

AGF integriert erstmals die Digitalangebote von Sky

Zum Saisonauftakt der Fußball-Bundesliga bauen AGF und Sky ihre langjährige Zusammenarbeit aus

Frankfurt, 01.08.2024. Zum Auftakt der neuen Fussballsaison mit der 2. Fußball-Bundesliga am 2. August 2024 werden im AGF-Standardsystem nicht nur die Zuschauerzahlen für die linearen Angebote der Sky-Pay-Plattform ausgewiesen, sondern nachfolgend auch für eine Vielzahl der jüngst zertifizierten Digitalangebote. Diese hat Sky erstmals in den Bewegtbildstandard der AGF integriert, der seit 01.01.2024 Basis für den Ausweis der Videonutzung in Deutschland ist. Damit begibt sich ein weiterer wichtiger Anbieter mit relevantem Content in die erweiterte Messung unter dem AGF-Dach. Die Streamingdaten für den ersten Spieltag der 2. Fußball-Bundesliga werden dem Markt in den AGF-Systemen ab dem 10. August zur Verfügung stehen. Der Ausbau der Messung der Sky-Angebote über lineares TV hinaus ist ein weiterer Meilenstein für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Bewegtbildmessung in Deutschland. Das Commitment der an der Messung teilnehmenden Anbieter versteht sich als konsequente Antwort auf die Anforderungen des Werbemarktes hinsichtlich eines transparenten Leistungsnachweises auf Basis einer unabhängigen Messung und Datenverarbeitung nach vergleichbaren Kriterien.

Als erster Anbieter von Pay-Content in Deutschland zeichnet sich Sky durch marktrelevante Angebotsstrukturen insbesondere bei Live-Sport-Übertragungen aus. Das Mobile Streaming-Produkt Sky Go ermöglicht Nutzern, Live- und On-Demand-Inhalte auf verschiedenen Geräten abzurufen. Über den Streaming-Dienst WOW können Filme, Serien und Sportereignisse genutzt werden. Sky stellt dem Markt mit der Erst-Integration von Sky Go und WOW in die AGF-Messung eine größere Nutzungsdatenbasis zur Verfügung, die einen erweiterten Blick auf das Angebotsportfolio von Sky zulässt. In den vergangenen Wochen und Monaten hat Sky eine Vielzahl von Angeboten unter Messung gebracht, weitere sind geplant. Die Abbildung der Live-Nutzung steht aktuell im besonderen Fokus. Mit WOW wird erstmals die Digital-First-Plattform des Anbieters nach den Kriterien des AGF-Standards integriert.

Sky steht seit 2009 als Lizenznehmer der AGF mit seinem Plattformangebot unter Messung und ist seit 2017 Gesellschafter der AGF.

„Die Integration des digitalen Angebots von Sky in die AGF-Messung ist für uns ein wichtiger Next Step, um die veränderten Nutzungsgewohnheiten der Zuschauenden in einem dynamischen Medienmarkt vollumfänglicher abbilden zu können. Damit werden erstmals weiterführende Analysen des Zuschauer- und Nutzerverhaltens über das klassische TV-Angebot von Sky hinaus möglich - und

das im Vergleich zu anderen unter AGF-Messung stehenden Anbietern. Dies bietet neue Einsichten und Möglichkeiten für den Werbemarkt und den Anbieter. Wir freuen uns sehr, dass unser langjähriger Vertragspartner und Gesellschafter Sky mit uns gemeinsam den nächsten Schritt hin zu einem einheitlichen Bewegtbildstandard vollzieht und weiter vorantreibt“, **sagt Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung GmbH.**

„Pünktlich zur Bundesliga-Saison machen wir die Performance auf unseren starken Streaming-Plattformen Sky Go, WOW und in Kürze auch Sky Stream vollständig nach dem Marktstandard der AGF sichtbar. Ab sofort erhalten Werbepartner damit detaillierte und zielgruppengenaue Leistungswerte, die auf der Small-Screen-Nutzung basieren. Im Laufe des Jahres werden wir das Angebot sukzessive weiter ausbauen - mit dem Ziel, eine transparente und geräteübergreifende Abbildung der Streaming-Nutzung auf allen Plattformen der Sky Gruppe im deutschen Bewegtbild-Markt zu gewährleisten. Mit diesem Schritt erfüllen wir, zusammen mit der AGF, eine lang ersehnte Forderung der Werbeindustrie nach konvergenter Reichweite und stärken unsere Position als wichtiger Partner für Werbung im Streaming-Umfeld“, **so Michael Radelsberger, Geschäftsführer von Sky Media.**

Über die AGF Videoforschung GmbH (www.agf.de)

Die AGF Videoforschung GmbH ist ein Unternehmen für neutrale Bewegtbildforschung. Die AGF erfasst kontinuierlich und quantitativ die Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland und wertet die erhobenen Daten aus. Sie entwickelt ihr Instrumentarium mit einem mehrstelligen jährlichen Millionenbetrag kontinuierlich weiter, um dem Markt täglich verlässliche Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern. Dabei steht die AGF im engen Austausch mit allen Marktpartnern, darunter Lizenzsender, Werbungtreibende und Mediaagenturen.



Kontakt Presse:

AGF VIDEOFORSCHUNG GMBH
Gärtnerweg 4-8
D-60322 Frankfurt am Main
T +49 69 955 260-55
F +49 69 955 260-60
presse@agf.de | www.agf.de