

# PRESSEMITTEILUNG

## AGF trägt Marktentwicklungen Rechnung und bildet Plattformzugang im AGF-Fernsehpanel ab

**Frankfurt am Main, 30.03.2011 – Die AGF hat die Abbildung von Pay-TV im Fernsehpanel verfeinert und ermöglicht dadurch die Darstellung von repräsentativen Leistungswerten auch für Pay-TV Sender. Sky veröffentlicht ab 01.04.2011 als erster Lizenznehmer aus dem Bereich der Pay-TV-Sender AGF-Daten.**

Der Fernsehmarkt entwickelt sich kontinuierlich weiter. Zunehmend empfangen Zuschauer Programme über bezahlpflichtige Zusatzangebote von Plattformbetreibern, Kabel- und Telekommunikationsunternehmen. Dem folgend hat die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) gemeinsam mit der GfK-Fernsehforschung die Voraussetzung zur repräsentativen Abbildung der Fernsehnutzung von Programmen über bezahlpflichtige Zusatzangebote von Plattformbetreibern, Kabel- und Telekommunikationsunternehmen im AGF/GfK-Fernsehpanel geschaffen.

Bezogen auf die Grundgesamtheit des AGF/GfK-Fernsehpanels (Privathaushalte in Deutschland mit einem EU-Haushaltsvorstand) haben Anfang 2011 rd. 2,81 Mio. Fernsehhaushalte (= 7,8%) Zugang zu Plattformangeboten, wobei der Empfang von digitalen Free-TV Sendern im Kabel dabei nicht als Plattformzugang zählt. Hiervon entfallen zum Stichtag 01.03.2011 2,02 Mio. bundesdeutsche Privathaushalte (=5,6%) auf die Sky-Plattform und 1,61 Mio. Haushalte (= 4,5%) auf sonstige Plattformen, d.h. es bestehen Überschneidungen, da einige Haushalte Pay-Angebote von mehr als einem Plattformanbieter beziehen.

Als Voraussetzung zur repräsentativen Abbildung von Pay-TV Plattformen im AGF/GfK-Fernsehpanel war eine zusätzliche Studie als Außenvorgabe erforderlich. Im Rahmen einer aufwändig angelegten, von TNS Infratest im Jahr 2010 durchgeführten Studie mit rd. 5.000 Interviews wurde der Zugang von Fernsehzuschauern zu bezahlpflichtigen TV-Zusatzangeboten mittels einer Begehung im Haushalt überprüft. Im Rahmen dieser Studie wurde der tatsächliche Empfang von bezahlpflichtigen Sendern verschiedener Anbieter im Haushalt verifiziert.

Die in der Plattformstudie ermittelten Eckwerte sind seit 01.01.2011 neben anderen wichtigen soziodemographischen Merkmalen der Media-Analyse der ag.ma die Außenvorgaben für das AGF/GfK-Fernsehpanel und werden im Rahmen einer halbjährlichen Wiederholung

der Plattformstudie regelmäßig aktualisiert. Damit wird die Dynamik des Plattformmarktes kontinuierlich abgebildet.

Neben der Abbildung der Gästennutzung und der zeitversetzten Nutzung in den AGF-Daten seit Mitte 2009 hat die AGF mit der Einführung des Indikators „Plattformzugang“ eine weitere Voraussetzung geschaffen, um tagtäglich das Fernsehnutzungsverhalten in Deutschland so umfassend wie möglich zu dokumentieren.

„Wir freuen uns, dass es uns damit gelungen ist, mit Sky einen weiteren wichtigen Marktpartner für das AGF-System zu gewinnen“, so Martin Berthoud, Vorstandsvorsitzender der AGF. „Wir sind zuversichtlich, dass wir mit attraktiven Lizenzangeboten auch weiteren neuen Lizenznehmern einen marktangemessenen Zugang zu unserem System bieten können“, so Berthoud weiter.

*Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung ist seit 1988 der Auftraggeber der kontinuierlichen Fernsehforschung in Deutschland. 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 mehr als 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](mailto:Info@agf.de) | [www.agf.de](http://www.agf.de)