

**Studiensteckbrief ÖWA Plus 2014-II**

<b>Name der Studie</b>	ÖWA Plus
<b>Teilnehmer</b>	1000ps.at, aktionsfinder.at, ATV Network, audi4ever.com, austria.com Portale, Austrian Soccer Network, autoscout24.at, bazar.at, Be Viacom Youth- and Entertainment Network, bikeboard Dachangebot, bundesliga.at, car4you.at, Cineplexx Gruppe, compnet.at - Gesamtangebot, derStandard.at Network, docfinder.at, doodle.com, DropKick-SportNetzwerk, e <sup>2</sup> Sportdach Austria, falstaff.at, falter.at - Gesamtangebot, fanreport.com, finanzen.at/.net Gesamtangebot, fitundgesund.at, friendscout24.at, gillout.com, GMX Österreich Gesamt, gofeminin.at, G+J Parenting Media Dachangebot, gutekueche.at, Herold.at Network, Heute.at - Dachangebot, Immobilien.NET Netzwerk, IP Österreich Gesamt, krone.at, kronehit.at, KURIER Online-Medien, landwirt.com, LAOLA1 Netzwerk, ligaportal.at, mamilade.at, Microsoft Advertising - Netzwerk, Moserholding Tirol Netzwerk, news network Dachangebot, NÖN-Gruppe, oeamtc.at, oe24-Netzwerk, ÖÖNachrichten Online Netzwerk, ORF.at Network, Regionalmedien Austria Digital, salzburg24.at, Salzburger Nachrichten - Online Netzwerk, seitenblicke.at, servustv.com, SevenOne Interactive Network, sms.at Netzwerk, styria digital one Dachangebot, scene1.at, tele.at, transfermarkt Dachangebot, tvheute.at, uncut.at, Unijobs Jobwohnen Netzwerk, viennaairport.com, wetter.tv Netzwerk, Wiener Zeitung Gruppe, willhaben.at, Wirtschaftsverlag, Wohnnet.at Network und xing.com
<b>Zielsetzung</b>	Ziel der Studie ist es, die Nutzung des Werbeträgers Internet medienadäquat abzubilden um die Kommunikationsleistung dieses Mediums transparent zu machen. Dazu erfolgt die Erhebung von Reichweiten und Strukturdaten für Angebote und Belegungseinheiten auf Basis der österreichischen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.
<b>Erscheinungsfrequenz</b>	2 x pro Jahr (Erhebung im 2. Quartal und 4. Quartal)
<b>Auftraggeber</b>	Österreichische Webanalyse
<b>Dienstleister</b>	Ebert & Grüntjes GbR HTS Informationssysteme für Marktforschung GmbH Integral Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H. Interrogare GmbH Kantar Media spring gmbH & co. kg TNS Infratest GmbH
<b>Definition Grundgesamtheit</b>	Österreichische Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
<b>Definition Unique User</b>	Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einer ÖWA Plus-Seite mindestens eine (eindeutig einem Unique Client zuordenbare) Page Impression ausgelöst hat.

<b>Erhebungsmethode</b>	Multi-Methodentracking auf Basis einer technischen Messung (Tracking), einer Onsite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
<b>Erhebungszeitraum</b>	ÖWA Plus 2014-II: 01. April 2014 - 30. Juni 2014
<b>Fallzahl</b>	91.638 Fälle
<b>Enthaltene Merkmale</b>	<p>ÖWA Plus liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reichweiten</li> <li>• Kontakte</li> <li>• Soziodemographische Nutzerdaten</li> <li>• Übliches Nutzerverhalten</li> <li>• Interessen, Anschaffungswünsche</li> </ul>
<b>Datenverfügbarkeit</b>	<p>Die Kernergebnisse der ÖWA Plus-Studie liegen in Form einer Präsentation bzw. in Form von Datenblättern als Download unter <a href="http://www.oewaplus.at">www.oewaplus.at</a> vor. Außerdem werden die Daten auch im ÖWA Plus-Handbuch des Medienwirtschaft Verlages publiziert.</p> <p>Ebenfalls unter <a href="http://www.oewaplus.at">www.oewaplus.at</a> gibt es mit dem ÖWA Plus-Zähltool die Möglichkeit, selbst Zählungen im aktuellen Datenbestand der ÖWA Plus durchzuführen.</p> <p>Darüber hinaus steht die ÖWA Plus-Studie im Planungstool Zervice zur Verfügung. ÖWA Plus und Zervice liefern die gängigen Media-Leistungswerte für Online-Kampagnen.</p>