



AGF SMART METER

JULI 2022:

Nutzungsdaten Plattformen am Smart TV

Frankfurt, 10. August 2022

AGF Videoforschung GmbH

PROJEKT UND HINTERGRUND

Projekt AGF Smart Meter

Im Jahr 2017 hat die AGF Videoforschung begonnen, Haushalte des TV-Panels mit einer von der GfK entwickelten Messrouter-Technologie auszustatten. Seit 2019 ist das Projekt hoch priorisiert, um das Panel zum AGF-Videopanel zu erweitern. Zum einen will die AGF den Single-Source-Kern kontinuierlich erweitern und weitere Datenquellen anknüpfen. Zum anderen bietet die eingesetzte Technologie den Mehrwert, die In-Home-Videonutzung perspektivisch über unterschiedliche Devices vollständig zu erfassen. Mit der Integration der Router schließt die AGF sukzessive Messlücken und erhält mehr Bindeglieder zu den Digitalpanels für die Streaming-Messung, die Nielsen für die AGF betreibt.

Ziel des Reports

Der Bedarf an validen Zahlen zur Nutzung von Streaming-Plattformen ist hoch. Über die Messrouter-Technologie kann die AGF auch die Nutzung von Streaming-Angeboten erfassen, die nicht aktiv an der AGF-Messung teilnehmen. Im Juli 2020 hat die AGF aus dem AGF-Smart-Meter-Projekt erstmals Messdaten ausgewählter Plattformen veröffentlicht und zwar für die Nutzung am Smart TV. Die Daten liegen auf einer hochaggregierten Ebene vor, also für das Angebot insgesamt. Die Nutzung einzelner Serien oder Sendungen wird nicht gemessen.

Report

Der monatliche Report wird jeweils am 10. des Folgemonats veröffentlicht. Im Report werden für die Plattformen nur Daten für die Nutzung an Smart-TV-Geräten ausgewiesen. Damit zeigt die AGF, wie die Angebote der Streaming-Dienste auf dem Big Screen gesehen werden. Dieser Nutzung wird die Nutzung für den gesamten unter AGF-Messung stehenden TV-Content (linear und non-linear) auf allen Endgeräten gegenüber gestellt. Die angewendete Projektion sorgt dafür, dass die Router-HH für alle potenziellen aktiven Smart-TV-Haushalte im AGF-Panel stehen. Die Berechnung der Sehdauer erfolgt aber auf Basis der projizierten Router-HH.

Daten

Ausgewiesen werden die durchschnittliche Sehdauer in Minuten am Tag und seit November 2021 auch die täglichen Nettoreichweiten sowie Verweildauern. Berichtet wird über die sieben Zielgruppen E14+, E14-29, E 30-49, E50+, E14-49, M14+, F14+.

Im Ausweis sind derzeit die Plattformen Netflix, Prime Video, YouTube und Disney+. Weitere Plattformen werden aufgenommen, wenn sie eine durchschnittliche tägliche Sehdauer am Smart-TV von mindestens einer Minute ausweisen.

KEY ASSETS PROJEKT AGF SMART METER

1. Keine Befragungsdaten, sondern harte Messdaten

Im Gegensatz zu anderen Studien, welche die Nutzung von Netflix & Co erfragen, setzt die AGF Videoforschung auf einer unabhängigen Messung auf. Befragungsstudien – wie die AGF-Plattformstudie – dienen immer der zusätzlichen Validierung und Ergänzung.

2. Messung von Smart-TV-Geräten – Erhebung erfolgt auf Personenebene

Die Router-Daten werden – analog zu denen der linearen TV-Nutzung im AGF-Panel – auf Haushalts- und Personenebene erhoben, da sich die Panel-Mitglieder einzeln an- und abmelden. Mit diesem Projekt baut die AGF den Single-Source-Kern im eigenen Panel auf und aus. Die sich hieraus ergebenden wichtigen Überschneidungsinformationen werden auch für weitere Konvergenzprojekte, wie beispielsweise die plattformübergreifende Kampagnenmessung benötigt.

Damit liegen auch die für den Markt so wichtigen demografischen Informationen vor, um eine verlässliche Aussage über die Video-Nutzung unterschiedlicher Zielgruppen treffen zu können. Solche Informationen sind für Programmverantwortliche und Werbungtreibende essentiell und auf dieser Basis bislang im Markt nicht verfügbar.

3. Passive Messung minimiert den Aufwand beim Streaming-Anbieter und garantiert vergleichbare Messdaten aus einem Guss

AGF Smart Meter arbeitet mit einer passiven Messung. Das bedeutet, dass für diese Messung kein Zutun der Streaming-Anbieter nötig ist. Damit ermöglicht AGF Smart Meter in einer großen Linie einen guten Überblick über die Relevanz und Performance einzelner Angebote auf dem deutschen Streaming-Markt.

AGF Smart Meter versteht sich somit als ergänzendes Messprojekt zur bereits etablierten AGF Streaming-Messung mit Nielsen. Letztere erfordert die aktive Mitarbeit der Streaming-Anbieter, beispielsweise durch die Integration der Messsoftware von Nielsen. Durch diese Messung werden feingranulare Daten zur Nutzung von konkretem Content, beispielsweise von Informationssendungen, (Live-)Sport, Serien und Filmen, aber auch von Werbung gewonnen, die gemäß dem Motto ‚Follow the Content‘ für andere wichtige Projekte, so die Verbindung zu TV genutzt werden.

AUSBLICK, GLOSSAR & BERICHTSMASSE

Ausblick

Mit zunehmendem Rollout der Router sollen möglichst viele internetfähige Geräte in den Haushalten unter Messung kommen, also auch Smartphones und Tablets. Hier ist die AGF auf die Bereitschaft der Haushalte angewiesen, ihre Geräte messen zu lassen.

Sobald kritische Massen erreicht sind, wird die AGF auch die Nutzung auf mobilen Endgeräten in das Reporting integrieren. Dies wird voraussichtlich insbesondere für die Plattform YouTube relevant werden, deren Anteil an der mobilen Nutzung besonders hoch ist. Netflix und Prime Video werden hingegen zumeist am TV-Gerät gesehen (siehe auch AGF-Studie „TV-Plattform 2021-I“).

Ø-Berichtsmasse Juli 2022

Installierte Router:	2.491
Berichtende Router (E14+):	2.377

Verwendete Kennzahlen/Glossar

Ø-Sehdauer (Min.) beschreibt die durchschnittliche Sehdauer der Berichtsbasis oder der Zielgruppe pro Tag

Verweildauer (Min.) gibt die durchschnittliche Sehdauer der Nutzer einer Sendung an. Sie umfasst nur die Personen, die tatsächlich ferngesehen haben

Nettoreichweite (Mio./%) (NRW) gibt die Anzahl und den Anteil der Personen an, die durch einen Bewegtbildinhalt (Sendung, Werbung, Zeitabschnitt, Video) mindestens einmal erreicht wurden

Konsolidierte Daten

Die Berechnungen erfolgen im Marktstandard Bewegtbild.

Da die Streaming-Messung die Nutzung von TV-Content bis 60 Tage nach der Ausstrahlung erfasst, können die TV-Nutzungsdaten für den jeweiligen Monat bis zum Vorliegen der konsolidierten Daten noch steigen. Im AGF Smart Meter Report ist daher in der Quellenangabe der Tag der Berechnung ausgewiesen.

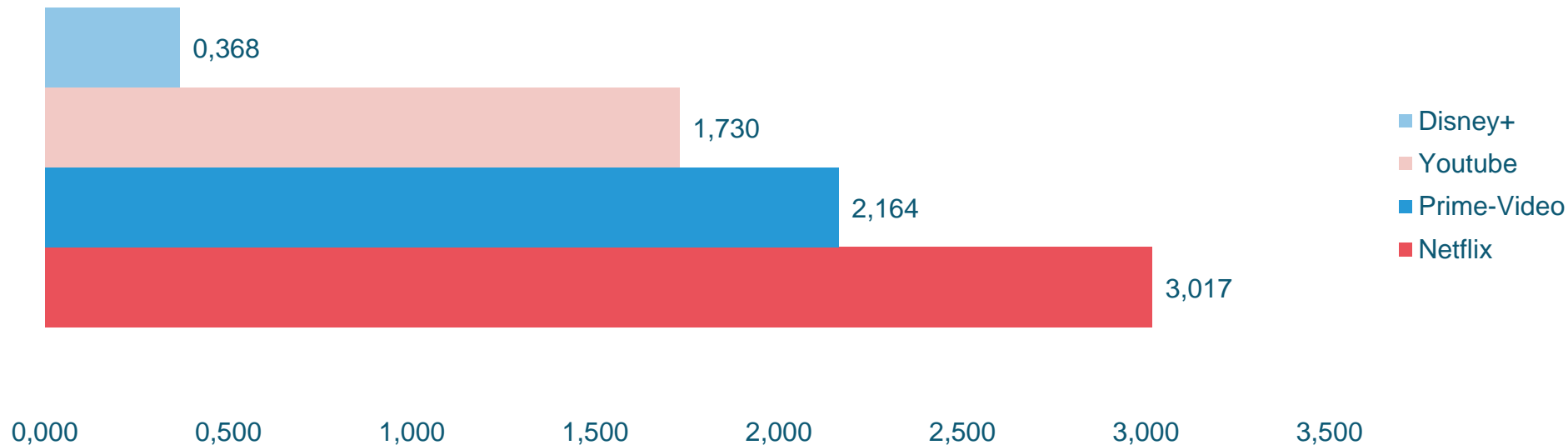
NETTOREICHWEITEN

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (MIO.)

JULI 2022:

Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

Ø TAGESNETTOREICHWEITEN (MIO.)

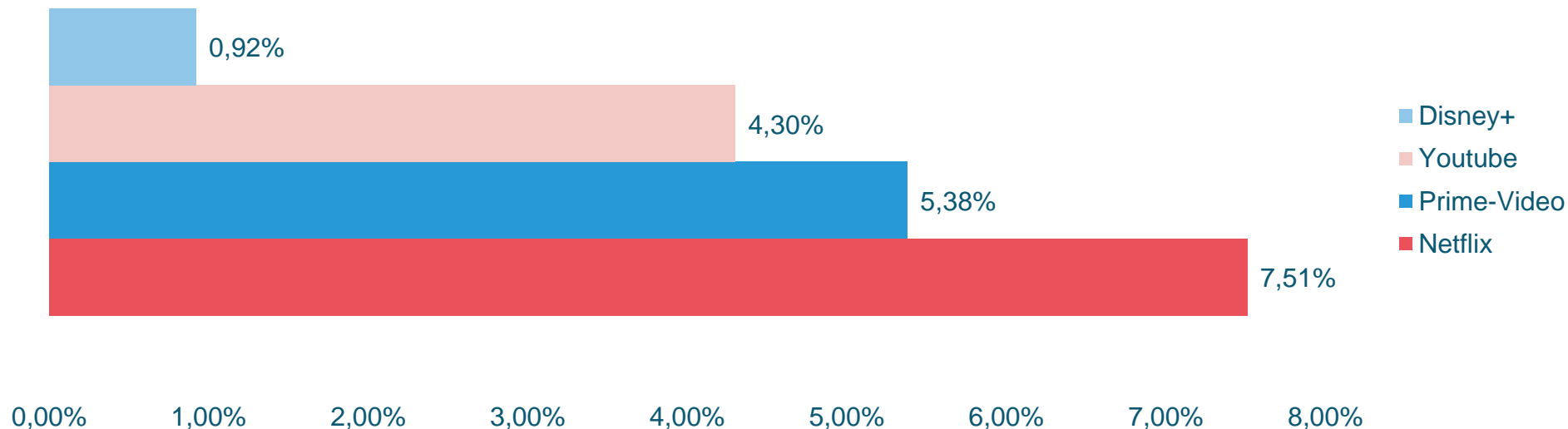


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: TV
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (%)

JULI 2022: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

Ø TAGESNETTOREICHWEITEN (%)



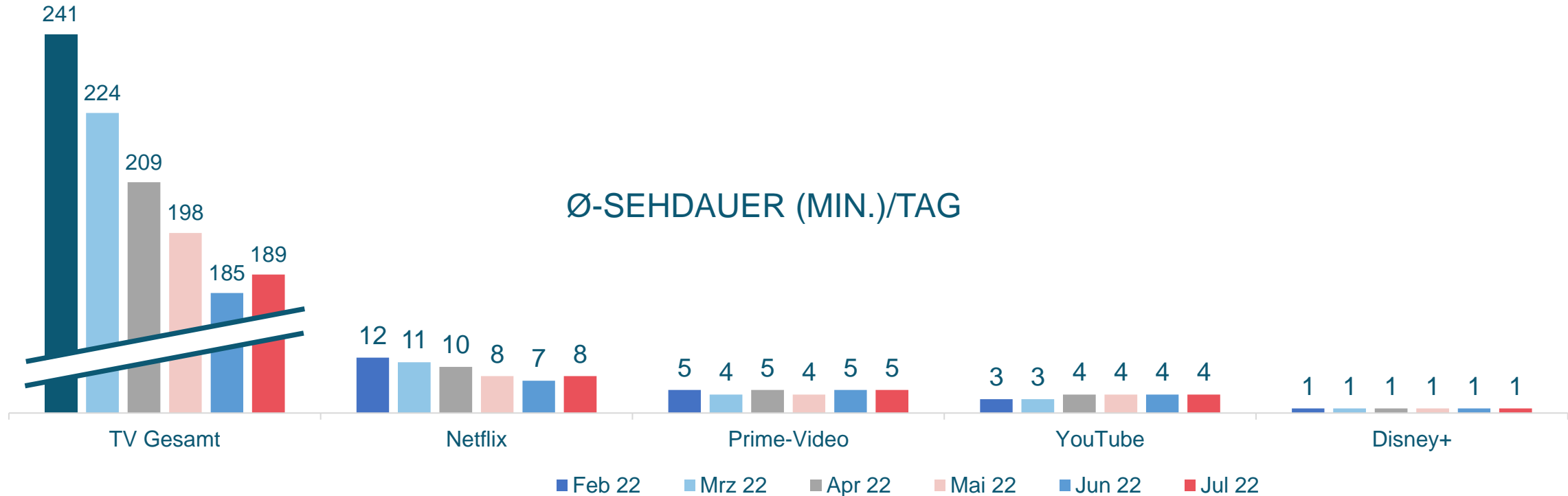
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: TV
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

SEHDAUERN

ENTWICKLUNG SEHDAUERN

FEBRUAR 2022 - JULI 2022

Nutzung TV-Content gesamt* und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: Bewegtbild, Datenpaket 8884 vom 04.08.2022

Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

* Alle Endgeräte

SEHDAUERN PLATTFORMEN NACH ZIELGRUPPEN

JULI 2022:

Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

Ø SEHDAUER (MIN.)/TAG

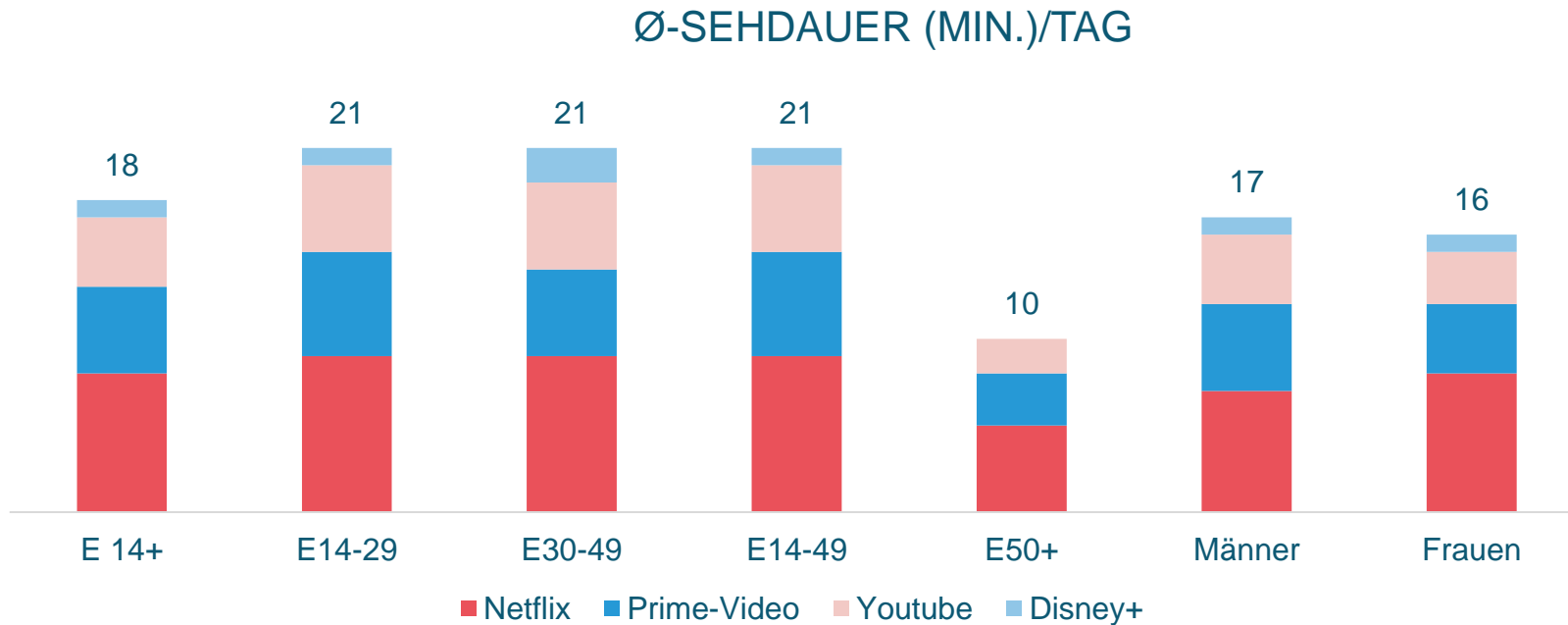
DIGITALE PLATTFORMEN AN SMART TVS

	Netflix	Prime-Video	YouTube	Disney+
E 14+	8	5	4	1
E 14-29	9	6	5	1
E 30-49	9	5	5	2
E 50+	5	3	2	0
E 14-49	9	6	5	1
M 14+	7	5	4	1
F 14+	8	4	3	1

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: TV Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

KUMULIERTE SEHDAUERN NACH ZIELGRUPPEN UND ANGEBOTEN

JULI 2022: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

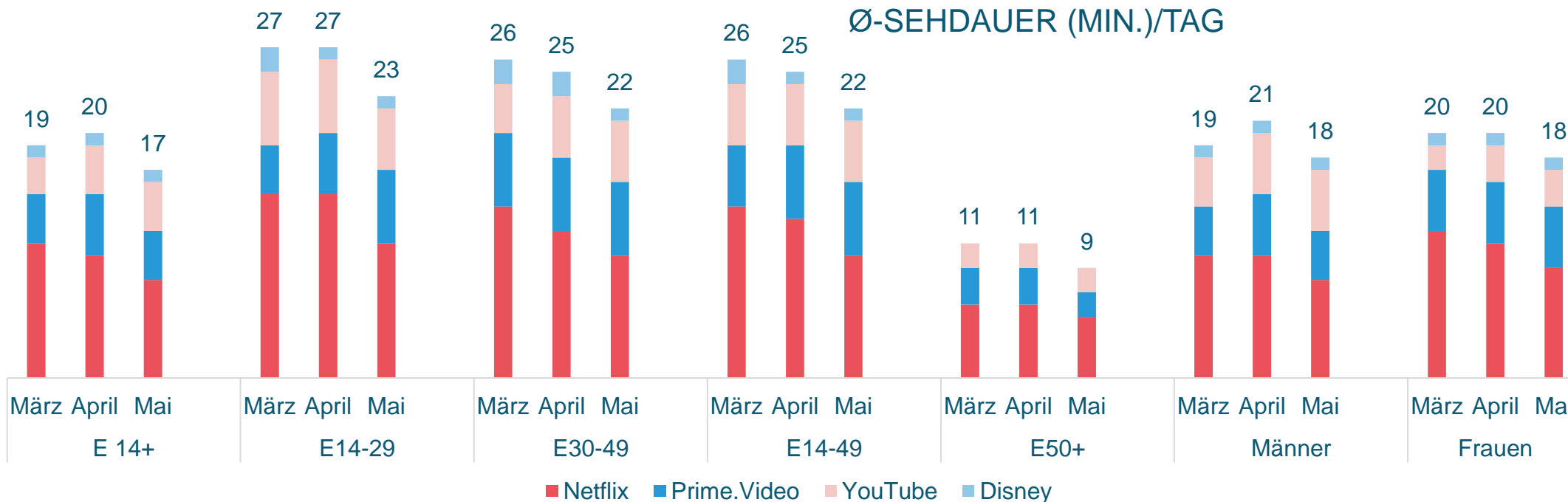


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: TV
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

KUMULIERTE SEHDAUERN NACH ZIELGRUPPEN UND ANGEBOTEN

Korrektur: Aufgrund eines Darstellungsfehlers in der Stapelgrafik wurden die Werte für die Zielgruppen E30-49 Jahre und Männer von März bis Mai nicht korrekt angezeigt. Hier die korrekten Werte.

Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

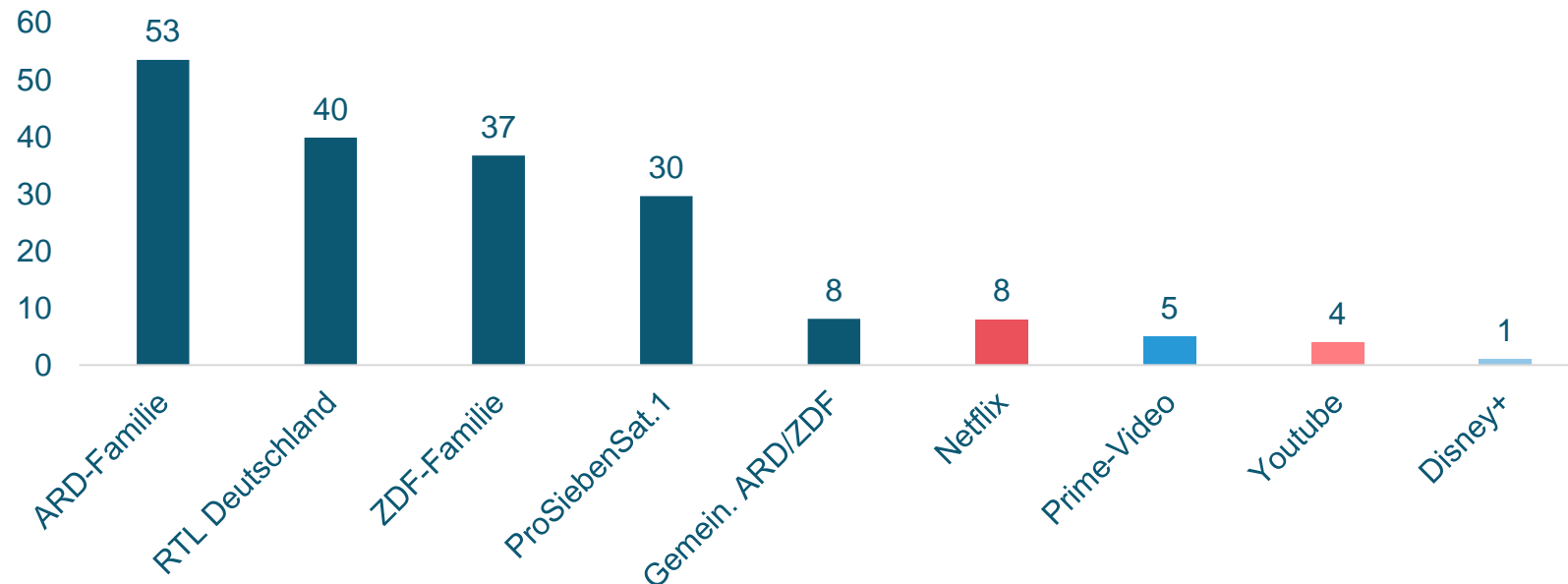


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.03.2022-31.05.2022, Marktstandard: TV
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

JULI 2022: Nutzung Sendergruppen* und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

ERWACHSENE AB 14 JAHRE | Ø-SEHDAUER (MIN.)/TAG

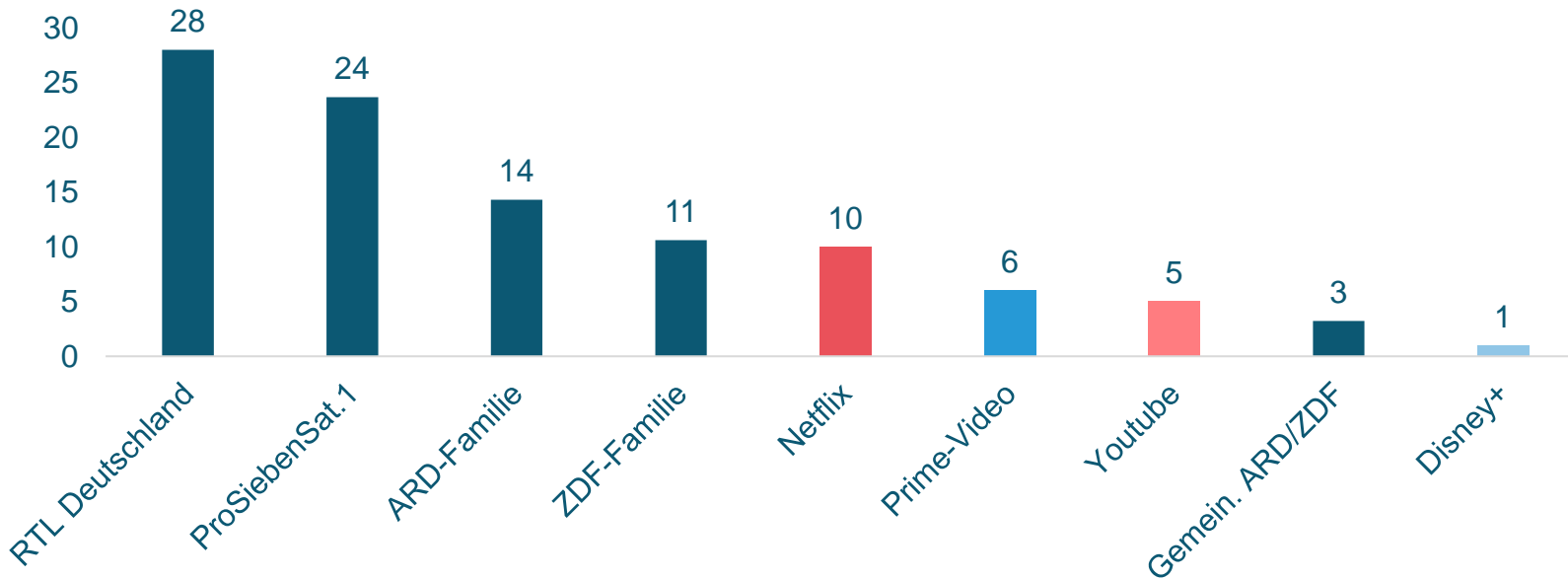


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: Bewegtbild, Datenpaket 8884 vom 04.08.2022
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten
* Alle Endgeräte

SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

JULI 2022: Nutzung Sendergruppen* und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

ERWACHSENE 14-49 JAHRE | Ø-SEHDAUER (MIN.)/TAG



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: Bewegtbild, Datenpaket 8884 vom 04.08.2022
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten
* Alle Endgeräte

VERWEILDauern

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

VERWEILDAUERN IM VERGLEICH

JULI 2022:

Nutzung TV-Content gesamt* und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

Ø VERWEILDAUER (MIN.)/TAG

294



100

NETFLIX

84

prime video

86

YouTube

106

Disney+

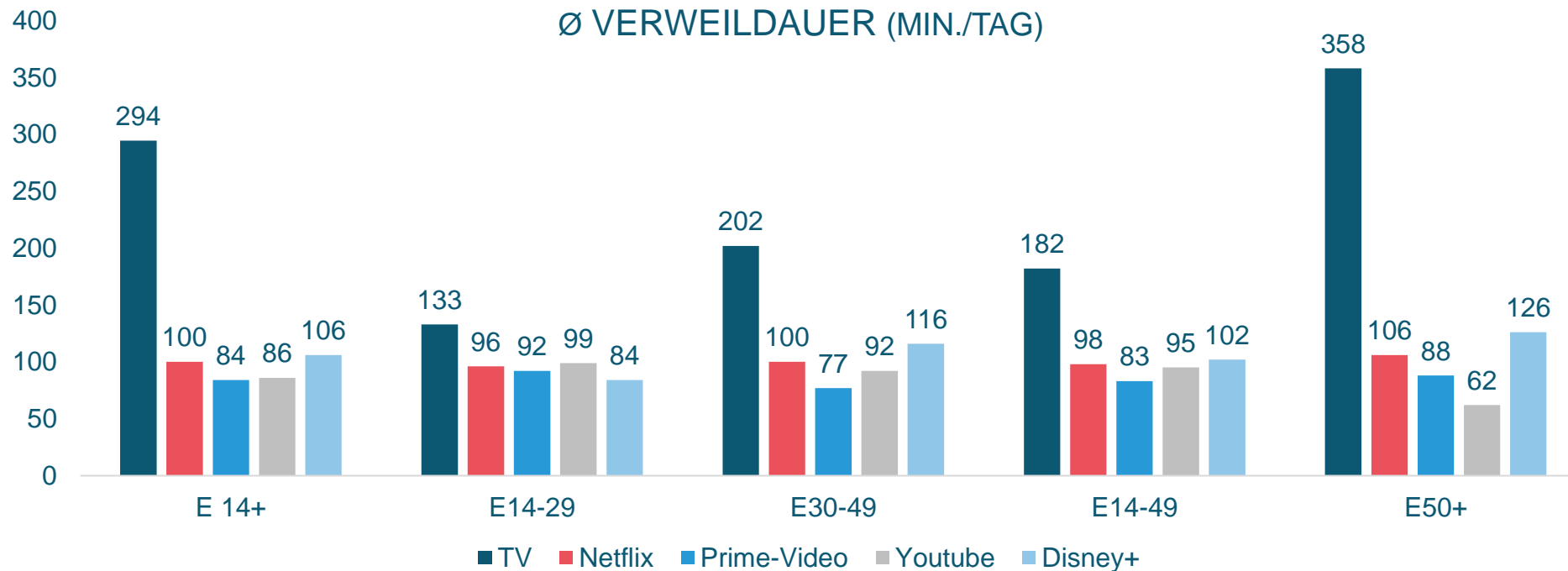
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: Bewegtbild, Datenpaket 8884 vom 04.08.2022

Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

* Alle Endgeräte

VERWEILDAUER NACH ZIELGRUPPEN

JULI 2022: Nutzung Sendergruppen* und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.07.2022-31.07.2022, Marktstandard: Bewegtbild, Datenpaket 8884 vom 04.08.2022

Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen, Basis: Projizierte Routerdaten

* Alle Endgeräte

Kontakt

www.agf.de

AGF Videoforschung GmbH

Gärtnerweg 4-8 | D-60322 Frankfurt
T +49 69 955 260-0 | info@agf.de