



# **PRESSEMITTEILUNG**

## **AGF und Google beenden Zusammenarbeit**

### **Keine Integration von YouTube-Daten**

**Frankfurt, 9. Juli 2020.** Nach fünf Jahren beenden die AGF Videoforschung und Google ihre Kooperation. Ziel war es, der Marktforderung nach einem gemeinsamen Bewegtbildstandard von TV und Online-Plattformen zu entsprechen und YouTube nach vergleichbaren Kriterien zu integrieren. Nach einer langen und in den letzten 18 Monaten sehr intensiven Verhandlungszeit haben beide Parteien entschieden, das Project Evaluation Agreement, das Basis für die Verhandlungen war, nicht mehr zu verlängern.

AGF Videoforschung und Google hatten 2015 Gespräche über die Integration von YouTube-Daten ins AGF-System aufgenommen.

Gegenstand der Tätigkeit der AGF ist nach ihrer Satzung die Durchführung von Forschungsvorhaben zur Nutzungsmessung von Programm und Werbung in Bewegtbildangeboten unter Anwendung transparenter und objektiv nachprüfbarer Methoden, einschließlich der Standardisierung, Erhebung, Auswertung und Vermarktung der dadurch gewonnenen Daten. Dabei sind die Interessen sowohl der Veranstalter von Fernsehprogrammen und Bewegtbildangeboten beziehungsweise Werbeplatzanbietern als auch der Werbekunden und der Mediaagenturen angemessen und ausgewogen zu berücksichtigen. „Alle Vermarkter von Werbeinventar im Bereich Bewegtbild können einen Lizenzvertrag mit der AGF abschließen, der die Messung und Bereitstellung von Daten umfassend regelt. Auch Google steht die Tür für eine Zusammenarbeit weiterhin jederzeit offen“, sagt Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der AGF-Geschäftsführung.

Niederauer-Kopf dankt allen an dem Projekt Beteiligten für ihr großes Engagement, „insbesondere auch den Verbänden Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) und Organisation der Mediaagenturen (OMG), die sich stets intensiv für das Projekt eingesetzt haben“, so Niederauer-Kopf.

Die Weiterentwicklung der Konvergenz-Messung hat innerhalb der AGF unverändert hohe Priorität. Dazu prüft die AGF derzeit verschiedene Ansätze und wird in den kommenden Wochen erste Ergebnisse präsentieren. „Die AGF bleibt dem Ziel, einen crossmedialen konvergenten Standard weiterzuentwickeln, der TV und Streaming umfassend abbildet, verpflichtet“, sagt Niederauer-Kopf.

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

**Pressekontakt:**

**Juliane Paperlein**

Leiterin Unternehmenskommunikation | AGF Videoforschung GmbH

T 069 - 95 52 60 55 | [presse@agf.de](mailto:presse@agf.de) oder [juliane.paperlein@agf.de](mailto:juliane.paperlein@agf.de) [www.agf.de](http://www.agf.de)