

## Kunden- und Mitgliederinformation



Einführung des Kategoriensystems 2.0 (KAT 2.0) und des Skalierbaren Zentralen Messsystems next Generation (SZMnG)

## Achtung: Migration!



Was ist zu tun?  
Welche Fristen sind zu beachten?  
Was passiert in der Übergangsphase?

### Zeitplan

#### ab Mitte September 2013

Anmelden der Online-Angebote zur Messung mit dem SZMnG im Kunden Center der INFOnline (Bestell Center). Bitte geben Sie bei der Anmeldung zu SZMnG an, ab welchem Zeitpunkt Sie den SZM-Tag 2.0 einbauen möchten.

#### Oktober 2013 bis Januar 2014

Frist für Umstellarbeiten bei den Online-Angeboten: zusätzlicher Einbau des SZM-Tags 2.0 und zusätzliche Codezuordnung für das KAT 2.0.

#### ab Februar 2014

Paralleler Messbetrieb mit dem alten SZM-Tag 1.5 nach KAT 1.2 und dem neuen SZM-Tag 2.0 nach KAT 2.0. Ab Februar 2014 können Sie nur dann weiter an der IVW-Ausweisung teilnehmen, wenn Sie Ihre Angebote zusätzlich mit dem neuen SZM-Tag 2.0 ausgerüstet und vollständig auch mit dem neuen KAT 2.0 ausgerüstet haben!

#### Übergangsphase

Der alte SZM-Tag 1.5 wird weiterhin für die Messung und Ausweisung der Nutzungsdaten. Die Datenqualität vor der finalen Umstellung auf das SZMnG / KAT 2.0 wird sichergestellt.

ab 2014 Nach der Umstellung auf das SZMnG als führendes System für die Nutzungsmessung nach den Standards der AGOF und IVW wird das SZMnG kontinuierlich ausgebaut.

# AKTUALISIERT



### Welche Vorteile bringt Ihnen die Umstellung?

1. Ein Zähl-Tag, ein Kategoriensystem und eine Ausweisung für alle Plattformen (stationäre und mobile Messung, Connected TV sowie Apps).
2. Breitere Datenbasis zur Werbeträgerleistung Ihrer Angebote für Ihre Werbekunden und Ihr Benchmarking (zusätzliche Daten u. a. zu Sprache/Format/Auslieferung/Paid).
3. Messung und Ausweisung der Nutzung von HTTPS-Seiten ohne separaten Tag und ohne zusätzliche Kosten.

### Das Wichtigste für Ihre Codezuordnung im Kategoriensystem 2.0 (KAT 2.0)

**Daumenregel:** Jeder Inhalt ist in jeder Kategorie jeweils einem der Merkmale zuzuordnen.

**Das heißt:** Es ist nur möglich, die Zuordnung im KAT 2.0 vollständig vorzunehmen. Es müssen immer acht Merkmale ausgewählt werden, sonst ist die Codezuordnung nicht möglich.

**In der Übergangsphase:** Bis zur finalen Umstellung auf das SZMnG müssen im Code-Management die Zuordnungen für beide Systeme (KAT 1.2 und KAT 2.0) gepflegt werden!

> Eine vergleichende Übersicht zu den Systematiken von KAT 1.2 und KAT 2.0 finden Sie auf der Rückseite.

**Schwerpunktregel:** Entspricht ein Inhalt mehr als einem Merkmal, ist für die Zuordnung der Schwerpunkt und generelle Charakter des Inhalts maßgeblich.

Nach der vollständigen Codezuordnung im Kundencenter der INFOnline „Änderungen speichern“ nicht vergessen!

### Einbau SZM-Tag 2.0 – Sie haben die Wahl zwischen zwei Möglichkeiten:

#### Wahlmöglichkeit A

#### SZM-Tag 1.5 parallel zum SZM-Tag 2.0

- > SZM-Tag 2.0 wird parallel zum alten SZM-Tag 1.5 eingebaut.
- > Es werden zwei verschiedene Codes benutzt, um über den SZM-Tag 1.5 das Kategoriensystem KAT 1.2 sowie über den neuen SZM-Tag 2.0 das neue Kategoriensystem (KAT 2.0) zu bedienen.
- > Für diese Wahlmöglichkeit gilt: Die Codezuordnung muss in beiden Systemen erfolgen!

#### Vorteile

- > Einbindung des neuen SZM-Tag 2.0 erfolgt unabhängig vom SZM-Tag 1.5
- > aktuelle Messung für das Online-Angebot wird in der Regel nicht beeinflusst
- > kein Reichweitenverlust

#### Nachteile

- > Nach der Umstellung auf das neue Messsystem SZMnG in 2014 muss der alte SZM-Tag 1.5 aus der Website entfernt werden.

#### Wahlmöglichkeit B

#### SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus

- > Der SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus ersetzt den alten SZM-Tag 1.5 (der SZM-Tag 1.5 muss vollständig entfernt werden).
- > Steuerung erfolgt durch das Setzen der Variable "mg"; "yes" im SZM-Tag 2.0 (wenn die Variable gesetzt ist, wird der alte SZM-Tag 1.5 automatisch geladen).
- > Für diese Wahlmöglichkeit gilt: Die Codezuordnung muss in beiden Systemen erfolgen!

#### Vorteile

- > Die Webseiten Ihres Online-Angebots müssen bei der Implementierung des SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus nur einmalig angepasst werden. Eine weitere Anpassung ist nach der Umstellung auf SZMnG nicht notwendig. Das automatische Laden des SZM-Tag 1.5 wird durch INFOnline zu gegebener Zeit abgeschaltet.

#### Nachteile

- > Bei einer fehlerhaften Implementierung des SZM-Tags 2.0 im Migrationsmodus kann sowohl die aktuelle Reichweite des Online-Angebotes als auch die Codezuordnungsrate für das Online-Angebot beeinflusst werden.
- > Wird eine neue Codestructur erstellt für KAT 2.0, ohne dass die Variable "oc" für den SZM-Tag 1.5 genutzt wird, laufen neue Codes ins alte Messsystem ein.



Hinweis für AGOF-Kunden:  
Egal welche der beiden Möglichkeiten Sie wählen: Sobald Sie den neuen SZM-Tag 2.0 einbauen, müssen Sie den FRABO- sowie MClient-Tag vollständig entfernen!

Weitere Details hierzu finden Sie im Script unseres Webinars zur „Einführung SZMnG und KAT 2.0“

Das Script als PDF finden Sie unter <http://wck.me/2Ho>

# Im Vergleich: Kategoriensystem 1.2 und das neue Kategoriensystem 2.0

## Kategoriensystem 1.2

„Jede Seite eines Angebots kann nur einer Kategorie der Systematik zugeordnet werden.“

Redaktioneller Content > mit 15 Unterkategorien
User generierter Content > mit 14 Unterkategorien
E-Commerce > mit 8 Unterkategorien
Kommunikation > mit 5 Unterkategorien
Suchmaschinen, Verzeichnisse und Auskunftsdienste > mit 5 Unterkategorien
Spiele > mit 3 Unterkategorien
Diverses > mit 2 Unterkategorien

## Kategoriensystem 2.0

„Jede Seite eines Angebots muss in acht Kategorien jeweils einem Merkmal der Systematik zugeordnet werden.“

Sprache	> Deutsch > Andere Sprache, Inhalt prüfbar > Andere Sprache, Inhalt nicht prüfbar
Format	> Bild/Text > Andere dynamische Formate > Audio > Video
Erzeuger	> Redaktion > User > Unbekannt
Homepage	> Homepage des Angebots > „Multi-Homepage“ > Keine Homepage
Auslieferung	> Online > Mobile > Connected TV
App	> App > keine App
Paid	> Paid > nicht zugeordnet
Inhalt	> Merkmal „Thema“ > Merkmal „Spiele“ > Merkmal „Networking/Kommunikation“ > Merkmal „Suchmaschinen/Verzeichnisse“ > Merkmal „E-Commerce“

### Redaktioneller Content

Vermischtes / Multithematisch	bleibt gleich
Auto / Verkehr und Mobilität	umbenannt
Entertainment und Lifestyle	aufgefächert
Familie, Freizeit und Gesundheit	enger gefasst
Erotik	bleibt gleich
Nachrichten	bleibt gleich
Reisen	umbenannt
Sport	bleibt gleich
Computer, Telekommunikation und Consumer Electronics	aufgefächert
Unternehmenskommunikation	enger gefasst
Wirtschaft / Finanzen	erweitert
Wissenschaft, Technik und Bildung	erweitert
Newsletter	umgruppiert
Sonstiges (monothematisch)	bleibt gleich

### Merkmalsgruppe „Thema“

Vermischtes / Multithematisch
Kraftfahrzeuge / Verkehr / Mobilität
Entertainment / Boulevard / Stars / Film / Musik
Fashion / Beauty
Essen / Trinken
Gesundheit
Wohnen / Immobilien / Garten / Haushalt
Kunst / Kultur / Literatur
Liebe / Psychologie / Beziehungen
Familie / Kinder / Lebenshilfe
Erotik
Nachrichten
Reisen / Touristik
Sport
Computer
Consumer Electronics
Telekommunikation und Internetdienste
Spiele
Angebotsinformation
Wirtschaft / Finanzen / Job / Karriere
Wissenschaft / Bildung / Natur / Umwelt
Sonstiges (monothematisch)

### E-Commerce

Auktionen	zusammengefasst
Onlineshop	zusammengefasst
Shopping Mall	zusammengefasst
Rubrikenmärkte / Kleinanzeigen	aufgefächert
Lotto und Wetten	entfällt
B 2 B-Marktplatz	bleibt gleich
Sonstiges	bleibt gleich

### Merkmalsgruppe „E-Commerce“

Auktionen / Onlineshops / Shopping Mall
Immobilien / Rubrikenmärkte / Kleinanzeigen
Jobs / Rubrikenmärkte / Kleinanzeigen
Kraftfahrzeuge / Rubrikenmärkte / Kleinanzeigen
Sonstiges / Rubrikenmärkte / Kleinanzeigen
B 2 B-Marktplatz
Sonstiges

### Kommunikation

Email, SMS, E-Cards	umgruppiert
Messenger	bleibt gleich
Chat	zusammengefasst
Sonstiges	bleibt gleich

### Merkmalsgruppe „Networking/Kommunikation“

Newsletter
Email, SMS, E-Card
Messenger / Chat
Social Networking Privat
Social Networking Business
Partnersuche / Dating
Sonstige

### Suchmaschinen, Verzeichnisse und Auskunftsdienste

Suchmaschinen	bleibt gleich
Webkataloge	entfällt
Verzeichnisse und Auskunftsdienste	bleibt gleich
Sonstiges	bleibt gleich

### Merkmalsgruppe „Suchmaschinen/Verzeichnisse“

Suchmaschinen
Verzeichnisse / Auskunftsdienste
Sonstiges

### Spiele

Spiele	aufgefächert
Sonstiges	bleibt gleich

### Merkmalsgruppe „Spiele“

Überblicksseite zu Spielen
Casual Games
Core Games
Sonstiges

## Weitere Änderungen

### Unter kategorien Homepage

Redaktioneller Content / User generierter Content / E-Commerce / Suchmaschinen, Verzeichnisse und Auskunftsdienste / Spiele / Diverses	ersetzt durch
--	---------------

### Kategorie „Homepage“

+ dem Merkmal „Homepage des Angebots“  
oder: + dem Merkmal „Multi-Homepage“  
oder: + dem Merkmal „Keine Homepage“  
und jeweils einem Merkmal aus den Merkmalsgruppen der sieben anderen Kategorien

### User generierter Content mit allen Unterkategorien

Vermischtes (multithematisch) – Auto / Verkehr und Mobilität – Entertainment und Lifestyle – Social Networking – Erotik – Familie, Freizeit und Gesundheit – Nachrichten – Reisen – Sport – Computer, Telekommunikation und Consumer Electronics – Wirtschaft / Finanzen – Wissenschaft, Technik und Bildung – Sonstiges (monothematisch)	ersetzt durch
---	---------------

### Kategorie „Erzeuger > Merkmal: User“

und jeweils einem Merkmal aus den Merkmalsgruppen der sieben anderen Kategorien

### Diverses mit Unterkategorien

Kategorienzuordnung nicht prüfbar Kategorienzuordnung nicht möglich	ersetzt durch
--	---------------

### Kategorie „Inhalt“

+ dem Merkmal „Sprache/Andere Sprache, Inhalt nicht prüfbar“  
oder: + dem Merkmal „Sonstige“ einer der „Inhalt“-Merkmalsgruppen  
und jeweils einem Merkmal aus den Merkmalsgruppen der sieben anderen Kategorien