



Beilage 1

NET-Metrix-Audit: Messung

1. Wie funktioniert die Messung?

Die Anbieter kennzeichnen ihr Webangebot mit unserem Mess-Skript. Dieses Skript löst bei jedem Seitenabruf eine Anfrage (Request) nach einem Bildpunkt (in der Grösse eines Pixels) auf der im Mess-Skript bezeichneten Zählbox (Beispiel: meinekennung.wemfbox.ch) aus. Diese Abrufe des Bildpunktes werden zentral gezählt und sind (falls es sich dabei um nutzerinduzierte Abrufe handelt) mit Seitenabrufen (Page Impressions) gleichzusetzen. Die auf diese Art und Weise gewonnenen Daten werden laufend an einen Zentralrechner übertragen, ausgewertet und dem Kunden aktuell zur Verfügung gestellt.

Mit diesem Messverfahren ist gewährleistet, dass auch Webangebote, die über einen Proxy-Server ausgeliefert werden, vollständig gezählt werden können. Der Bildpunkt wird nicht auf Proxy-Servern zwischengespeichert, sondern bei jeder Anfrage über die Zählbox der NET-Metrix ausgeliefert.

Das Messsystem setzt Cookies. Die Cookies sind zur Ermittlung von Usersessions (Visits) und Unique Clients notwendig. Für eine valide Ermittlung von Visits und Unique Clients sind Cookies ideal, daher können die Cookies im Messsystem nicht grundsätzlich deaktiviert werden.

1.1 Die einzelnen Elemente der Messung

Webangebote der NET-Metrix-Kunden

Zur Teilnahme am Verfahren muss jede HTML-Seite eines Angebots mit dem Mess-Skript versehen werden. Der pixelaufrufende Tag, welcher von den Boxen erkannt und gezählt wird, hat die Struktur `http://<meinekennung>.wemfbox.ch/cgi-bin/ivw/<type>/<sk>;<var>?<options>`. Dieser Tag wird in die HTML-Seiten der einzelnen Angebote implementiert und bewirkt folgendes: Ruft ein Internetuser das Webangebot in seinem Internetbrowser auf, wird ein Pixelabruf auf der im Tag bezeichneten Zählbox (meinekennung.wemfbox.ch) ausgelöst. Dieser Pixelabruf bildet die Basis des Zählverfahrens.

Zählboxen

In den Boxen werden die Pixelabrufe, welche durch den Aufruf eines mit dem Mess-Skript versehenen Angebots ausgelöst werden, beantwortet und weiterverarbeitet. Die Aufrufe werden gezählt und die Anzahl der Page Impressions und Visits wird gespeichert.

Kollektor

Der Kollektor hat die Aufgabe, alle an das System angeschlossenen Boxen in definierten Zeitintervallen zu kontaktieren und die gesammelten Daten

abzurufen (z.Z. werden die Daten der Boxen alle zehn Minuten vom Kollektor abgerufen). Wenn die Datenübertragung von der Box zum Kollektor abgeschlossen ist, werden die nicht mehr benötigten Daten auf der Box verworfen. Der Kollektor kumuliert die Daten zu definierten Zeitintervallen (zur Zeit Stunden und Tage) und stellt sie den nachfolgenden Systemkomponenten zur Verfügung.

Backup-Kollektor

Über den Backup-Kollektor werden die gesammelten Daten vom Kollektor in definierten Zeitintervallen abgerufen. Dies dient zur Entlastung des Kollektors und zur Sicherung der auf dem Kollektor vorhandenen Daten. Sollte es zu einem Totalausfall des Kollektors kommen, kann der Backup-Kollektor die Aufgabe des Kollektors übernehmen.

Datenzugriff

NET-Metrix-Kunden können über ein Interface direkt auf ihre Daten zugreifen. Dies gilt für Kundendaten und Angebotsdaten. Änderungen können so schnell und unkompliziert durchgeführt werden.

Monitoring

Die Zählboxen und die Kollektoren werden permanent überwacht (7/24-Support). Fallen Systemkomponenten aus, wird ein entsprechendes Support-Prozedere ausgelöst.

2. Was genau wird gemessen?

Page Impression (Seitenabruf)

Als Page Impression gilt in unserem Messsystem ein nutzerinduzierter Abruf des Pixels auf der Messbox der NET-Metrix. Diese Definition eines Seitenabrufs entspricht derjenigen des Web-Measurement-Standards des IFABC („The International Federation of Audit Bureaus of Circulations“).

Als **nutzerinduziert** ist jede Aktion eines Nutzers zu verstehen, die darauf ausgerichtet ist, eine Seite anzufordern, um eine **wesentliche Veränderung des Seiteninhaltes** zu bewirken.

Nicht nutzerinduzierte Zugriffe werden in unserem Messsystem nicht als Page Impressions gezählt.

Jeder Seitenabruf darf nur einmal und nur für einen Anbieter gezählt werden.

Nachfolgend sind Beispiele für nutzerinduzierte Aktionen und wesentliche Veränderungen aufgeführt, die gezählt bzw. nicht gezählt werden. Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Nicht aufgeführte Sachverhalte sind nicht per se reglementkonform. Mit **Nutzerinteraktion** sind nachfolgend alle Aktivitäten gemeint, die eine nutzerinduzierte Aktion auslösen können, also z.B. das Klicken mit der Maus, Tastatureingaben, Finger- und Sprachkommandos, Gesten usw.

Nutzerinduzierte Aktion	Keine nutzerinduzierte Aktion
<ul style="list-style-type: none"> • Aufruf einer neuen Seite oder neuer Seitenteile, ausgelöst durch eine Nutzerinteraktion • Aufruf der gleichen Seite oder gleichen Seitenteile (Reloads), ausgelöst durch eine Nutzerinteraktion • Öffnen eines Browsers 	<ul style="list-style-type: none"> • Alle Java-Applets/Plugins und Server-Push-Anwendungen, die automatische Pixelaufrufe generieren • Aufruf einer neuen Seite oder neuer Seitenteile durch eine automatische Weiterleitung • Aufruf der gleichen Seite oder gleicher Seitenteile durch einen automatischen Reload/Refresh (z. B. Newsticker) • Das Aufrufen einer Seite beim Schliessen eines Fensters • Das Aufrufen von Seiten durch Robots, Spider und Ähnliches
Wesentliche Veränderung	Keine wesentliche Veränderung
<ul style="list-style-type: none"> • Durch eine nutzerinduzierte Aktion ausgelöste Änderung von Textpassagen • Durch eine nutzerinduzierte Aktion ausgelöste Änderung von visuellen, multimedialen Inhalten (z. B. durch den Nutzer ausgelöstes Laden eines neuen Bildes innerhalb einer Bildergalerie) • Das Verschieben oder Zoomen von Bildschirmhalten durch eine Nutzerinteraktion, falls dabei gleichzeitig das eingeblendete Werbemittel verändert wird • Das Stellen einer neuen Frage bei der Teilnahme an Quizspielen/Umfragen oder Ähnlichem 	<ul style="list-style-type: none"> • Eingabe einzelner Zeichen, wobei die Contentänderung darin besteht, die eingegebenen Zeichen darzustellen (z.B. in Chat-Rooms) • Änderungen der Seite beim Überfahren mit der Maus (Mouseover) • Das Verschieben oder Zoomen von Bildschirmhalten mittels Nutzerinteraktion, ohne dass gleichzeitig das eingeblendete Werbemittel verändert wird • Das Auswählen von Bildschirmhalten mittels Nutzerinteraktion (z. B. Selectbox) • Das Scrollen mittels Nutzerinteraktion innerhalb einer Seite • Die Änderung der Farbe (Text, Bild, Hintergrund usw.) einer Seite • Die Änderung des Layouts einer Seite, ohne den Content zu ändern • Nutzerinteraktionen innerhalb eines Online-Games

Visit

Alle registrierten Page Impressions eines Nutzers auf einem Webangebot, zwischen denen kein Unterbruch von mindestens 30 Minuten liegt, werden zu einem Visit zusammengefasst.

Keht ein Nutzer nach mehr als 30 Minuten auf ein Webangebot zurück, wird im System ein neuer Visit gezählt.

3. Welche Webangebote werden wie gemessen?

3.1 Was gilt als ein eigenständiges Webangebot?

Use Time

Die Use Time gibt die mittlere Dauer eines Visits an. Um die Use Time zu ermitteln, wird die mittlere Zeitspanne zwischen zwei Page Impressions eines Visits mit der mittleren Zahl der Page Impressions aller Visits eines Webangebots multipliziert.

Unique Clients

Die Zahl der Unique Clients entspricht der Anzahl unterschiedlicher Geräte (Clients), von denen auf ein Webangebot zugegriffen wird. Die Unique Clients werden über permanente Cookies sowie weitere Identifikationsmerkmale ermittelt. Da nicht alle Internetnutzer permanente Cookies akzeptieren, kann dieser Wert nicht exakt gemessen werden. Die Zahl der publizierten Unique Clients wird auf Tausend gerundet.

Ein FQDN (Fully Qualified Domain Name) kann als eigenständiges Angebot zur Teilnahme an der Webstatistik NET-Matrix-Audit der NET-Matrix AG angemeldet werden.

Ein FQDN nach Standards von NET-Matrix-Audit ist wie folgt aufgebaut:

```
<http>:// <www> . <second-Level-Domain> . <first-Level-Domain>
<http>://          <second-Level-Domain> . <first-Level-Domain>
<https>:// <www> . <second-Level-Domain> . <first-Level-Domain>
<https>://          <second-Level-Domain> . <first-Level-Domain>
```

Als Unterangebot kann ein eigenständiges FQDN angemeldet und als Sektion des Hauptangebots mitgemessen werden. Als eigenständig gilt ein FQDN dann, wenn die Bezeichnung des Haupt-FQDN nicht deutlich erkennbar (vollständig oder teilweise) im Domainnamen enthalten ist.

(Bsp.: musternews.ch, musterimmo.ch oder musterjobs.ch gelten als nicht eigenständige FQDNs des Hauptangebots muster.ch)

(Bsp.: das Unterangebot www.veranstaltungskalender.ch des Angebots www.zeitung.ch gilt als eigenständige FQDN)

Bedingung für die Mitmessung eines Unterangebots mit eigenständigem FQDN ist jedoch, dass der Inhalt dieses Unterangebots entweder exklusiv für den Anbieter des übergeordneten FQDN bzw. von ihm produziert wird oder dass dieses Unterangebot als Kooperationsangebot (siehe Punkt 2) vom Anbieter des übergeordneten FQDN vermarktet wird. Werden über ein Unterangebot oder ein Kooperationsangebot während mindestens eines Monats mehr als 50 % der Page Impressions des übergeordneten Angebots erzielt, wird das Unterangebot als separates Angebot betrachtet und kann nicht mehr als Teil des angemeldeten Hauptangebots gemessen und ausgewiesen werden. Damit die Einhaltung dieser Limite überprüft werden kann, verpflichtet sich der Website-Betreiber, für die Messung des Unterangebots eine separate Sektion mit der Bezeichnung des Unterangebots einzurichten und das Kooperationsangebot in NET-Matrix-Audit-Publikation als separate

3.2 Messung von Kooperationsangeboten

Sektion auszuweisen. Die Publikation der Page Impressions von Unterangeboten in eigenem Besitz ist freiwillig.

Transparente Kooperationsangebote

Als transparente Kooperationsangebote gelten in NET-Matrix-Audit mehrseitige Angebote, die von Drittanbietern produziert und über das Hauptangebot vermarktet werden. Diese Kooperationsangebote können als Unterangebot eines Hauptangebots (über ein eigenes FQDN) erreicht werden oder in das Hauptangebot eingebunden sein (z. B. über Frames oder Includes). Die Nutzung von Kooperationsangeboten darf als Teil des Hauptangebots gemessen werden, sofern diese Angebote über das Hauptangebot vermarktet werden und unter der Bedingung, dass die für das Kooperationsangebot gemessenen Page Impressions in der NET-Matrix-Audit-Publikation als separate Sektion ausgewiesen werden.

Bei der Messung der Nutzung von Kooperationsangeboten ist sicherzustellen, dass es zu keiner Mehrfachzählung von einzelnen Websites kommt.

Nicht transparente Kooperationen

Hier handelt es sich um Kooperationen mit Content-Lieferanten, bei denen Content, wie z. B. Nachrichten, Meldungen oder andere Inhalte, von Drittanbietern bezogen und in das Layout der eigenen Website integriert wird. Durch die Integration der Inhalte in das Layout der eigenen Website ist die Kooperation für die Nutzer der Website nicht unmittelbar ersichtlich. Diese Kooperationen dürfen in NET-Matrix-Audit für das Hauptangebot gemessen werden und müssen in der Publikation nicht separat ausgewiesen werden.

3.3 Messung von Apps und Mobile-Sites

Die Messung mobiler Zugriffe über sogenannte Apps (Applikationen für Smartphones, Tablets usw.) und Mobile-Sites ist nach geltendem Reglement erlaubt, sofern es sich um nutzerinduzierte Aktionen handelt, die eine wesentliche Veränderung des Seiteninhalts bewirken. Für Apps und Mobile-Sites ist im Mess-Skript jeweils eine klar interpretierbare Sektion einzurichten, die dem Kunden und NET-Matrix erlaubt, den Traffic im Rahmen interner Kontrollen zu analysieren. Es wird empfohlen, vor dem Release den User Agent der App durch NET-Matrix prüfen zu lassen, damit dieser mit der White List der zugelassenen User Agents abgeglichen werden kann.

3.4 Alias-Namen (= 'Ersatznamen') nach NET-Matrix-Definition

Ein Alias-Name ersetzt ein FQDN (Fully Qualified Domain Name) durch ein anderes FQDN und führt in allen Eigenschaften zur identischen Site des ursprünglichen FQDN (d. h. gleicher Content, gleiches Layout, gleiche Navigationsmöglichkeiten).

Beispiele für Alias-Namen sind andere Schreibweisen der DNS-Adresse. Alias-Namen, die bei der Auswertung mitberücksichtigt werden sollen, sind in der Locallist des Angebots aufzuführen.

(Bsp.: www.tagi.ch als Alias-Name für das Angebot www.tagesanzeiger.ch oder www.nzzamsonntag.ch als Alias-Name für das Angebot www.nzz.ch)

3.5 Redirects nach NET-Matrix-Definition

Redirects sind eigenständige FQDN, die auf ein Unterverzeichnis eines Angebots führen. Zum Unterverzeichnis eines Angebots können nur Websites gezählt werden, die entweder vom gleichen Website-Anbieter produziert bzw. exklusiv angeboten werden oder die als Kooperationsangebote vom

3.6 Netzwerk-Angebote

Website-Anbieter vermarktet werden.

Ein Redirect, der auf einen Angebotsteil verweist, der während drei aufeinanderfolgenden Monaten mehr als 50 % der Page Impressions des übergeordneten Angebots erzielt, wird als eigenständiges Angebot betrachtet und kann nicht mehr als Teil des angemeldeten Angebots ausgewiesen werden.

(Bsp.: www.veranstaltungen.ch wird umgeleitet zu www.angebot.ch/veranstaltungen)

Netzwerke setzen sich aus zwei oder mehr Webangeboten zusammen. In der monatlichen Publikation werden Netzwerke gegen eine Publikationsgebühr (vgl. Gebühren NET-Matrix-Audit) mit der Summe der Page Impressions, der Visits und der Unique Clients aller zugeordneten Webangebote ausgewiesen (zusätzlich werden die Daten für alle zugeordneten Webangebote auch einzeln publiziert).

Website-Anbieter können durch einfache Meldung wählen, ob ihre Webangebote auch als Angebot eines Netzwerkes oder nur als einzelnes Angebot gezählt werden sollen.

4. Die Wichtigkeit der lokalen Domain-Namen

4.1 Beispiel

In der Kundendatenbank werden die URLs in der so genannten Locallist angezeigt bzw. eingetragen, unter denen das Angebot bzw. Teile des Angebots erreichbar sind. Diese Liste ist von grosser Bedeutung für die Zählung des Angebots. Bei der Zählung eines Angebots wird überprüft, auf welcher Seite das Mess-Skript eingebaut ist. Die Zählung erfolgt nur, wenn das Mess-Skript auf einer Seite eingebaut ist, deren URL mit einem Eintrag in der Liste der lokalen Domainnamen des Angebots korrespondiert. Halten Sie die Locallist Ihres Angebots daher stets auf dem neusten Stand. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Nutzer aller Bereiche Ihres Angebots gezählt werden.

Das Angebot «Musterangebot» hat auf der Seite <http://www.musterangebot.ch/index.html> ein Mess-Skript. Ruft ein User diese Seite auf, wird ein Zählimpuls an das Messsystem gesendet. Dabei wird der Aufruf der Seite, auf der ein Mess-Skript eingebaut ist, an das System übertragen. Das System prüft nun, ob die URL der Seite mit einer URL in der Locallist übereinstimmt. Die Locallist des Angebots „Musterangebot“ sieht wie folgt aus:

```
*muster.ch*
*musterangebot.ch
*sportmuster.ch
```

Die URL „<http://www.musterangebot.ch/index.html>“ passt auf den Eintrag [*musterangebot.ch](http://www.musterangebot.ch). Der Zählimpuls wird als gültig angesehen und gezählt.

Folgende Punkte sind bei der Eingabe der URL's zu beachten:

Als erstes sollten immer die URLs stehen, unter denen das Angebot am häufigsten aufgerufen wird. Im o.g. Beispiel wäre das die URL „<http://www.muster.ch>“. Die URL, die am wenigsten genutzt wird, ist im Beispiel die URL „<http://www.sportmuster.ch>“.

Sie können bestimmte URLs unter Verwendung der Wildcard * (Stern) zusammenfassen.

Beispiel:

*www.muster.de
 *www.muster.at
 *www.muster.ch
 *www.muster.net

lassen sich zusammenfassen zu *www.muster.*

*muster.ch
 *test.muster.ch
 *kaffee.muster.ch
 *tee.muster.ch

lassen sich zusammenfassen zu *.muster.ch

*muster.ch
 *test.muster.tv
 *kaffee.muster.com
 *tee.muster.at

lassen sich zusammenfassen zu *muster.*

4.2 Hinweis

Die NET-Matrix AG behält sich gemäss den Teilnahmebedingungen NET-Matrix-Audit das Recht vor, die Liste der lokalen Domainnamen zu ändern, um Fehlzurechnungen der gemessenen Page Impressions zu verhindern.

5. Die Zertifizierung der Daten

In der Webstatistik NET-Matrix-Audit wird die Messung der Online-Nutzung mittels einer technischen Messung durchgeführt. Das zu Grunde liegende System wird zurzeit ebenfalls in Deutschland und Österreich verwendet. Die in NET-Matrix-Audit gemessenen Daten sind mit den Daten dieser Länder vergleichbar.

Die NET-Matrix AG kontrolliert die Messung und zertifiziert die monatlich publizierten Daten. Die Zertifizierung der Daten besteht einerseits in der Eingangsprüfung, der jedes neue Angebot unterzogen wird, sowie in unregelmässigen Prüfungen der laufenden Messung. Mit der Zertifizierung der gemessenen Daten möchte die NET-Matrix AG sicherstellen, dass die Daten für alle Webangebote nach einheitlichen Kriterien gemessen werden und untereinander vergleichbar sind.

6. Eingangsprüfung

Jedes neue Angebot wird einer Eingangsprüfung unterzogen, die eine Content-Prüfung (Prüfung, ob die Webangebote korrekt mit dem Mess-Skript gekennzeichnet worden sind) sowie einen Funktionstest der Messung beinhaltet. Jeder Anbieter erhält einen detaillierten Prüfbericht zu seinem Webangebot. Die definitive Aufnahme in die NET-Matrix-Audit-Messung erfolgt nach bestandener Eingangsprüfung.

7. Unregelmässige Prüfungen

In unregelmässigen Abständen führt die NET-Matrix AG stichprobenartige Kontrollen durch, um Fehlern und Missbräuchen vorzubeugen.