

Frankfurt, 14. Februar 2018  
**Pressemitteilung**

## **AGOF schafft Vorstandssitze für Werbekunden und Agenturen**

**OWM sowie FOMA gemeinsam mit OMG erweitern ab sofort den Vorstandskreis der AGOF**

Konsensuales Arbeiten und aktive Einbindung der Werbungtreibenden und Agenturen in Konzeptionen und Entscheidungen sind seit ihrer Gründung ein fester Bestandteil für die AGOF. Dieses Modell wird vom Markt geschätzt, zuletzt beispielweise bei der Entwicklung der daily digital facts. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Herausforderungen im digitalen Markt, besonders was Qualitätsfragen, Transparenz und konvergente digitale Reichweiten-Daten betrifft, und auch angesichts der steigenden Dominanz einzelner, autarker Marktplayer gewinnen die Mitsprache- und Mitgestaltungsmöglichkeiten in der AGOF noch einmal verstärkt an Bedeutung und werden entsprechend nachgefragt.

Aus diesem Grund hat die AGOF den Werbungtreibenden und Agenturen eigene Sitze im Vorstand eingerichtet, um so beide Parteien noch direkter an den Entwicklungen und Entscheidungen zu beteiligen. Damit erweitert sich der AGOF Vorstand um zwei weitere Mitglieder, einen Vertreter für die OWM (Organisation Werbungtreibende im Markenverband) und einen für FOMA (Fachkreis Online-Mediaagenturen im BVDW) samt OMG (Organisation der Mediaagenturen). Die dazu notwendigen Satzungsänderungen konnten zum Abschluss des vergangenen Jahres beim Registergericht eingetragen werden.

Für die OWM wurde Kirsten Latour, Mitglied des OWM-Vorstands und Leiterin Media bei der MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft mbH, bestimmt, für FOMA und OMG gemeinschaftlich übernimmt René Lamsfuß, Stv. Vorsitzender des Fachkreises Online-Mediaagenturen (FOMA) und Chief Research Officer bei der Publicis Media GmbH, den Vorstandssitz.

**Björn Kaspring**, Vorstandsvorsitzender der AGOF, freut sich sehr über die kompetente und tatkräftige Unterstützung: *„Der digitale Markt ist hochdynamisch wie kaum ein zweiter – und genauso reichhaltig und abwechslungsreich sind die Herausforderungen, die damit fortlaufend auf uns zukommen. Die Zustimmung der Werbungtreibenden und Agenturen, diese jetzt in einem noch engeren Schulterschluss anzugehen und damit partnerschaftlich mit uns diesen Markt zu gestalten und weiterzuentwickeln freut uns sehr. Das ist eine starke Bestätigung in die digitale Lösungskompetenz und Expertise der AGOF und ist gleichzeitig auch ein großer Vertrauensbeweis der Werbungtreibenden und Agenturen in Richtung der AGOF. Ich heiße Kirsten Latour und René Lamsfuß sehr herzlich willkommen und freue mich auf die Zusammenarbeit mit den versierten Kollegen.“*

Auch **Kirsten Latour**, neues Mitglied im AGOF Vorstandskreis, betont: *„Ich freue mich, die Interessen der werbungtreibenden Unternehmen in der AGOF zu vertreten. Es kommt jetzt besonders darauf an, das*



*Momentum zu nutzen, das mit der erfolgreichen Einführung der daily digital facts gewonnen wurde und auf dieser Basis zügig einen Markt-Standard für die Evaluierung von Online-Kampagnen zu entwickeln, der uns verlässliche Reichweiten- und Strukturdaten auch auf Werbemittellebene liefert und Parameter wie Sichtbarkeit und Ad Fraud mit abdeckt.“*

Und **René Lamsfuß** ergänzt: „Qualität in der digitalen Werbung setzt voraus, dass Werbungtreibende, Agenturen und Vermarkter gemeinsam an Standards arbeiten und diese nutzen. Der Fachkreis Online-Mediaagenturen im BVDW (FOMA) und die Organisation der Mediaagenturen (OMG) schätzen die Arbeit der AGOF seit Langem. Umso mehr freue ich mich auch persönlich, als Vertreter für die Mediaagenturen in den Vorstand der AGOF einzuziehen. Gemeinsam werden wir auch in Zukunft für Qualität und Transparenz im digitalen Werbemarkt sorgen.“

**Druckfähige Fotos des bisherigen und neuen Vorstandskollegen stehen unter <https://www.agof.de/newsroom/mediathek/sehen/> zum Download zur Verfügung.**

## **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)

---

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, Dr. Michael Halleemann

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