

AGF VIDEOFORSCHUNG

Bewegtbildforschung in Deutschland

Frankfurt, Januar 2026

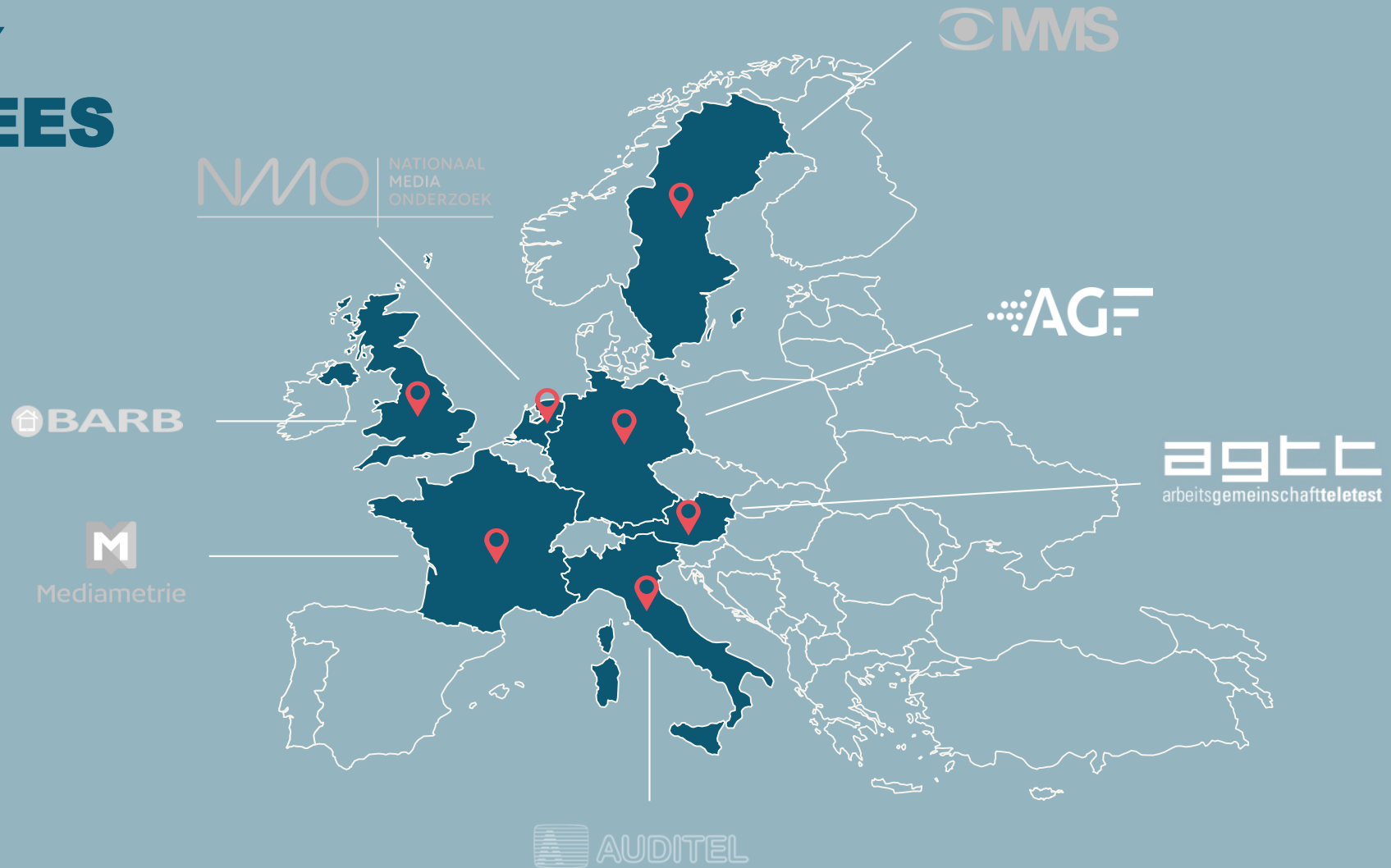
AGF Videoforschung GmbH

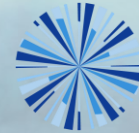
INHALT

1. REICHWEITENFORSCHUNG IM AGF-SYSTEM
2. DAS AGF-PANEL
3. STREAMING-MESSUNG
4. KONVERGENZDATEN
5. AUSBAU DIGITALMESSUNG: AGF X-REACH
6. WEITERE THEMEN

1. REICHWEITENFORSCHUNG IM AGF-SYSTEM

JOINT INDUSTRY COMMITTEES (JICs)





Reichweitenforschung im AGF-System

EIN JIC IN DER RECHTSFORM EINER GMBH

Gesellschafter & Unterstützer der AGF
Videoforschung GmbH

PRINZIPIEN DER AGF-FORSCHUNG

Standardgeber für den deutschen Markt

- Unabhängig
- Neutral
- Transparent
- Offen für alle Anbieter
- Diskriminierungsfrei
- Vergleichbare Daten
- Kontinuierliche Weiterentwicklungen
- Orientiert an zentralen Anforderungen des Medien- und Werbemarktes

> 40 Mio. Euro Forschungsinvestitionen

BIG PICTURE

**SINGLE
SOURCE**

AGF-(VIDEO)PANEL

Vollständige Erfassung der
linearen und non-linearen
Nutzung am Big Screen

Möglichst vollständige
Erfassung der Nutzung aller
videofähigen Devices der
Panelmitglieder über alle
Verbreitungswege/-formen

Desktop

CTV

Mobile

Spiele-
konsole

RETURN PATH
DATA

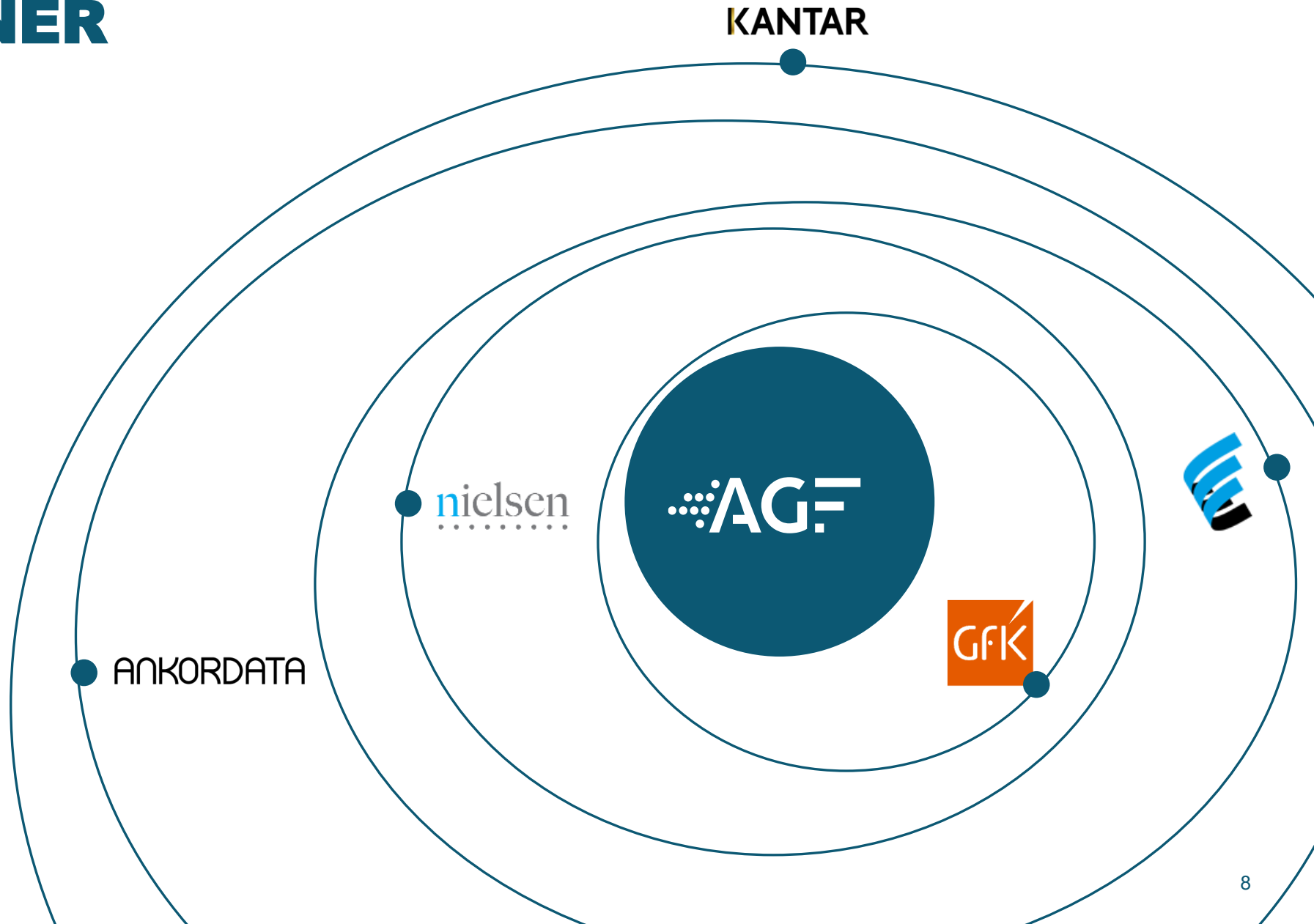
ONLINE PANELS
(Mobile,
Desktop)

OUT-OF-HOME-
MEASUREMENT

3RD PARTY
DATA

Reichweitenforschung im AGF-System

STARKE PARTNER



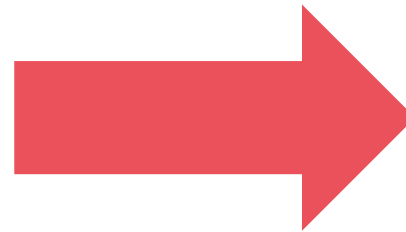
2. DAS AGF-PANEL

VOM TV-PANEL ZUM AGF-PANEL



TV-PANEL

TV-Haushalte in der BRD
mit einem deutschsprachigen
Haupteinkommensbezieher (HEB)



AGF-PANEL

TV- und Non-TV-Haushalte in der BRD
mit einer deutschsprachigen
Haupteinkommensperson (HEP)

Das AGF-Panel

DAS AGF-PANEL



Bewegtbild-Haushalte in der
BRD
mit einer deutschsprachigen
Haupteinkommensperson
(HEP)



41,033 Mio.

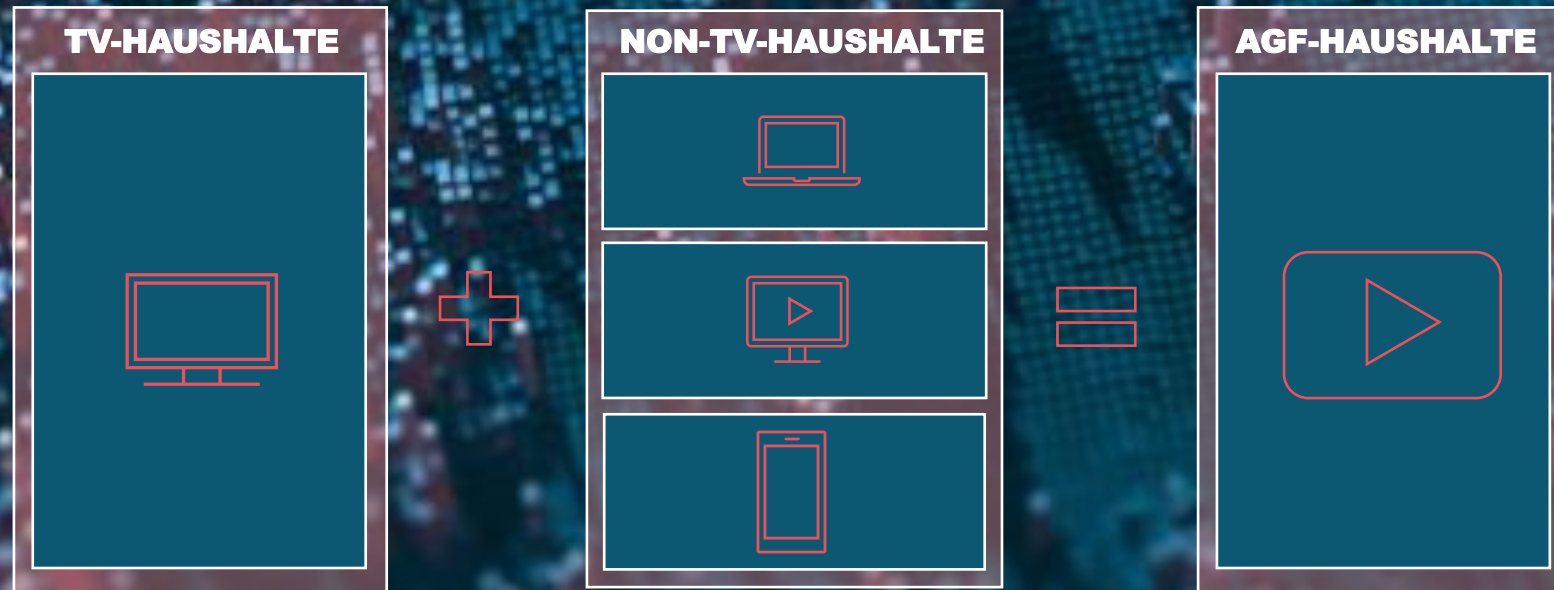


79,463 Mio.

- 5.400 Haushalte mit rund 11.000 Panelisten, 8.500 Systeme
- Erfassung Gäste-/Außerhausnutzung
- Rekrutierung: Random (Random Route / CATI)
- Messung (live, zvN) via TC UMX von rd. 280 Sendern
- Erweiterung um Single Source Elemente (AGF Smart Meter)

Marktstandard Bewegtbild

GRUNDGESAMTHEIT IN DEN MARKTSTANDARDS



38,590 Mio.



75,343 Mio.



2,443 Mio.



4,120 Mio.

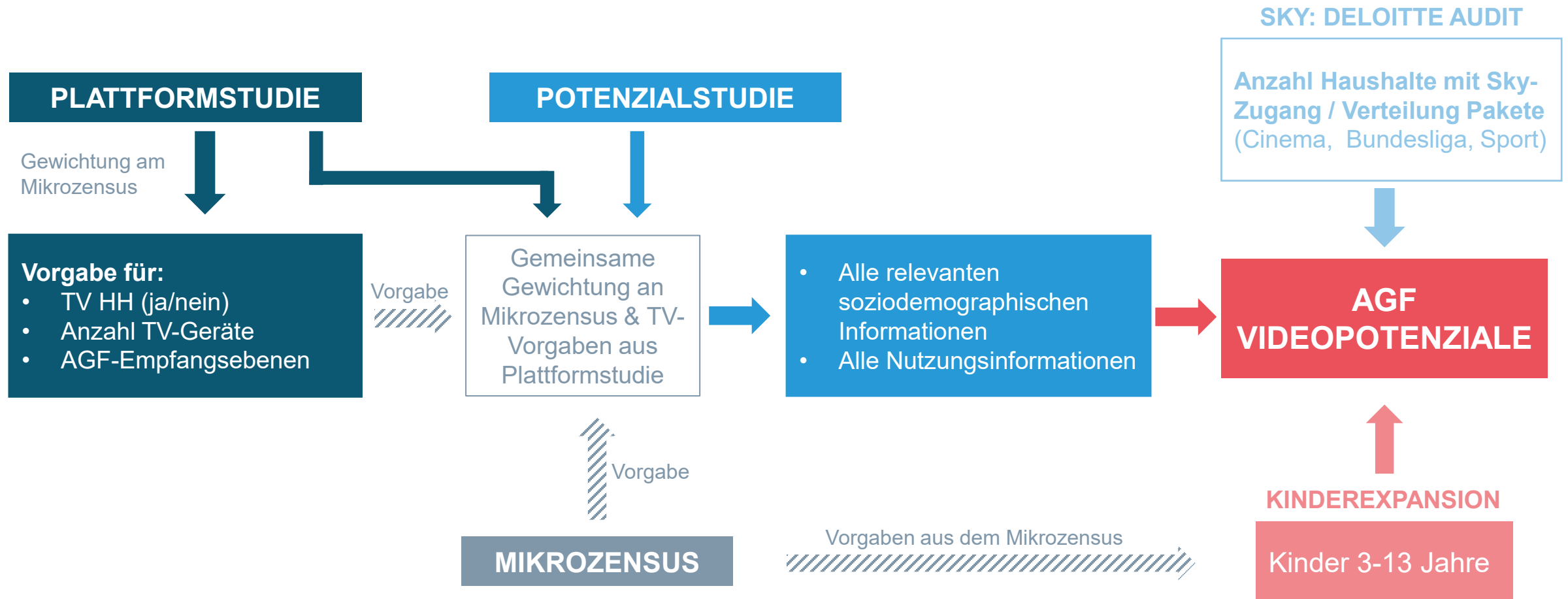


41,033 Mio.



79,463 Mio.

AGF VIDEOPOTENZIALE

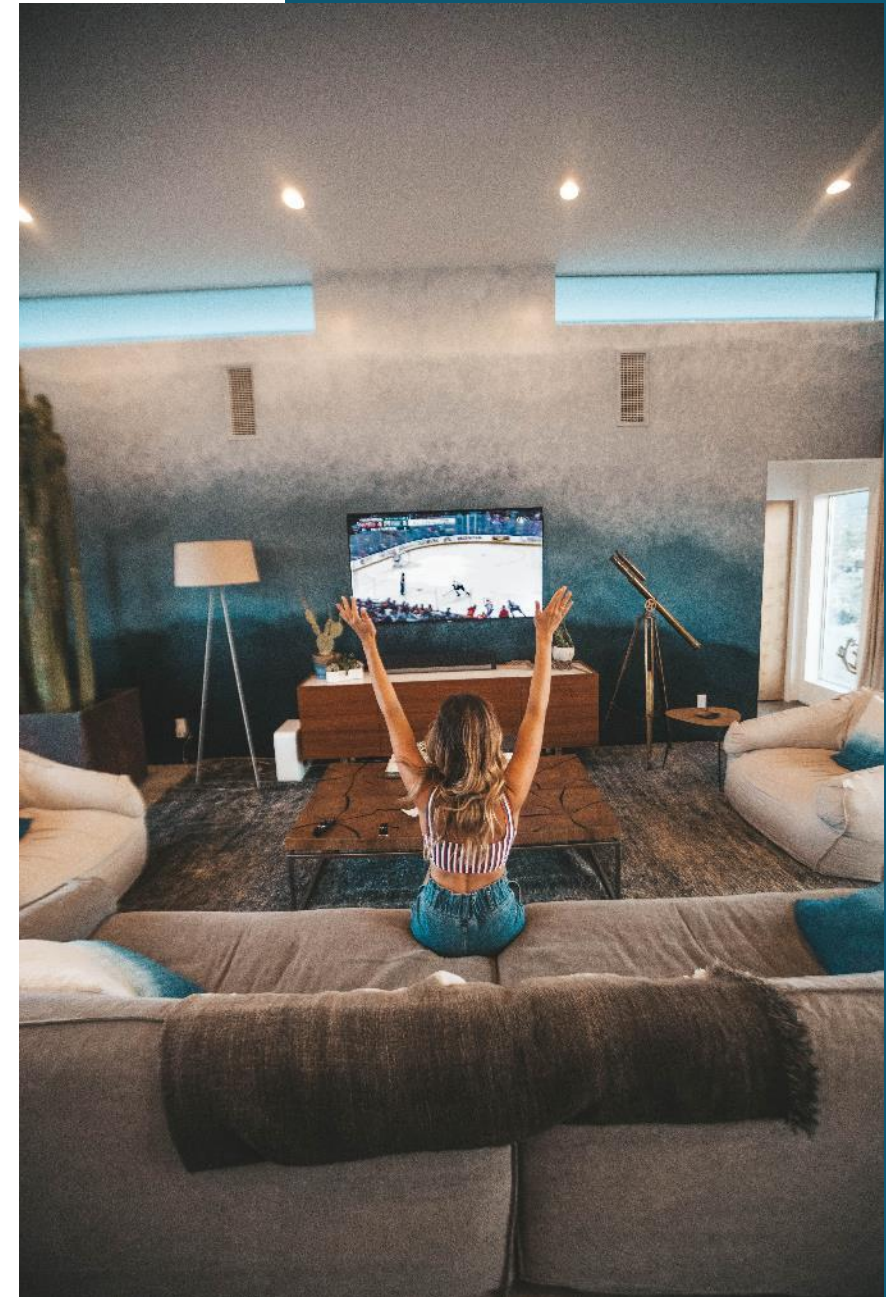
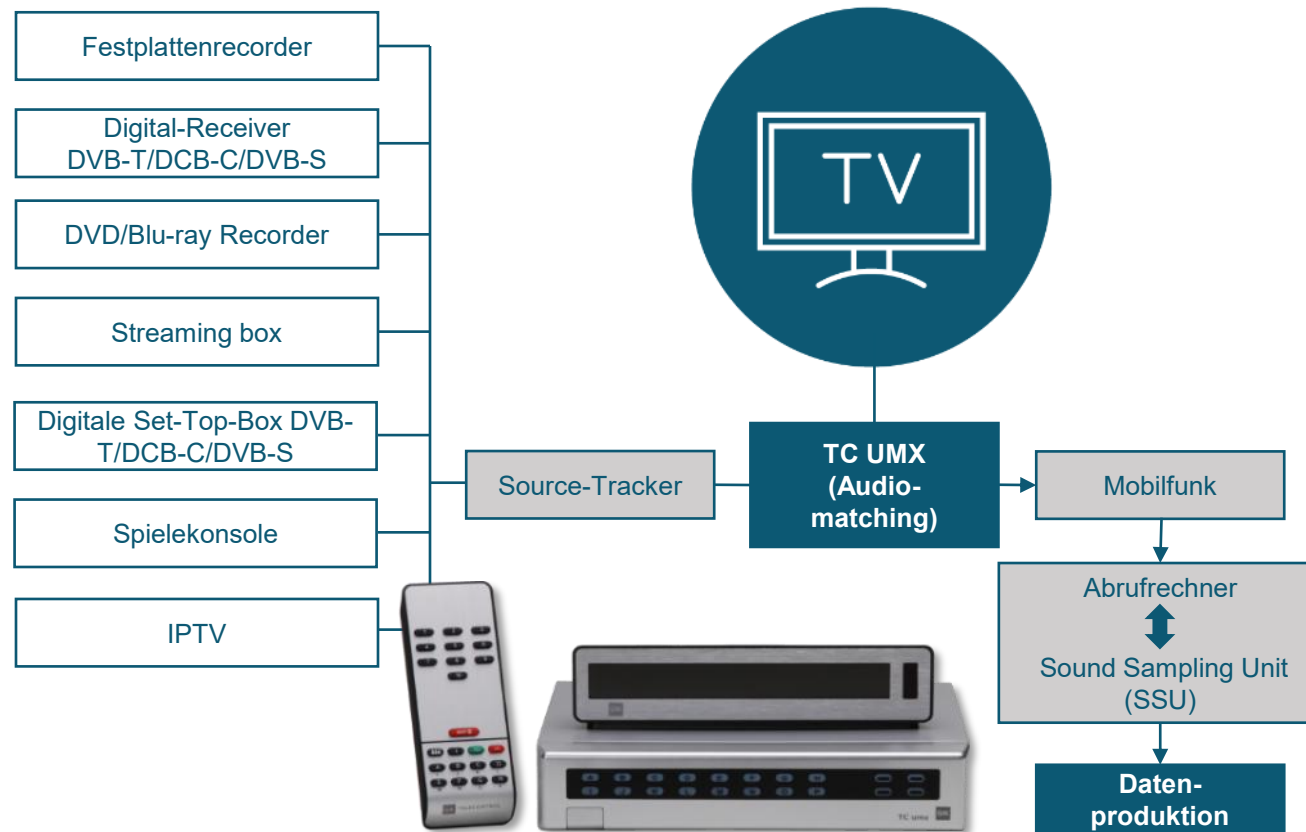


Das AGF-Panel

MESSTECHNIK

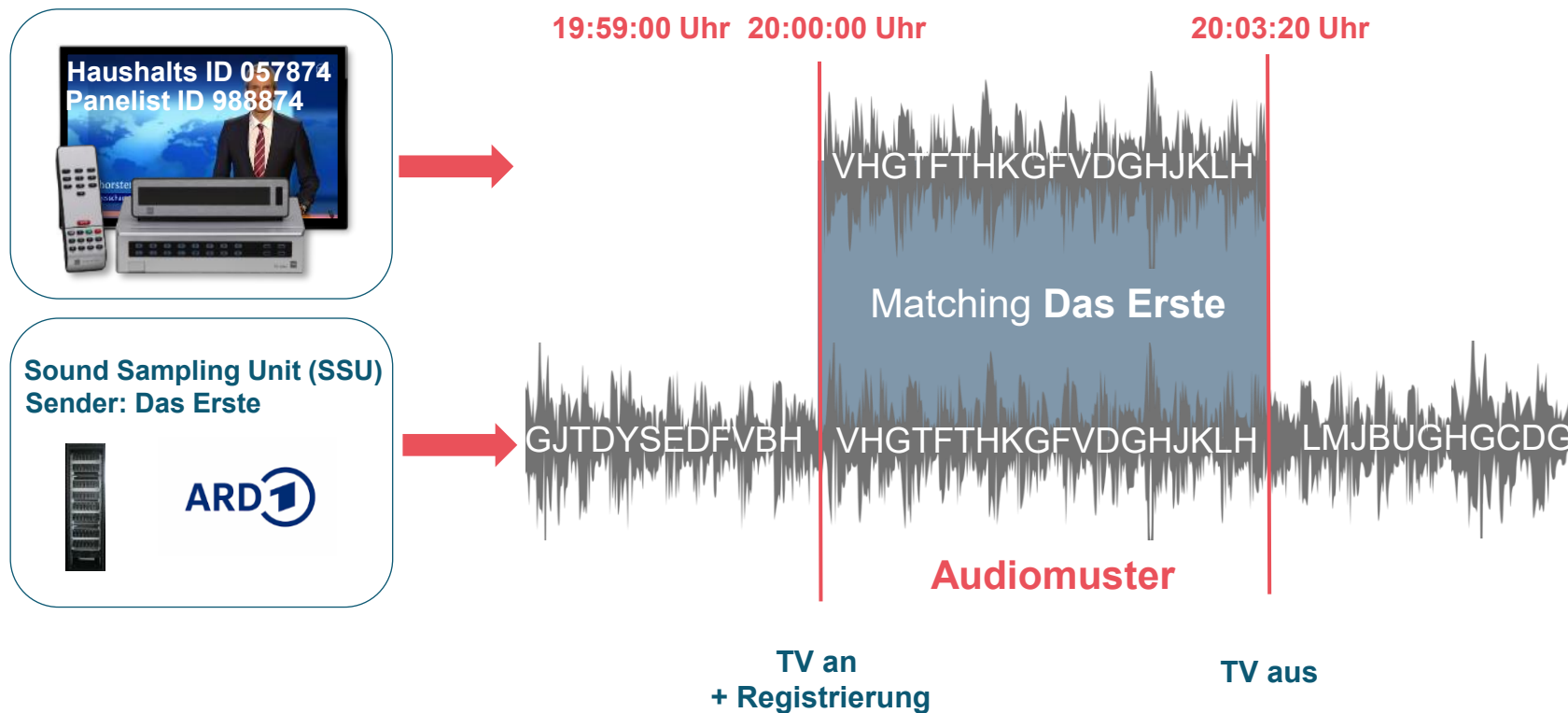
Aufbau der Messtechnik im Haushalt je TV-Gerät

Externe Videoquellen



Das AGF-Panel

AUDIOMATCHING



- Audiomuster werden am UMX abgegriffen und an den Server übertragen
- SSU referenziert ca. 400 Tonspuren
- Matching-Algorithmus vergleicht beide Muster auf Identität

3. STREAMING-MESSUNG

Marktstandard Bewegtbild



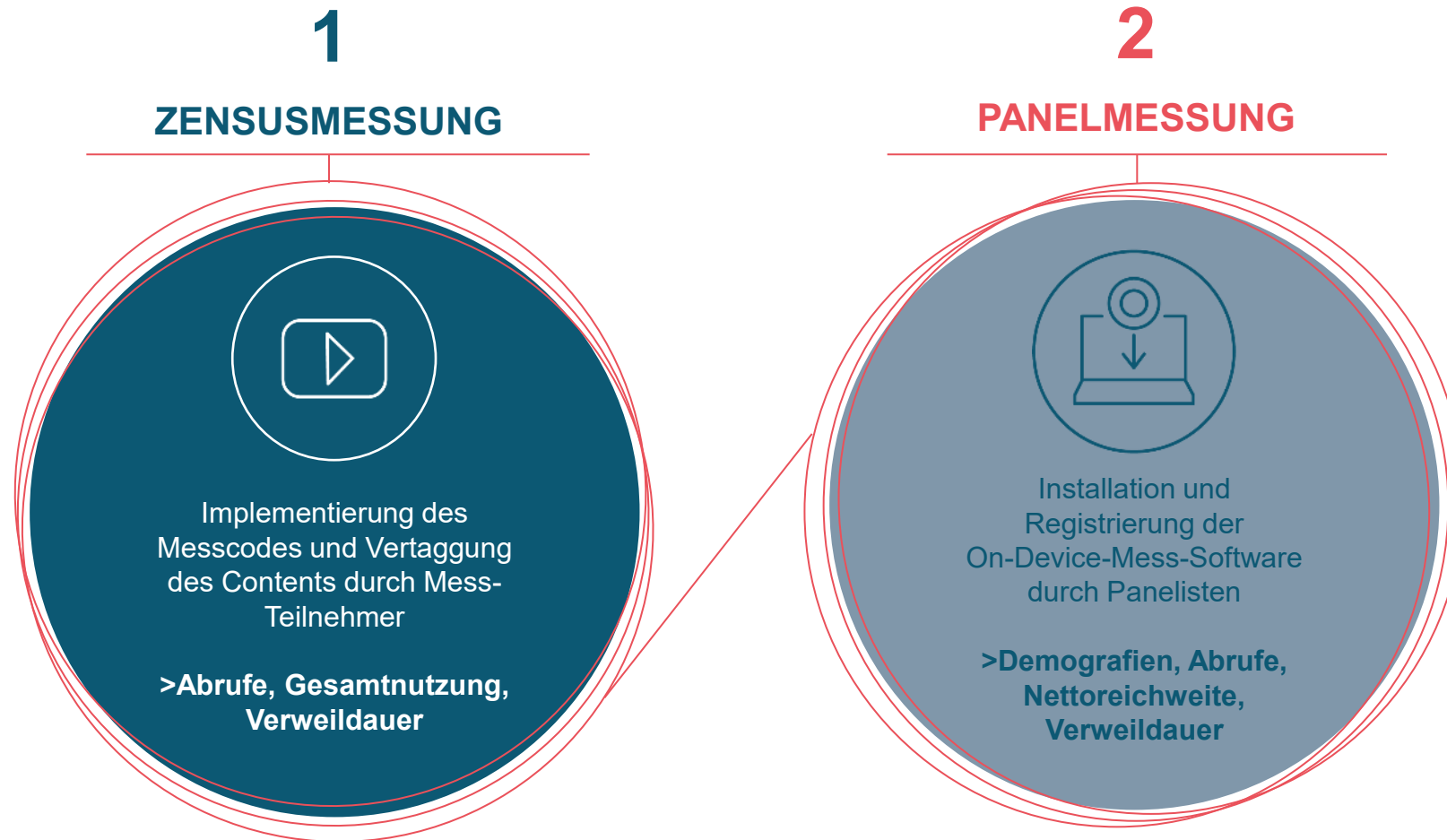
PANELS AS „THE SOURCE OF TRUTH“



>30.000

Jeden Tag berichten mehr als 30.000
Panelisten aus drei Panels für die AGF

STREAMING-MESSUNG: HYBRIDER MESSANSATZ



DAS DESKTOP-PANEL

DESKTOP-PANEL

Personen, die in den vergangenen vier Wochen mind. einmal das Internet genutzt haben (PCs, Laptops)



54,409 Mio.

- Aktive Stichprobe: 10.650 Panelisten (3+)
- Messung via On-Device-Meter und Zensus-Datenpunkte
- Ausbau Single-Source-Kern DSK/MBL
- Kalibrierung an der Zensusmessung
- Betriebssysteme: Windows, MacOS
- Seit 01/2017 Datenfusion in das TV-Panel
- Selbstrekrutierung von einzelnen Panelisten mit Möglichkeit im DSK Panel weitere HH-Mitglieder in die Messung zu bringen, sofern Geräte gemeinsam genutzt werden (Erfassung von Kinder Nutzung <18 Jahre)

DAS AGF MOBILE-PANEL

MOBILE-PANEL

Personen, die in den
vergangenen vier Wochen
mind. einmal das Internet
mobil genutzt haben
(Smartphone, Tablet)



58,500 Mio.

- 10.650 Panelisten (18+)
- App- und Browsermessung
- Smartphones und Tablets (iOS und Android)
- Rekrutierung: webbasiert, auch im Desktop Panel
- Ausbau Single-Source-Kern DSK/MBL
- In-home & out-of-home Messung
- Kalibrierung an der Zensusmessung
- Seit 3/19 in den Datenproduktionsprozess integriert

MESSUNG DER AGF: READY FOR THE FUTURE



**Audiomatching
Watermarking**



**Messrouter
(Single-Source)**



**Nielsen Tagging
(consentless)**

ROUTER-MESSUNG: AGF SMART METER

Single-Source-Quelle:

- Messung aller internetfähigen Geräte via Router-Technologie
> Single-Source-Daten für TV und Streaming
- Bindeglied zur Streaming-Messung
- Passive Messung von Angeboten auf hohen Aggregaten, die nicht an der AGF-Streaming-Messung teilnehmen.
- AGF Panel:
 - Bereits über 3.600 Router-Haushalte im AGF-Panel

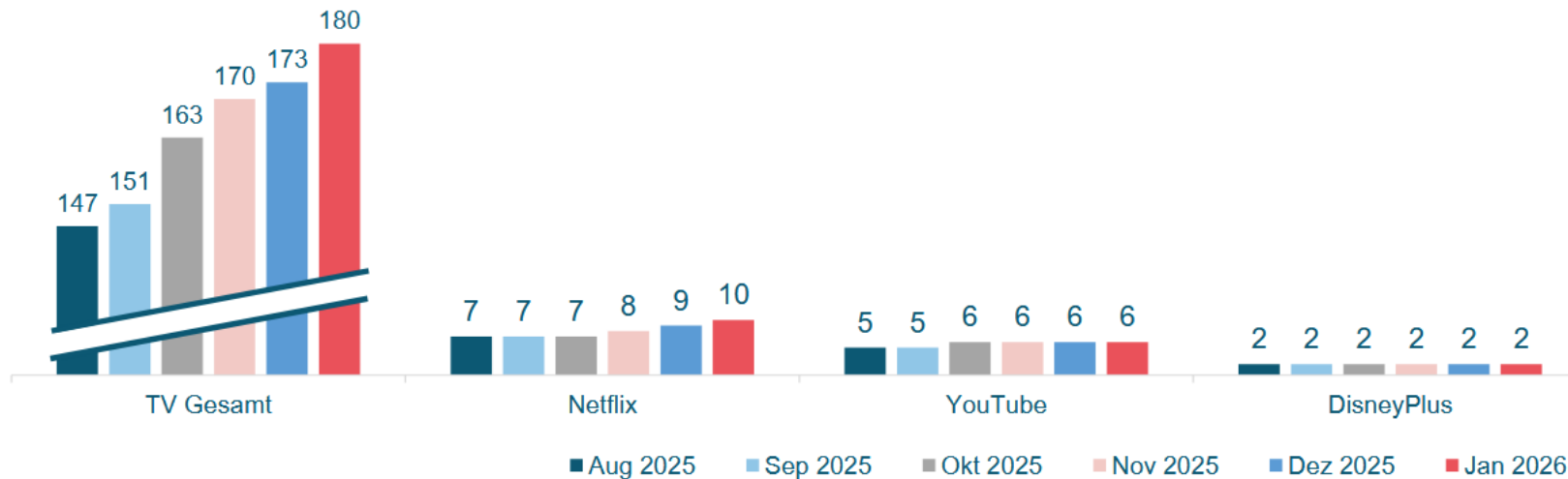
Nähere Informationen und aktueller Report:
www.agf.de/daten/agf-smart-meter

SEHDAUERN PLATTFORMEN NACH ZIELGRUPPEN

AUGUST 2025 - JANUAR 2026

Nutzung TV-Content gesamt und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)

Ø-SEHDAUER (MIN.)/TAG



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.14; 01.08.2025-31.01.2026; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 17095 vom 10.02.2026
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

4. KONVERGENZDATEN

FUSIONSPROZESS INS AGF-PANEL

Online-Panels

- Gemessene Streaming-nutzung aus dem Desktop- und Mobile-Panel

AGF-Panel

- Gewichtetes AGF-Panel bestehend aus Personen in TV- und Non-TV-HH
- Übertragung der realen Streamingnutzungen auf Onliner im AGF-Panel

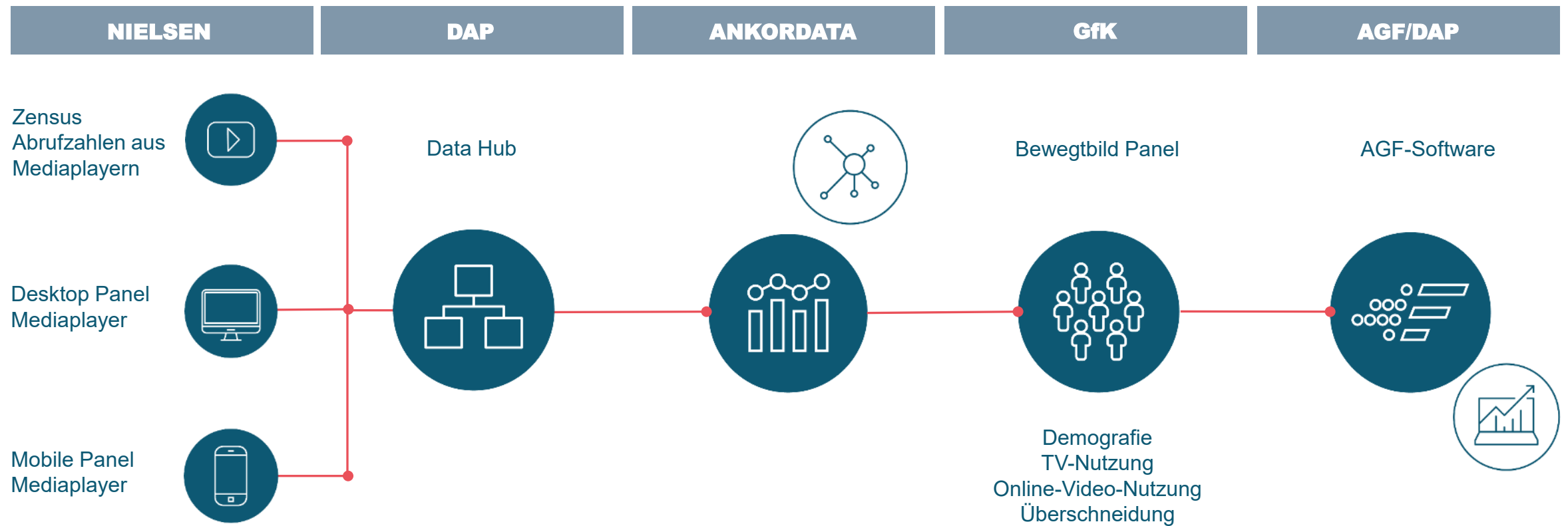
AGF-Panel

- Gewichtetes AGF-Panel bestehend aus Personen in TV- und Non-TV-HH mit TV- und Streamingnutzung als konvergentem Datenbestand

Fusion
der Streamingnutzung

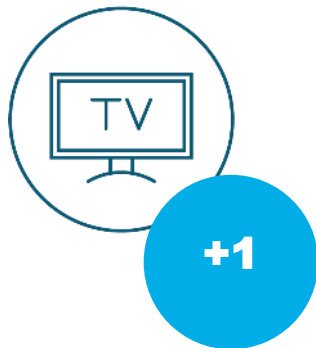
Kalibrierung
nach Zensus- & Modellvorgaben

DATENPRODUKTIONSPROZESS

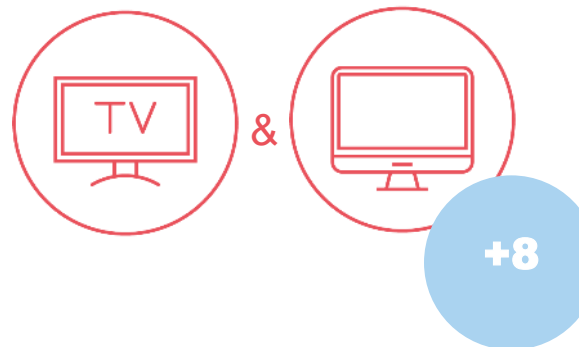


TÄGLICHE KONVERGENZDATEN

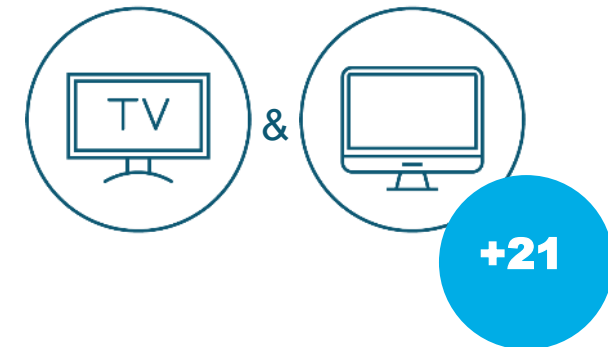
Nutzungsdaten TV
vorläufig



Nutzungsdaten TV endgültig
(inkl. 24/7 LS) +
konvergent (TV & Streaming)



Nutzungsdaten
konsolidiert



AUSWERTUNGSAGGREGATE

PROGRAMMMARKEN – CROSSMEDIA REICHWEITE FÜR STARKE MARKEN

„Content is King“

- Über alle Kanäle, Devices und Plattformen (unter Messung)
- Vermessung linearer und non-lineare Inhalte miteinander und nicht gegeneinander
- Abkopplung von der Linearität (Nutzungsbezug)
- Programmmarken basieren auf klaren und sprechenden Definitionen/Konventionen
- Überschaubare Anzahl an sinnvollen Metriken: **Nutzungsvolumen**, **Nettoreichweite Σ** und **kum. Nettoreichweite**
- Programmmarken als robuste und stabile Planungseinheiten



Auswertungsaggregate



PROGRAMMMARKEN IM NOVEMBER 2025 – KUM. NETTOREICHWEITE IN MIO.

Zuschauer Gesamt

35,498 Mio.

34,047 Mio. via TV

3,366 Mio. via Streaming

1,451 Mio. via Streaming exklusiv

The word 'tatort' is written in a large, bold, black, lowercase sans-serif font. It is centered horizontally and partially overlaid by a large, faint target graphic that spans the right half of the slide. The target has concentric circles and a crosshair.

PROGRAMMMARKEN IM AUGUST 2025 – KUM. NETTOREICHWEITE IN MIO.

Bundesliga Pur

Jeden Sonntag die Highlights vom Bundesligawochenende digital und im Free-TV auf SPORT1

Zuschauer Gesamt

2,567 Mio. via TV

0,637 Mio. via Streaming

Erwachsene 14-49 Jahre

0,545 Mio. via TV

0,302 Mio. via Streaming

AUSWERTUNG SOFTWARE

SOFTWARE-LÖSUNGEN DER AGF



AGF SCOPE wurde als browserbasierte Web-Applikation der AGF Videoforschung zur Auswertung des Fernseh-, Streaming- und des Bewegtbildnutzungsverhaltens entwickelt.

Damit ist der Zugriff auf AGF SCOPE immer und von überall aus möglich, solange eine Verbindung zum Internet besteht.



TV CONTROL dient als Software der AGF Videoforschung zur integrierten Planung und Kontrolle von TV-Werbekampagnen.

Die Bereitstellung des Marktstandards Bewegtbild ist ebenfalls in TV Control erfolgt.

Es besteht die Möglichkeit, zwischen Marktstandard TV und Marktstandard Bewegtbild zu wählen.



Der **REACH PLANNER** ist ein neu entwickeltes webbasiertes AGF-Planungstool für crossmediale Reichweiten im Marktstandard Bewegtbild.

Der **REACH PLANNER** ist ein strategisches Grobplanungstool zur Prognose von Kampagnenreichweiten bzw. Kostenplanung für TV und Streaming.

Eine Integration weiterer Messdatenbestände in das Tool ist vorgesehen.

5. AUSBAU DIGITALMESSUNG: AGF X-REACH

ZUSAMMENBRINGEN, WAS ZUSAMMEN GEHÖRT

X-REACH

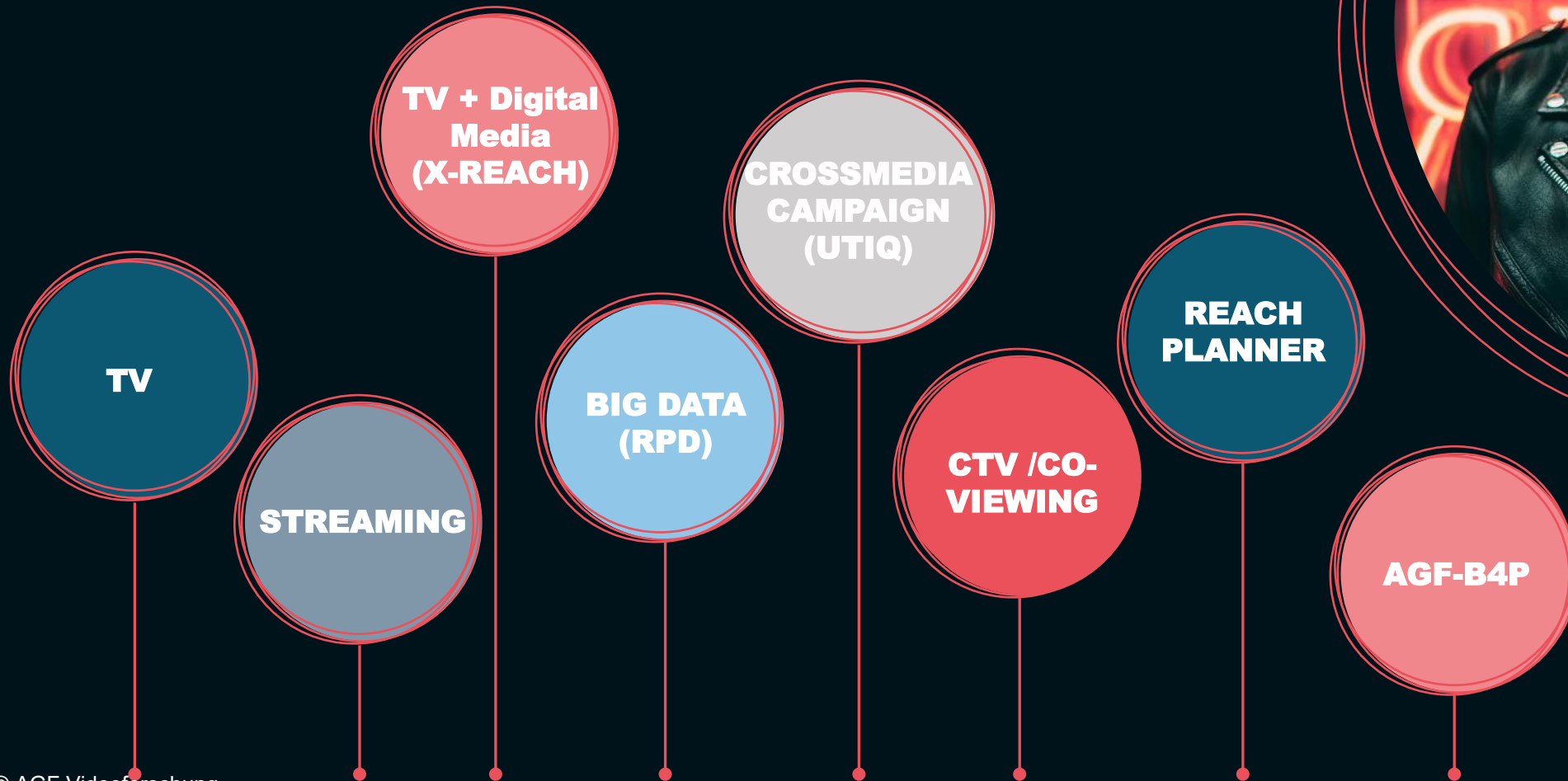


Nettoreichweite & Bruttoreichweite

6. WEITERE THEMEN

Aktuelle Projekte

ENTLANG DER USER JOURNEY



VERGLEICHBARKEIT IN EINER CROSSMEDIALEN WELT



- Die Werbetreibenden fordern seit Jahren Vergleichbarkeit (OWM und WFA haben dies in ihren Anforderungspapieren formuliert)
- Die Zielgruppeninformationen aus den Panels spielen eine wichtige Rolle bei der Verifizierung der erreichten Zielgruppe und der Berechnung einzelner KPIs (z.B. des GRP)
- Hybride Messansätze wie die AGF, bestehend aus einem Panel und einer technischen Messung, bieten eine gute Grundlage, um die Zielgruppendurchdringung über die Kontakte innerhalb der Zielgruppe, die effektive Reichweite und Informationen zum Co-Viewing zu ermitteln
- Der AGF-Ansatz bietet dem Markt einen transparenten Messansatz aus einer Hand

Kontakt

www.agf.de

© AGF Videoforschung | Bilder: AdobeStock, unsplash

AGF Videoforschung GmbH

Gärtnerweg 4 – 8 | 60322 Frankfurt am Main

T +49 69 955 260 55 | info@agf.de