

Frankfurt, 14. Mai 2012

Pressemitteilung

AGOF facts & figures: Neuer Titel für die AGOF Branchenberichte

Nach inhaltlicher Überarbeitung folgt auch Namensoptimierung / AGOF Branchenberichte erscheinen ab sofort unter dem Titel "AGOF facts & figures: Branchenpotenziale im Internet" / Veröffentlichung im zweiten Quartal 2012 untersucht die Branchen Finanzen, FMCG: Food & Beverages, Gesundheit und Parfüm & Kosmetik

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) legt heute vier neue Sonderauswertungen zu Branchenpotenzialen im Internet aus ihrer beliebten Reihe „AGOF Branchenberichte“ vor. Um der starken Nachfrage nach den Sonderberichten besser gerecht zu werden, wurde deren Konzept zu Beginn 2012 marktgerecht optimiert und die inhaltliche Struktur gestrafft. In der Folge werden statt einer nun vier Branchen pro Quartal untersucht und ausgewertet. Im zweiten Quartal wurden dazu die Branchen Finanzen, FMCG: Food & Beverages, Gesundheit sowie Parfüm & Kosmetik in Bezug auf ihre quantitativen und qualitativen Potenziale betrachtet.

Nach diesem inhaltlichen „Facelift“ zum Jahresstart haben die Sonderauswertungen der AGOF jetzt auch eine Namensauffrischung erhalten: Ab sofort erscheinen die AGOF Branchenberichte unter dem Titel „AGOF facts & figures: Branchenpotenziale im Internet“. Wie bereits die optimierte Inhaltsstruktur soll der neue Titel den Fokus der Publikationen deutlicher pointieren: die Analyse der zentralen quantitativen und qualitativen Zielgruppenpotenziale für ausgewählte Branchen. Die Zielsetzung der AGOF facts & figures ist es dabei, die besonders affinen Internetzielgruppen für einzelne Branchen aufzuzeigen und so auf die online erreichbaren Kundenpotenziale aufmerksam zu machen. Die Internetpotenziale für die jeweils betrachtete Branche werden dabei in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, Online-Kauf sowie Online-Info UND Online-Kauf (Online-Conversion) sowohl quantitativ als auch qualitativ untersucht. Unterstützt wird diese Fokussierung zusätzlich durch ein neues Key Visual bzw. ein Logo, das zukünftig alle Unterlagen und Bereiche in Zusammenhang mit den Sonderauswertungen kennzeichnen wird.

Basis für alle vier heute erschienenen Ausgaben der AGOF facts & figures ist die internet facts 2012-01 bzw. deren Weitester Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNK umfasst für die internet facts 2012-01 insgesamt 50,34 Millionen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, das entspricht 71,6 Prozent dieser Grundgesamtheit, die aus 70,33 Millionen Menschen besteht.

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

Unter www.agof.de/branchenberichte-facts-figures stehen alle Berichtsbände sowie jeweils eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband der Sonderauswertungen zur Verfügung.

Über die internet facts

Mit ihrer Markt-Media-Studie internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF durch die Überführung des Reichweitenteils unter die methodische Hoheit der ag.ma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der ag.ma erscheint, wird von der [Sektion Internet](#) in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantwortet. Ausgewiesen werden in der internet facts Struktur- und Reichweitendaten für über 700 Internet-Werbeträger der [Studienteilnehmer](#) an der internet facts.

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 Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

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