



Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung

PRESSEMITTEILUNG

AGF und AGOF bündeln Kompetenz in Sachen Bewegtbild

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) und Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) intensivieren gemeinsame Überlegung zur Messung von Bewegtbildinhalten im Internet

Frankfurt am Main, 17. September 2008 – Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) und die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) starten noch in diesem Jahr ihre Zusammenarbeit beim Thema Bewegtbild im Internet. Ziel der Zusammenarbeit ist es, dass AGOF als auch AGF die gleiche bzw. ähnliche Messmethoden für die Erfassung von Video-Streams als Medium und Werbeträger nutzen, selbst wenn unterschiedliche Leistungswerte ausgewiesen werden sollten. Lineare Inhalte, also die fernsehanaloge Ausstrahlung, sollen der TV-Nutzung zugerechnet werden. Bei nicht-linearen abgerufenen TV-Inhalten sind marktgerechte Abgrenzungen noch Gegenstand der Diskussion.

Erste Gespräche zwischen der AGOF und AGF haben bereits stattgefunden. Nächster Schritt ist die Bildung einer gemeinsamen Arbeitsgruppe, die aus AGF- und AGOF-Vertretern besteht. Ihre Aufgabe ist die Erarbeitung einer geeigneten Methode für die adäquate Messung von Bewegtbild im Internet. Sowohl AGF als auch die AGOF beschäftigen sich mit der Reichweitenerfassung und decken damit die Gattung TV und Online adäquat ab. Beide Forschungsgremien stehen für qualitativ hochwertige Leistungswerte in ihrer jeweiligen Gattung und daher ist es die logische Konsequenz, dass eine gemeinsame Initiative an dieser Schnittstelle der Medien naheliegt.

Die AGF

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung ist seit 1988 der Auftraggeber der kontinuierlichen Fernsehforschung in Deutschland, die mit dem Panel der GfK Fernsehforschung durchgeführt wird. Neben den Auftraggebern ARD, ProSiebenSat.1 Media AG, Mediengruppe RTL Deutschland und ZDF wirken Lizenzsender, Werbungtreibende und die Werbeagenturen aktiv an der Gestaltung der Fernsehforschung in der Arbeitsgemeinschaft mit. Die in der AGF zusammengeschlossenen Sender haben inzwischen mehr als 100 Mio. Euro in die Durchführung und Weiterentwicklung des Systems der Fernsehzuschauerforschung in Deutschland investiert. Auch zukünftig wird die AGF mit einem jährlichen Investitionsvolumen von rd. 20 Mio. Euro Zuschauerforschung auf höchstem Niveau garantieren.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AdLINK Media Germany, AOL Digital Marketing Group, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freenet AG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GWP media marketing GmbH, InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, LYCOS Network Europe, Microsoft Advertising, QUALITY CHANNEL GMBH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.



Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung

Bei Rückfragen:

Kontakt AGOF

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mail: nadja.elias@agof.de

Zarifa Schmitt

Stv. AGOF Pressesprecherin

Tel.: 0221/5886-401

Fax: 0221/5886-409

Mail: zarifa.schmitt@agof.de

Kontakt AGF

Anke Weber

Leiterin AGF Geschäftsstelle

Tel.: 069/955260-0

Fax: 069/955260-60

Mail: info@agf.de