

Take control of your campaign, your advertising success and your budget!

DMEXCO @home 2021 agof Masterclass
08.09.2021 / 12.00 - 12.30 Uhr



- 1 Strategische Einordnung
- 2 Key facts der daily campaign facts
- 3 Einblicke in die daily campaign facts
- 4 Next step: Der dcf Softlaunch
- 5 Ihre Fragen



Strategische Einordnung



Der Ursprung

Pressemitteilung vom 13.12.2002

Führende Online-Vermarkter gründen Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V (AGOF)



Führende Online-Vermarkter gründen Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V. (AGOF) / Meilenstein zur Etablierung gemeinsamer und einheitlicher Online-Währung Deutschlands



München, 13. Dezember 2002

Mit der Gründung der Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (AGOF) haben die führenden Online-Vermarkter und Online-Anbieter Deutschlands gestern den Grundstein für eine künftige Online-Währung gelegt. Der neu gegründete Verein setzt sich zusammen aus allen Mitgliedern der AGIREV, Auftraggeberin des Online-Reichweiten-Monitors (ORM) und den Trägern und Lizenznehmern der Arbeitsgemeinschaft @facts sowie weiteren führenden Online-Vermarktern. Gespräche mit den Dachverbänden der Werbung treibenden Wirtschaft und Media-Agenturen, deren Arbeit in der AGOF ausdrücklich erwünscht ist, werden umgehend aufgenommen. Die gemeinsame Online-Währung, auf die sich die Mitglieder der

SATZUNG

**ARBEITSGEMEINSCHAFT ONLINEFORSCHUNG E.V.
(AGOF)**

**§ 18
Inkrafttreten**

Die vorstehende Satzung wurde in der Gründungsversammlung vom 12.12.2002 errichtet und beschlossen. Sie tritt mit der Eintragung der AGOF in das Vereinsregister des Amtsgerichts Frankfurt/Main in Kraft.

AdLINK Internet Media GmbH	
AOL Deutschland GmbH & Co. KG	
BAUER MEDIA KG	
G + J Electronic Media Sales GmbH	
GMX GmbH	
GWP media-marketing Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH	
Interactive Media CCSP AG	
IP NEWMEDIA GmbH	
Lycos Europe GmbH	
mobile.de AG	
QUALITY CHANNEL GMBH	
SevenOne Interactive GmbH	
TOMORROW FOCUS Sales GmbH	
WEB.DE AG	
Yahoo Deutschland GmbH	

Vorstehende Satzung wurde heute
in das Vereinsregister eingetragen.
Frankfurt (Main), 24. FEB. 2003
Amtsgericht, Abteilung 73
Justizangestellte




Die Milestones

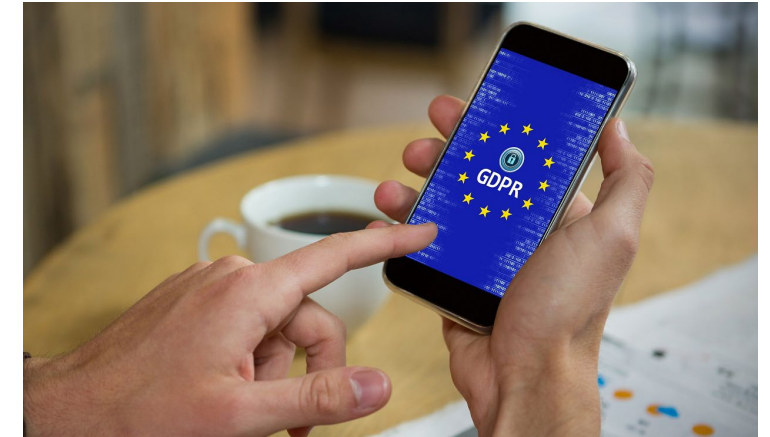
Einführung mobile facts



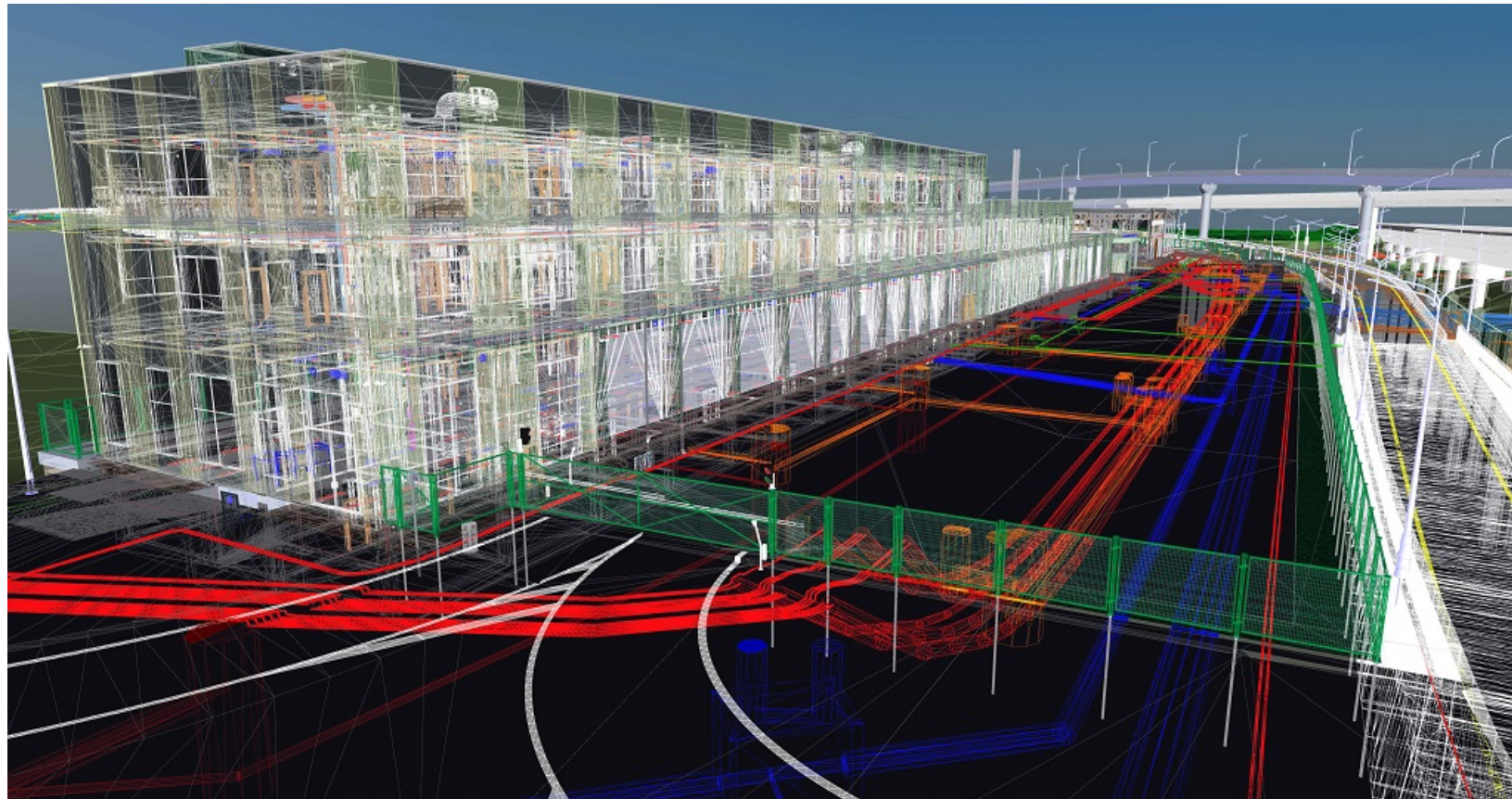
Einführung daily digital facts



Umsetzung der europäischen
Datenschutzanforderung



Die nächste Daten-Dimension: 3D



Das Urmeter.



Key facts

daily campaign facts

AD CAMPAIGN



- Die dcf ermöglicht Kampagnenkontrollen anhand der agof Methodik für Planungsdaten der ddf
- Die dcf beinhaltet Daten zur Audience- und perspektivisch auch zu Ad-Verification
- Die Messung umfasst sowohl agof Inventar als auch **non-agof Inventar** und erfasst neben klassischen IO Buchungen auch **programmatische** Bestandteile
- **Stündlich** stehen dem dcf-Kunden und von ihm freigegebenen Unternehmen AI-Daten mit sechs Sozio-Merkmalen zur Verfügung. **Täglich** werden umfangreiche Kampagnendaten für alle ddf-Zielgruppen (auch rückwirkend) zur Analyse bereitgestellt

Sowohl Agenturen, Vermarkter als auch Werbungtreibende können die daily campaign facts als Kunden nutzen

- Datenmessung von Display und Bewegtbild
- Ausweisungstiefe bis auf Webseiten- bzw. App-Ebene
- Datenschutzkonforme Messung inkl. TCF 2.0 Registrierung
- **Die dcf ist ein Gemeinschaftsprojekt aller relevanten Marktteilnehmer**
Die Entwicklung erfolgte im Auftrag und mit Unterstützung der OWM, der Agenturverbände FOMA und OMG, des OVK und der agof Mitglieder
- **dcf liefert auch für kleine Kampagnen valide Ergebnisse**
Die hohe Fallzahl (300.000 User mit ca. 1,2 Mio. Clients) ermöglicht Analysen von Kampagnen mit vergleichsweise geringen Reichweiten und Kontakten

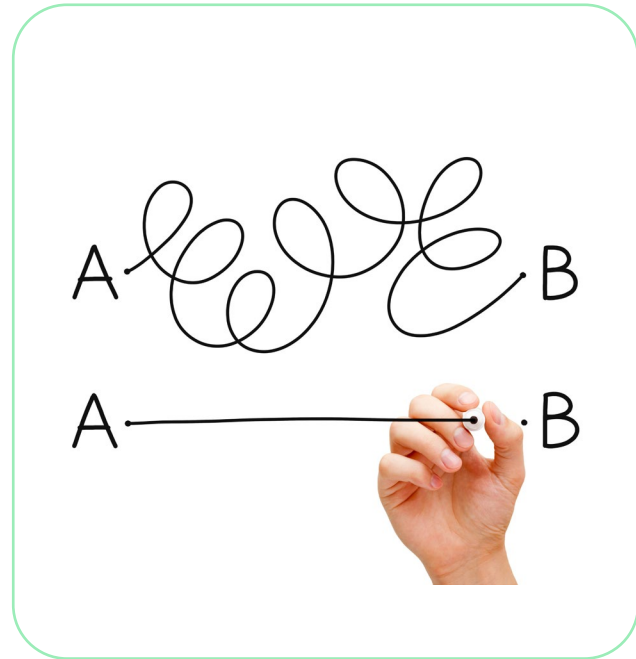
The background is a teal-toned image of a person's hands assembling a gear mechanism. A prominent red gear is being placed into a larger green gear. The scene is overlaid with a grid of faint, glowing green gears. In the bottom right corner, there is a stylized blue bar chart with four vertical bars of varying heights.

QUALITY CONTROL

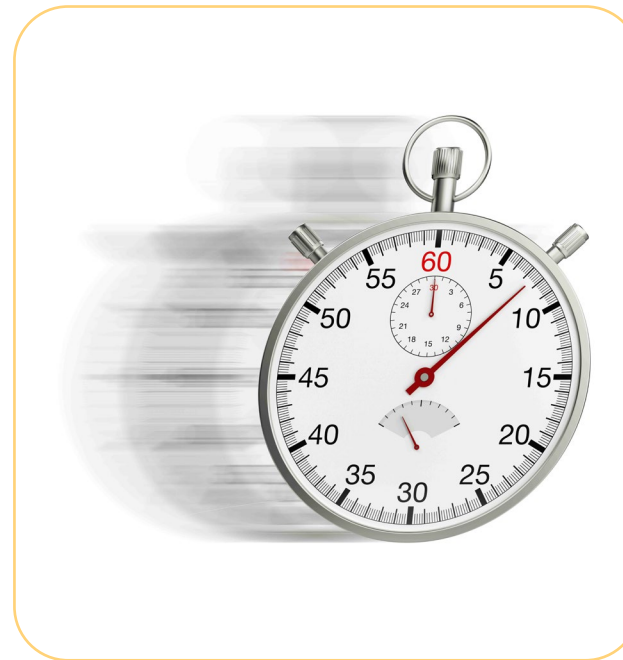
Einblicke in die dcf

Anforderungen an Kontrolldaten

EASY



FAST



DETAILED




Zentrale und marktgerechte Bausteine der dcf

EASY

campaign
...manager


Das Kampagnen-
verwaltungstool
der dcf

FAST

dcf 
cockpit
optimize

Das Auswertungstool
der dcf -
Bereich Optimierung

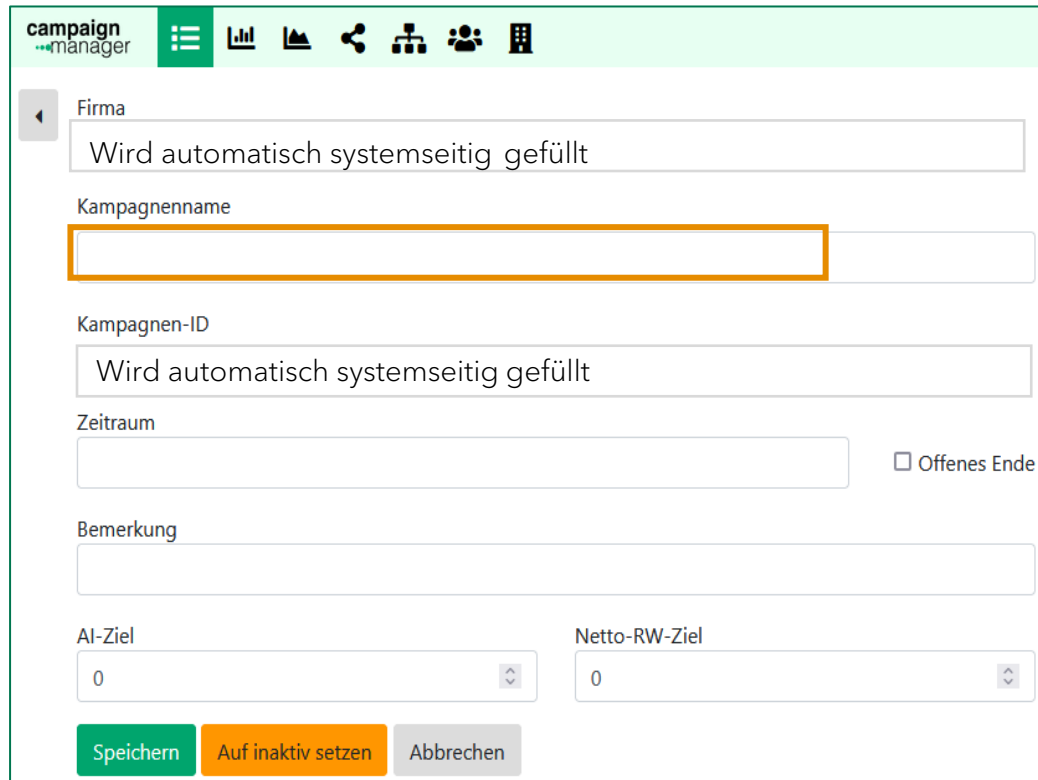
DETAILED

dcf 
cockpit
evaluate

Das Auswertungstool
der dcf -
Bereich Evaluierung

Messstart benötigt lediglich die dcfKundenID und die camaignID im dcf Mess-Tag

1.) Kampagnen-Anlage im campaign manager



The screenshot shows the 'campaign manager' interface with the following fields and controls:

- Firma:** Text field containing 'Wird automatisch systemseitig gefüllt'.
- Kampagnenname:** Text field, highlighted with an orange border.
- Kampagnen-ID:** Text field containing 'Wird automatisch systemseitig gefüllt'.
- Zeitraum:** Text field with a checkbox labeled 'Offenes Ende'.
- Bemerkung:** Text area.
- AI-Ziel:** Text field containing '0'.
- Netto-RW-Ziel:** Text field containing '0'.
- Buttons:** 'Speichern' (green), 'Auf inaktiv setzen' (orange), and 'Abbrechen' (grey).

2.) Aufsetzen des Mess-Tags

Beispielhaft optisch strukturiert:

```
https://script.ioam.de/wm.js?
```

```
st=[dcfKundenID]
```

```
&avi=[AdvertiserID]
```

```
&pgi=[Produkt ProdGroupID]
```

```
&cp=[CampaignID]
```

```
&pui=[PublisherID]
```

```
&sti=[SiteID]
```

```
&nei=[NetworkID]
```

```
&pli=[PlacementID]
```

```
&adm=[AdMotif]
```

```
&adf=[AdFormat]
```

```
&dki=[AgenturID]
```

```
&agi=[AdGapID]
```

```
&rdi=[RTADealID]
```

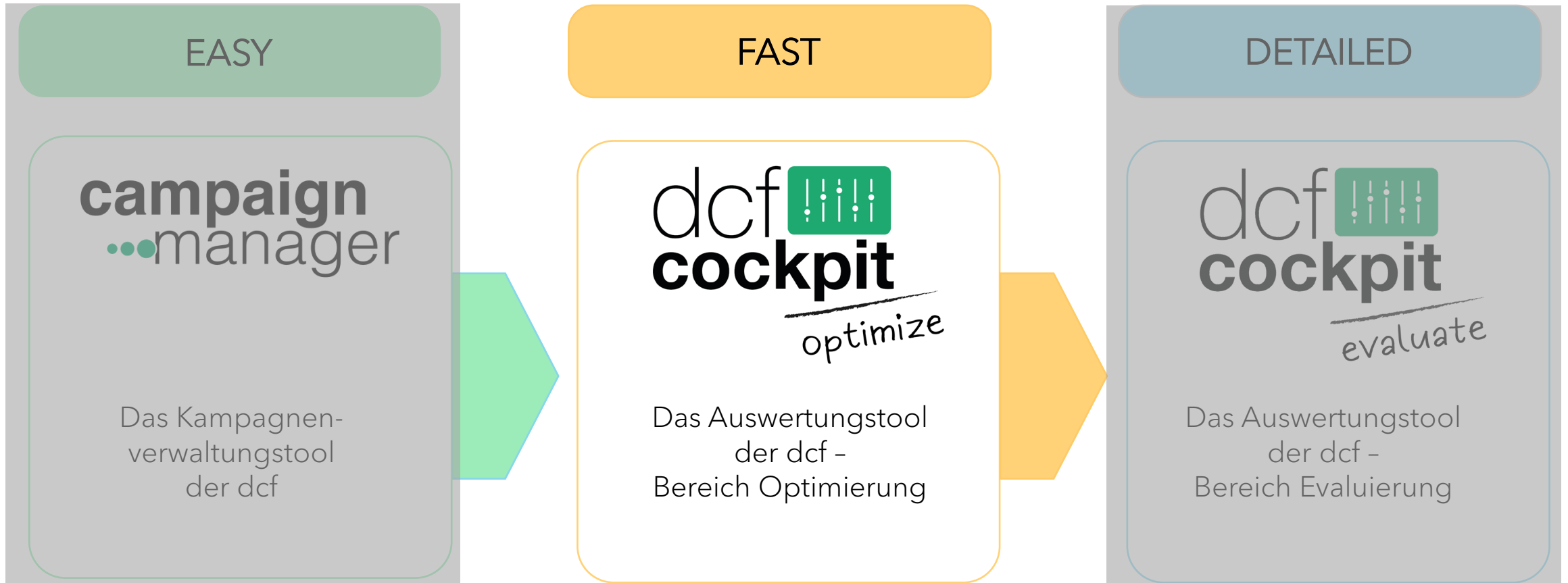
```
&roi=[RTADomainID]
```

```
&rli=[RTALineItemID]
```

```
&aev=[AdEvent]
```

Mindest-
Angaben

Zentrale und marktgerechte Bausteine der dcf



Bereits am Tag der ersten AI-Ausspielung stehen ab vormittags rollierend fünf Stunden Kampagnendaten zur Verfügung:

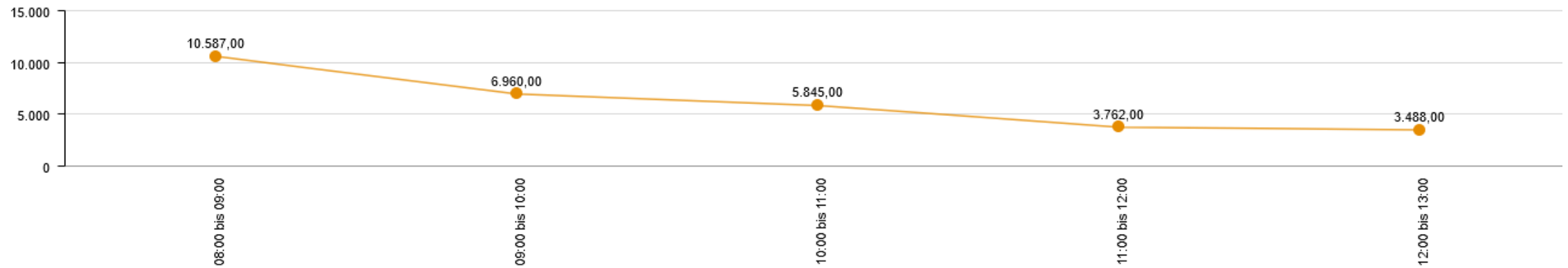
- AdImpression pro Stunde
 - Für jede befüllte Mess-Tag Variable (z.B. Vermarkter, Werbemittel, etc.)
 - Pro Endgerät (Smartphone, Tablet, Desktop)
 - Pro stationärer Webseite, MEW oder App für agof Angebote
- Prozentuale AI-Verteilung für sechs Zielgruppenmerkmale

Near Realtime: Check des AI-Volumens

Kampagne **Webseitenname** **Endgerät** **Platzierung** **Vermarkter** **Agentur** **Werbungtreibender**

Übersicht Kampagnen

Als der verfügbaren letzten 5 Stunden

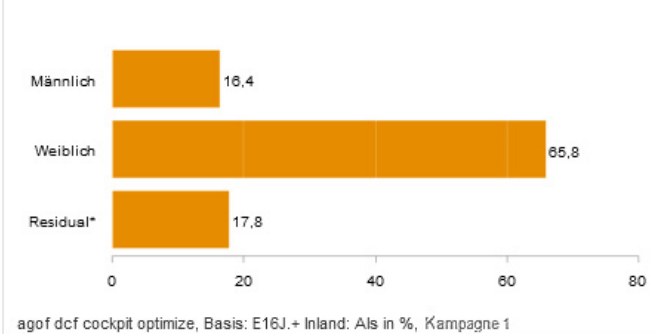


agof dcf cockpit optimize, Basis: E16J.+ Inland: Als, 7c984-b567x-4580-ke129be-39, 26.8.2021 8:00 - 26.8.2021 13:00

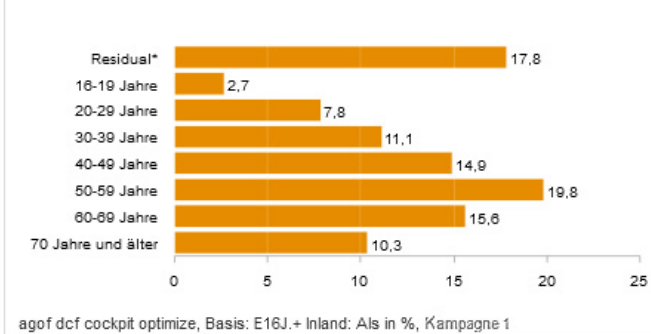
Near Realtime: Check der Zielgruppenerreichung

Demografie

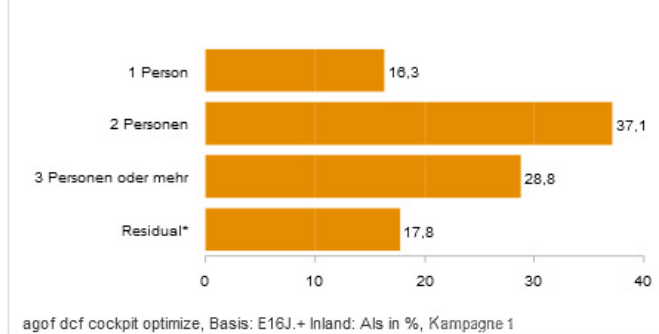
Geschlecht



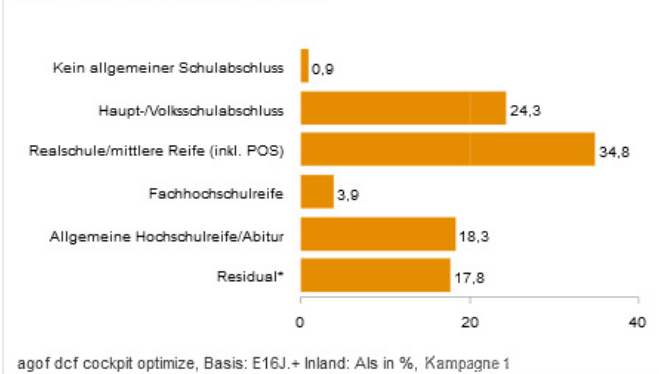
Alter



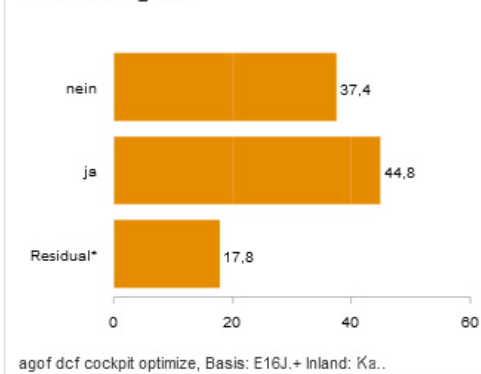
Personen im Haushalt



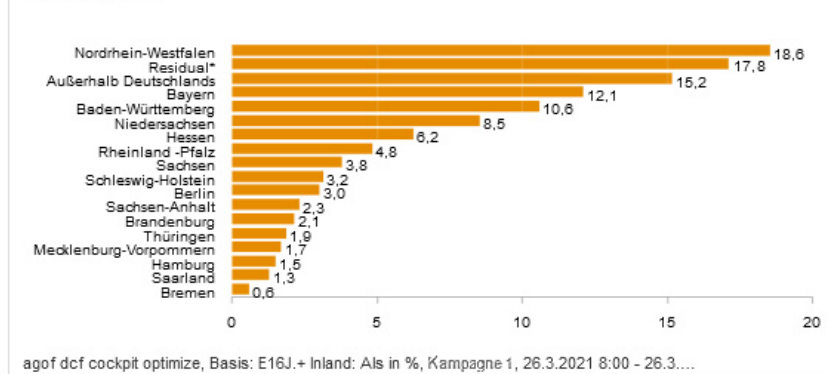
Höchster Schulabschluss



Berufstätigkeit



Bundesland



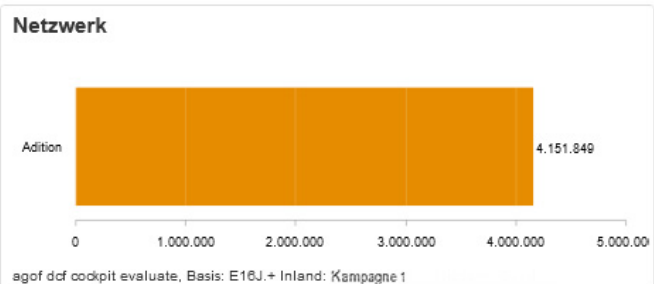
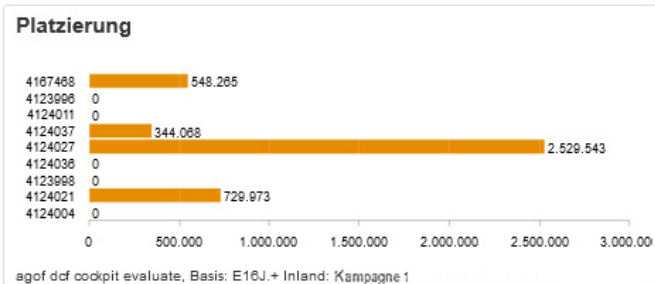
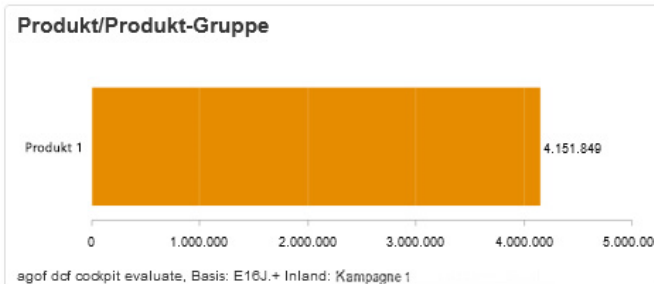
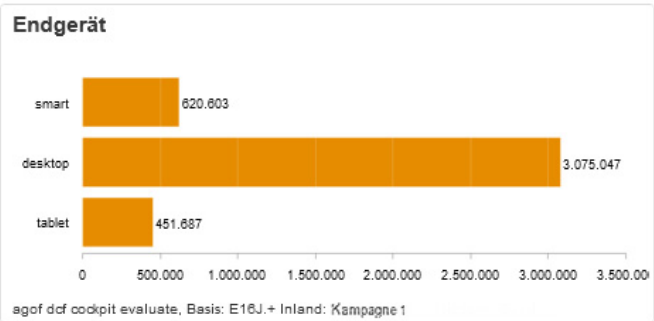
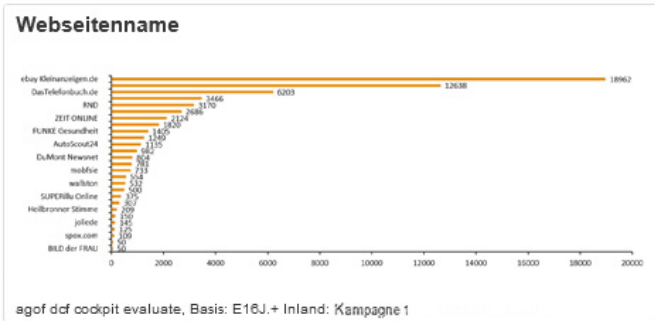
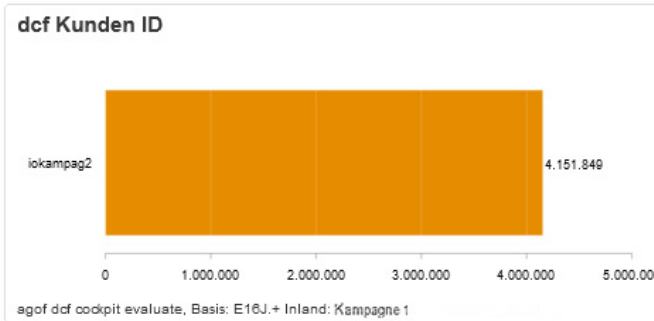
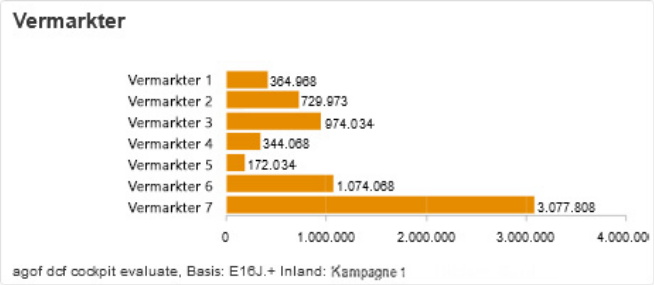
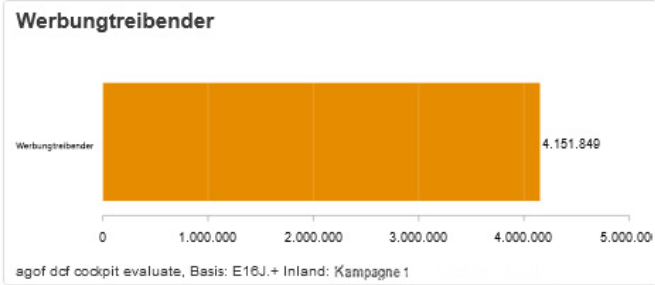
Die %-Werte stellen die prozentuale Verteilung der Ad Impressions auf die soziodemografischen Merkmale dar.

*Residual = Anteil der Als aus dem Ausland oder von unter 16-jährigen Personen

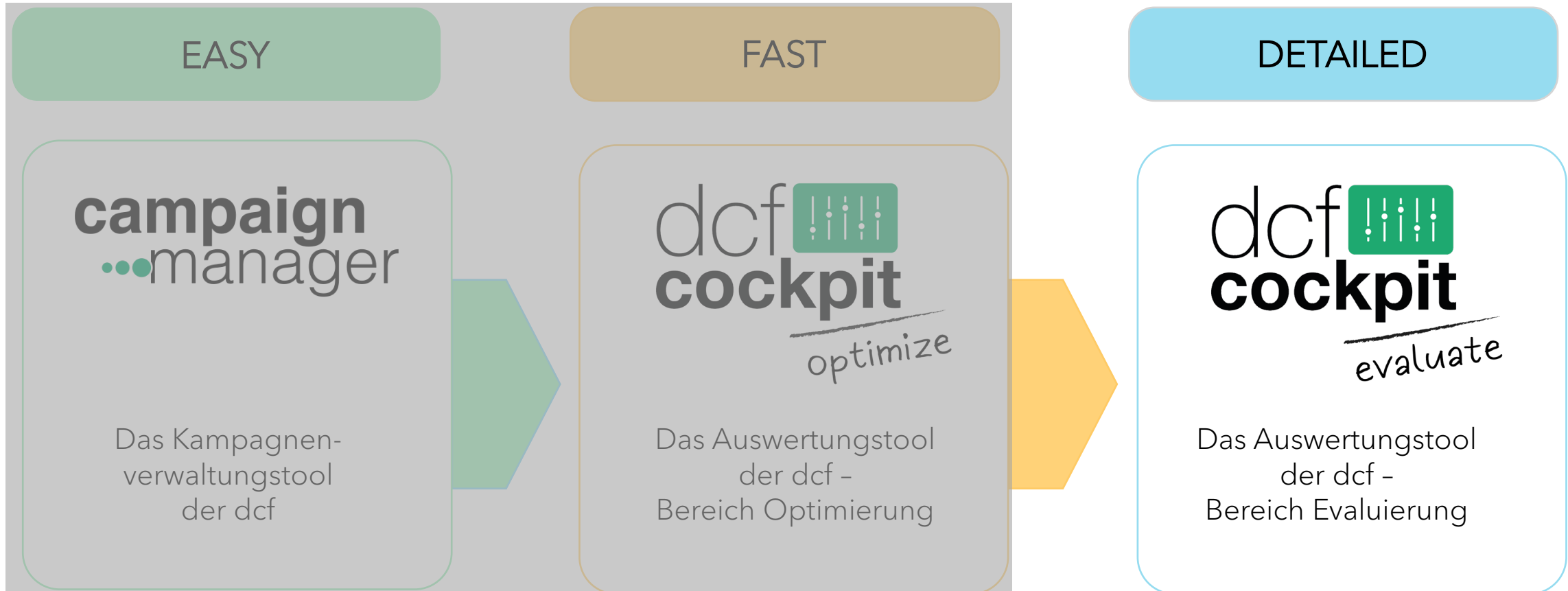
Near Realtime: Check der Datentiefe

Kampagne Kampagne 1 ▾ |
 Zeitraum 18.01.2021 - 23.03.2021 |
 Wochentag Wochentag ▾ |
 Geschlecht Geschlecht ▾ |
 Alter Alter ▾ |
 Ausbildung Ausbildung ▾ |
 Webseitenname Webseitenname ▾ |
 Endgerät Endgerät ▾ |
 Platzierung Platzierung ▾ |
 Vermarkter Vermarkter ▾ |
 Agentur Agentur ▾ |
 Werbungtreibender Werbungtreibender ▾ |
 Reset

Die Metrik Supplier ist für die ausgewählte Kampagne oder den Zeitraum leider nicht verfügbar.



Zentrale und marktgerechte Bausteine der dcf



Bereits ab Folgetag: Detaillierte Kampagnenkontrolle



Über 1.000
Zielgruppen-
merkmale



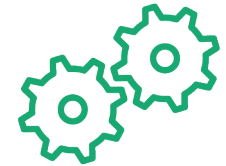
Alle klassischen
Mediakennwerte



agof* und
non-agof Webseiten



Kreuzung aller
Kampagnen-
bestandteile



Freie Zeiträume
kombinieren



Schneller Zugriff
über
Standardreports



Individuelle Analysen
durch frei
definierbare Reports



Tabellarische &
grafische
Darstellungen



Export-
funktionen

* agof Webseiten sind Angebote die an der daily digital facts teilnehmen

Reporting-Beispiel: Klassische Zielgruppenanalyse mit der dcf

Demografie | Kampagne

Gesamt: Geschlecht

	Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre		
	Fälle ungew.	Unique User in %	Unique User in Mio.
Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre	283.402	100,0	69,12
Männer	141.263	49,3	34,11
Frauen	142.139	50,7	35,01

agof dcf cockpit evaluate, Basis: E16J.+ Inland: Fälle ungew., Unique User in %, ...

Kampagne: Geschlecht

	Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre						
	Als in %	Nutzeranteil in %	Index	Fälle ungew.	Unique User in %	Unique User	Als
Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre	100,0	100,0	100	32.702	2,8	1,93	2.273.695
Männer	65,5	64,5	131	19.285	3,7	1,25	1.490.033
Frauen	34,5	35,5	70	13.417	2,0	0,69	783.662

agof dcf cockpit evaluate, Basis: E16J.+ Inland: Als in %, Nutzeranteil in %, Index, Fälle ungew., Unique User in %, Unique ...

Gesamt: Alter

	Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre		
	Fälle ungew.	Unique User in Mio.	Unique User in %
Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre	283.402	69,12	100,0
16 - 19 Jahre	16.515	3,16	4,6
20 - 29 Jahre	43.398	9,44	13,7
30 - 39 Jahre	45.456	10,42	15,1
40 - 49 Jahre	50.824	10,26	14,8
50 - 59 Jahre	61.686	13,37	19,3
60 - 69 Jahre	41.233	10,20	14,8
70 Jahre und älter	24.290	12,27	17,7

Kampagne: Alter

	Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre						
	Fälle ungew.	Unique User in Mio.	Unique User in %	Nutzeranteil in %	Index	Als	Als in %
Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre	32.702	1,93	2,8	100,0	100	2.273.695	100,0
16 - 19 Jahre	567	0,04	1,3	2,2	48	46.603	2,0
20 - 29 Jahre	5.286	0,39	4,1	20,1	147	464.967	20,4
30 - 39 Jahre	6.491	0,42	4,1	21,8	145	506.969	22,3
40 - 49 Jahre	7.823	0,39	3,8	20,1	136	449.740	19,8
50 - 59 Jahre	9.098	0,46	3,4	23,7	123	532.779	23,4
60 - 69 Jahre	3.052	0,18	1,7	9,1	61	206.778	9,1

Vielfalt der dcf: Die individuell wählbaren Merkmale

Neben der Standarddemografie gibt es in der dcf eine Vielzahl weiterer Zielgruppenmerkmale analog zur agof Markt-Media-Studie daily digital facts



Vermeidung von Domain-Spoofing

Für Webseiten, die an der daily digital facts teilnehmen, stehen automatisch Informationen über Werbeträger zur Verfügung und können mit den dcf Mess-Daten abgeglichen werden. „Domain-Spoofing“ (Fälschung) ist somit nicht möglich

Webseitenname	
	Als ▼
SpielAffe.de (if Website Angebot)	9.788
N-TV IPD (if Website Angebot)	9.444
BILD (if Website Angebot)	7.794
FUNKE Next Level TV (if Website Angebot)	7.323
FUNKE Medien Nordrhein-Westfalen (if Website Angebot)	6.675
FUNKE Medien Thüringen (mf MEW Angebot)	6.490
RP Online (mf MEW Angebot)	6.328



Reportbeispiel: Placement & SiteID

Analyse agof dcf cockpit evaluate, Basis: E16J.+ Inland
 Zeitraum 22.6.2021 - 22.7.2021
 Kampagne(n) Kampagne 1
 Zielgruppe Personen 30-59 Jahre

Platzierung	50237			50448		
Webseitenname	Fälle ungew.	Als absolut	Unique User in Mio.	Fälle ungew.	Als absolut	Unique User in Mio.
t-online (if Website Angebot)	2.900	330.460	0,32	2.460	280.200	0,27
kochbar.de IPD (if Website Angebot)	2.236	200.100	0,19			
t-online (mf MEW Angebot)				1.454	165.766	0,15
DER SPIEGEL SPM (mf Android Phone App)	699	32.237	0,03			
Mein schöner Garten (mf MEW Angebot)				480	75.618	0,07



A large, 3D-style button with a bright green center and a silver metallic rim. The word 'START' is written in white, uppercase letters in the center of the green area. The button is set against a background of green grass with a circular spotlight effect.

Next step

dcf Softlaunch





Vernetzt, valide, datenschutzkonform:
Die Kampagnen-Kontrolle der agof



Der Countdown der **daily campaign facts (dcf)** läuft – und geht mit einem finalen Testlauf unter realen Bedingungen in die entscheidende Phase. **Das einmalige Angebot der agof für ihre Marktpartner:**

BEIM SOFTLAUNCH MITMACHEN UND KOSTENFREI DIGITALE KAMPAGNEN MESSEN LASSEN

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (agof) hat ein Verfahren zur Audience Validation digitaler Werbekampagnen entwickelt, mit dessen Hilfe Planung und Erfolgskontrolle erstmals auf einer einheitlichen Datenbasis erfolgen. Kampagnen-Kontrolle mit der *daily campaign facts* umfasst dabei sowohl agof als auch non-agof Inventar. Bevor der Regelbetrieb 2021 losgeht, können nun Agenturen, Vermarkter und Werbekunden im Rahmen eines Softlaunchs praktische Erfahrungen mit der dcf sammeln und den letzten Feinschliff proaktiv mitgestalten.

IHRE MÖGLICHKEITEN

- stündlich und täglich auf Ihre Kampagnendaten über die Tools zuzugreifen
- Ihre Prozesse mit den Anforderungen der dcf abzugleichen
- Ihre individuellen Bedürfnisse an die dcf einzubringen
- Erfahrung im Umgang mit den dcf-Daten zu entwickeln
- eigene Schnittstellen zu überprüfen

Für die Messung muss das eigens für die dcf entwickelte Kampagnen SZM-Tag (Java Script) in die Kampagne inkl. der definierten Pflichtvariablen eingebaut werden. Eine Beschreibung des Mess-Tags stellen wir gerne zur Verfügung. Die Ergebnisse werden **streng vertraulich** und anonymisiert ausschließlich innerhalb der agof und ihrer Gremien zur Zielüberprüfung genutzt.

UNSERE ZIELE

- die dcf gemäß Ihrer Erfahrungswerte für den Regelbetrieb optimal vorbereiten
- die Messkompatibilität auf allen gängigen AdServern und technischen Plattformen sicherstellen
- die methodische Verarbeitungskette der dcf überprüfen und feinjustieren
- die Messergebnisse aus technischer Sicht mit AdServer Reports abgleichen
- die Verwaltungs- und Auswertungstools der dcf einem Praxistest unterziehen und wenn nötig optimieren



Die Kampagnen-Kontrolle der agof Seite 2

WER, WIE, WAS? DIE WICHTIGSTEN ANTWORTEN FÜR ALLE, DIE DEN SOFTLAUNCH NUTZEN WOLLEN

ECKPUNKTE

Vermarkter/Publisher: Wo Kampagnen ausgespielt werden, ist für die dcf-Messung unerheblich, denn die findet sowohl auf agof als auch auf non-agof Inventar statt. Einzige Einschränkung: Die Zulassung des Mess-Tags seitens Dritter. Das Whitelisting für das Mess-Tag ist aber bereits weit fortgeschritten und wird von der agof weiter forciert.

Medien/Kanäle: IO sowie programmatische Kampagnen können gemessen werden. Berücksichtigt werden Ausspielungen auf stationären Websites, mobilen MEWs und Apps.

Werbeformate: alle

Datenschutz: Die dcf erfüllt alle gesetzlichen Regeln z.B. der DSGVO. Zudem ist die agof beim iab TCF 2.0 registriert und als Vendor ID 785 (Purposes 1,7,9) gelistet.

TO DOs

Bei Interesse an einer kostenfreien Teilnahme an dem dcf Softlaunch, nehmen Sie bitte mit uns Kontakt auf. Sie erhalten dann Ihre Zugangsdaten zu den Tools sowie alle notwendigen Informationen.

Um Ihre Kampagne über die dcf zu validieren, brauchen wir einige Tage Vorlauf und folgende Infos:

- Anzahl der zu messenden Kampagnen
- Geplantes AI-Volumen
- Startdatum sowie Laufzeit

Mit dem Kampagnenstart sind zudem zur Zielüberprüfung im Rahmen des Softlaunchs erforderlich:

- Einbuchungsplan regelmäßiges AdServer Reporting
- Bereitschaft zum gemeinsamen Datenabgleich

Marion Beckers
agof Bereichsleiterin
Produkte & Kampagnendaten

Mobil: +49 (0)151-24014968
E-Mail: dailycampaignfacts@agof.de



Machen Sie mit
beim dcf
Softlaunch.

Alle Informationen
finden Sie
auf dem digitalen
Unternehmensprofil
der agof auf
DMEXCO @home



Ihre Fragen



Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

www.agof.de

Tel.: 069-264 888 310

Fax: 069-264 888 320

Mail: kontakt@agof.de

Marion Beckers

Bereichsleiterin Produkte & Kampagnendaten

marion.beckers@agof.de



Björn Kaspring

Vorstandsvorsitzender agof e.V.

bjoern.kaspring@agof.de

