

DCR Metadaten für die Streaming-Messung von Content und Werbung

Version 1.7 (DCR/SDK)

Stand 13.05.2020

Tag Variablen Name	Name in den Daten	Beschreibung	Format	Feldlänge [max. Zeichenanzahl]	Werte / Gültige Einträge (max. Länge 255 Zeichen)	Anmerkung für praktische Umsetzung	Relevant für Datenproduktion
OBLIGATORISCH:							
type	-	Klassifizierung des Inhalts	Alphanumerisch	8	Video on Demand/24/7-Livestream/Event-Livestream/Trailer: <content > Werbung: <preroll> / <midroll> / <postroll>	Unterscheidungskriterium für Werbung und Content. Zu Content zählen Video on Demand, 24/7- und Event-Livestream sowie Trailer. Videoanalytics zugelassene Werte: content, preroll, midroll, postroll.	x
assetid	content_id / ad_id	eindeutige Asset-ID	Alphanumerisch Erlaubt sind nur: - 0-9 - a-z - A-Z - Unterstrich - Minus Alles andere ist nicht erlaubt, wie z.B. Sonderzeichen, nicht druckbare Steuerzeichen, Umlaute	64	Werbung: <assetid = AD-ID (c11)> (Beispiel: 2352723141) Trailer: <assetid = Video-ID (c7)> (Beispiel: 170114_strauss_inf) Video on Demand (einteilig): <assetid = Video-ID (c7)> (Beispiel: TV20170511-2234s0300) Video On Demand (mehnteilig): <assetid = Video-ID_Sendungsteilenummer = c7_c0> (Beispiel: TV20170511-2234s0300_2) Eventlivestream: <assetid = Video-ID (c7)> (Beispiel: 100-72309) 24/7-Livestream: <assetid = Video-ID (c7)> (Beispiel: sat1gold-de-24x7)	Identifiziert pro Videofile aus dem CMS-System, der in Kombination mit cid und vcid unbedingt eindeutig sein muss! Für Trailer, einteilige Videos on Demand und Livestreams muss als Asset-ID die Custom-Variable Video-ID (c7) verwendet werden. Bei Bewegtbild-Inhalten, die aus mehreren Videofiles bestehen, ist immer die Kombination aus Video-ID (c7) und Sendungsteilenummer (c0) getrennt mittels Unterstrich anzugeben. Im Falle von Werbung entspricht die Asset-ID der anbieterspezifisch eindeutigen ID eines Werbe-Videofiles aus der Custom-Variable c11 (AD-ID). Die Asset-ID wird für die Aggregation der Zensusdaten verwendet und hat damit weitreichende Konsequenzen für die Datenproduktion und die Berechnung von Leistungswerten. Nielsen übergibt {cid}_{vcid}_{assetid} als "contentID" in die Zensusdaten. LINK ZU VOLLSTÄNDIGER BESCHREIBUNG "AssetID"	x
program	category_1	Programmmarke	Text / UTF-8 (ohne nicht-druckbare Steuerzeichen) Backslash ("\") ist nicht erlaubt	254	Beispiele: Werbung: <leer> Video on Demand/ Eventlivestream/Trailer jeweils mit Programmmarkenbezug: Terra X Video on Demand/ Eventlivestream/Trailer jeweils ohne Programmmarkenbezug: UNKNOWN 24/7-Livestream: 24/7-Livestream	Die Metadaten-Variable "program" dient dem Ausweis der Programmmarke von Videos on Demand, Eventlivestreams und Trailern. Im Falle von 24/7-Livestream, der keinen Bezug zu einer einzelnen Programmmarke oder Sendung aufweist, wird als Programmmarke "24/7-Livestream" vermerkt. Kann ein Content-Video oder Trailer keiner Programmmarke, weder im TV noch Online, zugeordnet werden, dann wird der Wert "UNKNOWN" in die Variable "program" übergeben. Im Falle von Web-exklusiven Inhalten wird hier die übergeordnete Rubrik oder das Seitennavigationselement (z.B. Stars) angegeben. Für Werbung existiert kein entsprechendes Metadatenobjekt; in den Implementation Guides für Ad ist die Metadatenvariable "program" nicht aufgeführt.	
title	tag_media_title	Sendungstitel	Text / UTF-8 (ohne nicht-druckbare Steuerzeichen) Backslash ("\") ist nicht erlaubt	254	Beispiele: Werbung: <AD-ID> (ohne "VAST" Präfix o.ä.): 2352723141 Trailer: Terra X Trailer: Die Macht der Zehn Gebote Video on Demand (einteilig): Terra X Schliemanns Erben (1/4): Vorstoß der Deutschen Hanse Video on Demand (mehnteilig): Genial Daneben Die große Ostershow Kapitel 1 Eventlivestream: DasErste Sportschau im Livestream 29.07.2017 18:00 24/7-Livestream: 24/7-Livestream	"tag_media_title" wird zur inhaltlichen Beschreibung und Unterscheidung von Content-Videos (Videos on Demand, Livestream und Trailer) bei tagesaktuellen Dokumentationen über Leistungen von Videos und zeitbezogenen Aggregationen im ZensusreportingTool verwendet. Für Videos on Demand, Eventlivestreams und Trailer werden neben dem Ausstrahlungstitel der Sendung (Programmmarke und Episodentitel) auch etwaige Teile- und Folgennummern beziehungsweise Zusatztexte, getrennt mittels Pipe () oder Unterstrich, angegeben. Im Falle von 24/7-Livestream, der keinen Bezug zu einer einzelnen Sendung aufweist, wird als Titel "24/7-Livestream" vermerkt. Für Werbung wird die AD-ID (ohne "VAST" Präfix o.ä.) mitgegeben.	x
length	-	Länge des Videofiles	Numerisch	8	Beispiele: Werbung: "20" Trailer: "30" Video on Demand: "2524.65" Event-Livestreams: 6300 (geplante Länge, nicht 86400 !) 24/7-Livestreams: 86400	Länge eines Videofiles in Sekunden, maximal auf zwei Dezimalstellen aufgerundet und durch Punkt getrennt (Beispiel: 103.34). Bei 24/7 Livestream muss immer 86400 Sekunden (24 Stunden) angegeben werden. Bei Event-Livestream ist die entsprechende Länge des Streams einzutragen. Die Länge des Event-Livestreams entspricht der geplanten Länge. Wenn die geplante Länge nicht bekannt sein sollte, muss ein geschätzter Wert zwischen 1 und 86399 (inklusive) angegeben werden - dieser Wert darf sich dann im Nachhinein nicht mehr verändern.	
OPTIONAL:							
clientid	client_id	Client-ID	Alphanumerisch	9	Die clientid wird von Nielsen eindeutig pro Systemteilnehmer/Haus/Kunde vorgegeben und bei den Configuration Metadaten in der appid bzw. apid übergeben - kann optional in den Content Metadaten überschrieben werden, wenn erforderlich.	auch "parentID"; der Wert wird automatisch gesetzt durch die AppID. Die "client_id" kann hiermit überschrieben werden (f. z.B. Systemteilnehmer-übergreifenden Mediatheken). Auch muss in der Regel dann die folgende "vcid" auch angepasst werden	x
subbrand (vcid)	vcid	VideoClient-ID	Alphanumerisch	3	Die vcid wird von Nielsen eindeutig pro gewünschter Zuordnungseinheit (z.B. pro Sender/Publisher) vergeben und bei den Configuration Metadaten in der appid bzw. apid übergeben - kann optional in den Content Metadaten überschrieben werden, wenn erforderlich. Durch ein internes AGF-Mapping in der Nielsen-Konfiguration ist es erforderlich statt des Parameters "vcid" den Parameter "subbrand" zu nehmen.	auch "subbrandID"; dieser Wert wird automatisch durch die AppID gesetzt. Die "vcid" dient zum Umschalten zwischen verschiedenen Kanälen innerhalb eines Angebotes (z.B. in Mediatheken mit mehreren Angeboten eines Systemteilnehmers)	x

Asset-ID für Content und Werbung

Version 1.7 (DCR/SDK)
Stand 13.05.2020

Die Identifikation eines Videofiles, egal ob Video on Demand, Livestream, Trailer oder Werbung hängt von der korrekten Befüllung der Metadaten-Variablen **"assetid"** ab. Dabei handelt es sich um einen Identifier aus dem CMS-System, der in Kombination mit cid und vcid **pro Videofile** zwingend **eindeutig** sein muss. Auf dieser ID setzt zum einen die Aggregation der täglichen Zensusdaten auf, zum anderen hängt davon die korrekte Dokumentation der tagesaktuellen Leistungen von Videos im ZensusreportingTool ab.

Video-Typ	Name in den Daten	Art des Videos	Bildung der Asset-ID	Beispiele	Anmerkung für praktische Umsetzung	Feldlänge [max. Zeichenanzahl]	Format
Content	content_id	Video on Demand (einteilig) 24/7-Livestream Eventlivestream Trailer	assetid = Video-ID (c7) assetid = {c7}_0	170114_strauss_inf TV20170511-2234s0300 100-72309 sat1gold-de-24x7 1700342_0	Für Trailer, einteilige Videos on Demand und Livestreams muss als Asset-ID die Custom-Variable Video-ID (c7) verwendet werden.	64	Alphanumerisch Erlaubt sind nur: - 0-9 - a-z - A-Z - Unterstrich - Minus Alles andere ist nicht erlaubt, wie z.B. Sonderzeichen, nicht-druckbare Steuerzeichen, Umlaute etc.
		Video on Demand (mehnteilig)	assetid = Video-ID_Sendungsteilenummer assetid = c7_c0	170114_strauss_inf_3 TV20170511-2234s0300_2	Bei Bewegtbild-Inhalten, die aus mehreren Videofiles bestehen, ist immer die Kombination aus Video-ID (c7) und Sendungsteilenummer (c0) getrennt mittels Unterstrich anzugeben.		
Werbung	ad_id	Werbung	assetid = AD-ID (c11)	2352723141	Im Falle von Werbung entspricht die Asset-ID der anbieterspezifisch eindeutigen ID eines Werbe-Videofiles aus der Custom-Variable c11 (AD-ID).		

Bezüglich der Verwendung der assetid gelten für alle an der Bewegtbildmessung teilnehmenden Systemteilnehmer folgende Regeln:

- Content:**
- Wird ein Videofile (Video on Demand, Trailer oder Livestream) erstmalig in einem Player vertraggt, muss der Systemteilnehmer (Client) in den Metadaten eine aus dem CMS-System stammende und für dieses Video unique "assetid" mitgeben.
 - Dieser videospezifische Identifier wird anschließend von Nielsen um die Kennung des Clients (CID) und der VideoClient-ID (VCID) erweitert und dann als "content_id" intern abgespeichert. So ist gewährleistet, dass die tägliche Aggregation der Zensusdaten bei Nielsen je CID+VCID+assetid korrekt durchgeführt wird und nicht mehrere Videofiles fälschlicherweise zusammengefasst werden.
 - Für Trailer, einteilige Videos on Demand und Livestreams muss als Asset-ID die Custom-Variable Video-ID (c7) verwendet werden. Bei Bewegtbild-Inhalten, die aus mehreren Videofiles bestehen, ist immer die Kombination aus Video-ID (c7) und Sendungsteilenummer (c0) getrennt mittels Unterstrich anzugeben.
 - Die "assetid" mit cid und vcid verknüpft ("cid_vcid_assetid") wird im täglichen Reporting der Zensusdaten für Content ("ContentByAsset") in der Spalte "content_id" ausgewiesen (Beispiel: de-505813_c05_4869838), in den Panelnutzungsdaten (InstanceData) für Mobile und Desktop in der Spalte "ContentOrAdId" (Aktuell nur für Mobile, für DSK erst nach dem Change Request, der für Ende 2018 / Anfang 2019 geplant ist).
 - Umgekehrt müssen aber Videofiles, die 100% identisch über mehrere Player (vcid) eines Client ausgespielt werden, die gleiche "assetid" haben. Nur so kann die Leistung eines über mehrere Player ausgespielten Videofiles im ZensusreportingTool für einen Hitlisten-Publisher aggregiert ausgewiesen werden.
 - Da die Zensusdaten die Nutzungen des Vortages abbilden, ist eine Korrektur dieser Nutzungsdaten nicht mehr möglich. Eventuelle inhaltliche oder formattechnische Mängel oder notwendige Ergänzungen hinsichtlich der Befüllung der Metadaten oder Customvariablen können aber im CMS durch den Anbieter selbst getätigt werden, so dass nachfolgende Nutzungen diese für den weiteren Datenproduktionsprozess relevanten Mängel nicht mehr aufweisen. Von Seiten der Systemteilnehmer ist dabei aber zu beachten, dass Änderungen an einem bereits vertragten Videofile bezüglich der Video-ID (c7) zwingend die Vergabe einer neuen "assetid" häuserseitig notwendig machen.
- Werbung:**
- Wird ein Ad-Videofile (Preroll, Midroll oder Postroll) erstmalig in einem Player vertraggt, muss der Systemteilnehmer (Client) in den Metadaten als "assetid" die unique AD-ID des Vermarkters aus der Custom-Variable c11 angeben.
 - Die "assetid" wird im täglichen Reporting der Zensusdaten für Werbung ("AdsByAsset") in der Spalte "ad_id" ausgewiesen, in den Panelnutzungsdaten (InstanceData) für Mobile und Desktop in der Spalte "ContentOrAdId" (Aktuell nur für Mobile, für DSK erst nach dem Change Request, der für Ende 2018 / Anfang 2019 geplant ist).
 - Änderungen an einem bereits vertragten Ad-Videofile bezüglich der Zuordnung zu der AD-ID eines Vermarkters (c11) bedingen die häuserseitige Vergabe einer neuen "assetid".
- wichtiger Hinweis:**
- Bei unterschiedlichen Ausspielungen als Livestream und VOD müssen auch unterschiedliche "assetid" vergeben werden.**
 - Wird zum Beispiel ein Livestream mit einer "assetid" ausgespielt und dieses dann später als VOD bereitgestellt, **MUSS** die assetid unterschiedlich sein.
 - Hintergrund: Die von Nielsen angelieferten Daten sind aggregiert pro Tag auf die zuerst gesehene assetid und der damit verbundenen Metadaten (hier wäre dann alles Livestream und nicht auch VOD)
 - Mögliche Lösung: es kann für Livestream und VOD je ein unterschiedliches Suffix an die eigentliche assetid angehängt werden (z.B.: "123456" -> "123456l" und "123456v")
 - Ebenso verhält es sich auch bei weiteren abweichenden Metadaten - es muss immer eine unterscheidbare "assetid" übermittelt werden. Ansonsten wird alles auf die eine "assetid" aggregiert.
 - Generell gilt: Videostreams mit unterschiedlichen Metadaten müssen auch eindeutige "assetid" haben.
 - Unterschiedliche Sendungsteile müssen auch zwingend unterschiedliche "assetid" haben (z.: "12345_1", "12345_2", ...)

AGF Custom Variables für die Streaming-Messung von Content und Werbung

Version 1.7 (DCR/SDK)

Stand 13.05.2020

Alle Custom Variablen müssen wie folgt implementiert werden:
"no_c??:*p??:{val (Beispiel: "no_c9": "p9,Teil 1(Folge100))"

Tag Variablen Name / Parameter-Nummerierung	Beschreibung	Format	Feldlänge [max. Zeichenanzahl]	Werte / Gültige Einträge	Default	Anmerkung für praktische Umsetzung	Relevant für Datenproduktion Content	Obligatorisch Content	Relevant für Datenproduktion Ad	Obligatorisch Ad	Relevant für Matching
c0	Sendungsteile-/Videoteile-Nummer	Numerisch	255	Einteilige Sendungen oder Livestream: "0" Mehnteilige Sendungen: "1", "3", "7"	Als Default wird 0 (einteilige Sendung) gesetzt.	Vorgesehen für die Kennung einzelner Teile einer Sendung oder eines Videos (nicht zu verwechseln mit Episode/Folge). Wird ein Bewegtbild-Inhalt in mehreren Teilen ausgestrahlt, so ist hier die fortlaufende Nummer der einzelnen Sendungs-/Videoteile einzutragen. Die Teilenummerierung muss dabei lückenlos sein und mit 1 beginnen. Die korrekte Befüllung der Sendungs-/Videoteilenummer ist relevant für die Datenproduktion (Eintrag im Contentstamm) und die Berechnung von Leistungswerten (z.B. Sehbeteiligung). Die korrekte Ermittlung der Sendungs-/Videodauer einer Angebotseinheit entspricht der Addition der Videolängen (c8) ihrer Videos bzw. Teile (c0). Wird keine Sendungs-/Videoteilenummer übergeben (auch bei Livestream), wird als Default "einteilige Sendung = 0" angenommen.	x				
c1	Universal AdID	Alphanumerisch	255	Beispiele: "adgapid_022_800160_1601097_001_0_0"		Die Universal AD-ID wird über die Ad-Server von Zweit-/Dritt-Vermarktern gefüllt und dient der Identifikation einer Kampagne. Sie muss aus einer der AGF mitzulegenden Agenturkennung und einer Kampagnenkennung bestehen. Wenn keine Kampagnenidentifikation möglich ist, kann auch keine Zuordnung einer Kampagne zu einer Agentur erfolgen. Infolge dessen können für Angebotseinheiten nur Gesamtwerte (Vollbelegung) berechnet werden.			x		
c2	Web-Only	Alphanumerisch	1	WebOnly: "Y" Auch im linearen TV: "N"	Als Default wird "N" gesetzt.	Dient der Identifizierung von Bewegtbild-Inhalten, die entweder ausschließlich im Internet (WebOnly) zu finden sind oder auch im linearen Fernsehen ausgestrahlt werden. Die c2 wird neben den Variablen c13, c14 und c15 zum Matching von Streaming- mit TV-Inhalten verwendet. Das Matching erfolgt im Zeitraum von +60/-7 Tagen von TV ausgehend und +7/-60 Tagen von Streaming ausgehend. Die c2 wird ebenfalls verwendet, um 24/7- und Eventlivestream sowie Video on Demand mit Bezug zum Sendeprotokoll zu identifizieren. 24/7-Livestream mit Sendeprotokollbezug wird im Marktstandard Bewegtbild bei der Berechnung der konsolidierten Leistung für den Factbezug (TV) der Live-Nutzung von TV zum Zeitpunkt der Ausstrahlung und zeitversetzter Nutzung (z.N) bis zu drei Tage nach Ausstrahlung zugeschlagen. Die korrekte Befüllung ist relevant für die Datenproduktion (Matching von Streaming- und TV-Inhalten) und die Berechnung von Leistungswerten (automatische Konvergenzwerte). Die Werte "J", "j", "ja", "1", "Y", "y", "yes", "true" werden zu "1" (true), die Werte "N", "0", "no", "false" werden zu "0" (false). Wird keine entsprechende Information angeliefert, wird als Default "WebOnly = Nein" gesetzt. Hinweis: Die Zertifizierung durch Nielsen testet strikt auf Befüllung mit "Y" oder "N" (wenngleich "0", "1", "J", "no" etc. intern auch valide sind)	x	x	x		x
c4	Werbeform	Text / UTF-8 (ohne Steuerzeichen)	255	Beispiele: "preroll", "midroll" und "postroll", "pre-split", "sponsor"		Beinhaltet die ausgelieferte Werbeform. Hier werden nicht notwendigerweise der Codeliste entsprechende Werte der c17 (Platzierung) abgestellt.			x		
c5	Page URL	Text / UTF-8 (ohne Steuerzeichen)	255	Beispiele: http://www.sat1.de/tv/klinik-am-suedring/video/152-ben-will-fliegen-clip		Reserviert für die Übergabe der URL einer Videoseite.					
c7	Video-ID	Alphanumerisch Erlaubt sind nur: - 0-9 - a-z - A-Z - Unterstrich - Minus Alles andere ist nicht erlaubt, wie z.B. Sonderzeichen, nicht druckbare Steuerzeichen, Umlaute (s. Anmerkung)	255 (64, siehe Anmerkung)	Beispiele Content / Trailer: "4869838", "bccb15xm" etc. Livestream: "livestream-ProSieben" Werbung: "" (leer)		Beinhaltet einen anbieterspezifisch eindeutigen Identifikator für Videos on Demand, Livestream oder Trailer. Im Falle von Werbung bleibt das Feld leer. Die Video-ID für Trailer, Livestreams und einteilige Videos on Demand entspricht der Metadatenvariable "assetid". Besteht ein Bewegtbild-Inhalt aus mehreren Teilen, werden die zusammengehörenden Videofiles mittels gemeinsamer Video-ID gekennzeichnet. Im Falle von mehnteiligen Sendungen oder Videos ist eine korrekte und vollständige Befüllung der c7 im Hinblick auf die Datenproduktion (Ermitteln des Content-Typs) und die Berechnung von allen auf p-Werten basierenden Leistungswerten (z.B. Sehbeteiligung) zwingend notwendig. Die korrekte Ermittlung der Sendungs-/Videodauer eines Videos bzw. einer Angebotseinheit entspricht der Addition der Videolängen (c8) ihrer Videos bzw. Videoteile (c0). Aufgrund der Vorgabe diesen Wert (c7) auch als "assetid" zu verwenden, gelten hier dieselben Einschränkungen der zu verwendenden Zeichen. Ebenso gilt hier die Einschränkung der maximalen Feldlänge von 64 Zeichen (ggf. bei der Übertragung des Wertes in die c7 dann auf 64 Zeichen beschneiden).	x	x			
c8	Länge des Videofiles		8	Beispiele: "712", "307.5", "103.34" 24/7-Livestreams: "86400" (fix) Event-Livestreams: "6300" (geplante Länge, nicht "86400")		Länge eines Videofiles in Sekunden, maximal auf zwei Dezimalstellen aufgerundet und durch Punkt getrennt (Beispiel: 103.34). Bei 24/7 Livestream muss immer 86400 Sekunden (24 Stunden) angegeben werden. Bei Event-Livestream ist die entsprechende Länge des Streams einzutragen. Die Länge des Event-Livestreams entspricht der geplanten Länge. Wenn die geplante Länge nicht bekannt sein sollte, muss ein geschätzter Wert zwischen 1 und 86399 (inklusive) angegeben werden - dieser Wert darf sich dann im Nachhinein nicht mehr verändern. Die korrekte Befüllung der Sendungsteile-/Videoteilenummer ist relevant für die Datenproduktion (Eintrag im Contentstamm) und die Berechnung von Leistungswerten (z.B. Sehbeteiligung). Die korrekte Ermittlung der Sendungs-/Videodauer einer Angebotseinheit entspricht der Addition der Videolängen (c8) ihrer Videos bzw. Teile (c0). Videolängen, die kleiner oder gleich Null sind, werden als ungültige Nutzung gekennzeichnet.	x	x	x	x	
c9	Sendungs-/Videotitel	Text / UTF-8 (ohne Steuerzeichen und Backslashes)	255	Beispiele: Werbung: "" (leer) Trailer: "The Simpsons Trailer - Staffel 28: Die perfekte Lovestory" Content: "Hand aufs Herz Folge 184: Versöhnungsversuch" Eventlivestream: "DasErste Sportschau im Livestream 29.07.2017 18:00" 24/7-Livestream: "24x7-Livestream", "24/7-Livestream"		Dient der inhaltlichen Beschreibung von Videofiles. Für Video on Demand und Eventlivestream sowie Trailer wird der Austrahlungstitel der Sendung, bestehend aus Programmnummer und Folgen- bzw. Episodentitel (mit und ohne Staffel- und Folgen/Episodennummer) übergeben. Getrennt werden diese Informationen durch ein Pipe-Symbol () oder Unterstrich (_). Im Falle von 24/7-Livestream wird ein Sendungstitel übergeben, der einen eindeutigen Bezug herstellt (z.B. 24/7-Livestream, 24x7-Livestream). Bei Werbung bleibt das Feld leer. Etwaige Teilenummern eines mehnteiligen Bewegtbild-Inhalts gehören nicht dazu; diese sind in das dafür reservierte Element c0 (Sendungsteilenummer) einzutragen. Die korrekte Befüllung der c9 ist relevant für die Datenproduktion (Ermitteln des Content-Typs) und Berechnung von Leistungswerten. Eine Falschbefüllung von Sendungs-/Videotitel (c9) kann ferner zu falschen oder keinen Matching-Ergebnissen (im ProgLog) führen, wenn die Format-ID (c15) nicht befüllt ist und das Matching sowohl mittels Planzeit (c14) als auch OriginalAirTime (c13) als weiteres Kriterium einen Titelmatch nutzt. Hinweis: ein Backslash ("\") ist als Zeichen NICHT erlaubt.	x	x			x
c10	Publisher	Text / UTF-8 (ohne Steuerzeichen)	255	Beispiele: "zdf", "sixx", "rtplusnow" etc.		Als Publisher ist der Eigentümer eines Videos zu verstehen, dem die in den Auswertungssystemen ankommende Leistung zugeordnet wird. Die korrekte Befüllung ist Voraussetzung für die Berücksichtigung einer Nutzung in der Datenproduktion (Zuordnung der PublisherID) und die Berechnung von Leistungswerten. Kann ein View keinem Publisher zugeordnet werden, wird dieser gelöscht.	x	x	x	x	x

AGF Custom Variables für die Streaming-Messung von Content und Werbung

Version 1.7 (DCR/SDK)

Stand 13.05.2020

Alle Custom Variablen müssen wie folgt implementiert werden:
"no_c??:*p??:{val (Beispiel: "no_c9": "p9,Teil 1(Folge100))"

Tag Variablen Name / Parameter- Nummerierung	Beschreibung	Format	Feldlänge [max. Zeichenanzahl]	Werte / Gültige Einträge	Default	Anmerkung für praktische Umsetzung	Relevant für Datenproduktion Content	Obligatorisch Content	Relevant für Datenproduktion Ad	Obligatorisch Ad	Relevant für Matching	
c11	AD-ID	Alphanumerisch	255	Beispiele: "2352723141"		Beinhaltet die anbieterspezifische ID einer Ad-Video-datei und wird für die Kampagnenidentifizierung der Vermarkter verwendet. Die korrekte Befüllung der AD-ID ist relevant für die Datenproduktion (Ermittlung des Content-Typs) und die Berechnung von Leistungswerten. Wenn keine Kampagnenidentifikation möglich ist, kann keine Zuordnung einer Kampagne zu einem Vermarkter erfolgen und somit können für Angeboteinheiten auch nur Gesamtwerte (Vollbelegung) berechnet werden.			x	x		
c12	Sendungs-/Videoart	Alphanumerisch	7	"Trailer", "Werbung" oder "Content"		Zentrales Unterscheidungskriterium für Content, Trailer und Werbung. (Livestream = "Content") Die korrekte Befüllung ist relevant für die Datenproduktion (Ermittlung des Content-Typs) und die Berechnung von Leistungswerten ein- oder mehrteiliger Content-Videos oder Angeboteinheiten in den AGF-Auswertungssystemen. Kann ein View nicht eindeutig als Content/Trailer oder Werbung zugeordnet werden, wird er gelöscht. Hinweis: Im Sendeprotokoll werden keine Sendungen mit Kennung „national“ (künstlich erzeugte bundesweite Sendungen) berücksichtigt, da diese im Auswertungssystem nicht zur Verfügung stehen. Als Zeitraum für den Sendeprotokoll werden 60 Tage rückwirkend und 7 Tage in die Zukunft berücksichtigt.	x	x	x	x	x	
c13	Original AirTime	Timestamp (Format: ISO 8601 konform <JJJ-MM-TT>T<hh:mm:ss>. Zeitformat: LocalTime)	19	Beispiele: "2017-03-28T12:14:00"		Die OriginalAirTime ist neben der c14 (Planzeit) und c15 (Format-ID) eine von drei Variablen, die dem automatischen Matching eines Bewegtbild-Inhalts zu einer TV-Sendung im AGF-Sendestamm dienen. Wenn in c2 (web-only) = "N" gesetzt ist, dann erfolgt bei korrekt gefüllter Variable c10 (Publisher) und korrekt befüllter Matching Variablen (c13, c14, c15) ein Matching des Contents zum TV-Sendestamm (genauerer siehe Streaming-Regelwerk §8). Trailer bleiben beim automatischen Matching per Konvention unberücksichtigt. 24/7-Livestreams und Event-Livestreams mit Bezug zum Sendeprotokoll werden direkt mit dem Sendestamm verschnitten. Bei der Verwendung der OriginalAirTime ist darauf zu achten, dass die angegebene Zeit nicht mehr als +/-5 Minuten abweicht und sich die Sendungs-/Videotitel im TV & Streaming nicht zu „stark“ unterscheiden. Sowohl Planzeit als auch OriginalAirTime nutzen als weiteres Kriterium einen Titelmatch über Soundex, im Rahmen dessen nach einer TV-Sendung mit passendem Titel zum Wert in der c9 (Sendungs-/Videotitel) gesucht wird. Tagesübergreifende Sendungen werden an beiden Tagen verlinkt. Die korrekte Befüllung wenigstens einer der drei Matching-Variablen (c13, c14, c15) ist relevant für die Datenproduktion und die Berechnung von Leistungswerten in den AGF-Auswertungssystemen. Erfolgt in der Datenproduktion kein Match zur entsprechenden linearen Die Planzeit ist neben der c13 (OriginalAirTime) und c15 (Format-ID) eine von drei Variablen, die dem automatischen Matching eines Bewegtbild-Inhalts zu einer TV-Sendung im AGF-Sendestamm dienen. Wenn in c2 (web-only) = "N" gesetzt ist, dann erfolgt bei korrekt gefüllter Variable c10 (Publisher) und korrekt befüllter Matching Variablen (c13, c14, c15) ein Matching des Contents zum TV-Sendestamm (genauerer siehe Streaming-Regelwerk §8). Trailer bleiben beim automatischen Matching per Konvention unberücksichtigt. 24/7-Livestreams und Event-Livestreams mit Bezug zum Sendeprotokoll werden direkt mit dem Sendestamm verschnitten. Bei der Verwendung der Planzeit ist darauf zu achten, dass die angegebene Zeit nicht mehr als +/-5 Minuten abweicht und sich die Sendungs-/Videotitel im TV & Streaming nicht zu „stark“ unterscheiden. Sowohl Planzeit als auch OriginalAirTime nutzen als weiteres Kriterium einen Titelmatch über Soundex, im Rahmen dessen nach einer TV-Sendung mit passendem Titel zum Wert in der c9 (Sendungstitel) gesucht wird. Tagesübergreifende Sendungen werden an beiden Tagen verlinkt. Die korrekte Befüllung wenigstens einer der drei Matching-Variablen (c13, c14, c15) ist relevant für die Datenproduktion und die Berechnung von Leistungswerten in den AGF-Auswertungssystemen. Erfolgt in der Datenproduktion kein Match zur entsprechenden linearen	x					x (findet derzeit keine Verwendung)
c14	Planzeit	Timestamp (Format: ISO 8601 konform <JJJ-MM-TT>T<hh:mm:ss>. Zeitformat: LocalTime)	19	Beispiele: "2017-03-28T12:14:00"		Die Planzeit ist neben der c13 (OriginalAirTime) und c15 (Format-ID) eine von drei Variablen, die dem automatischen Matching eines Bewegtbild-Inhalts zu einer TV-Sendung im AGF-Sendestamm dienen. Wenn in c2 (web-only) = "N" gesetzt ist, dann erfolgt bei korrekt gefüllter Variable c10 (Publisher) und korrekt befüllter Matching Variablen (c13, c14, c15) ein Matching des Contents zum TV-Sendestamm (genauerer siehe Streaming-Regelwerk §8). Trailer bleiben beim automatischen Matching per Konvention unberücksichtigt. 24/7-Livestreams und Event-Livestreams mit Bezug zum Sendeprotokoll werden direkt mit dem Sendestamm verschnitten. Bei der Verwendung der Planzeit ist darauf zu achten, dass die angegebene Zeit nicht mehr als +/-5 Minuten abweicht und sich die Sendungs-/Videotitel im TV & Streaming nicht zu „stark“ unterscheiden. Sowohl Planzeit als auch OriginalAirTime nutzen als weiteres Kriterium einen Titelmatch über Soundex, im Rahmen dessen nach einer TV-Sendung mit passendem Titel zum Wert in der c9 (Sendungstitel) gesucht wird. Tagesübergreifende Sendungen werden an beiden Tagen verlinkt. Die korrekte Befüllung wenigstens einer der drei Matching-Variablen (c13, c14, c15) ist relevant für die Datenproduktion und die Berechnung von Leistungswerten in den AGF-Auswertungssystemen. Erfolgt in der Datenproduktion kein Match zur entsprechenden linearen	x				x	
c15	Format-ID	Alphanumerisch	255	Beispiele: "3083045"		Die Format-ID ist neben der c13 (OriginalAirTime) und c14 (Planzeit) eine von drei Variablen, die dem automatischen Matching eines Bewegtbild-Inhalts zu einer TV-Sendung im AGF-Sendestamm dienen. Wenn in c2 (web-only) = "N" gesetzt ist, dann erfolgt bei korrekt gefüllter Variable c10 (Publisher) und korrekt befüllter Matching Variablen (c13, c14, c15) ein Matching des Contents zum TV-Sendestamm (genauerer siehe Streaming-Regelwerk §8). Trailer bleiben beim automatischen Matching per Konvention unberücksichtigt. 24/7-Livestreams und Event-Livestreams mit Bezug zum Sendeprotokoll werden direkt mit dem Sendestamm verschnitten. Wenn ein positives Matching über die FormatID erfolgen soll, muss darauf geachtet werden, dass die Anlieferung der Format-ID in den Streaming- und TV-Daten identisch ist sowie möglichst keine Mehrfachnennungen enthalten sind. Tagesübergreifende Sendungen werden an beiden Tagen verlinkt. Die korrekte Befüllung wenigstens einer der drei Matching-Variablen (c13, c14, c15) ist relevant für die Datenproduktion und die Berechnung von Leistungswerten in den AGF-Auswertungssystemen. Erfolgt in der Datenproduktion kein Match zur entsprechenden linearen TV-Ausstrahlung, ist die Ausweisung einer automatischen Konvergenzleistung nicht möglich.	x				x	
c16	Content-ID	Alphanumerisch	255	Beispiele: "dVxRcCpOqKyFz02fuss", "dvrswof_ten_rtiibes", "Unterhaltung" etc.		Ermöglicht eine inhaltliche Zusammenfassung von Videos zu Kategorien, aus denen in einem separaten Prozess im QS-Tool Angeboteinheiten gebildet werden. Eine Content-ID (beispielsweise AGOF-Code oder die V1 aus der Programmcodierung) muss sowohl für Content (Video on Demand, Livestream und Trailer) als auch Werbung angeliefert werden. Die korrekte und vollständige Befüllung der Content-ID ist relevant für die Kalibrierung und damit letztlich auch die Berechnung von Leistungswerten. Kann ein View keiner Angebotseinheit und daraus resultierend auch keiner Kalibrierungseinheit zugeordnet werden, wird dieser in der Restgruppe "unbekannter Wert" kalibriert. Somit sind alle Auswertungen, die auf Angebotseinheiten beruhen, unvollständig und möglicherweise sogar falsch.	x		x			
c17	Platzierung	Alphanumerisch	9	erlaubte Werte: "preroll", "midroll", "postroll" und "sonstiges"		Beinhaltet die Platzierungs-Information für Werbespots im Onlinebereich, die nie zeitgleich zum Bewegtbild-Inhalt läuft, sondern vor (Pre-Roll), zwischen (Mid-Roll) oder danach (Post-Roll) ausgespielt werden. Im Rahmen der Datenproduktion wird die c17 auf gültige Inhalte laut Codeliste geprüft. Ungültige Inhalte werden gelöscht bzw. in die unbenutzte Custom-Variable c4 kopiert. "sonstiges" kann genommen werden, wenn weder "preroll", "midroll", noch "postroll" Anwendung finden: z.B. parallel zum Content oder auch PIP (PictureInPicture).			x	x		

AGF Custom Variables für die Streaming-Messung von Content und Werbung

Version 1.7 (DCR/SDK)

Stand 13.05.2020

Alle Custom Variablen müssen wie folgt implementiert werden:
"no_c??:":p??,{val (Beispiel: "no_c9":p9,Teil 1(Folge100))"

Tag Variablen Name / Parameter-Nummerierung	Beschreibung	Format	Feldlänge [max. Zeichenanzahl]	Werte / Gültige Einträge	Default	Anmerkung für praktische Umsetzung	Relevant für Datenproduktion Content	Obligatorisch Content	Relevant für Datenproduktion Ad	Obligatorisch Ad	Relevant für Matching
c18	LiveStreaming	Alphanumerisch	1	LiveStreaming: "Y" kein LiveStreaming: "N"	Als Default wird "N" (false) gesetzt.	Dient der Unterscheidung von Video-Streaming-Angeboten, die als Livestream in Echtzeit im Internet ausgestrahlt werden oder zu jeder beliebigen Zeit aus einer Auswahl von Videos (Video on Demand) ausgewählt und abgerufen werden können. Das Broadcast-Angebot an Livestreams im Markt ist stark heterogen. Mit Blick auf ihre Verfügbarkeit kann unterschieden werden zwischen 24/7-Livestream, der 24 Stunden pro Tag und 7 Tage die Woche ausgestrahlt wird, und Event-Livestream, der zeitlich auf das stattfindende Event beschränkt ist (zum Beispiel: Live-Übertragung eines Curling-Wettbewerb) ist. Die korrekte Befüllung der c18 hat einen direkten Einfluss auf die Berechnung der konsolidierten Leistung für den Factbezug (TV), die im Marktstandard Bewegtbild zusätzlich zur Live-Nutzung von TV zum Zeitpunkt der Ausstrahlung und zuV bis zu drei Tage nach Ausstrahlung auch die Livestream-Nutzung aus den TV-Haushalten berücksichtigt. Für ein Matching von Livestream (24/7 oder Event) mit Bezug zum Sendeprotokoll zu (TV) im Marktstandard Bewegtbild ist folgende Konfiguration zwingend erforderlich: c18 (Livestreaming) = "Y" und c2 (WebOnly) = "N". Die Werte "J", "j", "ja", "1", "Y", "y", "yes", "true" werden zu "1" (true), die Werte "N", "0", "no", "false" werden zu "0" (false). Wird keine entsprechende Information angeliefert, wird als Default "LiveStreaming = Nein" gesetzt. Hinweis: Die Zertifizierung durch Nielsen testet strikt auf Befüllung mit "Y" oder "N" (wenngleich "0", "1", "J", "no" etc. intern auch valide sind)	x	x			
c19	Sonstiges	Text / UTF-8 (ohne Steuerzeichen)	255			Feld zur freien Verfügung der Systemteilnehmer.					
c20	GfK-ID	Text / UTF-8 (ohne Steuerzeichen)	255			In dieses Feld muss die von der GfK-Lib (Single-Source) ermittelte ID hineinkopiert werden. Anmerkung: Im Nielsen-SDK ist der erste Metadaten-Block immer ein Content-Metadaten-Block - daher muss die c20 nur dann (bei der Initialisierung des ersten Metadaten-Blocks) gesetzt werden. Die c20 sollte der Vollständigkeit halber in allen Metadatenblöcken angegeben werden.					
NUR DURCH NIELSEN ZU BEFÜLLEN:											
c3	Ad Indicator	Text	255			Dieses Feld wird von Nielsen zur Identifikation von Werbung genutzt. Es darf nicht befüllt oder gesetzt werden!					
c6	VideoClient-ID (VCID)	Alphanumerisch	255			Dieses Feld wird automatisch von Nielsen befüllt. Es darf nicht befüllt oder gesetzt werden!					