

A

AAM

audience ascription model, är namnet på metodiken bakom MMS virtuella panel som bygger på en kombination av i huvudsak två datakällor; censusedmätning och videopanel.

ackumulerad räckvidd

i tv-sammanhang anger det hur många som tittat på en tv-kanal, program eller reklam ackumulerat under en längre avgränsad tid. Till exempel kan man analysera hur många som har tittat på en kanal, ett visst antal sammanhängande minuter, någon gång under en månad vilket kallas nettoräckvidd (tittat minst en gång).

adblocker

reklamblockerare, ett program till en webbläsare som gör det möjligt att blockera reklam på internet

ad hoc undersökning

en undersökning som görs för ett specifikt ändamål och äger giltighet endast i det fallet

ad server

ett annonshanteringssystem som används för att presentera, mäta och hantera annonsering på webbsidor

AdvantEdge

analysverktyg för bland annat People Meter-data som utvecklats av det danska företaget TechEdge

affinitet

beskriver hur väl publiken för ett media sammanfaller med en specifik målgrupp. Vid hög affinitet finns en klar intressegemenskap mellan mediet och målgruppen. Hög affinitet leder till en hög räckvidd i målgruppen.

aggregerade data

data från till exempel flera individer, målgrupper eller tidsperioder som slagits samman för att ge form åt en total mängd och görs i syfte att lättare få en helhetsbild

analog tv-sändningar

användes tidigare för marksänd tv i Sverige och upphörde hösten 2007 då de ersattes av digitala tv-sändningar

android

mobilt operativsystem för bland annat smartphones och pekplattor

ATS

average time spent, anger hur länge i snitt en besökare stannar på en webbsida

AVOD

annonsfinansierad video on demand, onlinevideotjänst som är gratis för användaren

audit

utvärdering av en organisation, ett system, en process eller ett projekt, som genomförs för att kontrollera validitet och reliabilitet

B

bakgrundsvariabel

bidrar till att ge en allmän beskrivning av de personer som ingår i en undersökning. Vanliga bakgrundsvariabler är ålder, kön och inkomst.

banner

reklamannons som visas i bild på tv eller en webbplats

basundersökning

kartlägger den svenska befolkningens tv-innehav, tittarvanor, hushållssammansättning samt andra tv-specifika och demografiska variabler. Dessa undersökningar genomförs två gånger per år, omfattas av totalt 9000 intervjuer och har tre huvudsyften:

- kartlägga de svenska tv-hushållen och därmed ge en försäkran om att tv-tittarpanelen representerar Sveriges befolkning
- fungera som källa för rekrytering av nya panelhushåll
- utgöra grunden till framtagning av universumtal/bastal som i sin tur används för beräkning av tittarsiffror

big data

avser stora datamängder som skapas i dagens digitala samhälle

billboard

sponsring i form av rörliga bilder eller skyltar i anslutning till ett tv-program. Kallas även bumper.

block

reklamblock, utrymme mellan TV-program som kan bestå av till exempel spons, reklam och trailers

bortfall

förekommer i statistiska undersökningar och avser de individer som man inte har lyckats undersöka. Eftersom bortfallet kan snedvrída undersökningens resultatet behöver man veta hur stort det är för att bedöma kvaliteten på undersökningen.

branded content/native advertising

även kallat AFP, advertiser founded programming, innebär att ett företag eller en organisation är med och hel- eller delfinansierar en tv-produktion eller film

break

reklamavbrott i tv-program

browserbaserad site-centric mätning

mätmetod med taggning av webbsidor, där visningen av sidor i webbläsaren loggas

bruttoräckvidd

den totala summan av alla kontakter, med andra ord addition av alla gånger någon varit i kontakt med ett reklambudskap via någon medieplattform. Se även GRP.

buffering

sker då en mediaspelare lagrar en liten mängd data, motsvarande några sekunders tittande, vilket gör att tittaren kan se och lyssna utan avbrott i uppspelning

C

CAPI/CATI

- Computer Aided Personal Interview – Personlig besöksintervju med datorstöd
- Computer Aided Telephone Interview – personlig telefonintervju med datorstöd

Intervjuaren följer ett frågeschema som finns på en datorskärm. Bearbetning av svar sker omgående varpå relevanta följdfrågor kommer upp automatiskt.

censusdata

Census betyder folkräkning och MMS censusdata avser hela populationens uppmätta trafik/konsumtion av rörlig bild online

connected tv

se smart-tv

cookie

textfil som lagras på en användares dator för att identifiera en återkommande besökare. Cookies används vid onlinemätningar och genom dessa kan man kontrollera om en besökare är ny eller inte. Det finns olika typer av cookies. Förstapartscookies sparas när användaren besöker en webbplats och kan vara antingen tillfälliga (session cookie) eller beständiga (persistent cookie). Dessa spar information som återanvänds när webbplatsen besöks igen av samma användare. Tredjepartscookies kommer från andra webbplatser och kan vara till exempel pop-ups eller andra typer av annonser. Dessa cookies används av marknadsföringsskäl för att spåra användarens vanor på internet.

CPA

cost per action, betalningsmodell på internet där annonsören endast betalar då något specifikt inträffar, till exempel ett köp

CPC

cost per click, kostnad per klick. Annonsören betalar endast när en besökare klickar på till exempel en banner eller en textannons.

CPO

cost per order, betalningsmodell där annonsören endast betalar för de beställningar som tagits emot i samband med annonsering

CPP/CPRP

cost per point, cost per rating point, kostnaden för att nå en procent av målgruppen

CPT/CPM

cost per thousand/cost per mille, begrepp som avser kontaktkostnaden per tusen tittare

CPV

cost per visit, betalningsmodell där annonsören betalar en kostnad baserad på antal besök på webbsidor

CTA

call to action, uppmaning till någon att utföra en viss handling

CTR

click through rate, kallas även klickfrekvens eller klickandel och avser andelen besökare som via en länk på en webbsida klickar sig vidare till en annan webbsida

D

dagdelar

daypart segment, uttryck som beskriver uppdelning av dygnet. Används bland annat i prislister i tv-branschen och annan etermedia för att ange kostnadsnivån för olika dygnsintervall, till exempel day time, prime time och night time.

daglig räckvidd

andel i procent som tittat minst en sammanhängande minut på tv, kan antingen redovisas per kanal eller på totalnivå, det vill säga allt tittande på alla kanaler

DAI

dynamic ad insertion, processen när reklam visas i ett forum efter annonsörens önskemål. Detta gör att reklamen exempelvis kan riktas till användare med en viss internethistorik eller mot en viss geografisk plats.

day after recall

telefonundersökningsmetod där personer tillfrågas vad de har sett på tv föregående dag. Intervjupersonen svarar spontant eller med hjälpt erinran. Day after recall tillämpades i Sverige för tittarundersökningar fram tills dess att tittarsiffror från elektroniska mätare blev officiell valuta 1993.

demografiska data

används för att kunna beskriva befolkningens sammansättning. Exempel på demografiska data kan vara kön, ålder, inkomst, utbildning och boendeform.

digital natives

avser personer, en generation, som växer upp i en tid där datorer, internet och sociala medier är en väsentlig del av samhället

diskriminant

en kontrollvariabel, kan vara en faktor som till exempel kön, tv-innehav och boendeform och används bland annat vid skapandet av en matris till en panel. Se även primära och sekundära kontrollvariabler.

dubbeltäckning

avser den andel tittande som fångas upp i multipla mätningar och på så vis gör det möjligt att ett och samma tittarpass återkommer i olika uppsättningar av tittardata

E

encoder

enhet, programvara, algoritm eller person som konverterar informationen från ett format eller en kod till en annan, gällande standardisering, hastighet eller kompression

erinran

effektjämningsmått för enskilda annonser eller kampanjer som baseras på i vilken grad en intervjuperson känner igen en annons eller kampanj

eurometer

Sveriges första People Meter-mätare som inte längre används i panelen. Eurometer registrerade tv-kanalernas frekvenskillnader i tv:ns kanalväljare och höll på så sätt isär tittandet på olika tv-kanaler.

F

filmkod

en kod som fungerar som ett id-nummer för en reklamfilm och som är nyckeln i MMS mätning av tittande på reklamfilmer. Svenska giltiga filmkoder måste följa en standard bestämd av branschen. MMS ger aktörer som vill skapa giltiga svenska filmkoder ett prefix att använda för sina koder. En unik filmkod ska representera en unik reklamfilm, oavsett var i medielandskapet reklamfilmen visas. Till filmkoden kopplar MMS en produkt, en annonsör och mediebyrå och kan sedan rapporteras tillsammans med tittardata.

filmkodsgenerator

Filmkodsgeneratoren delar ut en av MMS sanktionerad, officiell filmkod. Filmkoden ska representera en unik svensk reklamfilm som kan visas både på traditionell tv och online. MMS filmkoder börjar med H, är tio tecken långa.

format

ett begrepp inom mediebranschen som beskriver strukturen för ett program. Ett format kan säljas till produktionsbolag eller tv-kanaler i andra länder som kan göra en egen version av programmet.

fragmentisering

används vid beskrivning av en tv-marknad som blir alltmer nischad och digitaliserad

frekvens

ett av MMS tittarmått och anger det antal gånger en målgrupp i genomsnitt har sett ett program eller ett reklaminslag

fri-tv

free to air tv, tv-kanaler och programtjänster som tittaren själv inte behöver betala abonnemangsavgift för att få tillgång till utan som finansieras via licens och eller annonsörer

FTP

file transfer protocol, ett filöverföringsprotokoll, som MMS använder för att leverera data till kunder

fältperiod

tidsperiod för insamling av data i en undersökning

G

genre

MMS genreklassificerar program och reklam upp till tre nivåer enligt en fastställd mall

GRP

gross rating point, anger den totala bruttomängden exponeringar och är en produkt av nettoräckvidd och medelfrekvens

GTAM

en People Meter från Nielsen Audience Measurement som används i tv-panelen. Mätartekniken klarar av att hantera både UNITAM ljudmatchning och vattenstämplar för identifiering av kanaler.

Gyllene Regler

samlade definitioner och regler för hantering av tittardata och beräkning av tittarsiffror. För att tittarsiffror ur ett system ska utgöra officiell valuta, det vill säga beräknas på ett korrekt sätt, måste de vara framställda enligt officiella räkneregler. För alla användare av tittarsiffror är det av stor vikt att de siffror som redovisas ur olika system har samma värde. Det utgör förutsättningen för kampanjuppföljning och leveranskontroll. Reglerna skapar ordning och reda för köpare och säljare av tv-reklam.

gästtittande

gäster i MMS panelhushåll registrerar sitt tittande i People Meter-systemet. De registrerar också kön och ålder och informationen tas sedan med i beräkningen av tittarsiffrorna. Gästtittandet kan vara ett viktigt bidrag till det totala tittandet under vissa tider på året som till exempel under jul och vid stora sportevenemang.

H

hushållsmätare

set meters, första typen av elektroniska tv-mätare, dock aldrig använd i Sverige, fungerar som People Meter-mätare med undantaget att det inte går att följa det individuella tv-tittandet utan bara att tv:n är påslagen i hushållet

hushållstäckning

den andel av hushållen som har tillgång till ett specifikt medium

HUT

household using television, anger den totala andelen hushåll som har tv:n påslagen

I

impact

styrka eller genomslagskraft i ett budskap

impression

är i MMS sammanhang ett mått som anger hur många gånger en reklam har visats online

infomercial

berättande, informativ och ofta längre typ av tv-reklam

in banner streaming

interaktiv banner som innehåller videoklipp som kan spelas upp automatiskt i bannern eller expandera och spelas upp vid en mouseover

in stream-annonsering

reklam integrerad med materialet, där inga pop-up annonser eller overlays förekommer utan endast pre-, mid- och postrolls

interstitial annons

en typ av webbannons som ligger ovanpå webbsidan i ett separat lager. Annonser ges så mycket utrymme att den tydligt dominerar eller täcker skärmen helt. Den här annonsformen är ofta utrustad med en tidsgräns vilket gör att den stängs ned efter ett visst antal sekunder. Användaren har även möjligheten att på egen hand klicka bort annonsen innan tiden har löpt ut.

IOS

Apples operativsystem för mobila enheter

IP

Intervjuperson, även kallad respondent, är den person som intervjuas i en undersökning

IP-adress

unik adress som vissa elektroniska apparater använder för att identifiera och kommunicera med varandra inom ett datornätverk

IP-TV

internet protocol television, även kallat bredbands-tv och är distribution av tv via bredband. Fungerar på ett liknande sätt som för kabel-tv, men med den skillnaden att användaren behöver en så kallad IP-tv-box för att ta emot kanalerna. Genom IP-tv är det möjligt att använda tjänster som video on demand (VOD).

J

JIC

joint industry committee, en icke vinstdrivande, oberoende organisation där nyckelaktörerna i branschen är delägare. Vanligtvis består ägarna av annonsörer, mediebyråer och medier. MMS är ett exempel på en JIC.

K

kampanj

med en kampanj avser en aktör att påverka och influera människors beteende och tankesätt, under en tidsbegränsad period. I mediasammanhang pratar man ofta om reklamkampanjer, vilket är ett företags sätt att via olika reklammetoder försöka skapa en image av företaget och eller att övertyga en potentiell kund att köpa en produkt.

kampanjuppföljning

analys som görs i syfte att bedöma effekten av en kampanj

kanalpenetration

det antal personer som kan se en viss tv-kanal. Man skiljer mellan teknisk penetration och medveten penetration. Teknisk penetration är det antal personer som har möjlighet att ta emot en viss kanal, men som inte nödvändigtvis är medvetna om det. Medveten penetration är det antal personer som känner till att de har tillgång till en viss kanal.

kanalpenetrationsmätning

görs av MMS för att kartlägga den medvetna penetrationen. Den genomförs via telefon, där respondenten får svara på vilka tv-kanaler som den har tillgång till. På detta sätt kan man fastställa varje tv-kanals möjliga räckvidd.

kanalsponsorskap

kallas det när kanalgrafiken har blivit sponsrad och producerats unikt för kanalsponsorn. Tv-kanalerna är skyldiga enligt lag att ha ett kanalgrafiskt element före och efter varje reklambreak för att markera var redaktionell respektive kommersiell tid börjar och slutar.

klassificering

MMS klassificerar både program och reklam efter genre i tre nivåer enligt en fastställd mall.

KO-data

konsoliderade data innebär att data är insamlad och färdigbearbetad i en undersökning. I tv-tittarsammanhang är KO-data den officiella valutan som MMS redovisar när konsolideringsperioden är slut och allt tittande fångats upp. Konsolideringsperioden för tv och onlinevideo är densamma; livedagen eller dagen programmet lagts ut på internet samt de efterföljande sju dagarna.

kommersiell tv

tv-kanaler vars verksamhet finansieras av reklamintäkter och eller avgifter från tv-tittarna

koncession

tillstånd att sända kommersiell radio och tv i ett visst geografiskt område

konfidensintervall

mått på tillförlitlighet i en undersökning. Anger hur stor del av skattningarna som håller sig inom ett givet intervall.

konsumtionsdag

den dag inom konsolideringsperioden då tittandet på programmet sker, oavsett om det är linjärt eller tidsförskjutet

kontaktkostnad

kostnaden för en reklamkampanj dividerat med antalet kontakter. Se även CPT och CPM.

kontrollvariabel

se diskriminant

korrelationsanalys

förklarar samvariation mellan två eller flera variabler. Resultaten av samvariansen redovisas ofta i matrisform, till exempel kan det vara hur tv-konsumtion korrelerar med familjesituation eller hur inkomst samvarierar med utbildning.

kvalitetskontroller av tv-mätningar

utöver kvalitetsundersökningar, som görs två gånger per år, utför Nielsen dagliga och regelbundna kvalitetskontroller för att uppmärksamma om

- någon i ett panelhushåll har tittat på en okänd tv-kanal eller om ingen är inloggad
- en tittare har loggat in på flera tv-apparater under samma tidsperiod
- en mätare kopplats bort
- ny utrustning installerats

L

linjärt tv-tittande

sker enligt tv-tablåns utformning, där sändningen startar och slutar en viss given tid. Tittandet sker i sändningsögonblicket.

livedag

första sändningsdagen för ett program, en reklamspot eller tidsslot

live streaming

webcasting, netcasting, används för direktsändning av rörlig bild online. Användaren kan inte styra när filmen börjar sändas, till skillnad från on demand.

livetittande

det tittande som äger rum i sändningsögonblicket

long format

videoklipp med lång speltid

long tail

uttryck som avser att beskriva formen på kurvan för utbud och efterfrågan. Long tail-kurvor förekommer när de bästsäljande titlarna är få i antal och har hög försäljning, medan resterande titlar är höga i antal och har låg försäljning. De sistnämnda är de som bildar "svansen" i long tail-kurvan.

läsplatta

mobil elektronisk läsenhet som är speciellt skapad för läsning av digitala böcker

M

marknadssegmentering

indelning av målgrupper i olika undergrupper utifrån särskiljande men sinsemellan gemensamma egenskaper, till exempel demografiska, psykografiska, eller beteendemässiga egenskaper

marknät

nät av tv-master som sänder tv. Sverige hade ett analogt marknät fram till och med september 2007 men gick sedan över till ett helt digitalt marknät.

medelvärde

det aritmetiska medelvärdet beräknas genom att man summerar det numeriska värdet av ett antal observationer och dividerar summan med det totala antalet observationer

mediemix

eller marknadsföringsmix, beskriver en blandning av olika medier och format som väljs för att nå ut med ett varumärke till en målgrupp

medianvärde

värdet på mittobservationen om man tänker sig att observationerna är ordnade i storleksordning

mediaspelare

elektronisk apparat som kan spela upp flera typer av media. Det finns både stationära och portabla mediaspelare.

mediebrus

beskriver dagens medielandskap i vilket ökningen av mängden innehåll och antalet medieplattformar, det så kallade bruset, gör att avsändaren kan ha svårare att nå fram till mottagaren

mediekonvergens

uppstår när flera medier samverkar genom att komma allt närmare varandra. Exempel på konvergens är att medieinnehåll ofta sprids via flera plattformar.

MEF

minsta effektiva frekvens, lägsta antalet exponeringar av ett reklamslag eller en kampanj för att ge effekt hos individerna i en målgrupp. Ofta används sett minst tre gånger som MEF vid tv-planering.

metadata

data eller information som beskriver ett data. I MMS kan det kan vara till exempel information om programtitlar såsom exempelvis namn och genre. Det kan också vara ett produktnamn som beskriver innehållet i en reklamfilm.

mid-roll

en reklam som visas en bit in i ett videoklipp eller program som spelas upp online

MMS Certifiering

genomgång av externa analysverktyg som använder People Meter-data i syfte att kontrollera att programvaran uppfyller de krav på beräkningsalgoritmer som fastställts av MMS. Godkända verktyg får en MMS-certifiering.

MMS Kvalitetsundersökning

coincidental survey, undersökning som genomförs av MMS två gånger per år och syftar till att uppdatera demografiska variabler samt studera panelriktighet, det vill säga hur väl panelmedlemmar registrerar sig när de börjar titta och hur väl de sköter utloggningen när de slutar titta. Samtliga hushåll i MMS tittarpanel rings upp vid dessa undersökningstillfällen för att ta reda på om panelhushållet har någon tv påslagen och om någon i hushållet tittar på tv just då. Det faktiska tittandet jämförs sedan med det registrerade tittandet och ett procenttal för panelriktigheten räknas ut.

MMS-månad

består alltid av minst fyra eller max fem veckor och börjar alltid på en måndag och slutar en söndag

MMS-år

består av hela veckor och börjar alltid på en måndag och slutar en söndag. Det innebär att ett MMS-år kan bestå av fler eller färre än 365 dagar.

multitasking

syftar på användningen av flera medieplattformar samtidigt

målgrupp

definierad grupp individer som är intressanta som mottagare av ett mediebudskap eller en grupp individer med ett visst beteende i en undersökning

N

netcasting

se livestreaming

nettoräckvidd

antalet unika individer som nås av ett mediebudskap. Under en undersökningsperiod räknas en tv-tittare endast en gång, nettoräckvidden ökar därmed enbart när en ny tv-tittare tillkommer.

Nielsen

Nielsen Audience Measurement, internationellt undersökningsföretag inom mediebranschen med fokus på tv-tittarmätningar. MMS har givit Nielsen i uppdrag att hantera panelen och samla in data från People Meter mätarna. Nielsen mäter och rapporterar på MMS uppdrag även konsumtion av onlinevideo.

nischkanal

tv-kanal vars innehåll består av ett eller ett par ämnen eller genrer, alternativt riktar sig till en viss målgrupp

O

OBS-värde

förkortning av observationsvärde, avser hur många personer som observerat en annons eller kampanj och kan mätas utifrån antingen erinran eller igenkänning

omnibusundersökning

marknadsundersökning där flera kunder delar på kostnaderna och ställer separata frågor i undersökningen

onlinevideo

definieras som "rörlig bild" (ej bildspel) och streamas via webbläsare eller appar. Begreppet onlinevideo rymmer format som längre program, klipp och reklam.

onlinevideo-mätning

avser mätning av konsumtion av rörlig bild online. Kan redovisas både på övergripande nivå, totalt för en kanal och site, eller på detaljnivå på program, klipp eller reklam.

ORPI

officiellt rådata på individnivå. MMS förser sina kunder med rådata som kan laddas i egna analysverktyg. Se även People Meter-rådata.

OSU

obundet slumpmässigt urval, alla inom den population som valts att undersökas ska i ett OSU ha lika stor möjlighet att bli tillfrågade som intervjupersoner. Urvalet dras från en definierad population.

OTS

opportunity to see, antalet gånger en individ har haft möjlighet att se ett reklambudskap. OTS uttrycks ofta som genomsnittligt antal exponeringar för ett reklambudskap eller en kampanj, kan även kallas snittfrekvens.

OTT

over the top, avser leverans av innehåll och tjänster utanför en infrastruktur som inte är kontrollerad av internet- eller innehållsleverantören

out of home viewing

OOH viewing, tv-tittande som sker på en annan plats än i hemmet

OV

overnights, preliminärt tittardata som redovisas dagen efter livesändning och innehåller livetittande samt VOSDAL, vilket är tidsförskjutet tittande som äger rum inom samma dygn som livesändningen

overlay

annonsformat som erbjuder en lösning med halvgenomskinliga overlays med reklam som visas samtidigt som ett webbklipp eller program visas. En bit in visas ytterligare en klickbar "overlay banner".

P

pagerank

en algoritm för att mäta relativt informationsvärde på webbsidor

panelbalans

begrepp som används för att säkerställa att panelen är välbalanserad, det vill säga sammansatt enligt kraven för en panel. Panelmatrisen kontrolleras noggrant så att antalet installerade hushåll i varje cell ligger inom respektive toleransgräns. Om antalet hushåll skulle ligga under gränsen i någon cell rekryteras omedelbart nya hushåll som tillhör den cellen, för att återställa balansen. När antalet hushåll ligger över gränsen avslutas istället medlemskapet för vissa av hushållen som tillhör den cellen. Panelmatrisen kontrolleras dagligen för att garantera att den vid alla tidpunkter är så representativ som möjligt utifrån tv-universum.

paneldag

referensdag för räckvidd och frekvens

panelmatris

MMS panelmatris består av 36 celler och har tagits fram genom statistiska analyser där man säkerställt vilka variabler som samvarierar med tv-tittandet. Fyra variabler har visat sig betyda mest; familjesituation, utbildningsnivå, tittarkonsumtion och ålder.

panelriktighet

beskriver hur väl panelmedlemmar registrerar sitt påbörjade och avslutade tv-tittande

penetration

andel som har tillgång till något, till exempel en tv-kanal

People Meter-mätningar

tv-tittandet mäts med hjälp av elektroniska mätare i en tittarpanel. Panelhushåll rekryteras utifrån en fastställd panelmatris som representerar den svenska tv-befolkningen. Panelhushållen har en mätare kopplad till varje nätansluten tv med tillhörande kringutrustning. Varje familjemedlem har en egen knapp på mätarens fjärrkontroll som används för in- och utloggning. Mätaren använder sig av ljudmatchning för att fastställa vilken kanal panelindividen tittar på. Tittandet registreras och mäts på sekundnivå och redovisas på minutnivå. Data samlas in och MMS kunder förser med tittardata på individnivå, närmast efterföljande vardag efter sändning.

People Meter-rådata

datafiler som innehåller egenskaper för alla panelmedlemmar och deras tv-tittande. För varje panelindivid finns den dagliga vikten; det antal personer som individen representerar i sin målgrupp i befolkningen, ålder, målgruppsstillhörighet, kön och kategoritillhörighet för övriga vägda målgrupper. Därutöver finns information om huruvida tittaren är ordinarie panelmedlem eller gäst. Tittandet per individ redovisas med tv-kanal, den exakta tidpunkten då tittandet påbörjades, tittandets längd i minuter och vilken tv-apparat som användes.

persistent cookie

beständig cookie är en liten textfil som, till skillnad mot session cookie, lagras på användarens hårddisk under en lång tid eller tills dess att den raderas av användaren, alternativt av servern som skapade cookien. En beständig cookie kan uppdateras av webbservern när besökaren återkommer till webbplatsen. Beständiga cookies finns för att webbservern ska känna igen återkommande besökare så att webbservern kan personanpassa webbsidorna baserat på information från tidigare besök.

personalisering

en process för att anpassa en produkt till den enskilde användarens behov

PIB

position in break, anger var i ett reklamavbrott en reklam är placerad. De första och sista reklamspotarna får oftast fler tittare eftersom tittandet ofta sjunker under reklamavbrottet.

pitch

upphandling av tjänster hos reklam- eller mediebyrå när flera byråer konkurrerar om samma uppdrag

polling

benämning för insamling av tittardata

population

befolkning eller den grupp av individer som omfattas i en undersökning

post-roll

reklamspot online som visas efter ett program eller klipp

PPC

pay per click, betalningsmodell där en annonsör betalar per klick på sin annons

PPV

pay per view, intäktsmodell där tittaren betalar för att få tillgång till rörligt material, till exempel ett specifikt tv-program

pre-roll

reklamspot online som visas innan valt program eller klipp börjar spelas upp

prime time

den tid på dygnet som en tv-publik förväntas vara störst, vanligtvis mellan kl.19.00-23.00

primära kontrollvariabler

korrektheten i People Meter-panelens hushåll i förhållande till verkligheten kontrolleras med hjälp av variablerna utbildning, tittarkonsumtion, familjesituation och ålder. Se även diskriminant och sekundära kontrollvariabler.

privacy

behandling av personuppgifter med integritetspolicy

produktplacering

strategiskt placerade produkter i reklamsyfte i till exempel tv-program och filmer

programlogg

skickas från tv-kanal till MMS och innehåller programtitlar, med start- och sluttider, som sänts under ett tv-dygn. Tittardata tillsammans med informationen från programloggen möjliggör analys på programnivå.

programmatic

en automatiserad handel med annonsutrymme online

programräckvidd

andel i procent som tittat på ett program minst en sammanhängande minut

progressiv streaming

även kallat progressiv nedladdning, innebär att användaren kan börja titta på en film innan den är nedladdad i sin helhet. Användaren kan spela den del av filmen som har laddats ned vid en angiven tidpunkt, men kan inte hoppa framåt till de delar som ännu inte har laddats ner. Exempel på progressiv streaming är Youtube.

public service

Radio och TV i allmänhetens tjänst. På uppdrag av svenska staten tillhandahåller public service-bolagen ett utbud av radio och tv. Utbudet ska vara rikstäckande, politiskt och kommersiellt oberoende, av hög kvalitet och ska engagera alla samhällsgrupper.

publikmått

beskriver typen av ett mått, bygger på panelens konsumtion och innehåller även tillsammanstittande sedan 2022-09-26. Ett exempel är Rating indiv (tidigare kallad Rating). Jämför med tekniska mått.

PUT

people using television, begrepp som avser det totala tv-tittandet, det vill säga det genomsnittliga antalet tittare för en bestämd tidsperiod. Oftast uttrycks PUT-nivån i procent av alla personer inom en grupp, till exempel en målgrupp som har tillgång till en viss tv-kanal. PUT kan också beräknas som andel, i tusental eller som genomsnittlig tittartid.

preview

förhandstitt eller förhandsvisning av ett program online. Preview kan också avse en förhandsvisning av data för att möjliggöra analyser.

PVOD

piracy video on demand, material som användaren olagligt laddat ned eller streamat utan att betala för innehållet

PVR

personal video recorder, apparat med en hårddisk för lagring av data i vilken inkommande direktsänd tv kan lagras och sedan spelas upp med fördröjning eller tittas på i efterhand

R

rating

tittarsiffra, anger hur många individer som har tittat på ett visst program eller under en viss tidsperiod, och beräknas som det genomsnittliga antalet tittare under programmets eller periodens längd. Rating kan uttryckas både i absoluta tal och i procent och är ett publikmått.

RBS

run by station, innebär att en tv-kanal själv hanterar placeringen av reklamslag. En annonsör köper ett förutbestämt antal kontakter i en särskild målgrupp och tv-kanalen garanterar att GRP/TRP-målet uppnås under kampanjen.

reach

se räckvidd

referensbibliotek

de tv-kanaler som mäts av MMS ingår i ett referensbibliotek där ljudet från tv-kanalen spelas in och lagras som ljudsignaturer. Dessa kan sedan användas för att identifiera vilken kanal ett hushåll har tittat på vid en viss tidpunkt, genom att ljudsignaturerna som lagras på hushållets People Meter matchas mot de inspelade signaturerna i referensbiblioteket.

referensbandad kanal

tv-kanal vars ljud spelas in och som ingår i referensbiblioteket som används för identifiering av vilken tv-kanal en tittare konsumerat ett innehåll

refererat tittande

beskriver ett tittande på en tv-kanal som är referensbandad

reklamfilm

spot, reklamspot, i kommersiella tv-kanaler visas vanligast mellan två program under ett så kallat reklamavbrott. Under en timme får en tv-kanal visa högst 12 minuter reklam och varje avbrott får inte vara kortare än en minut.

reklamerinran

ett mått som används för effektmätning av reklam. Mäter i vilken mån en intervjuperson minns specifika annonser och kampanjer. Vid spontan erinran kan intervjupersonen återge annonsen eller kampanjen utan någon hjälp. Vid hjälpt erinran minns intervjupersonen först efter att ha fått viss hjälp med till exempel ett produktområde eller märke.

reklamkakan

begrepp som beskriver reklammarknadens storlek och indelning, enligt IRM Institutet för reklam- och mediestatistik

reliabilitet

beskriver hur tillförlitligt och noggrant en mätning genomförs. En hög reliabilitet innebär en liten andel slumpmässiga mätfel.

retargeting

begrepp inom marknadsföring online och innebär att det annonseras specifikt till personer som varit inne på en webbsida utan att ha köpt något. När individerna sedan går in på andra webbplatser kommer reklam att visas från den tidigare besökta webbsidan.

returkanal

kommunikationsväg för att sända information tillbaka till den ursprungliga sändaren. En returkanal kopplad till digital-tv-teknik möjliggör interaktiva tjänster mellan tv-tittare och innehållsleverantör.

ROI

return on investment, avkastning på investerat kapital

ROMI

return on market investment, utfallet av marknadsföringen i relation till marknadsinvesteringen

RP

respondent, person i en undersökning som svarar på frågor. Kan även kallas IP, intervjuperson.

RPD

return path data, insamlade data som oftast används i egna system. Exempel på det är datatrafik från en internetoperatör, där leverantören har möjlighet att på en detaljerad nivå se konsumtion av innehåll.

RTB

real time bidding, ett sätt att köpa och sälja annonser i realtid. Annonssplatser läggs ut på en annonsbörss där den högstbjudande annonsören får tillgång till utrymmet för sitt material.

räckvidd tv

det antal tv-tittare som har sett ett specificerat minsta antal sammanhängande minuter under en tidsperiod, eller en viss procent av programtid. Sen 2022 är MMS standard för räckvidd på tv att man ska ha sett minst 1 minut på ett program, en dag eller vecka. Varje tittare medräknas bara en gång. Räckvidd kan uttryckas som ett absolut tal eller som ett procenttal.

räckvidd onlinevideo

beräkning av antal unika individer som tittat på ett specifikt program, klipp eller site är att man ska ha sett minst 15 sekunder sammanhängande alternativt 50% av innehållets längd. För reklam är standarden 5 sekunder sammanhängande eller 50% av reklamfilmens längd. Räckvidd kan uttryckas som ett absolut tal eller som ett procenttal.

räckvidd och frekvens

avser i reklamsammanhang andelen personer i målgruppen som sett reklamen och hur många gånger de har sett den. Det gäller förutom reklam även för program och dagdelar. Se även ackumulerad räckvidd och nettoräckvidd.

Rörliga Bilder

MMS undersökning och rapport som kartlägger den svenska befolkningens konsumtion av rörlig bild

S

SDK

software development kit, en samling datascript från en leverantör

second screen

ett uttryck som beskriver beteendet då en tv-tittare samtidigt som den tittar på ett tv-program använder en andra medieplattform och till exempel kommunicerar kring programmet på sociala medier eller besöker andra webbsidor.

sekundära kontrollvariabler

i MMS tv-panel utgör de sekundära kontrollvariablerna de individbaserade faktorerna kön, ålder, familjesammansättning och urbaniseringsgrad. Det innebär att man i andra hand, efter de primära kontrollvariablerna, strävar efter att få panelen i balans utifrån ovan nämnda kategorier. De sekundära kontrollvariablerna ställs mot förhållandena i verkligheten och på detta sätt kontrolleras att panelen är korrekt sammansatt. Se även diskriminant och primära kontrollvariabler.

session cookie

tillfällig cookie i motsats till persistent cookie. En liten textfil som lagras på användarens hårddisk under ett besök på en webbplats och raderas efter en viss tid. Den kan till exempel innehålla data från inloggningen på en lösenordskyddad webbplats, så att användaren kan växla mellan sidor på webbplatsen utan att behöva skriva in namn och lösenord på nytt.

share

se tittartidsandel

sidvisning

mått som anger besöksvolymen på en webbsida. Summan av det totala antalet visade webbsidor, det vill säga öppnade sidor i en webbläsare på siten under en viss tidsperiod. Ska inte förväxlas med besök eller träffar.

siffregenerator

beräkningsmotor för bearbetning av People Meter-data som installeras i analysverktyg

simulcast

betyder att samma innehåll sänds på flera tv-kanaler och medieplattformar samtidigt

singel source

avser en mätmetod där mätningen görs på samma individ över flera plattformar eller medier, vilket möjliggör att säkerställa netto- eller oduplicerad räckvidd för till exempel en reklamkampanj.

skyscraper

fast bannerplats vid sidan om filmytan i en spelare eller på en webbplats

slot

tiden mellan två klockslag. En slot kan i MMS-sammanhang vara som längst 24 timmar och som kortast 1 minut, och infalla någon gång mellan kl. 02.00- 25.59.

smartphone

mobilttelefon med avancerat operativsystem, pekskärm, applikationer och möjlighet för användaren att vara uppkopplad mot internet

smart-tv

samlingsbegrepp för tv-apparater som interagerar med internet vid hämtning av information

SOM

share of mind, anger hur stor plats ett varumärke lyckas få i konsumentens medvetande. Detta mäts ofta genom spontan eller hjälpt erinran. Med begreppet avses att kartlägga attityder och preferenser till ett varumärke i förhållande till konkurrenter.

SOV

share of voice, andel av den totala marknadskommunikationen, det vill säga en annonsörs andel av de totala mätbara och redovisade reklaminvesteringarna i en viss bransch eller i ett visst media, under en given tidsperiod

specifics

annonsör eller mediebyrå bestämmer var ett reklamslag ska sändas för att på ett optimalt sätt nå en målgrupp. Detta leder ofta till en annan kostnad än RBS. Till skillnad från RBS garanteras inte antalet kontakter vid denna typ av köp.

spot

eller reklamspot, den vanligaste formen av reklamfilm i tv, radio eller på internet

spotlogg

skickas till MMS från tv-kanal och är en lista med varje reklamspot, spons och trailer som sänts under ett tv-dygn. I loggen redovisas filmkod, produkt, annonsör, mediebyrå och start och sluttider, för varje sänd reklamfilm. Med hjälp av den här informationen är det möjligt att göra analyser och kampanjuppföljningar på reklamnivå.

standard för Onlinevideo

MMS har tillsammans med några av Sveriges största aktörer inom onlinevideo tagit fram en standard för mätning av tittande på rörlig bild online. MMS bidrar till att utveckla mätningen av mediet så att det ska finnas jämförbara mätetal för annonsörer och mediebyråer.

standardavvikelse

är det mest använda spridningsmättet och avser hur mycket de olika värdena i en population avviker från medelvärdet

starter

med en start avses en dataström som skickas från en spelare till en mottagare. Share Starts och Sum Starts är officiella mått som MMS redovisar vid mätning av program och klipp online.

stickiness

term för att beskriva ett tv-programs förmåga att hålla kvar tittare genom hela programmet, även under reklamavbrottet. Används också i internetsammanhang när man vill beskriva hur väl webbsidor lyckas behålla sina besökare.

streaming

innebär att användaren tittar på en video på sin dator eller mobiltelefon samtidigt som videon överförs, bild för bild, via internet. Streaming används både för uppspelning av lagrade filer på webbplatser och för att se på direktsända evenemang via internet.

strippad tv-tablå

ett begrepp för en tablå som till exempel visar en tv-serie upprepade dagar i följd och vid en och samma tidpunkt

summa tid

eller Sum Time Viewed hrs och Avg Time Viewed min, är officiella mått som MMS redovisar vid mätning av program och klipp online. Det anger den sammanräknade tittartiden som alla starter genererat. Varje tittarpass bidrar till den ackumulerade tiden. En och samma webbläsare kan bidra med flera tittarpass på samma program eller klipp.

Sveriges Annonörer

svensk intresseorganisation för företag som investerar i reklam och annan marknadskommunikation. Sveriges Annonörer har som mål att hjälpa de svenska reklaminvesterarna att uppnå bästa möjliga effekt på sina investeringar i marknadskommunikation. Sveriges Annonörer är delägare i MMS.

Sveriges Mediebyråer

förening som har till syfte att tillgodose mediebyråernas intressen och har som uppgift att främja mediebyråbranschens utveckling på ett konkurrensneutralt sätt vad gäller kompetens, affärsmöjligheter, identitet och etik. Sveriges Mediebyråer är delägare i MMS.

SVOD

subscription video on demand, abonnemangsbaserad on demand-tjänst där kunden har obegränsad tillgång till tjänstens utbud och betalar en fast abonnemangsavgift för detta

T

TAM

television audience measurement, tv-publikmätning

tagg

en kod som implementeras på en webbsida i syfte att mäta dess trafik. När någon besöker en webbsida med en tagg skickas information via taggen till en mätdator som står hos en tredje part, vanligtvis ett mätbolag.

tekniska mått

beskriver typen av ett mått, bygger på censusmätningen och innehåller inte tillsammanstittande. Exempel på ett tekniskt mått är Sum Impressions, som är antalet tekniska starter per reklamfilm under vald tidsperiod.

time-shift tittande

tittande på tv-innehåll som tidsförskjutits och tittas på i efterhand

time spent

den tid som en besökare tillbringar på en webbsida

titelkod

unik kod för en programtitel, en slags nyckel som gör det möjligt att följa en programtitels visning oavsett var den har visats

tittarkomponenter

L - livetittande som sker i sändningsögonblicket

T0/VOSDAL- viewed on same day as live, tidsförskjutet tittande som sker under samma tv-dygn som livedagen

T1 - tittande som tillkommer dagen efter livedagen

T2 - tittande som tillkommer andra dagen... o.s.v. till och med T7

tittarpanel

MMS tittarpanel är uppbyggd och kontrollerad att representera alla tv-hushåll i Sverige

tittarsiffra

se rating

tittartid

mått som i minuter berättar hur lång tid totalt det tittats på tv eller på en specifik kanal

tittartid per tittare

viewing time per viewer, faktiska tittares tittartid, i motsats till möjliga tittare

tittartidsandel

share of viewing, andel av den totala tittartiden som under en given tidsperiod tillfaller ett visst program eller kanal. Share uttrycks alltid som en procentsats. Oavsett hur många som totalt ser på tv blir summan av andelarna alltid 100 % eftersom man bara tar hänsyn till de som ser på tv just för tillfället.

topplista online

analysverktyg i topplistaformat med starter för program och klipp som visas online, utvecklat av MMS och introducerat 2011. Topplista online finns tillgängligt på mmsdata.se och i verktyget kan man göra analyser utifrån till exempel kanal, period och starter.

top and tail

reklamslag för en produkt eller annonsör och som placeras först respektive sist i ett reklamavbrott

top of mind

det varumärke eller den produkt som en individ först kommer att tänka på när den tillfrågas om en viss produktkategori

totalvideo

en mätning där tittardata från onlinevideo och tv sammanställs och presenteras på förutbestämda likvärdiga villkor

totalundersökning

kallas även censusmätning och innebär att hela populationen omfattas

tracking

återkommande undersökning eller mätning som gör det möjligt att analysera utveckling över tid

trafikmätning

mätmetod som används på internet för att se hur mycket trafik en site genererar. Genom cookies urskiljs hur många datorer som webbsidan besökts ifrån, det är alltså antalet webbläsare som mäts och inte antalet personer som besökt sidan.

trailer

i tv-sammanhang är en trailer en reklamfilm för ett tv-program eller en tv-kanal och består oftast av intresseväckande sekvenser med syfte att locka tittare

TRP

target rating point, summan av all rating, bruttoräckvidd, för en kampanj i en viss målgrupp och inte hela publiken som vid GRP. Varje ratingpoint är en procent av den specificerade målgruppen. TRP är en försvenskning av GRP-uttrycket och används sällan internationellt, där talar man om GRP i målgruppen.

Tv Check

företag som spelar in tv-sänd reklam i Sverige och som skickar jämförelseunderlag till MMS för reklamrelaterade kvalitetskontroller

tv-dygn

MMS tv-dygn avser tiden under intervallet kl. 02.00.00-25.59.59

TVE

tv everywhere, avser att tv-utbudet inte bara är tillgängligt på en tv-apparat utan även finns att tillgå online, on demand, i mobilen eller surfplattan

TVOD

transactional video on demand, online-videotjänst där betalning sker per film eller tv-serie, en form av pay-per-view

tv-tittare

för att räknas med som tv-tittare under en minut ska man ha sett på en tv-sändning, på en kanal på en tv-apparat, minst 15 sammanhängande sekunder av den aktuella minuten. Om en person har tittat på flera kanaler under minuten tillfaller tittandet den kanal som personen tittat längst på. Om tittaren under samma minut har sett lika lång tid på flera kanaler, tillfaller tittandet den kanal som har det fortsatta tittandet minuten därefter.

tv-tittarmätning

sen 1993 har tv-mätningar genomförts elektroniskt i Sverige med People Meter-mätare.

Mätdataleverantören Nielsen Audience Measurement står för fältarbete och datainsamling, och MMS äger all information kring tv-tittandet. People Meter-systemet bygger på att medlemmarna i en tittarpanel, som är representativ för den svenska tv-befolkningen, rapporterar om sitt tv-tittande via elektroniska tv-mätare. I förhållande till andra undersökningsmetoder som telefonintervjuer och enkäter, är People Meter-metoden mer säker, snabb och kostnadseffektiv. I de rapporterade hushållen finns en mätare, kopplad till varje tv och dess kringutrustning, som lagrar hushållsmedlemmarnas tittande. Med en särskild fjärrkontroll

registrerar sig varje tittare som befinner sig i ett rum där det finns en påslagen tv. Tittaren påminns om registrering både via en display på mätaren samt genom ett röstmeddelande. Kvalitetskontroller av registrerat tittande genomförs regelbundet och vid avvikelser kontaktas hushållet. För att börja räknas som tittare ska man ha sett 15 sammanhängande sekunder på en tv-kanal. Om man zappar mellan olika kanaler kommer tittandet att tillräknas den kanal som har störst andel av tittandet under den aktuella minuten.

TVR

se rating

typ

i filmkodssammanhang, siffran efter prefixet i en filmkod, anger vilken typ av reklamfilm det är.

1 – en spot, den vanligaste formen av reklamfilm

2, 3 och 4 – spons

5 – trailer

6 – ident & blips, en typ av spons i form av kanalgrafik

U

UGC

user generated content, användargenererat material som laddas upp på internet.

unika besökare

eg. unika webbläsare, användare som under en specifik mätperiod besöker en webbplats. Måttet används ofta som ett tecken på en webbsidas popularitet och kan användas vid prissättning på eventuella annonsplatser på siden. Antalet unika besökare på en site beräknas med hjälp av antingen cookies, sessions-ID eller IP-nummer. Det vedertagna har dock kommit att bli att använda cookies som standard för att räkna ut antalet unika besökare.

universumtal

eller bastal, tas fram genom MMS basundersökning och redovisar befolkningens storlek för olika målgrupper i tv-universum

urvalsfel

uppstår endast i urvalsundersökningar och inte i totalundersökningar. Urvalsfelen är den avvikelse som finns mellan värdet i skattningen från urvalsundersökningen och det värde som en totalundersökning ger.

urvalsundersökning

undersökning som baseras på ett representativt urval av den totala populationen

V

validitet

mått på hur väl man mäter det man vill mäta, med andra ord hur väl syfte och resultat stämmer överens. En hög validitet innebär en hög frånvaro av systematiska mätfel.

veckoräckvidd

den andel i procent som sett minst en sammanhängande minut under en vecka. Kan redovisas per kanal eller på totalnivå, det vill säga allt tv-tittande på alla kanaler inräknat.

viktning

vägning av data, för att komma till rätta med över- respektive underrepresentation förekommer vägning i många statistiska undersökningar. I People Meter-panelen vägs data på olika kategorier, både på hushålls- och individnivå. Om man i en undersökning avser intervju 500 kvinnor och 500 män och man får kontakt med 475 kvinnor och 525 män, säger man att man väger resultaten så att varje kvinna svarar för 500/475, det vill säga 1,05 kvinna och varje man svarar för 500/525, det vill säga 0,95 man. Viktning kallas även för poststratifiering.

viral marknadsföring

marknadsföringsmetod som grundar sig på att ett budskap, en tjänst eller produkt är så intresseväckande att de individer som exponeras för den har en stor benägenhet att sprida det vidare till sin bekantskapskrets. Även kallad buzz-metoden, word of mouth-metoden eller virusmarknadsföring.

virtual meter

mätare utan hårdvara som kan användas vid vissa typer av panelmätningar. För att kunna följa en användares tittande på onlinevideo laddas en mjukvara ner på användarens dator. Mätaren mäter både live- och timeshift-tittande.

VOD

video on demand, tjänst som möjliggör för användare att se videomaterial i streamad eller nedladdad form. VOD-tjänster kan vara gratis eller betalningsbaserade.

VOSDAL

viewed on the same day as live, tidsförskjutet tittande som sker samma dag som livesändningen

VR

virtual reality, är en datorgenererad skenvärld, en plats där en användare upplever sig vara och agera

W

webbisodes

avser episoder eller avsnitt av en programserie som är exklusiv för online

webb-klipp

klipp som visas online

webbläsarbaserad site-centric mätning

mätmetod med taggning av webbsidor, där visningen av sidor i webbläsaren loggas

webb-program

programnehåll som visas online

webcasting

se livestreaming

word of mouse

positiv spridning av ett varumärkes tjänst eller produkt genom att människor till exempel skriver positivt om det i digitala forum, sprider länkar eller filmklipp som gagnar varumärket

word of mouth

marknadsföring, i form av en positiv spridning av ett varumärkes tjänst eller en produkt genom att nöjda kunder berättar vidare om det till andra. Se även viral marknadsföring.

Å

återläggning

dag eller tidpunkt som får tillskott i efterhand, då en tittare ser på inspelat eller tidsförskjutet material