Konventionen der AGF Videoforschung GmbH (AGF), Stand 08.05.2019

1. Generelle Regelungen

Die verbindlichen Konventionen der AGF regeln den Umgang mit den AGF-Daten durch berechtigte „Nutzer“, unabhängig davon, ob die Nutzungsberechtigung aus einem unmittelbaren Lizenzvertrag mit der AGF stammt, aus diesem abgeleitet wird (z.B. Nutzungsberechtigte Konzernunternehmen, interne Dienstleister) oder durch einen von der AGF beauftragten Datenverwerter erteilt wurde. Die Verantwortung zur Einhaltung der Konventionen liegt beim Nutzer. Er hat dafür Sorge zu tragen, die jeweils verfügbaren aktuellen Datenbestände und Software-Versionen zu verwenden. Soweit die Ergebnisse aus den von der AGF bereitgestellten Referenzsystemen ohne weitere Bearbeitung oder Anwendung eigener Regeln ermittelt werden, sind die Ergebnisse konventionenkonform. Verknüpft der Nutzer die AGF-Daten mit eigenen Datenquellen und führt weitere Berechnungen auf Basis der AGF-Daten durch, so ist dies gemäß dieser Konventionen zu kennzeichnen.

Die AGF-Konventionen ergänzen die vertraglichen Regelungen. Die in den jeweiligen Verträgen zum Datenbezug getroffenen Regelungen haben Vorrang zu den hier geregelten Bestimmungen.

AGF-Daten im Sinne dieser Konventionen sind sämtliche von der AGF erhobenen (oder durch vergleichbare Nutzungsrechte bereitgestellten) und in der AGF-Software jeweils verfügbar gemachten Daten zur Bewegtbildnutzung aus dem Forschungssystem der AGF. Die Konventionen dienen der Transparenz veröffentlichter Daten und schützen die Urheberrechte der AGF.

2. Grundsatz der Anonymität

2.1. Anonymität von Daten

Alle im Rahmen des AGF-Systems erhobenen Daten sind anonym. Alle an der Datenzulieferung Beteiligten sind gesetzlich dazu verpflichtet, dem System ausschließlich anonyme Daten zuzuliefern. Bei der Weitergabe von AGF-Daten durch die AGF an Dritte wird dem Grundsatz der Anonymität vollständig Rechnung getragen. Weder die AGF noch ihre Dienstleister werden einem Nutzer der AGF gegenüber Auskunft darüber erteilen, welche konkrete Person bzw. welcher konkrete Haushalt hinter den Ergebnissen in den AGF-Daten steht. Alle Nutzer der AGF-Daten müssen dieses Prinzip für sich als unabdingbar und zwingend respektieren.

2.2. Anonymität von Panelhaushalten

2.2.1 Die AGF-Daten werden unter strikter Einhaltung des Anonymitätsprinzips in der Marktforschung erhoben und durch die AGF den Nutzern zur Verfügung gestellt. Die Nutzer akzeptieren dieses Prinzip und verpflichten sich, jegliche Versuche zu unterlassen, durch eigene Analysen, Befragungen, Verknüpfungen mit sonstigen Daten oder auf andere Weise Erkenntnisse darüber zu gewinnen, welche konkreten Person, konkreten Haushalte oder konkreten Geräte an der Bewegtbildforschung der AGF und der von ihr eingeschalteten Dienstleistern mitwirken und sich hinter diesen Daten verbergen. Haushalte des Fernsehforschungspanels und deren Teilnehmer wie auch Teilnehmer eines anderen für die Bewegbildforschung eingesetzten Panels dürfen nicht aufgefordert werden, ihre Anonymität preiszugeben.

2.2.2 Auch die Dienstleister der AGF sind in gleicher Weise verpflichtet, personenbezogene Daten von Teilnehmern an der marktforscherischen Erhebung der Daten vertraulich zu behandeln und weder der AGF noch sonstigen Dritten gegenüber personenbezogene Daten bekannt zu geben. Wird einem Dienstleister der AGF bekannt, dass die Anonymität eines Teilnehmers an der Marktforschung aufgehoben wurde, ist dieser Teilnehmer unverzüglich von der Erhebung auszuschließen. Der Dienstleister hat diesen zu ersetzen.

2.2.3 Falls ein Nutzer zufällig oder versehentlich Kenntnis von Namen, Wohnort, Email-Adresse oder Telefonnummer von Teilnehmern des AGF-Fernsehforschungspanels (betrieben durch GfK SE) oder Nielsen Online-Panels erhält, so sind diese unverzüglich ausschließlich dem jeweiligen Panelbetreiber anzuzeigen, damit diese den betreffenden Haushalt austauschen kann. Die AGF ist von dem Vorgang in Kenntnis zu setzen, ohne dass der AGF der konkrete Haushalt oder die konkrete Person zu nennen ist. Erlangt der Nutzer Kenntnis von einem Teilnehmer eines anderen von der AGF oder eines ihrer Dienstleister betriebenen Panels, ist die AGF unverzüglich ohne Nennung des Namens dieses Teilnehmers über den Vorgang zu informieren. Die AGF wird dem Nutzer mitteilen, an welchen AGF-Dienstleister sich der Lizenznehmer wenden muss. Gleiches gilt wenn ein Nutzer Kenntnis von in den Panelhaushalten gemessenen Geräten erlangt.

2.2.4 Es ist unzulässig, Panelteilnehmer - in welcher Form auch immer - zu beeinflussen.

2.2.5 Die Bewegtbildforschung der AGF in dieser Form ist nur möglich und rechtlich nur zulässig, wenn die Anonymität der Geräte, Haushalte und der Personen gewahrt bleibt und jegliche Versuche der gezielten Beeinflussung der Panels unterbleiben. Sollte die AGF davon Kenntnis erlangen, dass ein Nutzer Versuche unternimmt, die Anonymität der Geräte, Haushalte oder Personen aufzuheben oder das Mediennutzungsverhalten der Panelmitglieder gezielt zu beeinflussen, betrachtet die AGF dies als einen so schwerwiegenden Verstoß gegen die Grundsätze der Nutzung der AGF-Daten, dass sie jegliche weitere Nutzung mit sofortiger Wirkung untersagen und etwaige Lizenzverträge außerordentlich kündigen wird und, soweit erforderlich, dem Nutzer gegenüber Schadensersatz geltend machen wird.

3. Vertraulichkeit

3.1 Die Mitglieder der Gremien der AGF unterliegen einer besonderen Vertraulichkeit, soweit sie Informationen erhalten, die über die vertraglichen Nutzungsrechte hinausgehen. Die Vertraulichkeit wird durch eine persönliche Verpflichtung der Beteiligten hergestellt.

3.2 Die Vertraulichkeit bei Dienstleistern, Nutzern und sonstigen Vertragspartnern der AGF ist durch entsprechende Vereinbarungen mit diesen geregelt.

3.3 Die Verantwortung für die Einhaltung der Vertraulichkeit bei vom Nutzer ggf. eingeschalteten Dienstleistern liegt beim jeweiligen Nutzer.

3.4 Kenntnisse über mögliche Unplausibilitäten oder methodische Fehler müssen der AGF und den jeweiligen Dienstleistern sofort zwecks Überprüfung bzw. zur Bestimmung der Ursachen mitgeteilt werden. Eine vorherige Weitergabe solcher Informationen an Personen außerhalb der AGF ist nicht zulässig.

4. Datenweitergabe und Veröffentlichung

4.1 Eine Weitergabe, Veröffentlichung und sonstige Zugänglichmachung von AGF-Daten durch den Nutzer ist ausschließlich hinsichtlich der durch den jeweiligen Vertrag konkret umfassten Daten und dort getroffenen Regelungen gestattet. Soweit nicht durch vertragliche Regelungen anderes festgelegt ist, ist die Veröffentlichung, Weitergabe oder das in Verkehr bringen von AGF-Daten nicht zulässig und stellt eine Verletzung der vertraglichen Nutzungsrechte dar. Dies gilt insbesondere für

- Weitergabe an nichtberechtigte Dritte
- Weitergabe von AGF-Daten an Medien, Forschungsorganisationen und Institute

- Veröffentlichung oder in Verkehr bringen von Daten auf öffentlichen Websites.

4.2 Hat ein Nutzer gegebenenfalls aufgrund unterschiedlicher Verträge mit der AGF für unterschiedliche Nutzungszwecke Zugang zu unterschiedlichen Datenbeständen, ist er verpflichtet, sicherzustellen, dass die Datenweitergabe und Veröffentlichung gemäß der jeweiligen vertraglichen Bestimmungen erfolgt.

4.3 Sofern eine Weitergabe von Daten an Dritte lizenzvertraglich gestattet ist, ist sicherzustellen, dass die Daten diesen Dritten nicht in einer Form weitergegeben werden, welche einen Aufbau von Datenbanken oder Archiven in recherchierbarer Form ermöglicht. Beabsichtigt ein Nutzer, die AGF-Daten in AGF-Software-Tools Dritter einzuspeisen, welche nicht von der AGF freigegeben sind, ist dies nur auf Basis eines zusätzlichen Vertrages zulässig, der zwischen der AGF, dem Nutzer und dem Software-Anbieters abzuschließen ist.

4.5 Etwaige Zweifel hinsichtlich einer Nutzungsberechtigung oder der Anwendung dieser Konventionen sind mit der AGF zu klären.

4.6 Eine kommerzielle Vermarktung von AGF-Daten durch Verkauf an Dritte ist ausschließlich der AGF und den von ihr beauftragten Datenverwertern gestattet.

5. Darstellung von AGF-Daten und Quellenangaben

5.1 Für die Darstellung von AGF-Daten gilt allgemein, dass für die Auswertung alle Angaben enthalten sein müssen, um eine Nachbildung der Analyse auf Basis der Referenzsysteme zu ermöglichen. Referenzsysteme sind die von der AGF bereitgestellten Auswertungssysteme zur Analyse von AGF-Daten.

5.2 In den Referenzsystemen stehen die Marktstandards „TV“ und „Bewegtbild“ zur Verfügung. Der Marktstandard TV umfasst alle Personen in Privathaushalten mit mindestens einem in Betrieb befindlichen TV-Gerät. Der Marktstandard Bewegtbild umfasst zusätzlich alle privaten Haushalte, die über kein im Betrieb befindliches TV Gerät verfügen, aber Bewegtbild über das Internet nutzen, so genannte „Internet only-Haushalte“. Vergleiche von Leistungswerten sind nur innerhalb des gewählten Marktstandards zulässig.

Die Marktstandards umfassen standardmäßig folgende Parameter:
- Deutschsprachige Bevölkerung
- Alle Empfangsebenen
- Produktbezogene Zurechnung der zeitversetzten Nutzung
- Inhaus- und Außerhaus-Nutzung

Sofern hiervon in Auswertungen abgewichen wird, ist darauf hinzuweisen.

Für bestimmte Auswertungen gelten Einschränkungen, die sich durch die Art und den Umfang der Messung ergeben.

5.3 Darüber hinaus sind folgende Angaben verbindlich:
- Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Dienstleistern
- Auswertungssystem, z.B. AGF-Systeme wie Plan TV, TV Control, VideoSCOPE, WebCross + Releasenummer (z.B. 1.2),
- Marktstandard: TV oder Bewegtbild
- Auswertungszeitraum: Datum, Zeitabschnitt
- Auswertungsbasis: (Haushalte oder Personen, Erwachsene ab 14 Jahre, Personen ab 3

Jahre, …) und die entsprechenden Facts (Seher in Prozent oder Mio., Sehbeteiligung in Prozent oder Mio., …)

- Herkunft: Datum und Ersteller (Sender, Name der Werbeagentur, etc.)
- Weiterberechnungen auf der Basis von AGF-Daten sind mit dem Hinweis "Eigene Berechnungen" zu kennzeichnen und nur unter Berücksichtigung der AGF-Konventionen zulässig. Darüber hinausgehende Verknüpfungen von AGF-Daten mit anderen Datenquellen sind mit dem Hinweis „Eigene Berechnungen auf Basis eigener Regeln und unterschiedlicher Datenquellen“ zu versehen.

5.4 Bei der Verwendung von AGF-Daten für internationale Vergleiche ist auf die für die AGF-Daten geltenden Konventionen (http://www.agf.de/agf/konventionen) hinzuweisen, da international angewandte Konventionen zu nicht-vergleichbaren Ergebnissen führen können.

5.5 Für die Referenzsysteme gilt, dass die unter 5.2 und 5.3 genannten Angaben zwingend notwendig sind, sowie eine vollständige Dokumentation aller Auswertungsparameter vorliegen muss.

Begriffsdefinitionen und Berechnungsregeln

Um dem Markt verlässliche und eindeutige Leistungswerte zur Verfügung zu stellen, dürfen die folgenden Begriffe und Berechnungsregeln bei Verwendung der AGF-Daten nur in der beschriebenen Form genutzt werden. Dies gilt insbesondere, wenn AGF-Daten mit Daten anderer Quellen zusammengeführt oder gemeinsam ausgewiesen werden. Eine Veränderung von AGF-Leistungswerten durch Verknüpfung mit anderen Datenquellen oder der Einsatz von Analysesystemen, die Begriffe in anderer Form oder für gleiche Begriffe von den AGF Referenzsystemen abweichende Leistungswerte ausweisen, ist untersagt, soweit nicht Ziffer 5 Anwendung findet.

Die Ergebnisse in den AGF-Auswertungssystemen der nachfolgend beschriebenen Facts sind als Referenzwerte anzusehen.

Die hier enthaltenen Begriffsdefinitionen stellen den aktuellen Stand dar. Historische Daten (i.d.R. länger als zwei Jahre zurückliegend) können hiervon abweichen. Nähere Informationen hierzu finden sich auf der Website der AGF bzw. in der PIN-Datendokumentation.

Alle Leistungswerte sind für die Veröffentlichung und In-Verkehr-Bringung nur mit einer Personen- bzw. Haushaltsgewichtung zu verwenden. Ungewichtete Leistungswerte dienen ausschließlich der internen Validierung von Ergebnissen.

Die Interpretation der Ergebnisse hat sich im Rahmen der methodischen Grundlagen der verwendeten Analyseverfahren zu bewegen. Die Nutzer der AGF-Daten entscheiden in eigener Verantwortung über die Mindestbedingungen, die Auswertungen zugrunde liegen sollen. Sofern in den AGF-Referenzsystemen keine Mindestbedingungen definiert sind, sind die Mindestbedingungen von den Anwendern so festzulegen, dass die Ergebnisse stabil, verallgemeinerbar und marktrelevant sind. Folgende Kriterien eignen sich hierzu: Empfangspotenzial, Anzahl der Tage mit Nutzung, die in einer Auswertung Berücksichtigung finden, Anzahl der Nutzer, Nutzungsvolumen, Größe der Zielgruppe, Effektive Fallzahl, Zielsetzung der Auswertung, Verwendete Leistungsindikatoren.

<u>Anlieferungen</u>
Für streamingbezogene Auswertungselemente kann die Anzahl der genutzten Videoaufrufe ausgewertet werden. In den Auswertungssystemen ist dies als Anlieferungen (Content bzw. Werbung je nach Auswertung/Datenlage) verfügbar (alt.: Views).

<u>Außerhausnutzung (AHN)</u>
Außerhausnutzung ist die TV-Nutzung von Gästen in Panelhaushalten. Sie wird durch ein Fusionsverfahren der Nutzung anderer Panelhaushalte zugerechnet.

<u>Auswertungselement</u>
Ein Auswertungselement ist die kleinstmögliche Einheit, für die ein Ergebnis berechnet werden kann. Inhaltlich strukturierte Auswertungselemente sind Sendungen, Videos, Werbeblöcke. Andere Auswertungselemente sind Zeitintervalle und Angebotseinheiten.
Auswertungselemente können sich lizenz- und analysespezifisch unterscheiden.

<u>Berichtsbasis</u>
Berichtsbasis ist das Potenzial der Personen, die einer Auswertung zugrunde liegen. Die Berichtsbasis kann die Grundgesamtheit sein, kann aber auch durch Filterbedingungen eingeschränkt werden. Die Berichtsbasis wirkt in Auswertungen als Vorfilter für die Zielgruppe.

<u>Bruttoreichweite</u>
Im 0/1-Verfahren entspricht die Bruttoreichweite der Kontaktsumme.

Datenstand
Je nach Datenstand können Ergebnisse unterschiedlich ausfallen.
TV-Daten haben am Folgetag der Ausstrahlung den Status „vorläufig gewichtet“. Am vierten Tag nach dem Tag der Ausstrahlung erreichen die Daten den Status „endgültig gewichtet“ und beinhalten auch die zeitversetzte Nutzung, die nicht am Tage der Ausstrahlung erfolgt ist. Wenn Auswertungen nicht auf dem Status „endgültig gewichtet“ basieren, ist dies zu dokumentieren.
Mit Integration der Streamingdaten am neunten Tag nach Nutzung sind Streaming- wie auch Konvergenzauswertungen möglich (Status: „konvergent“). Nach der letztmaligen Ergänzung konvergenter Inhalte erreichen die Daten den Status „konsolidiert“. Konvergenzauswertungen auf nicht-konsolidiertem Datenstand sind zu dokumentieren.

Fallzahl
Die ungewichtete Anzahl der Personen, Haushalte oder Geräte.

Gewicht
Faktor je Person bzw. Haushalt zum Ausgleich von Strukturunterschieden zwischen Stichprobe und Grundgesamtheit. Das Gewicht wird täglich in Abhängigkeit von der Berichtsmasse berechnet. Das Gewicht kann für langfristige Personenbetrachtungen den Berechnungserfordernissen angepasst werden. Das Gewicht enthält auch den Hochrechnungsfaktor zur Projektion der Stichprobe auf die Grundgesamtheit.

Grundgesamtheit
Grundgesamtheit des Systems der AGF sind Personen in Privathaushalten mit einem Haupteinkommensbezieher aus Deutschland oder der EU oder einem deutschsprachigen Haupteinkommensbezieher mit der Möglichkeit Bewegtbild zu nutzen.
Abhängig vom jeweiligen Umfang der Messung bzw. rechtlicher Vorgaben bezüglich der Teilnahme an Panelerhebungen ist die Auswertungsbasis hiervon abweichend.

Kontaktsumme
Kontaktsumme ist die Berechnung von Nutzerschaften über mehrere Auswertungselemente. Personen, die Leistungswerte für mehrere Auswertungselemente aufweisen, werden nicht nur einmal, sondern mehrfach berücksichtigt.

Langfristige Personenbetrachtungen
Bei Kumulationszählungen sowie in sonstigen Sonderanalysen ist ein Teilnahmegewicht (= Durchschnittsgewicht inkl. Nullgewichtung) und eine Justage (Anpassung auf tgl. schwankende Zielgruppenpotenziale) anzuwenden. Die AGF-Auswertungssysteme beinhalten dies bereits.

Marktanteil
Der Marktanteil ist der Anteil des Nutzungsvolumens der gewählten Auswertungselemente am Nutzungsvolumen von TV-gesamt der gewählten Auswertungselemente.
Für die Berechnung des durchschnittlichen Marktanteils von Auswertungselementen muss auf das zugrunde liegende Nutzungsvolumen der einzelnen Auswertungselemente zurückgegriffen werden. Es ist unzulässig, ihn aus den Marktanteilen zu berechnen.

Methode 0/1
Bei der Methode 0/1 werden Leistungswerte unabhängig von der Sehdauer berechnet. Ggf. greifen Schwellenwerte. Durch dieses Verfahren gibt es nur p-Werte von Null oder Eins.

Methode p-Wert
Bei der Methode p-Wert wird die individuelle Sehbeteiligung/Sehdauer der Personen eines Auswertungselements berücksichtigt. Jede Person wird mit dem Anteil gezählt, der ihrer Sehdauer im Verhältnis zur Dauer des Auswertungselements (= p-Wert) entspricht.

Nettoreichweite
Gewichtete Anzahl der Personen, Haushalte die mindestens einmal das Auswertungselement gesehen haben. In die Nettoreichweite geht jede Person, unabhängig von ihrer Kontakthäufigkeit, nur einmal ein.

Nutzer
Gewichtete Anzahl der Personen, Haushalte, die die Mindestnutzungsbedingung für das Auswertungselement erfüllt haben. Unabhängig von ihrer Kontakthäufigkeit wird ein Nutzer nur einmal gezählt.

Nutzungsvolumen
Nutzungsvolumen ist die Addition der Sehdauer in Sekunden.

p-Wert
Der p-Wert ist der Anteil, den eine Person an einem Auswertungselement gesehen hat (=PIN/Dauer des Auswertungselements).

PIN
Anzahl der Sekunden, die eine Person in einem vordefinierten Auswertungselement gesehen hat.

Potenzial
Gewichtete Anzahl der Personen, Haushalte oder Geräte.

Reichweitenbezug
Für Konvergenzauswertungen (lineares TV und Streaming) ist die gleichzeitige Berechnung von Ergebnissen mit unterschiedlicher Methodik und Nutzungsbasis möglich. Die Unterscheidung erfolgt anhand des Reichweitenbezuges:

- {TV}: enthält die Nutzungen aller Personen der Haushalte mit mind. einem TV-Gerät (analog Marktstandard TV). Für Prozentuierungen wird diese Berichtsbasis herangezogen. Als Nutzungen gelten alle TV-Nutzungen und zusätzlich die Nutzungen von Livestreams, die inhaltsgleich zum zeitgleich ausgestrahlten TV-Programm sind (24/7-Livestreams bzw. Livestreams mit Sendeprotokollbezug).
- {STR}: enthält die Nutzungen der Personen aus Internet-Only-Haushalten und Haushalten mit mindestens einem TV-Gerät (analog Marktstandard Bewegtbild). Für Prozentuierungen wird diese Berichtsbasis herangezogen. Als Nutzungen gelten alle VOD-Streaming-Nutzungen und nur für die Internet-Only-Haushalte zusätzlich die Nutzungen, die inhaltsgleich zum zeitgleich ausgestrahlten TV-Programm sind.
- {}: enthält alle Nutzungen aller Personen (analog Marktstandard Bewegtbild). Für Prozentuierungen wird diese Berichtsbasis herangezogen. Als Nutzungen für ein Auswertungselement werden sowohl TV- als auch Streamingnutzungen verwendet. Dieser Factbezug ist der Default für Konvergenzauswertungen.

Sehbeteiligung
Die Sehbeteiligung ist die durchschnittliche Nutzung des Auswertungselements. Sie berechnet sich personenindividuell als Anteil der Nutzungsdauer an der Dauer des Auswertungselements.
Die Berechnung der durchschnittlichen Sehbeteiligung eines Auswertungselements mit mehr als nur einem Teil oder mehreren Auswertungselementen mit unterschiedlicher Länge ist nur unter Berücksichtigung der Längengewichtung zulässig.
Die Addition von Sehbeteiligungen ist als „Kontaktsumme“ zu kennzeichnen.
In Kumulationszählungen und sonstigen Sonderanalysen ist die Berechnung als (kumulierte) Nettosehbeteiligung bezeichnet.

Sehdauer
Sehdauer ist das Nutzungsvolumen je Person der Zielgruppe für das Auswertungselement.

Seher
Seher ist das Potenzial der Nutzer eines Auswertungselements (Methode 0/1) mit einer Mindestnutzungsbedingung von einer Minute konsekutiv. Dieses Fakt ist ausschließlich für die Nutzung von TV anwendbar.

TKP
Der TKP gibt an, wie hoch die Kosten sind, um mit einem Spot in einem Werbeblock insgesamt 1.000 Fernsehzuschauer einer Zielgruppe zu erreichen. Der Preis ergibt sich aus dem Quotienten der Bruttokosten für einen 30-Sekunden-Spot und der durchschnittlichen Sehbeteiligung der Werbung, multipliziert mit 1.000. Die Bruttokosten basieren auf den der GfK übermittelten und veröffentlichten Preislisten der Sender/Vermarkter. Der TKP ist verfügbar für die Tarifarten 01-30. Für Tarifartbereiche gelten spezielle Ausweisungsmöglichkeiten.
Werbeformen, die nicht mit 30-Sekunden-Spots gebucht werden können, müssen bei der TKP-Berechnung mit Angabe der zugrunde liegenden Spotlänge separat ausgewiesen werden.

TV-Gesamt
TV-Gesamt wird im System sowohl als Zusammenfassung von Nutzung („Fact“) also auch als Zusammenfassung von Anbietern im Bewegtbildmarkt verwendet.
TV Gesamt als Fact enthält die Nutzungen der am System beteiligten TV Sender. Als Fact enthält TV-Gesamt auch Sender, die gemessen werden, aber aufgrund des Lizenzvertrages nicht einzeln ausweisbar sind. Im Audiomatching Messverfahren werden alle systembeteiligten Sender sowie Sender mit Marktrelevanz gemessen, es werden jedoch nicht alle Kleinstsender gemessen. TV-Gesamt als Fact ist die Basis zur Berechnung des Marktanteils.
TV-Gesamt als Zusammenfassung von Anbietern enthält alle am System beteiligten Anbieter von Bewegtbild und umfasst damit als Auswertungselement die Nutzung aller Sender/Publisher.

Verweildauer
Verweildauer ist das Nutzungsvolumen je Person der Nettoreichweite des Auswertungselements. Für TV ist dies die Sehdauer der Seher.

Non-live Nutzung
Die Wiedergabe von TV-Inhalten auf Endgeräten wie DVD-Recordern, Harddisk-Recordern, VCR oder angeschlossenen Speichermedien wie z.B. USB-Festplatten ist ebenfalls Bestandteil der Leistungswerte.

Bezüglich der zeitlichen Differenz zwischen Aufnahme und Wiedergabe wird wie folgt unterschieden:

- Zeitverzögerte Nutzung ist die Nutzung, die am gleichen Fernsehtag stattfindet.
- Zeitversetzte Nutzung ist die Nutzung, die an 3 Folgetagen nach dem Ausstrahlungstag stattfindet.

Bezüglich der Zurechnung von Leistungswerten wird wie folgt unterschieden:

- Produktbezogene Betrachtung. Hier werden alle Nutzungsvorgänge bis zu 3 Tage nach Ausstrahlungstag dem Leistungswert des Auswertungselements hinzugerechnet. Die produktbezogene Betrachtung ist der marktrelevante Default.
- Rezipientenbezogene Betrachtung. Hier werden alle Nutzungsvorgänge der Nutzung des Senders am Tag der Nutzung den Leistungswerten des Senders hinzugerechnet. Im aktuellen Audiomatching-Verfahren ist aus technischen Gründen die Zurechnung von Leistung auf maximal 7 Tage nach dem Tag der Ausstrahlung beschränkt. Aus methodischen Gründen kann bei der rezipientenbezogenen Betrachtung keine programmbezogene Interpretation stattfinden. Diese Perspektive ist in den Planungssystemen nicht verfügbar.

Beim Ausweis von AGF-Daten sind folgende Namen, Dimensionen und Nachkommastellen zu verwenden. Für Weiterberechnungen sind – unabhängig von der Anzahl der ausgewiesenen Nachkommastellen – die im Auswertungssystem verfügbaren Nachkommastellen zu verwenden.

Übersicht über die Verwendung von Facts in den Auswertungssystemen

				Verfügbar für …		
Name des Facts	Dimension/Nach-kommastellen	in Ein-Tages-Betrachtungen	Kumulations-/ Langfristpersonenbetrachtungen	Konvergenz (TV&&STR)	Konvergenz (STR&&TV)	Streaming
Sehbeteiligung	Mio./3	Sehbeteiligung	kumulierte Nettosehbeteiligung oder Sonderanalyse-Sehbeteiligung	X		
Seher	Mio./3	Seher	kumulierte Netto-Seher	X		
Nutzer	Mio./3	Nutzer	kumulierte Nutzer	X	X	X
Nutzungsvolumen	Mio Sekunden/0	Nutzungsvolumen	kumuliertes Nutzungsvolumen	X	X	X
Nettoreichweite	Mio./3	Nettoreichweite	kumulierte Nettoreichweite	X	X	X
Marktanteil	%/1	Marktanteil		X		
TKP	€/2	TKP	TKP	X	*	*
Potenzial	Mio./3	Potenzial	Potenzial	X	X	X
Verweildauer	Zeit	Verweildauer		X	X	X
Anlieferungen	Mio./3	Anlieferungen	Anlieferungen			X

* derzeit noch nicht verfügbar