



Frankfurt/Köln, 10. September 2014  
Pressemitteilung

## Willkommen in der (digitalen) Welt: AGOF stellt „digital facts“ vor

### Die AGOF präsentiert auf der dmexco 2014 einen ersten Blick auf ihre neue Markt-Media-Studie digital facts

Nutzerverhalten, Lebenswelten und Mediennutzung werden immer digitaler. Eine Herausforderung insbesondere für die Mediaplanung. Denn für eine übergreifende Planung über das stationäre und mobile Internet hinweg fehlte bislang die adäquate Grundlage. Das neueste Studienprojekt der AGOF schafft dafür jetzt die erste Planungsbasis im deutschen Markt: Im Rahmen der dmexco 2014, der Leitmesse der digitalen Wirtschaft, hat sie heute den Prototypen ihrer neuen Markt-Media-Studie „digital facts“ der Mediaöffentlichkeit vorgestellt. Die „digital facts“ wird erstmals die medienübergreifende und überschneidungsfreie Planung von stationären und mobilen Angeboten auf dem etablierten Qualitätsniveau der AGOF ermöglichen.

Auf Basis des ersten Quartals 2014 wurde dazu mittels einer Fusion aus den bestehenden Studien internet facts und mobile facts ein Prototyp erstellt, der den ersten Blick auf die Netto-Reichweiten von über 700 digitalen Gesamtangeboten und von 55 digitalen Vermarktern gestattet. Daneben bleiben auch die beiden Einzelstudien und damit die Betrachtung nur eines digitalen Mediums im Datenbestand weiterhin bestehen.

**Matthias Wahl**, Vorstandsvorsitzender der AGOF: *„Mit der digital facts liefern wir dem Markt einen neuen Meilenstein im Hinblick auf die Zurverfügungstellung valider Leistungswerte. Als AGOF haben wir es uns zum obersten Ziel gemacht, dem Markt Standards zu bieten, die sowohl valide und transparent, als auch praxisnah und effizient sind. Denn nur mit einem solchen Standard können wir den digitalen Markt weiterentwickeln und somit für nachhaltiges Wachstum sorgen. Wir sind uns sicher, mit der digital facts eine umfassende Datengrundlage zur digitalen Planung – und damit das Fundament zur weiteren Marktentwicklung der digitalen Wirtschaft – zu schaffen.“*

### TOP 10 der digitale Reichweitenrankings nach Angeboten und Vermarktern

Mit 28,66 Millionen Unique Usern steht das digitale Gesamtangebot T-Online\* im durchschnittlichen Monat im ersten Quartal 2014 an Platz 1 des neuen Rankings, gefolgt von eBay.de mit 24,52 und gutefrage.net mit 20,89 Millionen Unique Usern. Die weiteren Plätze belegen der Reihe nach BILD (18,25 Mio. UU), WEB.DE (16,33 Mio. UU), CHIP (14,76 Mio. UU) und FOCUS Online\* (13,82 Mio. UU). Die TOP 10 werden abgeschlossen von SPIEGEL ONLINE\* mit 13,76 Millionen Unique Usern, computerbild.de (13,70 Mio. UU) und GMX

---

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



(13,59 Mio. UU).

Das Ranking der digitalen Vermarktern führt im Prototypen der digital facts InteractiveMedia mit 38,12 Millionen Unique Usern an, die Plätze 2 und drei belegen Axel Springer Media Impact (35,61 Mio. UU) und TOMORROW FOCUS MEDIA (31,24 Mio. UU). United Internet Media mit 30,76, Ströer Digital mit 29,76 und SevenOne Media mit 29,20 Millionen Unique Usern bestreiten das Mittelfeld. Die IP Deutschland rangiert auf Platz 7 mit 28,23 Millionen Unique Usern, OMS (27,33 Mio. UU), eBay Advertising Group Deutschland (27,05 Mio. UU) und G+J Electronic Media Sales (26,81 Mio. UU) vervollständigen die TOP 10.

Die im kommenden Jahr folgende, finale Studie „digital facts“ wird alle bisher bekannten Qualifizierungsdaten der AGOF Studien beinhalten, Netto- und Brutto-Reichweiten, soziodemografische und psychografische Merkmale zur Nutzer- und Zielgruppenbeschreibung (Strukturdaten), Marktdaten (Konsum und Haushaltsausstattung) sowie allgemeine Daten zur digitalen Internetnutzung. Alle Informationen werden im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP, angereichert um weitere planungsrelevante Informationen wie Formate, Tarife etc., für eine hochwertige digitale Mediaplanung zur Verfügung stehen. Der Übergang in den Regelbetrieb, zunächst im Rhythmus einer Quartals-Veröffentlichung ist für 2015 geplant.

\*die im DGA berücksichtigten stationären oder mobilen Angebotsbestandteile entsprechen nicht dem in der if 2014-03 oder mf 2014-I ausgewiesenen namengebenden Angebot, sondern das DGA setzt sich aus weiteren Angebotsbestandteilen zusammen.

### **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**

---

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



**AGOF Pressesprecherin**

Tel.: 069/264 888-318

Fax: 069/264 888-320

Mobil: 0151/126 713 88

Mail: [katharina.boehm@agof.de](mailto: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](mailto: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