

Frankfurt, 03. März 2020

Pressemitteilung

First Step to Programmatic: Qualifiziertes agof Inventar zum Systemabgleich

Neuer Service der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung zur Ermittlung qualitativ hochwertiger Umfeldler im Rahmen des programmatischen Einkaufs

Auch wenn programmatische Umsätze noch nicht das Niveau der USA oder Großbritanniens erreichen, ist auch in Deutschland der datengetriebene Handel von Media-Inventaren mittlerweile ein essentieller Bestandteil des Werbebusiness. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung, die seit nunmehr fast zwei Jahrzehnten mit ihren Studien für Transparenz im digitalen Werbemarkt sorgt, steuert daher ab sofort auch für das Geschäftsfeld „Programmatic Advertising“ einen wertvollen Beitrag zur Qualitätssicherung bei. Denn neben den vielen Vorteilen automatisierter Werbeprozesse haben Kunden, Vermarkter und Agenturen mittlerweile auch die Kehrseiten genau im Blick: Ad Fraud und Brand Safety sind dabei zwei wesentliche Aspekte, die in der Branche zum Teil heiß diskutiert werden.

Woran erkennen Media-Plattformen, ob die Umfeldler, auf denen eine Kampagne ausgespielt werden soll, qualitativ hochwertig sind, der Content rechtskonform ist und keine negativen Effekte auf das Image des Werbungtreibenden zu befürchten sind? Die Antwort: Jede Plattform bewertet die Qualität des angebotenen Inventars anhand selbst gewonnener Informationen. Eine neutrale und seriöse Quelle, die von allen Plattformen nutzbar ist, gibt es bisher nicht. Ein neuer Service der agof setzt genau an dieser Stelle an: Sie stellt dem Markt ein Feature zur Verfügung, über das automatisiert und kostenlos abgefragt werden kann, ob es sich bei einer URL um ein qualifiziertes Angebot der agof handelt: das **agof qualified inventory (aqi)**.

aqi: Qualitäts-Inventar mit agof Gütesiegel

Die Idee hinter **aqi** (agof qualified inventory): Alle Websites und Apps, die in der agof daily digital facts erhoben und ausgewiesen werden, durchlaufen diverse Prüfungen und Tests – und das nicht nur einmalig bei der Anmeldung, sondern kontinuierlich. Das gilt sowohl für Aspekte wie Rechtskonformität (z.B. im Bereich Jugendschutz oder hinsichtlich der in Deutschland gültigen Waffengesetze) als auch für „Ad Fraud“. Die Mess-Systeme der agof verfügen über diverse Sicherungsfunktionen, die z.B. automatisch erzeugte Zugriffe aufgrund technischer Fehler erkennen. Darüber hinaus werden alle Spider und Robots aufgespürt, die das Interactive Advertising Bureau (IAB) fortlaufend ermittelt und veröffentlicht. Damit ist gewährleistet, dass die Nutzungsdaten der daily digital facts um Invalid Traffic weitgehend bereinigt sind. Noch entscheidender: Angebote, bei denen massive Verstöße gegen die agof Regularien festgestellt wurden, werden nicht ausgewiesen und der verantwortliche Publisher kann im Wiederholungsfall sogar aus dem Kreis der agof Mitglieder bzw. als Studienteilnehmer ausgeschlossen werden. Das

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

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Clarissa Moughrabi, Dirk Maurer

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

gilt auch für Zuwiderhandlungen gegen die Statuten der IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.), die als externe Prüfinstanz seit Anbeginn der agof ein zusätzliches Monitoring der technischen Messung durchführt, um z.B. falsch gesetzte Messtags oder andere Manipulationsversuche aufzuspüren. Kurzum: Die agof Websites erfüllen die wesentlichen Qualitätsanforderungen der Werbekunden und gelten auch deshalb in der Branche als besonders hochwertig.

aqi: Praxistauglich, extrem flexibel, kostenfrei

Um möglichst alle technischen Systeme in die Lage zu versetzen, den neuen Service zu nutzen, hat die agof in Zusammenarbeit mit dem IT-Spezialisten COMsulting eine hochflexible Lösung kreiert. So können über eine API-Schnittstelle URLs einzeln abgeglichen oder via Whitelist komplett in die eigenen Systeme integriert werden – und das natürlich in maschinenlesbaren Formaten. Die URL-Listen stehen darüber hinaus zur Ansicht und zum Download zur Verfügung.

Eine Übersicht über alle Features des neuen, kostenfreien Services sowie eine detaillierte Dokumentation mit technischen Informationen gibt es ab sofort auf der agof Website unter:

<https://www.agof.de/aqi/>

Björn Kaspring, Vorstandsvorsitzender der agof: *„Das Mediageschäft hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert und bedarf auf allen Ebenen neuer Ansätze zur nachhaltigen Qualitätssicherung. Die agof steht für Transparenz, Verlässlichkeit und Qualität und wird diese Expertise künftig auch im plattformbasierten Mediageschäft einbringen. Ein praxisnaher, pragmatischer Service wie 'aqi' zur Abfrage von agof Qualitäts-Inventaren löst zwar nicht umgehend alle Probleme, ist aber ein wirkungsvoller erster Schritt. Mit dem neuen Service kommt die agof auch einem Wunsch von Plattformanbietern sowie vieler Werbekunden und Agenturen nach, die agof qualifizierten Inventaren offensichtlich vertrauen. Qualitätsnachweise im Mediageschäft sind wichtiger denn je – und die agof kennt sich damit aus.“*

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:

Simone Danne
agof Kommunikation/PR
(Elternzeitvertretung für Katharina Metzger)
Tel.: 0211/4363 7996
Mobil: 0151 / 2377 1072
Mail: simone.danne@agof.de