



Überblick & FAQ Bewegtbild 2023/2024

Frankfurt, 30.03.2023
AGF Videoforschung GmbH
Version 1.1

Zielsetzung

Mit der Umstellung des Marktstandards auf Bewegtbild verfolgt die AGF das Ziel, eine adäquate Abbildung der veränderten Angebots- und Wettbewerbsstruktur vorzunehmen.

Dabei werden neben den TV-Haushalten nun auch Haushalte berücksichtigt, die kein TV-Gerät besitzen, aber mindestens ein Gerät, mit dem Online-Content empfangen werden kann (bspw. PC, Laptop, Smartphone und Tablet).

Zusätzlich wird neben der linearen TV-Nutzung auch die lineare und non-lineare Nutzung von Streaming-Angeboten über nahezu alle Endgeräte berücksichtigt.

In Form von neu geschaffenen Auswertungsmöglichkeiten werden auch die zeitlichen Restriktionen aufgehoben, damit die individuellen Programmabläufe in den konvergenten Nutzungsdaten sinnvoll abgebildet werden können.

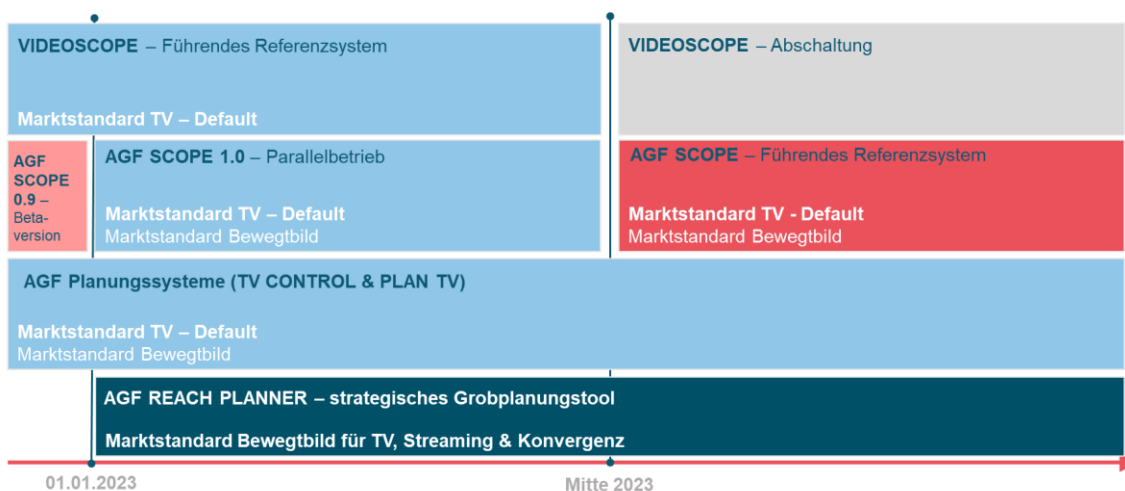
Sämtliche mit der Umstellung einhergehenden Maßnahmen werden in diesem Dokument beschrieben.

Umstellung Marktstandard

Das Jahr 2023 ist ein Jahr des Übergangs. Die Bereitstellung des Marktstandards Bewegtbild in AGF SCOPE und den Planungssystemen erfolgt seit 01.01.2023. Für TV-Auswertungen bleibt der Default der Marktstandard TV. Die Umstellung auf den Marktstandard Bewegtbild erfolgt am 01.01.2024.

Die neue Software AGF SCOPE wird seit 01.01.2023 in einem Parallelbetrieb zu VIDEOSCOPE betrieben, welches noch bis zum 30.06.2023 führendes Referenzsystem bleibt. Danach erfolgt die Abschaltung von VIDEOSCOPE und AGF SCOPE wird alleiniges Referenzsystem.

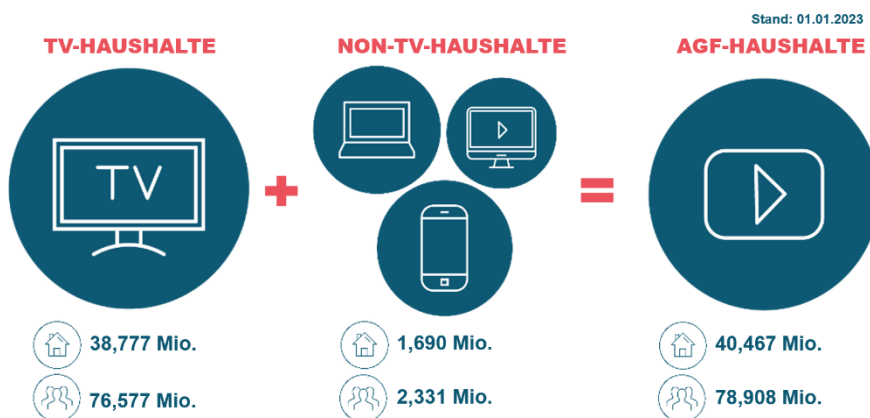
In den Planungssystemen wird es neben dem Marktstandard TV auch die Möglichkeit geben, bereits während des Übergangsjahrs 2023 mit dem Marktstandard Bewegtbild zu rechnen. Hier fällt bis zur Umstellung des Marktstandards von TV zu Bewegtbild Backdata für 12 Monate an.



Die Übergangszeit kann genutzt werden, um bestehende Auswertungen umzustellen und ggf. auf den neuen Standard anzupassen. Dazu gibt es auch Webinare mit unseren Partnern GfK und DAP. Für nähere Informationen zu den Angeboten und Terminen (siehe Eintrag im FAQ) wenden Sie sich bitte an info@agf.de.

Erweiterung der Grundgesamtheit

Einher mit der Umstellung des Marktstandards geht die Erweiterung der Grundgesamtheit. Für die Abbildung der Bewegtbildnutzung im Forschungssystem der AGF werden neben TV-Haushalten, also Haushalten mit mind. einem TV-Gerät in Gebrauch auch sogenannte Non-TV-Haushalte berücksichtigt, die zwar nicht über einen Big Screen verfügen, aber über mind. ein Gerät, mit dem Online-Content empfangen werden kann.



Erweiterung der Streamingnutzung

Die AGF misst bereits seit 2017 Streamingnutzung über separate Online-Panels, betrieben von Nielsen. Seit 2019 erfolgt eine regelmäßige Ausweisung von Streamingnutzung.

Im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Messung und Methode kann nun eine einwilligungsfreie Messung für Mobile- und Desktop-Devices für alle Messteilnehmer gewährleistet werden. Im Rahmen der Datenproduktion erfolgt eine Fusion der in den Online-Panels gemessenen und an der Gesamterhebung kalibrierten Streamingnutzung in das AGF-Panel. Durch die Verwendung verschiedener medienspezifischer Bindeglieder sowie gemessener Überschneidungsinformationen wird der konvergente Nutzungsdatenbestand der AGF erstellt, auf dessen Basis die Ausweisung und Analyse im Marktstandard Bewegtbild erfolgt.

Impact der Umstellung auf Leistungswerte



Steigen von absoluten Werten wie bspw. Sehbeteiligung, Seher, Nettoreichweite sowie Kontaktsumme in Mio. durch die Hinzunahme des Livestreams.



Leichte Verschiebungen der Marktanteile unter den Sendern durch die Hinzunahme des Livestreams



Sinken von relativen Werten wie Sehbeteiligung in %, Seher in %, Nettoreichweite und Kontaktsumme in %, Sehdauern sowie dem GRP aufgrund der Erweiterung der Grundgesamtheit und des damit einhergehenden Potenzialanstiegs, der in der Regel nicht durch die hinzukommende Livestreamnutzung aufgewogen wird

Neue Auswertungsaggregate

Neue Nutzungsformen und Bereitstellungsformen von Inhalten erfordern auch neue Auswertungsaggregate als eine sinnvolle Basis für Vergleiche.

Im Streaming-Bereich gibt es keine linearen Programmabläufe, es gibt keinen klaren Bezug zu einer konkreten Ausstrahlung. Um lineares TV und Streaming gemeinsam betrachten zu können, haben wir daher neue Auswertungsaggregate geschaffen.

Programmmarken

Programmmarken wurden eingeführt mit dem Ziel, Crossmedia-Reichweiten für starke Medienmarken unabhängig von deren Linearität und Endgerät zu gewährleisten. Dadurch werden sowohl lineare als auch non-lineare Inhalte miteinander anstatt gegeneinander vermessen.

Für Programmmarken werden Brutto-, Nettoreichweiten und Nutzungsvolumen auf Basis von Kalenderwochen ausgewiesen.

Nutzungsanteil Bewegtbild

Für die Analyse von Bewegtbildinhalten wird mit dem Nutzungsanteil Bewegtbild (kurz: NAB) eine Kenngröße für Konvergenz-Auswertungen geschaffen, die die Wettbewerbsposition eines Auswertungselements darstellt und deren Tracking erlaubt. Das Fact wird auf Basis des Nutzungsvolumens gebildet und berechnet sich aus dem Nutzungsvolumen des Auswertungselements im Verhältnis zum Nutzungsvolumen von Bewegtbild Gesamt.

Neue Software

AGF SCOPE

AGF SCOPE wird als browserbasierte Web-Applikation der AGF Videoforschung zur Auswertung des Fernseh-, Streaming- und des Bewegtbildnutzungsverhaltens entwickelt. Es handelt sich dabei um eine komplette Neuentwicklung mit dem Fokus auf einer verbesserten Präsentation und Bedienbarkeit, die die aktuellen Nutzeranforderungen berücksichtigt.

AGF REACH PLANNER

Mit der Software AGF REACH PLANNER® führt die AGF ein neues, webbasiertes strategisches Grobplanungstool zur Prognose von Reichweiten crossmedialer Kampagnen für TV und Streaming ein.

Die Integration weiterer Messdatenbestände ist vorgesehen. So können zukünftig bspw. Daten aus der X-Reach-Messung (non-video Content) und der AGF Smart Meter Messung (Plattformen wie Netflix und Amazon Prime Video) enthalten sein.

PLAN TV/TV CONTROL

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

Analog zu VIDEOSCOPE und AGF SCOPE ist aktuell auch in Plan TV und TV Control der Marktstandard TV als Default hinterlegt. Parallel dazu wird bereits ab 2023 der Marktstandard Bewegtbild verfügbar sein. Dieser lässt sich gezielt anwählen.

Fortführung AGF VIDEOSCOPE

Für eine Übergangsphase zur kontrollierten Umstellung auf AGF SCOPE und den Marktstandard Bewegtbild wird es eine Fortführung des Betriebs und der Befüllung mit aktuellen Daten von AGF VIDEOSCOPE für den Marktstandard TV bis 30.06.2023 geben.

Weiterverarbeitende Systeme

Durch die Vervielfachung der Berichtsmasse im Rahmen der Integration der Streamingdaten in das AGF-Panel erfolgt eine Verneufachung der Daten in den PIN-Daten. Dies ist in den weiterverarbeiteten Systemen zu berücksichtigen. Das Format der PIN-Daten ändert sich nur geringfügig und ist der PIN-Datensatzbeschreibung zu entnehmen.

Migration

Mit der Bereitstellung einer neuen Software wird es auch die Möglichkeit geben, Bausteine von bestehenden Systemen in AGF SCOPE zu überführen. Es wird mit der Software ein Migrationsassistent ausgeliefert, der für die Bausteinübernahme bereitgestellt wird.

Aufgrund der im Vergleich zu AGF VIDEOSCOPE unterschiedlichen Auswertungsparametrisierung in AGF SCOPE, werden bezüglich einer Migration Einschränkungen auf einige Bausteintypen vorgenommen:

- Zielgruppen (bspw. nur solche, die keine anwendergenerierten Merkmale enthalten)
- Sendungslisten (bspw. nur sortenreine Listen, die ausschließlich Elemente desselben Typs TV-Sendungen oder TV-Zeitintervalle enthalten)

FAQ BEWEGTBILDSTANDARD

Stand: 30.03.2023

Was ist der Bewegtbildstandard?

In den Auswertungssystemen der AGF ist derzeit der so genannte „Marktstandard TV“ für TV-Analysen voreingestellt. Das bedeutet, dass für alle Auswertungen per Default Daten zur Nutzung an TV-Geräten ausgegeben werden. Der „Marktstandard Bewegtbild“ ist seit 01.01.2023 in AGF SCOPE verfügbar. Er muss jedoch aktiv ausgewählt werden. Diese Nutzungsdaten beziehen sich nicht nur auf TV, sondern umfassen auch Streaming, abhängig von den Auswertungstypen. Ab 01.01.2024 wird der „Marktstandard Bewegtbild“ zur führenden Berichtsebene für TV (Default).

Seit wann gibt es den Marktstandard Bewegtbild?

Die AGF misst seit 2014 Streaming und weist seit 2017 konvergente Reichweitendaten für die bei ihr unter Messung stehenden Angebote aus. Seither gibt es auch den Marktstandard Bewegtbild. Mit Bereitstellung seit 01.01.2023 ist ein überarbeiteter Marktstandard Bewegtbild verfügbar. Daten vor dem 01.01.2023 stehen in AGF SCOPE nicht mehr zur Verfügung.

Warum wird der Default des Marktstandards verändert?

Die Mediennutzung hat sich im letzten Jahrzehnt fundamental verändert. Für die verschiedenen Marktparteien (Sender, Vermarkter, Mediaagenturen, werbungstreibende Unternehmen) werden konvergente Daten immer wichtiger, weil sie Auskunft darüber geben, wie intensiv Content und Werbung über alle Endgeräte und Plattformen hinweg genutzt werden. Dem trägt die Umstellung Rechnung. Denn es ist für den Markt zentral, eine gemeinsame Basis zu haben, um TV- und Streaming-Reichweiten gegenüberzustellen und die veränderte Angebots- und Wettbewerbsstruktur abzubilden. Mit der Bereitstellung des Marktstandards Bewegtbild werden dafür die Weichen gestellt.

Gibt es dann künftig noch einzelne Daten für TV, Desktop und Mobile?

Ja, die Nutzung der einzelnen Ausspielwege wird auch künftig einzeln ermittelbar sein. Die Nutzung an OTT-Devices (Smart-TVs, Streaming-Sticks, etc.) wird aktuell bereits als Desktop-Nutzung berücksichtigt. Zukünftig, mit dem Rollout weiterer Messrouter im AGF-Panel, wird diese Nutzung gesondert ausgewiesen.

Wann erfolgt die Umstellung auf den Marktstandard Bewegtbild? Wie ist der Zeitplan?

Ab 01.01.2024 wird der „Marktstandard Bewegtbild“ die führende Berichtsebene für TV sein.

Zum 01.01.2023 startete die Parallelphase der bisherigen Auswertungssoftware VIDEOSCOPE 1.4. und der neuen Auswertungssoftware AGF SCOPE.

Zum 30.06.2023 wird VIDEOSCOPE 1.4 abgeschaltet und AGF SCOPE die alleinige Auswertungssoftware.

Kann weiterhin optional im Marktstandard TV ausgewertet werden?

Ja, der Marktstandard TV ist auch in AGF SCOPE auswertbar. Der Marktstandard TV wird auch über das Jahr 2023 zur Verfügung stehen. Ein genaues Timing zur Verfügbarkeit wird noch innerhalb der AGF Gremien abgestimmt.

Warum wird die Grundgesamtheit erweitert?

Derzeit ist die Grundgesamtheit der AGF die „Wohnbevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland in Privathaushalten mit mindestens einem Fernsehgerät in Gebrauch und einem deutschsprachigem Hauptkommensbezieher“.

Angesichts des veränderten Mediennutzungsverhaltens ist es wichtig, auch Haushalte zu berücksichtigen, die kein klassisches TV-Gerät mehr besitzen, wenn man gesamthaft Aussagen über die Bewegtbildnutzung in Deutschland treffen will. Daher wird die Grundgesamtheit um Non-TV-Haushalte erweitert, in denen mit mindestens einem Gerät Online-Content empfangen werden kann, beispielsweise über Smartphone, Tablet, PC oder Laptop.

Mit den 5.400 Panel-Haushalten mit rund 11.000 Panelisten bildet die AGF eine Grundgesamtheit von 38,777 Mio. TV-Haushalten ab. Dazu kommen im Bewegtbildstandard knapp 2 Mio. Non-TV-Haushalte. In Summe liegt das Bewegtbildpotenzial damit bei rund 40,467 Mio. Haushalten und 78,908 Mio. Personen ab 3 Jahren.

Inwieweit ist das AGF-Panel von den Veränderungen betroffen?

Das AGF-Panel steht im Zentrum der Forschungsaktivitäten der AGF. Ihm gehören rund 5.400 Haushalte mit ca. 11.000 Panelisten an. Als ein verkleinertes, strukturgleiches Abbild der Grundgesamtheit muss es die Erweiterung auf das Bewegtbilduniversum mitgehen. Entsprechend wurde aus dem TV-Panel, das der Partner GfK im Auftrag der AGF betreibt, das AGF-Panel, dem auch Non-TV-Haushalte angehören, die keinen Fernseher besitzen, aber über Online-Devices wie Smartphones und Tablets streamen können.

Wie viele Haushalte und Personen gehören den AGF Panels an?

Das AGF-Panel umfasst 5.400 Haushalte mit rund 11.000 Panelisten. Es ist damit eines der größten täglich berichtenden Panels weltweit.

Neben dem AGF-Panel betreibt die AGF mit Nielsen auch ein Desktop-Panel mit 15.000 Panelisten sowie ein Mobile-Panel mit 6.400 Teilnehmern. Deren Nutzung wird in das AGF-Panel als Core-Panel fusioniert. Insgesamt berichten damit täglich mehr als 30.000 Panelisten aus drei Panels.

Wie wird die Streaming-Nutzung gemessen?

Die AGF nutzt einen hybriden Messansatz aus Zensus- und Panelmessung. Neben dem AGF-Panel mit der GfK betreibt die AGF mit Nielsen auch ein Desktop-Panel mit 15.000 Panelisten und ein Mobile-Panel mit 6.400 Teilnehmern. Anbieter, die an der Messung teilnehmen, müssen dies aktiv tun. Für die Zensusmessung erfolgt dies über das so genannte Tagging, in dem die Messteilnehmer den Messcode in ihre Streamingangebote implementieren. Die Messung kann ohne Consent erfolgen und bildet somit sämtliche Streaming-Nutzungen des Angebots ab. Bei der Panelmessung wird auf den Endgeräten der Panelisten eine Software installiert, die die im Zensus gemessenen Nutzungsvorgänge den jeweiligen Panelisten zuordnet. Die Panelmessung liefert Personeninformationen und Nettovorgaben, die mit einer reinen Zensusmessung nicht ermittelt werden können. Die Nutzung aus den Online-Panels wird in das AGF-Panel fusioniert und an die Zensus- und Nettovorgaben kalibriert. Das gewichtete AGF-Panel, bestehend aus Personen in TV- und Non-TV-Haushalten mit ihrer TV- und Streaming-Nutzung als konvergenter Datenbestand liefert die Basis für den Marktstandard Bewegtbild.

Warum misst die AGF im AGF-Panel zusätzlich mit Messroutern Streaming?

Zusätzlich misst die AGF im AGF-Core-Panel mit der GfK seit 2020 mit Messroutern ebenfalls Streaming-Nutzung. Damit werden nicht nur Single-Source-Bindeglieder zur Übertragung der von Nielsen gemessenen Streaming-Messung ins AGF-Panel geschaffen. Auf hochaggregiertem Niveau ist es damit auch möglich, passiv die Nutzung von Streaming-Plattformen wie Netflix, Prime Video und Disney+ zu messen (derzeit ausschließlich an Smart TV-Geräten).

Wie viele Haushalte im AGF-Panel haben bereits einen Messrouter?

Aktuell sind es rund 2.850 von 5.400 Haushalten (Stand: Februar 2023), die täglich berichten. Bis zum 31.12.2024 sollen mindestens 3.600 Haushalte unter digitaler Messung stehen.

Was lässt sich mit den unterschiedlichen Standards auswerten?

Mit dem Marktstandard TV (nur TV-Haushalte) sind ausschließlich TV-Auswertungen möglich, in die die klassische, lineare TV-Nutzung am Big Screen einfließt.

Im Marktstandard Bewegtbild (TV- und Non-TV-Haushalte) können folgende Auswertungen vollzogen werden:

- TV-Auswertungen (TV inkl. inhaltsgleichem 24/7-Livestream)
- Streaming-Auswertungen (z.B. Streaming-Intervalle, Angebotseinheiten)
- Konvergenz-Auswertungen (z.B. Konvergenz-Intervalle, Programmmarken)

Der Marktstandard Bewegtbild bietet damit viele neue Auswertungsmöglichkeiten, hat aber aufgrund der Ausweitung der Grundgesamtheit und der Hinzunahme des 24/7 Livestreams auch Auswirkungen auf TV-Leistungswerte.

Wie verändern sich die Leistungswerte für TV-Auswertungen durch die Umstellung des Marktstandards auf Bewegtbild?

Bei TV-Auswertungen steigen durch das Hinzukommen des 24/7-Livestreams absolute Werte wie Sehbeteiligung, Seher, Nettoreichweite sowie Kontaktsumme in Mio. leicht an.

Die Marktanteile der Sender können sich untereinander leicht verschieben, da nicht jeder Sender gleichermaßen vom Hinzukommen des 24/7-Livestreams profitiert. Dabei spielen auch unterschiedliche Angebotsituationen eine Rolle, je nachdem, ob ein 24/7-Livestream etwa sehr prominent auf einer Angebotsseite platziert ist oder hinter einer Paywall liegt. Außerdem muss der 24/7-Livestream von der AGF gemessen werden. Voraussetzung dafür ist die Teilnahme am Streaming-Projekt der AGF.

Geht es um relative Werte, mit Bezug zum Zielgruppenpotenzial (z.B. Sehbeteiligung in Prozent, Nettoreichweiten in Prozent), ergeben sich aktuell im Bewegtbildstandard sinkende Werte im Vergleich zum Marktstandard TV, da das Hinzukommen des 24/7-Livestreams die höhere Grundgesamtheit nicht komplett ausgleicht.

Diese generellen Annahmen gelten nicht für alle Zielgruppen gleichermaßen. Während bei der Erweiterung der Grundgesamtheit um Non-TV-Haushalte die digitale, mobile Zielgruppe der 20- bis 39-Jährigen den größten Sprung macht, sind es die 14- bis 19-Jährigen, die relativ den größten Nutzungsanstieg durch den 24/7-Livestream erfahren.

Inhaltlich sehen wir, dass insbesondere Sendungen mit Live-Character wie Sport und Nachrichten von der Zuordnung des 24/7-Livestreams profitieren.

Wird es die Tools Plan Control und TV Control weiterhin geben?

Die Planungssysteme werden vorerst weiter fortgeführt, der Marktstandard Bewegtbild wird in die Systeme integriert.

Wird es Schulungen geben und wann finden diese statt?

Es gibt begleitende Schulungen. Für nähere Informationen zu den Angeboten und Terminen wenden Sie sich bitte an info@agf.de.