

Studiensteckbrief: internet facts Regelstudie

Name der Studie	internet facts
Mitglieder	AOL Deutschland Medien GmbH Axel Springer Media Impact BAUER MEDIA KG eBay Advertising Group GmbH freeXmedia GmbH G+J Electronic Media Sales GmbH Hi-media S.A. InteractiveMedia CCSP GmbH IP Deutschland GmbH iq digital media marketing GmbH Microsoft Advertising OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG SevenOne Media GmbH SPIEGEL QC TOMORROW FOCUS AG United Internet Media AG Yahoo! Deutschland GmbH
Lizenznehmer (1/2)	ad pepper media AdBerry Media GmbH Adconion Media Group adflames Media – A Division of Warner Music Group Germany Holding GmbH AdImpulse Media GmbH AdTiger.de ADselect GmbH Andreae-Noris Zahn AG artnet AG Axel Springer Financial Media wallstreet:online Business Advertising GmbH Codex Media GmbH CommonMedia konstruktiv GmbH Euro Klassik GmbH Fantastic Zero Glam Media GmbH GoYellow GmbH Greater Union Filmpalast GmbH guentiger.de Verlag GmbH IDG Communications Media AG imedo GmbH ...

Lizenznehmer (2/2)	<p>...</p> <p>krebomedia GmbH magnus.de MAIRDUMONT MEDIA mediaflite GmbH mediaroute GmbH MEDIENHAUS.de GmbH Medienwirtschaft Verlags GmbH mokono GmbH MySpace/Fox Interactive Media GmbH NetMediaEurope Deutschland GmbH netpoint media GmbH OnVista Media GmbH QUARTER MEDIA GmbH QWERTZ-Media GmbH reachnet RealGames Europe B.V. RTL Radiovermarktung GmbH SOMA 2 GmbH Ströer Interactive GmbH teltarif.de Onlineverlag GmbH TG Publishing AG TripAdvisor Ltd. TripleDoubleU GmbH Unister Media Urban Media GmbH urbi AD orbi GmbH Verlag Werben & Verkaufen GmbH Vertical Network Media GmbH VIACOM Brand Solutions WEB FINANCIAL GROUP Company WerbeWeischer GmbH & Co. KG WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH xplosion media GmbH</p>
Zielsetzung	<p>Ziel der Studie ist es, die Nutzung des Werbeträgers Internet medienadäquat abzubilden, um die Kommunikationsleistung dieses Mediums transparent zu machen. Dazu erfolgt die Erhebung von Netto-Reichweiten und eine detaillierte Beschreibung von Zielgruppen für alle Werbeträgerangebote und ihre Belegungseinheiten auf Basis der Grundgesamtheit: deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.</p>
Erscheinungsfrequenzen	<p>4 x pro Jahr</p>

Auftraggeber	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)
Dienstleister	ANKORDATA GmbH & Co. KG COMSulting Gerhard Faehling GmbH INFOnline GmbH Interrogare GmbH Media-Micro-Census GmbH spring GmbH & Co. KG TNS Infratest GmbH
Definition Grundgesamtheit	Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
Definition Unique User	Unique User: Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einer AGOF-Seite mindestens eine (einem Unique Client eindeutig zuzuordnende) Page Impression ausgelöst hat
Erhebungsmethode	Multi-Methodenmodell auf Basis einer technischen Messung (Tracking), einer OnSite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
Erhebungszeitraum	Erhebungszeitraum für die vorliegende Studie der internet facts 2009-III: 01.07. – 30.09.2009
Fallzahl	Ungewichtet: 116.088 Fälle Gewichtet: 156.326 Fälle
Enthaltene Merkmale	Die internet facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten: <ul style="list-style-type: none"> • Reichweiten • Kontakte • Soziodemografische Daten der Nutzer • Qualifizierungsdaten <ul style="list-style-type: none"> ○ Psychografische Daten / Einstellungen ○ Marktinformationen

<p>Datenverfügbarkeit</p>	<p>Die Kernergebnisse der internet facts finden sich in Form eines Berichtsbandes sowie einer Präsentation mit den wesentlichen Graphiken zum Download auf der AGOF-Webseite: www.agof.de/internetfacts</p> <p>Neben den Berichtsbänden zu den Regeldaten der internet facts bietet die AGOF außerdem im Service-Bereich unter www.agof.de/selbstzaehlen die Möglichkeit, selbst Zählungen im aktuellen Datenbestand der internet facts auszuführen.</p> <p>Darüber hinaus steht die internet facts im AGOF Planungstool TOP 2.0 zur Verfügung. TOP steht für „Transparenz für Online-Planung“ und unterstützt als gemeinsame Initiative der AGOF und ihren Marktpartnern die Transparenz in der Online-Planung.</p> <p>Die internet facts und TOP 2.0 liefern alle gängigen Media-Leistungswerte für Online-Kampagnen.</p> <p>Weitere Informationen zu TOP 2.0 gibt es unter: www.agof.de/top</p>
----------------------------------	---