

Agreement über die Publikation von Daten aus Radiocontrol

Präambel

Diese Vereinbarung regelt die Auswertungsgrundlagen und den einheitlichen Umgang mit Forschungsdaten aus Radiocontrol in der Öffentlichkeit (Publikation).

Unter Öffentlichkeit werden grundsätzlich Publikationen von RC-Daten in sämtlichen Presseerzeugnissen (Zeitungen, Zeitschriften, Fachpresse, Newsletters) wie auch elektronischen Medien (Fernsehen, Radio, Internet) verstanden. In geschlossenen Nutzerbereichen im Internet (passwortgeschützt, nicht-öffentlich) kann von den nachfolgenden Regelungen (soweit wissenschaftlich verantwortbar) abgewichen werden. Die Publica Data AG hat das Recht, die Inhalte dieser Nutzerbereiche zu kontrollieren.

Alle Kunden der Publica Data, welche das Radiocontrol-System nutzen und Daten an Datenbenutzer weitergeben, unterschreiben diese Vereinbarung. Datenbezügler sind Vermarkter, Vermittler und Radio-Sender, Agenturen oder andere Stellen, welche ein Auswertungstool für Radiocontrol-Daten verwenden (z. B. NewMedia Reporter Radiocontrol, RadioControl Manager RCM oder andere von der Publica Data AG autorisierte Auswertungssysteme).

1. Die Urheber- und Publikationsrechte der Forschungsdaten aus Radiocontrol liegen ausschliesslich bei der Publica Data AG.

Alle Datenbezügler sind grundsätzlich dazu berechtigt, bezogene Radiocontrol-Daten zu publizieren, sofern sie die nachfolgenden Bedingungen einhalten.

2. Die zu publizierenden Radiocontrol-Daten müssen aus einem von der Publica Data AG autorisierten Auswertungssystem stammen und nach

den mathematischen Regeln des geltenden Referenzsystems (NewMedia Reporter Radiocontrol) berechnet worden sein. Die Autorisierung von Auswertungssystemen geschieht durch eine Audit-Kommission der Publica Data AG, welche durch den Verwaltungsrat bestimmt wird. Autorisierte Systeme erhalten ein Gütesiegel der PDAG.

Die Publica Data AG kann sich vorbehalten, bei Auswertungssystemen, die nicht diesem Standard entsprechen, Teilbereiche für die Publikation zu sperren.

3. Die Mindestfallzahl für Marktdaten, die publiziert werden, darf 400 reportende Personen nicht unterschreiten.
4. Als Referenz- bzw. Vergleichsgrösse dient in jeder Publikation die Grundgesamtheit Personen ab 15 Jahren im untersuchten geographischen Raum (Sprachregion, Empfangs- oder Teilgebiet). Diese Vergleichsgrösse muss zusätzlich zu den zu kommunizierenden Marktdaten aufgeführt werden (Beispiel: Marktanteil Zielgruppe / Marktanteil Gesamtpublikum).
5. Folgende Bezugsgrössen sind in allen Publikationen deutlich zu definieren:
 - Zielgruppe (Alter, Geschlecht, sonstige Personen- oder Haushaltskriterien und deren Kombinationen)
 - Quelle („Radiocontrol/ Publica Data AG“)
 - Gebiet (auf welches sich die publizierten Daten beziehen)
 - Periode (auf welche sich die publizierten Daten beziehen)
 - Masse (gemäss Anhang)
6. In Publikationen von Reichweiten (in % oder absolut) sind die Bezüger verpflichtet, das Vertrauensintervall aufzuführen. Das Vertrauensintervall muss sich auf die kommunizierte Reichweite beziehen (gegebenenfalls auf die Zielgruppe) und analog dazu in „+/- %“ oder „+/- absolut“ ausgedrückt werden. Der Bestimmung des Vertrauensintervalls dient die Tabelle im Anhang, solange die Auswertungstools keine Vertrauensintervall-Berechnung anbieten.
7. Die Bezüger verpflichten sich bei Publikationen, nur die offiziellen Bezeichnungen (gemäss Anhang) zu verwenden.
8. Die Publica Data AG publiziert die marktrelevanten Leistungsdaten mindestens halbjährlich in geeigneter Form (Communiqué, Internet, elektronischer Berichtsband.). Als marktrelevante Daten gelten z. Zt. die Tages-Reichweiten (24h) der Schweizerischen Radios sowie der grösseren Auslandsender (z. B. Radio Regenbogen, Radio 7, NRJ, Nostalgie, etc.) und Werbekombinationen (Pools) in Tsd., bezogen auf die Grundgesamtheit 15+.

Es werden Daten zu allen vier Sprachregionen publiziert.

Die Publica Data AG kann jederzeit darüber hinaus weitere Daten publizieren.

9. Hält sich eine unterzeichnende Partei bzw. ein Vertragskunde nicht an dieses Agreement und an die Publikationsbedingungen, sind folgende Massnahmen vorgesehen:
 - a) Anmahnung der GL PDAG zur sofortigen Richtigstellung bzw. zugleich Abstoppen der falschen Publikation. Reicht das für die Betroffenen nicht aus, muss die Publica Data AG eine Richtigstellung publizieren. Die Kosten hierfür werden dem Verursacher verrechnet.
 - b) Nach Anhörung der Subgroup der User Commission Erteilung einer Konventionalstrafe in der Höhe bis zu einer Liga-Grundgebühr des entsprechenden Radios (oder bis max. CHF 66'000.--), wobei der Delegierte des VR bei Uneinigkeit entscheidet. Die fällige Konventionalstrafe wird in einen Fonds einbezahlt, der im Interesse aller Beteiligten an der Radioforschung genutzt wird (insbesondere für Forschungsprojekte).
 - c) Nach Anhörung der Subgroup der User Commission Teil- (Moratorium) oder Gesamtauflösung des Vertragsverhältnisses, wobei der VR der PDAG letztinstanzlich entscheidet.
 - d) Mit diesen Sanktionen sind Ansprüche Dritter aus der Regelverletzung nicht wegbedungen.
 - e) Ist ein Dritter der Fehlbare, der aber die Daten durch einen vertraglichen Datennutzer bezieht, ist letzterer im Sinne dieser Vereinbarung verantwortlich.
 - f) Eine Berufung an ein Schiedsgericht ist möglich. Der VR der PDAG bestimmt ein Mitglied und den Präsidenten und der Berufende 1 Mitglied. Die Kosten des Verfahrens werden wettgeschlagen.
 - g) Recht und Gerichtsbarkeit: Kanton Bern.

Einverständniserklärung

Ich erkläre mich/Wir erklären uns einverstanden mit den in diesem Agreement aufgestellten Publikationsregeln der Radiocontrol-Daten und bekräftige das Einverständnis und die Einhaltung dieser Regeln durch nachfolgende Unterschrift:

Unterschrift:

Name:

Firma:

Ort:

Datum:

Anhang Radiomasse

Hilfsdefinitionen

- **Kontakt:** Der Kontakt entspricht der kleinsten möglichen Messeinheit im Radiocontrol-System: 1 Person hört während 1 Minute 1 bestimmte Radiostation.
- **Stichprobenmitglieder:** Personen, welche im ausgewählten geografischen Gebiet (Empfangsgebiet, Sprachregion usw.) an der Messung teilnehmen.
- **Definierte Zeiteinheit:** Rastereinheiten wie 1, 5, 15 oder 60 Minuten etc., frei bestimmbare Zeiteinheiten oder Sendungen und Sendungsteile.

Reichweite (NR-% bzw. NR-T)

Summe aller Stichprobenmitglieder, die innerhalb einer definierten Zeiteinheit mindestens einen Kontakt aufweisen, ausgedrückt in % der Stichprobe (NR-%) oder hochgerechnet auf Personen in Tausend (NR-T).

„45% Tages-Reichweite für RadioXY“ bedeutet also: 45% aller Personen in der Stichprobe haben während des Tages mindestens 1 Minute RadioXY gehört.

Rating (R-% bzw. R-T)

Anzahl Kontakte aller Stichprobenmitglieder innerhalb einer definierten Zeiteinheit, verglichen mit den theoretisch maximal möglichen Kontakten, ausgedrückt in % der maximal möglichen Kontakte (R-%) oder hochgerechnet auf Personen in Tausend (R-T).

*„22% Rating in der Viertelstunde Z für RadioXY“ bedeutet also: 22% aller theoretisch möglichen Kontakte (15 Minuten * alle Stichprobenmitglieder) entfallen auf RadioXY. Das Rating gibt nicht an, von wie vielen Personen diese 22% Kontakte gesammelt worden sind.*

Nutzungsminuten (NT bzw. NH)

Durchschnittliche Nutzungsdauer der Stichprobenmitglieder eines Senders oder des Mediums Radio Total an einem Tag bzw. an einem Durchschnittstag. Ausgedrückt in Minuten, entweder als Nutzung pro Hörer (NH, Durchschnitt auf der Basis der effektiven Hörer) oder als Gesamtnutzung (NT, Durchschnitt auf der Basis aller Stichprobenmitglieder).

„12 Minuten Gesamtnutzung für RadioXY“ bedeutet also: Gerechnet über alle Stichprobenmitglieder wird RadioXY täglich während 12 Minuten gehört.

„16 Minuten Nutzung pro Hörer für RadioXY“ bedeutet also: Wer RadioXY gehört hat, hat dieses Radio durchschnittlich während 16 Minuten gehört.

Marktanteil (MA)

Summe der für einen bestimmten Sender während einer definierten Zeiteinheit registrierten Kontakte verglichen mit der Summe der während derselben Zeiteinheit insgesamt registrierten Kontakte für das Medium Radio, ausgedrückt in %.

„7% Marktanteil für RadioXY“ bedeutet also: Auf RadioXY entfallen 7% aller registrierten Radio-Kontakte.

Weitere Masse

Sofern keine expliziten Publikationseinschränkung erlassen werden, können auch weitere in Radiocontrol erhältlichen Masse von den Kunden publiziert werden. Die Regeln des Publikationsagreements gelten auch für diese weiteren Masse.

Die Nutzer des Radiocontrol-Systems sind aber verpflichtet, allfällige Unklarheiten in Bedeutung und Interpretation der Masse zunächst bei Publica Data AG bzw. Mediapulse AG abzuklären, bevor sie eine entsprechende Publikation tätigen.

Vertrauensintervall

Das Vertrauensintervall bezeichnet den Werte-Bereich, innerhalb dessen das tatsächliche Resultat mit einer 95%-Wahrscheinlichkeit liegt.

Der Vertrauensintervall wird folgendermaßen formuliert: +/- x % (wobei x dem gefundenen Wert aus der Tabelle entspricht). Der Vertrauensintervall kann auch in absoluten Zahlen umgerechnet werden. Keinesfalls sollten absolute Reichweitenwerte mit einem prozentualen Vertrauensintervall aufgeführt werden, da dies zu Missverständnissen führen könnte.

Bsp: Bei einer ausgewiesenen Reichweite von 20.0% und einer Fallzahl von 500 Personen, beträgt der Vertrauensbereich in Radiocontrol +/- 3,4%. Dieses Vertrauensintervall basiert auf der Annäherungsformel von Hayes.

p	n											
	100	200	400	500	700	800	1000	2000	3000	6000	12000	23000
1									0.4	0.3	0.2	0.1
2								0.6	0.5	0.4	0.3	0.2
3						1.2	1.1	0.8	0.6	0.4	0.3	0.2
4					1.5	1.4	1.2	0.9	0.7	0.5	0.4	0.3
5				1.9	1.6	1.5	1.4	1.0	0.8	0.6	0.4	0.3
10		4.0	2.9	2.6	2.2	2.1	1.9	1.3	1.1	0.8	0.5	0.4
15		4.7	3.4	3.1	2.6	2.4	2.2	1.6	1.3	0.9	0.6	0.5
20	6.9	5.2	3.8	3.4	2.9	2.7	2.4	1.7	1.4	1.0	0.7	0.5
25	7.4	5.5	4.0	3.6	3.1	2.9	2.6	1.9	1.5	1.1	0.8	0.6
30	7.7	5.8	4.2	3.8	3.3	3.1	2.8	2.0	1.6	1.2	0.8	0.6
35	7.8	5.9	4.4	4.0	3.4	3.2	2.9	2.1	1.7	1.2	0.9	0.6
40	7.9	6.0	4.5	4.0	3.5	3.3	2.9	2.1	1.7	1.2	0.9	0.6
45	7.9	6.0	4.5	4.1	3.5	3.3	3.0	2.1	1.8	1.3	0.9	0.6
50	7.7	6.0	4.5	4.0	3.5	3.3	3.0	2.1	1.8	1.3	0.9	0.7

= Vertrauensintervall <= +/- 20% des Ergebnisses

p= Ausgewiesener Prozentwert
 n= Fallzahlen (reportende Personen)