

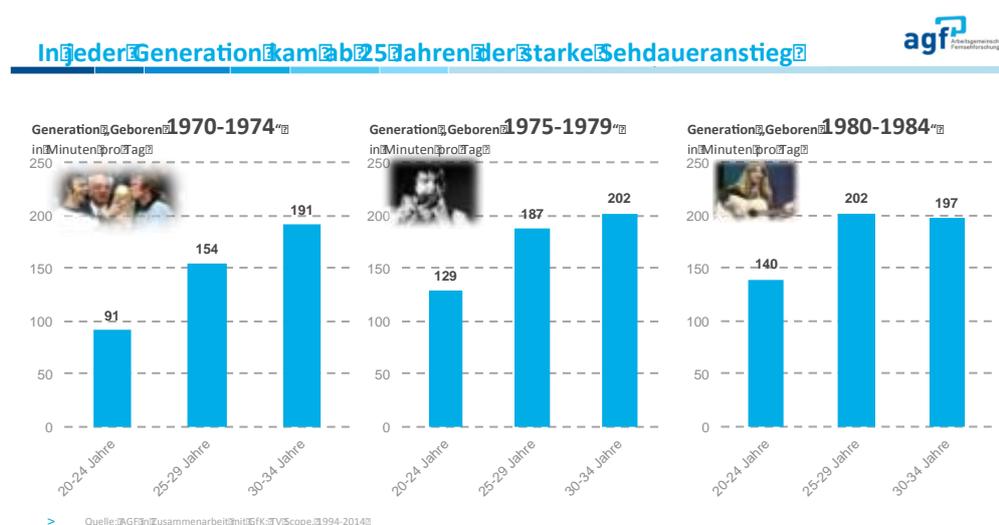
# PRESSEMITTEILUNG

## AGF-Bilanz 2015: Heißes TV-Jahr mit stabilen Quoten

Frankfurt am Main, 30.12.2015. Keine Sportevents, ein quotenfeindlicher Jahrhundert-Sommer, aber stabile Reichweiten – so fällt die Bilanz des Fernsehjahres 2015 aus. Im Vergleich zum Vorjahr hatte 2015 keine Großereignisse wie Fußball-Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele zu bieten. Stattdessen lockten die tropischen Temperaturen im Sommer die Menschen eher in die Biergärten oder an die Badeseen denn vor die TV-Geräte. Trotzdem fällt die Reichweiten-Bilanz der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) positiv aus: Die durchschnittliche Sehdauer (Zuschauer gesamt) entwickelte sich mit 223 Minuten pro Tag stabil (2014: 221 Minuten), bei den Zuschauern ab 14 Jahren legte sie sogar um drei Minuten auf 237 Minuten zu.

### Mit dem Berufseintritt nimmt die TV-Nutzung deutlich zu

Eine aktuelle Langzeitanalyse der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) nimmt die TV-Nutzung in den verschiedenen Lebensphasen unter die Lupe. Dabei zeigt sich, dass der Einstieg ins Berufsleben zu signifikanten Veränderungen in der Mediennutzung führt und das Fernsehen bei den „Young Professionals“ ab 25 Jahren deutlich an Bedeutung gewinnt. Dieser Effekt mit einem starken Sehdaueranstieg in der Zielgruppe 25 bis 34 Jahren zeigt sich bereits über verschiedene Generationen hinweg:



AGF-Vorstandsvorsitzende Karin Hollerbach-Zenz: „Die Vielfalt an medialen Angeboten wächst kontinuierlich und dennoch: Obwohl das vergangene Jahr nicht mit TV-Großereignissen wie einer Fußball-Europa- oder Weltmeisterschaft oder Olympischen Spielen aufwarten konnte, lag die TV-

Nutzung auf Rekordhöhe. Dies ist ein eindeutiger Beweis für die Funktion und die Bedeutung, die das Fernsehen in der Bevölkerung hat. Weitere Medienangebote, vor allem über das Internet und an mobilen Geräten, werden ergänzend genutzt. Auch hierbei kommt Video-Inhalten eine stetig wachsende Bedeutung zu. Gute Aussichten also für Nutzer und Anbieter.“

#### 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: [Info@agf.de](mailto:Info@agf.de) | [www.agf.de](http://www.agf.de)