



## "connect": DER Webservice für die digitale Werbebranche

"connect": DER Webservice für die digitale Werbebranche  
Neuer Service bietet Vermarktern und Agenturen Lösungen zur Vereinfachung des Buchungsalltags / Vorstellung des Projekts von AGOF und OVK auf der dmexco 2013  
Ein immer breiterer Kundenkreis nutzt die digitalen Kanäle für Werbekampagnen und Marketing-Aktionen. Eine erfreuliche Entwicklung, die die Werbebranche gleichzeitig vor neue Herausforderungen stellt. Denn parallel zur Nachfrage steigen auch die Anforderungen an die Arbeitsorganisation. Vermarkter wie Agenturen beklagen zunehmend komplizierter werdende Buchungsabläufe. Insbesondere die Vielfalt der genutzten IT-Systeme, aber auch die Fülle an Belegungseinheiten sowie immer neue Werbeformen erschweren alltägliche Arbeitsprozesse, führen zu Verzögerungen und schlimmstenfalls zu Fehlern. Eine Problematik, der AGOF und OVK mit einer branchenspezifischen und medienadäquaten IT-Lösung entgegenwirken. Sie konzipierten den Webservice "connect", der Buchungsabläufe standardisiert und den Datentransfer sowie die Kommunikation zwischen Vermarktern und Agenturen deutlich vereinfacht.  
Schnittstelle, Kommunikationsmodul, Datenbank - ein Webservice mit vielen Komponenten  
Die Besonderheit von "connect" besteht in der Verknüpfung von technischen und inhaltlichen Komponenten. So dient der Webservice als zentrale und standardisierte Schnittstelle, über die buchungsrelevante Daten in einem maschinenlesbaren Format auf Knopfdruck bei den Online-Vermarktern angefordert und in die Agentursysteme überspielt werden können. Kompatibilitätsprobleme gehören mit "connect" somit der Vergangenheit an. Darüber hinaus wurde ein modernes Kommunikationsmodul in den Service integriert. Das ermöglicht nicht nur den verschlüsselten Informationsaustausch im One-to-One-Modus, sondern kann von Vermarktern auch für Informationen genutzt werden, die allen "connect" Teilnehmern zugehen sollen, z.B. neue Preislisten oder Hinweise zu Portfolioerweiterungen und Specials. Mediaagenturen wiederum können über "connect" schnell und einfach konkrete Buchungsanfragen stellen oder sich nach Verfügbarkeiten erkundigen.  
Allgemeine Informationen sind über den "connect daten pool" zentral abrufbar, in dem die Stammdaten der Online-Vermarkter hinterlegt sind: Belegungseinheiten, aktuelle (und alte) Preislisten, Sondertarife, buchbare Werbeformen, Kontaktdaten von Ansprechpartner sowie Beschreibungen des Portfolios. Die Datenbank kann seitens der Agenturen individuell angesteuert werden, um Aktualisierungen punktgenau mit den eigenen Systemen zu synchronisieren.  
"connect" - ein Webservice für alle  
Auch wenn der Online-Vermarkterkreis (OVK) des BVDW die Entwicklung von "connect" initiiert hat, steht der Webservice nicht nur OVK Mitgliedshäusern sondern allen im digitalen Segment tätigen Vermarktern offen. Und selbstverständlich allen Agenturen. Deren Anforderungen wurden bereits in der Entstehungsphase in das Projekt integriert - und zwar ganz praktisch: Mitglieder der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) testeten "connect" u.a. auf Alltagstauglichkeit sowie Praktikabilität. Erfahrungswerte, die zur Optimierung des Webservices beitragen.  
Die Federführung des Projekts liegt seit Ende 2012 bei der AGOF Services GmbH, einer 100-prozentigen Tochter der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V., verantwortlich u.a. für die operative Durchführung der AGOF Markt-Media-Studien. Bei der AGOF Services laufen auch die Fäden für einen breiten Praxistest zusammen, der im November 2013 startet und an dem sich alle interessierten Vermarkter und Agenturen beteiligen können.  
Matthias Wahl, Vorstandsvorsitzender der AGOF: "Die AGOF hat mehrfach bewiesen, dass wir uns auf die Etablierung von Standards verstehen, die von allen Playern der digitalen Werbewirtschaft begrüßt werden. Ob im Bereich der Werbeträgerforschung oder mit Services wie TOP - die Stärke der AGOF ist die Entwicklung praxisorientierter Angebote, die den gesamten Markt voranbringen. Mit ?connect setzen wir diese Linie konsequent fort, und ich bin sicher, dass wir mit diesem Webservice die Arbeit von Vermarktern und Mediaagenturen auf vielfältige Weise erleichtern."  
Paul Mudter, Vorsitzender des OVK: "Mit der Einführung von ?connect wollen wir für alle Marktteilnehmer, also sowohl für Kunden als auch für Agenturen und Vermarkter, einen Mehrwert schaffen. Würde ?connect allein Vermarktern Vorteile bringen, wäre ein solches Projekt sinnlos. Daher hoffe ich, dass sich viele Agenturen an dem anstehenden Praxistest beteiligen und konstruktiven Input geben. Auch weil ?connect kein statisches Konstrukt ist, sondern ein lebendiger Service. Offen für alle und offen für die Implementierung weiterer, zukunftsweisender Funktionalitäten."  
Weitere Details zu "connect" finden sich im Netz unter [www.agof.de](http://www.agof.de).  
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 Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.  
Der OVK  
Der Online-Vermarkterkreis (OVK) ist das zentrale Gremium der deutschen Online-Vermarkter. Unter dem Dach des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. haben sich 19 der größten deutschen Online-Vermarkter zusammengeschlossen, um der Bedeutung der Online-Werbung kontinuierlich mehr Gewicht zu verleihen. Oberste Ziele sind die Erhöhung von Markttransparenz und Planungssicherheit sowie Standardisierung und qualitätssichernde Maßnahmen für die gesamte Online-Marketing-Branche. Zu diesem Zweck arbeitet der OVK kontinuierlich an der Vereinheitlichung von Werbeformaten und Prozessen, mit deren Hilfe die Produktion sowie die Anlieferung und das Monitoring von Online-Kampagnen erleichtert werden. Diese Standards unterliegen der ständigen Erweiterung unter Berücksichtigung sich verändernder Marktbedürfnisse. Darüber hinaus realisiert der OVK wichtige Projekte wie Kongresse, Studien und Fördermaßnahmen und engagiert sich in nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche.  
Bei Rückfragen:  
Katharina Böhm  
AGOF Pressesprecherin  
Tel.: 069/264 888-318  
Fax: 069/264 888-320  
Mobil: 0151/126 713 88  
Mail: [katharina.boehm@agof.de](mailto:katharina.boehm@agof.de)

### Pressekontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

[katharina.boehm@agof.de](mailto:katharina.boehm@agof.de)

### Firmenkontakt

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung

64202 Darmstadt

katharina.boehm@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 alphabetischer 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.