



Frankfurt, 20. Februar 2012  
Pressemitteilung

## **Vier auf einen Streich - AGOF überarbeitet ihre Branchenberichte**

### **Überarbeitetes Konzept für AGOF Sonderauswertungen / Fokussierung auf zentrale Potenziale und Ergebnisse ermöglicht zukünftig jährliche Aktualisierung jedes Berichts / Start mit den Branchen Reise & Touristik, Computer, Mode & Schuhe und Sport & Fitness**

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) hat ihre beliebten Sonderauswertungen zu Branchenzentralen überarbeitet. Um der starken Nachfrage nach den AGOF Branchenberichten besser gerecht zu werden, wurde das Konzept der Branchenberichte ab 2012 marktgerecht optimiert. In der Folge werden statt einer ab sofort vier Branchen pro Quartal untersucht und ausgewertet. Dies ermöglicht die jährliche Aktualisierung jeder Sonderauswertung. Gleichzeitig wurde die inhaltliche Struktur gestrafft, um die zentralen quantitativen und qualitativen Potenziale noch fokussierter zu präsentieren.

Die Zielsetzung der AGOF Branchenberichte ist es, die besonders affinen Internetzielgruppen für einzelne Branchen aufzuzeigen und so auf die online erreichbaren Kundenpotenziale aufmerksam zu machen. Die Internetpotenziale für die jeweils betrachtete Branche werden in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, Online-Kauf sowie Online-Info UND Online-Kauf (Online-Conversion) sowohl quantitativ als auch qualitativ untersucht.

Mit den heute erschienenen Sonderauswertungen gibt die AGOF den Startschuss für das neue Konzept. Den Auftakt geben die Branchenberichte „Reise & Touristik“, „Computer“, „Mode & Schuhe“ und „Sport & Fitness“. Basis für alle vier Branchenberichte ist die internet facts 2011-10 bzw. deren Weitester Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h., Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNK umfasst für die internet facts 2011-10 insgesamt 50,15 Millionen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, das entspricht 71,3 Prozent dieser Grundgesamtheit, die aus 70,33 Millionen Menschen besteht.

Unter [www.agof.de/branchenberichte](http://www.agof.de/branchenberichte) stehen alle Branchenberichtsbande sowie jeweils eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband zur Verfügung.

---

**Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.** Niddastraße 52, 60329 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: [presse@agof.de](mailto:presse@agof.de)

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Klaus Nadler, Oliver von Wersch, Steffen Lambert

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA  
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA  
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING



### **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 ag.ma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der ag.ma 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, 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](mailto:katharina.boehm@agof.de)

---

**Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.** Niddastraße 52, 60329 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: [presse@agof.de](mailto:presse@agof.de)

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Klaus Nadler, Oliver von Wersch, Steffen Lambert

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA  
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA  
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING