



## Den nye Seer-Undersøgelse – konsekvenser for kampagneresultater

28. november, 2016

### Bedre måling af de nye måder at se TV indhold på tværs af tid, sted og platform.

Fra 2017 forbedres den nuværende TV-Meterundersøgelse på en lang række områder. Resultatet bliver en mere omfattende undersøgelse, der både indeholder almindelig TV-sening set på fjernsyn som vi kender det i dag og sening af TV-indhold, der har været broadcastet som flow-TV, konsumeret via digitale platforme som PC, Tablet og SmartPhone.

### En TRP bliver større og mere effektiv - vokser med ca. +7% i gns. i 2017

For at sikre at al digital TV sening måles blandt alle brugere, ændres universet for målingen. I dag repræsenterer TV-Meter panelet udelukkende TV-husstande – svarende til ca. 93% af alle private husstande i Danmark. TV-husstande er defineret som en husstand, der har et TV tilsluttet en antenne. Dette univers udvides per 1. januar 2017 til også at omfatte alle de danskere, der ikke har et tilsluttet TV, men ser TV på andre platforme, således at målingen fremover dækker alle danske husstande.

Parterne bag den nye seer-undersøgelse betragter udvidelsen af universet som et klart plus, idet et større univers betyder, at der bliver flere mennesker pr. rating %, TRP, GRP, dækningsprocenter med videre. Dette kan for eksempel oversættes til, at 1 TRP bliver større i den nye måling. Helt konkret kommer hver TRP til i gennemsnit at repræsentere ca. **7% flere mennesker** i forhold til den nuværende TV-meter undersøgelse, idet universet stiger fra de nuværende 5.176.000 (alle personer 3 år eller ældre i TV-husstande) til ca. 5.540.000 (alle personer 3 år eller ældre i alle husstande). Det bliver således en bedre vare, som bureauer og annoncører kan købe. Tabellen nedenfor viser dette forhold i fire målgrupper. Tilsvarende tal kan beregnes for alle andre målgrupper, der benyttes til indkøb af kampagner.

Målgrupper	Værdiforøgelse pr. TRP
Alle (3 år eller ældre)	+ 6,9%
Personer 12 år eller ældre	+ 8,1%
Børn 3-11 år	+ 1,5%
Personer 21-50 år	+ 13,6%



## SEER-UNDERSØGELSEN

### Konsekvenser for seertallene

Dette afsnit forklarer de talmæssige konsekvenser af univers ændringen for to forskellige scenarier.

- 1) Personer i Ikke TV-husstande har ingen (digital) sening af broadcastet TV
- 2) Personer i Ikke TV-husstande har halvt så meget (digital) sening (af broadcastet TV) som personer i TV-husstande.

Konsekvenserne bliver vist for både absolutte tal (eksponeringer og dækning i '000) samt relative tal i procenter af universet (TRP/GRP og dækningsprocent).

### Scenarie 1: Personer i Ikke-TV husstande har ingen sening

Nedenfor er vist et eksempel med annoncøren Arla i uge 38 2016 (alle Arla spots uanset kampagne og produkt på alle kanaler). De første søjler viser, hvad der er opnået i 2016. Tallene for 2017 er under forudsætning af, at personer i Ikke-TV husstande ikke ser broadcastet TV på digitale platforme og at seningen i TV-husstande er uændret fra 2016 til 2017.

Univers	Personer i TV-Husstande – 2016				Personer i alle Husstande – 2017			
	Sum af TRP/GRP	Eksponeringer ('000)	1+ dækn. i %	1+ dækning i '000	Sum af TRP/GRP	Eksponeringer ('000)	1+ dækn. i %	1+ dækning i '000
3 år+	455	23.961	58,0	3.002	424	23.961	54,1	3.002
12 år+	503	23.515	62,6	2.879	466	23.515	58,0	2.879
3-11 år	71	446	21,2	122	70	446	20,9	122
21-50 år	572	11.156	63,9	1.257	504	11.156	56,4	1.257

Antallet af eksponeringer i '000 samt dækningen i '000 forbliver uændret, mens mængden af TRP/GRP falder som følge af det større univers. Tilsvarende falder dækningen i %, da den nu tages ud af et større univers.

### Scenarie 2: Personer i Ikke-TV husstande ser halvt så meget tv som personer i TV-husstande

Nedenfor er vist samme eksempel med annoncøren Arla i uge 38 2016 (alle Arla spots uanset kampagne og produkt på alle kanaler). De første søjler viser, hvad der er opnået i 2016. Tallene for 2017 er under forudsætning af, at personer i Ikke-TV husstande ser flow-TV på digitale platforme halvt så meget som personer i TV-husstande ser flow-TV og at seningen i TV-husstande er uændret fra 2016 til 2017.

Univers	Personer i TV-Husstande – 2016				Personer i alle Husstande – 2017			
	Sum af TRP/GRP	Eksponeringer ('000)	1+ dækn. i %	1+ dækning i '000	Sum af TRP/GRP	Eksponeringer ('000)	1+ dækn. i %	1+ dækning i '000
3+	455	23.961	58,0	3.002	440	24.837	56,1	3.110
12+	503	23.515	62,6	2.879	485	24.449	60,3	2.993
3-11	71	446	21,2	122	71	449	21,1	123
21-50	572	11.156	63,9	1.257	538	11.909	60,2	1.341



## SEER-UNDERSØGELSEN

Antallet af eksponeringer og dækning i '000 stiger, mens mængden af TRP og dækning i % falder som følge af det større univers. Faldet er dog mindre end i eksemplet før, hvor Ikke-TV husstande ingen sening havde.

### Konklusion

Konklusionen er, at med nul sening blandt personer i de nye ikke-TV husstande, er de rapporterede tal i 2017 uændret når man taler om eksponeringer, seertal i '000, eksponeringer i '000 samt dækning i '000, mens tal, der beregnes i procent (Rating, GRP, TRP, dækning i %) af det totale univers alt andet lige vil se lavere ud end de gør i det eksisterende system. Det skal medregnes, at hver procent (TRP) vil blive mere værd, fordi den i 2017 repræsenterer flere mennesker.

Ydermere er det en vigtig konklusion, at med nogen sening blandt personer i ikke-TV husstande, vil de rapporterede tal i 2017 være stigende, når man taler om eksponeringer, seertal samt dækning i '000, mens konsekvensen for tal, der regnes i procent, fortsat vil være faldende i nogen grad afhængigt af forholdet mellem stigningen i universet og seningen blandt personer i ikke-TV husstande.

### Om rapportering af nøgletal

Rapporteringen af nøgletal fra den nye seer-undersøgelse vil i lighed med det nuværende tv-meter undersøgelse give mulighed for fleksibilitet med hensyn til hvilket univers, der rapporteres i. Således vil "Alle husstande" være standard i alle systemer, men der vil også være mulighed for at analysere og afrapportere på et univers bestående af udelukkende TV-husstande. Såfremt brugeren vælger det sidste vil disse tal være direkte sammenlignelige med tallene for 2016.