AGF SMART METER

SEPTEMBER 2026: Nutzungsdaten Videoplattformen am Smart TV

Frankfurt, 10. Oktober 2026

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

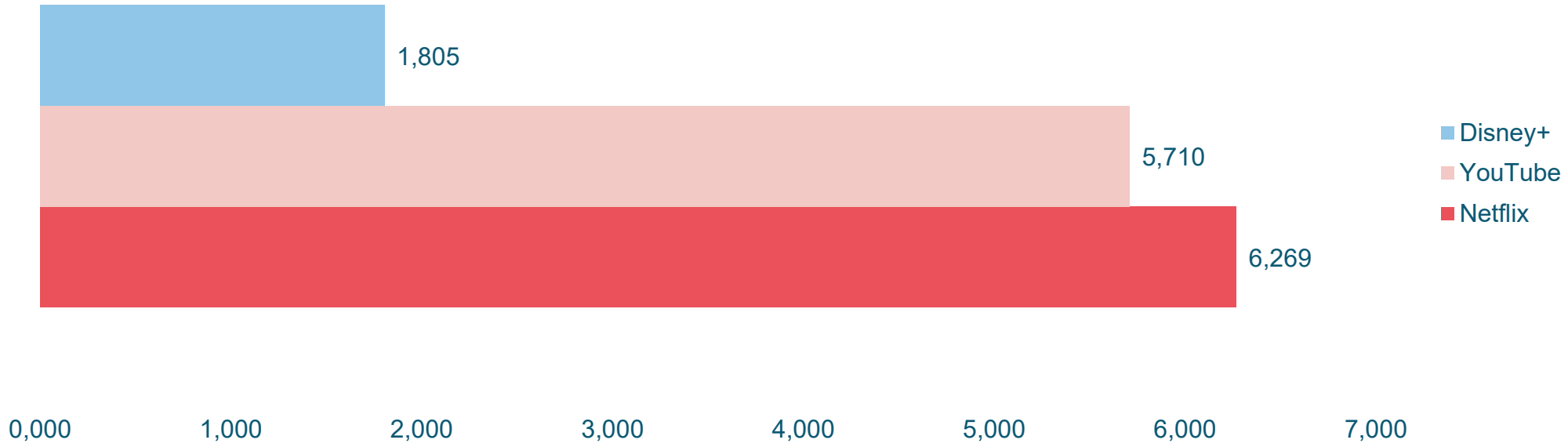
Berichtsmasse Ende September 2026	
Installierte Router:	**4.209**
Berichtende Router (E14+):	**3.863**

NETTOREICHWEITEN

© AGF Videoforschung

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (MIO.)

SEPTEMBER 2026: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)



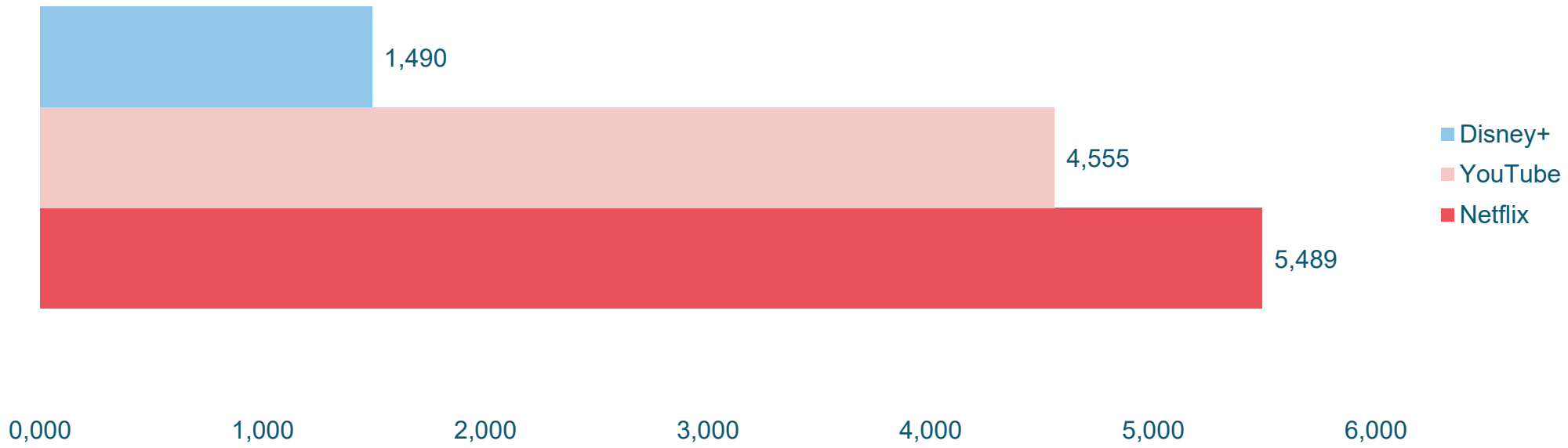
Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen;
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (MIO.)

SEPTEMBER 2026: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)

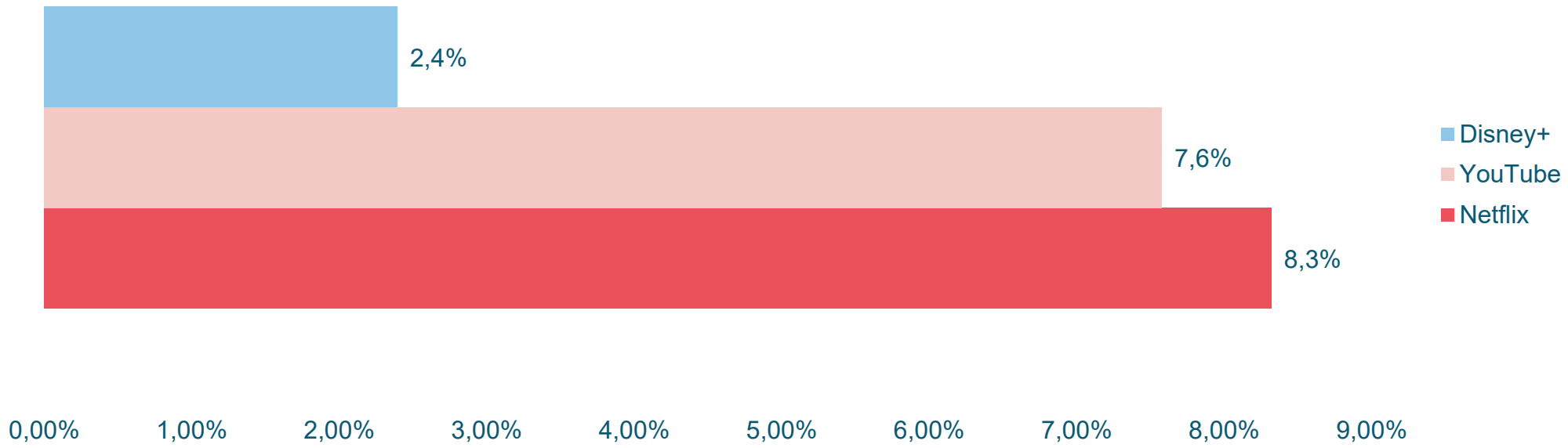


Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen;
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (%)

SEPTEMBER 2026: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)

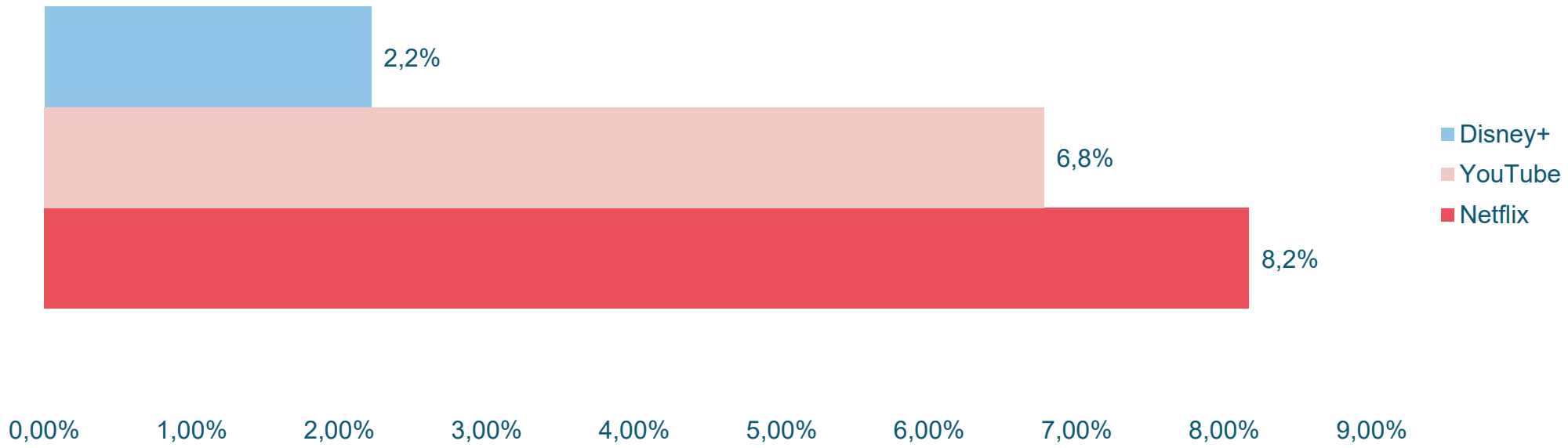


Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen;
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

NETTOREICHWEITEN PLATTFORMEN (%)

SEPTEMBER 2026: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (E14+)



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen;
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

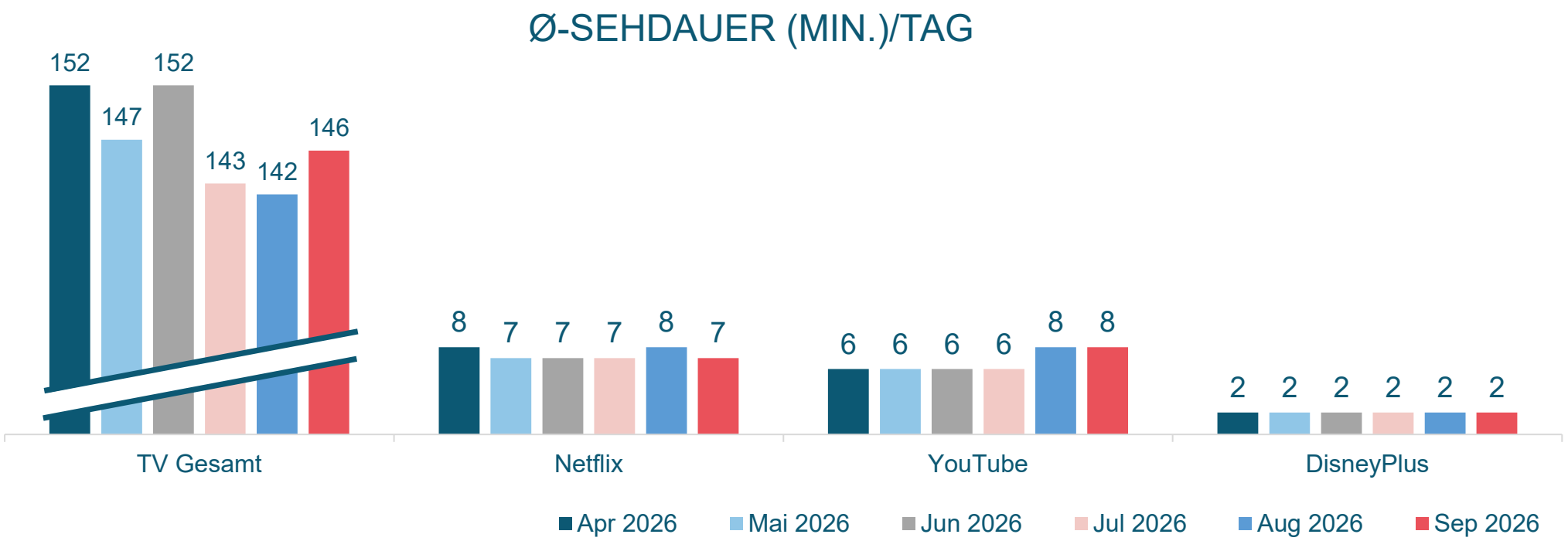
SEHDAUERN

© AGF Videoforschung

ENTWICKLUNG SEHDAUERN

APRIL 2026 - SEPTEMBER 2026

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



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.04.2026-30.09.2026; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 18467 vom 09.10.2026
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

SEHDAUERN PLATTFORMEN NACH ZIELGRUPPEN

SEPTEMBER 2026: Nutzung ausgewählter Plattformen an Smart-TVs

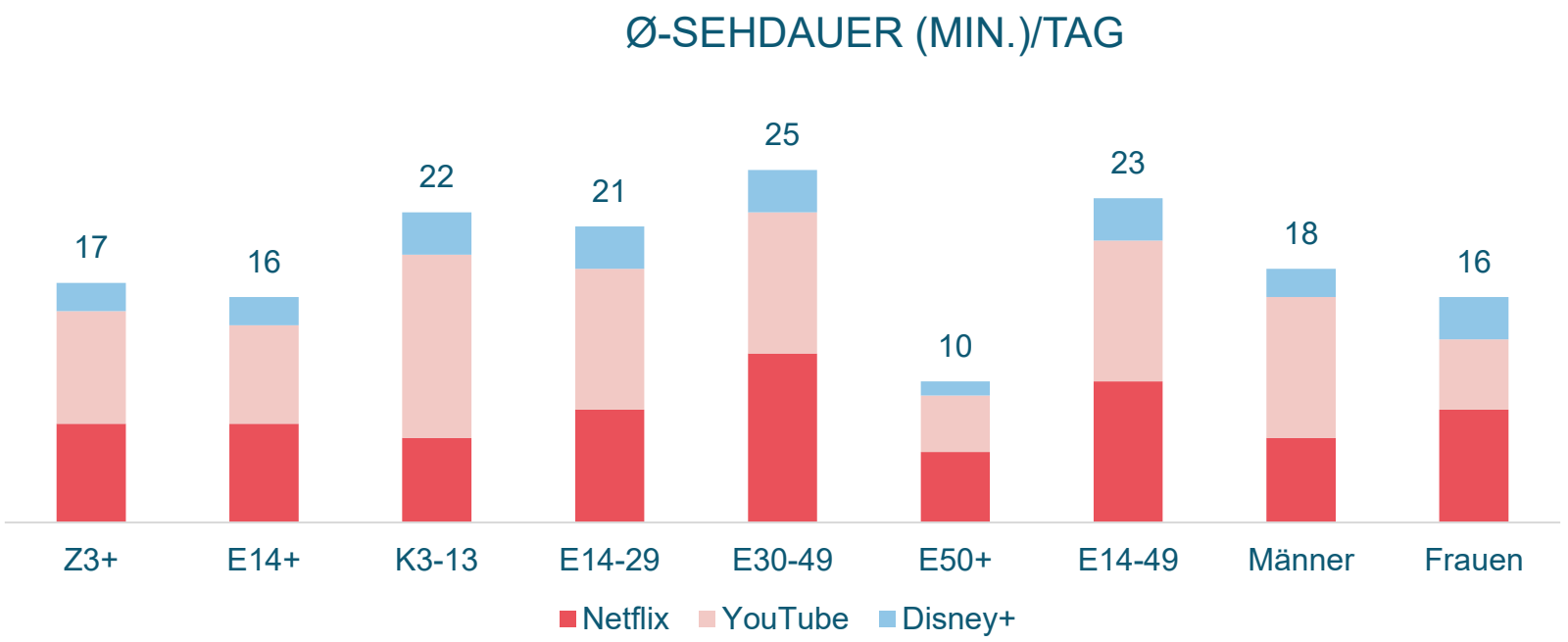
Ø SEHDAUER (MIN.)/TAG

	DIGITALE PLATTFORMEN AN SMART TVS		
	Netflix	YouTube	Disney+
Z 3+	7	8	2
E 14+	7	7	2
K 3-13	6	13	3
E 14-29	8	10	3
E 30-49	12	10	3
E 50+	5	4	1
E 14-49	10	10	3

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026, 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

SEPTEMBER 2026: Nutzung ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

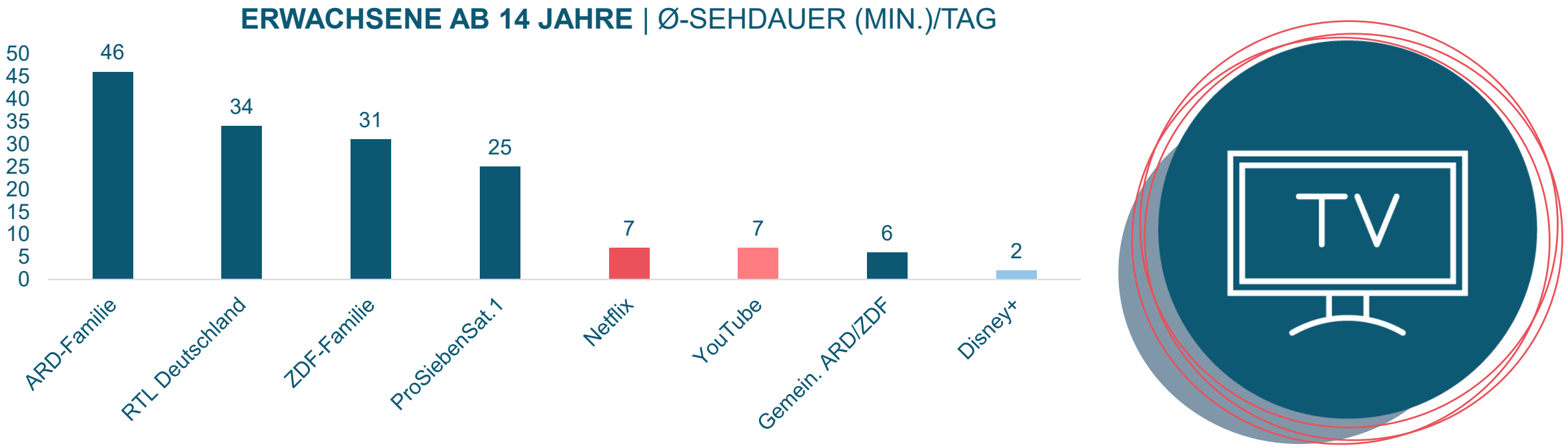


Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026, Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

SEPTEMBER 2026: Nutzung Sendergruppen und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs

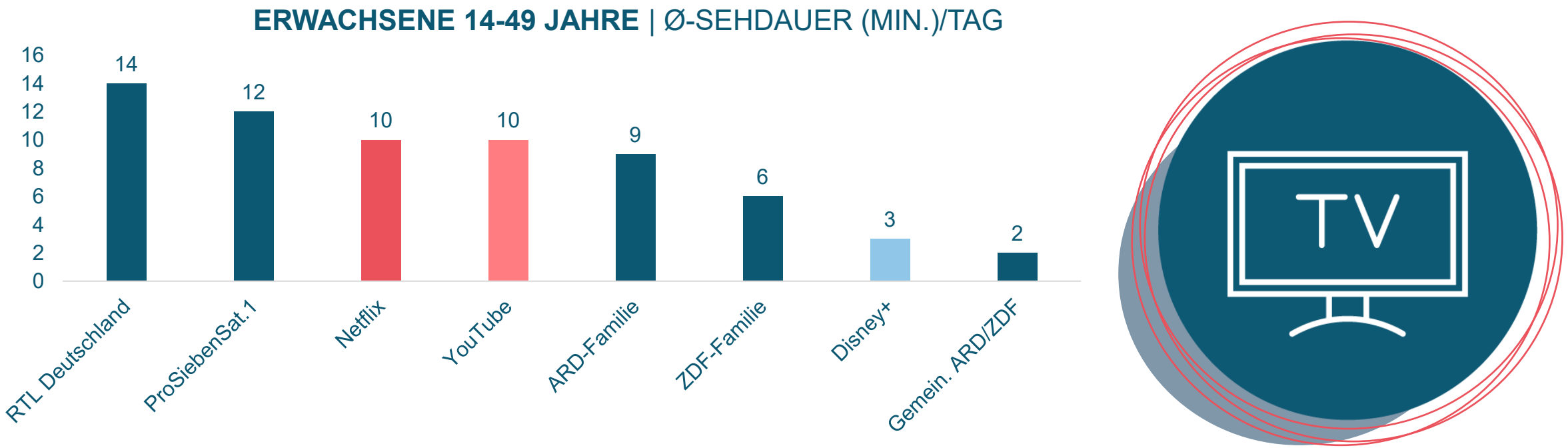


Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 18467 vom 09.10.2026
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

SEHDAUERN SENDERGRUPPEN UND PLATTFORMEN IM VERGLEICH

SEPTEMBER 2026: Nutzung Sendergruppen und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 18467 vom 09.10.2026
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

VERWEILDAUERN

© AGF Videoforschung

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

VERWEILDAUERN IM VERGLEICH

SEPTEMBER 2026: Nutzung TV-Content gesamt und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs (Zuschauer Gesamt)

Ø VERWEILDAUER (MIN.)/TAG

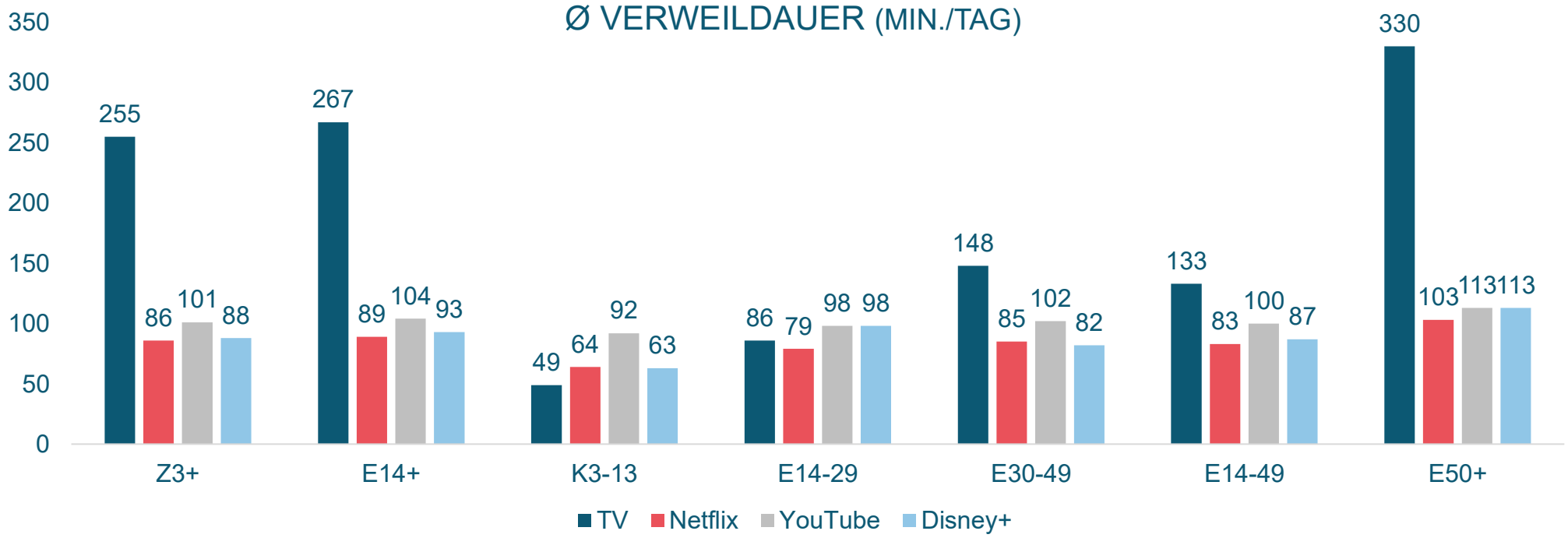
TV	NETFLIX	YouTube	Disney+
255	86	101	88

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 18467 vom 09.10.2026
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

AGF Smart Meter: Nutzung von Bewegtbild

VERWEILDAUER NACH ZIELGRUPPEN

SEPTEMBER 2026: Nutzung TV-Content gesamt und ausgewählter digitaler Plattformen an Smart-TVs



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.16; 01.09.2026-30.09.2026; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 18467 vom 09.10.2026
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen

© AGF Videoforschung

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 AGF Smart Meter Report werden Messdaten ausgewählter Plattformen für die Nutzung am Smart-TV veröffentlicht. 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, 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 ergebenen 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.

Kontakt

www.agf.de

AGF Videoforschung GmbH

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

© AGF Videoforschung