

PRESSEMITTEILUNG

AGF Forum 2008 – „Alles wird Fernsehen“

Wiesbaden, den 29.09.2008. Die AGF feiert beim heutigen AGF-Forum ihr 20-jähriges Bestehen und stellt vor den rd. 250 Teilnehmern von Sendern, Agenturen und Werbungtreibenden fest „Alles wird Fernsehen“. Vorträge verschiedener Referenten belegen – die Bedeutung des Mediums Fernsehen ist ungebrochen. Neue Technologien und Nutzungsmuster stellen die Fernsehforschung vor große Herausforderungen. Die AGF trägt dem mit der für den 1. Juli 2009 geplanten Währungsumstellung Rechnung. In deren Zuge wird sie ein neues Auswertungssystem einführen und das Planungssystem tv-control ab Januar 2009 in das AGF-Werbekundenabonnement 2009 aufnehmen, dessen Preise stabil bleiben.

TV bleibt das Massenmedium Nummer eins

Auch in Zeiten der Medienkonvergenz ist und bleibt Fernsehen das Massenmedium Nummer eins. „Das Thema Fernsehen ist beim Konsumenten bezüglich der Anschaffung eines Fernsehgerätes in seine allgemeine Ausstattung mit Unterhaltungselektronik dominant eingebunden. In der Anschaffung von neuen Produkten aus der Welt der Unterhaltungselektronik tendiert er vor allem zu innovativen Technologien. Der Markt für Unterhaltungselektronik ist inzwischen digital, Produkte und Anwendungsnutzen konvergieren zunehmend. Der Nutzen der Innovation muss dem Konsumenten allerdings verständlich sein, neue Nutzungs- und Anwendungsmöglichkeiten müssen den Konsumenten vermittelt werden“, erklärt Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics GfK Marketing Services beim heutigen AGF-Forum. Die AGF hat dies auch bei der Entwicklung des neuen Messsystems berücksichtigt: Erfassung neuer Technologien auf der einen Seite, einfache Bedienbarkeit des Messsystems für das Panelmitglied auf der anderen Seite.

„Die AGF steht vor der Herausforderung, die verschiedenen Formen der Bewegtbildnutzung in ihrem System abzubilden. Hierfür sind wir gut gerüstet“, erklärt Martin Berthoud der Vorstandsvorsitzende der AGF zuversichtlich. „Mit dem nun in das Fernsehpanel kommenden neuem Messsystem TC score werden wir neben den bereits erfassten Nutzung der analogen als auch digitalen Nutzung der klassischen Verbreitungswege Kabel, Terrestrik und Satellit und des Videorecorders nun neu die Nutzung von digitalen Aufzeichnungsgeräten integrieren. Zum Thema Nutzung von Bewegtbild im Internet befinden wir uns in Gesprächen mit der AGOF mit dem Ziel eine einheitliche Messmethode zu verwenden, im Bereich DVB-H-Messung haben wir bereits einen erfolgreichen Test durchgeführt“, ergänzt Florian Ruckert, stellvertretender Vorsitzender des AGF-Vorstandes. „Die AGF wird alles daran setzen, dass diese neuen Nutzungsformen dem Markt ab 1. Juli 2009 in geeigneten Softwaresystemen zur Verfügung stehen. Dieses hat oberste Priorität“, so Ruckert, „derer sich auch unsere Dienstleister bewusst sind. Aufgrund von

Entwicklungsproblemen bei einem unserer Dienstleister können wir beides leider nicht wie ursprünglich angekündigt bereits ab Anfang 2009 dem Markt zur Verfügung stellen.“

Neue Auswertungssoftware der AGF

Die AGF wird dem Markt im Laufe des Jahres 2009 eine neue Auswertungssoftware zur Verfügung stellen. Diese wird von DAP GmbH Frankfurt exklusiv für die AGF entwickelt. „Wir läuten damit eine neue Generation der AGF-Software ein und stellen dem Markt **ein** einheitliches Auswertungssystem zur Analyse von AGF-Daten zur Verfügung. Der Betrieb zweier Software-Produkte unter AGF-Dach wird dann eingestellt werden“, so Karin Hollerbach-Zenz. Sprecherin der Technischen Kommission. Die neue Software wird es ermöglichen, die Features der neuen Messtechnik abzubilden, sodass die zeitversetzte Nutzung in die Leistungswerte integriert werden kann. Außerdem wird ein neuer Sendestamm verfügbar sein, mit dem Split Screens und andere parallele Ereignisse auf dem Bildschirm analysiert werden können. Ab 1. Januar 2009 wird die AGF allen interessierten Anwendern die Möglichkeit einräumen, am Betatest der neuen Software teilzunehmen, sodass ein Umstieg auf das neue Währungssystem zum 1. Juli 2009 erfolgen kann.

AGF-Werbekundenabonnement 2009 – Preise stabil, erstmals mit tv-control

Die AGF hält die Preise für das AGF-Werbekundenabonnement 2009 stabil. Zukünftig werden alle Lizenzformen das Internet-Update beinhalten. Der Preis für die Basislizenz (Standardberichte via AGF-Website, Planungssoftware Plan-TV) beträgt 4.800 €, die PIN-Daten-Lizenz (inkl. AGF-Software) kostet 19.200 €.

Ab dem 1. Januar 2009 wird das bestehende tv-control im Rahmen des Werbekundenabonnements der AGF angeboten. Die Konditionen sind gegenüber diesem Jahr unverändert (Lizenz 4.100 €). Damit gehen die AGF-Gesellschafter einen wichtigen Schritt zur Vereinheitlichung der Auswertungssysteme für AGF-Daten. tv-control ist eine von DAP GmbH entwickelte Software zur Planung und Kontrolle von Werbekampagnen.

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, Mediengruppe RTL Deutschland 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
E-Mail: Info@agf.de
www.agf.de