



# Pressemitteilung

Datum  
4. Juni 2008

Stephan Knäble  
GfK Panel Services  
Tel. +49 (0)40 271 520-30  
Fax +49 (0)949 556 159-50  
stephan.knaeble@gfk.com

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 (0) 911 395-2645  
Fax +49 (0) 911 395-4041  
marion.eisenblaetter@gfk.com

## Effektivität der Online-Werbung

### GfK Panel Services entwickelt mit Google und Nurago neue Methode zur Effizienzmessung von Online-Werbung

**Nürnberg, 4. Juni 2008 – Anfang Juli startet die GfK Panel Services mit dem Web Efficiency Panel (WEP) eine weltweit einzigartige Erhebungsmethode. In Zusammenarbeit mit der Suchmaschine Google und dem technischen Lösungsanbieter Nurago ermöglicht es die GfK Werbetreibenden, Vermarktern und Agenturen erstmals die Einkäufe von schnelllebigem Konsumgütern mit Online-Werbekampagnen in Verbindung zu bringen. Die Wirkung von Online-Werbung kann so detailliert nachgewiesen werden.**

Ab dem 1. Juli 2008 wird die GfK Panel Services die Online-Nutzung von etwa 9.000 Haushalten (15.000 Online-Nutzer) in ihrem ConsumerScan-Panel messen, das insgesamt 20.000 Teilnehmer umfasst. Mit dem Web Efficiency Panel erhebt die GfK, welche schnelllebigem Konsumgüter aufgrund des gesamten Spektrums der Online-Nutzung – wie zum Beispiel Internet-Werbekampagnen, die Nutzung von Suchmaschinen sowie der Besuch einer Hersteller-Homepage – in einem Geschäft gekauft werden. So können Budget-Diskussionen für Online-Kampagnen erstmals mit empirischen Daten untermauert werden. Für die Kunden wird die Wirkungsweise von Werbung im Internet transparent. Zudem können in Zukunft Werbekampagnen crossmedial bewertet werden, da im Panel auch Kontakte mit TV- oder Print-Kampagnen erfasst werden.

Zusammen mit Nurago, einem Unternehmen, das technische Lösungen für Erfolgskontrollen in der Online-Forschung anbietet, hat die GfK eine Software entwickelt, die zum einen alle URLs auflistet, die der Verbraucher im Internet wählt. Zum anderen erfasst sie aber auch die gesamte Werbung, die vor dem Nutzer auf seinem Bildschirm „aufplopt“.

### Alles aus einer Quelle

Mit dem WEP erfasst die GfK Panel Services sowohl den Kauf eines Produktes als auch die Online-Nutzung – und somit den Kontakt mit Werbung – aus einer Quelle heraus. Mit Hilfe von statistischen Verfahren kann Advanced Business Solutions, ein Teilbereich der GfK Panel Services, die Wahr-

GfK Aktiengesellschaft  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg

Tel. +49 (0) 911 395-0  
Fax +49 (0) 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Professor Dr.  
Klaus L. Wübbenhorst  
(Vorsitzender)  
Christian Weller von Ahlefeld  
(CFO)  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Dr. Gérard Hermet  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Hajo Riesenbeck

Registergericht  
Nürnberg HRB 9398



scheinlichkeit errechnen, mit der der Verbraucher das besagte Produkt tatsächlich aufgrund dieser Internet-Werbung gekauft hat.

Unternehmen ersehen aus den Ergebnissen der Studie den Ertrag, den eine Werbekampagne im Verhältnis zu ihren Kosten bringt. Zudem erfasst die GfK Panel Services die gesamte Online-Nutzung der Panelmitglieder ab sechs Jahren und ermöglicht somit, käuferbasierte Zielgruppen für die strategische Online-Kampagnenplanung zu erstellen.

### **Google als Partner gewonnen**

Mit Google hat die GfK Panel Services die Suchmaschine als technischen Berater gewonnen. Googles Suchtechnologien bringen seit mittlerweile zehn Jahren jeden Tag Millionen von Menschen auf der ganzen Welt in Kontakt. So will das Unternehmen nicht nur die Nutzung und Wertigkeit von Suchmaschinen ermitteln, sondern durch seine Beteiligung vielmehr auch anderen Unternehmen ermöglichen, eine detaillierte Kosten-Nutzen-Analyse von Online-Werbung zu erarbeiten und somit das Medium Internet als Werbeplattform zu entdecken.

Diese von der gesamten Online-Branche sowie von den Werbetreibenden lange eingeforderten „hard facts“ stellen eine bedeutende Innovation in der Online-Marktforschung dar, die nach Ansicht aller Beteiligten für einen ähnlichen Schub in der Branche sorgen wird wie einst die Etablierung der Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung AGOF. Dabei will die GfK Panel Services jedoch in keinem Fall die Daten der AGOF ersetzen, sondern vielmehr durch Werbewirkungsanalysen sowie durch die Bereitstellung von Online-Nutzungsdaten der Käuferzielgruppen bisher vorhandene Lücken schließen.

### **Große Zukunftspläne**

Wenn sich das Web Efficiency Panel bis Ende des Jahres etabliert hat, will die GfK Panel Services im Zuge der Aufstockung des ConsumerScan-Panels auf 30.000 Haushalte auch die Stichprobe des WEP auf mindestens 12.000 Haushalte mit 20.000 Online-Nutzern ausweiten. Auch eine Übertragung des WEP-Konzeptes auf das ConsumerScope-Panel der GfK, das Finanzdienstleistungen, Tourismus, Handel sowie Automotiv erfasst, wird bereits diskutiert.

### **Zur GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen, ist in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 115 operative Unternehmen an, die über 100 Länder abdecken. Von den 9.297 Beschäftigten (Stand 31. März 2008) arbeiten 81,1 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com).

V.i.S.d.P.  
GfK AG, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg  
Tel. +49 (0) 911 395-2645  
Fax +49 (0) 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)