



PRESSEMITTEILUNG

AGOF veröffentlicht internet facts 2007-I und stellt mit „TOP“ erstmals ein medienadäquates Planungstool für Online zur Verfügung

Neues AGOF Planungstool „TOP“ ermöglicht erstmalig medienadäquate Planung von Online / Rekordzahl an ausgewiesenen Werbeträgern und Belegungseinheiten untermauert Status der internet facts / Internetreichweite in Deutschland überspringt die 60-Prozent-Marke

Frankfurt, 02. August 2007. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie: die internet facts 2007-I. Gleichzeitig mit der Veröffentlichung der aktuellen Online-Planungsdaten stellt die AGOF dem deutschen Werbemarkt mit „TOP“ („Transparenz für Online-Planung“) erstmalig ein medienadäquates Planungstool für das Internet zur Verfügung.

AGOF ermöglicht mit TOP 1.0 erstmals medienadäquate Planung von Online

TOP ist eine Initiative der AGOF und ihrer Marktpartner und dient der Transparenz in der Online-Planung. Zielsetzung der AGOF ist es, Online-Planung maßgeblich mit den Marktpartnern zu entwickeln und eigenständig in einem medienadäquaten Planungstool abzubilden. Dementsprechend hat die AGOF in der dem Markt jetzt zur Verfügung stehenden ersten Version von TOP – TOP 1.0 – zwei zentrale Leistungsvorteile von Online-Werbung und zugleich in der Online-Planung gängige medienspezifische Planungsoptionen aufgegriffen und stellt diese in Form standardisierter Prognose- und Planungsfunktionalitäten zur Verfügung: Targeting und Frequency Capping.

Targeting, d.h. die zielgruppengenaue und daher streuverlustminimierende Adressierung von Werbung nach unterschiedlichsten Zielgruppenmerkmalen, ist im ersten Schritt in Form von Regionalem Targeting (Zuordnung der User zu Regionen wie Bundesland oder Nielseengebiete) und Soziodemografischem Targeting (Geschlecht, Alter) als Planungsfunktionalitäten hinterlegt. Weitere Targetingarten wie Browsertargeting (gezielte Ansprache von Nutzern mit einem bestimmten Browsertyp), Technisches Targeting (nach Bandbreite) und Online-Nutzungszeitentargeting (Zuordnung von User zu Zeitintervallen) finden zu einem späteren Zeitpunkt ihre Umsetzung in TOP.

Frequency Capping, das ermöglicht, den Werbemittelkontakt für den einzelnen User zu begrenzen, d.h. für einen bestimmten Zeitraum nur eine

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET |
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |
LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL |
SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



bestimmte Anzahl an speziellen Werbeeinblendungen zuzulassen, wird in TOP je Belegungseinheit und je Werbeform (Standardformate und vermarkterspezifische Werbeformen) planbar sein. Dabei können Vorgaben für das Frequency Capping pro Woche und pro Monat hinterlegt werden.

Diese Erweiterung der auf der technischen Plattform von mediMACH bislang zur Verfügung stehenden Toolfunktionalitäten ermöglicht jetzt erstmalig und nur mit TOP eine medienadäquate, leistungsstarke, hochwertige und den Anforderungen von Mediaagenturen und Werbetreibenden entsprechende Online-Planung im Sinne einer transparenten und effizienten Leistungsevaluierung von Online-Werbeträgern als Grundlage für eine erfolgreiche sich daran anschließende Kampagnenrealisierung.

Neben den neuen, medienspezifischen Planungsfunktionalitäten resultiert die Leistungsstärke von TOP für die Online-Mediaplanung aus dem Aufsetzen auf einer hochgradig detaillierten Datenbasis, die eine praxisnahe und hochwertige Online-Planung überhaupt erst ermöglicht. Mit dem Ausweis von kleinsten werblich belegbaren Teilbereichen von Online-Angeboten, den so genannten Belegungseinheiten, bietet die Markt-Media-Studie der AGOF eine deutlich höhere und validere Datentiefe als andere Online-Studien. Durch die Verknüpfung dieser filigranen Reichweiten- und Strukturdaten mit den von den Vermarktern gelieferten Informationen zu zentralen Planungsparametern wie Werbeformen, Tarifen, Rabatten sowie Targeting und Frequency Capping ist die internet facts der AGOF die einzige Studie in Deutschland, die die für die Online-Planung relevanten Daten liefert.

René Lamsfuß, Vorstandsvorsitzender der AGOF: *„Mit der Entwicklung und Bereitstellung von TOP 1.0 hat die AGOF einen weiteren bedeutenden Meilenstein für die Online-Werbung in Deutschland erreicht. Damit unterscheiden sich die Anstrengungen der AGOF deutlich von anderen Datenanbietern in Deutschland hinsichtlich der Bereitstellung von tatsächlich durch die Nutzer geforderten relevanten Leistungskennziffern, die wir gemeinsam mit den Marktpartnern kontinuierlich weiterentwickeln. Die mit TOP 1.0 jetzt erstmals mögliche medienadäquate Planung von Online wird die Rolle des Internets im Media-Mix weiter stärken und der Online-Werbung mit noch mehr Transparenz zu noch mehr Anteil am Werbemarkt verhelfen.“*

internet facts 2007-I bietet mit Rekordzahl an ausgewiesenen Werbeträgern und Belegungseinheiten noch hochwertigere Planungsgrundlage

Die neue Welle der internet facts weist Reichweiten- und Strukturdaten für 284 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und für 1.310 Belegungseinheiten aus. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten aus dem AGOF Universum und Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce.

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 | Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 | Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de | VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



Berichtszeitraum sind die Monate Januar bis März 2007, womit die AGOF den zeitlichen Abstand zwischen Erhebungszeitraum und Ausweisungszeitpunkt erneut verkürzen konnte. Die Daten der internet facts 2007-I können ab sofort in TOP zur Online-Mediaplanung eingesetzt werden.

Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit einer Reichweite von 13,79 Mio. Unique Usern pro Monat (35,8 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von WEB.DE (12,10 Mio. bzw. 31,4 Prozent) und Yahoo! (10,47 Mio. bzw. 27,2 Prozent). Freenet.de (10,27 Mio. bzw. 26,7 Prozent) und MSN (9,86 Mio. bzw. 25,6 Prozent) belegen die weiteren Plätze.

Bei den Vermarktern führt United Internet Media mit 18,80 Mio. Unique Usern pro Monat (48,8 Prozent) vor InteractiveMedia mit 17,05 Mio. (44,3 Prozent) und SevenOne Interactive mit 16,75 Mio. (43,5 Prozent). Im Weiteren folgen TOMORROW FOCUS (12,00 Mio. bzw. 31,1 Prozent) und freenet AG (10,81 Mio. bzw. 28,1 Prozent).

Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2007-I hat das Internet in Deutschland eine Reichweite von 61 Prozent, d.h. 39,63 Mio. Menschen sind im Netz (61,1 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (64,82 Mio.)). Innerhalb des dreimonatigen Erhebungszeitraums waren 59,4 Prozent der Deutschen online, d.h. 38,53 Mio. zählen zum Weitesten Nutzerkreis (WNK) des Mediums.

90,7 Prozent des WNK, also 34,93 Mio. Onliner haben in den letzten drei Monaten AGOF Angebote genutzt. Damit beinhaltet die internet facts einmal mehr die wichtigsten und reichweitenstärksten Online-Werbeträger im Markt und untermauert ihren unbestreitbaren Status als zentrale Markt-Media-Studie und in der Praxis etablierten Planungsstandard für Online.

Im Ausweisungszeitraum liegt der Frauenanteil bei den Internetnutzern bei 44,1 Prozent, der Anteil der Männer bei 55,9 Prozent. Dabei sind in den jüngeren Altersklassen (14 bis 39 Jahre) beide Geschlechter inzwischen so gut wie gleich stark vertreten.

63,9 Prozent der Internetnutzer sind seit mehr als drei Jahren im Netz, das entspricht 24,61 Mio. Menschen. Über 90 Prozent der Surfer (91,0 Prozent) gehen von zu Hause ins Internet, ein Drittel (32,8 Prozent) am Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz und ein Viertel (25,7 Prozent) bei Freunden oder Verwandten bzw. woanders. Die beliebteste Art, von zu Hause aus online zu gehen, ist mit Abstand DSL, das von 56,5 Prozent der Onliner genutzt wird (ISDN: 24,3 Prozent).

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET |
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |
LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL |
SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



Neben E-Mail (86,1 Prozent) und Suche (85,9 Prozent) stehen das Lesen von Nachrichten zum Weltgeschehen (61,2 Prozent) sowie Online-Shopping (58,3 Prozent) und Online-Banking (51,9 Prozent) ganz oben in der Gunst der Onliner in Deutschland.

Zugleich bestimmt das Internet zunehmend den Kaufentscheidungsprozess der Konsumenten: 97,3 Prozent der Onliner (37,50 Mio. Menschen) nutzen das Netz als Informationsquelle. Führend bei der Online-Recherche sind Flug- und Bahntickets, Urlaubs- und Last-Minute-Reisen, Bücher, Hotels und Eintrittskarten.

Gleichzeitig steigt auch die Zahl der E-Commerce-Nutzer. Der Anteil der Online-Shopper unter den Internetnutzern liegt mittlerweile bei 87,7 Prozent, d.h. 33,81 Mio. Menschen haben in den vergangenen 12 Monaten im Internet eingekauft. Die Top-Produkte beim Online-Shopping sind Bücher, Eintrittskarten, Flug- und Bahntickets sowie Hotelbuchungen.

Der ausführliche Berichtsband zur internet facts 2007-I mit einer Kurzzusammenfassung und dem Studiensteckbrief findet sich unter www.agof.de.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Ziel ist es, die einheitliche Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt zu etablieren.

Mitglieder sind: AdLINK Media Germany, AOL Digital Marketing Group, BAUER MEDIA KG, freenet AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Europe GmbH, Microsoft Digital Advertising Solutions, mobile.de GmbH, QUALITY CHANNEL GMBH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: Ad2Net / OnVista Group, ADselect – Hammerath GmbH, allesklar.com AG, AreaMobile AG, Axel Springer AG, Business Advertising GmbH, CM Codex Media, CommonMedia, COMPUTEC MEDIA AG, Der heiße Draht Verlagsgesellschaft mbH, Europa-Fachpresse-Verlag GmbH, F.A.Z. Electronic Media GmbH, Hi-Media Deutschland AG, IDG Business Verlag GmbH, MAIRDUMONT MEDIA, mediasquares & ad pepper media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, Online Media Sales Group GmbH, orangemedia.de GmbH, QUARTER MEDIA GmbH,

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



teltarif.de Onlineverlag GmbH, Tiscali GmbH, TripleDoubleU GmbH, Unister Media, ValueClick Deutschland GmbH und wallstreet:media GmbH.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

Zarifa Schmitt

Stv. AGOF Pressesprecherin

Tel.: 0221/5886-401

Fax: 0221/5886-409

Mobil: 0163/5884401

Mail: zarifa.schmitt@agof.de

ADLINK INTERNET MEDIA | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | BAUER MEDIA | FREENET |
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP ONLINE MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |
LYCOS EUROPE | MICROSOFT DIGITAL ADVERTISING SOLUTIONS | MOBILE.DE | QUALITY CHANNEL |
SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: René Lamsfuß | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |