



Herzlich Willkommen bei der AGOF, der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.!

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) wurde im Dezember 2002 von den führenden deutschen Online-Vermarktern und -Werbeträgern gegründet. Ihre Arbeit richtet sich vorrangig an den Online-Werbemarkt, d.h. an Agenturen und Online-Mediaplaner, Marketingentscheider bei Werbetreibenden, Vermarkter sowie weitere Marktpartner.

Der Verein

Derzeit sind in der AGOF 22 Mitglieder und ca. 60 Studienteilnehmer vertreten. Sie sind in den Sektionen Internet und Mobile organisiert, und verantworten in den Sektionen die Reichweitenforschung und Planungsparameter im jeweiligen digitalen Segment. Die heterogene Mitgliederstruktur sichert dabei durch einen intramedialen Ausgleich eine wettbewerbsübergreifende Wahrung von Interessen und Qualitätsprinzipien.

Gleichzeitig sorgt die Überprüfung der Studie internet facts (siehe Sektion Internet) durch unabhängige Dritte – IVW-Prüfung der technischen Messung und die erfolgte Überführung des Reichweitenteils der internet facts unter das ag.ma-Dach – für den intermedialen Ausgleich und wahrt so die Interessen aller Marktteilnehmer.

Die AGOF Markenfamilie

Mit der Etablierung der standardisierten Reichweitenwährung in Form des Unique Users sowie der Bereitstellung einer umfassenden Planungsdatenbasis im Rahmen ihrer Markt-Media-Studie **internet facts** macht die AGOF Werbung im Internet transparent und planbar. Und das nicht nur für das stationäre sondern auch für das mobile Internet: ab September 2010 veröffentlicht die AGOF als weitere Studie die **mobile facts** mit Planungsdaten zu Mobile-Werbeträgern und Strukturen mobiler Angebote, sowie der standardisierten Reichweitenwährung des Unique Mobile Users (UMU).

Mit Hilfe des AGOF Auswertungs- und Planungsprogramms **TOP 2.0** stehen die Studieninhalte für eine medienadäquate Planung zur Verfügung.

Parallel bietet die **AGOF Akademie** praxisorientierte Seminare für den Einsatz von TOP und der Studiendaten im Planungsalltag an.