



**Infos für Presse, Radio, TV und Online vom
26. November 2008**

AGOF und ag.ma geben grünes Licht für Überführung des Reichweitenteils der inter- net facts in die „ma Online“

**Methodische Prüfung des internet facts Studienmodells durch
Technische Kommission der ag.ma abgeschlossen / Mitglieder-
versammlungen der AGOF und der ag.ma stimmen Überführung
des Reichweitenteils der internet facts in die „ma Online“ zu.**

Düsseldorf/ Frankfurt, 26. November 2008. Nach der Mitglieder-
versammlung der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) am
28. Oktober 2008 hat heute auch die Mitgliederversammlung der Arbeits-
gemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) der Überführung des Reichweiten-
teils der AGOF Markt-Media-Studie internet facts in die „ma Online“ zu-
gestimmt. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlungen der beiden
Verbände erfolgten auf Basis einer knapp einjährigen Methodenprüfung
des internet facts Studienmodells und der entsprechenden Empfehlung
durch die Technische Kommission der ag.ma hierzu.

Technische Nutzungsmessung geeignete Grundlage für „ma Onli- ne“

In ihrem methodischen Prüfbericht hat die Technische Kommission der
ag.ma das auf einer technischen Nutzungsmessung basierende Studien-
modell der AGOF als medienadäquates Modell der Wahl zur Online-
Reichweiterehebung bestätigt. Insbesondere wurde dabei der von den
AGOF Experten gewählte und entwickelte Multi-Methoden-Ansatz („Drei-
Säulen-Modell“) für die Ermittlung von mediaplanungsrelevanten Ziel-
gruppenreichweiten- und -strukturdaten als „in bemerkenswerter Weise
gelingen“ hervorgehoben. Die für die „ma Online“ als Studienbestandteil
der internet facts geplanten methodischen Weiterentwicklungen und Op-
timierungen werden künftig unter der Verantwortung der Vertreter der
Gattung Online in der ag.ma vorgenommen.

Fünfter Milestone des Stufenplans erfolgreich absolviert

Mit dem jetzt erfolgten Beschluss der ag.ma Mitgliederversammlung
wurde der fünfte Milestone des zwischen AGOF und ag.ma vereinbarten
Stufenplans erfolgreich absolviert. Als nächster Schritt steht die Verab-
scheidung der gesellschaftsrechtlichen Eckpunkte zur Durchführung der
„ma Online“ durch die von der AGOF und der ag.ma gemeinsam betrie-
benen Gesellschaft „Internet Media Analyse GmbH“ an. Ab dem 01. Ja-
nuar 2009 erfolgt die Online-Reichweiteremittlung für die „ma Online“
dann unter dem methodischen Dach der ag.ma. Die erste Ausweisung



der „ma Online“ wird mit der internet facts 2009-I zum Ende des zweiten Quartals 2009 erfolgen. Damit wird die Etablierung der „ma Online“ dann vollständig abgeschlossen sein.

Wolfgang Dittrich, Vorstandsmitglied der AGOF und bisheriger Vorstand der Gattung Online in der ag.ma: *„Mit der plan- und erwartungsmäßig verlaufenen methodischen ‚Zertifizierung‘ des internet facts Studienmodells zur Online-Reichweiterehebung durch die ag.ma hat die Online-Branche den Nutzern – Agenturen und Werbetreibenden – die gewünschte und geforderte Qualitätssicherheit im Hinblick auf die Online-Werbewährung gegeben.“*

Thomas Duhr, Vorstandsvorsitzender der AGOF und neuer Vorstand der Gattung Online in der ag.ma: *„Neben dem laufenden Regelbetrieb der internet facts als Planungsgrundlage für das Medium Online und der kontinuierlichen Weiterentwicklung der ‚ma Online‘ im Rahmen der ag.ma kann sich die AGOF jetzt voll auf die Ausgestaltung der Markt-Media-Forschung für neue Nutzungsformen des Internets konzentrieren.“*

Hans Georg Stolz, Vorstandsvorsitzender der ag.ma: *„Mit der heute beschlossenen Etablierung der ‚ma Online‘ als integriertem Basis-Reichweiten-Ansatz für die internet facts unter dem Allmedia-Dach der ag.ma betreten wir nun eine neue wichtige Handlungsebene der gemeinsamen Weiterentwicklung zukunftsgerichteter Reichweitenmodelle und Messmethoden unter der satzungskonformen Mitwirkung aller am Markt beteiligten ag.ma-Mitglieder. Mit der Übergabe der methodischen Hoheit für die ‚ma Online‘ an die ag.ma unterstreicht die Gattung Online ihre souveräne Mitwirkung an der künftigen Mediennutzungsforschung.“*

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, GWP media marketing GmbH, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Network Europe, Microsoft Advertising, Platform-A Media, 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 media, antonow advertising GmbH, AreaDigital AG, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, DZH Online Media Sales Group GmbH, Euro Klassik 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, krebomedia GmbH, Magnus.de, 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, Optikur GmbH, orangemedia.de GmbH, PeterPays Media, QUARTER MEDIA GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, wallstreet:online AG, Webguidez Entertainment GmbH, WerbeWeischer GmbH & Co. KG und WORT & BILD VERLAG.

Die ag.ma

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) ist ein Zusammenschluss von rund 260 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der ag.ma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die ag.ma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, elektronischen Medien und der Außenwerbung. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungstreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.

Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage unter www.agma-mmc.de.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias
AGOF Pressesprecherin
Tel.: 089/14339-222
Fax: 089/14339-250
Mobil: 0151/14264224
Mail: nadja.elias@agof.de

Hans Georg Stolz
Vorstandsvorsitzender der ag.ma
Mobil: 0173/3205789
Mail: hgs@f-s-solutions.de



Zarifa Schmitt
Stv. AGOF Pressesprecherin
Tel.: 0221/5886-401
Fax: 0221/5886-409
Mobil: 0163/5886401
Mail: zarifa.schmitt@agof.de