Fünf Neuzugänge für die internet facts

Fünf Neuzugänge für die internet facts

Zuwachs im AGOF Studienteilnehmerkreis mit den Vermarktern StayFriends GmbH, Red Bull Media House Publishing und BCN (Burda Community Network GmbH) / Für weitere Verstärkung sorgen die MeinProspekt GmbH und GIGA Digital AG
Auch in 2014 kann sich die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) über neue Studienteilnehmer für ihre Markt-Media-Studie internet facts freuen. Fünf Neuzugänge erweitern im ersten Halbjahr den Teil¬nehmer¬kreis und damit die Anzahl der teilnehmenden Vermarkter auf 42.
Für die Erhebung und Ausweisung in der internet facts hat sich gleich zum Jahresauftakt die StayFriends GmbH mit ihrem gleichnamigen Networking-Portal (ww w.stayfriends.de) entschieden und wurde mit der internet facts 2014-01 bereits das erste Mal veröffentlicht.
Bereits in der Erhebung und erstmals ausgewiesen in der internet facts 2014-03 wird die Red Bull Media House Publishing mit ihrem Angebot Speedweek.com zum Thema Motorsport (www. speedweek.com). Und auch BCN (Burda Community Network GmbH) freut sich bereits auf die Zahlen für das Fashion-Angebot Harpers Bazaar.de (w ww.harpersbazaar.de), das erstmals mit der internet facts 2014-05 veröffentlicht werden wird.
Den Abschluss in den ersten Monaten des Jahres bilden die MeinProspekt GmbH und GIGA Digital AG. Die MeinProspekt GmbH hat das gleichnamige Katalog- und Prospekt-Portal (www. meinprospekt.de) für die Erhebung angemeldet und wird ab der internet facts 2014-06 ausgewiesen. Die GIGA Digital AG wird ab der gleichen Welle als Vermarkter ihres gebündelten Technik- und Entertainment-Angebots GIGA (www.giga.de) in der internet facts auftreten.
Die Studienteilnahme an der internet facts berechtigt zur Erfassung in der Markt-Media-Studie der AGOF sowie zur Ausweisung der Ergebnisse in der internet facts und ma Online. Diese Daten können zum Zwecke der Vermarktung eines Online-Angebotes eingesetzt werden, was einen maßgeblichen Erfolgsfaktor für die eigene Media-Vermarktung darstellt.

Über die internet facts
Mit ihrer Markt-Media-Studie internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF durch die Überführung des Reichweitenteils unter die methodische Hoheit der agma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der agma erscheint, wird von der Sektion Internet in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantwortet. Ausgewiesen werden in der internet facts Struktur- und Reichweitendaten für über 700 Internet-Werbeträger der Studienteilnehmer an der internet facts.
Die AGOF
Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegrün¬det. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung - und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sek¬tionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Be¬reitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Pla¬nungs¬parameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

Bei Rückfragen:
Katharina Böhm
AGOF Pressesprecherin
Tel.: 069/264 888-318
Fax: 069/264 888-320
Mobil: 0151/126 713 88
Mail: katharina.boehm@agof.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=563741" width="1" height="1">

Pressekontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

katharina.boehm@agof.de

Firmenkontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

katharina.boehm@agof.de

Die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Der Verein setzt sich zusammen aus allen Mitgliedern der AGIREV, Auftraggeberin des Online-Reichweiten-Monitors (ORM), und den Trägern und Lizenznehmern der Arbeitsgemeinschaft @facts sowie weiteren führenden Online-Vermarktern. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Ziel ist es, die neue einheitliche Reichweiten-Währung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt zu etablieren. Zu den aktuellen Mitgliedern der AGOF zählen (in alphabethischer Reihenfolge): AdLINK Internet Media GmbH, AOL Deutschland GmbH & Co. KG, BAUER MEDIA KG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GMX GmbH, GWP online-marketing Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Interactive Media CCSP AG, IP NEWMEDIA GmbH, Lycos Europe GmbH, mobile.de GmbH, QUALITY CHANNEL GmbH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, WEB.DE AG und Yahoo! Deutschland GmbH.