

Frankfurt, 15. März 2012

Richtlinie

Richtlinien zur Verwendung von Daten aus der mobile facts 2011

Die Veröffentlichung der mobile facts 2011 stellt aufgrund der damit vorgenommenen methodischen Anpassungen eine deutliche Zäsur zur vorhergehenden Welle der mobile facts, der mobile facts 2010 dar. Beide Wellen wurden auf Basis unterschiedlicher Methoden-Modelle erhoben: Das ursprüngliche mobile 3-Säulen-Modell wurde nach eingehender Evaluierung in ein Hybrid-Modell überführt, das nun auf einer ergänzten technischen Messung (inklusive App-Erhebung), einer Panelerhebung und einer repräsentativen Telefonbefragung basiert. Dies führt dazu, dass bei der Veröffentlichung und bei der Verwendung von Daten aus der mobile facts 2011 grundsätzliche Richtlinien zu beachten sind, die sich vor allem auf eine **Nicht-Vergleichbarkeit des aktuellen mobile facts Datensatzes mit der vorangegangene mobile facts 2010** beziehen.

Konkret unterliegt die Verwendung der Zahlen und die Berichterstattung über die mobile facts 2011 aufgrund der veränderten methodischen Basis folgenden Auflagen, die wir Sie bitten, unbedingt einzuhalten:

- Ein Vergleich der grundlegenden Strukturdaten in Bezug auf den Gesamtmarkt kann vorgenommen werden (z.B. „der mobile Markt ist insgesamt um XX% seit 2010 gewachsen“, „die weibliche Nutzerschaft des mobilen Internets hat gegenüber 2010 um XX% zugenommen“)

Nicht zulässig sind:

- Ein Vergleich mit allen weiteren Daten der zurückliegenden mobile facts 2010 führt zu falschen Ergebnissen. **Jede Form einer Gegenüberstellung ist unzulässig!**
Das betrifft:
 - **Alle Vergleiche auf Angebotsbasis, also Vergleiche von Reichweiten- oder Strukturdaten auf Angebots- oder Vermarkterebene** mit der direkten Vorwelle mobile facts 2010 (z.B. Darstellung von Reichweitzuwächsen oder -verlusten, sowohl in Unique Mobile User wie auch Kontakte und sowohl innerhalb einzelner Angebote/ Vermarkter als auch zwischen

- verschiedenen Angeboten/ Vermarktern)
- Beispiel: „das Angebot XY ist um das Dreifache gegenüber seinem Mitbewerbern gewachsen“, „Das Angebot konnte seine Reichweite verdoppeln“, „waren es 2010 noch XX Mio. Nutzer zählen 2011 XX Mio. zu den Nutzern von Angebot XY“
 - Auf- und Gegenüberstellungen von „Gewinner“- und „Verlierer“-Rankings sind unzulässig
 - Das Herausstellen und Betonen der Reichweitenveränderungen einzelner Angebote oder Vermarkter ist unzulässig

Darüber hinaus gilt weiterhin die grundsätzliche Kommunikationsrichtlinie der mobile facts (einzusehen unter: <http://www.agof.de/hintergrundinformationen.607.de.html>)

Wir bitten Sie um Verständnis dafür, dass sich die AGOF im Falle einer Nichteinhaltung der Berichterstattungsrichtlinien im Interesse ihrer Mitglieder und der Studienteilnehmer der mobile facts entsprechende rechtliche Schritte, insbesondere aber die Durchsetzung von Berichtigungs- und Gegendarstellungsansprüchen vorbehalten.

Bei weiteren Fragen stehen wir natürlich jederzeit zur Verfügung.

Vielen Dank für die Beachtung und Einhaltung.

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