



# Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse

## Weiterer wichtiger Schulterschluss im Bereich Planungsdaten: AGOF und VuMA Touchpoints starten Zusammenarbeit

**Werbungtreibende und Agenturen profitieren ab sofort von neuer Datenkooperation**

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 25. Januar 2018

Die qualitativ-hochwertigen Planungsgrundlagen der VuMA Touchpoints und AGOF wachsen zusammen: Die Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) und die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) haben heute eine Datenkooperation gestartet und werden stufenweise ihre Studien gegenseitig um wichtige Informationen ergänzen. Die VuMA Touchpoints erhält digitale Reichweiten aus der AGOF daily digital facts, die im Gegenzug um detailliertere Verwender-Merkmale aus der VuMA Touchpoints ergänzt wird. Ein echter Mehrwert für Werbungtreibende und Agenturen, die durch die Synergie-Effekte ihre Mediaplanung noch effizienter gestalten und damit Planungsaussagen noch fundierter treffen können.

**Björn Kaspring, Vorstandsvorsitzender der AGOF**, erläutert den Schritt: „Werbekunden und Agenturen brauchen vor dem Hintergrund der aktuellen Qualitätsdiskussionen im digitalen Markt mehr denn je belastbare und fundierte Standards. Mit der heute gestarteten Kooperation schließen sich zwei starke und verlässliche Partner zusammen und schaffen gemeinsam eine noch größere Planungssicherheit und verlässliche Datenbasis für digitale Budgetentscheidungen.“

„Die Weiterentwicklung der VuMA Touchpoints analog zur dynamischen Werbemarktentwicklung ist für uns selbstverständlich. Durch die Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung und der Integration von Online Display Daten bewegen wir uns Schritt für Schritt hin zur Konvergenzstudie für innovative Mediaplanung“, freut sich **VuMA Sprecherin Henriette Hoffmann** über die Zusammenarbeit mit der AGOF und deren Expertise im Bereich digitale Reichweitenforschung. „Wir arbeiten konsequent und kontinuierlich an der Optimierung der VuMA Touchpoints, um den Marktanforderungen gerecht zu werden und den Wünschen der Planer nachzukommen“, ergänzt **VuMA Sprecher Hans-Peter Gaßner**.



Im ersten Schritt veröffentlicht die AGOF ab heute ihre daily digital facts täglich angereichert um ausgewählte VuMA Merkmale und erweitert ihre digitale Währungsgrundlage damit um ein deutlich differenzierteres Spektrum an Konsumdaten, insbesondere in den Bereichen Produktinteressen, Haushaltsausstattung oder Psychografie. Anwender erhalten so neben dem verlässlichen Reichweitenstandard ein umfassendes Bild der digitale Nutzer und eine noch hochwertigere Datengrundlage für die digitale Mediaplanung. Planung und Analyse der Daten können Nutzer der daily digital facts ab heute in TOP modular vornehmen.

Die VuMA Touchpoints wird im Zuge des nächsten Updates um digitale Nutzungsdaten der AGOF erweitert. Neben digitalen Netto- und Bruttoreichweiten für Gesamtangebote, Einzelangebote, ausgewählte Belegungseinheiten und Kombinationen bezieht sie relevante Tarifinformationen aus der daily digital facts. Die neuen Nutzungsdaten werden künftig in die verschiedenen Analysetools der VuMA Touchpoints eingespielt. Auf diese Weise vervollständigt die Verbrauchs- und Medienanalyse ihre Darstellung der digitalen Mediennutzung und des entsprechenden Mediasegments.

#### **Bei Rückfragen:**

##### **Für die AGOF**

Katharina Metzger  
AGOF Pressesprecherin  
Tel.: 069/264 888-318  
Fax: 069/264 888-320  
Mobil: 0151/126 713 88  
Mail: [katharina.metzger@agof.de](mailto:katharina.metzger@agof.de)

##### **Für die VuMA Touchpoints**

VuMA-Sprecherteam  
Henriette Hoffmann (RMS) und  
Hans-Peter Gaßner (AS&S)  
Mail: [hoffmann@rms.de](mailto:hoffmann@rms.de)  
[hans-peter.gassner@ard-werbung.de](mailto:hans-peter.gassner@ard-werbung.de)  
[www.vuma.de/kontakt](http://www.vuma.de/kontakt)

#### **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.

#### **Über die VuMA Touchpoints**

Die Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien. Sie kombiniert Nutzungsdaten von Fernsehen und Radio sowie anderer relevanter Medien mit detaillierten Konsuminformationen. Werbungtreibenden und Agenturen steht damit in allen Phasen der Planung ein nützliches Tool zur Verfügung. Von der Marktanalyse über die Entwicklung der Mediastrategie bis zur Feinplanung - die VuMA liefert Zahlen und Fakten für fundierte Mediaentscheidungen. Auftraggeber sind ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S), RMS und das ZDF Werbefernsehen. Partner aus dem Medienbereich sind IP Deutschland, EL CARTEL MEDIA, Sky Media und ENERGY MEDIA.