



PRESSEMITTEILUNG

AGOF *mobile* formiert sich

Neue Arbeitsgruppe in der AGOF verantwortet methodische Ausgestaltung der Mobile-Reichweitenmessung / Enge Zusammenarbeit mit dem MAC im BVDW / Präsentation des finalen Studienmodells der mobile facts und erster Mobile-Nutzungsdaten zur dmexco geplant

Frankfurt, 29. Juni 2009. Die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) hat am vergangenen Donnerstag die Gründung der AGOF *mobile* beschlossen. Damit hat die AGOF die grundsätzlichen Voraussetzungen zur Erhebung und Ausweisung von Reichweiten und Planungsdaten für mobile Online-Angebote im Rahmen der geplanten Markt-Media-Studie mobile facts geschaffen. Die AGOF *mobile* wird sowohl für die Entwicklung und Realisierung des zugrundeliegenden Studienmodells und die Durchführung der Studie als auch für die methodische Ausgestaltung der Mobile-Reichweitenmessung verantwortlich zeichnen und dabei eng mit dem Mobile Advertising Circle (MAC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. zusammenarbeiten. Als zweite Studie neben der etablierten internet facts stellt die mobile facts den nächsten Baustein im Portfolio der von der AGOF herausgegebenen Markt-Media-Studien und bereitgestellten Planungsinstrumente dar.

Zu den 14 Gründungsmitgliedern der AGOF *mobile* zählen (in alphabetischer Reihenfolge): Axel Springer AG, freeXmedia GmbH, Gruner + Jahr Electronic Media Sales GmbH, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq media marketing gmbh, QUALITY CHANNEL GmbH, T-Mobile International AG, Telefonica O₂ Germany GmbH & Co. OHG, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG, Vodafone D2 GmbH, Yahoo! Deutschland GmbH und YOC AG.

Mit dem Beschluss zur Gründung der AGOF *mobile* und der Einrichtung entsprechender Mobile-Gremien stellt die AGOF als zentrale Kompetenzinstanz für digitale Mediawährungen in Deutschland die entscheidenden institutionellen Weichen zur Implementierung einer der hohen Qualität der Online-Mediaplanung entsprechenden Mediawährung für das Medium Mobile. Ziel ist es dabei, in der AGOF *mobile* alle relevanten Marktteilnehmer zu vereinigen, um im Rahmen dieses Joint Industry Committees und im engen Austausch mit den Nutzern – Agenturen und Werbetreibenden – die neue Mobile-Reichweitenwährung im Markt zu etablieren. Die AGOF *mobile* arbeitet hierfür eng mit dem Mobile Advertising Circle (MAC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) zusammen, der sehr eng mit der Mobile Marketing Association (MMA) verzahnt ist. So sollen insbesondere definitorische Vorgaben und bereits entwickelte Marktstandards aus dem MAC bei der Entwicklung

ADLINK MEDIA GERMANY | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ MEDIA MARKETING | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG | PLATFORM-A MEDIA | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | 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 | Christian Goedecke |



und Realisierung der mobile facts, wo methodisch und technisch sinnvoll und möglich, Berücksichtigung finden. Zudem wird – gleichsam dem Verhältnis von Online-Vermarkterkreis (OVK) und AGOF – eine hohe Kongruenz der Mitgliedsunternehmen in der AGOF mobile und dem MAC angestrebt.

mobile facts und Unique Mobile User: Planbare Reichweiten und Strukturdaten für mobil genutzte Werbeträger auf Basis eines Multi-Methodenansatzes

Im ersten Schritt fokussiert sich die AGOF *mobile* auf die Erhebung und Ausweisung von Reichweiten – die Währung hierfür wird der Unique Mobile User sein – und Strukturdaten für Mobile-Werbeträger, die sich mit grafischen Werbemitteln belegen lassen. In der ersten Ausbaustufe der mobile facts sollen dabei die so genannten mobile enabled Websites erfasst werden, also Angebote, die in Größe, Technologie und Usability für eine Darstellung auf mobilen Endgeräten optimiert sind. Die Ausweitung auf weitere Produkte und Nutzungsarten, d.h. „Customer Touchpoints“ wie etwa Applikationen und SMS, soll sukzessive im weiteren Projektverlauf erfolgen.

Bei der Methodenentwicklung greift die AGOF *mobile* auf die Vorarbeiten der Fachgruppe Mobile im BVDW und der Kommission Mobile (bislang gemeinsames Gremium von AGOF und BVDW) zurück, die in den vergangenen 18 Monaten schon einige methodische Ansätze evaluiert haben. Im Kern der weiteren Entwicklung steht, wie bei der internet facts, ein Multi-Methodenansatz, der auf mehreren Datenquellen beruht und Informationen zu den Parametern Netto-Reichweite (Unique Mobile User), Kontakte und soziodemografische Struktur der mobile enabled Websites liefern soll. Der Datensatz der mobile facts soll dann im AGOF Planungstool TOP zur Mobile-Planung zur Verfügung stehen.

Der aktuelle Zeitplan sieht vor, dass die AGOF zur dmexco im September 2009 Details zum finalen Studienmodell der mobile facts und erste Mobile-Nutzungsdaten veröffentlicht.

Christian Gödecke, Vorstand AGOF: *„Die jetzt beschlossene Gründung der AGOF mobile ist ein weiterer Meilenstein für die AGOF. Mit der entscheidenden Weichenstellung für die Umsetzung der mobile facts untermauern wir einmal mehr die Vorreiterrolle und die Kompetenzführerschaft unseres Verbandes bei der methodischen Entwicklung und der Implementierung von digitalen Mediawährungen gemeinsam mit den Marktpartnern und Nutzern. Dank der harten und nicht immer einfachen, letztlich aber sehr erfolgreichen Vorarbeit der letzten zwei Jahre haben wir eine solide Basis für eine medienadäquate Reichweitenmessung und -währung sowie eine hochwertige Planungsgrundlage für das Medium Mobile geschaffen. Damit erfüllen wir eine der dringlichsten Anforderungen des Marktes und schaffen die entscheidende Grundlage für die weitere Entwicklung und das weitere Wachstum von Mobile Advertising in Deutschland.“*

ADLINK MEDIA GERMANY | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ MEDIA MARKETING | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG | PLATFORM-A MEDIA | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | 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 | Christian Goedecke |



René Bellack, Leiter Arbeitskreis Mobile Marketing sowie MAC der Fachgruppe Mobile im BVDW: *„Mit der Gründung der ‚AGOF mobile‘ setzen wir einen weiteren wichtigen Meilenstein für eine neue digitale Gattung Mobile, die in den nächsten Jahren maßgeblich an Reichweite und Relevanz gewinnen und schrittweise in die Mediapläne der Werbetreibenden Einzug halten wird.“*

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, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq media marketing GmbH, LYCOS Network Europe, Microsoft Advertising, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, Platform-A Media, QUALITY CHANNEL GMBH, SevenOne Media GmbH, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: AdBerry Media GmbH, adflames Media – A Division of Warner Music Group Germany Holding GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media, AdTiger.de, ADselect GmbH, allesklar media, Andreae-Noris Zahn AG, antonow advertising GmbH, artnet AG, Axel Springer Financial Media | wallstreet:online AG, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, DZH Online Media Sales Group GmbH, Euro Klassik GmbH, Fantastic Zero, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH, Greater Union Filmpalast GmbH, guentstiger.de Verlag GmbH, Heise Zeitschriften Verlag GmbH + Co. KG, Hi-Media Deutschland AG, IDG Communications Media AG, imedo GmbH, IMG GmbH, krebomedia GmbH, magnus.de, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, mokono GmbH, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, netbrands Media, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, Optikur GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, QWERTZ-Media GmbH, RealGames Europe B.V., reachnet, RTL Radiovermarktung GmbH, Ströer Interactive GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, VIACOM Brand Solutions, WerbeWeischer GmbH & Co. KG, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH und xplosion interactive GmbH.

ADLINK MEDIA GERMANY | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ MEDIA MARKETING | LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG | PLATFORM-A MEDIA | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | 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 | Christian Goedecke |



Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär vernetzt und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der Digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. **Wir sind das Netz**

Bei Rückfragen:

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 | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA |
G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ MEDIA MARKETING |
LYCOS NETWORK EUROPE | MICROSOFT ADVERTISING | OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG |
PLATFORM-A MEDIA | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | 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 | Christian Goedecke |