

## Studiensteckbrief: internet facts 2013-01

|   |  |
|---|--|
| <b>Name der Studie</b>  | internet facts   |
| <b>Mitglieder der Sektion Internet der AGOF e.V.</b>                      | Axel Springer AG<br>BAUER MEDIA KG<br>eBay (UK) Limited, eBay Advertising Group Deutschland<br>freeXmedia GmbH<br>G+J Electronic Media Sales GmbH<br>Hi-Media Deutschland AG<br>InteractiveMedia CCSP GmbH<br>IP Deutschland GmbH<br>iq digital media marketing GmbH<br>Microsoft Advertising<br>OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG<br>SevenOne Media GmbH<br>Quality Channel GmbH<br>TOMORROW FOCUS Media GmbH<br>United Internet Media AG<br>Yahoo! Deutschland GmbH   |
| <b>Weitere Studienteilnehmer der Sektion Internet der AGOF e.V. (1/2)</b> | ad pepper media GmbH<br>AD2ONE GmbH<br>adflames Media GmbH<br>ADselect GmbH<br>AdVICE Deutschland GmbH<br>arejo GmbH<br>Business Advertising GmbH<br>CHECK 24 Vergleichsportal GmbH<br>CMS Cinema Management Services GmbH & Co. KG<br>CommonMedia GmbH<br>Condé Nast Verlag GmbH<br>Deutscher Fachverlag GmbH<br>Deutsche Messe Interactive GmbH<br>Fonpit AG<br>GameHouse B.V.<br>GAN Game Ad Net GmbH<br>Glam Media GmbH<br>guentiger.de GmbH<br>IDG Business Media GmbH<br>intermedia advertising GmbH<br>Klassik Radio AG<br>Lastminute.com<br>MAIRDUMONT GmbH & Co. KG<br>mediaroute GmbH<br>mediasports Digital GmbH<br>MEDIENHAUS.de GmbH<br>... |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Weitere Studienteilnehmer der Sektion Internet der AGOF e.V. (2/2)</b></p> | <p>...</p> <p>MEEDIA GmbH &amp; Co. KG<br/>         Monster Worldwide Deutschland GmbH<br/>         netpoint media GmbH<br/>         OnVista Media GmbH<br/>         Populis GmbH<br/>         QUARTER MEDIA GmbH<br/>         Red Bull Media House GmbH<br/>         RTL Radio Center Berlin GmbH<br/>         Shopping Guide GmbH<br/>         Specific Media Germany GmbH<br/>         Ströer Interactive GmbH<br/>         tape.media GmbH<br/>         teltarif.de Onlineverlag GmbH<br/>         TripAdvisor Ltd.<br/>         TripleDoubleU GmbH<br/>         Unister GmbH<br/>         Urban Media GmbH<br/>         Verlag Werben &amp; Verkaufen GmbH<br/>         vertical techmedia AG<br/>         VIMN Germany GmbH<br/>         WEB FINANCIAL GROUP Deutschland GmbH<br/>         Web Media Publishing AG<br/>         Weischer Online GmbH</p> |
| <p><b>Zielsetzung</b></p>  | <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: Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren.</p>  |
| <p><b>Erscheinungsfrequenzen</b></p>   | <p>12 x pro Jahr</p>   |

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Auftraggeber</b>               | Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)  |
| <b>Dienstleister</b>              | ANKORDATA GmbH & Co. KG<br>COMSulting Gerhard Faehling GmbH<br>INFOnline GmbH<br>Interrogare GmbH<br>spring GmbH & Co. KG<br>TNS Infratest GmbH<br>IFAK GmbH<br>IPSOS GmbH<br>Media-Markt Analysen GmbH & Co. KG<br>PhoneResearch KG  |
| <b>Definition Grundgesamtheit</b> | Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland 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 2013-01: 01.11.2012 – 31.01.2013  |
| <b>Fallzahl</b>                   | Ungewichtet: 112.149 Fälle<br>Gewichtet: 139.060 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 (pro Quartal) sowie einer Präsentation mit den wesentlichen Grafiken 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 Auswertungs- und Planungsprogramm 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> |
|----------------------------------|---|