

Frankfurt, 06. Dezember 2018

## Pressemitteilung

### **Marktstandard für eine einheitliche und transparente Kontrolle von Digital-kampagnen – Werbungtreibende und Agenturen befürworten die daily campaign facts der agof**

#### **Nutzerverbände OWM und FOMA/OMG unterstützen in offiziellem Statement die Entwicklung eines Kampagnenstandards durch die agof**

Die agof hat sich viel vorgenommen: Wie Tina Beuchler, Vorsitzende der OWM, in ihrer Eröffnungsrede auf der OWM Fachtagung Ende November in Berlin verkündete, wird die agof 2019 einen Standard zur Kampagnenkontrolle sowie -optimierung anbieten. Unter dem Namen daily campaign facts wird die agof eine Kampagnenvalidierung entwickeln, die erstmals Mediakampagnen anhand der Leistungskennziffern und auf gleicher Basis wie die vorangegangene Kampagnenplanung bewertbar machen und so die bisherige Lücke im digitalen Mediaprozess schließen wird.

Dabei kann sich die agof über die ausdrückliche Unterstützung der Werbungtreibenden und Mediaagenturen freuen. Sowohl die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) also auch die Agenturverbände FOMA und OMG haben sich in einem offiziellen Statement zu den daily campaign facts bekannt und die Entwicklung einer einheitlichen, transparenten und glaubwürdigen Währung für die Kampagnenmessung durch die agof befürwortet.

Wie im Commitment formuliert, begrüßen OWM, FOMA und OMG gemeinschaftlich **„die Entwicklung einer einheitlichen, transparenten und glaubwürdigen Währung für die Kampagnenmessung als Marktstandard durch die agof. Sie werden diese Entwicklung begleiten und durch Formulierung der konkreten Anforderungen unterstützen. Im Rahmen des kartellrechtlich Zulässigen werden OWM, FOMA und OMG zudem den Marktstart der „daily campaign facts“ (dcf) unterstützen und sich bei ihren Mitgliedern dafür einsetzen, dass sich die dcf zum Referenz-Tracking für agof- und Non-agof-Inventare entwickelt und als Standard für die Kampagnenkontrolle akzeptiert wird.“**

Obligatorisch ist für die OWM, den OMG und die FOMA darüber hinaus, dass dabei eine einheitliche Lösung für Streaming- bzw. Video-Kampagnen gemeinschaftlich mit der AGF geschaffen wird. Dafür sollen die bereits aufgenommenen Gespräche zwischen agof und AGF zur Harmonisierung der Streaming-Messung weiter intensiviert werden.

Die Bedeutung eines derartigen Marktstandards sowie die Rolle der agof dabei betont auch Kirsten Latour als Vertreterin der OWM im Vorstand der agof: **„Joint Industry Committees in Deutschland stellen dem Markt für die Mediaplanung sowie deren Optimierung und Evaluierung in nahezu allen Bereichen entsprechende Standards zur Verfügung. Wir freuen uns, dass sich die agof mit den daily campaign facts nun gemeinsam mit den Marktpartnern daran macht, die bestehende Lücke im digitalen Werbemarkt zu schließen.“**

---

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt  
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: [presse@agof.de](mailto:presse@agof.de)

Steuer-Nr.: 045\_227\_3093\_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau  
Vorstände: Björn Kaspring, Clarissa Moughrabi, Dirk Maurer

BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY ADVERTISING GROUP DEUTSCHLAND | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES  
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SEVENONE MEDIA  
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

Dies bestätigt auch René Lamsfuß, Vorstand für FOMA und OMG in der agof: **„Die Erhebung der Leistungsparameter im Rahmen der Kampagnenmessung in den digitalen Medien ist ein entscheidender Baustein sowohl für die Bewertung der Medieninvestitionen als auch für die Kampagnenoptimierung. Mit den daily campaign facts setzen wir gemeinsam mit den Marktpartnern in der agof den nächsten Meilenstein.“**

Bei der agof freut man sich über das Vertrauen aus dem Markt: **„Die agof hat es sich als oberstes Ziel gesetzt, für mehr Sicherheit, Transparenz und Qualität im digitalen Werbemarkt zu sorgen. Und wo ist dies derzeit notwendiger, als im Bereich der Kampagnenkontrolle? Dass Werbungtreibende und Agenturen bei einem so wichtigen Thema auf die agof setzen, ist für uns ein großer Vertrauensbeweis und gleichzeitig ein Gütesiegel für unsere Arbeit“**, erklärt Björn Kaspring, Vorstandsvorsitzender der agof.

Die Idee zur Entwicklung eines Standards für die Kampagnenkontrolle steht bereits seit geraumer Zeit auf der Agenda der agof. Nach Abschluss der dazu notwendigen Vorarbeiten und Schaffung wesentlicher Grundlagen, wie die Entwicklung der daily digital facts, konnte mittlerweile die methodische Entwicklung aufgenommen werden. Der Zeitplan sieht vor, noch vor Ende des kommenden Jahres dem Markt ein passendes Produkt anbieten zu können.

## Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

## Bei Rückfragen:

Katharina Metzger (geb. Böhm)  
agof Pressesprecherin  
Tel.: 069/264 888-318  
Fax: 069/264 888-320  
Mobil: 0151/126 713 88  
Mail: [katharina.metzger@agof.de](mailto:katharina.metzger@agof.de)