

PRESSEMITTEILUNG

AGF stellt Weichen für die Zukunft

Frankfurt am Main, 14.11.2012 – Auf dem diesjährigen AGF-Forum gibt die AGF eine Übersicht über die aktuellen Projekte und informiert über den Sachstand zur Messung von Video Streaming...

Die wichtigste Aufgabe der AGF als Währungslieferant besteht darin, für den Markt kontinuierlich die Fernsehnutzung über alle Verbreitungswege vollumfänglich abzubilden. Im Jahr 2012 hat die AGF daher verschiedenste Projekte auf den Weg gebracht, um ihrem Forschungsauftrag gerecht zu werden. Im klassischen TV-Bereich konnte die AGF mit der Einführung einer ergänzenden *Audiomatching*-Messtechnologie im Fernsehforschungspanel Messlücken erfolgreich schließen. „Die neue Messtechnologie ermöglicht es, auch mit komplexer Fernsehempfangstechnik ausgestattete Haushalte ohne Substitution abzudecken und die Fernsehnutzung der Haushalte Provider-unabhängig darzustellen“, so Karl-Heinz Hofsummer, Leiter der AG Methode.

Zentraler Bestandteil dieser neuen Messtechnologie ist das stationäre Messgerät UMX der GfK SE, das neben TC score die Palette der stationären Messgeräte im AGF-Fernsehpanel erweitert. UMX wurde im Sommer diesen Jahres eingeführt und gleicht das Audiomuster aus einem Haushalt mit dem von Referenzsendern ab. Stimmen die Audiomuster überein, wird dem Sender Nutzung zugewiesen. Das neue Messverfahren ermöglicht die Messung weiterer Verbreitungswege wie IPTV.

Für den Ausweis der Empfangsebene IPTV ist die Einführung von Audiomatching zwingend notwendig gewesen. Die Verbreitung von IPTV ist nicht mehr tunerbasiert, sondern erfolgt durch das Streamen von mpeg-Files. „IPTV ist ein weiteres Mosaiksteinchen, das die Nutzungsmöglichkeiten von Bewegtbild weiter vorantreibt“, so Karin Hollerbach-Zenz, stellvertretende Vorsitzende des AGF-Vorstands, und weiter: „Mit der Messung des neuen Techniksegments IPTV geht die AGF der fortschreitenden Differenzierung im TV-Markt nach und bildet diesen in ihrem Gesamtsystem ab“. Im Januar 2013 wird die Anzahl der IPTV-Haushalte nach Vorgabe der ma-Radio auf 1,55 Millionen steigen.

Erste Daten bestätigen, dass IPTV-Kunden einen Mehrwert zum klassischen linearen Fernsehen erwarten und diesen auch erhalten: „Bei den IPTV-Haushalten spielt, anders als im Gesamtmarkt, die zeitversetzte Nutzung eine erheblich bedeutendere Rolle - rund 4,2% der gesamten TV-Nutzung wird zeitverzögert am selben Tag bzw. zeitversetzt in den darauffolgenden drei Tagen genutzt“, so Matthias Wagner, Sprecher der Technischen Kommission. Bislang erzielen Personen in IPTV-Haushalten durchweg hohe Sehdauern - bei den Zuschauern ab 3 Jahren sind es täglich rund 212 Minuten. Damit ist die Sehdauer bei IPTV höher als beispielsweise in den Empfangsebenen Satellit und DVB-T.

Die Weichen für die Fortführung des bestehenden Währungssystems werden derzeit in Kooperation mit dem langjährigen Vertragspartner GfK gestellt. Ein neuer Vertrag zwischen AGF und GfK SE, der auf dem Status Quo aufsetzt und die Qualität des Fernsehforschungspanels sowie den Einsatz von Audiomatching berücksichtigt, steht kurz vor der Unterzeichnung.

Der Forschungsauftrag der AGF hat sich durch die verschiedenen Nutzungsoptionen von Bewegtbild-Content erweitert. Im nächsten Jahr wird die AGF dem, gemäß ihres Mottos „Follow the Content“, Rechnung tragen und das Segment *Video Streaming* messen und Nutzungsdaten in den AGF-Auswertungssystemen zur Verfügung stellen. „Durch die Digitalisierung des Fernsehens, zusätzliche Verbreitungsplattformen und die Möglichkeit, zeitaunom bewegte Bilder im Netz zu nutzen, ergeben sich neue Möglichkeiten für den Nutzer, die weit über die des klassischen Fernseh-Broadcastmodells hinausgehen. Der nächste Schritt ist nun, einheitliche Standards zur Leistungsbewertung von TV und Online-Bewegtbild auszuweisen“, so Martin Berthoud, Vorstandsvorsitzender der AGF.

Um sich auf das Thema *Bewegtbildmessung* vorzubereiten, hat die AGF ein Projekt initiiert, das erste Erkenntnisse über die Nutzung von Bewegtbildinhalten am PC liefert. „Mit dem Einsatz des USX-Sticks im Fernsehforschungspanel konnten bereits wichtige Hinweise für eine Fusion zwischen Daten aus einem Online- und dem Fernsehforschungspanel gewonnen werden - insbesondere in Bezug auf Analyseregeln und Konventionen“, so Dr. Bernhard Engel, stellvertretender Sprecher der Technischen Kommission.

Darüber hinaus hat die AGF in den vergangenen eineinhalb Jahren intensive Tests durchgeführt, um sicherzustellen, dass sowohl Messtechnik als auch Methodik zur Abbildung von Video Streaming den Anforderungen eines Währungssystems entsprechen. Robert Schäffner, Leiter der AG Streaming, hierzu: „Die Messung von Video Streaming muss möglichst den gleichen Konventionen und Qualitätsstandards wie denen des AGF-Währungssystems für TV folgen“. Ein wichtiges Kennzeichen des non-linearen Fernsehens ist die zielgruppenspezifische Adressierung von Werbung im Umfeld des genutzten Contents. Die Herausforderung in der Messmethodik besteht darin, genutztes Programm und Werbung eindeutig zu identifizieren und einer Person zuzuordnen. Es ist geplant, im Frühjahr 2013 in eine Testphase einzusteigen und Mess- und Datentiefe sukzessive zu erweitern. Über die klassischen Fernsehsender hinaus können zukünftig auch Anbieter von Bewegtbildinhalten im Internet, inklusive Anbietern von Livestream, am AGF-Währungssystem partizipieren.

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 jährli-

chen 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 | www.agf.de