



## Pressemitteilung

Datum  
3. Juli 2009

Michael Darkow  
GfK Fernsehforschung  
Tel. +49 911 395-2480  
Fax +49 911 395-2686  
michael.darkow@gfk.com

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
marion.eisenblaetter@gfk.com

### Neue Währung für den Fernsehmarkt

#### GfK Fernsehforschung berichtet über die Fernsehnutzung in Deutschland mit dem neuen Messsystem TC score

**Nürnberg, 3. Juli 2009 – Das von der GfK Fernsehforschung neu entwickelte System zur Messung der Fernsehnutzung in Deutschland TC score löst nach über einem Jahrzehnt das bisherige Gerät TC XL ab. Mit dem 1. Juli 2009 wurden die ersten 1.500 Haushalte im AGF/GfK-Fernsehpanel auf die neue Technik umgerüstet. Nach Anlaufproblemen in der Datenproduktion standen heute – wie es der Fernsehmarkt seit Jahren gewohnt ist – die Daten für den gestrigen Fernsehtag zur üblichen Zeit um etwa 9 Uhr zur Verfügung. Bis Jahresende stattet die GfK Fernsehforschung das gesamte Panel von 5.640 Haushalten mit der neuen Messtechnologie aus. Somit kann die GfK Fernsehforschung ab sofort auch die zeitverzögerte, zeitversetzte sowie die Außer-Haus-Nutzung erheben.**

Das neue Messgerät TC score wurde von der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) bei der GfK Fernsehforschung in Nürnberg beauftragt. Aktuelle Marktentwicklungen – insbesondere die zunehmende Digitalisierung der Fernsehtechnik in Deutschland – hatten eine Neuentwicklung notwendig gemacht. Das technische Konzept ist darauf ausgelegt, im neuen System ein Höchstmaß an Flexibilität und Zukunftssicherheit zu gewährleisten. Unter der Federführung von GfK Fernsehforschung entstand in enger Zusammenarbeit mit der AGF ein Anforderungsprofil für die neue Messtechnik, mit dessen Umsetzung die GfK Telecontrol AG aus Kriegstetten, Schweiz, beauftragt wurde. GfK Telecontrol AG ist ein weltweit führender Hersteller für Messtechnik im Bereich Medienforschung und ein Tochterunternehmen der GfK Gruppe.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Prof. Dr. Klaus L. Wübberhorst  
(Vorsitzender)  
Christian Weller von Ahlefeld  
(CFO)  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Dr. Gérard Hermet  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahlert

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

Bei TC score handelt es sich – ebenso wie beim Vorgängermodell – um ein dreigeteiltes System, das aus einem Zentralgerät, einem Display sowie einer eigenen Fernbedienung besteht. Alle Fernseh- und Empfangsgeräte eines Haushalts können erfasst werden, um eine umfangreiche Erhebung der Fernsehnutzung eines Haushalts zu ermöglichen.

Das Messgerät misst und speichert sekundengenau jedes An- und Abschalten des Fernsehgerätes, jeden Umschaltvorgang sowie alle anderen Ver-

wendungsmöglichkeiten des Fernsehgerätes, wie zum Beispiel die Nutzung von Teletext inklusive Seitenerkennung, TOP-Text, Spielekonsolen und Electronic Program Guides. Videokassetten können nach Kanal und Aufnahmezeitpunkt identifiziert werden.

Eine Besonderheit von TC score ist die Erfassung der so genannten zeitversetzten Nutzung. Während diese beim Vorgängermodell TC XL auf den Videorekorder beschränkt war, erlaubt TC score zusätzlich die Erfassung der zeitversetzten Nutzung an digitalen Aufzeichnungsgeräten wie zum Beispiel Festplatten- oder DVD-Rekordern. Mit zeitverzögerter oder zeitversetzter Nutzung ist diejenige Nutzung gemeint, die bis zu drei Tage nach dem Tag der Ausstrahlung einer Sendung stattfindet. Diese wird ab dem 1. Juli 2009 in die Leistungswerte integriert und somit fester Bestandteil der „Währung“ im deutschen Fernsehmarkt.

TC score registriert sekundengenau die Fernsehnutzung der einzelnen Haushaltsmitglieder. Hierfür ist nur die An- und Abmeldung aller im Haushalt lebenden Personen notwendig. Dies geschieht mit Hilfe der TC score-Fernbedienung, die für jede dem Haushalt angehörende Person eine eigene Personentaste besitzt.

Darüber hinaus wird nunmehr jeder fernsehende Gast in einem Panelhaushalt unter Angabe seines Alters und Geschlechts an- und abgemeldet. Diese Fernsehnutzung von Gästen wird mit Hilfe eines speziellen Fusionsverfahrens auf vergleichbare Panelmitglieder übertragen, die rund um den definierten Zeitraum nicht zu Hause ferngesehen haben. Mit Hilfe dieses von der GfK Fernsehforschung entwickelten Fusionsverfahrens können im neuen System wertvolle Zusatzinformationen darüber generiert werden, wie sich Außer-Haus-Nutzung im Medium Fernsehen gestaltet. Die AGF hat damit ein Verfahren beauftragt, das bereits bei Intomart GfK in den Niederlanden in ähnlicher Form erfolgreich eingesetzt wird.

Mit TC score stellt die GfK Fernsehforschung im Auftrag der AGF dem deutschen Fernsehmarkt eine hochentwickelte und exakt auf dessen Bedürfnisse zugeschnittene Messlösung zur Verfügung. Sie ist flexibel erweiterbar und garantiert somit, dass auch in Zukunft die Fernsehnutzung in Deutschland umfassend und präzise abgebildet werden kann.

### **Zur AGF**

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) ist seit 1988 der Auftraggeber der kontinuierlichen Fernsehforschung in Deutschland, die mit dem Panel der GfK Fernsehforschung durchgeführt wird. Neben den Auftraggebern ARD, ProSiebenSat.1 Media AG, RTL und ZDF wirken Lizenzsender, Werbungtreibende und die Werbeagenturen aktiv an der Gestaltung der Fernsehforschung in der Arbeitsgemeinschaft mit. Die in der AGF zusammengeschlossenen Sender haben inzwischen mehr als 100 Millionen Euro in die Durchführung und Weiterentwicklung des Systems der Fernseh zuschau-



erforschung in Deutschland investiert. Auch zukünftig wird die AGF mit einem jährlichen Investitionsvolumen von rund 20 Millionen Euro Zuschauerforschung auf höchstem Niveau garantieren.

### **Zur GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen, ist in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 150 operative Unternehmen an, die über 100 Länder abdecken. Von den 10.267 Beschäftigten (Stand 31. März 2009) arbeiten mehr als 80 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com).

V.i.S.d.P.  
GfK SE, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)