Online-Daten für den Tag: AGOF erweitert Ausweisungszeiträume

Online-Daten für den Tag: AGOF erweitert Ausweisungszeiträume

internet facts bietet mit zusätzlichen Ausweisungszeiträumen verfeinerte Planungsbasis
Mehr als 50 Millionen Deutsche sind regelmäßig im Netz
Das Internet gehört längst zu den beliebtesten Medien in Deutschland. Fast drei Viertel der Deutschen ab 14 Jahren (73,7%) sind online, somit surfen inzwischen 51,77 Millionen der Bundesbürger durchs World Wide Web. Und das mit großer Regelmäßigkeit: 98 Prozent der User waren allein in den letzten drei Monaten mindestens einmal im Netz. An erster Stelle steht bei allen Altersgruppen dabei die private Nutzung (97,1%). Darüber hinaus ist für jeden Zweiten (54,4% bzw. 27,67 Mio.) das Internet gleichfalls fester Bestandteil des beruflichen Alltags.
Passend dazu liefert die neueste Ausgabe der Markt-Media-Studie internet facts, herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF), ab sofort eine noch detailliertere Planungsgrundlage. Mit der heute veröffentlichten internet facts 2012-11 für den Monat November 2012 bietet die AGOF neue Ausweisungszeiträume an: Neben dem Einzelmonat, dem durchschnittlichen Monat und der durchschnitt¬lichen Woche können nun zusätzlich der durchschnittliche Tag, der durchschnittliche Montag bis Freitag und der durchschnittliche Samstag bis Sonntag als Zeitraum für Medien gewählt werden. Damit können auch für kurz terminierte Kampagnen Werbeträger transparent verglichen und die Leistungsfähigkeit des digitalen Mediums optimal ausgespielt werden. Um möglichst nah an der Planungsrealität zu bleiben, werden die neuen Ausweisungszeiträume für alle Angebote und deren Belegungseinheiten zur Verfügung stehen, die auch auf dieser Basis buchbar sind.
Reichweitenrankings der Angebote und Vermarkter
Mit einer Reichweite von 25,49 Millionen Unique Usern im Monat November 2012 (50,1%) liegt eBay.de bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von T-Online (24,52 Mio. bzw. 48,2%), gutefrage.net (18,23 Mio. bzw. 35,9%), WEB.DE (14,95 Mio. bzw. 29,4%) und CHIP Online (14,26 Mio. bzw. 28,0%).
Bei den Vermarktern führt im November TOMORROW FOCUS MEDIA mit 31,56 Millionen Unique Usern (62,1%) vor InteractiveMedia (29,42 Mio. bzw. 57,9%) und United Internet Media (27,81 Mio. bzw. 54,7%). Es folgen Axel Springer Media Impact (27,66 Mio. bzw. 54,4%) und die eBay Advertising Group (26,54 Mio. bzw. 52,2%).
In der durchschnittlichen Woche wird das Ranking von TOMORROW FOCUS MEDIA angeführt (17,45 Mio. bzw. 34,3%), den zweiten Platz teilen sich United Internet Media und InteractiveMedia (16,68 Mio. bzw. 32,8%). Die eBay Advertising Group mit 14,72 Millionen Unique Usern (29,0%) und Axel Springer Media Impact mit 14,50 Millionen Unique Usern (28,5%) vervollständigen die Top 5.
Die hier aufgeführten Reichweiten der Gesamtangebote basieren auf den nach Maßgabe der agma-Gremien erhobenen Daten. Diese werden parallel auch in der ma Online veröffentlicht, welche von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) herausgegeben wird. Die ma 2012 Online 11 erscheint parallel zur internet facts 2012-11 am heutigen Tag.
Allgemeine Daten zur internet facts 2012-11
Im November 2012 waren in Deutschland insgesamt 74 Prozent, d.h. 51,77 Millionen Menschen im Netz (73,7% der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren). Die veröffentlichte internet facts 2012-11 weist Reichweiten- und Strukturdaten für 674 Online-Werbeträger und 3.425 Belegungs¬einheiten sowie Kerndaten zur Internetnutzung, Zielgruppen und E-Commerce aus. Die Daten stehen ab sofort im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP zur Verfügung. Ein Auswahl an Daten, alle Rankings sowie eine Grafiksammlung und der Studiensteckbrief finden sich unter www.agof.de/internetfacts .
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.

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_=521126" 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.