

Monatsupdate zu den Mediapulse Online Content Data

Februar 2023:

Management Summary

Szenarien und Effekte von CMPs

Neue Metriken

Behobener Fehler in Audience Analytics

Issue Samsung Android Browser

Nächste Schritte

Bern, 14. März 2023

mediapulse

Management Summary: Status «Grün» für Februar-Daten.

Mediapulse informiert proaktiv und frühzeitig zu den aktuellen Entwicklungen. Als Basis dazu dient die Quality Assurance von Kantar. Für Februar können damit folgende Aussagen gemacht werden:

Szenarien und Effekte auf die Online Content Data beim Einsatz einer Consent Management Platform

Der Einsatz einer CMP (Consent Management Platform) hat Effekte auf die Messung der Online Content Data. Je nach Szenario unterscheiden sich die Auswirkungen auf App- und Web-Assets. Mediapulse erklärt die Szenarien nach aktuellem Informationsstand unter https://www.mediapulse.ch/wp-content/uploads/2023/03/Factsheet-CMP_V2.pdf

Berechnung von Brandüberschneidungen in Audience Analytics

In Audience Analytics können ab sofort Brandüberschneidungen berechnet werden. Detaillierte Anweisungen zu den einzelnen Auswertungsmöglichkeiten sind in der Dokumentation zu Audience Analytics im Kapitel "Reports" erhältlich. Methodische Begleitinformationen finden sich unter <https://www.mediapulse.ch/wp-content/uploads/2023/03/Factsheet-Brandueberschneidungen.pdf>.

Fehler bei Analysen von nutzungsbasierten Zielgruppen in Audience Analytics

Fälschlicherweise wurden in Audience Analytics ausgeschlossene Tage für Berechnungen mit nutzungsbasierten Zielgruppen berücksichtigt. Der Fehler wurde am 7. März rückwirkend behoben.

Samsung Issue bleibt plafoniert, Fix via Verhandlungen bislang ohne Erfolg

Dieses Issue bleibt mit relativ geringen Auswirkungen auf Ebene Gesamtmarkt eingependelt und betrifft sowohl Traffic als auch Audience Data. Ende Februar 2023 ist das Niveau vergleichbar mit dem Vormonat.

Agenturzugang Audience Data ab April 2023

Ab April 2023 werden die Audience Data den Agenturen zugänglich gemacht.

Fehler bei Analysen von nutzungsbasierten Zielgruppen in Audience Analytics

Bug bei Analysen von nutzungsbasierten Zielgruppen in Audience Analytics

- Bei einigen Brands und Assets in Audience Data können einzelne Tage aufgrund von Tagging-Issues oder fehlerhafter Messungen von der Datenfreigabe ausgeschlossen werden. Ausschlüsse sind im Widget «Audience Data Annotations» im Premium-Bereich der Mediapulse Website (Online -> Qualitätskontrollen) nachzuvollziehen. Ausgeschlossene Tage werden nicht in Berechnungen von Audience Analytics einbezogen.
- Fälschlicherweise wurden vor dem 7. März 2023 derartige Ausschlüsse für den Spezialfall «Berechnungen mit nutzungsbasierten Zielgruppen» in Bezug auf Brands nicht berücksichtigt, was bei unvollständigen Perioden zu falschen Zahlen geführt hat.
- Der Fehler wurde am 7. März rückwirkend behoben. Mediapulse empfiehlt Auswertungen mit nutzungsbasierten Zielgruppen in Bezug auf Brands, z.B. bei Auswertungen zur Überschneidung von Brands, zu wiederholen.
- Auswertungen in Audience Data ausserhalb von nutzungsbasierten Brandzielgruppen sind nicht betroffen.
- Die Traffic Data sind ebenfalls nicht betroffen.

Issue «Samsung Android Browser»

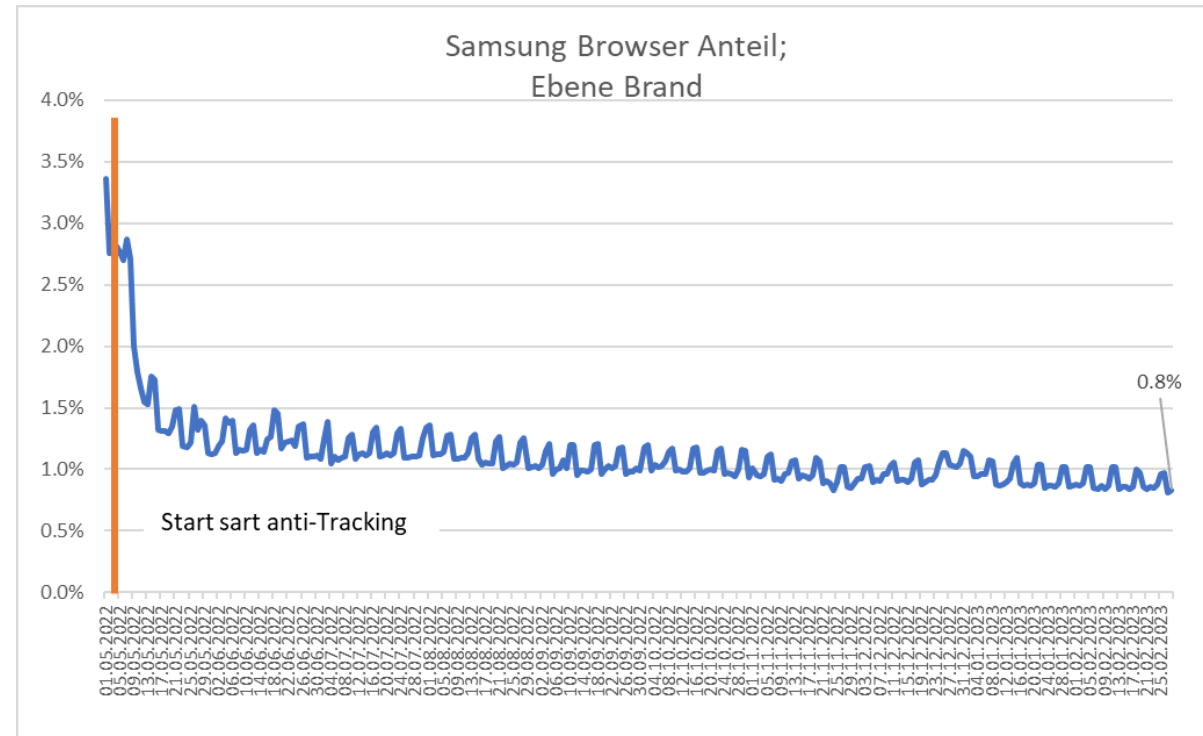
Samsung Issue plafoniert, noch kein Fix in Sicht

Issue «Samsung Android Browser»

Mit dem Update des Samsung Android Browsers per 04.05.22 tat sich eine technische Messlücke auf. Diese hat relativ geringe Auswirkungen auf Ebene Brand, auch im Worst Case. Wie schon letzten Monat gilt auch für Februar 2023: das Issue hat sich eingependelt, der potentielle Worst Case von 2.90% Verlust tritt nach wie vor nicht ein.

Mediapulse schätzt die Messlücke für die Daten des Gesamtmarkts bis und mit 28. Februar 2023 auf 2%. Brands haben davon abweichende Werte, je nach Anteil von Web-Traffic, den sie erzielen. Dies ist ein Markteffekt, der von der Forschung unbeeinflusst ist.

Eine Lösung des Issues ist weiterhin noch nicht in Aussicht, die Verhandlungen mit Samsung sind weiterhin im Gange. Dennoch steht per heute einer Publikation der Februar-Daten sowohl für Traffic als auch für Audience Data im Hinblick auf das Samsung Issue nichts im Wege.



Nächste Schritte

Nächste Schritte

Zugang zu Audience Data für Agenturen	ab April 2023
Bearbeitung der Lösungsansätze «Globale Herausforderungen»	laufend
Virtueller Anlass: Online Content Audience Data – Tipps & Tricks	27.04.2023



MERCI

Fragen immer gerne: vanessa.junod@mediapulse.ch

mediapulse