



Frankfurt, 11. September 2012  
Pressemitteilung

## **Erlebniswelt Internet: Sonderbericht zu Werbung in interaktiven Produktumfeldern**

**AGOF, Koelnmesse und OVK veröffentlichen Branchenvergleich von Automobil, Unterhaltungs- und Tourismusindustrie anlässlich der digitalen Leitmesse dmexco am 12. und 13. September in Köln**

Das Internet ist längst stetiger Begleiter im Alltag des Menschen. Immer und überall Informationen abrufen zu können, zu shoppen, zu buchen, zu kommunizieren – ob stationär oder zunehmend mobil. Kaum jemand kann heute mehr nachvollziehen, wie das Leben funktionierte, als man noch „offline“ war, irgendwann in der Steinzeit oder früher. Welche Rückschlüsse müssen Unternehmen aus dieser gefühlten Lebensrealität ziehen? Wie können Branchen die virtuellen Räume für sich nutzen, in denen sich potenzielle Konsumenten tummeln? Wer hat seine Marketing-Aktivitäten bereits auf die veränderte Erlebniswelt seiner Kunden zugeschnitten? Fragen, denen ein Sonderbericht nachgeht, den die AGOF in Kooperation mit der Koelnmesse und dem Online-Vermarkterkreis (OVK) anlässlich der dmexco 2012 veröffentlicht.

Der Report, der in der Reihe „AGOF facts & figures“ erscheint, betrachtet und vergleicht erstmals die Online-Potenziale und -Werbespendings von drei sehr unterschiedlichen Wirtschaftszweigen: der Automobilbranche, der Unterhaltungsindustrie und des Reise- und Touristik-Sektors. Er behandelt Zielgruppen, Affinitäten und nicht zuletzt die spezifischen Erwartungen, die die Internetnutzer an das Online-Engagement von Unternehmen der jeweiligen Branchen stellen. Anhand konkreter Beispiele wird dargestellt, wie Internetkampagnen im Idealfall aussehen müssen, um die User zu überzeugen – sowohl hinsichtlich unmittelbar messbarer Erfolge als auch mit Blick auf nachhaltige Faktoren wie Markenführung und Imageaufbau. Es wird aber auch aufgezeigt, wie groß die Lücke zwischen Offline- und Online-Werbeausgaben in der Regel noch klafft und welche Wirtschaftszweige besonderen Nachholbedarf haben, wollen sie auch in der digitalen Welt präsent sein.

Wie alle anderen AGOF facts & figures basiert auch der Report „Erlebniswelt Internet“ auf den Struktur- und Reichweiten-Daten der Markt-Media-Studie internet facts, die die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung monatlich herausgibt. Die Sonderauswertung steht Besuchern der dmexco in gedruckter Version am Messestand der AGOF und im Pressezentrum der dmexco zur Verfügung und ist ab 14. September auch als Download unter <http://www.agof.de/agof-facts-figures.606.de.html> abrufbar.

---

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, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

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



### **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, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

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