

## Die Partnerseite des Deutschen Golf Verbandes

# Basisdaten zur Internetnutzung in Deutschland

---

**internet facts 2009-II**  
**- eine Studie der AGOF -**



## Scorecard

---

- | golf.de erreicht monatlich 160.000 Unique User.
- | wöchentlich werden 70.000 Unique User erreicht.



Quelle: AGOF internet facts 2009-II

## Die Unique User von Golf.de ...

---

		Struktur-Index
<b>66%</b>	sind Männer	121
<b>48%</b>	haben ein sehr hohes Bildungsniveau*	163
<b>32%</b>	sind in gehobenen oder leitenden Positionen tätig**	183
<b>40%</b>	haben ein persönliches Nettoeinkommen von 3.000 € und mehr	375
<b>52%</b>	buchen in den nächsten 12 Monaten ein Hotel***	132

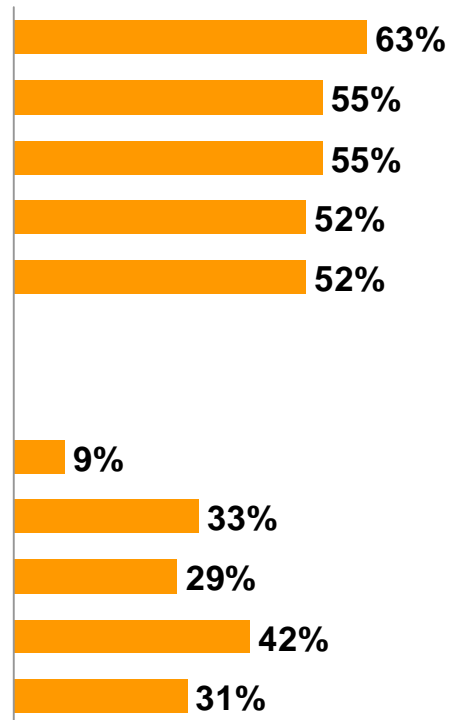
Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

\*mindestens Abitur, Fachabitur / \*\*Selbständige, Freiberufler, leitende Angestellte, gehobene u. höhere Beamte /

\*\*\* Bestimmt/vielleicht Kauf in den nächsten 12 Monaten geplant: Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen.

# Top-Interessen der User von Golf.de:

## Strukturanteil in %



## (Sehr) interessiert:

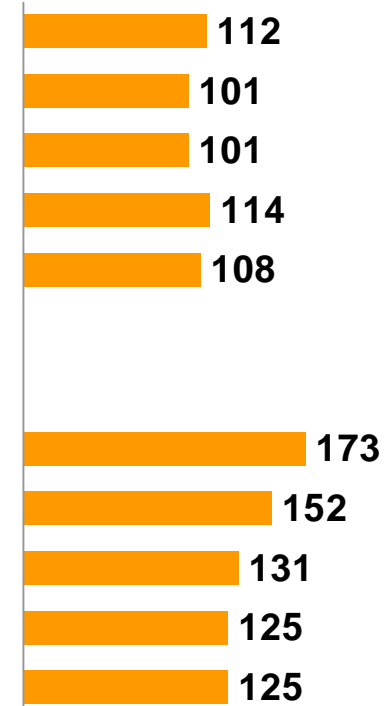
### Top 5 nach Struktur

- Bücher
- Schuhe
- Zahnpflegeprodukte
- Herrenbekleidung
- Urlaubsreisen

### Top 5 nach Affinität

- Mietwagen
- Geldanlagen, Aktien
- Neuwagen
- Computer-Hardware
- Bier

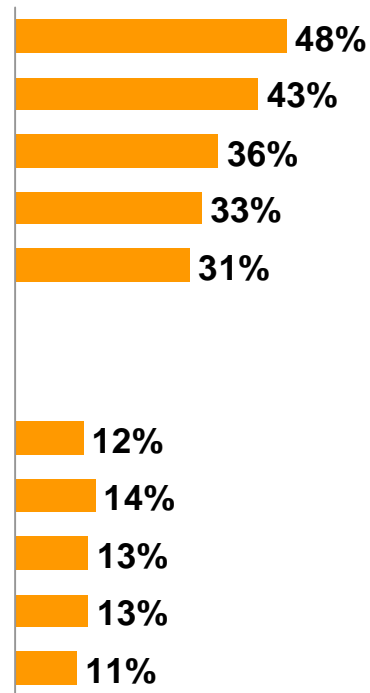
## Index



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 User von Golf.de:

## Strukturanteil in %



## Internetkäufe:

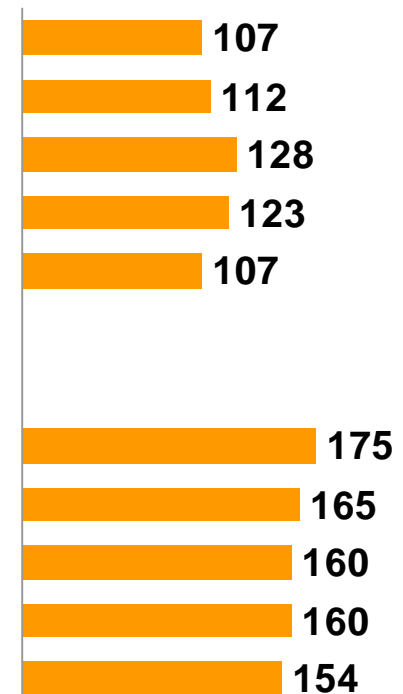
### Top 5 nach Struktur

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

### Top 5 nach Affinität

- TV-Geräte mit LCD/Plasma
- Wellnessprodukte
- HH-Großgeräte
- Mietwagen
- Geldanlagen, Aktien

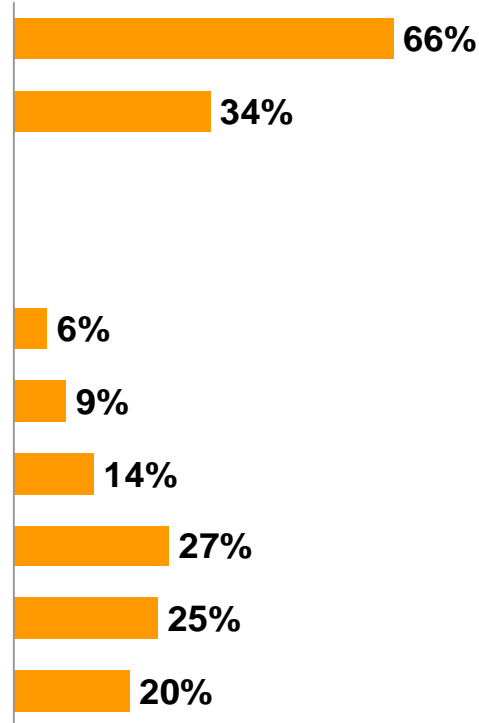
## Index



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

# 66 Prozent der golf.de-User sind männlich

## Strukturanteil in %



## Geschlecht

Männer  
Frauen

## Index

121

75

## Alter

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

51

44

72

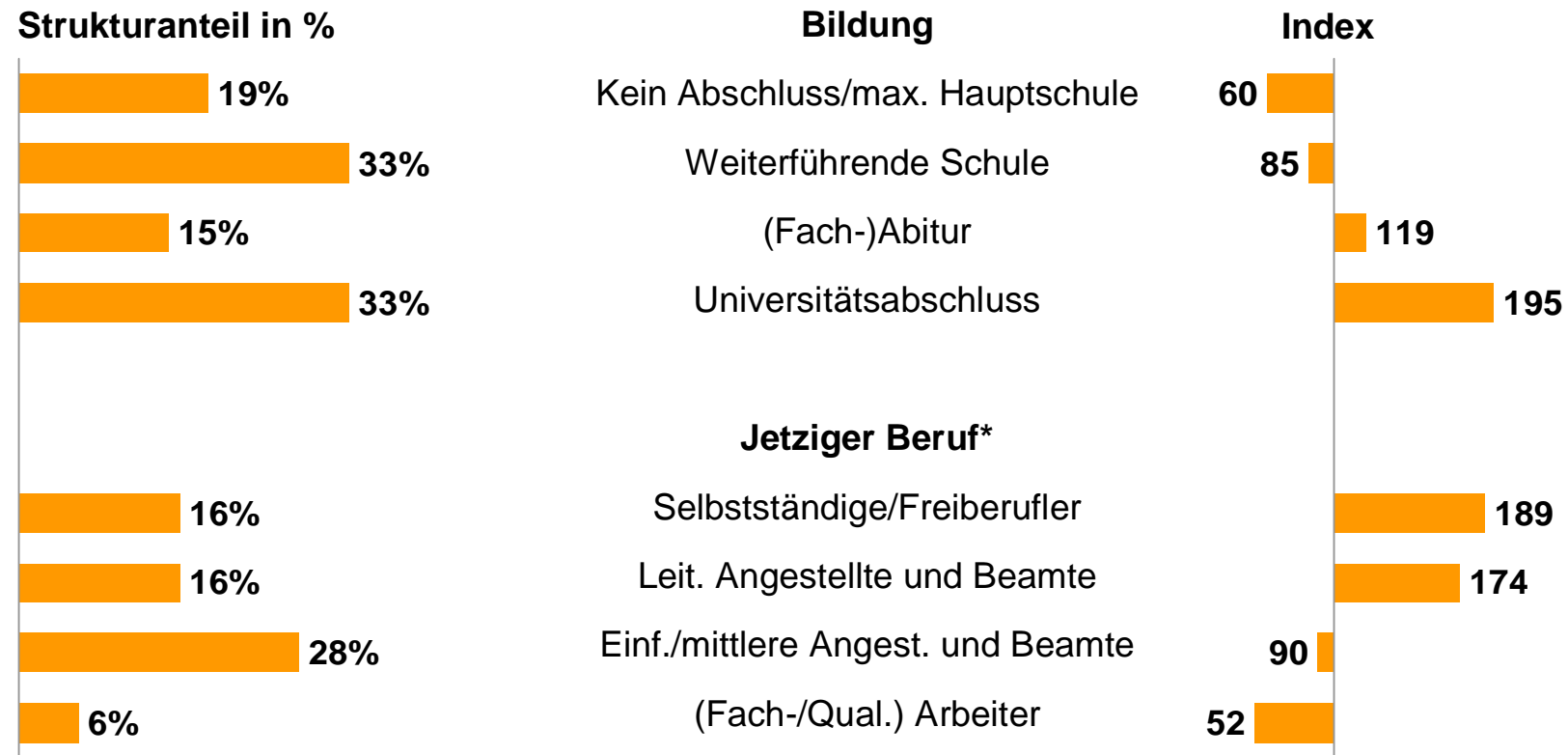
114

164

178

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

# Golf.de: top gebildet und in gehobenen Berufsgruppen tätig.



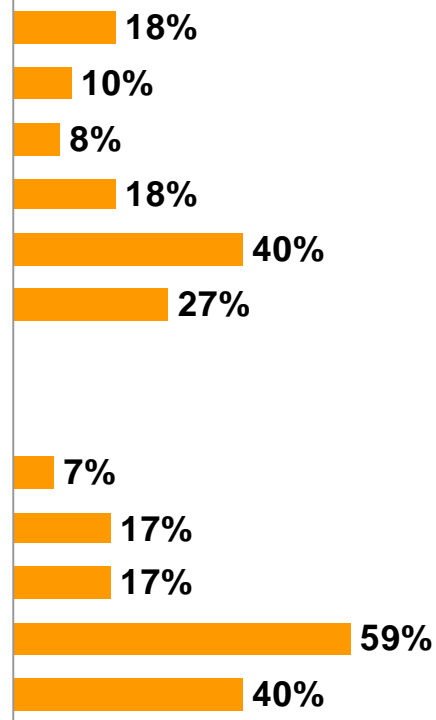
Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

\* In Struktur fehlend zu 100%: „Sonstiges, in Ausbildung“ oder „Nicht (mehr) berufstätig“

# Golf.de Nutzer verfügen über außerordentlich hohe Einkommen.



## Strukturanteil in %



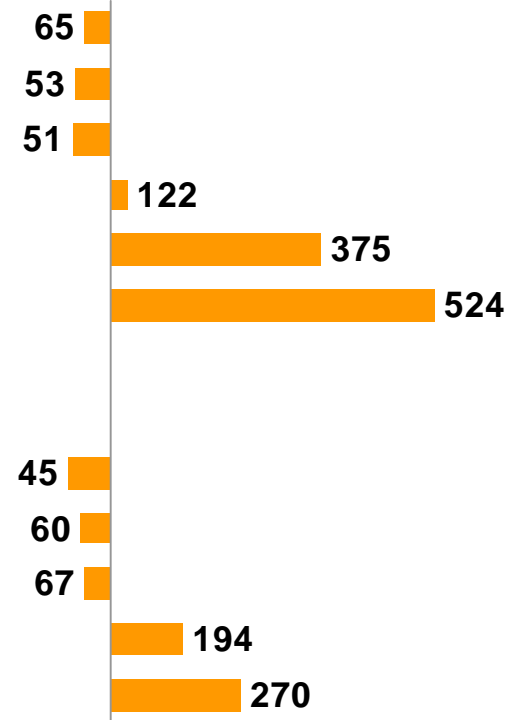
## Eigenes Nettoeinkommen\*

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

## Haushaltsnettoeinkommen

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

## Index



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

# Zielgruppe: Eigenes Nettoeinkommen 4.000 Euro und mehr.



	Fälle (ungew.)	Netto-RW (Unique User)				Brutto-Reichweite (Kontakte)		
		%	Unique User Mio	Nutzer- Anteil %	Aff.- Index	Kontakte Mio	Kontakt- Anteil %	Ø Kont.
<b>Basis</b>	5.620	100,0	2,18	5	100			
<b>Golf.de Gesamtangebot</b>	<b>195</b>	<b>2,0</b>	<b>0,04</b>	<b>27</b>	<b>524</b>	<b>3,41</b>	<b>29</b>	<b>78,6</b>
Harvard Businessmanager online	82	0,6	0,01	22	432	0,11	18	8,4
Finanztreff.de	177	1,7	0,04	19	376	6,34	19	172,3
boerse-online.de - Gesamt	129	1,1	0,03	17	333	3,29	27	131,5
Telebörse.de Gesamtangebot	145	1,4	0,03	17	327	1,34	14	45,4
FTD.de - Gesamt	579	5,5	0,12	16	311	6,22	24	51,6
manager-magazin.de Gesamtangebot	636	5,3	0,12	16	307	3,64	20	31,6
boerse.de - Gesamt	94	0,9	0,02	16	305	2,44	26	131,3
OnVista Finanzportal	375	3,8	0,08	16	301	10,57	15	127,9
Reuters Nachrichtenportal	160	1,1	0,02	14	280	0,15	15	6,5
Handelsblatt.com Gesamtangebot	796	6,4	0,14	14	279	7,50	22	53,5
digitalkamera.de	98	0,9	0,02	14	276	0,40	14	20,3
COMPUTERWOCHE.de	177	1,5	0,03	14	268	0,64	18	19,5
Wiwo.de Gesamtangebot	275	1,9	0,04	13	257	0,53	12	13,1
finanznachrichten.de	273	2,1	0,05	13	257	1,76	18	38,0

Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittlicher Monat, Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.),  
 Priorität: Fälle (ungew.) > 80, Zielgruppe: Eigenes Nettoeinkommen 4.000 EUR und mehr (=2,18 Mio.)

## Kontakt

---

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

### **SPIEGEL QC**

Brandstwiete 19  
20457 Hamburg

Tel.: 040 / 3007 - 3627

Fax.: 040 / 3007 - 3600

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

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