

## Richtlinien für einen starken digitalen Werbemarkt [www.agof.de](http://www.agof.de)

Um das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit des digitalen Werbemarkts zu stärken und die Richtlinienkompetenz nicht den US-Konzernen zu überlassen, widmen sich der Bundesverband der Digitalen Wirtschaft (BVDW) und die Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (agof) nun auch dem wichtigen Aufgabenfeld „Zertifizierung“. Ziel der gemeinsamen Initiative: Klare Regeln, die Sicherstellung hoher Qualitätsstandards, transparente und möglichst einheitliche Methoden und Verfahren.

### GÜTEZEICHEN FÜR LEISTUNGSWERTE DES DIGITALEN ÖKOSYSTEMS ANHAND EINHEITLICHER KONVENTIONEN

Was macht die Werthaltigkeit eines Zertifikats aus? Erstens sollte es von einer kompetenten, glaubwürdigen und unabhängigen Instanz ausgestellt werden. Zweitens müssen dem Vergabeverfahren nachvollziehbare, allgemein anerkannte Regeln zugrunde liegen. Drittens ist der praktische Mehrwert entscheidend – und zwar für alle Beteiligten im Anwendungsprozess.

Die **Zertifizierung von Leistungswerten (ZvL)** von BVDW und agof erfüllt alle Voraussetzungen. Für ZvL bündeln beide Organisationen ihr Know-how und schaffen die notwendigen Strukturen, um Verfahren zur Abbildung werberelevanter Themenfelder zu beurteilen.

Das administrative Gerüst bildet dabei die **Digital Trust Initiative (DTI)** des BVDW, über die Werbungtreibende, Agenturen, Vermarkter und Messdienstleister gemeinsam definieren, welche qualitätssichernden und vertrauensbildenden Maßnahmen im digitalen Mediageschäft benötigt werden.

Dieses Quality Framework dient als Grundlage für die **Kommission Leistungswerte & Richtlinien (KLR)** der agof. In dem Gremium sind ebenfalls alle Marktteilnehmer vertreten, um das Regelwerk und die Kriterien für die Zertifizierung festzulegen – und das unter Einbeziehung technischer, rechtlicher und marktrelevanter Entwicklungen. Aktuell im Fokus: Ad- & Audience Verification.

#### Mission & Values

- **Die Güte der Werbemittelauslieferung mit standardisierten Kennzahlen prüfbar machen und ein Bewertungsverfahren für den deutschen Markt etablieren**
- Schaffung von Qualitätsstandards und einheitlichen Regeln für alle relevanten Verfahren der Ad- und Audience-Verification
- Verbesserung der Vergleichbarkeit der Messdienstleister durch einheitliche Definitionen, Messpunkte und Grenzwerte
- Verbesserung der (Internet-)Nutzererfahrung im Kontext der sich ändernden Nutzererwartungen bei **Viewability**, die **Reduktion von Invalid Traffic** und Ausweisung von **Brand Safety**-Kriterien & KPIs
- Verbesserung des Vertrauens in die digitale Werbeumgebung durch Klarheit und Transparenz



## GEPRÜFTE SICHERHEIT BEI AD & AUDIENCE VERIFICATION

Ob eine digitale Kampagne wirken kann, hängt unter anderem von der Güte der Auslieferung der Ad Impressions ab: Waren die Werbemittel sichtbar? Wurden die Ad Impressions von Menschen oder Maschinen erzeugt? Ist das Werbeumfeld rechtssicher oder werden dort Inhalte verbreitet, die sich negativ auf das Image einer Marke auswirken?

Anhand der Kriterien, die das Experten-Gremium der KLR entwickelt hat, werden vom BVDW schrittweise Zertifikate für folgende Aspekte der **Ad Verification** vergeben:

1. **Viewability**
2. **Invalid Traffic**
3. **Brand Safety**

**Audience Verification** bezeichnet primär die Überprüfung der Zielgruppen-erreichung von Werbemitteln bzw. Kampagnen. Im Fokus stehen die Zielgruppen-Reichweite sowie Passgenauigkeit und/oder Targeting-Güte.

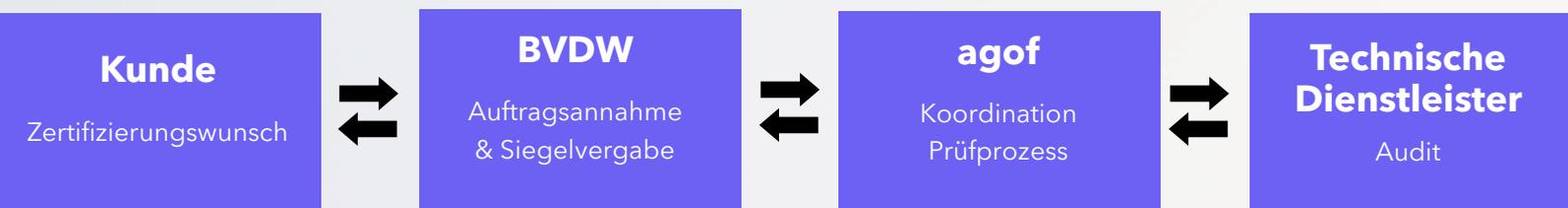
Im Bereich Audience Verification werden die Anbieter von Evaluationsverfahren und deren Produkt zertifiziert. Beurteilt werden:

- **Messung** (Wie und wo muss die Messung erfolgen, welche Parameter müssen erhoben werden?)
- **Methode** (Welche Bestandteile muss ein Methoden-Modell aufweisen, welche Qualifikationskriterien sind zu erfüllen?)

Pauschale Zertifizierungen für Methodiken sind nicht vorgesehen. Das bedeutet: Es findet immer eine Einzelfallprüfung statt.



## Rollenverteilung & Prozesse bei der Zertifizierung von Leistungswerten



### Lizenzen für Deutschland und deren Potenzial für Europa

Im ersten Schritt werden die Zertifizierung für den deutschen bzw. deutschsprachigen Markt angestrebt.

Eine Erweiterung auf den kontinentaleuropäischen Raum ist denkbar und wird auch bereits diskutiert, da ein funktionables Zertifizierungs-Verfahren für den deutsche Markt eine Vorreiterrolle für ein europäisches Modell darstellen kann.

### ZvL in der Praxis: Laufzeiten, Fristen und weitere Modalitäten

In der Regel ist ein Zertifikat **ein Jahr gültig**, danach muss eine Folge-Zertifizierung beauftragt werden. Ausnahmen sind (z.B. bei besonders aufwendigen Prüfungen oder komplexen Anwendungen) in Einzelfällen aber möglich.

Fristen bzw. Deadlines für die **Anmeldung** gibt es nicht, sie kann also **jederzeit** erfolgen.

Die Preise setzen sich aus **einmaligen Initialkosten** sowie **Grundkosten** zusammen. Die Grundkosten sind bei der Erst- und der Folgezertifizierung identisch.

### Kontakt:

Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V.  
Tel: 069/ 264 888 310, Mail: kontakt@agof.de