

# MMS Akademi om timeshift - fördjupning

Jannike Sköldebjer

Hans Mandorff

2010-03-03

# Vad har hänt?

- Avtal med Nielsen mars 2009
- Ny mätare, UNITAM, installeras i 40 % av hushållen
- Uppbyggnad av referensbibliotek
- Utveckling av system och rapportering
- Tester och kontroller av ny teknik och tittardata

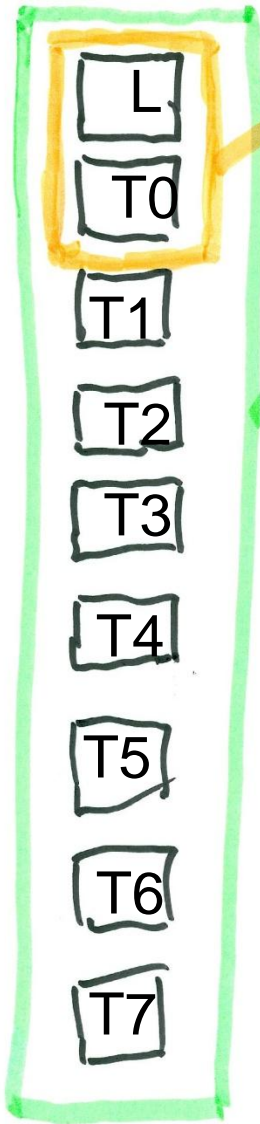
# Valuta

- Konsoliderat data (KO)
  - Slutgiltiga, officiella tittarsiffror (8 dagar efter livedagen)
  - Innehåller livetittande och VOSDAL samt TS-tittande upp till 7 dagar efter livedagen
  - $KO = L + T0 + T1 + T2 + T3 + T4 + T5 + T6 + T7$
- Overnights (OV)
  - Preliminära tittarsiffror dagen efter livedagen
  - Innehåller livetittande samt TS-tittande samma dag (VOSDAL)
  - $OV = L + T0$

# Data levereras varje vardag!

- Dagen efter sändning levereras Overnights, varje vardag. Program- och spotdata levereras också dagen efter.
- Konsoliderat data levereras också varje vardag. På tisdagen v 2 levereras konsoliderat data för måndagen v 1, osv.

# 9 komponenter i valutan efter införande av timeshift



**OV** overnight      live+T0 (vosdal)  
- preliminära siffror

**KO** konsoliderat      Alla nio komponenterna  
- definitiva slutgiltiga slutliga siffror

**L** står för Live

**T0** betyder timeshift samma dag som live

**T1** betyder timeshift 1 dag efter livedagen

**T2** betyder timeshift 2 dagar efter livedagen  
och så vidare

**T7** betyder 7 dagar efter livedagen

I analyser ska varje kombination från de 9  
vara möjlig.

# Två begrepp

- **Timeshift-konsumtion**

Avser själva tittartillfället då timeshiftat material konsumeras. Räknas inte med bland tittarsiffrorna vid själva konsumtionstillfället.

- **Återlagd timeshift**

Gäller det sändningstillfälle (live) som i efterhand får tillgodoräkna sig det tidsförskjutna tittandet, där ett tillskott av tittarsiffror kommer.

# Två begrepp till

- **Fördelning av timeshift**

Profil. Visar hur X minuter timeshift-tittande fördelar sig procentuellt på t. ex. kanaler eller veckodagar. Summerar till 100 procent.

- **Tillskott av timeshift**

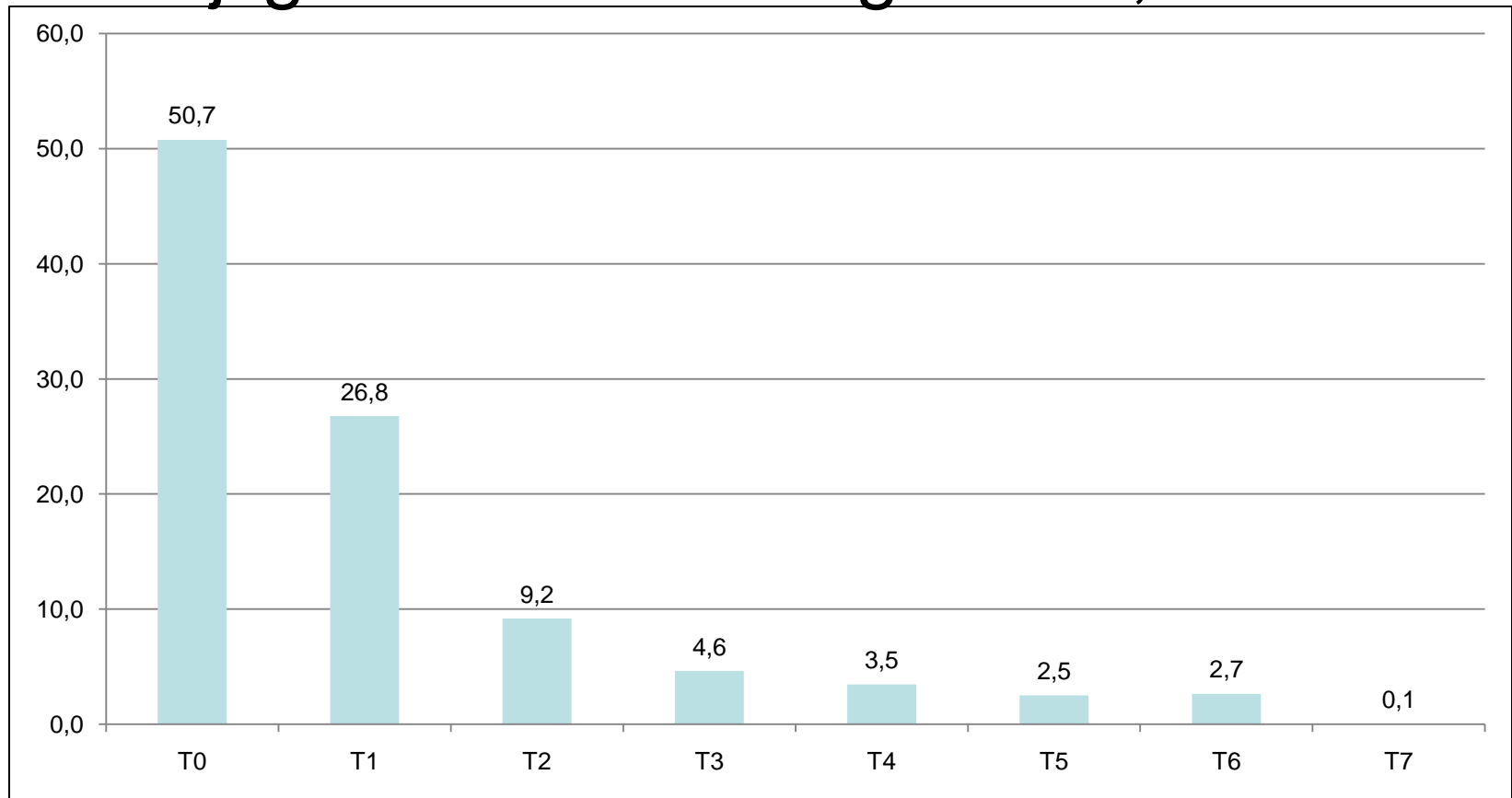
Visar i absoluta minuter, eller i procent relativt live-tittandet, hur stort tillskottet av timeshift-tittandet är.

# Tidiga resultat från mätning av timeshift

- Rapporteringen började 2009-10-05
- Perioden som analyserna bygger på är:  
2010-02-01 - 2010-02-07 (v 5)

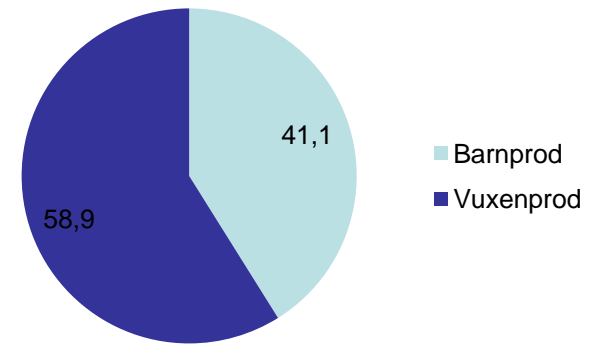
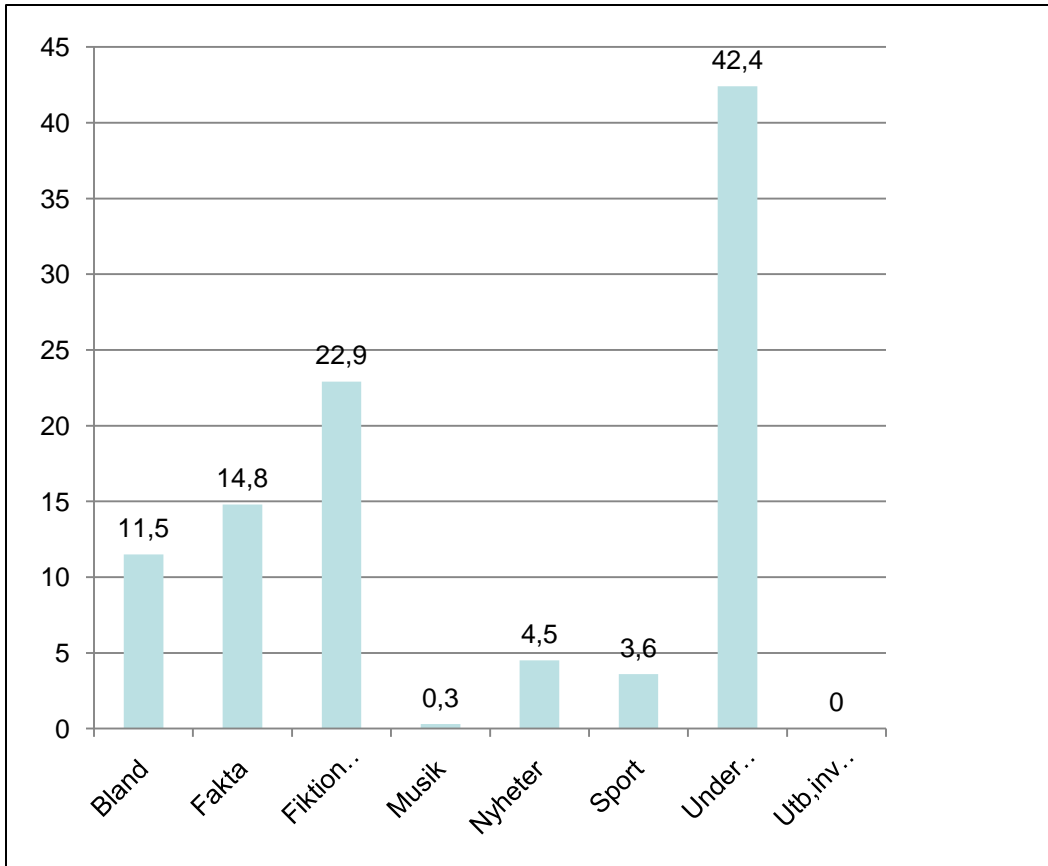
# ”Svansen”

-återlagt timestifttittande fördelat per möjlig konsumtionsdag T0-T7, 3-99 år



# Fördelning av timestift per genre.

All TS=100%

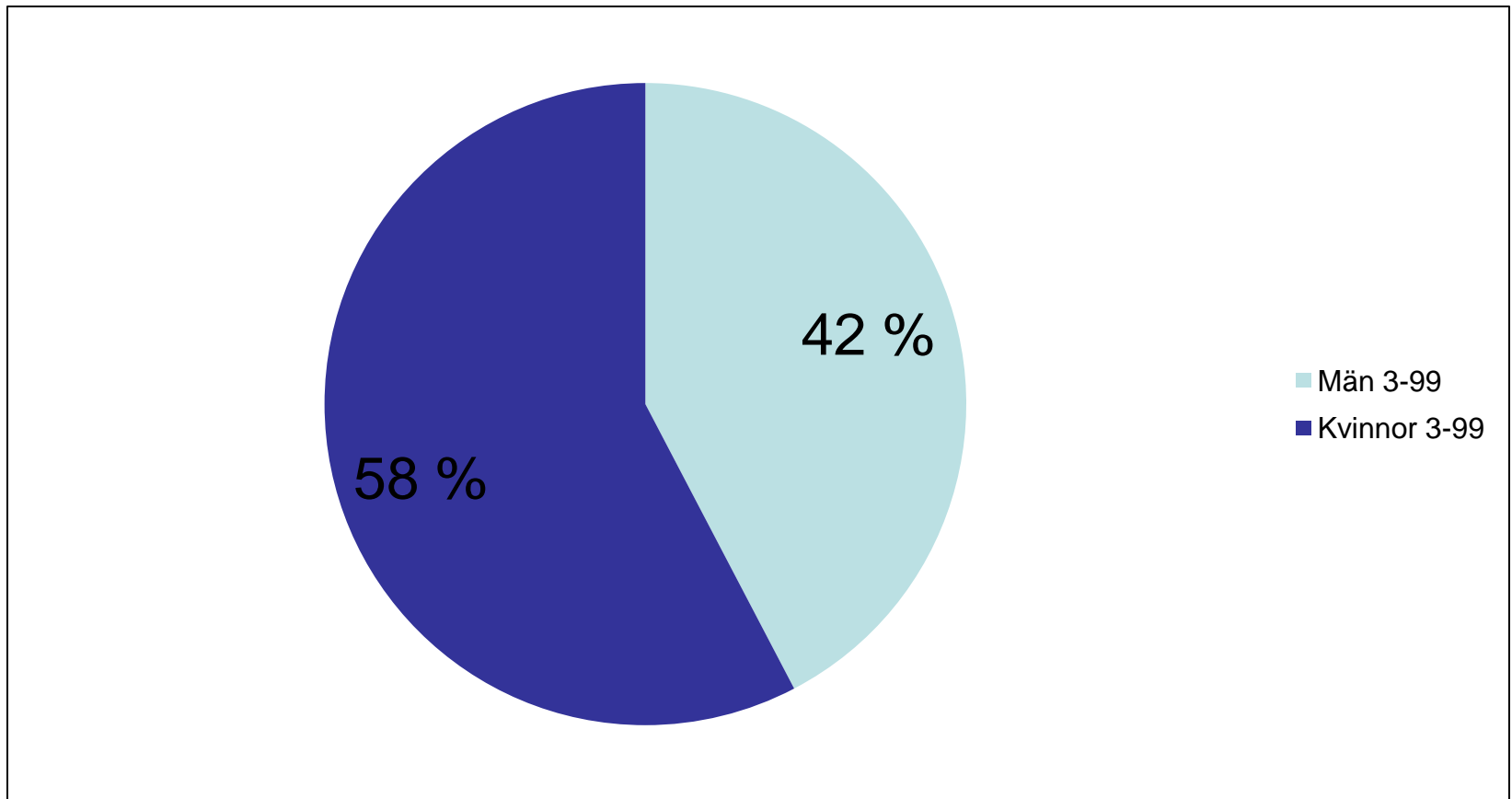


# Vilka tideshiftrar mest?

- Män?
- Kvinnor?
- Vad tror ni?

# Fördelning av timeshift på Män/Kvinnor.

All TS=100 %

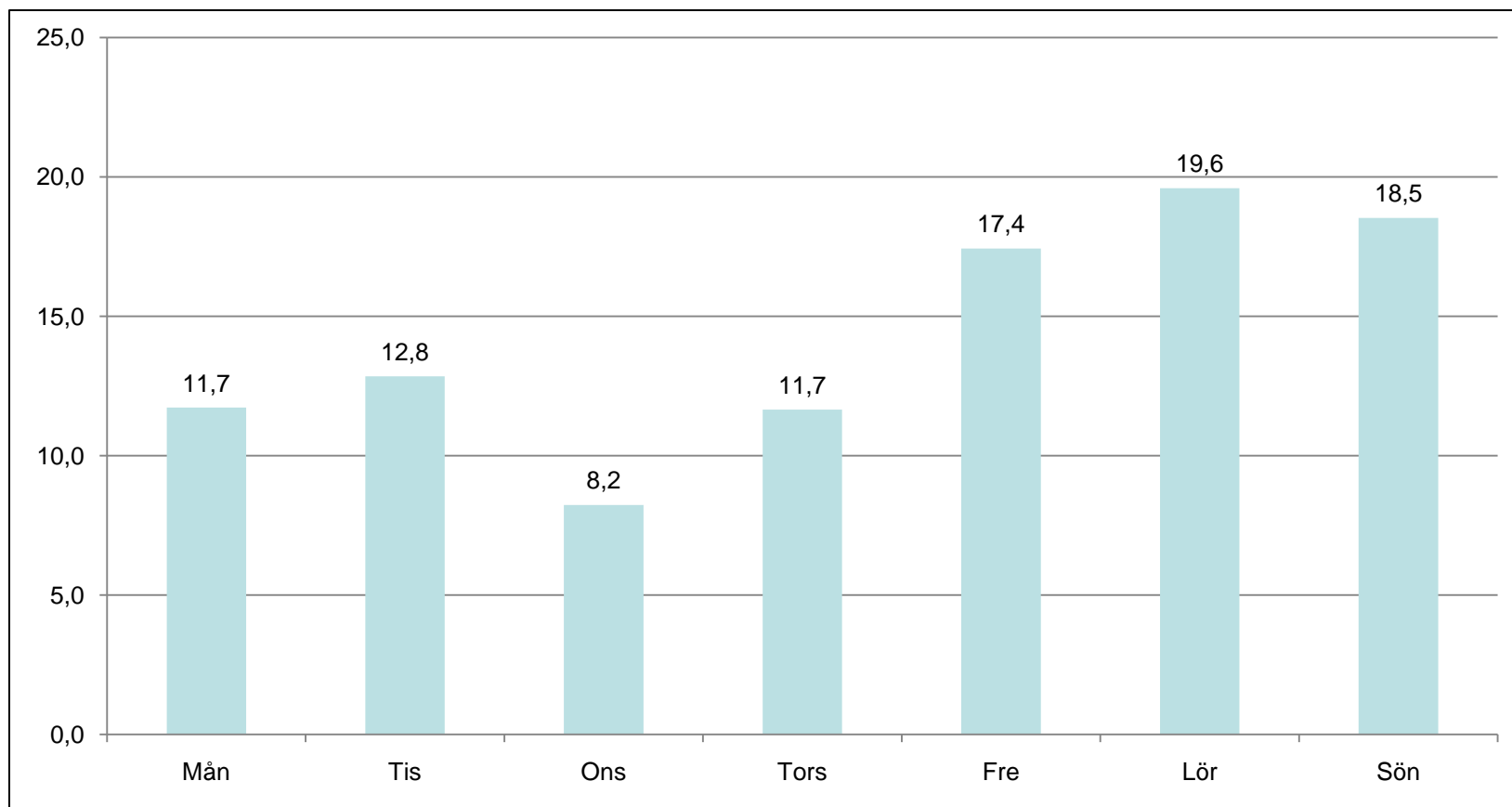


# Veckodagar

- Vilken veckodag har mest program som timeshiftas och får därmed mest tillskott efter återläggning?

# Fördelning av timestift per veckodag efter återläggning till resp. sändningsdag (live).

All TS=100 %



# Holland

- 6 dagars konsolidering
- 80 % av all TS-konsumtion sker T0-T2
- 50 % av all TS är tillfaller fiktion, därefter information/utbildning 24 % och underhållning 16 %, övriga marginellt tillskott.
- Det mest "timeshiftade" fick ett TS-tillskott på 25 %.
- Genomsnittligt tillskott på kanalerna 1,6 % (hela dygnet) och 1,9 % (prime time 18-24).
- Kvinnor timeshiftar mer än män.
- PVR penetration 22 % (Sverige 19 %)

# Finland

- TS-tillskottet är jämnt utspritt över årets månader.
- 35 % VOSDAL.
- Mest TS-tillskott får fiktion, därefter barnprogram, populärkultur, utbildning och underhållning. Mer utspritt på olika genrer än övriga länder.
- Det mest timestiftade programmet fick 33 % tillskott.
- TS-tillskott mellan 18 och 23 för de som har PVR är 14 %.
- Genomsnittligt tillskott 5 % (11 % i 25-34 år).
- Kvinnor timestiftar mer än män.
- 43 % PVR-penetration. 7 dagars konsolidering.

# Norge

- 7 dagars konsolidering.
- Genomsnittligt TS 1.9 %, i PVR-hh 4.9 %.
- Åldersgruppen 30-39 år timestiftar mest, 3,1 %.
- Drama får mest TS-tillskott, 49 %, och därefter Underhållning, 27 %.

- Nog med siffror!
- Nu ska vi få veta hur det går till!



# Hur går mätningen till egentligen?

**Mätutrustning i panelhushållen** har till uppgift att:

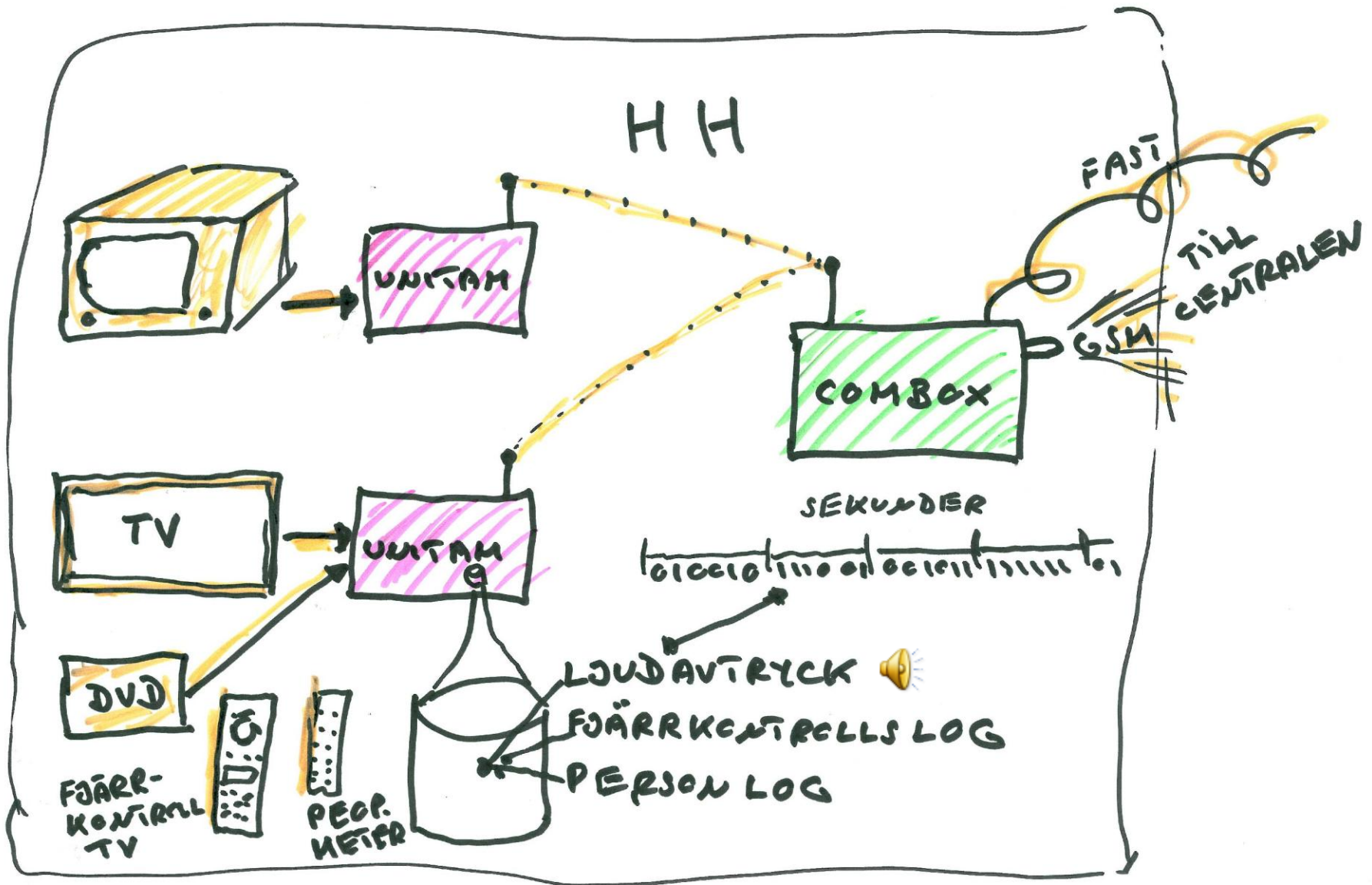
- registrera löpande ljudavtryck i form av digitala signaturer med hjälp av en programvara och en formel för varje enhet som kan vara tv-källa.

Det är alltså inte själva ljudet som bandas, det går inte att lyssna på det inspelade i efterhand.

**Centralen** har två uppgifter:

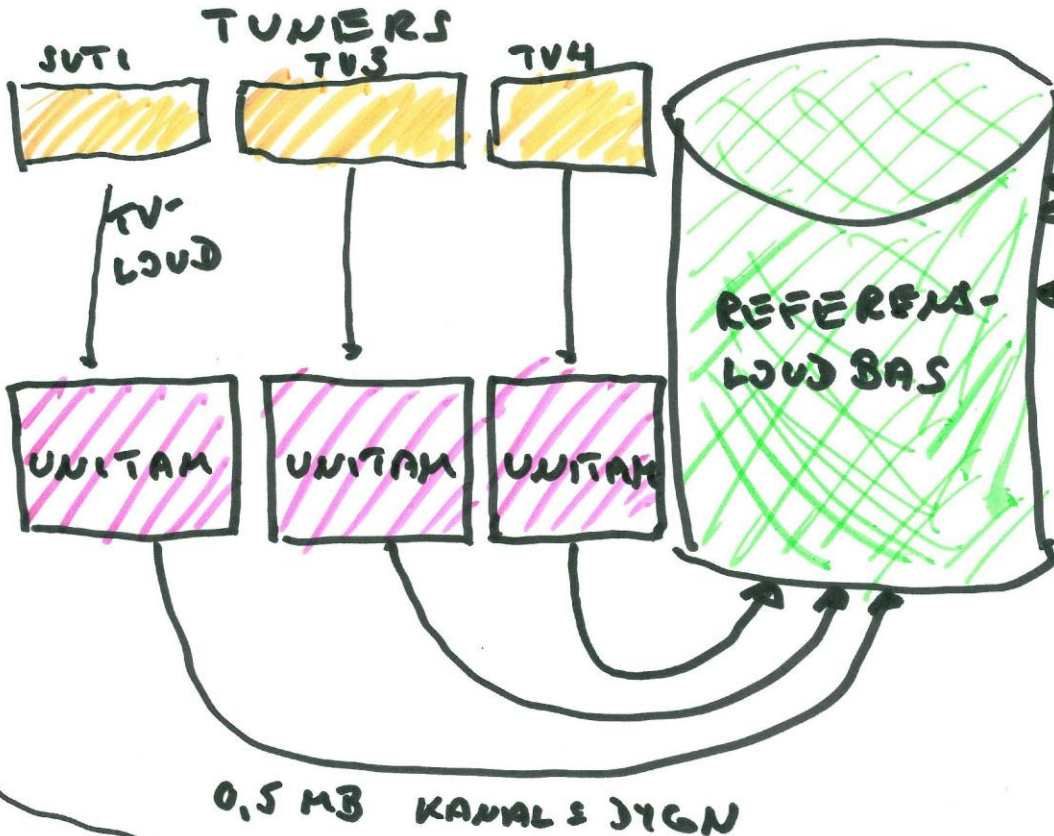
- spela in allt som sänds på de 100 referenskanalerna, på samma sätt som i hushållen, med ljudsignaturer.

- matcha hushållens ljudloggar mot referensbasen för att bestämma kanal och längd och bilda tittarpass.

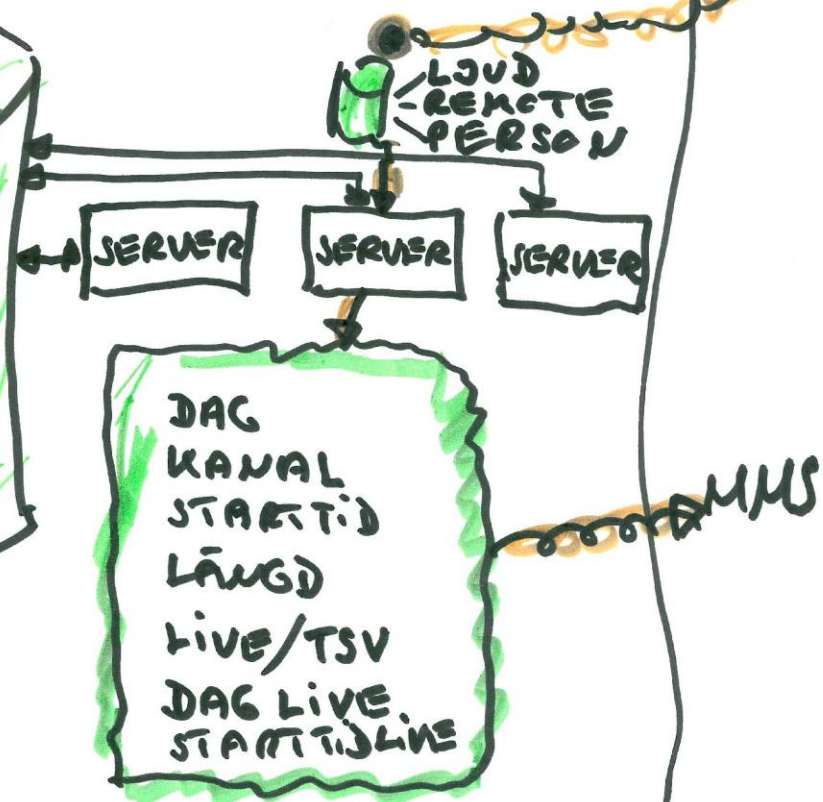


# CENTRALEN

## 1) REGISTRERING



## 2) MATCHNING





# Grundregler UNITAM

- Live – timeshift; 20 sek
- Vid flera sändningar (repriser) – inget unikt ljud runt program, tittandet tillfaller senaste sändningen.
- Webb-TV tittandet kan adderas till TV-programmet (inom kons.), men källkod gör att MMS kan sortera bort det.
- Spolning, pausning mm räknas ej som tittande.
- Multipla tittningar räknas.
- Om mätaren tar ljud från boxen och boxen mutas så avbryts registreringen, om bara TV:ns högtalare mutas så räknas tittandet.

# MMS Gyllene Regler

- En samling definitioner som skapar ordning bland siffror och mått!

# Valuta

- Konsoliderat data (KO)
  - Slutgiltiga, officiella tittarsiffror (8 dagar efter livedagen)
  - Innehåller livetittande och VOSDAL samt TS-tittande upp till 7 dagar efter livedagen
  - $KO = L + T0 + T1 + T2 + T3 + T4 + T5 + T6 + T7$
- Overnights (OV)
  - Preliminära tittarsiffror dagen efter livedagen
  - Innehåller livetittande samt TS-tittande samma dag (VOSDAL)
  - $OV = L + T0$

## Example 1 “looking forward” MMS Golden Rules

Where do the nine components come from?

Focus on a newly consolidated day, Sunday 23 in May 2010, looking forward 7 days.

The consolidated day 23 contains L and T0 from itself, T1 from May 24, T2 from May25...



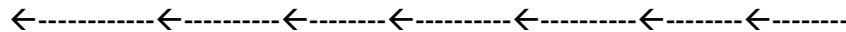
<i>Components</i>	L + T0	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7
<i>Days</i>	<b>Sun 23</b>	Mon 24	Tue 25	Wed 26	Thu 27	Fri 28	Sat 29	Sun 30

## Example 2 “looking backwards” with focus on latest reported day.

A week in May 2010, “today” is Monday 31, looking backwards 8 days.

Latest reported day is yesterday, Sunday 30.

Please note that L, T0... are codes relative to the current day.



<i>Day</i>	Sun 23	Mon 24	Tue 25	Wed 26	Thu 27	Fri 28	Sat 29	Sun 30	Mon 31
<i>Currency Status</i>	<b>KO</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>OV</b>	<b>Process -ing day</b>
<i>Currency contains</i>	L T0-T7	L T0	L T0	L T0	L T0	L T0	L T0	L T0	
<i>Analyses Possible</i>	L T0-T7	L T0-T6	L T0-T5	L T0-T4	L T0-T3	L T0-T2	L T0-T1	L T0	
<i>Viewing days involved</i>	23-30	24-30	25-30	26-30	27-30	28-30	29-30	30	

# Tittarmått och räkneexempel

# Rating och tittartid

- Allt TS-tittande från en panelindivid ska läggas till motsvarande sändningstid/program för livedagen.
- Allt upprepat tittande upp till 7 dagar efter livedagen.
- Oavsett om det är live eller tidsförskjutet.



# Exempel rating

- En panelare, Ada, tittar live 35 min på Stjärnorna på slottet,
  - sen ts senare samma dag 20 min
  - och ts dagen efter 30 minBidraget blir  $35+20+30=85$  minuter
- Vi multiplicerar med Adas vikt 4500 = 382.500 tittarminuter ( $85*4500$ ).
- Sist dividerar vi med programmets längd (58 min) och får **rating i absoluta tal**;  
 $382.500/58=6.595$

# Share

- Ny definition - TS-tittande räknas med per default.
- Beteckningen "live-share" kan användas för en alternativ version av share där TS-tittande exkluderas.



# Exempel share

Berit (vikt 3000)

- tittar live på Damernas detektivbyrå 54 minuter (hela programmet)
- tittar ts dagen efter 20 minuter.

Cecilia (vikt 4000)

- tittar 3 minuter live, pausar sin PVR 2 minuter och
- fortsätter sedan att titta på resten av programmet (ts).



# Exempel share

forts

Livering från Berit och Cecilia är  $54 \cdot 3000 + 3 \cdot 4000$  dividerat med längden 54 min = **3.222** personer.

Konsoliderad rating är  $(54+20) \cdot 3000 + (3+51) \cdot 4000$  dividerat med 54 = **8.111** personer.

Liveringen för det totala tittandet under de 54 live-minutrarna är **250.000**. Konsoliderade värdet är **300.000**.

Officiell share är  $8.111 \cdot 100 / 300.000 = 2,7 \%$

Livshare är  $3.222 \cdot 100 / 250.000 = 1,3 \%$

\*LIVE

\*KONSOLIDERAT

# Reach/Räckvidd

- Räckvidd (genomsnittlig) på en enskild slot/ett enskilt program är ett unikt mått.
- En panelindivid kan bara räknas *en gång*\* oavsett om det är livetittande eller TS-tittande och avsett hur många gånger denne tittar.
  - \**En gång* är lika med ett tittarpass som uppfyller aktuellt räckviddskriterium.



# Exempel reach

- Ada tittade ju live 35 min på Stjärnorna på slottet, sen ts senare samma dag 20 min och ts dagen efter 30 min.
- Vår räckviddsregel här är ”sett minst 3 sammanhängande minuter” oavsett hur.
- Ada’s bidrag till räckvidden blir EN TRÄFF även fast tre tillfällen uppfyller räckvidds-kriteriet.
- Storleken på Ada’s bidrag blir Ada’s vikt: 4.500 personer.

# Räckvidd & frekvens

- Alla gånger en panelindivid tittar på en slot/ett program i en analys över tid ska räknas med.
- Allt tittande räknas oavsett om det är Live eller TS samt allt upprepat tittande på samma slot/program.



# Exempel R&F

Reach&Frequency

Vi studerar tittande över tiden, på en serie av avsnitt, för Hollywoodfruar. Vi räknar fram reach1+ och genomsnittlig frekvens.

Nu räknar vi träffar (minst tre sammanhängande minuter) från en och samma person på ett och samma avsnitt en och endast en gång. Alltså bara unika träffar från live och ts sammantaget.

Under hösten 2009 så sändes 7 avsnitt under primetime och för målgruppen A15-44 får vi en snittfrekvens på 2,025 och en reach1+ på 49,7.

Beräkning av rating, summa trp (66,9), sker som vanligt enligt principen "allting räknas".

# Reklamkampanjer

- Rekommendationen är att analysera kampanjer med konsoliderat data.
- MMS medverkar till att analysverktygen kan följa upp kampanjer med speciella överenskommelser mellan kunder och mediebyråer/kanaler kan skapas, till exempel:
  - Tidsbundna erbjudanden eller annonsbudskap kan göra att tillskottet av TS-tittande blir meningslöst efter den aktuella periodens slut.
  - Kampanjer som endast går vissa veckodagar, tex i samband med helger.



# Exempel R&F

Vi studerar en kampanj för EL-GIGANTEN, 1320 spottar under perioden 7/12 – 27/12.

Här räknar vi alla träffar för en viss person för en viss spott. Live kan det bara finnas en träff, men för ts kan det finnas många, alla räknas. Alla spottar är en minut långa, alla spottar är innehållsmässigt lika.

För målgruppen 15-44 får vi en snittfrekvens på 20,326 och en reach1+ på 87,3.

Beräkning av rating, summa trp (1796,5), sker som vanligt enligt principen "allting räknas".

# Default

All timeshifted viewing included

day	mo	tu	we	th	fr	sa	su	mo	tu	we	th	fr	sa	su	mo
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	ca	ca	ca	ca	ca	ca	ca								close
<b>17</b>	lt0														
<b>18</b>	t1	lt0													
<b>19</b>	t2	t1	lt0												
<b>20</b>	t3	t2	t1	lt0											
<b>21</b>	t4	t3	t2	t1	lt0										
<b>22</b>	t5	t4	t3	t2	t1	lt0									
<b>23</b>	t6	t5	t4	t3	t2	t1	lt0								
<b>24</b>	t7	t6	t5	t4	t3	t2	t1	X							
<b>25</b>		t7	t6	t5	t4	t3	t2		X						
<b>26</b>			t7	t6	t5	t4	t3			X					
<b>27</b>				t7	t6	t5	t4				X				
<b>28</b>					t7	t6	t5					X			
<b>29</b>						t7	t6						X		
<b>30</b>							t7							X	

# Open house on Sunday

No consumption of timeshifted viewing included after end of campaign

day	mo	tu	we	th	fr	sa	su	Mo	tu	we	th	fr	sa	su	mo
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	ca	ca	ca	ca	ca	ca	ca	Close							
<b>17</b>	lt0														
<b>18</b>	t1	lt0													
<b>19</b>	t2	t1	lt0												
<b>20</b>	t3	t2	t1	lt0											
<b>21</b>	t4	t3	t2	t1	lt0										
<b>22</b>	t5	t4	t3	t2	t1	lt0									
<b>23</b>	t6	t5	t4	t3	t2	t1	lt0								

# Total-TV definition

- Alla kanaler som referensbandas bildar total-TV
  - Övrigt tittande fångas upp som "övrig TV" men räknas ej med i totalen, exkl. video, DVD, TV-spel och annat som inte räknas som TV.
  - Ca 100 kanaler plus de regionala versionerna av SVT, TV3, TV4 och Kanal 5 referensbandas.
  - MMS mål är att alltid mäta de största kanalerna och en årlig uppdatering av referensbiblioteket kommer att ske.

# Certifiering av verktyg

- En certifiering genomförs för att värna om valutan när räknereglerorna kompliceras.
- Kontakta MMS om ni inte hittar ert system på listan:
  - HotCollection
  - Navigator
  - ADmaxTV
  - Spider
  - Probe
  - Trinity
  - AdvantEdge
  - Spot On
  - Peaktime
  - Landmark
  - TV4 Online
  - IBMS

# Titta in på vår Time Shift site

Timeshift - Internet Explorer erhållet från Dell

http://mms.se/Timeshift/

Arkiv Redigera Visa Favoriter Verktyg Hjälp

Timeshift

**MMS** Nyhetsbrev HotTop – Gratis tittarsiffror Ordboken

Start Nyheter/Press Publicerade rapporter Våra tjänster För våra kunder Så arbetar vi **Timeshift** Om MMS

▼ Timeshift

**Timeshift**

- Summerande information
- Status
- Tidplan
- Ny valuta
- Referensbibliotek
- Definitioner, tittarmått
- Filer och analysverktyg
- Golden Rules, Raw Data
- Frågor och svar
- Certifiering
- Presentationer

## Summerande information


Ny teknik i hemmen förenklar inspelning och möjliggör tidsförskjutet tittande.

Ny mätteknik mäter tittande som sker i efterhand inom en viss, avgränsad tid.

Ny mätare - UNITAM - installeras i hushåll som har teknik för inspelning, ca 40 % av hushållen. Övriga hushåll behåller sin nuvarande mätutrustning.

UNITAM mäter genom ljudmatchning - ljudet från inspelade program matchas mot ett referensbibliotek.

[Timeshift - Teknik, planering, definitioner \(PDF-dokument\)](#)



---

MMS - Mediamätning i Skandinavien. Drottningg 108, S-113 60 Stockholm, Tel: +46 (0)8 736 10 00, Fax: +46 (0)8 736 10 20, E-post: mms@mms.se

Klar Internet | Skyddat läge: Av 100 %

# MMS Akademi

- 3 ordinarie tillfällen i vår.
- 17 februari, 17 mars och 14 april,  
kl 8.00-9.30
- Anmälan som vanligt via hemsidan eller  
mail till [nina.lamberthz@mms.se](mailto:nina.lamberthz@mms.se)

# Tack för idag!

- Frågor?
- Ta gärna vår nya broschyr om timeshift!