Q&A nya mätningen 2027

Frågor kring mätningen, tidplan och innehåll		
Fråga	**Svar**	**Veta mer**
Varför byter MMS leverantör 2027?	MMS uppdrag är utveckla videomätningarna och att upphandla mätkontrakt vart fjärde år. Inför den kommande kontraktsperioden år 2027–2030 gav styrelsen MMS uppdrag att upphandla en mätlösning som innebär lägre trösklar för nya mätsamarbeten med medieaktörer, exempelvis internationella streamingtjänster. Den lösning som leverantören Sifo Fifty5blue föreslog möjliggjorde önskemålen till ett konkurrenskraftigt pris.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Vad innebär MMS nya mätning?	MMS nya mätning är nästa generation av den svenska videovalutan. Denna ambitiösa mätlösning är förmodligen den första i världen. Mätningen kombinerar paneldata, censusdata och modellering för att ge en mer heltäckande bild av tittande på både linjär TV och Onlinevideo. Den nya lösningen gör det möjligt att mäta och rapportera tittande över flera plattformar på ett mer enhetligt sätt.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
När lanseras MMS nya mätning?	Mätningen startar den 1 januari 2027, men eftersom data publiceras vardagar sker första leveransen måndag 4 januari. Det bör också påpekas att nya mätningen lanseras stegvis. De första huvudsakliga delarna tas i drift 1 januari, men siffror för onlinereklam kommer lanseras först i Q2 2027.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Är mätningen försenad?	Ja, den del som avser onlinereklam är försenad och lanseras i Q2 2027. Det gäller alltså kalibrerade mätningen av onlinereklam, dvs modelleringen av censusdata för reklam. Förseningen beror på att arbetet med dataflöden och modellering hos leverantören har tagit längre tid än planerat. MMS kommer återkomma med en mer exakt tidplan för lansering.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.

Frågor om valutor		
Fråga	**Svar**	**Veta mer**
Vilka bolag kommer detaljmätas vad gäller program och reklam?	Från 1 januari rapporterar SVT, TV4, Viaplay Group och UR alla detaljer oavsett linjär TV eller Onlinevideo. För linjär TV detaljredovisar även Disney, BBC, Hearst Networks och Warner Bros. Discovery. Den sistnämnda aktören (WBD) kommer att tillkomma och redovisa detaljer för Onlinevideo, men först efter lanseringen 1/1 (TBA).	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Har ni några diskussioner med andra bolag, ex. YouTube (Google)?	Som princip berättar inte MMS om vilka aktörer man har dialog med. Men MMS upplever att det finns ett stort intresse från många mediebolag kring de nya möjligheterna, vilket gör det ganska sannolikt att MMS kan komma att presentera fler aktörer som redovisar detaljer.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Netflix hybrid kommer nästa år. Kommer de med i mätningen?	Som princip berättar inte MMS om vilka aktörer man har dialog med. Netflix finns inte med i mätningen från start, så mycket är säkert. MMS hoppas att Netflix vill samarbeta i mätningen och vi står redo att bistå dem om de väljer att gå med.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.

Frågor om nya definitioner och metodik		
Fråga	**Svar**	**Veta mer**
Vad är det som förändras i MMS nya mätning, t.ex. vad det gäller metod, regelverk, modellering eller viktning?	Det finns många förändringar som sker i den nya mätningen. En viktig metodförändring är att data från olika mätkällor renodlas med syfte att ta bort mätöverlapp, vilket t.ex. innebär att konsumtion på TV-bolagets streamingtjänst exkluderas från det som ljudmatchas. Ett annat exempel är att censusdata som kommer från streamingtjänster som skickar censusdata (är ”taggade”) ersätter den videostreamingkonsumtion som fångas via routermeter. För linjär TV har det därför skapats ett helt nytt regelverk vad gäller hur tittarsessioner ska hanteras och till vad dessa ska tillskrivas.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Är räckviddsberäkningarna desamma som tidigare?	Nej, det sker vissa förändringar i hur räckvidd beräknas, t.ex. i stället för att utgå från mittersta dagen i perioden för räckviddsberäkningar så används den första dagen i perioden.	Du kan hitta mer information om räckviddsberäkningar under https://mms.se/new-video-measurement-2027/ och regler i detalj under https://mms.se/for-vara-kunder/teknisk-dokumentation-total/gyllene-regler-total/
Hur kommer MMS redovisa tittarsiffror, ex. programtittande bara live eller inkl. sju dagars efterhandstittande?	MMS garanterar alla mått som man publicerar i den nya mätningen, vilket innebär att alla mått man kan ta fram är giltiga. MMS rekommendation är att utgå från nuvarande standarden motsvarande KO(8), dvs livedagen+7 efterföljande dagar, om man analyserar tittande på linjär TV utifrån sändningstillfället (s.k. ”as-broadcast”).	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.

Frågor om hur nya mätningen fungerar		
Fråga	**Svar**	**Veta mer**

Hur mäts digitalt tillsammanstittande? Är det via någon modellering eller blir endast efter panelträff?	Co-viewing, eller tillsammanstittande på Smart-TV-skärmar (och digitala enheter kopplade till TV-skärmen) mäts som tidigare via inloggning till People Meters. Co-viewing för övriga små digitala device som mobiler och datorer modelleras, genom att nyttja information om primär- och sekundär deviceanvändning med information om videopanellisternas vanor.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Är det en expanderad panel som används till att beräkna census?	För de tjänster som skickar censusdata (s.k. ”taggade” tjänster) används en expanderad panel på ca 50–60 000 panellister för att kunna utföra beräkningar. Man ska komma ihåg att den expanderade panelen behåller kopplingen till den fysiska videopanelen	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Kommer spot-loggar finnas kvar?	Ja, MMS fortsätter att skapa spotloggar precis det görs idag.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.

Frågor kring rapportering/kommande analysmöjligheter		
Fråga	**Svar**	**Veta mer**
När släpper MMS det egna verktyget?	MMS kommer lansera det nya verktyget ”Audience Metrics” i samband med att nya mätningen startar 1 januari 2027.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Hur kommer det fungera med den nya mätningen för AdvantEdge, ska vi betala mer nu?	MMS har visserligen en god och nära dialog med bolaget TechEdge som har utvecklat verktyget AdvantEdge kring t.ex. beräkningar, dataflöden och definitioner, men MMS har inte – och bör inte ha – insyn i hur TechEdge väljer att prissätta tillgång till dataset i sina verktyg. I egenskap av JIC (Joint-Industry-Committee) så ska MMS förhålla sig neutrala till verktyg på marknaden och stöttar alla etablerade och nytillkomna verktyg, såväl interna som publika, så länge de följer beräkningsregler mm. i våra Gyllene Regler. MMS är icke-vinstdrivande och vårt uppdrag är att tillhandahålla mätningar och endast ta betalt av användare för datarättigheter enligt principen om självkostnadspris.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Vi bokar och följer upp i AdMax, när kommer vi kunna göra det?	MMS har kontakt med flera bolag som utvecklar bokningssystem mm, däribland Nordiska Mediasystem som utvecklar Admax, och förser dem med alla beräkningsregler, filspecifikationer, räkneexempel, testfiler och dataleveranser så fort de är klara. Alla som begär filer har rätt att få hjälp. Men MMS kan inte ansvara för hur snabbt dessa bolag utvecklar sina system.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Kommer man kunna dela upp linjära och digitala kontakter, eller får man endast en samlad total rating?	Ja, man kommer kunna filtrera tittarresultat på kontakter som skett när man sett på linjära TV-sändningar och via streamingtjänsten, utöver totalresultat för alla typer av mått.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Kommer vi att kunna bryta ner reklamdata på olika device, in-home/OOH osv?	Ja, man kommer kunna bryta ner all tittardata på device, men först i ett senare skede under 2027 och alltså inte från 1 januari. Denna filtrering kräver ytterligare utveckling då detta rör själva modellen för att beräkna och kalibrera censusdata. Det finns dessutom inte möjlighet att idag lova att man kan bryta på samtliga enskilda devicetyper eftersom modellarbetet får utvisa vilken kvalitet som kan uppnås, men troligen kommer man åtminstone kunna bryta på TV-skärmar och digitala/små skärmar. In-Home och totalt (In-home + Out-of-home) kommer finnas som filtreringsmöjlighet redan från 1 januari för det totala tittardata som omfattar alla TV-kanaler och Streamingtjänster.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Kommer man kunna följa upp reklamkampanjer på ex. Netflix även om de inte är med i mätningen?	Nej, detaljmätning av reklam och program förutsätter fortsatt ett samarbete med respektive mediebolag. Det finns däremot passiva mätningar av TV-kanaler (på minutnivå), streamingtjänster och Onlinetjänster med video (på tjänstenivå) som alla saknar detaljer men där det å andra sidan finns detaljerad målgruppsinformation.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Hur granulär blir datan?	Det beror lite på vad man menar. Linjär TV redovisas på minutnivå som minsta enhet. Onlinevideo redovisas på program- och reklamfilmsnivå.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Måste man göra analyser av fasta målgruppsintervall som i dagens Onlinevideomätning?	Nej, den nya mätningen är mer flexibel än den nuvarande, t.ex. på så sätt att man kan välja vilka åldersintervall som helst. Det kommer fortfarande finnas rekommenderade åldersintervall som håller högra kvalité.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.
Information kring videopanellisterna skulle vara användbart	Det finns stränga integritetsregler som MMS och dess leverantör Sifo Fifty5blue behöver följa. Därför får inte MMS förse användare med rådata, där enskilda panellister riskerar att röjas.	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.

Frågor kring Parallel-run 1 och 2		
Fråga	**Svar**	**Veta mer**
Kommer vi ha tillgång till både den nya och gamla panelen för att själva göra några jämförelser, ex. via AdvantEdge?	De första som får tillgång till parallel-run data är framför allt medlemmar i MMS referensgrupp. Detta beror på att data inte är att betrakta som slutgiltig, det kan komma ske utveckling av beräkningar och regler ända fram till lansering. Syftet är alltså att utvärdera på ett allmänt plan de nya nivåerna och ge feedback, inte att följa upp enskilda program eller kampanjer. Detta	Kontakta n2ksupport@mms.se för mer information.

	kommer endast att tillgängliggöras i en egen applikation av AdvantEdge. I ett senare skede kommer fler få tillgång till att analysera parallel-run data.	