

## Studiensteckbrief: internet facts Regelstudie

<b>Name der Studie</b>	internet facts
<b>Mitglieder</b>	AOL Deutschland Medien GmbH Axel Springer AG 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 Quality Channel GmbH TOMORROW FOCUS Portal GmbH United Internet Media AG Yahoo! Deutschland GmbH
<b>Lizenznehmer (1/2)</b>	ad pepper media GmbH AdBerry Media GmbH Adconion GmbH AdImpulse Media GmbH ADselect GmbH Andreae-Noris Zahn AG arejo GmbH artnet AG Business Advertising GmbH Celebrity News UG Cinema Management Services GmbH Codex Media GmbH CommonMedia GmbH konstruktiv GmbH Fantastic Zero GmbH Glam Media GmbH GoYellow GmbH guentiger.de Verlag GmbH IDG Business Media GmbH imedo GmbH intermedia advertising GmbH Klassik Radio AG krebomedial GmbH ...

<b>Lizenznehmer (2/2)</b>	<p>...</p> <p>MAIRDUMONT GmbH &amp; Co. KG  mediaflite GmbH  mediaroute GmbH  MEDIENHAUS.de GmbH  Medienwirtschaft Verlags GmbH  Midas Players Vertriebs GmbH  mokono GmbH  MTV Networks Germany GmbH  MySpace/Fox Interactive Media GmbH  NetMediaEurope Deutschland GmbH  netpoint media GmbH  OnVista Media GmbH  QUARTER MEDIA GmbH  QWERTZ-Media GmbH  Reachnet DE Ltd.  RealGames Europe B.V.  RTL Radiovermarktung GmbH  SOMA 2 GmbH  Ströer Interactive GmbH  teligo GmbH  teltarif.de Onlineverlag GmbH  TG Publishing AG  TripAdvisor Ltd.  TripleDoubleU GmbH  Unister GmbH  Urban Media GmbH  Verlag Werben &amp; Verkaufen GmbH  vertical network media GmbH  Warner Music Group Germany  WEB FINANCIAL GROUP Deutschland GmbH  Weischer Online GmbH  WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH  WORT &amp; BILD VERLAG Konradshöhe GmbH &amp; Co. KG  XING AG  xplosion media GmbH</p>
<b>Zielsetzung</b>	<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>
<b>Erscheinungsfrequenzen</b>	<p>4 x pro Jahr</p>

<b>Auftraggeber</b>	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)
<b>Dienstleister</b>	ANKORDATA GmbH & Co. KG COMSulting Gerhard Faehling GmbH INFOnline GmbH Interrogare GmbH Media-Micro-Census GmbH spring GmbH & Co. KG TNS Infratest GmbH
<b>Definition Grundgesamtheit</b>	Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
<b>Definition Unique User</b>	Unique User: Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einer AGOF-Seite mindestens eine (einem Unique Client eindeutig zuzuordnende) Page Impression ausgelöst hat
<b>Erhebungsmethode</b>	Multi-Methodenmodell auf Basis einer technischen Messung (Tracking), einer OnSite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Erhebungszeitraum für die vorliegende Studie der internet facts 2009-IV: 01.10. – 31.12.2009
<b>Fallzahl</b>	Ungewichtet: 116.438 Fälle Gewichtet: 157.719 Fälle
<b>Enthaltene Merkmale</b>	Die internet facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reichweiten</li> <li>• Kontakte</li> <li>• Soziodemografische Daten der Nutzer</li> <li>• Qualifizierungsdaten <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Psychografische Daten / Einstellungen</li> <li>○ Marktinformationen</li> </ul> </li> </ul>

<p><b>Datenverfügbarkeit</b></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: <a href="http://www.agof.de/internetfacts">www.agof.de/internetfacts</a></p> <p>Neben den Berichtsbänden zu den Regeldaten der internet facts bietet die AGOF außerdem im Service-Bereich unter <a href="http://www.agof.de/selbstzaehlen">www.agof.de/selbstzaehlen</a> 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: <a href="http://www.agof.de/top">www.agof.de/top</a></p>
----------------------------------	---