

Herzlich willkommen

zur Einführung SZMnG und KAT 2.0

- **Skalierbares Zentrales Messverfahren next Generation (SZMnG)**
- **Die Richtlinien der IVW zum KAT 2.0**



Einwahldaten zur Telefonkonferenz

Telefon: 06151 / 62 73 19 237

PIN: 1899

Agenda



**Einwahldaten
zur Telefonkonferenz**
Telefon: 06151 / 62 73 19 237
PIN: 1899

INFOnline

- Allgemeine Informationen
- Skalierbares Zentrales Messverfahren next Generation (SZMnG)
- Anmeldeprozess und Timelines
- Der neue SZM-Tag 2.0 (mit Migrationsmodus)
- Das neue Statistik-Tool „IDAS“
- Kunden Center der INFOnline

IVW

- Erläuterung der Richtlinien zum KAT 2.0
- Zuordnungsbeispiele aus verschiedenen Bereichen
- Fragerunde mit *Herrn Dr. Kuhlmann oder Herrn Bungartz* (IVW Geschäftsstelle)

Referenten



Frank Heublein
Freiberuflich

Webinar-Referent



Jörg Bungartz
IVW Online
*Leitung Prüfverfahren
und Technik*



Dr. Kai Kuhlmann
IVW Online
Leitung Online-Medien



*Der Referent von der
IVW Geschäftsstelle
tritt dem Webinar erst
ca. **20 Minuten** vor Ende
des Webinars bei.*

Ablauf

- **Verständnisfragen** können **während der Präsentation** über die Telefonkonferenz gestellt werden.
- Weitergehende Fragen sollten der anschließenden Fragerunde vorbehalten bleiben.
- **Spezielle Fragen** zu Ihrem Angebot können im Nachgang zum Webinar gerne in einem **persönlichen Telefonat mit dem Support** geklärt werden.



Wir möchten Sie bitten, **während der Präsentation Ihr Telefon **stumm zu schalten** um störende Hintergrundgeräusche zu minimieren.**

Support



Die Service Center sind
montags bis freitags von
09:00 bis 18:00 Uhr
für Sie erreichbar!

INFOne Service & Support

Tel.: 02 28 / 410 29 – 77

oder per

**E-Mail: support@INFOne.de
service@INFOne.de**

ServiceCenter IVW Online

Tel.: 0800 / 58 91 788

oder per

E-Mail: servicecenter@ivw-online.de

AGOF Service Center

Tel.: 0800 / 41 0 29 77

oder per

E-Mail: servicecenter@agof.de

INFOonline Support Plattform

Informationen zu SZMnG stationär sowie mobil

- Blog und Forum
- Download-Bereich der Dokumente zum SZMnG sowie mobil
- FAQ und Glossar
- Tutorials
- Tipps und Tricks



<http://support.INFOonline.de>

Skalierbares Zentrales Messverfahren next Generation (SZMnG)

Warum gibt es das SZMnG?

SZM besteht seit 10 Jahren, in diesem Zeitraum haben sich die Anforderungen erheblich weiterentwickelt.

- Neue Nutzungsarten des Internets
- Wünsche unserer Kunden und Partner
- Neue technologische Möglichkeiten

Anmeldeprozess und Timeline

- **Anmeldung zur Messung „SZMnG“ ab September 2013 im Kunden Center der INFOnline (Bestell Center)**
- 10/2013 – 01/2014: sukzessiver Einbau des SZMnG-Tags in alle Online-Angebote, bestehende Messung im SZM-System läuft weiter.
- 02/2014: parallele Messung aller Online-Angebote im bestehenden SZM und dem SZMnG, Abgleich der Messwerte, Entscheidung über Umstellung des führenden Messsystems.
- ab Ende 2014: Nach Umstellung auf SZMnG als führendes System für die Nutzungsmessung nach den Standards der AGOF und IVW wird das SZM kontinuierlich abgebaut.

Der neue SZM-Tag 2.0

Um den Übergang vom aktuellen System mit dem SZM-Tag 1.5 ins neue SZMnG so einfach wie möglich zu gestalten, bieten wir den Kunden die Möglichkeit, den SZM-Tag 2.0 parallel oder im Migrationsmodus zu implementieren.

Auf den folgenden zwei Folien definieren wir Ihnen die Vor- sowie Nachteile der Implementierung „Parallel“ und „mit Migrationsmodus“.



WICHTIG! Einbindung der beiden Messsysteme bis Februar 2014 inkl. vollständiger Kategorisierung nach KAT 2.0.

SZM-Tag 1.5 parallel zum SZM-Tag 2.0

SZM-Tag 1.5

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 Kategorienmodell KAT 1.2 sowie über den neuen SZM-Tag 2.0 das neue Kategorienmodell KAT 2.0 zu bedienen.
- Die Codezuordnung muss in beiden Systemen erfolgen.

VORTEILE

- Einbindung des neuen SZM-Tags 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.

SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus

SZM-Tag 2.0

“mg”：“yes”

inkludiert SZM-Tag 1.5

Die Variablen des SZM-Tags 2.0

- **Ihre Angebotskennung von der INFOnline vergeben**
“st”：“Ihre Angebotskennung”
- **Code-Variable für den SZM-Tag 2.0**
“cp”：“Ihr Code”
- **Code-Variable für den SZM-Tag 1.5 (KAT 1.2)**
“oc”：“Ihr aktueller Code im KAT 1.2-System”
- **FRABO-Tag wird angesteuert (AGOF-Kunden)**
“sv”：“in” (Stationäre Auslieferung)
- **Kommentar-Funktion***
“co”：“Ihr Kommentar”

** Der Kommentar kann vom Online-Angebot über den Service „Zentrale Logfile-Bereitstellung“ ausgewertet werden. Bestellung über INFOnline möglich.*

SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus

Einbinden im Head-Bereich

```
<script type="text/javascript" src="https://script.ioam.de/iam.js"> </script>
```

Einbinden im Body-Bereich

```
<!-- SZM VERSION="2.0" -->
<script type="text/javascript">
var iam_data = {
  "mg": "yes", // Migrationsmodus AKTIVIERT
  "st": "angebotskennung", // site/domain
  "cp": "Ihr Code für den SZMnG-System (SZM-Tag 2.0)", // code
  "oc": "Ihr Code aus dem SZM-System (SZM-Tag 1.5)", // code SZM-System 1.5
  "sv": "in"
}
iom.c(iam_data);
</script>
<!--/SZM -->
```

SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus

- Der SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus ersetzt den alten SZM-Tag 1.5. *SZM-, FRABO- und MClient-Tag müssen 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.

Verschiedene Möglichkeiten der Codestrukturen:

- Wenn Sie die Codestruktur beibehalten wollen, können Sie nur einen Code – den bestehenden - für das alte und neue System verwenden
- Um eine neue Codestruktur im SZMnG zu verwirklichen, muss darauf geachtet werden, dass die Variable "oc" (Code SZM-Tag 1.5) mitgegeben wird, damit die aktuelle Codestruktur nach KAT 1.2 unberührt bleibt.
- Die Codezuordnung muss immer in beiden Kategoriensystemen erfolgen.

VORTEILE

Die Webseiten Ihres Online-Angebots müssen nur einmalig bei der Implementierung des SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus 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 Codestruktur erstellt, ohne dass die Variable „oc“ für den SZM-Tag 1.5 genutzt wird, laufen neue Codes ins alte Messsystem ein.

SZM-Tag 2.0 im Migrationsmodus

Wichtiger Hinweis



Entfernen Sie den SZM-Tag 1.5 sowie den FRABO-Tag vollständig aus Ihrer Webseite

~~SZM-Tag 1.5~~

~~FRABO-Tag~~



Implementieren Sie den SZM-Tag 2.0 mit Migrationsmodus in Ihre Webseite

SZM-Tag 2.0

(..)

```
"mg":"yes", // Migration aktiviert
"st":"angebotskennung", // site/domain
"cp":"Code SZM-Tag 2.0", // code
"oc":"Code SZM-Tag 1.5", // code
"sv":"in" // FRABO-Tag aktiviert
```

(..)

inkludiert SZM-Tag 1.5

SZM-Tag 2.0

Folgender Content kann gemessen werden:

HTML

Zur AJAX-Messung wählen Sie die Übertragungsmethode „1“.

Bitte beachten Sie auch die weiteren Übertragungsmethoden im Dokument zum SZM-Tag 2.0.

Flash

Als IVW-Mitglied: gesondert bei der IVW zu beantragen.

Newsletter in HTML

Bei Interesse an der Messung von HTML-Newslettern wenden Sie sich bitte an das Service & Support-Team der INFOnline.

HTTPS

Im neuen Messsystem SZMnG ist kein separater HTTPS-Tag mehr für die HTTPS-Messung notwendig. Der SZM-Tag 2.0 kann auch in HTTPS-Seiten implementiert werden.

SZM-Tag 2.0

Übertragungsmethode anpassen für AJAX-Messung (nur die Body-Einbindung!)

Original

```
<!-- SZM VERSION="2.0" -->
<script type="text/javascript">
var iam_data = {
"st":"angebotskennung", // site/domain
"cp":"Ihr Code für den SZMnG-System (SZM-Tag 2.0)"// code
}
iom.c(iam_data);
</script>
<!--/SZM -->
```

Mit Übertragungsmethode „1“ für die AJAX-Messung

```
<!-- SZM VERSION="2.0" -->
<script type="text/javascript">
var iam_data = {
"st":"angebotskennung", // site/domain
"cp":"Ihr Code für den SZMnG-System (SZM-Tag 2.0)"// code
}
iom.c(iam_data,1);
</script>
<!--/SZM -->
```


Das neue Statistik-Tool „IDAS“

Liveview

Aktuelle Daten, jedoch eingeschränktes Reporting.

- **Zeitraum:** Die letzten 2 Tage und der aktuelle Tag
- **Aktualisierung der Messdaten:** Alle 10 Minuten
Da die hier dargestellten Daten noch nicht aggregiert und aufbereitet wurden, können Differenzen zwischen diesen und den in der AdvancedView angezeigten Daten auftreten.

Advanced

Aggregierte Daten, umfangreiches Reporting

- **Zeitraum:** Bis vorgestern, 00:00 Uhr.
- Im AdvancedView erhalten Sie umfangreiche Reportingmöglichkeiten und in Zukunft mehr Kennzahlen.
- Die Daten sind fertig aufbereitet und aggregiert.

Auswertungen IDAS INFOnline

iamtest (app) 07.08.2013 - 07.08.2013

Reports

- Liveview
- Advanced

Kurzanleitung

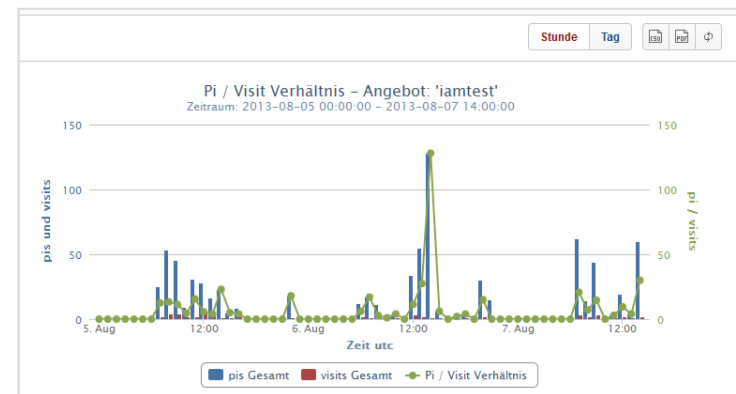
- Bitte wählen Sie oben (links) zunächst das Angebot für Ihre Auswertung:
 - app (mobile applications)
 - new (mobile enabled websites)
 - web (derzeit nicht verfügbar)
- Navigieren Sie im Menü links nun zum gewünschten Report

"LiveView" - aktuelle Daten, jedoch eingeschränktes Reporting
Zeitraum: die letzten 2 Tage und der aktuelle Tag

Eine Aktualisierung der Daten erfolgt spätestens alle 10 Minuten. Da die hier dargestellten Daten noch nicht aggregiert und aufbereitet wurden, können Differenzen zwischen diesen und den in der Advanced-View angezeigten Daten auftreten.
Offline Nutzung von Smartphone-Applikationen wird z. B. erst zu einem späteren Zeitpunkt (≤24 Stunden) an das Messsystem übermittelt und kann daher in den angezeigten Messdaten zu diesem Zeitpunkt noch nicht enthalten sein.

"Advanced" - aggregierte Daten, umfangreiches Reporting
Zeitraum: bis vorgestern, 00:00 Uhr.

In der AdvancedView erhalten Sie umfangreiche Reportingmöglichkeiten. Die Daten sind fertig aufbereitet und aggregiert. Eine event. vorhandene Offline-Nutzung von Smartphone-Applikationen ist in den Daten berücksichtigt.
- Wählen Sie den Zeitraum

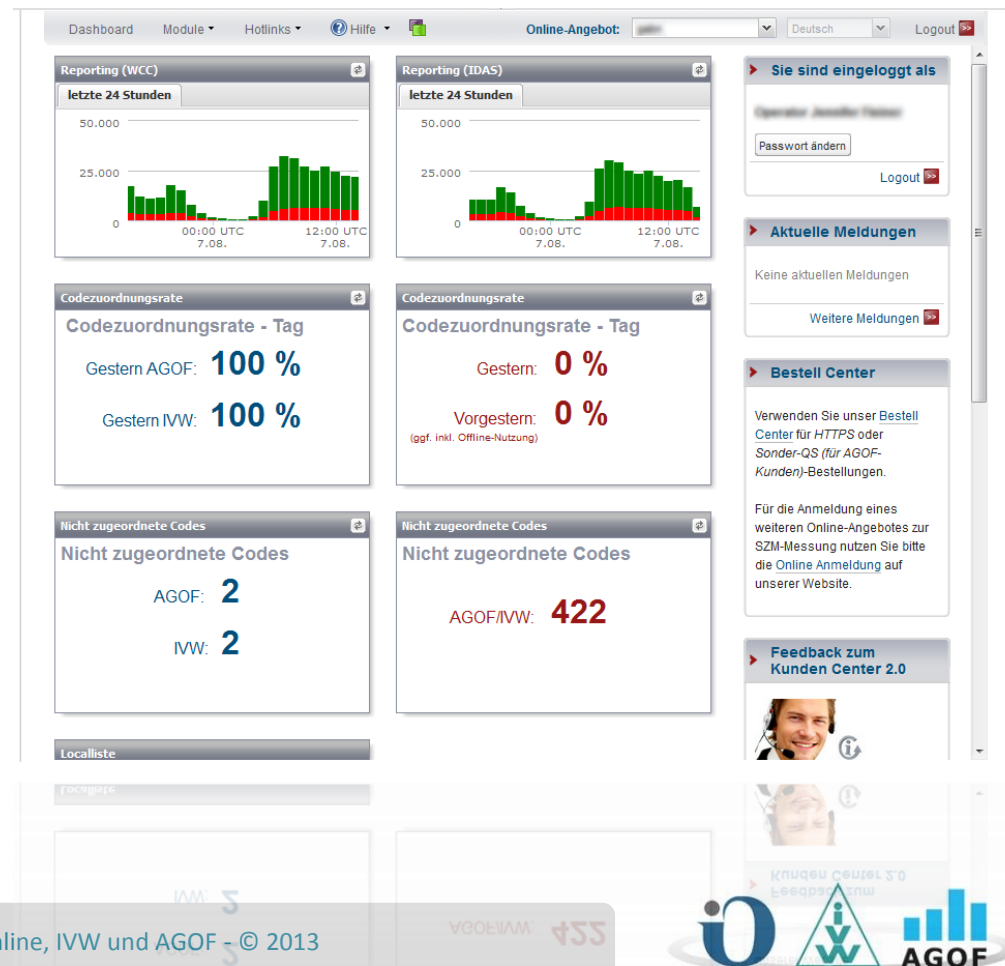


Kunden Center der INFOnline

Zwei Messsysteme - ein Kunden Center.

Nach der Implementierung der beiden SZM-Tags ist folgendes zu beachten:

- Login ins Kunden Center der INFOnline mit Angebots- oder Kunden-Login
- Pflege der zwei Code-Managements über Module „KAT 1.2/KAT 2.0“
- „Localliste“ ist systemübergreifend und nur in einem Modul durch das Online-Angebot zu pflegen.



Kunden Center der INFOnline

Wichtige Hinweise

- SZM sowie SZMnG müssen beide vom Online-Angebot manuell und parallel gepflegt werden.
 - *Code-Management nach KAT 1.2*
 - *Code-Management nach KAT 2.0*
- Reports können für SZM sowie SZMnG aus dem entsprechenden Statistik-Tool ermittelt werden.
 - SZM: <https://wcc.INFOnline.de>
 - SZMnG: <https://idas.INFOnline.de>

Erläuterung „IVW Richtlinien“

IVW

- Definition „PageImpression“ nach IVW
- Erläuterung der Richtlinien zum KAT 2.0
- Zuordnung im Code-Management (Kunden Center) nach KAT 2.0
- Zuordnungsbeispiele aus verschiedenen Bereichen

- Offene Fragerunde
mit *Herrn Dr. Kuhlmann oder Herrn Bungartz* (IVW Geschäftsstelle)

Erläuterung „IVW Richtlinien“

Definition „PageImpression“

Eine Page Impression ist eine **Nutzeraktion** innerhalb eines Online-Angebots, die zu einem Aufruf eines **Werbemittels** führt oder führen könnte.

Jede Nutzeraktion darf nur einmal gezählt werden.

Nutzeraktionen, die zu keiner potentiellen Werbeauslieferung führen, dürfen nicht gezählt werden.

Erläuterung „IVW Richtlinien“

Definition „PageImpression“ (Fortsetzung)

Voraussetzungen für die Zuweisung einer PI zu einem Online-Angebot:

Der ausgelieferte Inhalt muss den FQDN (oder Alias/Redirect) des Online-Angebots tragen.

Nutzeraktion:

Eine PI wird ausgelöst durch eine vom Nutzer durchgeführte Aktion. Darunter fallen ebenfalls: *Reload, Öffnen eines Browsers.*

Erläuterung „IVW Richtlinien“

Definition „Pagelmpression“ (Fortsetzung)

Keine Nutzeraktion:

- Aufruf eines Inhalts durch eine automatische Weiterleitung (außer Redirects und Alias)
- Automatischer Reload
- Das Aufrufen eines Inhaltes beim Schließen
- Das Aufrufen von Inhalten über Robots/Spiders und ähnliches
- Keine Pagelmpression: Das Scrollen innerhalb eines bereits geladenen Inhalts

Erläuterung „IVW Richtlinien“

Der SZM-Tag 2.0 muss in den Seiten, Inhalten, Bereichen und Funktionen eines Online-Angebots verwendet werden, die konkret und unmittelbar zur Werbeträgereigenschaft beitragen oder beitragen könnten.

Die anderen Bereiche dürfen nicht mit dem SZM-Tag 2.0 ausgestattet werden.

Die Elemente von KAT 2.0

- Das System hat acht „Kategorien“
- Jede Kategorie hat einzelne „Merkmale“
- Jedes „Merkmal“ wird in den IVW-Richtlinien („Anlage 2“) definiert
- Die Merkmale spezifizieren die Eigenschaften bzw. den Inhalt eines Online-Angebots.

Beispiel:

Die Kategorie „Format“ ist in vier unterschiedliche Merkmale unterteilt, nämlich...

- Bild/Text
- Audio
- Video
- andere dynamische Formate

Definition von KAT 2.0

„Kategorie“

„Merkmale“

1. Format

1.1 Bild / Text

1.2 Audio

1.3 Video

1.4 andere dynamische Formate

2. Sprache

2.1 Deutsch

2.2 andere Sprachen, prüfbar

2.3 andere Sprachen, nicht prüfbar

[..]

[..]

8. Inhalt

8.1 Nachrichten

bis

8.22 Sonstiges, monothematisch

8.23 Übersichtsseite

8.24 Casual Games

8.25 Core Games

etc...

„Merkmalsgruppen“:

lediglich internes Hilfskriterium für die Merkmale in der Kategorie „Inhalt“

Merkmalsgruppe 1: „Thema“

Merkmalsgruppe 2: „Spiele“

Definition des Merkmals



Beispiel



Inhalte mit Informationen, Tipps, Anregungen und Meinungen zu den Themen Wohnen, Immobilien, Garten und Haushalt sind diesem Merkmal zuzuordnen.

Das umfasst insbesondere die folgenden Bereiche:

- Kauf, Miete, Bau und Einrichtung von Haus und Wohnung (privat und gewerblich genutzt), Baufinanzierung
- Haustechnik (Elektrik, Installationen, Heizen, Sanitär), Möbel, Wohndesign und Innenarchitektur, Küche und Bad
- Heimwerker, Handwerker und deren Bedarf
- Anlegen und Pflegen eines Gartens (Ziergarten und Nutzgarten) sowie Begrünung von Balkon und Terrasse
- Haushaltsführung und -organisation (Reinigen und Pflegen, Putzen, Waschen, Einkaufen).

Immobilienangebote sind dem Merkmal „Immobilien, Rubrikenmärkte/Kleinanzeigen“ (Ziffer 8.38) zuzuordnen.

„Daumenregel“

Beim KAT 2.0 kann man sich ganz einfach nach folgender „Daumenregel“ orientieren:

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

Kategorien und Merkmale

1. SPRACHE

- 1.1 Deutsch
- 1.2 Andere Sprache, Inhalt prüfbar
- 1.3 Andere Sprache, Inhalt nicht prüfbar

2. FORMAT

- 2.1 Bild/Text
- 2.2 Audio
- 2.3 Video
- 2.4 Andere dynamische Formate

3. ERZEUGER

- 3.1 Redaktion
- 3.2 User
- 3.3 Unbekannt

4. HOMEPAGE

- 4.1 Ja
- 4.2 Nein
- 4.3 „Multi-HP“



5. AUSLIEFERUNG

- 5.1 Online
- 5.2 Mobile
- 5.3 Connected TV

6. APP

- 6.1 App
- 6.2 keine App

7. PAID

- 7.1 Paid
- 7.2 nicht zugeordnet

8. INHALT *(Merkmalsgruppe: Merkmal)*

- 8.1 Thema: Nachrichten
- 8.2 Thema: Sport
- 8.21 Thema: Vermischtes (multithematisch)
- [...]
- 8.42 E-Commerce: Sonstiges (Bereich E-Commerce)

Kategorien und Merkmale

1. SPRACHE

- 1.1 Deutsch
- 1.2 Andere Sprache, Inhalt prüfbar
- 1.3 Andere Sprache, Inhalt nicht prüfbar

2. FORMAT

- 2.1 Bild/Text
- 2.2 Audio
- 2.3 Video
- 2.4 Andere dynamische Formate

3. ERZEUGER

- 3.1 Redaktion
- 3.2 User
- 3.3 Unbekannt

4. HOMEPAGE

- 4.1 Ja
- 4.2 Nein
- 4.3 „Multi-HP“



Gemäß des Beispiels
Bild.de (Startseite)

5. AUSLIEFERUNG

- 5.1 Online
- 5.2 Mobile
- 5.3 Connected TV

6. APP

- 6.1 App
- 6.2 keine App

7. PAID

- 7.1 Paid
- 7.2 nicht zugeordnet

8. INHALT (Merkmalsgruppe: Merkmal)

- 8.1 Thema: Nachrichten
- 8.2 Thema: Sport
- 8.21 Thema: Vermischtes (multithematisch)
- [...]
- 8.42 E-Commerce: Sonstiges (Bereich E-Commerce)

Kategorisierung des Contents



Anhand eines Beispiels Bild.de (Startseite)

Zuordnung des Nutzungsvorgangs

Kategorien	Merkmale
Sprache	Deutsch
Format	Bild / Text
Erzeuger	Redaktion
Homepage	Homepage
Auslieferung	Online
App	Keine App
Paid	nicht zugeordnet
Inhalt	Thema: Vermischtes (multithematisch)

„Schwerpunktregelung“

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

**Quelle: Anlage 2 zu den Richtlinien für Online-Angebote.*

Zuordnung im Code-Management

Code-Management nach KAT 2.0

Rückgängig | Änderungen speichern | Protokoll

Alle Codes | Zugeordnet | Nicht zugeordnet | Gelöscht | Permanent gelöscht

Codesuche nach Merkmalen | Code(s) bearbeiten

Code	Beschreibung	Status	Erster Zugriff	Letzter Zugriff	Sprache	Format	Erzeuger	Homepage	Auslieferung	App
.testcode1		Zugeordnet	21.02.2013	21.02.2013	Deutsch	Bild / Text	User	Homepage des ...	Mobile	Keine App
-testcode1	test	Zugeordnet	21.02.2013	21.02.2013	Deutsch	Video Stream	User	Homepage des ...	Mobile	App
.testcode1	test	Zugeordnet	21.02.2013	21.02.2013	Deutsch	Audio Stream	User	Homepage des ...	Mobile	App
.X.X	Test Code	Zugeordnet	06.02.2013	06.02.2013	Andere Sprach...	Bild / Text	Redaktion	Keine Homepage	Online	Keine App
.test/test1		Nicht zugeordnet	06.08.2013	06.08.2013						
.test/test1/test2		Nicht zugeordnet	06.08.2013	06.08.2013						
.test/test1/test2/test3		Nicht zugeordnet	06.08.2013	06.08.2013						
.testcode1		Zugeordnet	21.02.2013	21.02.2013	Deutsch	Video Stream	Redaktion	Homepage des ...	Online	App
1		Gelöscht	15.01.2013	15.01.2013						
1131123		Nicht zugeordnet	19.06.2013	19.06.2013						
123213		Zugeordnet	23.01.2013	23.01.2013	Deutsch	Bild / Text	Redaktion	Keine Homepage	Mobile	App
1241241		Zugeordnet	23.01.2013	23.01.2013	Deutsch	Bild / Text	User	Keine Homepage	Mobile	App
12412412		Zugeordnet	23.01.2013	23.01.2013	Deutsch	Bild / Text	User	Keine Homepage	Mobile	App
124124124		Zugeordnet	23.01.2013	23.01.2013	Deutsch	Bild / Text	User	Keine Homepage	Mobile	App
124214		Zugeordnet	23.01.2013	23.01.2013	Deutsch	Bild / Text	User	Keine Homepage	Mobile	App
12qwert		Zugeordnet	30.04.2013	30.04.2013	Deutsch	Bild / Text	Redaktion	Homepage des ...	Online	App
2		Gelöscht	15.01.2013	15.01.2013						
21124124		Zugeordnet	23.01.2013	23.01.2013	Deutsch	Bild / Text	Redaktion	Keine Homepage	Mobile	App

0 von maximal 100 Datensätzen modifiziert | 0 unmodifizierte Datensätze ausgewählt.

Datensätze 1 bis 18 von 142

Code-Management nach KAT 2.0 im Kunden Center der INFOnline (Screenshot)

Erst sichtbar nach Aktivierung Ihres Online-Angebots zur SZMnG-Messung

Kunden Center der INFOnline

Tipps und Tricks zur Code-Zuordnung mit KAT 2.0

Es ist nur möglich, die Zuordnung im KAT 2.0 vollständig vorzunehmen.

Alle acht Merkmale müssen ausgewählt werden, sonst ist die Code-Zuordnung nicht möglich.

Nach der vollständigen Zuordnung „Änderungen speichern“ nicht vergessen!

Beispiele zur Kategorisierung des Contents nach KAT 2.0

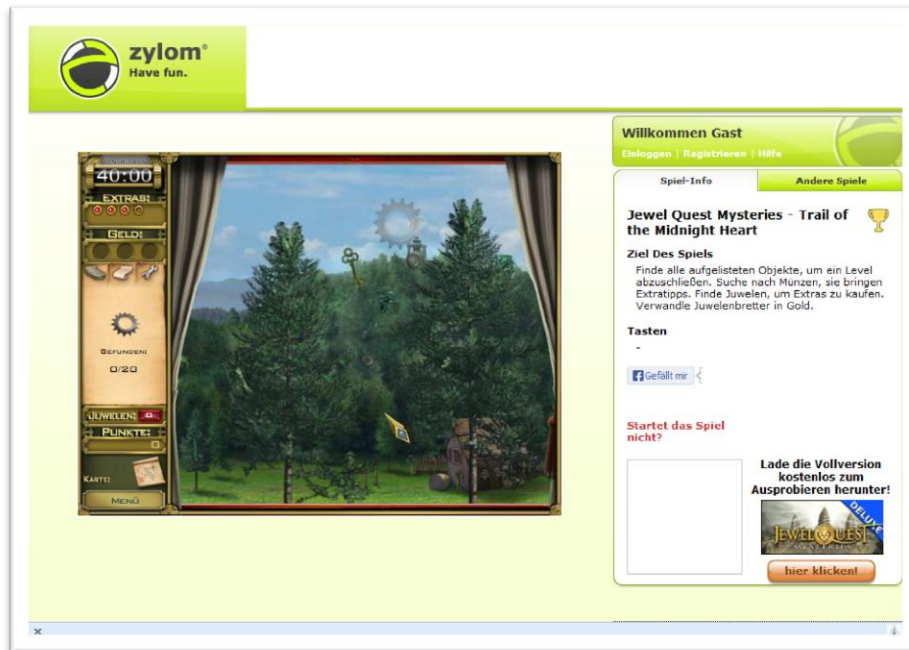
The screenshot shows the Spiegel Online Wirtschaft website. The main headline is "Drohende Pleite: Spekulanten zocken um Immobilienkonzern IVG". Below the headline is a large image of a modern building. To the right of the article is a BlackBerry advertisement with the text "Jetzt upgraden" and "BlackBerry".

Zuordnung des Nutzungsvorgangs

Kategorien	Merkmale
Sprache	Deutsch
Format	Bild / Text
Erzeuger	Redaktion
Homepage	Keine Homepage
Auslieferung	Online
App	keine App
Paid	nicht zugeordnet
Inhalt	Thema: Wirtschaft / Finanzen / Job / Karriere

Anhand eines Beispiels spiegel.de (Wirtschaft)

Beispiele zur Kategorisierung des Contents nach KAT 2.0



Anhand eines Beispiels zylom.de (gratis Spiele)

Zuordnung des Nutzungsvorgangs

Kategorien	Merkmale
Sprache	Deutsch
Format	Andere dynamische Formate
Erzeuger	Redaktion
Homepage	Keine Homepage
Auslieferung	Online
App	keine App
Paid	nicht zugeordnet
Inhalt	Spiele: Casual Games

Beispiele zur Kategorisierung des Contents nach KAT 2.0

Anhand eines Beispiels gelbeseiten.de (Tierärzte)

Zuordnung des Nutzungsvorgangs

Kategorien	Merkmale
Sprache	Deutsch
Format	Bild / Text
Erzeuger	User
Homepage	Keine Homepage
Auslieferung	Online
App	keine App
Paid	nicht zugeordnet
Inhalt	Suchmaschinen/Verzeichnisse: Verzeichnisse / Auskunftsdienste

Codes

- Der Code kann durch den Anbieter frei definiert werden und dient zur Identifizierung seiner Seiten im SZMnG-System. Der Code ist die Basis für die spätere Themen- und Kategorienzuordnung im Kunden Center der INFOnline .

Inhalte, welche eine identische Zuordnungen haben, sollten mit dem gleichen Code versehen werden.

- Auf jeder Seite muss in den SZM-Tag 2.0 ein Code eingefügt werden.
- Über das Code-Management im INFOnline Kunden Center können die Codes vielfältig verwaltet werden und für die Auswertung und Weiterverarbeitung in verschiedenen Systemen unterschiedlich zusammengestellt werden.

Verwalten Ihrer Online-Angebote

IVW Online-Medien

Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e. V.

www.ivwonline.de

**Online-Medien-Interface
Login mit Angebots-
und Mitglieds-Login**
zur Verfügung gestellt durch IVW

- mobile Ausweisung
- stationäre Ausweisung
- Messung ConnectedTV*
- Fragen zu Richtlinien / Ausweisung

**NEU! mobile Ausweisung
ab August 2013**

**ab Ende 2013/Anfang 2014*

INFOnline GmbH

www.INFOnline.de

**Kunden Center
Login mit Angebots-
und Kunden-Login**
zur Verfügung gestellt durch INFOnline

- Code-Management KAT 2.0
- Localliste
- Stammdaten-Pflege
- Domain-Management
- IDAS (Statistik-Tool)

TIPP!

Im Kunden Center der INFOnline nehmen Sie fast alle Änderungen vor, die aufgrund der Turnusmäßigen Prüfungen der IVW notwendig sind.

AGOF Services GmbH

www.agof.de

**Kontaktaufnahme für
Vermarkter zur AGOF
Services GmbH**

- internet facts
- mobile facts

Zusammengefasst

- Online-Angebot aktiv anmelden im Kunden Center (Bestell Center) der INFOline ab Anfang September 2013
- Implementierung des SZM-Tags 2.0 nach Variante A oder B bis Februar 2014
- Zuordnung der Codes in beiden Kategoriensystemen während der gesamten Migrationsphase (KAT 1.2/KAT 2.0)
- SZM-Tag 2.0 auch im HTTPS-Bereich nutzbar

Offene Fragerunde

IVW

- *Definition „Pagelmpression“ nach IVW*
- *Erläuterung der Richtlinien zum KAT 2.0*
- *Zuordnung im Code-Management (Kunden Center) nach KAT 2.0*
- *Zuordnungsbeispiele aus verschiedenen Bereichen*
- **Offene Fragerunde (20“ Minuten)**
mit **Herrn Dr. Kuhlmann oder Herrn Bungartz** (IVW Geschäftsstelle)

Auf Wiedersehen!

Bei weiteren Fragen steht Ihnen der
Service & Support der INFOnline
telefonisch oder per E-Mail gerne zur Verfügung.

E-Mail: support@INFOnline.de

Telefon: 0228 / 41 0 29 77