

PRESSEMITTEILUNG

AGF-Forum 2019: Total Video is not enough – Werbewirkung braucht Reichweite

Frankfurt, 19.08.2019. Reichweite und Werbewirkung – wie diese beiden Disziplinen zusammenspielen, das steht im Mittelpunkt des diesjährigen AGF-Forums. Der Branchentreff in Frankfurt zeigt unter dem Motto „Total Video is not enough“ anhand aktueller Analysen, warum Reichweite unabdingbar ist, wenn es darum geht, schnell hohe Werbewirkung zu erzielen. Weitere inhaltliche Akzente setzen der Zukunfts- und Trendforscher **Matthias Horx** und der Datenspezialist **Tobias Degsell**, ehemaliger Mitarbeiter des Nobelpreis Museums in Stockholm und Gründer der schwedischen Beratungsfirma Combiner.

„Getreu unseres diesjährigen Mottos ‚Total Video is not enough‘ zeigt die AGF, wie wichtig die Reichweitenforschung nicht nur als Grundlage für eine effiziente Mediaplanung ist. Sie ist auch die Basis für valide Werbewirkungsforschung. Das müssen wir bei der Weiterentwicklung unseres konvergenten Messansatzes immer mitdenken“, sagt **Kerstin Niederauer-Kopf**, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung. Die AGF erfasst die konvergente Bewegtbildnutzung in Deutschland und bindet dabei auch werbungstreibende Unternehmen und Mediaagenturen ein.

Einmal im Jahr lädt die AGF Vertreter von TV-Sendern und Videoangeboten, Agenturen und Werbungstreibenden nach Frankfurt ein, um über den aktuellen Stand der Reichweitenforschung und AGF-Projekte zu informieren. Außerdem werden relevante Branchenthemen diskutiert. Zum AGF Forum, das am **26. September 2019** im Gesellschaftshaus Palmengarten stattfindet, erwartet die AGF rund 300 Teilnehmer.

Aktuelle Ergebnisse aus der Werbewirkungsforschung präsentieren unter anderem **Guido Modenbach** (Geschäftsführer des ProSiebenSat1-Vermarketers SevenOne Media), **Dr. Andrea Malgara** (Vorsitzender der Geschäftsführung Mediaplus) sowie **Kristian Meinken** (Geschäftsführer Pilot). Mit dabei sind auch **Katja Hofem** (Geschäftsführerin Joyn) und **Martin Krapf** (Geschäftsführer Screenforce). Außerdem diskutieren **Andrea Tauber-Koch** (Media Management Commerzbank und stellvertretende Vorsitzende der Organisation Werbungstreibende im Markenverband **OWM**), **Klaus-Peter Schulz** (Geschäftsführer Organisation der Mediaagenturen **OMG**), **Dr. Torsten Rossmann** (Geschäftsführer WeltN24) und **Kerstin Niederauer-Kopf**, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung.

Kai Blasberg (Geschäftsführer Tele 5) und **Thomas Koch** (Geschäftsführer The DOOH Consultancy) kommen im Rahmen ihrer Podcast-Reihe „Zwei Herren mit Hund“ auf die AGF-

Bühne. Außerdem wird die AGF-Geschäftsführung über den aktuellen Stand der AGF-Projekte informieren. „Wir haben einiges zu tun und ein ambitioniertes Programm, um die Reichweitenforschung kontinuierlich weiterzuentwickeln und dem Markt die Daten zur Verfügung zu stellen, die er braucht“, sagt Kerstin Niederauer-Kopf.

Über die AGF Videoforschung GmbH (www.agf.de)

Die AGF Videoforschung GmbH ist ein Unternehmen für neutrale Bewegtbildforschung. Die AGF erfasst kontinuierlich und quantitativ die Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland und wertet die erhobenen Daten aus. Sie entwickelt ihr Instrumentarium mit einem mehrstelligen jährlichen Millionenbetrag kontinuierlich weiter, um dem Markt täglich verlässliche Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern. Dabei steht die AGF im engen Austausch mit allen Marktpartnern, darunter Lizenzsender, Werbungtreibende und Mediaagenturen.

Kontakt und Akkreditierungen:

Juliane Paperlein

Head of Corporate Communications | AGF Videoforschung GmbH

Tel. 069 - 95 52 60 55 | E-Mail: presse@agf.de oder juliane.paperlein@agf.de | www.agf.de