



internet facts und die ma Online erscheinen erstmals mit erweiterter Grundgesamtheit

internet facts und die ma Online erscheinen erstmals mit erweiterter Grundgesamtheit
 Mit der heutigen Veröffentlichung der internet facts 2013-07 bzw. ma 2013 Online 7 werden erstmals Daten für die Altersgruppe 10-13 Jahre ausgewiesen
 Die AGOF und die agma haben mit den heute veröffentlichten Ausgaben ihrer Reichweitenstudien internet facts bzw. ma Online die erste Ausgabe mit erweiterter Grundgesamtheit vorgelegt. Darin werden nun auch Nutzungsdaten von Teens im Alter von 10 bis 13 Jahren ausgewiesen und der Online-Mediaplanung zugänglich gemacht. Gleichzeitig wurde die referenzierte Grundgesamtheit auf "10+" umgestellt. Nach Radio ist Online das erste Medium, das innerhalb der agma seine Grundgesamtheit erweitert hat. Im ersten Ausbauschnitt werden Reichweiten für die Altersgruppe 10-13 auf Angebotsebene (sowie für Belegungseinheiten bei der AGOF) und eine Auswahl an soziodemografischen Informationen zur Verfügung stehen. Weitere Zielgruppenmerkmale, wie z.B. Produktinteressen, folgen.
 Die Relevanz der Neuerung zeigt ein Blick auf die heutigen Ergebnisse: Mit der Erweiterung steigt die Grundgesamtheit beider Studien auf über 73 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland. Davon sind über 55 Millionen regelmäßig im Internet unterwegs und werden fast vollständig (98,6%) über die teilnehmenden Angebote der internet facts und ma Online erreicht. Von den Teens im Alter von 10 bis 13 Jahren sind knapp drei Millionen bereits online, also 96 Prozent dieser Altersgruppe in Deutschland. Wie in den übrigen Altersklassen überwiegen mit 51,3 Prozent leicht die männlichen Nutzer.
 Matthias Wahl, Vorstandsvorsitzender der AGOF und Vorstand der Gattung Online in der agma, erklärt die Beweggründe für die Grundgesamtheits-Erweiterung: "Für einen Marktstandard wie die internet facts bzw. ma Online ist es wichtig, Realitäten so genau wie möglich abzubilden. Dazu zählt natürlich auch das Nutzungsverhalten der Teens - eine Altersgruppe, die mit digitalen Medien aufwächst und deren hohe Affinität für interaktive Angebote bekannt ist. Mit der Grundgesamtheits-Erweiterung können wir nun konkrete Daten über die tatsächliche Online-Nutzung der 10- bis 13-jährigen zur Verfügung stellen. Informationen, die zukunftsweisend sind - und natürlich von hoher Relevanz für Agenturen und Werbetreibende, die ihre Mediaplanung jetzt auch auf diese Zielgruppe ausweiten können."
 Und Hans Georg Stolz, Vorstandsvorsitzender der agma ergänzt: "Mit der Einbeziehung der 10- bis 13-jährigen wird gerade in dem vielseitigen Medium Online der hohen Zielgruppenrelevanz höchste Rechnung getragen. Auch die nun geplante Zusammenlegung der Online- und Mobile-Nutzungsdaten in eine ma internet spiegelt die konstruktive Zusammenarbeit von AGOF und agma wider."
 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.
 Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) ist ein Zusammenschluss von rund 240 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der agma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die agma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, elektronischen Medien, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungtreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.
 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
 Andreas Schramm
 agma Referent PR und Gremienarbeit
 Tel.: 069/156805-82 Fax: 069/156805-40 Mail: schramm@agma-mmc.de
 http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinnr_545713" 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 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.