

## Pressemitteilung

# AGF und GIK bauen bestehende Partnerschaft weiter aus

## b4p 2024: Erstintegration der AGF X REACH-Daten und Ausbau des TV-Sendersets

**Frankfurt am Main, 26.09.2024** – Die [AGF](#) und die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) setzen ihre erfolgreiche Zusammenarbeit fort. Mit der Veröffentlichung der best for planning 2024 (b4p 2024) am 26. September 2024 werden der GIK ausgewählte digitale Leistungswerte aus der AGF X REACH-Messung zur Verfügung gestellt. Dieser Schritt folgt auf die kürzliche Fusion des b4p-Merkmalsets in das AGF-System und stellt einen weiteren Meilenstein in der Zusammenarbeit dar.

Die AGF übergibt der GIK damit erstmals Informationen zu Nettoreichweiten, Kontakten und Strukturdaten aus ihrem Crossmedia-Pilotprojekt AGF X REACH. Neben TV wird ein aktueller digitaler Gesamtwert für Streaming & Display für die AGF-Angebote unter Messung nachvollziehbar und über die Studie planbar. Über die AGF-eigenen Tools hinaus ermöglicht die Integration dieser Daten der AGF in der aktuellen b4p 2024 den Anwendern erneut wertvolle Insights und eine tiefere Analyse der digitalen Nutzung auf einer aktuellen Datenbasis.

Zusätzlich zu der Bereitstellung der AGF X REACH-Daten haben sich die Kooperationspartner auch darauf verständigt, für die b4p 2024 mehr lineare TV-Sender als bisher aus den AGF-Daten in die b4p zu übertragen. Neben den Bestandssendern werden in der b4p 2024 erstmals WELT, sixx, Sat.1 Gold, ProSieben MAXX und Kabel Eins Doku ausgewiesen.

### Testcharakter und Flexibilität

Die Vertragspartner behalten sich vor, die b4p 2024 zu aktualisieren, um weitere Teilnehmer und Angebote aus der Digitalmessung aufnehmen zu können.

„Mit der testweisen Integration der AGF X REACH-Daten in die b4p 2024 senden wir ein wichtiges Signal in den Markt. Die gute Zusammenarbeit mit der GIK zeigt eindrucksvoll, dass eine klare gemeinsame Zielsetzung relativ schnell Resultate erzielen kann, von denen alle Seiten profitieren. Die Zurverfügungstellung der aktuellen AGF X REACH-Daten ermöglicht den Anwendern wieder ganzheitliche und tiefere Insights in die Nutzung einzelner Angebote, die in der dynamischen crossmedialen Medienwelt immer dringender benötigt werden“, **so Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung GmbH.**

„Wir haben den Anspruch, Deutschland wirklich belastbar zu vermessen und unsere Crossmedia-Studie best for planning mit den besten im Markt zur Verfügung stehenden Daten auszubauen und weiterzuentwickeln. Mit der b4p 2024 haben wir Deutschlands größte Markt-Media-Studie auf das nächste Level gehoben und machen Medienkonvergenz mehr und mehr planbar. Die Kooperation mit AGF zeigt, dass wir die Anforderungen von Mediaagenturen, Werbekunden und all unseren Lizenznehmern nach konvergenten und einheitlichen Planungsdaten wie auch validen und tiefen Insights nicht nur ernst nehmen,

sondern auch umsetzen“, so **Natalie Schwarz, Marketing Director Bauer Advance bei der Bauer Media Group, dem diesjährigen Leadhouse der GIK.**

### **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.*

### **Über die GIK**

*Unter dem Dach der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) haben sich die fünf Medienhäuser Axel Springer, Bauer Media Group, FUNKE, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media zusammengeschlossen. Sie betreiben gemeinsam die crossmedialen Markt-Media-Studien „best for planning“ (b4p) und „best for tracking“ (b4t), um Kunden und Marktpartnern Daten für ihre Werbeplanung zur Verfügung zu stellen und den Einsatz von Werbemitteln zu evaluieren.*

### **Pressekontakte:**

AGF VIDEOFORSCHUNG GMBH  
Gärtnerweg 4-8  
D-60322 Frankfurt am Main  
Tel: +49 69 955 260-55  
[presse@agf.de](mailto:presse@agf.de) | [www.agf.de](http://www.agf.de)

Bauer Media Group  
Katrin Hienzsch  
Tel: 0171 / 977 00 64  
Mail: [katrin.hienzsch@bauermedia.com](mailto:katrin.hienzsch@bauermedia.com)

Hubert Burda Media  
Elisabeth Worack  
Tel.: 089 / 9250-3787  
Mail: [Elisabeth.Worack@burda.com](mailto:Elisabeth.Worack@burda.com)

FUNKE Mediengruppe  
Dennis Barkhausen  
Tel.: 0201 / 804 8863  
Mail: [dennis.barkhausen@funkemedien.de](mailto:dennis.barkhausen@funkemedien.de)



Gruner + Jahr Deutschland GmbH

Zarifa Schmitt

Tel.: 0221 456-74201

Mail: [zarifa.schmitt@rtl.de](mailto:zarifa.schmitt@rtl.de)

Axel Springer SE

Christian Senft

Tel.: 030 / 2591-77610

Mail: [christian.senft@axelspringer.com](mailto:christian.senft@axelspringer.com)