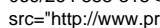




Teilnehmerkreis der mobile facts wächst weiter

Teilnehmerkreis der mobile facts wächst weiter
OMS neues Mitglied in der Sektion Mobile
Condé Nast und aprupt erweitern Kreis der Studienteilnehmer und lassen ab sofort Angebote in der mobile facts ausweisen
Die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. (AGOF) freut sich über Neuzugänge für ihre Markt-Media-Studie mobile facts. So ist zum 1. April 2013 das langjährige Mitglied OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG auch der Sektion Mobile der AGOF beigetreten. Im Zuge dessen wird die OMS ab sofort 50 Mobile-Angebote aus ihrem Gesamtportfolio von der AGOF ausweisen lassen. Daneben haben sich zwei weitere Vermarkter für die Erhebung und Ausweisung in der mobile facts 2013-I entschieden. Damit nehmen aktuell 16 Mitglieder und sechs Studienteilnehmer aktiv an der mobile facts teil.
Die Condé Nast Verlag GmbH, bereits seit 2012 für die Teilnahme angemeldet, wird mit ihren Angeboten "VOGUE Mobile Website", "GQ Mobile Website" und den "GLAMOUR Smartphone Apps" in der anstehenden mobile facts das erste Mal ausgewiesen. Dieses Jahr hat sich außerdem die aprupt GmbH mit den mobil-optimierten Computerwebseiten "PC-WELT Mobil" und "COMPUTERWOCHE mobil" für die Teilnahme an der mobile facts entschieden. Auch sie werden in der anstehenden Welle, der mobile facts 2013-I, erstmals veröffentlicht. Für die nächsten Wellen haben bereits weitere Vermarkter Interesse an einer Teilnahme bekundet.
Die Lizenzierung der mobile facts berechtigt zur Teilnahme an der Markt-Media-Studie der AGOF sowie zur Ausweisung der Ergebnisse. Diese können zum Zwecke der Vermarktung eines Mobile-Angebotes oder einer Applikation eingesetzt werden, was einen maßgeblichen Erfolgsfaktor für die Mediavermarktung darstellt.
Über die mobile facts
Die Markt-Media-Studie mobile facts wird von der Sektion Mobile in der AGOF verantwortet und herausgegeben. Die Studie erhebt Reichweiten- und Strukturdaten für Mobile-Werbeträger in Deutschland, um sie für eine qualitativ hochwertige Mobile-Mediaplanung verfügbar zu machen. Zielsetzung ist, die Studie und den darin ausgewiesenen Reichweiten-Leistungswert Unique User in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern als Reichweiten-Währung in der Mobile-Mediaplanung zu etablieren.
Die AGOF
Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. 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, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, 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


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 alphabetischer 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.