Mit dem Netz auf Kundenfang

Mit dem Netz auf Kundenfang

AGOF facts <br> figures für das zweite Quartal 2013: Online-Potenziale der Branchen "Parfum
 Kosmetik", "Gesundheit", "FMCG: Food
 Beverages" und "Finanzen"
Ob für die Gewinnung neuer Kunden, die Stärkung einer Marke oder den Abverkauf - mit Online setzen Werbekunden auf einen perfekten Marketing- und Vertriebskanal. Welche Zielgruppenpotenziale dabei für welche Branchen im Internet schlummern, zeigen die regelmäßigen Publikationen "AGOF facts <br> figures" der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Im zweiten Quartal 2013 standen dabei die Branchen "Parfum
 Kosmetik", "Gesundheit", "FMCG: Food
 Beverages" sowie "Finanzen" im Fokus. Die aktuellen Auswertungen stehen ab sofort unter www.agof.de zur Verfügung.
Werbetreibende treffen im Netz branchenübergreifend auf interessierte und kaufkräftige Zielgruppen, Unterschiede zeigen sich in einem hohen Frauenanteil (Parfum
 Kosmetik), überdurchschnittlich gebildeten Usern (Gesundheit) oder auch durch ein ausgeprägtes Markenbewusstsein (Finanzen). Während bereits fast ein Viertel der Nutzer Schönheitsprodukte im Netz kauft, nutzen nur knapp sieben Millionen User das Internet für den Kauf von FMCG-Artikeln. Dabei ist der Bedarf gerade hier im Alltag riesig: 97 Prozent der deutschen Onliner ab 14 Jahren haben laut eigenen Angaben in den letzten drei Monaten Lebensmittel und Getränke off- oder online eingekauft.
Ein Blick auf den Mediamix zeigt, dass diese Potenziale beim Einsatz von Werbegeldern noch nicht angemessen berücksichtigt werden: Die FMCG-, Kosmetik- sowie Gesundheitsbranche investierten bislang nur im einstelligen Prozentbereich in Online. Lediglich die Finanzbranche hat mit 17 Prozent das Internet stärker in ihren Mediamix integriert, hier rangiert Online bereits an dritter Stelle nach TV und Zeitungen.
Basis für alle vier Ausgaben des zweiten Quartals ist die internet facts 2013-02 und deren Weitester Nutzerkreis (WNK), also Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNK für die internet facts 2013-02 umfasst insgesamt 51,45 Millionen Menschen bzw. 73,3 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,21 Mio.).
Unter www.agof.de/branchenberichte-facts-figures stehen die ausführlichen Berichtsbände sowie jeweils eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband zur Verfügung.

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 Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Be¬reitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungs¬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

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.