

# Agirev und @facts arbeiten zusammen

Vermarkter wollen einheitliche Online-Währung schaffen

**Wolfgang Dittrich**, Vorstandschef der **Arbeitsgemeinschaft Internet Research** (Agirev), und **SevenOne**-Interactive-Geschäftsführer **Matthias Falkenberg** stehen kurz davor, eine gemeinsame Online-Währung aus der Taufe zu heben. Wie text intern aus Vermarkterkreisen erfuhr, haben sich die Vertreter und Unterstützer der konkurrierenden Reichweiten-Studien Agirev und **@facts** auf einen gemeinsamen Weg zu einer einheitlichen Online-Messung verständigt. Die ersten Daten der neuen Studie sollen bereits im Sommer 2003 vorliegen.

Die führenden Köpfe von Agirev und @facts, darunter auch @facts-Initiator Falkenberg, hatten letzte Woche in Frankfurt über eine mögliche Kooperation beraten. Über Einzelheiten wurde vorerst Stillschweigen vereinbart. Man wolle die Ergebnisse erst zusammentragen und dann gemeinsam auf der Fachmesse **Online Marketing Düsseldorf** (OMD) präsentieren, um sicherzustellen, dass die Kooperation „als gemeinsame Aktion im Markt gesehen wird“, hieß es aus Verhandlungskreisen. Die neue Studie solle „das Beste“ aus allen bestehenden Online-Messungen zusammenführen. Daher werde der **IWW**-Ableger **InfOnline** mit Sicherheit früher oder später in das neue System einbezogen. InfOnline ist eigenen Angaben dazu auch bereit.

Außen vor steht aber immer noch das Marktforschungsinstitut **Nielsen-Net-**



**Wolfgang Dittrich**

**Ratings** und mit ihm die künftige Tochter **NetValue**, die ihre Nutzungsdaten über Panels erheben. **Stefan Raum**, Senior Sales & Marketing Director für Deutschland, ist aber prinzipiell an einer Zusammenarbeit interessiert. „Wir sind offen für jedes Gespräch und haben das auch schon bekundet“, sagte Raum text intern.

Der Grund: Es geht bei der Online-Messung nicht mehr nur um Alter und Geschlecht der User, sondern vielmehr um deren Gewohnheiten und Kaufabsichten. Aber: In ein Panel wie das von Nielsen NetRatings nachträglich hineinzufragen, ist sehr bedenklich, da die Gefahr besteht, dass Teilnehmer aussteigen. Daher hält Raum einen neuen Ansatz oder eventuelle Datenfusionen für sinnvoll.