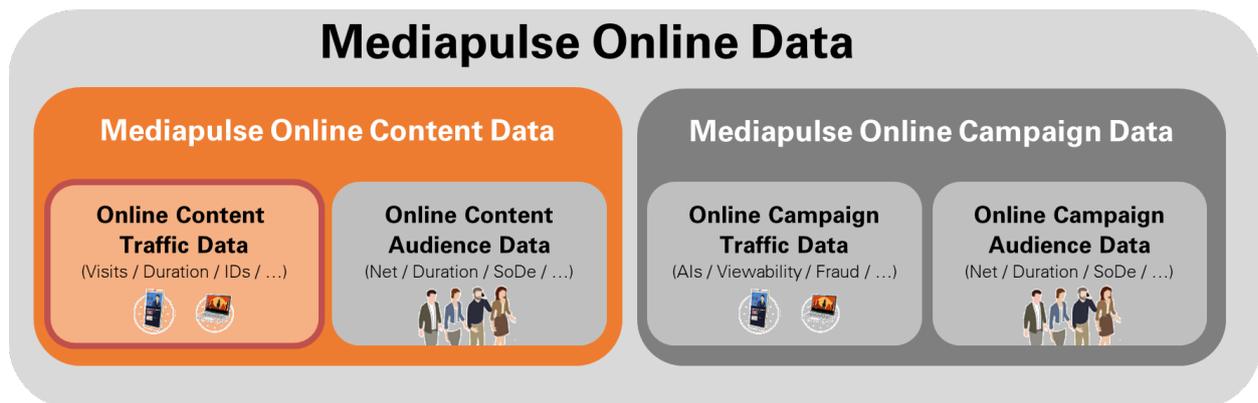


Mediapulse Online Content Traffic Data



Einheitlicher Zensus als Vergleichsbasis

Oberstes Ziel der Traffic Data ist die einheitliche und damit über alle teilnehmenden Angebote hinweg vergleichbare Traffic-Messung. Das heisst, dass Mediapulse basierend auf einer rein technischen Messung die Online-Nutzung von Websites und Apps ausweisen kann. Die dabei eingesetzte Tagging-Technologie ist state-of-the-art und universell einsetzbar. Somit wird jeder nutzerinduzierte Event erfasst, was es auch sehr kleinen Angeboten erlaubt, ihren Traffic zu analysieren und mit anderen zu vergleichen. Diese Marktsicht des Traffics wird monatlich publiziert, ist aber auch auf Tagesbasis auswertbar – nach Brands und nach Netzwerken.

Damit liefert Mediapulse erstmals Daten zur Nutzung von Online-Medien auf Basis der neuen Messung und es bricht eine neue Zeitrechnung in der Online-Forschung an, denn durch die Änderung der Methodik sind die neuen Daten nicht mehr mit den bisherigen Daten von NET-Matrix vergleichbar.

Mediapulse verfolgt Standards wie die strikte Einschränkung bei der Messung von Webviews (keine Doppelmessungen) oder das Prinzip, dass ausschliesslich nutzerinduzierte Events gemessen werden (automatisch geladene Inhalte wie Sport Ticker werden nicht berücksichtigt) und sorgt dadurch für höchste Qualität. Die neuen Zahlen wurden in einem intensiven Verfahren durch die Mediapulse-Experten in Zusammenarbeit mit den Spezialisten in den Medienhäusern erfolgreich validiert. Sie sind nun in einem benutzerfreundlichen Dashboard auf mediapulse.ch einsehbar.

Bewährte Metriken umgesetzt in Mediapulse Qualität

In den Traffic Data kommen bekannte Online-Metriken zum Einsatz. Diese werden in bewährter Mediapulse-Manier so ausgelegt und implementiert, dass sie die Realität möglichst genau spiegeln und damit belastbar und robust sind, also «harte» Metriken.

Metrik	Definition	Bemerkung
Ø CH Visits pro Tag in '000	Tagesdurchschnitt der Visits in Tausend. Default Filterung nach Schweizer Traffic.	Hauptmetrik. Nach dieser wird rangiert. Der Visit ist die stabilste und zuverlässigste Traffic-Metrik, auch über Zeit.
Total Visits in '000	Summe aller Visits in Tausend	Inländischer und Ausländischer Traffic
CH Visits in %	Anteil Visits aus der Schweiz in Prozent	-
Ø Duration per Visit in Min.	Durchschnittliche Besuchsdauer pro Visit in Minuten	Die durchschnittliche Visitedauer basiert auf der gemessenen Nutzungszeit der Besucher und kann in der Messmethode von anderen Messsystemen abweichen.
Ø IDs pro Tag in '000	Tagesdurchschnitt aller Cookies / Browsers / Device IDs in Tausend	Ersetzt die bisher bekannte Metrik «Client». Aufgrund von Cookie-Deletion nur als Tagesmetrik verfügbar. Aufgrund der Entwicklung der 3rd-Party-Cookies von abnehmender Bedeutung.

Neu kann die Messung auch auf Ebene Tageswerte betrachtet werden, was interessante Rückschlüsse auf allgemeine Nutzungsmuster und Unterschiede pro Angebot ermöglicht.



Vanessa Junod

Partner Relations Manager
 vanessa.junod@mediapulse.ch
 +41 58 356 47 51

Mediapulse AG
 Weltpoststrasse 5
 3015 Bern