

# AGF SMART METER

**APRIL 2023:**

Nutzungsdaten Videoplattformen am Smart TV

Frankfurt, 10. Mai 2023

AGF Videoforschung GmbH

# PROJEKT, HINTERGRUND & ALLGEMEINE INFORMATIONEN

## 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 am TV-Gerät gegenüber gestellt. Die angewendete Projektion sorgt dafür, dass die Router-HH für alle potenziellen aktiven Smart-TV-HH im AGF-Panel stehen. Die Berechnung der Leistungswerte erfolgt aber auf Basis des gesamten AGF-Panels.

## 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: **Zuschauer Gesamt (Neu), Kinder 3-13 (Neu)**, E14+, E14-29, E 30-49, E50+, E14-49, M14+, F14+.

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



# KEY ASSETS DES PROJEKTS 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 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. Damit wird auch Co-Viewing abgebildet. 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 schafft Überblick über 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 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 durch die Integration der Messsoftware von Nielsen. Durch diese Messung werden granulare Daten zur Nutzung von konkretem Content, bspw. dem Titel des Contents gewonnen, die gemäß dem Motto ‚Follow the Content‘ für andere wichtige Projekte, so die Verbindung zu TV genutzt werden.

# OPTIMIERUNG DES AGF SMART METER REPORTS

### Projektion und Vergleichsbasis

Die angewendete Projektion sorgt dafür, dass die Router-HH für alle potenziellen aktiven Smart-TV-HH im AGF-Panel stehen. Das gilt sowohl für die Nutzung als auch Nicht-Nutzung.

Das Potenzial der Haushalte, die in der Projektion berücksichtigt werden, wird über die „Eligibility“-Definition bestimmt, d.h. über den angegebenen Besitz von Geräten für eine potenzielle Nutzung.

Aufgrund höherer Fallzahlen kann seit der Optimierung im November 2022 im Projektionsverfahren auch eine Berücksichtigung der Nutzung/Nicht-Nutzung von Router-Haushalten in Nicht-Eligible-Haushalten erfolgen. Damit wird das gesamte Panel zur Berechnung der Leistungswerte herangezogen werden.

Auf Basis der Erkenntnisse aus der Messung und mit steigenden Fallzahlen ist ersichtlich, dass auch in Haushalten, die nicht zum Potenzial laut Gerätebesitz gehören, streamingfähige Devices vorhanden sind, sodass auch dort ein Router installiert wird. Gerätebesitz kann sich im Jahresverlauf ändern. Dies wird nun berücksichtigt.

### Optimierungen März 2023

Im Zuge der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Projekts erfolgt ab dem Report der Daten für März 2023 eine weitere Optimierung mit dem Fokus auf einer verbesserten Erkennung und Ausweisung der jeweiligen Plattformnutzungen. Damit können Nutzungsvorgänge noch besser von anderen Vorgängen wie bspw. Updates von Apps bzw. Services unterschieden und für die Ausweisung berücksichtigt werden. Zudem wurde auch die Erkennung von Nutzungsvorgängen weiter geschärft, sodass nun insgesamt mehr Erkennungen erzielt werden können.

**Bitte beachten Sie: Die Optimierung hat auch Auswirkungen auf die ausgewiesenen Nutzungsdaten. Mehr Erkennungen führen zu einem allgemeinen Anstieg der Nettoreichweiten, wobei die Veränderung je Plattform aufgrund unterschiedlicher Angebotsstruktur und technischer Bereitstellung verschieden ausfallen kann. Parallel ist ein Rückgang der durchschnittlichen Verweildauer zu beobachten, der vor allem aufgrund hinzukommender kürzerer Erkennungen zu erklären ist.**

# GLOSSAR UND BERICHTSMASSE

## 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 pro Tag an. Sie umfasst nur die Personen, die tatsächlich genutzt haben
- Nettoreichweite (Mio./%) (NRW) gibt die Anzahl und den Anteil der Personen an, die pro Tag durch einen Bewegtbildinhalt (Sendung, Werbung, Zeitabschnitt, Video) mindestens einmal erreicht wurden

## Berichtsmasse:

- Bis Ende 2024 sollen mindestens 3.600 Haushalte mit einem Router berichten

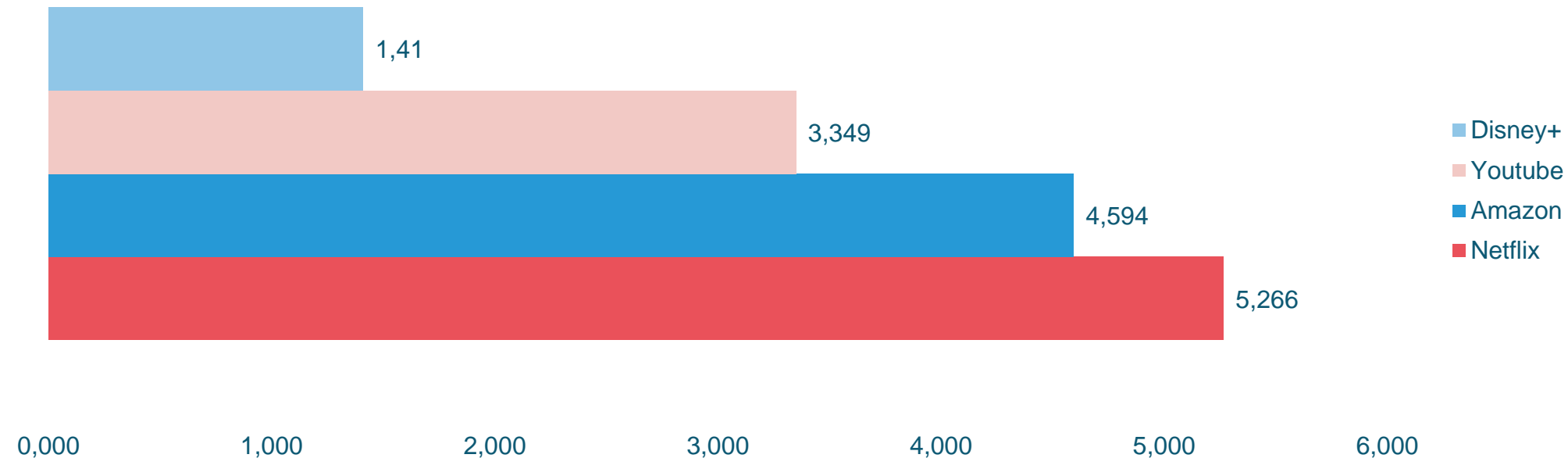
### Berichtsmasse Ende April 2023

Installierte Router:	2.885
Berichtende Router (E14+):	2.657

# NETTOREICHWEITEN

## NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (MIO.)

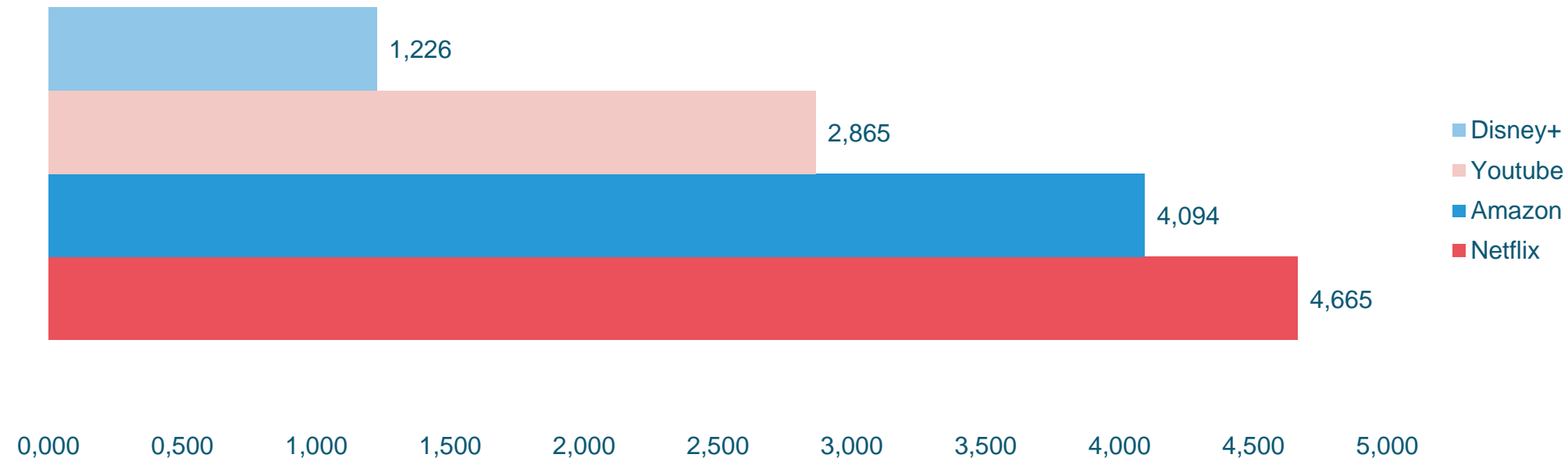
**APRIL 2023:** Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

## NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (MIO.)

**APRIL 2023:** Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

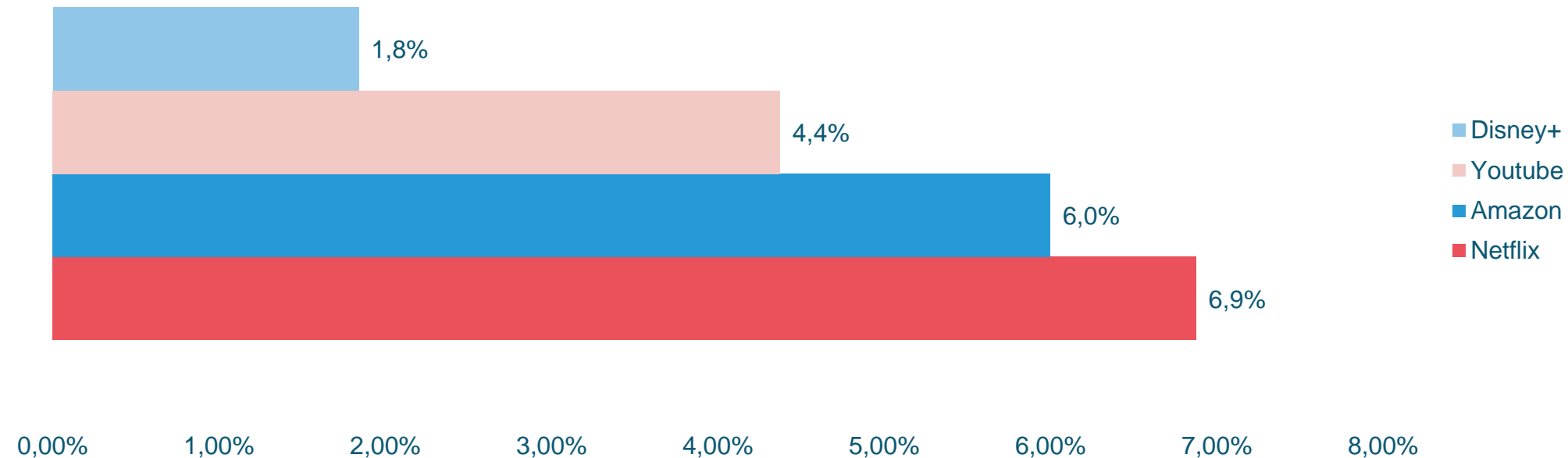


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen



## NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (%)

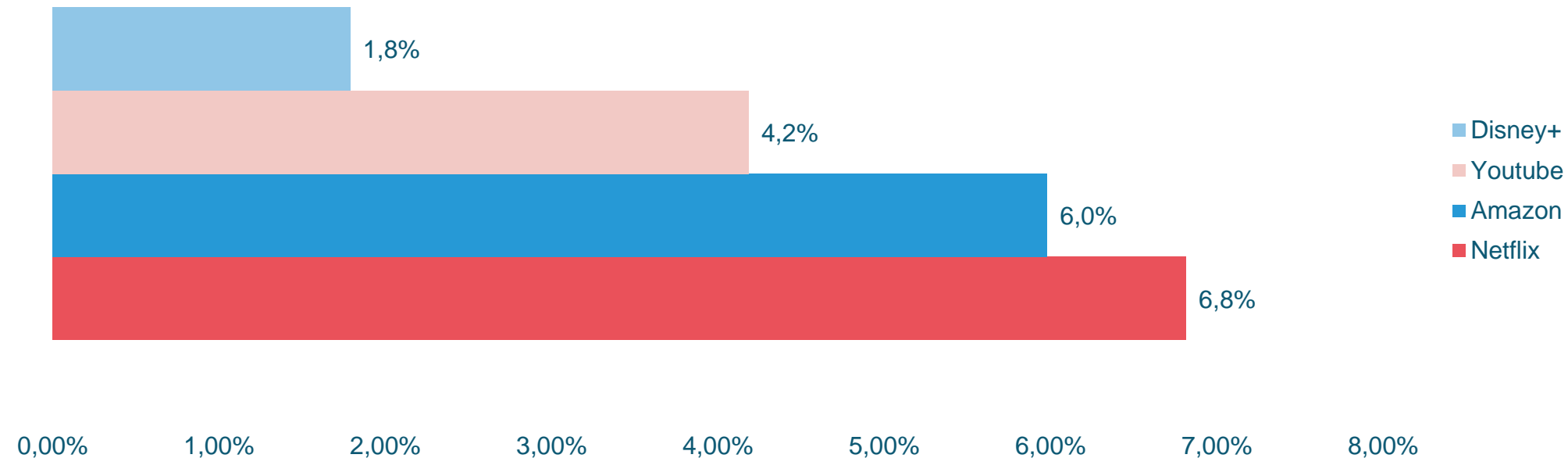
**APRIL 2023:** Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

# NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (%)

APRIL 2023: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

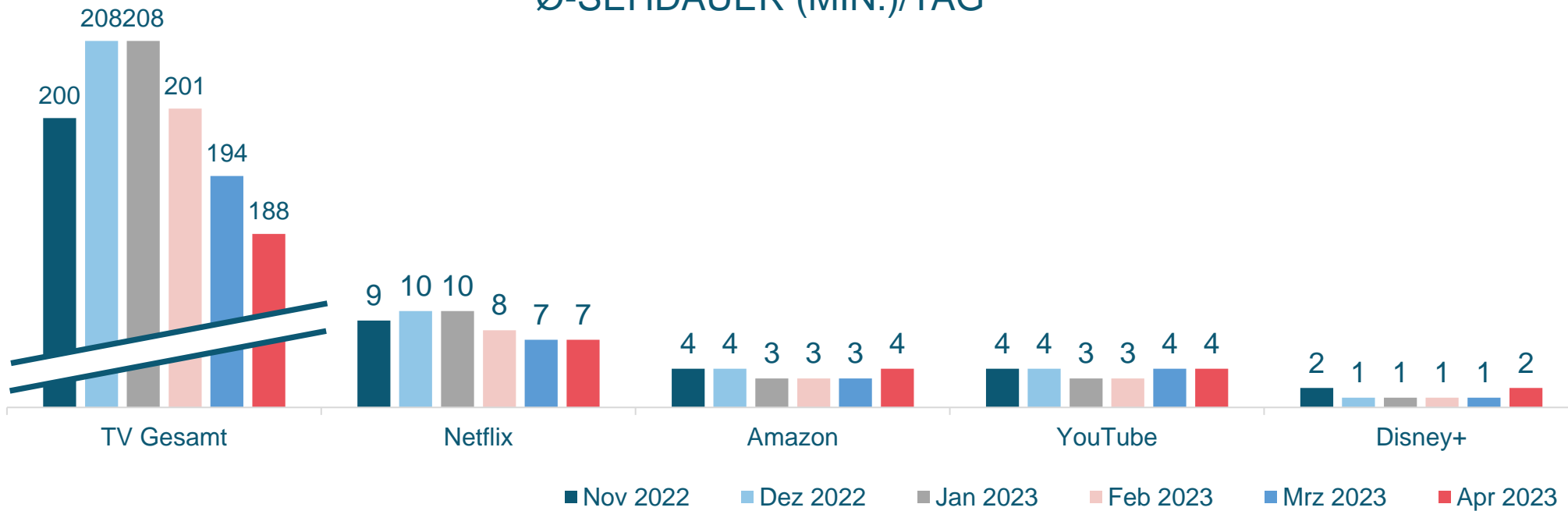
# SEHDAUERN

# ENTWICKLUNG SEHDAUERN

NOVEMBER 2022 - APRIL 2023

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

Ø-SEHDAUER (MIN.)/TAG



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.11.2022-30.04.2023, Marktstandard: TV, Datenpaket 10886 vom 04.05.2023  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen



## AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

# SEHDAUERN PLATTFORMEN NACH ZIELGRUPPEN

**APRIL 2023:**

Nutzung ausgewählter Plattformen an Smart-TVs

Ø SEHDAUER (MIN.)/TAG

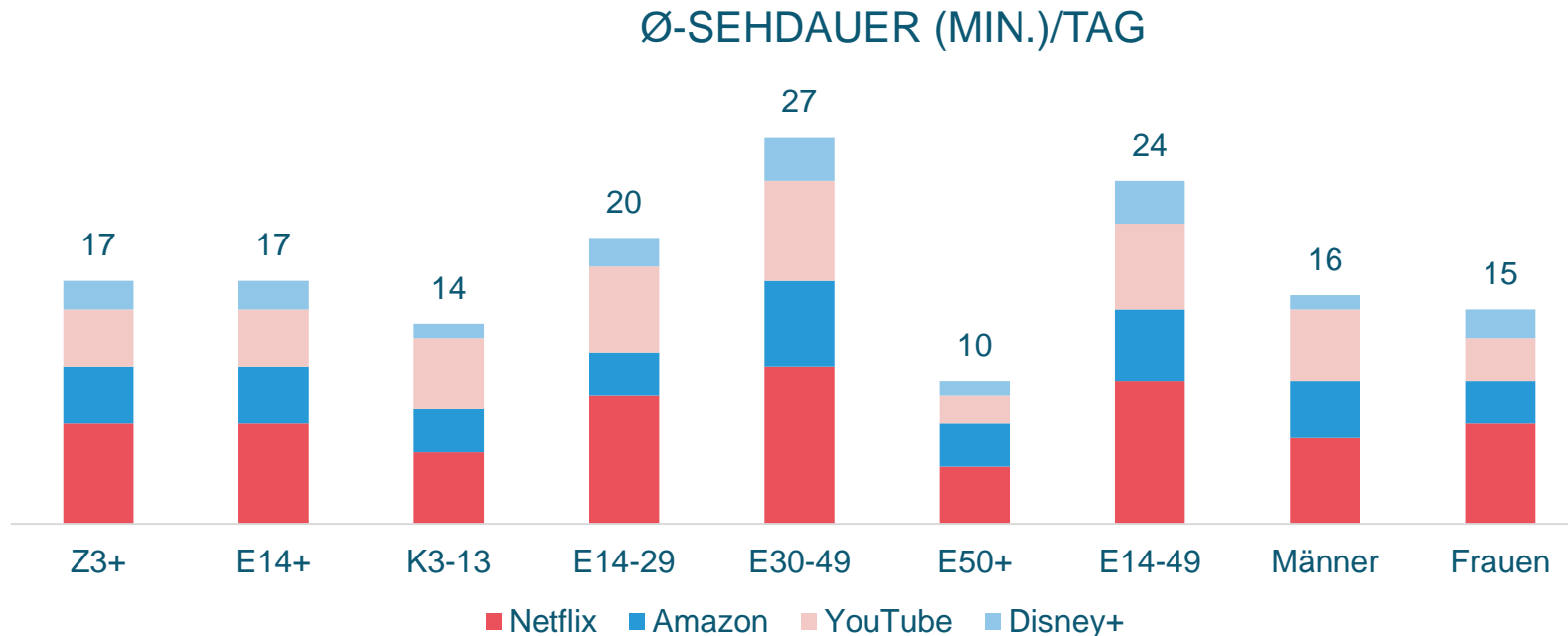
### DIGITALE PLATTFORMEN AN SMART TVS

	Netflix	Amazon	YouTube	Disney+
Z 3+	7	4	4	2
E 14+	7	4	4	2
K 3-13	5	3	5	1
E 14-29	9	3	6	2
E 30-49	11	6	7	3
E 50+	4	3	2	1
E 14-49	10	5	6	3

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

# KUMULIERTE SEHDAUERN NACH ZIELGRUPPEN UND ANGEBOTEN

APRIL 2023: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

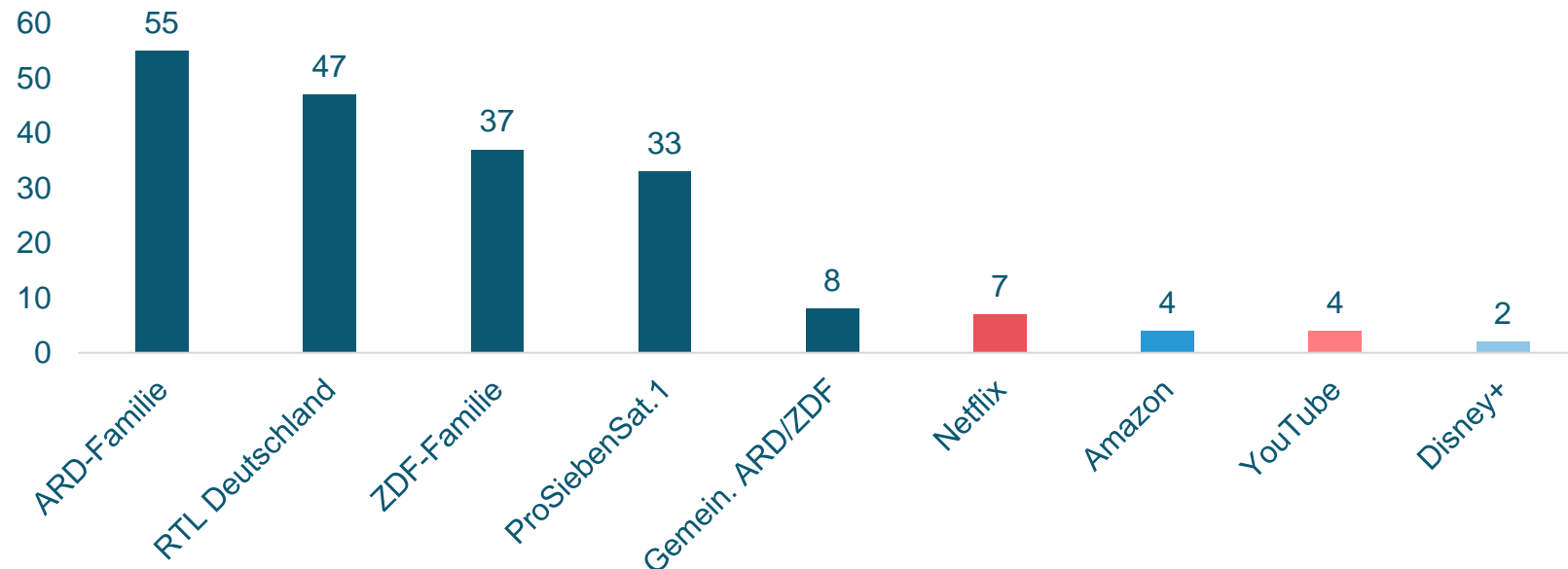


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

# SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

APRIL 2023: Nutzung Sendergruppen und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

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

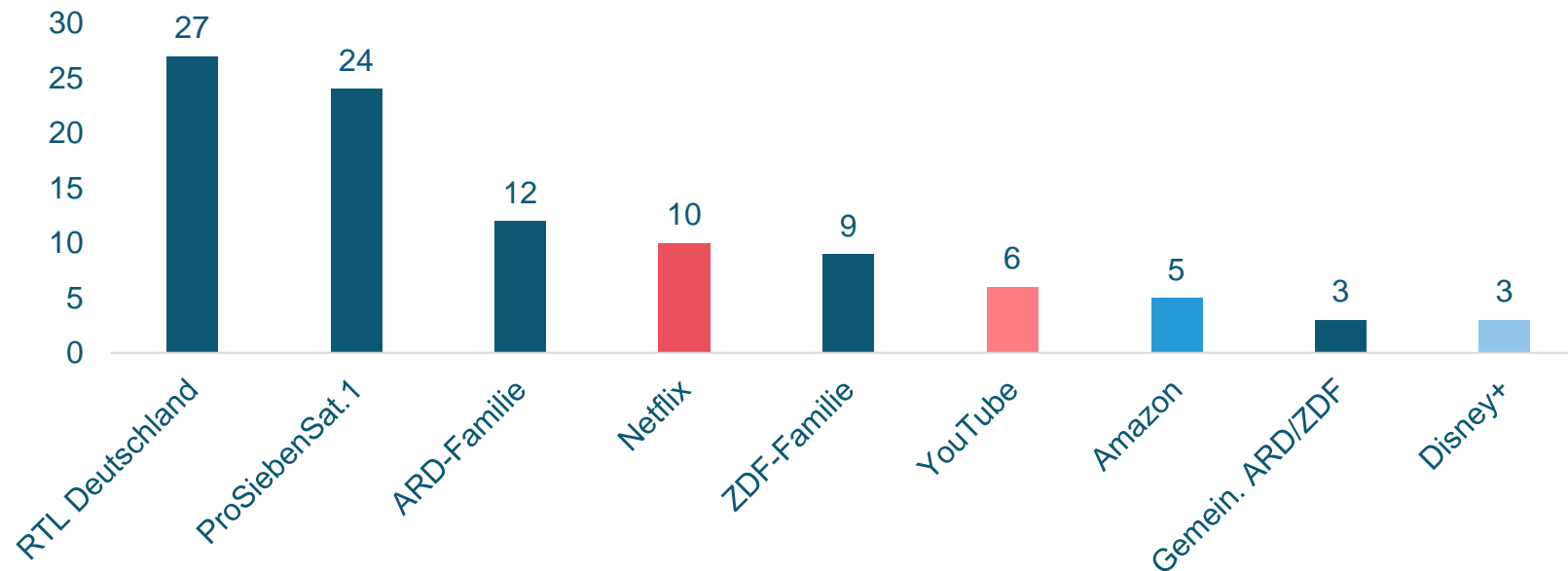


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV, Datenpaket 10886 vom 04.05.2023  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

# SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

APRIL 2023: Nutzung Sendergruppen und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

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



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV, Datenpaket 10886 vom 04.05.2023  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen



# VERWEILD AUERN

## AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

# VERWEILDAUERN IM VERGLEICH

**APRIL 2023:** Nutzung TV-Content gesamt und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)

Ø VERWEILDAUER (MIN.)/TAG

290



97

**NETFLIX**

60

prime video

91

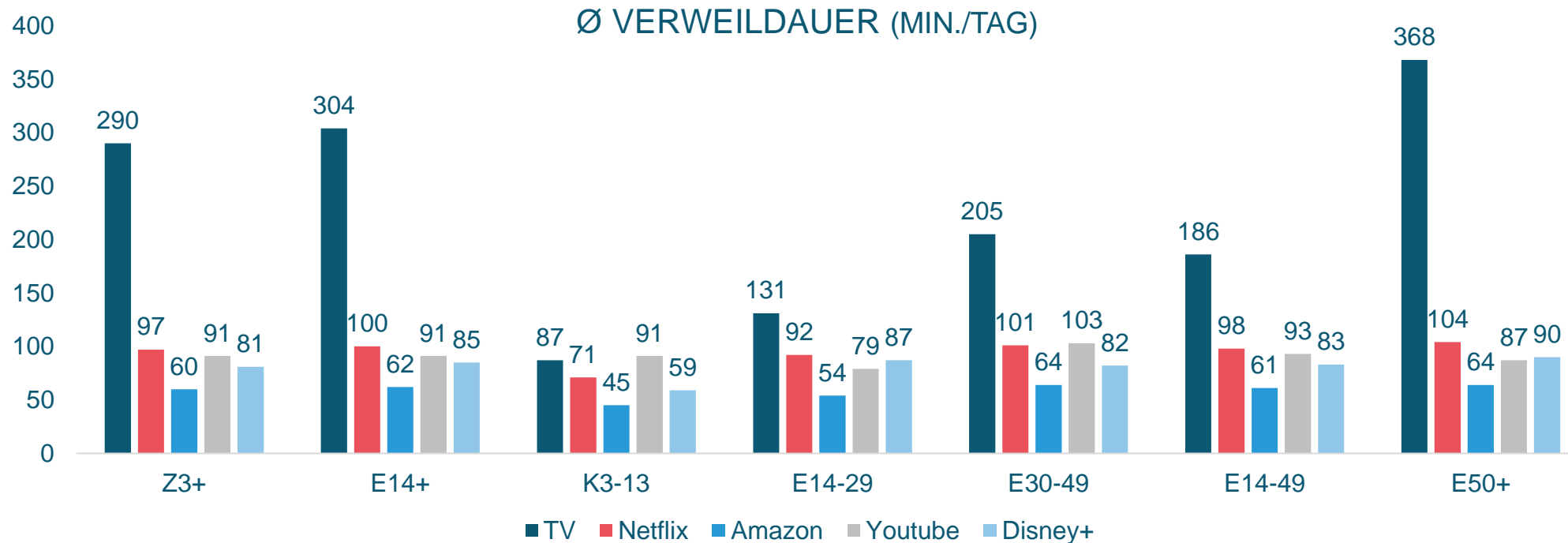
 YouTube

81



## VERWEILDAUER NACH ZIELGRUPPEN

**APRIL 2023:** Nutzung TV-Content gesamt und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.04.2023-30.04.2023, Marktstandard: TV, Datenpaket 10886 vom 04.05.2023  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

# **AUSBLICK: INTEGRATION VIDEOPLATTFORMEN IN AGF-SYSTEME**

Mit zunehmendem Rollout der Router sollen möglichst viele streamingfähige Geräte in den Haushalten unter Messung kommen, also neben Smart-TV-Devices auch Laptops, PCs, 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).

Die Daten aus der Smart Meter Messung werden in folgenden Ausbaustufen auch in die AGF-Auswertungssysteme, d.h. AGF SCOPE und AGF REACH PLANNER integriert und somit auswertbar gemacht.





# Kontakt

[www.agf.de](http://www.agf.de)

AGF Videoforschung GmbH

Gärtnerweg 4-8 | D-60322 Frankfurt  
T +49 69 955 260-0 | [info@agf.de](mailto:info@agf.de)