

PRESSEMITTEILUNG

AGF-Roadshow 2017: Werkstattschau zur konvergenten Bewegtbildreichweite

Frankfurt, 08.05.2017. Die konvergenten Nutzungsdaten sind da, nun beginnt die Arbeit damit. Auf der diesjährigen Roadshow hat die AGF Videoforschung erstmals konkrete Anwendungsbeispiele für die Analyse und Auswertung der fusionierten Bewegtbilddaten vorgestellt. Rund 250 Marktpartner aus Agenturen, Lizenzsendern sowie Marktforschungsinstituten konnten sich bei den Roadshow-Veranstaltungen in Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg und München über die weiteren Ausbauschritte des audiovisuellen Forschungsansatzes sowie die Einsatzmöglichkeiten der neuen Software-Tools WebCross 2.0 und videoSCOPE 1.0 informieren. Neben dem Desktop-Panel mit rund 15.000 Teilnehmern ist nun auch das Mobile-Panel mit circa 5.000 Teilnehmern planmäßig aufgebaut.

Die fusionierten Bewegtbilddaten, die die AGF-Nutzungsdaten für TV und Desktop-Streaming zusammenführen, werden beginnend mit Januar 2017 auf Monatsbasis veröffentlicht. Inzwischen werden mehr als 40 Streaming-Angebote der fünf Anbieter ARD, ProSiebenSat.1 Media SE, Mediengruppe RTL Deutschland, Sport1 und ZDF gemessen. Im Februar 2017 wurden dafür bereits 7,79 Millionen kumulierte Seher und über 210 Milliarden Nutzungssekunden erfasst. Die Produktionszeit für die fusionierten Datensätze beträgt derzeit noch 40 Tage. „Die Konvergenz ist in der Praxis angekommen. Nun ist es unser Ziel, den Produktionsprozess deutlich zu beschleunigen und dem Markt mit zunehmender Geschwindigkeit diese relevanten Datenbestände zur Verfügung zu stellen“, erklärte AGF-Geschäftsführer **Willibald Müller**. In den nächsten Monaten testet die AGF gemeinsam mit den Marktpartnern auf Sender- und Agenturseite die Zuverlässigkeit und Belastbarkeit des neuen Systems sowie der Software-Innovationen. Nach erfolgreichem Abschluss wird videoSCOPE das bisherige TV Scope schließlich ersetzen und den Marktstandard für TV und Bewegtbild liefern.

Single Source Elemente für das TV-Panel

Auch an anderen Stellschrauben des komplexen Systems wird gerade intensiv gedreht: Derzeit wird das AGF-Fernsehforschungspanel mit Single Source Elementen angereichert, um den Fusionsprozess weiter zu verbessern. So werden in einem Teil des AGF-Fernsehforschungspanels speziell entwickelte Messrouter installiert. Der Fokus liegt hierbei auf der Erfassung digitaler Angebote an Smart-TVs, die zusätzlich zum linearen TV-Programm genutzt werden. Mit einer sogenannten Connector App wird die Nutzung auf mobilen Endgeräten den AGF-Fernsehforschungspanelisten zugeordnet. Damit wird die kombinierte Messung von TV und Online (inklusive weiterer Devices wie Smartphones, Tablets oder

Spielekonsolen) auf Single-Source-Basis möglich.

Bei der Zusammenführung der Daten, d.h. der Fusion, wird Streamingnutzung aus der Online-Messung auf die Panelisten des AGF-Videopanels übertragen. Als Bindeglieder hierfür dienen u.a. demografische Merkmale und medienspezifische Informationen. Für die Auswertung der konvergenten Nutzungsdaten hat die AGF zusätzliche Leistungswerte definiert wie beispielsweise die Zahl der Anlieferungen genutzter Videos. Die bekannten Leistungswerte für TV wie Marktanteile, Reichweite, Sehbeteiligung und Sehdauer bleiben unverändert bestehen.

AGF ist offen für den Eintritt weiterer Gesellschafter

Erstmals zeichnete für die AGF-Roadshow die neue AGF Videoforschung mit erweitertem Gesellschafterkreis verantwortlich. **AGF-Geschäftsführer Willibald Müller** betonte: „Die AGF steht nun auf einem größeren und damit auch stärkeren Fundament, wodurch das Projekt der konvergenten Daten ein neues beschleunigendes Drehmoment erhalten hat. Wir stehen für ein offenes System, das auch weiteren Gesellschaftern die Teilnahme ermöglicht, explizit auch Marktteilnehmern aus dem Streamingbereich.“ So wird gerade in Zusammenarbeit mit Google für die Integration von YouTube-Daten ein konkreter Projektplan umgesetzt. Müller zeigte sich zuversichtlich: „Die größten Hürden sind genommen.“

Über die AGF Videoforschung GmbH (www.agf.de)

Die AGF Videoforschung ist eine Kooperation der Sender ARD, Discovery Communications Deutschland, Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1 Media, Sky Deutschland, Tele 5, Viacom, WeltN24 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 wirken Lizenznehmer, Werbungtreibende und die Mediaagenturen aktiv an der Gestaltung der Messung und Forschung in der AGF Videoforschung mit.

Kontakt

Willibald Müller

CEO

Tel. +49 (0)69 - 95 52 60 0 | Fax: +49 (0)69 - 95 52 60 60 |

E-Mail: presse@agf.de | www.agf.de

Anke Weber

Director Operations

Tel. +49 (0)69 - 95 52 60 0 | Fax: +49 (0)69 - 95 52 60 60 |

E-Mail: presse@agf.de | www.agf.de