

27.11.2012 - 13:13 Uhr

DIRK OTTO VON SKY IST NEUER SPRECHER DES BEIRATS DER AGF-LIZENZSENDER (BILD)



Unterföhring (ots) -

- Die Lizenzsender der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) haben Dirk Otto von Sky Deutschland zum neuen Sprecher ihres Beirats gewählt.
- Dirk Otto: "Der Beirat möchte eine starke Stimme innerhalb der AGF sein und einen konstruktiven Beitrag zur Weiterentwicklung des AGF-Systems leisten."
- Die Entwicklung neuer Mess-Systeme zählt zu den wichtigsten

Aufgaben der Fernsehforschung in den kommenden Jahren

Die Lizenzsender der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) haben ihren neuen Sprecher gewählt: Dirk Otto, Director Audience and Media Research bei Sky Deutschland, vertritt künftig die Interessen der im Beirat der Lizenzsender (BLS) organisierten 19 Free- und neun Pay-TV-Sender. Damit steht erstmals ein Vertreter eines Pay-TV-Unternehmens dem Beirat vor. Zu dessen Mitgliedern zählen unter anderem Turner Broadcasting System Deutschland, The Walt Disney Company in Deutschland, die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH, Spiegel Geschichte TV und die Mainstream Media AG.

EINE STARKE STIMME IN DER AGF

Als Sprecher des BLS vertritt Dirk Otto die Lizenzsender auch in der technischen Kommission der AGF. Diese setzt sich zusammen aus den Mitgliedern der AGF (dazu gehören die Sendergruppen ARD, ZDF, RTL und ProSiebenSat.1, der Verband der Werbungtreibenden (OWM) und die Organisation der Media-Agenturen (OMG)) und den 28 Lizenzsendern des Beirats. Aufgabe des Gremiums ist es, im Konsens aller Marktteilnehmer, über die technische und methodische Weiterentwicklung der Messverfahren im AGF-Panel zu beraten und zu entscheiden.

Dirk Otto: "Der Beirat möchte eine starke Stimme innerhalb der AGF sein und im Sinne aller Lizenznehmer einen konstruktiven Beitrag zur Weiterentwicklung des AGF-Systems leisten. Der TV- Markt ist durch die fortschreitende Digitalisierung von Bewegtbildern im Wandel. Die damit einhergehende Fragmentierung der Verbreitungswege stellt die Fernsehforschung vor neue Herausforderungen. Diese gilt es im Dialog mit allen Partnern zu lösen."

DIE ENTWICKLUNG NEUER MESS-SYSTEME ZÄHLT ZU DEN WICHTIGSTEN AUFGABEN Das AGF-System deckt zur Zeit die Nutzungsanalyse von linearen und zeitversetzten TV-Programmen ab. Immer mehr Sender bieten jedoch ihre Programme auch zum individuellen Abruf über Settop-Boxen, PCs und mobile Empfangsgeräte wie Smartphones oder Tablet-PCs an. Die neuen Angebote werden zunehmend von Konsumenten genutzt, können aber noch nicht gemessen werden. Neue Mess-Systeme für die zukünftigen Anforderungen des Marktes zu entwickeln und flexibel zu gestalten, zählt daher zu den wichtigsten Aufgaben der Fernsehforschung in den kommenden Jahren.

ÜBER SKY DEUTSCHLAND:

Die Sky Deutschland AG ist mit mehr als drei Millionen Kunden das führende Abo-TV-Unternehmen in Deutschland und Österreich. Sky bietet über 70 Sender mit Live-Sport, aktuellen Filmen, preisgekrönten Serien, Kindersendungen und Dokumentationen. Sky Abonnenten können 61 Sender in einzigartiger HD-Qualität und einen exklusiven 3D-Sender sehen. Dank der Innovationen Sky Go und Sky Anytime ist das Programm auch unterwegs sowie auf Abruf zu empfangen.

Pressekontakt:

Britta Krämer
Corporate Communications / Business Communications
Tel. +49 (0) 89-9958-6390
britta.kraemer@sky.de

Medieninhalte



Dirk Otto, Director Audience and Media Research, Sky Deutschland / Ausschließlich zur redaktionellen Nutzung in Verbindung mit Dirk Otto / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Sky Deutschland"

Original-Content von: Sky Deutschland, übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/33221/2371723> abgerufen werden.