

KONTAKTE PRO ZEITKLASSE

AGOF ERWEITERT MERKMALSKATALOG

Die Kontakte pro Zeitklasse ist eine zusätzliche Kennzahl, die zeigt, wie sich die Kontakte eines Angebots oder einer Belegungseinheit über fünf definierte Zeitklassen verteilen.

Technische Umsetzung, Implikationen und Limitationen der Messung

Jeder PI wird dabei vom Messsystem mit einem millisekundengenauen Zeitstempel versehen, der den Zeitpunkt seines Auftretens verzeichnet. Der zeitlich nächste Werbeträgerkontakt im AGOF Mess-Universum beendet per Definition die vorherige, die dazwischen auftretende Zeitspanne wird als „Zeit“ des einzelnen Kontakts erfasst.

Unterschätzung der Zeit:

wenn der Nutzer zwischen mehreren geöffneten Fenstern springt. Öffnet er beispielsweise ein Video und ruft zwischendurch in einem neuen Fenster eine Nachricht ab, beendet dieser Abruf die Zeitmessung des Videos, auch wenn dieses weiterläuft und wird auch beim Zurückkehren zum Videofenster nicht wieder gestartet.

Überschätzung der Zeit:

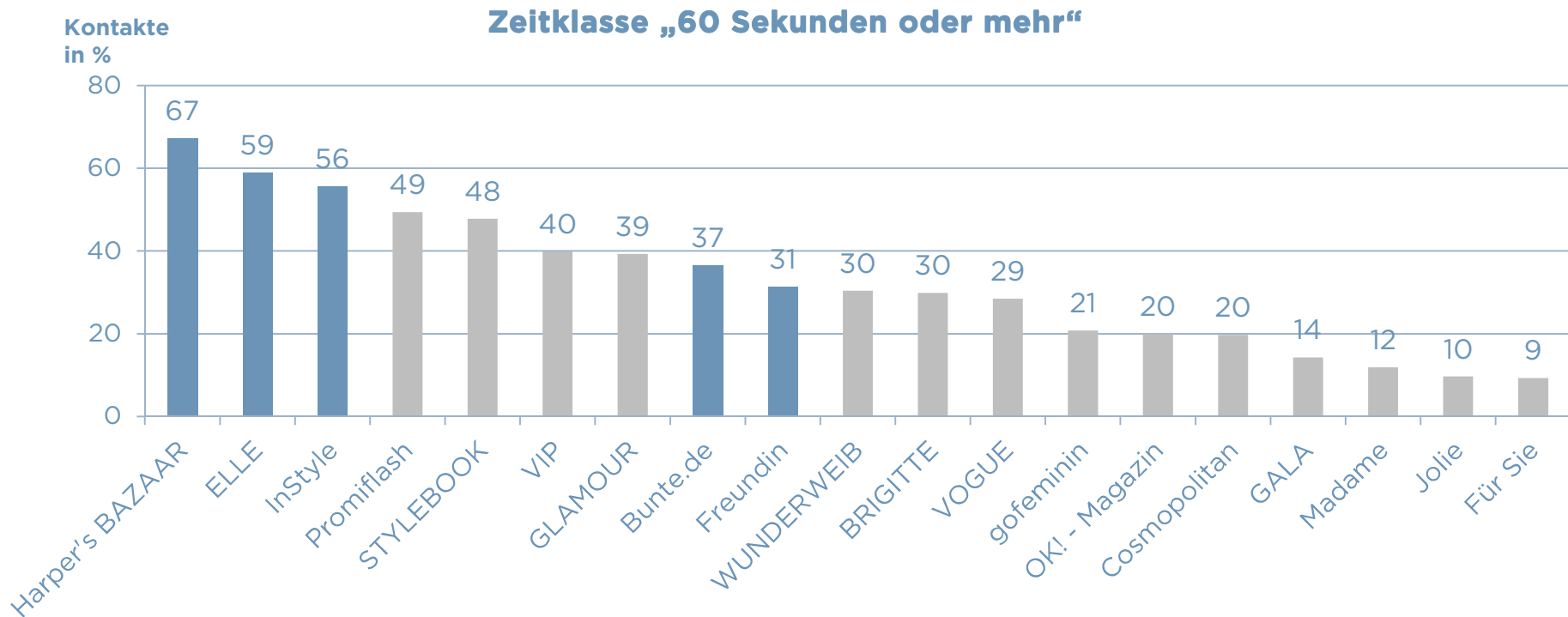
wenn ein Nutzer z.B. von einem AGOF Angebot zu Facebook wechselt. Die letzte PI vor dem Besuch bei Facebook wird erst durch die nächste PI im Messuniversum beendet.

Informationen über die auf dem Angebot ausgespielte Werbung, die Sehdauer der Werbemittel (Viewtime) oder deren Sichtbarkeit (Viewability) können mit diesem Merkmal nicht ermittelt werden, da die „Kontakte pro Zeitklasse“ nur Auskunft über die Werbeträger-Ebene geben!

VERWEILDAUER AUF FRAUEN WEBSITES

5 SITES DES BCN PORTFOLIOS IN DEN TOP 10

67% der mobilen Seitenaufrufe der Harpers Bazaar finden in der Zeitklasse „60 Sekunden oder mehr statt“. Auf der Elle erstrecken sich 59% der Kontakte über mindestens 60 Sekunden.



Quelle: digital facts 2016-11, E14+, Ø Monat (Sep, Okt, Nov 2016), wenn vorhanden Ausweisung des mobilen Angebotes