

PRESSEMITTEILUNG

AGF startet die Messung der Video Streaming-Nutzung

Frankfurt am Main, 01.10.2013 – Auf dem diesjährigen AGF-Forum informiert die AGF zum Start der Video Streaming-Messung und feiert ihr 25-jähriges Bestehen mit über 250 interessierten Gästen aus der Medienbranche.

Neben einem Rückblick auf 25 Jahre AGF und einen Ausblick über die Entwicklungen im Bewegtbildmarkt im In- und Ausland, steht im Mittelpunkt des heutigen AGF-Forums der Start der Messung der Video Streaming-Nutzung.

Das Projekt ist in einem langen Prozess unter Einbeziehung der in der AGF vertretenen Werbungtreibenden und Agenturen auf den Weg gebracht worden. Zielsetzung ist die konsequente Weiterentwicklung des AGF-Ansatzes der Bewegtbilderfassung „Follow the Content & Ad“, d.h. der Messung von Bewegtbildinhalten nicht nur über klassische Empfangswege und –geräte, sondern auch über IP-basierte Dienste und Computer. In einem von Nielsen betriebenen Online-Panel mit rd. 25.000 Panelisten wird die Nutzung von Video Streaming im Auftrag der AGF erhoben. Das Projekt ist darauf ausgelegt, Instream-Angebote – unabhängig davon, ob es sich um das eines Fernsehsenders oder eines reinen Online-Anbieters handelt – abzubilden. D.h. es umfasst die Nutzung von Mediatheken ebenso wie die der Angebote eines Web-TV-Senders oder eines Bewegtbildangebots auf einer klassischen Internetseite. Zur Vorbereitung haben in den letzten Monaten eine Reihe von Vorarbeiten stattgefunden wie bspw.:

- Anpassung des Nielsen-Online-Panels an die Außenvorgaben der Media Analyse
- Tests zur technischen Implementierung der Messsoftware in die Player
- Sicherstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen zur Einhaltung des Datenschutzes
- Vorbereitung der Verarbeitung der Nielsen-Daten in den Datenproduktions- und Auswertungssystemen der AGF.

Weitere methodische und technische Angleichungen laufen auf Hochtouren. So finden derzeit Anpassungen der Datenaufbereitungsprozesse durch GfK Fernsehforschung, Nürnberg und Weiterentwicklungen der AGF-Auswertungssysteme durch DAP GmbH, Frankfurt statt.

Im Fokus des Projekts steht die Erfassung und der Ausweis zeitbezogener Leistungsindikatoren für Online-Bewegtbildinhalte und –werbung nach den im bestehenden AGF-System vergleichbaren Standards. Beides – die Erfassung der Nutzung von Inhalt und Werbung – sind wichtige Vorausset-

zungen für Programm- und Mediaplanung, d.h. sowohl für Expost- als auch Exante-Analysen. Dies werden die Auswertungssysteme der AGF entsprechend berücksichtigen.

Der Ausweis der Daten erfolgt nach einem Stufenplan. Im ersten Schritt werden noch in diesem Jahr regelmäßig Hitlisten der an dem Projekt teilnehmenden Anbieter auf Basis der Zensus-Messung zur Verfügung stehen. Der Granularitätsgrad der dem Markt zur Verfügung gestellten Daten wird mit zunehmenden Projektfortschritt sukzessive ausgebaut. Im Laufe des ersten Quartals 2014 werden erstmals Daten aus Zensusmessung und Nutzungserfassung im Online-Panel auf Monatsbasis bereit gestellt. D.h. die Daten der Zensusmessung werden um Strukturen aus dem Online-Panel ergänzt. Neben der sukzessiven Integration der Daten in die AGF-Auswertungssysteme wird im Jahr 2014 die Zusammenführung der Daten aus dem Online-Panel mit Daten aus dem Fernsehforschungspanel vorbereitet, sodass erstmals 2015 fusionierte Nutzungsdaten vorliegen werden.

„Wir haben mit diesem Projekt einen Meilenstein in der Bewegtbildforschung auf den Weg gebracht“, so Karin Hollerbach-Zenz, die neue Vorstandsvorsitzende der AGF. „Es steht für uns außer Frage, dass wir auch in diesem Projekt in enger Abstimmung mit allen Marktpartnern unseren Beitrag zu einer gemeinsamen Währung leisten werden, die die aus der TV-Welt gewohnten hohen Qualitätsstandards erfüllt“, so Karin Hollerbach-Zenz weiter.

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) ist der Zusammenschluss der Sender ARD, ProSiebenSat.1 Media AG, Mediengruppe RTL Deutschland und ZDF zur gemeinsamen Durchführung und Weiterentwicklung der kontinuierlichen, quantitativen Erfassung der Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland einschließlich der Erhebung und Auswertung der Daten. Sie entwickelt ihr Instrumentarium mit einem mehrstelligen jährlichen Millionenbetrag kontinuierlich weiter, um dem Markt täglich verlässliche Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern. Neben den Gesellschaftern ARD, ProSiebenSat.1 Media AG, Mediengruppe RTL Deutschland und ZDF wirken Lizenzsender, Werbungtreibende und die Werbeagenturen aktiv an der Gestaltung der Forschung in der AGF mit.

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