

# PRESSEMITTEILUNG

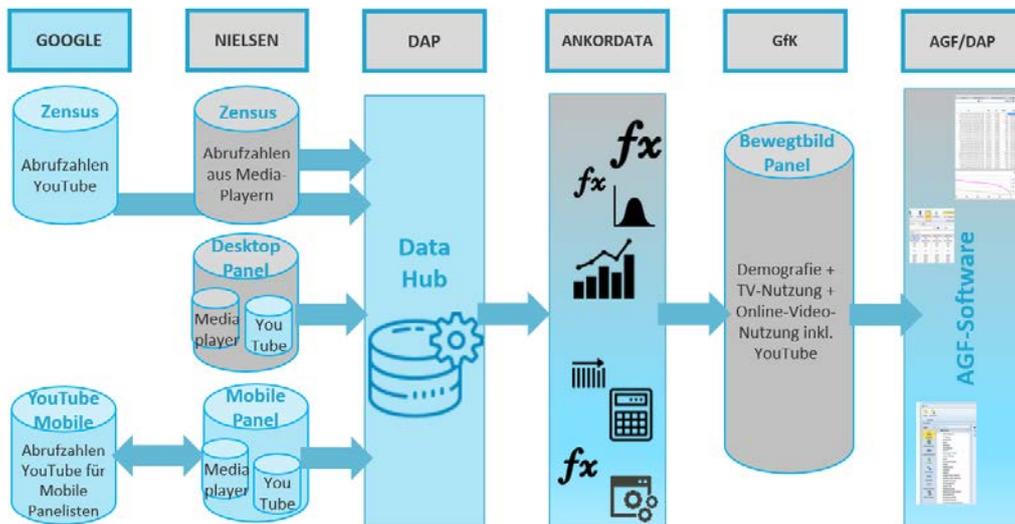
## AGF-Forum 2018: Qualität und Beschleunigung, Mobile und YouTube

**Frankfurt, 27.09.2018.** Die AGF Videoforschung (AGF) hat sich folgende Schwerpunkte auf die Agenda gesetzt: Qualitätssicherung und Weiterentwicklung des TV-Panels, Beschleunigung bei der Bereitstellung konvergenter Nutzungsdaten, die Integration von Mobile sowie die Ausweisung von Leistungsdaten für YouTube. Dies erklärte AGF-Geschäftsführerin **Anke Weber** im Rahmen der diesjährigen Forumsveranstaltung. „Unser Ziel ist es, dem Markt einen Standard für konvergente Reichweiten zur Verfügung zu stellen, der die hohe qualitative Verlässlichkeit garantiert, für den die AGF seit nunmehr drei Jahrzehnten als JIC steht“, so Weber.

Über 300 Vertreter aus werbungtreibenden Unternehmen, Agenturen und Medien informierten sich gestern im Frankfurter Gesellschaftshaus Palmengarten unter dem Motto „The Big Crossover – Bewegtbildforschung für die Zukunft“ über den aktuellen Status der AGF-Projekte. Bei Streaming konnte der Datenproduktionsprozess von ursprünglich 40 Tagen inzwischen halbiert werden. Derzeit arbeitet die AGF intensiv an einer weiteren Verkürzung der Datenbereitstellung auf sieben bis acht Tage. Der Berichtsrythmus soll im kommenden Jahr von monatlich auf täglich umgestellt werden. Bei der Messung von mobil genutzten Bewegtbild-Inhalten konnte die Anzahl der gemessenen Angebote in diesem Jahr signifikant erhöht werden: Inzwischen sind mehr als 60 Player in Android- oder iOS-Apps unter Messung.

### Pionierarbeit mit YouTube

Im besonderen Fokus stand beim diesjährigen AGF-Forum das YouTube-Projekt. Gemeinsam mit **Dirk Bruns**, Head of Video Sales Central Europe bei Google, zeigte Anke Weber Einblicke in den Maschinenraum dieses ambitionierten Ansatzes, über den erstmals eine Plattform am AGF-System teilnimmt. Dabei ist der Prozess der Datenlieferungen inzwischen final aufgesetzt. Derzeit laufen ein Prozess- und ein Daten-Audit. Hier prüfen unabhängige Institute, ob die angelieferten Daten und deren Struktur die Anforderungen des AGF-Systems erfüllen, um integriert werden zu können. „Es bedeutet einen echten Meilenstein, YouTube weltweit erstmals im Rahmen eines JICs zu integrieren“, erklärte Anke Weber. Auch Dirk Bruns betonte, dass Google in Deutschland gemeinsam mit der AGF Pionierarbeit leiste. „Dies erklärt auch die Zeitspanne, die das Projekt beansprucht.“



Das YouTube-Projekt der AGF Videoforschung und Google: Eine neue Datenwelt, Quelle: AGF Videoforschung GmbH

In der Diskussion mit den Marktpartnern wurde die grundlegende Bedeutung einer konvergenten Reichweite betont. WELT-Geschäftsführer **Torsten Rossmann**, dessen Sender seit 2017 Gesellschafter der AGF ist, betonte, dass die Fokussierung der AGF auf die Bewegtbildmessung das entscheidende Kriterium für den Eintritt in den Gesellschafterkreis gewesen sei: „Unser Nachrichtensender ist auf allen Bewegtbildplattformen präsent. Wir brauchen diese Daten für die Aussteuerung und Vermarktung unseres Angebotes – je aktueller, desto besser.“ Sein Fazit: „In den letzten zwei Jahren haben wir eine echte Transformation der AGF erlebt, die die Vielfalt der Senderlandschaft widerspiegelt.“

Gerade diese zunehmende Vielfalt sieht **Monika Baldauf** als Vertreterin der Organisation der Mediaagenturen (OMG) als besondere Herausforderung. „Wir arbeiten auf einer sehr verlässlichen Grundlage, müssen aber unser Mindset und unsere Arbeitsweisen komplett ändern, denn wir leben inzwischen in einem permanenten Beta-Zustand.“ **Uwe Storch**, Vorstandsmitglied der Organisation der Werbungtreibenden (OWM), forderte, die JICs in einem kontinuierlichen Prozess der Weiterentwicklung so agil, valide und glaubwürdig wie möglich zu halten. Denn: „Wer sich ausruht, der wird von den anderen überholt.“ Auf die Kooperationsbereitschaft mit den anderen JICs angesprochen erklärte Anke Weber: „Bei allen JICs besteht eine große Offenheit für eine synergetische Zusammenarbeit.“

### **Über die AGF Videoforschung GmbH ([www.agf.de](http://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 und Bildanfragen zur Veranstaltung:**

#### **Anke Weber**

Geschäftsführerin

Tel. +49 (0)69 - 95 52 60 0 | Fax: +49 (0)69 - 95 52 60 60 |

E-Mail: [presse@agf.de](mailto:presse@agf.de) | [www.agf.de](http://www.agf.de)