



Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung

Presse-Information

AGF-Forum 2006:

Neue Technologien erfordern neue Antworten - Aktuelle Trends der nationalen und internationalen Fernsehzuschauerforschung

Die Coincidental Checks bestätigen Qualität des Fernsehpanels

Start der AGF-Academy im Frühjahr 2007 – Fortbildungsseminare zur Fernsehzuschauerforschung

Wiesbaden, den 08.11.2006 – Beim heutigen AGF-Forum, zu dem sich rd. 250 Teilnehmer aus Media- und Werbeagenturen, Marktforscher der Sender und Vermarkter trafen, um sich mit aktuellen Themen der Fernsehzuschauerforschung auseinanderzusetzen, standen folgende Fragen im Mittelpunkt:

Wie verändert sich das Zuschauerverhalten in der Zukunft? Wie garantiert die AGF kontinuierlich repräsentative Daten? Was kann die AGF für die Nachwuchsförderung und Fortbildung tun? Eine kurze Zusammenfassung im Überblick:

Neue Technologien erfordern neue Antworten

Die AGF, die bereits seit 2001 die Nutzung digital übertragener Programme durch die GfK Fernsehforschung erfassen lässt und seit dem 01.01.2003 sendergenau zuordnet, wird in Zukunft noch mehr Informationen und Daten über die Fernsehnutzung erheben. Die digitale Nutzung ist in den letzten Jahren kontinuierlich auf einen Anteil von 17 Prozent gestiegen. Den Anforderungen der weiteren Digitalisierung stellt sich die AGF mit einem neuen, äußerst flexiblen Messsystem, das sicherstellt, dass sowohl derzeitige als auch zukünftige Entwicklungen in der Unterhaltungselektronik abgebildet werden können. So wird beispielsweise ab der Einführung der neuen Messtechnik im Jahr 2007 auch in Deutschland die über Personal Video Recorder und DVD-Recorder generierte Nutzung erfasst werden. Die heute bekannteste Form der zeitversetzten Nutzung, die Videorecorder-Nutzung, ist bereits seit vielen Jahren Bestandteil des Messsystems.

Ergebnisse aus den Vereinigten Staaten zeigen, dass Personal Video Recorder bei Weitem nicht den erwarteten Einfluss auf das Fernsehnutzungsverhalten und die Rezeption von Inhalten haben, wie zur Einführung dieser Technologie angenommen wurde.

*Geschäftsstelle • Eschersheimer Landstraße 25-27 • 60322 Frankfurt/Main
Tel 069 - 95 52 60-0 • Fax 069 - 95 52 60-60 • www.agf.de
Deutsche Bank AG • BLZ 500 700 10 • Konto-Nr. 346 66 46*





Die vorgestellten Ergebnisse der nationalen und internationalen Fernsehzuschauerforschung verdeutlichen, dass neue Technologien wie Personal Video Recorder oder DVD-Recorder auch neue Herausforderungen an die Erfassung des Fernsehzuschauerverhaltens stellen, auf die die AGF mit der neuen Messtechnik gut vorbereitet ist.

Coincidental Checks bestätigen die Validität und Reliabilität des AGF-Fernsehpanels

Die AGF führt im Rahmen ihrer Maßnahmen zur Qualitätssicherung regelmäßig den Externen und Internen Coincidental Check durch, was den Nutzern der AGF-Daten repräsentative, valide und reliable Daten garantiert. Die Ergebnisse der in diesem Jahr durchgeführten Coincidental Checks bestätigen die hohe Qualität des Fernsehpanels.

Der **Interne Coincidental Check (ICC)** überprüft das korrekte An- und Abmeldeverhalten der Personen im AGF/GfK Fernsehpanel (=Reliabilität). Die bei rd. 2.700 Panelhaushalten durchgeführte Untersuchung bestätigt den korrekten Umgang der Panelteilnehmer mit dem Messgerät.

Ein Vergleich der über das Messgerät ermittelten Nutzung mit der zeitgleich in einer Telefonbefragung erhobenen Nutzung ergab eine Übereinstimmung von 90,2% für Personen ab 14 Jahren. 50,8% der Panelteilnehmer sind am Messgerät angemeldet und geben dies auch im Interview an. 39,4% waren nicht am Messgerät angemeldet und gaben auch keine Nutzung im Interview an. Geht man davon aus, dass sich die Nichtübereinstimmungen (Gemessene Nutzung, aber in der Telefonbefragung wurde keine Nutzung angegeben und umgekehrt.) ausgleichen, beträgt die saldierte Koinzidenz 97,4%.

Tendenziell liegt die erfragte Nutzung über der gemessenen Nutzung. Für die untersuchten Zielgruppen Alter, Geschlecht und Bildung ist die Übereinstimmung zwischen gemessener und erfragter Nutzung durchgängig auf hohem Niveau.

Während der Interne Coincidental Check der Reliabilitätskontrolle dient, wird zur Beurteilung der Validität, also der Gültigkeit der vom AGF/GfK-System gemessenen Reichweiten, der **Externe Coincidental Check (ECC)** durchgeführt. Dabei werden von einem externen Institut in einer vom Fernsehpanel unabhängigen Stichprobe Nutzungsreichweiten erhoben, die den Paneldaten gegenübergestellt werden. TNS EMNID hat im Auftrag der AGF in einer externen Telefonbefragung Reichweiten für eine getrennte Stichprobe ermittelt. Diese per Telefon ermittelten Reichweiten werden der im AGF/GfK Fernsehpanel gemessenen Nutzung gegenübergestellt.

Basis der Untersuchung ist eine Zufallsstichprobe von rd. 8.100 deutschen und EU-ausländischen TV-Haushalten. In der Untersuchung wurde die Fernsehnutzung von über



20.000 Personen erhoben. Zu vordefinierten Zeitpunkten in der Zeit von 18:25 – 20:40 Uhr wurden die am Telefon erreichten Personen über ihr eigenes Fernsehverhalten und das der anderen Haushaltsmitglieder befragt. Die Nutzung im ersten Anlauf nicht erreichter Haushalte wurde durch Nachbefragungen ergänzt.

Auf der Ebene Reichweite für Personen ab 3 Jahre liegt die im Externen Coincidental Check erfragte Reichweite mit 36,9% über den im AGF/GfK Fernsehpanel gemessenen Reichweite von 35,9%. Diese Tendenz bestätigt sich für alle Messzeitpunkte und Wochentage.

Start der AGF-Academy im Frühjahr 2007

Ab dem Frühjahr 2007 bietet die AGF Seminare zur Fortbildung im Bereich der Fernsehzuschauerforschung an. Ziel ist die Vermittlung von praxisnahem Wissen zur Fernsehzuschauerforschung anhand von Anwendungsbeispielen aus dem Alltag der Sender, Agenturen, Vermarkter und Werbungtreibenden durch Praktiker aus den verschiedenen Anwenderkreisen.

Geplant ist ein **Basisseminar** zur Fernsehzuschauerforschung, das einen Überblick über den Aufbau des AGF/GfK Fernsehpanels und die Grundzüge der Messung der Fernsehnutzung sowie die wichtigsten Kenngrößen der Fernsehzuschauerforschung und ihre Abgrenzung zu Nutzungsindikatoren anderer Mediengattungen gibt. In einem **Aufbauseminar Methode** wird auf gesonderte methodische Fragestellungen wie z.B. Gewichtung & Hochrechnung oder Details der Strukturerhebung eingegangen. Ein **Aufbauseminar AGF-Software** zu der exklusiv für die AGF entwickelten Software von DAP Systems und GfK Fernsehforschung erklärt anhand von Praxisbeispielen die Anwendungsmöglichkeiten der AGF-Software in der Media- und Programmplanung und Interpretation von Auswertungsergebnissen.

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung ist seit 1988 der Auftraggeber der kontinuierlichen Fernsehforschung in Deutschland, die mit dem Panel der GfK Fernsehforschung durchgeführt wird. Neben den Auftraggebern ARD, ProSiebenSat.1 Media AG, RTL und ZDF wirken Lizenzsender, Werbungtreibende und die Werbeagenturen aktiv an der Gestaltung der Fernsehforschung in der Arbeitsgemeinschaft mit. Die in der AGF zusammengeschlossenen Sender haben inzwischen mehr als 100 Mio. Euro in die Durchführung und Weiterentwicklung des Systems der Fernsehzuschauerforschung in Deutschland investiert. Auch zukünftig wird die AGF mit einem jährlichen Investitionsvolumen von rd. 20 Mio. Euro Zuschauerforschung auf höchstem Niveau garantieren.

Kontakt

Anke Weber (Leiterin AGF-Geschäftsstelle)
Tel. 069 - 95 52 60 0, Fax: 069 - 95 52 60 60
Email: info@agf.de, www.agf.de