

# Hinweis zu den Daten b4t Markentracking Q1 2018 und ff.

## Gattung Online und Digital:

Die Kontaktzuweisung erfolgt ab sofort nicht mehr **indirekt** über die Nutzung des Werbeträgers und den Abgleich mit den Crawler-Daten von Nielsen, sondern **direkt** über die auf Einzelfallebene gemessenen tatsächlich erfolgten Kontakte mit Online-Werbemitteln, mit der Methode von Gemius Ad Real. Durch diese Methodenänderung erfolgt eine exaktere Abbildung der Kontakte mit Online-Kampagnen. **Ein Vergleich der Werte für die Gattung Digital und Online mit den Vorquartalen ist daher nicht mehr möglich.**

## Gattung TV:

Die TV-Kontakte werden ab sofort an das Upgrade der ma Intermedia P LuS angepasst. Statt der bisherigen Berechnung auf der Basis des Messzeitraums eines halben Jahres, werden die TV-Kontakte an den Messzeitraum von 12 Einzelmonaten angepasst, wodurch die TV Nutzung im Jahresverlauf exakter abgebildet wird.

# Hinweis zu den Daten b4t Markentracking Q1 2018 und ff.

## Marke „Google“

Für die Marke „Google“ werden nur die KPIs Bekanntheit, Werbeerinnerung, Empfehlung und Sympathie ausgewiesen.

## Marke „Amazon“ und „eBay“

Die Online-Kontakte der Marken „Amazon“ und „eBay“ sind ab Q1 2018 sowohl **mit** als auch **ohne Kontakte mit Eigenwerbung** (Werbung für die Marke auf der eigenen Website) auswertbar.