

# Der „Nachwuchs“ bei SPIEGEL ONLINE



---

# Basisdaten zur Internetnutzung in Deutschland

---

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



**UniSPIEGEL hat mit rund 1,5 Mio. Usern im Monat die höchste Reichweite.**

**QC-Angebot**

UniSPIEGEL ONLINE

**Unique User (in Tsd.) / Ø-Monat**

**1.460**

**Unique User (in Tsd.) / Ø-Woche**

**530**

**Weitere Webangebote  
in diesem Segment:**

wg-gesucht.de

**310**

**90**

jetzt.de

**260**

**70**

ZEIT Campus

**140**

**40**

UNICUM.de

**120**

**30**

NEON.de

**100**

**30**

Quelle: AGOF internet facts 2009-II

**Die Unique User von UniSPIEGEL ...**

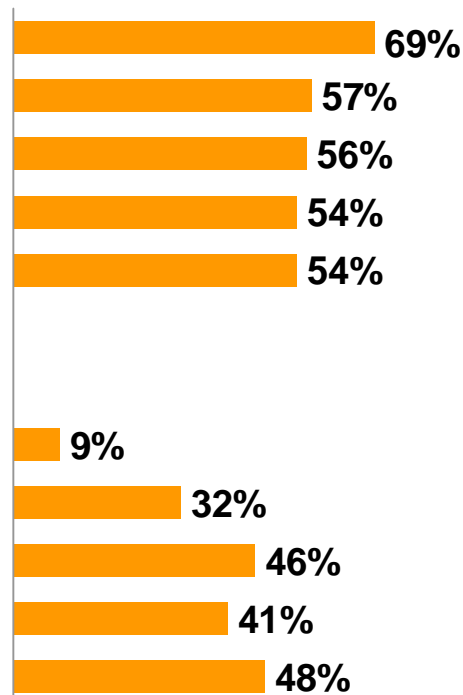
		<b>Struktur-Index</b>
<b>75%</b>	sind Männer	139
<b>48%</b>	sind im Alter 20 bis 39 Jahre	124
<b>65%</b>	haben ein hohes Bildungsniveau*	220
<b>29%</b>	sind in gehobenen und leitenden Positionen tätig**	164
<b>48%</b>	haben ein persönliches Nettoeinkommen von 2.000€ und mehr	185

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

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

**Top-Interessen der User von UniSPIEGEL:**

**Strukturanteil in %**



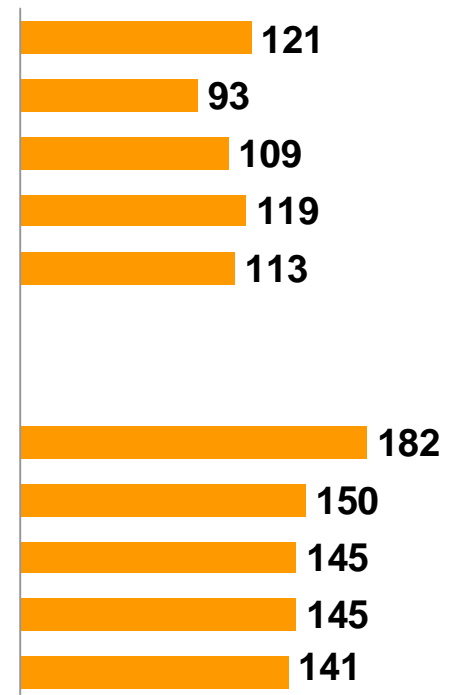
**(Sehr) interessiert:  
Top 5 nach Struktur**

- Bücher
- Körperpflegeprodukte
- Musik-CDs
- Herrenbekleidung
- Urlaubsreisen

**Top 5 nach Affinität**

- Mietwagen
- Geldanlagen, Aktien
- Computer-Software
- Flugtickets
- Computer-Hardware

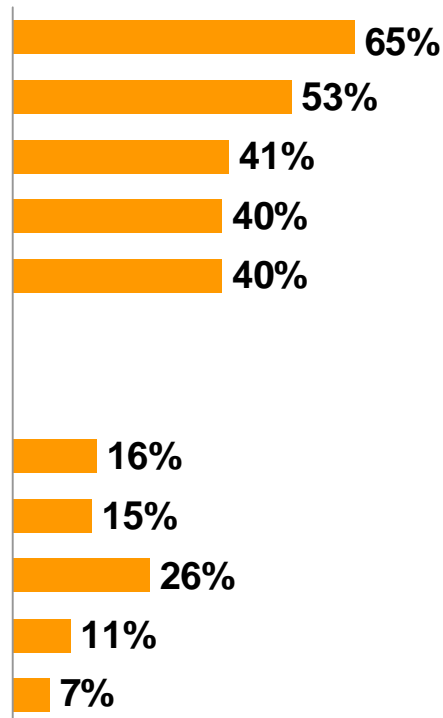
**Index**



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

**Top-Internetkäufe der User von UniSPIEGEL:**

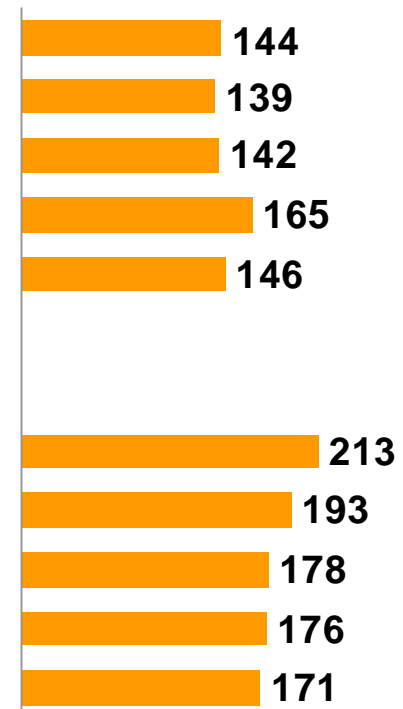
**Strukturanteil in %**



**Internetkäufe:  
Top 5 nach Struktur**

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

**Index**



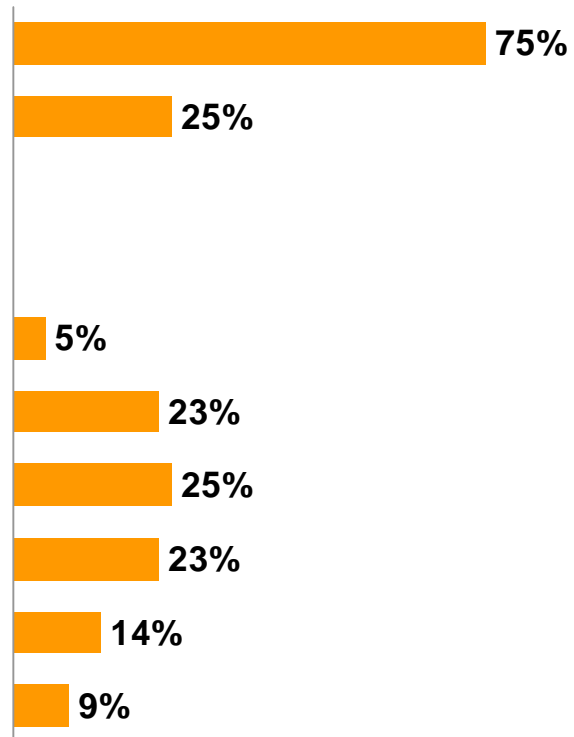
**Top 5 nach Affinität**

- Geldanlagen, Aktien
- Mietwagen
- Flugtickets
- Herrenkosmetik
- Wetten

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

**UniSPIEGEL-Nutzer: männlich und jung.**

**Strukturanteil in %**



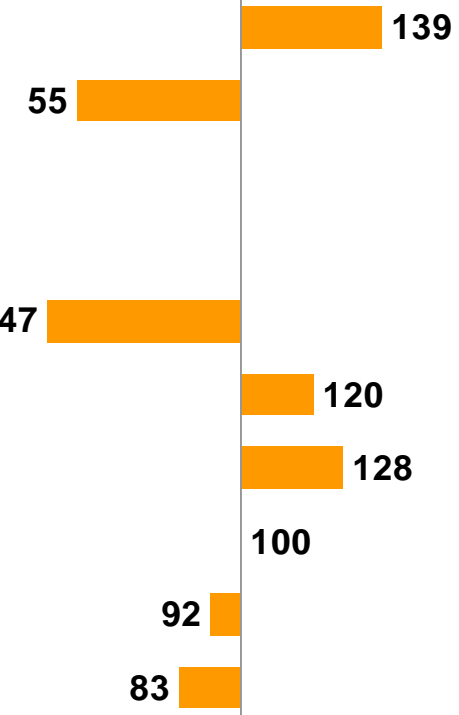
**Geschlecht**

Männer  
Frauen

**Index**

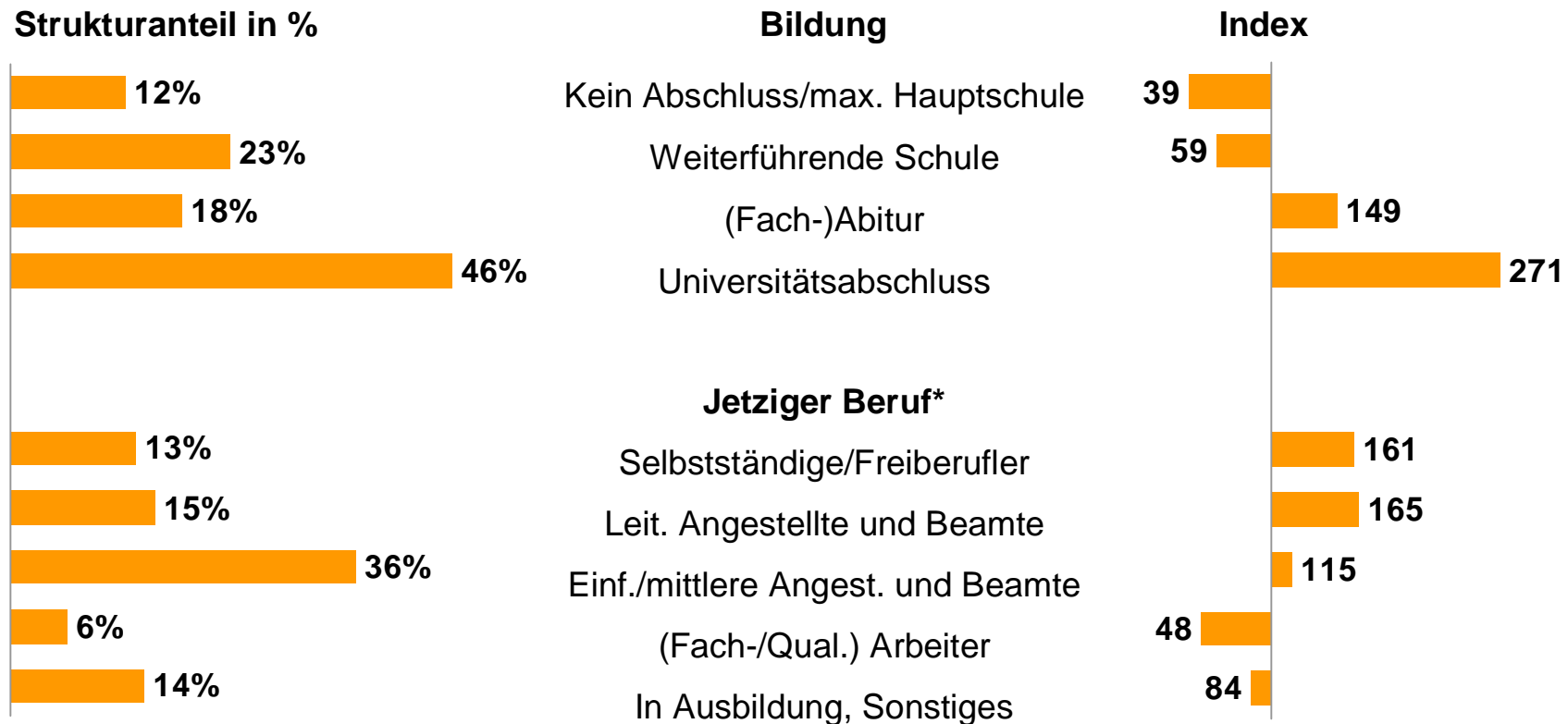
**Alter**

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



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

## UniSPIEGEL-Nutzer weisen ein Top-Bildungsniveau auf.

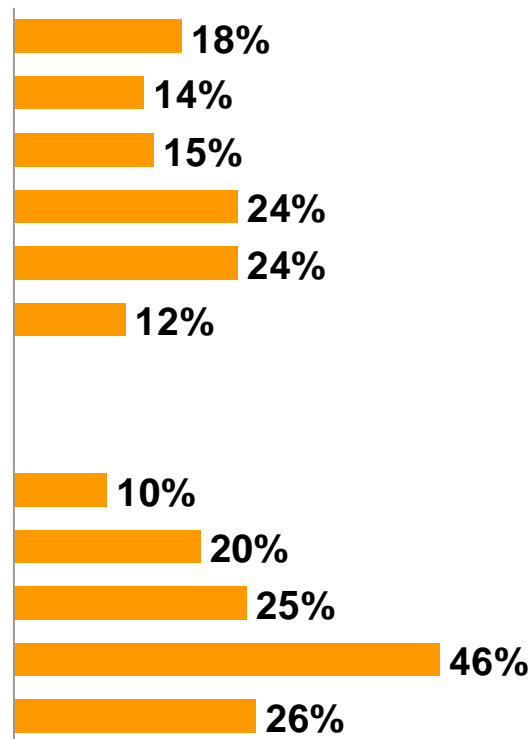


Quelle: AGOF internet facts 2009-II, Zeitraum: durchschnittliche Woche / Index vs. Internet-Nutzer i.d.l. 3 Monaten (Pot. 42,22 Mio.)

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

## UniSPIEGEL-Nutzer sind finanzstark.

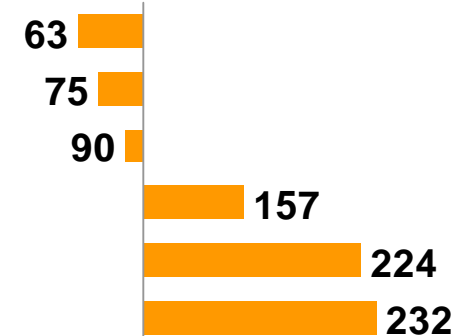
### Strukturanteil in %



### Eigenes Nettoeinkommen\*

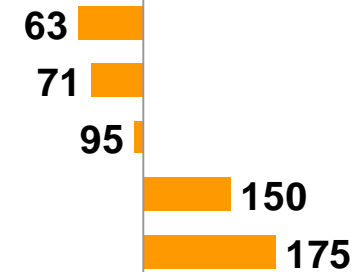
Bis unter 1.000 €  
 1.000 – unter 1.500 €  
 1.500 – unter 2.000 €  
 2.000 – unter 3.000 €  
 3.000 € und mehr  
 4.000 € und mehr

### 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: durchschnittliche Woche / 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>

