

---

## „AGOF – Internet Facts“

**Vortragender: Marcus Föbus/ AGOF Frankfurt**

Im Vortrag zu *AGOF- Internet Facts* auf dem Brennpunkt eTourismus 2008 erklärt Herr Föbus von der AGOF Frankfurt zunächst einmal um wen es sich bei der AGOF handelt und stellt weiter in der Präsentation die zentralen Aufgaben der AGOF sowie die aktuellen Studien und Ergebnisse der Sonderauswertungen für Reise und Touristik vor.

### **AGOF**

Die AGOF - *Arbeitsgemeinschaft Online Forschung* ist ein Zusammenschluss führender Online Vermarkter in Deutschland, die sich aus den Gruppierungen Fernsehen, Print und Online zusammensetzt. Die AGOF veröffentlicht Sonderauswertungen für online anzutreffende Potentiale verschiedener Branchen, sowie für die Branche Reise und Touristik, in der folgende Produktgruppen zusammengefasst werden: Urlaub- und Last Minute Reisen, Flug- und Bahnticket, Hotels für Urlaubs – und Geschäftsreisen und Mietwagen. In Diskussionsrunden der Konkurrenten aus den oben genannten Gruppierungen sollen Ansätze gefunden werden, die für den Markt brauchbar sein sollen.

### **Interfacts**

Weiter im Vortrag stellt Herr Föbus die Markt Media Studie Interfacts von AGOF vor, die vierteljährlich veröffentlicht wird. Dabei werden die Reichweiten und Strukturdaten für Online Werbeträger aufgezeigt. Diese Studie vereinfacht die Messung des Erfolges von Online Werbungen verschiedener Werbeträger in dem sie vergleichbare Standards verwendet. Damit soll Online Werbung transparent gemacht und zugleich Planungsgrundlagen für die Werbeträger geschaffen werden.

### **Software Top1**

Auch wird in der Präsentation kurz die Software Top1 vorgestellt, die als Online Planungstool zur Datenauswertung für die Interfacts dient. Diese bietet verschiedene Auswertungsoptionen der gewonnenen Erhebungen. Mit Top1 soll eine Transparenz für die Onlineplanung geschaffen werden und verfolgt das Ziel der Mediaplanung Zielgruppe am effektivsten zu erreichen.

### 3 Säulenmodell

Herr Föbus erläutert weiter in seinem Vortrag ein innovatives Verfahren der AGOF, das 3 Säulen Modell.

Hierbei handelt es sich um 3 verschiedene Komponenten die zusammenwirken müssen um überhaupt die Reichweiten und Strukturdaten der Onlinewerbeträger ermitteln zu können.

Die erste Säule zeigt die *technische Messung*, die eine Vollerhebung der teilnehmenden Sites darstellt, und misst die Visits, Pages Impressionen usw.

Die *Onsite-Befragung* dient dazu Informationen über den User mittels Onlinefragebögen auf den teilnehmenden Sites zu generieren um beispielsweise soziodemographische Daten, Ort der Nutzung und Rechnerinformationen festzustellen.

Die dritte Säule des Modells stellt die *telephonische Basisbefragung* dar. Hier wird eine repräsentative Bevölkerungsbefragung durchgeführt und dabei werden Basisdaten zur Internetnutzung ermittelt.

### Sonderauswertungen

Zuletzt stellt Herr Föbus noch Zahlen der aktuellen Ergebnisse der Sonderauswertungen für Reise und Touristik vor.

Die Basis für die Sonderauswertungen ist der Weitesten Nutzerkreis (WKN) der Online Nutzer. Diese umfasst Personen die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Hierbei wurden für *internet facts 2007 IV* rund 40 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren gezählt.

Aus den Ergebnissen ist deutlich, dass sich ein großes Potential bei den Internetnutzern für die Branche Reise und Touristik befindet.

Rund 30 Millionen Internet User, das macht ungefähr 77% der befragten User interessieren sich für Reise-, und Touristikprodukte. Von den Befragten haben 84% die Informationssuche über Onlineportale getätigt und 53% bestätigen, dass sie Reise-, und Touristikprodukte bereits einmal im Internet gekauft haben.

Eine Schlussfolgerung daraus ist, dass das Internet zu einem wichtigen Medium für Marketing und Vertrieb in der Branche Reise und Touristik ist.

Das österreichische Pendant zu AGOF sei die OWA, die österreichische Werbeanalyse, die zweimal im Jahr erscheint.