Konventionen der AGF Videoforschung GmbH (AGF), Stand 01.07.2025	**Codes of Practice of AGF Videoforschung GmbH (AGF), Rev. 01/07/2025**
1. Generelle Regelungen	**1. General rules**
Die Konventionen der AGF regeln verbindlich den Umgang mit den AGF-Daten durch berechtigte „Nutzer“, unabhängig davon, ob die Nutzungsberechtigung aus einem unmittelbaren Lizenzvertrag mit der AGF stammt, aus diesem abgeleitet wird (z.B. nutzungsberechtigte Konzernunternehmen, interne Dienstleister, externe Dienstleister) oder durch einen von der AGF beauftragten Datenverwerter erteilt wurde. Die Verantwortung zur Einhaltung der Konventionen liegt beim Nutzer. Er hat dafür Sorge zu tragen, die jeweils verfügbaren aktuellen Datenbestände und Software-Versionen zu verwenden. Soweit die Ergebnisse aus den von der AGF bereitgestellten Referenzsystemen ohne weitere Bearbeitung oder Anwendung eigener Regeln ermittelt werden, sind die Ergebnisse Konventionen konform. Verknüpft der Nutzer die AGF-Daten mit eigenen Datenquellen und/oder führt weitere Berechnungen auf Basis der AGF-Daten durch, so ist dies gemäß diesen Konventionen zu kennzeichnen.	AGF Codes of Practice are binding and regulate the way AGF data is handled by authorised “users”, regardless of whether the right of use comes from a direct license agreement with AGF, is derived from it (e.g., authorised affiliated enterprises, internal service providers, external service providers) or was granted by a data sales contractual partner tasked by AGF. The responsibility for complying with the following codes rests with the user. The user must ensure that the most current available database and software version is used at all times. Where the results are determined from the reference systems provided by AGF without additional processing or application of own rules, the results are consistent with the Codes of Practice. If the user links the AGF data to his own data sources and/or performs additional calculations based on the AGF data, this must be marked in accordance with these Codes of Practice.
Die AGF-Konventionen ergänzen die jeweiligen vertraglichen Bestimmungen. Die in den jeweiligen Verträgen zum Datenbezug getroffenen Regelungen haben Vorrang zu den hier geregelten Bestimmungen. Dies gilt insbesondere für die Regeln zur Zusammenführung der AGF-Daten mit Fremddaten.	AGF Codes of Practice are supplemental to whatever contractual rules apply. The rules set out in the relevant data acquisition agreement take precedence over the provisions herein. This applies especially to the rules on merging AGF data with third-party data.
AGF-Daten im Sinne dieser Konventionen sind sämtliche von der AGF erhobenen (oder durch vergleichbare Nutzungsrechte bereitgestellten) und dem Vertragspartner verfügbar gemachten Daten zur Bewegtbildnutzung und zur Nutzung von Static-Display-Angeboten aus dem Forschungssystem der AGF. Die Konventionen dienen der Transparenz veröffentlichter Daten und schützen die Rechte der AGF.	AGF data within the meaning of these Codes of Practice are all data from the AGF Research System on video viewing and viewing of static display content collected by AGF (or provided through comparable usage rights) and made available to the contractual partner on AGF software. The Codes of Practice are intended for the transparency of published data and to protect the rights of AGF.

2. Grundsatz der Anonymität

2.1. Anonymität von Daten

Alle im Rahmen des AGF-Systems erhobenen Daten sind anonym. Alle an der Datenzulieferung Beteiligten sind gesetzlich dazu verpflichtet, dem System ausschließlich anonyme Daten zuzuliefern. Bei der Weitergabe von AGF-Daten durch die AGF an Dritte wird dem Grundsatz der Anonymität vollständig Rechnung getragen. Weder die AGF noch ihre Dienstleister werden einem Nutzer gegenüber Auskunft darüber erteilen, welche konkrete Person bzw. welcher konkrete Haushalt hinter den Ergebnissen in den AGF-Daten steht. Alle Nutzer der AGF-Daten müssen dieses Prinzip für sich als unabdingbar und zwingend respektieren.

2.2. Anonymität von Panelhaushalten

2.2.1 Die AGF-Daten werden unter strikter Einhaltung des Anonymitätsprinzips in der Marktforschung erhoben und durch die AGF den Nutzern zur Verfügung gestellt. Die Nutzer akzeptieren dieses Prinzip und verpflichten sich, jegliche Versuche zu unterlassen, durch eigene Analysen, Befragungen, Verknüpfungen mit sonstigen Daten oder auf andere Weise Erkenntnisse darüber zu gewinnen, welche konkrete Person, konkreten Haushalte oder konkreten Geräte an der Reichweitenforschung der AGF und der von ihr eingeschalteten Dienstleister mitwirken und sich hinter diesen Daten verbergen. Haushalte des AGF-Panels und deren Teilnehmer wie auch Teilnehmer anderer für die Bewegbildforschung eingesetzter Panels dürfen nicht aufgefordert werden, ihre Anonymität preiszugeben.

2.2.2 Auch die Dienstleister der AGF sind in gleicher Weise verpflichtet, personenbezogene Daten von Teilnehmern an der marktforscherischen Erhebung der Daten vertraulich zu behandeln und weder der AGF noch sonstigen Dritten gegenüber personenbezogene Daten bekannt zu geben. Wird einem Dienstleister der AGF bekannt, dass die Anonymität eines

2. Principle of anonymity

2.1. Anonymity of data

All data collected within the AGF system are anonymous. All parties involved in supplying data are legally required to provide exclusively anonymous data to the system. The principle of anonymity must be strictly observed when AGF shares AGF data with third parties. Neither AGF nor its service providers will give information to a user of AGF concerning what specific person or household is behind the results in the AGF data. All users of AGF data must respect this principle for themselves as indispensable and compulsory.

2.2. Anonymity of panel households

2.2.1 The AGF data are collected in strict compliance with the principle of anonymity in market research and made available to the users by AGF. The users accept such principle and agree to refrain from any attempts by way of own analyses, interviews, linking with other data or in any other manner to gather insight into which specific person, households or devices are involved in the audience research of AGF and the service providers it uses and are behind such data. AGF panel households and its participants as well as participants of any other panel used for video research may not be asked to divulge their identity.

2.2.2 AGF's service providers are also required in the same way to treat personal data of participants in the collection of data for market research purposes as confidential, and not to share personal data with AGF nor any other third parties. If a service provider of AGF comes to know that the anonymity of a market research participant was revoked, that

	Teilnehmers an der Marktforschung aufgehoben wurde, ist dieser Teilnehmer unverzüglich von der Erhebung auszuschließen. Der Dienstleister hat diesen zu ersetzen.		participant must be removed from the collection at once. The service provider must replace them.
2.2.3	Falls ein Nutzer zufällig oder versehentlich Kenntnis von Namen, Wohnort, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer von Teilnehmern des AGF-Panels (betrieben durch GfK SE) oder Nielsen Online-Panels erhält, so sind diese unverzüglich ausschließlich dem jeweiligen Panelbetreiber anzuzeigen, damit dieser den betreffenden Haushalt austauschen kann. Die AGF ist von dem Vorgang in Kenntnis zu setzen, ohne dass der AGF der konkrete Haushalt oder die konkrete Person zu nennen ist. Erlangt der Nutzer Kenntnis von einem Teilnehmer eines anderen von der AGF oder eines ihrer Dienstleister betriebenen Panels, ist die AGF unverzüglich ohne Nennung des Namens dieses Teilnehmers über den Vorgang zu informieren. Die AGF wird dem Nutzer mitteilen, an welchen AGF-Dienstleister sich der Nutzer wenden muss. Gleiches gilt, wenn ein Nutzer Kenntnis von in den Panelhaushalten gemessenen Geräten erlangt.	2.2.3	In case a user receives knowledge of the names, addresses, e-mail addresses or telephone numbers of participants in the AGF panel (operated by GfK SE or Nielsen Online panel, inadvertently or accidentally, they must be reported exclusively to the particular panel operator at once in order for the relevant household to be replaced. AGF must be informed of the occurrence without disclosing the specific household or specific person to AGF. If the user becomes aware of a participant in another panel operated by AGF or any of its service providers, AGF shall be informed of the occurrence immediately without disclosing any name of such participant. AGF will inform the user of the appropriate AGF service provider which the licensee should address. The same applies if a user comes to know the devices measured in the panel households.
2.2.4	Es ist unzulässig, Panelteilnehmer - in welcher Form auch immer - zu beeinflussen.	2.2.4	Influencing panel participants – in any way whatsoever – is prohibited.
2.2.5	Die Reichweitenforschung der AGF in dieser Form ist nur möglich und rechtlich nur zulässig, wenn die Anonymität der Geräte, Haushalte und der Personen gewahrt bleibt und jegliche Versuche der gezielten Beeinflussung der Panels unterbleiben. Sollte die AGF davon Kenntnis erlangen, dass ein Nutzer Versuche unternimmt, die Anonymität der Geräte, Haushalte oder Personen aufzuheben oder das Mediennutzungsverhalten der Panelmitglieder gezielt zu beeinflussen, ist dies ein so schwerwiegender Verstoß gegen die Grundsätze der Nutzung der	2.2.5	The audience research of AGF in this form is possible and legally permitted only if the anonymity of the devices, households and persons is preserved and there are no attempts whatsoever to influence the panel in a targeted manner. If AGF should become aware that a user makes attempts to remove the anonymity of the devices, households or persons or to influence the media usage of panel members in a targeted manner, this will be considered to be such a serious violation of the principles governing use of the AGF data to entitle AGF to prohibit any

AGF-Daten, dass die AGF berechtigt ist, jegliche weitere Nutzung mit sofortiger Wirkung dem Nutzer zu untersagen und etwaige den Datenbezug regelnde Verträge außerordentlich zu kündigen sowie für entstandene Schäden Ersatz geltend zu machen.	further usage with immediate effect, terminate any licence agreements for good cause and claim compensation for any damages.
3. Vertraulichkeit	**3. Confidentiality**
3.1 Die Mitglieder der Gremien der AGF unterliegen einer besonderen Vertraulichkeit, soweit sie Informationen erhalten, die über die vertraglichen Nutzungsrechte hinausgehen. Die Vertraulichkeit wird durch eine persönliche Verpflichtung der Beteiligten hergestellt.	3.1 The members of AGF's boards and panels are subject to special confidentiality if they receive information going beyond the contractual usage rights. The confidentiality is established through a personal obligation of participants.
3.2 Die Vertraulichkeit bei Dienstleistern, Nutzern und sonstigen Vertragspartnern der AGF ist durch entsprechende Vereinbarungen mit diesen geregelt.	3.2 Confidentiality for service providers, users and other contractual partners of AGF is governed by corresponding agreements with those parties.
3.3 Die Verantwortung für die Einhaltung der Vertraulichkeit bei vom Nutzer ggf. eingeschalteten Dienstleistern liegt beim jeweiligen Nutzer.	3.3 Each user is responsible for complying with the confidentiality of any service providers used by the respective user.
3.4 Kenntnisse über mögliche Unplausibilitäten oder methodische Fehler müssen der AGF und den jeweiligen Dienstleistern sofort zwecks Überprüfung bzw. zur Bestimmung der Ursachen mitgeteilt werden. Eine vorherige Weitergabe solcher Informationen an Personen außerhalb der AGF ist nicht zulässig.	3.4 Knowledge of possible implausibility or methodical errors must be shared immediately with AGF and the respective service providers in order for the cause of the problem to be examined or determined. Sharing such information with anyone outside of AGF in advance is not permitted.
4. Datenweitergabe und Veröffentlichung	**4. Sharing data and publication**
4.1 Eine Weitergabe, Veröffentlichung und sonstige Zugänglichmachung von AGF-Daten durch den Nutzer ist ausschließlich hinsichtlich der durch den jeweiligen Vertrag konkret umfassten Daten und dort getroffenen Regelungen gestattet. Soweit nicht durch vertragliche Regelungen anderes festgelegt ist, ist die Veröffentlichung, Weitergabe oder das in	4.1 Passing on, publication and other making accessible of AGF data by the user is allowed exclusively in respect of the data specifically comprised by the specific agreement and rules stipulated there as applicable. Unless provided otherwise by way of contract regulations, the publication, passing on or putting into circulation of AGF data is not permitted and

	Verkehr bringen von AGF-Daten nicht zulässig und stellt eine Verletzung der vertraglichen Nutzungsrechte dar. Dies gilt insbesondere für: • Weitergabe von AGF-Daten an nichtberechtigte Dritte • Weitergabe von AGF-Daten an Medien, Forschungsorganisationen und Institute sowie • Veröffentlichung oder in Verkehr bringen von AGF-Daten auf öffentlichen Webseiten		constitute a violation of the contractual usage rights. This shall apply particularly to: • Passing AGF Data on to unauthorised third parties • Passing on of AGF data to media, research organisations and institutions and • Publication or putting into circulation of data on public websites.
4.2	Hat ein Nutzer gegebenenfalls aufgrund unterschiedlicher Verträge mit der AGF für unterschiedliche Nutzungszwecke Zugang zu unterschiedlichen Datenbeständen, ist er verpflichtet, sicherzustellen, dass die Datenweitergabe und Veröffentlichung gemäß den jeweiligen vertraglichen Bestimmungen erfolgt.	4.2	If a user should have access to different databases due to different contracts with AGF for different purposes of use, he shall make sure that the data sharing and publication take place in accordance with the applicable contractual provisions.
4.3	Sofern eine Weitergabe von Daten an Dritte lizenzvertraglich gestattet ist, ist sicherzustellen, dass die Daten diesen Dritten nicht in einer Form weitergegeben werden, welche einen Aufbau von Datenbanken oder Archiven in recherchierbarer Form ermöglicht. Beabsichtigt ein Nutzer, die AGF-Daten in Software-Tools Dritter einzuspeisen, welche nicht von der AGF freigegeben sind, ist dies nur auf Basis eines zusätzlichen Vertrags zulässig, der zwischen der AGF, dem Nutzer und dem Software-Anbieter abzuschließen ist.	4.3	If the passing on of data to third parties is permitted under the license agreement, it has to be ensured that the data are not passed on to third parties in a form allowing the creation of researchable databases or archives. If a user intends to feed the AGF data into software tools of third parties that are not approved by AGF, this is permitted only on the basis of an additional agreement to be made between AGF, the user and the software vendor.
4.4	Etwaige Zweifel hinsichtlich einer Nutzungsberechtigung oder der Anwendung dieser Konventionen sind mit der AGF zu klären.	4.4	Any doubts regarding usage authorisation or application of these Codes of Practice should be clarified with AGF.
4.5	Eine kommerzielle Vermarktung von AGF-Daten durch Verkauf an Dritte ist ausschließlich der AGF und den von ihr beauftragten Datenverwertern gestattet.	4.5	Only AGF and data sales contractual partners appointed by it shall be permitted to sell AGF data commercially.

5. Darstellung von AGF-Daten und Quellenangaben	**5. Presentation of AGF data and source information**
5.1 Für die Darstellung von AGF-Daten gilt allgemein, dass für die Auswertung alle Angaben enthalten sein müssen, um eine Nachbildung der Analyse auf Basis der Referenzsysteme zu ermöglichen. Referenzsysteme sind die von der AGF bereitgestellten Auswertungssysteme (AGF-Software) zur Analyse von AGF-Daten. In der AGF-Software sind verschiedene Recheneinstellungen & Defaults hinterlegt. Berechnungen auf Basis abweichender Einstellungen sind entsprechend zu kennzeichnen.	5.1 The following generally applies with regard to the presentation of AGF data: all necessary details must be included which are required for reproducing the analysis on the basis of the reference systems. Reference systems are the analysis systems (AGF software) provided by AGF for the analysis of AGF data. Various calculation settings and defaults are stored in the AGF software. Calculations done using settings other than these shall be marked accordingly.
5.2 In den Referenzsystemen stehen die Marktstandards „TV“ und „Bewegtbild“ zur Verfügung. Im Marktstandard TV besteht die Grundgesamtheit aus Personen ab 3 Jahren in Privathaushalten mit deutschsprachiger Haupteinkommensperson und mindestens einem in Gebrauch befindlichen TV-Gerät (TV-Haushalte). Im Marktstandard Bewegtbild besteht die Grundgesamtheit zusätzlich aus Personen in Privathaushalten, die über kein im Betrieb befindliches TV-Gerät, aber über mindestens ein streamingfähiges Gerät im Haushalt verfügen, so genannte Non-TV-Haushalte.	5.2 The “TV” and “video” market standards are available in the reference systems. In the TV market standard, the universe consists of persons aged three and above in private households with a German-speaking main income person and at least one TV in use (TV households). In the video market standard, the universe additionally consists of persons in private households who do not have a TV set in operation but do have at least one device capable of streaming; these are called non-TV households.
5.3 Die Marktstandards umfassen verschiedene Nutzungsdatenbestände, welche abhängig von den jeweiligen lizenzvertraglichen Regelungen zur Verfügung gestellt werden. Diese sind: • TV-Auswertungen (TV, TV-Zeitintervalle, Programmschema): Nutzungsbasis für TV-Auswertungen im Marktstandard TV sind alle klassischen TV-Nutzungen am TV-Gerät. Der Marktstandard Bewegtbild bezieht zusätzlich Nutzungen von Livestreams mit ein, die inhaltsgleich zum ausgestrahlten TV-Programm sind (24/7-Livestreams mit 1:1 Entsprechung zum linearen Broadcast).	5.3 The market standards cover various usage databases which are made available on the basis of whatever license agreement regulations apply. These are: • TV analyses (TV, TV time intervals, programme schedule): The usage basis for TV analyses in the TV market standard consists of all conventional types of TV usage on a TV set. The video market standard also includes the use of live streams with the same content as the broadcast TV schedule (24/7 live streams that coincide fully with linear broadcasting). This means it includes types of use that happen

Er umfasst damit auch Nutzungen, die an Streaming-Devices wie PC, Laptop, Smartphone und Tablet anfallen. • Streaming-Auswertungen (Streamingintervall, Angebotseinheiten): Für Streaming-Auswertungen gilt der Marktstandard Bewegtbild. Nutzungsbasis für Streaming-Auswertungen sind Streaming-Nutzungen, d.h. Livestreams und Video on Demand. • Konvergenz-Auswertungen (Konvergenzintervall, TV-Konvergenz, Programmmarke): Für Konvergenz-Auswertungen gilt der Marktstandard Bewegtbild. Bei Konvergenz-Auswertungen werden sowohl TV- als auch Streamingnutzungen berücksichtigt. • Digital-Auswertungen (Digitale Angebotseinheiten): Für Digital-Auswertungen gilt der Marktstandard Bewegtbild. Bei Digital-Auswertungen werden sowohl Streamingnutzungen als auch Static-Display-Nutzungen berücksichtigt. • X-REACH-Auswertungen (X-REACH-Intervall): Für X-REACH-Auswertungen gilt der Marktstandard Bewegtbild. In X-REACH-Auswertungen können TV-Nutzungen, Streamingnutzungen und Static-Display-Nutzungen einfließen.	on streaming devices such as desktops, laptops, smartphones and tablets. • Streaming analyses (streaming interval, sales packages): For streaming analyses the video market standard applies. The usage basis for streaming analyses consists of streaming usage, which means live streams and video on demand. • Convergence analyses (convergence interval, TV convergence, programme brand): For convergence analyses the video market standard applies. Convergence analyses take into account both TV and streaming usage types. • Digital analyses (digital sales packages): The video market standard applies to digital analyses. For digital analyses, both streaming usage and static display usage are taken into account. • X-REACH analyses (X-REACH interval): The video market standard applies to X-REACH analyses. TV usage, streaming usage and static display usage can be included in X-REACH analyses.
5.4 Für TV-Auswertungen wird bis zum 31.12.2023 als Default der Marktstandard TV verwendet. Ab 01.01.2024 gilt der Marktstandard Bewegtbild als Default. Für Streaming-, Konvergenz-, Digital- und X-REACH-Auswertungen wird als Default der Marktstandard Bewegtbild verwendet.	5.4 The TV market standard will be used by default for TV analyses until 31/12/2023. The video market standard will be the default from 01/01/2024 onwards. The video market standard is used by default for streaming, convergence, digital and X-REACH analyses.
5.5 Für bestimmte Auswertungen gelten Einschränkungen, die sich durch die Art und den Umfang der Messung ergeben.	5.5 Restrictions apply to certain analyses; these relate to the type and scope of measurement.
5.6 Darüber hinaus sind folgende Angaben verbindlich: • Quelle: AGF	5.6 Furthermore, the following specifications shall be binding:

	• Auswertungssystem (z.B. AGF-Systeme wie TV Control, AGF SCOPE) inklusive Versions-/Releasenummer (z.B. 1.4), • Marktstandard: TV oder Bewegtbild • Art der Auswertung bzw. Auswertungstyp (z.B. Streamingintervall) • Leistungsermittlungsverfahren (z.B. produktbezogen) • Paketnummer (z.B. 8659) vom (Datum) • Auswertungszeitraum: Datum, Zeitabschnitt • Auswertungsbasis (Haushalte oder Personen, Erwachsene ab 14 Jahre, Personen ab 3 Jahre, …) und die entsprechenden Facts (Seher in Prozent oder Mio., Sehbeteiligung in Prozent oder Mio., …) • Herkunft: Datum und Ersteller (Sender, Name der Werbeagentur, etc.)		• Source: AGF • Analysis system (this can be an AGF system such as TV Control, AGF SCOPE), including version / release number (e.g. 1.4), • Market standard: TV or video • Analysis type (such as streaming interval) • Performance ascertainment process (such as product-based) • Package number (e.g. 8659) dated (date) • Analysis period: date, time period • Analysis basis (households or persons, adults aged 14 and above, persons aged 3 and above, …) and the corresponding facts (viewers in percent or millions, viewing participation in percent or millions, …) • Origin: date and creator (broadcaster, name of advertising agency, etc.)
5.7	Da die AGF anstrebt, allen Marktteilnehmern die Ergebnisse der AGF-Reichweitenforschung so zur Verfügung zu stellen, dass diese zu vergleichbaren Ergebnissen kommen können, ist dem Lizenznehmer die Nutzung der Quellenangabe „AGF“ in Hinblick auf die AGF-Daten nach einer Zusammenführung der AGF-Daten mit Drittdaten, der Verarbeitung der AGF-Daten in einer Nicht-AGF-Software oder einer sonstigen Bearbeitung der AGF-Daten nur gestattet, wenn die entsprechenden lizenzvertraglichen Voraussetzungen hierfür erfüllt sind und die so gekennzeichneten Daten auch in der AGF-Software nachvollzogen und gebildet werden können. Verknüpfungen von AGF-Daten mit anderen Datenquellen sind mit dem Hinweis „Eigene Berechnungen auf Basis eigener Regeln und unterschiedlicher Datenquellen“ zu versehen.	5.7	Because AGF aims to make the results of its audience research available to all of the participants in the market in such a way that they can arrive at comparable results, the licensee is only permitted to reference AGF as the source of AGF data which has been merged with third-party data, processed in non-AGF software or processed in any other way, if the corresponding contractual licensing requirements are fulfilled and the data thus designated can also be reconstructed and viewed in the AGF software. Links between AGF data and other data sources are to be designated: “Own calculations on the basis of own rules and different data sources.”
5.8	Für den Ausweis von AGF-Daten gelten feste 5-Minuten-Abschnitte, beginnend	5.8	For the reporting of AGF data, fixed five-minute segments, beginning on the hour,

mit der vollen Stunde, grundsätzlich als das kleinste auszuweisende Zeitintervall; die Ausnahme bilden hierbei Auswertungselemente mit einer Länge laut Sendestammdatei unter 5 Minuten. Intervallgrenzen sind nicht variabel.	are generally considered the smallest reportable time interval. The exception to this is analysis elements with lengths of less than five minutes according to the master broadcast file. Interval borders are invariable.
5.9 Bei der Verwendung von AGF-Daten für internationale Vergleiche ist auf die für die AGF-Daten geltenden Konventionen (http://www.agf.de/agf/konventionen) hinzuweisen, da international angewandte Konventionen zu nicht-vergleichbaren Ergebnissen führen können.	5.9 In using AGF data in international comparisons a reference to the Codes of Practice applicable for the AGF data (https://www.agf.de/en/about-agf/conventions) must be made, as internationally applied Codes of Practice may lead to results which cannot be compared.
5.10 Für die Referenzsysteme gilt, dass die unter 5.6 genannten Angaben zwingend notwendig sind, sowie eine vollständige Dokumentation aller Auswertungsparameter vorliegen muss.	5.10 The details given in 5.6 are mandatory for the reference systems. Furthermore, a complete documentation of all analysis parameters has to be available.
Begriffsdefinitionen und Berechnungsregeln	**Definitions and calculation rules**
Um dem Markt verlässliche und eindeutige Leistungswerte zur Verfügung zu stellen, dürfen die folgenden Begriffe und Berechnungsregeln bei Verwendung der AGF-Daten nur in der beschriebenen Form genutzt werden. Dies gilt insbesondere, wenn AGF-Daten mit Daten anderer Quellen zusammengeführt oder gemeinsam ausgewiesen werden. Eine Veränderung von AGF-Leistungswerten durch Verknüpfung mit anderen Datenquellen oder der Einsatz von Analysesystemen, die Begriffe in anderer Form oder für gleiche Begriffe von den AGF Referenzsystemen abweichende Leistungswerte ausweisen, ist untersagt, soweit nicht Ziffer 5 Anwendung findet.	To provide the market with reliable and clear performance values, the following terms and calculation rules may only be utilised in the form as described when using the AGF data. This applies in particular when AGF data are merged or stated together with data from other sources. Any modification of AGF performance values by linking to other data sources or using analysis systems that state the terms in a different form or that state performance values for the same terms differing from the AGF reference systems is prohibited, unless part 5 applies.
Die Ergebnisse in den AGF-Auswertungssystemen der nachfolgend beschriebenen Facts sind als Referenzwerte anzusehen.	The results in the AGF analysis systems of the facts described below should be considered reference values.
Die hier enthaltenen Begriffsdefinitionen stellen den aktuellen Stand dar. Historische Daten (i.d.R. länger als zwei Jahre zurückliegend) können hiervon abweichen.	The definitions contained here represent current conditions. Historical data (generally more than two years in the past) may differ.

Alle Leistungswerte sind für die Veröffentlichung und In-Verkehr-Bringung nur mit einer Personen- bzw. Haushaltsgewichtung zu verwenden. Ungewichtete Leistungswerte dienen ausschließlich der internen Validierung von Ergebnissen.	All performance values should be used for publication in marketing only with single person or household weighting. Unweighted performance values are exclusively for internal validation of results.
Die Interpretation der Ergebnisse hat sich im Rahmen der methodischen Grundlagen der verwendeten Analyseverfahren zu bewegen. Die Nutzer der AGF-Daten entscheiden in eigener Verantwortung über die Mindestbedingungen, die Auswertungen zugrunde liegen sollen. Sofern in den AGF-Referenzsystemen keine Mindestbedingungen definiert sind, sind diese von den Anwendern so festzulegen, dass die Ergebnisse stabil, verallgemeinerbar und marktrelevant sind. Folgende Kriterien eignen sich hierzu: Empfangspotenzial, Anzahl der Tage mit Nutzung, die in einer Auswertung Berücksichtigung finden, Anzahl der Nutzer, Nutzungsvolumen, Größe der Zielgruppe, Effektive Fallzahl, Zielsetzung der Auswertung, Verwendete Leistungsindikatoren.	The interpretation of results must take place within the bounds of the methodological foundations of the analytical methods employed. Users of the AGF data decide on their own responsibility about the minimum conditions that should underlie the analysis. If no minimum conditions are defined in the AGF reference systems, they should be set by users in such a way that the results are stable, generalisable and market-relevant. The following criteria are suitable for this purpose: reception potential, number of days with usage that are reflected in an analysis, number of users, usage volume, target group size, effective number of cases, analysis objective, applied performance indicators.
Hinweis: Da die AGF-Software nur in deutscher Sprache erhältlich ist, entsprechen die in der Software beschriebenen Facts denen in der deutschen Fassung dieser Konventionen.	Notification: As the AGF Software is available in German language only, the facts provided by the software are the ones in the German version of these Codes of Practice.
<u>Außerhausnutzung (AHN)</u> Außerhausnutzung ist die TV-Nutzung von Gästen in Panelhaushalten. Sie wird durch ein Fusionsverfahren der Nutzung anderer Panelhaushalte zugerechnet.	<u>Out-of-home viewing</u> Out-of-home viewing is TV viewing by guests in panel households. It is counted towards the use of other panel households by a fusion method.
<u>Auswertungselement</u> Ein Auswertungselement ist die kleinstmögliche Einheit, für die ein Ergebnis berechnet werden kann. Inhaltlich strukturierte Auswertungselemente sind TV-Sendungen, Programmmarken, Werbeblöcke. Andere Auswertungselemente sind Zeitintervalle und Angebotseinheiten. Auswertungselemente können sich lizenz- und analysespezifisch unterscheiden.	<u>Analysis element</u> An analysis element is the smallest possible unit for which a result can be calculated. Content-structured analysis elements are programmes, programme brands, advertising blocks. Other analysis elements are time intervals and sales packages. Analysis elements can differ by license and analysis aspects.
<u>Berichtsbasis</u> Berichtsbasis ist das Potenzial der Personen, die einer Auswertung zugrunde liegen. Die Berichtsbasis kann die Grundgesamtheit sein, sie kann aber auch durch Filterbedingungen	<u>Reporting basis</u> The reporting basis is the potential of persons underlying an analysis. The reporting basis may be the universe, but may also be limited by filter

eingeschränkt werden. Die Berichtsbasis wirkt in Auswertungen als Vorfilter für die Zielgruppe.	conditions. The reporting basis acts as a prefilter for the target group in analyses.
Bewegtbild-Gesamt Bewegtbild-Gesamt wird als Fact in Konvergenz-Auswertungen angeboten und summiert das gesamte Nutzungsvolumen der im System unter Messung stehenden Angebote (Summe der gesamten TV- und Streaming-Nutzung). Bewegtbild-Gesamt ist die Basis zur Berechnung des Nutzungsanteils Bewegtbild.	Total video Total video is offered as a fact in convergence analyses and adds up the total usage volume of the services measured by the system (total TV and streaming usage). Total video is the basis for calculating the video usage share.
Bruttoreichweite Die Bruttoreichweite beschreibt die Summe aller erzielten Kontakte von Personen mit einem Inhalt oder in einem Zeitintervall. Personenüberschneidungen bleiben dabei unberücksichtigt, anders als bei der Nettoreichweite. Im 0/1-Verfahren entspricht die Bruttoreichweite der Kontaktsumme.	Gross reach Gross reach describes the sum of all the persons who came into contact with particular content or in a particular time interval. Statistical overlaps between persons are not taken into account, unlike in net coverage. In the 0/1 method, gross audience corresponds to contact total.
Datenstand Je nach Datenstand können Ergebnisse unterschiedlich ausfallen. TV-Daten haben am Folgetag der Ausstrahlung den Status „vorläufig“. Am achten Tag nach dem Tag der Ausstrahlung erreichen die Daten den Status „endgültig“ und beinhalten auch die zeitversetzte Nutzung, die nicht am Tage der Ausstrahlung erfolgt ist. Wenn Auswertungen nicht auf dem Status „endgültig“ basieren, ist dies zu dokumentieren. Vorläufige Daten verlieren nach erfolgter Bereitstellung der endgültigen Daten ihre Gültigkeit und sind entsprechend zu ersetzen. Mit Integration der Streamingdaten am achten Tag nach Nutzung sind Streaming- wie auch Konvergenzauswertungen möglich (Status: „konvergent“). Nach der letztmaligen Ergänzung konvergenter Inhalte erreichen die Daten den Status „konsolidiert“. Beim Matching zu TV-Sendungen werden Streaming-Nutzungen, die 14 Tage vor bis 13 Tage nach Ausstrahlung der TV-Sendung anfallen im Default berücksichtigt. Konvergenzauswertungen auf nicht-konsolidiertem Datenstand sind zu dokumentieren. Gemeinsam mit den Streamingdaten erfolgt am achten Tag nach Nutzung die Auslieferung der Digitaldaten. Damit sind auch Digital- und X-REACH-Auswertungen möglich.	Data status Results can turn out differently, depending on the data status. TV data have the status “provisionally” on the day after broadcast. On the eighth day after broadcast, the data have the status “finally” and also include the time-shifted viewing that did not occur on the day of the broadcast. If analyses are not based on the “finally” status, this must be documented. Provisional data loses its validity once the final data has been provided and must be replaced accordingly. With the integration of the streaming data on the eighth day after usage, both streaming and convergence analyses are possible (status: “convergent”). After the last addition of convergent content, the data have the status “consolidated”. When matching streaming with programme, incidences of streaming use that occur between fourteen days before and thirteen days after the programme is broadcast are taken into account by default. Convergence analyses based on non-consolidated data status must be documented. The digital data is delivered together with the streaming data on the eighth day after use. This means that digital and X-REACH analyses are also possible.

Fallzahl Die ungewichtete Anzahl der Personen, Haushalte oder Geräte, im Marktstandard Bewegtbild versehen mit dem Boostfaktor 9.	Number of cases The unweighted number of persons, households or devices, given boost factor 9 in the video market standard.
Gewicht Faktor je Person bzw. Haushalt zum Ausgleich von Strukturunterschieden zwischen Stichprobe und Grundgesamtheit. Das Gewicht wird täglich in Abhängigkeit von der Berichtsmasse berechnet. Das Gewicht kann für langfristige Personenbetrachtungen den Berechnungserfordernissen angepasst werden. Das Gewicht enthält auch den Hochrechnungsfaktor zur Projektion der Stichprobe auf die Grundgesamtheit.	Weight Factor per person or household to compensate for structural differences between sample and universe. Weight is calculated daily as a function of the reporting mass. Weight can be adjusted to suit calculation needs for long-term person observations. Weight also includes the projection factor for projecting the sample survey on the universe.
Grundgesamtheit Grundgesamtheit des Systems der AGF sind Personen ab 3 Jahren in Privathaushalten mit einer deutschsprachigen Haupteinkommensperson und mindestens einem Gerät zur Nutzung von Bewegtbild.	Universe The universe of the system of AGF is persons aged three and above in private households with a German-speaking main income person and at least one device for the use of video.
Kontaktsumme Kontaktsumme ist die Berechnung von Nutzerschaften über mehrere Auswertungselemente. Personen, die Leistungswerte für mehrere Auswertungselemente aufweisen, werden nicht nur einmal, sondern mehrfach berücksichtigt.	Contact total Contact total is the calculation of users across multiple analysis elements. Persons showing the performance values for multiple analysis elements are included not just once but multiple times.
Langfristige Personenbetrachtungen Bei Kumulationszählungen sowie in sonstigen Sonderanalysen ist ein Teilnahmegewicht (= Durchschnittsgewicht inkl. Nullgewichtung) und eine Justage (Anpassung auf tgl. schwankende Zielgruppenpotenziale) anzuwenden. Die AGF-Auswertungssysteme beinhalten dies bereits.	Long-term person observations For cumulative counting and in other special analyses, a participation weight (= average weight including zero weight) and an adjustment (adjustment for daily fluctuations in target group potentials) should be used. The AGF analysis systems already include this.
Leistungsermittlungsverfahren Das Leistungsermittlungsverfahren legt fest, mit welcher Perspektive bei der Leistungsberechnung Nutzungsvorgänge Auswertungselementen zugerechnet werden. Je nach Auswertungstyp stehen im Marktstandard TV die Verfahren Produktbezug und Rezipientenbezug zur Auswahl, im Marktstandard Bewegtbild die Verfahren Produktbezug und Nutzungsbezug. Die jeweiligen Defaults sind am Ende des Dokuments tabellarisch dargestellt.	Performance ascertainment process The performance ascertainment process determines the perspective with which incidences of use are allocated to analysis elements when calculating performance. The TV market standard offers the product-based and recipient-based processes, while the video market standard offers the product-based and usage-based processes. Default settings are shown in a table at the end of this document.

• Produktbezogene Betrachtung: Nicht-lineare Nutzung wird dem analysierten TV Produkt inhaltstreu innerhalb vorgegebener Matching-Zeiträume zugerechnet. Bei TV-Auswertungen werden alle zeitversetzten (bis zu drei Tage nach Ausstrahlung) Nutzungsvorgänge der Leistung des Auswertungselements zugerechnet. Bei TV-Konvergenz Auswertungen werden zusätzlich Streaming-Nutzungen, die im Default 14 Tage vor bis 13 Tage nach Ausstrahlung der TV-Sendung anfallen, hinzugematcht. Die Gewichtung ordnet sich dem Tag der Produktausstrahlung unter.	• Product-based evaluation: Non-linear use is attributed to the analysed TV product according to content within predefined matching periods. In TV analyses, any time-shifted (up to three days after broadcast) incidences of use are attributed to the performance of the analysis element. In TV convergence analyses, incidences of steaming use which, in the default settings, occur fourteen days before to thirteen days after the TV show is broadcast are added. The weighting is subordinate to the product broadcast day.
• Nutzungsbezogene Betrachtung: Das Verfahren setzt den Zeitpunkt der Nutzung in den Fokus. Bei der Analyse von Zeitintervallen, Angebotseinheiten und Programmmarken werden alle Nutzungsvorgänge zum analysierten Zeitraum den Leistungswerten eines Auswertungselements hinzugerechnet. Entscheidend ist der Zeitpunkt der Nutzung, unabhängig davon, ob es sich um lineare oder nicht-lineare Nutzung handelt. Bei sendungsbezogenen Auswertungen (TV, TV-Konvergenz) erfolgt die Zurechnung von Leistung analog zum Produktbezug (TV-Nutzungen +3 Tage, Streaming-Nutzungen -14/+13 Tage im Default), aber nutzungstagtreu berechnet, mit den jeweiligen Tagesgewichten des Nutzungstages. Das Durchschnittsgewicht als zentraler Bestandteil einer nutzungstagebasierten Berechnung ergibt sich auf Basis der jeweiligen Nutzungstage der Nutzer.	• Usage-based evaluation: This process focuses on the time of use. When analysing time intervals, sales packages and programme brands, all of the incidences of use within the analysed period are added to the performance figures belonging to an analysis element. The decisive factor is the time of use, regardless of whether that use is linear or non-linear. In the case of broadcast-based analyses (TV, TV convergence), performance is attributed in the same way as it is in product-based evaluations (incidences of TV use +3 days, streaming uses –14/+13 days by default), but they are calculated based on the day of use with its respective daily weightings. The average weighting is the key component of usage-day-based calculation and depends on the days on which the users use the service.
• Rezipientenbezogene Betrachtung: Dieses Verfahren ist ausschließlich im Marktstandard TV für die Analyse von TV-Zeitintervallen weiterhin verfügbar. Die Berechnung erfolgt analog zum Nutzungsbezug, indem alle Nutzungsvorgänge zum analysierten Zeitraum den Leistungswerten eines Auswertungselements hinzugerechnet werden. Bei der Ermittlung von p-Werten und davon abhängiger Facts arbeitet es mit dem	• Recipient-based evaluation: This process remains available exclusively in the TV market standard for analysing TV time intervals. Calculation is done in the same way as it is in usage-based evaluation, in that all of the incidences of use within the analysed period are added to the performance figures belonging to an analysis element. When determining p-values and the facts dependent on them, it works with the common usage

Modell des gemeinsamen Nutzungsanteils, das beim nutzungsbezogenen Verfahren keine Anwendung mehr findet. Diese Perspektive ist in den Planungssystemen nicht verfügbar.	share model, which is no longer applied in the usage-based process. This perspective is not available in the planning systems.
In den AGF-Referenzsystemen steht im Marktstandard Bewegtbild für TV- und TV-Zeitintervallanalysen ergänzend das Leistungsermittlungsverfahren „Konvention“ zur Verfügung. Bei Anwendung dieses Verfahrens werden Analysen, abhängig vom Auswertungszeitraum, jeweils mit den per Konvention gültigen Defaults in Bezug auf den anzuwendenden Marktstandard und das Leistungsermittlungsverfahren berechnet. Das gilt auch für jahresübergreifende Analysen. Im Leistungsermittlungsverfahren „Konvention“ erfolgen alle Berechnungen unter Anwendung des Panelboosts. In den Planungssystemen ist diese Option nicht verfügbar.	In the AGF reference systems, the performance ascertainment process "Konvention" (convention) is additionally available for TV and TV time interval analyses. When using this process, analyses are calculated with the defaults valid per convention, depending on the analysis period, concerning market standard and performance ascertainment process. This also applies to cross-year analyses. In the performance ascertainment process “convention”, all calculations are executed using the panel boost. This option is not available in the planning systems.
<u>Live- und Non-live Nutzung</u> Abhängig von der Art der Auswertung bzw. des Auswertungstyps kann Bewegtbildnutzung in Live- und Non-Live-Nutzung eingeteilt werden. Für TV-Analysen werden sämtliche Nutzungen zum Ausstrahlungszeitpunkt sowie die 24/7-Livestreamnutzung (Marktstandard Bewegtbild) als Live bezeichnet. Als Non-Live-Nutzung geht die aufgezeichnete Nutzung bspw. über Festplattenrecorder (zeitversetzte Nutzung) in die Auswertung ein. Hier wird die zeitversetzte Nutzung von weiteren 3 Tagen nach der Ausstrahlung berücksichtigt. In TV-Konvergenzanalysen werden zusätzlich noch die Abrufe von Videos (VoD) mit Bezug zur TV-Ausstrahlung als Non-Live-Nutzung berücksichtigt. Streaming-Auswertungen umfassen Live-Nutzung in Form von 24/7- und Eventlivestreaming und Non-Live-Nutzung in Form von Video on Demand (VoD).	<u>Live and non-live usage</u> Video usage can be divided into live and non-live, depending on analysis type. All incidences of use at the time of broadcast and 24/7 live stream use (video market standard) are treated as live for the purposes of TV analyses. Recorded use, such as broadcasts recorded on hard disks (time-shifted viewing), is included in the analysis as non-live usage. Usage that occurs on three subsequent days after the day of broadcast is taken into account. In TV convergence analyses, video views (VoD) related to TV broadcasting are treated as non-live use. Streaming analyses constitute live use in the form of 24/7 and event live streaming and non-live use in the form of video on demand (VoD).
<u>Marktanteil</u> Der Marktanteil ist der Anteil der durchschnittlichen Sehbeteiligung der gewählten Auswertungselemente an der Sehbeteiligung von TV-Gesamt. Für die Berechnung des durchschnittlichen Marktanteils von Auswertungselementen muss	<u>Market share</u> Market share is the share in TV Total viewing participation taken up by the average viewing participation of the selected analysis elements. The underlying viewing participation associated with the various analysis elements has to be used to calculate the average market share of analysis

auf die zugrunde liegende Sehbeteiligung der einzelnen Auswertungselemente zurückgegriffen werden. Es ist unzulässig, Durchschnitte direkt über Marktanteile zu berechnen.	elements. It is prohibited to calculate averages directly via market shares.
Marktstandard Der Marktstandard beschreibt die herangezogene Grundgesamtheit sowie die einfließenden Nutzungen im Rahmen von Auswertungen von AGF-Daten. Zur Verfügung stehen der Marktstandard TV und der Marktstandard Bewegtbild. Streaming-, Konvergenz-, Digital- und X-REACH-Auswertungen sind nur im Marktstandard Bewegtbild möglich.	Market standard The market standard describes the universe used as well as the incidences of use included as part of evaluating AGF data. The TV market standard and video market standard are available. Streaming, convergence, digital and X-REACH analyses can only be done in the video market standard.
Methode 0/1 Bei der Methode 0/1 werden Leistungswerte unabhängig von der Sehdauer berechnet. Ggf. greifen Schwellenwerte. Durch dieses Verfahren gibt es nur p-Werte von Null oder Eins.	0/1 method In the 0/1 method, performance values are calculated irrespective of the viewing duration. Threshold values are used where applicable. This method only produces p-values of zero or one.
Methode p-Wert Bei der Methode p-Wert wird die individuelle Sehbeteiligung/Sehdauer der Personen eines Auswertungselements berücksichtigt. Jede Person wird mit dem Anteil gezählt, der ihrer Sehdauer im Verhältnis zur Dauer des Auswertungselements (= p-Wert) entspricht.	p-value method The p-value method includes the individual viewing participation/viewing duration of persons in an analysis element. Each person is counted with the share corresponding to their viewing duration in relation to the length of the analysis element (= p-value)
Nettoreichweite Gewichtete Anzahl der Personen bzw. Haushalte, die mindestens einmal das Auswertungselement gesehen haben. In die Nettoreichweite geht jede Person, unabhängig von ihrer Kontakthäufigkeit, nur einmal ein. Die Mindestnutzungsbedingung beträgt eine Sekunde.	Net coverage Weighted number of persons, households that have seen the analysis element at least one time. Each person is included in net coverage only once, regardless of their contact frequency. The minimum usage unit is one second.
Nutzungsanteil Bewegtbild (NAB) Der Nutzungsanteil Bewegtbild ist der Anteil des Nutzungsvolumens eines Auswertungselements am Nutzungsvolumen von Bewegtbild gesamt. Basis für den Nutzungsanteil Bewegtbild sind Angebote unter AGF-Messung. Das Fact ist nur für die Auswertung von Konvergenzintervallen verfügbar.	Video usage share Video usage share is the share of usage volume of an analysis element in the usage volume of total video. The services being measured by AGF constitute the basis of the video usage share. This fact is only available for evaluating convergence intervals.
Nutzungsvolumen Nutzungsvolumen ist die Addition der Sehdauer in Sekunden.	Viewing volume Viewing volume is the cumulative viewing duration in seconds.

Potenzial Das Potenzial gibt die Größe einer Zielgruppe in der Bevölkerung an. Im AGF-Panel wird das Potenzial als Summe der gewichteten Anzahl einer Zielgruppe, die einer Auswertung zugrunde liegt, bezogen auf die Grundgesamtheit berechnet.	Potential The potential indicates the size of a target group in the population. In the AGF Panel, the potential is calculated as the sum of the weighted number of members of a target group on which an analysis is based, in relation to the universe.
Programmmarke Eine Programmarke ist ein Bewegtbild-Aggregat, das alle inhaltsgleichen, inhaltsähnlichen und thematisch verwandten Videos (breiter: Inhalte) serieller/ häufig wiederkehrender Formate unter einem Markendach device-übergreifend zusammenfasst. Die Programmmarke kann daher als Summe aller Bewegtbildinhalte eines spezifischen Angebots eines Bewegtbildanbieters verstanden werden, das mit einem Markennamen verbunden ist.	Programme brand A programme brand is a video aggregate that includes all videos (or in broader terms: content) with the same or similar content or that are thematically related, of serial/ frequently recurring formats under one brand umbrella and across different devices. The programme brand can therefore be understood as the sum of all video content belonging to a video vendor's specific offer, that is associated with a brand name.
Sehbeteiligung Die Sehbeteiligung ist die durchschnittliche Nutzung des Auswertungselements. Sie berechnet sich personenindividuell als Anteil der Nutzungsdauer an der Dauer des Auswertungselements. Die Berechnung der durchschnittlichen Sehbeteiligung eines Auswertungselements mit mehr als nur einem Teil oder mehreren Auswertungselementen mit unterschiedlicher Länge ist nur unter Berücksichtigung der Längengewichtung zulässig. Die Addition von Sehbeteiligungen ist als „Kontaktsumme" zu kennzeichnen. In Kumulationszählungen und sonstigen Sonderanalysen ist die Berechnung als (kumulierte) Nettosehbeteiligung bezeichnet.	Viewing participation Viewing participation is the average use of the analysis element. It is calculated individually for each person as a share of viewing duration relative to the duration of the analysis element. Calculating the average viewing participation of an analysis element with more than just one part or multiple analysis elements of different length is permitted only when including the length weighting. The addition of viewing participation should be marked as "contact total". The calculation is referred to as (cumulative) net viewing participation in cumulative counts and other special analyses.
Sehdauer Die Sehdauer gibt die Dauer der Nutzung einer Person für ein Auswertungselement an. Während bei der durchschnittlichen Verweildauer nur die Nutzer innerhalb einer Zielgruppe in die Berechnung eingehen, geht bei der Berechnung der durchschnittlichen Sehdauer die ganze Zielgruppe (auch Nicht-Nutzer) ein.	Viewing duration The viewing duration indicates how long a person used an analysis element. Only the users within a target group are included in the calculation of average dwell duration, whereas the entire target group (including non-users) is included in the calculation of average viewing duration.
Seher Seher beschreiben die Nutzer eines Auswertungselements (Methode 0/1) mit einer Mindestnutzungsbedingung von einer Minute konsekutiv.	Viewers Viewers describes the users of an analysis element (0/1 method) with a minimum usage unit of one minute consecutively.

Streaming-Gesamt Streaming-Gesamt ist die Zusammenfassung von Streaming-Anbietern in Streaming-Auswertungen, sie erfolgt analog zu TV-Gesamt. Auswertungen über Streaming-Gesamt summieren bis inkl. Datentag 19.05.2025 Streaming-Nutzungen von allen im Ausweis befindlichen und zum Stichtag freigegebenen Publishern auf. Ab Datentag 20.05.2025 fließt auch die Leistung bislang interner Publisher in Streaming-Gesamt ein. Damit gehen analog zu TV alle unter Messung befindlichen Publisher in die Leistung von Streaming Gesamt ein.	Streaming-total Streaming-total is the aggregation of streaming vendors in streaming analyses and is calculated in the same way as TV-Total. Analyses done using Streaming-total add together all the incidences of streaming use up to and including the data day 19 May 2025 relating to all of the publishers listed in the statement and approved on the key date. From data day 20 May 2025, the performance of previously internal publishers will also be included in Streaming-total. As with TV, this means that all publishers under measurement will be included in the performance of Streaming-total.
Tarifgruppen Die Tarifgruppen im TV haben eine eindeutige Angabe je Sendetag. Sie bestehen aus vier stets vollständig verfügbaren Angaben. Für Werbung ist die Codierung zwingend vorgeschrieben. Zusätzlich kann die Codierung auch für andere Sendungsarten wie Sponsoring oder Trailer vergeben werden. • Tarifart: 2-stellig (Zuordnung der Werbeinseln zu verschiedenen Bereichen, die die Art der Werbung definieren) • Preisgruppe: 2-stellig (bestimmt den Spotpreis in der Werbeinsel, ist der Tarifart untergeordnet) • Stunde: 2-stellig (geplante Ausstrahlungsstunde der Werbeinsel) • Blocknummer: 2-stellig (interne vom Sender vergebene Nummer, meist fortlaufend innerhalb einer Stunde / eines Umfelds)	Rate system The German rate system has an unambiguous code for each broadcast day. It consists of four details that are always fully available. The code is mandatory for advertising. It can be used additionally for other programme types like sponsoring or trailer. • Rate group: 2-digit (classification of the advertising break depending on the kind of advertising) • Price group: 2-digit (determines the spot price of the advertising break; subordinate to rate group) • Hour: 2-digit (scheduled time of the advertising break) • Advertising break no.: 2-digit (channels' internal number, generally a serial number within one hour / one context)
Es gilt folgende Klassifizierung: **01-10 Standardwerbung allgemein** **01-20 Standardwerbung** 11 Standardtarif Sport 12 Standardtarif Kinder **21-30 Eventwerbung** 21-24 Eventtarif Sport **01-30 Werbung Gesamt** 31-80 Sonderwerbeformen 81-99 Senderinterne Codierung	The following classification applies: **01–10 Standard advertising general** **01–20 Standard advertising** 11 Standard advertising sports 12 Standard advertising children **21–30 Event advertising** 21–24 Event advertising sports **01–30 Total advertising** 31–80 Special advertising 81–99 Channels' internal coding
In den Referenzsystemen sind Preisinformationen für die Tarifarten 1-30 hinterlegt.	Pricing information for rate groups 1–30 is stored in the reference systems. Special advertisings

Sonderwerbeformen sind den Tarifarten ab 31 zugeordnet, damit sie nicht in die Durchschnittsberechnung von Werbung Gesamt eingehen. Die Tarifarten 81-99 beinhalten senderinterne Informationen, die sich nicht auf Werbeblockdaten beziehen und nur für den jeweiligen Sender lizensiert sind.	are classed in rate groups 31 and above so that they are not taken into account for the calculation of averages for total advertising. Rate groups 81–99 contain internal information of the channels which do not refer to advertising breaks and are only licensed to the channel concerned.
TKP (Tausend-Kontakt-Preis) Der TKP gibt an, wie hoch die Kosten sind, um mit einem Spot in einem Werbeblock insgesamt 1.000 Fernsehzuschauer einer Zielgruppe zu erreichen. Der Preis ergibt sich aus dem Quotienten der Bruttokosten für einen 30-Sekunden-Spot und der durchschnittlichen Sehbeteiligung des Werbeblocks, multipliziert mit 1.000. Die Bruttokosten basieren auf den der GfK übermittelten und veröffentlichten Preislisten der Sender/Vermarkter. Der TKP ist verfügbar für die Tarifarten 01-30. Für Tarifartbereiche gelten spezielle Ausweisungsmöglichkeiten. Werbeformen, die nicht mit 30-Sekunden-Spots gebucht werden können, müssen bei der TKP-Berechnung mit Angabe der zugrundeliegenden Spotlänge separat ausgewiesen werden.	CPT (Costs per Thousand) CPT indicates how high the costs are to reach a total of 1,000 television viewers in a target group with an advertisement spot in an advertising block. The price is equal to the quotient of gross costs for a 30-second spot and average viewing participation of the advertising blocks, multiplied by 1,000. Gross costs are based on the price lists of broadcasters/sales houses sent to GfK and published. CPT is available for rate types 01-30. There are special identification possibilities for rate type areas. Advertising forms that cannot be booked with 30-second spots must be stated separately in the CPT calculation, indicating the underlying spot length.
TV-Gesamt TV-Gesamt wird im System sowohl als Zusammenfassung von Nutzung („Fact“, verfügbar in TV-Auswertungen) als auch als Zusammenfassung von Anbietern in TV- und Konvergenzauswertungen angeboten. TV Gesamt als Fact enthält die Nutzungen der am System beteiligten TV Sender. Als Fact enthält TV-Gesamt auch Sender, die gemessen werden, aber aufgrund des Lizenzvertrages nicht einzeln ausweisbar sind. Im Audiomatching Messverfahren werden alle systembeteiligten Sender sowie weitere von der AGF definierte Sender gemessen. TV-Gesamt als Fact ist die Basis zur Berechnung des Marktanteils.	TV-Total TV-Total is offered in the system both as a summary of usage (“fact”, available in TV analyses) and as a summary of vendors in TV and convergence analyses.TV-Total as a fact contains the usages of TV broadcasters participating in the system. As a fact, TV-Total also includes broadcasters that are measured but not individually identifiable based on the license agreement. The audiomatching measurement method measures all of the broadcasters participating in the system and other broadcasters defined by AGF. TV-Total as a fact provides the basis for calculating the market share.
Views Das Fact Views beschreibt die Anzahl der genutzten Video- bzw. Seiten/App-Aufrufe für Streaming- bzw. Digital-Auswertungselemente. Das Fact ist für TV nicht auswertbar. Mehrfache Nutzungen eines Videos bzw. Seiten/App-Aufrufe werden auch mehrfach gezählt.	Views The fact Views describes the number of video or page/app views used for streaming or digital analysis elements. This fact is not applicable for TV. Multiple uses of a video or page/app views are counted multiple times.

Beim Ausweis von AGF-Daten sind folgende Bezeichnungen, Dimensionen und Nachkommastellen zu verwenden. Für Weiterberechnungen sind - unabhängig von der Anzahl der ausgewiesenen Nachkommastellen - die im Auswertungssystem verfügbaren Nachkommastellen zu verwenden.	The following names, dimensions and decimal places must be used when reporting AGF data. The decimal places available in the analysis system should be used for further calculations – regardless of the number of decimal places shown.

Facts: Bezeichnungen, Dimensionen, Nachkommastellen

Facts	Dimension/Nachkommastellen
Sehbeteiligung, Seher, Nettoreichweite	Mio./3 und %/1
Potential, Views	Mio./3
Nutzungsvolumen, Sehdauer, Verweildauer	Zeit/-
Marktanteil, Nutzungsanteil Bewegtbild	%/1
TKP	€/2
Netto-Affinität	IDX/-

Facts: Names, dimensions, decimal places

Facts	Units/decimal places
Viewing participation, viewers, net coverage	millions/3 and %/1
Potential, views	millions/3
Usage volume, viewing duration, dwell duration	Time/-
Market share, video usage share	%/1
CPT	€/2
Net affinity	IDX/-

Leistungsermittlungsverfahren
(für Planungssysteme können abweichende Vorgaben gelten)

	Leistungsermittlungsverfahren		
Marktstandard	**Auswertungstyp**	**Default**	**Non-Default**
TV	TV	Produktbezug	-
	TV-Zeitintervall	Produktbezug	Rezipientenbezug
	Programmschema	Produktbezug	-
Bewegtbild	TV	Produktbezug	Nutzungsbezug
	TV-Zeitintervall	Nutzungsbezug	Produktbezug
	Angebotseinheiten	Nutzungsbezug	-
	Streamingintervall	Nutzungsbezug	-
	TV-Konvergenz	Produktbezug	Nutzungsbezug
	Konvergenzintervall	Nutzungsbezug	-
	Programmmarke	Nutzungsbezug	-
	Programmschema	Produktbezug	-
	Digitale Angebotseinheiten	Nutzungsbezug	-
	X-REACH-Intervall	Nutzungsbezug	-

Performance ascertainment process
(different specifications may apply for planning systems)

	Performance ascertainment process		
Market standard	**Analysis type**	**Default**	**Non-Default**
TV	TV	Product-based	-
	TV time interval	Product-based	Recipient-based
	Programme schedule	Product-based	-
Video	TV	Product-based	Usage-based
	TV time interval	Usage-based	Product-based
	Sales packages	Usage-based	-
	Streaming interval	Usage-based	-
	TV convergence	Product-based	Usage-based
	Convergence interval	Usage-based	-
	Programme brand	Usage-based	-
	Programme schedule	Product-based	-
	Digital sales packages	Usage-based	-
	X-REACH interval	Usage-based	-