



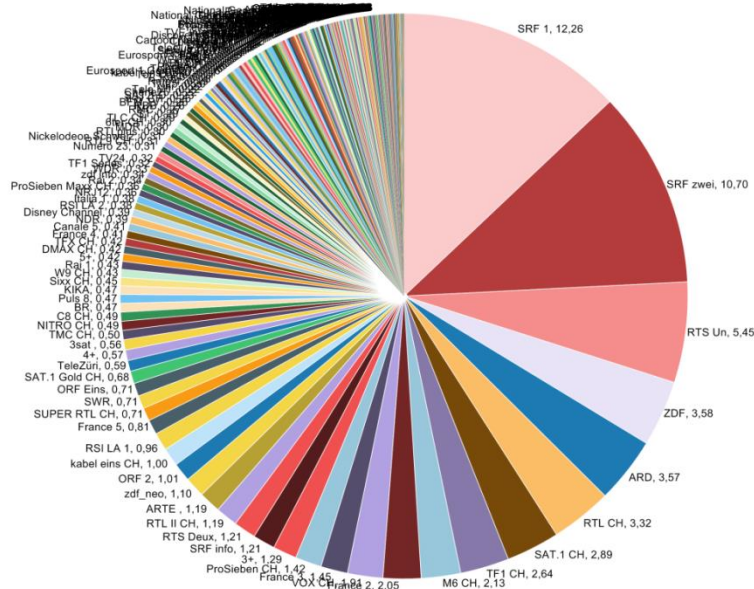
Hi-Res TV Audience Measurement

Die Hybridisierung der Fernsehforschung

Andreas Thaller

Fragmentierung als Herausforderung der TV-Forschung

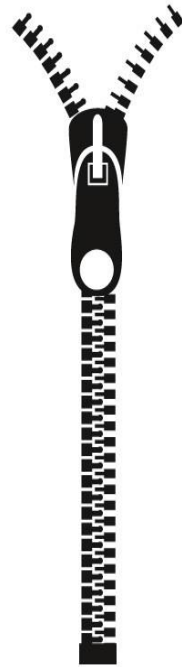
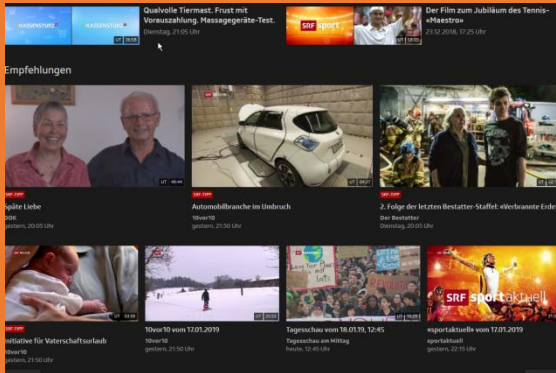
Marktanteil in %



- Schweizer TV-Markt mit geringster Fernsehnutzung und grösster Fragmentierung (Anzahl Sender) in Europa.
- Marktbedürfnis nach täglichen und sekundengenauen Effektivdaten für Programmanalysen und Werberatings.
- Mediapulse muss auch in Zukunft gewährleisten, dass diese Bedürfnisse in einem sich immer weiter fragmentierenden TV-Markt erfüllt werden können.

Hybrides Messsystem als Antwort auf die Fragmentierung «Die Vorteile beider Welten kombinieren!»

Detaillierte Information über
TV-Nutzung ...
aus der Set-Top Box



Detaillierte Information über
TV-Nutzer ...
aus dem MPAG TV Panel





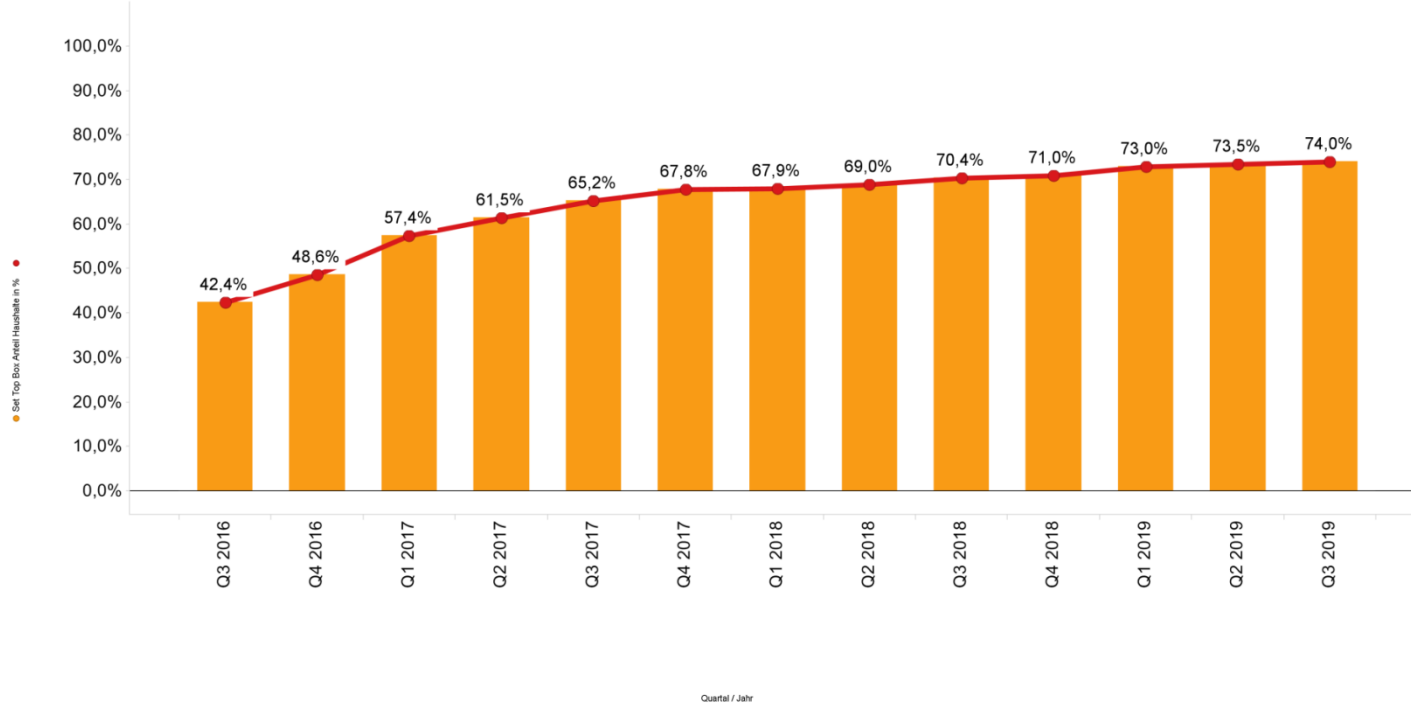
Schweizer TV-Markt mit guten Voraussetzungen für eine Hybridisierung der TV-Forschung

- Spezifische TV-Empfangssituation mit einzigartig hoher Distribution von Set-Top-Boxen

TV Empfangsvektoren

Anteil Haushalte mit Set-Top-Boxen

Set Top Box Anteil Haushalte in % per Quartal / Jahr



Schweizer TV-Markt mit guten Voraussetzungen für eine Hybridisierung der TV-Forschung

- Spezifische TV-Empfangssituation mit einzigartig hoher Distribution von Set-Top-Boxen
- Homogene Anbietersituation bei der Distribution von TV-Programmen
- Kooperationsbereitschaft der zwei grössten TV-Verbreiter im Schweizer TV-Markt
- «Data Science» Ressourcen, um grosse Datenmengen performant zu verarbeiten und zu transformieren

...und das TV-Panel als Aussenvorgabe für die Transformation der Set-Top-Box-Daten auf ein für die Publikumsforschung geeignetes Datenniveau.

Transformation der Set-Top-Box-Daten als Herausforderung

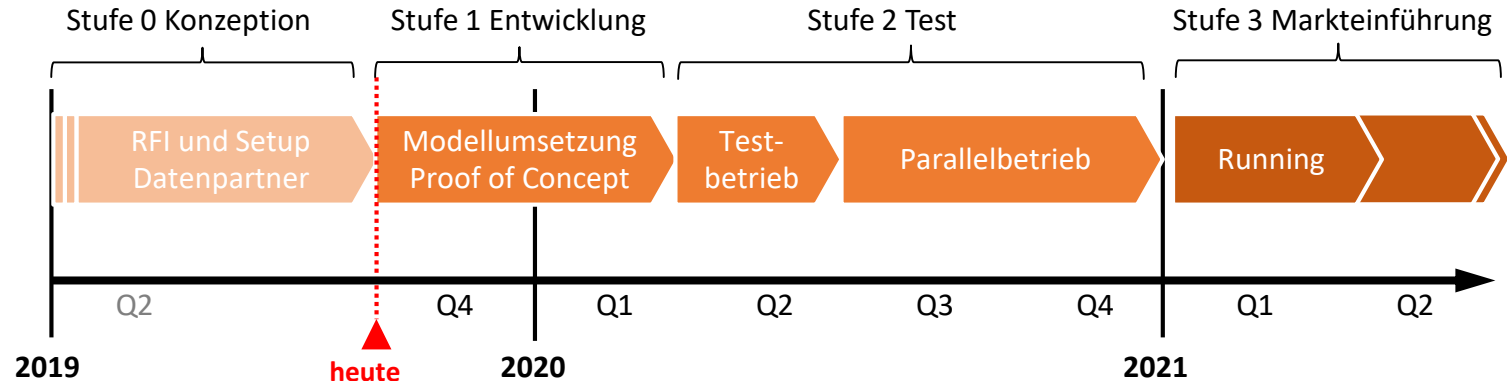
Die Set-Top-Box-Daten sind in ihrer Struktur den vom Mediapulse erfassten Währungsdaten im TV-Panel sehr **ähnlich**, weisen jedoch spezifische Einschränkungen auf, die mit statistisch-mathematischer Modelle kompensiert werden müssen:

- **Capping:** Es gibt Situationen, bei denen das Fernsehgerät ausgeschaltet ist, die Set-Top-Box jedoch eingeschaltet bleibt. In dieser Situation kann keine TV-Nutzung von Personen stattfinden, die Set-Top-Box zeichnet allerdings weiterhin die Nutzung des zuletzt eingeschalteten Fernsehsenders auf.
- Es liegen **keine** (bzw. nur wenige) Informationen über die **Haushaltsstruktur** und Soziodemographie der Haushaltsmitglieder vor – mit dem Vorteil, dass der Haushalt für Mediapulse vollkommen anonymisiert ist.
- **Seher-Zuschreibung:** Die STB-Nutzungsdaten enthalten **keine Informationen über das individuelle Sehen**, d.h. es wird nicht gemessen, wer im Haushalt einen spezifischen Fernsehsender auf der Set-Top-Box gesehen hat. Werbe- und Programmanalysen erfolgen allerdings auf einem Personen-Niveau.

Wo stehen wir?

Projektstatus

- Produktion von Set-Top-Box Daten von UPC und Swisscom hat begonnen
- Technische Vorarbeiten für Datenexport und Sampling abgeschlossen
- Dienstleister-Entscheid für Modell-Entwicklung gefällt
- Start für Umsetzung ist erfolgt
- Ausschreibung für Betrieb im Herbst 2019



Zusammenfassung

Mission

Mediapulse

- ... integriert Nutzungsdaten aus Set-Top-Boxen in die bestehende TV-Währung
- ... stellt dem Schweizer TV-Markt dadurch granulare Nutzungsdaten zur Verfügung
- ... liefert die erforderliche Datengrundlage für einen sich fragmentierenden Nutzermarkt

Wichtigste Lösungselemente

- 1 Abrufdaten aus 200'000 Set-Top-Boxen
- 2 Cappingmodul für die Transformation der Abrufdaten in Nutzungsdaten auf Haushaltsebene
- 2 Vorhersagemodul für die Schätzung der Haushaltsstruktur hinter den Set-Top-Boxen
- 3 Zuschreibungsmodul für die Verteilung der TV-Nutzung auf Seherebene
- 4 Gewichtungsmodul für die Integration der granularen Nutzungsdaten in die TV-Währung

Impact im Markt

- Verbesserung der Programmanalyse und -planung durch stabile und granulare Nutzungsdaten
- Verbesserung der Werbevermarktung durch die Reduktion der «Nullerratings» von Werbeblöcken