

Frankfurt, 09. Dezember 2013

Pressemitteilung

AGOF facts & figures werden „mobil“

AGOF Branchenauswertungen um Potenziale im mobilen Internet erweitert / Im vierten Quartal im Fokus: „Entertainment“, „Automobil“, „Unterhaltungselektronik“ sowie „Möbel & Wohnen“

Das mobile Internet ist weiterhin ungebremst auf Erfolgskurs – das belegten gerade erst die Zahlen der AGOF mobile facts 2013-II: 26,68 Millionen und damit mehr als jeder dritte Deutsche ist inzwischen regelmäßig mobil im Web unterwegs. Eine Entwicklung, die auch für die etablierte Publikation „AGOF facts & figures“ relevant ist. Ab sofort dokumentieren die quartalsmäßig erscheinenden Branchenauswertungen der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung deshalb auch die Mobile-Potenziale verschiedener Wirtschaftszweige.

Mit der Erweiterung um Mobile wird erstmals die gesamte Bandbreite digitaler Kundenpotenziale dargestellt. Die branchenspezifischen und detaillierten Faktensammlungen bieten Marketing-Entscheidern somit einen noch umfassenderen Überblick über ihre Zielgruppen sowie deren Affinitäten und Präferenzen. Den Auftakt der neuen „AGOF facts & figures“ machen die Ausgaben des vierten Quartals 2013 für die Branchen „Entertainment“, „Automobil“, „Unterhaltungselektronik“ sowie „Möbel & Wohnen“, die heute veröffentlicht wurden.

Die Leitfrage der Auswertungen ist branchenübergreifend: Welche Zielgruppen erreichen Markenartikler und Service-Anbieter im Netz? Mit der Erweiterung um Mobile kann die Wirtschaft dazu jetzt auch ihre mobilen Potenziale unter die Lupe nehmen – und wertvolle Erkenntnisse gewinnen. So zeigen beispielsweise mobile Nutzer eine sehr hohe Affinität für Unterhaltungselektronik und Automobile, die prozentual gesehen sogar höher ausfällt als bei Nutzern des stationären Internets. User, die sich für Einrichtungsgegenstände interessieren, sind Online wie Mobile besonders in den jungen Altersgruppen vertreten. Und für Entertainment-Produkte haben sich beide Kanäle auch als Shoppingplattform etabliert.

Basis für alle vier Ausgaben des vierten Quartals ist zum einen die internet facts 2013-09 und zum anderen die mobile facts 2013-II. Unter www.agof.de/branchenberichte-facts-figures stehen alle Berichtsbände sowie jeweils eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband zur Verfügung.

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, Björn Kaspring, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | STRÖER
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