

Frankfurt/Köln, 12. September 2017

## Pressemitteilung

### **AGOF Sonderbericht taucht ein in die digitalen Nutzerwelten – „Day by Day“**

#### **AGOF und Koelnmesse zeigen in ihrer Sonderanalyse zur dmexco 2017 das nichtlineare Nutzungsverhalten im Internet**

Wofür haben Sie das letzte Mal das Internet genutzt? Für den aktuellen Wetterbericht oder die Buchung Ihres nächsten Kurztrips? Gehen Sie jeden Tag online und wenn ja, wofür? Und wie sieht es bei anderen Onlinern im Netz aus? Nutzen diese das Internet immer identisch oder haben Tage oder Ereignisse Einfluss auf ihr digitales Verhalten? Diesen Fragen geht der diesjährige Sonderbericht nach, den die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) in Kooperation mit der Koelnmesse anlässlich der dmexco 2017 veröffentlicht. Denn in Zeiten der digitalen Transformation ist es für die Mediaplanung und Vermarktung wichtiger denn je, den Konsumenten und sein Nutzungsverhalten zu kennen und insbesondere auch zu verstehen.

Die Sonderauswertung „**Digital Life – Day by Day**“ beleuchtet daher die Fragestellungen: Gibt es Tage, an denen die Internetnutzung grundsätzlich stärker oder schwächer ist? Welche Inhalte werden an welchen Tagen bevorzugt? Wie unterscheidet sich das Verhalten an Feiertagen von dem an Arbeitstagen? Und vor allem: Wie verändern unerwartete Ereignisse und Events die Online-Nutzung?

Die zentrale Erkenntnis: Digitale Nutzung ist nicht linear. Sie wird von individuellen Interessen und Bedürfnissen, vor allem aber durch aktuelle Ereignisse beeinflusst. So ist der Samstag zu regulären Zeiten der Tag mit der niedrigsten Online-Nutzung, vor allem stationär. Mobile Angebote werden dagegen auch am Samstag gerne genutzt und liegen generell bei der Nutzung meist vor stationären Webseiten. Eine wichtige Rolle spielt dabei sicher der schnellere und bequemere Zugang. Jedoch fällt die Nutzung z.B. von Wirtschaftsangeboten an Samstagen deutlich markanter ab, als die Nutzung von Webseiten rund um Wohnen oder Immobilien. Ganz anders verhält es sich, wenn unerwartete Ereignisse eintreten und den Alltag unterbrechen, wie eine ausführliche Analyse zum G20 Gipfel zeigt. So lag grundsätzlich die Reichweite von ausgewählten Nachrichten-Webseiten an einem durchschnittlichen Samstag im Juli unter der Reichweite von Montag bis Freitag. Am Samstag des G20 Gipfels stiegen die Reichweiten allerdings um durchschnittlich zehn Prozent. Vor allem die regionalen Nachrichtenportale wurden an diesem Samstag intensiv genutzt – und das überdurchschnittlich von Nutzern aus Bayern. Aber auch bekannte Events und Feiertage verändern die digitalen Prioritäten, wie der Blick auf die Reichweitzunahme von Kochportalen zu Ostern zeigt oder auch die verstärkte Suche nach Urlaubsdomizilen an freien Tagen, wie z.B. Christi Himmelfahrt oder Pfingsten.

---

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: geschaeftsstelle@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

Basis für die 40-Seiten starke Sonderpublikation „Digital Life – Day by Day“ ist die erst vor wenigen Wochen erschienene erste Ausgabe der AGOF daily digital facts, die erstmals die detaillierten Reichweiten jedes einzelnen Tages beinhaltet und die Analyse individueller Zeiträume ermöglicht.

Veröffentlicht wird der Sonderbericht erstmals zur dmexco 2017 und steht dort den Besuchern in gedruckter Form, im Pressezentrum der dmexco sowie im Boulevard Nord, zur Verfügung. Für alle, die einen Besuch der dmexco nicht einrichten können, ist der Sonderbericht ab dem 15. September auch als Download unter <https://www.agof.de/service-downloads/downloadcenter/download-facts-figures-branchenberichte/#dmexco> verfügbar.

### **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)