

https://www.horizont.net/medien/nachrichten/starke-mediawaehrungen-wichtiger-denn-je-ren-lamsfuss-wird-vorstandsvorsitzender-der-agma--konvergenzprojekt-startet-204282?utm_source=%2Fmeta%2Fnewsletter%2Fnewslines&utm_medium=newsletter&utm_campaign=n148064&utm_term=e1b8af2dc19568268e5f276a1b16781d

Find the original text in German below

"Strong media currencies more important than ever".

René Lamsfuß becomes Chairman of the Board of Agma / Convergence project launches

by Roland Pimpl

Friday, 18 November 2022



© Agma / Jakob Hoff

René Lamsfuß is the new Chairman of the Board of Agma

Here we go: Agma is starting its ambitious major project "Crossmedia Reach Currency" with a new chairman and other new heads on the board. It is also putting down important stakes for the integration of the Agof online data into its own coverage model. After all, it is about the convergence currency of the future - just like the parallel project of the AGF.

The new chairman of the board of the Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse (Agma) is René Lamsfuß, in his main job head of research at the agency group Publicis. He succeeds Axel Pichutta, 73, who is retiring. With his professional and joint-industry committee experience, Lamsfuß, 51, is predestined for the office: in 2002, he was a founding member of the Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (Agof), later also its chairman. Since 2018, he has been a member of the Agof board as a representative of the media agencies; Lamsfuß has also worked in the Agma Technical Commission since 2002. And the topic of convergence currency is primarily a technological one.

"In the age of digital transformation, strong media currencies are more important than ever," says the new Agma board chairman. The digitalisation course Agma has embarked on takes this into account. "It is about overcoming silos and creating a system of convergent reach," says Lamsfuß.

The general meeting in Berlin on Friday also elected Alexander Potgeter, 53, and Kai-Marcus Thäsler, 54, as new members of the Agma board. Potgeter, managing director of Zeitungsmarktforschung-Gesellschaft (ZMG), takes over the position of board member for daily newspapers from Gerhard Müller, 61. Thäsler, managing director of Fachverband Außenwerbung (FAW), is seconded by Moplak Medienservice and succeeds Georg Schotten, 61, as board member for Out of Home. Müller and Schotten will retire.

Details of the model for a new digital reach study were also presented at the general meeting. It has been known since the summer that Agma will take over and continue the online reach research of the former Agof from 2023. The new approach is based on a server-based (and third-party cookie-free) measurement of online usage with the help of the open source market standard Prebid. This is known from programmatic advertising - but not to every marketer and not for reach measurement.

A first pre-test was successfully carried out in autumn, others will follow. The goal is a market launch in the second half of 2023. The previous coverage study Daily Digital Facts will be continued under the umbrella of Agma from January - "for the time being". This is to ensure continuity in the reporting of digital reach. rp

"Starke Mediawährungen wichtiger denn je"

René Lamsfuß wird Vorstandsvorsitzender der Agma / Konvergenzprojekt startet

von [Roland Pimpl](#)

Freitag, 18. November 2022



© Agma / Jakob Hoff

René Lamsfuß ist neuer Vorstandsvorsitzender der Agma

Jetzt geht's los: Die Agma tritt ihr ambitioniertes Großprojekt "Crossmedia-Reichweitenwährung" mit einem neuen Vorsitzenden und weiteren neuen Köpfen im Vorstand an. Außerdem schlägt sie wichtige Pflöcke ein für die Integration der Agof-Onlinedaten ins eigene Reichweitenmodell. Schließlich geht es – ebenso wie beim Parallelprojekt der AGF – um die Konvergenzwährung der Zukunft.

Neuer Vorstandsvorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse (Agma) ist René Lamsfuß, im Hauptjob Forschungschef der Agenturgruppe Publicis. Er tritt die Nachfolge an von Axel Pichutta, 73, der in den Ruhestand geht. Mit seiner Berufs- und Joint-Industry-Committee-Erfahrung ist Lamsfuß, 51, prädestiniert für das Amt: Er war 2002 Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (Agof), später auch mal deren Vorstandsvorsitzender. Seit 2018 gehört er als Vertreter der Mediaagenturen dem Agof-Vorstand an; zudem arbeitet Lamsfuß seit 2002 in der Technischen Kommission der Agma mit. Und das Thema Konvergenzwährung ist vor allem ein technologisches.

"Im Zeitalter der digitalen Transformation sind starke Mediawährungen wichtiger denn je", sagt der neue Agma-Vorstandschef. Der eingeschlagene Digitalisierungskurs der Agma trage dem Rechnung. "Es geht darum, Silos zu überwinden und ein System von konvergenten Reichweiten zu schaffen", so Lamsfuß.

Neu in den Agma-Vorstand wählte die Mitgliederversammlung am Freitag in Berlin auch Alexander Potgeter, 53, und Kai-Marcus Thäsler, 54. Potgeter, Geschäftsführer der Zeitungsmarktforschung-Gesellschaft (ZMG), übernimmt die Position des Vorstands Tageszeitungen von Gerhard Müller, 61. Thäsler, Geschäftsführer des Fachverbands Außenwerbung (FAW), wird entsendet von Moplak Medienservice und folgt als Vorstand Out of Home auf Georg Schotten, 61. Müller und Schotten werden sich in den Ruhestand verabschieden.

Auf der Mitgliederversammlung wurden außerdem Einzelheiten zum Modell einer neuen Digital-Reichweitenstudie vorgestellt. Seit Sommer ist bekannt, dass die Agma ab 2023 die Online-Reichweitenforschung der bisherigen Agof übernimmt und fortführt. Der neue Ansatz fußt auf einer serverbasierten (und Third-Party-Cookie-freien) Messung der Onlinenutzung mit Hilfe des Open-Source-Marktstandards Prebid. Der ist aus dem Programmatic Advertising bekannt – allerdings nicht jedem Vermarkter und nicht für die Reichweitenmessung.

Ein erster Pretest sei im Herbst erfolgreich durchgeführt worden, weitere folgen. Ziel ist eine Markteinführung im 2. Halbjahr 2023. Die bisherige Reichweitenstudie Daily Digital Facts wird ab Januar unter dem Dach der Agma weitergeführt – "vorerst". So soll die Kontinuität in der Ausweisung der Digital-Reichweiten gewährleistet werden. *rp*