

## Studiensteckbrief: digital facts 2017-02

<b>Name der Studie</b>	digital facts
<b>Mitglieder der AGOF e.V.</b>	BAUER ADVERTISING KG BurdaForward Advertising GmbH eBay (UK) Limited, eBay Advertising Group Deutschland G+J Electronic Media Sales GmbH InteractiveMedia CCSP GmbH IP Deutschland GmbH iq digital media marketing GmbH Media Impact GmbH & Co. KG Quality Channel GmbH (Spiegel QC) SevenOne Media GmbH Ströer Digital Media GmbH United Internet Media GmbH YOC Mobile Advertising GmbH
<b>Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (1/2)</b>	Ad Up Technology AG adbility media GmbH BCN – Burda Community Network GmbH CMS Cinema Management Services GmbH & Co. KG CommonMedia GmbH Condé Nast Verlag GmbH Deutscher Fachverlag GmbH Fonpit AG Govi-Verlag Pharmazeutischer Verlag GmbH guentiger.de GmbH HIFI.DE GmbH HiMedia Deutschland AG Holzmann Medien GmbH & Co.KG IDG Business Media GmbH intermedia advertising GmbH madvertise Media GmbH MAIRDUMONT GmbH & Co. KG netpoint media GmbH Netzkino Services GmbH onvista media GmbH PFD Pressefunk GmbH Pushfire Ltd. QUARTER MEDIA GmbH Scout24 AG Stylight GmbH teltarif.de Onlineverlag GmbH Testsieger.de GmbH TripleDoubleU GmbH Urban Media GmbH Verlag Werben & Verkaufen GmbH Vertical Media GmbH

<b>Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (2/2)</b>	<p>VICE Media GmbH  Video Intelligence AG  VIMN Germany GmbH  vwd netsolutions GmbH  Web Media Publishing AG  Weischer Online GmbH</p>
<b>Zielsetzung</b>	<p>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.</p>
<b>Erscheinungsfrequenzen</b>	<p>12 x pro Jahr</p>
<b>Auftraggeber</b>	<p>Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)</p>
<b>Dienstleister</b>	<p>ANKORDATA GmbH &amp; Co. KG  COMsulting GmbH  GfK Enigma  INFOnline GmbH  Interlogic GmbH  Interrogare GmbH  IPSOS GmbH  Media-Markt Analysen GmbH &amp; Co. KG  spring GmbH &amp; Co. KG  Kantar TNS</p>
<b>Definition Grundgesamtheit</b>	<p>Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 10 Jahren.</p>
<b>Definition Unique User</b>	<p>Unique User: Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einem AGOF Angebot mindestens einen (einem Unique Client eindeutig zuzuordnende) Kontakt ausgelöst hat.</p>
<b>Erhebungsmethode</b>	<p>Multi-Methodenmodell auf Basis technischer Messung (Tracking), OnSite-Befragung bzw. InApp-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung.</p>

<b>Erhebungszeitraum</b>	Erhebungszeitraum für die vorliegende Studie der digital facts 2017-02: 01.12.2016 – 28.02.2017
<b>Fallzahl</b>	Ungewichtet: 112.814 Fälle Gewichtet: 135.056 Fälle
<b>Enthaltene Merkmale</b>	<p>Die digital facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten:</p> <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>	<p>Die Kernergebnisse der digital facts finden sich zum Download auf der AGOF Webseite: <a href="https://www.agof.de/studien/digital-facts/">https://www.agof.de/studien/digital-facts/</a></p> <p>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.</p> <p>Die digital facts und TOP liefern alle gängigen Media-Leistungswerte für digitale Kampagnen.</p> <p>Weitere Informationen zu TOP gibt es unter: <a href="https://www.agof.de/top">https://www.agof.de/top</a></p>