

Studiensteckbrief: internet facts 2014-09

Name der Studie	internet facts
Mitglieder der Sektion Internet der AGOF e.V.	Axel Springer AG BAUER ADVERTISING KG eBay (UK) Limited, eBay Advertising Group Deutschland G+J Electronic Media Sales GmbH HiMedia Deutschland AG InteractiveMedia CCSP GmbH IP Deutschland GmbH iq digital media marketing GmbH Microsoft Advertising OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG Quality Channel GmbH SevenOne Media GmbH Ströer Digital Group GmbH TOMORROW FOCUS Media GmbH United Internet Media GmbH Yahoo! Deutschland GmbH
Weitere Studienteilnehmer der Sektion Internet der AGOF e.V. (1/2)	ad pepper media GmbH adflames Media GmbH ADselect GmbH Advertising Alliance AG arejo GmbH audimark GmbH BCN-Burda Community Network GmbH CHECK 24 Vergleichsportal GmbH CMS Cinema Management Services GmbH & Co. KG CommonMedia GmbH Condé Nast Verlag GmbH Delta Advertising GmbH Deutscher Fachverlag GmbH evania GmbH Fonpit AG guentiger.de GmbH IDG Business Media GmbH intermedia advertising GmbH joiz GmbH K&K GmbH MAIRDUMONT GmbH & Co. KG MEDIENHAUS.de GmbH MeinProspekt GmbH MGA Intermedia GmbH Mode Media GmbH netpoint media GmbH OnVista Media GmbH QUARTER MEDIA GmbH

<p>Weitere Studienteilnehmer der Sektion Internet der AGOF e.V. (2/2)</p>	<p>Red Bull Media House GmbH Red Bulletin Schweiz AG Shopping Guide GmbH StayFriends GmbH teltarif.de Onlineverlag GmbH TripAdvisor Ltd. TripleDoubleU GmbH Unister GmbH Urban Media GmbH Verlag Werben & Verkaufen GmbH VICE Media GmbH VIMN Germany GmbH WEBEDIA GmbH Web Media Publishing AG Weischer Online GmbH</p>
<p>Zielsetzung</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 10 Jahren.</p>
<p>Erscheinungsfrequenzen</p>	<p>12 x pro Jahr</p>

Auftraggeber	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)
Dienstleister	ANKORDATA GmbH & Co. KG COMsulting Media Services GmbH INFOnline GmbH Interrogare GmbH spring GmbH & Co. KG TNS Infratest GmbH IFAK GmbH IPSOS GmbH Media-Markt Analysen GmbH & Co. KG
Definition Grundgesamtheit	Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 10 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 2014-09: 01.07.2014 – 30.09.2014
Fallzahl	Ungewichtet: 118.200 Fälle Gewichtet: 142.528 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 (pro Quartal) sowie einer Präsentation mit den wesentlichen Grafiken zum Download auf der AGOF Webseite: www.agof.de/internetfacts</p> <p>Darüber hinaus steht die internet facts im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP 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 liefern alle gängigen Media-Leistungswerte für Online-Kampagnen.</p> <p>Weitere Informationen zu TOP gibt es unter: www.agof.de/top</p>
----------------------------------	---