

PRESSEMITTEILUNG

AGF Videoforschung GmbH baut den Gesellschafterkreis weiter aus

Frankfurt, 16.03.2017. Neue Gesellschafter für die AGF Videoforschung: Discovery Communications Deutschland, Tele 5 und Viacom werden Kapitalanteile an der seit Jahresbeginn als GmbH firmierenden AGF Videoforschung übernehmen. Bereits Mitte Januar hatten Sky Deutschland und WeltN24 ihren Eintritt erklärt. Darüber hinaus haben die Gesellschafter der AGF vereinbart, feste Kapitalanteile für weitere Anbieter insbesondere aus dem Streamingbereich zu reservieren.

Alle Neugesellschafter halten künftig einen Kapitalanteil in Höhe von fünf Prozent an der AGF Videoforschung GmbH. Damit sind sie berechtigt, jeweils einen Vertreter in den Forschungsbeirat und in den Aufsichtsrat der AGF zu entsenden. WeltN24 und Sky haben für die Erweiterung des Gesellschafterkreises einen konstruktiven Beitrag geleistet, da mit beiden Unternehmen ursprünglich ein Kapitalanteil von zehn Prozent vereinbart worden war. Darüber hinaus reduzieren ARD, ProSiebenSat.1, Mediengruppe RTL und ZDF ihre Beteiligung auf jeweils 15 Prozent. Die verbleibenden 15 Prozent Kapitalanteile sind für später eintretende Unternehmen – vorzugsweise aus dem Streamingbereich – reserviert und werden übergangsweise von den Gesellschaftern im Verhältnis ihrer jeweiligen Beteiligungshöhe anteilig getragen.

Martin Berthoud, Vorsitzender des AGF-Aufsichtsrats: „Diese deutliche Erweiterung des Gesellschafterkreises ist ein großer Erfolg für die AGF. Mein besonderer Dank gilt WeltN24 und Sky Deutschland, die sich am frühesten von allen Beitrittskandidaten für eine Beteiligung entschieden haben und dennoch so viel Flexibilität gezeigt haben, dass der Gesellschafterkreis der AGF vom Start weg so breit ausgerichtet werden konnte.“

Joachim Schütz, Vertreter der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) im AGF-Aufsichtsrat: „Den Ausbau der Gesellschafterbasis halten wir für ein sehr wichtiges Zeichen an den Markt, mit dem die AGF ihre Bedeutung als Joint Industry Committee (JIC) für den deutschen Markt belegt. Für die Zukunftsfähigkeit wird es aus Sicht der OWM

wichtig sein, in einem nächsten Schritt weitere Anbieter vor allem aus dem Streamingbereich in die AGF Videoforschung aufzunehmen.“

Klaus-Peter Schulz, Vertreter der Organisation der Mediaagenturen (OMG) im AGF-Aufsichtsrat: „Angesichts der herausfordernden Aufgabe der AGF, den Markt mit einem funktionierenden Messstandard für die Planung von Bewegtbildkampagnen über alle Verbreitungswege und Empfangsgeräte hinweg zu beliefern, begrüßen wir es, dass die AGF Videoforschung von einem wachsenden Kreis von Anbietern getragen wird. Wir haben die AGF auf diesem Weg explizit unterstützt und freuen uns auf die Zusammenarbeit in der neuen Konstellation.“

Zur AGF Videoforschung (www.agf.de)

Die AGF Videoforschung ist eine Kooperation der Sender ARD, Discovery Communications Deutschland, Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1 Media, Sky Deutschland, Tele 5, Viacom, WeltN24 und ZDF zur gemeinsamen Durchführung und Weiterentwicklung der kontinuierlichen quantitativen Erfassung der Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland einschließlich der Erhebung und Auswertung der Daten. Sie entwickelt ihr Instrumentarium mit einem mehrstelligen jährlichen Millionenbetrag kontinuierlich weiter, um dem Markt täglich verlässliche Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern. Neben den Gesellschaftern wirken Lizenznehmer, Werbungtreibende und die Mediaagenturen aktiv an der Gestaltung der Messung und Forschung in der AGF Videoforschung mit.

Kontakt

Willibald Müller

AGF-Geschäftsführer

Tel. 069 - 95 52 60 0 | Fax: 069 - 95 52 60 60 |

E-Mail: presse@agf.de | www.agf.de

Alternativ

Martin Berthoud

Vorsitzender des AGF-Aufsichtsrats

Tel. 069 - 95 52 60 0 | Fax: 069 - 95 52 60 60 |

E-Mail: presse@agf.de | www.agf.de