

# PRESSEMITTEILUNG

## AGF-Roadshow 2015: Weichenstellung für die Zukunft

**Frankfurt, 01.07.2015.** Neue Grundgesamtheit ab 2016, umfangreiche Tests zu innovativen Messmethoden und die methodische Weichenstellung für den neuen Bewegtbildstandard – bei der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) laufen derzeit viele Projekte auf Hochtouren, die entscheidende Grundlagen für die Weiterentwicklung des Forschungssystems legen und gleichzeitig die hohe Qualität in der notwendigen Kontinuität sicherstellen. Im Rahmen der diesjährigen **AGF-Roadshow** informierten Dr. Bernhard Engel (Sprecher der Technischen Kommission), Guido Modenbach (Technische Kommission) und Robert Schöffner (Technische Kommission) vergangene Woche über 200 Teilnehmer der Marktpartner aus Agenturen, Lizenzsendern, Marktforschungsinstituten, sonstigen Vertragspartnern und den Gesellschafterunternehmen über die zahlreichen Aktivitäten. „Die Taktzahl ist gerade sehr, sehr hoch und viele unserer aktuellen Projekte sind von grundlegender Bedeutung für die künftige Ausrichtung unseres Forschungssystems, für den Markt aber derzeit noch nicht sichtbar“, erklärte TK-Sprecher Dr. Bernhard Engel.

### Lineares Fernsehen: Messung mit hoher Präzision

Im TV-Forschungssystem steht mit der Anpassung der **Grundgesamtheit** zum 01.01.2016 auf den Standard der Media-Analyse eine wichtige Umstellung bevor. So werden für das AGF-Fernsehforschungspanel künftig auch deutschsprachige Nicht-EU-Bürger und Internet-only-Haushalte miteinbezogen. Damit repräsentiert die Stichprobe des Fernsehforschungssystems die deutschsprachige Bevölkerung in privaten Haushalten mit mindestens einem TV-Gerät oder mit Internetnutzung. Für die Quotenmessung werden also künftig alle Zuschauer erfasst, die in Deutschland leben und Deutsch sprechen, unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit.

Im Bereich der technischen Messung hat die AGF vom Schweizer Institut cnlab die Treffsicherheit des **Audiomatching**-Verfahrens in umfangreichen Testreihen experimentell prüfen lassen. Audiomatching wird seit drei Jahren u.a. bei IPTV-Geräten eingesetzt und ist für die Panel-Teilnehmer sehr einfach zu bedienen. Das Ergebnis der Tests: Ein eigenständiges Signal wird in 90 Prozent oder mehr der Testfälle ohne weitere Regeln sofort durch das Matching erkannt, was für Content und Werbung gleichermaßen gilt. „Über den zusätzlichen Einsatz eines intelligenten Regelwerks erreichen wir eine absolut sichere Zuordnung des Contents zu Sendern“, fasste TK-Sprecher Dr. Bernhard Engel das Ergebnis zusammen. Und: „Als technologie- und anbieterunabhängige Messlösung ist Audiomatching eine technisch und strategisch für die AGF zentrale Komponente, um den gesamten Bewegtbildmarkt in Deutschland abzubilden.“

## Reale Abbildung der TV-Nutzung in jüngeren Zielgruppen

Über eine gezielte Qualitätssicherungsmaßnahme konnte die Messlücke bei jungen Zielgruppen und Ein-Personen-Haushalten weiter geschlossen werden. Im vergangenen Jahr hatte sich im Rahmen des Externen Coincidental Checks gezeigt, dass vor allem bei jungen und allein lebenden Panel-Teilnehmern größere Diskrepanzen zwischen der angemeldeten und damit gemessenen sowie der tatsächlichen Fernsehnutzung bestehen können. Bei den 14- bis 29-Jährigen betrug dieser Unterschied fast 15 Prozent. Diese Messlücke dokumentierte sich vor allem in sinkenden **Nettoreichweiten** in diesen Zielgruppensegmenten.

Daraufhin hat die AGF zwei Maßnahmen eingeleitet: In den Panelhaushalten wird seither gezielt dafür geworben, alle vorhandenen TV-Geräte mit Messtechnik auszustatten und damit in das Panel miteinzubeziehen. Da dies nicht bei allen Nebengeräten gelingt, wird nun über ein Imputationsverfahren die Messlücke methodisch ausgeglichen. Das Ergebnis: Gerade bei jüngeren Männern (20 bis 29 Jahre) zeigen sich deutliche positive Effekte in der Nettoreichweite von rund sechs Prozent. „Nach einem Jahr können wir nun konstatieren, dass es uns gelungen ist, das Problem der Nichtanmeldungen zunächst für Ein-Personen-Haushalte in den Griff zu bekommen und die Reichweiten wieder stärker der realen Nutzung anzupassen“, erklärte Guido Modenbach, Mitglied der Technischen Kommission der AGF. „Gerade für die Werbewirtschaft ist dies eine wichtige Maßnahme für die realitätsgenaue Abbildung ihrer Kampagnenergebnisse.“

## Streaming: PIN-Daten nach TV-Standard für Bewegtbild

Große Anstrengungen unternimmt die AGF in diesen Wochen auch auf dem Weg zum gemeinsamen Standard für Bewegtbild TV & Online. Mit der erfolgreichen Entwicklung eines aufwendigen **Kalibrierungsverfahrens** konnte die Arbeitsgemeinschaft die grundlegenden methodischen Voraussetzungen für die crossmedialen Bewegtbildreichweiten legen. Über die Kalibrierung werden die Nutzungsniveaus aus der Zensusmessung (Vollerhebung der Videoabrufe) an das des Online-Panels angepasst. Das Ziel ist die Generierung von PIN-Datensätzen für Streaming, die in ihrer Qualität denen des TV-Systems entsprechen. Diese Daten sind einer der Pfeiler der angestrebten Gesamtbewegtbildreichweite. Sie sollen dem Markt schließlich in den Auswertungs- und Planungssystemen der AGF (TV Scope, Plan TV, TV Control) zur Verfügung gestellt werden und damit auch weiterhin als wichtige Referenztools dienen. „Mit der Kalibrierung haben wir eine der wichtigsten methodischen Hürden genommen, denn über die PIN-Daten ist es möglich, Netto-Reichweiten zu erstellen sowie Zielgruppen und Affinitäten zu bilden“, so Robert Schäffner, der im Fachreferat Messtechnik die Entwicklung begleitet. „Das harmonisierte System wird nun sukzessive ausgebaut und automatisiert, um über einen einheitlichen Datenstamm die nächste Stufe zu zünden – die Fusion mit den linearen TV-Daten.“

## Zur AGF ([www.agf.de](http://www.agf.de))

*Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) setzt in Deutschland den Standard in der Bewegtbildforschung. Als Gesellschafter verantworten und finanzieren die Sendergruppen ARD, ProSiebenSat.1, Mediengruppe RTL Deutschland sowie ZDF die kontinuierliche Messung der Nutzung von Bewegtbildinhalten auf unterschiedlichsten Endgeräten. Im Rahmen des Joint Industry Committees (JIC) entwickeln die Gesellschafter der AGF im Konsens mit den Marktpartnern aus werbetreibender Industrie und Mediaagenturen ihr Forschungsinstrumentarium kontinuierlich weiter.*

*So können dem Markt – auch unter Einbindung von Lizenzsendern – Leistungswerte als anerkannter Marktstandard zur Verfügung gestellt werden.*

### **Kontakt**

Anke Weber

Leiterin AGF-Geschäftsstelle

Tel. 069 - 95 52 60 0 | Fax: 069 - 95 52 60 60 | E-Mail: [presse@agf.de](mailto:presse@agf.de) | [www.agf.de](http://www.agf.de)