

Auftraggebergemeinschaft
GfK Online-Monitor



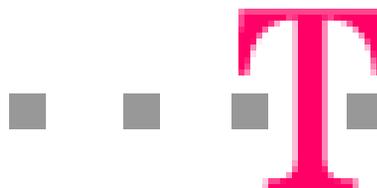
GfK Online - Monitor

Ergebnisse der 7. Untersuchungswelle

Auftraggebergemeinschaft GfK Online-Monitor



INTERACTIVE ADVERTISING CENTER



Inhaltsverzeichnis

- **Methode**
- **Nutzungsverhalten**
- **Nutzer-Strukturen**
- **Nutzungsinhalte**
- **eCommerce**

Methode

- **Grundgesamtheit:**

Die Grundgesamtheit für die Untersuchung bilden Personen zwischen 14 und 69 Jahren in Privathaushalten mit Telefonanschluss in der Bundesrepublik Deutschland = 52,5 Millionen Menschen.

- **Erhebungsmethode:**

CATI (Computer Assisted Telephone Interview)

- **Stichprobe:**

Repräsentative Stichprobe mit n = 8.021 Interviews

Methode

- **Gewichtung:**
Die Gewichtung der Stichprobe an die Media Analyse (MA 2000 / 2001 I) – die Währung im Medienmarkt – gewährleistet die Repräsentativität und Vergleichbarkeit.
- **Erhebungszeitraum:**
4. Dezember 2000 bis 28. Januar 2001

Methode

Die Feldarbeit ist zu gleichen Teilen von den drei Instituten

- **LINK & Partner GmbH**
- **ENIGMA GmbH**
- **GfK Data Services**

durchgeführt worden.

Die methodische Gesamtverantwortung liegt bei der

**Auftraggebergemeinschaft GfK Online-Monitor
und der GfK Medienforschung**

Methode

- **Definition des Internet - Nutzers:**

In der Terminologie des GfK Online-Monitors ist ein Internet-Nutzer jemand, der über einen Access verfügt und das Internet zumindest gelegentlich nutzt.

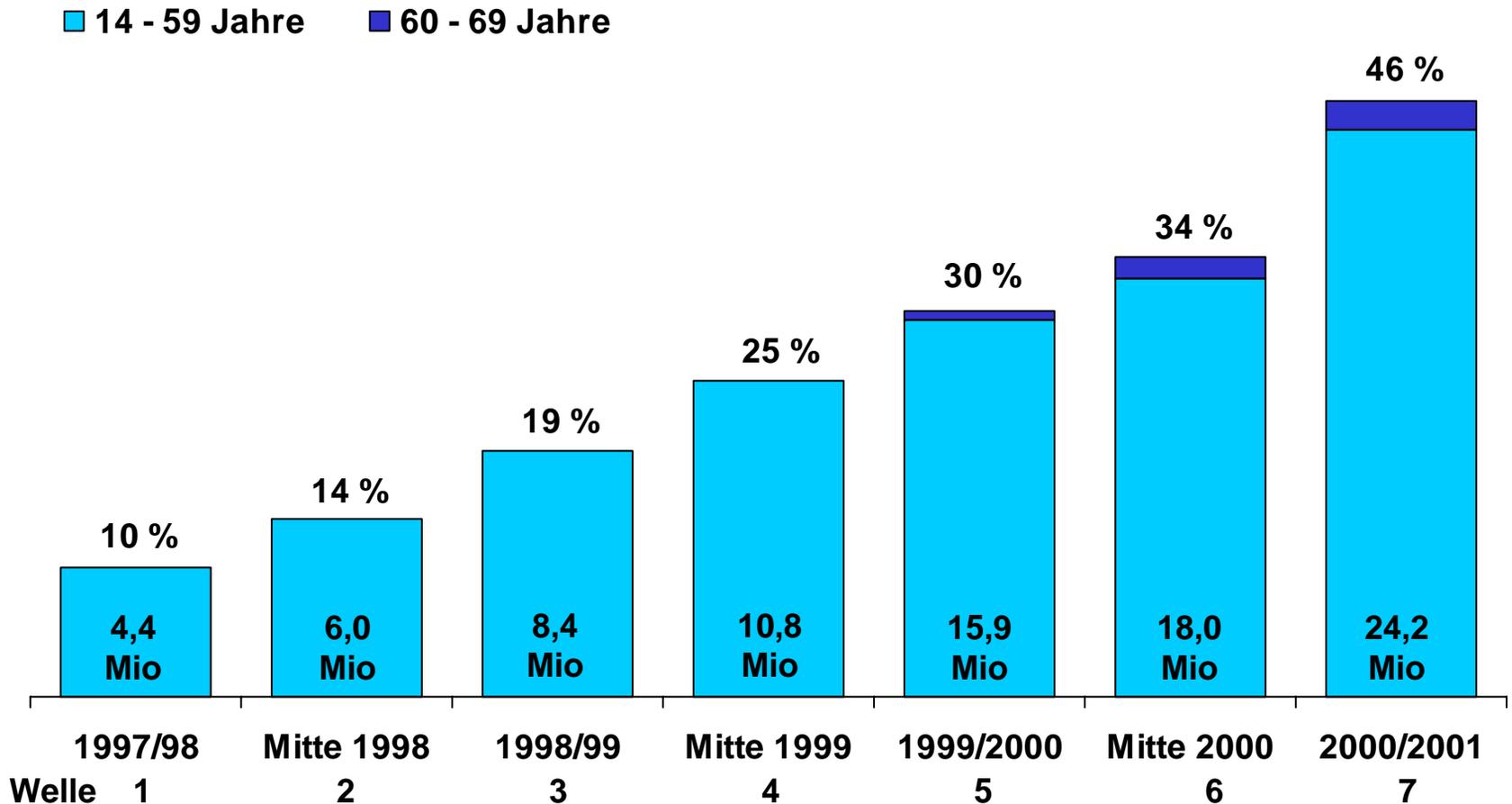
**Mit dieser - seit der 1. Untersuchungswelle nicht veränder-
ten - Definition ist eine zuverlässige und valide Datenbasis
sichergestellt.**

**Mit dieser Definition des Zugangs wird eine verlässliche
Grundlage gebildet, um härtere Reichweitenwerte wie
„Nutzer pro Monat“, „Nutzer pro Woche“ und „Nutzer pro
Tag“ definieren zu können.**

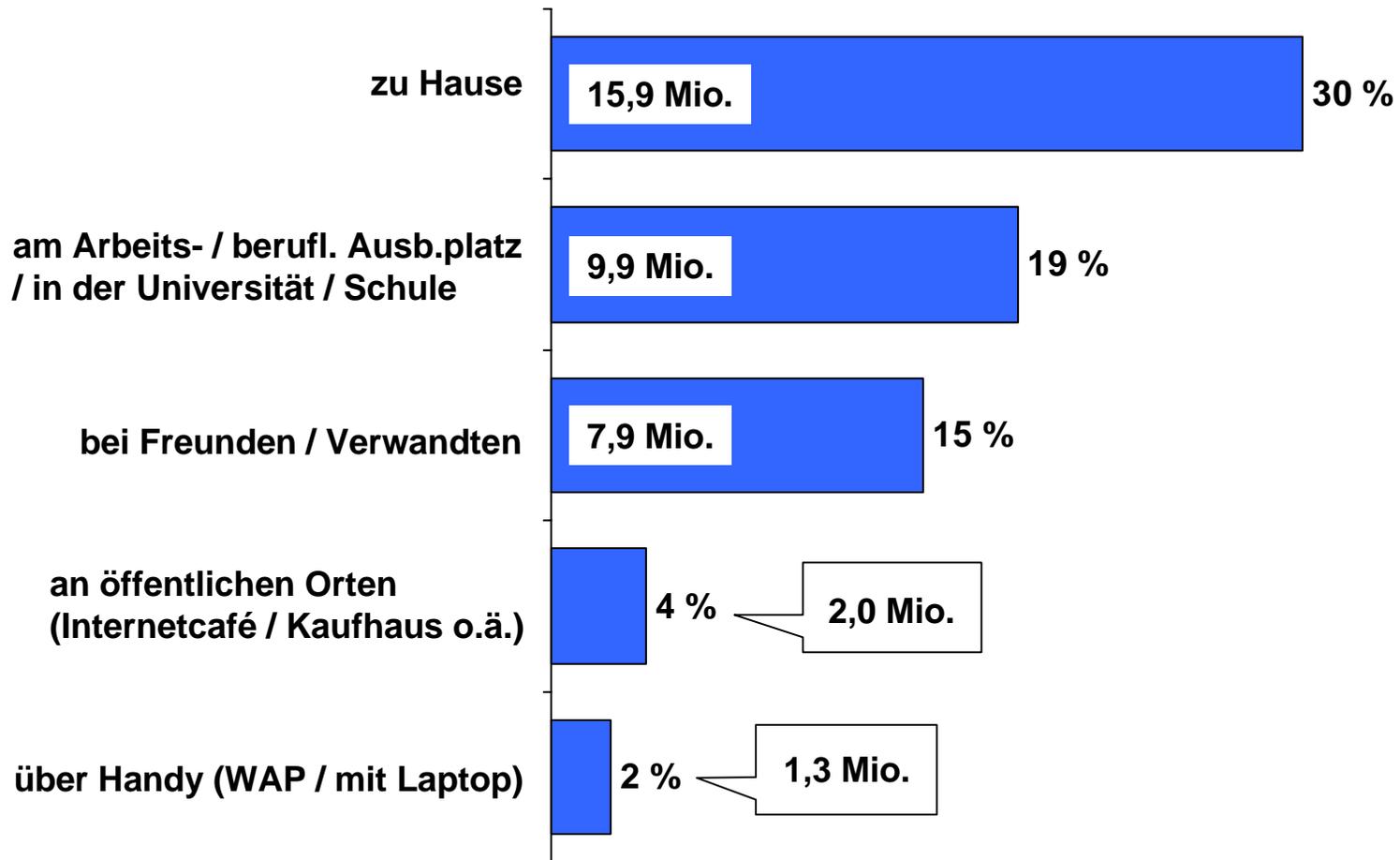
Inhaltsverzeichnis

- Methode
- **Nutzungsverhalten**
- Nutzer-Strukturen
- Nutzungsinhalte
- eCommerce

Internet-Nutzung Reichweitenentwicklung seit Beginn des GfK Online-Monitors



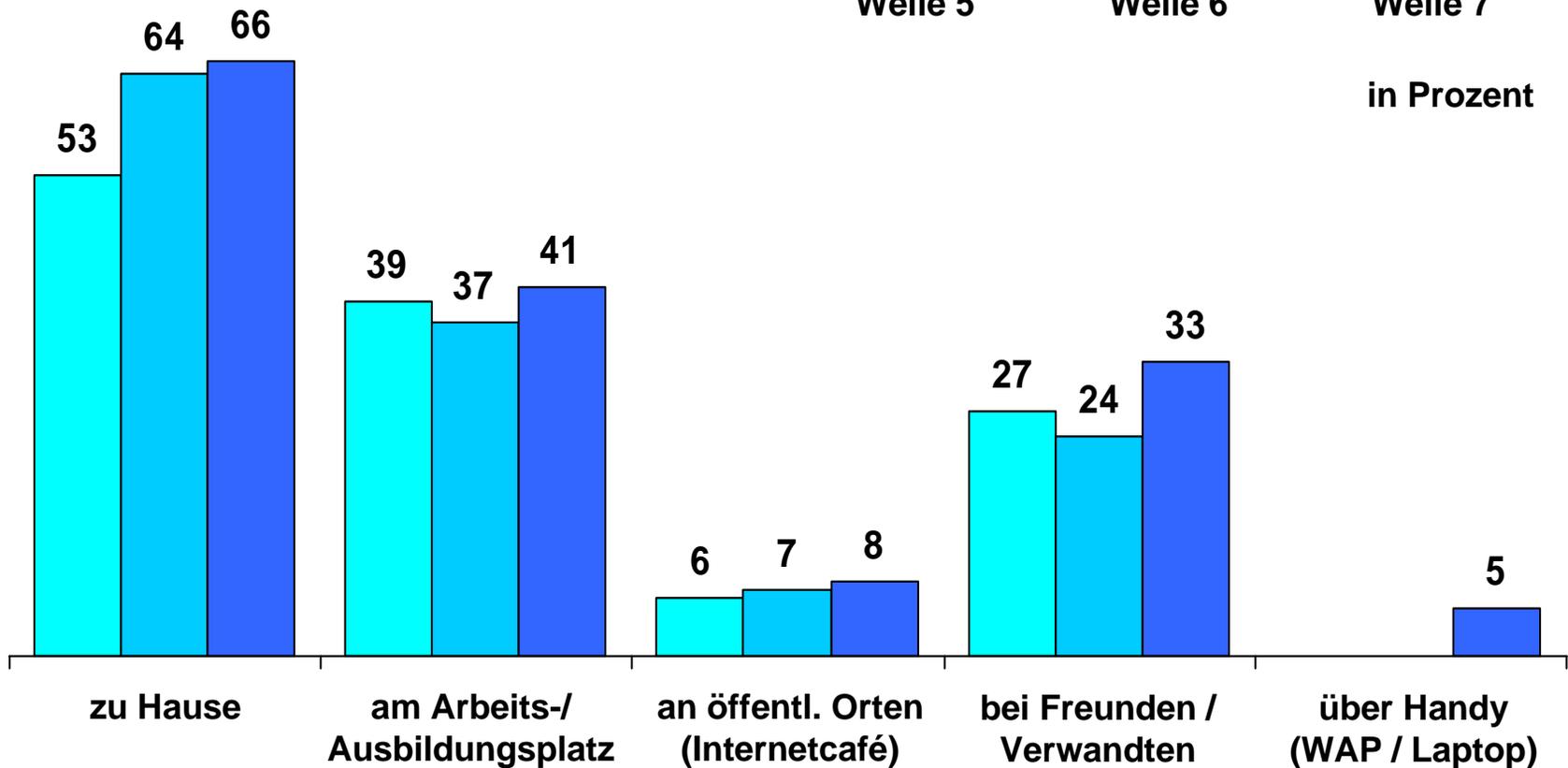
Internet-Nutzung Reichweite nach Nutzungsorten in Bezug auf die Gesamtbevölkerung



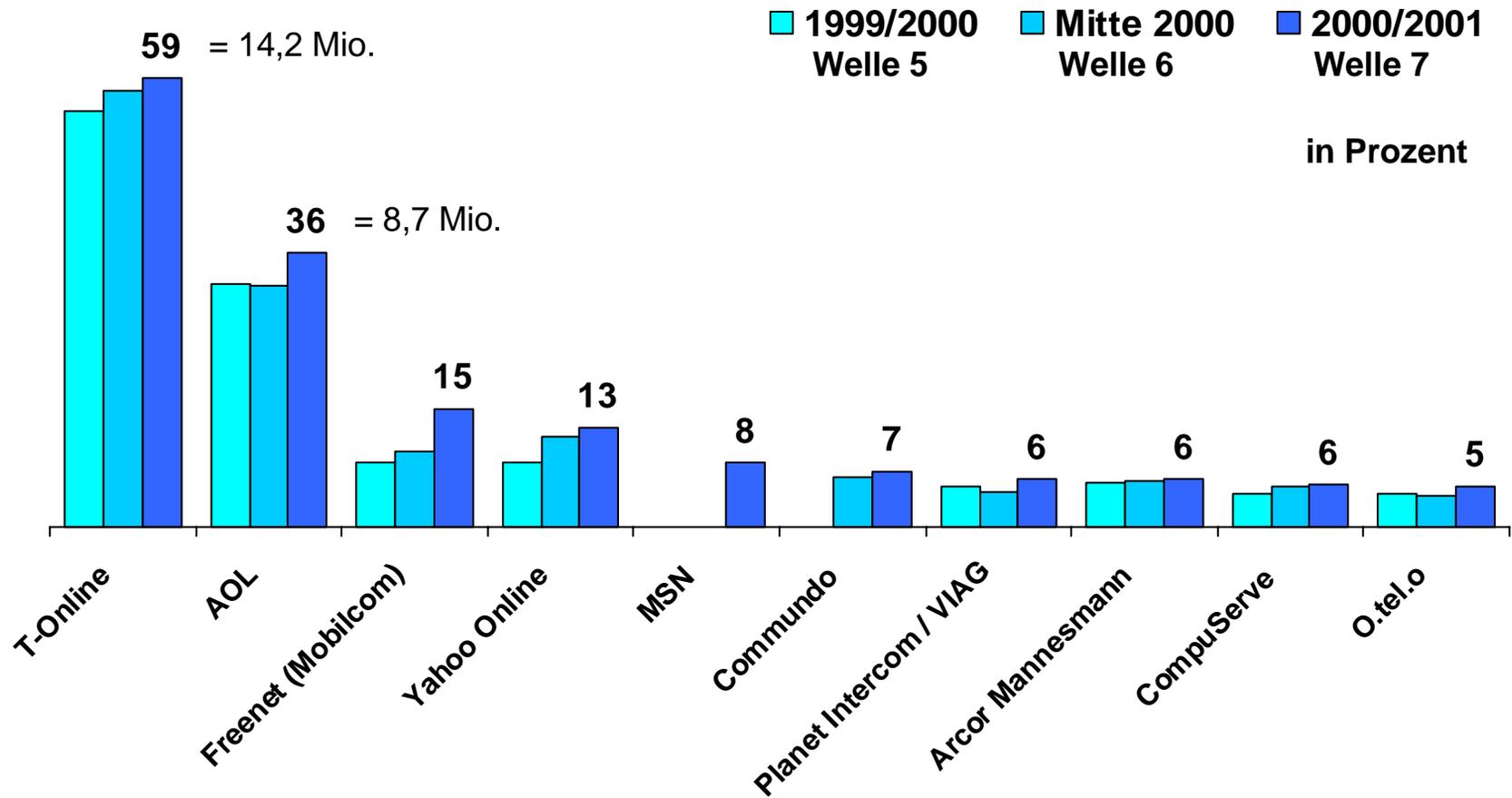
Internet-Nutzung Anteile nach Nutzungsorten – Zeitreihe

■ 1999/2000 Welle 5 ■ Mitte 2000 Welle 6 ■ 2000/2001 Welle 7

in Prozent



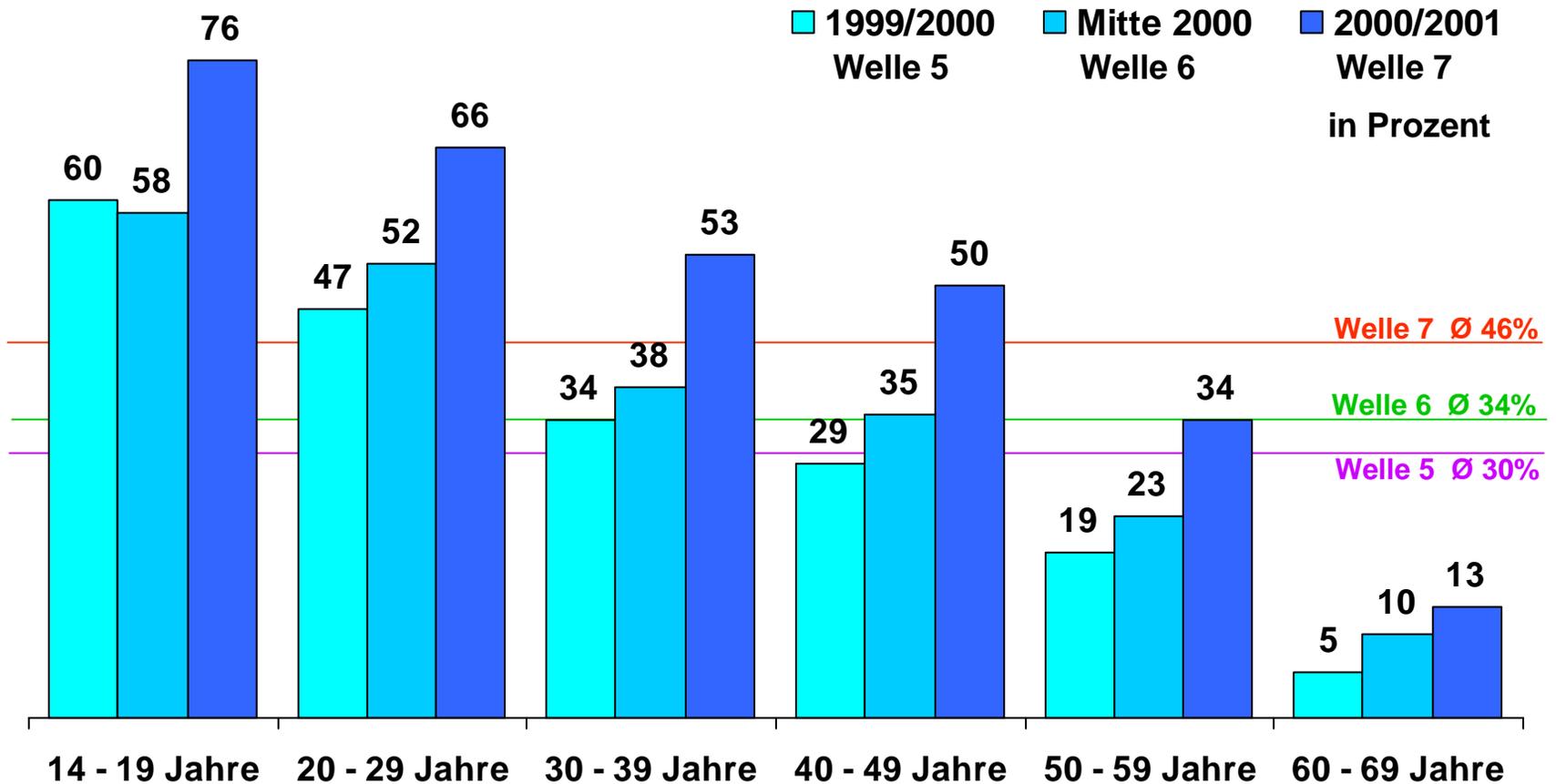
Internet-Nutzung Top 10 Provider – Anteile – Zeitreihe



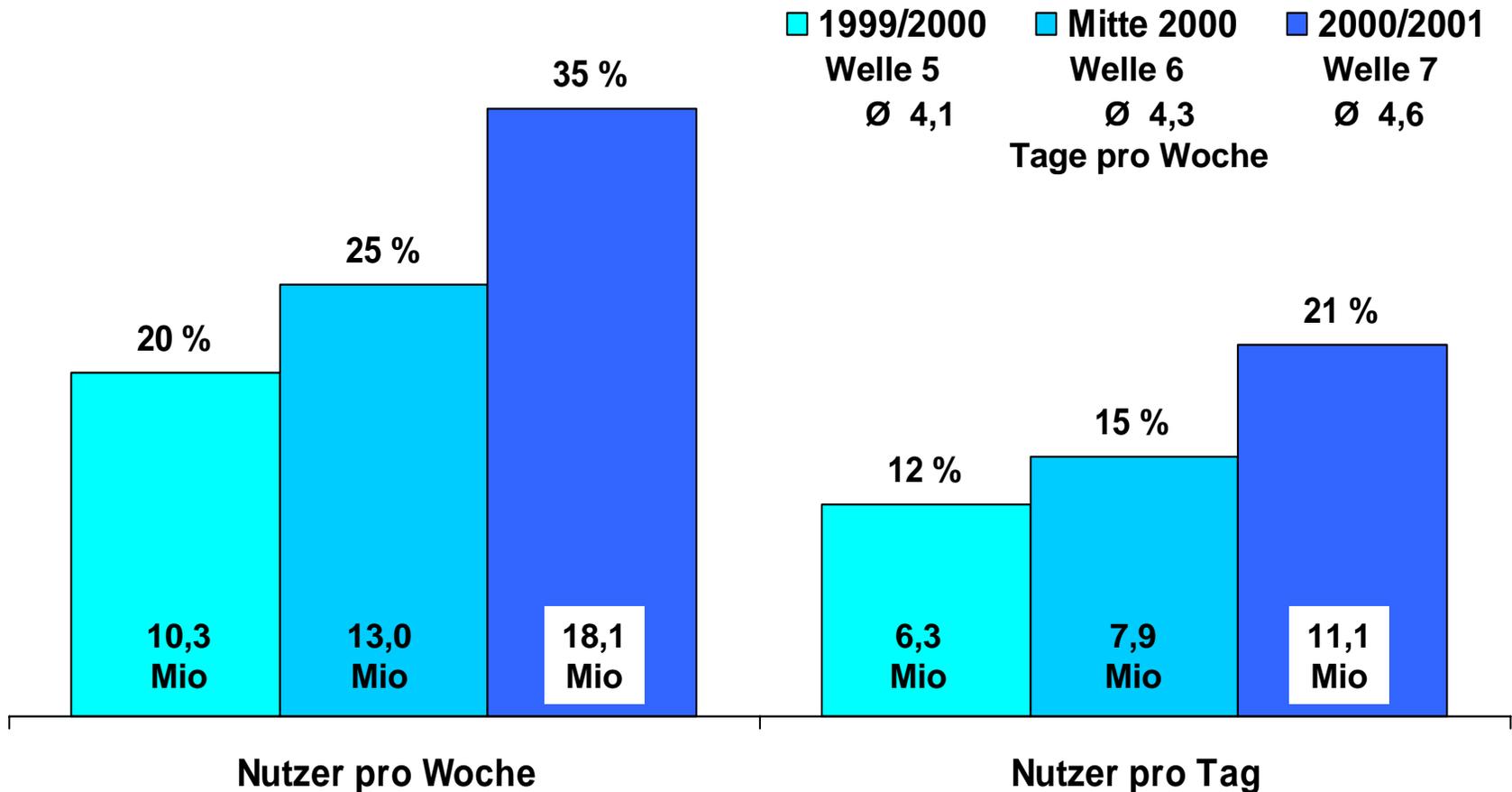
Basis: Online-/Internet-Nutzer insgesamt

Quelle: GfK Online-Monitor 6. und 7. Welle, 2000 - 2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung

Internet-Nutzung Reichweite in den Altersgruppen – Zeitreihe

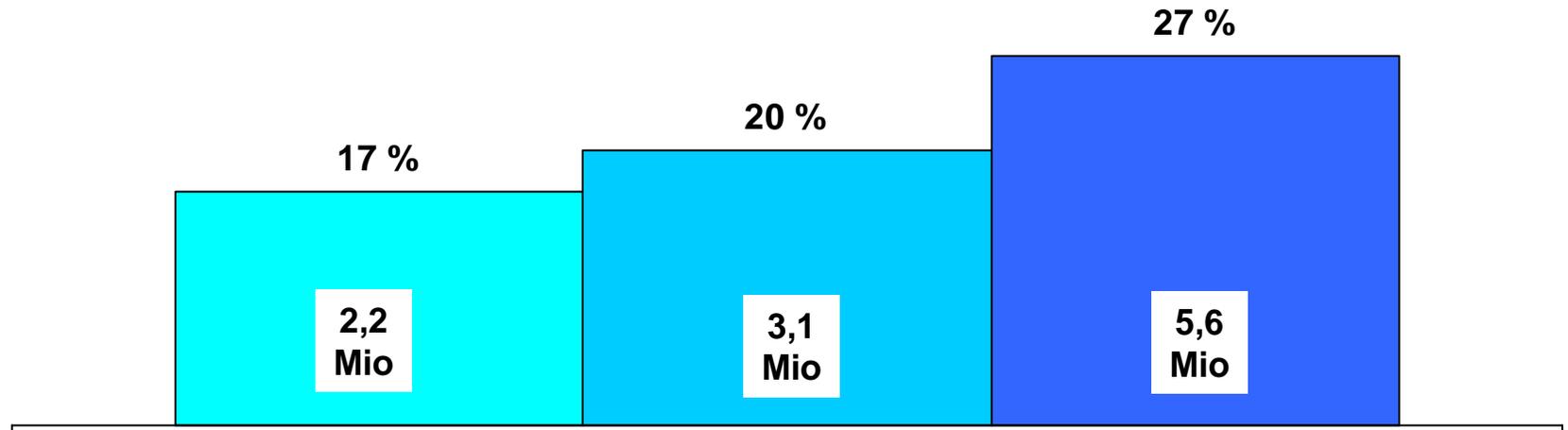


Internet-Nutzung Reichweite pro Woche / pro Tag – Zeitreihe



Internet-Nutzung an 7 Tagen pro Woche – Zeitreihe

Welle 5 Welle 6 Welle 7
■ 1999/2000 ■ Mitte 2000 ■ 2000/2001

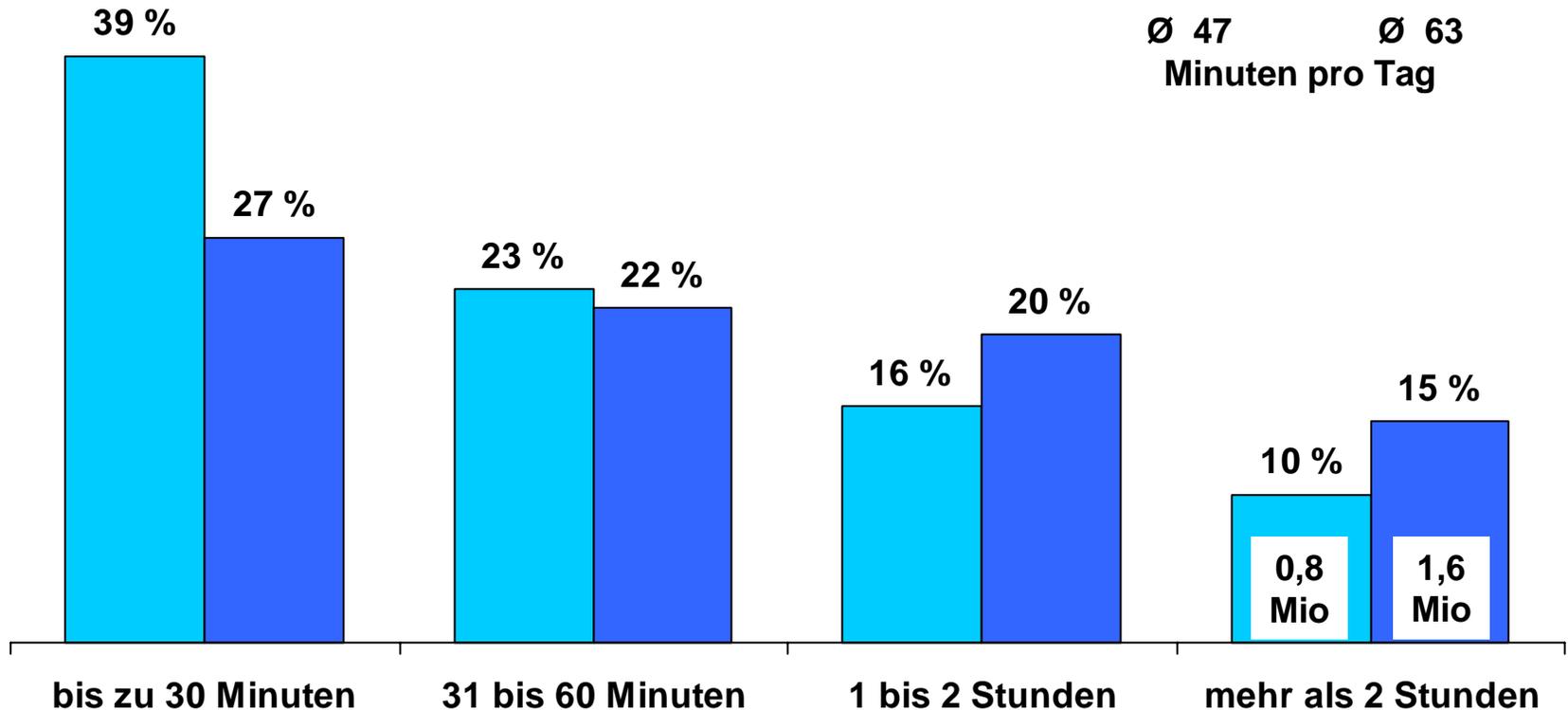


Basis: Nutzer im letzten Monat

Quelle: GfK Online-Monitor 5. bis 7. Welle, 2000 - 2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung

Internet-Nutzung Nutzungsdauer an einem normalen Tag – Zeitreihe

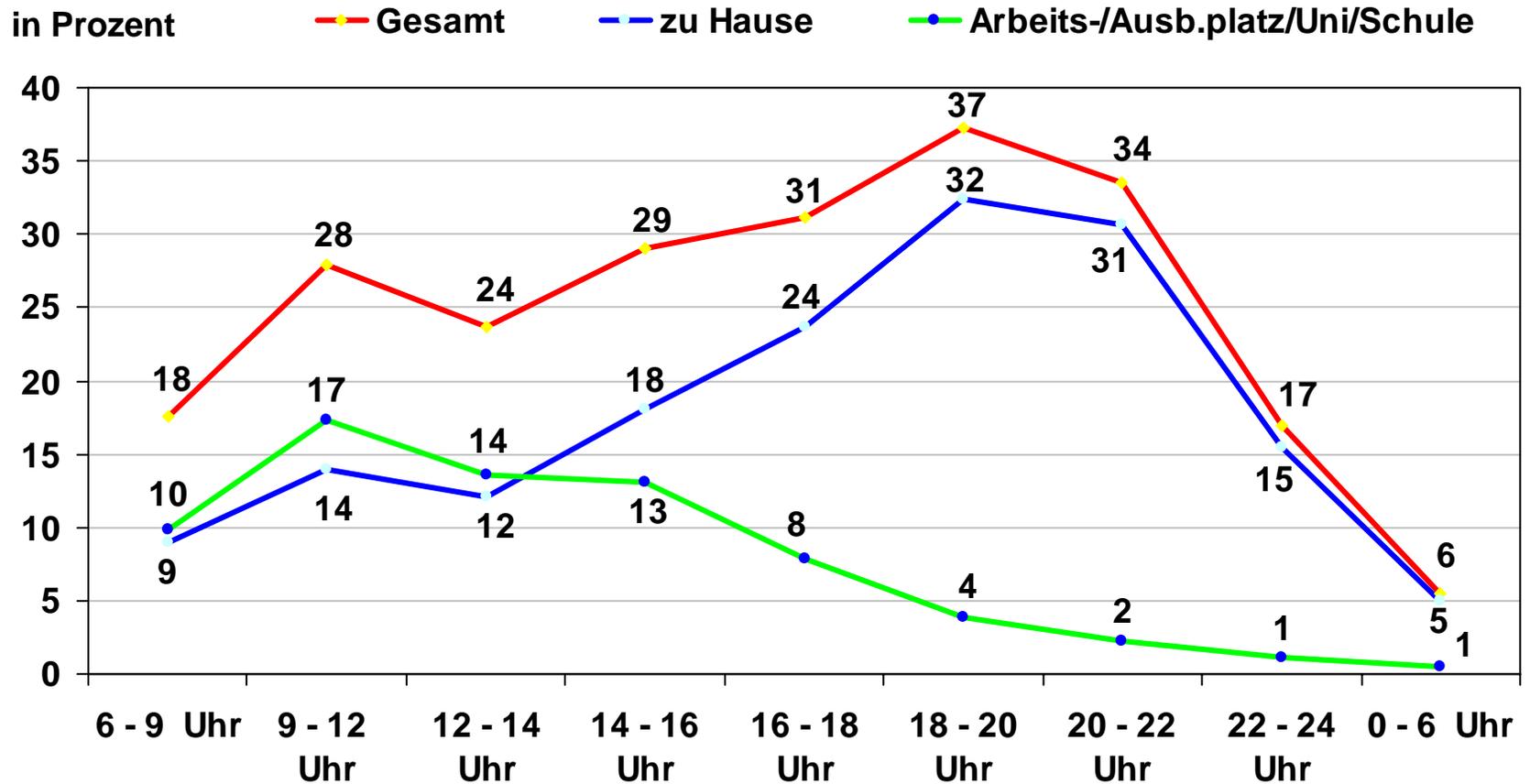
■ Mitte 2000 ■ 2000/2001
Welle 6 Welle 7
Ø 47 Ø 63
Minuten pro Tag



Basis: Nutzer pro Tag

Quelle: GfK Online-Monitor 6. und 7. Welle, 2000 - 2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung

Internet-Nutzung Zeitschiene (mindestens 1 Tag pro Woche)



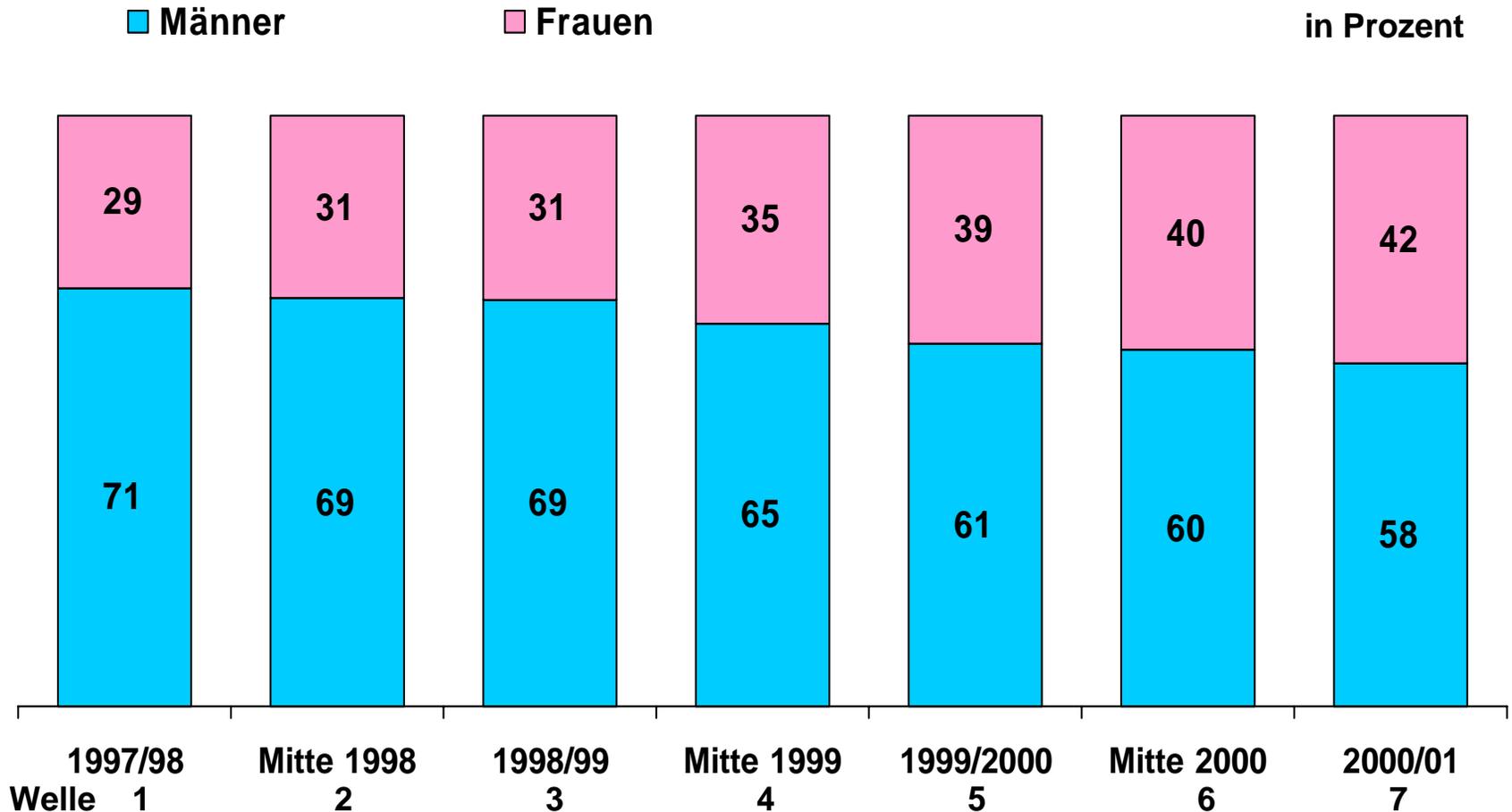
Basis: Internet-Nutzer pro Tag

Quelle: GfK Online-Monitor 7. Welle, 2000/2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung, 52,5 Mio, 8021 Interviews

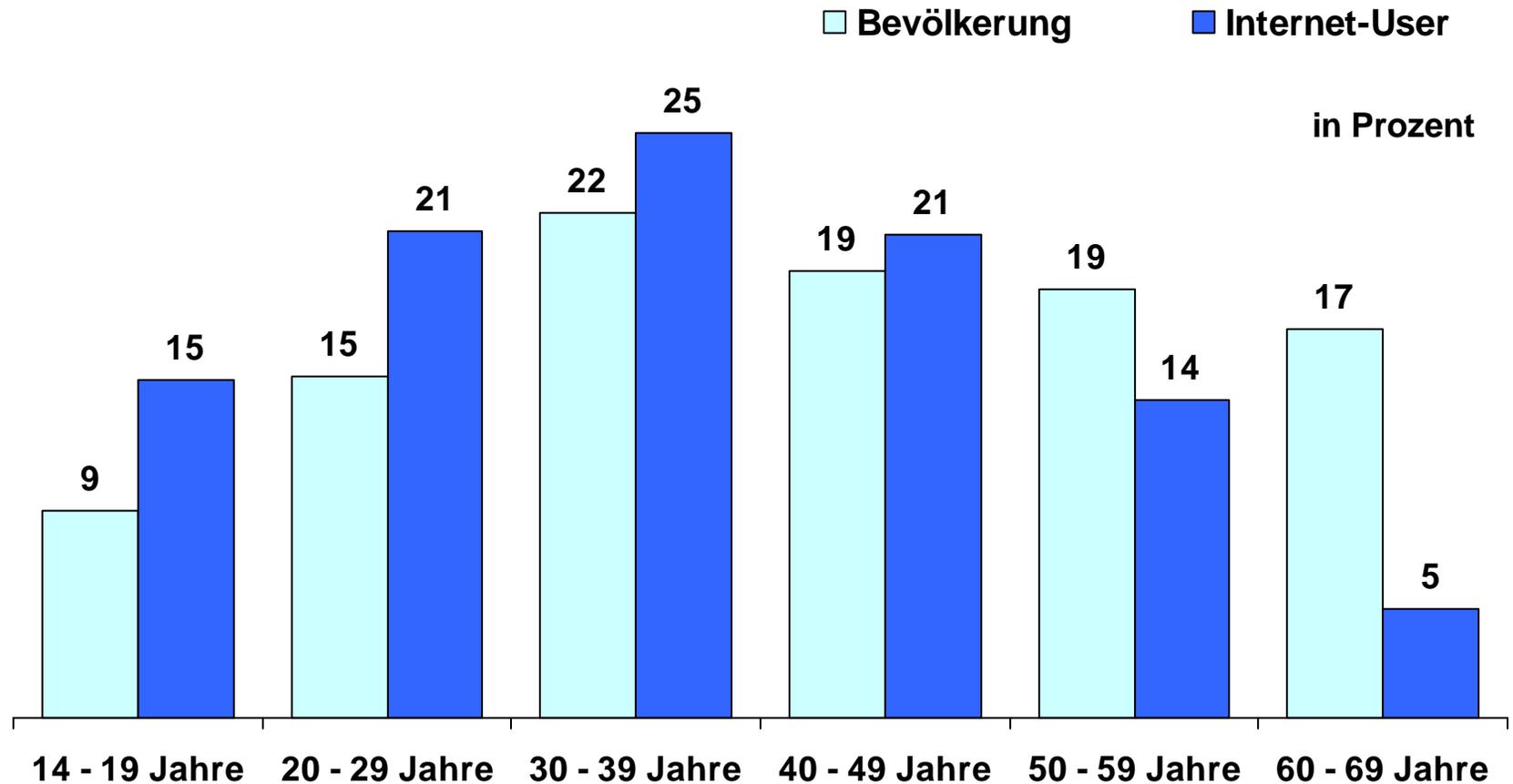
Inhaltsverzeichnis

- Methode
- Nutzungsverhalten
- **Nutzer-Strukturen**
- Nutzungsinhalte
- eCommerce

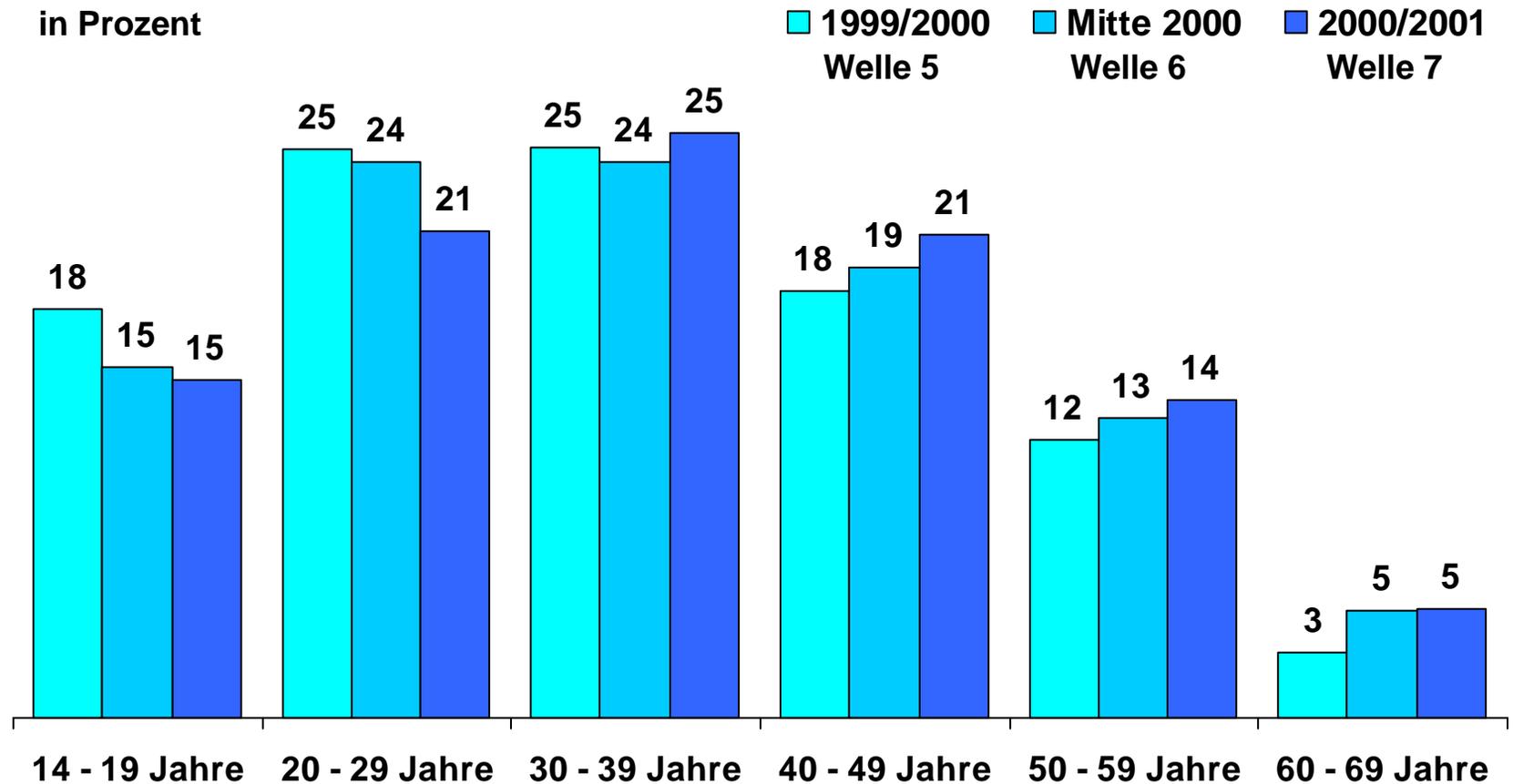
Internet-Nutzer Der Frauenanteil wächst stetig – Zeitreihe



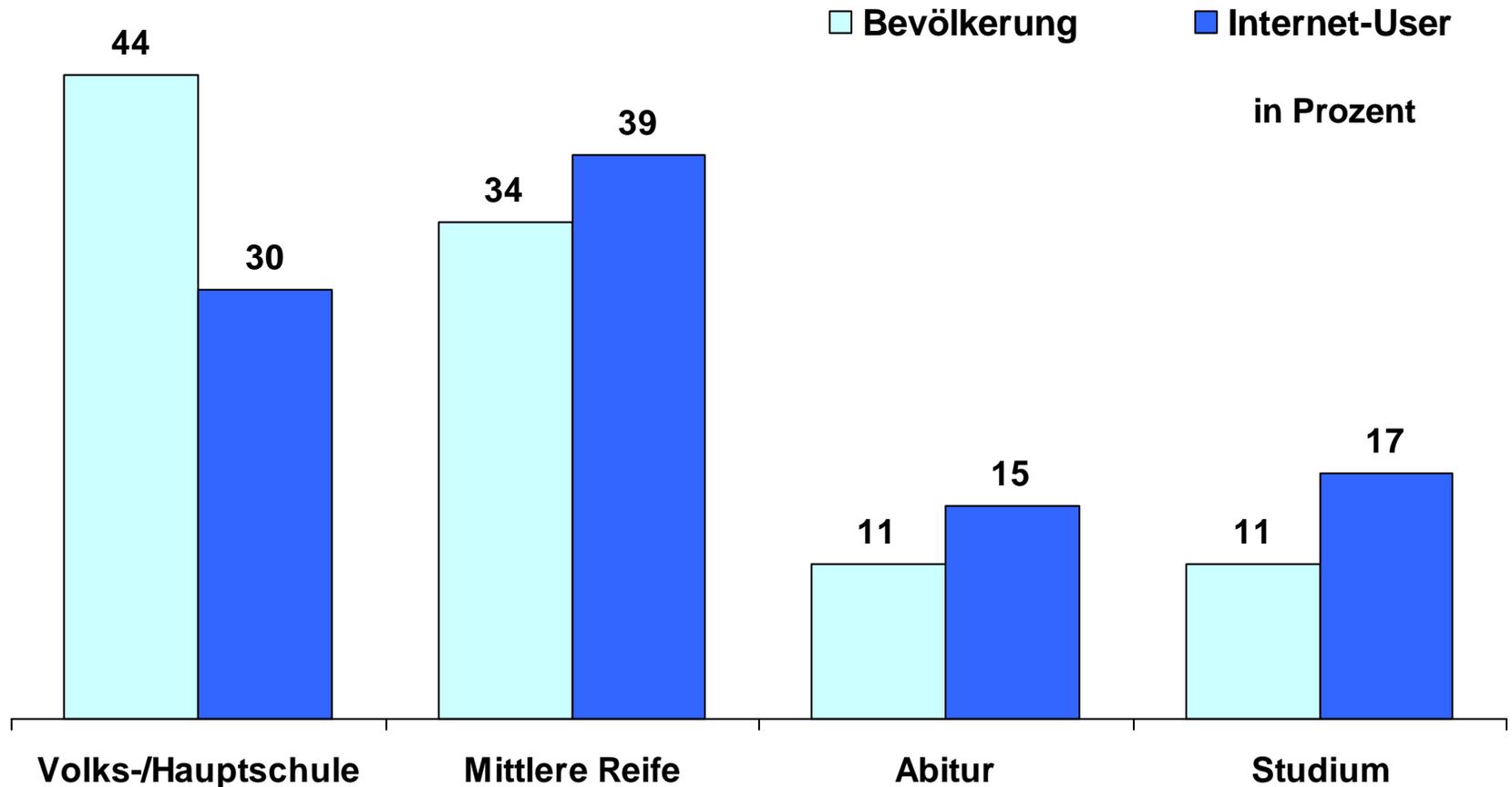
Internet-Nutzer Altersstruktur im Vergleich zur Bevölkerung



Internet-Nutzer Altersstruktur – Zeitreihe



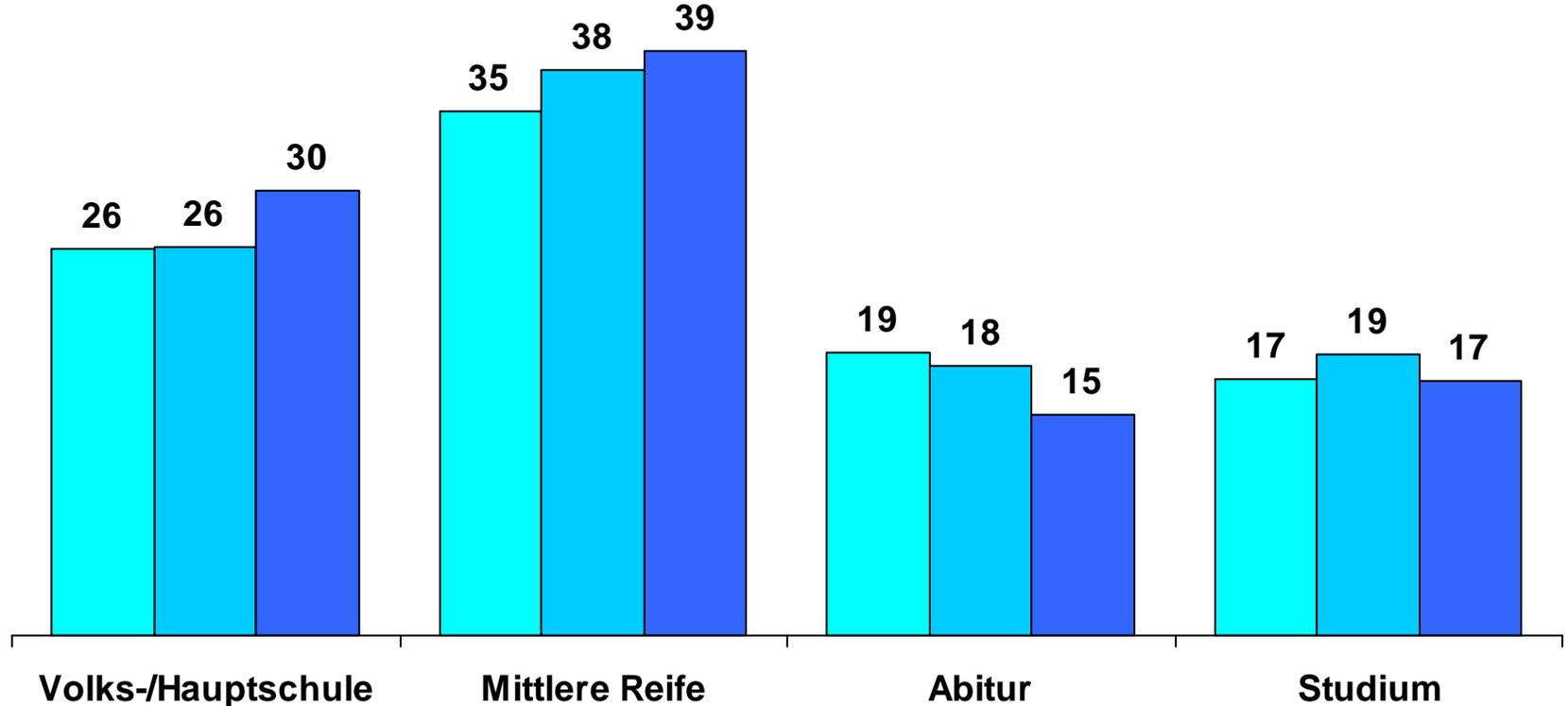
Internet-Nutzer Bildungsabschluß im Bevölkerungsvergleich



Internet-Nutzer Bildungsabschluß – Zeitreihe

in Prozent

1999/2000 Welle 5 Mitte 2000 Welle 6 2000/2001 Welle 7

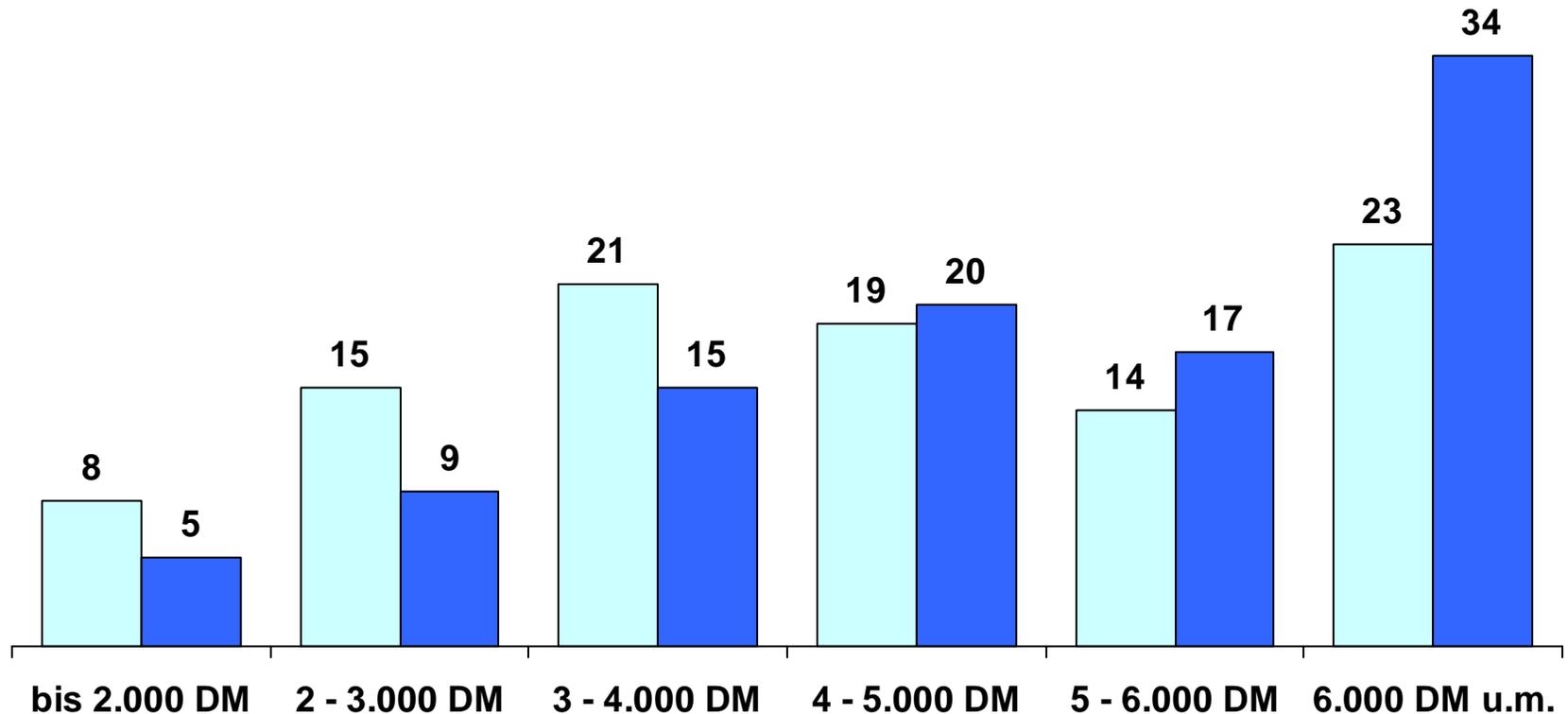


Internet-Nutzer Haushaltsnettoeinkommen im Vergleich zur Bevölkerung

in Prozent

Bevölkerung

Internet-User



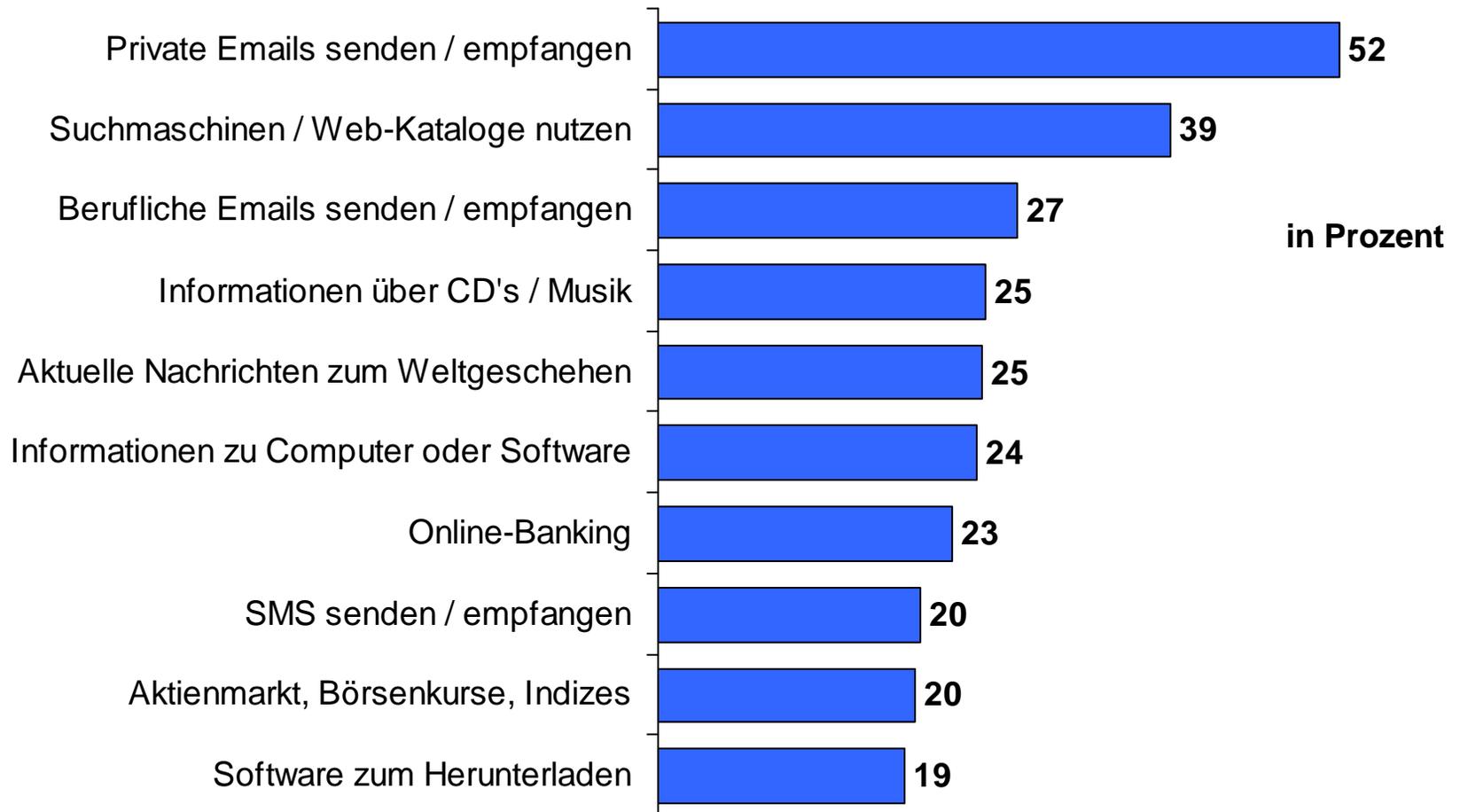
Basis: Angabe zu den Einkommensverhältnissen gemacht.

Quelle: GfK Online-Monitor 7. Welle, 2000/2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung, 52,5 Mio, 8021 Interviews

Inhaltsverzeichnis

- Methode
- Nutzungsverhalten
- Nutzer-Strukturen
- **Nutzungsinhalte**
- eCommerce

Internet-Nutzung Top 10 Aktivitäten



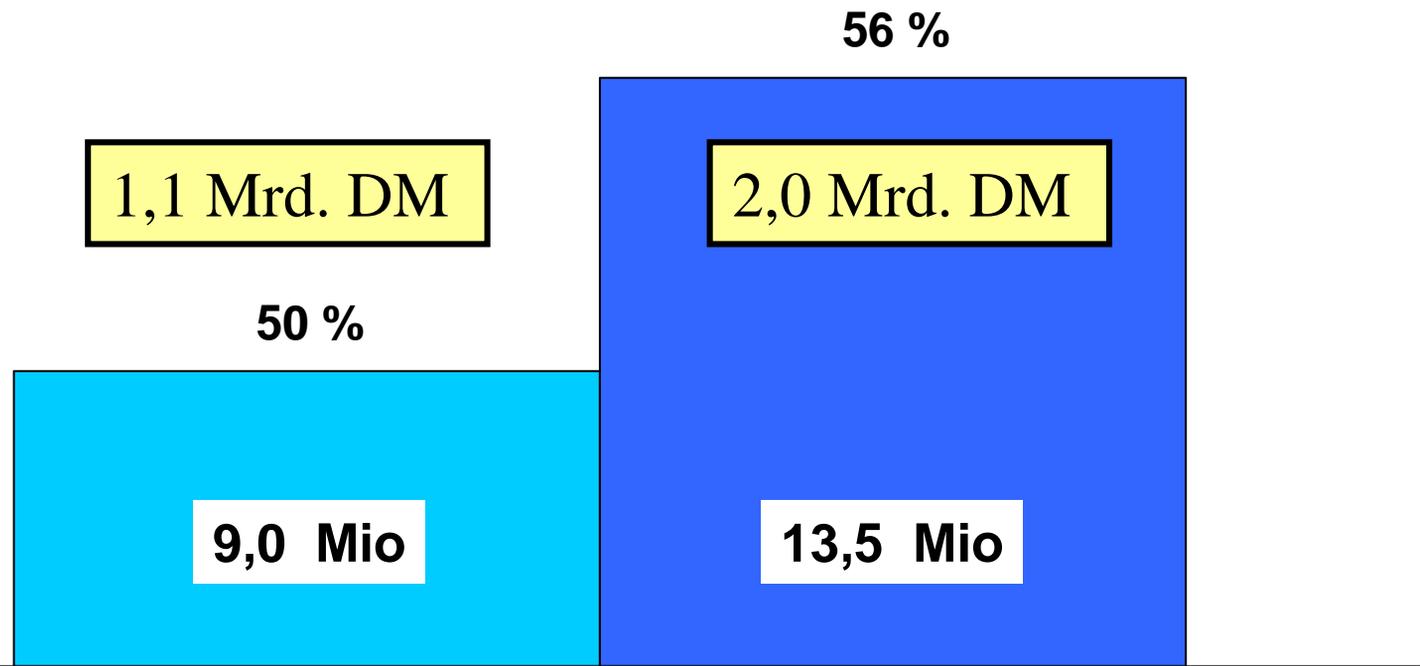
Inhaltsverzeichnis

- Methode
- Nutzungsverhalten
- Nutzer-Strukturen
- Nutzungsinhalte
- **eCommerce**

Internet-Nutzer eConsumer – Zeitreihe

■ Mitte 2000
Welle 6

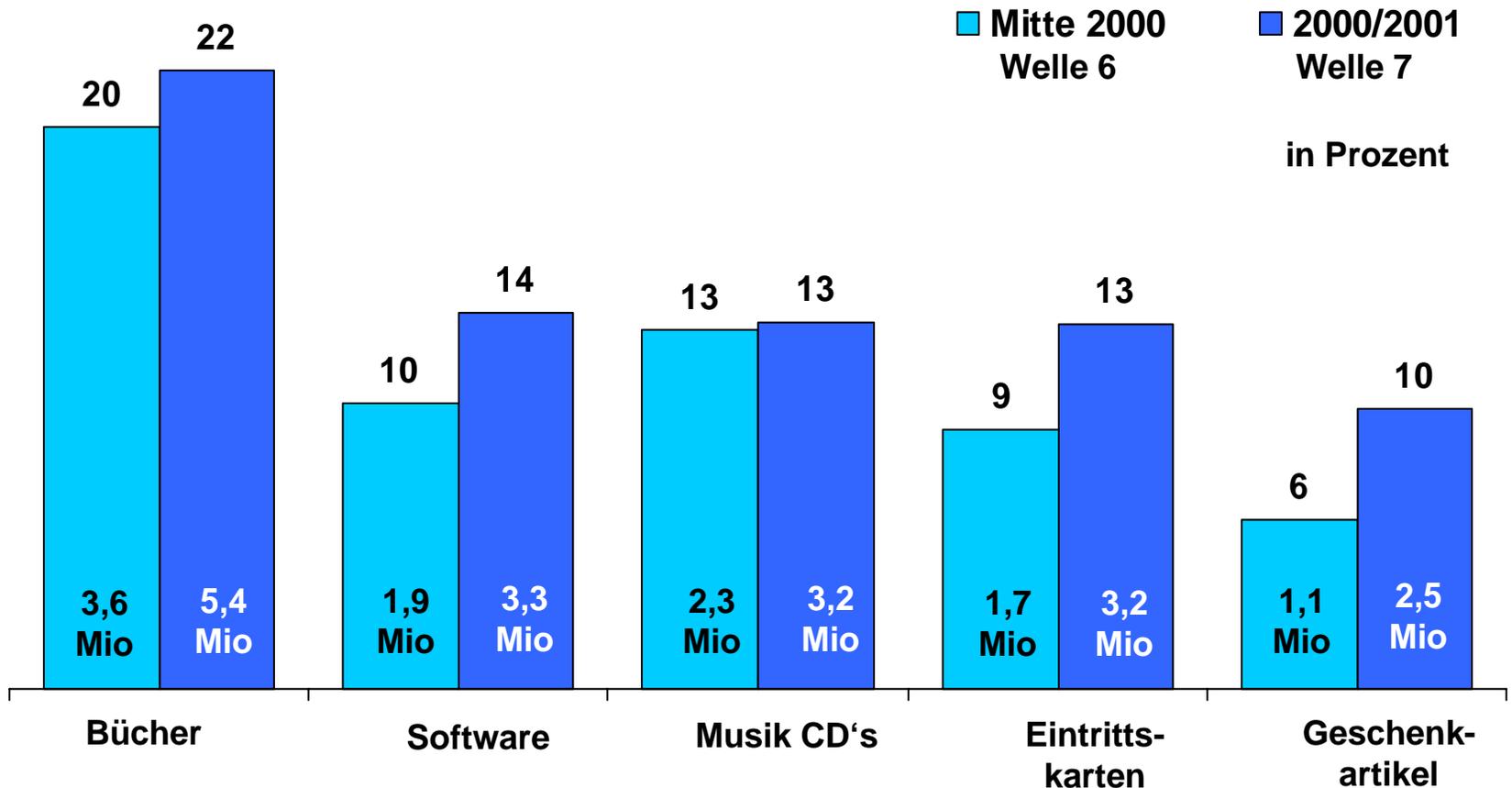
■ 2000/2001
Welle 7



Basis: Internet-Nutzer

Quelle: GfK Online-Monitor 6. und 7. Welle, 2000 - 2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung

Internet-Nutzer Meistgekaufte Produkte / meistgenutzte Dienstleistungen (I) Zeitreihe



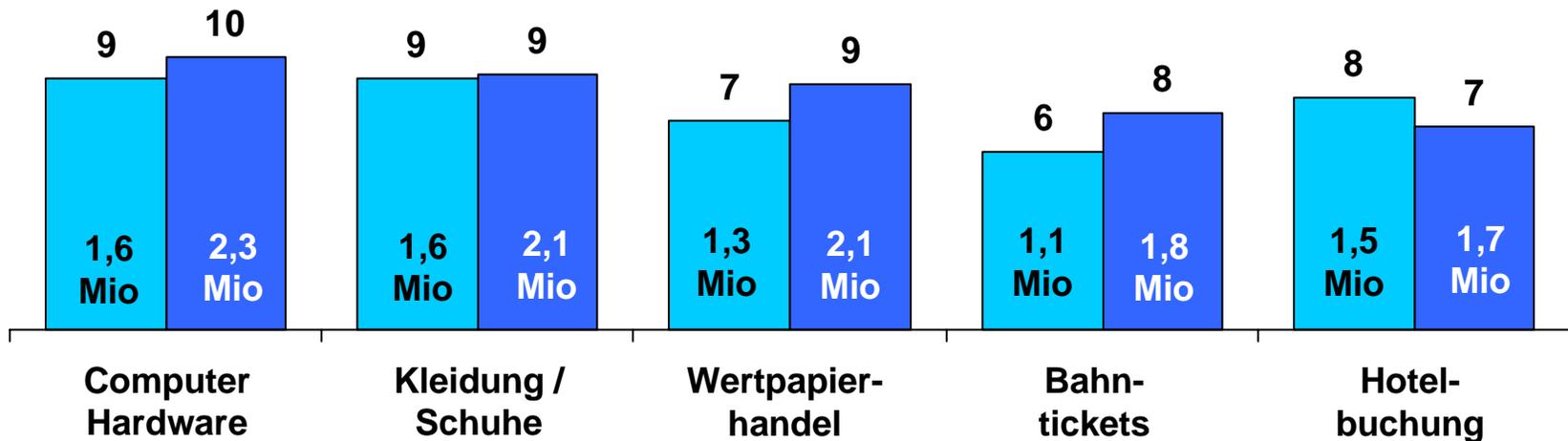
Basis: Internet-Nutzer

Quelle: GfK Online-Monitor 6. und 7. Welle, 2000/2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung

Internet-Nutzer Meistgekaufte Produkte / meistgenutzte Dienstleistungen (II) Zeitreihe

■ Mitte 2000
Welle 6 ■ 2000/2001
Welle 7

in Prozent



Basis: Internet-Nutzer

Quelle: GfK Online-Monitor 6. und 7. Welle, 2000/2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung

Fazit

Die Nutzung des Internets entwickelt sich mehr und mehr zu einem Bestandteil des täglichen Lebens in der Bevölkerung

- **46% = 24,2 Millionen Bundesbürger zählen mittlerweile zum weitesten Nutzerkreis des Internets**
- **Die Internet-Nutzer sind regelmäßiger im „Netz“ als früher:**
 - **pro Woche sind es 35% der Bevölkerung**
 - **pro Tag sind es 21% der Bevölkerung, mithin 11,1 Millionen Menschen in Deutschland.**
 - **pro Woche durchschnittlich an 4,6 Tagen**
 - **pro Tag im Durchschnitt 63 Minuten lang**

Fazit

- **Die Strukturen der Internet-Nutzer nähern sich immer mehr an die der Bevölkerung an.**
- **Das Internet hat sich als**
 - **Kommunikationsmedium**
 - **Informationsmedium**
 - **Transaktionsmedium****etabliert.**
- **Das Internet hat die „kritische Masse“ längst erreicht.**

Auftraggebergemeinschaft GfK Online-Monitor



INTERACTIVE ADVERTISING CENTER

