

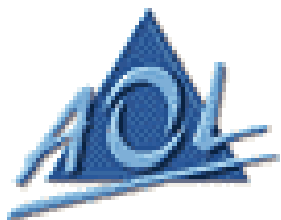
Auftraggebergemeinschaft  
GfK Online-Monitor



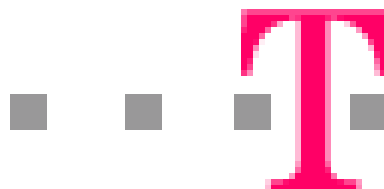
# **GfK Online - Monitor**

**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.**

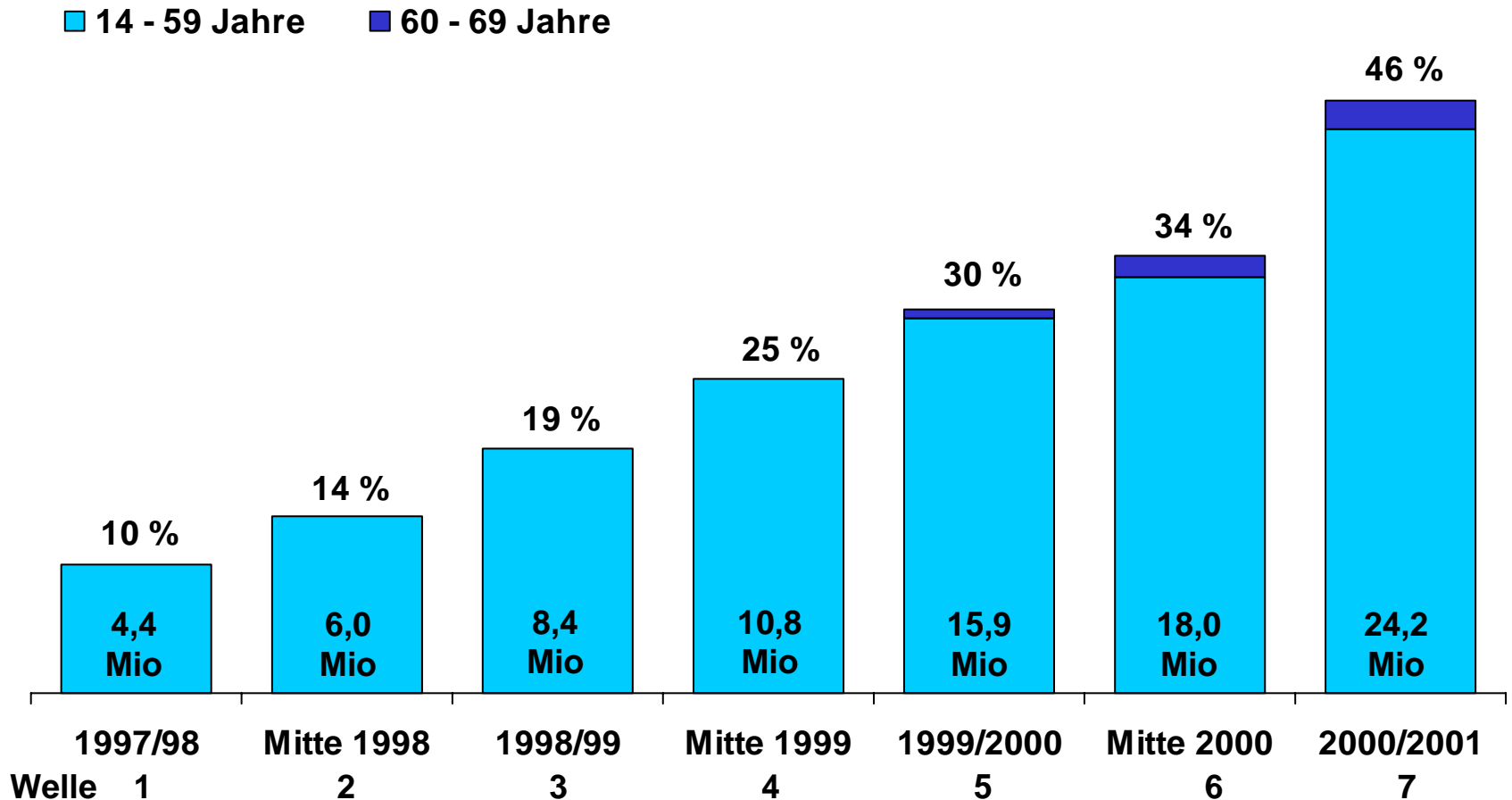
**Mit dieser Definition des Zugangs wird eine verlässliche  
Grundlage gebildet, um härtere Reichweitenwerte wie  
„Nutzer pro Monat“, „Nutzer pro Woche“ und „Nutzer pro  
Tag“ definieren zu können.**

## Inhaltsverzeichnis

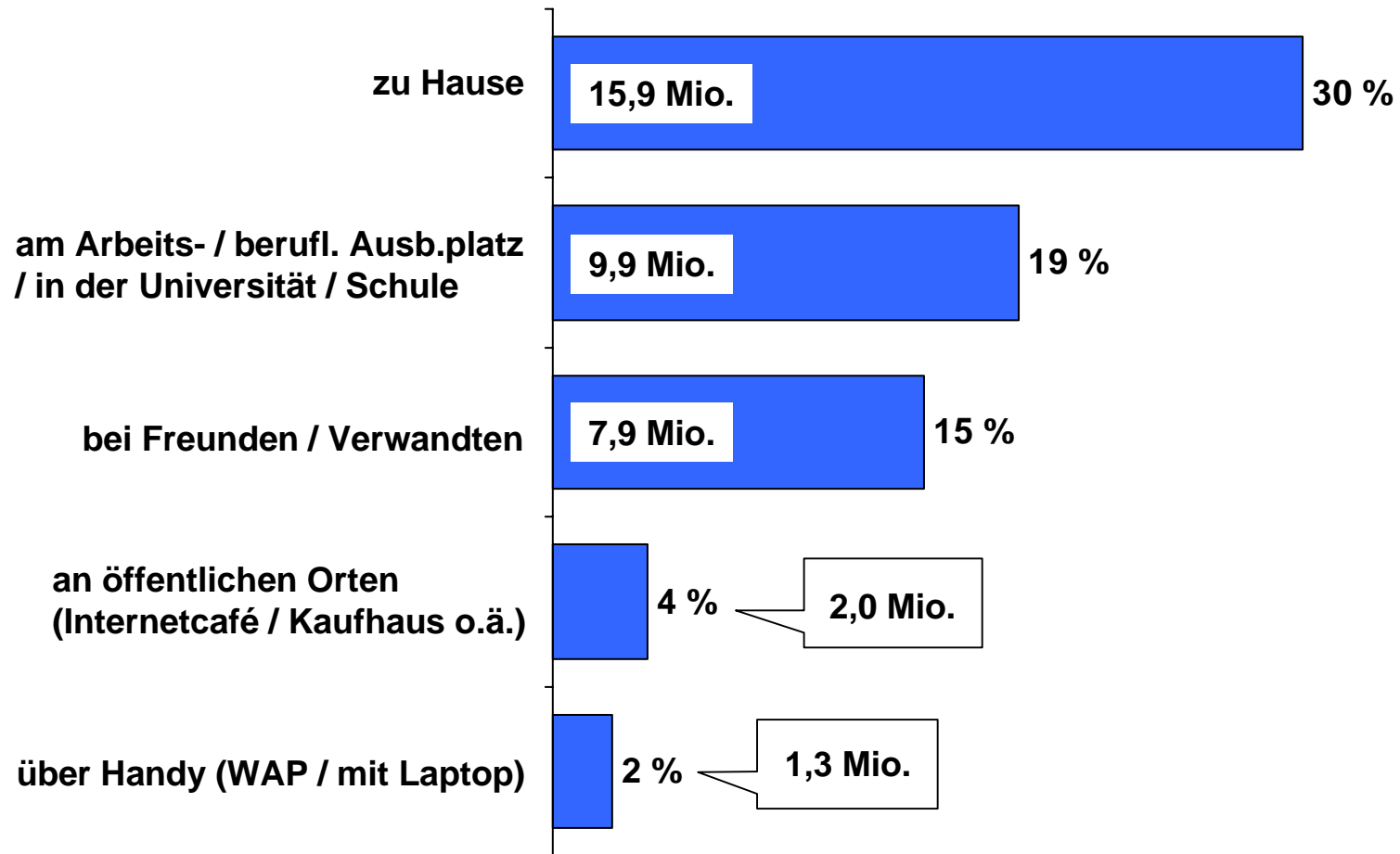
- Methode
- **Nutzungsverhalten**
- Nutzer-Strukturen
- Nutzungsinhalte
- eCommerce



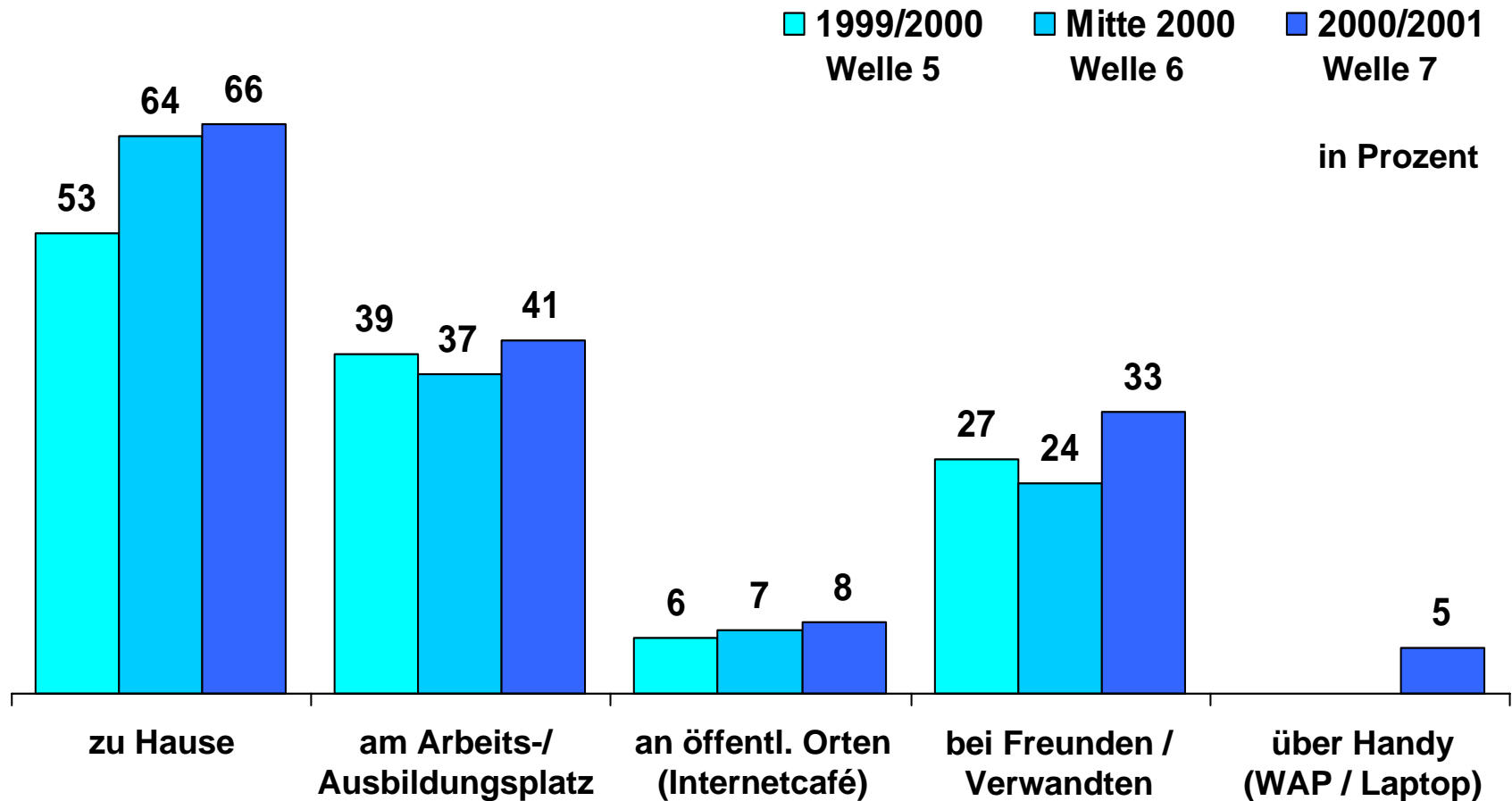
## Internet-Nutzung Reichweitenentwicklung seit Beginn des GfK Online-Monitors



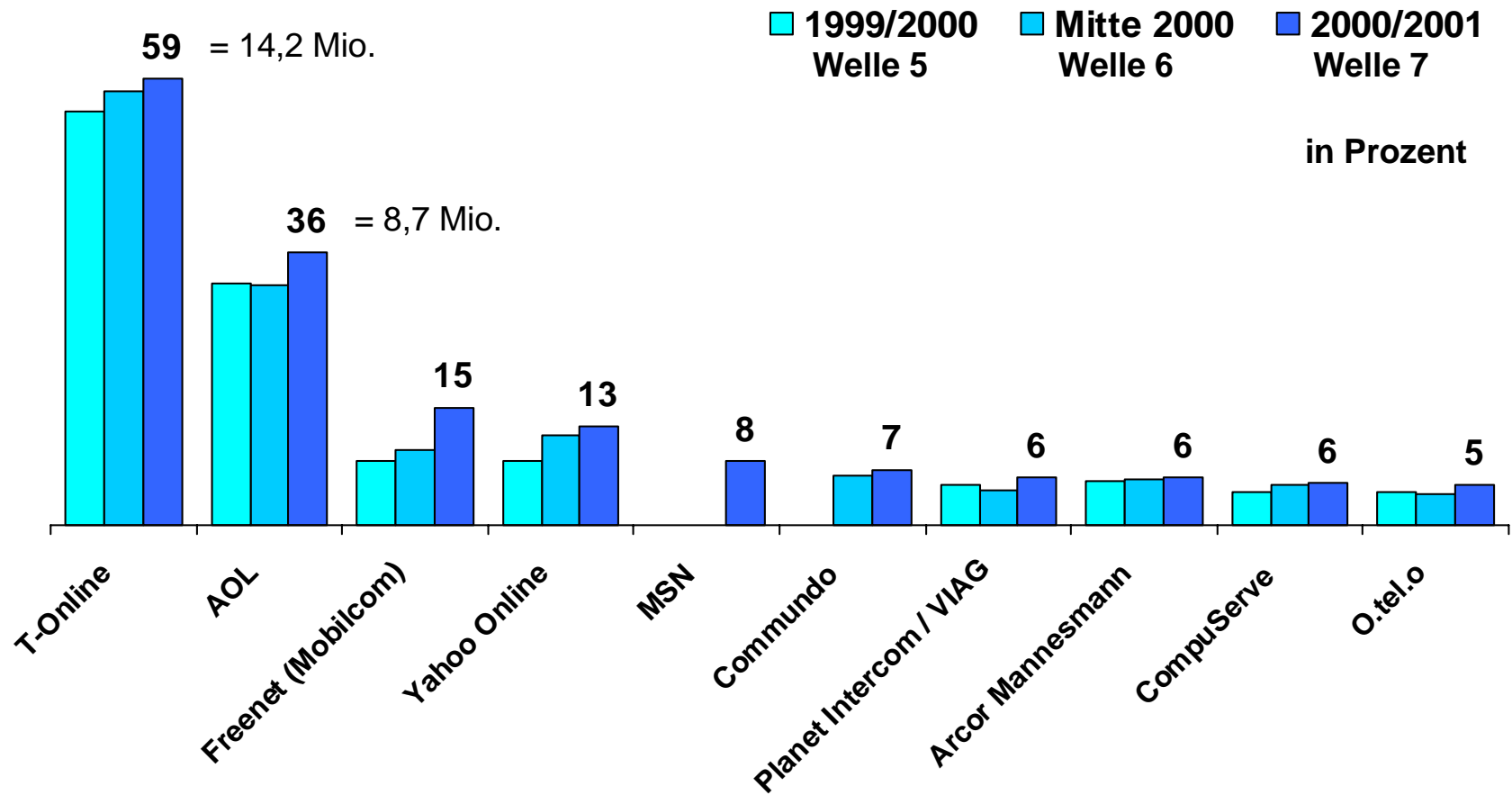
## Internet-Nutzung Reichweite nach Nutzungsorten in Bezug auf die Gesamtbevölkerung



## Internet-Nutzung Anteile nach Nutzungsorten – Zeitreihe



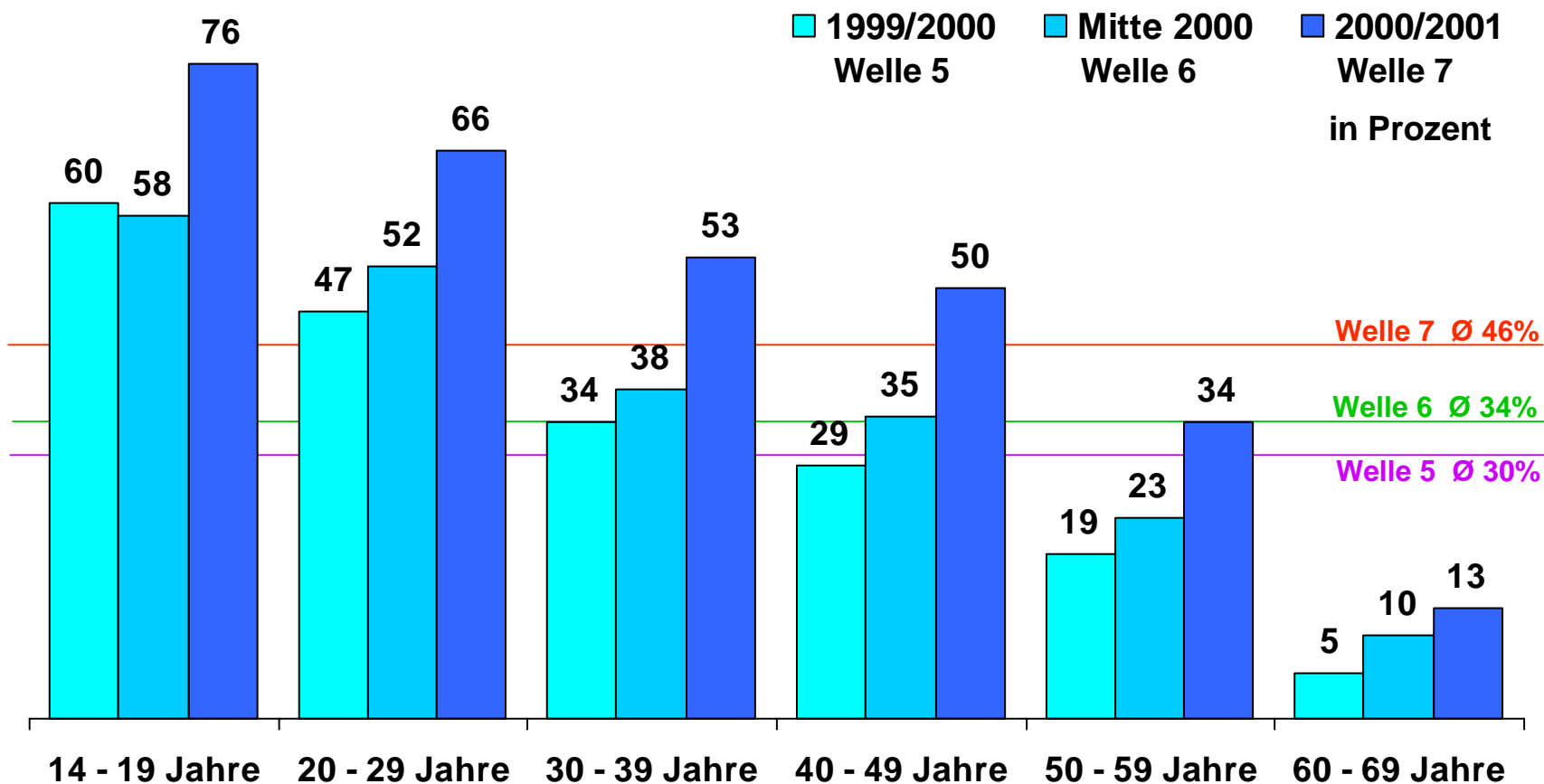
## Internet-Nutzung Top 10 Provider – Anteile – Zeitreihe



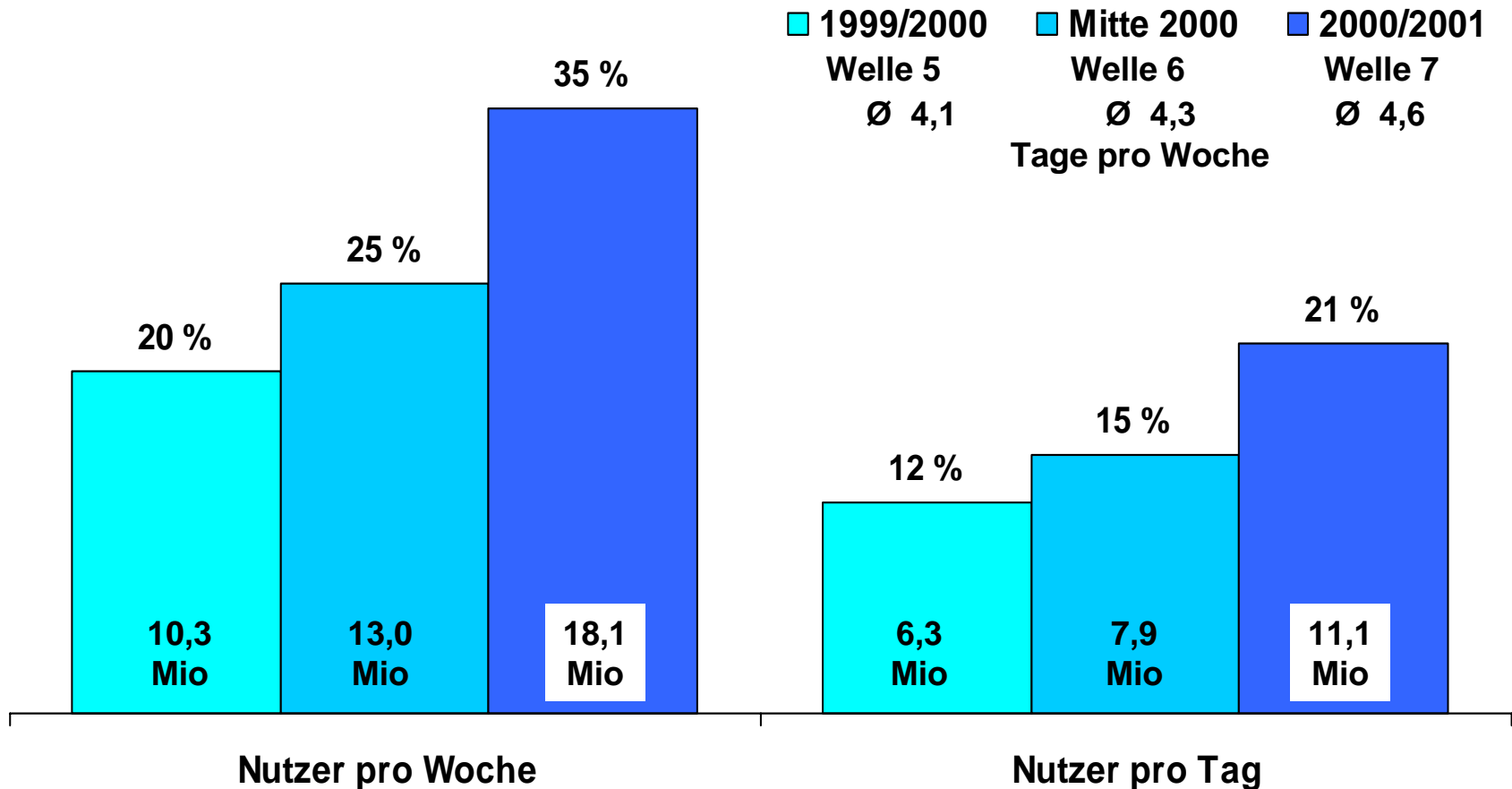
Basis: Online-/Internet-Nutzer insgesamt

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

## Internet-Nutzung Reichweite in den Altersgruppen – Zeitreihe

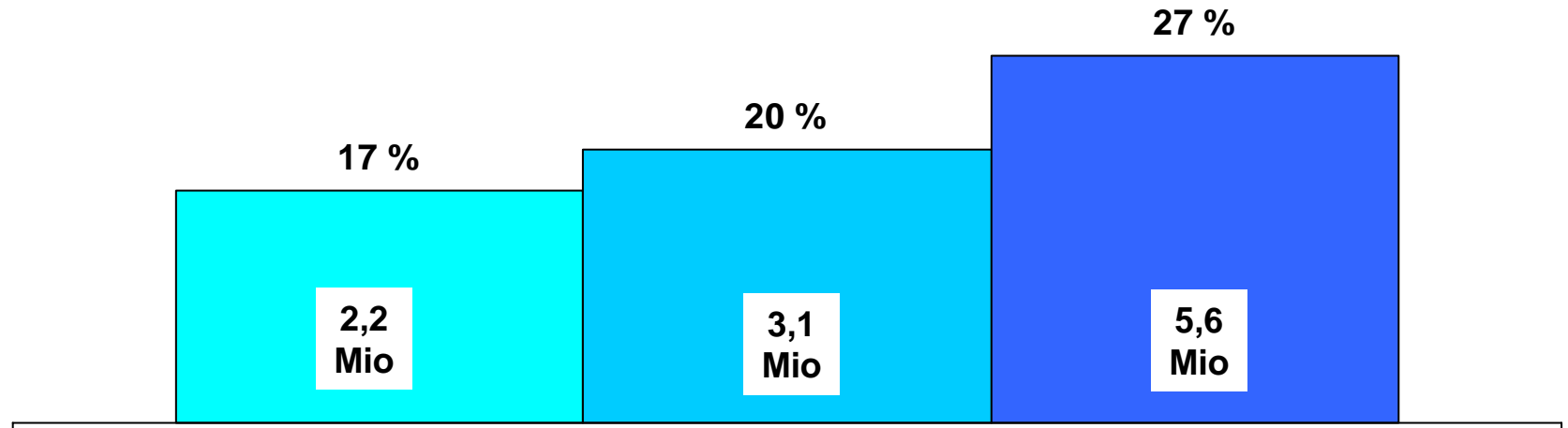


## Internet-Nutzung Reichweite pro Woche / pro Tag – Zeitreihe



## Internet-Nutzung an 7 Tagen pro Woche – Zeitreihe

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

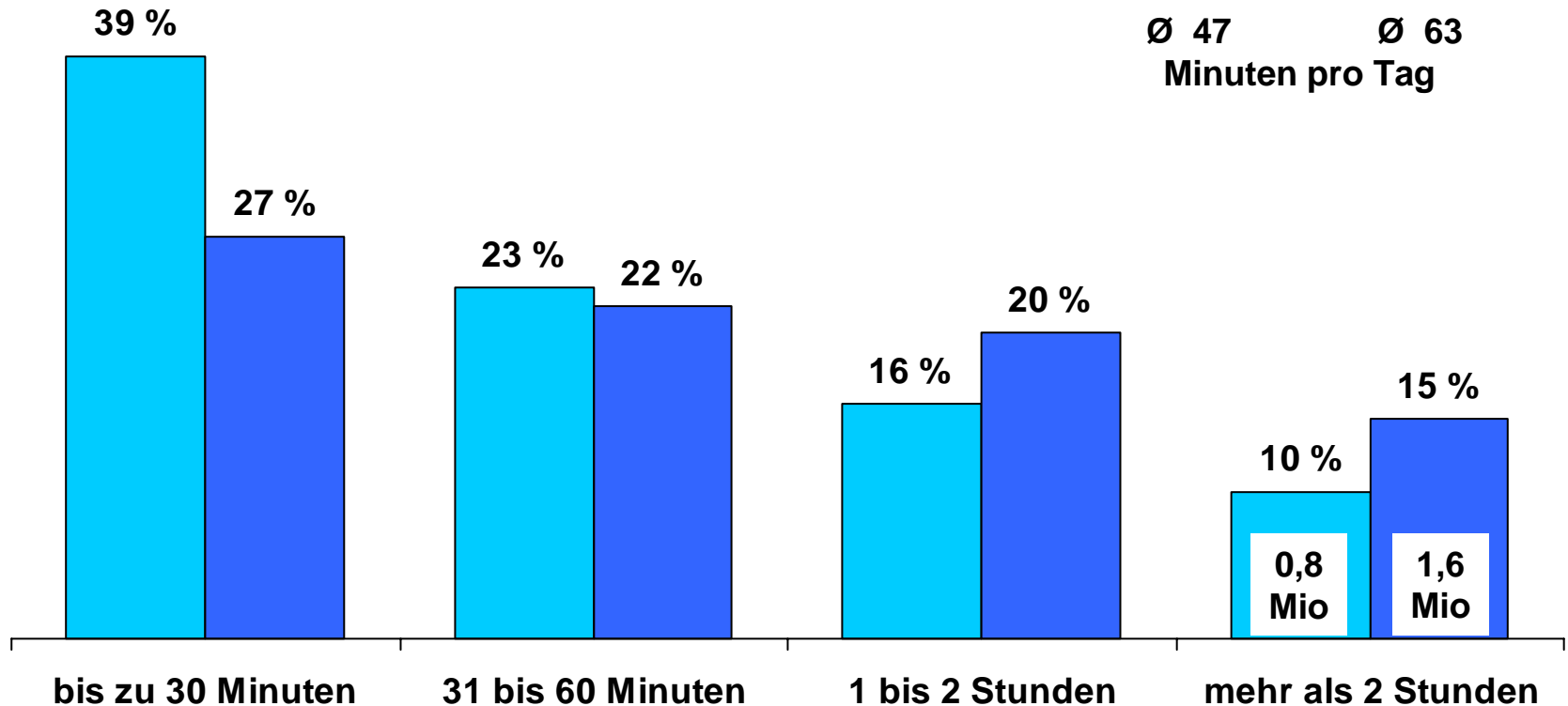


Basis: Nutzer im letzten Monat

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

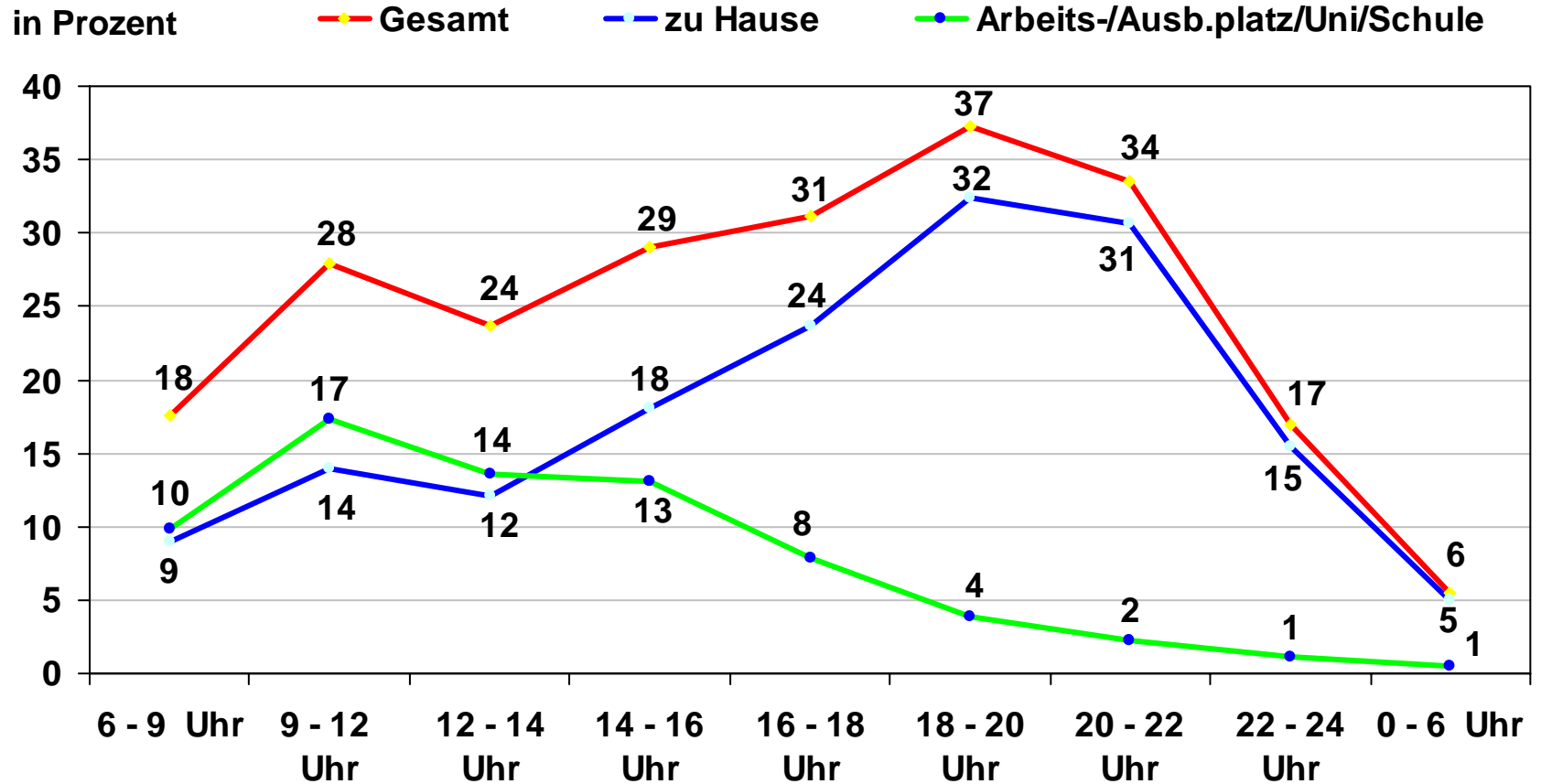


Basis: Nutzer pro Tag

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



## Internet-Nutzung Zeitschiene (mindestens 1 Tag pro Woche)



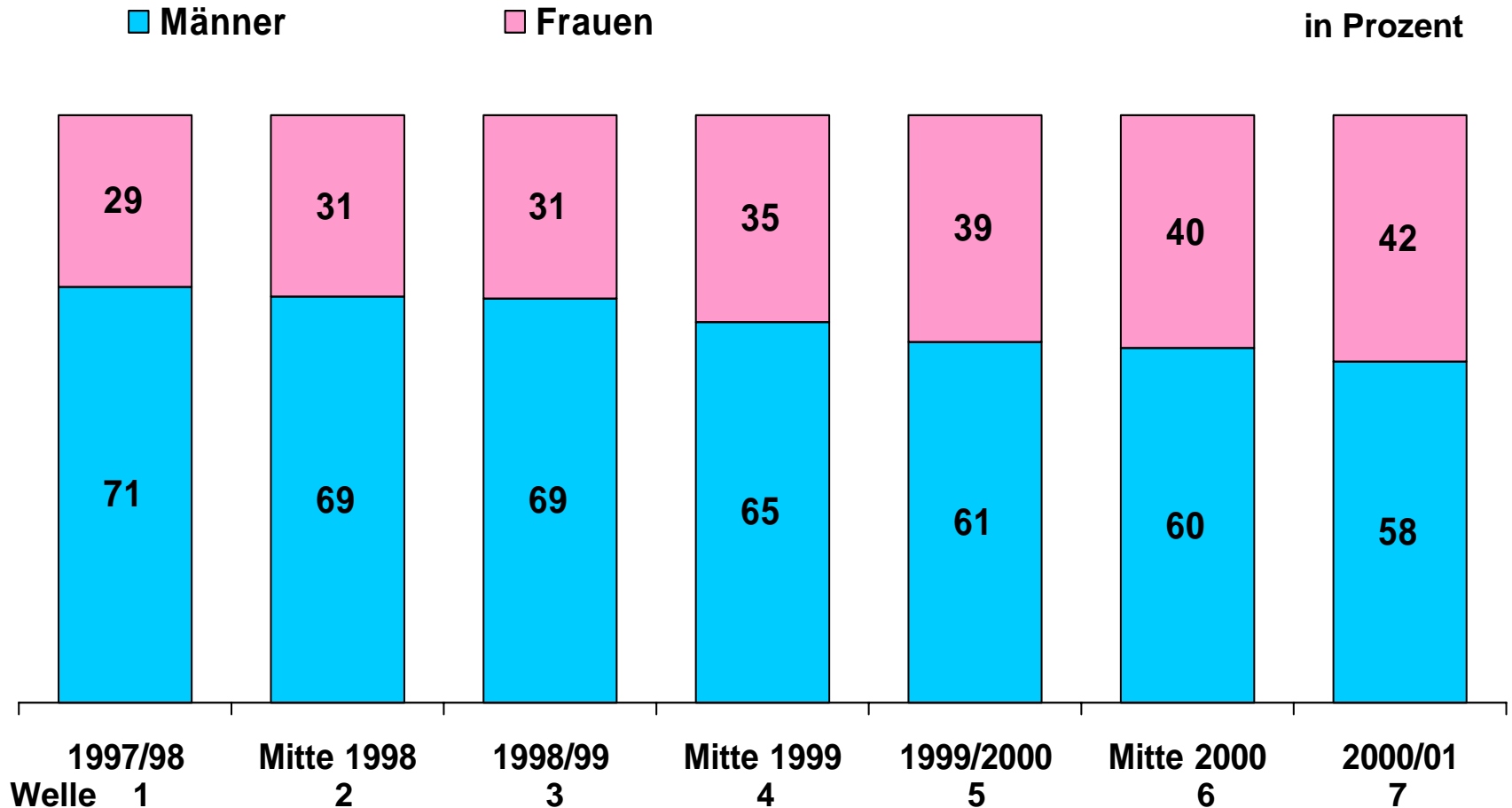
Basis: Internet-Nutzer pro Tag

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

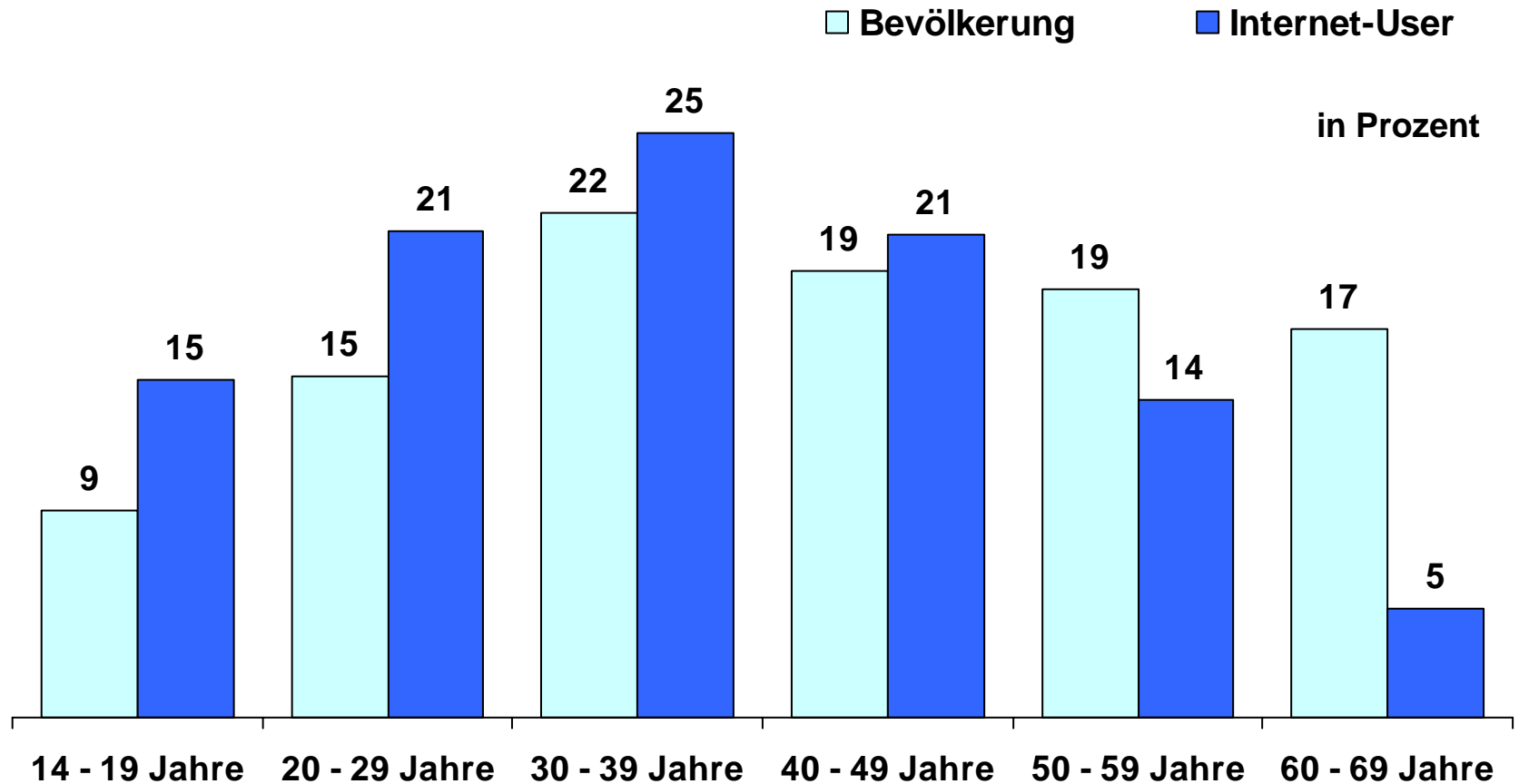
## Inhaltsverzeichnis

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

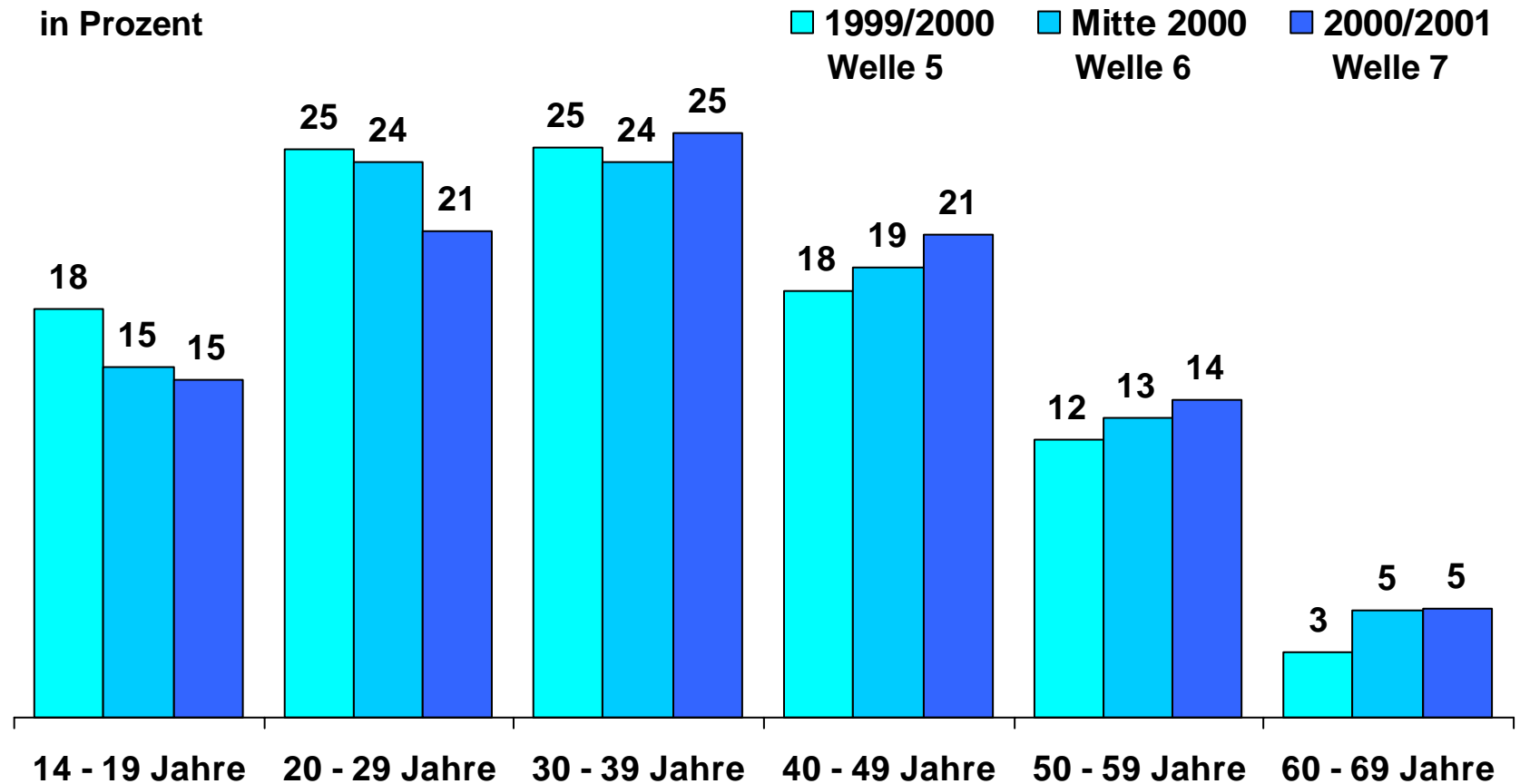
## Internet-Nutzer Der Frauenanteil wächst stetig – Zeitreihe



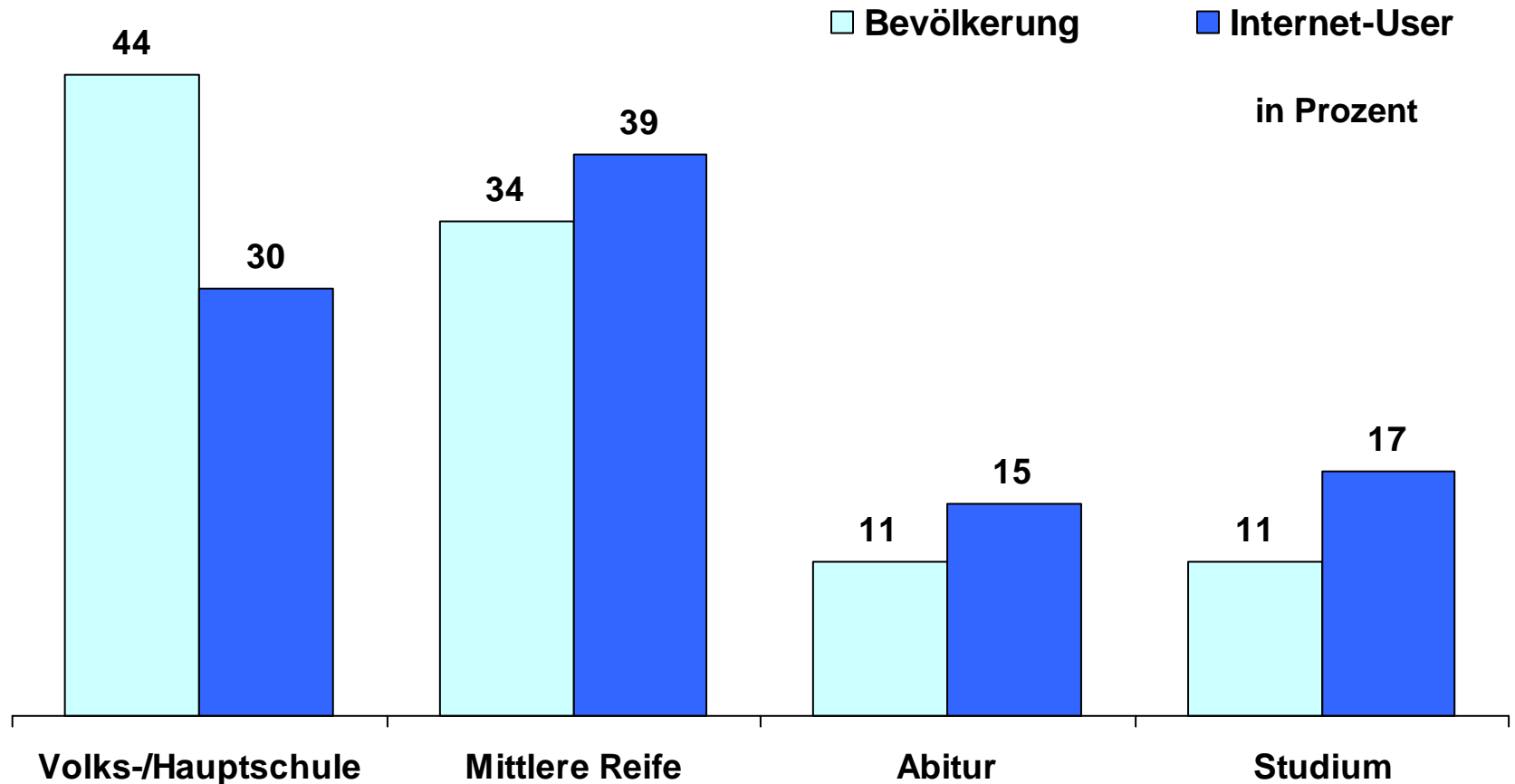
## Internet-Nutzer Altersstruktur im Vergleich zur Bevölkerung



## Internet-Nutzer Altersstruktur – Zeitreihe



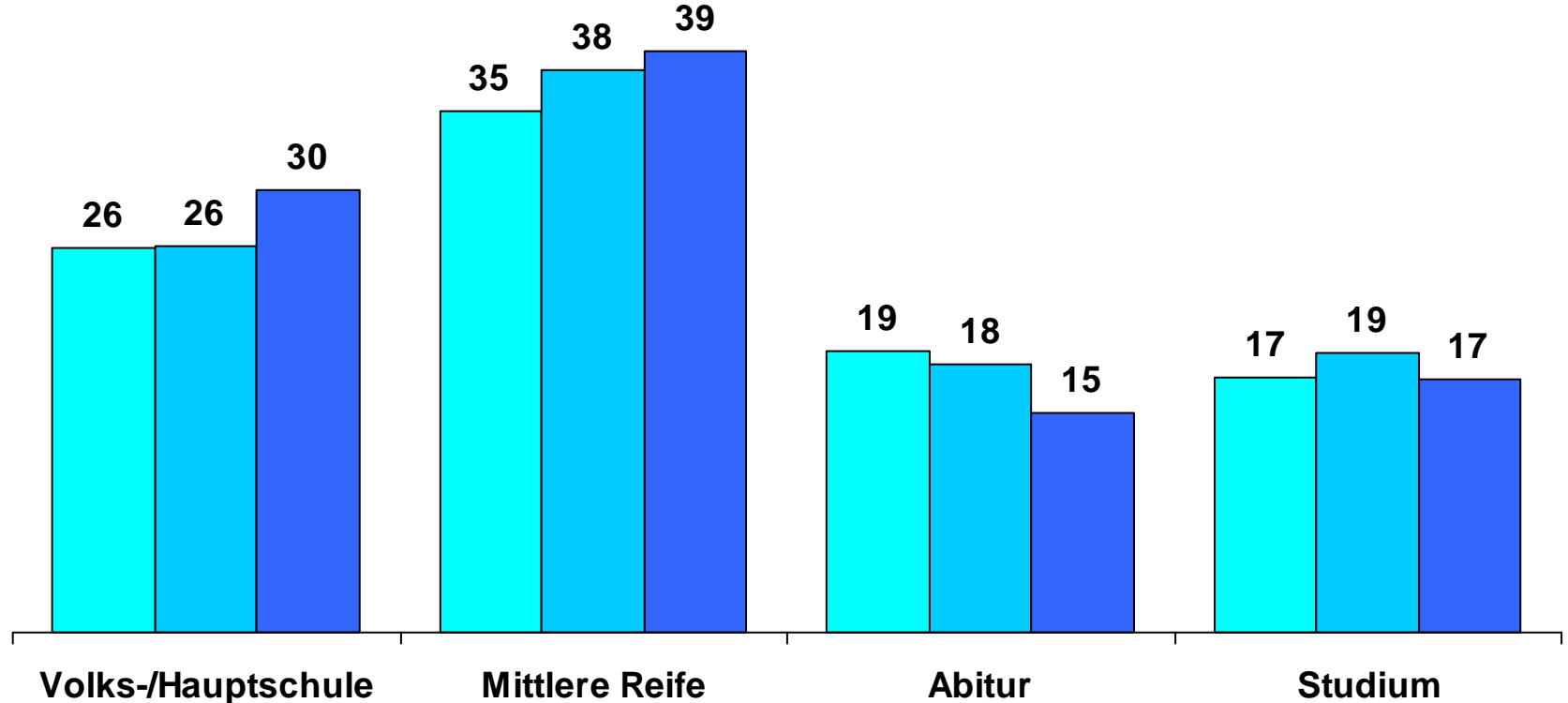
## Internet-Nutzer Bildungsabschluß im Bevölkerungsvergleich



## Internet-Nutzer Bildungsabschluß – Zeitreihe

in Prozent

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

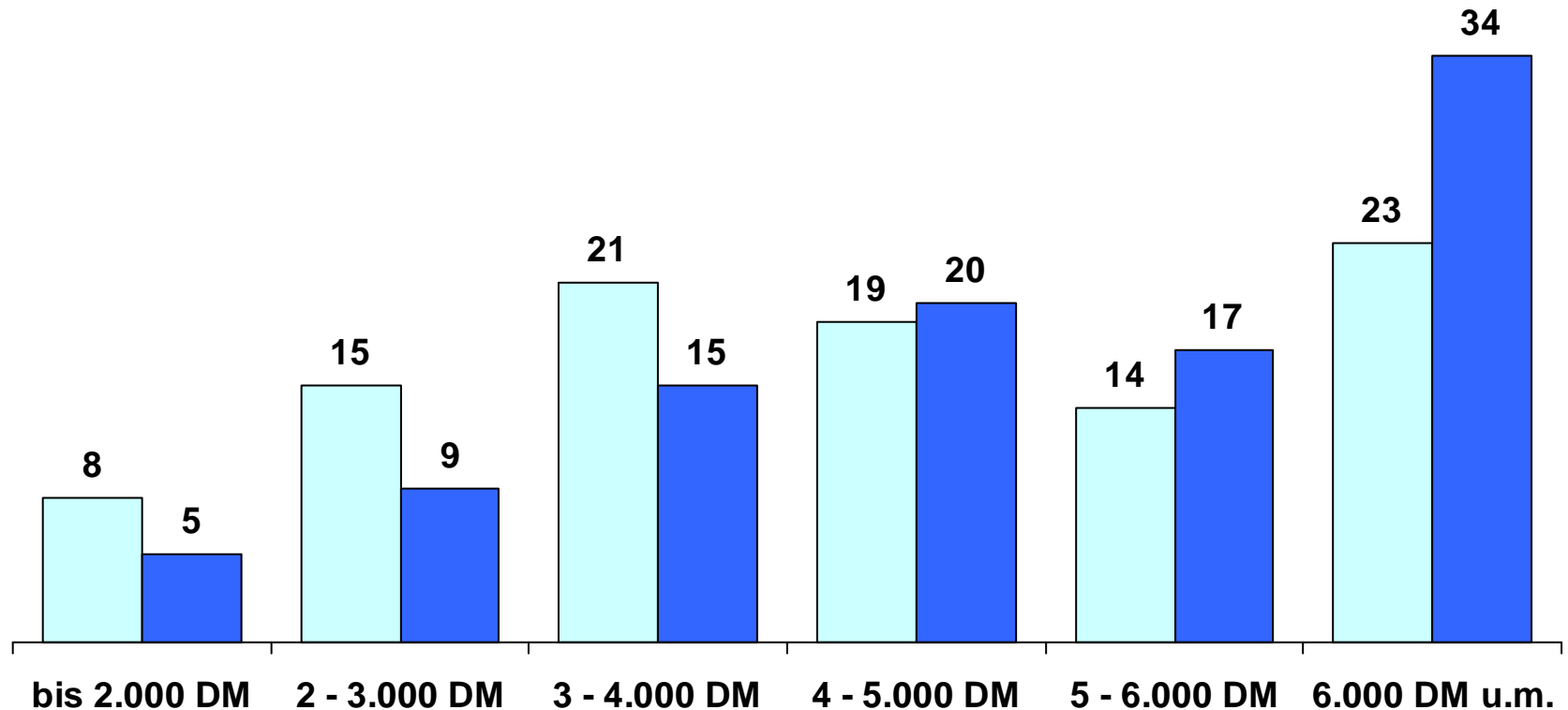


## Internet-Nutzer Haushaltsnettoeinkommen im Vergleich zur Bevölkerung

in Prozent

Bevölkerung

Internet-User



Basis: Angabe zu den Einkommensverhältnissen gemacht.

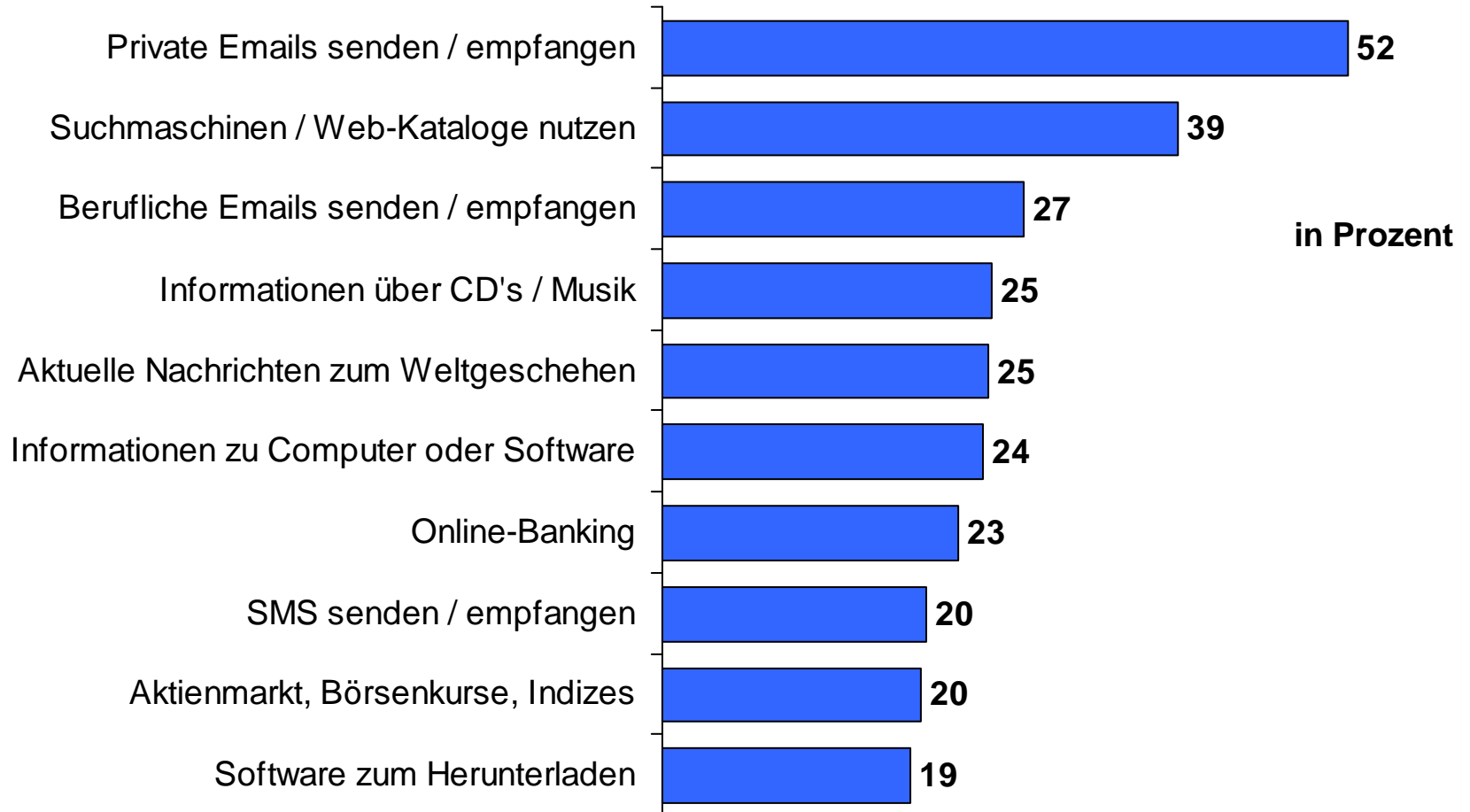
Quelle: GfK Online-Monitor 7. Welle, 2000/2001, 14-69jährige deutschsprachige Bevölkerung, 52,5 Mio, 8021 Interviews



## Inhaltsverzeichnis

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

## Internet-Nutzung Top 10 Aktivitäten



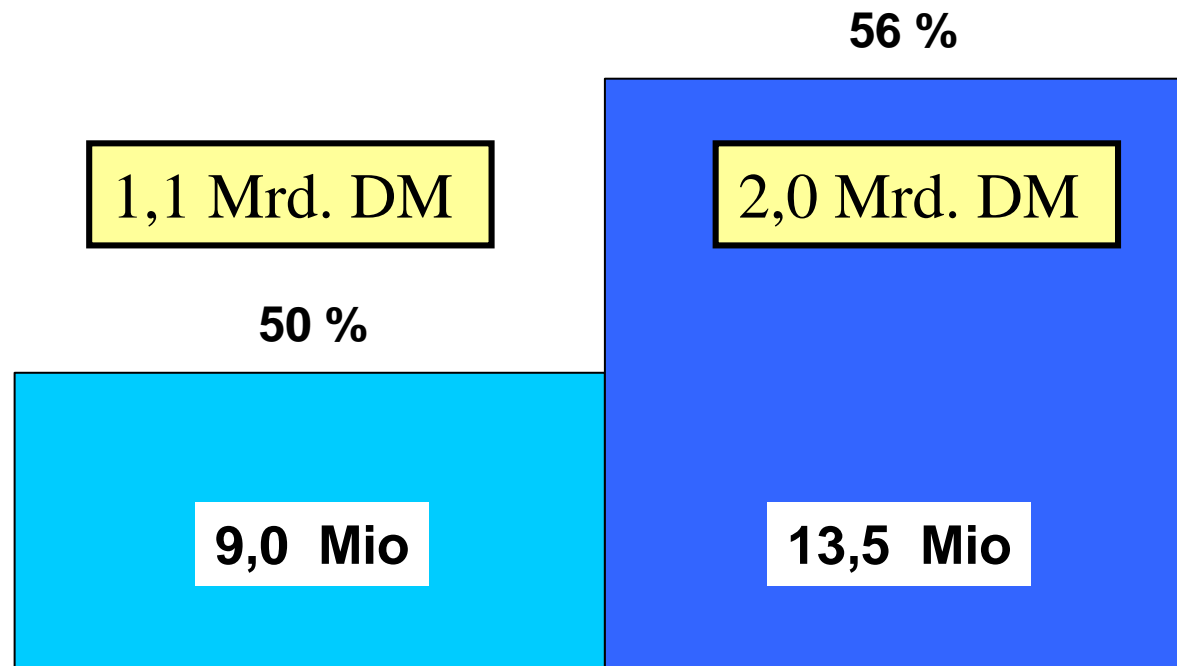
## Inhaltsverzeichnis

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

## Internet-Nutzer eConsumer – Zeitreihe

■ Mitte 2000  
Welle 6

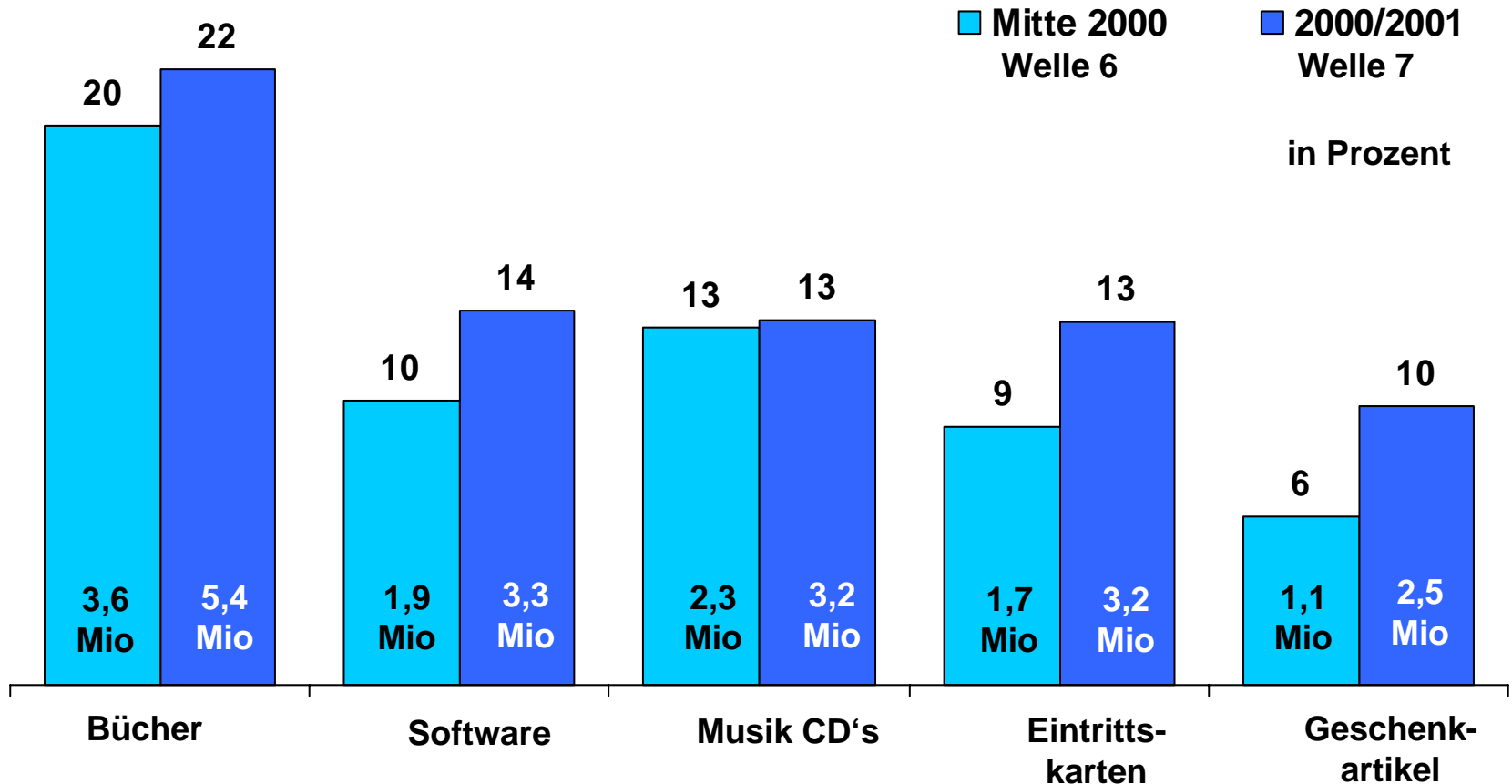
■ 2000/2001  
Welle 7



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



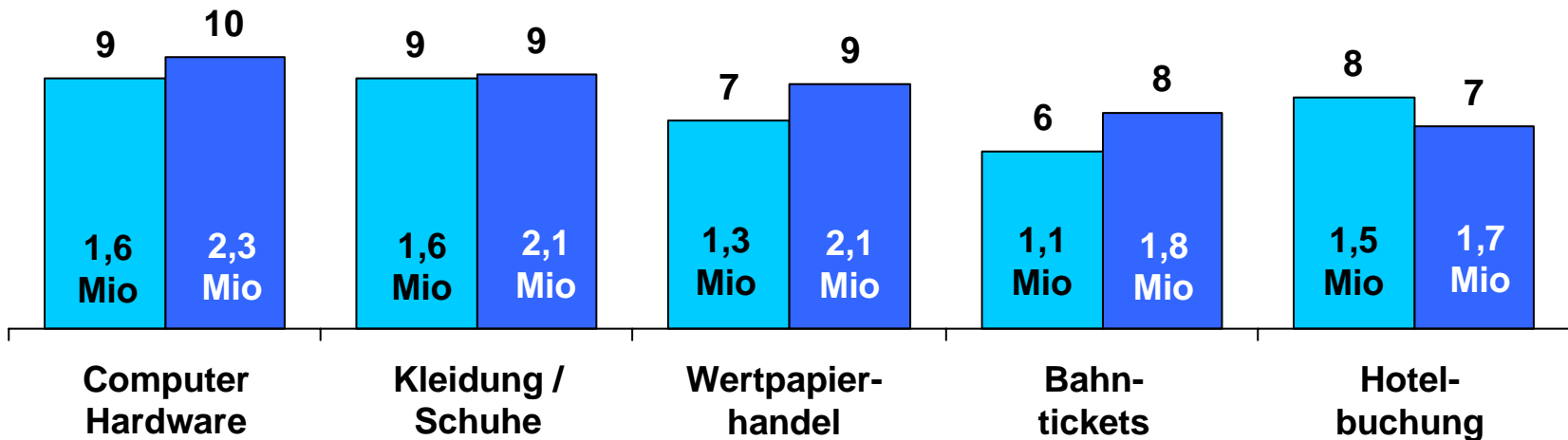
Basis: Internet-Nutzer

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**

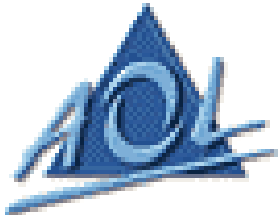
- **46% = 24,2 Millionen Bundesbürger zählen mittlerweile zum weitesten Nutzerkreis des Internets**
- **Die Internet-Nutzer sind regelmäßiger im „Netz“ als früher:**
  - **pro Woche sind es 35% der Bevölkerung**
  - **pro Tag sind es 21% der Bevölkerung, mithin 11,1 Millionen Menschen in Deutschland.**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

