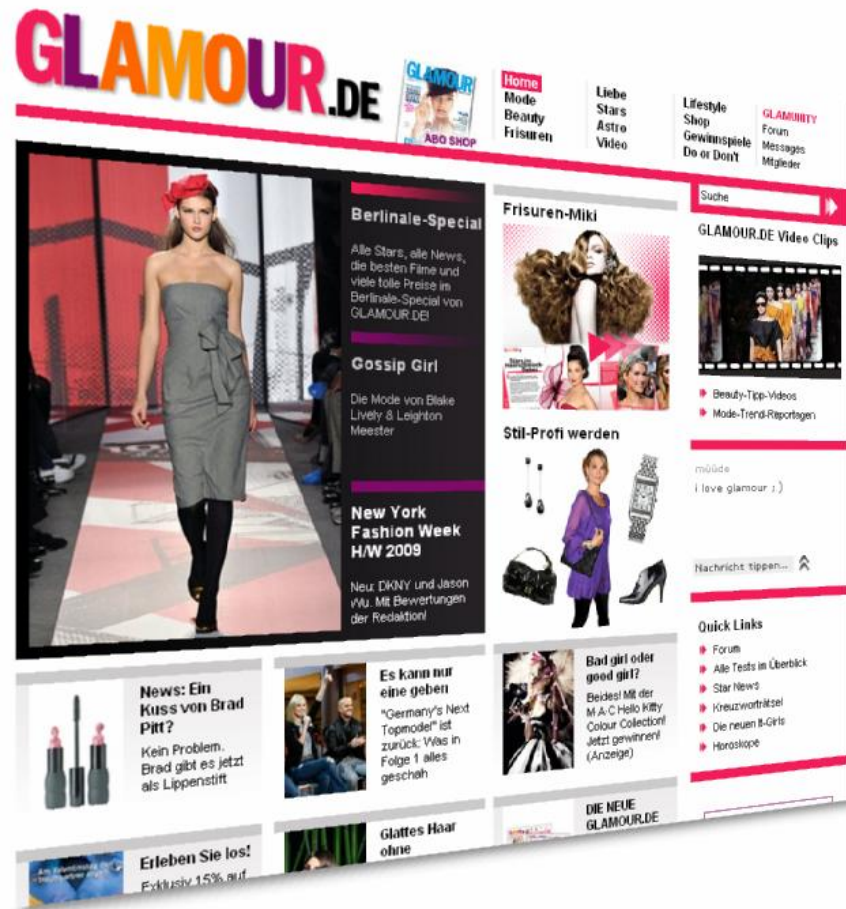


„Glamour hat man nie genug.“

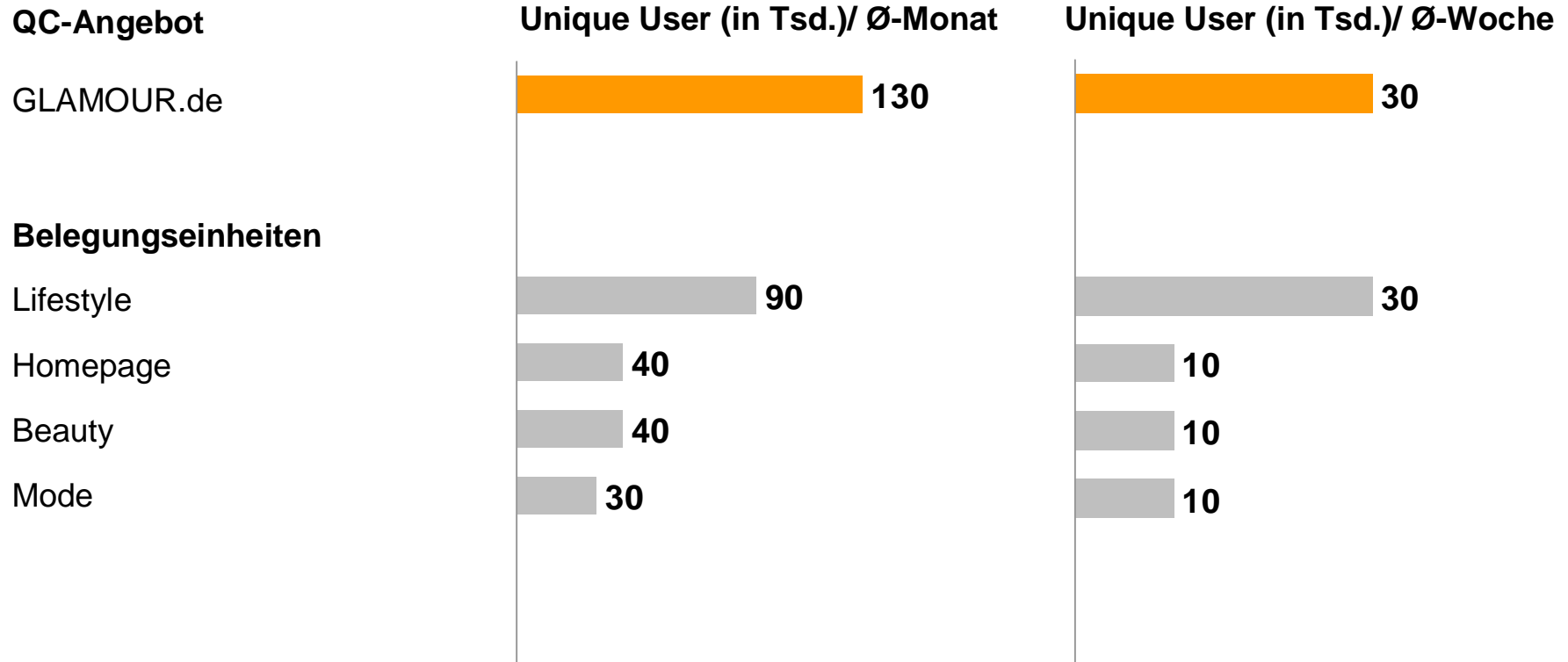


Basisdaten zur Internetnutzung in Deutschland

internet facts 2009-II
- eine Studie der AGOF -



GLAMOUR.de bietet attraktive Belegungseinheiten.



Quelle: AGOF internet facts 2009-II

Die Unique User von GLAMOUR.de ...

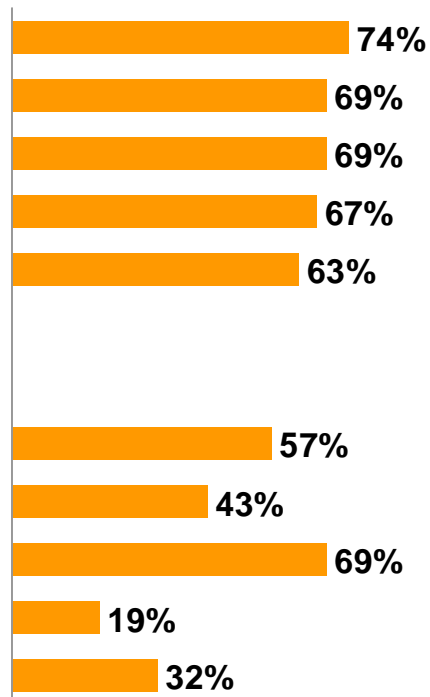
		Struktur-Index
76%	sind Frauen	165
71%	sind im Alter 14-39 Jahre	142
46%	haben ein hohes Bildungsniveau*	140
32%	befinden sich noch in der Ausbildung / im Studium	194
57%	interessieren sich für Damenkosmetik	176
69%	interessieren sich für Damenbekleidung	154

Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

*mindestens Abitur, Fachabitur ODER Schulbesuch zur Zeit: Klasse 11 bis 13

Top-Interessen der Nutzerinnen von GLAMOUR.de

Strukturanteil in %



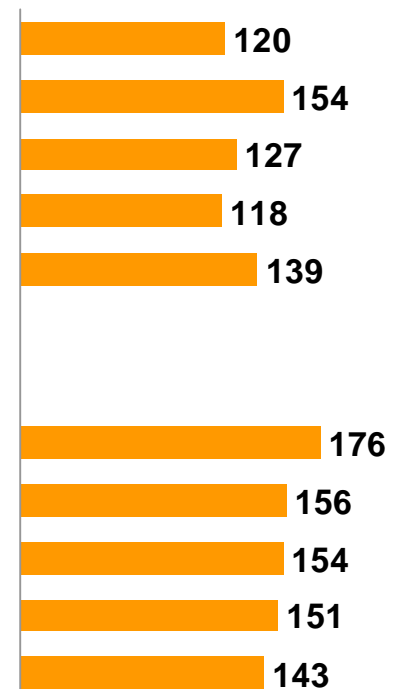
(Sehr) interessiert: Top 5 nach Struktur

- Körperpflegeprodukte
- Damenbekleidung
- Schuhe
- Bücher
- Haarpflegeprodukte

Top 5 nach Affinität

- Damenkosmetik
- Wellnessprodukte
- Damenbekleidung
- Gebührenpflichtige Downloads
- Bahntickets

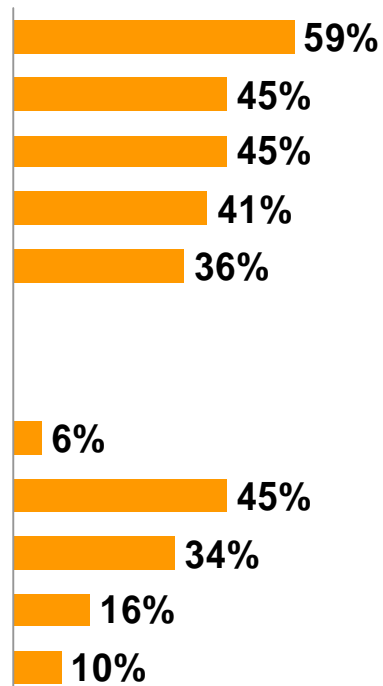
Index



Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

Top-Internetkäufe der Nutzerinnen von GLAMOUR.de

Strukturanteil in %



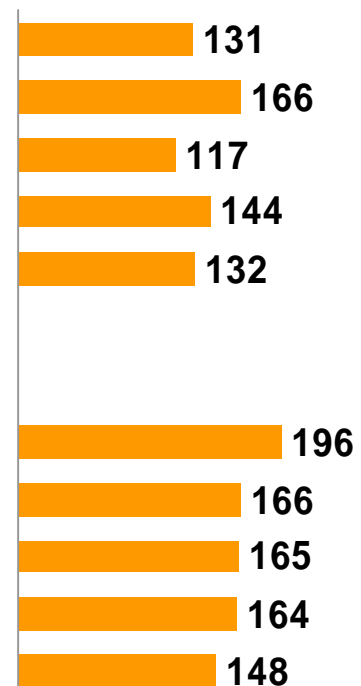
**Internetkäufe:
Top 5 nach Struktur**

- Bücher
- Damenbekleidung
- Tickets für Kino, Konzert etc.
- Musik-CDs
- Hotels für Urlaub/Job

Top 5 nach Affinität

- Tiefkühlprodukte/Fertiggerichte
- Damenbekleidung
- Schuhe
- Damenkosmetik
- Haarpflegeprodukte

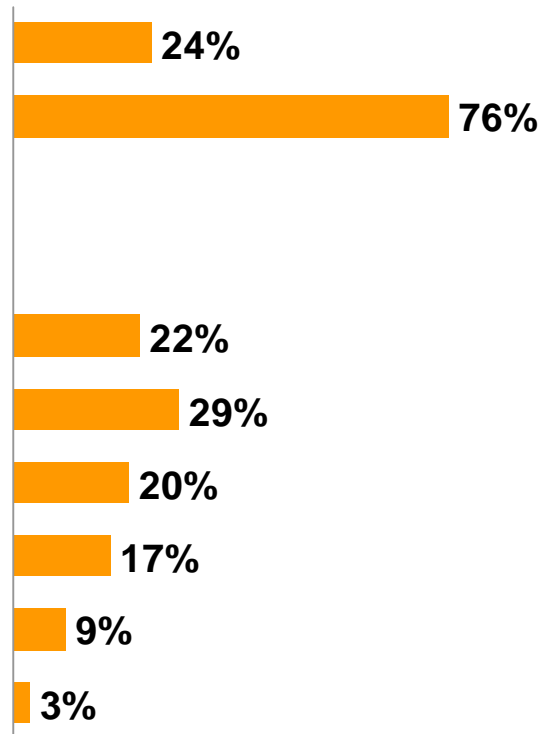
Index



Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer mit mind. gelegentlichem Online-Kauf (26,28 Mio.)

GLAMOUR.de spricht vor allem junge weibliche Nutzer an.

Strukturanteil in %



Geschlecht

Männer
Frauen

45

165

Alter

14-19 Jahre
20-29 Jahre
30-39 Jahre
40-49 Jahre
50-59 Jahre
60+ Jahre

72

57

29

Index

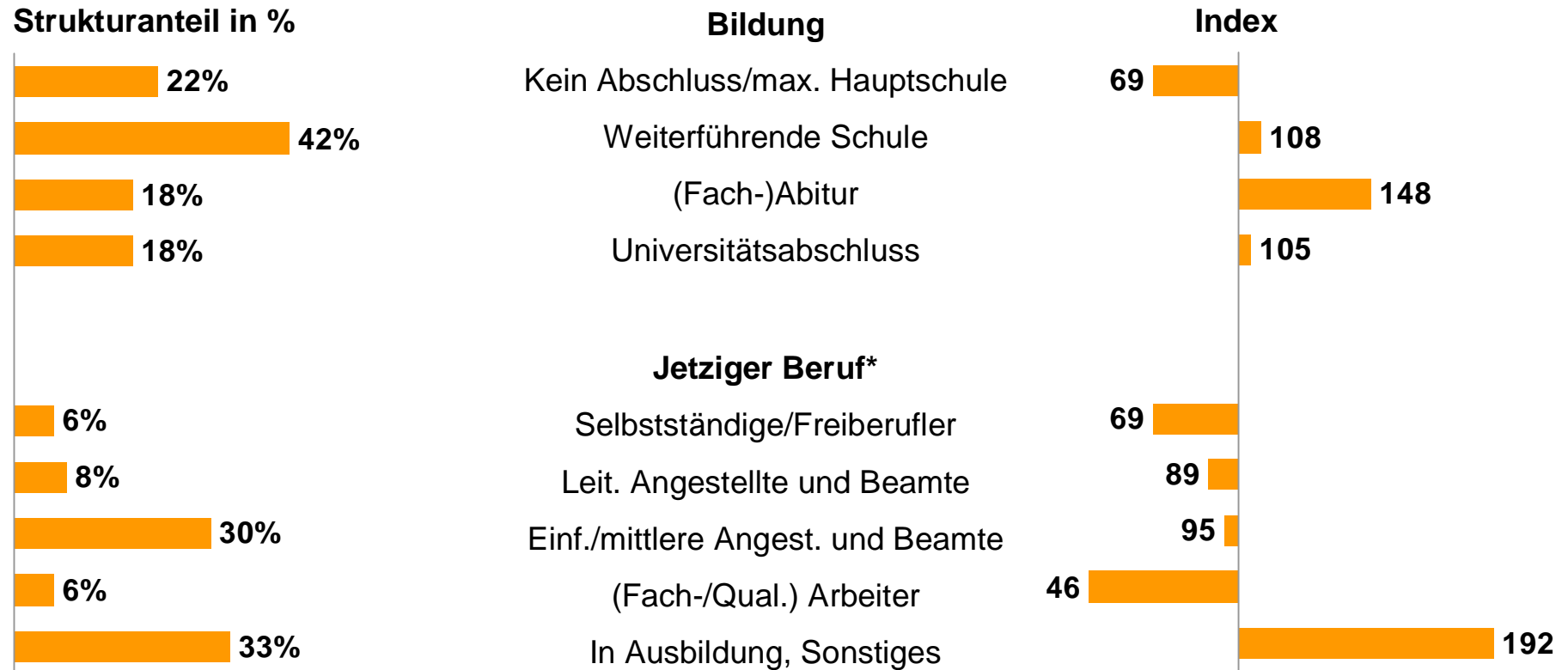
194

151

102

Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

53 Prozent der Nutzerinnen sind berufstätig.

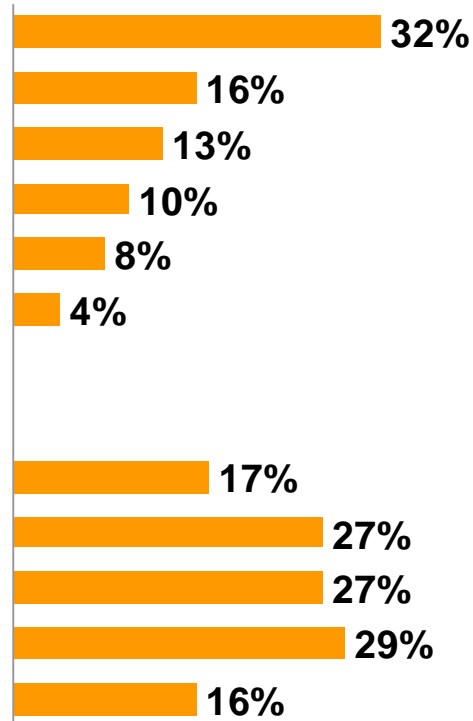


Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

* In Struktur fehlend zu 100%: „Landwirte“ oder „Nicht (mehr) berufstätig“

GLAMOUR.de-Nutzerinnen kommen aus Haushalten mit hohem Haushaltsnettoeinkommen.

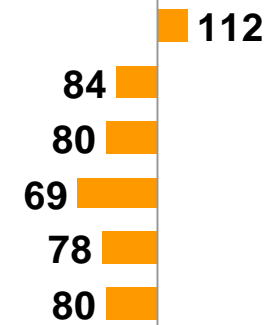
Strukturanteil in %



Eigenes Nettoeinkommen*

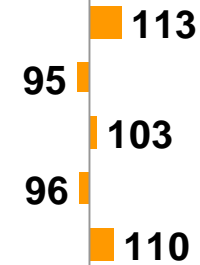
Bis unter 1.000 €
 1.000 – unter 1.500 €
 1.500 – unter 2.000 €
 2.000 – unter 3.000 €
 3.000 € und mehr
 4.000 € und mehr

Index



Haushaltsnettoeinkommen

Bis unter 1.000 €
 1.000 – unter 2.000 €
 2.000 – unter 3.000 €
 3.000 € und mehr
 4.000 € und mehr



Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

* In Struktur fehlend zu 100%: Befragte haben kein eigenes Einkommen oder ließen die Frage unbeantwortet

Haben Sie weitere Fragen? Ihr QC-Team hilft Ihnen gerne weiter.

Quality Channel GmbH

Brandstwiete 19
20457 Hamburg

Tel.: 040 / 30108 - 502
Fax.: 040 / 30108 - 523

Alle Kontaktdaten und Ansprechpartner finden Sie auf unserer Website in der Rubrik KONTAKT:

<http://www.quality-channel.de/deutsch/kontakt/index.php>

