



Die Zielgruppe im Visier: Branchenpotenziale im Internet

Die Zielgruppe im Visier: Branchenpotenziale im Internet
AGOF facts figures untersucht Zielgruppenpotenziale für die Segmente "Versicherungen", "Spielwaren & Babybedarf", "Telekommunikation" und "Bücher". In Zeiten knapper Budgets ist es für Werbungtreibende wichtiger denn je, ihre Zielgruppen umfassend und effizient ansprechen zu können. Ein leistungs-fähiger Partner ist hier das Medium Online. Und das sowohl dank der vielfältigen Werbemöglichkeiten als auch durch die attraktiven Zielgruppen, die Markenartikler ansprechen können. Welche Potenziale dabei auf welche Branchen im Internet warten, zeigen die regel-mäßigen Publikationen "AGOF facts figures" der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Für das dritte Quartal 2013 hat die AGOF dabei die Branchen "Versicherungen", "Spielwaren & Babybedarf", "Telekommunikation" sowie "Bücher" genauer betrachtet. Die aktuellen Auswertungen stehen ab sofort unter www.agof.de zur Verfügung. Gerade für Werbungtreibende dieser Segmente zahlt sich das Online-Engagement aus. Nicht nur, dass sie branchenübergreifend auf interessierte und kaufkräftige Zielgruppen treffen: Fast jeder zweite Internet-nutzer kauft bereits Bücher online, über 40 Prozent recherchieren zu Spielwaren & Babybedarf. Über zehn Millionen Onliner planen zudem in den nächsten zwölf Monaten den Abschluss einer Versicherung und vier von zehn Usern interessieren sich aktiv für Telekommunikationsartikel. Mit Online-Werbung lassen sich diese und neue Zielgruppen genau ansprechen und für neue Produkte begeistern - insbesondere da rund die Hälfte gegenüber Online-Werbung aufgeschlossen ist. Basis für alle vier Ausgaben des dritten Quartals ist die internet facts 2013-05 und deren Weitester Nutzerkreis (WNNK), also Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNNK für die internet facts 2013-05 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 IAB die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der IAB 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 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, 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
http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnrn=541858

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.