

Frankfurt, 16. August 2017

Pressemitteilung

## **AGOF veröffentlicht erstmals daily digital facts**

**Knapp jeder zweite Onliner in NRW informierte sich am Tag der Landtagswahl auf Nachrichten- und Politikseiten**

Paukenschlag bei der AGOF: Sie veröffentlicht heute erstmals die daily digital facts und damit digitale Reichweiten für Einzeltage. Damit steht der etablierte AGOF Währungsstandard ab sofort für jeden einzelnen Tag seit dem 01. April 2017 zur Verfügung. Die neue Studie, die die bisherige digital facts der AGOF ablöst, ermöglicht darüber hinaus die Auswahl individueller Zeiträume. So können jetzt zum ersten Mal Events, wie z.B. Feiertage, Weltmeisterschaften oder politische Ereignisse im Detail betrachtet und analysiert werden.

Damit novelliert die AGOF ihre qualitativ-hochwertige Planungsgrundlage und macht besonders die Schnelligkeit und Wandelbarkeit des digitalen Mediums sichtbar. Denn vor allem im Internet verändern sich täglich – je nach aktuellen Ereignissen oder Bedürfnissen – Nutzer und Nutzungsverhalten auf der einen, sowie Inhalte und Services auf der anderen Seite. Diese Entwicklungen lassen sich anhand der AGOF Daten nun zeitnah und in allen Einzelheiten nachvollziehen, die damit einmal mehr Qualität und Planungssicherheit für die digitale Mediaplanung schaffen.

### **Erste Ergebnisse belegen die Dynamik des digitalen Mediums**

So zeigt eine erste Auswertung zur Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen am 14. Mai: Am Wahlsonntag waren 48 Prozent der Onliner aus diesem Bundesland auf Webseiten aus dem Themenbereich Nachrichten & Politik unterwegs. Damit surfte im Gegensatz zum Vortag 14,7 Prozent mehr User auf Newsportalen. Verstärkt Frauen und besonders User im Alter von 30-39 Jahren nutzten das Internet als Informationsquelle. Und auch die Nachberichterstattung zur Wahl wurde aufmerksam im Netz verfolgt: Auch am Montag, den 15. Mai waren noch 47,7 Prozent der Onliner aus Nordrhein-Westfalen auf Newsseiten anzutreffen.

### **Etablierte Qualität auf neuem Niveau**

Gleichzeitig wurden die Errungenschaften der bisherigen AGOF Markt-Media-Studien beibehalten und sogar weiterentwickelt. Alle bekannten und etablierten AGOF Leistungswerte können nun für jeden einzelnen Tag ausgewertet und für Mediapläne berücksichtigt werden. Im Rahmen der neuen Erhebungsmethode konnte darüber hinaus die Abbildung der Nutzung auf verschiedenen Clients bzw. Browsern noch verbessert werden, so dass diese nun noch differenzierter ausgewiesen wird.

**Björn Kaspring**, Vorstandsvorsitzender der AGOF: *„Mit dem Start der daily digital facts hat die AGOF eines ihrer wohl ambitioniertesten Projekte der vergangenen Jahre realisiert. In nur eineinhalb Jahren haben wir alle unsere Prozesse und Systeme neu aufgestellt und das bei gleichzeitigem störungsfreien*

---

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: Björn Kaspring, Jürgen Sandhöfer, Dr. Michael Halleemann

BAUER MEDIA | BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY ADVERTISING GROUP DEUTSCHLAND  
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT  
QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | STRÖER DIGITAL | UNITED INTERNET MEDIA | YOC MOBILE ADVERTISING

*Aufrechterhalten des Regelbetriebs. Das Ergebnis: Eine zeitgemäße, wegweisende und qualitativ-hochwertige Planungsgrundlage für den digitalen Markt. Damit hat die AGOF einmal mehr ihre Leistungsfähigkeit und Innovationskraft bewiesen und ist ihrem Ruf als digitale Instanz gerecht geworden.“*

Mit der ersten Ausgabe der daily digital facts stehen die Daten von April bis Juli 2017 zur Verfügung. Für eine Übergangs- und Eingewöhnungszeit werden die Einzeltage eines Monats zu Beginn des Folgemonats veröffentlicht, bevor voraussichtlich noch diesen Herbst auf eine tägliche Veröffentlichung der AGOF Daten umgestellt wird.

Erste Ergebnisse aus der daily digital facts sind unter <https://www.agof.de/studien/daily-digital-facts/aktuelle-ergebnisse/> abrufbar.

*Die Daten der daily digital facts sind aus methodischer Sicht prinzipiell mit den Ergebnissen der Vorgängerstudie digital facts vergleichbar. Allerdings können Veränderungen (Zuwächse, Verluste oder Verschiebungen) bei Reichweiten oder Strukturen in der Umstellung auf eine tagesaktuelle Verarbeitung der Daten begründet sein. Dies ist bei Interpretationen dieser Veränderungen zu berücksichtigen.*

## **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 Metzger (geb. Böhm)  
AGOF Pressesprecherin  
Tel.: 069/264 888-318  
Fax: 069/264 888-320  
Mobil: 0151/126 713 88  
Mail: [katharina.metzger@agof.de](mailto:katharina.metzger@agof.de)