

16.02.2016 – 15:03 Uhr

BARC India kommt digitalen Messverfahren einen Schritt näher: Ausschreibung folgt in Kürze

Mumbai (ots/PRNewswire) -

Die Broadcast Audience Research Council (BARC) India veröffentlichte im Dezember vergangenen Jahres ein Auskunftersuchen (Request for Information, RFI) in Bezug auf digitale Messverfahren und ist mit dieser Anfrage bei 11 führenden Anbietern aus aller Welt auf überwältigende Resonanz gestoßen.

(Logo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20150828/10129285>)

Folgende Unternehmen reagierten auf die RFI-Anfrage: Kantar Media, IMRB and ComScore, Nielsen, MediaMetrie, Gracenote, Informate, GFK, Accenture, EY, eywa Media, Gemius und Verto Analytics.

Um den Prozess zu beschleunigen und digitale Messverfahren sowie entsprechende Dienste noch in diesem Jahr einzuführen, wird BARC India in Kürze auf eine Ausschreibung (Request for Proposal, RFP) setzen. Der für dieses Vorhaben ausgewählte Partner wird in wenigen Monaten bekannt gegeben. Damit ist BARC India einer Erfassung von Publikumszahlen, die über den TV-Bereich hinausgeht, einen weiteren Schritt näher gekommen.

BARC India beabsichtigt mit diesem Vorstoß in den Bereich der digitalen Messverfahren, fortan sämtliche Publikumszahlen auf Geräten und Plattformen aller Art ohne jegliche Duplizierung zu erfassen. Darüber hinaus werden die gemeinsamen Impressionen aus Programmen oder Anzeigen in einem Single Source Panel gemessen - und zwar völlig unabhängig davon, wo und wie der Inhalt bzw. die Anzeige abgerufen wird.

Sobald das Vorhaben Gestalt annimmt, wird BARC India der erste Anbieter von Messverfahren zur Ermittlung von TV- und digitalen Zuschauerzahlen der Welt sein. In diesem Rahmen wird BARC India auch über 50 Prozent der Medienausgaben im TV- und Digitalbereich abdecken.

Um den Dienst besonders robust und präzise zu gestalten, wird BARC India fortan Partnerschaften mit Publishern und Content-Erstellern in Erwägung ziehen.

"Viele Inhalte werden heutzutage speziell für die Online-Nutzung erstellt. All diese Impressionen lassen sich zahlenmäßig jedoch nicht belegen. Mit unseren digitalen Messverfahren möchten wir Content-Erstellern und Plattformbetreibern Einblicke in das Konsumverhalten der Zuschauer bieten. Wir sind mit der verzeichneten Resonanz von Anbietern aus aller Welt überaus zufrieden", so BARC India-CEO Partho Dasgupta.

Weitere Anfragen richten Sie bitte an:

Herr Partho Dasgupta CEO, BARC India
partho.dasgupta@barcindia.co.in +91-2249226611

Frau Seema Singh Sr. Manager - PR und Kommunikation
seema.singh@barcindia.co.in +91-9702333354

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057878/100784044> abgerufen werden.