



PRESSEMITTEILUNG

AGOF macht Social Media für Online-Mediaplanung verfügbar

AGOF stellt Kategorisierungsmodell für Social Media vor / Planungsmöglichkeit auf Basis bestehender Leistungswerte / Ausweisung in der internet facts und TOP

Frankfurt, 11. März 2010. Mit dem wachsenden Stellenwert von Social Media in der Online-Werbung wird auch der Ruf nach Leistungs- und Qualifizierungswerten für Social Media immer lauter. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) trägt dieser zunehmenden Bedeutung Rechnung: Als unabhängige Instanz für praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung legt die AGOF nun ein erstes Modell und einen entsprechenden Qualifizierungskatalog vor, der Social Media für die Mediaplanung auf Basis der bereits bekannten Leistungswerte auswertbar und planbar macht.

Kategorisierungsmodell für Social Media

Das AGOF Modell hilft, Kontakte im Bereich von Social Media anhand von vier Aktivitätsclustern zu qualifizieren. Unterschieden werden die Kategorien:

Networking, also alle offenen Vernetzungen der User untereinander, auch plattformübergreifend, dazu zählen Aktivitäten wie Vernetzen, Einladen, Kontakte hinzufügen etc.

Contribution, die aktive Produktion von Inhalten durch Nutzung der auf einer spezifischen Plattform möglichen Kommunikationsformen. Dazu gehören Aktivitäten wie Uploaden, Bewerten, Kommentieren, Schreiben, Gestalten.

Sharing, die Erfassung aller Aktivitäten, die die Verbreitung von Content der Plattform abbilden, z. B. Weiterleiten, Empfehlen, Verlinken, Einbinden. Aktuell hinzugekommen ist die vierte Kategorie, **Messaging**, also die direkte One-to-one- oder One-to-many-Kommunikation wie E-Mails oder Messenger.

Benennung und inhaltliche Definition der Kategorien sind in Zusammenarbeit mit der Fachgruppe Social Media im BVDW und der FOMA erfolgt.

Das Modell sieht vor, den bestehenden Seitencode der AGOF Messung um einen Aktivitätscode zu ergänzen, der einen dieser vier Aktivitätscluster abbildet. Der erweiterte Code wird auf jeder Webseite mit Aktivitäten hinterlegt. Die tatsächlich erfolgte Aktivität wird dann dem Kontakt zugeordnet, pro Kontakt kann es so mehrere Aktivitäten geben.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | 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: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl |



Bestehende Leistungswerte auch für die Social-Media-Werbeplanung

Besonders einfach und nutzungsfreundlich macht das Modell, dass es keine neuen Währungen oder Leistungswerte erfordert, sondern mit bestehenden Leistungswerten und Planungsfeldern Social Media nun für die Planung von Display-Werbung verfügbar macht.

Die gewonnenen Bewertungsgrößen zu Aktivitätsmerkmalen werden den bestehenden Datensatz der internet facts mit seinen bisherigen Informationen zu Unique Usern und Belegungseinheiten ergänzen und als „Aktivitäts-Buchungseinheiten“ im AGOF Planungstool TOP verfügbar sein.

Das Modell hat in ersten Testläufen überzeugt und soll zeitnah in eine erste Markterprobungsphase zur Überprüfung der Marktakzeptanz gehen. Bereits zur dmexco 2010 sollen dann erste Werte vorliegen.

Thomas Duhr, Vorstandsvorsitzender AGOF: *"Social Media und besonders die Frage nach Leistungswerten sind derzeit eines der meist diskutierten Themen im Online-Marketing. Mit der Einführung eines Modells, das auf Basis bereits bestehender Leistungswerte Social-Media-Kontakte einfach für eine hochwertige Online-Mediaplanung zur Verfügung stellt, erfüllen wir eine der dringlichsten Anforderungen des Marktes. Wir sind zuversichtlich, dem Markt mit Hilfe dieses Modells wichtige Impulse geben zu können."*

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. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: 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, Quality Channel GmbH, SevenOne Media GmbH, TOMORROW FOCUS Portal GmbH, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: AdBerry Media GmbH, Adconion GmbH, adflames Media – A Division of Warner Music Group Germany Holding GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media GmbH, ADselect GmbH, Andreae-Noris Zahn AG, arejo GmbH, artnet AG, Axel Springer Financial Media | wallstreet:online, Business Advertising GmbH, Celebrity News UG, Cinema Management Services GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, GmbH,

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | 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: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl |



Fantastic Zero GmbH, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH, guentiger.de GmbH, IDG Business Media AG, imedo GmbH, intermedia advertising GmbH, Klassik Radio AG, krebomedia GmbH, macnews.de OnlineServices GmbH, MAIRDUMONT GmbH & Co. KG, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Midas Players Vertriebs GmbH/king.com, 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, tellarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister GmbH, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, vertical network media GmbH, WEB FINANCIAL GROUP Deutschland GmbH, Weischer Online GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH & Co. KG, XING AG und xplosion media GmbH.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP |
FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC |
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: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl |