

Stand Januar 2023

Factsheet Studienteilnahme Mediengattung Internet

1. Ablauf der Studienteilnahme - kompakt

1.1 Kontaktaufnahme des Vermarkters mit agma MMC

- Email an ddf@agma-mmc.de oder Kontaktformular (<https://www.agma-mmc.de/service/kontakt>)
- Der Vermarkter erhält Informationen zur Studienteilnahme
- Grundlage für die Berechnung der Kosten zur Studienteilnahme ist die jew. gültige Finanzierungsordnung der Mediengattung Internet

1.2 To Dos für die Studienteilnahme für neue Webseiten / Apps

- Anmeldung des Angebots/ der Angebote bei der agma MMC (ddf@agma-mmc.de)
- Anmeldung und Messung des Angebots bei INFOonline (separates Vertragsverhältnis), erfolgt in der Regel durch den Publisher
- Anmeldung und Prüfung bei IVW (separates Vertragsverhältnis), erfolgt in der Regel durch den Publisher
- Erfüllung der Technischen Voraussetzungen (s. Kapitel 3)
- Bestätigung über bestandene Qualitätssicherung (QS) durch das Servicecenter.

1.3 Weiteres

- Nach der Anmeldung erhält der Vermarkter Zugangsdaten für den DIMM (Digital Media Manager) um dort für seine Angebote Informationen zu Belegungseinheiten, Tarifen, Werbeformen usw. anlegen zu können

2. Studienteilnahme – empfohlenes Timing

Eine erstmalige Ausweisung für ein Angebot in der daily digital facts ist immer mit Beginn eines kalendarischen Monats möglich. Bei Neuanmeldungen von Gesamtangeboten (stationäre Webseiten, mobile enabled websites oder Apps) werden folgende Zeitspannen zur Einhaltung empfohlen, um eine erstmalige Ausweisung mit den Daten eines Monatsersten zu ermöglichen:

- Anmeldung des Angebots zur **Studienteilnahme bei der MMC** bis 5 Wochen vor erster gewünschter Ausweisung am Monatsersten; ddf@agma-mmc.de.

- Anmeldung des Angebots zur Messung bei **INFOnline** bis 5 Wochen vor erster gewünschter Ausweisung am Monatsersten; <https://www.infonline.de/kunde-werden/>
- Beantragung der **IVW-Mitgliedschaft** für das Gesamtangebot bis 5 Wochen vor erster gewünschter Ausweisung am Monatsersten; <http://www.ivw.de/digital/aufnahmeverfahren-0>
- Bestandene **IVW-Prüfung** bis 2 Wochen vor erster gewünschter Ausweisung am Monatsersten
- Anmeldung zur **Qualitätssicherung** beim Servicecenter bis 2 Wochen vor erster gewünschter Ausweisung am Monatsersten, hierfür ist eine bestandene IVW-Prüfung Voraussetzung.
- Bestandene Qualitätssicherung bis zum 25. des Vormonats,
- Ausreichend Zeit für die Eingaben im **DIMM** einplanen

Um die Freigabe für eine Ausweisung in der daily digital facts erteilt zu bekommen, müssen zudem die Technischen Voraussetzungen zur Studienteilnahme erfüllt werden (s. Kapitel 3).

3. Technische Voraussetzungen

3.1 Bedeutung der Technischen Voraussetzungen

Der daily digital facts liegt ein Multi-Methoden-Modell mit mehreren Säulen zu Grunde:

1. Technische Messung als Basis der gesamten Studie.
2. OnSite-/ InApp- Befragung auf allen an der Studie teilnehmenden Website- oder App-Angeboten
3. bevölkerungsrepräsentative telefonische Basiserhebung.

Für eine valide Messung aller Angebote, die an der ddf teilnehmen, müssen identische Messbedingungen herrschen. Aufgrund der Methodik der daily digital facts kann die Nichteinhaltung dieser Voraussetzungen zu einer nachträglich nicht korrigierbaren Beeinträchtigung der Studienergebnisse sowohl für das betreffende Angebot als auch für andere Angebote und die Studie insgesamt führen.

Die agma MMC ist jederzeit berechtigt, die Einhaltung der Technischen Voraussetzungen für die teilnehmenden Angebote zu validieren. Im dauerhaften Betrieb erfolgt dies vorwiegend mit Monitoring-Instrumenten, mit denen die Einhaltung von Kennwertgrenzen begleitet wird.

Vor der erstmaligen Teilnahme einer Website oder App wird eine separate Validierung der Umsetzung der Technischen Voraussetzungen durchgeführt (Qualitätssicherung). Zur Gewährung eines angemessenen Validierungszeitraums wird empfohlen, dass der Vermarkter die Teilnahmevoraussetzungen spätestens zwei Wochen vor Beginn des Erhebungszeitraums vollständig umgesetzt hat und das Servicecenter über die Fertigstellung in Kenntnis setzt. Dieses wird den Angebotsbetreiber umgehend über das Ergebnis der Qualitätssicherung informieren und mit ihm gemeinsam die Beseitigung eventueller Mängel veranlassen.

3.1.1 Angebotsdefinition

Die agma MMC lehnt sich hinsichtlich der Definition, was ein Angebot ist, an die Richtlinien der IVW an. Damit gelten die Voraussetzungen als erfüllt, wenn ein Angebot lt. Definition den IVW-Richtlinien entspricht und kann damit als solches in der daily digital facts gemessen werden. Die vollständige Angebotsdefinition der IVW findet sich unter http://daten.ivw.eu/download/pdf/Online_Richtlinien_Anlage_1_V2_4.pdf

3.2 Teilnahme am Messverfahren (INFOnline Measurement)

Die zentrale Messung der Angebotsnutzung ist eine der tragenden Säulen der daily digital facts, hierfür wird das Messsystem der INFOnline genutzt (INFOnline Measurement, nachfolgend abgekürzt mit IOM). Die Daten, die über IOM für eine Webseite bzw. über die Libraries für eine App erhoben werden, werden von INFOnline im Auftrag des Angebotsbetreibers erfasst. Damit diese Daten eines Angebots für die Ausweisung in der ddf genutzt werden können, muss der Angebotsbetreiber die INFOnline ermächtigen, die Daten an Dritte weitergeben zu dürfen. Bei INFOnline ist diese Regelung der Datenweitergabe Bestandteil des Kundenvertrages.

Ein Bestandteil von IOM ist die **Zensusmessung** (nachfolgend abgekürzt mit **IOMb**). Für die Messkomponente IOMb muss beim User keine Zustimmung (Consent) abgefragt werden. Diese Messkomponente kommt ohne Identifier aus und liefert ausschließlich Page Impressions, die dann für die Außenvorgabe der ddf genutzt werden.

Zweiter Bestandteil von IOM ist die **pseudonyme Messung** (nachfolgenden abgekürzt mit **IOMp**). Die pseudonymen Messdaten eines Clients aus der IOMp-Messung werden bei vorhandenem Consent im Rahmen der Modellbildung verwendet und liefern angebotsübergreifende Nutzungsinformationen pro Client.

Die Einleitung und Umsetzung der Messung durch INFOnline muss der Vermarkter bzw. der Angebotsbetreiber in direkter Abstimmung mit der INFOnline GmbH (www.infonline.de) vornehmen und hierzu einen entsprechenden Vertrag mit der INFOnline GmbH schließen.

Dem Angebot wird dann von INFOnline eine Angebotskennung zugewiesen. Um in IOM gemessen zu werden, muss in jede Seite des Angebots ein Messinstrument / der Measurement Manager (Mess-Tag auf Basis von JavaScript-Technologie) bzw. in jede App eine Mess-Library gemäß den Vorgaben der betreibenden Messdienstleister INFOnline GmbH eingebaut werden. So wird sichergestellt, dass mit jedem Seitenabruf des Angebots auch genau eine Anfrage an einem dem Angebot zugeordneten Server erzeugt und somit dort als eine Page Impression (PI) registriert wird.

3.2.1 Zuordnung von Codes zu Kategorien

Neben der Zählung von PIs erfüllt das beschriebene Messverfahren eine weitere Aufgabe: Mit dem Bestandteil „code“, der für jede HTML-Seite individuell angepasst werden kann, können die Seiten eines Angebots thematisch kategorisiert und gruppiert werden. Im IOM -System sind diese Seitengruppen die kleinste auswertbare Einheit. Dementsprechend müssen diese Seitengruppen so angelegt werden, dass darauf aufsetzende Systeme durch Aggregation aus ihnen abgeleitet werden können. **Bitte unbedingt beachten: Codes unter IOMb und in IOMp müssen in der**

Benennung die identische Bezeichnung haben, um eine korrekte Verarbeitung der daily digital facts zu gewährleisten!!!

Jeder angelegte Code muss anhand der Vorgaben der IVW einer Kategorie des Kat2.0 zugeordnet werden.

3.3 IVW-Prüfung

Voraussetzung zur Teilnahme an der ddf ist die Mitgliedschaft in der IVW (www.ivw.de) und damit die Einhaltung der von der IVW festgeschriebenen Anforderungen, wie diese in den "IVW-Richtlinien für Online-Angebote" in der jeweils geltenden Fassung (bzw. solchen Regeln und Richtlinien, die an ihre Stelle treten) samt zugehörigen Anlagen dargestellt sind (aktuelle Fassung abrufbar unter http://daten.ivw.eu/download/pdf/Online_Richtlinien_Anlage_1_V2_4.pdf).

Voraussetzung zur Teilnahme an der daily digital facts ist weiterhin die mit der IVW-Mitgliedschaft verbundene Prüfung. Die agma MMC erhält grundsätzlich keine Informationen über den Prüfungszeitpunkt und die zu prüfenden Angebote. Die Prüfberichte pro Einzelangebot werden durch die IVW unverzüglich dem Einzelanbieter zur Kenntnis gegeben. Die IVW ist aber berechtigt und verpflichtet, Verstöße von ddf-Angeboten gegen die IVW-Richtlinien umgehend der agma MMC mitzuteilen.

Die Kosten für die Mitgliedschaft in der IVW tragen die Angebote selbst.

Eine Bestätigung über die bestandene IVW-Prüfung muss für ein an der daily digital facts teilnehmendes Angebot vorliegen, um die Qualitätssicherung zu beauftragen. Eine Freigabe zur Messung und Ausweisung in der daily digital facts ist erst dann möglich.

3.4 Einbau OnSite- /InApp-Befragung

3.4.1 FRABO-Variable /Befragungslibrary

Die stationären und MEW-Angebote haben den Tag (IOMP) mit dem Parameter „sv“:“in“ / “sv“:“mo“ verpflichtend zu aktivieren. Die Ausspielung der Befragung erfolgt nur, wenn eine Einwilligung des Users (Consent) für die ddf vorliegt.

Die Apps haben die Befragungslibrary zur Ausspielung der InApp-Befragung verpflichtend zu integrieren. Die Ausspielung von Befragungseinladungen muss grundsätzlich auf allen Seiten eines Angebotes, das sich in der Messung befindet, aktiviert werden.

Ausgenommen hiervon sind:

- Start eines Videos
- Start oder Spielen eines Spieles
- Payment (Kaufabwicklung, Transaktionsseiten, etc.)
- Messenger
- Newsletter
- Weitere Seiten können in begründeten Ausnahmefällen aus dem Befragungssystem ausgeklammert werden, so z.B. Banking-Seiten. Solche Ausnahmen sind in Form eines Ausnahmeantrages vor der Teilnahme an der Erhebung der agma MMC mitzuteilen.

3.4.2 Individualisierung der OnSite-Befragung

Sowohl der online geschaltete Fragebogen als auch das Werbemittel zur Teilnehmer-Rekrutierung werden mit einem Logo des ausliefernden Angebots versehen. Zu diesem Zweck stellt der Vermarkter für jedes über ihn teilnehmende Angebot ein Seiten-Logo in Form einer Grafik-Datei (Größe 140x50 jpg) zur Verfügung. Der Vermarkter hat sicherzustellen, dass bei Logo-Änderung immer die aktuelle Version zur Verfügung gestellt wird (aktuelle Logos können über das Verwaltungs-Tool DIMM von jedem Vermarkter hochgeladen werden).

3.5 Verwendung einer Consent Management Plattform (CMP)

Als Voraussetzung für die Teilnahme an der Studie ddf für Web- und App-Angebote gilt, dass jeder Publisher eine Consent Management Plattform (CMP) verwenden muss, um den Cookie-Consent für die daily digital facts innerhalb des geltenden Messverfahrens aktiv einzuholen (expliziter Consent, Opt-in). Dies gilt auch für alle Unterseiten eines Multiangebots.

Bei der pseudonymen Messung ist zudem darauf zu achten, dass ein valider TCF-String automatisch oder manuell (gemäß der Code-Notation) übermittelt wird. Ohne die TC-Information (ct-Variable) im pseudonymen Umfeld ist die Verarbeitung der Daten für die ddf nicht möglich.

Wer CMPs ohne TCF 2.0-Anbindung nutzt, muss sicherstellen, dass diese gleichfalls folgende Rechtsgrundlage anwenden: „expliziter Consent“ und kein „berechtigtes Interesse“, also analog zu dem TCF 2.0 hinterlegten Purpose 1 (Cookie-Consent).

Konkret bedeutet das: Alle Teilnehmer der daily digital facts müssen zwei Vendors in TCF 2.0 berücksichtigen.

- Agof Studies (ID 785) mit den Purposes 1 (Cookie-Consent) und 9 (Marktforschungs-Consent) [Hinweis: solange die ddf weitergeführt wird, bleibt der Vendor 785 der Relevante]
- INFOnline (ID 730) mit den Purposes 1 (Cookie-Consent) und 8 (Inhalte messen)

Falls eine Consent-Management-Plattform ohne TCF 2.0-Anbindung eingesetzt wird, ist äquivalent zu verfahren.

Sobald die CMP eines Publishers bei Aufruf einer Webseite feststellt, dass eine Einwilligung für die ddf vorliegt, wird zusätzlich zur IOMb- Messung die pseudonyme Messung aktiviert und damit die seitenübergreifende Messung der Clientbewegungen für alle Seiten, für die Consent vorliegt.

3.5.1 Consent über ATT Framework bei iOS / CMP nicht verpflichtend

Um die Anforderungen der Consent-Einholung über das ATT Framework zu erfüllen ist es zwingend erforderlich, die neueste iOS-Library (ab Version 2.2.1) verbaut zu haben und die Messung mit Hilfe des Advertising Identifiers zu ermöglichen. Das iOS SDK respektiert bzw. übernimmt die über die App einzuholende Einwilligung resp. Ablehnung der Nutzer ebenso wie die Einstellungen/Restriktionen im jeweiligen Endgerät.

Bitte beachten Sie: Es ist zwingend notwendig einen TCF 2.0-konformen Request an die INFOnline zu übermitteln, um die Datenverarbeitung der ddf sicherzustellen!

Sollten die Daten nicht mit einem TCF 2.0-konformen String übermittelt werden, führt das zu massiven Reichweitereinbußen oder zu einem kompletten Reichweitenverlust für das entsprechende iOS Angebot in der ddf!

Weitere Informationen finden Sie unter:

https://docs.infonline.de/infonline-measurement/integration/tcf/tcf_codenotation_manuelle_verarbeitung/

Hinweis: Eine zusätzliche Einbindung einer Consent Management Plattform ist zur Teilnahme an der „daily digital facts“ bei iOS-Apps in diesem Fall nicht erforderlich.

3.6 Qualitätssicherung der Technischen Voraussetzungen

Vor der erstmaligen Teilnahme eines Angebots an der daily digital facts wird die Erfüllung der Teilnahmevoraussetzungen im Auftrag der MMC durch eine initiale Qualitätssicherung (QS) gewährleistet. Der Ergebnisbericht dieser Qualitätssicherung wird dem Vermarkter ausgehändigt.

Werden nach dieser initialen Qualitätssicherung während der Teilnahme eines Angebotes an der ddf bei der internen Datenkontrolle fehlende oder fehlerhafte Aktivierungen der FRABO-Variablen, fehlender (fehlerhafter) CMP-Verbau oder die Verwendung unterschiedlicher Codes in der IOMb und IOMP-Messung festgestellt, ist es zur Erhaltung der Studienqualität notwendig, eine weitere Qualitätssicherung durchzuführen. Diese zusätzliche kostenpflichtige Qualitätssicherung (Sonder-QS) ist vom Vermarkter oder Publisher nach Aufforderung bei INFOnline zu beauftragen und zu bezahlen. Zur Erhaltung und Steigerung der Studienqualität wird zum Beispiel bei Relaunch eines Angebots oder der Zusammenlegung zweier Angebote eine kostenpflichtige Sonder-QS empfohlen, um vollständige und korrekte Messdaten zu gewährleisten.

Möchte ein Angebot zu einem der hier aufgeführten Punkte eine Ausnahmeregelung beantragen, ist dieser als begründeter Antrag durch den Vermarkter an die agma MMC zu richten. Die Feststellung der Zulässigkeit solcher Ausnahmefälle wird in der AG Internet der agma getroffen, die über die methodischen Implikationen der Ausnahmeregel beraten wird.

4. Im Rahmen der Studienteilnahme zu beachten

4.1 Erfassung von Belegungseinheiten und Tarifen im DIMM

Jeder Vermarkter erhält nach Anmeldung zur Studienteilnahme einen individuellen Log-In für den DIMM (Digital Media Manager). Hier können für die angemeldeten Angebote z.B. Belegungseinheiten definiert, Tarifinformationen hinterlegt oder auch die verfügbaren Werbeformen angegeben werden.

Im Rahmen von Kooperationen können Fremdstudien Reichweiten aus der daily digital facts auf Angebotsebene erhalten sowie für die von den Vermarktern im DIMM hierfür freigegebenen Belegungseinheiten und Kombinationen. Die Fristen für die Weitergabe sind im DIMM vermerkt.

Ein Angebot steht dem Vermarkter nach Anmeldung und Vertaggung im DIMM zur Verfügung unabhängig davon, ob bereits die Freigabe zur Studienteilnahme vorliegt.

4.2 Nichtausweisung von Angeboten und Belegungseinheiten

Ein Vermarkter kann nur vor Kenntnis der Reichweiten eines Zeitraums über eine Nichtausweisung von Angeboten oder Belegungseinheiten entscheiden. Eine rückwirkende Nichtausweisung ist nicht möglich.

Der Vermarkter kann selbst im DIMM Eingaben zur Nichtausweisung für einen zu definierenden Zeitraum für die von ihm angemeldeten Angebote und Belegungseinheiten vornehmen. Eine Nichtausweisung für einen bestimmten Tag kann bis 17 Uhr des Vortages im DIMM veranlasst werden. Im System wird dann automatisiert eine vorläufige Genehmigung ausgesprochen, die von der MMC überprüft wird. Ebenso können Nichtausweisungen für einen bestimmten Tag bis 17 Uhr des Vortages deaktiviert werden.

Für die Nichtausweisung von Gesamtangeboten muss eine hinreichende und nachvollziehbare Begründung angegeben werden.

Die MMC wird über aktivierte Nichtausweisungen informiert und prüft die Begründung des Vermarkters auf Nachvollziehbarkeit. Kann in Rücksprache mit dem Vermarkter der Nichtausweisung nicht stattgegeben werden, wird diese rückgängig gemacht. In diesem Fall kann der Vermarkter über die MMC einen entsprechenden Antrag auf Nichtausweisung stellen.

Bei Verdacht auf Missbrauch der Nichtausweisungsfunktion für Gesamtangebote behält sich die MMC vor, dies zu prüfen und gegebenenfalls eine Sperrung der Funktion im DIMM für den betreffenden Vermarkter vorzunehmen.

4.3 Bedingungen zum Ausweis in einem bestimmten Zeitraum

Zu beachten: Eine Ausweisung von Angeboten und BE in der daily digital facts kann für einen definierten Zeitraum in TOP modular nur erfolgen, wenn ausreichend Tage in dem gewählten Zeitraum zur Verfügung stehen.

Ein Medium (Angebot, BE,...) muss an mindestens sechs Siebteln (6/7) der Tage, aus denen sich der gewählte Zeitraum zusammensetzt, zur Ausweisung vorgesehen sein, andernfalls werden keine Werte ausgegeben. Dies gilt sowohl für konkrete Zeiträume als auch für Durchschnittszeiträume.

4.4 Vermarkterwechsel

Der Wechsel von Gesamtangeboten zu einem neuen Vermarkter ist immer monatlich zum Monatsersten möglich.

Ein Vermarkterwechsel muss der MMC bis spätestens 5 Werktage vor Vormonatsende gemeldet werden. Zu diesem Zeitpunkt muss sowohl vom bisherigen als auch vom neuen Vermarkter der Wechsel bestätigt sein.

Der Zeitpunkt des Angebotswechsels ist maßgeblich für die Sichtbarkeit der angebotsbezogenen Daten für den neuen Vermarkter im DIMM.

4.5 Kündigung von Gesamtangeboten

Die Kündigung von einzelnen Gesamtangeboten an der Studienteilnahme ist zum Monatsende mit 15 Tagen Vorlaufzeit möglich. Bitte beachten Sie, dass die existierenden Verträge bei INFOnline und IVW einer gesonderten Kündigung bedürfen. Die Kündigungsbedingungen des Vertrags mit MMC zur Studienteilnahme selbst entnehmen Sie bitte dem Vertragsdokument.

Ihr Ansprechpartner in Fragen zu den Technischen Voraussetzungen ist das Servicecenter.

Sie erreichen es unter den folgenden Kontaktdaten:

Tel.: 0800 – 410 29 77

Mail: servicecenterddf@agma-mmc.de