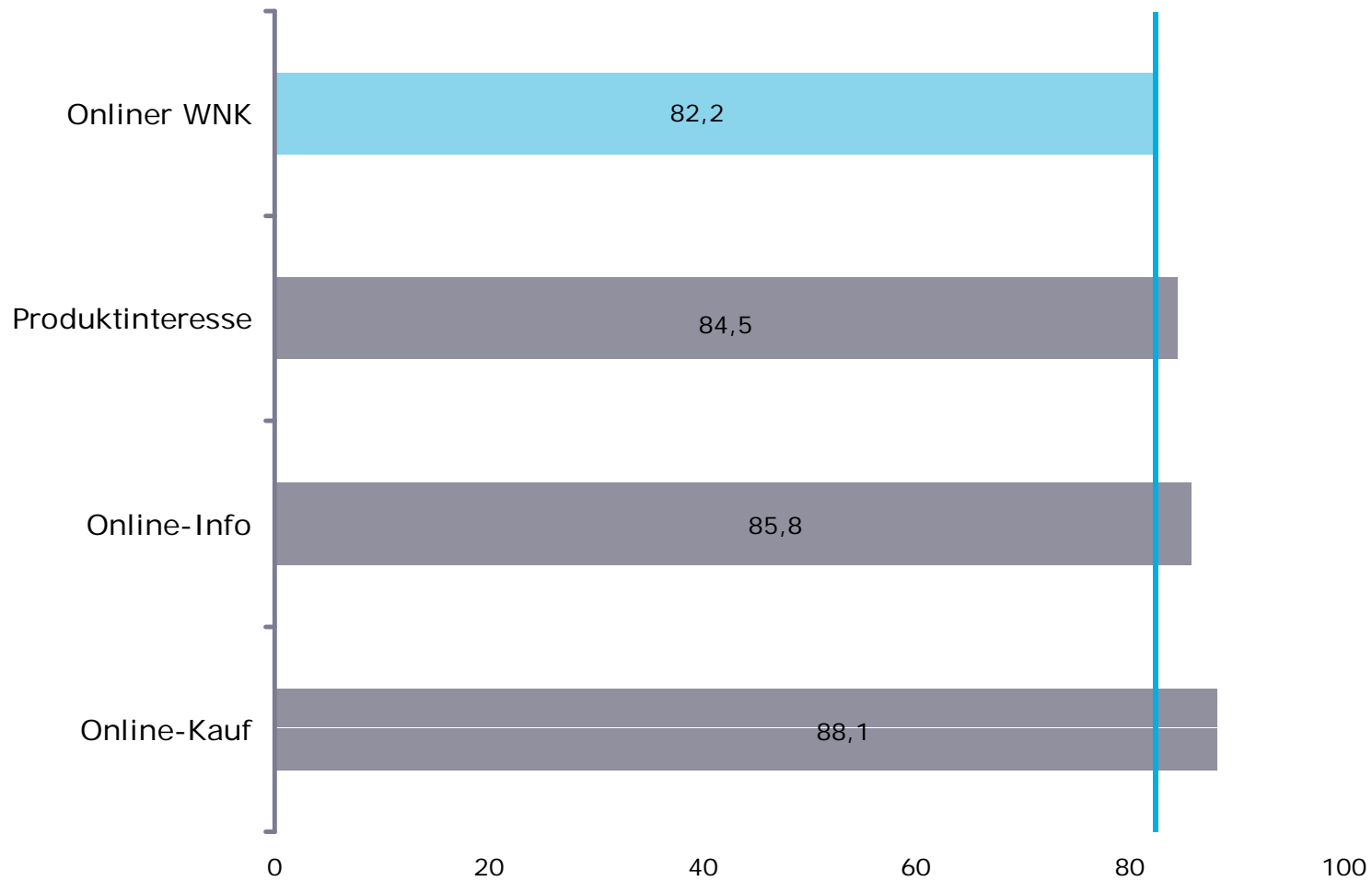


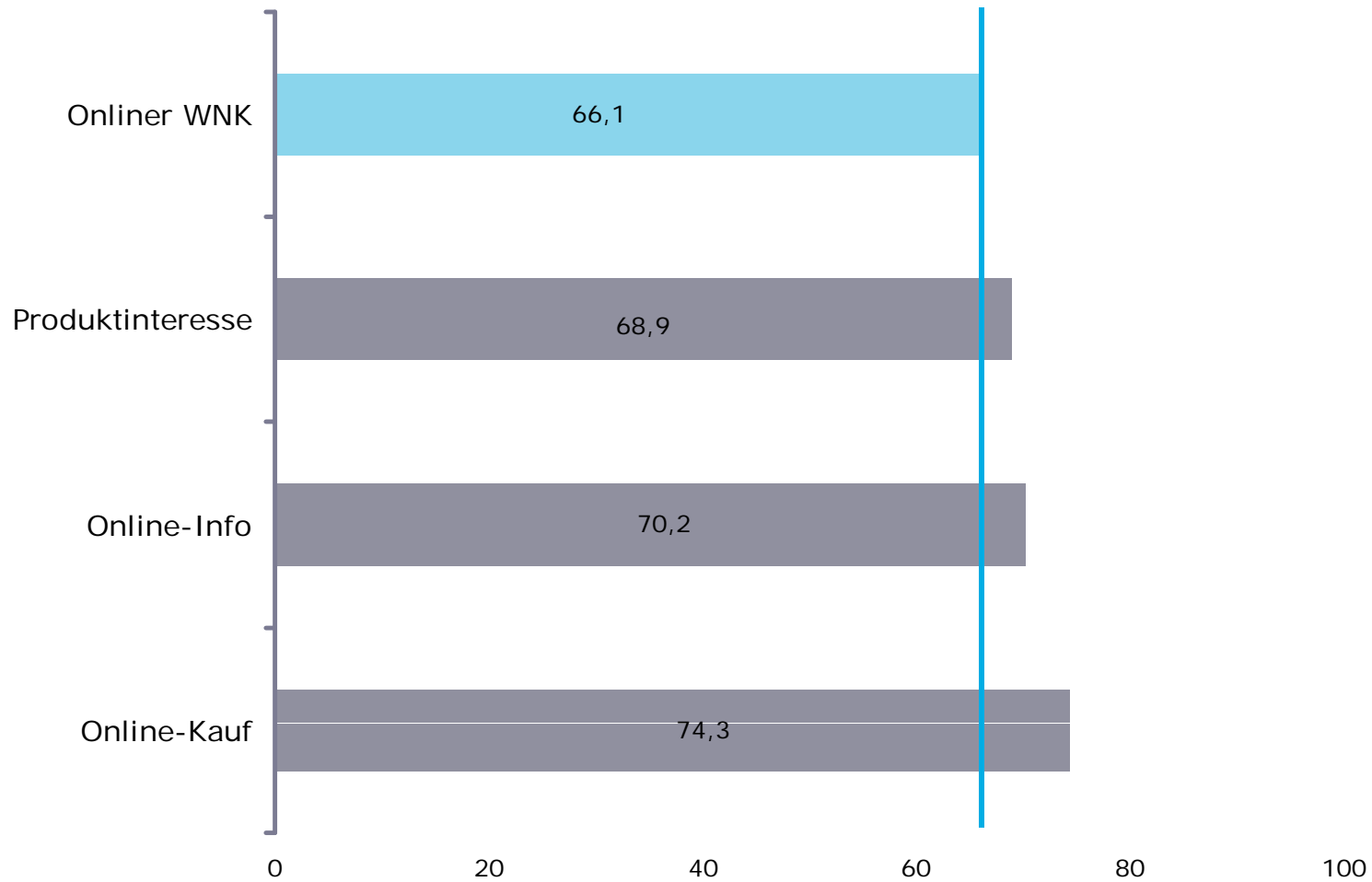
Online-Nutzung

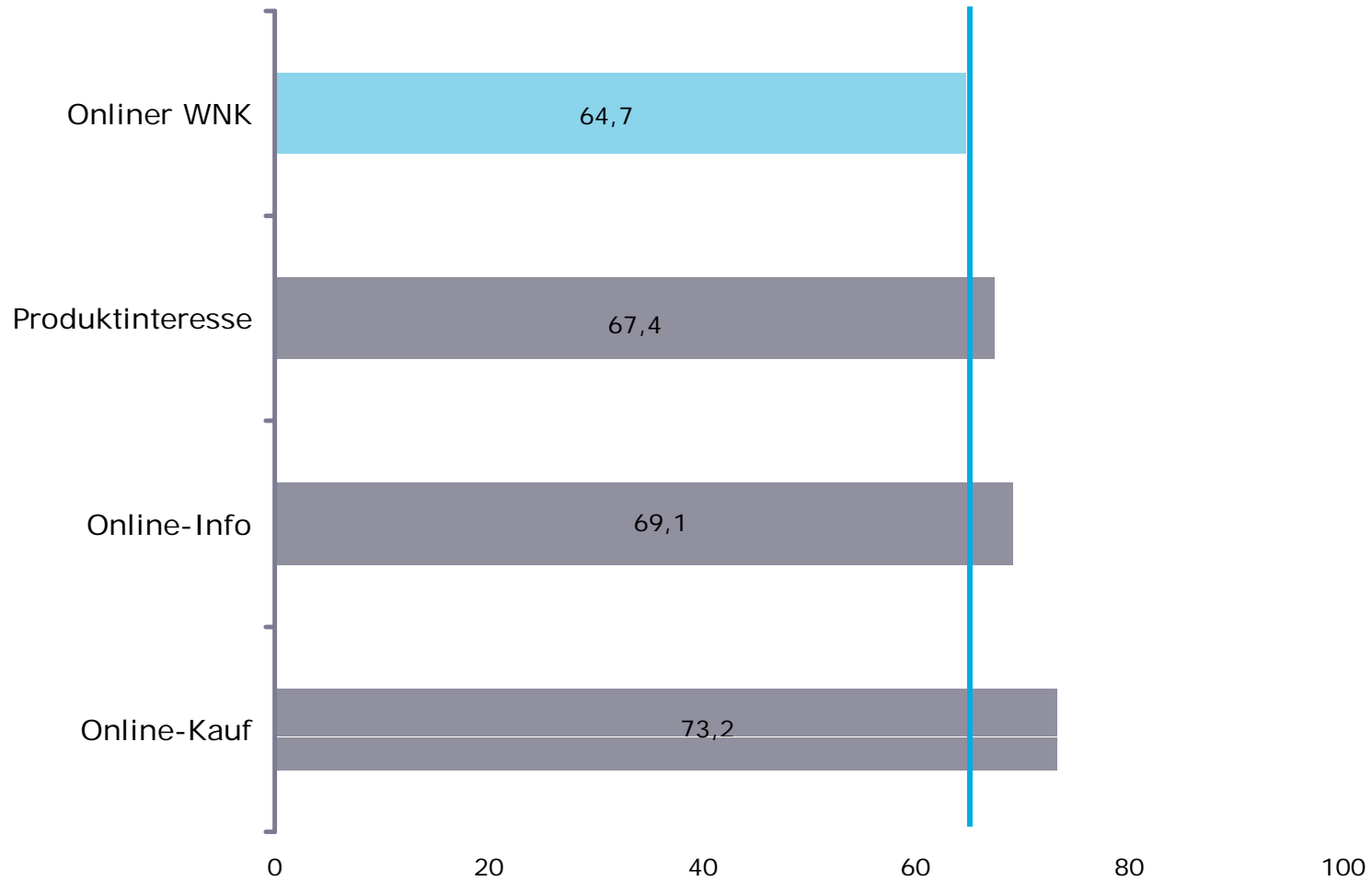
Die entertainmentaffinen Nutzer gehen von überdurchschnittlich vielen unterschiedlichen Nutzungsorten aus ins Netz und verfügen über langjährige Nutzungserfahrung. Das Internet wird von ihnen im Alltag zur Information, Kommunikation und Transaktion genutzt und spielt insbesondere bei der Pflege sozialer Kontakte eine wichtige Rolle.

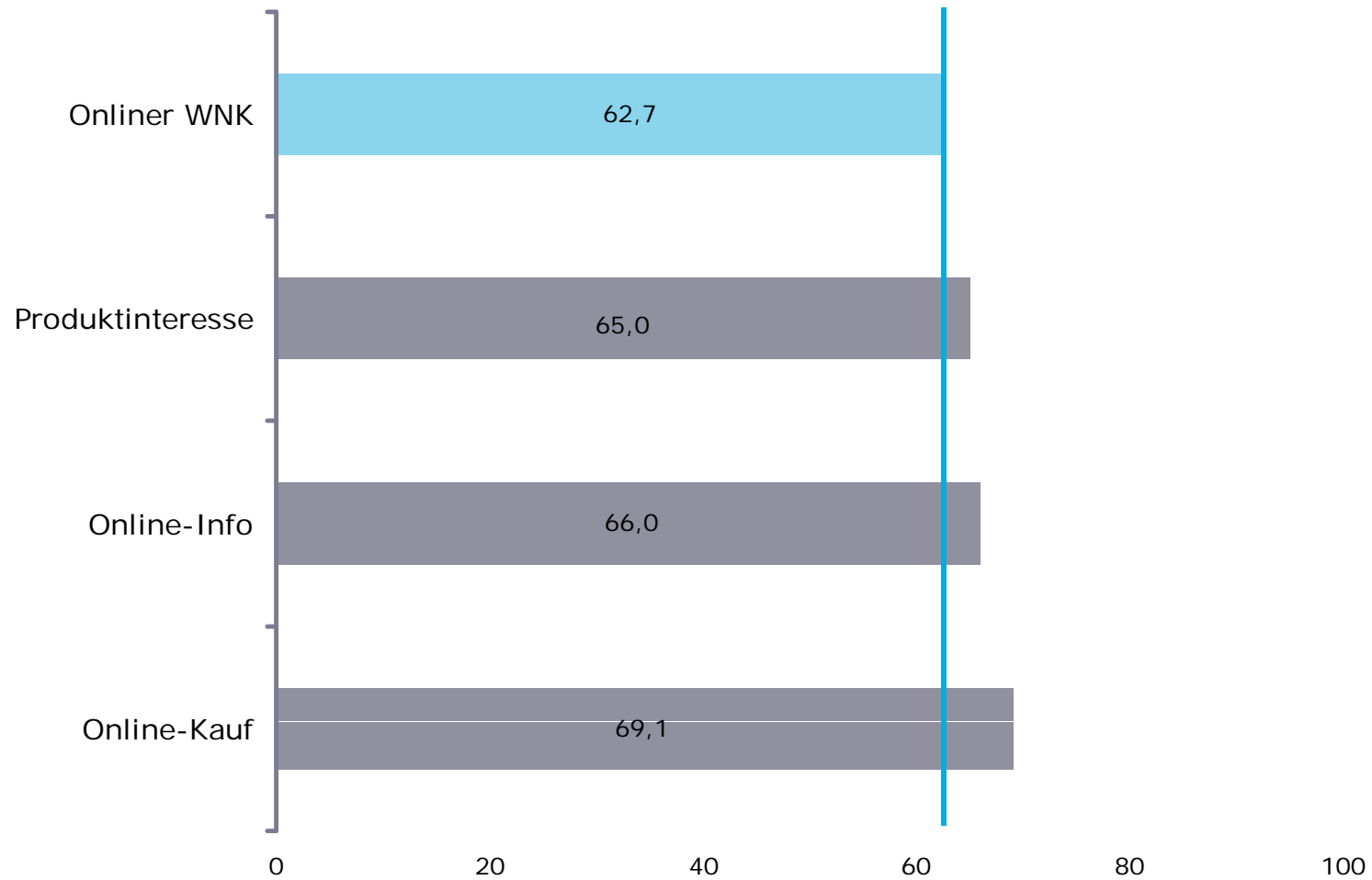
- Durchschnittlich 78,9 Prozent der entertainmentaffinen Nutzer haben eine Nutzungserfahrung von mehr als 3 Jahren.
- Der Internetzugang von zu Hause steht an erster Stelle, gefolgt Zugriffen am Arbeits-/Ausbildungsplatz oder von woanders, beispielsweise bei Freunden oder Verwandten.
- Kommunikation, Information und Transaktion sind zentrale Motivationen bei der Online-Nutzung.
- Im Internet überdurchschnittlich genutzt werden Themenbereiche wie Chats und Foren, Kinofilme/Kinoprogramm, aktuelles Fernsehprogramm, Stars und Prominente, Fitness und Wellness sowie Weblogs/Blogs.

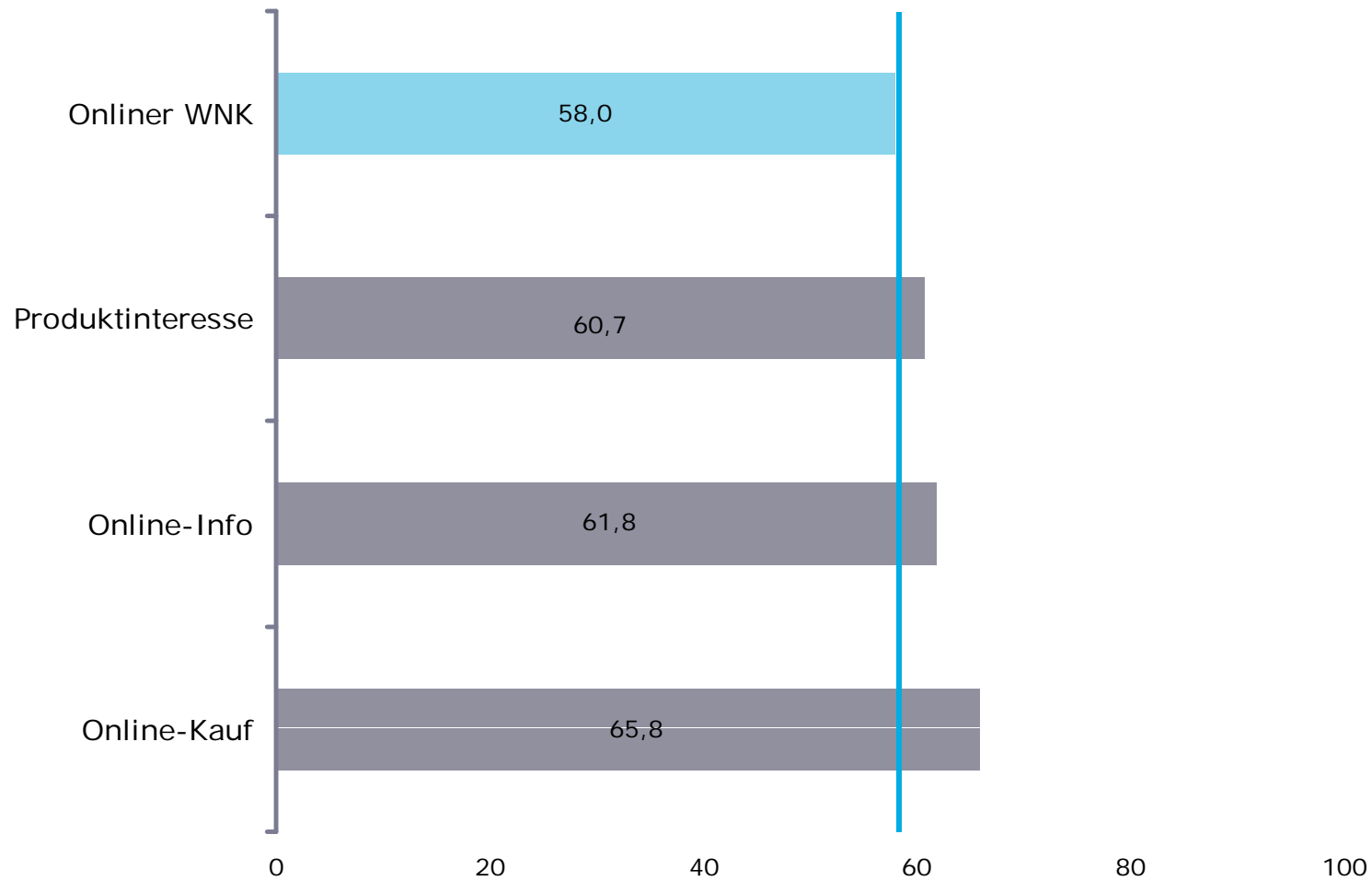


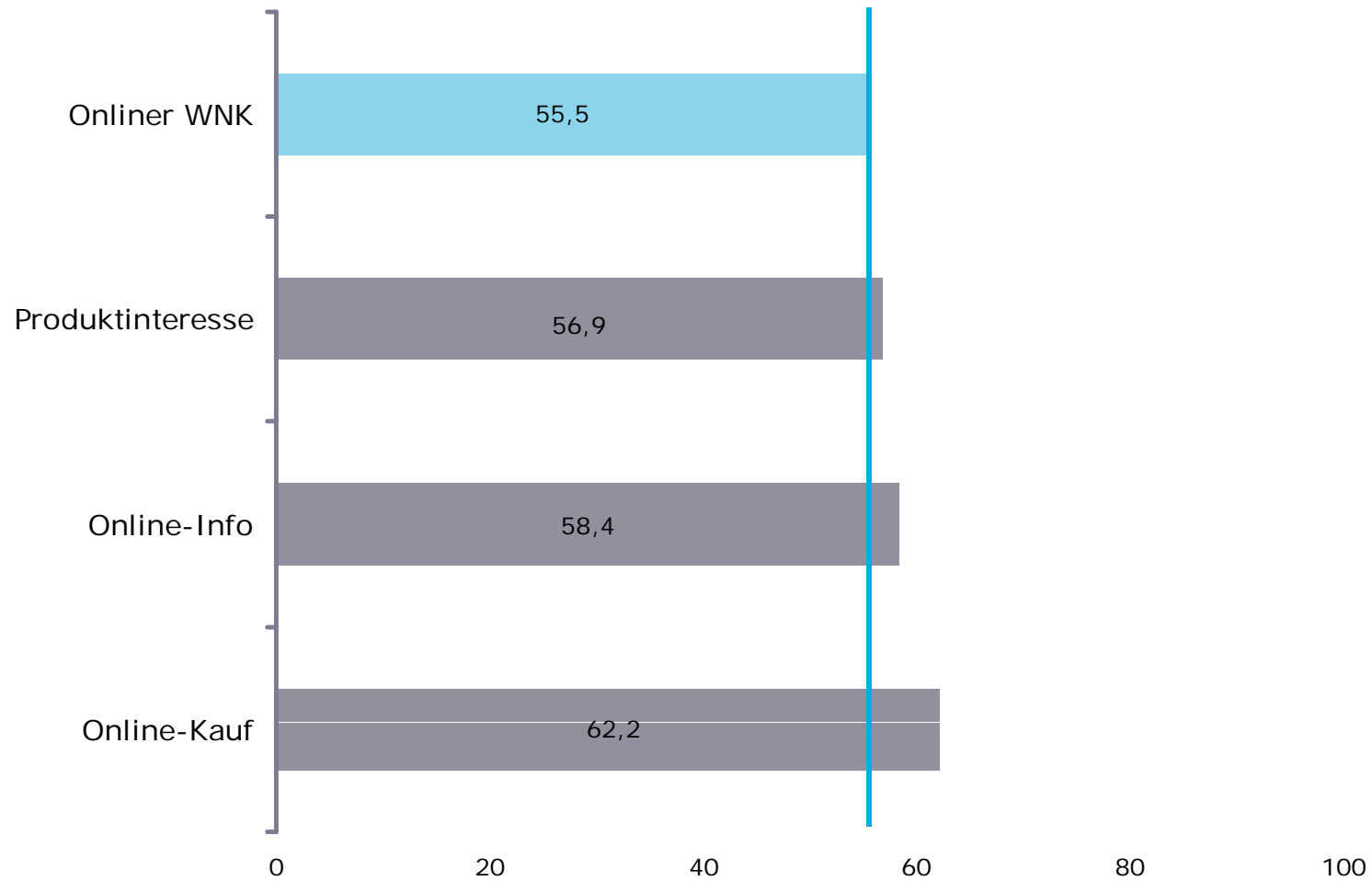


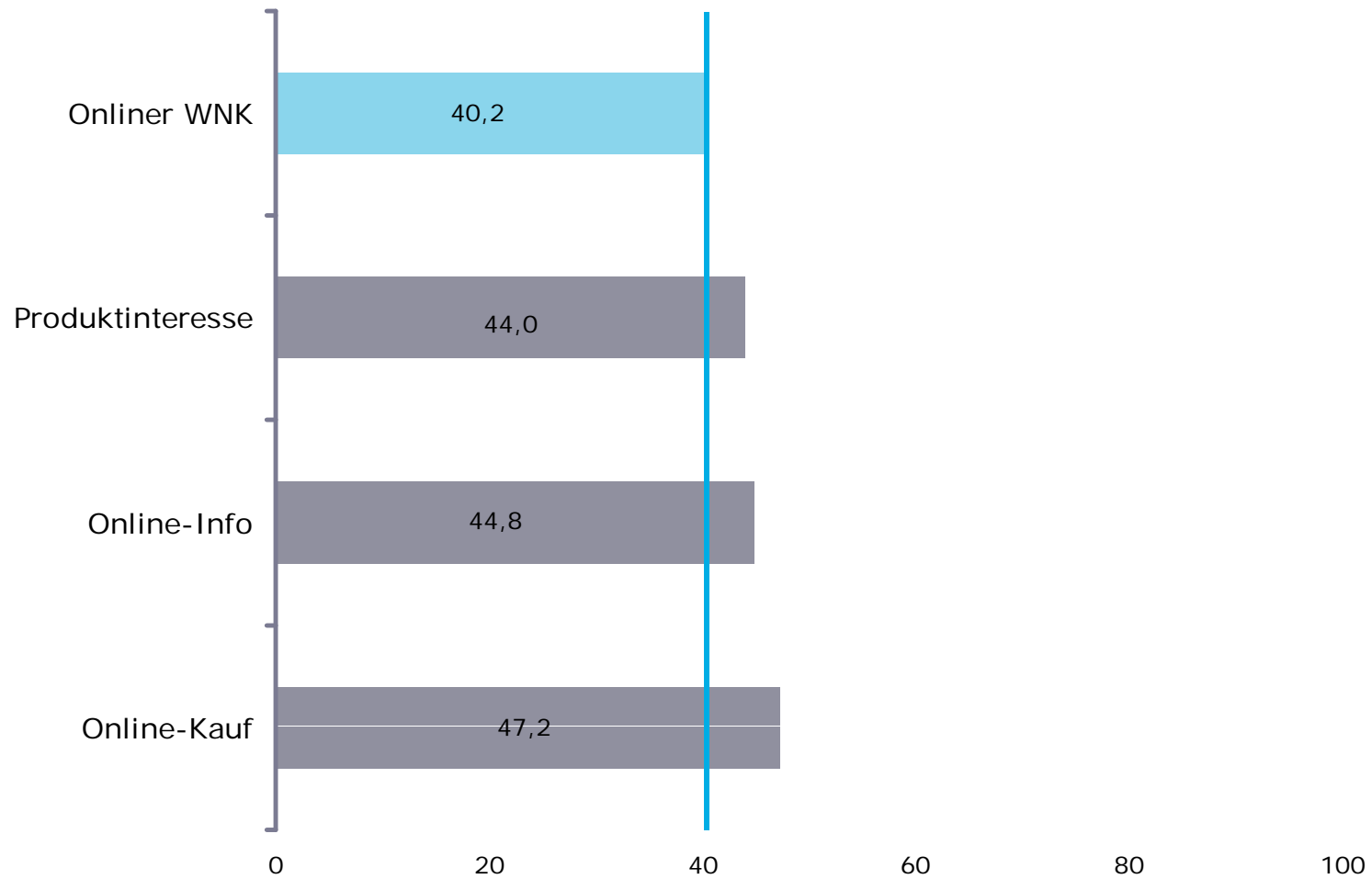


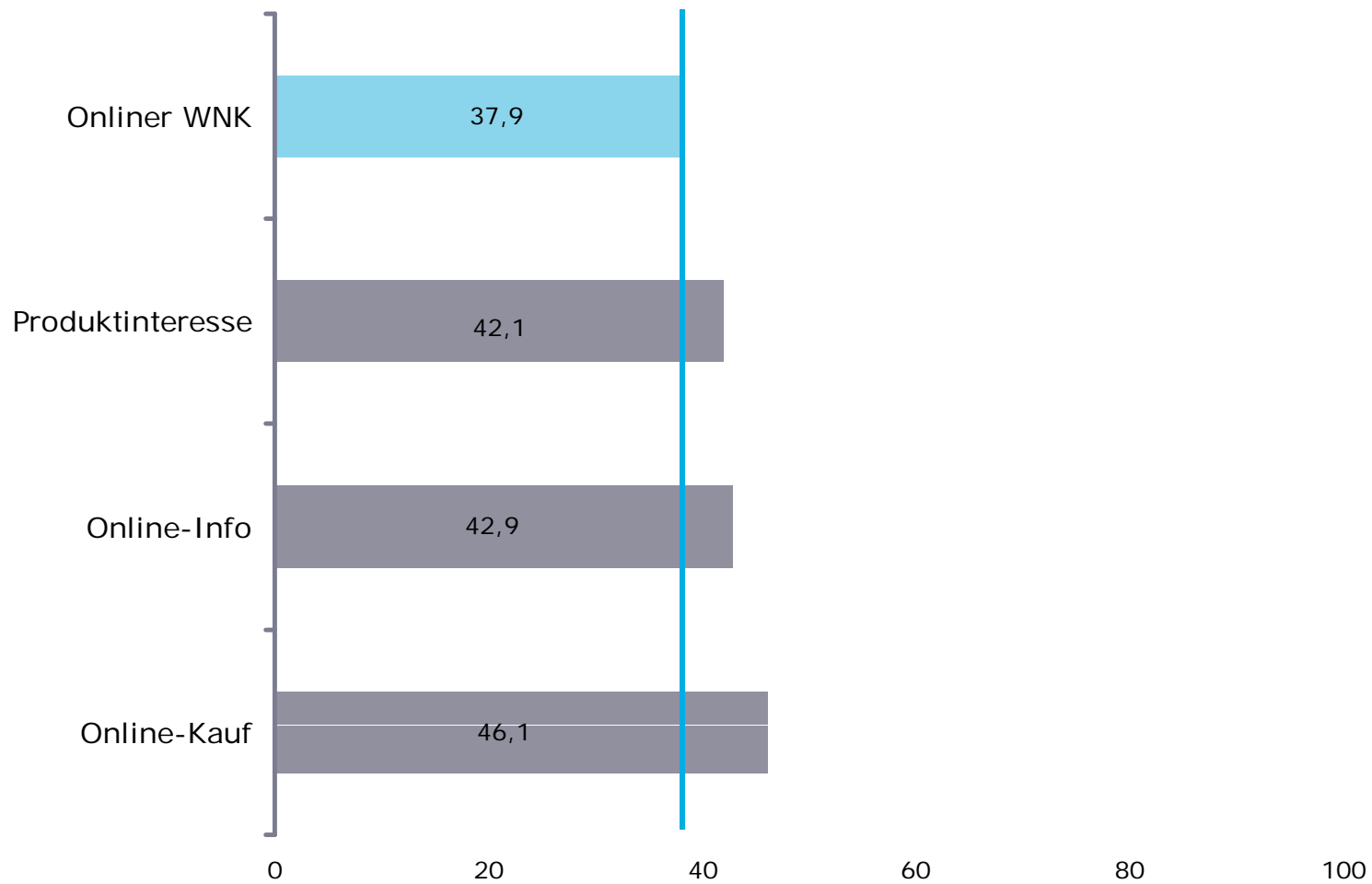


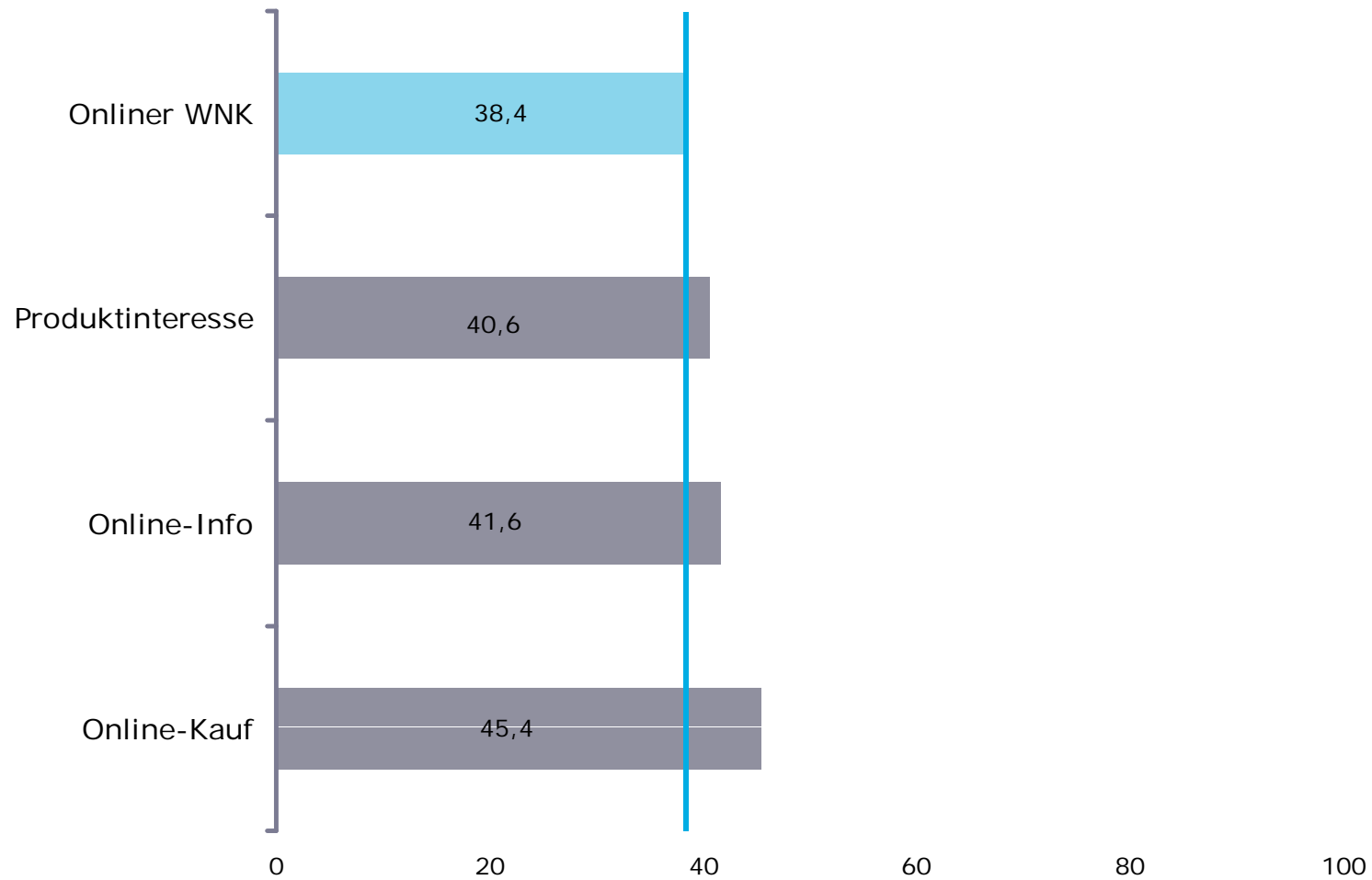


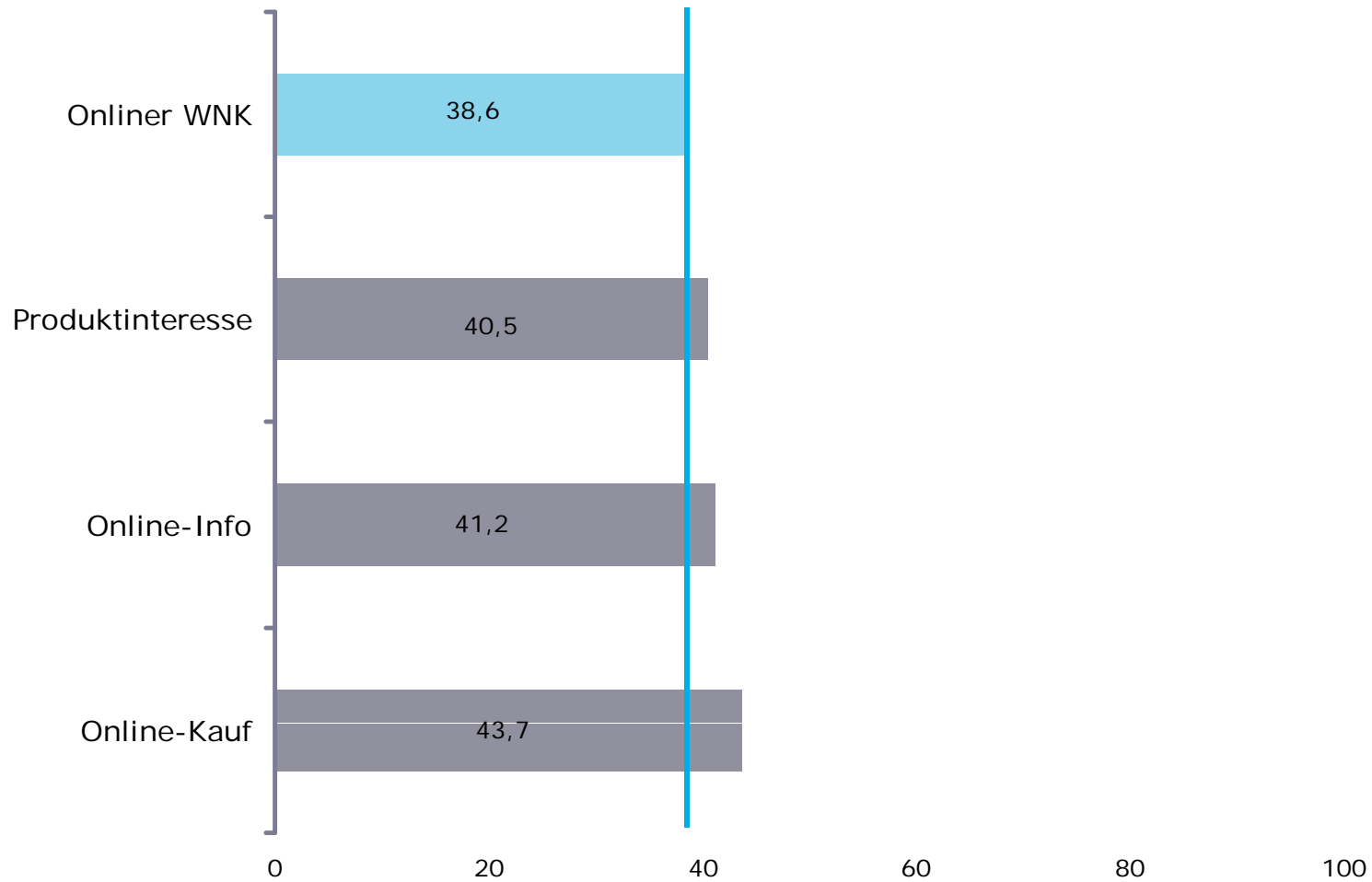


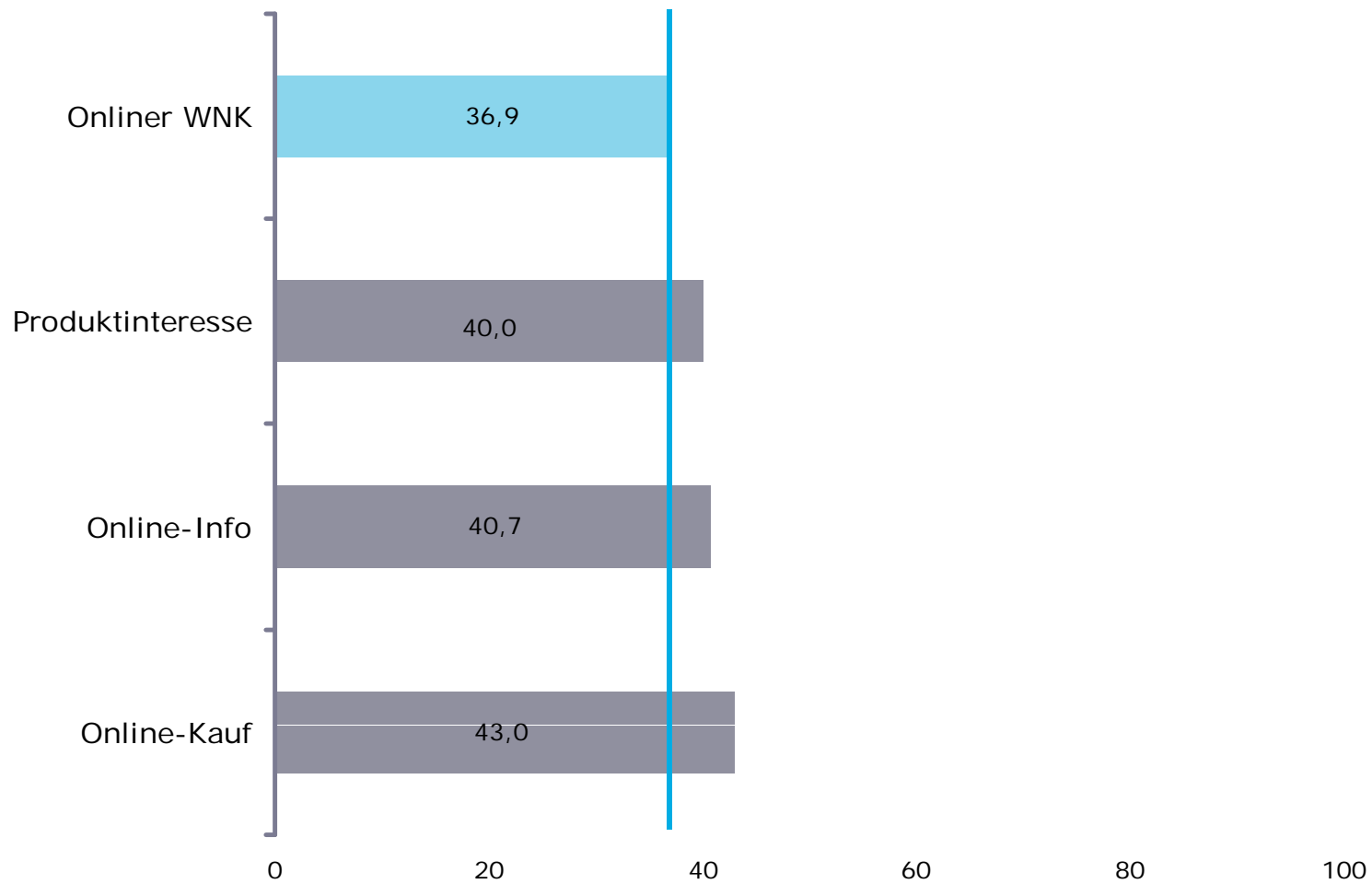


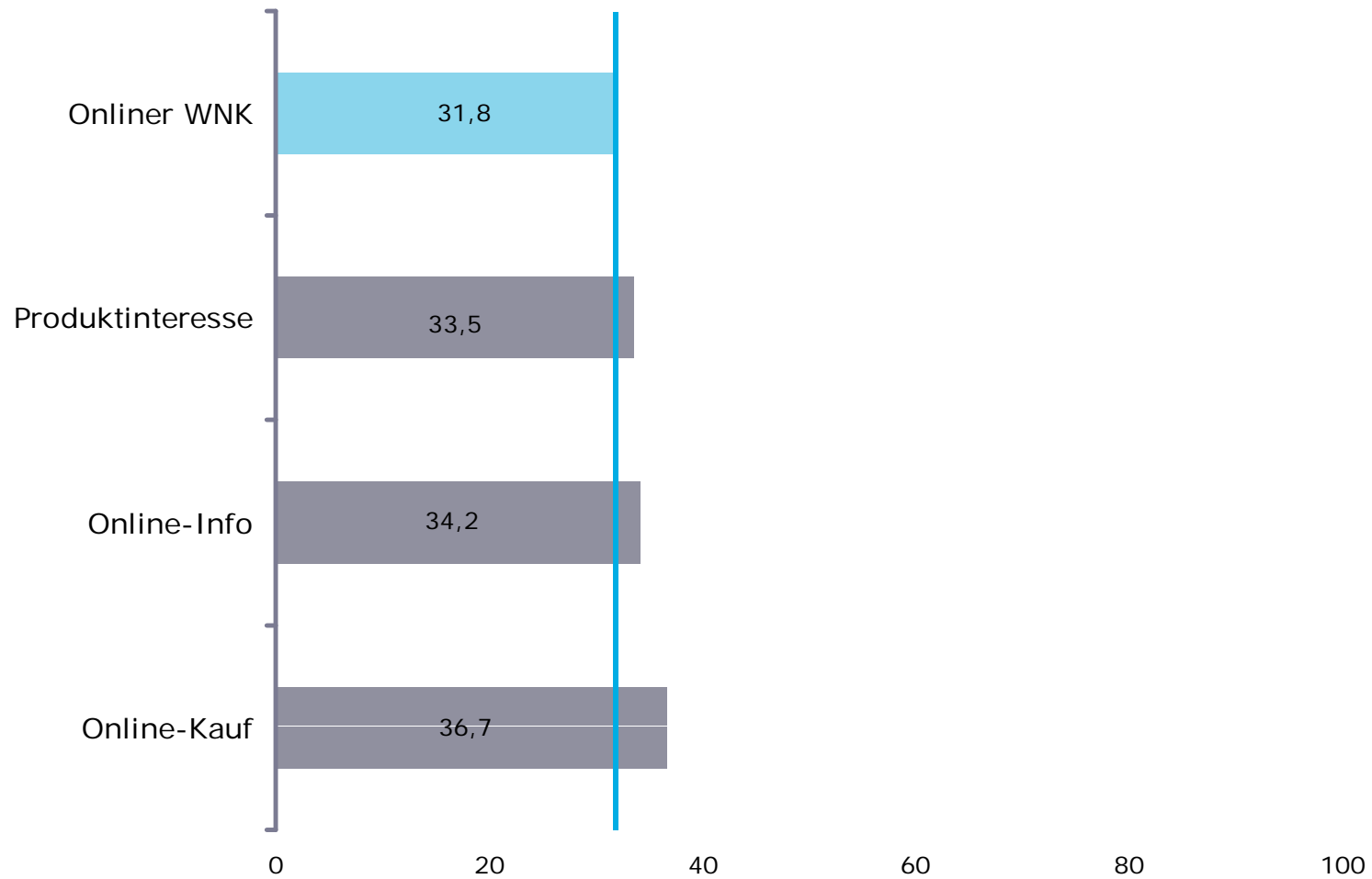


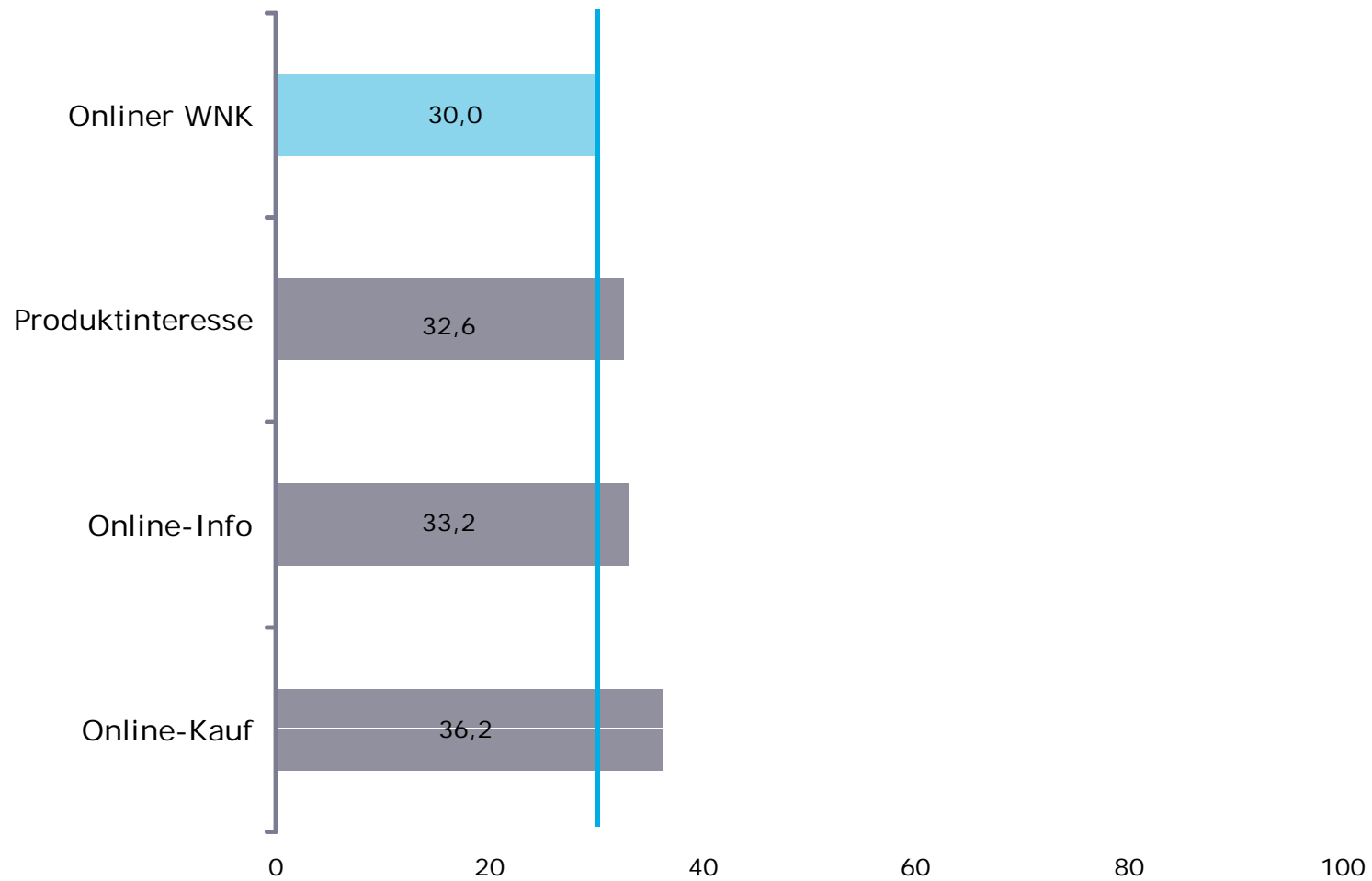


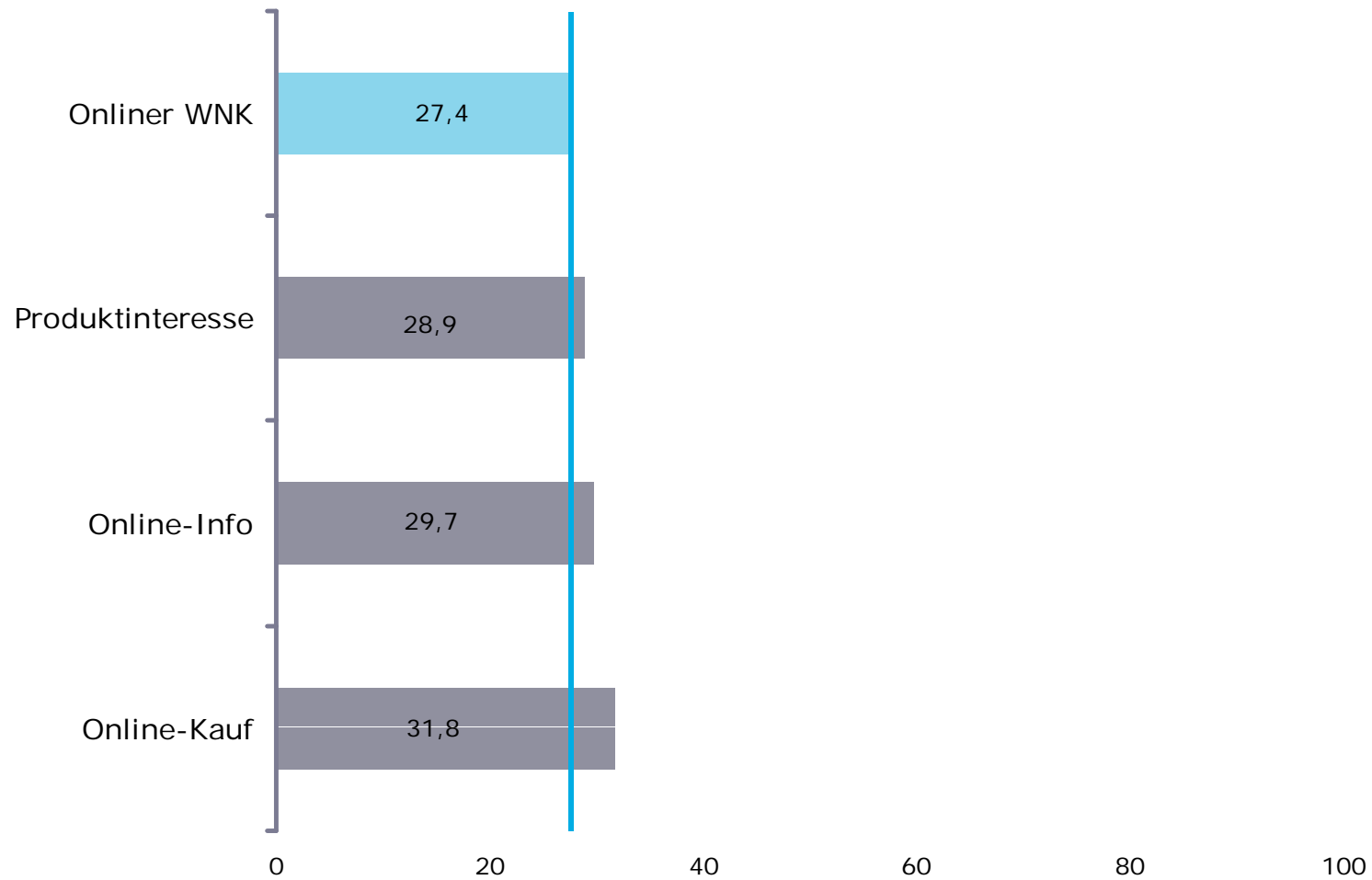


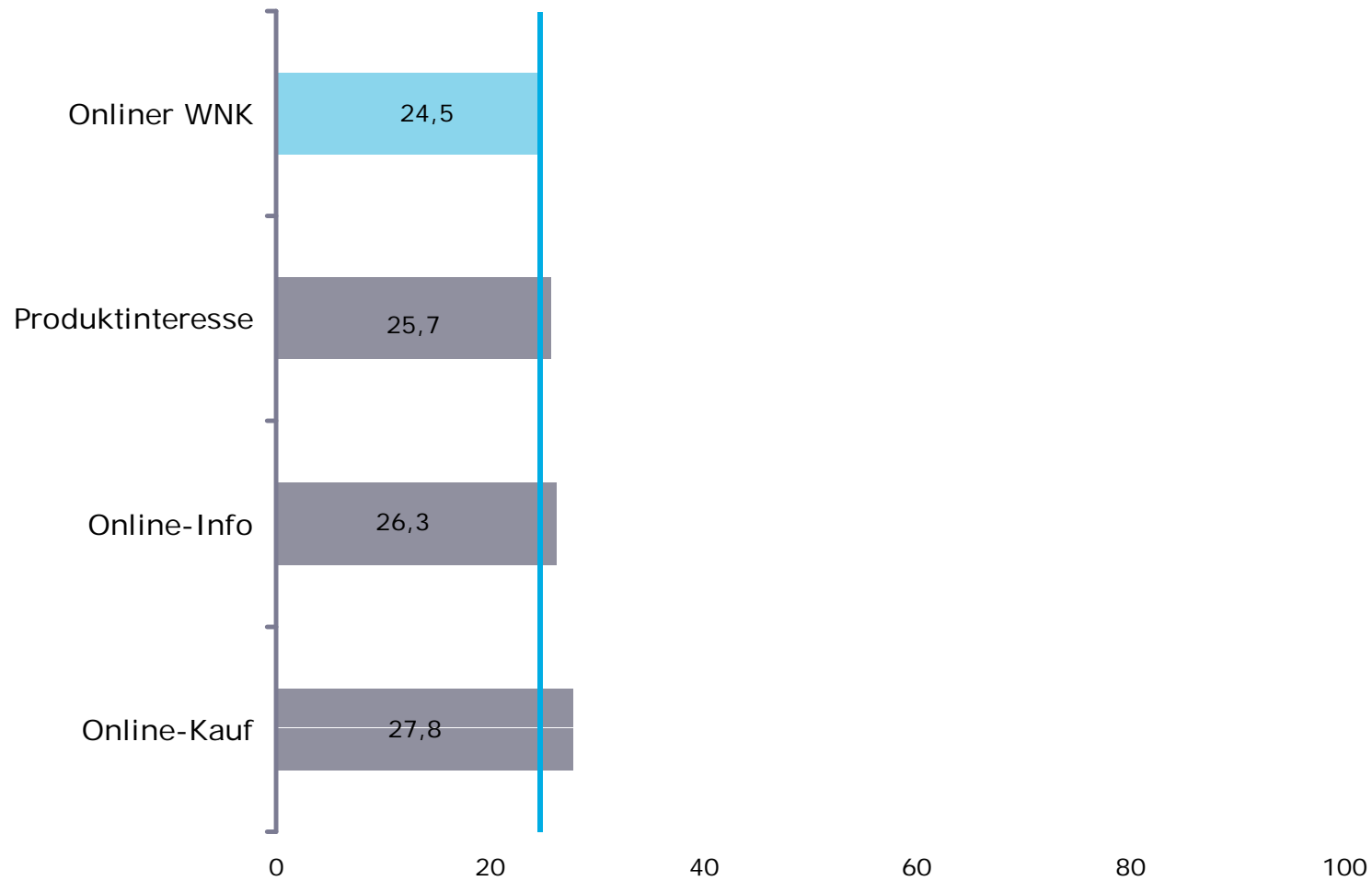


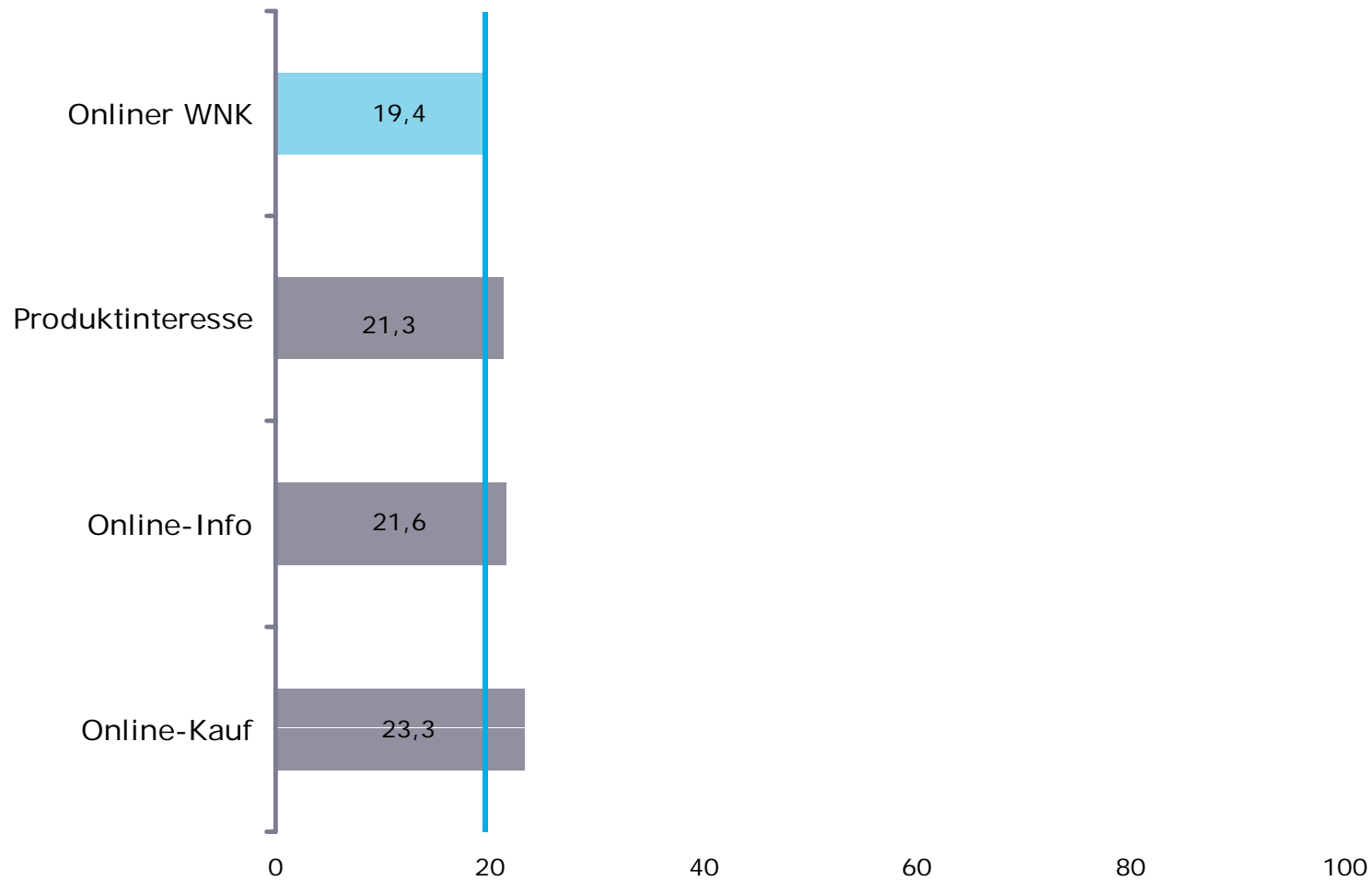


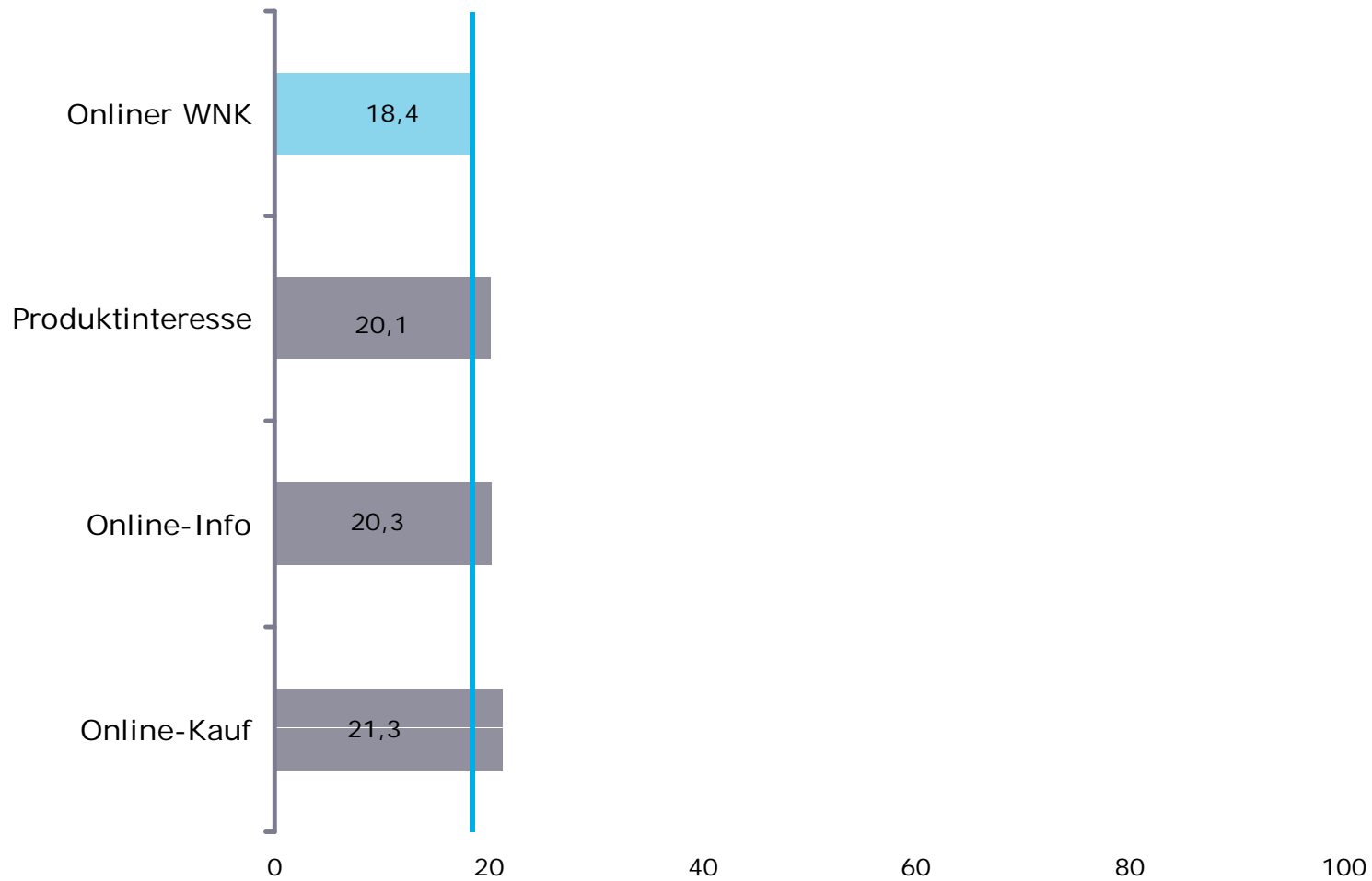


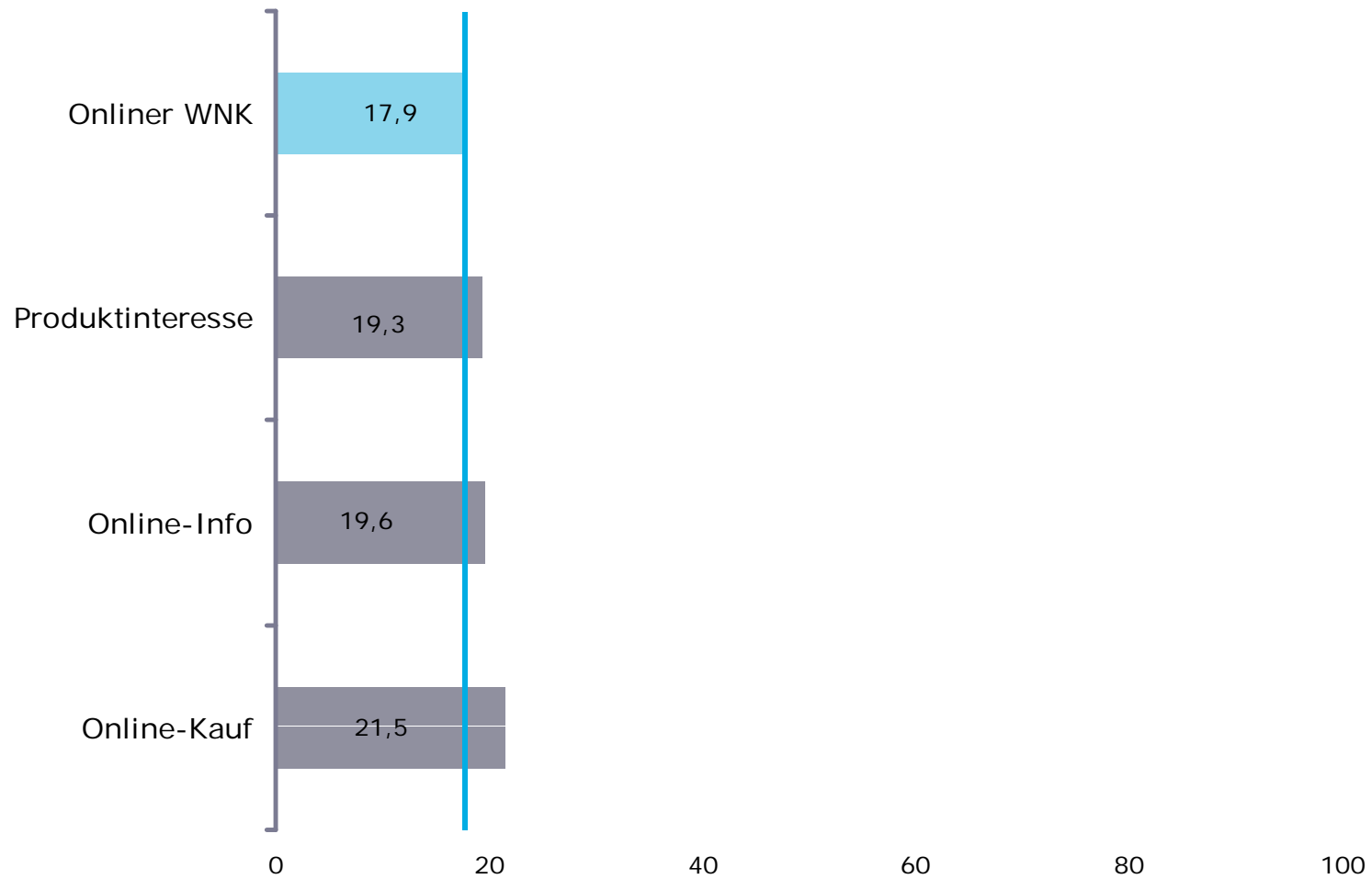


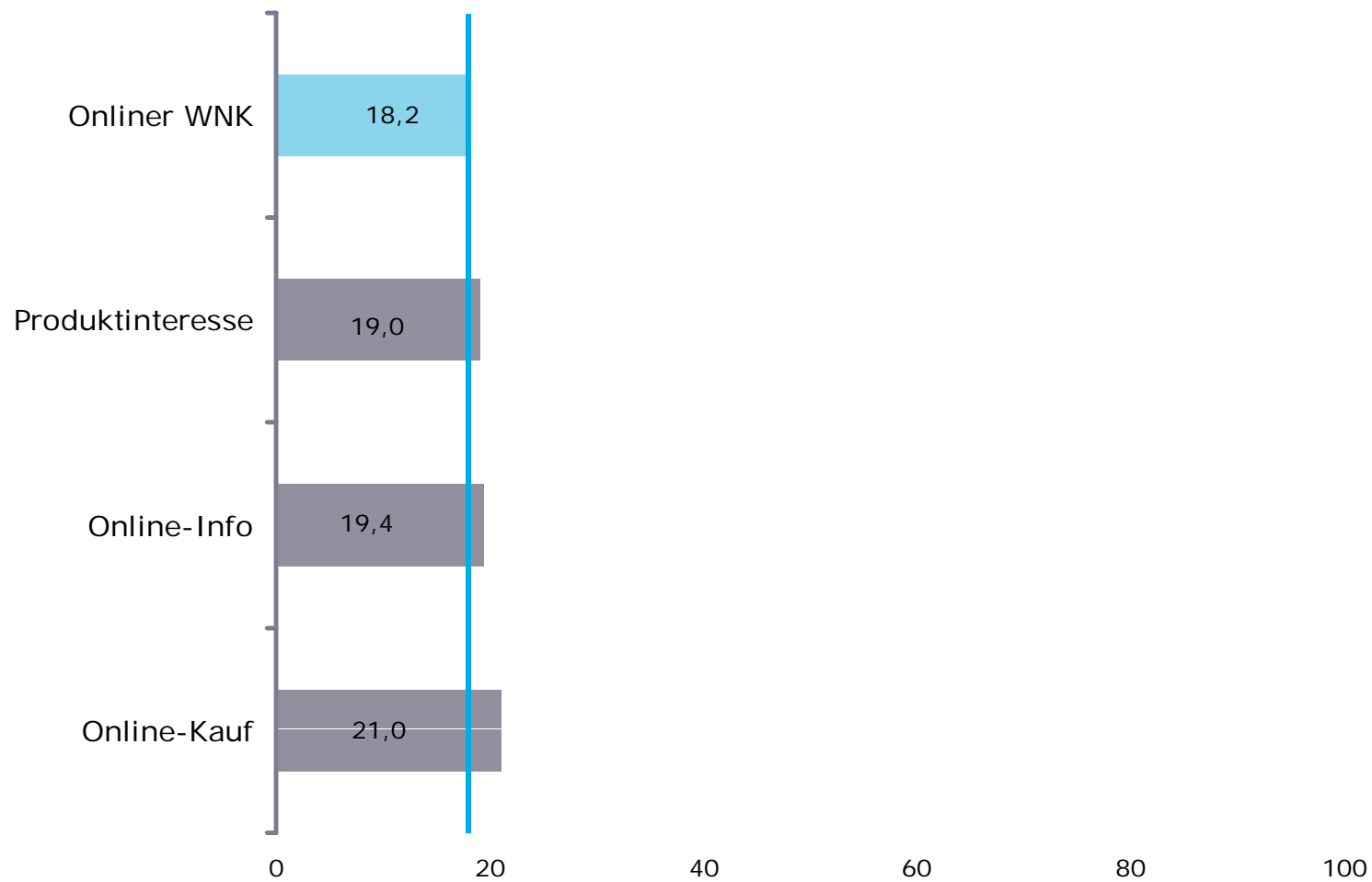


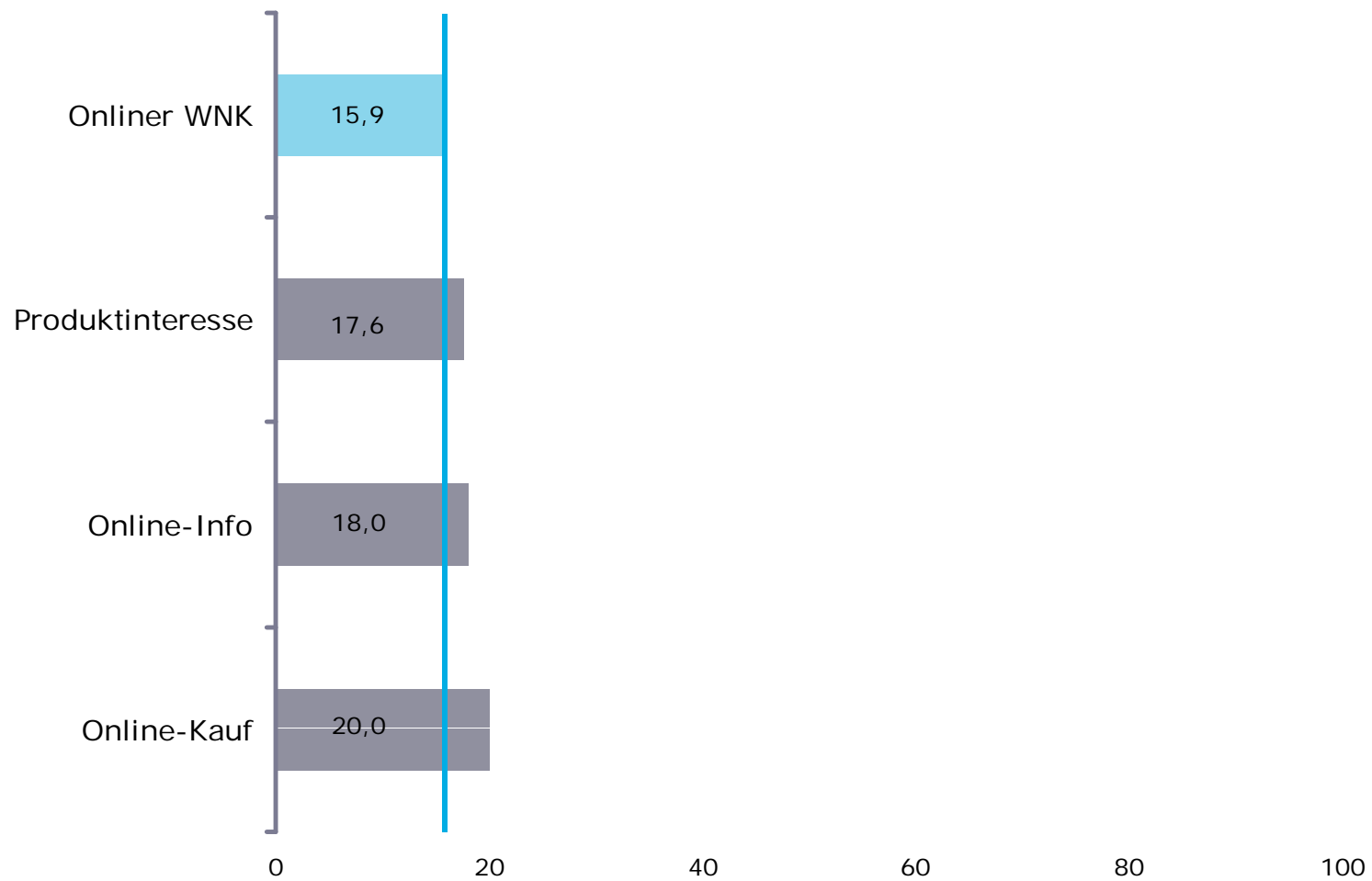


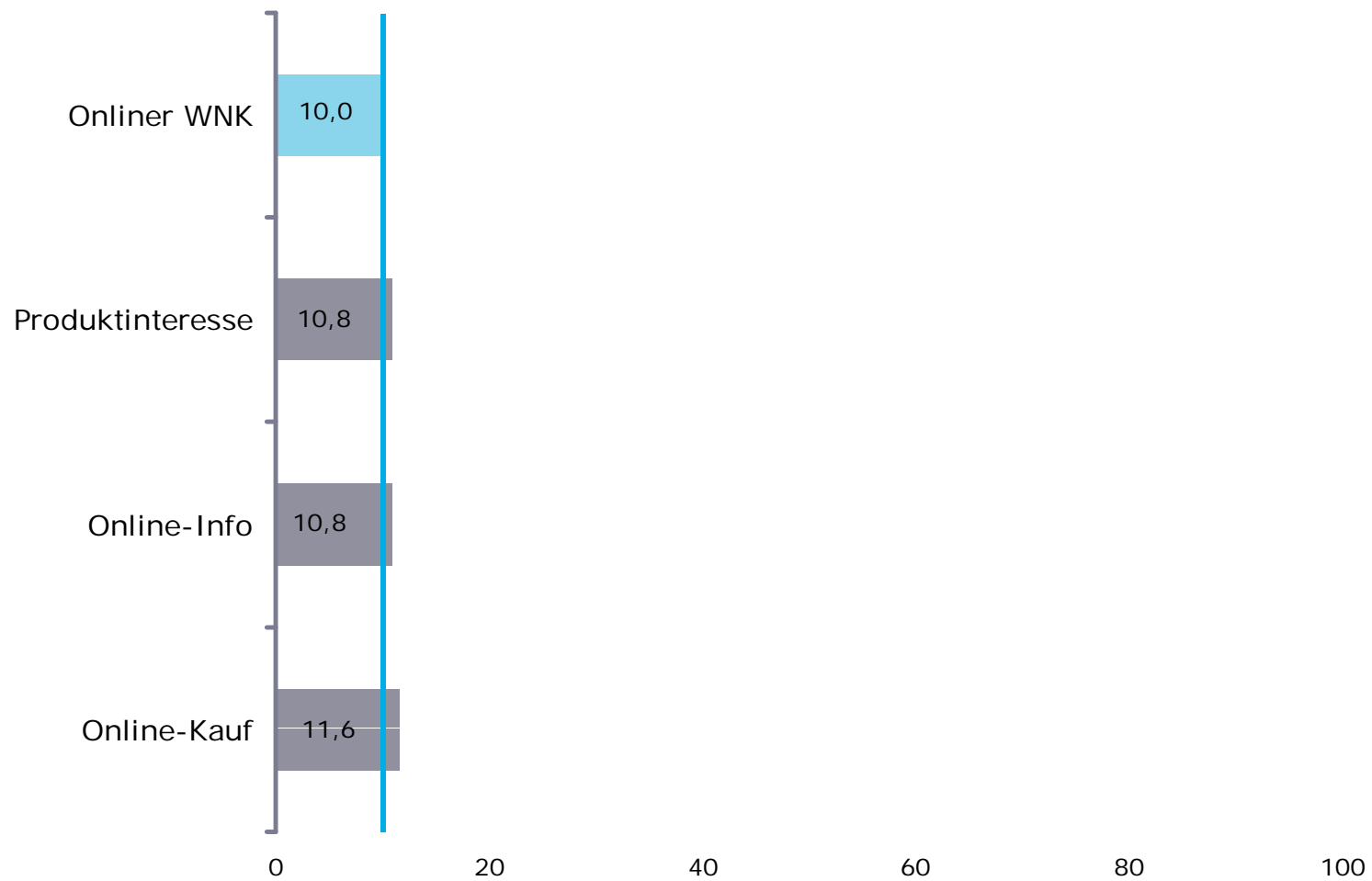














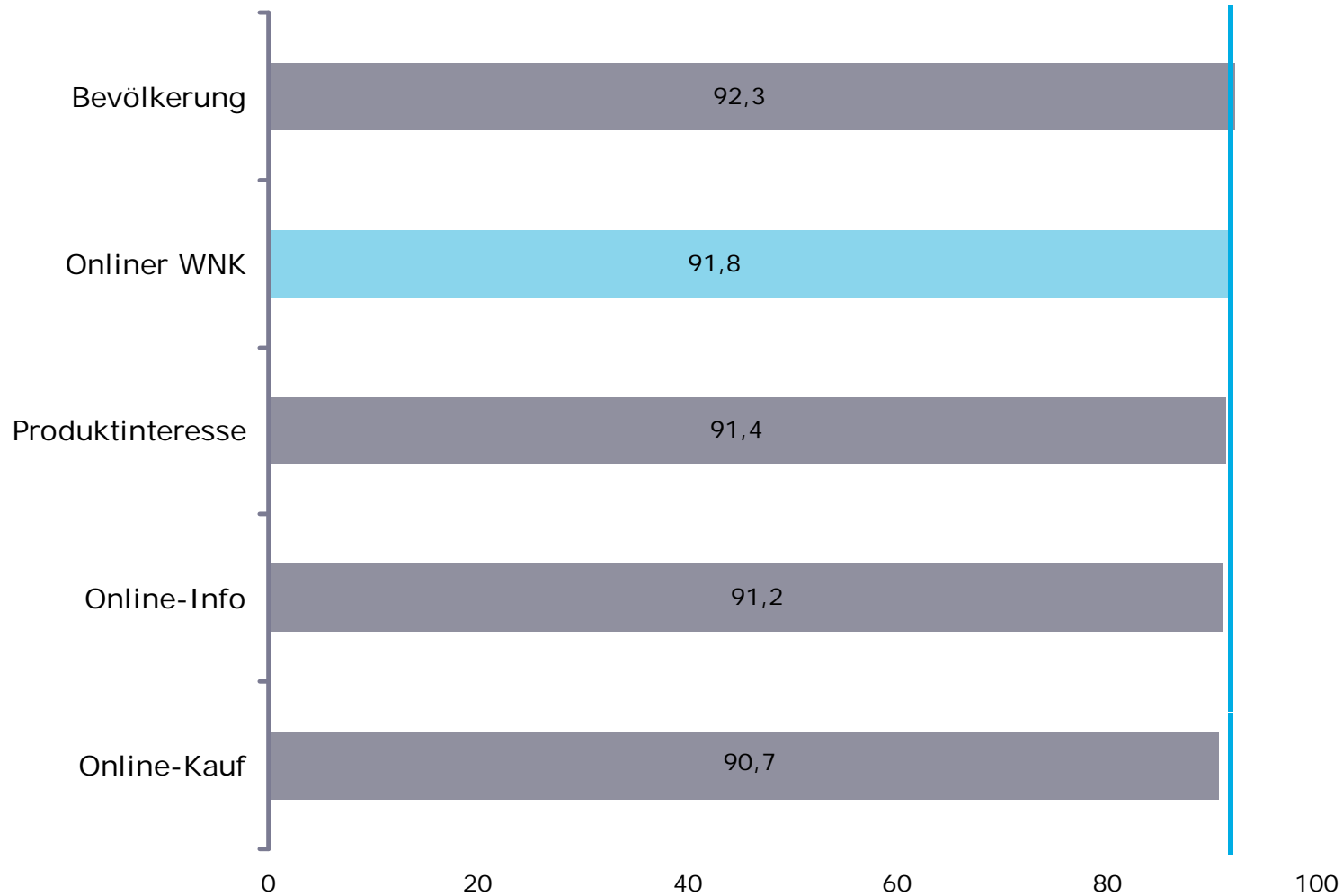
Medien-Nutzung und Freizeit-Aktivitäten

Freizeit-Aktivitäten - Zentrale Daten im Überblick

Die entertainmentaffinen Nutzergruppen zeichnen sich insgesamt durch eine breite Mediennutzung und unterhaltungsorientierte Freizeit-Gestaltung aus. Insbesondere das Ansehen von Videos, DVDs und Kinofilmen sowie Musikhören finden bei überdurchschnittlich vielen Usern statt.

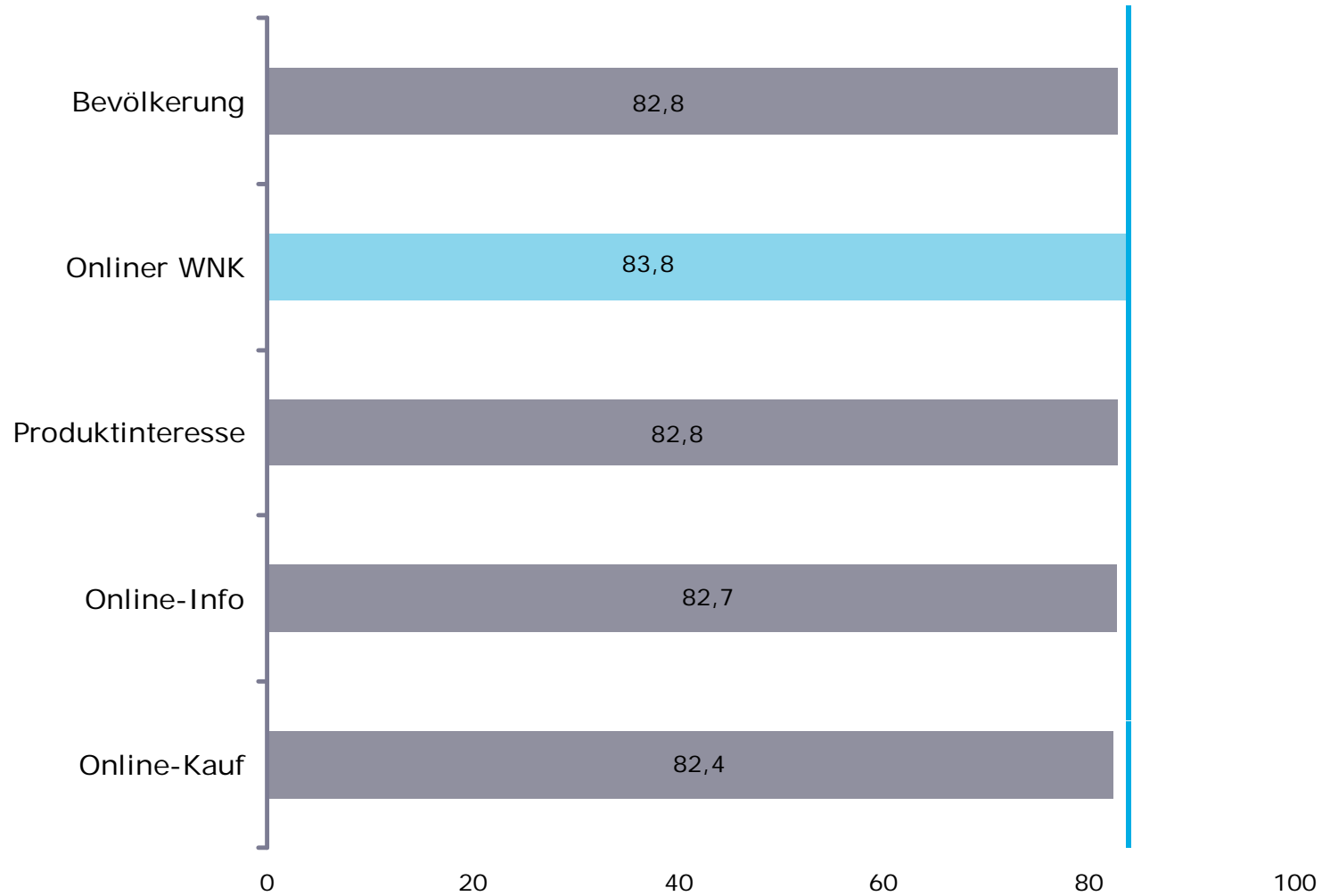
- Die Mehrheit entertainmentaffinen Nutzergruppen nutzt mehrmals im Monat klassische Medien wie Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften sowie Bücher, wobei die Werte – mit Ausnahme der Bücherleser – auf bzw. leicht unter den Werten der beiden Vergleichsgruppen liegen.
- Drei Viertel (74,8 Prozent) von ihnen hören mehrmals im Monat CDs, MP3s oder Schallplatten und über die Hälfte (52,1 Prozent) geht mehrmals im Monat in Restaurants, Gaststätten, Kneipen oder Discos.
- Weitere mehrmals im Monat ausgeübte Freizeit-Aktivitäten mit überdurchschnittlichen Anteilen sind:
 - Videos, DVDs ansehen
 - Ins Kinogehen

„Mache ich mehrmals im Monat.“



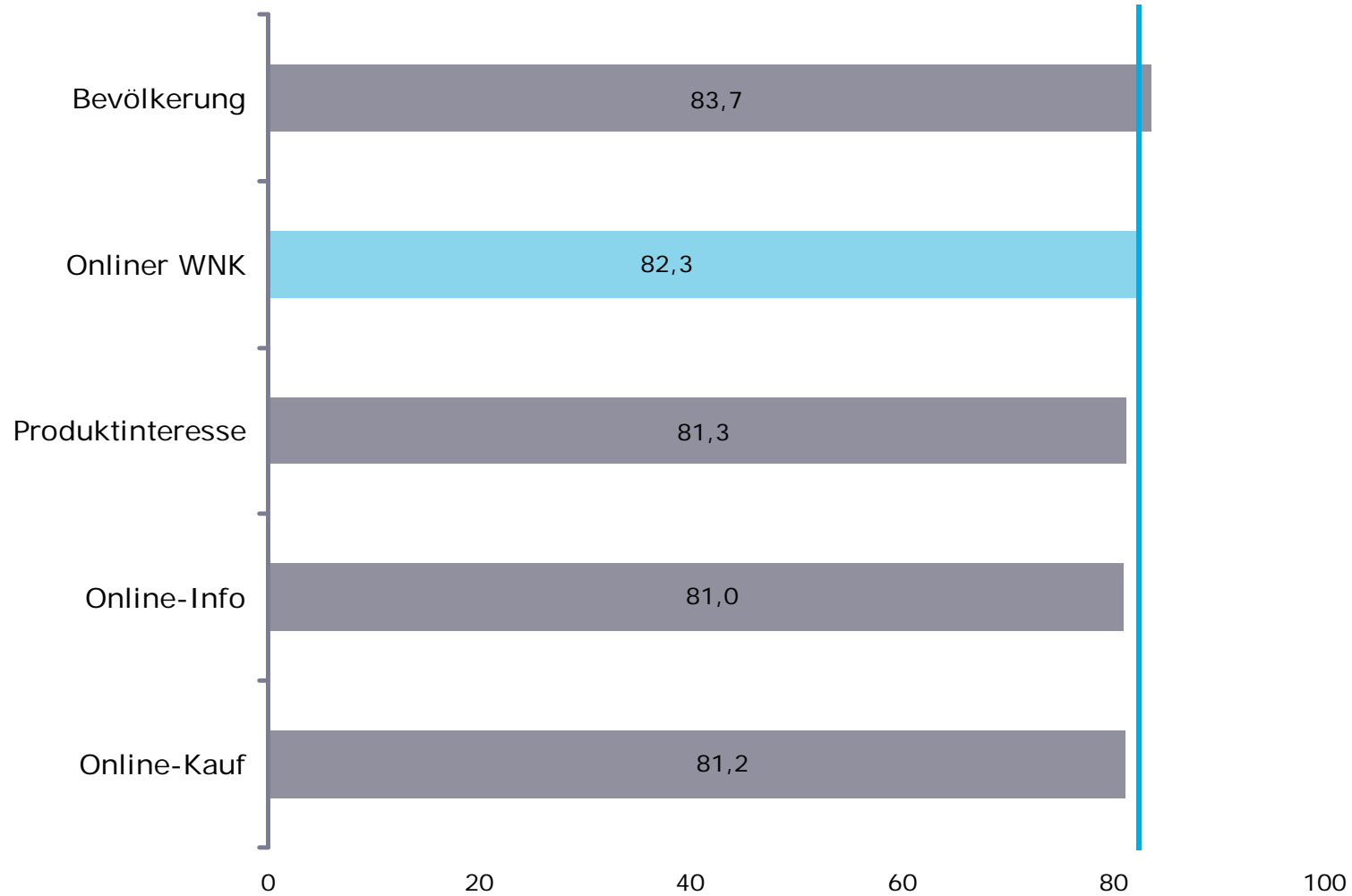
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



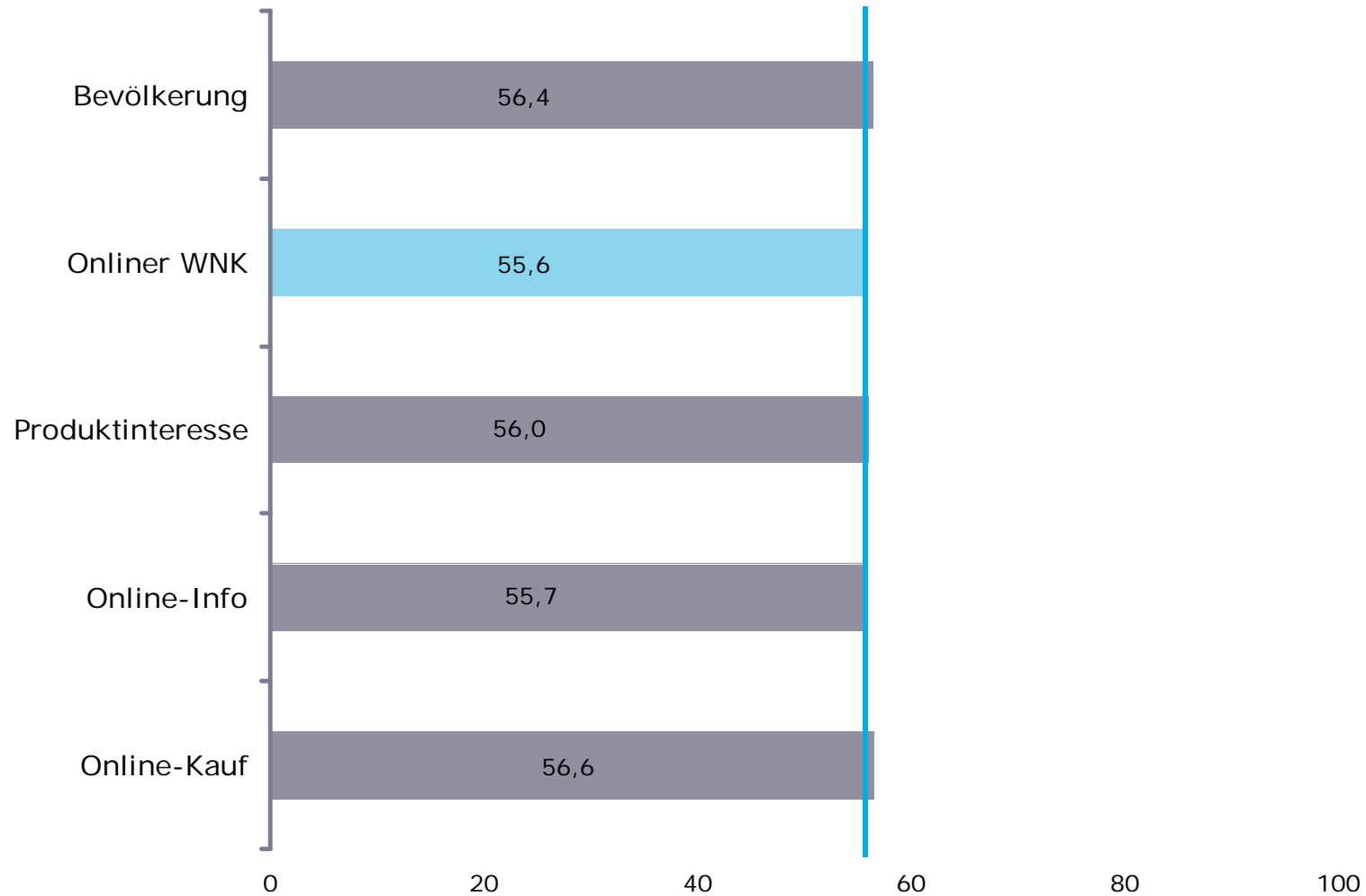
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



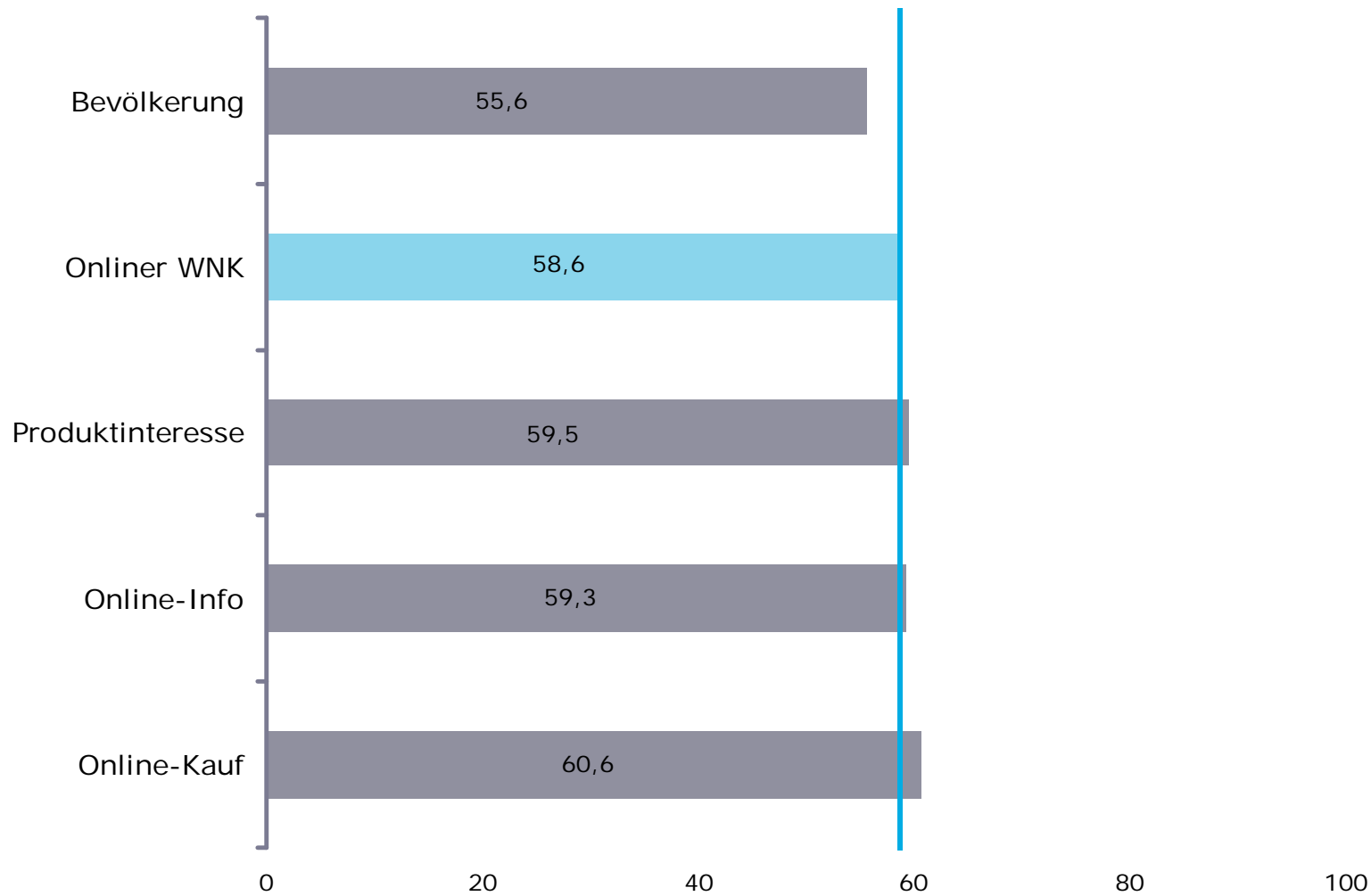
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



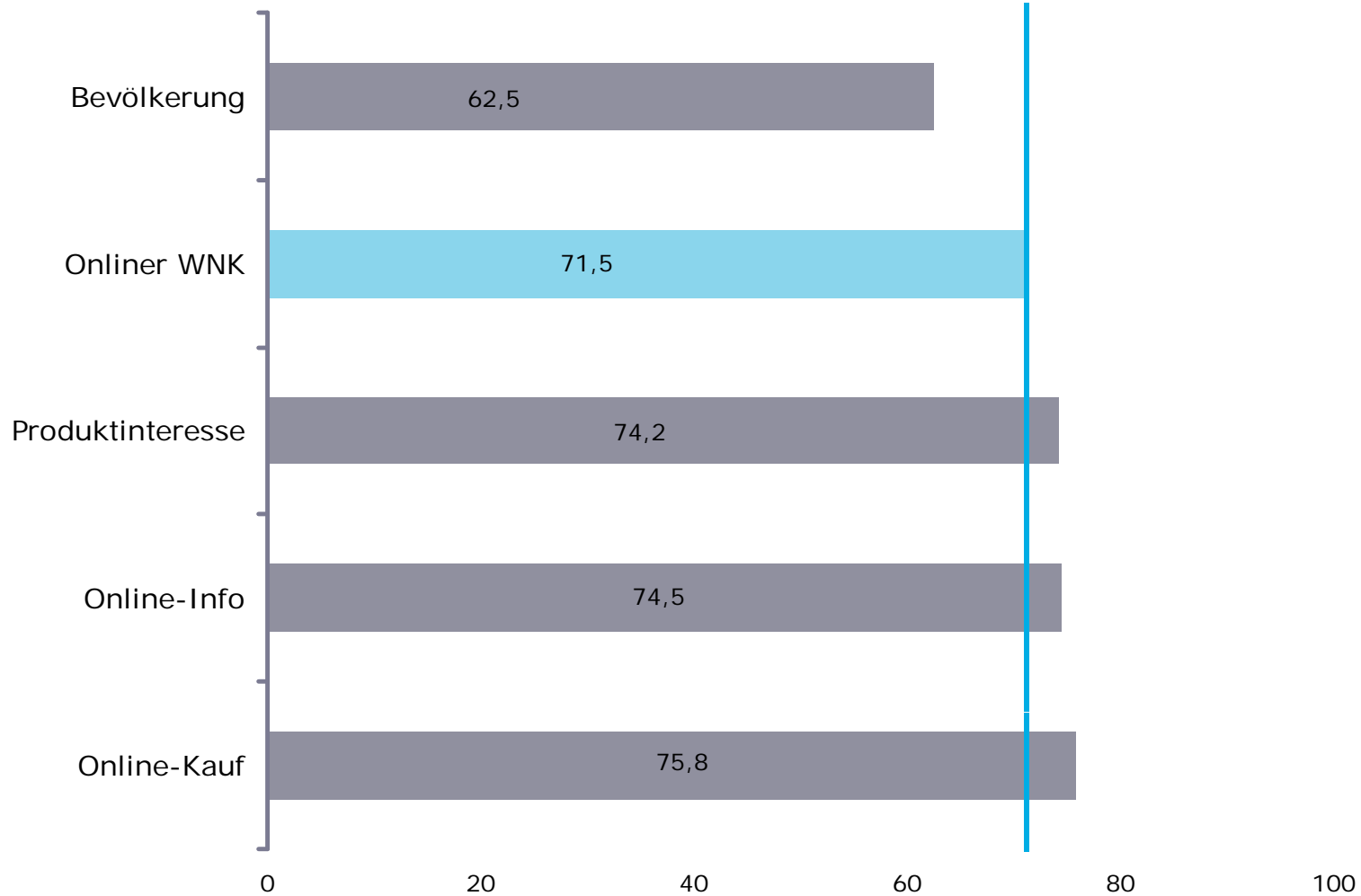
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



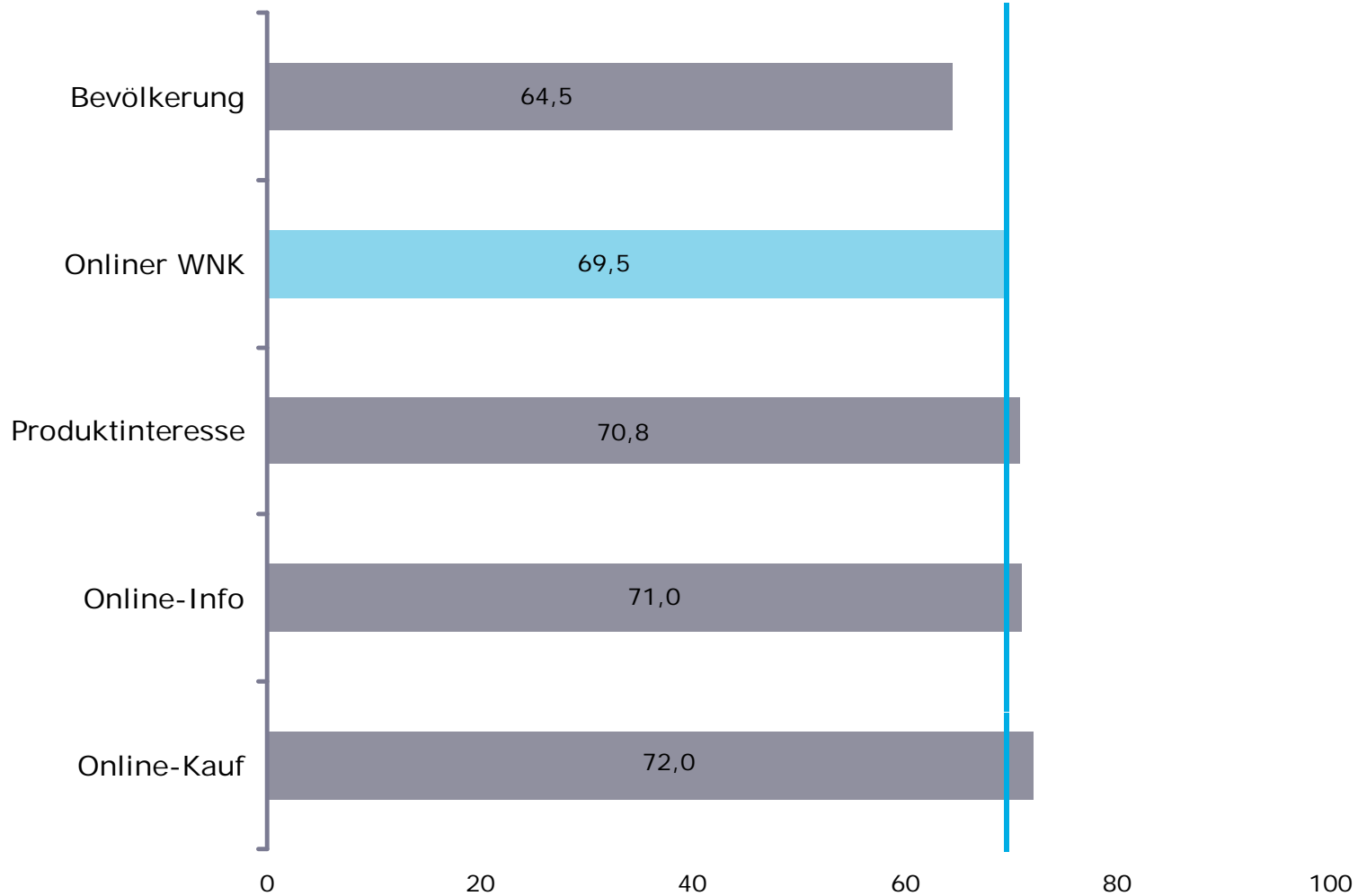
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



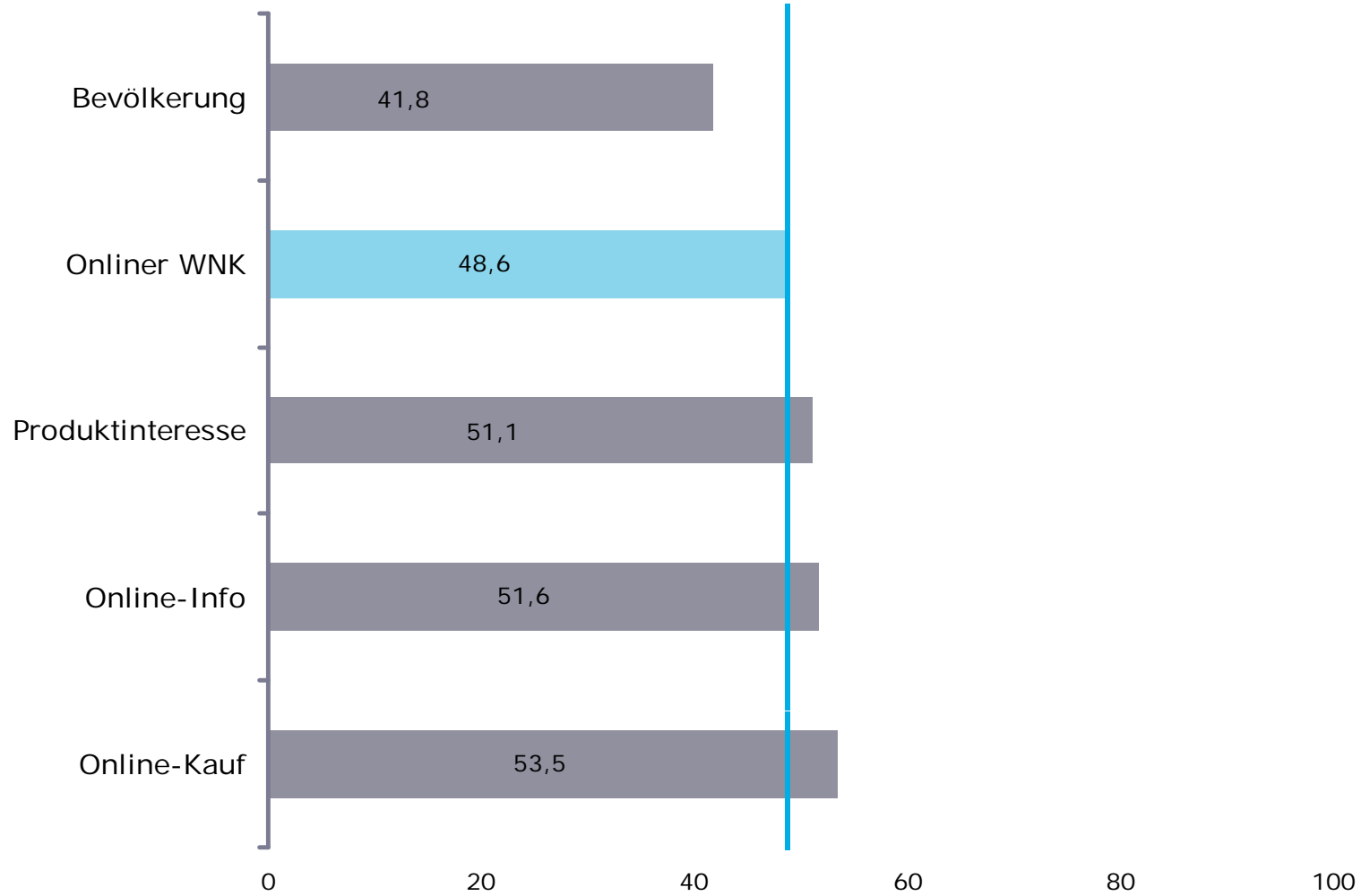
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



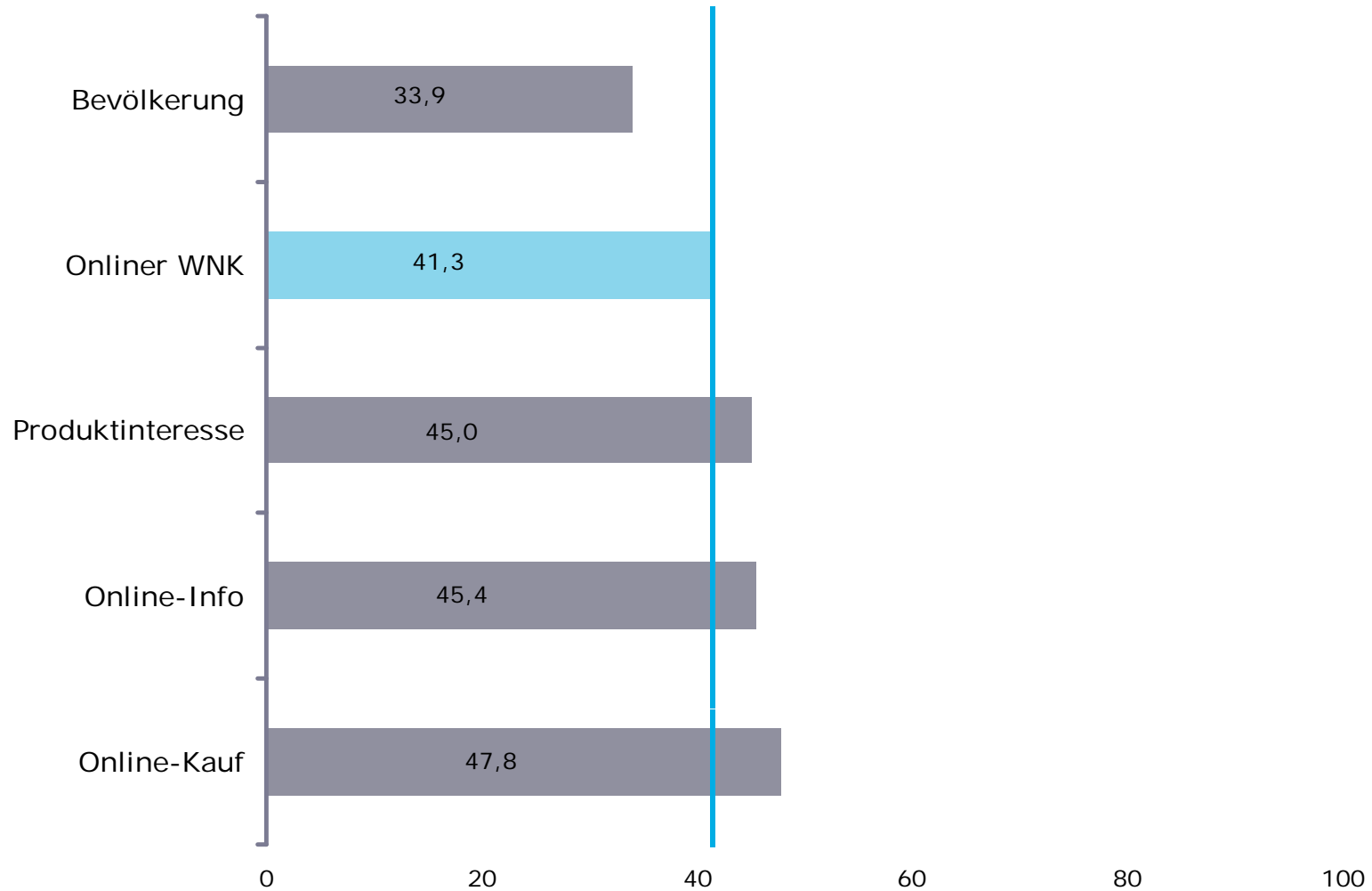
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



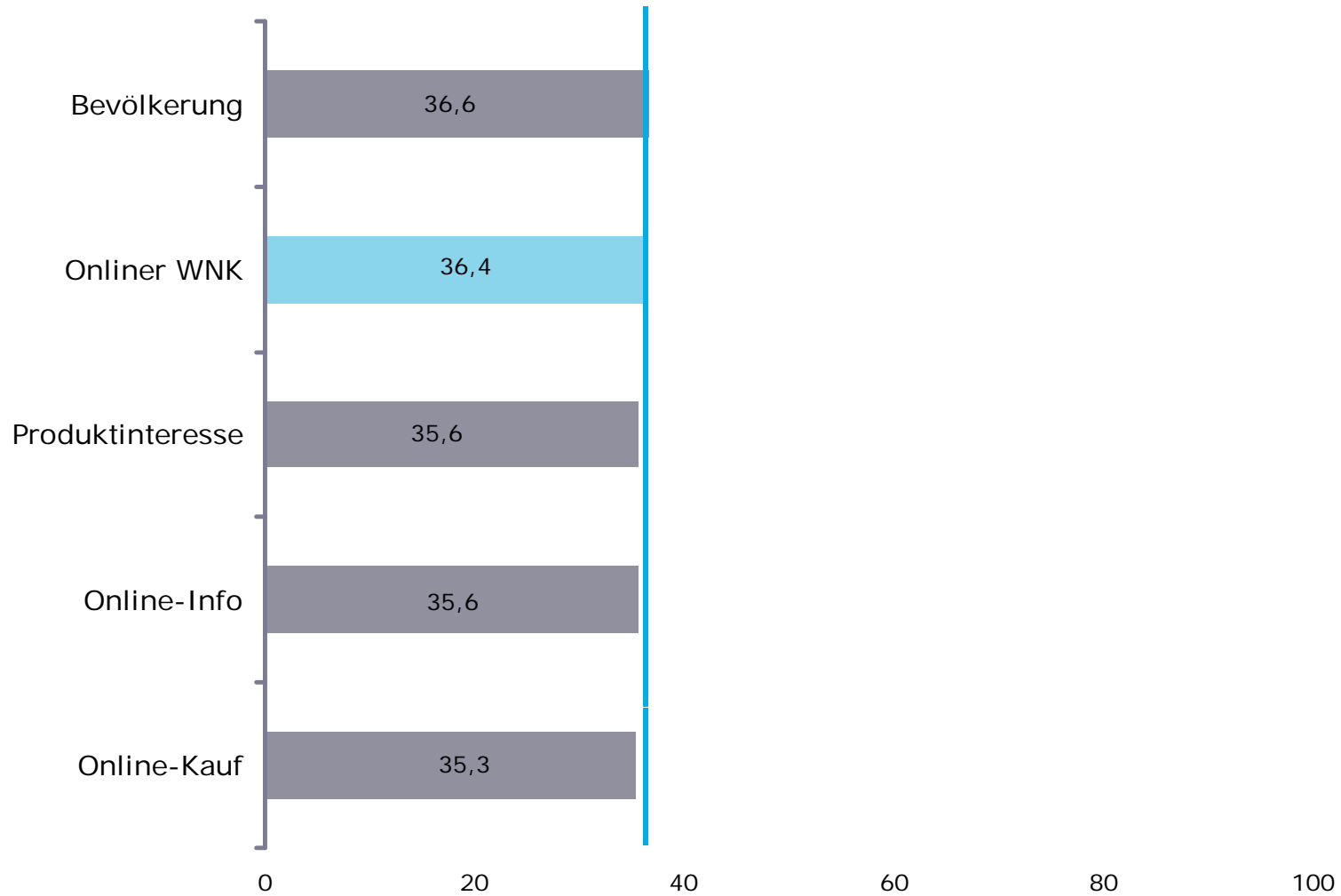
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



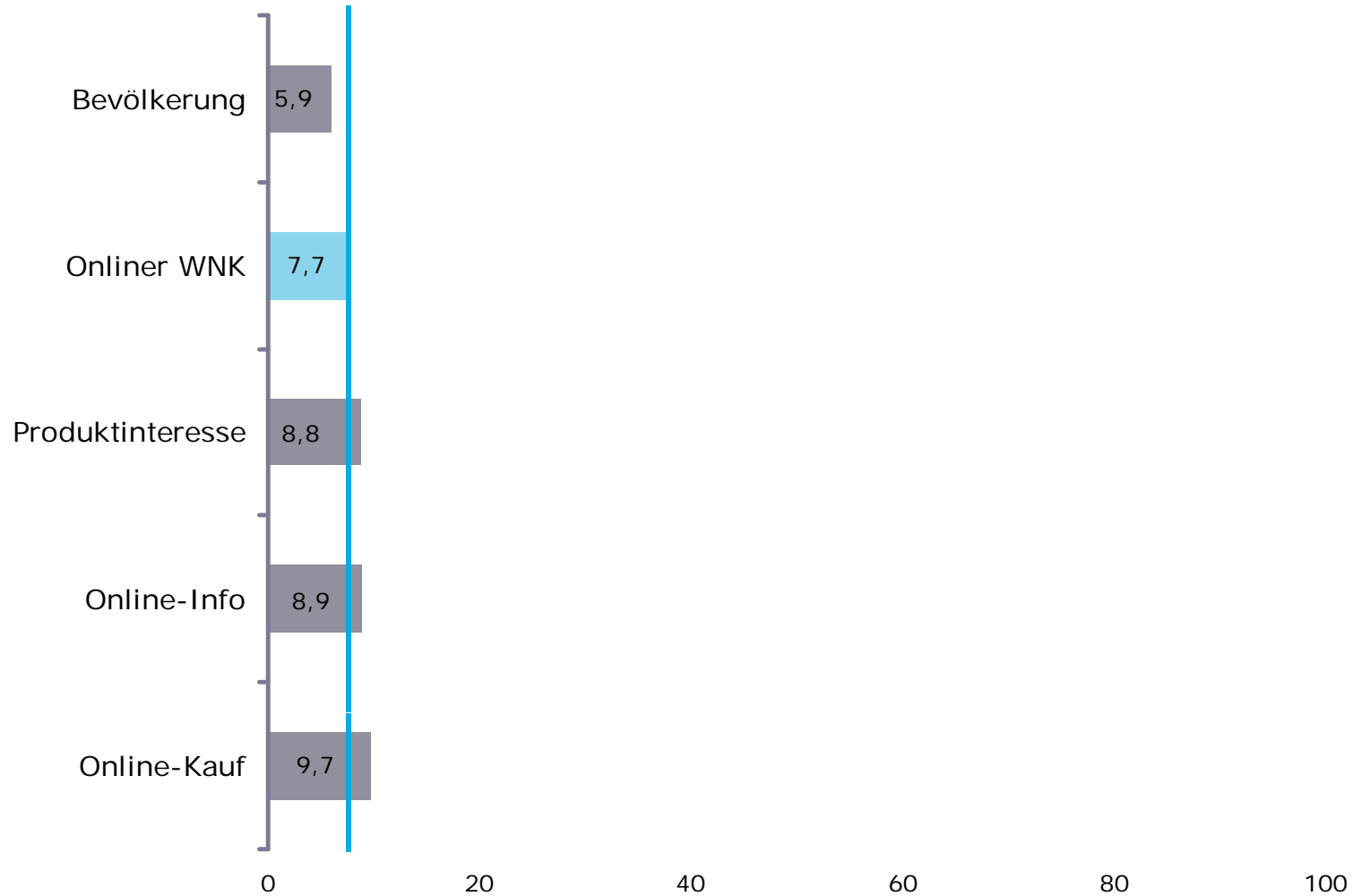
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



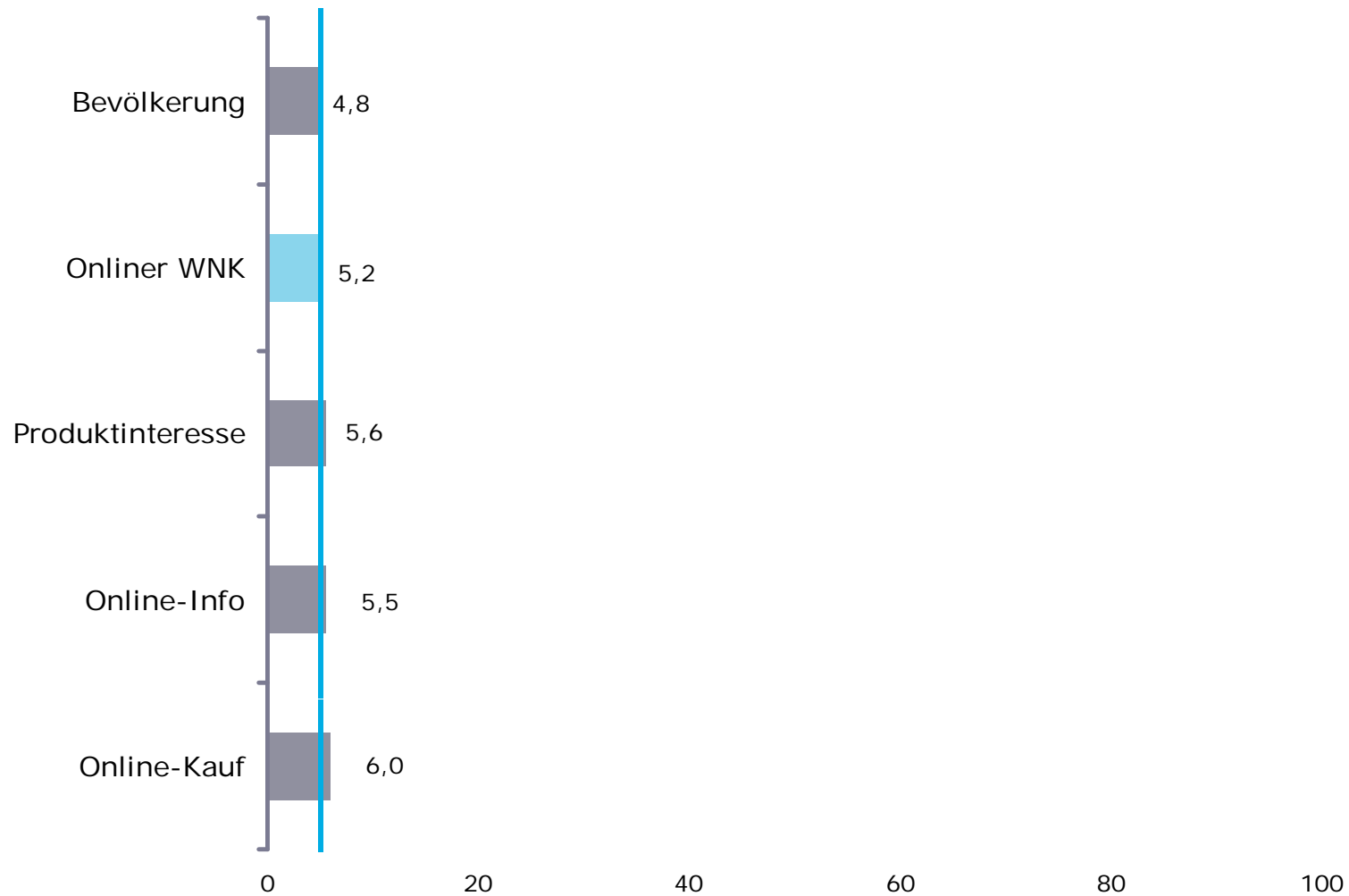
AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 Basis: 101.170 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 113.025 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2010-II

„Mache ich mehrmals im Monat.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

„Mache ich mehrmals im Monat.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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



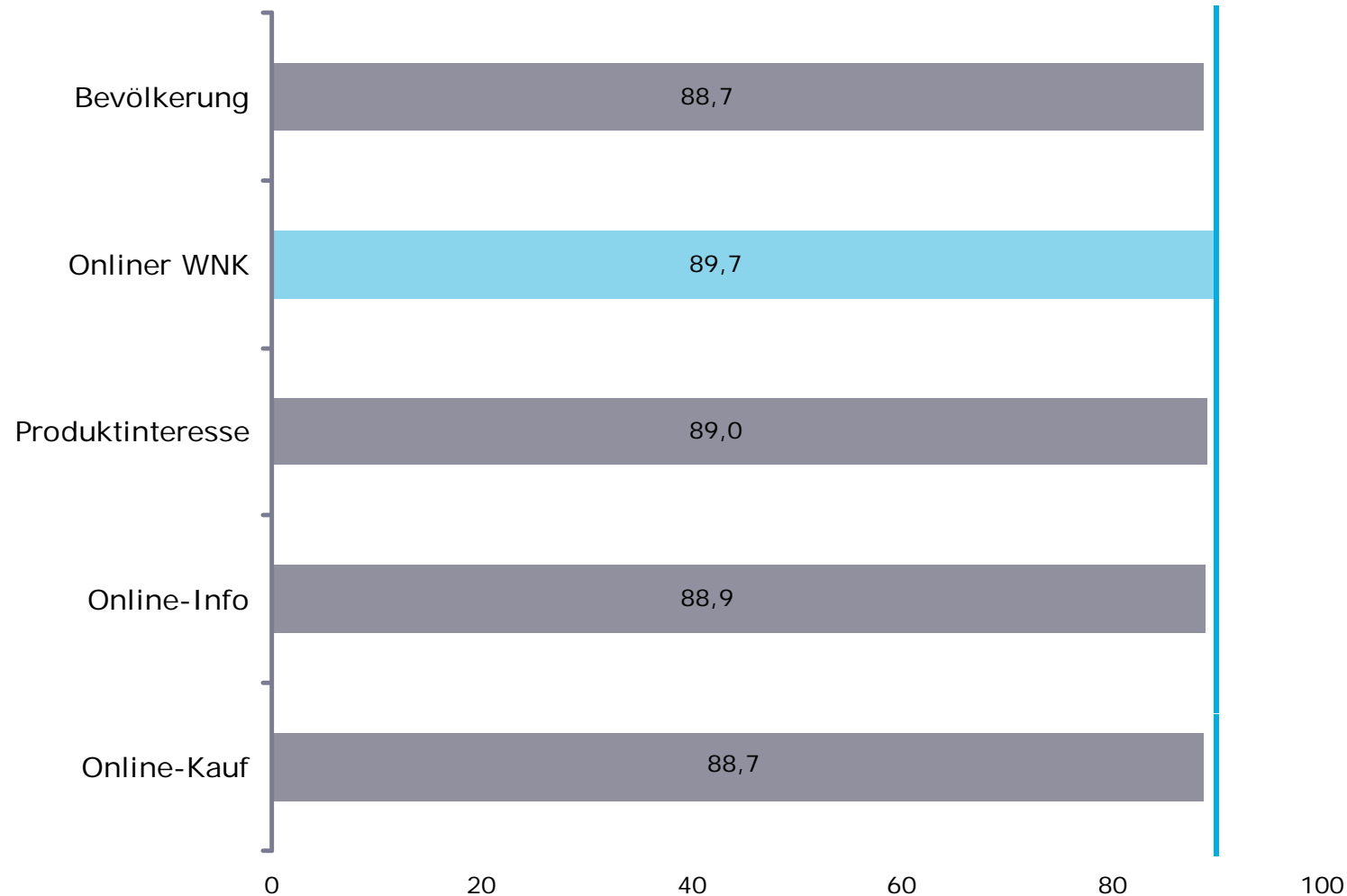
Psychografische Statements

Werbetreibende aus der Entertainment-Branche treffen im Internet auf aufgeschlossene Kundenpotenziale, die nicht nur neuen Produkten und Technologien, sondern auch Werbung positiv gegenüber stehen. Als Wortführer fungieren die agilen, entertainmentaffinen Nutzer zudem häufig als Meinungsmacher, was sie zu wertvollen Multiplikatoren macht.

- Generell stimmt die breite Mehrheit der entertainmentaffinen Nutzer Statements wie „Beim Einkauf achte ich insbesondere auf das Preis-Leistungsverhältnis“ und „Ich bin bereit, für Qualität mehr Geld zu bezahlen“ zu.
- Ferner haben sie ein ausgeprägtes Markenbewusstsein und sind äußerst agil.
- Knapp die Hälfte ist aufgeschlossen für Werbung.
- Eine deutlich überdurchschnittliche Zustimmung gibt es für:
 - Ich sehe mich als Individualisten.
 - In einer Gesprächsrunde bin ich meistens der Wortführer
 - Unter meinen Bekannten bin ich oft einer der ersten, der sich für neue Produkte oder Technologien interessiert.
 - Ich mag Produkte, die als Statussymbol dienen.

Statement: Preis-Leistungsverhältnis

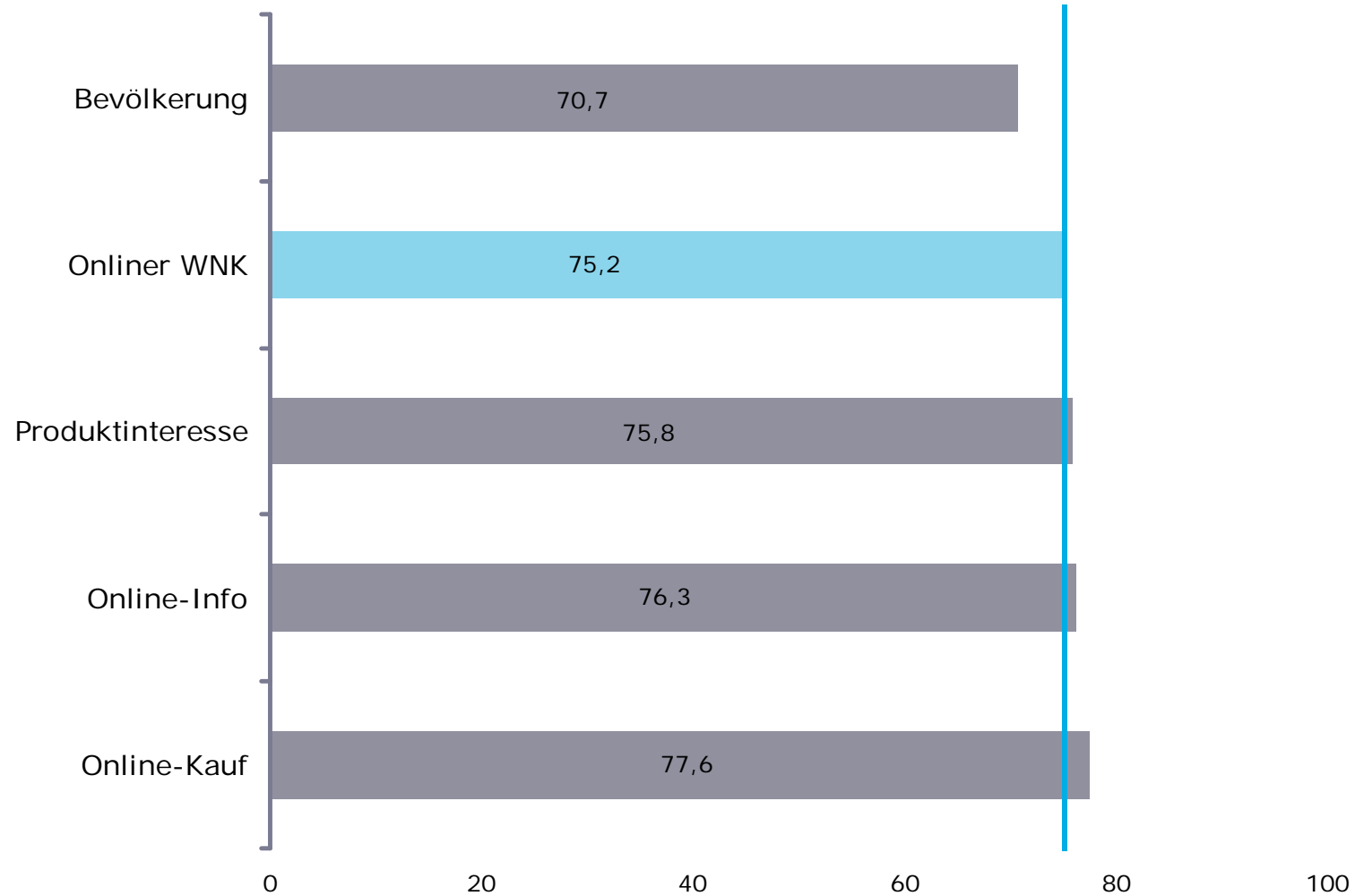
Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Beim Einkauf achte ich insbesondere auf das Preis-Leistungsverhältnis.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
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

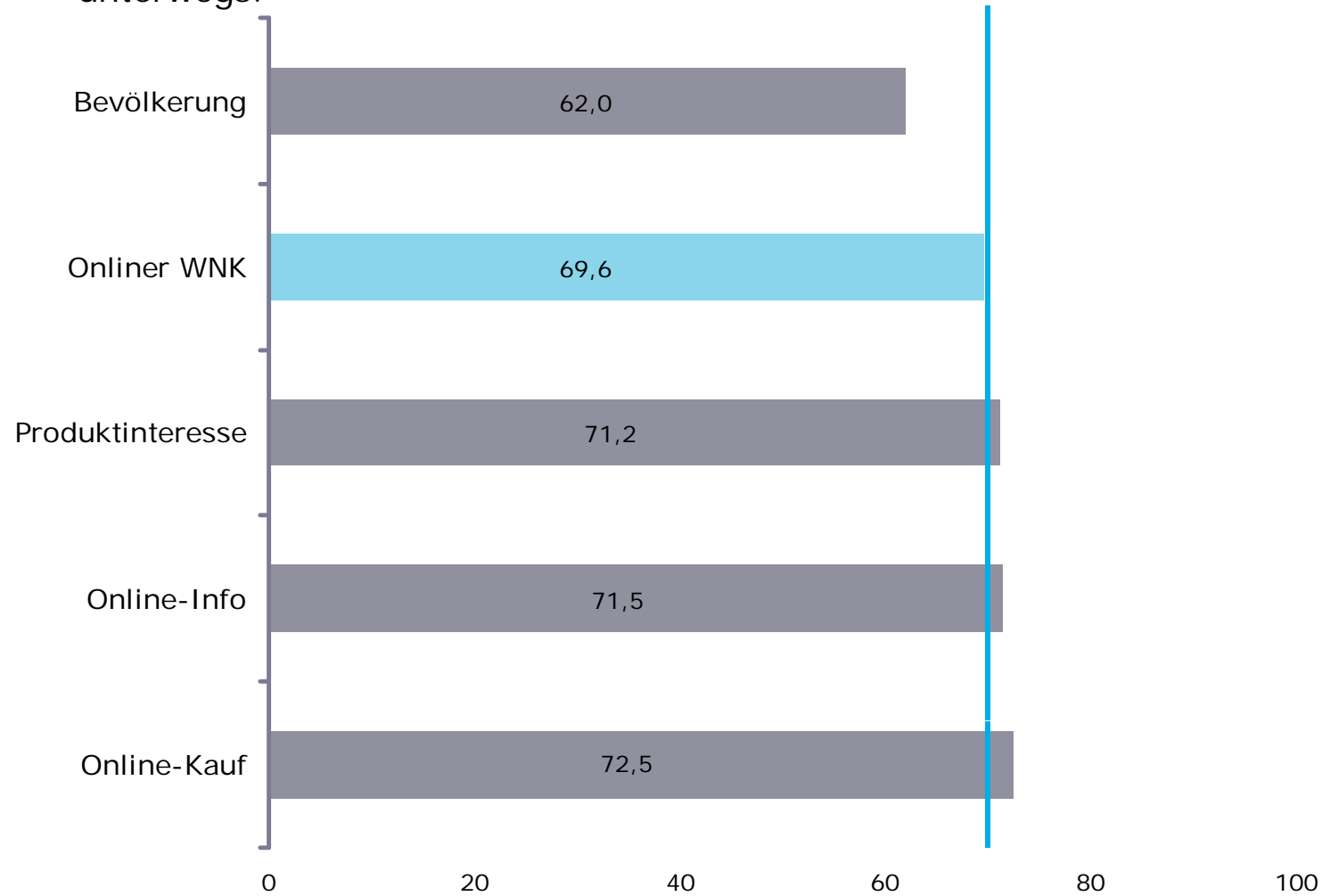
Statement: Qualität

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich bin bereit für Qualität mehr Geld zu bezahlen.“



Statement: Mobilität

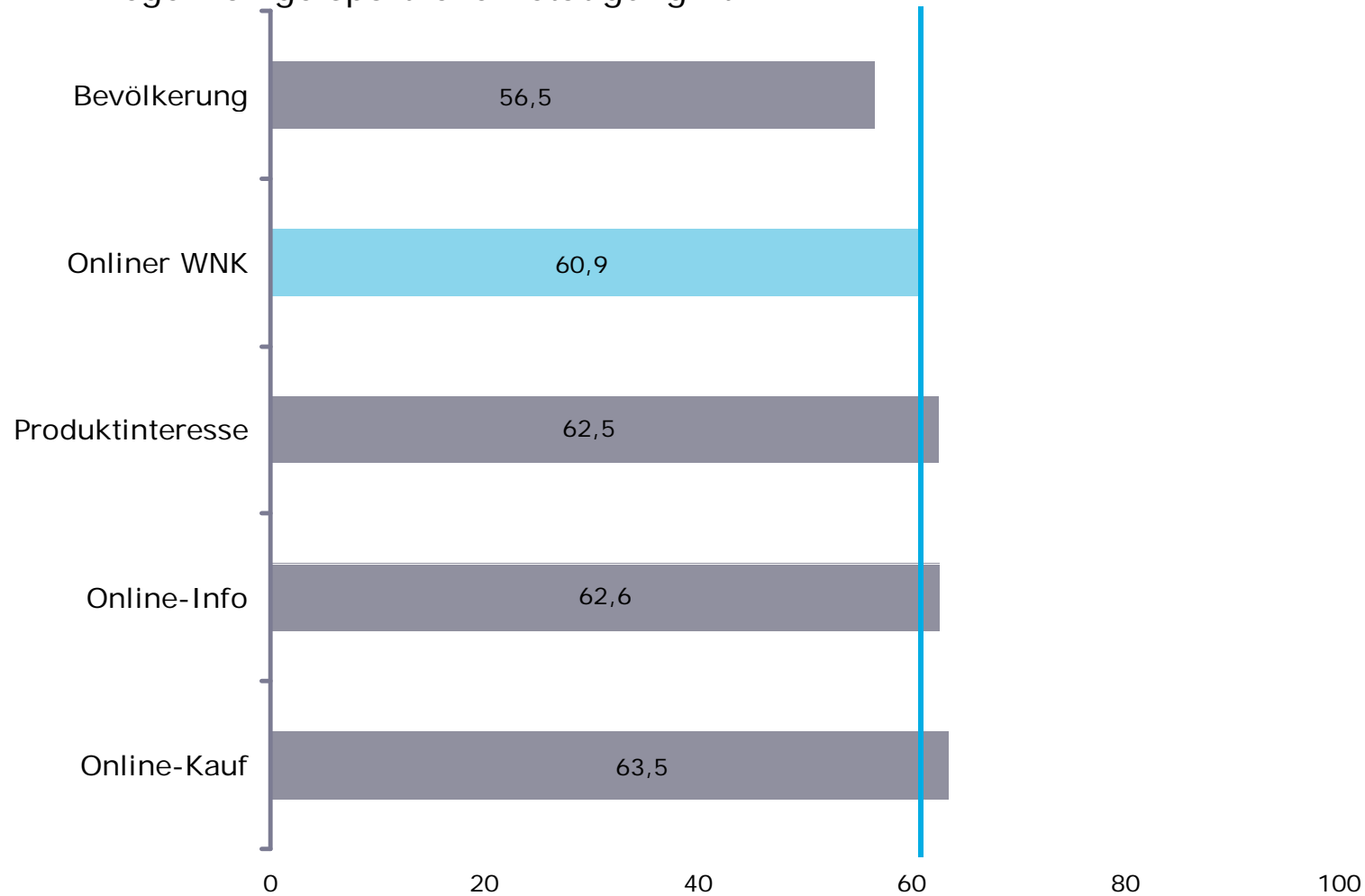
Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich bin sehr mobil und viel unterwegs.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

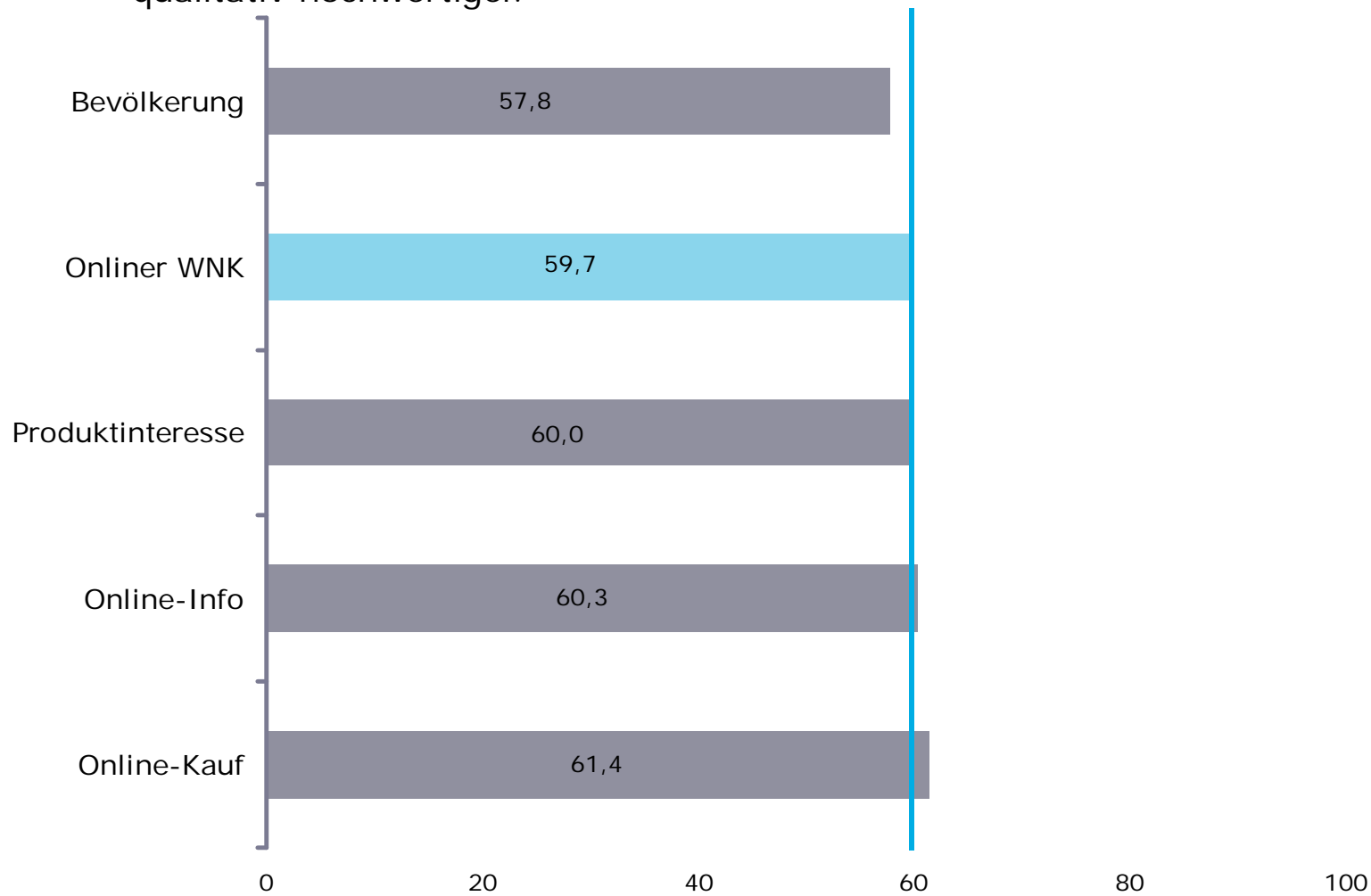
Statement: Sportliche Betätigung

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich halte mich durch regelmäßige sportliche Betätigung fit.“



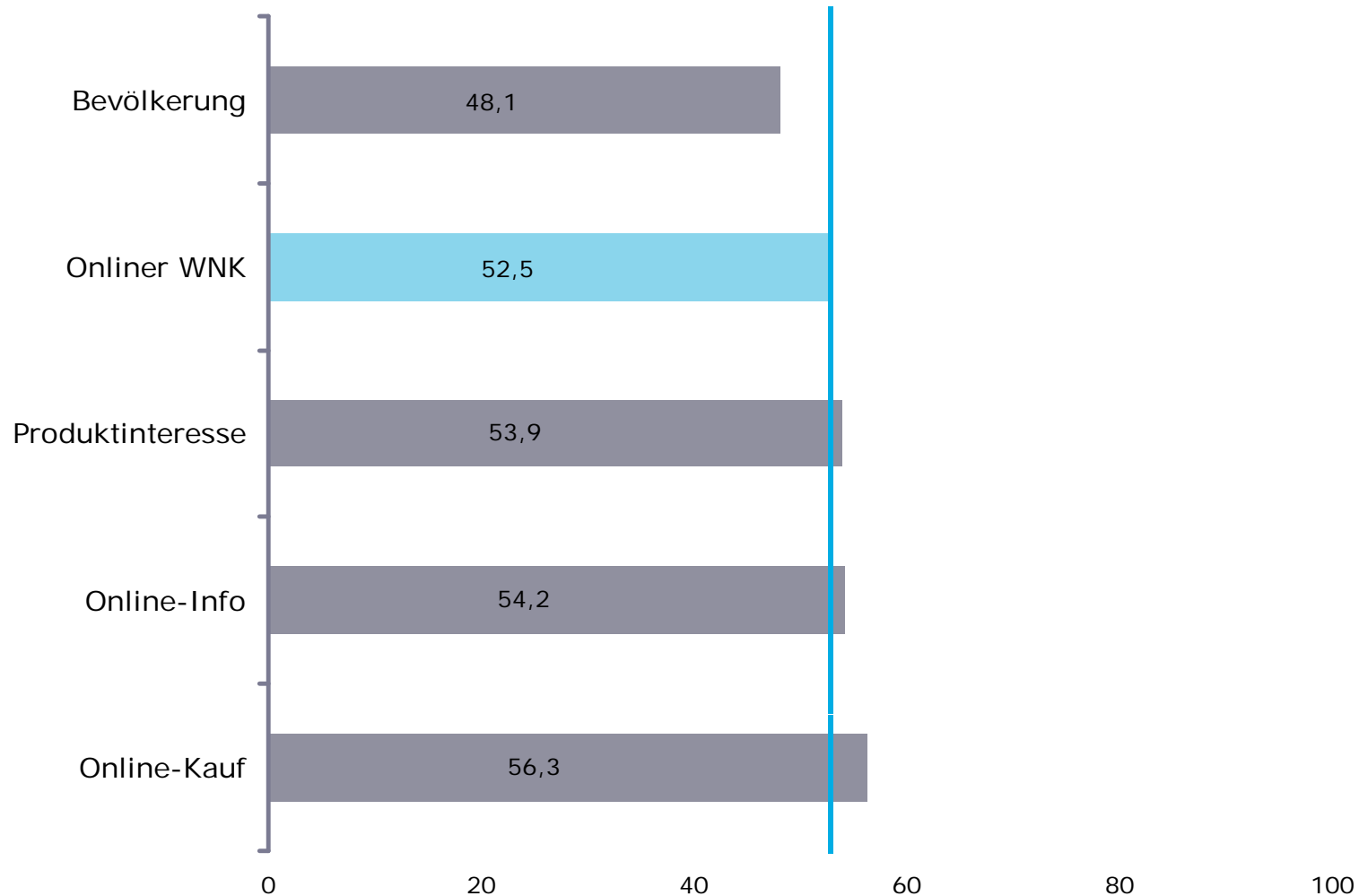
Statement: Markenartikel

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Markenartikel sind in der Regel qualitativ hochwertiger.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

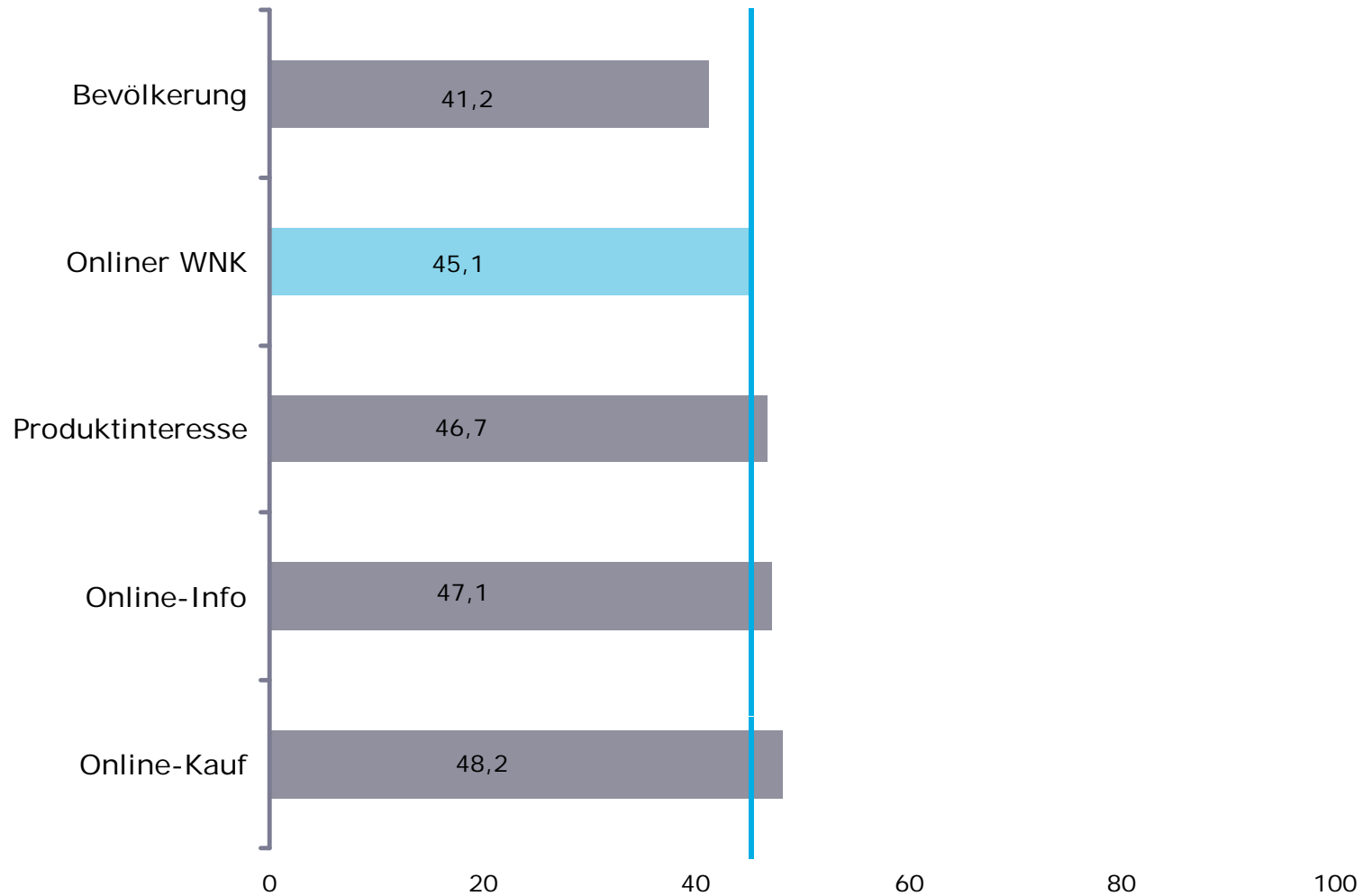
Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich sehe mich als Individualisten.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

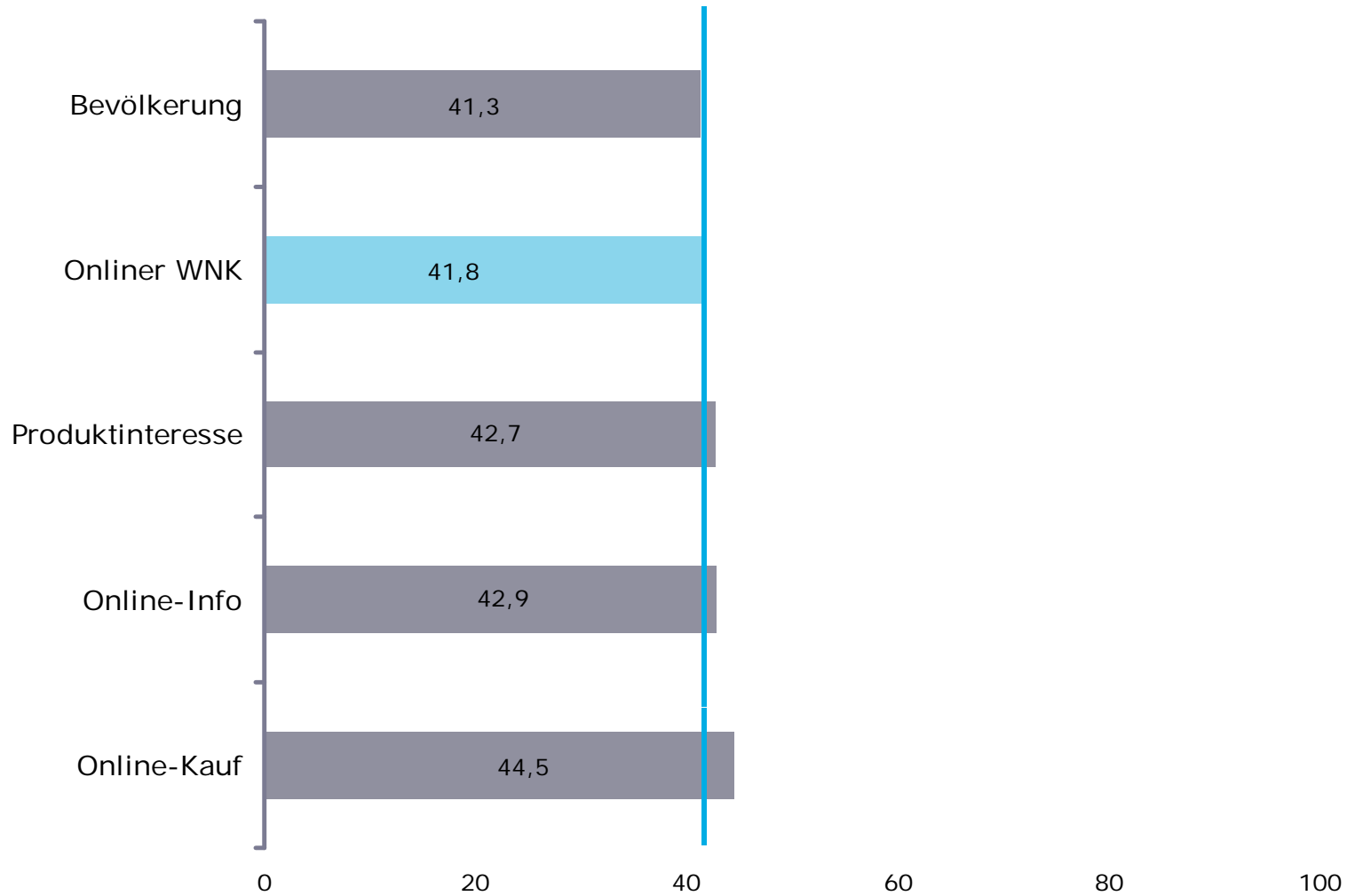
Statement: Werbung

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Durch Werbung bin ich schon häufiger auf interessante Produkte oder neue Ideen aufmerksam geworden.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

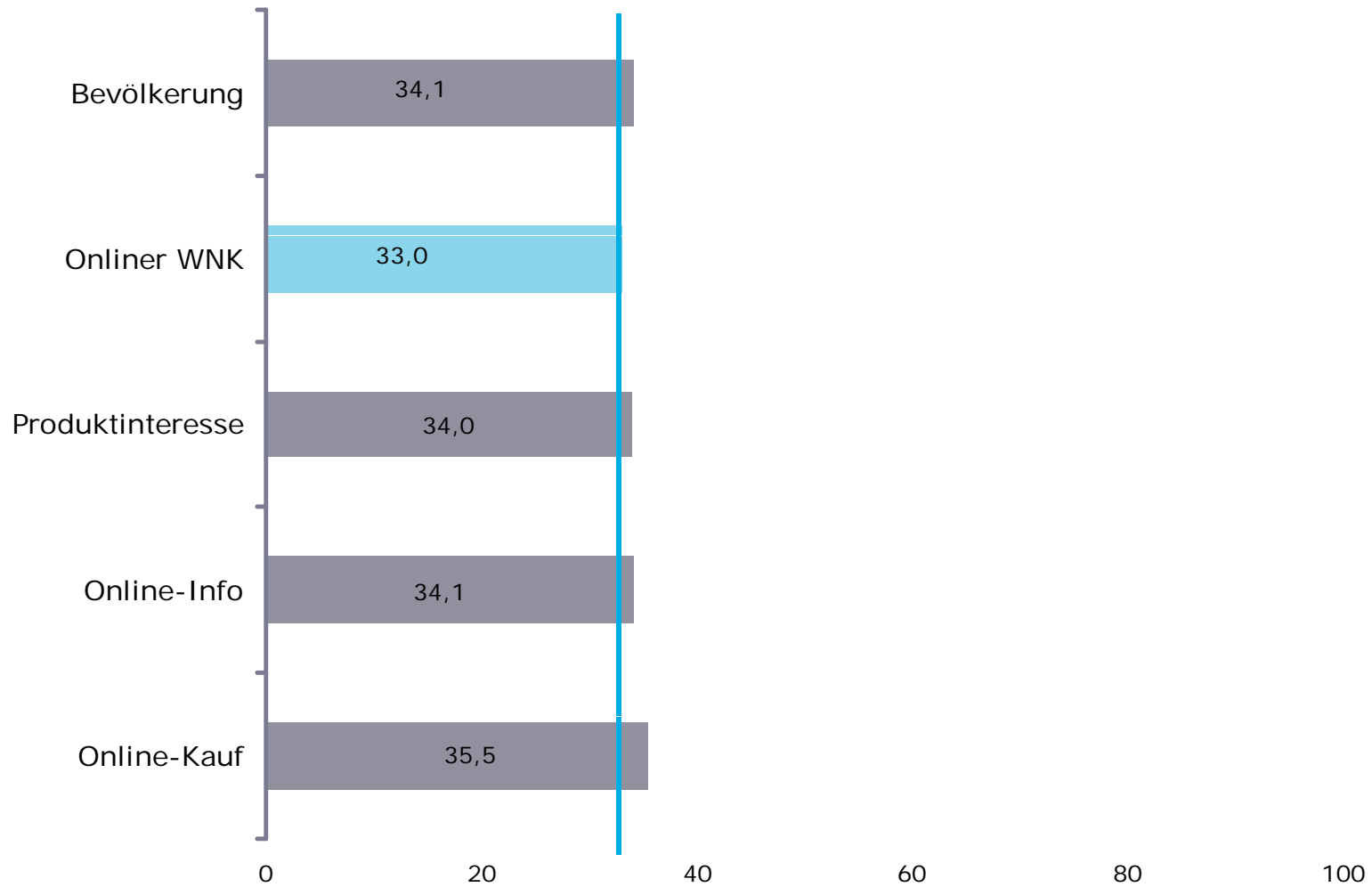
Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Marken bieten mir beim Kauf Sicherheit.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

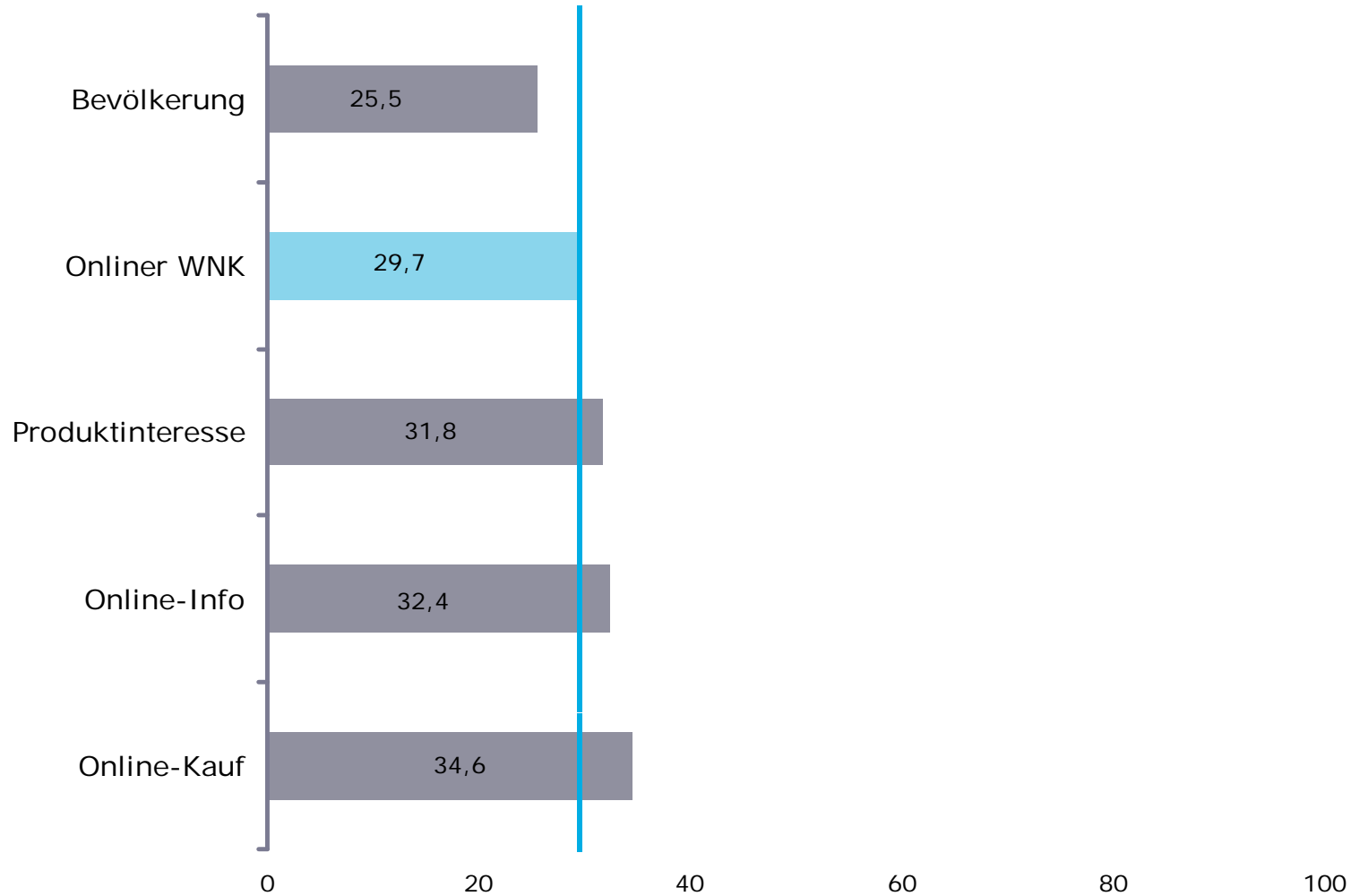
Statement: Markenartikel

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich lege Wert auf Markenartikel.“



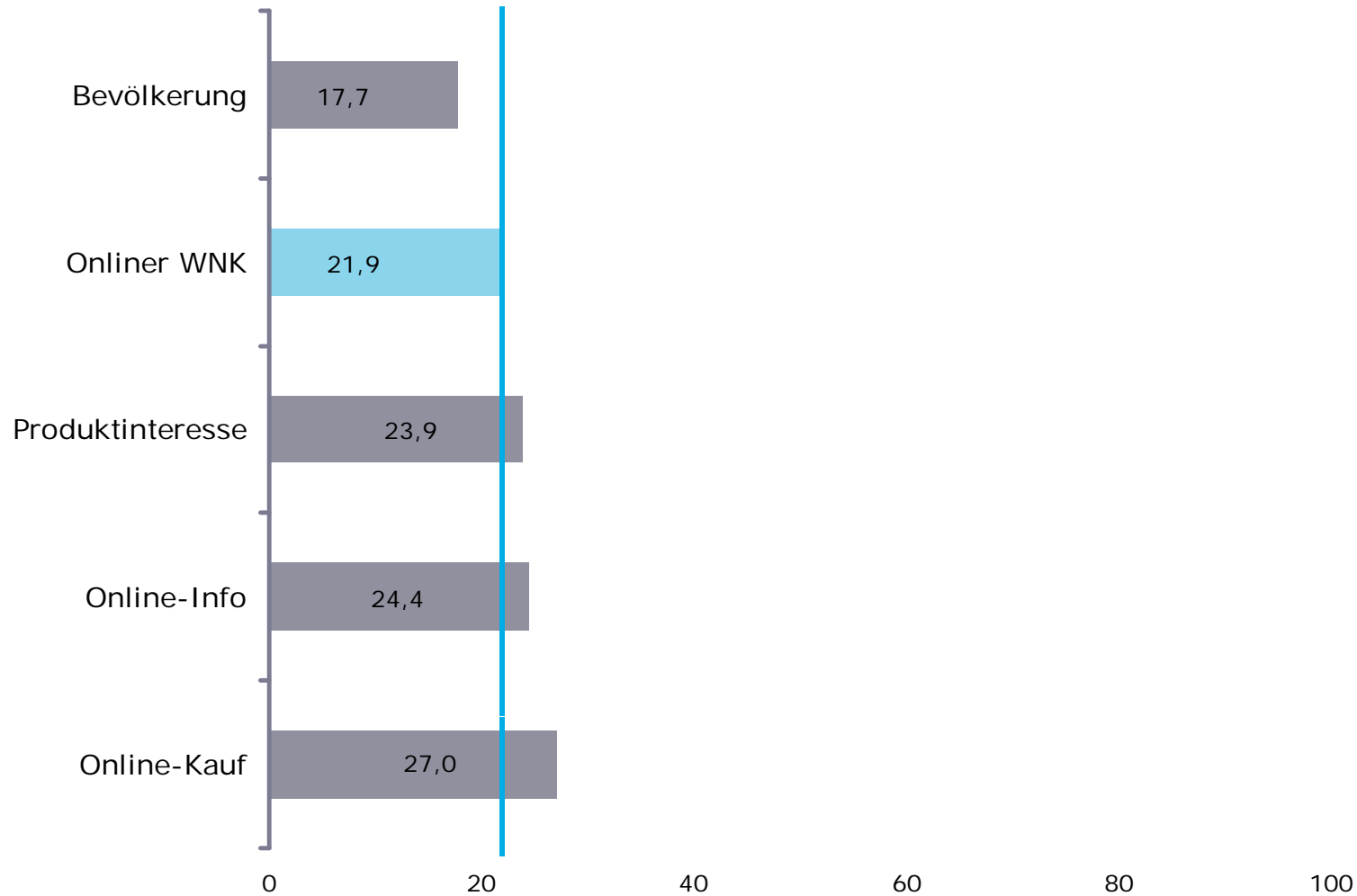
Statement: Wortführer

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „In einer Gesprächsrunde bin ich meistens der Wortführer.“



Statement: Neue Technologien

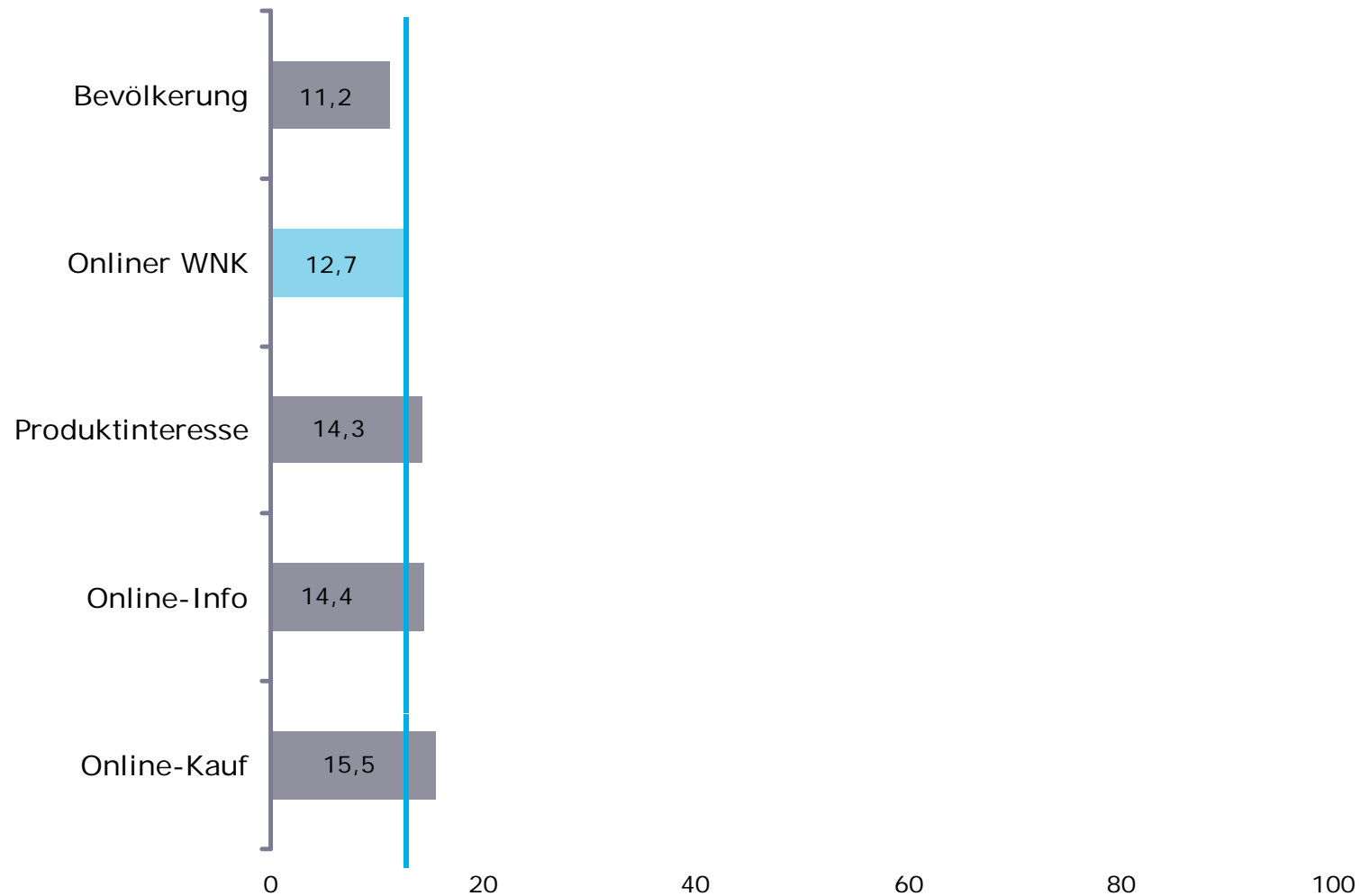
Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Unter meinen Bekannten bin ich oft einer der ersten, der neue Technologien ausprobiert.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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

Statement: Statussymbole

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich mag Produkte, die als Statussymbole dienen.“



AGOF Branchenbericht „Entertainment“ 11/2010
 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



Fazit

Die Resultate des Branchenberichts Entertainment zeigen, dass eine Online-Präsenz und werbliche Aktivitäten im Internet für die Entertainment-Branche sehr effektiv sein können, weil...

- ...sie sie im Internet auf beachtliche Kundenpotenziale treffen: Über drei Viertel (79,3 Prozent) der Internetnutzer (WNK) – das sind 39,42 Millionen Onliner – interessieren sich für Entertainment-Produkte.
- ...das Internet eine alltägliche Informationsplattform für ihre Zielgruppe ist: Mit 79,2 Prozent nutzen 39,34 Millionen Internetnutzer (WNK) das Netz für die Online-Recherche rund um Entertainment-Produkte.
- ...das Internet damit bei mehr als drei von vier Usern eine wichtige Rolle bei der Recherche im Zusammenhang mit dem Erwerb von Entertainment-Produkten spielt.
- ...das Internet bereits von über der Hälfte (56,8 Prozent) – das sind 28,22 Millionen Menschen – als Bezugsquelle für den Erwerb von Entertainment-Produkten genutzt wird und damit neben dem Offline-Vertrieb einen weiteren zusätzlichen Absatzkanal darstellt.

Weitere Faktoren für den wirkungsvollen Einsatz des Internets für die Entertainment-Branche sind...

- ... die intensive Ansprache der werberelevanten Zielgruppen zwischen 14 und 49 Jahren: 77,4 Prozent der entertainmentaffinen Nutzergruppen gehören zu dieser Altersgruppe.
- ...der Aufbau einer zielgruppengerechten und intensiven Kundenbeziehung (CRM): Durch den gezielten Einsatz interaktiver Elemente kann auf das Kommunikationsbedürfnis der entertainmentaffinen Nutzergruppen eingegangen und ein entsprechender Kundendialog aufgebaut werden.
- ...die Online-Distribution von Entertainment-Produkten. Der Online-Kauf von Eintrittskarten gehört bereits jetzt zu einer der beliebtesten Shopping-Aktivitäten im Netz und auch kostenpflichtige Downloads von Spielen und Musik werden zunehmend nachgefragt. Und die entertainmentaffinen User haben die notwendige Kaufkraft: 30,3 Prozent verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro.

Weitere Gründe für eine Online-Präsenz von Unternehmen aus der Entertainment-Branche sind...

- ...die effiziente Zielgruppenansprache: Online-Werbung ermöglicht nicht nur den schnellen Reichweitenaufbau innerhalb einer breiten Kundengruppe, es können auch nahezu streuverlustfrei ganz spezifische Zielgruppen – z.B. für ein bestimmtes Spiele-Genre oder Event bzw. einen konkreten Film – angesprochen werden.
- ...die Nutzung von Synergien. Bei vielen Entertainment-Produkten wie Spielen, Filmen oder Musik gibt es durch die enge Verbindung von Hard- und Software eine große Nähe zum Internet – sowohl als Informations- als auch als Transaktionsmedium.
- ...eine wirkungsvolle, crossmediale Kommunikation. Vor dem Hintergrund der vielseitigen Online-Nutzung in den entertainmentaffinen Zielgruppen gewinnt das Internet zunehmend an Bedeutung für eine adäquate Zielgruppenabdeckung.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die AGOF:

Claudia Dubrau

Geschäftsführerin AGOF e.V.

Tel: 069 / 264 888 - 311

Mail: claudia.dubrau@agof.de

Marcus Föbus

Geschäftsführer AGOF Services GmbH

Tel.: 069 / 264 888 - 314

Mail: marcus.foebus@agof.de

www.agof.de

