

Frankfurt, 19. Juli 2016

## Pressemitteilung

### **AGOF Akademie kooperiert mit ADZINE**

#### **Die AGOF Akademie, die zentrale Weiterbildungsplattform der AGOF erweitert ihr Portfolio in Richtung Programmatic Advertising. Als starker Partner mit an Bord: Das Branchenmagazin ADZINE**

Schon seit über acht Jahren ist die AGOF Akademie in der Werbebranche inhaltlicher Taktgeber für praxisnahe Seminare in den Bereichen Display Advertising, digitale Mediaplanung und digitales Marketing. Ihr umfangreiches Portfolio wird ab Herbst um ein weiteres Seminarangebot ergänzt, das inhaltlich die klassische Displaywerbung mit dem neuen automatisierten Mediahandel – dem Programmatic Advertising – verbindet.

Dazu konnte die AGOF Akademie mit dem Hamburger Fachmagazin ADZINE einen kompetenten und starken Partner aus den Themenbereichen Programmatic und AD-TECH mit ins Boot holen. Das etablierte Branchenmedium ist Veranstalter der ADTRADER Conference, der größten Fachkonferenz für Programmatic Media und mit der ADZINE SCHOOL zudem ein erfolgreicher Anbieter von Seminaren für Fach- und Führungskräfte der digitalen Wirtschaft.

Ziel der neuen Kooperation ist die Einrichtung des gemeinsamen Seminarformats, das erstmals die scheinbar divergenten Bereiche Display Advertising und Programmatic zusammenbringt. Das Seminar richtet sich an die Marketingentscheider und Führungskräfte der werbungstreibenden Unternehmen und soll ihnen nicht nur einen umfassenden Überblick über die derzeitigen Einkaufs- und Planungslogiken in der digitalen Werbung geben, sondern auch neue kombinierte Planungsansätze vermitteln.

**Marion Beckers**, Leiterin der AGOF Akademie, erläutert das neue Programm: *„Ziel und Auftrag der AGOF Akademie ist die fachliche und berufliche Qualifizierung im Bereich der digitalen Mediaplanung. Dabei ist uns die stets markt- und praxisgerechte Ausrichtung der Schulungsinhalte besonders wichtig. Wir freuen daher uns sehr, mit der ADZINE einen sowohl starken als auch fachkundigen Partner gewonnen zu haben, mit dem wir das Trendthema Programmatic anbieten und in einer einmaligen Themenkombination präsentieren können.“*

*„Modernes Display Advertising umfasst neben der Umfeldplanung mit ihren bewährten Planungsdaten auch die datenbasierte Werbung, die auf eine vernetzte Infrastruktur zurückgreift. Beides sollte nicht nur verstanden und beherrscht, sondern im besten Fall auch miteinander kombiniert werden. Wir freuen uns, dass wir nun mit der AGOF Akademie ein gemeinsames Seminarangebot ausarbeiten und anbieten können. Mit diesem Seminar erhalten Fach- und Führungskräften den für sie nötigen Gesamtüberblick*



über alle Möglichkeiten des zeitgemäßen Display Advertisings“, erklärt **Arne Schulze-Geißler**,  
Herausgeber von ADZINE.

### **Die AGOF**

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

### **Bei Rückfragen:**

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

---

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, Jürgen Sandhöfer, Stefan Schumacher

BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING | FORWARDADGROUP | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | INTERACTIVEMEDIA  
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | OMS | QUALITY CHANNEL  
SEVENONE MEDIA | STRÖER DIGITAL | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING