

AGF tritt Media Rating Council bei

Internationales Engagement für transparente Standards und Leistungskennzahlen

Frankfurt, 26.04.2022. Nach dem Beitritt zum Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) 2020 verstärkt die AGF Videoforschung ihr Engagement in relevanten Organisationen und wird Mitglied im Media Rating Council (MRC). Das in den 1960er Jahren gegründete MRC mit Sitz in New York legt international anerkannte Mindeststandards für die Reichweitenmessung fest und akkreditiert und auditiert Messdienstleister.

„Transparente und von allen Marktseiten anerkannte Standards sind ein hohes Gut. Daher freuen wir uns sehr, uns nun auch auf internationaler Ebene mit unserer Expertise einbringen zu dürfen und unsere Perspektive zu erweitern“, sagt Kerstin Niederauer-Kopf. Die Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung wird die AGF auch im MRC-Board of Directors vertreten, dem derzeit über 140 Vertreter angehören. „Aktuell diskutierte Crossmedia-Projekte wie North Star der WFA zeigen, dass sich nicht nur Medienunternehmen und ihre Kunden zunehmend internationalisieren, sondern auch die Reichweitenmessung. Aus Sicht der AGF ist es daher wichtig, direkte Einblicke in internationale Standard-Diskussionen zu erhalten, um diese frühzeitig im lokalen Markt ‚mitdenken‘ zu können“, so Niederauer-Kopf. North Star ist ein Ansatz des weltweiten Kundenverbandes WFA zur crossmedialen Reichweitenmessung von TV und Digital.

Die Standards des MRCs sind weltweit anerkannt. Die Organisation hat sich zum Ziel gesetzt, die Qualität der Reichweitenmessung zu verbessern und ein besseres Verständnis für die Anwendungen und auch Grenzen von Informationen aus der Forschung zu schaffen. Damit Messangebote gültig, zuverlässig und effektiv sind, definiert der MRC Standards. Um deren Einhaltung zu sichern, lässt der MRC Audits durch unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaften durchführen. Akkreditierte Unternehmen wie zum Beispiel Nielsen und Comscore müssen ihren Kunden umfangreiche Angaben zur Methodik und zu Leistungskennzahlen zur Verfügung stellen, darunter zur Stichprobenstruktur, Antwortquoten und Erhebungsmethoden für schwer zu rekrutierende Befragtengruppen.

Zu den Mitgliedern des [MRC](#) gehören Unternehmen wie Google, Group M, Verizon, Twitter, Discovery Communications, Nestlé und Nike.

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.



Pressekontakt:

Juliane Paperlein

Leiterin Unternehmenskommunikation | AGF Videoforschung GmbH |

T +49 69 95 52 60 55 | presse@agf.de | www.agf.de