

Studiensteckbrief: digital facts 2017-03

Name der Studie	digital facts
Mitglieder der AGOF e.V.	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
Weitere Studienteilnehmer der AGOF e.V. (1/2)	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 Video Intelligence AG

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

Erhebungszeitraum	Erhebungszeitraum für die vorliegende Studie der digital facts 2017-03: 01.01.2017 – 31.03.2017
Fallzahl	Ungewichtet: 112.814 Fälle Gewichtet: 135.858 Fälle
Enthaltene Merkmale	<p>Die digital facts liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reichweiten • Kontakte • Soziodemografische Daten der Nutzer • Qualifizierungsdaten <ul style="list-style-type: none"> ○ Psychografische Daten / Einstellungen ○ Marktinformationen
Datenverfügbarkeit	<p>Die Kernergebnisse der digital facts finden sich zum Download auf der AGOF Webseite: https://www.agof.de/studien/digital-facts/</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: https://www.agof.de/top</p>