

## Studiensteckbrief: digital facts 2016-08

|  |   |
|--|---|
| <b>Name der Studie</b>                               | digital facts   |
| <b>Mitglieder der AGOF e.V.</b>                      | BAUER ADVERTISING KG<br>eBay (UK) Limited, eBay Advertising Group Deutschland<br>ForwardAdGroup GmbH (Burda Forward)<br>G+J Electronic Media Sales GmbH<br>InteractiveMedia CCSP GmbH<br>IP Deutschland GmbH<br>iq digital media marketing GmbH<br>Media Impact GmbH & Co. KG<br>OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG<br>Quality Channel GmbH (Spiegel QC)<br>SevenOne Media GmbH<br>Ströer Digital Group GmbH<br>United Internet Media GmbH<br>Vodafone GmbH<br>Yahoo! Deutschland GmbH<br>YOC Mobile Advertising GmbH   |
| <b>Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (1/2)</b> | Ad Up Technology AG<br>adbility media GmbH<br>adflames Media GmbH<br>BCN – Burda Community Network GmbH<br>CHECK 24 Vergleichsportal GmbH<br>CMS Cinema Management Services GmbH & Co. KG<br>CommonMedia GmbH<br>Condé Nast Verlag GmbH<br>Deutscher Fachverlag GmbH<br>evania GmbH<br>Fonpit AG<br>Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag GmbH<br>guentiger.de GmbH<br>HiMedia Deutschland AG<br>Holzmann Medien GmbH & Co.KG<br>IDG Business Media GmbH<br>intermedia advertising GmbH<br>joiz GmbH<br>K&K GmbH<br>madvertise Media GmbH<br>MAIRDUMONT GmbH & Co. KG<br>Media Partisans GmbH<br>netpoint media GmbH<br>OnVista Media GmbH<br>PFD Pressefunk GmbH<br>QUARTER MEDIA GmbH<br>Scout24 AG<br>Stylight GmbH<br>teltarif.de Onlineverlag GmbH<br>Triad Retail Media Limited UK<br>TripAdvisor Ltd |

|  |  |
|--|--|
| <b>Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (2/2)</b> | TripleDoubleU GmbH<br>Urban Media GmbH<br>Verlag Werben & Verkaufen GmbH<br>VICE Media GmbH<br>VIMN Germany GmbH<br>virtualnights:media ltd.<br>vwd netsolutions GmbH<br>Web Media Publishing AG<br>Weischer Online GmbH<br>Wikia Inc.   |
| <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<br>COMsulting Media Services GmbH<br>GfK Engima<br>INFOnline GmbH<br>Interlogic GmbH<br>Interrogare GmbH<br>IPSOS GmbH<br>Media-Markt Analysen GmbH & Co. KG<br>spring GmbH & Co. KG<br>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-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung.  |
| <b>Erhebungszeitraum</b>   | Erhebungszeitraum für die vorliegende Studie der digital facts 2016-08: 01.06.2016 – 31.08.2016  |
| <b>Fallzahl</b>            | Ungewichtet: 113.899 Fälle<br>Gewichtet: 136.734 Fälle   |
| <b>Enthaltene Merkmale</b> | Die digital facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten: <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>  | Die Kernergebnisse der digital facts finden sich zum Download auf der AGOF Webseite:<br><a href="http://www.agof.de/studien/digital-facts/">http://www.agof.de/studien/digital-facts/</a><br><br>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.<br><br>Die digital facts und TOP liefern alle gängigen Media-Leistungswerte für digitale Kampagnen.<br><br>Weitere Informationen zu TOP gibt es unter:<br><a href="http://www.agof.de/top">www.agof.de/top</a> |