



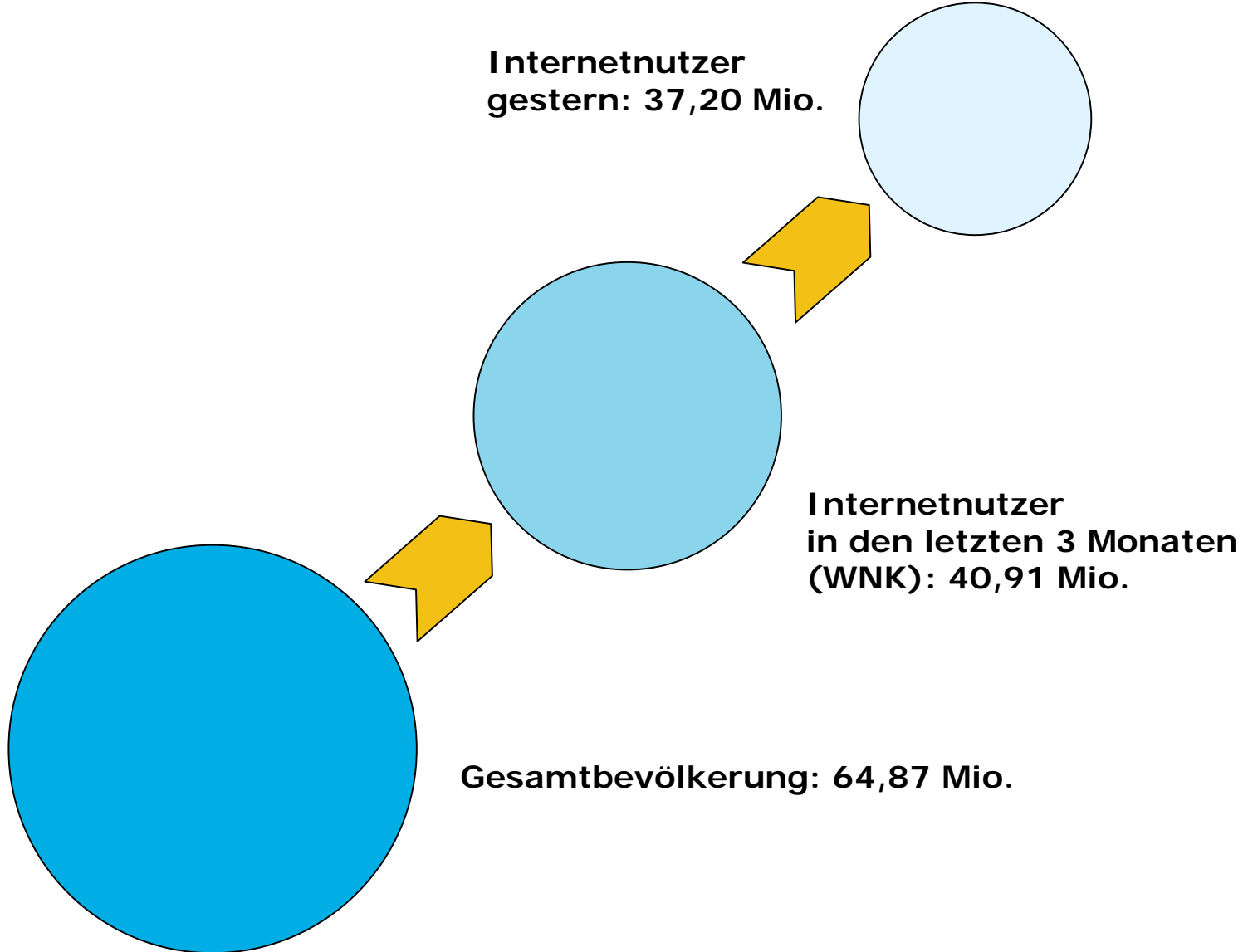
internet facts 2008-II

Graphiken zu dem Berichtsband

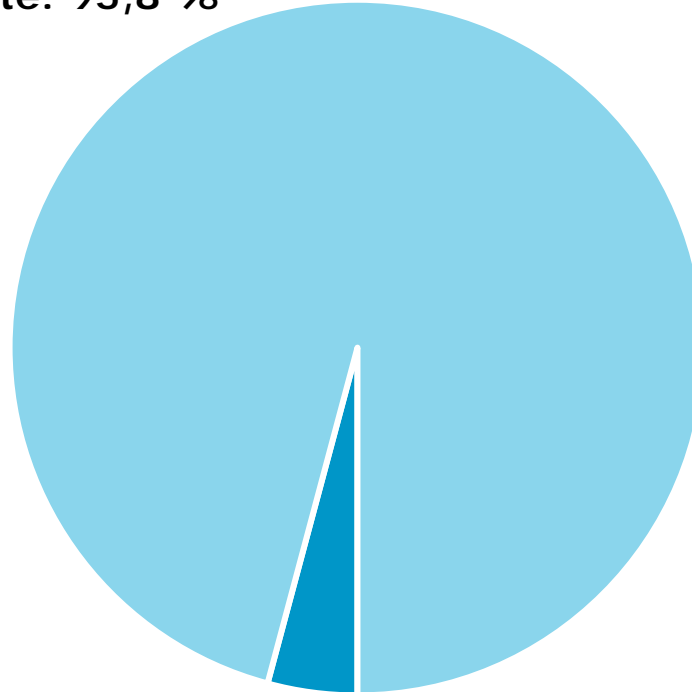
AGOF e.V. September 2008



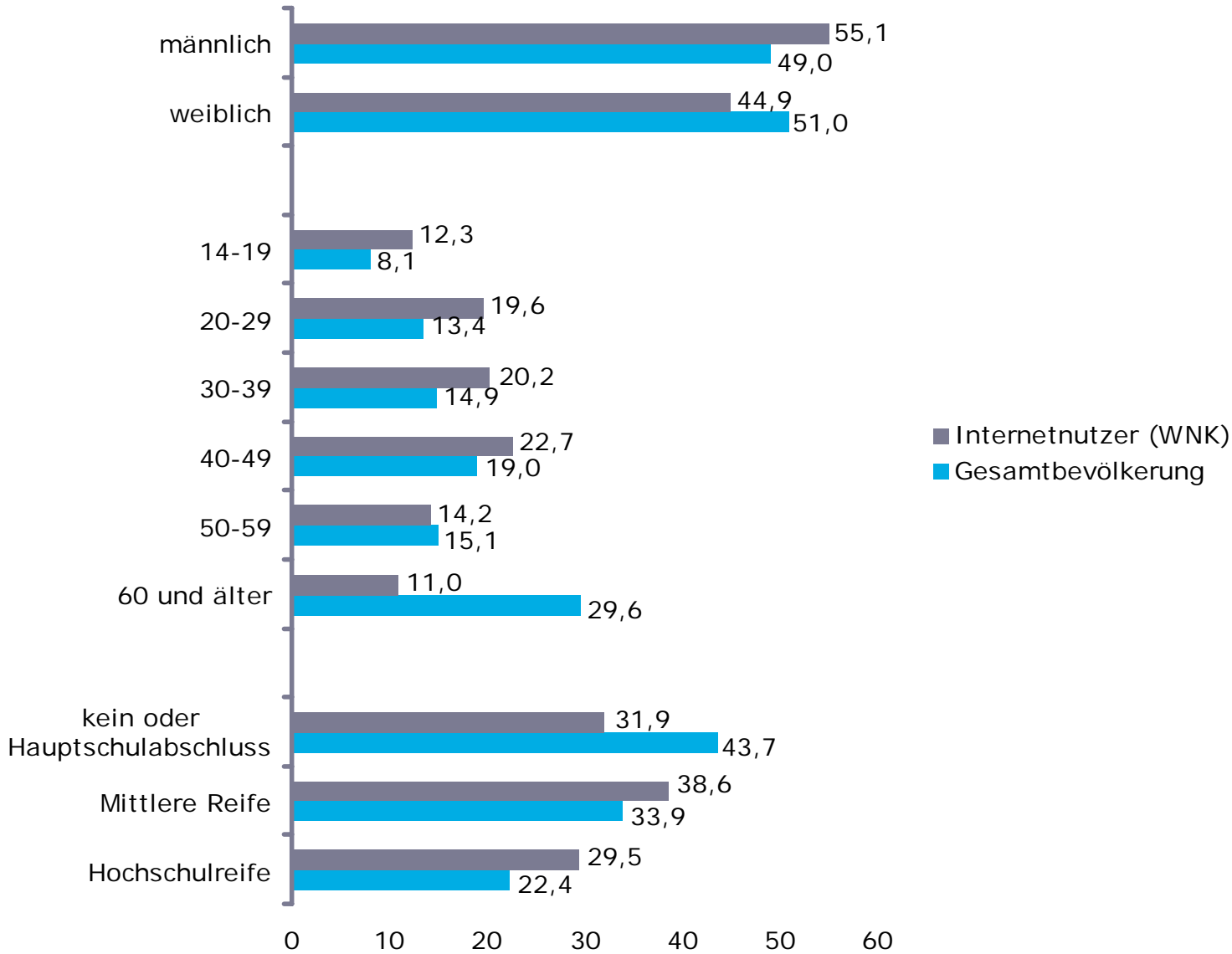
Graphiken aus Teil 1 des Berichtsbandes

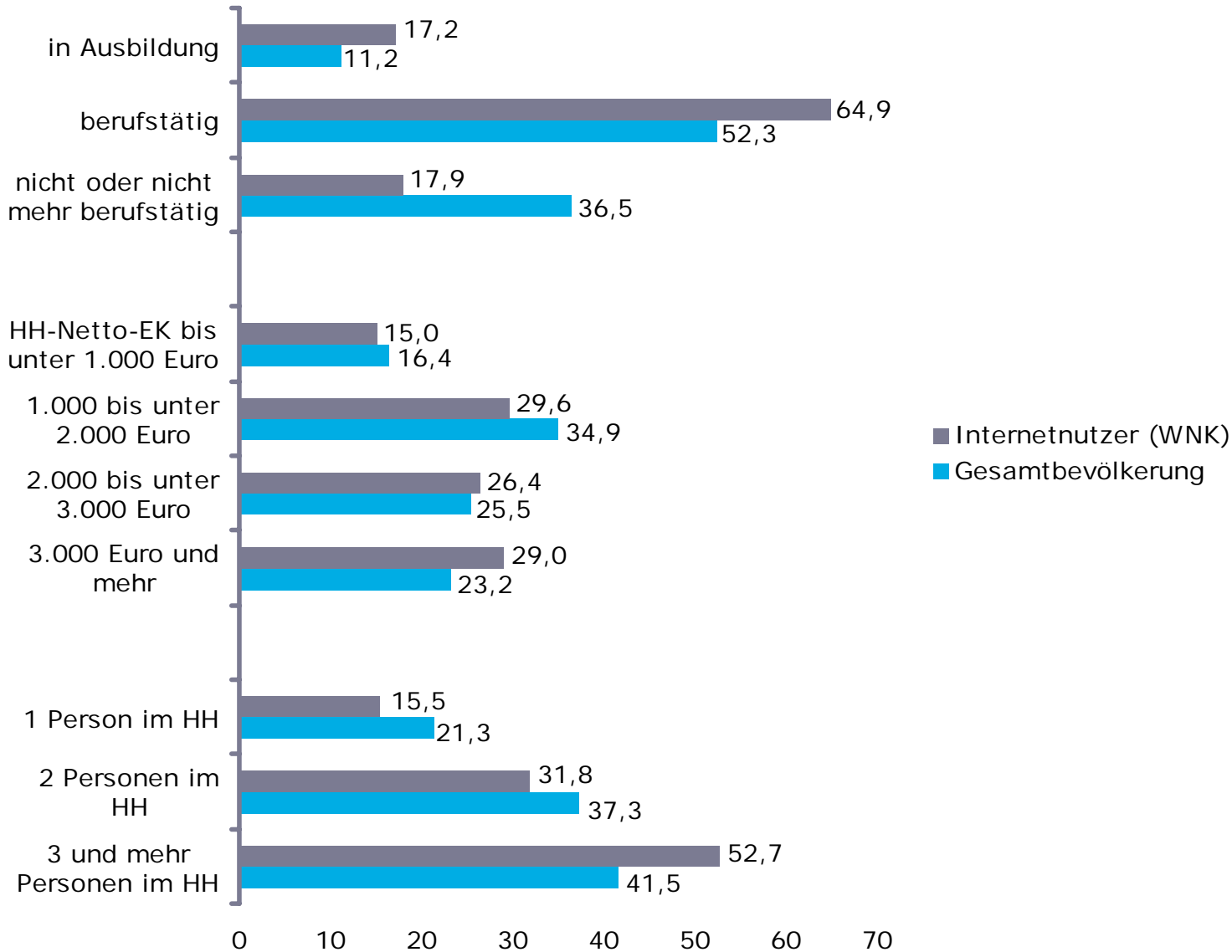


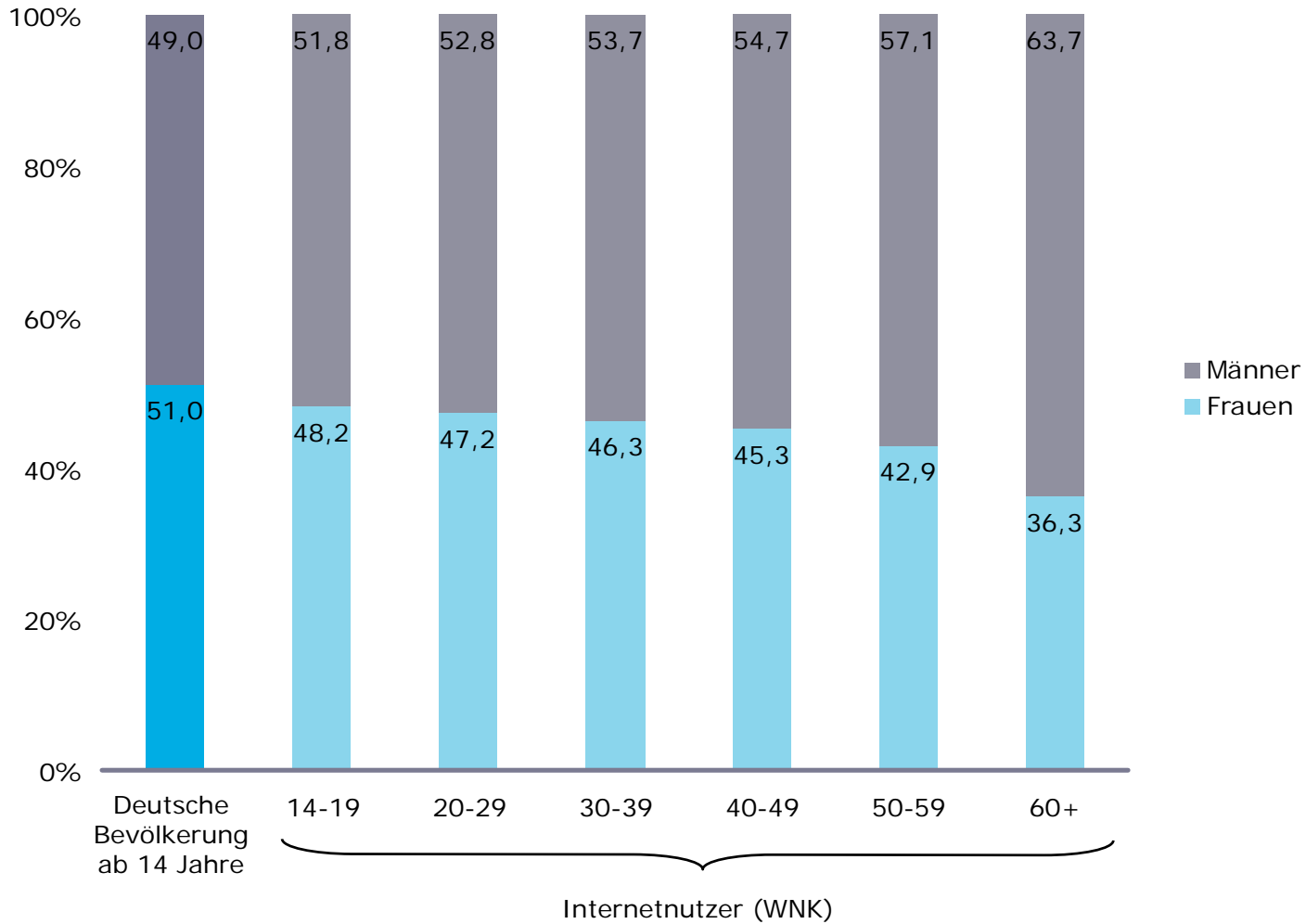
Nutzung
AGOF Angebote: 95,8 %

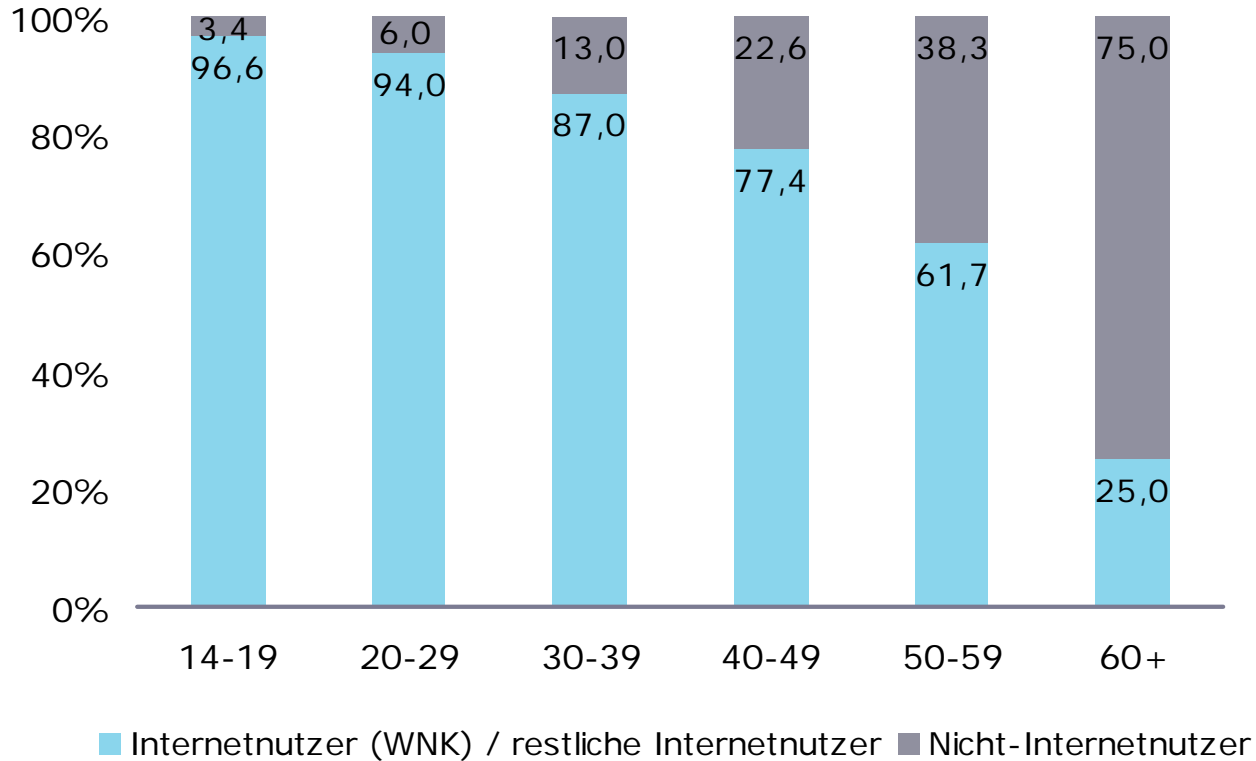


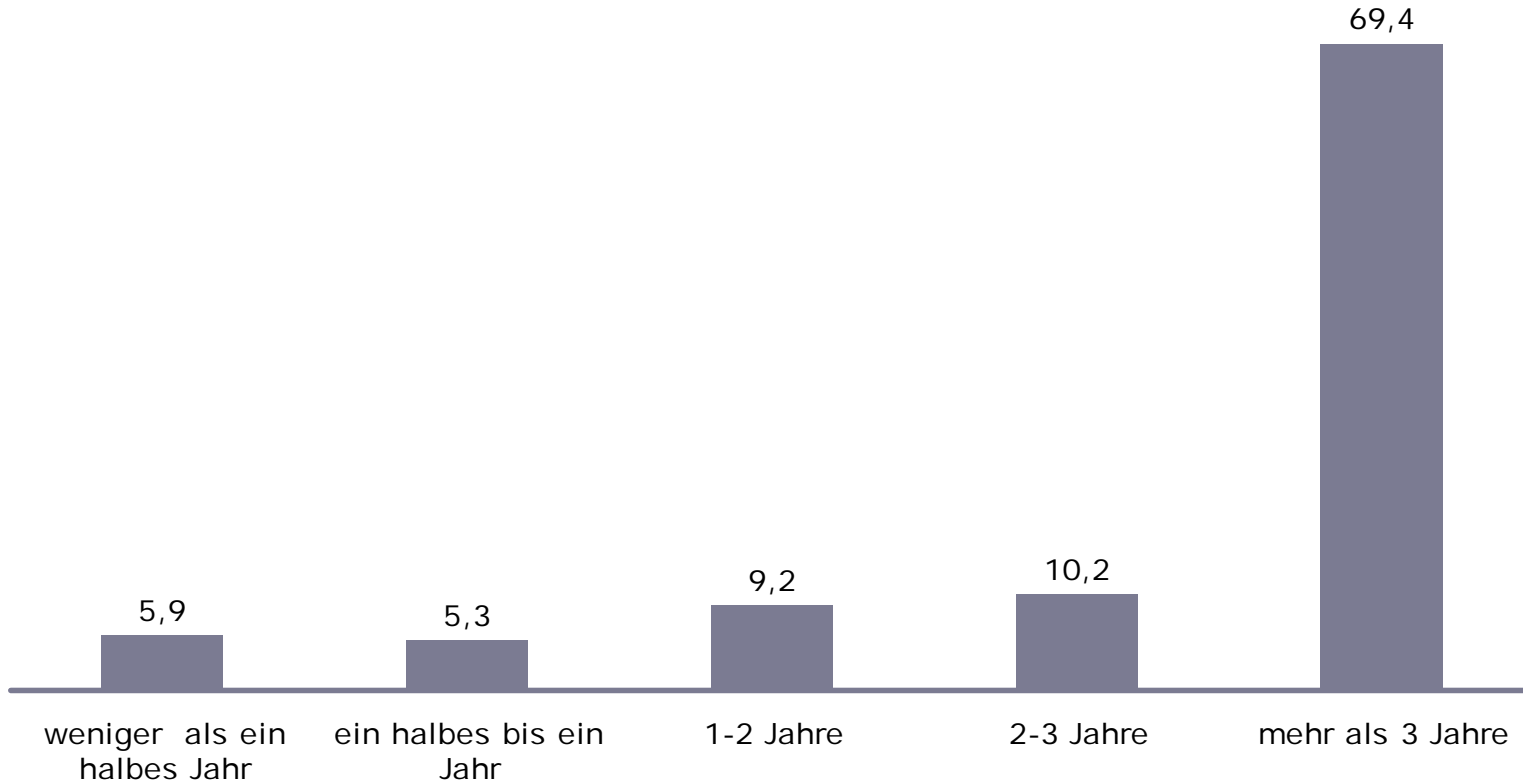
Keine Nutzung AGOF
Angebote: 4,2 %



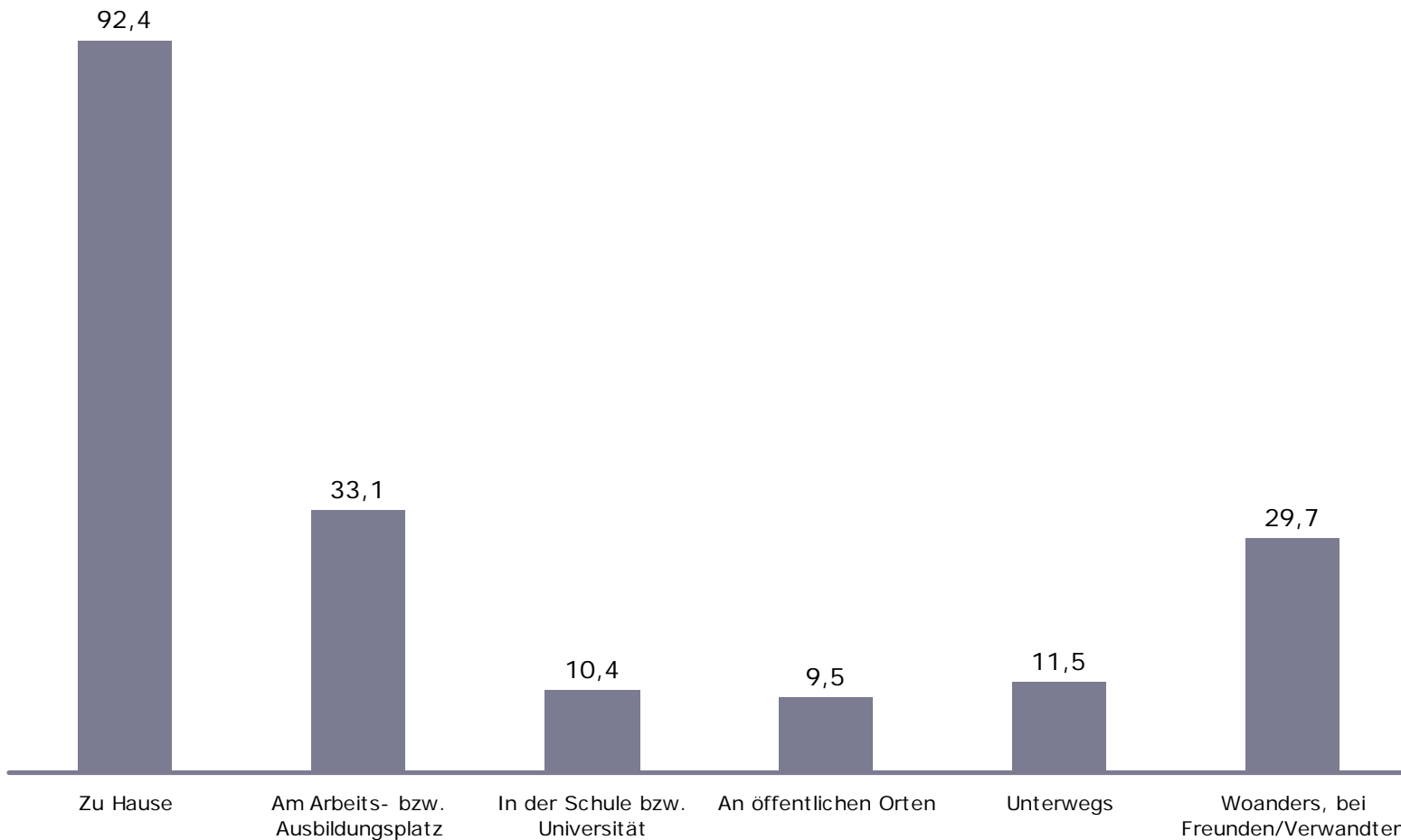




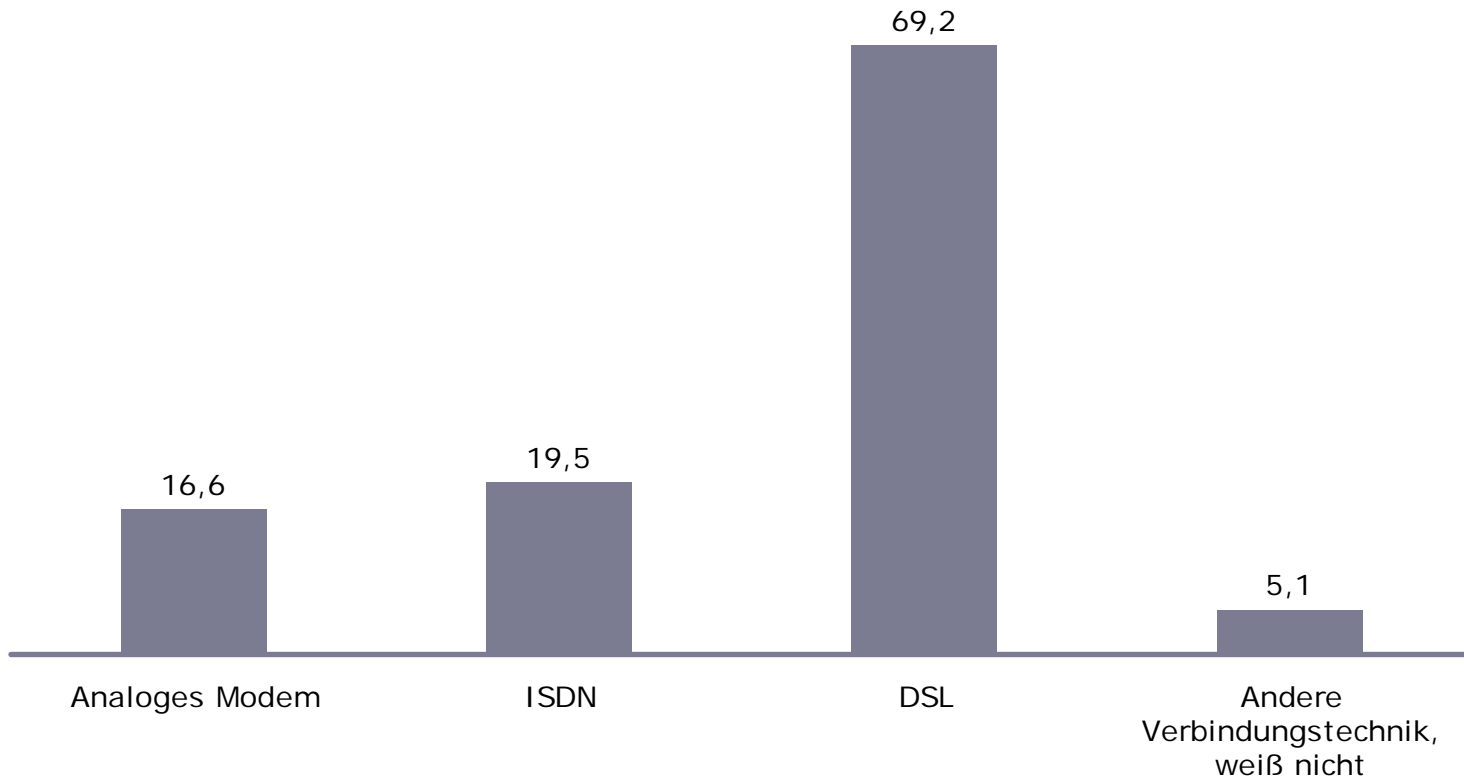




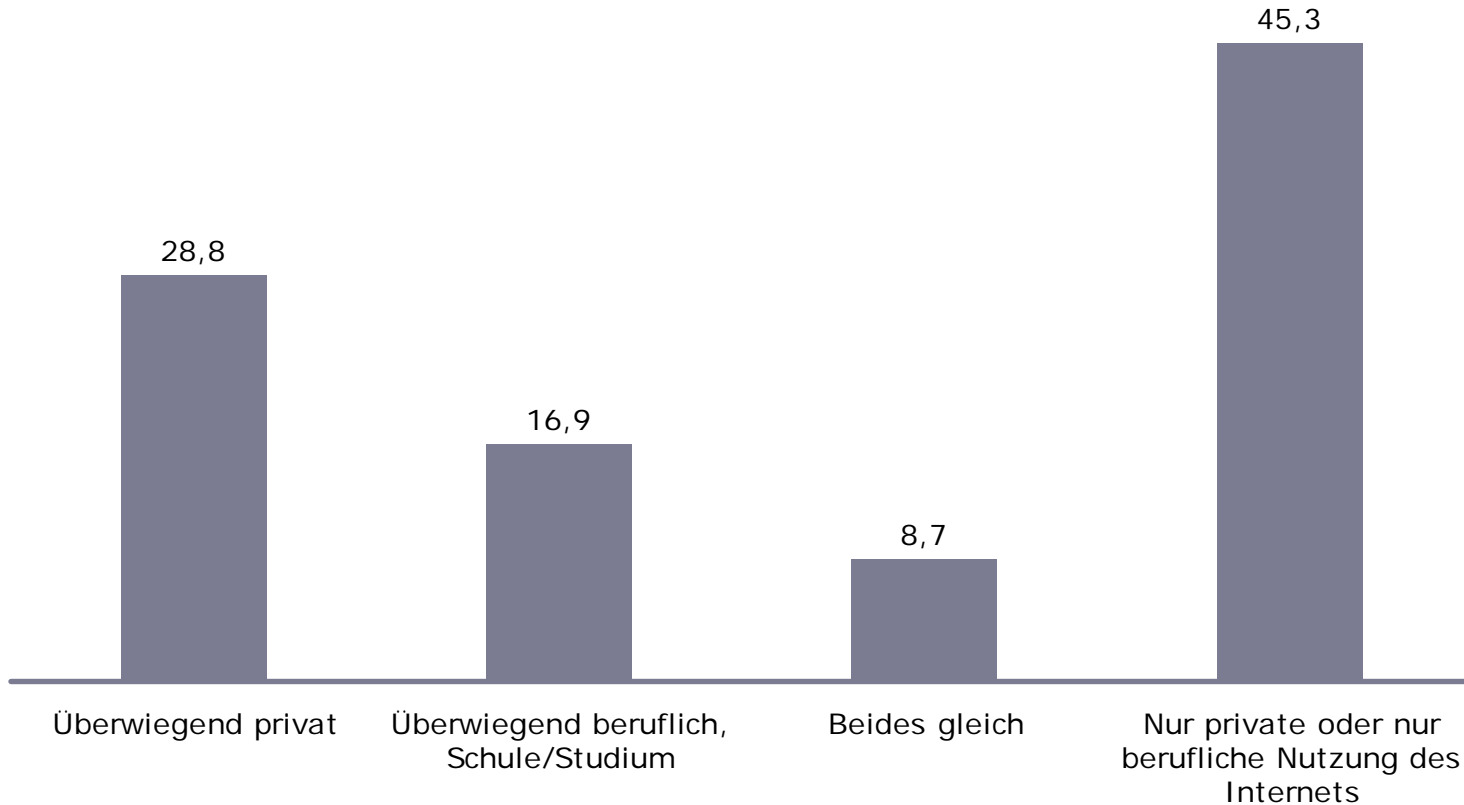
Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Seit wann nutzen Sie persönlich das Internet in etwa?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



Basis: 100.918 ungewichtete 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 2008-II



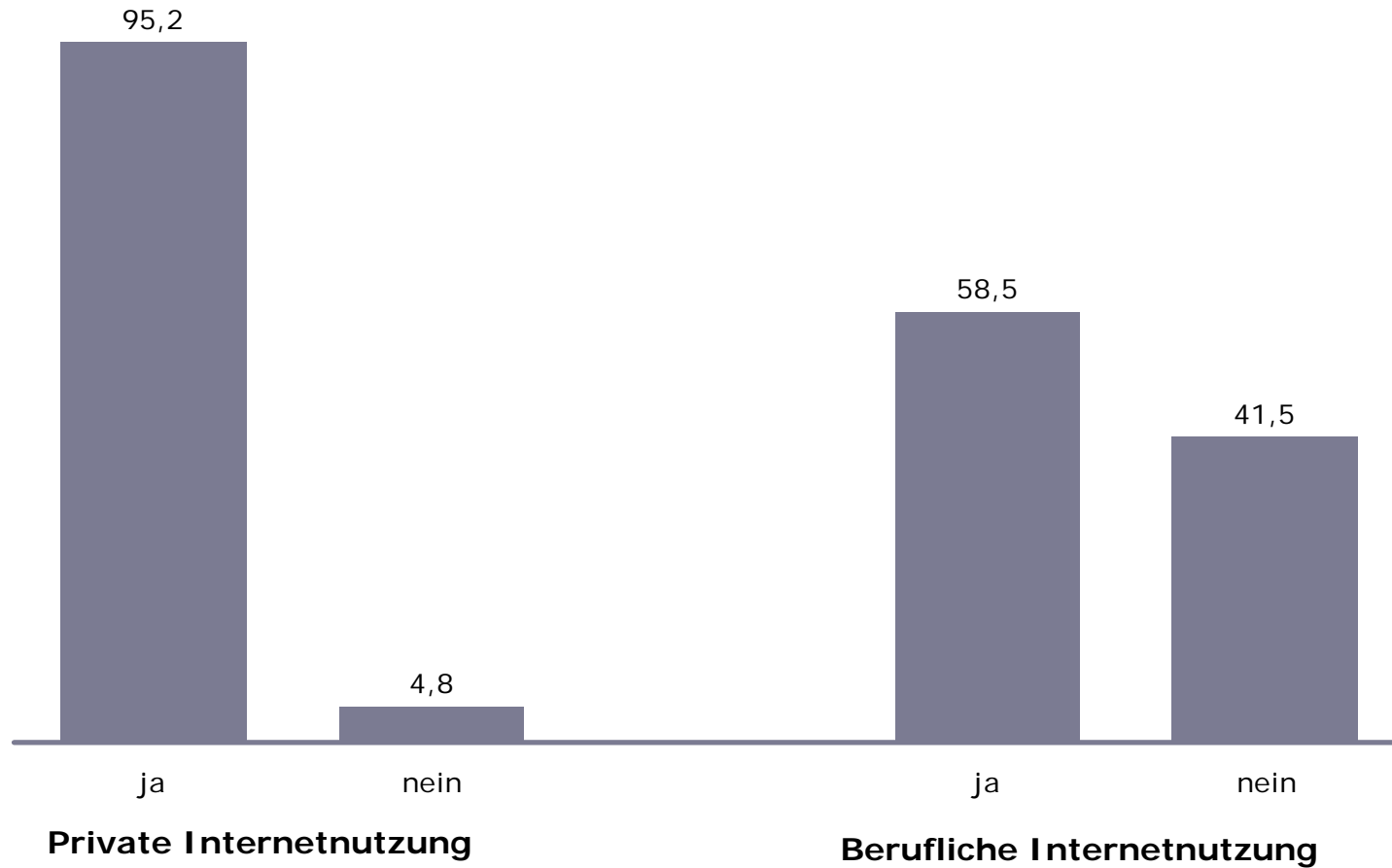
Basis: 93.704 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate, zu Hause)
 „Welche Verbindungstechnik nutzen Sie für Ihren Internetzugang zu Hause?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“

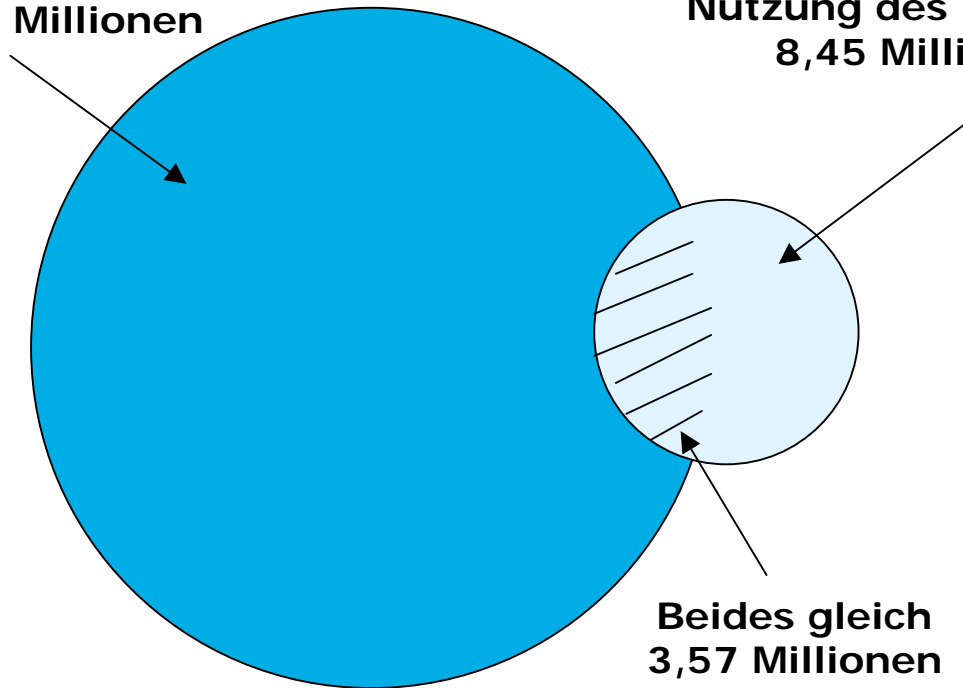
Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

**Nur oder überwiegend private
Nutzung des Internets
28,34 Millionen**

**Nur oder überwiegend berufliche
Nutzung des Internets
8,45 Millionen**



Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

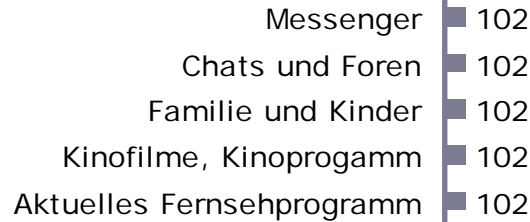
„Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“ / „Nutzen Sie das Internet privat?“ / „Nutzen Sie das Internet beruflich?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

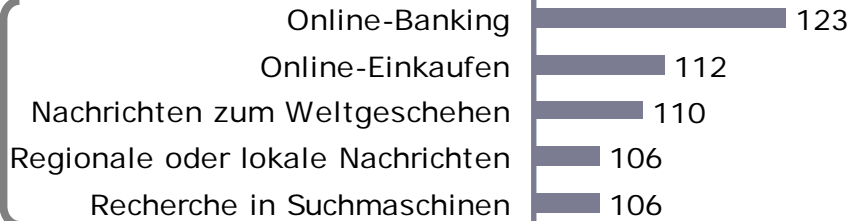


Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Nutzen Sie diese Themen und Angebote häufig, gelegentlich, selten oder nie?“ /
 Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben in Prozent /
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

Nutzung zu Hause:
92,4% / 37,79 Mio.



Nutzung am Arbeits- / Ausbildungsort:
33,1% / 13,53 Mio.



Nutzung in der Schule / Uni:
10,4% / 4,27 Mio.



Nutzung öffentl. Orte, unterwegs, woanders:
37,4% / 15,31 Mio.

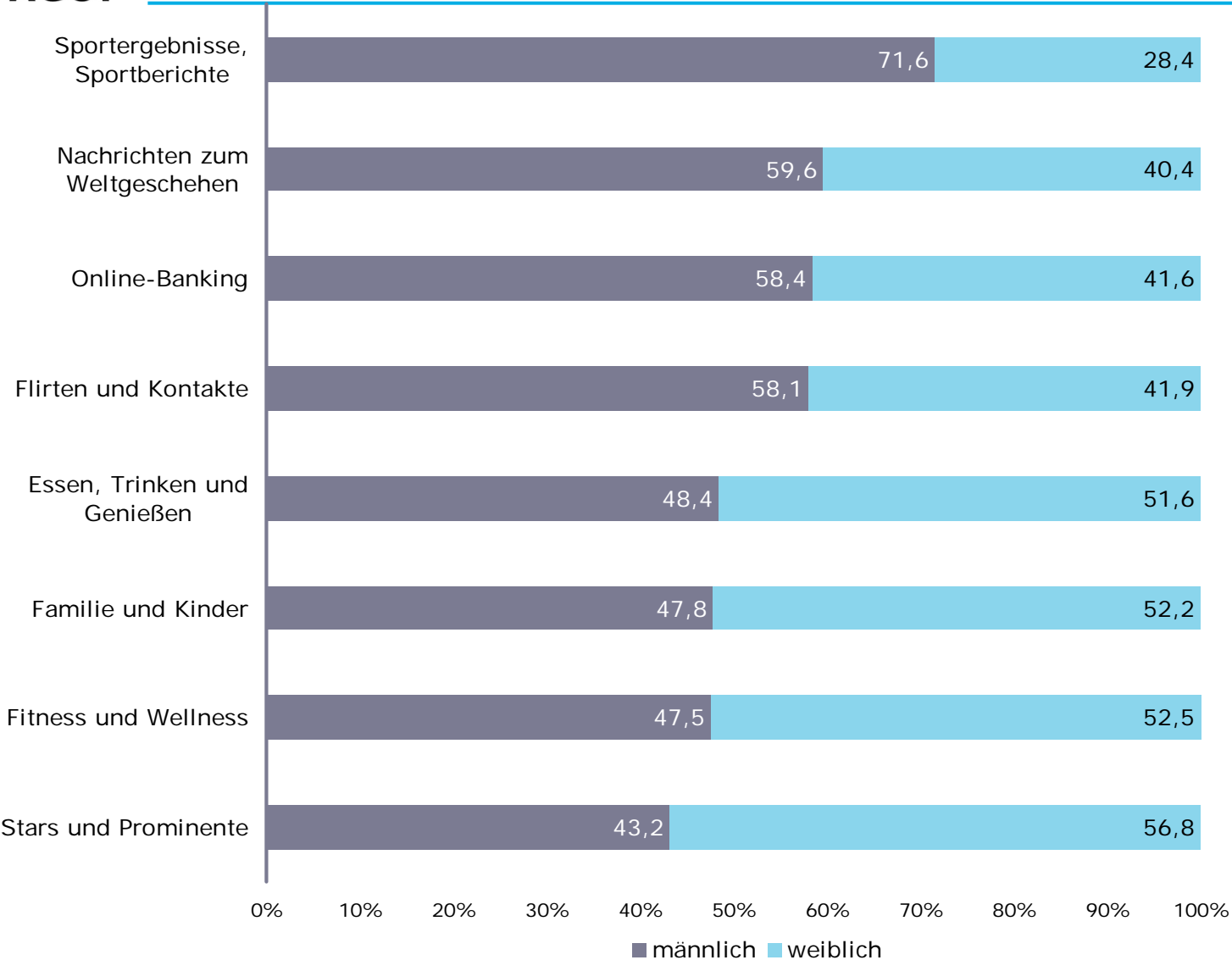


Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

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

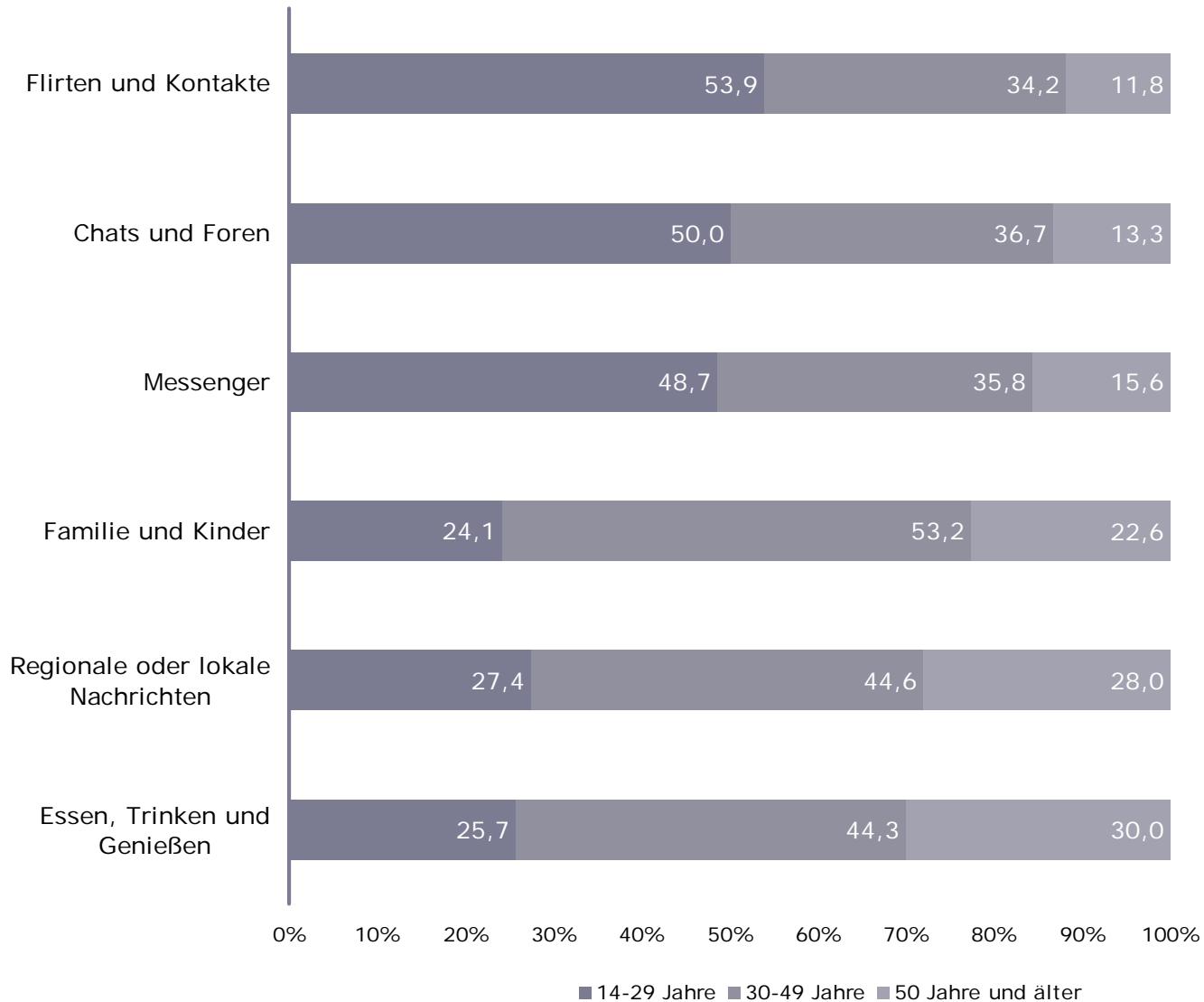
Darstellung der Top Two-Box: häufige oder gelegentliche Nutzung / Angaben als Indexwerte /

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



Basis: 100.918 ungewichtete 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 2008-II

Altersverteilung in den Themenbereichen

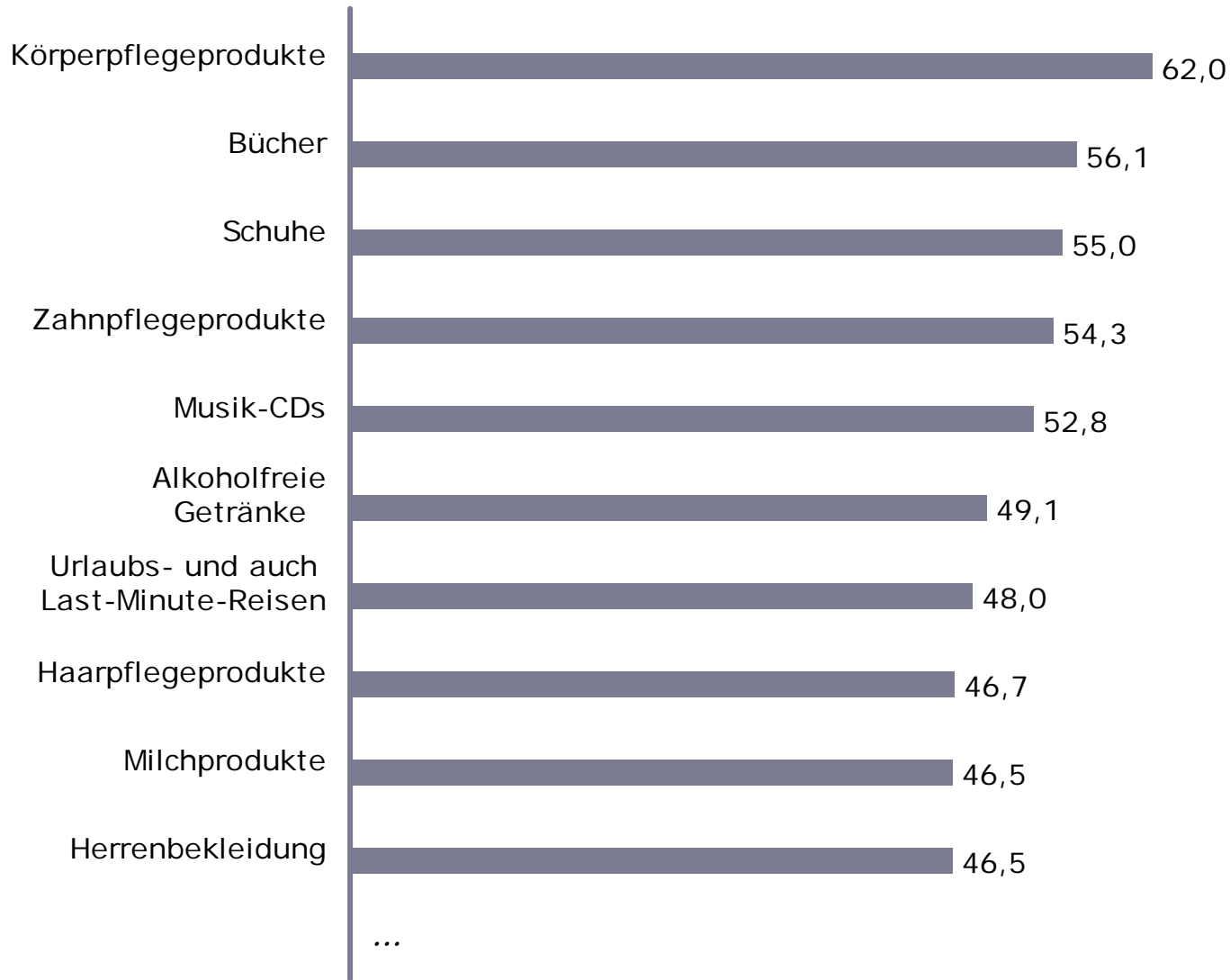


Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„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 2008-II

Generelles Produkt-Interesse (Top 10)



Basis: 100.918 ungewichtete 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 2008-II

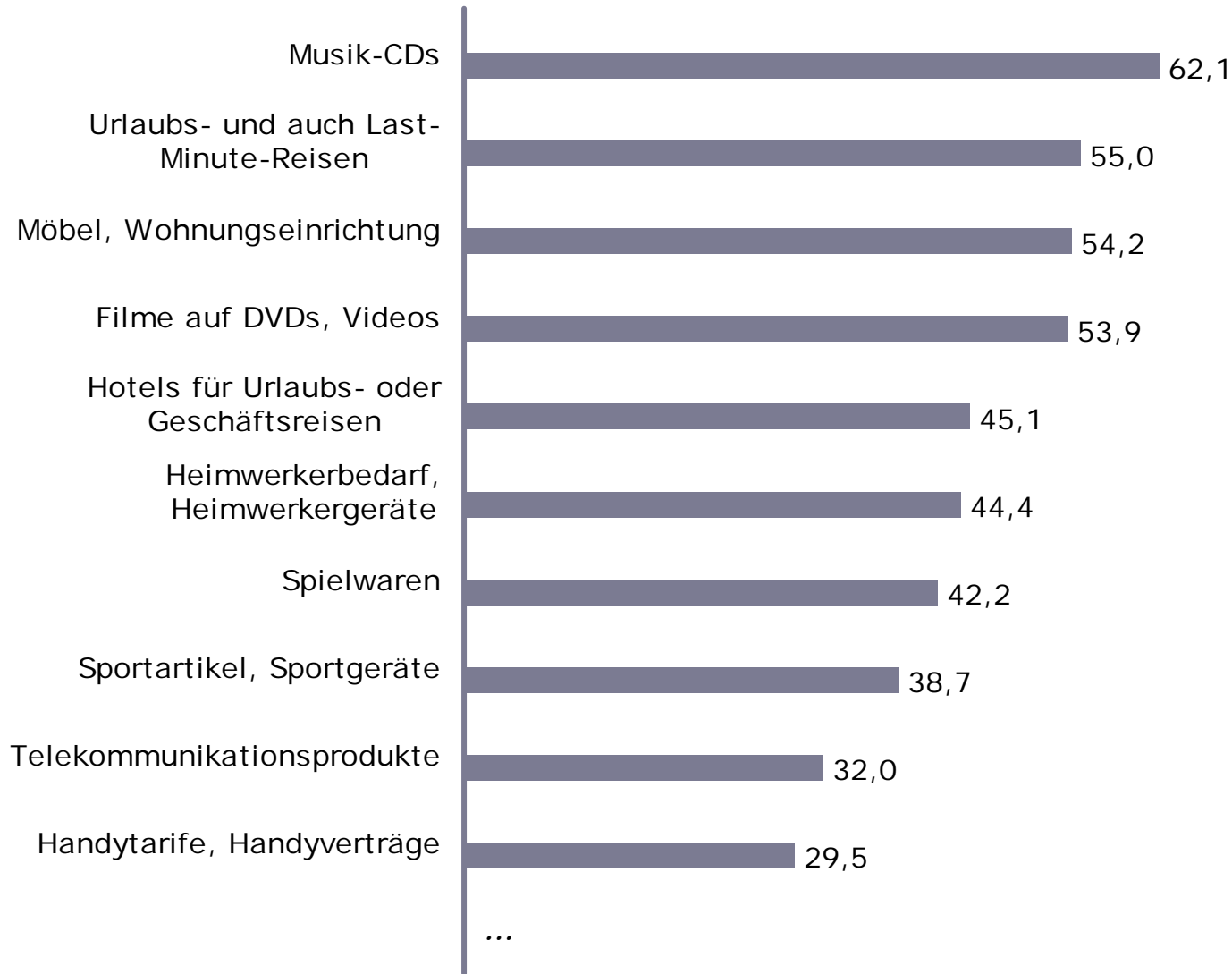


Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

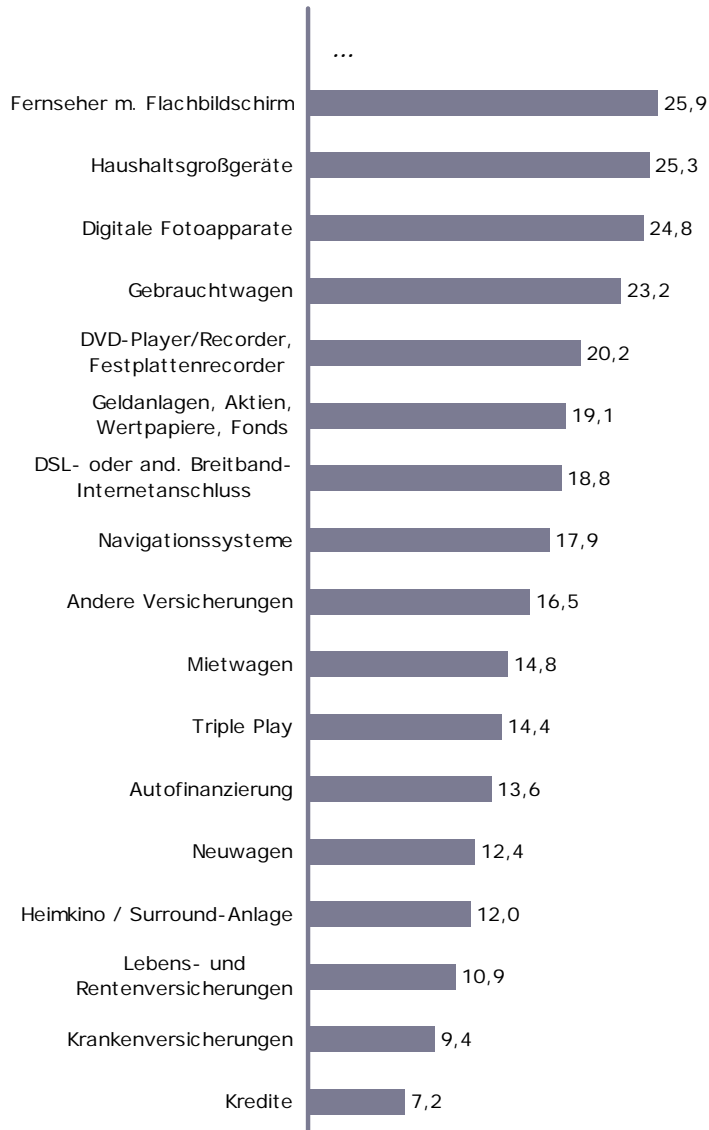
„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

Kaufplanung für Produkte (Top 10)



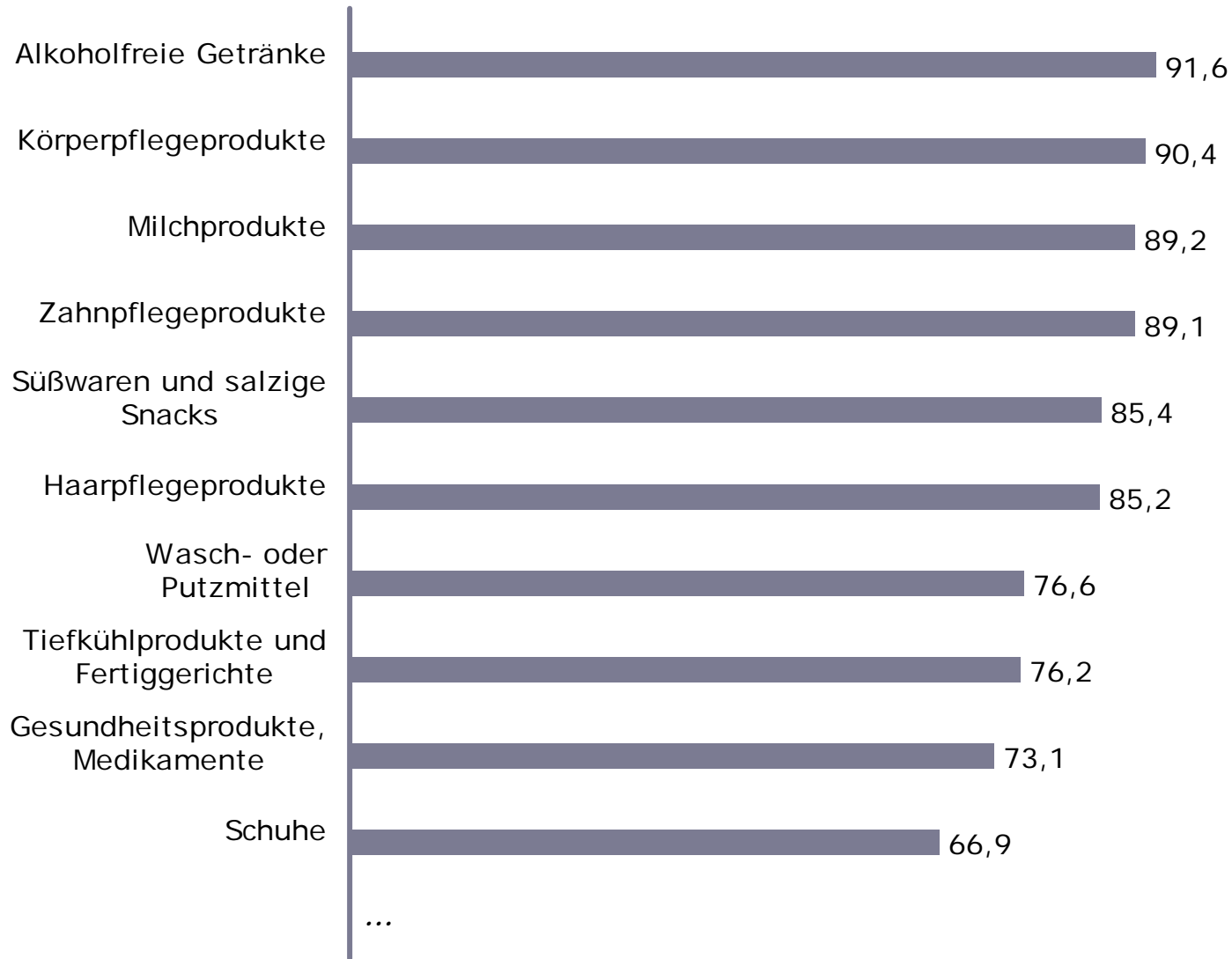
Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 27 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Welche der folgenden Produkte planen Sie bestimmt / vielleicht, in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 27 von insgesamt 27 Produkten

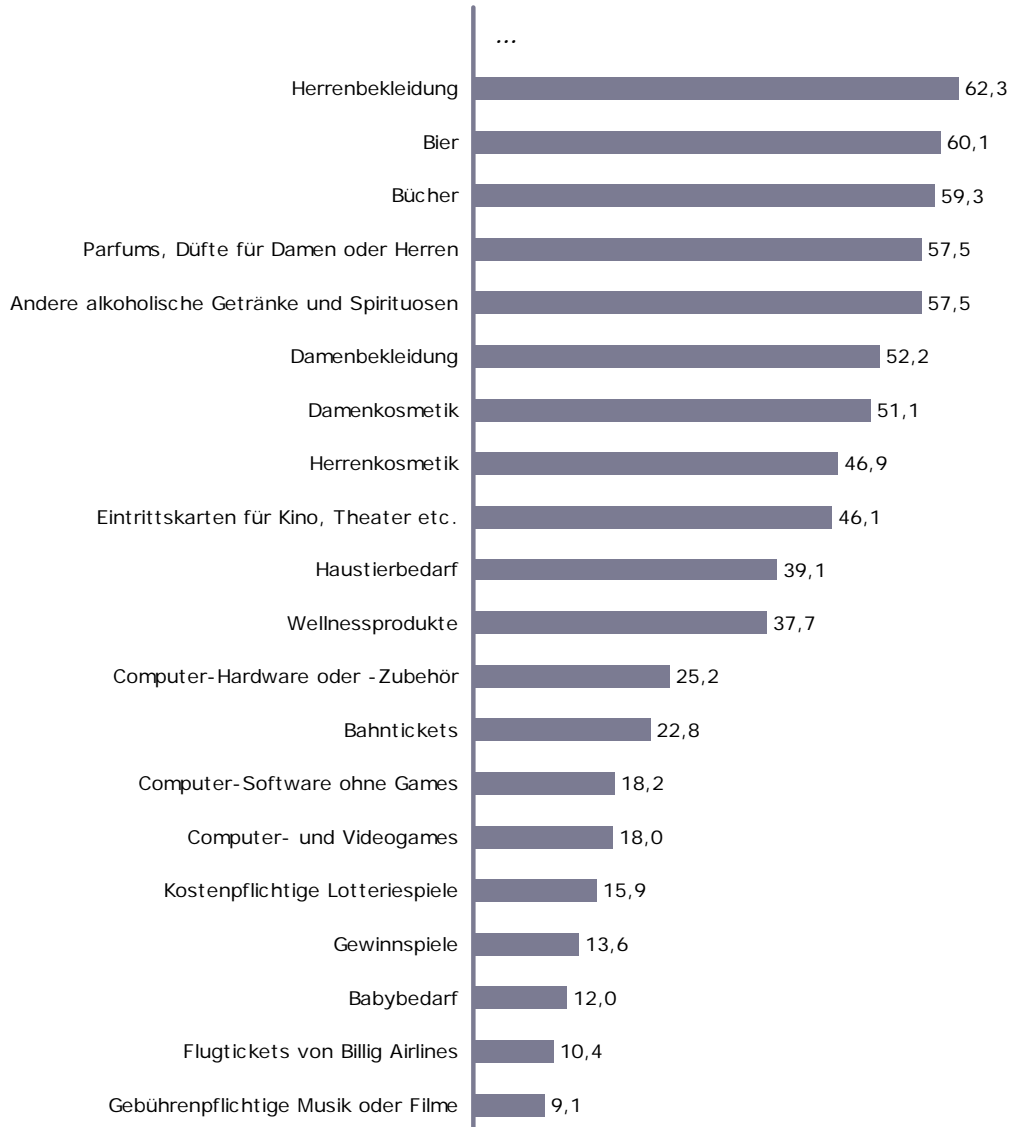
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

Produktkäufe in den letzten 3 Monaten (Top 10)

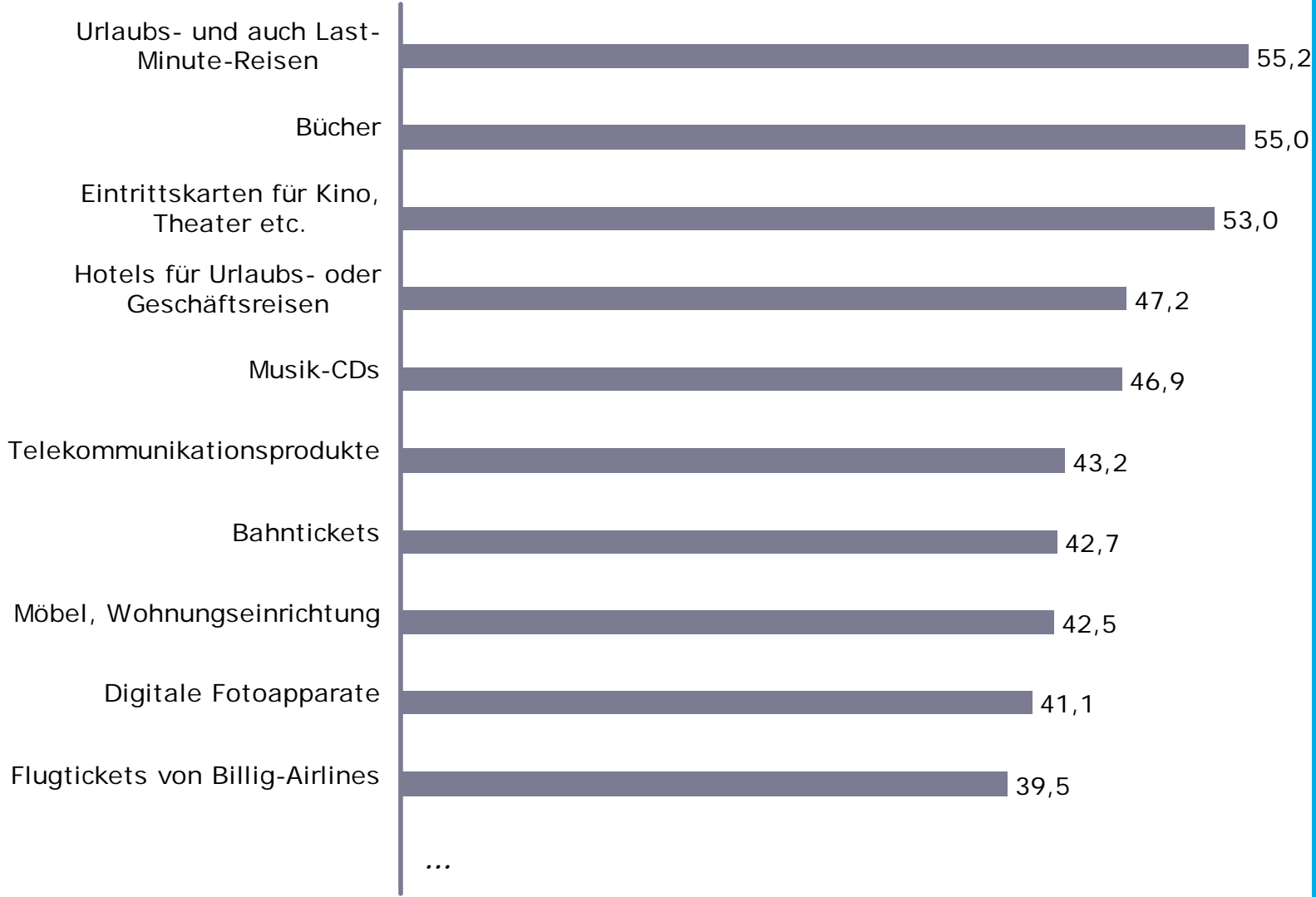


Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Sagen Sie bitte zu jedem der folgenden Produkte, wann Sie es selbst zuletzt gekauft haben: In den letzten 14 Tagen, den letzten 3 Monaten, länger her, noch nie?“ / Darstellung: letzte 14 Tage + letzte 3 Monate für die Top 10 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

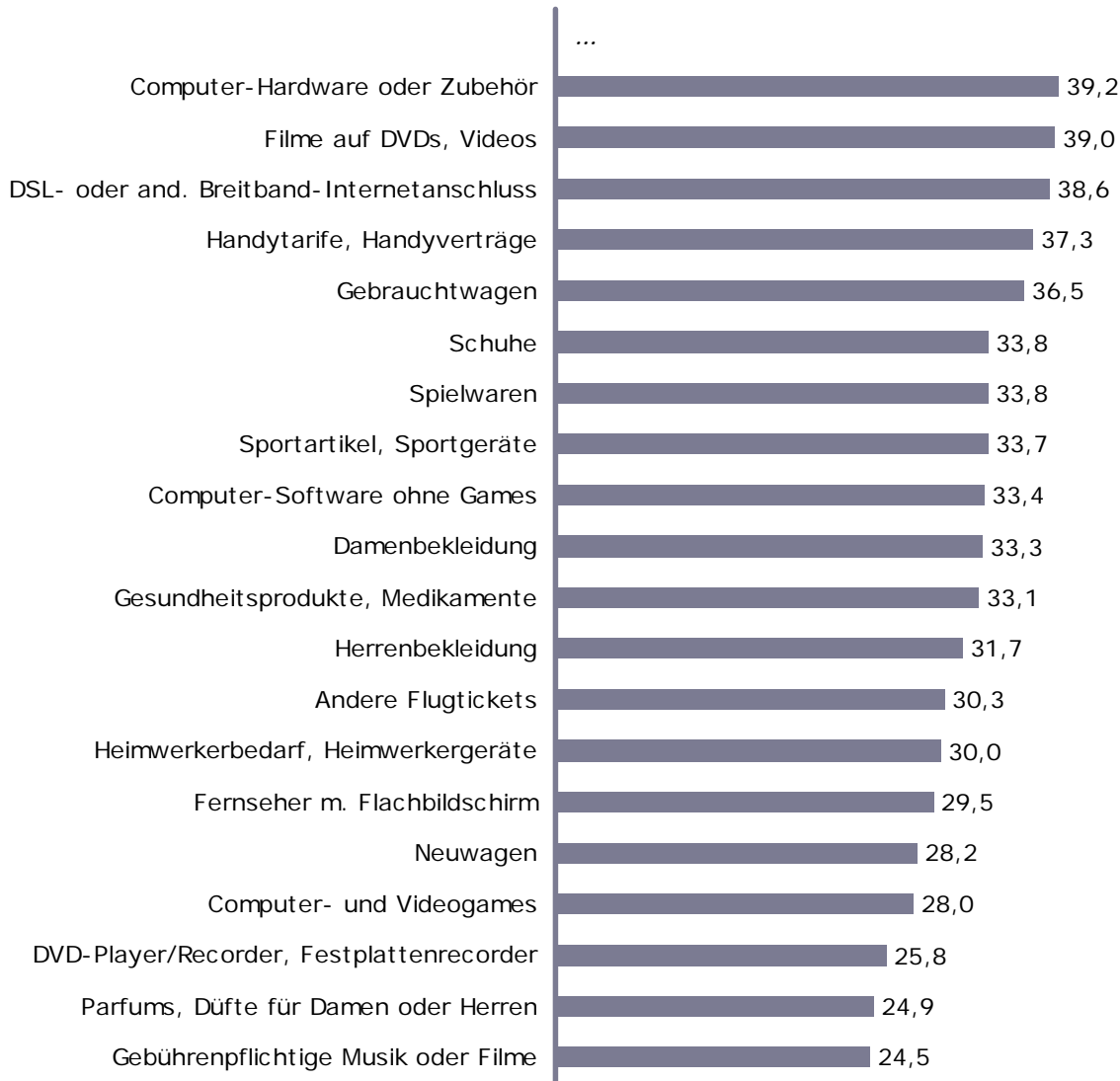
Produktkäufe in den letzten 3 Monaten – Platz 11 bis 30



Basis: 100.918 ungewichtete 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 Platz 11 bis 30 von insgesamt 32 Produkten / Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



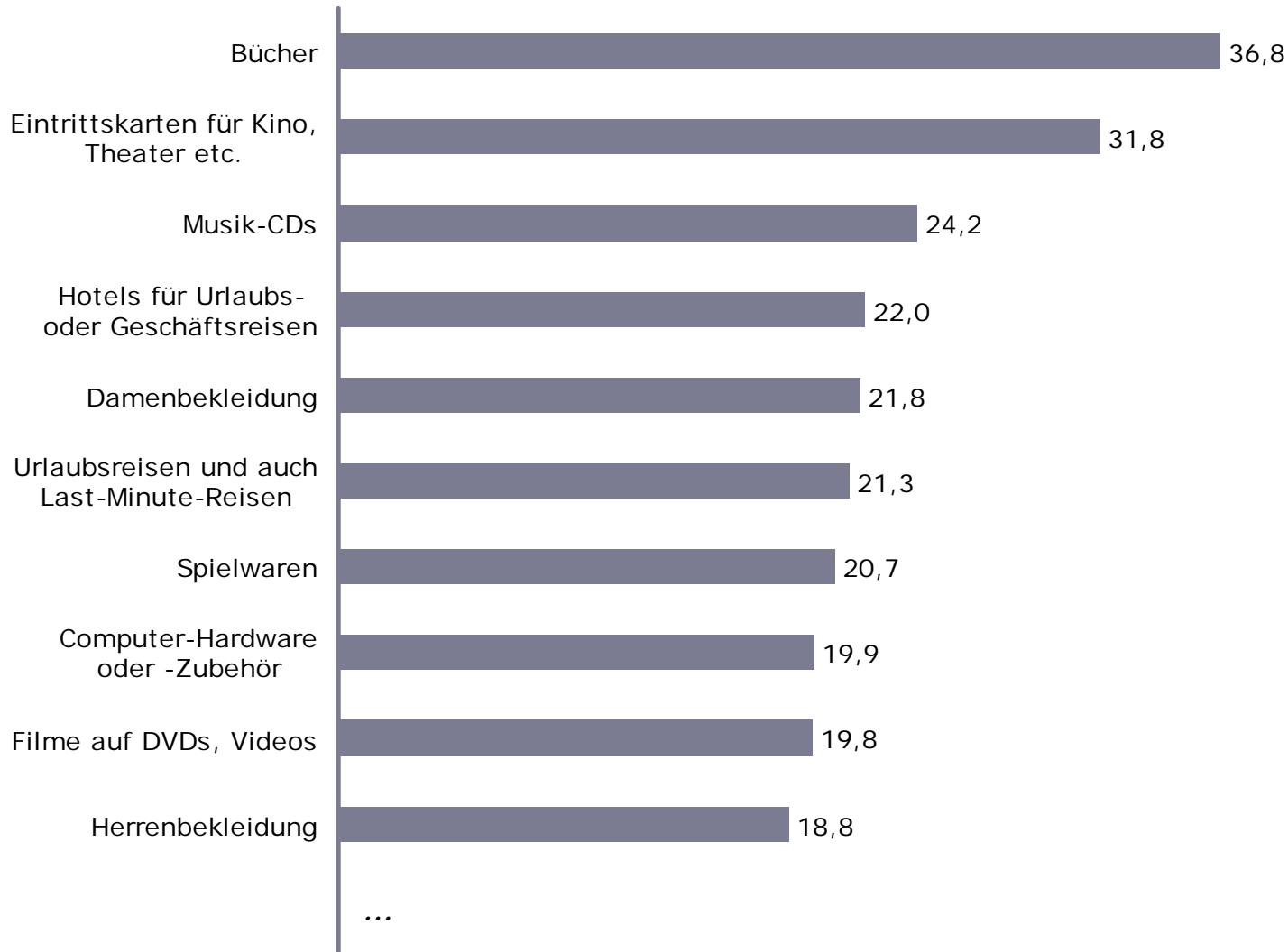
Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung der Top 10 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate) / „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

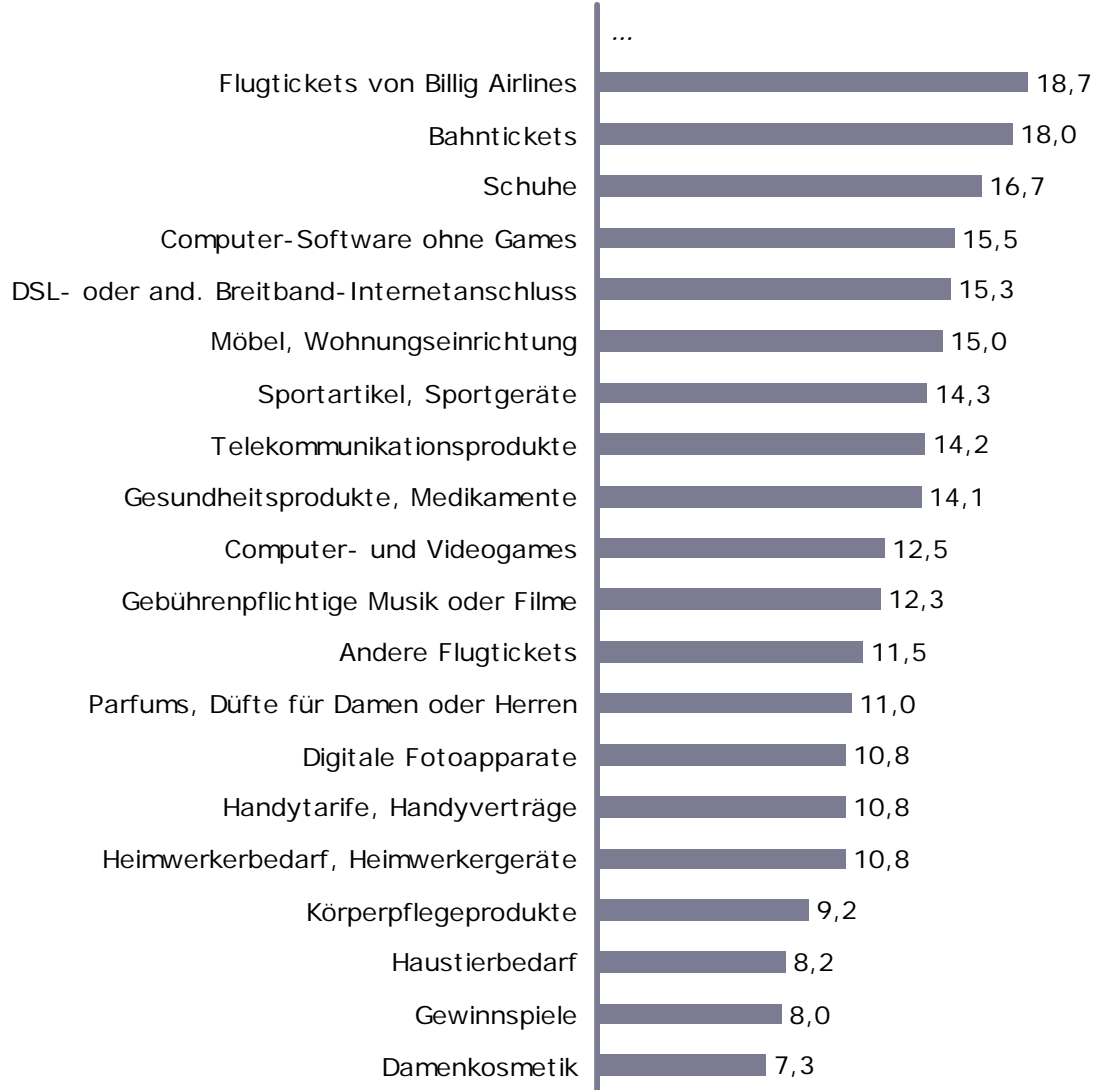
Produkte im Internet gekauft (Top 10)



Basis: 100.918 ungewichtete 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 2008-II

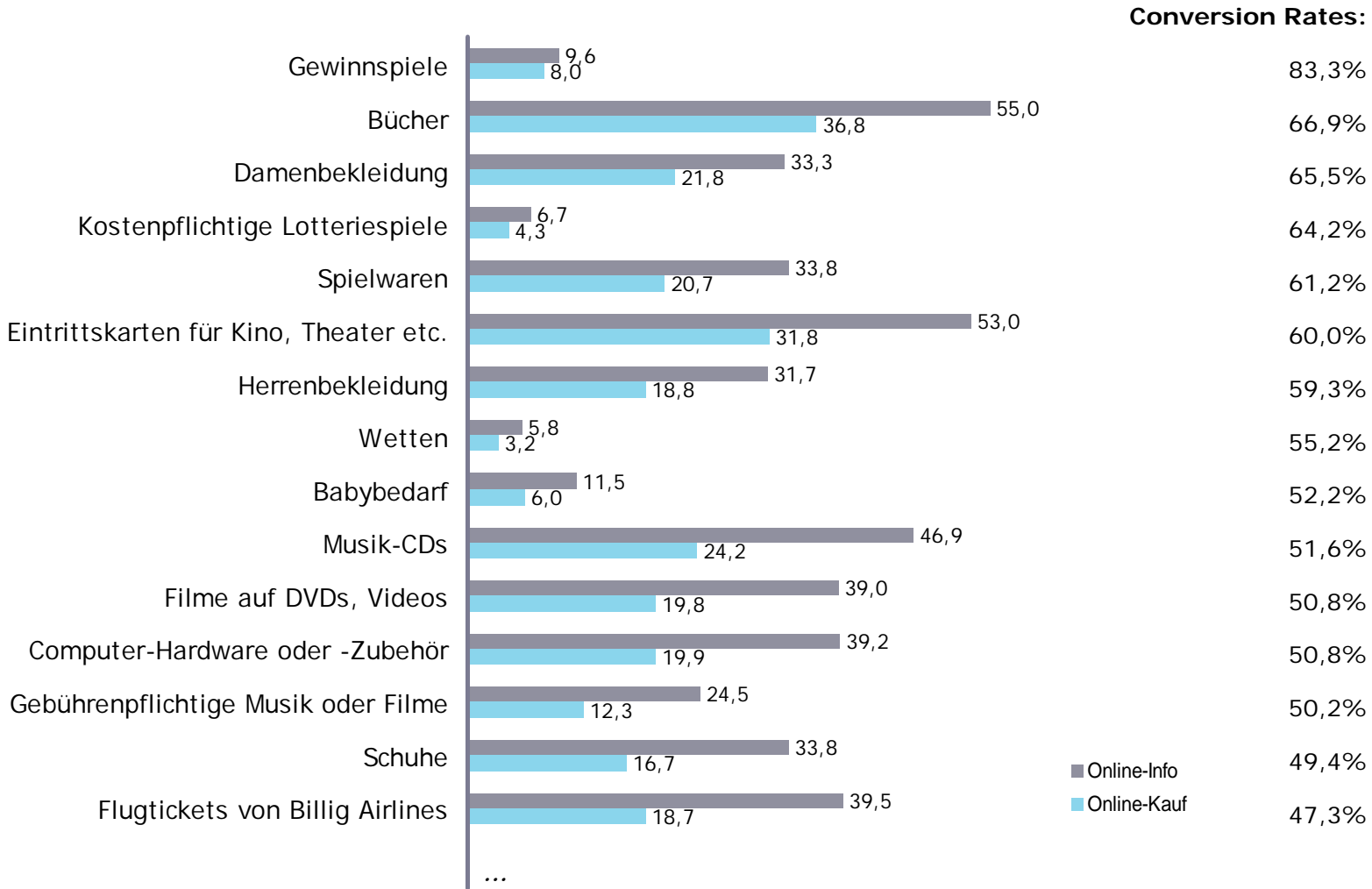


Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

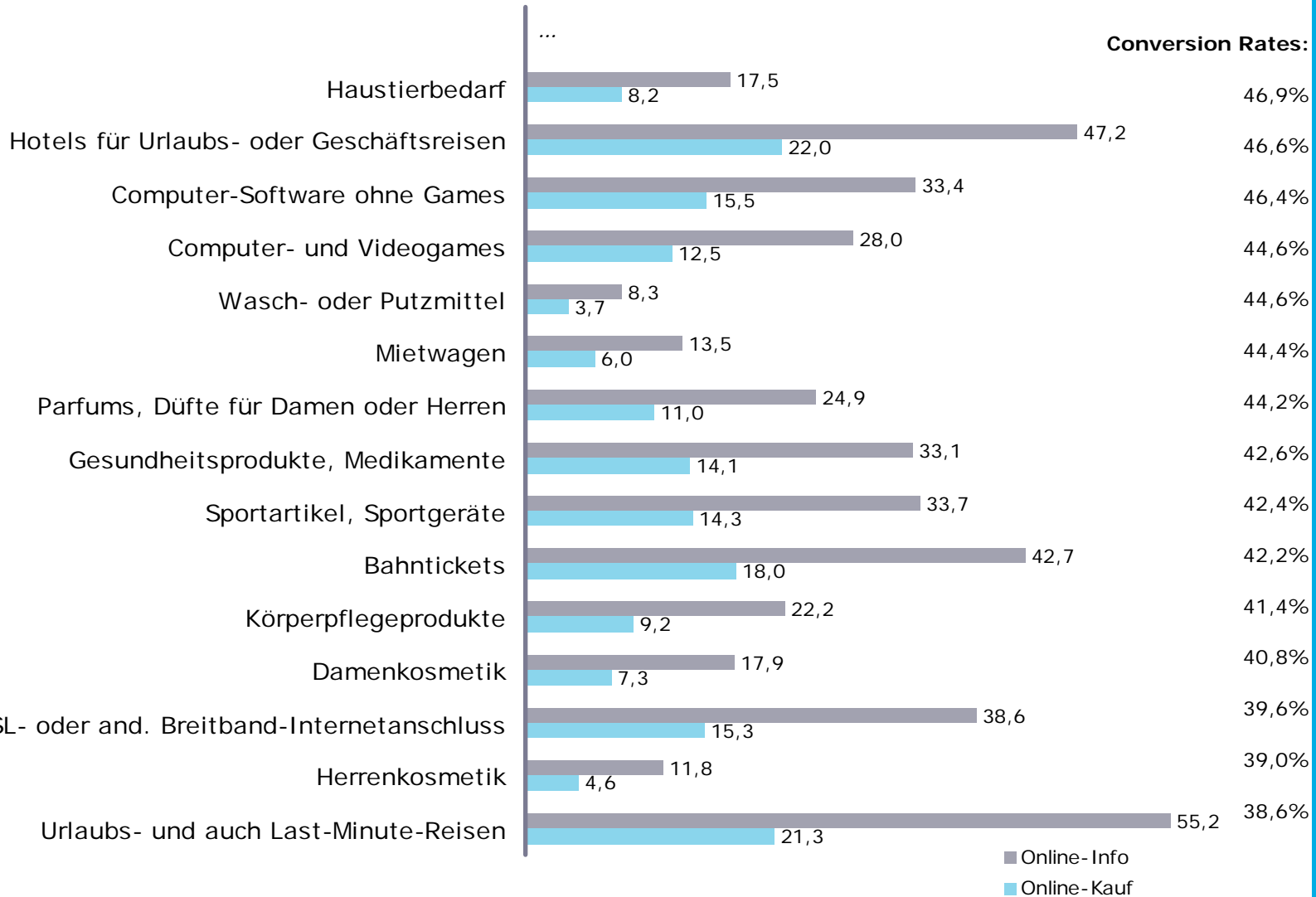
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“ / Angaben in Prozent / Darstellung Platz 11 bis 30 von insgesamt 59 Produkten

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

Conversion-Rates für Top 15 Produkte



Basis: 100.918 ungewichtete 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 2008-II



Basis: 100.918 ungewichtete 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 Platz 16 bis 30 von insgesamt 59 Produkten
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II



teil 2

vermarkter-daten

Graphiken aus Teil 2 des Berichtsbandes

Durchschnittlicher Monat

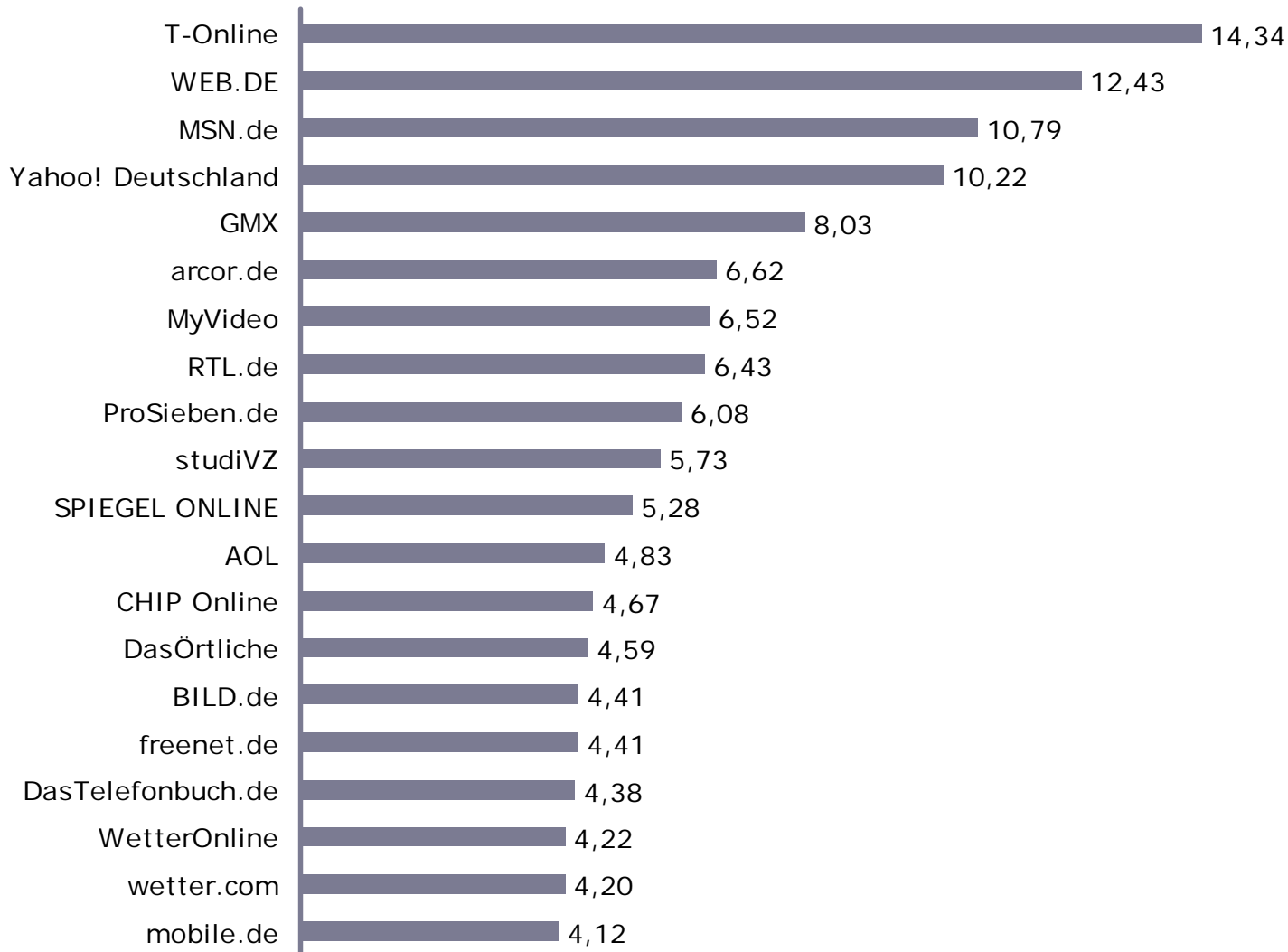
Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
United Internet Media AG	1	46,2	18,89
SevenOne Interactive GmbH	2	44,8	18,32
InteractiveMedia CCSP GmbH	3	41,6	17,01
TOMORROW FOCUS AG	4	41,1	16,84
G+J Electronic Media Sales GmbH	5	30,8	12,59
IP Deutschland GmbH	6	28,2	11,55
AdLINK Media Germany	7	27,6	11,31
ad pepper media & mediasquares	8	27,1	11,10
Platform-A Media	9	27,1	11,09
GWP media marketing GmbH	10	26,8	10,98
Microsoft Advertising	11	26,5	10,83
Yahoo! Deutschland GmbH	12	26,3	10,77
Axel Springer AG	13	24,7	10,12
QUALITY CHANNEL GMBH	14	23,0	9,39
LYCOS Network Europe	15	19,9	8,14
freeXmedia GmbH	16	19,5	7,97
Hi-Media Deutschland AG	17	16,7	6,82
Unister Media	18	15,1	6,19
allesklar media	19	12,5	5,12
Ad2Net GmbH	20	12,2	4,99

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat
im Untersuchungszeitraum April - Juni 2008
Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II

Durchschnittlicher Monat

Vermarkter	Rang	Reichweite in % (bezogen auf Internet- User letzte 3 Monate)	Netto-Reichweite Mio. Unique User
eBay Advertising Group GmbH	21	10,1	4,12
QUARTER MEDIA GmbH	22	8,8	3,58
MAIRDUMONT MEDIA	23	5,8	2,39
Urban Media GmbH	24	5,5	2,24
netpoint media GmbH	25	5,0	2,05
AdImpulse Media GmbH	26	4,6	1,89
konstruktiv GmbH	27	4,6	1,87
HSID Verlagsgesellschaft mbH	28	3,9	1,60
BAUER MEDIA KG	29	3,7	1,51
PeterPays Media	30	3,6	1,47
Fantastic Zero	31	3,3	1,37
DZH Online Media Sales Group GmbH	32	3,1	1,28
TripleDoubleU GmbH	33	2,8	1,16
IDG Communications Media AG	34	2,6	1,07
Business Advertising GmbH	35	2,1	0,87
Codex Media GmbH	36	2,1	0,86
OnVista Media GmbH	37	1,5	0,63
IMG Media GmbH	38	1,5	0,61
ADselect GmbH	38	1,5	0,61
teltarif.de Onlineverlag GmbH	40	1,4	0,58
AreaDigital AG	41	1,3	0,53
Magnus.de	42	1,3	0,52
WerbeWeischer GmbH & Co. KG	42	1,3	0,52
Mirando GmbH & Co. KG	44	1,2	0,50
WORT & BILD VERLAG	45	1,2	0,48
wallstreet:online AG	46	1,0	0,43
CommonMedia	47	1,0	0,40
Webguidez Entertainment GmbH	48	0,9	0,36
urbi AD orbi GmbH	48	0,9	0,36
NetMediaEurope Deutschland GmbH	50	0,6	0,23
Optikur GmbH	50	0,6	0,23
mediaflite GmbH	51	0,5	0,20
MEDIENHAUS.de GmbH	52	0,3	0,12
Europa-Fachpresse-Verlag GmbH	53	0,3	0,11
Medienwirtschaft Verlags GmbH	54	0,3	0,10
Euro Klassik GmbH	55	0,1	0,05
antonow advertising GmbH	55	0,1	0,05

Angaben in Mio. Unique User für einen durchschnittlichen Monat im Untersuchungszeitraum April - Juni 2008
 Basis: 100.918 ungewichtete Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2008-II





teil 3
rahmen-daten

Graphiken aus Teil 3 des Berichtsbandes

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

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

Technische Messung
(Grundgesamtheit PCs)

Säule I

OnSite-Befragung
(Grundgesamtheit
Internetnutzer 14+)

Säule II

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

Säule III

**Daten-
satz I**

**Daten-
satz II**
**= internet
facts**