

Die tagesaktuelle Markt-Media-Studie der agof

www.agof.de

Detailtiefer denn je und jeden Morgen frisch: Mit der Markt-Media-Studie *daily digital facts* ist der agof der ganz große Wurf gelungen. Seit 2017 stehen dem deutschen Werbemarkt nun auch für digitale Medien tagesaktuelle Netto-Reichweiten und Strukturdaten zur Verfügung.

WÄHRUNGSSTANDARD UND DAMIT GRUNDLAGE FÜR DIE MONETARISIERUNG DIGITALER KANÄLE: DER UNIQUE USER



Die Einführung der *daily digital facts* war zweifellos ein Paradigmenwechsel und hat die Akzeptanz der Studie noch einmal deutlich gesteigert. Und: Der **Unique User** war und ist die zentrale Maßeinheit, auf die der Markt vertraut.

Und das hat gewichtige Gründe: Die agof setzte in Punkto Methodik nämlich auf Kontinuität. Für die tägliche Datenerhebung wurde die Systematik des seit fast zwei Jahrzehnten bewährten Multi-Methoden-Modells beibehalten und mit neuen Komponenten und Big Data-Technologie angereichert. Damit war gewährleistet, dass alle etablierten Leistungswerte der Vorgängerstudie auch auf Tagesbasis ausgewiesen werden können.

Alle Player an Bord

Ebenso entscheidend: An der Entwicklung und Ausgestaltung der *daily digital facts* wirkten alle relevanten Player des digitalen Werbemarkts mit. Werbekunden und Agenturen waren über ihre Verbände (OWM, OMG, FOMA) ebenso aktiv und gleichberechtigt in die Prozesse eingebunden, wie die in der agof organisierten Vermarkter. Die Studie beinhaltet daher alle wesentlichen Wünsche und Anforderungen des gesamten digitalen Werbemarkts — inklusive der deutlich erweiterten Analyse- und Planungsfunktionen (siehe Factsheet zu TOP).

Teilnahme für jeden

In der Vergangenheit war die Teilnahme an agof Studien auf Unternehmen beschränkt, die ihre Online-Angebote vermarkten, also buchbare Werbeflächen anbieten. Diese Restriktion gilt für die *daily digital facts* nicht.

Es können also alle im Internet aktiven Unternehmen ihre Angebote von der agof erheben lassen — und damit Reichweiten und Strukturdaten erhalten, die dem Marktstandard entsprechen und mit werbeführenden Sites 1:1 vergleichbar sind.

Strengster Datenschutz

Die agof unterstützt die Regeln zum Schutz von Persönlichkeitsrechten im Internet ohne jede Einschränkung und hält nationale und europäische Datenschutzgesetze (z.B. DSGVO oder ePrivacy) strengstens ein. Das gilt selbstverständlich auch für die methodische Architektur der Studie *daily digital facts*, die auch die Regelungen zur informierten Cookie-Zustimmung (Consent) umsetzt und umgehend auch das Ende 2021 in Kraft tretende TTDSG berücksichtigen wird.

Darüber hinaus ist die agof den nationalen und internationalen Standesregeln (BVM/ISOMAR) für Sozial- und Marktforscher verpflichtet.

Wer im Internet für seine Produkte wirbt, E-Commerce betreibt, eine bessere Kundenbindung erzielen oder Marken etablieren will, braucht Gewissheit. Wie viele User erreiche ich tatsächlich? Welche Zielgruppen interessieren sich bereits in hohem Maße für meine Angebote und welche Gruppen sind eher unterrepräsentiert? Hatte die Marketing-Maßnahme an Tag X die erhoffte Resonanz? In der **daily digital facts** der agof finden sich die Antworten...

DIGITALE ANALYSE ANHAND VON RUND 1.500 MERKMALEN

Wie aussagekräftig eine Daten-Analyse ist, hängt von mehreren Faktoren ab: Die Glaubwürdigkeit der Quelle, Validität sowie Qualität der Methode und die Auswahl der Leistungswerte. Die Kennzahlen der **daily digital facts**:

- Netto-Reichweiten
- Kontakte (Brutto-Reichweite)
- insgesamt ca. 1.500 Zielgruppenmerkmale
- Soziodemografie
Alter, Geschlecht, Bildung/Ausbildung, Einkommen, Tätigkeit/Beruf, Familienstand, Leben mit oder ohne Partner, Kinder (nach Altersklassen), Personen im Haushalt, Wohngebiet (u.a. Bundesland, Ortsgröße) und Wohnungsart, Staatsangehörigkeit
- Psychografische Daten / persönliche Einstellungen
- Ausweisung nach Geräte-Typen
- Allgemeine Marktdaten
- Detaillierte Auswertungsoptionen zu Social Media und Influencer Marketing
- Freizeitgestaltung / Hobbys / Sport
- Reiseaktivitäten & Planungen
- Haushaltsausstattung (digitale und andere Geräte)
- Mobilität
- Produktpräferenzen (für 100 Produktgruppen)
- Produktverwendung /persönlicher Konsum
- Einkaufsverhalten & Kaufplanungen
- Online-Suche / Online-Kauf
- Mediennutzung / Musik- und Filmgeschmack
- Umweltbewusstsein

Angebote und Belegungseinheiten können **45 Themen** zugeordnet und entsprechend ausgewertet werden

Das agof Universum

Aktuell lassen knapp 40 in Deutschland tätige Vermarkter, darunter alle hierzulande führenden Unternehmen, die Nutzung ihres Online-Portfolios von der agof erheben und ausweisen. Damit umfasst das agof Universum 820 digitale Medienangebote mit rund 5.300 Belegungseinheiten (Fachterminus für die kleinsten, buchbaren Einheiten, in der Regel Unterseiten oder auch Apps).

Das bedeutet: Obwohl sich Internet-Giganten wie Google, Facebook oder Amazon nicht von einer neutralen Instanz wie der agof überprüfen lassen wollen, bildet die **daily digital facts** die Online-Nutzer in Deutschland fast vollständig ab.

Die Kooperationspartner

Seit 2018 integriert die agof relevante Zielgruppen-Merkmale und Marktdaten der „VuMA Touchpoints“ und „best for planning“ in die **daily digital facts** und schärft so die Detailtiefe. Ebenfalls wichtig: Da mit den Studien „VuMA“ und „b4p“ in der „klassischen“ Vermarktung (Print, Radio, TV) gearbeitet wird, sind crossmediale Marketing-Maßnahmen deutlich besser steuerbar.

Kontakt:

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.
Tel: 069/ 264 888 310, Mail: kontakt@agof.de