

# PRESSEMITTEILUNG

## Multi-Plattformmessung durch die AGF

**Frankfurt am Main, 29.09.2011 – Die AGF stellt beim heutigen AGF-Forum ihre Pläne zur Multi-Plattformmessung vor.**

„Wir haben uns für das nächste Jahr viel vorgenommen und entwickeln das Konzept „Follow the Content“ konsequent weiter“, so Martin Berthoud, Vorstandsvorsitzender der AGF. „Mit den Projekten IPTV und Bewegtbildmessung im Internet, d.h. der zeitgenauen Erfassung der Nutzung von Bewegtbildinhalten, werden wir gemeinsam mit den Marktpartnern in der AGF in diesem Sinne entscheidende Schritte in Richtung Stabilität und Ausbau der AGF-Währung schaffen“, so Berthoud weiter. „Der Markt erwartet konsensfähige Definitionen, die vergleichbare Standards der Leistungsbewertung von TV und Online bieten und eine Differenzierung nach Werbeformen und Verbreitungswegen ermöglicht“, erklärt Monika Baldauf, Vertreterin der OMG im Vorstand der AGF, in ihrer Keynote.

Die Differenzierung der Nutzungsmöglichkeiten von TV-Inhalten schreitet weiter voran. Ob Pay-TV, IPTV oder Bewegtbild im Internet: Überall kann „regulärer“ TV-Content genutzt werden. So nehmen insbesondere auch kostenpflichtige Angebote zu, sei es von den klassischen Pay-TV-Anbietern als auch kostenpflichtige Zusatzangebote der Kabelnetzbetreiber oder der Telekommunikationsunternehmen.

Die AGF trägt diesen vielfältigen Entwicklungen auf verschiedenen Ebenen Rechnung:

Zum Einen hat sie die methodische Voraussetzung für die repräsentative Abbildung des Segments bezahlpflichtiger Zusatzangebote auf diesen Plattformen geschaffen. Basis ist eine repräsentative Studie zur exakten Ermittlung des Potenzials von TV-Haushalten mit Zugang zu Pay-TV-Plattformen in Deutschland. Durch diese Erhebung, die im Auftrag der AGF von TNS Infratest erstmals im Herbst 2010 durchgeführt wurde, kann das Segment „Plattformzugang“ im AGF-System repräsentativ abgebildet werden.

Anhand des Indikators „Haushalt mit Plattformzugang“ ist die AGF mit Unterstützung der GfK Fernsehforschung in der Lage, diese Haushalte korrekt auszusteuern und die Nutzung der in ihnen lebenden Personen auszuwerten. Erste Analysen zeigen, dass Personen in Plattform-Haushalten etwas jünger als der Durchschnitt in allen TV-Haushalten sind und etwas mehr fernsehen.

Karl-Heinz Hofstätter, Leiter der AG Methode der AGF, dazu: „Aufgrund des spezifischen Angebots in diesen Haushalten, die etwa 8 Prozent der Grundgesamtheit ausmachen, werden Plattformsender überdurchschnittlich gesehen. Ansonsten gibt es aber keine gravierenden Nutzungsunterschiede. Auch in den Plattform-Haushalten sind, neben den Plattform-sendern, die großen privaten und öffentlich-rechtlichen Sender die meistgenutzten Programme.“

Zum Anderen arbeitet die AGF mit Hochdruck an der Entwicklung von Messmethoden zur Erfassung von IPTV-Nutzung. Die AGF setzt dabei auf ergänzende Messverfahren zu der heute eingesetzten Messtechnik TC score wie beispielsweise Audiomatching. Beim Audiomatching findet ein Abgleich des Audiosignals des im Haushalt genutzten Senders mit einem in einer Zentrale erfassten Referenzsender statt. Die hierzu von verschiedenen Anbietern verfügbaren Technologien lassen sich ohne Eingriffe in die im Haushalt vorhandene Fernsehtechnik einsetzen. „Damit gehen wir einen weiteren wichtigen Schritt in der Ergänzung der aktuellen Messung linearer TV-Angebote“, so Karin Hollerbach-Zenz, stellvertretende Vorsitzende des AGF-Vorstands.

Neben der Vervollständigung der Abbildung linearer TV-Angebote steht die Messung von Bewegtbildangeboten im Internet auf der Agenda der AGF ganz oben. Auch hier prüft die AGF verschiedene methodische und messtechnische Ansätze. „Unser Ziel ist die Schaffung einer Single Source-Währung für lineare und nicht-lineare TV-Angebote. Diese muss zeitbasiert sein und die Nutzung auf verschiedenen Endgeräten beinhalten, wobei gleichzeitig der Beitrag der verschiedenen Geräteplattformen identifizierbar bleibt.“ so Robert Schäffner, Leiter der AG Streaming der AGF. Die AGF bewegt sich auf dieses Ziel durch eine Reihe verschiedener Einzelmaßnahmen zu. Sie prüft die Verwendungsmöglichkeit verschiedener externer Panels als Datenquelle für nicht-lineares Fernsehen und führt umfangreiche Tests von Messverfahren wie bspw. des Verfahrens des Player-Taggings durch. Bei diesem wird durch eine in den vom Anbieter in den Player integrierte Software die Nutzung der Inhalte erfasst.

Außer diesen Großprojekten steht bei der AGF „business as usual“ auf dem Plan 2012. Die Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung zum 30.04.2012 ist dabei sicherlich ein Meilenstein. „Wir und unser Dienstleister GfK sind hierauf gut vorbereitet“, so Dr. Bernhard Engel, stv. Sprecher der Technischen Kommission der AGF, „und werden auch nach dem 30.04.2012 in bewährter hoher Qualität den Fernsehmarkt in Deutschland abbilden.“ Nach einer Sonderuntersuchung innerhalb des Fernsehpanels sind die Haushalte im Panel über die Abschaltung sehr gut informiert. Rund drei Viertel der analogen Satellitenhaushalte planen eine Umstellung auf den digitalen Satellitenempfang. Die Vorarbeiten für einen reibungslosen Übergang der veränderten technischen Ausstattung der Haushalte sind geleistet.

*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, Werbungtreiben-*

*de 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)