

Studiensteckbrief: digital facts 2015-12

Name der Studie	digital facts
Mitglieder der AGOF e.V.	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 Media Impact GmbH & Co. KG Microsoft Advertising OMS Vermarktungs GmbH & 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
Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (1/2)	Ad Up Technology AG adflames Media GmbH CHECK 24 Vergleichsportal GmbH CMS Cinema Management Services GmbH & 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 Holzmann Medien GmbH & Co.KG IDG Business Media GmbH intermedia advertising GmbH joiz GmbH K&K GmbH madvertise Media GmbH MAIRDUMONT GmbH & Co. KG Media Partisans GmbH Mode Media GmbH netpoint media GmbH OnVista Media GmbH QUARTER MEDIA GmbH Red Bull Media House GmbH Red Bulletin Schweiz AG Room49 GmbH

<p>Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (2/2)</p>	<p>StayFriends GmbH Stylight GmbH teltarif.de Onlineverlag GmbH Triad Retail Media Limited UK TripAdvisor Ltd. TripleDoubleU 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</p>
<p>Zielsetzung</p>	<p>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.</p>
<p>Erscheinungsfrequenzen</p>	<p>12 x pro Jahr</p>
<p>Auftraggeber</p>	<p>Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)</p>
<p>Dienstleister</p>	<p>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</p>
<p>Definition Grundgesamtheit</p>	<p>Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 10 Jahren.</p>

Definition Unique User	Unique User: Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einem AGOF Angebot mindestens einen (einem Unique Client eindeutig zuzuordnende) Kontakt ausgelöst hat.
Erhebungsmethode	Multi-Methodenmodell auf Basis technischer Messung (Tracking), OnSite-Befragung bzw. InApp- und Panelbefragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung.
Erhebungszeitraum	Erhebungszeitraum für die vorliegende Studie der digital facts 2015-12: 01.10.2015 – 31.12.2015
Fallzahl	Ungewichtet: 115.236 Fälle Gewichtet: 137.994 Fälle
Enthaltene Merkmale	Die digital facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten: <ul style="list-style-type: none"> • Reichweiten • Kontakte • Soziodemografische Daten der Nutzer • Qualifizierungsdaten <ul style="list-style-type: none"> ○ Psychografische Daten / Einstellungen ○ Marktinformationen
Datenverfügbarkeit	Die Kernergebnisse der digital facts finden sich zum Download auf der AGOF Webseite: http://www.agof.de/studien/digital-facts/ 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. Die digital facts und TOP liefern alle gängigen Media-Leistungswerte für digitale Kampagnen. Weitere Informationen zu TOP gibt es unter: www.agof.de/top