

Frankfurt, 20. September 2017

Pressemitteilung

daily digital facts August 2017: Nachrichtenportale heben mit Air Berlin ab **AGOF veröffentlicht bereits die nächste Ausgabe der neuen daily digital facts**

Knapp fünf Wochen nach der ersten Veröffentlichung der daily digital facts legt die AGOF die nächsten tagesaktuellen Daten vor. Mit der daily digital facts August 2017 hat sie gestern die Reichweiten aller Einzeltage aus dem vergangenen August veröffentlicht. Damit können sowohl der Monat im Ganzen, als auch individuelle Zeiträume und Events innerhalb dieser vier Wochen betrachtet und analysiert werden.

In den neuen Zahlen lassen sich die Ereignisse des Vormonats im Detail abzeichnen. So waren im August insgesamt 51,84 Millionen Deutsche über 10 Jahren auf Nachrichten-Webseiten im Netz unterwegs. Das waren trotz Ferienzeit über drei Prozent mehr als im Vormonat Juli. Ins Internet gelockt hat die Deutschen dabei unter anderem die Insolvenz-Meldung von Air Berlin: Am 15. August besuchten 25,20 Millionen User Nachrichtenseiten, also knapp jeder zweite, digitale Nachrichtenkonsument. Vor allem führende Nachrichtenportale konnten an diesem Tag bis zu 300.000 Leser mehr als am Vortag verzeichnen. Besonders augenfällig sind diese Reichweiten, da der 15. August in einigen Teilen Deutschlands Feiertag war – an denen klassischerweise Nachrichtenseiten einen deutlichen Reichweitenabfall verzeichnen. Aber selbst in Gegenden, deren Onliner an diesem Tag zuhause bleiben konnten, stieg auf vielen Nachrichtenangeboten die Nutzung, im Saarland beispielsweise um 5,1 Prozent gegenüber einem durchschnittlichen Tag im August.

Das Interesse steigerte sich noch auffälliger in den Tagen danach, wahrscheinlich befördert durch eine entsprechend umfangreiche Berichtserstattung rund um die Auswirkungen für Kunden oder die Börse. So stieg die Reichweite von Nachrichtenseiten am 17. August im Vergleich zum 15. August noch einmal um vier Prozent. Insbesondere Frauen lockte diese Meldung anscheinend ins Netz: Während normalerweise etwas mehr als elf Millionen Frauen in Deutschland pro Tag Nachrichten online lesen, waren es am 17. August sogar 12,33 Millionen.

Top 10 der digitalen Reichweitenrankings im August

Mit einer Reichweite von 29,23 Millionen Unique Usern (49,0%) lag im August 2017 das digitale Gesamtangebot ebay Kleinanzeigen auf Platz eins des Angebotsrankings, gefolgt von T Online (27,31 Mio. bzw. 45,8%) und WEB.DE (24,84 Mio. bzw. 41,6%). Die weiteren Plätze belegen der Reihe nach FOCUS Online (23,70 Mio. bzw. 39,7%), gutefrage.net (22,62 Mio. bzw. 37,9%), BILD (22,45 Mio. bzw. 37,6%) und SPIEGEL ONLINE (21,25 Mio. bzw. 35,6%). Die Top 10 komplettieren die WELT (20,50 Mio. bzw. 34,3%), CHIP (19,97 Mio. bzw. 33,5%) und Wetter.com mit 19,80 Millionen Unique Usern (33,2%).

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: 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

Bei den Vermarktern führte im August Ströer Digital mit 49,89 Millionen Unique Usern (83,6%) das Ranking der digitalen Vermarkter an, die Plätze zwei und drei belegen die Ad Alliance (42,45 Mio. bzw. 71,1%) und United Internet Media (41,65 Mio. bzw. 69,8%). Media Impact (41,30 Mio. bzw. 69,2%), BurdaForward (38,99 Mio. bzw. 65,3%) und die eBay Advertising Group Deutschland (37,20 Mio. bzw. 62,3%) bestreiten das Mittelfeld. SevenOne Media (37,09 Mio. bzw. 62,1%), iq digital (27,37 Mio. bzw. 45,9%), SPIEGEL MEDIA (23,86 Mio. bzw. 40,0%) und Scout24 (19,79 Mio. bzw. 33,1%) vervollständigen die Top 10.

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

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