

Frankfurt, 08. Oktober 2014

Pressemitteilung

Mediaforschung-Überblick ohne Grenzen

AGOF, NET-Metrix und ÖWA stellen gemeinsame Seite zur digitalen Reichweitenforschung im D-A-CH-Gebiet vor

Dass Österreich, Schweiz und Deutschland mehr gemeinsam haben als nur die Sprache zeigt der gemeinsame neue Webauftritt der Forschungsverbände, die in den drei Ländern für die digitalen Markt- und Mediaforschung-Währungen zuständig sind. Unter <http://media-daten.org/> haben AGOF, NET-Metrix und ÖWA ein Portal geschaffen, das allen Interessierten einen schnellen Überblick über die jeweiligen Studien und Forschungsmethoden der drei Vereine im direkten Vergleich ermöglicht: *„Der gemeinsame Webauftritt von AGOF, ÖWA und NET-Metrix dokumentiert den engen Austausch miteinander und stellt eine sehr gute Orientierung für jene Medienschaffenden dar, die im D-A-CH-Raum übergreifend tätig sind oder dies beabsichtigen“*, führt **Rolf Schmitz**, CEO bei NET-Metrix in der Schweiz, aus.

Statt einer Dublette der unternehmenseigenen Auftritte präsentiert die neue Webseite erstmals die digitale Mediaforschung im D-A-CH-Gebiet, stellt sie direkt gegenüber und ist dabei allgemein verständlich und konzentriert sich auf die wesentlichen Fakten. Dabei immer im Fokus: Die Übereinstimmungen bei den Partnern, wie **Hannes Dünser**, Geschäftsführer der ÖWA, unterstreicht: *„Die Website media-daten.org betont die Gemeinsamkeiten in der Erhebung der digitalen Reichweiten im D-A-CH-Gebiet und lenkt die Aufmerksamkeit auf die vielfältigen Inhalte unserer Internetstudien.“*

Ein zusätzliches Anliegen war es, eben diese Datenfülle und die Unterschiede der User in den Ländern sichtbar zu machen. Dazu wurde das Hauptaugenmerk auf die Startseite gelegt. Grafisch aufbereitete Auswertungen zu „Wie viele Menschen sind in Deutschland, Österreich oder der Schweiz online?“ oder „Wie viele Onliner shoppen im jeweiligen Land?“ lassen sich durch Scrollen spielerisch durchstreifen. Die Inhalte werden regelmäßig ausgetauscht, ein Wiederkommen lohnt also.

Neben den Informationen über die drei Partner, ihre Studien und Erhebungsmethoden wird das Angebot durch eine Einführung in die digitale Marktforschung sowie eine Vorstellung der wichtigsten Leistungswerte abgerundet. Und für den Einsatz in jeder Lebenslage wird die Webseite derzeit auch für den Aufruf über Smartphones optimiert.

Claudia Dubrau, Geschäftsführerin der AGOF, fasst den Mehrwert des neuen D-A-CH-Auftritts zusammen:

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



„Mit unserem neuem Portal können erstmals die Angebote, Methoden und Ergebnisse der digitalen Marktstandards aus Österreich, Schweiz und Deutschland mühelos im direkten Vergleich betrachtet werden. Denn Marktforschung oder Mediaplanung machen an Ländergrenzen nicht automatisch Halt. Mit unserem Überblick möchten wir allen, die sich mit Reichweitenforschung im D-A-CH-Raum beschäftigen, einen echten Mehrwert für ihre tägliche Arbeit an die Hand geben. Und das vor allem auch in ansprechender und frischer Form, damit ihnen das Benutzen auch einen Eindruck vermittelt, wie spannend und aufregend Marktforschung sein kann.“

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, 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