

## Studiensteckbrief: digital facts 2015-07

<b>Name der Studie</b>	digital facts
<b>Mitglieder der AGOF e.V.</b>	<p>Media Impact GmbH &amp; Co. KG          BAUER ADVERTISING KG          eBay (UK) Limited, eBay Advertising Group Deutschland          ForwardAdGroup GmbH          G+J Electronic Media Sales GmbH          HiMedia Deutschland AG          InteractiveMedia CCSP GmbH          IP Deutschland GmbH          iq digital media marketing GmbH          Microsoft Advertising          OMS Vermarktungs GmbH &amp; Co. KG          Quality Channel GmbH          SevenOne Media GmbH          Ströer Digital Group GmbH          United Internet Media GmbH          Vodafone D2 GmbH          Yahoo! Deutschland GmbH          YOC Mobile Advertising GmbH</p>
<b>Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (1/2)</b>	<p>adflames Media GmbH          apprupt GmbH          CHECK 24 Vergleichsportal GmbH          CMS Cinema Management Services GmbH &amp; Co. KG          CommonMedia GmbH          Condé Nast Verlag GmbH          Delta Advertising GmbH          Deutscher Fachverlag GmbH          evania GmbH          Fonpit AG          Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag GmbH          guentiger.de GmbH          IDG Business Media GmbH          intermedia advertising GmbH          joiz GmbH          K&amp;K GmbH          madvertise Media GmbH          MAIRDUMONT GmbH &amp; Co. KG          MeinProspekt GmbH          Mode Media GmbH          netpoint media GmbH          OnVista Media GmbH          QUARTER MEDIA GmbH          Red Bull Media House GmbH          Red Bulletin Schweiz AG          StayFriends GmbH          teltarif.de Onlineverlag GmbH</p>

<b>Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (2/2)</b>	Triad Retail Media Limited UK TripAdvisor Ltd. TripleDoubleU GmbH Unister GmbH Urban Media GmbH Verlag Werben & Verkaufen GmbH VICE Media GmbH VIMN Germany GmbH virtualnights:media ltd. WEBEDIA GmbH Web Media Publishing AG Weischer Online GmbH
<b>Zielsetzung</b>	Ziel der Studie ist es, die Nutzung des Werbeträgers Online medienadäquat abzubilden, um die Kommunikationsleistung dieses Mediums transparent zu machen. Dazu erfolgt die Erhebung von Netto-Reichweiten und eine detaillierte Beschreibung von Zielgruppen für alle Werbeträgerangebote und ihre Belegungseinheiten auf Basis der Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 10 Jahren für stationäre Medien bzw. ab 14 Jahren für mobile Medien.
<b>Erscheinungsfrequenzen</b>	12 x pro Jahr
<b>Auftraggeber</b>	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)
<b>Dienstleister</b>	ANKORDATA GmbH & Co. KG COMSulting Media Services GmbH GfK Engima INFOnline GmbH Interlogic GmbH Interrogare GmbH IPSOS GmbH Media-Markt Analysen GmbH & Co. KG spring GmbH & Co. KG TNS Infratest GmbH
<b>Definition Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 10 Jahren
<b>Definition Unique User</b>	Unique User: Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einem AGOF Angebot mindestens einen (einem Unique Client eindeutig zuzuordnende) Kontakt ausgelöst hat

<b>Erhebungsmethode</b>	Multi-Methodenmodell auf Basis technischer Messung (Tracking), OnSite-Befragung bzw. InApp- und Panelbefragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Erhebungszeitraum für die vorliegende Studie der digital facts 2015-07: 01.05.2015 – 31.07.2015
<b>Fallzahl</b>	Ungewichtet: 115.358 Fälle Gewichtet: 137.278 Fälle
<b>Enthaltene Merkmale</b>	<p>Die digital facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reichweiten</li> <li>• Kontakte</li> <li>• Soziodemografische Daten der Nutzer</li> <li>• Qualifizierungsdaten <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Psychografische Daten / Einstellungen</li> <li>○ Marktinformationen</li> </ul> </li> </ul>
<b>Datenverfügbarkeit</b>	<p>Die Kernergebnisse der digital facts finden sich zum Download auf der AGOF Webseite: <a href="http://www.agof.de/studien/digital-facts/">http://www.agof.de/studien/digital-facts/</a></p> <p>Darüber hinaus steht die digital facts im AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP zur Verfügung. TOP steht für „Transparenz für Online-Planung“ und unterstützt als gemeinsame Initiative der AGOF und ihren Marktpartnern die Transparenz in der Online-Planung.</p> <p>Die digital facts und TOP liefern alle gängigen Media-Leistungswerte für digitale Kampagnen.</p> <p>Weitere Informationen zu TOP gibt es unter: <a href="http://www.agof.de/top">www.agof.de/top</a></p>