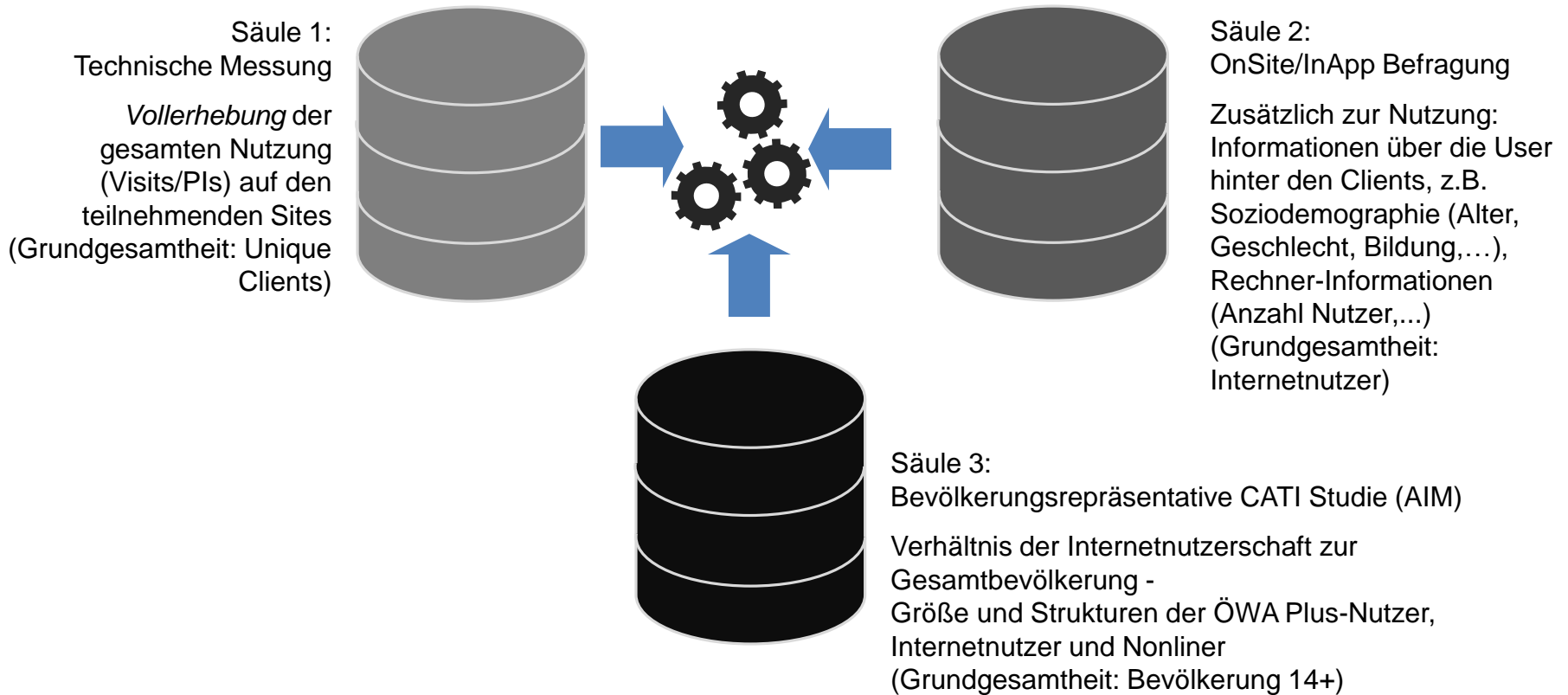




## Methodenbeschreibung

- Das Drei-Säulen-Modell
- Auswahl und Bereinigung der Unique Clients
- Vom Unique Client zum Unique User
- Gewichtung
- Was ÖWA Plus alles kann

## Die Basis-Säulen und ihre Funktion im ÖWA Plus Modell

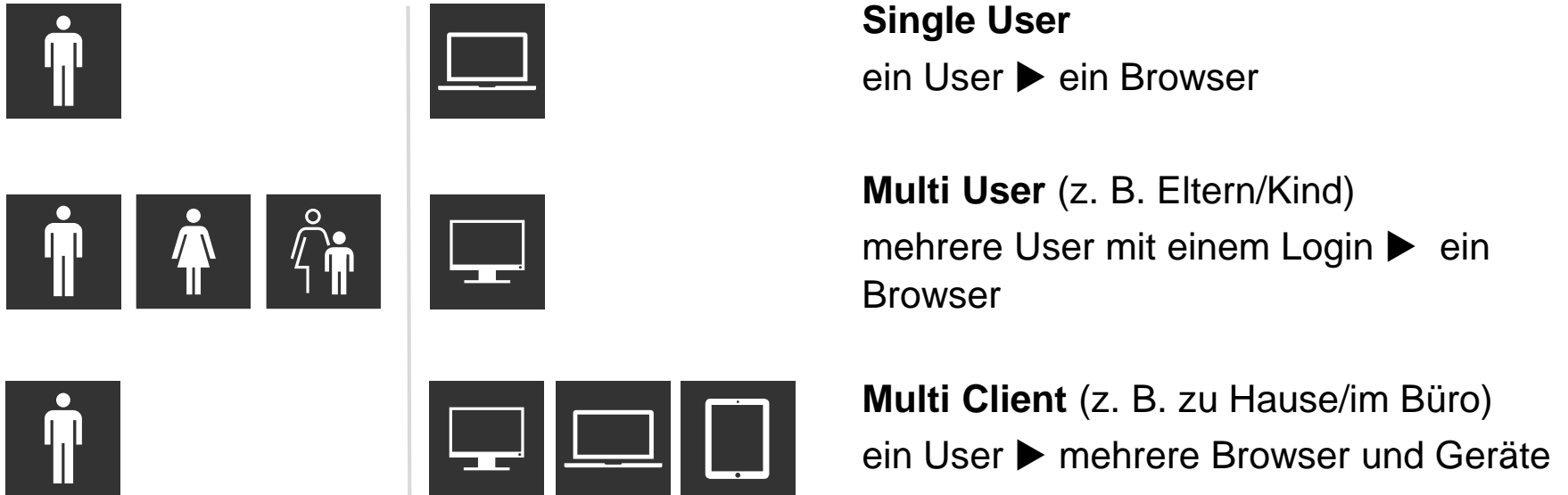


- Im UCDW (Unique Client Data Warehouse), der ersten Säule, werden für die teilnehmenden Sites alle Bewegungsdaten erfasst. Insgesamt wird aus diesem Universum eine Stichprobe von etwa 400.000 Web-Clients gezogen, die das ÖWA Qualifikationskriterium erfüllen.
- Die Ziehung der Web-Clients erfolgt dabei unter Berücksichtigung der Altersstruktur der Clients in einer mittleren Stunde. Die Altersanpassung wirkt der Überrepräsentierung kurzfristiger Clients mit minimalen Nutzungsdaten entgegen.
- Das ÖWA-Kriterium besagt, dass ein Client im Beobachtungszeitraum an zwei verschiedenen Tagen mit einem zeitlichen Abstand von mindestens 12h und höchstens 35 Tagen aufgetreten sein muss. Dieses Kriterium wurde analog zum AGOF-Modell gewählt. Es sorgt durch die Vermeidung von starker Fragmentierung der Clients für eine stabilere Stichprobe.

- Aus dem UCDW wird außerdem eine Zufallsstichprobe von 200.000 App-Clients, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums mindestens ein teilnehmendes Angebot nutzen, gezogen. Aufgrund der höheren Stabilität von App-Clients ist keine Altersanpassung notwendig.
- Zusätzlich wird die Gruppe der Clients mit Befragungsdaten betrachtet, die per Ziehungsvorschrift das ÖWA-Kriterium erfüllen.
- Nach Zusammenführung der befragten und nicht-befragten Clients erfolgt eine Bereinigung der Bewegungsdaten nach verschiedenen Kriterien, die auf nicht-trennbare Clients mit sehr vielen Usern hindeuten (z.B. zu große Zahl an PIs in zu kurzem Zeitraum durch einen Proxy usw.).
- Zusätzlich wird eine weitere Stichprobe von Clients mit Kontakt zum QDS (Questionnaire Dispatching System) als Basis für die modellhafte Aufteilung in mobile (Smartphone) und stationäre (Desktop/Laptop/Mac/Tablet) Clients verwendet.

- Die ÖWA Plus ist repräsentativ für Internetnutzer (User) ab 14 Jahren mit Hauptwohnsitz in Österreich.
- Im UCDW (Säule 1) werden auch Seitenzugriffe von Personen unter 14 Jahren und aus dem Ausland erfasst. Aus der Stichprobe wird daher die Nutzung von unter 14-Jährigen und die Nutzung von „Ausländern“ entfernt.
  - Für die Befragten (Säule 2) liegen diese Informationen vor, für die nicht-befragten Fälle werden sie anhand ihres Nutzungsverhaltens geschätzt.
  - Zur Identifikation der Nutzung aus dem Ausland wird neben der Befragung eine regionale Aufschlüsselung der IP-Adressen (GeoResolving) verwendet.
- Durch die Bereinigung um Nutzung von Kindern und aus dem Ausland verringern sich die Unique Clients um etwa 20%.

PCs bzw. Browser (Unique Clients) sind keine Menschen, sondern werden von Menschen genutzt.



## Single User

ein User ► ein Browser

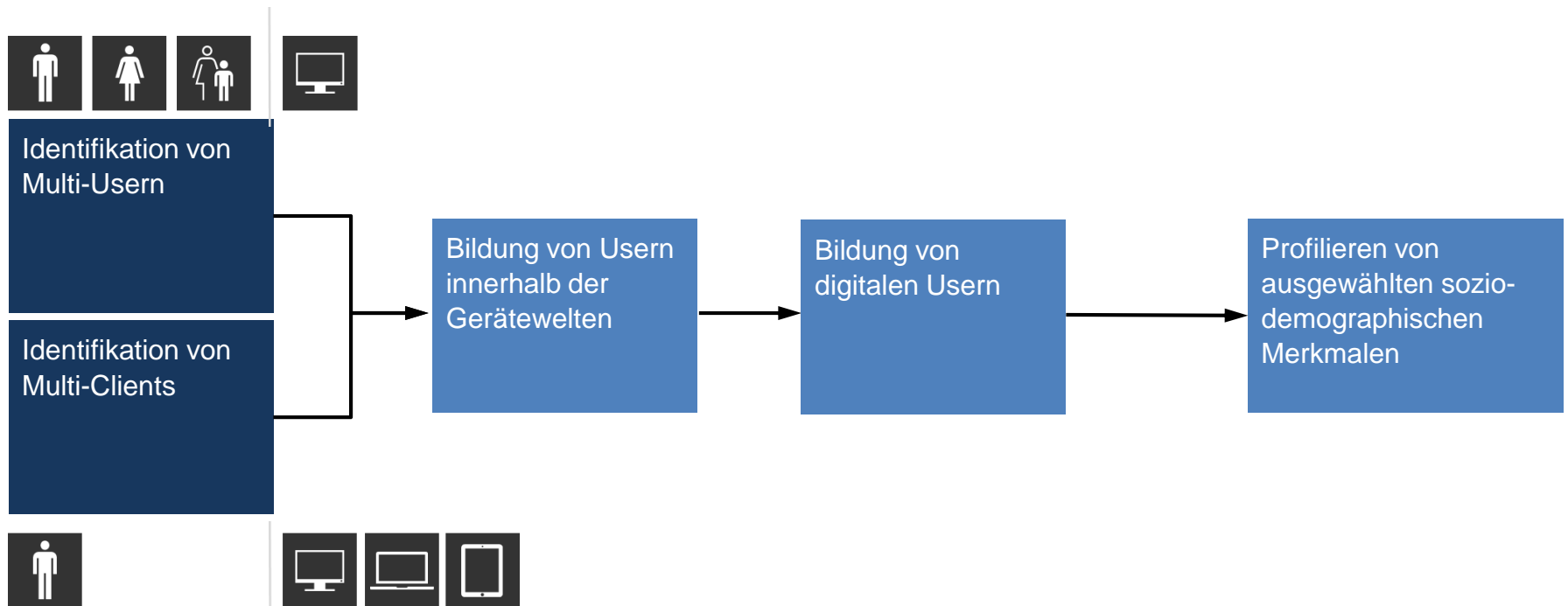
## Multi User (z. B. Eltern/Kind)

mehrere User mit einem Login ► ein Browser

## Multi Client (z. B. zu Hause/im Büro)

ein User ► mehrere Browser und Geräte

Natürlich gibt es auch Kombinationen aus Multi User und Multi Client.





## Identifikation von Multi-Usern

- Ableitung des MU-Status aus der Onsite-Befragung.
- Ableitung eines Modells zur Bestimmung des MU-Status auf Basis der Nutzungsvariablen.
- Übertragung des Modells auf unbekannte Fälle.
- Clusterung der Nutzungsvorgänge von Multi Usern in einzelne User mit getrennten Nutzungsdaten.

**Beispiel (vereinfacht):** ein als Multi-User identifizierter Client hat folgende Nutzung:

- Morgens und abends werden regionale Zeitungsseiten, Seiten für Fitness und Gesundheit sowie Wetter-Seiten genutzt.
- Nachmittags werden Webseiten für Jugendliche genutzt.

Der Client wird in zwei einzelne User aufgespalten.

Multi-User Clients werden für stationäre Clients ermittelt.

## Identifikation von Multi-Clients

**Schritt 1:** Berechnung von Alter, Geschlecht, Bundesland, Beruf ja/nein und Geräteausstattung pro Client, da die User dann innerhalb von Gruppen, die durch diese Variablen gebildet werden, zusammen geführt werden.

- Berechnung von Vorgaben auf Basis der bevölkerungsrepräsentativen CATI-Studie und unter Berücksichtigung eines durchschnittlichen Clients-pro-User-Wertes in den jeweiligen Kategorien.
- Ableitung eines Modells für die jeweils interessierenden Variable mittels Data-Mining Verfahren.

### **Beispiel:**

Nutzen Männer im Durchschnitt mehr Browser als Frauen, so werden in diesem Schritt proportional mehr männliche als weibliche Clients geschätzt.

Dieser Schritt wird für Desktop/Laptop-Clients und Smartphone-Clients durchgeführt.

## Identifikation von Multi-Clients

**Schritt 2:** Berechnung der notwendigen Menge an Clients in den Gruppen 1 Browser, 2 Browser, 3 Browser und 4 und mehr Browser (Desktop) bzw. 1 Browser und 2 Browser (Smartphone).

- Ableitung des MC-Status aus der Onsite-Befragung.
- Ableitung eines Modells zur Bestimmung des MC-Status auf Basis der Nutzungsvariablen.
- Übertragung des Modells auf unbekannte Fälle.

---

Dieser Schritt wird für Desktop/Laptop-Clients und Smartphone-Clients durchgeführt.

---

## Bildung von Usern innerhalb von Gerätewelten

- Zusammenführung der Nutzung mehrerer Clients zur gemeinsamen Nutzung eines Users.
- Clients werden innerhalb von Gruppen, die aus Alter, Geschlecht, Bundesländer, Beruf ja/nein, Gerät und MC-Status gebildet werden, zusammengeführt.
- Insgesamt sind dies über 700 Gruppen.
- Aus Onsite-Multi-User-Clients werden diejenigen Sessions genommen, die zu dem gebildeten User mit der Onsite-Befragung gehören.

### **Ergebnis:**

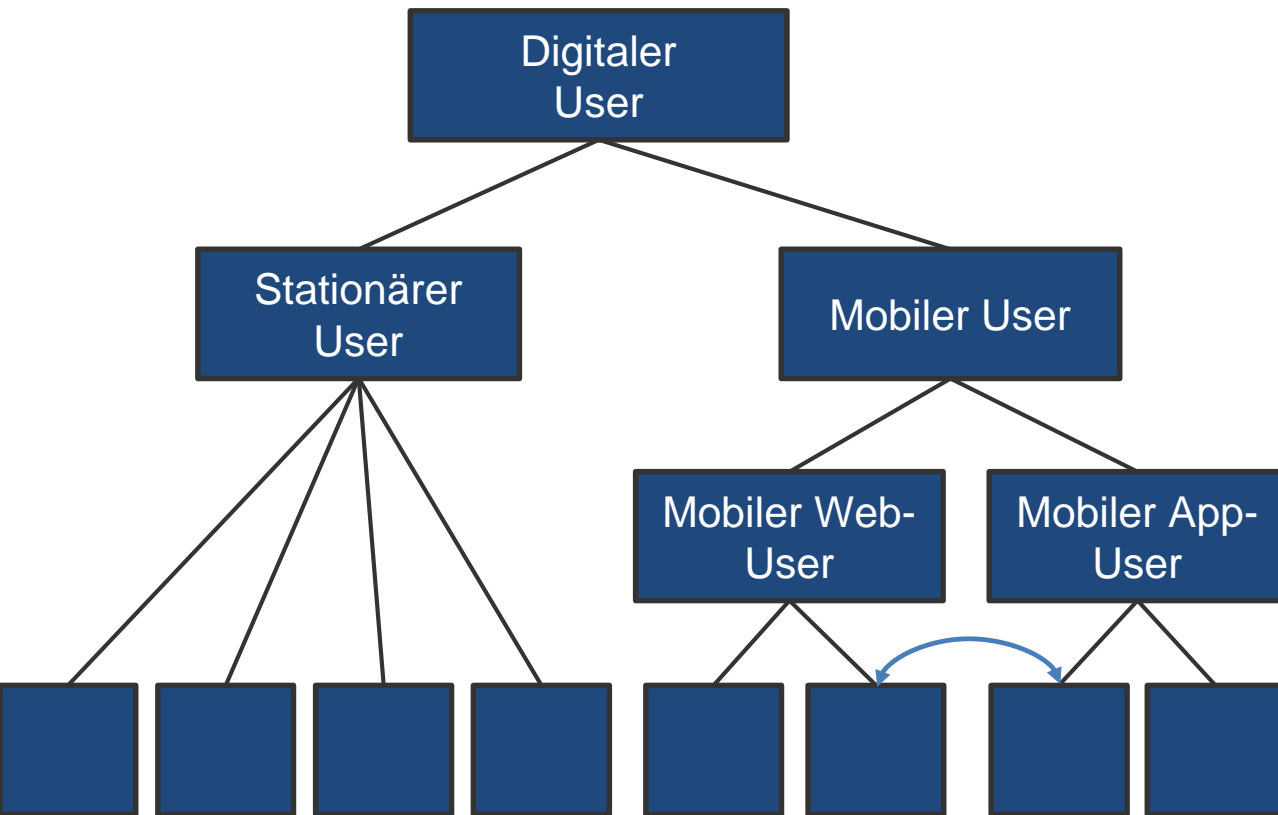
Datensatz mit Usern für jeden Gerätetyp, von denen ein Teil weitere Informationen aus der Onsite-Befragung hat.

## Bildung von digitalen Usern

- Zusammenführung der Nutzung mehrerer User aus den verschiedenen Geräte-Welten zur gemeinsamen Nutzung eines digitalen Users.
- Gerätespezifische User werden innerhalb von Gruppen, die aus Alter, Geschlecht, Bundesland, Beruf ja/nein und Gerät gebildet werden, zusammengeführt.
- “Onsite-User”: der gebildete User enthält einen Onsite befragten Client.
- “Random-User”: der gebildete User enthält keinen Onsite befragten Client.
- Aus Onsite-Multi-User-Clients werden diejenigen Sessions genommen, die zu dem gebildeten User mit der Onsite-Befragung gehören.

### **Ergebnis:**

Datensatz mit digitalen Usern, von denen ein Teil weitere Informationen aus der Onsite-Befragung hat.



Digitale User bestehen aus stationären und mobilen Usern. Mobile User bestehen ihrerseits aus mobilen Web- und mobilen App-Usern.

Jedem User wird eine gewisse Anzahl Clients zugeordnet, die sich aus der Zahl genutzter Geräte und Browser ergibt.

Stationäre und (auch) mobile User ergeben sich explizit.

Mit Hilfe der App-Onsite-Befragung werden technische Brücken zwischen App-Clients und Browser-Clients gebildet. Diese fließen ebenfalls in die Modellierung mit ein.

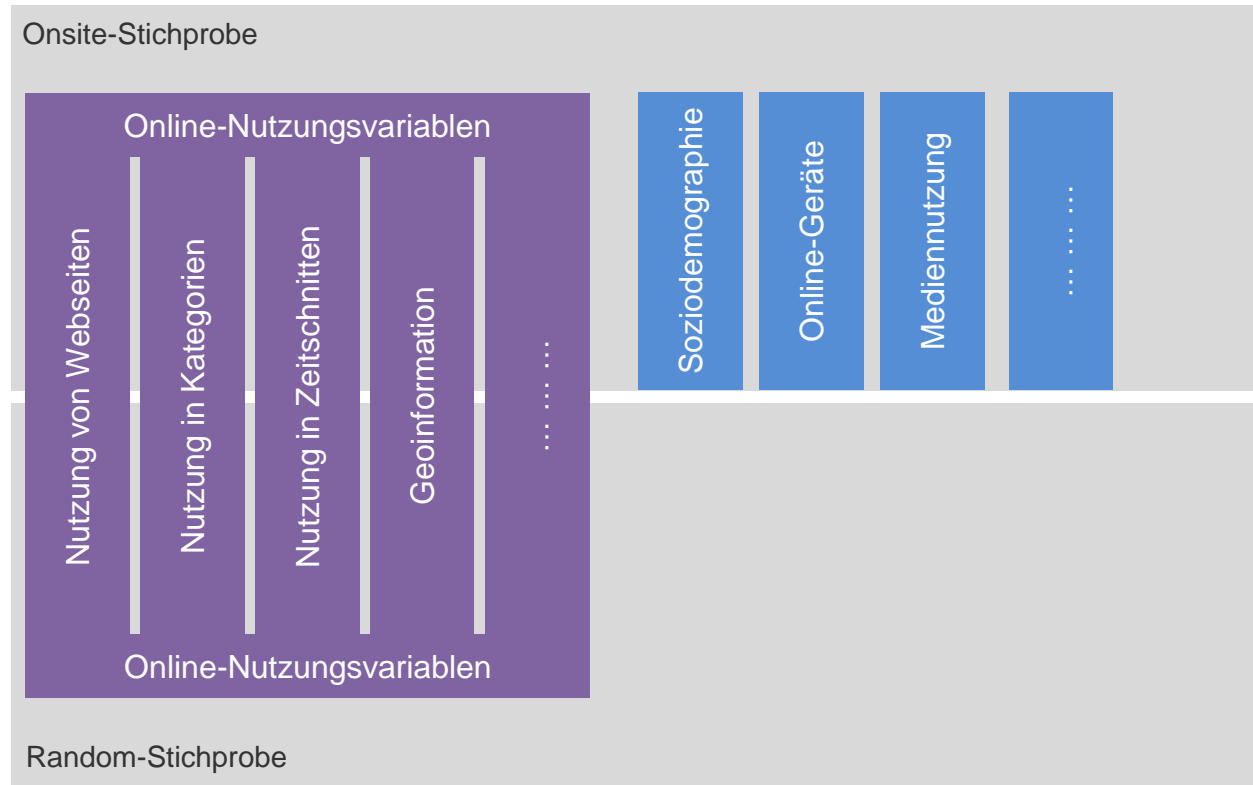
**Maximal** vier stationäre Clients (S), zwei mobile Web-Clients (M) und zwei App-Clients (A)

Mit der Multi-User- und Multi-Client Auflösung ist die Random-Stichprobe von Unique Clients in eine Stichprobe von Unique Usern (= Menschen) umgewandelt worden.

"Profilierung" meint die Anreicherung dieser umgewandelten (=transformierten) Stichprobe aus der technischen Messung (Säule 1) mit den Daten aus der Onsite-Befragung (Säule 2):

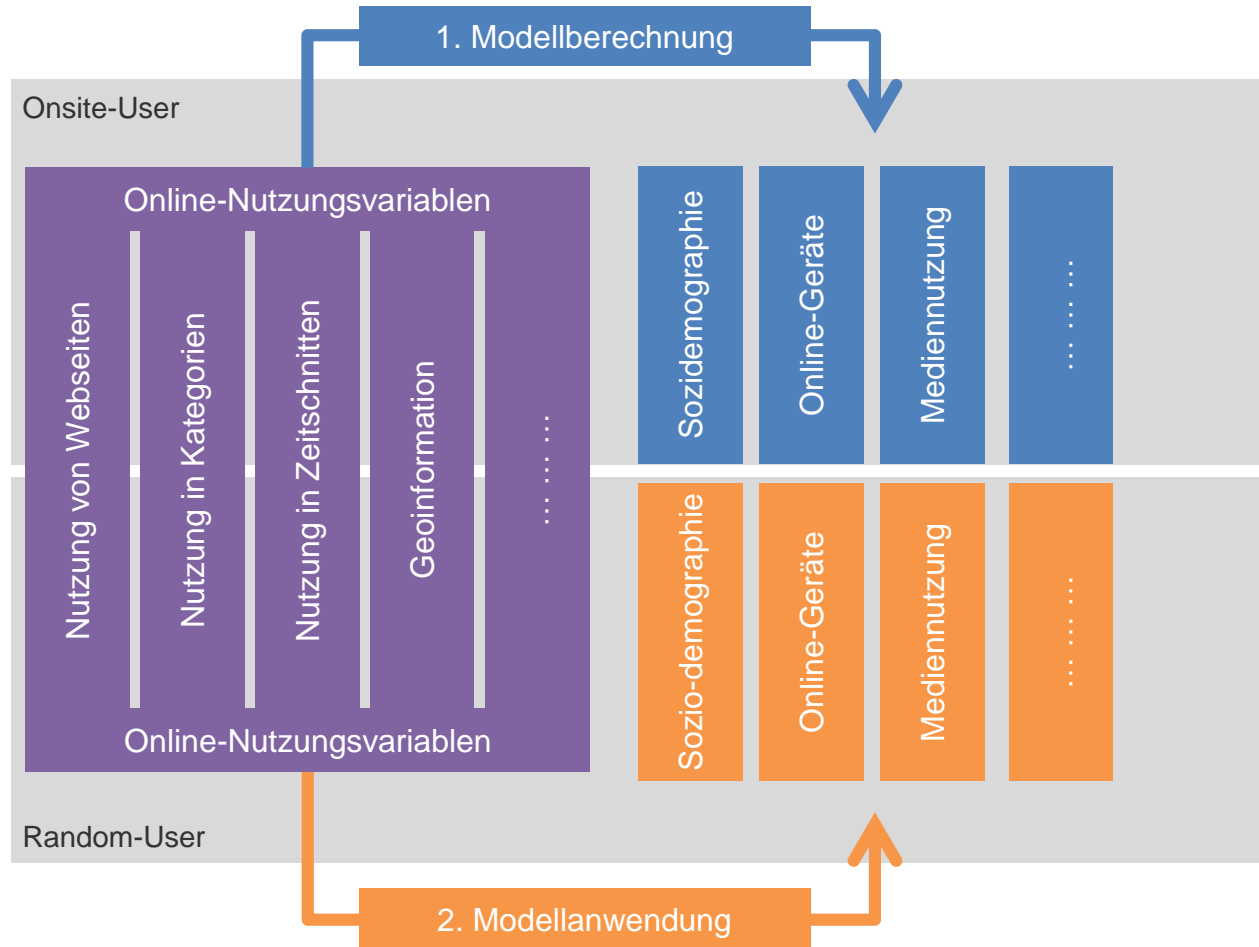
1. Erstellung idealtypischer Userprofile für die Befragten (hier liegen sowohl Daten aus der technischen Messung als auch aus der Befragung vor). Basis hierfür ist eine alters- und bildungsgeschichtete Stichprobe der Befragten Onsites. Diese umfasst gut 60% der inländischen Befragten.
2. Übertragung der soziodemographischen Daten und der Zielgruppenmerkmale der "idealtypischen User" nach dem Identitäts- bzw. Ähnlichkeitsprinzip auf diejenigen User, von denen lediglich das gemessene Internetnutzungsverhalten vorliegt.
3. Ergebnis: Für alle Unique User in der Stichprobe liegen anschließend vollständige Userprofile (Bewegungsdaten) sowie soziodemographische Daten und weitere marketingrelevante Informationen vor.

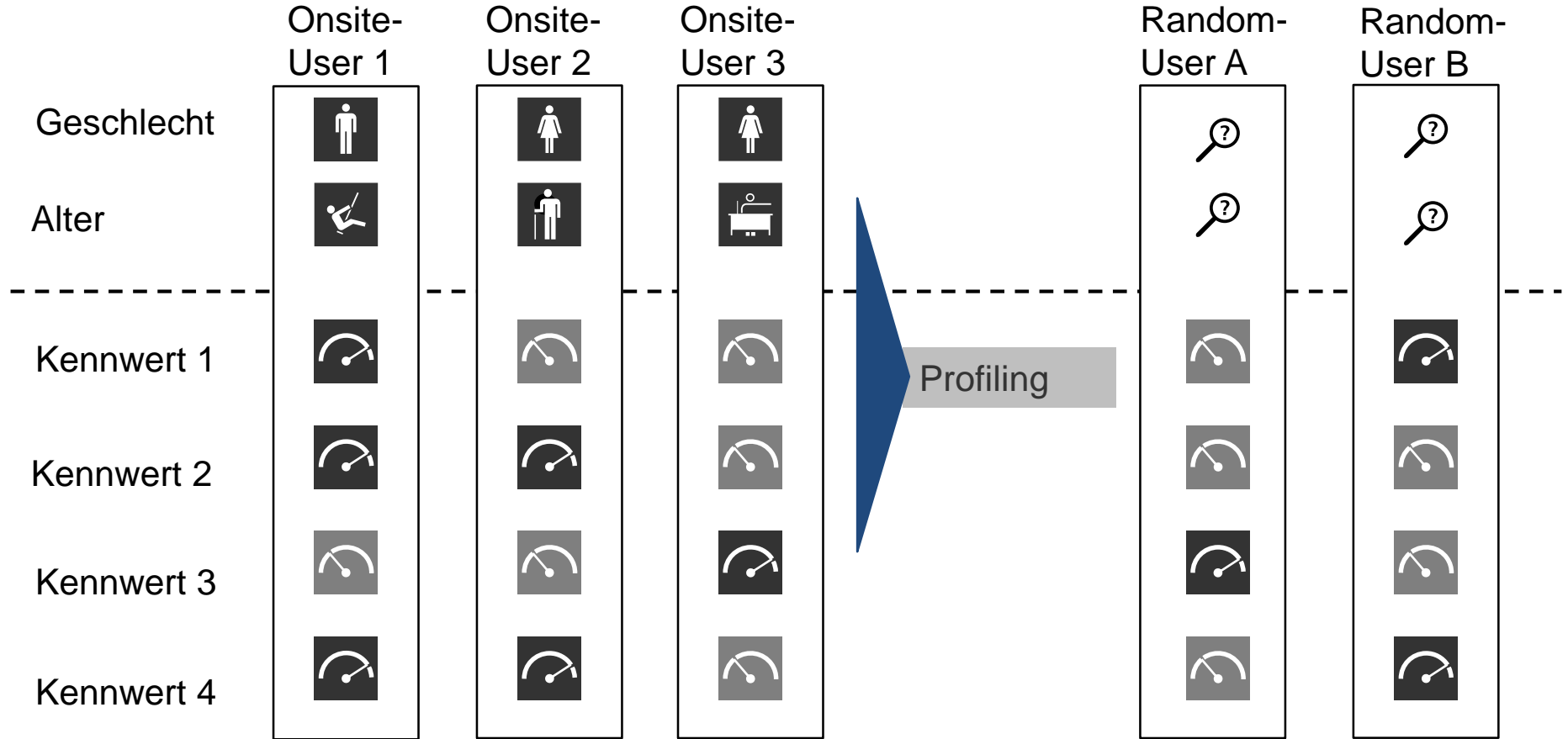
Für einen Teil der Clients mit Nutzungsdaten liegen aus der Onsite-Befragung weitere Informationen vor.

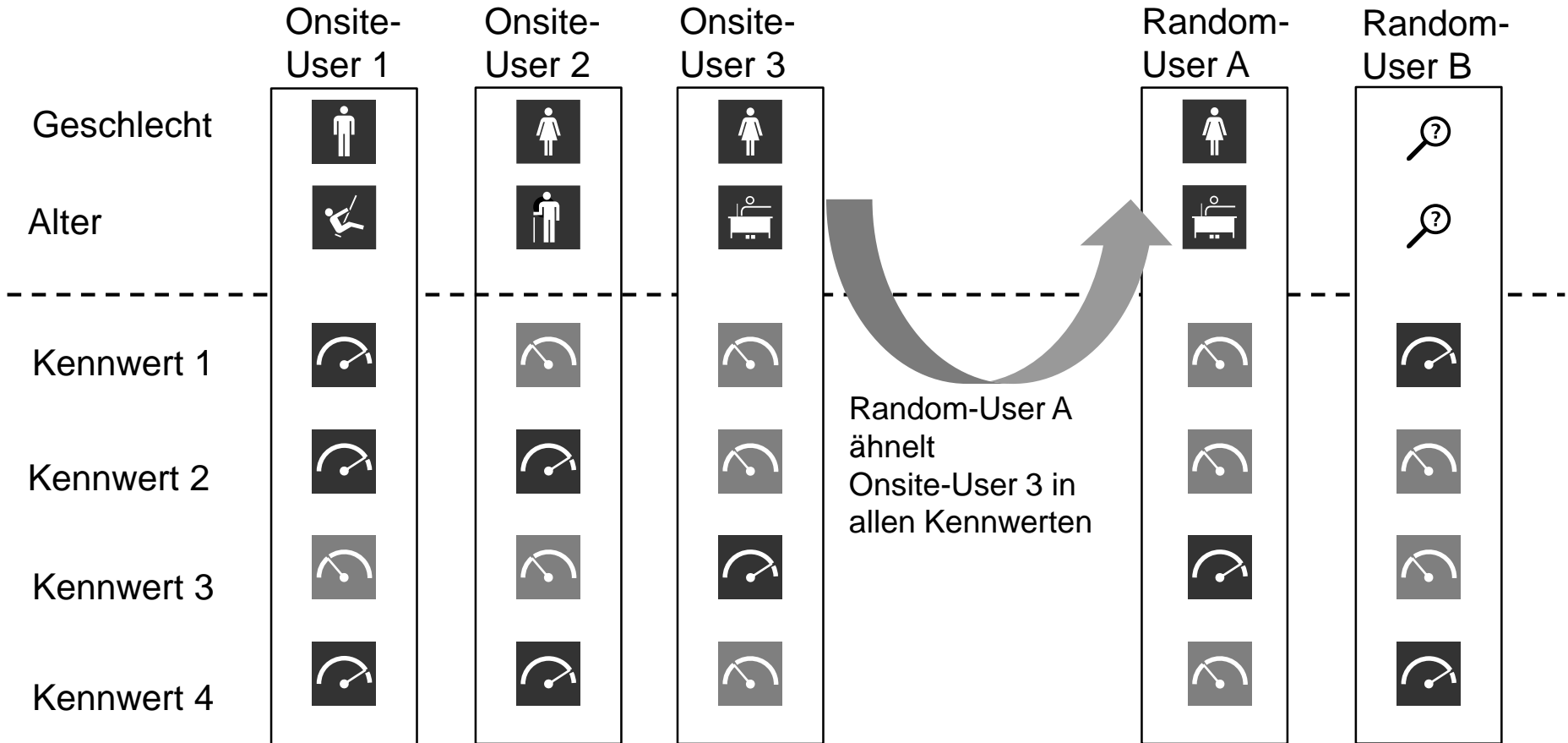


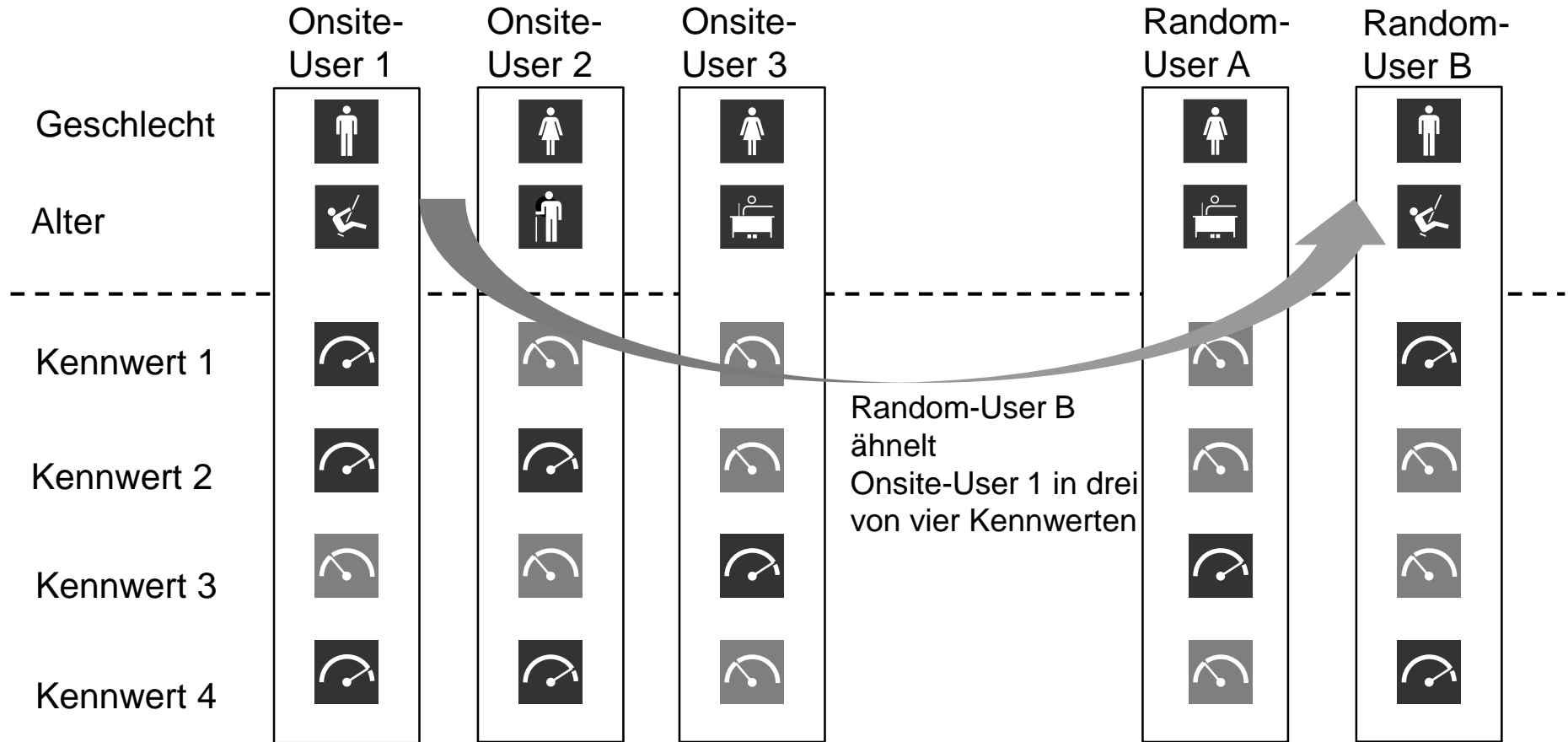


Profilieren von ausgewählten sozio-demographischen Merkmalen





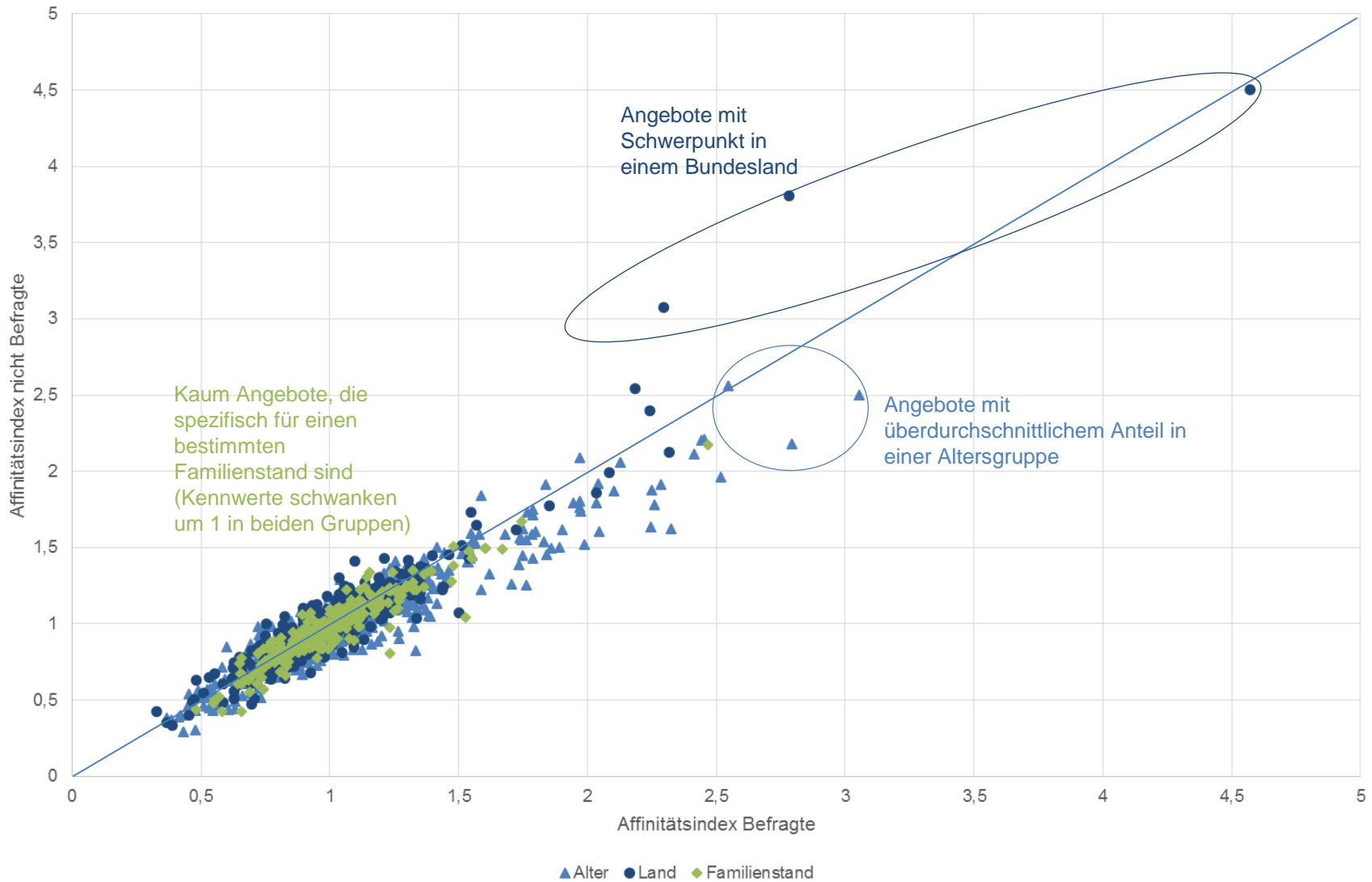




Vorrangige Zielsetzung ist nicht die exakte Identifikation einzelner Fälle, sondern der Strukturert, d.h. die Gleichheit der Affinitäten in den Usern mit bekannter Soziodemographie und den Usern mit profilierter Soziodemographie auf Angeboten.

Vorgehen zur Überprüfung der Strukturen:

- Bestimmung der Anteile in Kategorien der soziodemographischen Variablen, z.B. Männer, 15-20jährige, Wien usw. in Befragten und Nicht-Befragten auf jedem Angebot
- Normierung jeweils mit Wert insgesamt in den bekannten bzw. profilierten Usern
- grafische Darstellung und rechnerische Überprüfung durch Regressionsanalyse der Indizes
- Gütekriterium für Profilierung: Je näher die Steigung der Regressionsgeraden an 1 und je besser die Anpassung an eine Gerade ist, umso besser sind die Strukturen in den profilierten Usern abgebildet.



- Gewichtunggrundlage ist der AIM (Säule 3) und Nutzungsinformationen aus dem UCDW (Vollerhebung der Bewegungsdaten) für alle Einzelangebote.
- Auf Basis der Abfrage einer Auswahl von ÖWA-Plus-Angeboten wird das Universum der ÖWA-Plus-User ermittelt.
- Die ermittelte Soziodemographie und die Anzahl der ÖWA Plus-User laut AIM-Hochrechnung werden für die Gewichtung und Projektion der Daten verwendet.
- Gewichtet wird einerseits nach verschiedenen Soziodemografie-Merkmalen: Geschlecht, Alter, Familienstand, Region, Haushaltsgröße, Haupteinkommensbezieher, Haushaltsführender, Schulbildung und Berufstätigkeit – zum Teil in Kreuzen.
- Der Nutzungstyp „stationär“ und „(auch) mobil“ geht ebenfalls in die Gewichtung ein.
- Daneben gehen in die Gewichtung Vorgaben für die Anzahl der Clients pro Stunde und Einzelangebot nach Monaten ein.

- Die Nutzungs-Vorgaben aus dem UCDW werden in der Gewichtung zum Ausgleich von systematisch unter- oder überrepräsentierten Angeboten verwendet.
- Außerdem wird das Nutzungsniveau der Stichprobe dem des UCDW angenähert.
- Die Stichprobe steht jeweils für alle Unique User des ÖWA Plus Universums gemäß AIM.



- Die in der ÖWA Plus ausgewiesenen PI-Summen sollen möglichst nah an denen der ÖWA Basic liegen. Es werden die PIs bei Zugriffen aus Österreich gemäß GeoResolving abzüglich eines Anteils für die Nutzung unter 14-jähriger verwendet.
- Diese Annäherung gewährleistet die PI-Summen-Justierung.
- Die Justierung wird für alle ausgewiesenen Einheiten (Einzelangebote, Dachangebote, Belegungseinheiten, ...) durchgeführt.
- Die Abbildung der ÖWA Basic Kontakte geschieht für das Quartal, den mittleren Monat, die mittlere Woche und für Tagesschnitte.

Für alle teilnehmenden Angebote und definierten Belegungseinheiten\*:

- Unique User und Page Impressions im Quartal, pro durchschnittlichem Monat und durchschnittlicher Woche.
- Reichweite absolut und in Prozent der Internetnutzer bzw. der Gesamtbevölkerung.
- 20 soziodemographische Variablen in unterschiedlichen Aggregationsstufen und 87 qualifizierende Merkmale.
- Auf Basis der benutzten Endgeräte erfolgt zusätzlich eine Trennung in stationäre und mobile Reichweiten.
- Im Rahmen der mobilen Reichweiten werden seit 2016 auch App-Reichweiten berücksichtigt.

Auf Angebotsebene werden auch Tagesreichweiten für den durchschnittlichen Tag, den durchschnittlichen Werktag und für den durchschnittlichen Wochenendtag veröffentlicht.

\*sofern mindestens 80 Fälle pro Ausweisungseinheit (Angebot, Einzelangebot, BE) und Ausweisungszeitraum zur Verfügung stehen.