



Frankfurt, 10. Juni 2013

Pressemitteilung

AGOF stellt brand facts vor

Neue Studie der AGOF für Marken und deren Online-Präsenz

Für die digitale Vermarktung liefert die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) heute den Marktstandard mit ihren Markt-Mediastudien und damit die Grundlage der Zielgruppenplanung im deutschen Markt. Mit ihrer neuesten Markenstudie geht die AGOF nun einen Schritt weiter: Die „brand facts“ richten sich an Markenartikler, Institutionen oder Dienstleister, deren Online-Angebote werbefrei sind. Damit können erstmals auch Nicht-Werbeträger Netto-Reichweiten und soziodemografische Strukturdaten nach dem bewährten AGOF Modell ermitteln lassen. Sie erhalten dadurch den Wettbewerbsvorteil, Zielgruppen- und somit Interessentenwissen detailtief und auf Niveau des Marktstandards nutzen zu können. Dieses Wissen können Markenartikler zum Monitoring ihrer Seiten, aber auch unmittelbar zur Kampagnenplanung im digitalen Kanal einsetzen.

Die „brand facts“ unterscheiden sich weder inhaltlich noch methodisch von den etablierten Regelstudien der AGOF. Markenanbieter, die ihre Webseiten bei der AGOF anmelden, erhalten alle Daten und Informationen, mit denen Mediaanbieter und -agenturen operieren. Und das sowohl als aufbereitete Summary als auch über ein komfortables Zählprogramm. Auch die Bestimmungen für die Teilnahme sind identisch, bis hin zu den Prüfungsmechanismen durch unabhängige Dritte. Lediglich in Punkto Veröffentlichung gelten andere Regeln, denn die Daten der brand facts werden seitens der AGOF nicht publiziert. Ob ein Kunde seine Ergebnisse ausschließlich intern nutzt oder für PR-Zwecke einsetzt, entscheidet er allein.

*„Die AGOF schließt mit ihrem neuesten Studienprojekt eine Marktlücke, denn die Nachfrage von Nicht-Werbeträgern nach fundierten Daten hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen“, erklärt **Matthias Wahl**, Vorstandsvorsitzender der AGOF. „Mit den brand facts kommen wir den Wünschen von Markenartiklern, Unternehmen und öffentlichen Institutionen nach und freuen uns, unsere ausgewiesene Expertise künftig auch Marktteilnehmern jenseits der Online-Vermarktung anbieten zu können.“*

Ab sofort können sich Markenartikler bei Interesse an einer Teilnahme direkt an die AGOF Geschäftsstelle unter geschaefsstelle@agof.de wenden.

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 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: Matthias Wahl, Biörn Kasprink, 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



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

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 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: Matthias Wahl, Biörn Kasprina, 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