

## Technische Voraussetzungen für die Teilnahme an der daily digital facts der agof

- Gültigkeit ab: 01.12.2021 -

### 1. Bedeutung der Technischen Voraussetzungen

Der daily digital facts liegt ein Multi-Methoden-Modell zu Grunde, das in mehrere Säulen gegliedert ist:

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.

Die ersten beiden Säulen des Modells stellen im Kern technische Messsysteme dar. Für eine valide Messung aller Angebote, die an der daily digital facts teilnehmen, müssen daher identische Messbedingungen herrschen. Es ist erforderlich, dass auf den teilnehmenden Angeboten die nachfolgend beschriebenen Voraussetzungen geschaffen werden. Nur unter diesen Voraussetzungen können Daten unter hinreichender Reliabilität erhoben und valide Ergebnisse erzielt werden. 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.

#### 1.1. Analyse der Teilnahmevoraussetzungen

Die agof 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). Eine solche Erstanalyse sollte spätestens am 25. des Monats vor dem Beginn des Erhebungszeitraums (Erster eines Monats) abgeschlossen sein, zu dem das Angebot zum ersten Mal an der Messung für die daily digital facts teilnimmt. Zur Gewährung eines angemessenen Validierungszeitraums wird empfohlen, dass der Vermarkter die Teilnahmevoraussetzungen spätestens zwei Wochen vor Beginn des

Erhebungszeitraums vollständig umgesetzt hat und das agof service center über die Fertigstellung in Kenntnis setzt. Das agof service center wird den Angebotsbetreiber umgehend über das Ergebnis der Qualitätssicherung informieren und mit ihm gemeinsam die Beseitigung eventueller Mängel veranlassen.

## **2. Teilnahme am Messverfahren (INFOOnline Measurement)**

### **2.1. Messung durch INFOOnline GmbH**

Die zentrale Messung der Angebotsnutzung ist eine der tragenden Säulen der daily digital facts. Die agof nutzt hierfür das Messsystem der INFOOnline (INFOOnline Measurement, nachfolgend abgekürzt mit IOM).

Ein Bestandteil von IOM ist dabei die Zensusmessung (nachfolgend abgekürzt mit IOMb). Für die Messkomponente IOMb muss beim Nutzer keine Zustimmung 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 agof Modellbildung verwendet und liefern auch weiterhin angebotsübergreifende Nutzungsinformationen pro Client.

Die Einleitung und Umsetzung der Messung durch INFOOnline muss der Vermarkter bzw. der Angebotsbetreiber in direkter Abstimmung mit der INFOOnline GmbH ([www.infonline.de](http://www.infonline.de)) vornehmen, ebenso wie die Umstellung auf das neue Messverfahren.

Über die Messung der Angebote im IOM-System muss zunächst vom Angebotsinhaber oder -betreiber ein Vertrag mit der INFOOnline GmbH geschlossen werden. Dem Angebot wird dann von INFOOnline eine Angebotskennung zugewiesen.

Die FQDN (vollständiger Name einer Domain), unter deren das Angebot erreichbar ist, sind im Locallisten-Modul im Kunden Center der INFOOnline unter <https://kundencenter.INFOOnline.de> einzutragen. Nur aufgeführte Domains führen dazu, dass ein Seitenabruf gezählt werden darf.

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 INFOOnline 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.

## 2.2. Zuordnung von Codes zu Kategorien

Neben der Zählung von Pls erfüllt das unter (2.1) beschriebene Messverfahren eine zweite 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 und können für die Auswertung nicht weiter differenziert werden. Dementsprechend müssen diese Seitengruppen so geplant 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!!!**

Nachdem die einzelnen Seiten eines Angebots über den Tag codiert wurden, müssen die Codes jeweils einer Kategorie zugeordnet werden.

Das gültige Kategoriensystem wird dem Vermarkter bzw. Angebotsbetreiber durch das agof service center zur Verfügung gestellt.

## 2.3. Weitergabe von Daten aus der Messung

Die Daten, die über IOM für eine Webseite bzw. über die Libraries für eine App erhoben werden, werden von INFOline im Auftrag des Angebotsbetreibers erfasst. Damit diese Daten eines Angebots für die Ausweisung in der daily digital facts genutzt werden können, muss der Angebotsbetreiber die INFOline ermächtigen, die Daten an Dritte weitergeben zu dürfen. Bei INFOline ist diese Regelung der Datenweitergabe Bestandteil des Kundenvertrages.

## 2.4. IVW-Prüfung

Voraussetzung zur Teilnahme an der agof daily digital facts ist die Mitgliedschaft in der IVW ([www.ivw.de](http://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](http://daten.ivw.eu/download/pdf/Online_Richtlinien_Anlage_1_V2_4.pdf)).

Voraussetzung zur Teilnahme an der agof daily digital facts ist weiterhin die mit der IVW-Mitgliedschaft verbundene Prüfung. Die agof 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 agof-Angeboten gegen die IVW-Richtlinien umgehend der agof mitzuteilen.

Die Teilnahme an der agof daily digital facts wird durch die IVW als "Ausnahme" im Sinne der IVW-Richtlinien für Angebote gewertet, welche das Angebot damit berechtigt, sich auf Antrag nicht durch die IVW ausweisen zu lassen. Die Verwendung des IVW-Zeichens steht allen IVW-Mitgliedern zu. Hinweise auf "IVW-geprüfte" Nutzungsdaten (und ähnliche unmittelbare Bezugnahmen auf die IVW in Verbindung mit Nutzungsdaten) sind jedoch nur möglich, wenn auch eine Ausweisung der Nutzungsdaten für das jeweilige Angebot erfolgt.

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.

## **2.5. Angebotsdefinition**

Die agof 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](http://daten.ivw.eu/download/pdf/Online_Richtlinien_Anlage_1_V2_4.pdf).

## **3. Teilnahme an der OnSite- /InApp-Befragung**

### **3.1. 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 (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 dem Studienkoordinator der agof mitzuteilen.

Eine Anleitung zur Aktivierung der FRABO-Variable bzw. zur Implementierung der Befragungslibrary wird dem Vermarkter durch das agof service center zur Verfügung gestellt.

### 3.2. 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 der agof für jedes über ihn teilnehmende Angebot ein Seiten-Logo in Form einer Grafik-Datei (Größe 140x50 jpg) zur Verfügung. Der Vermarkter hat sicherzustellen, dass der agof bei Logo-Änderung immer die aktuelle Version zur Verfügung gestellt wird ([logo@agof.de](mailto:logo@agof.de)).

## 4. Verwendung einer Consent Management Plattform (CMP)

Als Voraussetzung für die Teilnahme an den Studien der agof 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 SZMnG/IOMp 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-Strings 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 agof 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 von der agof bei TCF 2.0 hinterlegten Purpose 1 (Cookie-Consent).

Konkret bedeutet das: Alle Studienteilnehmer an der daily digital facts müssen zwei Vendoren in TCF 2.0 berücksichtigen.

- INFOnline (ID 730) mit dem Purpose 1 (Cookie-Consent) und 8 (Inhalte messen) - agof (ID 785) mit den Purposes 1 (Cookie-Consent) und 9 (Markforschungs-Consent) - „Consent-Einholung“

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.

### 4.1. 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 mithilfe 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\\_codnotation\\_manuelle\\_verarbeitung/](https://docs.infonline.de/infonline-measurement/integration/tcf/tcf_codnotation_manuelle_verarbeitung/)

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

## 5. Qualitätssicherung der Technischen Voraussetzungen

Vor der erstmaligen Teilnahme eines Angebots an der daily digital facts wird die Erfüllung der Teilnahmevoraussetzungen im Auftrag der agof-Geschäftsstelle 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 daily digital facts 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 von dem Vermarkter oder Publisher nach Aufforderung bei INFOOnline 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 agof Geschäftsstelle zu richten. Die Feststellung der Zulässigkeit solcher Ausnahmefälle wird in der Technischen Kommission der agof getroffen, die über die methodischen Implikationen der Ausnahmeregel beraten wird.

**Ihr Ansprechpartner in Fragen zu den Technischen Voraussetzungen ist das agof service center.**

Sie erreichen das agof service center unter den folgenden Kontaktdaten:

**Tel.: 0800 - 410 29 77**

**Mail: [servicecenter@agof.de](mailto:servicecenter@agof.de)**