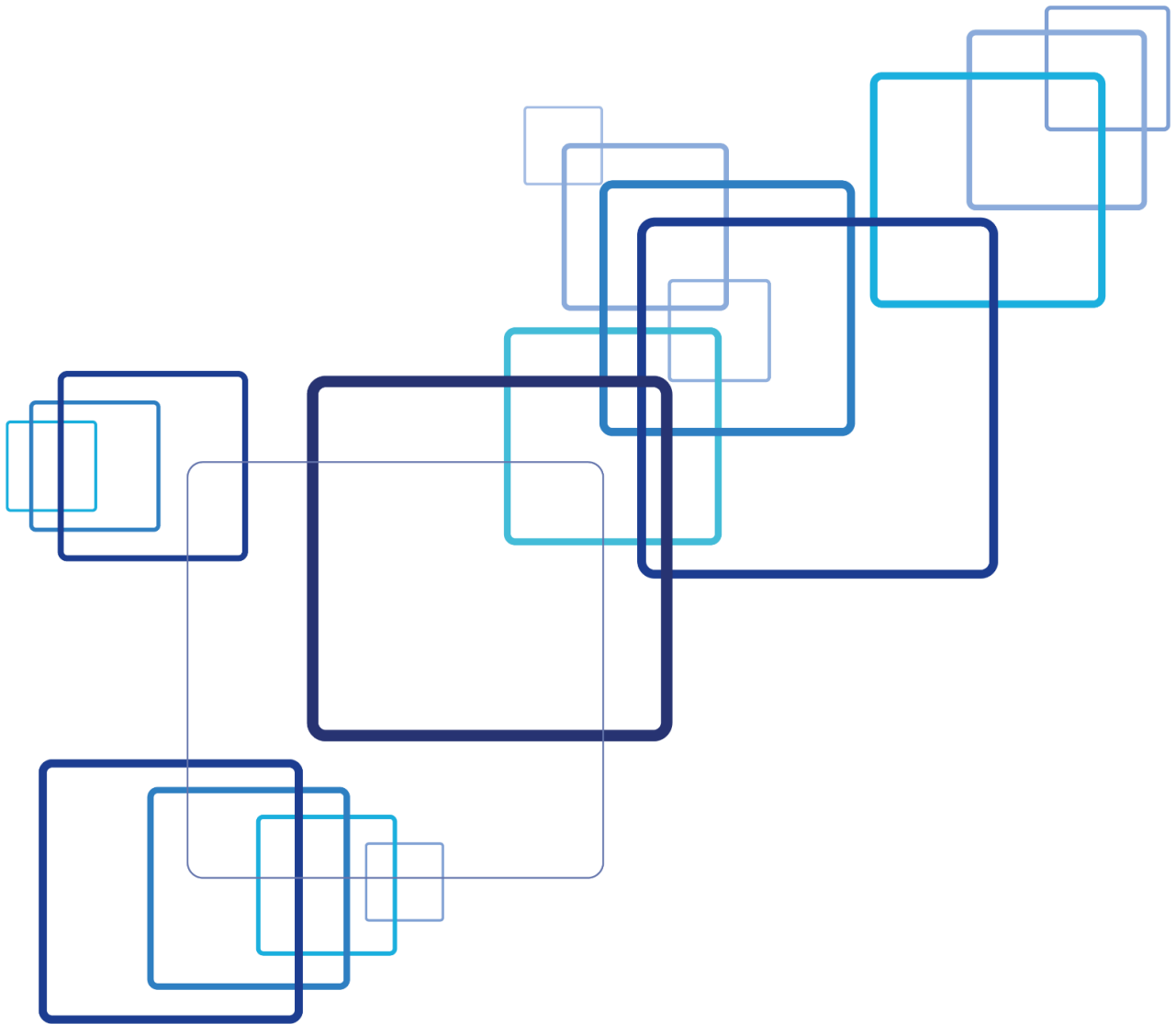




dna

Management Summary



DNA

Mit der neuen „Digitalen Nutzungsstudie der agma“ schafft die agma einen validen Reichweitenstandard für das digitale Business. Das innovative Modell funktioniert vollständig ohne Cookies. Die Messung der werberelevanten Kontakte erfolgt über den Open-Source-Standard Prebid.

Ziel der im Auftrag der agma von der MMC herausgegebenen Studie ist es, die Nutzung des Werbeträgers Online medienadäquat abzubilden, um die Kommunikationsleistung dieses Mediums transparent zu machen. Dazu erfolgt die Erhebung von Netto-Reichweiten und eine Beschreibung von soziodemografischen Strukturen für alle teilnehmenden Werbeträgerangebote in Deutschland ab 16 Jahren.

Teilnahmevoraussetzungen

Teilnehmen kann jeder Online-Vermarkter nach vorheriger Anmeldung seiner Angebote bei der MMC. Es müssen die technischen Voraussetzungen erfüllt sein. Diese regeln eine standardisierte Messung und sind die Grundlage für die spätere Vergleichbarkeit.

Ausweisung

Die DNA liefert für die einzelnen teilnehmenden Angebote:

- Netto-Reichweiten (Unique User)
- Prebid-Kontakte (Anzahl der Bidding-Prozesse)
- Soziodemografische Daten (u.a. Alter, Geschlecht, Bundesland)

Weitere Informationen zur DNA sowie die Kernergebnisse sind abrufbar unter: <https://www.agma-mmc.de/media-analyse/dna>

Darüber hinaus stehen die Daten der DNA im agma Auswertungs- und Planungsprogramm TOP 3.0 zur Verfügung. TOP steht für „Transparenz für Online-Planung“ und unterstützt die Marktpartner in der digitalen Mediaplanung. TOP wird von COMsulting herausgegeben. Weiter Informationen zum Tool sind hier erhältlich: <https://info.top-modular.de/>

Messung / Erhebungsmethode

Technische Grundlage der Studie ist die Messung über den Prebid-Analytics-Adapter sowie hierüber mitgegebene Informationen. Wenn ein Angebot bereits Prebid nutzt und sich programmatisch vermarktet, kann der agma-Analytics-Adapter einfach im Framework ergänzt werden.

Wird Prebid bisher nicht verwendet bzw. ein Angebot oder Angebotsbestandteile nicht programmatisch vermarktet, kann die Messung über den Prebid-Analytics-Adapter dennoch erfolgen. Das Prebid-Framework muss dafür in die Seite integriert und der Bidding-Prozess entsprechend ausgelöst werden.

Erfolgt in dem Zeitraum, in welchem ein User auf einer Webseite verweilt, eine oder mehrere weitere Auktionierungen der verfügbaren Werbeplätze, werden weitere Bidding-Prozesse ausgelöst und gezählt. Jedoch ist ein Mindestabstand von 1 Sekunde zwischen der Messung von mehreren Prebid-Kontakten vorkonfiguriert. Werden mehrere Werbeplätze auf einer Seite mit separaten Prebid-Bidding-Prozessen versehen, so beträgt der Mindestabstand für die Berücksichtigung in der Messung ebenfalls 1 Sekunde. Damit wird technisch sichergestellt, dass keine Doppelzählung erfolgt. Unterschieden wird zwischen Web (Zusammenfassung von stationären Angeboten und MEW/mobile enabled Websites) und App (Unterscheidung zwischen Android und iOS).

Kann für native Apps aus vertraglichen Gründen keine serverside-Messung implementiert werden, erfolgt für einen Übergangszeitraum – bis das durch die agma aktuell in Programmierung befindliche SDK zur Verfügung steht – die Ausweisung der betreffenden Apps auf Basis von zugelieferter Reportingdaten*(siehe Sonstiges).

Welche Kosten entstehen für die Teilnahme?

Die Kosten für die Teilnahme an der DNA für Studienteilnehmer sind abhängig vom Volumen der erhobenen Messdaten. Die Kosten sind auf der jeweils geltenden Ratecard hinterlegt.

Studiensteckbrief

Vermarkter

Burda Forward GmbH
iq digital media marketing GmbH
Schwäbischer Verlag GmbH
Score Media Group GmbH & Co. KG
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH
Ströer Media Solutions GmbH
United Internet Media GmbH

Erscheinungsfrequenz

monatlich

Dienstleister

ANKORDATA GmbH
COMsulting GmbH
Forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
GfK GmbH
IPSOS GmbH
ISBA Informatik Service-Gesellschaft mbH
Müller & Sohn Digitalmanufaktur GmbH
OS Data Solutions GmbH & Co. KG

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 16 Jahren

Unique User

Drückt aus, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum Kontakt mit einem digitalen Medium hatten. Der Unique User berücksichtigt die Nutzung mehrerer Endgeräte durch eine Person.

Fallzahl 44.753 (ungew.)

Kontakt

Für Anmeldungen, Fragen zur Messung, Fragen zu Deadlines und Kosten wenden Sie sich gerne an das Internet-Team der agma: team-internet@agma-mmc.de

Sonstiges

*Die Reichweiten folgender Apps in der DNA 2024-12 basieren auf Reportingdaten:

Ariva.de (iOS/Android)
FAZ.net (iOS/Android)
Handelsblatt (iOS/Android)
Süddeutsche.de (iOS/Android)
WirtschaftsWoche (iOS/Android)
Finanzen100 (iOS/Android)
FOCUS online (iOS/Android)