

## affilinet Studie zeigt: Nur relevante Online-Werbung macht gerade bei deutschen Usern Klick

### Erste europaweite Online-Befragung von affilinet zeigt:

- **Deutsche Internetnutzer legen im europäischen Vergleich besonders Wert auf Online-Werbung, die ihren Interessen entspricht**
- **Für 80 Prozent der deutschen Onliner ist der Preis das alleinentscheidende Kriterium für einen Online-Kauf**
- **Deutsche Internetnutzer beim Recherchieren und Einkaufen im Internet spitze**

**München, 5. Juli 2010.** Für deutsche Internetnutzer ist „Relevanz“ das Zauberwort, wenn sie im Internet Werbung wahrnehmen. 70 Prozent von ihnen legen besonderen Wert auf Online-Werbeanzeigen, die zu ihren persönlichen Interessen passen (Europa: 56 Prozent). Sind sie auf ein bestimmtes Produkt aufmerksam geworden, entscheidet für 80 Prozent der deutschen Nutzer am Ende aber immer noch der Preis über den Kauf im Internet (Europa: 67 Prozent). Insgesamt ist das Internet für die Recherche und den Kauf von Produkten für Deutsche und Europäer nicht mehr wegzudenken. Fast zwei Drittel der deutschen Onliner (61 Prozent) suchen im Netz nach Produkten und kaufen dort auch ein (Europa: 38 Prozent). Das sind die Ergebnisse des ersten von affilinet durchgeführten „Consumer Surveys“. Die Nummer eins unter den deutschen Affiliate-Netzwerken und einer der führenden Anbieter in Europa befragte in der repräsentativen Online-Umfrage 2.566 Online-Nutzer aus Deutschland, Großbritannien, Spanien, Frankreich und den Niederlanden im Juni 2010 zu ihrer Einstellung zu Online-Werbung sowie ihrem Einkaufsverhalten im Internet.

### Junge Onliner legen Wert auf ansprechende Online-Werbung, Silver Surfer auf Zusatzinfos

Neben der persönlichen Relevanz der Online-Werbung ist für über ein Drittel (36 Prozent) der 18- bis 24-jährigen User Werbung im Internet besonders interessant, wenn sie genau darauf ausgerichtet ist, wonach sie im Internet suchen (Deutschland: 26 Prozent, Europa: 43 Prozent). Aber auch eine ansprechende Gestaltung der Online-Werbung ist für die jungen Onliner entscheidend: 20 Prozent von ihnen geben diesen Aspekt als wichtiges Kriterium für die Kaufentscheidung an. Damit liegen sie in diesem Punkt deutlich über dem deutschen und europäischen Gesamtdurchschnitt von jeweils 10 Prozent.

Relevanz der Werbung ist auch für die deutschen Silver Surfer (55+) das stärkste Argument für gute Online-Werbung (56 Prozent). Mehr als alle anderen Altersgruppen achten sie jedoch verstärkt auf den Inhalt von Werbebannern. 40 Prozent von ihnen finden Online-Werbung am besten, wenn sie neue Informationen enthält, die vorher nicht bekannt waren (Deutschland: 30 Prozent, Europa: 26 Prozent).

Erweiterte Informationen in Form von Kundenbewertungen sind ebenfalls beliebt. Allerdings legen in Deutschland gerade mal 12 Prozent der Internetnutzer Wert auf Online-Werbung, die ihnen Zugriff auf Kundenbewertungen ermöglicht. In Europa ist dieser Anteil mit 40 Prozent fast viermal so groß.

### Deutsche Internetnutzer sind Europas Online-Shopper Nr.1

Während deutsche Nutzer das Onlinemedium längst als tägliche Recherchequelle nutzen und auch ihre Einkäufe online abwickeln, möchte der europäische Internetnutzer den herkömmlichen Verkaufsladen nicht missen: Viele Europäer (43 Prozent) recherchieren zwar im Internet, kaufen die gewünschten Produkte dann aber oft doch offline ein (Deutschland: 30 Prozent).

Auch bei der Anzahl der Online-Käufe sind die deutschen Internetnutzer dem europäischen Durchschnitt voraus: Jeder Vierte von ihnen (26 Prozent) tätigt fünf oder mehr Käufe online im Monat (Europa: 15 Prozent). Über die Hälfte aller deutschen Onliner (61 Prozent) gibt dabei 50 Euro oder mehr pro Monat aus.

„Mit unserer ersten europaweiten Umfrage wollten wir untersuchen, wie die deutschen und europäischen Internetnutzer mit Werbung im Internet umgehen“, so Dr. Christoph Röck, Managing Director Northern Europe affilinet. „Die Ergebnisse zeigen, dass vor allem die deutschen User auf

## **PRESSEMITTEILUNG**

Werbeeinblendungen achten, die ihren Interessen entsprechen. Das Erfolgsrezept für erfolgreiche Online-Werbung besteht darin, Relevanz und Mehrwert durch intelligente Werbeformen zu erzeugen. Nur dann wird sie von den Konsumenten wahrgenommen. Darum aktualisieren wir unser Werbemittelportfolio ständig mit innovativen Werbeformaten, um unseren Partnern auch in Zukunft höchste Aufmerksamkeitsstärke zu gewährleisten.“

### **Über affilinet**

affilinet ist die Nr. 1 unter den deutschen Affiliate-Netzwerken und einer der führenden Anbieter in Europa. Online-Werbetreibende (Advertiser) profitieren von innovativen Lösungen für performancebasierten Online-Vertrieb und die registrierten Vertriebspartner (Publisher) von attraktiven Verdienstmöglichkeiten. In den drei Produktfeldern „Performance Network“, „Performance Media“ und „Performance Technology“ bietet affilinet Netzwerk- und Serviceleistungen für Partnerprogramme, performancebasierte Medialeistungen sowie technische Lösungen für effizientes Online-Marketing. Europaweit sind bei affilinet rund 1.600 Affiliate-Programme und mehr als 450.000 Publisher registriert.

Weitere Informationen unter [www.affili.net](http://www.affili.net).

### **Pressekontakt**

FAKTOR 3 AG  
Dirk Friedrichs  
Kattunbleiche 35  
D-22041 Hamburg  
Fon: +49 (0)40-67 94 46-190  
Fax: +49 (0)40-67 94 46-11  
eMail: [D.Friedrichs@faktor3.de](mailto:D.Friedrichs@faktor3.de)

### **Unternehmenskontakt**

Sabine Haase  
Director Marketing affilinet  
affilinet GmbH  
Joseph-Wild-Str. 20  
D-81829 München  
Fon: +49 (0) 89 435710-130  
Fax: +49 (0) 89 435710-100  
eMail: [presse@affili.net](mailto:presse@affili.net)