

AGF startet Kooperation mit Prime Video in Deutschland

Prime Video-Daten aus der AGF-eigenen Routermessung werden im ersten Schritt in das etablierte Crossmedia-Planungstool AGF REACH PLANNER® integriert

Frankfurt am Main, 17.09.2024. Die [AGF Videoforschung GmbH](#) nimmt ab sofort die Gesamtreichweite von Prime Video in das crossmediale strategische Planungstool AGF REACH PLANNER® auf. Diese Daten werden autonom durch die passive GfK-Messtechnologie Smart Meter im AGF-Panel erhoben und stehen dem Markt bereits seit Jahren im [AGF Smart Meter Report](#) auf monatlicher Basis hochaggregiert für ein begrenztes Set an Zielgruppen zur Verfügung. Eine Unterscheidung hinsichtlich der Angebotsstruktur kann im Rahmen dieser passiven Messung nicht erfolgen, da dies die Mitwirkung der Anbieter voraussetzt.

Durch die Einbindung in das crossmediale Planungstool AGF REACH PLANNER® werden die für Amazon erhobenen Daten flexibler für Planungsszenarien nutzbar gemacht. Der AGF REACH PLANNER® beinhaltet bereits die Daten aus der AGF TV- und Streamingmessung mit GfK und Nielsen und wird nun ergänzt durch die auf hohem Aggregationsniveau stehenden Nutzungsdaten von Prime Video. Diese Daten liegen aktuell für das gesamte Streamingangebot von Prime Video am Big Screen inkl. der durch die Messung in den Panelhaushalten vorliegenden Co-Viewing-Informationen vor.

Die Integration der AGF-Daten aus der Smart Meter-Messung erweitert die bereits im AGF REACH PLANNER® verfügbare Datengrundlage auf hohem Aggregat, sodass diese in strategischen Planungsprozessen mit TV- und Streamingdaten miteinander kombiniert werden können. Dies ermöglicht den Ausweis der Total Reach einer geplanten Kampagne, sowie die Ermittlung inkrementeller und exklusiver Reichweiten der einzelnen Kanäle bzw. Angebote und Anbieter für eine Vielzahl von Zielgruppen.

„Auch die reichweitenstarken internationalen Anbieter haben ein Interesse daran, Nutzungsdaten unterschiedlicher Zielgruppen für ihr Angebot aus einem standardisierten System zu kennen und sie im Wettbewerb verorten zu können“, sagt **Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung GmbH**. „Wir freuen uns sehr, parallel gemeinsam mit Prime Video die Machbarkeit zur Integration der Plattform auf dem Niveau der AGF-Streamingmessung zu prüfen. Das Angebot eines solchen Einstiegs in eine angebotsübergreifende Abbildung nach vergleichbaren Kriterien und Grundsätzen, steht allen Plattformen offen.“

„Wir freuen uns sehr über die Integration der Prime Video-Daten in die AGF Videoforschung. Damit geben wir Agenturen und Werbetreibenden die Möglichkeit, zusätzlich zu unseren first party insights, auf neutral gemessene Reichweitendaten zuzugreifen“, so **Nils Gräf Managing Director Amazon Ads Deutschland**.

Die AGF liefert seit 1988 Reichweitendaten für Bewegtbild aus einem neutralen panelbasierten Messansatz, der dem Markt als Standard gilt. Im Rahmen der zunächst zeitlich beschränkten Datennutzungslizenz werden in einem ersten Schritt die autonom gemessenen Routerdaten für das gesamte Streamingangebot von Amazon am Big Screen in den AGF REACH PLANNER® integriert.

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