AGOF wird Mitglied im IAB Europe

AGOF wird Mitglied im IAB Europe

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung engagiert sich auf internationaler Ebene
Im deutschen Markt ist die AGOF eine etablierte Institution für Transparenz und Standards in der digitalen Werbeträgerforschung. Dafür agiert sie stets im Konsens mit den Marktpartnern und unabhängig von Indi¬vidualinteressen. Ihre zentrale Aufgabe ist dabei die Förderung der Gattung Online durch Bereitstellung der planungsrelevanten Leistungswerte für digitale Medien. Dieses Engagement setzt die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung nun auch auf internationaler Ebene fort: Als Mitglied des IAB Europe arbeitet die AGOF an Strategien und Maßnahmenkatalogen mit, die länderübergreifend wirken und das Medium weiter voran¬bringen sollen, wie z. B. an länderübergreifenden Studien und Messverfahren sowie an standardisierten Leistungswerten. Schwerpunktmäßig entsendet die AGOF dazu ab sofort Vertreter in das "Research Committee" und das "Brand Advertising Committee" des IAB Europe und wird sich darüber hinaus mit Fragen des Datenschutzes beschäftigen.
Das IAB Europe ist der Zusammenschluss des "Interactive Advertising Bureaus" der europäischen Mitglieds¬staaten. Der Wirtschaftsverband hat sich Förderung, Schutz, Überprüfung und Professionalisierung der digi¬talen Industrie zur Aufgabe gemacht. Wichtigstes Ziel des IAB ist es dabei, mit einer Stimme für das digitale Business zu sprechen und europaweit die Rahmenbedingungen für Online-Werbung quantitativ sowie qualitativ zu verbessern.
Matthias Wahl, Vorstandsvorsitzender der AGOF: "Ein verlässliches Umfeld mit klaren und standardisierten Regeln für alle ist für das nachhaltige Wachstum von digitaler Vermarktung entscheidend. Und das im Idealfall auf internationaler Ebene, da das Internet als globales Medium keine Ländergrenzen kennt. Als AGOF nehmen wir unsere Verantwortung hier sehr ernst und möchten daher auch auf übergeordneter Ebene mit unserer Expertise zur erfolgreichen und zukunftssicheren Entwicklung des digitalen Marktes beitragen."
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 Planungs¬parameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V.
64202 Darmstadt
Deutschland
Mail: geschaeftsstelle@agof.de
URL: http://www.agof.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=535621" width="1" height="1">

Pressekontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

agof.de
geschaeftsstelle@agof.de

Firmenkontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

agof.de
geschaeftsstelle@agof.de

Die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Der 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. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Ziel ist es, die neue einheitliche Reichweiten-Währung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt zu etablieren. Zu den aktuellen Mitgliedern der AGOF zählen (in alphabethischer Reihenfolge): AdLINK Internet Media GmbH, AOL Deutschland GmbH & Co. KG, BAUER MEDIA KG, G+J Electronic Media Sales GmbH, GMX GmbH, GWP online-marketing Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Interactive Media CCSP AG, IP NEWMEDIA GmbH, Lycos Europe GmbH, mobile.de GmbH, QUALITY CHANNEL GmbH, SevenOne Interactive GmbH, TOMORROW FOCUS AG, WEB.DE AG und Yahoo! Deutschland GmbH.