

TV-Messpanel wird renoviert, Einschaltquoten werden noch präziser

Die TV-Welt wird – auch in der Schweiz – von Einschaltquoten, Marktanteilen, GRPs und TKPS mitregiert. Und diese kommen hierzulande aus dem elektronischen TV-Messsystem der Mediapulse (Telecontrol). Auf das kommende Jahr werden nun einige Neuerungen in diesem System eingeführt: Neu werden 13 Konzessionsgebiete abgebildet, damit die vom Bakom konzessionierten Regional-TV-Sender präzise Nutzungsdaten über ihr Gebiet erhalten.

■ Die moderne Tagesgewichtung verdrängt das veraltete Ersetzungsverfahren, die Gewichtung der Altersklassen wird den Anforderungen der Werbewirtschaft angepasst, und die Teletext-Nutzung zählt man neu auch zur TV-Nutzung hinzu. Die Abbildung des Fernsehkonsums in der Schweiz wird ab dem 1.1.2010 zwar nicht auf den Kopf gestellt, doch System- und Methodenenerungen haben immer auch gewisse Veränderungen in den Messdaten, also in den Resultaten, zur Folge. Das Spannende dabei: Da es sich um ein kontinuierlich operatives System handelt, das tagtäglich Daten liefern muss, können die Neuerungen nur teilweise im Voraus getestet werden. Und selbst nach dem Jahreswechsel kann bei den neuen Daten niemand genau sagen, welche Verschiebungen in den Leistungsdaten der TV-Sender sich aus der Renovation des Messsystems ergeben und welcher Anteil auf tatsächliche Verschiebungen in den Sehgewohnheiten des Publikums zurückgeht.

Doch weshalb all diese Neuerungen?

Die TV-Welt verändert sich rasant, sei das durch Digitalisierung, Konvergenz mit anderen Medien und Verbreitungskanälen oder auch durch die Neugestaltung der regionalen schweizerischen TV-Landschaft im Zuge des Radio- und TV-Gesetzes. Und den relevanten Entwicklungen muss auch das einzige schweizerische Quoten-Messsystem, das TV-Messpanel der Mediapulse (Telecontrol), nachkommen. Zudem gibt es methodische Weiterentwicklungen, die sich international durchsetzen und nun auch in der Schweiz eingeführt werden. Nebst den Konzessionsgebieten ist eine der wichtigsten Änderungen ein scheinbares Detail: die Art und Weise, wie die TV-Forscher von Mediapulse mit kurzfristig ausgefallenen Haushalten umgehen, deren Daten mal nicht in der Nacht abgerufen werden konnten. Denn das Problem ist nicht ganz marginal, sind es doch rund 10% aller 1870 Telecontrol-Haushalte: sei es, weil der Haushalt in den Ferien ist und sämtliche Stecker ausgezogen hat, sei es, weil die Telefonleitung während des nächtlichen Datenabrufs anderweitig benutzt wurde, oder sei es eine technische Panne,



Das aktuelle TV-Messgerät, Telecontrol VIII.

Schliesslich wollen alle Kunden, ob Sender, Vermarkter oder Agenturen, korrekte Day-after-Data haben. Daran ist sich der Markt gewohnt, das ist Standard, und dies nicht nur in der Schweiz.

Bis Ende 2009 verfahren die TV-Forscher noch nach den seit Jahren geltenden Ersetzungsregeln. Einfach ausgedrückt: Ein ausgefallener Haushalt, der aus den erwähnten Gründen keine Daten liefern konnte, erhält Nutzungsdaten eines möglichst ähnlichen Haushaltes (geografisch, Haushaltsgrösse, soziodemografisch). Dieser Spender-Haushalt wird dann quasi doppelt gezählt. Das beschriebene Verfahren ist aus verschiedenen Gründen international nicht mehr Standard. Deshalb wird es jetzt durch die Tagesgewichtung ersetzt. Dabei werden Ausfälle so kompensiert, indem jeweils alle ähnlichen Haushalte und Personen entsprechend hochgewichtet werden. Die Ausfälle werden dadurch gleichmässiger als bisher kompensiert, die Realität wird besser abgebildet.

Verschiedene Faktoren beeinflussen die Gewichtung der Paneldaten; darunter die Haushaltsgrösse, das Geschlecht – und das Alter. Bis Ende Jahr wird nach den Alterskategorien 3–14, 15–24, 25–44, 45–64, 65+ gewichtet, ab 1.1.2010 sind es dann neu sechs Kategorien, 3–14, 15–29, 30–39, 40–49, 50–59, 60+. Die zusätzliche Altersklasse wird es erlauben,

die am häufigsten in der Werbewirtschaft benutzten Zielgruppen, 15–49 und 15–59, genauer abzubilden.

TV-Landkarte neu gezeichnet

Im Zuge des neuen Radio- und TV-Gesetzes hat das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) insgesamt 13 Regional-TV-Sender für die nächsten zehn Jahre konzessioniert. Als Teil des gesetzlichen Auftrages der Stiftung Mediapulse für Medienforschung ist sie verpflichtet, diese Konzessionsgebiete im TV-Messpanel adäquat abzubilden. Dazu muss die Mediapulse einiges an ihrer Stichprobe umbauen und zudem knapp 50 Haushalte mehr unter Messung nehmen. Die gesamte Stichprobe des TV-Messpanels wird ab 1.1.2010 über 1900 Haushalte in der Schweiz umfassen. Und damit nicht genug: Eine letzte Neuerung betrifft die Teletext-Nutzung. Diese wird neu zur Fernsehnutzung hinzugezählt, was international bereits seit einigen Jahren der Fall ist. Das wird die im Vergleich zu anderen Ländern eh schon tiefe TV-Nutzung allerdings nicht massiv voranbringen, werden doch über die gesamte Bevölkerung gesehen lediglich einige wenige Minuten Teletext täglich genutzt. Ein Teil dieser Neuerungen (Tagesgewichtung und neue Gewichtung Zielgruppen) konnte in einem Testsystem simuliert und von allen Telecontrol-Kunden (Sendern, Vermarktern, Agenturen) analysiert werden. Dies half insbesondere den Vermarktern für ihr Pricing 2010. Ein Gewinner dieser Umstellungen im TV-Messpanel ist sicherlich die Forschung und somit letztlich der Markt, denn er kann fortan mit besserem Datenmaterial aus einer modernisierten und auf internationalem Standard stehenden TV-Forschung arbeiten. ■

ROLF MÜLLER, PUBLICA DATA AG

■ Weitere Informationen

PUBLICA DATA AG

Ein Unternehmen der Mediapulse Stiftung für Medienforschung

Publica Data AG

Thunstrasse 18, 3000 Bern 15
Dufourstrasse 65, 8702 Zollikon

T +41 31 350 94 49

F +41 31 350 94 38

info@publicadata.ch

www.publicadata.ch