




AGOF erweitert Grundgesamtheit der internet facts um Teens

AGOF erweitert Grundgesamtheit der internet facts um Teens
Die Grundgesamtheit der Markt-Media-Studie internet facts wird ab der kommenden Welle auf die Altersgruppe 10-13 Jahre ausgeweitet. Die Datengrundlage der internet facts wird noch umfassender: Wie die AGOF heute exklusiv auf der dmexco in Köln vorgestellt hat, werden erstmals ab der kommenden Welle Teens im Alter von 10-13 Jahren ausgewiesen - und damit einer hochwertigen Online-Mediaplanung zugänglich gemacht. Die referenzierte Grundgesamtheit wird gleichzeitig ab der internet facts 2013-07 auf 10+ umgestellt. Dadurch steigt die Grundgesamtheit der internet facts auf über 73 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland ab 10 Jahren an. Mit dieser Änderung, die auch für die ma Online vorgenommen wird, ist Online das erste Medium nach Radio, das innerhalb der AGMA seine Grundgesamtheit erweitern konnte.
Im ersten Ausbauschritt werden Reichweiten für die Altersgruppe 10-13 auf Angebots- und Belegungseinheiten-Ebene sowie eine Auswahl an soziodemografischen Informationen zur Verfügung stehen. Weitere Zielgruppenmerkmale, wie Produktinteressen oder ähnliches, werden sukzessive folgen.
Matthias Wahl, Vorstandsvorsitzender der AGOF, fasst das Anliegen der AGOF mit der Grundgesamtheits-Erweiterung zusammen: "Mit unserer Studie internet facts stellen wir den Marktstandard für die Online-Mediaplanung in Deutschland. Daher ist es uns ein großes Anliegen, diese Planungsgrundlage fortlaufend zu verbessern und mit noch mehr relevanten Informationen auszustatten. Mit der Ausweitung der darin abgebildeten Grundgesamtheit nähern wir uns der vollständigen Abbildung der Online-Nutzerschaft weiter an und machen auch diese Zielgruppe konkret planbar."
Neben einer optimierten Planungsgrundlage bietet die internet facts durch ihre Grundgesamtheits-Erweiterung jetzt auch Vermarktern von Angeboten speziell für Teens ab 10 Jahren eine attraktive Teilnahmemöglichkeit.
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-Werbe-trägerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungs-werte 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.
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 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.