



Frankfurt, 01. September 2014
Pressemitteilung

Mit der AGOF immer die richtige Definition parat

Überarbeitetes und erweitertes Glossar zu wichtigen Fachbegriffen ist ab sofort auf der AGOF Webseite verfügbar

Einen schnellen Überblick über Fachausdrücke der Branche, eine kleine Gedächtnisstütze bei der ein oder anderen Mediadefinition – wer kann nicht etwas Unterstützung im digitalen Wort-Dschungel gebrauchen? Diese Hilfe bietet die AGOF als zentrale Anlaufstelle im digitalen Business. Die Marktforscher in Frankfurt haben gegenwärtig ihr Glossar zu Forschungs- und Mediabegriffen umfassend überarbeitet und auch erweitert: Von A wie Account bis Z wie Zielgruppe werden hier die wesentlichen Fachtermini kurz und prägnant erklärt.

Neben den klassischen Fachbegriffen zum Mediabusiness, der Marktforschung, den AGOF Studien und der Online-Welt im Allgemeineren bietet das Nachschlagewerk nun auch Erläuterungen zu zentralen Definitionen aus den Bereichen Smart TV und Real-Time-Advertising an. Außerdem wurde das Glossar von alten oder nicht mehr gebräuchlichen Bezeichnungen entschlackt und die einzelnen Erklärungen entsprechend dem derzeitigen Entwicklungsstand aktualisiert.

Das Glossar steht ab sofort allen Interessierten und Hilfesuchenden kostenfrei auf der AGOF Webseite unter <http://www.agof.de/glossar/> zur Verfügung. Neben einer englischen Übersetzung wird in den kommenden Wochen auch die Möglichkeit zum Abruf in der eigenen AGOF App für Android oder iOS folgen.

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.

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



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, 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