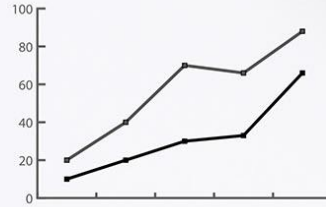
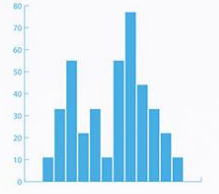


Die agof stellt sich vor

Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e. V.
März 2022





News im März 2022



Aufgrund der aktuell laufenden Umstellung des Messverfahrens im Zusammenhang mit der in Kraft getretenen TTDSG-Verordnung (Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz), kann die agof die Daten der daily digital facts (ddf) vorerst nur in eingeschränkter Form zur Verfügung stellen.

Die Veröffentlichung der daily digital facts ist aktuell noch ausgesetzt, die Daten der daily digital facts sind bis einschließlich November 2021 verfügbar.

Ab wann die Daten der daily digital facts wieder in den regulären Veröffentlichungsrhythmus zurückkehren, kann die agof derzeit leider noch nicht absehen.

Der Hintergrund: Seit dem 01. Dezember muss die agof die Datenverarbeitung unter den neuen Rahmenbedingungen des TTDSG (Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz) anpassen, was leider nochmals deutliche Veränderungen nach sich zieht. Da auch diese Arbeiten direkt im Live-Betrieb implementiert, geprüft und bewertet werden, hat sich die agof hier für ein anhaltendes Aussetzen der daily digital facts entschieden, bis alle Verfahren angepasst sind.

Sobald die daily digital facts wieder regulär erscheinen kann, wird die agof Sie hier zeitnah informieren.

(Stand: 17.03.2022)



Dienstleistungen und Ziele der agof

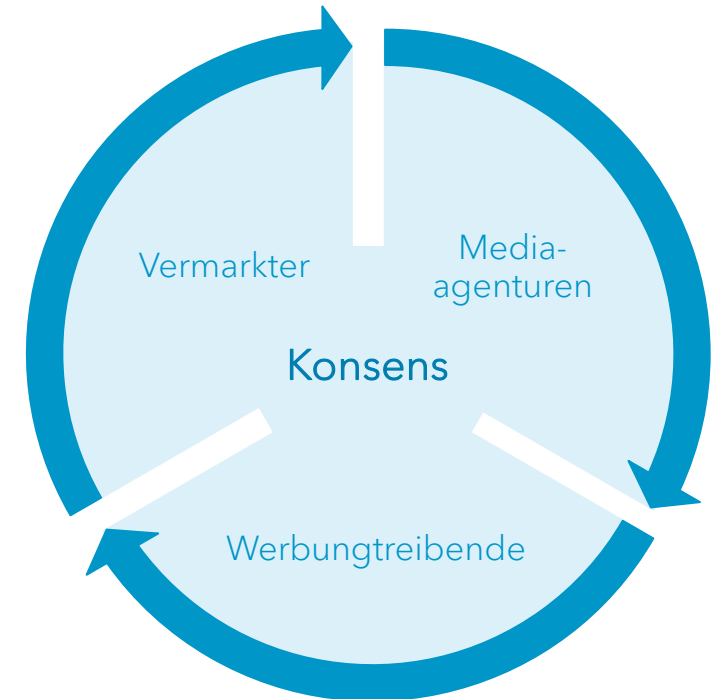


Die agof

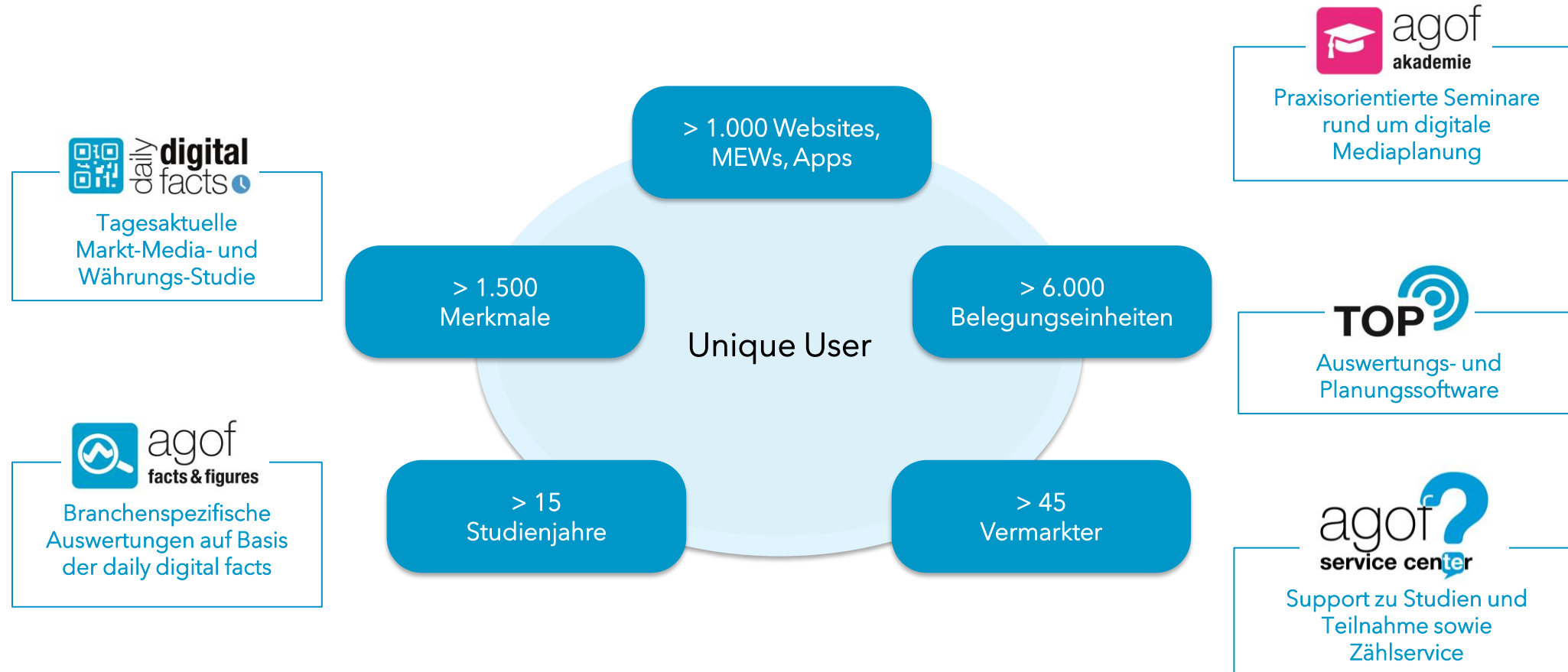
- Ist das Joint Industry Committee der digitalen Medien- und Werbewirtschaft und als solches unabhängig von Individualinteressen.
- Sichert und gestaltet die digitale Reichweitenwährung.
- Liefert vergleichbare Leistungs- und Nutzerdaten für digitale Werbeträger.
- Gewährleistet professionelle und transparente Mediaplanung.

Erhebungsmodell für alle Beteiligten transparent

- Das Methodenmodell wurde von Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden gemeinsam entwickelt.
- Sichert und gestaltet die digitale Reichweitenwährung.
- Liefert vergleichbare Leistungs- und Nutzerdaten für digitale Werbeträger.
- Die Datenerhebung erfolgt auf Basis gemeinsam definierter Konventionen.



Die agof auf einen Blick



Digitale Reichweitenwährung: Der Unique User

Der von der agof erhobene und ausgewiesene Unique User ist die Reichweitenwährung für digitale Werbeträger in Deutschland.

- Er drückt aus, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum Kontakt mit einem digitalen Medium hatten.
- Er macht die Medialeistung digitaler Werbeträger und Mediapläne untereinander vergleichbar und ermöglicht mediengattungsübergreifende Bewertungen.
- Er berücksichtigt sowohl die Nutzung mehrerer Endgeräte durch eine Person als auch die Nutzung eines Gerätes durch mehrere Personen. Er macht die Menschen vor den Bild-schirmen sichtbar.



Mitglieder und Struktur

Die agof ist ein eingetragener Verein. Ihre Mitglieder sind führende Vermarkter digitaler Werbeträger in Deutschland.

Die Mitglieder sind in den Sektionen Internet und Mobile organisiert und verantworten dort die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter in ihrem Segment der digitalen Wirtschaft.

Die Sektion Internet umfasst die auf das stationäre Internet spezialisierten Vermarkter. In der Sektion Mobile sind die im Bereich mobile Advertising tätigen Vermarkter organisiert.

Mitglieder	Sektion Internet	Sektion Mobile
Ad Alliance GmbH	X	X
BurdaForward GmbH	X	X
eBay Classifieds Group	X	X
G+J Electronic Media Sales GmbH	X	X
iq digital media marketing gmbh	X	X
Media Impact GmbH & Co. KG	X	X
Score Media Group GmbH & Co. KG	X	X
Seven.One Media GmbH	X	X
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG	X	X
Ströer Digital Media GmbH	X	X
United Internet Media GmbH	X	X

Mitwirkende Verbände: Agenturen und Werbungtreibende

Konsens mit allen Marktteilnehmern und höchste methodische Qualität sind Prinzipien der agof. Dazu kooperiert sie mit etablierten Verbänden der Werbewirtschaft.

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband e.V. (OWM), die Organisation der Mediaagenturen e.V. (OMG) und der Fachkreis Online-Mediaagenturen (FOMA) vertreten in den Gremien und im Vorstand der agof die Interessen der Abnehmer von Online-Medialeistung.



OWM



FACHKREIS
ONLINE-MEDIAAGENTUREN
IM BVDW

Mitwirkende Verbände: Weitere Joint Industrie Committees

Konsens mit allen Marktteilnehmern und höchste methodische Qualität sind Prinzipien der agof. Dazu kooperiert sie mit etablierten Verbänden der Werbewirtschaft.



Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) ist seit Juli 2009 methodisch für den Reichweitenteil der Studie verantwortlich.



Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) prüft die korrekte Implementierung der technischen Messung bei den an der daily digital facts teilnehmenden Angeboten.

agof Mission Statement

Als zentrale Instanz im Markt hat es sich die agof zur Aufgabe gemacht, relevante Themen & Trends des digitalen Marktes zu identifizieren und diese lösungs- und zukunftsorientiert voranzutreiben. In dieser Rolle setzt und gestaltet sie digitale Standards, forciert Projekte und Maßnahmen und unterstützt diese mit neuen und fruchtbaren Impulsen und Perspektiven. Dabei agiert sie als selbstständiger Initiator aber auch als Vermittler und als verlässlicher Partner.

Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes in Bezug auf Standards, Sicherheit und Qualität integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet dieses sowie ihre Weiterentwicklung nachhaltig und zukunftsicher daran aus.

Diese Kompetenzen sowie ihren gattungsübergreifenden Gesamtblick stellt sie dem digitalen Markt und seinen Teilnehmern in vielfältiger Weise zur Verfügung, sowohl in Form von bedarfsorientierten und innovativen Medialösungen an allen Stellen der digitalen Wertschöpfungskette, als auch darüber hinaus in Form von Wissensvermittlung, Impulsgebung und Agenda-Setting.



Die agof daily digital facts



Die Markt-Media-Studie daily digital facts

- Weist überschneidungsfrei Tages-Reichweiten von stationären Webseiten, mobile-enabled Sites, Apps und ihren Belegungseinheiten aus.
- Liefert zielgruppenbeschreibende soziodemografische und psychografische Merkmale und Daten zur Internetnutzung in Deutschland.
- Ermöglicht die Auswertung auf Basis einzelner Tage und frei wählbarer Zeiträume.

Mit der daily digital facts ...

- ... planen Werbungtreibende und Agenturen Online-Werbung auf Basis des Währungsstandards.
- ... weisen Publisher und Vermarkter die Leistung ihrer Werbeträger nach und optimieren ihr Portfolio.

Seit dem 01.02.2020 stehen Daten mit der Erweiterung um die Ausweisung nach Geräte-Typen in der daily digital facts zur Verfügung.

Aufteilung nach Desktop-, Smartphone- und Tabletnutzung!

Tägliche Leistungs- und Qualifizierungsdaten

Die daily digital facts weist täglich Leistungs- und Qualifizierungsdaten zu Webseiten, Apps, Belegungseinheiten und Kombinationen aus. Anhand folgender Kriterien können digitale Werbeträger und Mediapläne verglichen und bewertet werden:



Seit 2018 enthält die daily digital facts für noch mehr Datentiefe zusätzlich ausgewählte Merkmale aus zwei führenden Markt-Media-Studien:



Die Markt-Media-Studie **b4p** wird gemeinsam von Axel Springer, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, G+J und Hubert Burda Media entwickelt. Im Zentrum der b4p steht der Konsument und dessen Konsum- und Mediennutzungsverhalten. Märkte und Marken werden über die Darstellung von Verwendern bzw. Käufern transparent gemacht. Dazu erhebt sie neben umfassenden demographische Angaben auch Interessen, Motivationen, Einstellungen und Bedürfnisse der Nutzer.



Die **VuMA Touchpoints** ist eine wichtige Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien. Sie kombiniert Mediennutzungsdaten mit detaillierten Konsuminformationen und richtet sich an Mediaplaner in Agenturen und werbungtreibenden Unternehmen. Darüber hinaus werden Mediennutzung sowie weitere Tätigkeiten im Alltag im Tagesverlauf abgefragt. Auftraggeber sind AS&S, RMS und ZDF Werbefern-sehen, Partner sind IP Deutschland, EL CARTEL MEDIA, Sky Media und ENERGY MEDIA.

Auswertungszeiträume nach Bedarf wählbar

Die daily digital facts ermöglicht Planevaluierungen und Auswertungen auf Basis frei wählbarer Zeiträume.

Es können konkrete Zeiträume definiert oder durchschnittliche Tage, Wochen oder Monate gewählt werden.

Konkreter Zeitraum Ø Tag Ø Woche Ø Monat Zuletzt definiert

Konkreter Zeitraum:

- Letzter Tag (30.06.2017)
- Letzte 7 Tage (24.06 - 30.06.2017)
- Letzte 30 Tage (01.06 - 30.06.2017)
- Diese Woche (26.06 - 30.06.2017)
- Letzte Woche (19.06 - 25.06.2017)
- Dieser Monat (Juni 2017)
- Letzter Monat (Mai 2017)
- Individuell

Wochentagsfilter: Mo Di Mi Do Fr Sa So

April 2017							Mai 2017							Juni 2017									
KW	M	D	M	D	F	S	S	KW	M	D	M	D	F	S	S	KW	M	D	M	D	F	S	S
13	27	28	29	30	31	1	2	18	1	2	3	4	5	6	7	22	29	30	31	1	2	3	4
14	3	4	5	6	7	8	9	19	8	9	10	11	12	13	14	23	5	6	7	8	9	10	11
15	10	11	12	13	14	15	16	20	15	16	17	18	19	20	21	24	12	13	14	15	16	17	18
16	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	28	25	19	20	21	22	23	24	25
17	24	25	26	27	28	29	30	22	29	30	31	1	2	3	4	26	26	27	28	29	30	1	2

Unterschiedliche Zeitraum-Auswertungen zeigen:

- Tagesreichweite im Zeitverlauf
- Medialeistung an unterschiedlichen Wochentagen
- Reichweite und Nutzerstruktur anlässlich besonderer Ereignisse
- Einfluss von Feiertagen und Ferien
- ...

Über 1.000 teilnehmende Angebote

Aktuell nehmen **373** Digitale Gesamtangebote mit über **5.401** Belegungseinheiten an der daily digital facts teil. Digitale Gesamtangebote bestehen aus zusammengehörigen stationären und mobilen Angeboten. Es können sowohl die Digitalen Gesamtangebote als auch ihre stationären und mobilen Bestandteile ausgewertet werden.

Angebote in der daily digital facts:

- 373 Digitale Gesamtangebote
- 370 Website Angebote
- 210 mobile-enabled Website Angebote
- 178 App Angebote



Rund 30 teilnehmende Vermarkter

Neben den 11 Mitgliedern der agof lassen rund 20 weitere Vermarkter ihre Werbeträger in der daily digital facts erfassen und ausweisen.

Vermarkter nehmen entweder mit ihrem gesamten Portfolio oder ausgewählten Angeboten an der Studie teil.

Die teilnehmenden Vermarkter weisen Reichweiten zwischen unter 1 Millionen und über 50 Millionen Unique User im Monat auf. Diese Reichweiten werden von der agof monatlich im Rahmen des agof Vermarkter-Rankings veröffentlicht.



agof Vermarkter und ihre Monats-Reichweiten

Vermarkter	UU in Mio.	Vermarkter	UU in Mio.	Vermarkter	UU in Mio.
Ströer Digital	49,94	FUNKE Mediengruppe	26,61	CommonMedia	1,37
Ad Alliance	47,66	BCN - Burda Community Network	21,64	SPM Sportplatz Media	1,33
Media Impact	47,40	TAG24.de	9,27	Deutscher Fachverlag	1,13
eBay classifieds group	41,40	AutoScout24	8,18	Verlag Werben & Verkaufen	0,56
BurdaForward	41,09	Heise Medien	7,79	Weischer Online	0,33
United Internet Media	36,35	CondeNast	4,02	CHECK24 Vergleichsportal	0,26
iq digital	33,69	netpoint media	3,14	competitionline	0,25
Seven.One Media	32,59	Avoxa - Mediengruppe Deutscher Apotheker	3,06	Cinema Management Services	0,01

Basis: n=279.787 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Angaben: Unique User im Monat in Millionen
/ Quelle: agof e. V. / daily digital facts 26.01.2022 / Auswertungszeitraum: November 2021

Daten der daily digital facts nutzen

TOP modular: Die Daten der daily digital facts werden vor allem von Mediaagenturen, Werbung-treibenden, Vermarktern und Publishern genutzt. Sie beziehen die Studie mittels einer Lizenz des Auswertungs- und Planungsprogramms TOP modular. Neben im Online-Werbemarkt tätigen Unternehmen gehören auch Institute, Hochschulen und Studierende zu den TOP-Lizenznehmern.

agof Webseite: Kernergebnisse der daily digital facts werden zu Beginn eines Monats in grafischer und tabellarischer Form auf der Webseite der agof veröffentlicht:

<https://www.agof.de/studien/daily-digital-facts/monatsberichte/>

agof facts & figures: Mit den agof facts & figures stellt die agof fortlaufend Sonderauswertungen der daily digital facts zu unterschiedlichen Branchen zur Verfügung.

agof service center: Hier werden nicht nur alle Fragen rund um die Studien und Studienteilnahme beantwortet, das agof service center bietet außerdem kostenfreie Zählungen aus der daily digital facts.

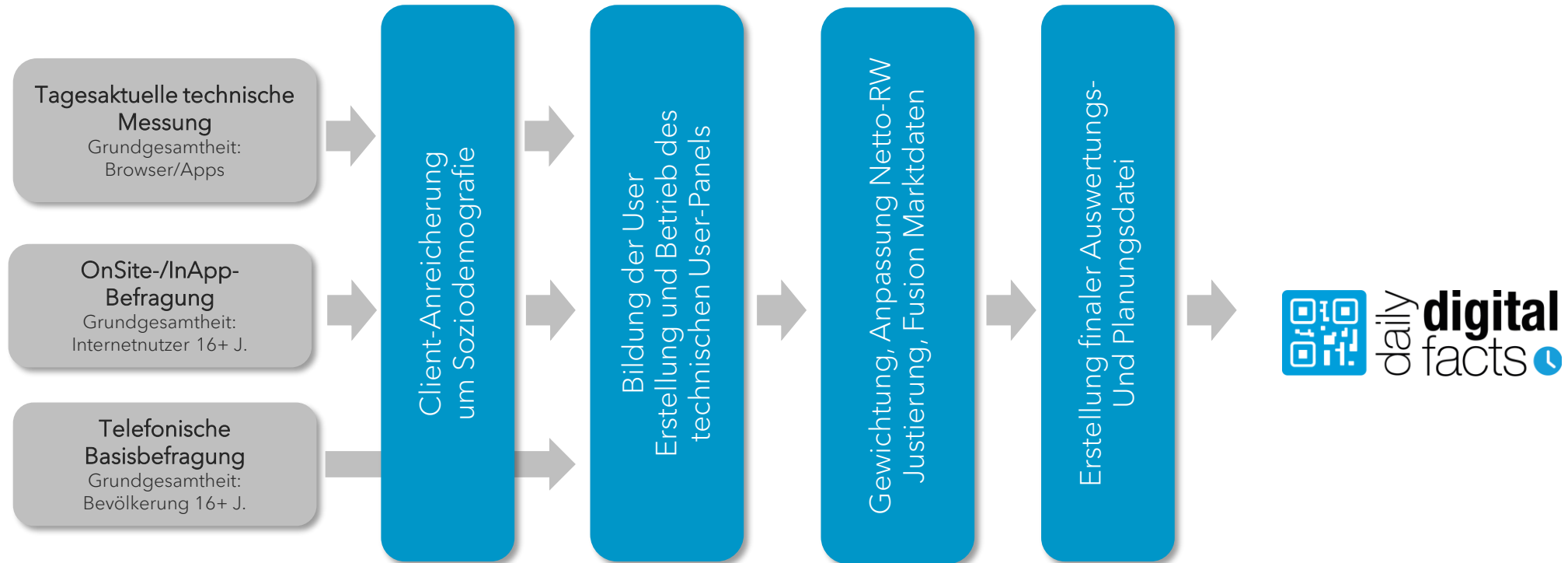


Methodenmodell der agof

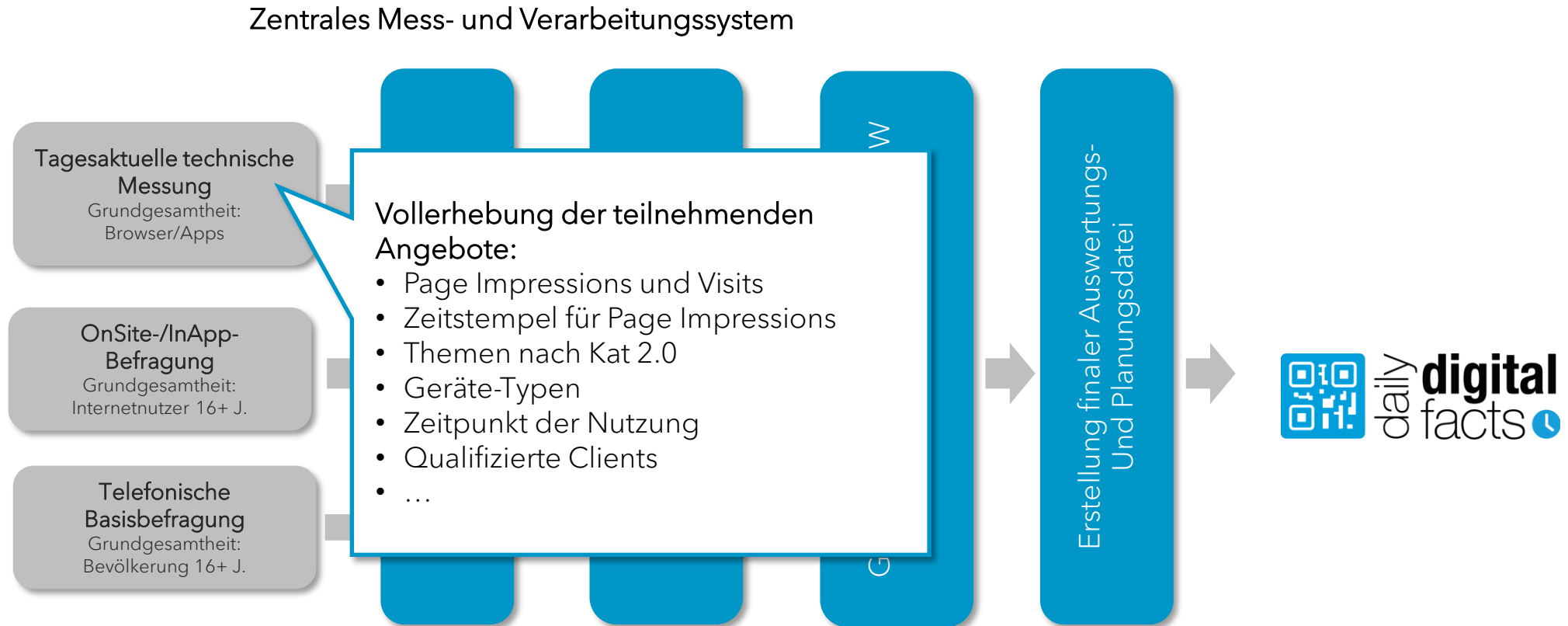


Methodenmodell der daily digital facts

Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem

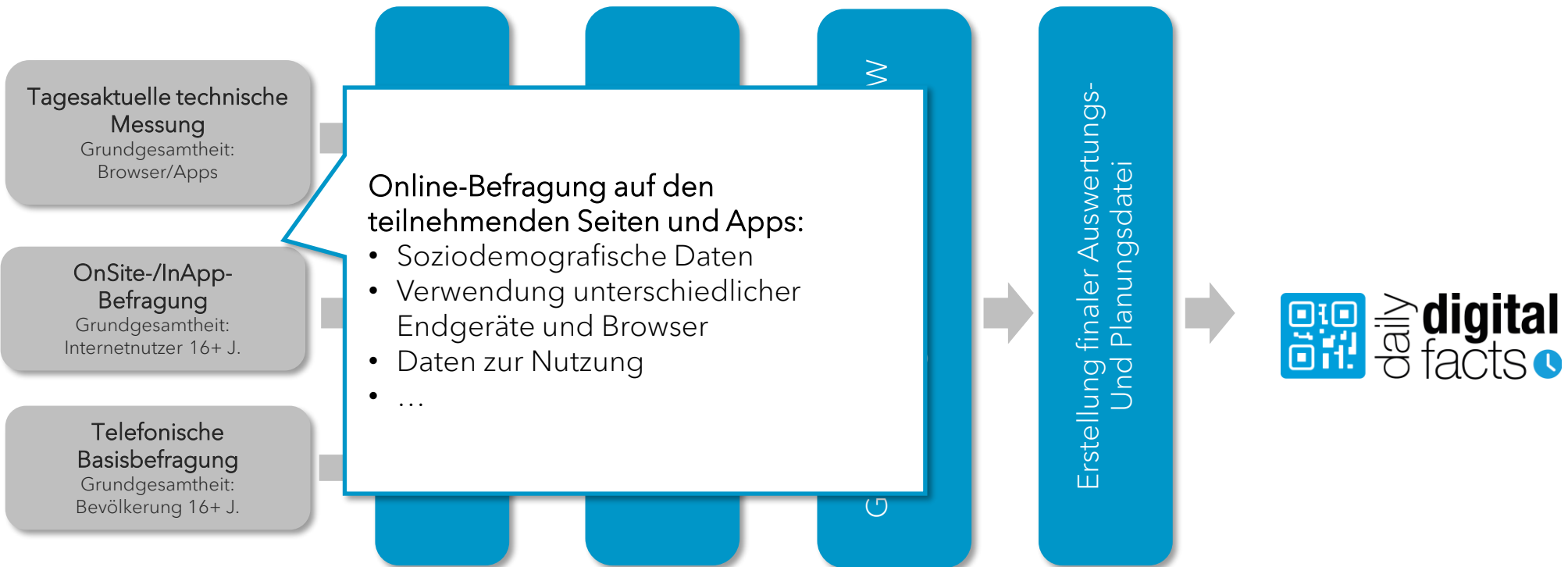


Methodenmodell der daily digital facts

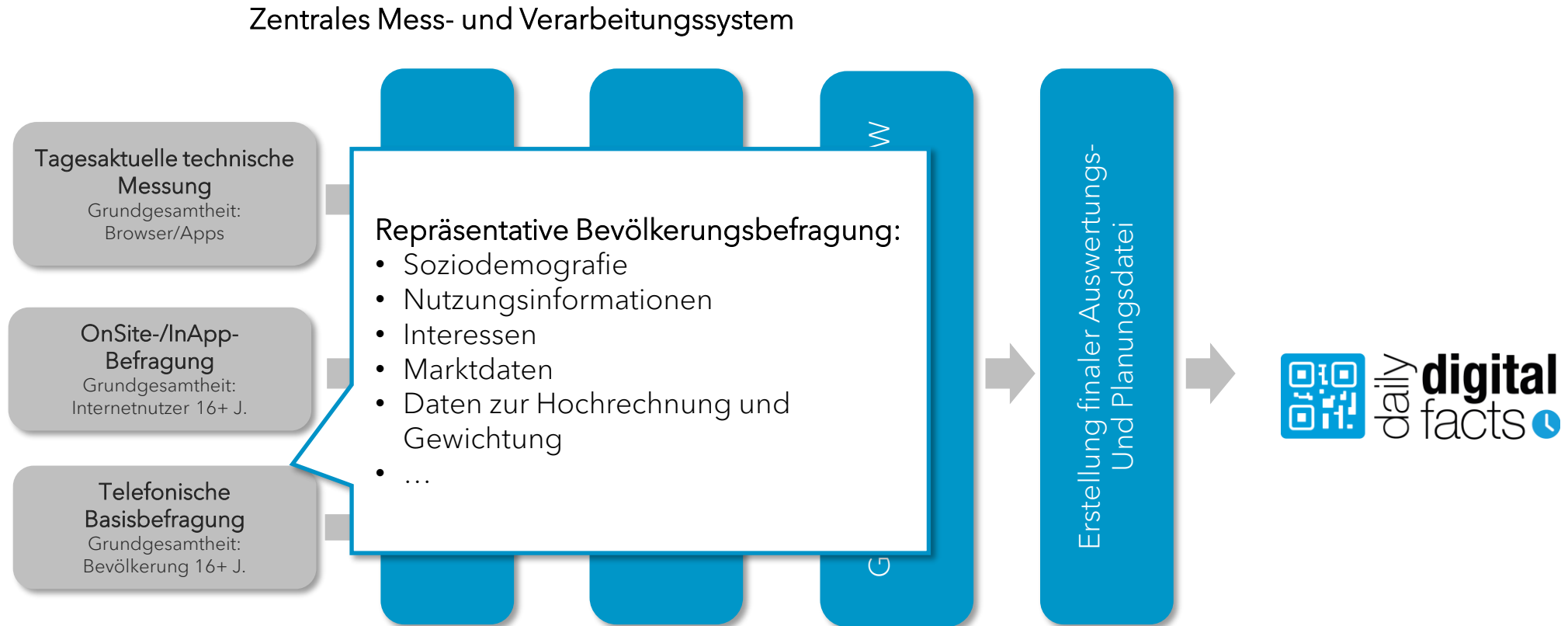


Methodenmodell der daily digital facts

Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem



Methodenmodell der daily digital facts



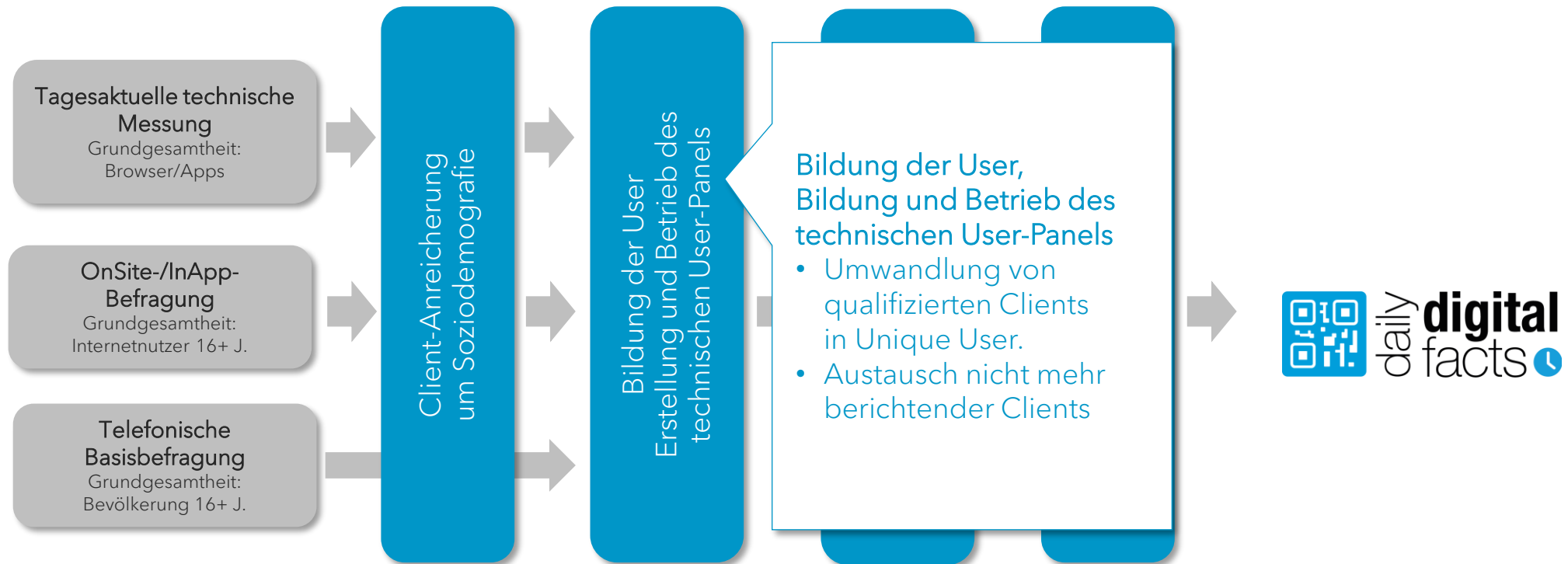
Methodenmodell der daily digital facts

Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem



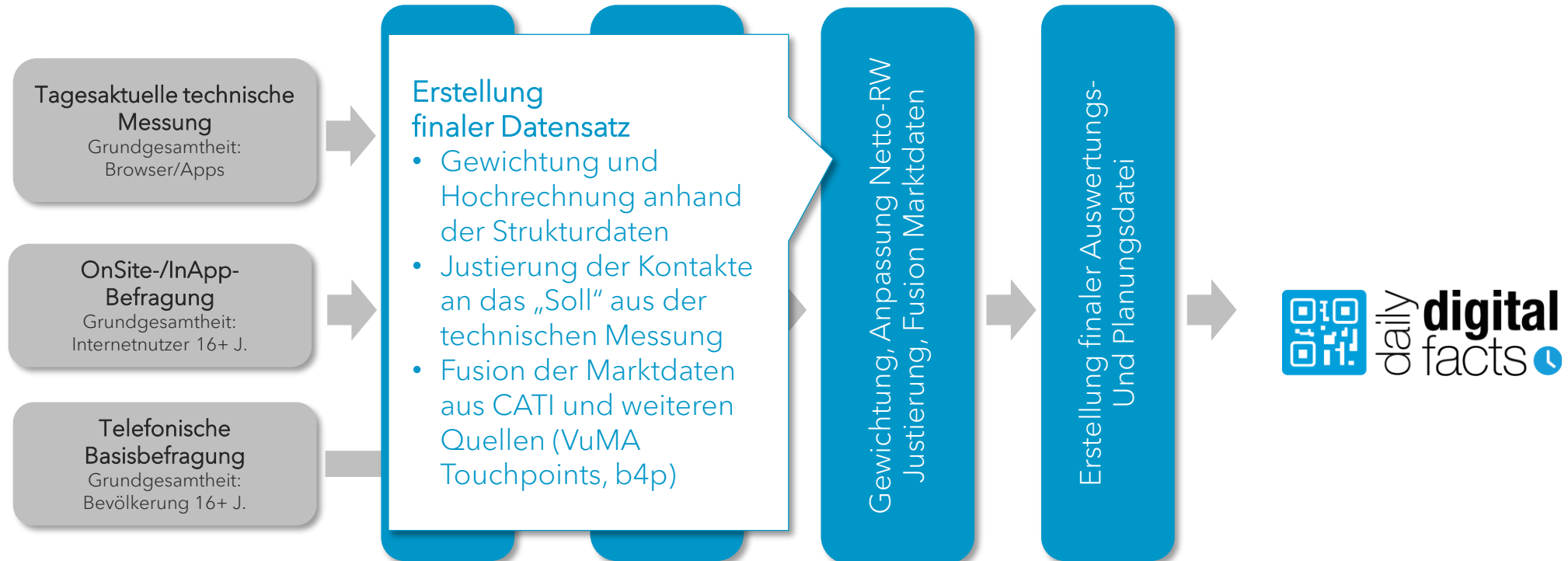
Methodenmodell der daily digital facts

Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem



Methodenmodell der daily digital facts

Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem



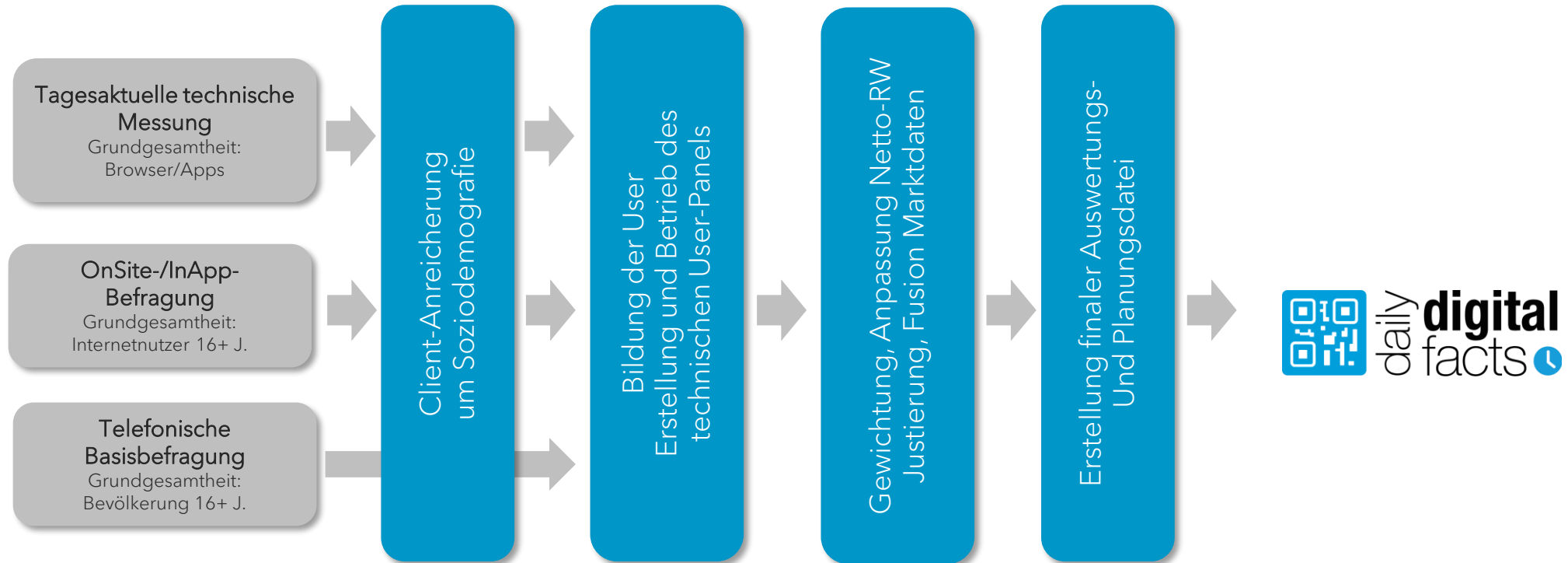
Methodenmodell der daily digital facts

Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem



Methodenmodell der daily digital facts

Zentrales Mess- und Verarbeitungssystem



A photograph of a man and a woman in business attire looking at a tablet together in a modern office setting. The man is wearing a blue suit, and the woman is wearing a black blazer. They are standing and looking at a tablet held by the woman. In the background, other people are seated at a conference table with laptops. The scene is brightly lit with circular ceiling lights.

Weitere Tools und Dienstleistungen



TOP modular ist das cloudbasierte Auswertungs- und Planungsprogramm, mit dem die Daten der daily digital facts ausgewertet und Mediapläne evaluiert werden können.

TOP modular bietet:

- Analyse von Zielgruppen, Online-Werbeträgern und ihren Belegungseinheiten anhand von über 1.500 Einzelmerkmalen.
- Evaluierung von Mediaplänen auf Ebene der Belegungseinheiten.
- Berücksichtigung online-spezifischer Funktionen wie Frequency Capping und Targeting.
- Grafikfunktionen für schnelle Visualisierung der Ergebnisse.
- Personalisierbare Ansichten und Einstellungen für die individuelle Arbeitsweise.
- Export von Tabellen und Grafiken für systemübergreifende Integrationsmöglichkeiten.

TRANSPARENZ FÜR
ONLINE-PLANUNG

MEDIENADÄQUAT
PERSONALISIERBAR

KOMFORTABEL

VIELSEITIG

INTUITIV

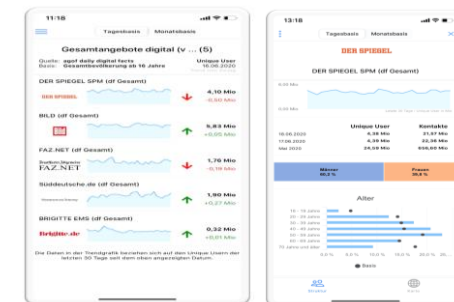
Die TOP Familie

Dabei bietet TOP modular ergänzend zur Basisversion verschiedene Bausteinen, deren Funktionalitäten passgenau auf die unterschiedlichen Anforderungen und Arbeitsweisen im modernen Mediabusiness zugeschnitten sind.

So ist **TOP planning** die komplexe Ergänzung zur digitalen Media-planung, **TOP analyze** liefert zusätzliche Auswertungsoptionen und Darstellungsformen. **TOP pin** ermöglicht Rohdaten der agof Studie in interne Datenbanken oder Analyse-Tools zu importieren und mit **TOP api** steht eine moderne Schnittstellen-Technologie zum automatischen Datentransfer der agof Ergebnisse in externe Dashboards bereit.

Neuestes Mitglied: Die **TOP App**.

Der neueste Baustein ermöglicht, Reichweiten- und Zielgruppen-Informationen aus der *daily digital facts* auch auf Smartphones oder anderen Touchpad-Devices aufzurufen.



Die agof akademie bietet praxisorientierte Seminare zum Einsatz von TOP modular und der daily digital facts in Vermarktung und Mediaplanung.

Inhalte der Mediaseminare für Mediaplanung und Vermarktung

- Aufbau und Bedienung von TOP modular.
- Definition und Interpretation von Medialeistungswerten.
- Erstellung und Interpretation von Zielgruppenauswertungen, Medienstrukturanalysen und Rangreihen.
- Ermittlung von Exklusivnutzern und Überschneidungen.
- Mediaplanerstellung und Bewertung der Ergebnisse.
- Planoptimierung über Budget, Share, Kontaktklassen sowie durch Frequency Capping und Targeting.
- Identifikation der USPs von Medien, Ableitung von Verkaufsargumentationen und Erstellung von Verkaufsunterlagen.

Mit einer Mischung aus Theorie in Vortragsform, Arbeit in Kleingruppen und praktischer Anwendung im Programm vermittelt die agof akademie

- *Agentur-Teilnehmern*, wie sie geeignete Werbeträger identifizieren und Mediapläne evaluieren
- *Vermarktern*, wie sie Wettbewerbsvergleiche erstellen und Verkaufsargumente ableiten

agof qualified inventory (aqi)



Kostenfreier Service zur automatischen Ermittlung hochwertiger Werbeumfelder:

Ein kostenfreier Service der agof hilft dabei, hochwertige Umfelder im Rahmen automatisierter Werbeprozesse leichter zu identifizieren. Sie stellt dem Markt ein Feature zur Verfügung, über das automatisiert und kostenlos abgefragt werden kann, ob es sich bei einer URL oder einer App ID um ein von der agof qualifiziertes Angebot handelt: das agof qualified inventory (aqi).

Das neue Feature kann auch im Bereich „Programmatic Advertising“ eingesetzt werden und wurde auf Wunsch von Werbekunden und Ad Tech-Anbietern entwickelt.

Die Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (agof) e.V. und der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. wollen mit einheitlichen Standards für mehr Transparenz und Sicherheit im digitalen Ökosystem sorgen. Daher haben sie eine Reihe von Qualitätszertifikaten gestartet, die den digitalen Markt durch verlässliche und vergleichbare Kennzahlen und Kriterien zusätzlich unterstützen sollen.

Das erste Modul des neuen Katalogs von Qualitätszertifikaten ist ein Zertifikat für die Sichtbarkeit von Online-Werbung (Viewability). Eine Anmeldung zur Zertifizierung ist ab sofort möglich. Auch ein Zertifikat für Invalid Traffic soll folgen, weitere befinden sich bereits in der Ausgestaltung.

Damit bringen die agof und der BVDW das Vorhaben des IAB Europe, einen europäischen Standard für Zertifizierungen zu schaffen, in den deutschen Markt und überführen die europäischen Richtlinien in die praktische Anwendung.

Weitere Informationen zu den Qualitätszertifikaten finden Sie unter <https://www.agof.de/zertifizierungen/>

Weitere Infos und Kontakt



Weitere Informationen, Ansprechpartner

agof daily digital facts

Mitmachen

Informationen, Voraussetzungen, Kosten unter:
<https://www.agof.de/mitmachen/>

Ansprechpartner:
agof service center
Tel.: 0800-410 2977
Mail: servicecenter@agof.de

TOP

Auswertungs- und Planungstool

Weitere Informationen unter:
<https://info.top-modular.de/>

Ansprechpartner:
COMsulting GmbH
Tel.: 04503 / 3535-0
Mail: top-support@comsulting.de

agof akademie

Seminare und Webinare

Weitere Informationen unter:
<https://www.agof.de/akademie/>

Ansprechpartner:
Marion Beckers,
Leiterin agof akademie
Mail: marion.beckers@agof.de

Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

www.agof.de

Tel.: 069-264 888 310

Fax: 069-264 888 320

Mail: kontakt@agof.de

Claudia Dubrau

Geschäftsführerin agof e.V.

Tel: 069/ 264-888 - 310

Mail: claudia.dubrau@agof.de



Katharina Metzger

Pressesprecherin agof

Tel.: 0151 / 12671388

Mail: katharina.metzger@agof.de

