



INFONLINE
Der Standard der Online-Messung!



PRESSEMITTEILUNG

Experten befragen Experten zur Zukunft des Internets

AGOF, INFOnline und IVW legen gemeinsame qualitative Studie zur Zukunft des Internets vor / Gemeinsame Präsentation der Ergebnisse auf der online-marketing-düsseldorf

Berlin/Bonn/Frankfurt, 12. September 2008. „Nachrückende Nutzergenerationen sind Totalverweigerer“ und „Medienmarken sind für die Vermarktung ohne Bedeutung“ – denken das Deutschlands Online-Experten tatsächlich? Die drei Branchen-Organisationen Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF), INFOnline und die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) wollten es genauer wissen: In Form von Tiefeninterviews wurden über 30 Online-Experten in Deutschland befragt, wohin sich das Internet entwickelt. Die Fragen bezogen sich auf insgesamt fünf Themenblöcken, unter anderem Mediennutzung und Vermarktung.

Die Nutzung des Netzes wird selektiver

Die These, dass nachrückende Online-Nutzergenerationen nicht nur klassische Mediennutzung verweigern, sondern sich zudem kaum noch auf konventionell buchbaren Internetangeboten bewegen, Werbeverweigerer sind und bei Nutzung und Wahrnehmung von Inhalten stark selektieren, stützt die Mehrheit der Experten nicht. Im Gegenteil: Es herrscht weitgehend Einigkeit darüber, dass die Nutzung zwar selektiver wird, aber die Mehrheit der User aber auch zukünftig die klassischen Medien und führenden Websites bzw. etablierten Online-Medienmarken nutzen wird. Von den jungen Nutzergruppen als Totalverweigerer zu sprechen, halten die Befragten für eher unwahrscheinlich.

Medienmarken weiterhin wichtig zur Orientierung und Sicherheit

Einigkeit herrscht auch in der Ablehnung der Thesen, dass Medienmarken ohne Bedeutung für die Vermarktung sind, sich der Image-Transfer als Illusion erweist und No-Name-Reichweiten ein deutlich besseres Preis-/Leistungsverhältnis bieten.

Medienmarken bieten den Usern nach wie vor Orientierung und Qualität und sorgen somit für Vertrauen und Sicherheit bei Werbetreibenden. Einig sind sich die Experten aber auch darüber, dass die performanceorientierte Werbemessung No-Name-Reichweiten begünstigen wird.

Beim Workshop „Die Zukunft des Internets – Ergebnisse einer Expertenbefragung“ erfahren die Fachbesucher der online-marketing-düsseldorf, welche Thesen darüber hinaus erörtert wurden und wie die entsprechenden Einschätzungen der Experten lauten. Die Präsentation von Claudia Dubrau (AGOF), Stefanie Behnke (INFOnline) und Jörg Bungartz

ADLINK MEDIA GERMANY | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |

PRESSEMITTEILUNG



INFONLINE
Der Standard der Online-Messung!



(IVW) findet am zweiten Messetag (18. September) von 13.30 bis 14.20 Uhr im Workshopraum 2 statt. Die Studienergebnisse werden auf den Websites der Unternehmen – www.agof.de, www.INFOnline.de und www.ivw.de - ab dem 19. September als kostenloser Download zur Verfügung gestellt.

Die INFOnline GmbH

Die INFOnline GmbH liefert gemäß ihrem Leitsatz „Der Standard der Online-Messung!“ seit 2002 standardisierte Messgrößen über die Nutzung von Internetseiten. Dabei folgt das Unternehmen als einziger Anbieter in Deutschland den einheitlichen Standards der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) und der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF). Die Messergebnisse von INFOnline stellen die Grundlage für die Online-Währung in Deutschland dar und bilden damit die Basis für Transparenz und Vergleichbarkeit der Nutzung von Internetangeboten. Bei der Erhebung der Seitenzugriffe kommt das Skalierbare Zentrale Messverfahren (SZM) zum Einsatz, mit dem Seitenzugriffe in Echtzeit gemessen und „near realtime“ ausgewertet werden. Werbeträger, Werbungtreibende und Nicht-Werbeträger können auf der Basis der Dienstleistungen von INFOnline die Nutzung ihrer Online-Angebote analysieren und ihre Internetangebote optimieren. Die INFOnline GmbH ist derzeit mit 19 Mitarbeitern für über 1.000 Online-Angebote aus den Bereichen TV, Hörfunk, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage und Portalbetreiber sowie für Unternehmen und Verbände tätig. Gesellschafter des Unternehmens sind der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, der Bundesverband Digitale Wirtschaft, der Markenverband, die Organisation der Media-Agenturen im GWA, der Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien sowie der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation.

Die IVW

Die IVW ist die unabhängige Einrichtung der deutschen Werbewirtschaft zur Ermittlung und Bereitstellung valider Daten für die Leistungskontrolle von Werbeträgern. Mitglieder der IVW sind die Medienanbieter, die werbungtreibenden Unternehmen und die Werbe- und Mediaagenturen, die über ihre Branchenverbände die Delegierten in den Führungs- und Entscheidungsgremien der IVW stellen. Seit Gründung der IVW im Jahre 1949 hat die Prüfgemeinschaft ihre Kontrolltätigkeit kontinuierlich ausgeweitet und ihre einzelnen Prüfverfahren an die neuen Anforderungen des Werbemarktes angepasst. Die IVW erhebt und kontrolliert heute Verbreitungsdaten zu beinahe der gesamten Angebotspalette von Werbeträgern in Deutschland. Ursprünglich als Einrichtung zur Auflagenkontrolle von Printmedien geschaffen, wurde der Tätigkeitsbereich der IVW im Laufe der Jahrzehnte auf weitere Medien ausgedehnt: Online-Medien, Funkmedien, Außenwerbung, Filmtheater und Veranstaltungen (Events) für die jeweils spezielle Richtlinien gelten. Rund 800 Websites beteiligen sich gegenwärtig an dem IVW-Prüfverfahren für Online-Medien. Im Auftrag der Anbieter wird

ADLINK MEDIA GERMANY | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA |
EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING |
INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING |
QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



INFONLINE
Der Standard der Online-Messung!



der Traffic dieser Sites von der INFOnline GmbH mit dem SZM gemessen, zu monatlichen Summen der Visits und PageImpressions aggregiert und von der IVW in regelmäßigen Gesamtübersichten veröffentlicht. Zentrale Aufgabe der IVW ist die kontinuierliche Kontrolle und Überprüfung dieser Leistungswerte. Umfangreiche und detaillierte Richtlinien definieren die Messgrößen und regeln die korrekte Ermittlung und Prüfung der Leistungsdaten. Diese Richtlinien werden von den Marktbeteiligten getragen und bilden sowohl für die Online-Werbeträger als auch für die IVW selbst die Grundlage und den Rahmen für das gesamte Kontrollverfahren.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AdLINK Media Germany, AOL Digital Marketing Group, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freenet AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GWP media marketing GmbH, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Network Europe, Microsoft Advertising, QUALITY CHANNEL GMBH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: Ad2Net GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media & mediasquares, ADselect GmbH, allesklar.com AG, antonow advertising GmbH, AreaDigital AG, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, DZH Online Media Sales Group GmbH, Europa-Fachpresse-Verlag GmbH, Fantastic Zero, Greater Union Filmpalast GmbH, Hi-Media Deutschland AG, HSID Verlagsgesellschaft mbH, IDG Communications Media AG, IMG Media GmbH, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Mirando GmbH & Co. KG, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, netbrands Media, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, orangemedia.de GmbH, PeterPays Media, QUARTER MEDIA GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, wallstreet:online AG, Webguidez Entertainment GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, WerbeWeischer GmbH & Co. KG und WORT & BILD VERLAG.

Bei Rückfragen:

ADLINK MEDIA GERMANY | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |



INFONLINE
Der Standard der Online-Messung!



Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

Zarifa Schmitt

Stv. AGOF Pressesprecherin

Tel.: 0221/5886-401

Fax: 0221/5886-409

Mobil: 0163/5886401

Mail: zarifa.schmitt@agof.de

ADLINK MEDIA GERMANY | AOL DIGITAL MARKETING GROUP | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA |
EBAY ADVERTISING GROUP | FREENET | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | GWP MEDIA MARKETING |
INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING |
QUALITY CHANNEL | SEVENONE INTERACTIVE | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Wolfgang Dittrich |