

AGF SMART METER

MÄRZ 2025:

Nutzungsdaten Videoplattformen am Smart TV

Frankfurt, 10. April 2025

AGF Videoforschung GmbH

GLOSSAR UND BERICHTSMASSE

Verwendete Kennzahlen/Glossar

- **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
- **Ø-Sehdauer (Min.)** beschreibt die durchschnittliche Sehdauer der Berichtsbasis oder der Zielgruppe pro Tag
- **Ø-Verweildauer (Min.)** gibt die durchschnittliche Sehdauer der Nutzer pro Tag an. Sie umfasst nur die Personen, die tatsächlich genutzt haben

Berichtsmasse:

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

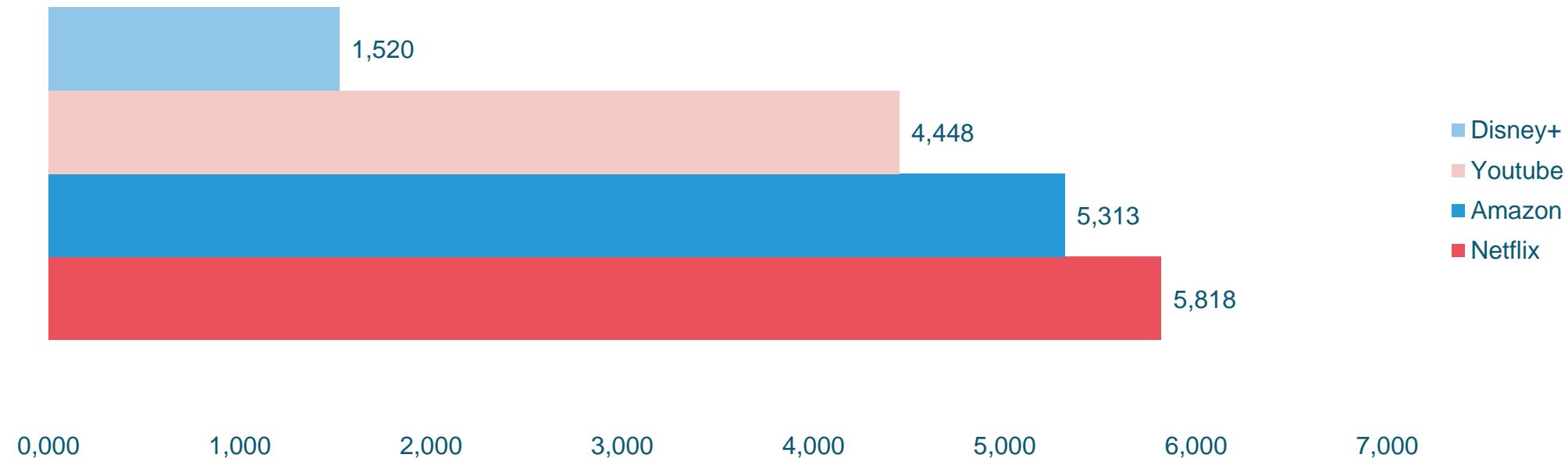
Berichtsmasse Ende März 2025

Installierte Router:	4.000
Berichtende Router (E14+):	3.663

NETTOREICHWEITEN

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (MIO.)

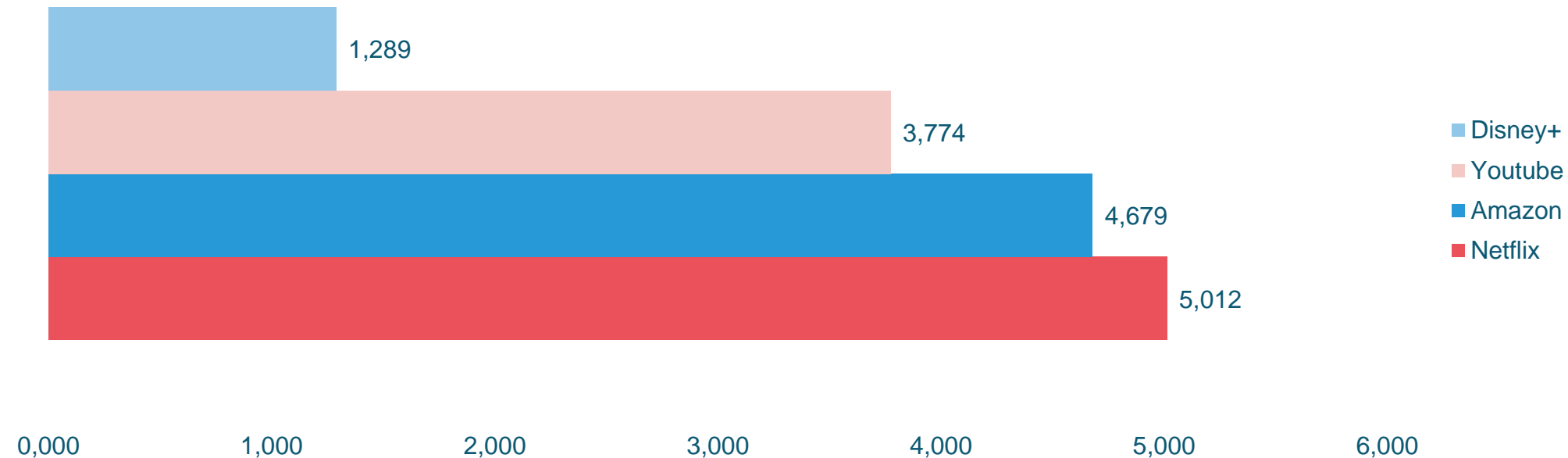
MÄRZ 2025: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (MIO.)

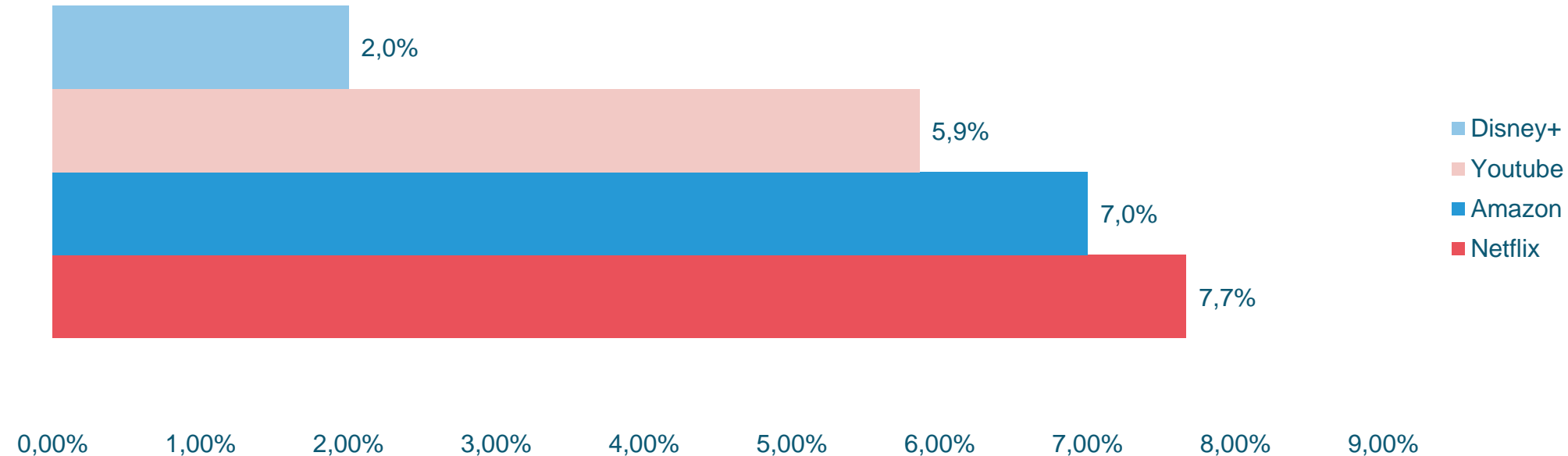
MÄRZ 2025: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (%)

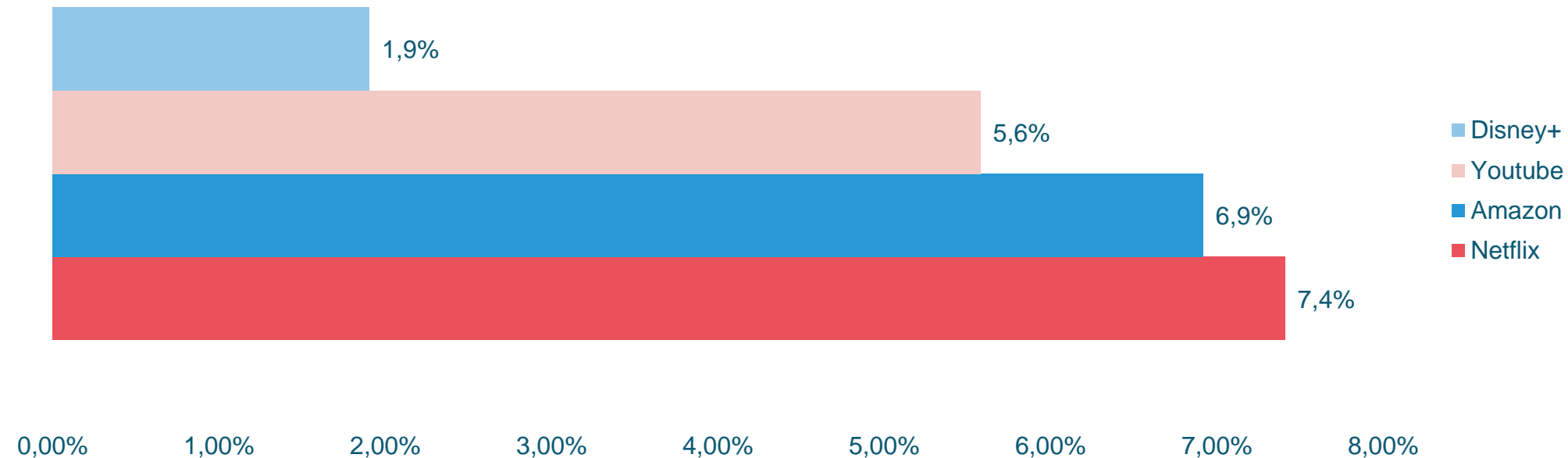
MÄRZ 2025: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (%)

MÄRZ 2025: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

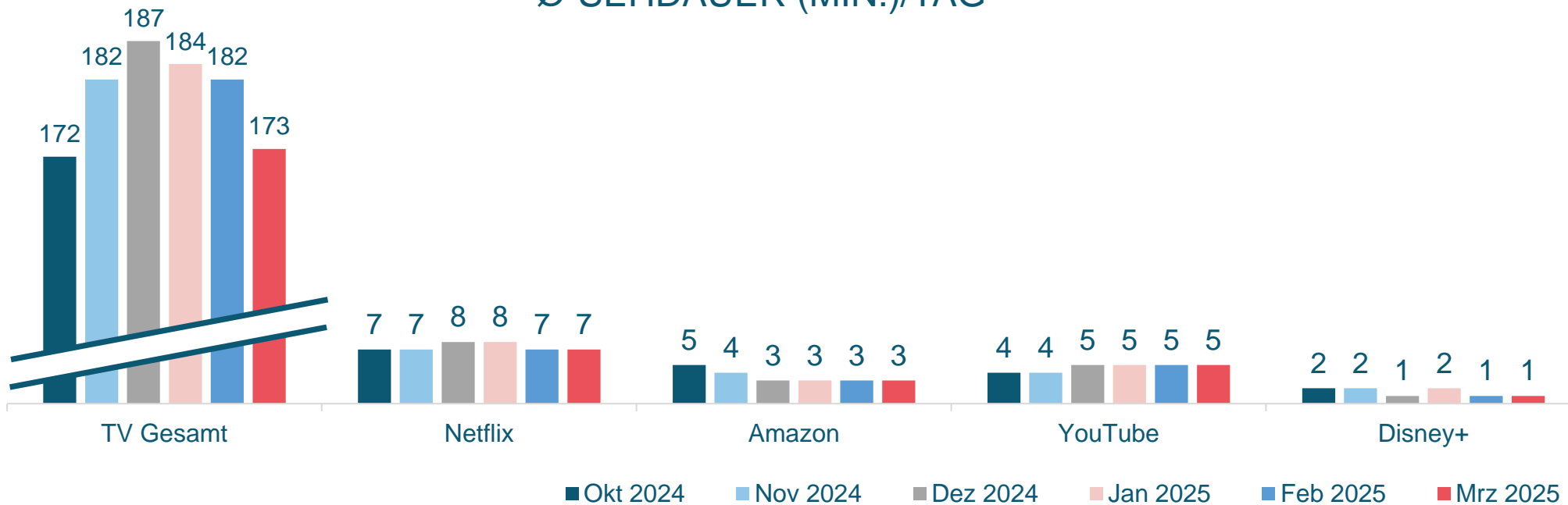
SEHDAUERN

ENTWICKLUNG SEHDAUERN

OKTOBER 2024 - MÄRZ 2025

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

Ø-SEHDAUER (MIN.)/TAG



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.10.2024-31.03.2025; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 15345 vom 08.04.2025
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

SEHDAUERN PLATTFORMEN NACH ZIELGRUPPEN

MÄRZ 2025:

Nutzung ausgewählter Plattformen an Smart-TVs

Ø SEHDAUER (MIN.)/TAG

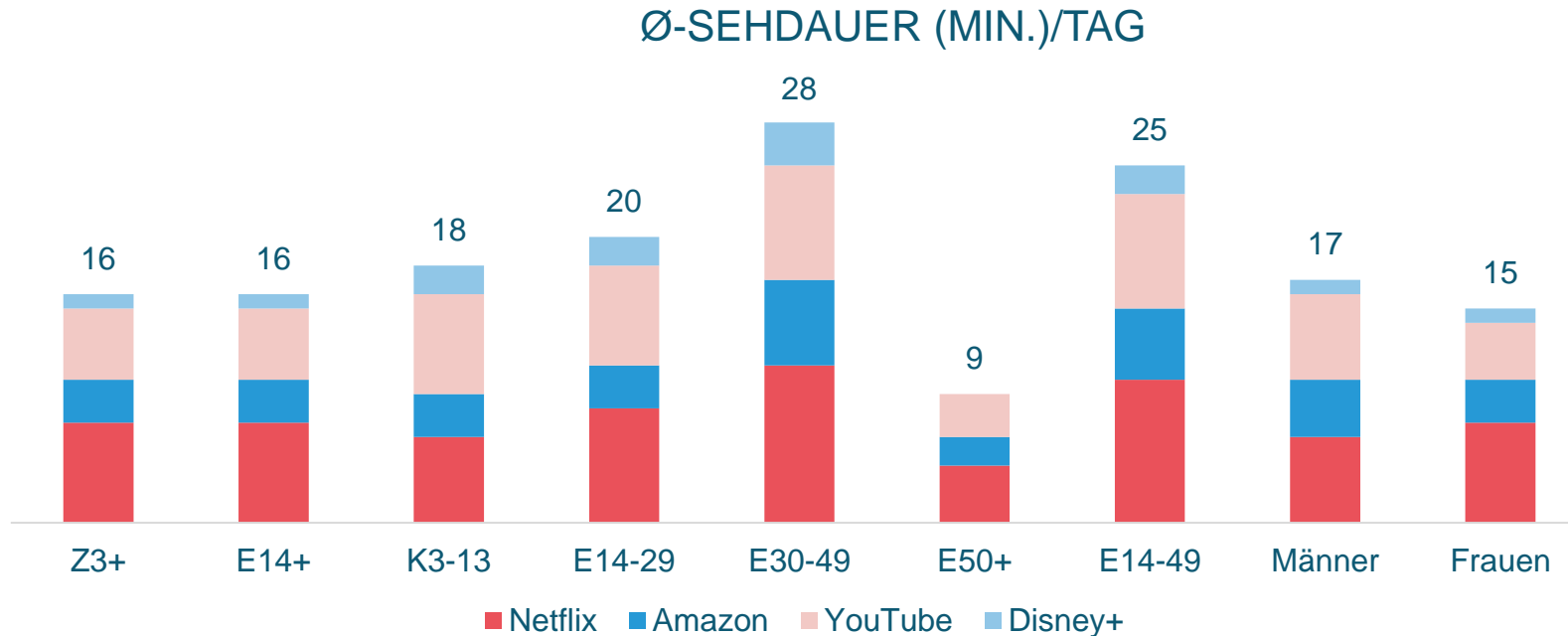
DIGITALE PLATTFORMEN AN SMART TVS

	Netflix	Amazon	YouTube	Disney+
Z 3+	7	3	5	1
E 14+	7	3	5	1
K 3-13	6	3	7	2
E 14-29	8	3	7	2
E 30-49	11	6	8	3
E 50+	4	2	3	0
E 14-49	10	5	8	2

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

KUMULIERTE SEHDAUERN NACH ZIELGRUPPEN UND ANGEBOTEN

MÄRZ 2025: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs



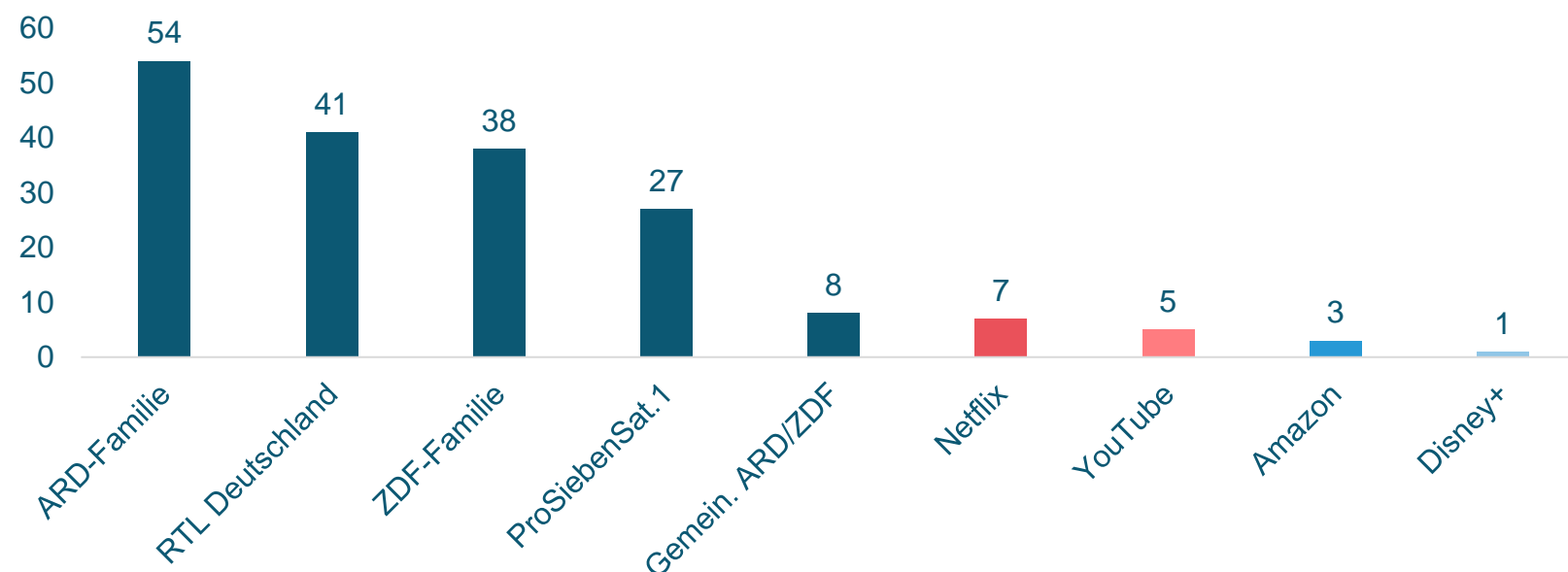
Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

MÄRZ 2025: Nutzung Sendergruppen und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

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



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 15345 vom 08.04.2025

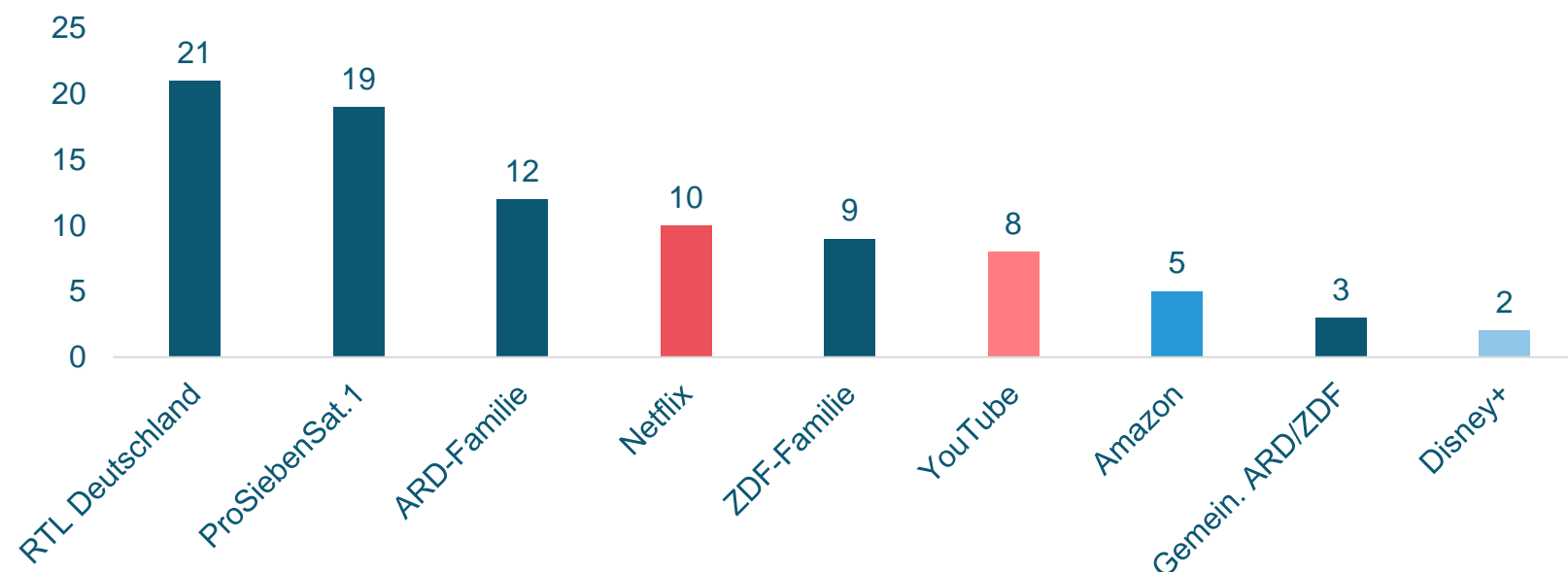
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

MÄRZ 2025: Nutzung Sendergruppen und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

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



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 15345 vom 08.04.2025

Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

VERWEILDauern

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

VERWEILDAUERN IM VERGLEICH

MÄRZ 2025: Nutzung TV-Content gesamt und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)

Ø VERWEILDAUER (MIN.)/TAG

273



85

NETFLIX

48

prime video

89

YouTube

70

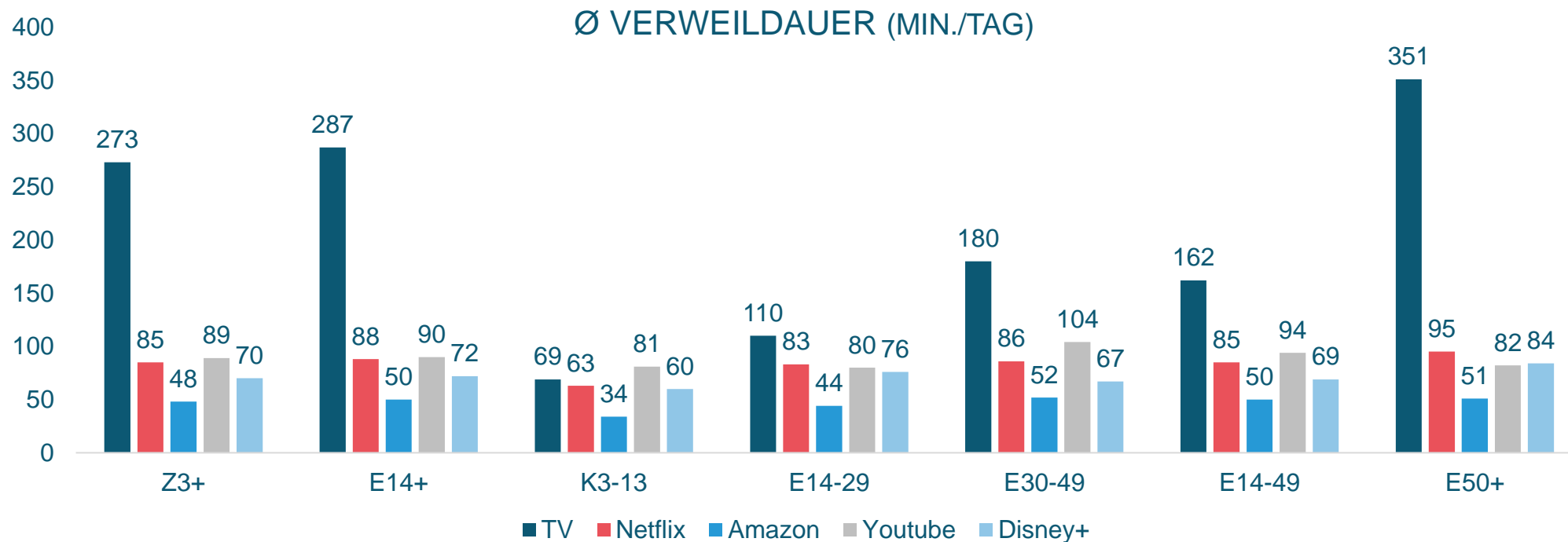
DISNEY+

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 15345 vom 08.04.2025

Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

VERWEILDAUER NACH ZIELGRUPPEN

MÄRZ 2025: Nutzung TV-Content gesamt und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.03.2025-31.03.2025; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 15345 vom 08.04.2025

Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

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. Eine Messung einzelner Serien oder Sendungen sowie eine Bildung von Angebotseinheiten zu Vermarktungszwecken kann anders als bei der aktiven Nielsen-Messung nicht erfolgen.

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 Imputation 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, die durchschnittliche Verweildauer in Minuten am Tag und die täglichen Nettoreichweiten. Berichtet wird über die sieben Zielgruppen: Zuschauer Gesamt, Kinder 3-13, E14+, E14-29, E 30-49, E50+, E14-49, M14+, F14+.

Im Ausweis sind derzeit die Plattformen Netflix, Amazon, YouTube und Disney+.

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 ermöglicht auf Gesamtangebotsebene 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.

4. Berücksichtigung von Nicht-Routerhaushalten

Die angewendete Imputation findet für Panelisten aus Nicht-Routerhaushalten (Rezipienten) ähnliche Panelisten aus Routerhaushalten (Donoren). Daraufhin wird sowohl die Nutzung als auch Nicht-Nutzung der Donoren auf die Rezipienten übertragen. Durch die Bespendung von Panelisten in Nicht-Routerhaushalten wird das gesamte Panel zur Berechnung der Leistungswerte herangezogen werden.

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

AGF Videoforschung GmbH

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