

Ergebnisse eines Internen Coincidental Checks
des AGF/GfK-Fernsehpanels

→ Qualitätsprüfung im Fernsehpanel 2010

Von Elmar Klemm*

In regelmäßigen Abständen überprüft die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) die Qualität des AGF/GfK-Fernsehpanels. Ein Instrument zur Prüfung des Qualitätsmerkmals Reliabilität ist der Interne Coincidental Check (ICC). Letztmalig fand eine solche Prüfung im Jahr 2006 statt. (1) Seit der zweiten Hälfte des Jahres 2009 wurde das Fernsehpanel mit einer neuen Generation von Metergeräten (TC Score mit neuer Fernbedienung) ausgerüstet. Diese Umrüstung wurde Anfang des Jahres 2010 abgeschlossen. Daher war das Interesse am ICC in diesem Jahr besonders groß, weil hierdurch geprüft werden konnte, ob die neuen Metergeräte eine positive oder negative Auswirkung auf die Qualität des Panels haben.

An- und Abmelde-
verhalten der Panel-
teilnehmer bestimmt
Qualität der
Nutzungsdaten

Neben vielen anderen Faktoren ist ein zentraler Faktor, der die Qualität der generierten Nutzungsdaten bestimmt, das An- und Abmeldeverhalten der Panelteilnehmer. Hierbei handelt es sich um einen „Flaschenhals“ der Fernsehforschung. Gleichgültig, wie viel Mühe man in die Rekrutierung, Aussteuerung, technische Messung usw. innerhalb des Panels investiert, wenn die Panelteilnehmer den ihnen zugewiesenen „Job“, sich korrekt an der Fernbedienung an- und abzumelden, nicht ernst nehmen, sind alle anderen Bemühungen bedeutungslos. Das korrekte An- und Abmeldeverhalten über die Fernbedienung ist deshalb die Basis der heutigen Fernsehforschung.

Methodik

Der ICC prüft also, ob die Panelteilnehmer korrekten Gebrauch von ihrer Fernbedienung machen. Es gilt deshalb zu ermitteln, ob sie, wenn sie sich am GfK-Meter angemeldet haben, tatsächlich auch fernsehen, und sie sich umgekehrt, wenn sie nicht fernsehen, auch nicht am Metergerät angemeldet haben. Die Ermittlung des tatsächlichen Fernsehverhaltens erfolgt im ICC über eine telefonische Befragung (CATI) der Panelteilnehmer. Die Angaben, die diese hierbei über ihr Sehverhalten machen, werden mit den vom jeweiligen Metergerät ermittelten Informationen abgeglichen (vgl. Abbildung 1).

Um Antwortverzerrungen der Panelteilnehmer durch kognitive Überbeanspruchung zu vermeiden, wird im ICC nur nach der Fernsehnutzung gefragt, die unmittelbar vor der Entgegennahme des Anrufs stattfand. Im Rahmen des ICC werden zufällig ausgewählte Panelteilnehmer angerufen. Diese werden gefragt, ob sie gerade, als das Telefon klingelte, ferngesehen haben.

Wie sieht das Interview jedoch konkret aus? Zu einer festgelegten Zeit an einem festgelegten Tag wird der in die Stichprobe gelangte Haushalt vom Institut angerufen. Das Interview wird mit demjenigen Haushaltsmitglied, das den Anruf entgegennimmt, durchgeführt, vorausgesetzt, es ist älter als 13 Jahre. Natürlich kann man den Panelteilnehmer nicht anrufen und ihm sagen: „Wir wollen prüfen, ob Sie sich auch korrekt am GfK-Meter anmelden.“ Deshalb wird dem Befragten erklärt, dass man „gelegentlich Probleme mit der Übertragung seiner Daten habe“ und deshalb im Folgenden ein paar Fragen zum Fernsehverhalten im Haushalt stellen wolle, um die Meterdaten zu überprüfen. Das Interview beginnt dann mit der Kernfrage des ganzen Interviews, der Frage 1: „Haben Sie selbst gerade, als ich anrief, ferngesehen, wenn auch nur so nebenbei?“ Dies ist die Frage, mit der das aktuelle Fernsehnutzungsverhalten des Befragten festgelegt wird. Die Angaben auf diese Frage werden in den nachgelagerten Auswertungen mit den Meterdaten abgeglichen. Bejaht der Interviewte diese Frage, folgen ein paar ergänzende Fragen zum Fernsehkonsum:

- welcher Sender gesehen wurde;
- in welchem Raum das Fernsehgerät steht;
- ob man live ferngesehen hat oder zeitversetzt;
- ob das Fernsehgerät an das GfK-Metergerät angeschlossen ist (nicht jedes Gerät muss angeschlossen sein);
- ob das Gerät an einen Digital-Receiver oder eine Set-top-Box angeschlossen ist;
- ob noch andere Haushaltsmitglieder an dem Gerät fernsehen, und wenn ja, wer?
- ob auch noch Gäste des Haushalts an dem Gerät gerade fernsehen. (Wenn dies der Fall ist, wird auch noch Alter und Geschlecht der Gäste erhoben und wie häufig der Gast im Haushalt fernsieht);
- ob man selbst während des Fernsehens noch etwas anderes gemacht hat (essen, lesen, unterhalten ...).

Falls in dem Haushalt mehr als ein Fernsehgerät vorhanden ist, werden im Fortgang des Interviews alle Fernsehgeräte (maximal vier) einzeln durchgegangen.

Gegenüber den vergangenen ICCs wurde das Fragenprogramm um Fragen zur zeitversetzten Fernsehnutzung ergänzt, da diese seit der Messgeräte-Umstellung am 1. Juli 2009 Bestandteil der Fernsehprüfung ist.

Interviewdurchführung und Auswertung

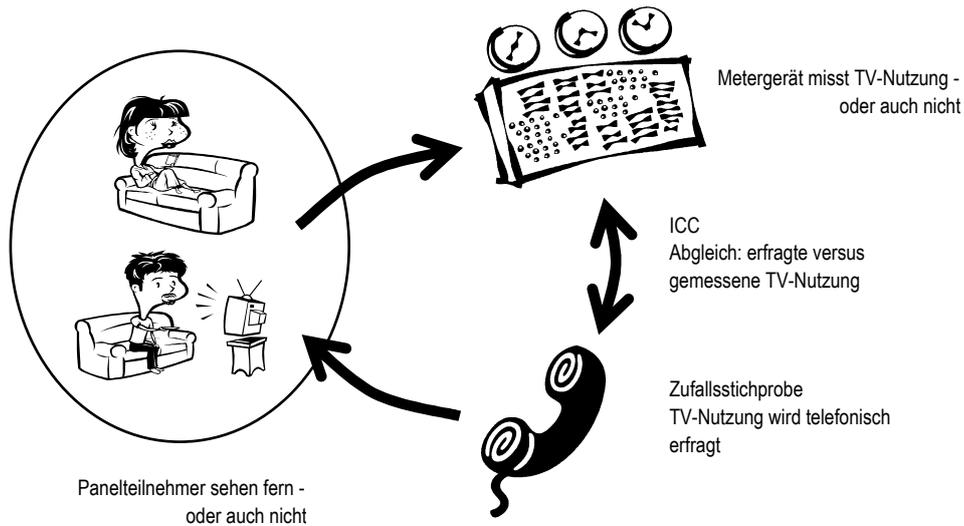
Mit der Durchführung des ICC wurde die GfK von der AGF beauftragt, da die Adressen der Panelhaushalte nur der GfK bekannt sind und auf keinen Fall an Dritte weitergegeben werden dürfen. In die Bruttostichprobe gingen neben einer Zufallsauswahl von deutschen Panelhaushalten sämtliche EU-Ausländer-Haushalte ein. Insgesamt wurden 1319 Interviews realisiert. Im Rahmen des ICC wurde damit ein Viertel aller Panelhaushalte überprüft.

Ablauf des Interviews

Interviews mit 1319 Haushalten

* Omnicom Mediagroup Germany.

Abb. 1 Prinzip des Internen Coincidental Checks (ICC)



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung.

① Auswertungsprinzip basierend auf einer 4-Felder-Tafel

Werte für Personen ab 3 Jahren

		GfK-Meter			GfK-Meter, Angaben in %		
		ja	nein	gesamt	ja	nein	gesamt
CATI	ja	A	B	A+B	42,2	4,9	47,1
	nein	C	D	C+D	4,4	48,5	52,9
	gesamt	A+C	B+D	A+D	46,6	53,4	90,7

n=2 734.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung.

Die Interviews wurden in der Woche vom 19. bis 23. April 2010 durchgeführt. Der Befragungszeitraum war also annähernd synchron zu dem des Externen Coincidental Checks (ECC) gewählt (vgl. den Beitrag von Karl-Heinz Hofstätter in diesem Heft). Interviewt wurde an den fünf Werktagen Montag bis Freitag, in der Uhrzeit zwischen 19.00 Uhr und 21.15 Uhr, wobei der Abend in neun Viertelstundenabschnitte zerlegt wurde. Das Studiendesign war so angelegt, dass die Interviews gleich verteilt über die Wochentage und Zeitintervalle stattfanden.

Auswertungslogik: Referenzintervall von 60 Sekunden

Nachdem die Interviews durchgeführt worden waren, erfolgte die Auswertung der Daten. Bisher wurde immer vereinfacht von einem Abgleich der durch die Interviews erhobenen Informationen über die Fernsehnutzung der Haushaltsmitglieder und den durch das Metergerät registrierten Nutzungsinformationen gesprochen. Tatsächlich handelt es sich bei dieser Auswertung nicht um eine triviale Prozedur. Die Kardinalfrage ist nämlich, welchen Referenzzeitraum der Meterdaten man zum Abgleich mit der erfragten Fernsehnutzung heranzieht. Wählt man den Zeitraum zu kurz (z.B. 10 Se-

kunden vor dem Anruf), so übersieht man eine gemessene Fernsehnutzung, die vor 15 Sekunden stattfand. Wählt man den Zeitraum zu lang, so berücksichtigt man eine gemessene Fernsehnutzung in der Auswertung, die der Befragte vielleicht nicht angegeben hat, weil er das Wort „gerade“ in der Interviewfrage „Haben Sie selbst, gerade als ich anrief, ferngesehen?“ anders interpretiert hat.

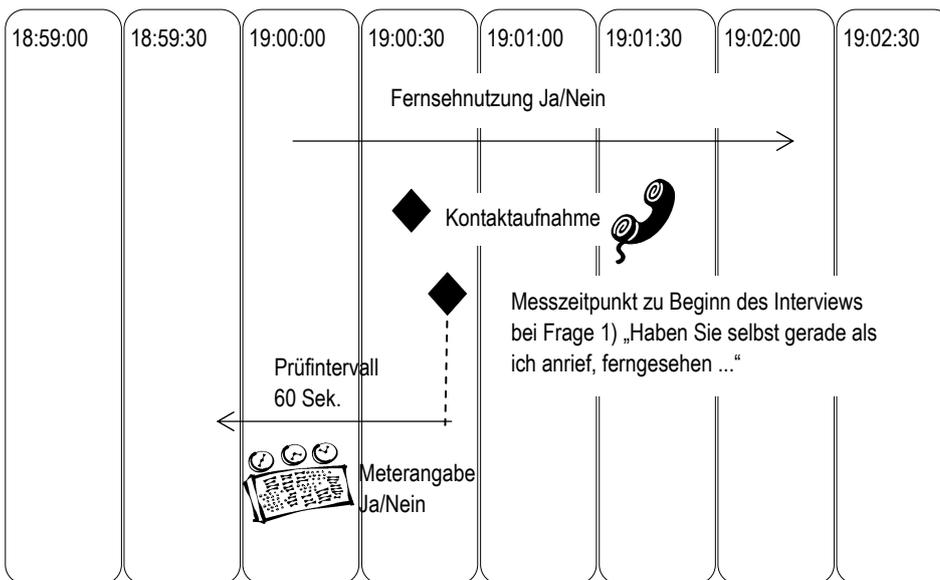
Die optimale Auswertung müsste also das Referenzintervall so wählen, dass es mit dem mentalen Referenzrahmen des jeweiligen Befragten auf den Stimulus „gerade“ übereinstimmt. Das ist natürlich nicht möglich. Deshalb hat sich die AGF entschieden, per Konvention ein Referenzintervall von 60 Sekunden zu verwenden. Konkret bedeutete dies, dass die GfK jeweils, wenn die Fragen zur Fernsehnutzung gestellt wurden, im CATI-Interview Messpunkte setzte und so die exakte Uhrzeit zu Beginn der Frage registrierte. Dies wurde nicht nur mit der ersten Frage zur eigenen Fernsehnutzung gemacht, sondern auch mit den Fragen zur Fernsehnutzung an eventuell vorhandenen weiteren Geräten im Haushalt. Ausgehend von diesen Messpunkten wurde dann in den Meterdaten des Befragten und der übrigen Haushaltsmitglieder ein Prüfintervall von 60 Sekunden rückwärts errichtet und in diesem Intervall kontrolliert, ob eine Nutzung in den Meterdaten vorlag (vgl. Abbildung 2).

Basierend auf dieser Auswertungslogik kann dann eine klassische Kreuztabelle, wie in Tabelle 1 dargestellt, aufgebaut werden. Zelle A enthält diejenigen Panelteilnehmer, die laut Metergerät zum Zeitpunkt der Befragung ferngesehen und in der Befragung angegeben haben, dass sie fernsehen. Im ICC 2010 waren dies immerhin 42,2 Prozent aller untersuchten Personen (n=2734), über die in den 1319 Interviews Informationen erhoben wurden.

Zelle B enthält die Panelteilnehmer, die im Interview angegeben haben, dass sie gerade fernse-

Kreuztabelle mit vier Zellen

Abb. 2 Auswertungsdesign für den ICC



Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung.

hen, die aber laut Metergerät nicht ferngesehen haben (genauer: im 60-sekündigen Referenzintervall nicht angemeldet waren). Die untersuchten Personen in dieser Zelle sind also diejenigen Personen, die vermutlich vergessen haben, sich anzumelden. In 2010 waren dies 4,9 Prozent der Panelteilnehmer. Die Personen in dieser Zelle repräsentieren sozusagen eine Fernsehreichweite (laut CATI), die in den offiziellen AGF/GfK-Daten keine Berücksichtigung findet.

Zelle C enthält die Personen, die zwar im Interview gesagt haben, dass sie gerade nicht fernsehen, für die aber in den Meterdaten ein Nutzungsvorgang gefunden wurde. Personen in dieser Zelle haben vermutlich vergessen, sich abzumelden. Dies traf im Jahr 2010 auf 4,4 Prozent aller Personen zu. Diese Panelteilnehmer generieren also im System der Fernsehforschung eine Reichweite, die keine Entsprechung in der Wirklichkeit findet.

In Zelle D finden sich schließlich diejenigen Pannellisten, die sowohl laut Metergerät als auch laut Interview nicht ferngesehen haben. Dies waren 48,5 Prozent aller Personen. Zelle A und Zelle D enthalten also diejenigen Befragten, bei denen das gemessene und das erfragte Verhalten übereinstimmt. Man bezeichnet diesen Wert auch als Koinzidenz. Bei 90,7 Prozent aller untersuchten Personen stimmte gemessenes und erfragtes Verhalten überein.

Neben der Koinzidenz wird noch ein weiterer Gütewert, die saldierte Koinzidenz, errechnet. Dieser Wert beruht auf der Überlegung, dass die Personen in der Zelle C eine Überschätzung der ausgewiesenen Meterreichweiten darstellen, während die Personen in Zelle B eine Unterschätzung der Meterreichweiten darstellen. Verrechnet man Über- und Unterschätzung, so erhält man die saldierte Koinzidenz. Rechnerisch entsteht die saldierte Koinzi-

„Saldierte Koinzidenz“: Verrechnung von Über- und Unterschätzung

denz, indem man von 100 den Betrag der Differenz aus Zelle B und Zelle C subtrahiert. Im obigen Beispiel beträgt die saldierte Koinzidenz $100 - 14,9 - 4,4 = 99,5$ Prozent.

Ergebnisse des ICC 2010

Alle Ergebnisse des ICC 2010 sind in Tabelle 2 wiedergegeben. Die Koinzidenz betrug 90,7 Prozent. Im Vergleich zu früheren ICCs stellt dies einen sehr guten Wert dar (vgl. Abbildung 3). Die Qualität des Panels ist also im Hinblick auf das Anmeldeverfahren seit 1997 weitestgehend konstant geblieben.

Bei der Interpretation der Koinzidenzen muss man berücksichtigen, dass der Befragte im Interview sowohl sein eigenes Verhalten berichtet als auch über das Verhalten aller anderen Haushaltsmitglieder Auskunft erteilt. Hierbei kann er sich natürlich auch täuschen. Die interviewte Mutter muss nicht unbedingt genau wissen, womit ihr Sohn in seinem Zimmer gerade beschäftigt ist. Insgesamt wurden 1319 Interviews durchgeführt, wobei Informationen über 2734 Personen ermittelt wurden. Dies bedeutet, dass 1319 Personen über sich selbst berichtet haben, während über das Verhalten von 1415 Personen durch Dritte Auskunft erteilt wurde.

Wie deutlich sich dieser Effekt niederschlägt, lässt sich in Tabelle 2 erkennen. Während die Koinzidenz direkt bei den befragten Personen bei 91,8 Prozent liegt, sinkt sie bei den nicht-befragten Personen auf 89,7 Prozent. Einen ähnlichen Effekt kann man erkennen, wenn man sich die Koinzidenzen nach Haushaltsgröße anschaut. Da eine Person, die in einem Ein-Personen-Haushalt lebt,

Konstant hohe Qualität des Anmeldeverfahrens

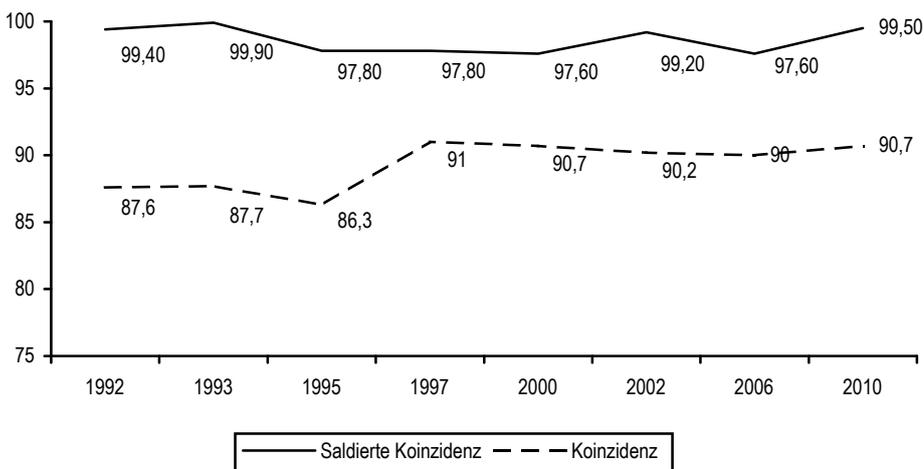
Haushaltsgröße spielt für Koinzidenz eine Rolle

② **Ergebnisse des ICC 2010**

Angaben in %, bezogen auf die jeweilige Basis

Merkmal	Zelle A Meter ja/ CATI ja	Zelle D Meter nein/ CATI nein	Zelle C Meter ja/ CATI nein	Zelle B Meter nein/ CATI ja	Koinzidenz	saldierte Koinzidenz
Personen ab 3 Jahren	42,2	48,5	4,4	4,9	90,7	99,5 (-)
Personen ab 14 Jahren	44,7	46,1	4,6	4,6	90,8	100,0
Befragte Personen ab 14 Jahren	58,8	33,0	3,0	5,2	91,8	97,8 (-)
Nicht-befragte Personen ab 3 Jahren	26,8	62,9	5,6	4,7	89,7	99,1 (+)
Gästenutzung im Haushalt	0,2	97,3	0,2	2,3	97,5	97,9 (-)
Region						
West	39,8	51,2	4,3	4,7	91,0	99,6 (-)
Ost	48,6	41,6	4,4	5,4	90,2	99,0 (-)
Alter						
3 bis 5 Jahre	11,4	81,4	2,9	4,3	92,8	98,6 (-)
6 bis 9 Jahre	25,5	66,7	2,0	5,9	92,2	96,1 (-)
10 bis 13 Jahre	22,2	64,1	2,6	11,1	86,3	91,5 (-)
3 bis 13 Jahre	20,8	69,2	2,4	7,6	90,0	94,8 (-)
14 bis 29 Jahre	22,0	70,0	3,1	4,9	92,0	98,2 (-)
30 bis 49 Jahre	35,9	55,1	3,9	5,1	91,0	98,8 (-)
50 Jahre und älter	59,7	30,6	5,6	4,1	90,3	98,5 (+)
Geschlecht						
männlich	38,3	53,1	3,8	4,8	91,4	99,0 (-)
weiblich	45,9	44,2	4,9	5,0	90,1	99,9 (-)
Haushaltsgröße						
1-Personen-Haushalt	71,2	24,5	2,4	1,9	95,7	99,5 (+)
2-Personen-Haushalt	50,0	37,5	7,1	5,4	87,5	98,3 (+)
3-Personen-Haushalt	33,4	57,7	3,4	5,5	91,1	97,9 (-)
4+-Personen-Haushalt	21,7	69,9	2,8	5,6	91,6	97,2 (-)
Anzahl TV-Geräte						
1 Gerät	45,3	46,4	4,4	3,9	91,7	99,5 (+)
2 Geräte	39,5	49,6	4,1	6,8	89,1	97,3 (-)
3+ Geräte	27,8	60,4	4,9	6,9	88,2	98,0 (-)
Bildung (ab 14 Jahre)						
VS/Hauptschule	49,5	39,6	5,9	5,0	89,1	99,1 (+)
Weiterführende Schule ohne Abi	46,3	44,2	4,5	5,0	90,5	99,5 (-)
Abi/Hochschulreife	32,1	60,7	2,6	4,6	92,8	98,0 (-)
Studium	43,0	50,7	3,6	2,7	93,7	99,1 (+)
Interviewtag						
Montag	48,0	43,3	4,2	4,5	91,3	99,7 (-)
Dienstag	41,2	49,8	3,7	5,3	91,0	98,4 (-)
Mittwoch	42,9	46,7	6,3	4,1	89,6	97,8 (+)
Donnerstag	40,2	51,1	3,7	5,0	91,3	98,7 (-)
Freitag	39,2	51,3	3,9	5,5	90,5	98,4 (-)
Uhrzeit						
19.00 Uhr	29,4	61,5	5,4	3,7	90,9	98,3 (+)
19.15 Uhr	39,5	49,7	5,3	5,6	89,2	99,7 (-)
19.30 Uhr	38,1	52,7	4,0	5,2	90,8	98,8 (-)
19.45 Uhr	40,4	52,4	3,3	3,9	92,8	99,4 (-)
20.00 Uhr	41,4	48,8	5,1	4,7	90,2	99,6 (+)
20.15 Uhr	42,7	50,2	2,5	4,7	92,9	97,8 (-)
20.30 Uhr	51,0	39,5	4,8	4,8	90,5	100,0
20.45 Uhr	51,6	38,3	4,9	5,2	89,9	99,7 (-)
21.00 Uhr	46,8	42,8	4,1	6,3	89,6	97,8 (-)
Panelzugehörigkeit						
mehr als 9 Jahre	48,1	43,2	5,0	3,7	91,3	98,7 (+)
2,5 bis 9 Jahre	41,0	49,8	3,8	5,4	90,8	98,4 (-)
bis 2,5 Jahre	38,7	51,6	4,3	5,4	90,3	98,9 (-)

Abb. 3 Koinzidenzen im ICC im Langzeitvergleich
in %



Bis 1995: Zuschauer ab 6 Jahren; bis 2002: Panel D; ab 2006: D+EU; ab 2010: neues Messsystem TC Score.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, diverse Ergebnisberichte.

natürlich nur über sich selbst Auskunft erteilt und mit zunehmender Haushaltsgröße vom Befragten über immer mehr dritte Personen Angaben gemacht werden müssen, sinkt die Koinzidenz von 95,7 Prozent für Ein-Personen-Haushalte auf 91,6 Prozent für Haushalte mit vier und mehr Personen.

Geringe Differenzen nach soziodemografischen Faktoren

Nach soziodemografischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Bildung, Region), ergeben sich nur sehr geringe Differenzen. Geschlecht und Region differieren praktisch überhaupt nicht. Lediglich eine schwache Tendenz jüngerer Kinder und von Personen mit einfacheren Schulabschlüssen zu einem inkonsistenten Anmeldeverhalten ist zu erkennen.

Keine Ermüdungserscheinungen bei langer Panelzugehörigkeit

Sehr überzeugend sind die Aufrisse der Koinzidenzen nach eher methodischen Merkmalen, wie Interviewtag, Uhrzeit des Interviews und vor allem Panelzugehörigkeit. Fast ein Drittel aller untersuchten Personen ist bereits länger als neun Jahre im Panel. Die Koinzidenz dieser „Oldies“ ist praktisch identisch (91,3%) mit der Koinzidenz der Teilgruppen, die noch nicht so lange Panelmitglieder sind (90,8% und 90,3%). Lange Panelzugehörigkeit führt also nicht zu Ermüdungserscheinungen, die sich in Form einer geringeren Koinzidenz bemerkbar machen würden.

Verbesserung der Koinzidenz seit 2006

Im Vergleich mit den Werten aus dem ICC 2006 hat ein Großteil der Zielgruppen ihre Koinzidenz in 2010 verbessert (vgl. Abbildung 4). Dies liegt vermutlich an der verbesserten Messung von Zweitgeräten in den Haushalten seit der Einführung des neuen Metergerätes TC Score im Jahr 2009.

Seit Juli 2009 können sich bis zu 16 Gäste anmelden

Gästenutzung im ICC

Zwischen dem ICC 2006 und dem ICC 2010 hat sich eine bedeutsame Änderung der Erfassung der Gästenutzung im Panel ergeben. Vor dem 1. Juli 2009 wurde die Gästenutzung auf dem alten Metergerät

③ Gästenutzung des Fernsehens im ICC 2006 und 2010

Angaben in %

		GfK-Meter ICC 2006			GfK-Meter ICC 2010		
		ja	nein	gesamt	ja	nein	gesamt
CATI	ja	2,5	2,3	4,8	0,2	2,3	2,5
	nein	1,6	93,6	95,2	0,2	97,3	97,5
	gesamt	4,1	95,9	96,1	0,4	99,6	97,5

2006: n=2.391; 2010: n=2.734.

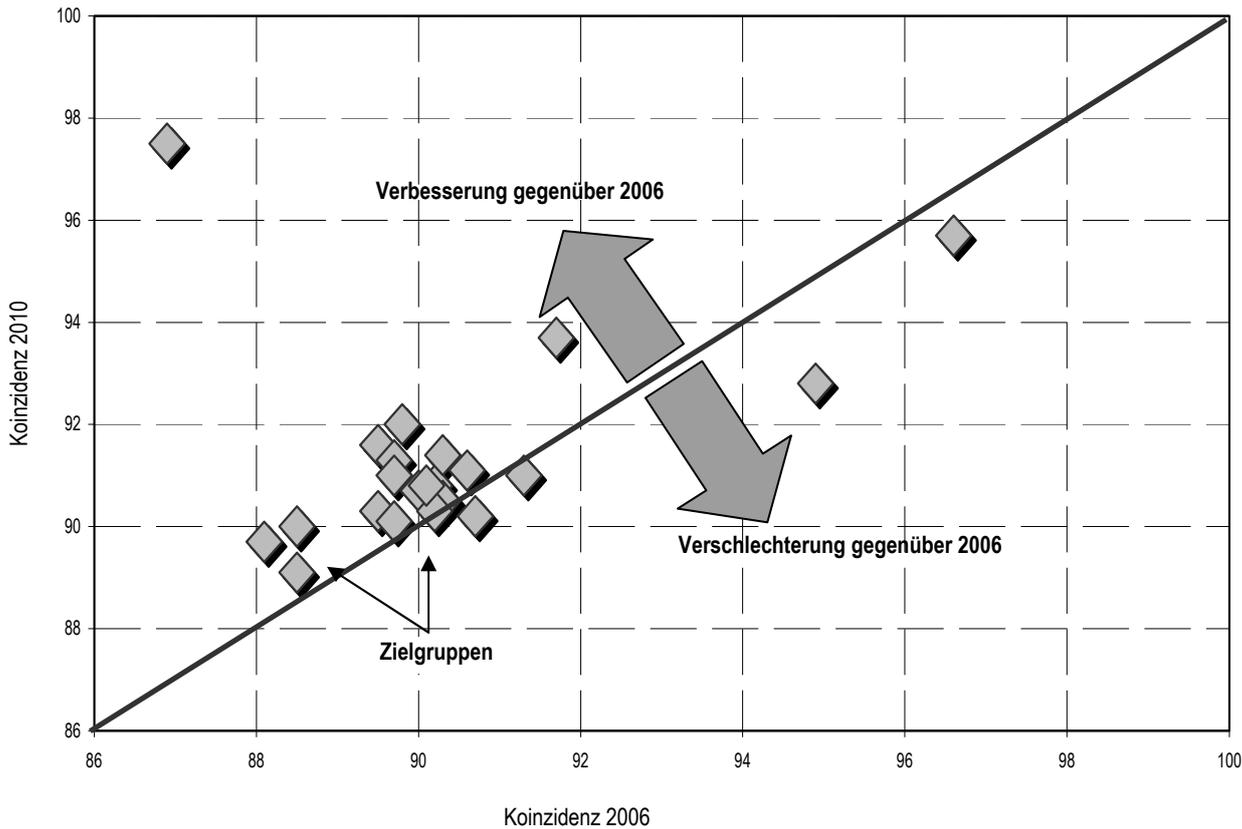
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung.

(TC XL) zwar erfasst, nicht jedoch in den Reichweitendaten ausgewiesen. Die Fernbedienung verfügte über eine Gästetaste, das heißt, es konnte sich nur jeweils ein einziger Gast am Gerät anmelden. Seit dem 1. Juli 2009 hat sich das Handling der Gäste mit der Einführung der neuen Messtechnik (TC Score) grundlegend geändert. Über die neue Fernbedienung können sich nun je Fernsehgerät bis zu 16 Gäste anmelden. Beim Anmelden müssen die Gäste über einen Onscreen-Dialog ihr Alter und ihr Geschlecht angeben. Über diese Angaben wird anschließend die registrierte Gästenutzung auf nichtfernsehende Panelteilnehmer übertragen und geht als Außerhausnutzung in die Fernsehreichweiten ein.

Aufgrund der gestiegenen Relevanz der Gästenutzung mit der Einführung der neuen Messtechnik ist es hier natürlich von besonderem Interesse, ob sich die Gästenutzung im ICC 2010 im Vergleich zum ICC 2006 verändert hat. Tatsächlich ist dies der Fall, wie Tabelle 3 zu entnehmen ist.

Gästenutzung hat sich deutlich verändert

Abb. 4 Koinzidenzen des ICC 2006 versus ICC 2010 nach Zielgruppen



Lesehilfe: Die Diagonale bedeutet: gleicher Koinzidenzwert für die Zielgruppe in 2006 und 2010.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung.

Anmeldeprozedur wird als zu aufwändig empfunden

Es fällt jedoch auf, dass sich im ICC 2006 in 4,1 Prozent der Haushalte Gäste an den Metergeräten angemeldet hatten, während es in 2010 nur noch 0,4 Prozent waren. Dies kann zwei Ursachen haben: a) In 2006 kann es passiert sein, dass ein Panelteilnehmer versehentlich sich selbst an der Gästetaste angemeldet hat, dies kann aufgrund der aufwändigen Anmeldeprozedur für Gäste in 2010 praktisch ausgeschlossen werden. b) Die aufwändige Anmeldeprozedur seit 2009 stellt natürlich auch für Gäste eine Hürde dar, und diese zögern nun vielleicht vermehrt im Vergleich zu 2006, sich überhaupt anzumelden. Von den Gästen, die laut CATI-Interview fernsahen, hatten sich in 2006 rund 52 Prozent (2,5% von 4,8%) tatsächlich angemeldet. In 2010 waren es nur noch 8 Prozent (0,2% von 2,5%). Auch dies stellt ein deutliches Indiz dafür dar, dass die Anmeldeprozedur als aufwändig empfunden wird.

Gästenutzung wird im Panel unterschätzt

Bei der Betrachtung der Gästenutzung im ICC sind die Rahmenbedingungen des ICC im Auge zu behalten. Aus der Tatsache, dass 2010 nur 8 Prozent der laut CATI-Interview fernsehenden Gäste sich auch angemeldet hatten, lässt sich schließen, dass die Gästenutzung im Panel unterschätzt wird. Welche Größenordnung bei dieser Unterschätzung je-

doch vorliegt, kann für das Gesamtpanel nicht umfassend ermittelt werden, da der ICC ja nur an Werktagen zwischen 19.00 Uhr und 21.15 Uhr stattfand. Das heißt, das Ausmaß der Unterschätzung an den für die Gästenutzung so wichtigen Wochenenden und bei medialen Großereignissen ist zum Beispiel vollkommen ungeklärt.

Nebentätigkeiten zur Fernsehnutzung

Im Rahmen des ICC werden die Interviewten, die angegeben haben, dass sie ferngesehen haben, danach gefragt, ob sie neben dem Fernsehen auch noch einer anderen Beschäftigung nachgegangen sind. Die Frage lautet konkret: „Haben Sie gerade, als ich anrief, neben fernsehen noch etwas anderes gemacht, zum Beispiel gegessen, gelesen, sich unterhalten, Hausarbeit gemacht etc.“ Im Folgenden soll deshalb zusammenfassend dargestellt werden, wie sich die Fernsehnutzung mit Nebentätigkeiten im Laufe der Jahre entwickelt hat. Auch hier sei – ebenso wie bei der Gästenutzung – vor überzogenen Verallgemeinerungen gewarnt. Die Angaben zur Nebentätigkeit beziehen sich auf Montag bis Freitag von 19.00 Uhr bis 21.15 Uhr (im April).

Seit Jahren pendelt der Wert von Fernsehen mit Nebentätigkeit laut ICC um die 50 Prozent (vgl. Tabelle 4). Da die Interviews ab 19.00 Uhr beginnen, mag der Prozentsatz von ungefähr 16 Prozent der Personen, die während des Fernsehens essen, nicht verwundern. Die Zunahme der parallelen Online-

④ **Nebentätigkeiten bei den fernsehenden Befragten***Personen ab 14 Jahren, Angaben in %*

	1997 n=798	2000 n=900	2002 n=904	2006 n=958	2010 n=843
Fernsehen ohne Nebentätigkeit	50,3	55,2	51,4	50,0	48,4
Fernsehen mit Nebentätigkeit	49,7	44,8	48,6	50,0	51,6
essen	18,2	16,0	17,1	16,9	16,1
lesen	7,0	5,6	6,9	4,6	5,3
sich unterhalten	6,4	4,7	5,5	5,7	4,4
Hausarbeit machen	11,8	4,7	7,2	7,7	7,9
PC/Internet	-	0,9	0,2	3,2	6,5
Berufsarbeit	-	0,8	0,2	0,3	0,4
um Kinder kümmern	-	0,4	1,5	0,5	0,4
Sonstiges	6,4	11,8	9,6	11,0	10,6

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung.

nutzung entspricht auch den allgemeinen Erwartungen an den Medienkonsum, wobei in diesem Fall vermutlich eher Fernsehen die Nebentätigkeit zum Surfen im Internet ist, als anders herum.

Fazit

Der ICC ist eine groß angelegte Untersuchung der AGF, die zum Ziel hat, in regelmäßigen Abständen zu ermitteln, ob die Panelmitglieder sich korrekt an den Metergeräten an- und abmelden. Wie in den Jahren davor hat der ICC auch im Jahr 2010 bestätigt, dass die durch die Panelteilnehmer gene-

rierten Daten von gleichbleibender Qualität sind. Hiermit hat der ICC 2010 bestätigt, dass auch die im Jahr 2009 eingeführte neue Messtechnik die gewohnte Panelqualität weiterhin garantiert.

Anmerkung:

- 1) Vgl. Klemm, Elmar: Qualitätsprüfung im Fernsehpanel. Ergebnisse eines Internen Coincidental Checks des AGF/GfK-Fernsehpanels. In: Media Perspektiven 1/2007, S. 46-52. Im selben Rhythmus wie der ICC wird auch der Externe Coincidental Check (ECC) durchgeführt. Vgl. dazu den Beitrag von Karl-Heinz Hofstätter in diesem Heft.

