

Ergebnisse der Agma-Mitgliederversammlung

Neuer Kopf im Vorstand

Eine personelle Veränderung im Vorstand hat die Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (Agma) ergeben: Neuer Vorstand Online ist Matthias Wahl. Der 53-jährige Geschäftsführer der OMS Marketing Service GmbH übernimmt das Amt von Thomas Duhr. Duhr ist kürzlich vom Online-Vermarkter United Internet Media AG zur IP Deutschland gewechselt. Sein Engagement als neuer Vorstand Online will Wahl, der zugleich Vorstand der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) ist, selbstbewusst angehen: „Online ist als Medium schon lange erwachsen und inzwischen einer der wichtigsten Werbeträger. Die medienspezifische Vielfalt und Komplexität der Anforderungen des Marktes an die Messbarkeit unseres Mediums allein fordern das selbstbewusste Engagement des AGOF-Vertreters im Agma-Vorstand.“ Ansonsten bleibt das Vorstandsteam der Agma unverändert.



Neuer Vorstand Online: Matthias Wahl

www.agma-mcc.de

Nielsen zieht durchwachsene Werbebilanz

Internet gewinnt, Print lässt Federn

Die Höhenflüge im Werbegeschäft sind offenbar vorbei. In den ersten drei Quartalen dieses Jahres lagen die Bruttowerbeausgaben laut Nielsen bei knapp über 18 Milliarden Euro, ein Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Im dritten Quartal hat sich der Werbemarkt mit einem Minus von einem Prozent sogar rückläufig entwickelt. Vor allem im Juli (minus 2,2 Prozent) waren die Werbeinvestitionen im Vergleich zum Vorjahr deutlich rückläufig. Unter den einzelnen Mediengattungen hat vor allem das Internet als Werbeträger weiter zugelegt. Um gut 18 Prozent sind die Investitionen in Internetwerbung in den ersten neun Monaten dieses Jahres gewachsen. Darüber hinaus liegen auch Radiowerbung (plus 5,2 Prozent) und TV-Werbung (plus 2,6 Prozent) im Aufwärtstrend. Bei allen anderen Mediengattungen sind dagegen Rückgänge angesagt.

www.nielsen.com

GOR findet erneut in Mannheim statt

Ein Symposium als neuer Programmpunkt

Die GOR 2013 (General Online Research Konferenz) der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung (DGOF) wirft ihre Schatten voraus: Vom 4. bis 6. März trifft sich die Branche im kommenden Jahr, um über Innovationen und aktuelle Entwicklungen in der Online-Forschung zu diskutieren. Ort der Veranstaltung ist erneut die Duale Hochschule Baden-Württemberg in Mannheim. Inhaltlich wird das Konferenz-Programm der nächsten GOR um ein Symposium

für anwendungsorientierte Online-Forschung (SymanO) erweitert. Die DGOF hat zudem ein White Paper mit dem Titel „Mobile Befragungen: Was Big Data mit kleinen Geräten zu tun hat“ veröffentlicht. Verfasser des Papiers ist Markus Eberl (TNS Infratest). Als White Paper-Reihe initiiert, soll sie Forschern einen schnelleren Überblick zu innovativen Ideen aus der Online-Forschung geben.

www.dgof.de · www.gor.de

DTO Research analysiert Social Media

Facebook dominiert

An Social Media scheiden sich immer noch die Geister: Während die Nutzung für die einen so selbstverständlich geworden ist wie das Telefonieren, stehen andere dem Thema eher skeptisch gegenüber. Doch immer mehr Unternehmen nutzen inzwischen soziale Netzwerke – hauptsächlich für die Kundenkommunikation, für den HR-Bereich und für Werbezwecke. Dabei dominiert gerade im B2C-Bereich Facebook. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie „Social Media 2012: Top-Entscheider im Experteninterview“. Für die von DTO Research in Kooperation mit Marktforschung.de zum zweiten Mal durchgeführte qualitative Studie wurden 70 Entscheider aus großen deutschen Unternehmen zur Nutzung von Social Media-Marketing und -Marktforschung befragt. Der Studie zufolge nutzen 86 Prozent soziale Medien für geschäftliche Zwecke. Die Messbarkeit des Erfolges von Social Media-Marketing gestaltet sich aus Sicht der Befragten jedoch auch weiterhin schwierig. Dem Thema tue dies aber, so Claas Lübbert, Ressortleiter bei Marktforschung.de, keinen Abbruch: „Die Bedeutung der sozialen Netzwerke“, so Lübbert, „ist inzwischen unbestritten.“

www.dto-research.de

www.marktforschung.de

AGF stellt Zukunftsprojekte vor

Video-Streaming soll messbar werden

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) hat auf ihrem alljährlichen Forum einen Abriss über laufende und künftige Projekte gegeben. Das zentrale Thema: die umfassende Abbildung der Fernsehnutzung über alle Verbreitungswege. Dazu hat die AGF in diesem Jahr im klassischen TV-Bereich mit der Einführung einer ergänzenden Audiomatching-Messtechnologie im Fernsehforschungspanel eine Lücke geschlossen. „Die neue Messtechnologie ermöglicht es, auch mit komplexer Fernsehempfangstechnik ausgestattete Haushalte ohne Substitution abzudecken und die Fernsehnutzung der Haushalte Provider-unabhängig darzustellen“, erklärt Karl-Heinz Hofsummer, Leiter der AG Methode. Außerdem hat die AGF ihren Forschungsauftrag durch die verschiedenen Nutzungsoptionen von Bewegtbild-Content erweitert. Aus diesem Grund will die Forschungsgemeinschaft, gemäß ihrem Motto „Follow the Content“, das Segment Video Streaming messen und Nutzungsdaten in den AGF-Auswertungssystemen zur Verfügung stellen.

www.agf.de