

## AGOF – internet facts 2010-II

<b>Methodische Gesamtverantwortung:</b>	<b>Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)</b>
Grundgesamtheit:	Die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, zu der auch EU-Ausländer und andere deutschsprachige Ausländer ab 14 Jahren gehören, umfasst insgesamt 70,51 Millionen Menschen. Dieses ist gleichzeitig die Grundgesamtheit der internet facts.
Stichprobe:	
Interview-Methode:	Multi-Methodenmodell auf Basis einer technischen Messung (Tracking), einer OnSite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
Anzahl der Befragten:	Ungewichtet: 113.025 Fälle Gewichtet: 146.604 Fälle
Befragungszeitraum:	01.04. – 30.06.2010 (internet facts 2010-II)
Methodische Besonderheiten:	
Erhobene Medien:	Die AGOF weist zurzeit Daten für 692 Websites aus.
Besonderheiten:	<p>Ziel der Studie ist es, die Nutzung des Werbeträgers Internet 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: deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.</p> <p>Die internet 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>o Psychografische Daten / Einstellungen</li> <li>o Marktinformationen</li> </ul> </li> </ul> <p><u>Valide Grundlage für die Online-Mediaplanung:</u> Die Studie internet facts trägt entscheidend zur Etablierung des Werbeträgers Internet im Media-Mix bei, da sie die Leistungswerte von Online-Werbeträgern vergleichbar macht und so eine solide Planungsgrundlage bietet. Alle Leistungskennziffern stehen für die an der AGOF Messung teilnehmenden Webseiten und deren Unterrubriken, die so genannten Belegungseinheiten, zur Verfügung und machen es möglich, Online-Werbung nach vergleichbaren Standards der klassischen Werbung zu planen.</p>

Quelle: agof.de