



**IGEM**

**FORSCHUNGSZIELE**

# Bewegtbildkonsum ausserhalb des TV Gerätes



- 70% sehen zumindest gelegentlich Video oder Fernsehen ausserhalb des klassischen TV Gerätes

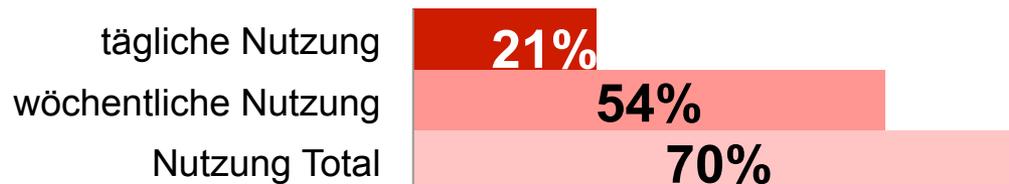
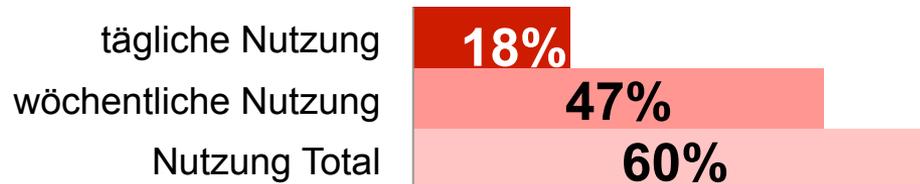
**Fernsehen  
ausserhalb des  
TV Gerätes**



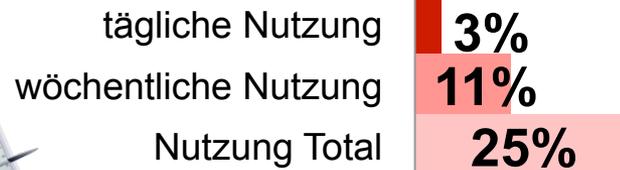
**Video / Filme  
ausserhalb des  
TV Gerätes**



**Bewegtbild  
ausserhalb des  
TV Gerätes**

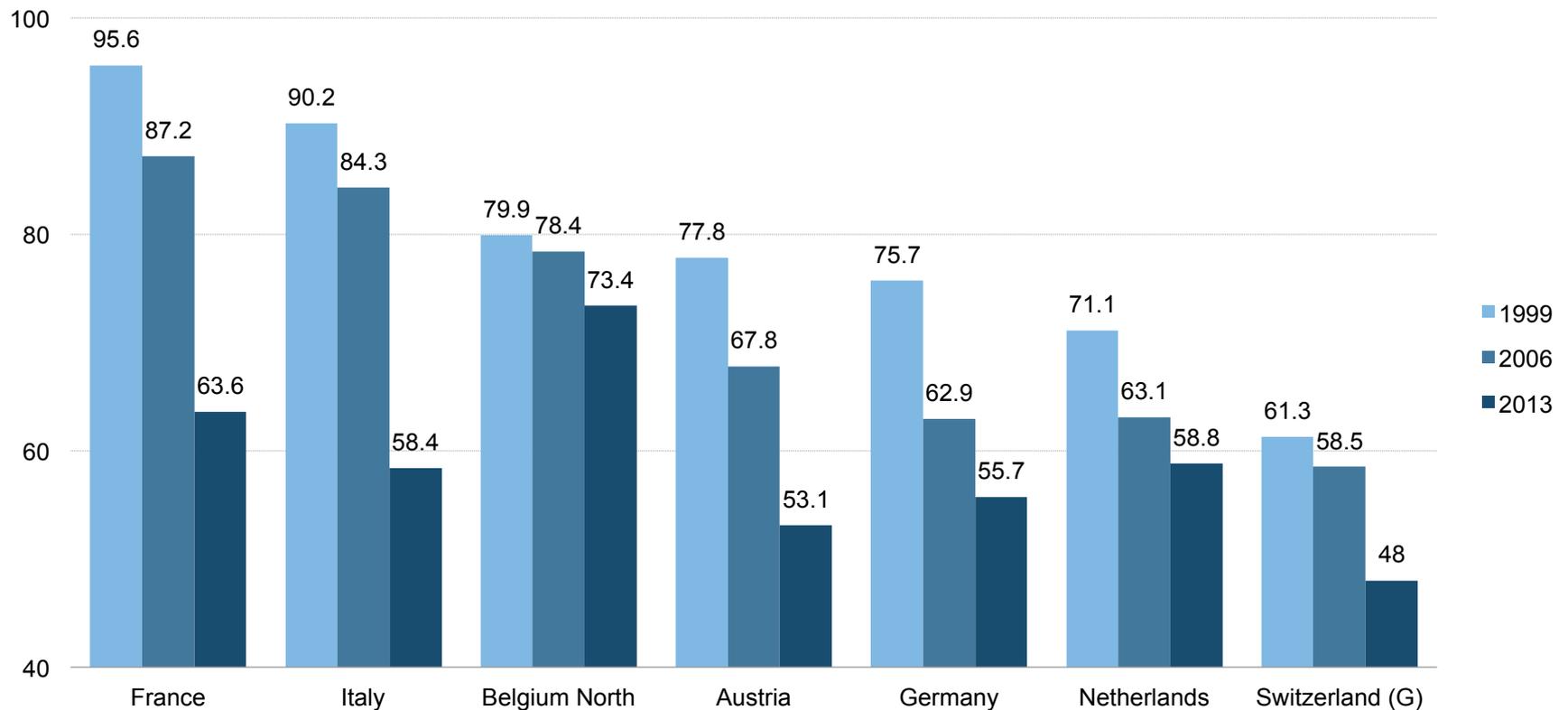


# Parallelnutzungsverhalten beim Fernsehen:



Interaktives  
Zusatzpotential

# Schweiz Europameister der Fragmentierung - Top 6 Marktanteile im Ländervergleich

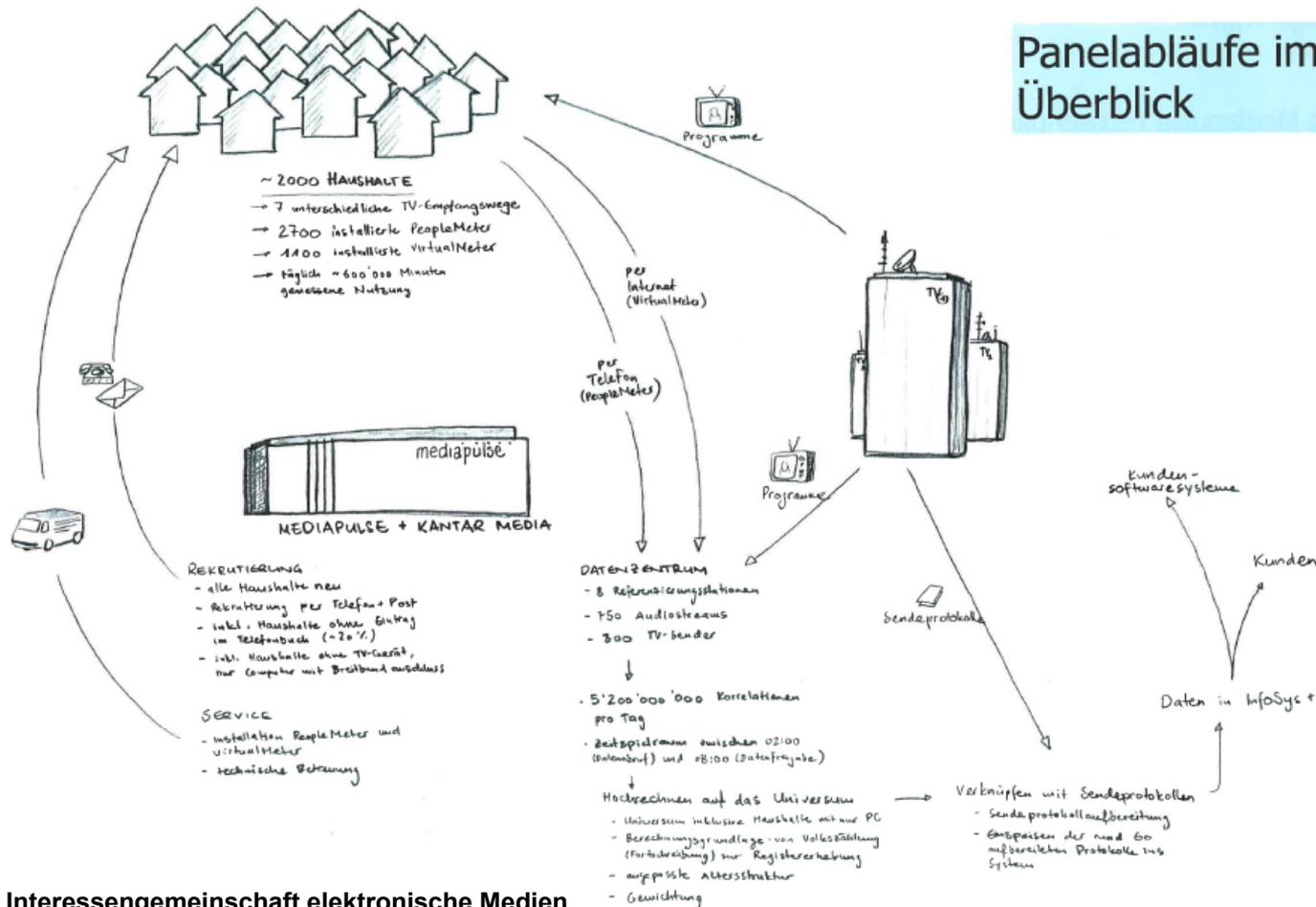


Source: TV Key Facts 2014, Audience shares 3+ of main channels (Channels may vary from year to year)

# Forschungsansatz Mediapulse



## Panelabläufe im Überblick



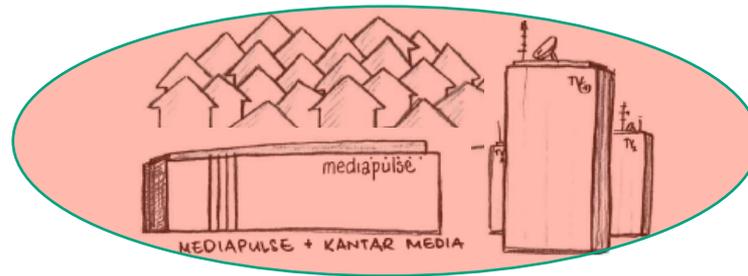
# Forschungsansatz Heute



Agenturen



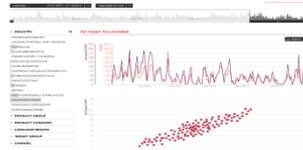
Zielgruppen



# Forschungsansatz Morgen



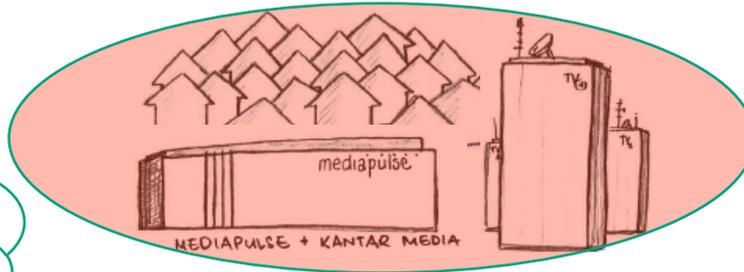
Agenturen



Zielgruppen



WebTV



Online



Radio



# Forschungsansatz Anforderungen

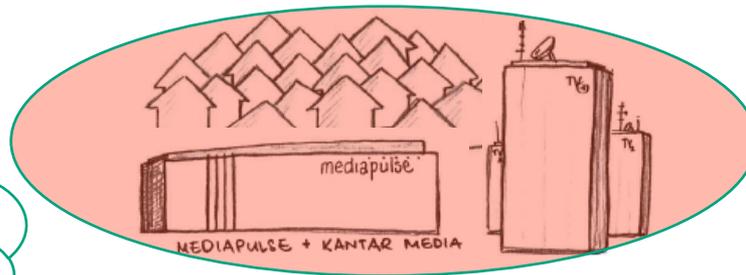


## Agenturen

- einheitliche Bewegtbildwährung
- Vergleichbarkeit der Medien
- Programmatic Buying



## Zielgruppen



## Kunden

- Nettoreichweite über alle elektronischen Medien
- Datensicherheit
- ROI

## WebTV

- Messbarkeit von WebTV
- Auslieferungsstatistik bereits generiert

## Online

- Kampagnenbezogene Daten Nutzung über Second Devices
- Vergleichbarkeit zu TV schaffen
- Integration in Paneldaten

## TV

- Bewegtbildreichweite über alle Screens
- Erhalt einer Bewegtbildwährung
- Datensicherheit (Stichprobe verbessern)
- Long-Tail-Problematik lösen

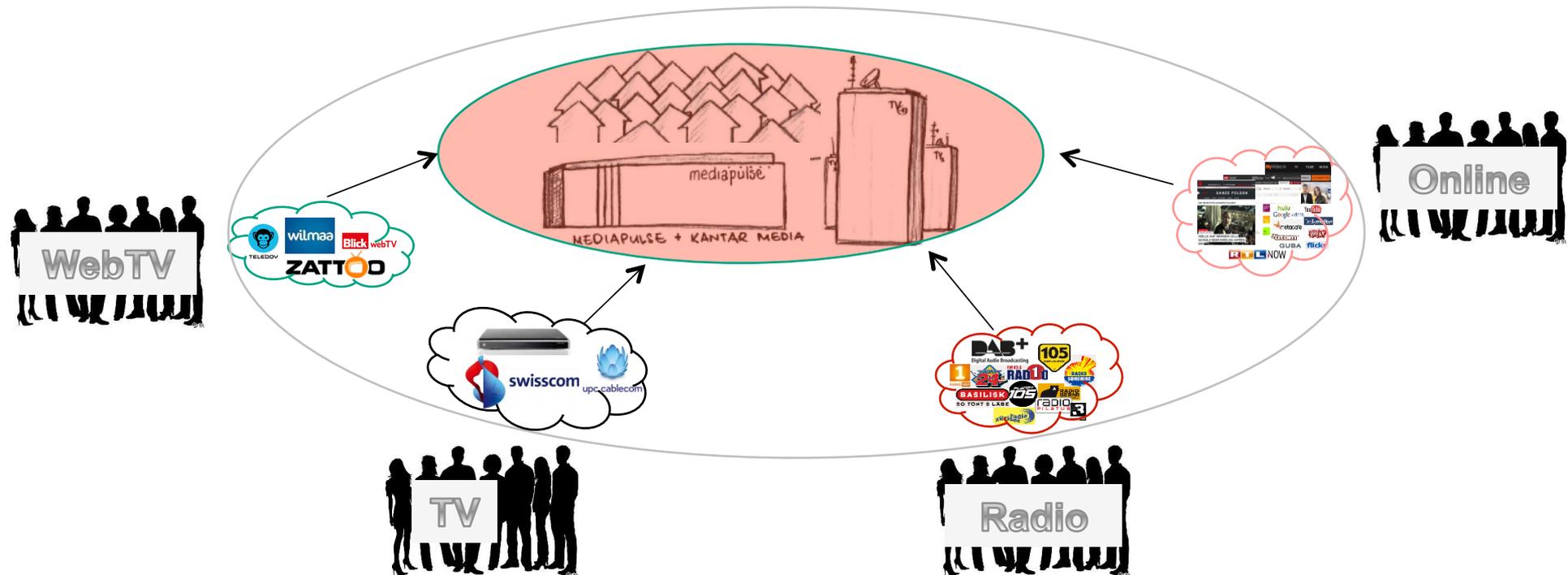
## Radio

- DAB+
- Web Radio
- Vergleichbarkeit zu anderen elektr. Medien schaffen

# Technische Lösung für medienübergreifende Forschung



- sukzessive Integration von Daten unterschiedlicher Mediagattungen
- gleiche technische Integration aller Medien (hybride Auslieferungsstatistik)
- Paneldaten schaffen Nettoreichweite und Währungssicherheit
- Return-Path-Data auf Basis von Haushaltsstatistiken im TV und Server-Auslieferungsstatistiken bei WebTV, Online-Video und Radio
- Datensicherheit für Rezipienten aufgrund nicht individueller Serverdaten



# Schwerpunkte im Bereich Forschung



Die Schwerpunkte der Arbeit der IGEM liegen in den Bereichen Nutzungsforschung, gesetzliche Rahmenbedingungen sowie Digitalisierung.

Bei der Nutzungsforschung stehen die Nutzungsforschung elektronischer Medien (linear und non-linear Bewegtbild, Radio, DOOH und Kino) sowie die medienübergreifende Forschung im Focus.

Im Fernsehbereich ist die IGEM zudem beim der Bereitstellung von Daten für den Markt (z.B. MediaWizard) engagiert.



## 1. Digitalisierung

Erhebung der jährlichen Veränderung und Bedeutung verschiedener Nutzungswege und Nutzungsarten von elektronisch verbreiteten Inhalten (Digi Monitor).

Relevante Verbreitungswege und Verbreitungsarten bestimmen und neue (oder bisher noch nicht umfänglich gemessenen) Nutzungsintensitäten aufzuzeigen („Digi TrendMonitor“ - tbd).



## 2. Konvergenz und hohe Datenqualität in einer Wahrung

Anreicherung der bisherigen Messung durch permanent erhobene digitale Auslieferungsstatistiken (Return Path Data) mit dem Ziel eine konvergente Wahrung (qualitativ im Markt akzeptiert) ber digitale Inhalte zu schaffen.



## 3. Transparenz

Sämtliche Forschungsaufträge sind öffentlich auszuschreiben. Alle Daten und Erhebungsgrundlagen müssen öffentlich und transparent dokumentiert werden und allen Marktteilnehmern auf Grund einer verbindlichen Preisliste und mit geeigneten Auswertungstools zur Verfügung stehen.

Die Erhebungsgrundlage muss mindestens dem europäischen Standard entsprechen und repräsentativ für die Gesamtbevölkerung sein; z.B. auch für Haushalte ohne Festnetzanschlüsse oder bezüglich der technischen Ausstattung (Digitalisierung usw.). Die Anforderung ist jährlich zu überprüfen und öffentlich zu dokumentieren.