



Ergebnisse der Studie ÖWA Plus 2008-IV

18. März 2009

Mag. Gerlinde Hinterleitner
Mag. Hannes Dünser

- Die **ÖWA** wurde 1998 gegründet und hat sich als unabhängige Kontrolleinrichtung für Online-Medien in Österreich etabliert
- 67 Mitglieder mit 45 Einzelangeboten, 30 Dachangeboten, sieben Vermarktungsgemeinschaften, vier nicht werbetragenden Angeboten und 24 Agenturmitglieder
- Der zunehmende Bedarf an **zielgruppenorientierter Werbung** und **echten Reichweiten** führte zur Pilotstudie von ÖWA Plus im Herbst 2006 bzw. zur Überführung in den Regelbetrieb ab dem 4. Quartal 2007

Vorteile von **ÖWA Plus**:

- **medienadäquate Messung**
- **Multimethodenstudie** statt Single-Source Ansatz
- **Granularität** durch buchbare Belegungseinheiten
- **hohe Qualität** der Studie gewährleistet harte Währung
- **Relevanz** durch hohe Marktabdeckung

Das Drei-Säulenmodell:

1. Technische Messung (Site Centric):
Vollerhebung auf Basis aller Unique Clients

2. OnSite-Befragung: User 14+

- Soziodemografie
- Übliches Nutzerverhalten
- Interessen, Anschaffungswünsche

3. Repräsentative telefonische Befragung (CATI):
Austrian Internet Monitor, Gesamtbevölkerung 14+



Zusammenwirkung der Säulen:

Schritt 1:

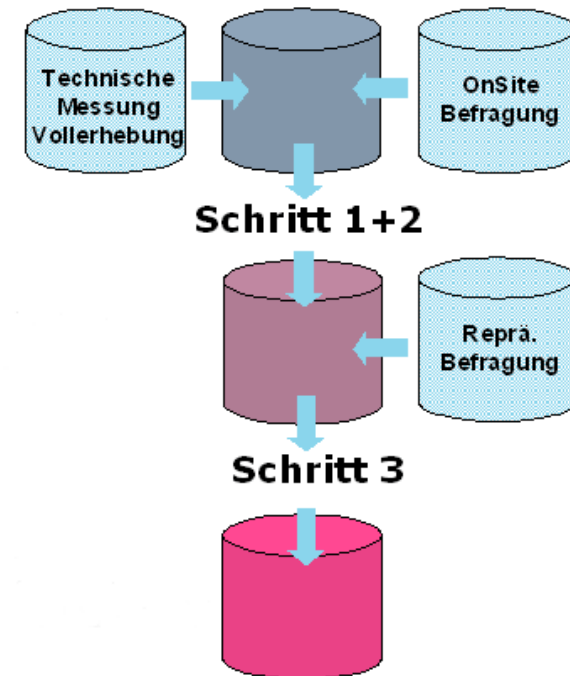
- Zusammenführung der Nutzungsdaten der Unique Clients mit Soziomustern aus der OnSite-Befragung

Schritt 2:

- Ausfüllen von Daten der Unique Clients, zu denen keine Befragungsdaten vorliegen mit Hilfe von Data-Mining- und Profiling-Tools
- Gleichzeitig Umwandlung von Unique Clients zu Unique Users

Schritt 3:

- Gewichtung anhand Strukturdaten



Einzel-Profil



1 Client = 1 User

Familien-Profil



1 Client = x User

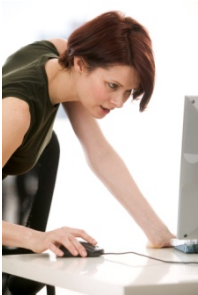
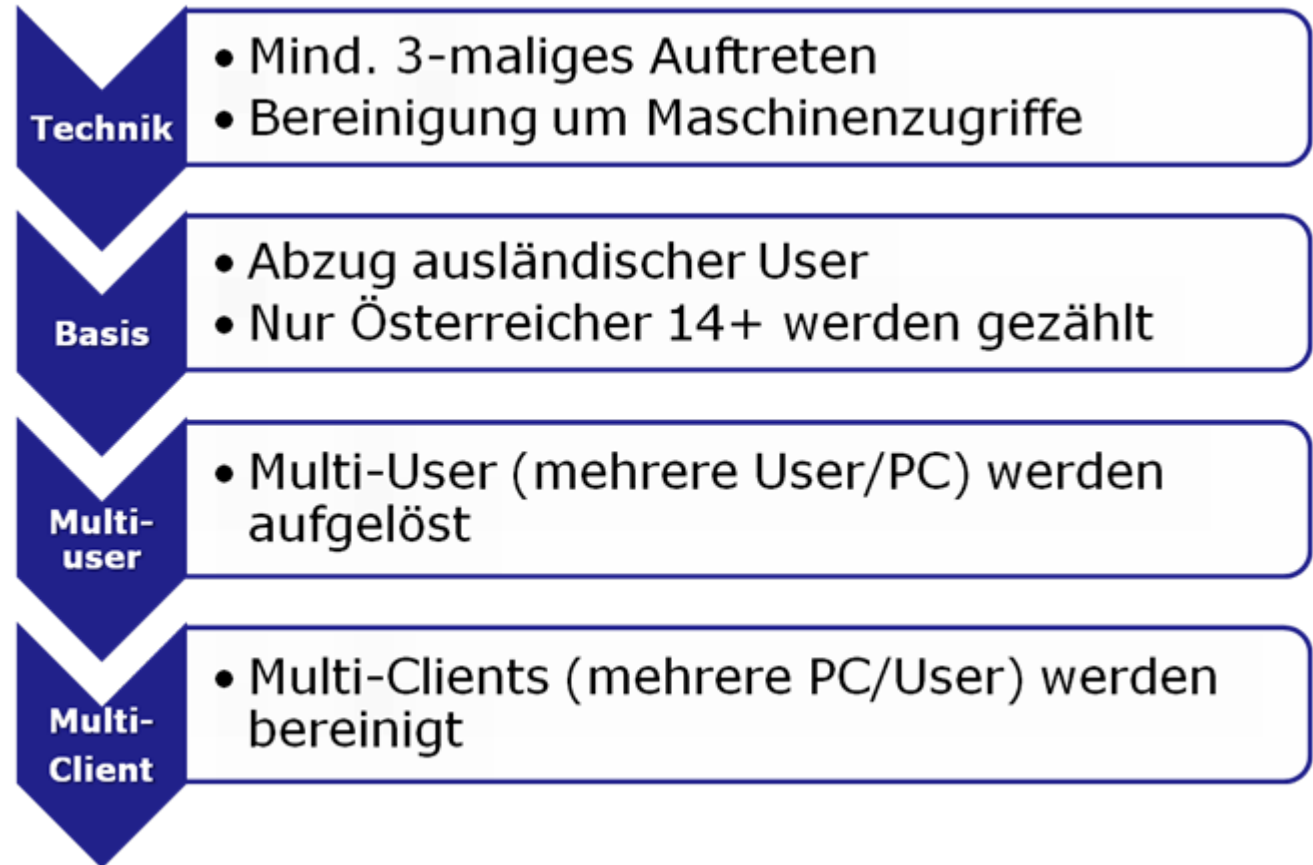
Business-Profil



x Clients = 1 User



Unique Client



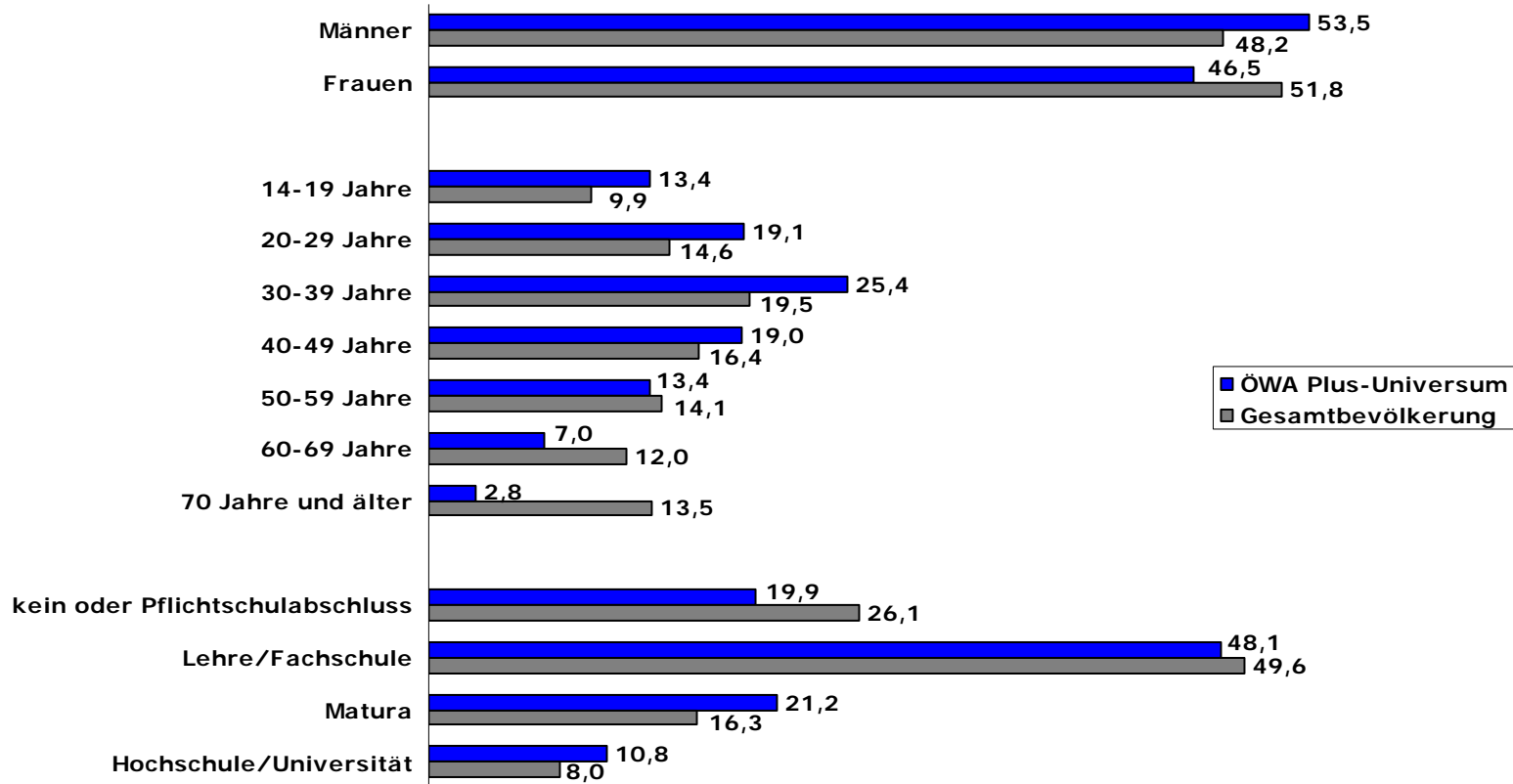
Unique User

- **Stichprobe:** 19.271 bereinigte Online-Interviews, projiziert auf **96.355 Fälle**
- Die profilierte Stichprobe wird gewichtet und auf das ÖWA Plus-Universum umgelegt. Der Datensatz repräsentiert **4,4 Mio. Nutzer.**
- Das entspricht **89 Prozent** der gesamten österreichischen Internetnutzer ab 14 Jahren (4,9 Mio. Menschen).

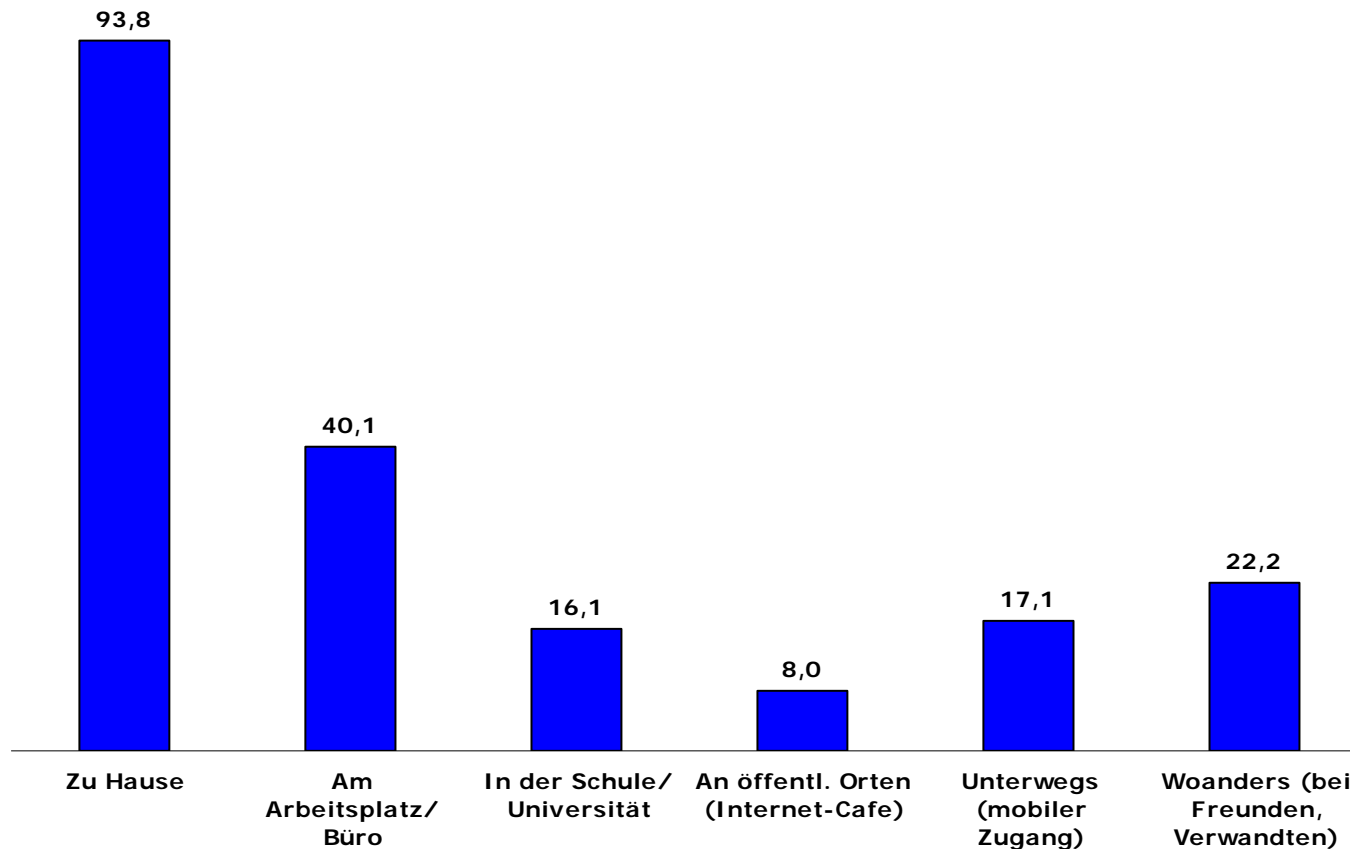
Für 46 Angebote, zwei Vermarkter und 471 buchbare Belegungseinheiten:

- **Unique User** und **Page Impressions** im **Quartal**, pro durchschnittlichem **Monat** und durchschnittlicher **Woche**
- **Reichweite** absolut und in Prozent der Internetnutzer
- ausweisbar in **14 soziodemografischen Variablen** in unterschiedlichen Aggregationsstufen
- mit **87 qualifizierenden Merkmalen**





Lesebeispiel: 53,5 Prozent aller Nutzer des ÖWA Plus-Universums sind männlich.

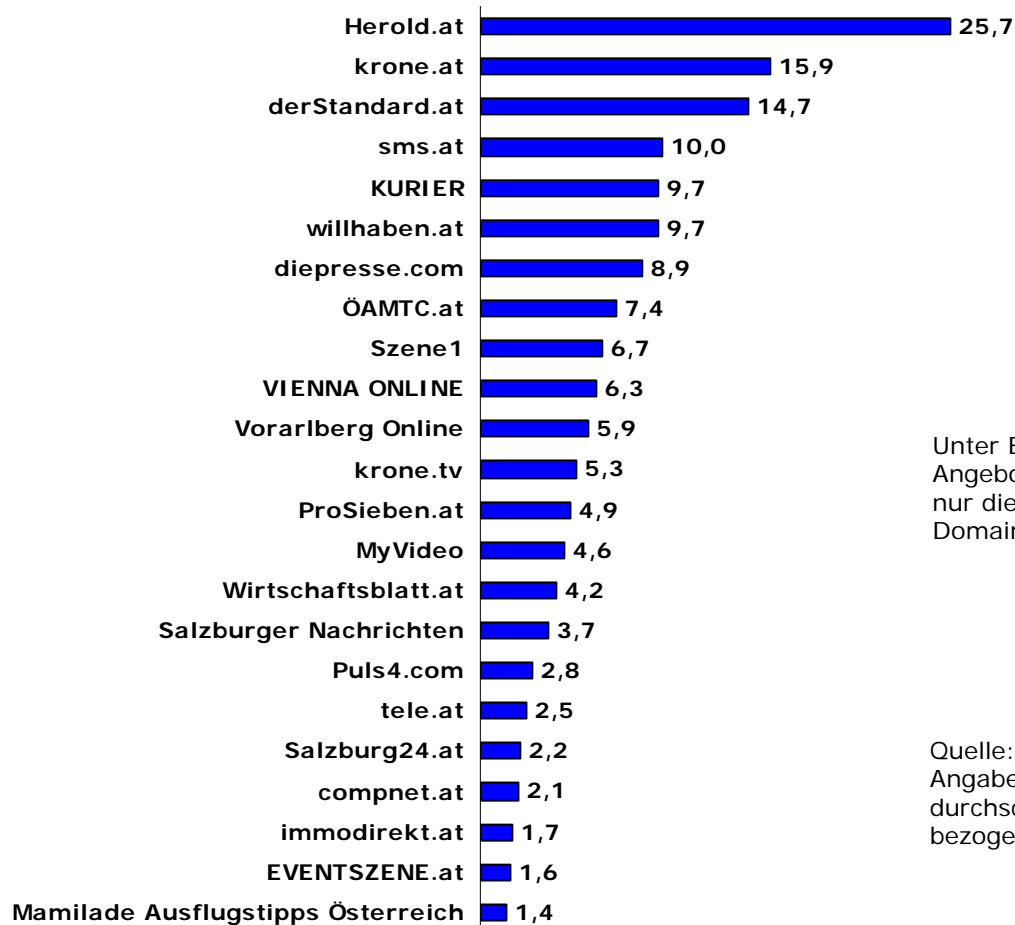


Frage: An welchen der folgenden Orte nutzen Sie zumindest gelegentlich das Internet?



Lesebeispiel: 91,4 Prozent aller ÖWA Plus-Nutzer versenden und empfangen mindestens gelegentlich private E-Mails.

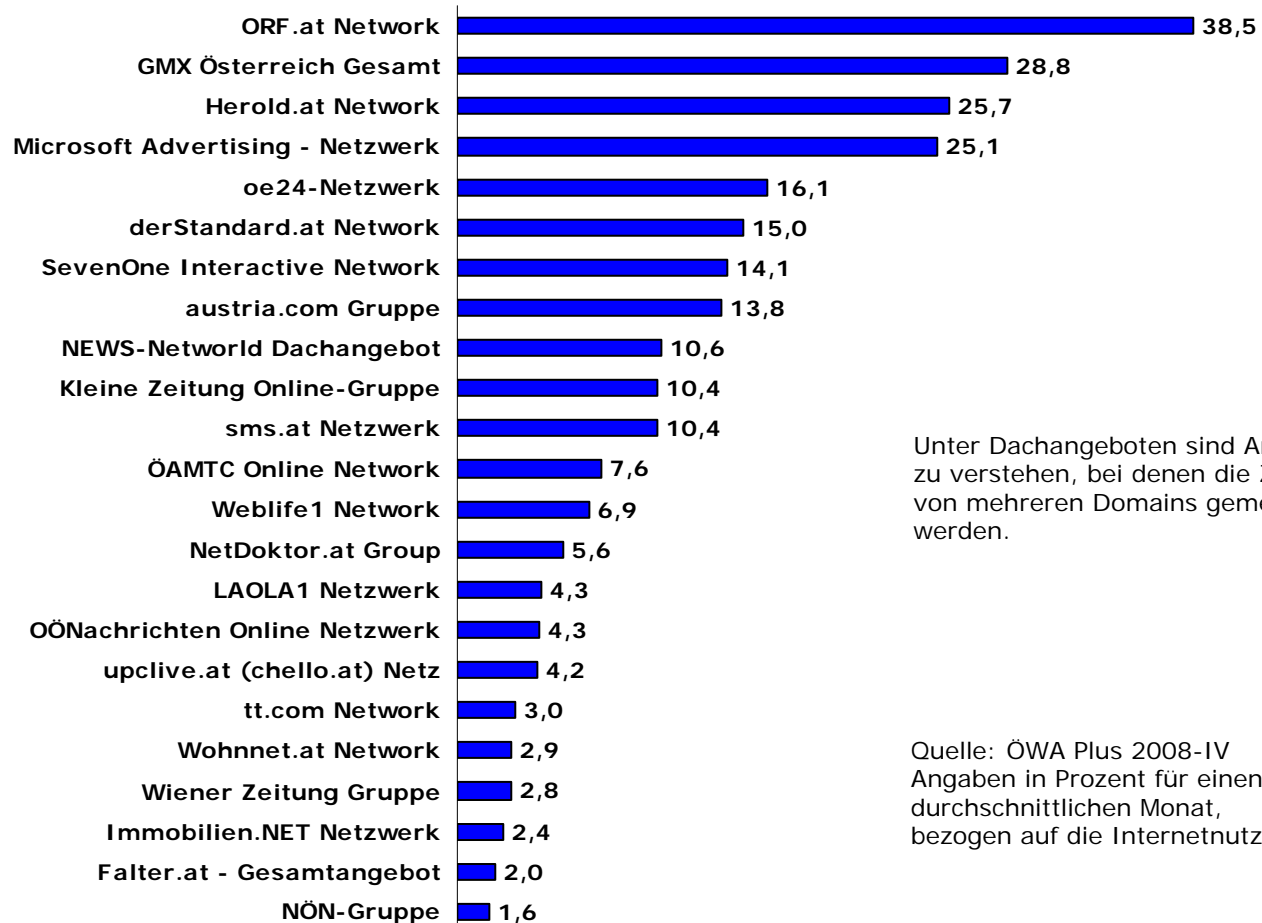
Einzelangebote



Unter Einzelangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen nur die Zugriffe einer einzigen Domain gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2008-IV
Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Dachangebote



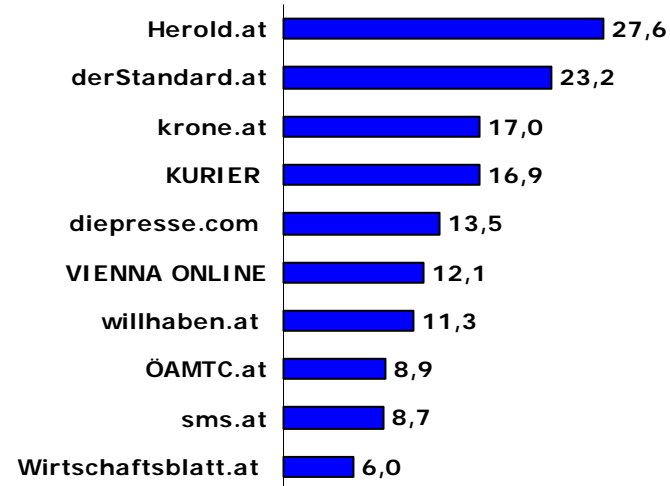
Unter Dachangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen die Zugriffe von mehreren Domains gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2008-IV
Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

- Der Vermarkter **Austria.com/plus** erreicht mit den Angeboten austria.com Gruppe, tt.com Network und Wohnnet.at Network eine Reichweite von **17,8 Prozent** im mittleren Monat.
- Die Vermarktungsgemeinschaft **Medienwirtschaft Premiumnetz** erreicht mit den Angeboten ÖAMTC Online Network, Mamilade Ausflugstipps Österreich, EVENTSZENE.at und Immobilien.NET Netzwerk eine Reichweite von **11,8 Prozent** im mittleren Monat.

Wien

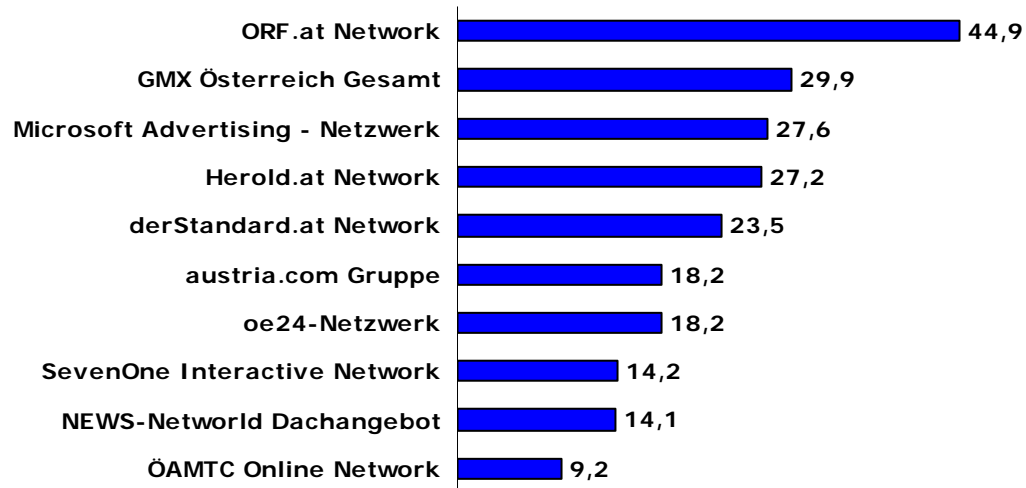
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Wien

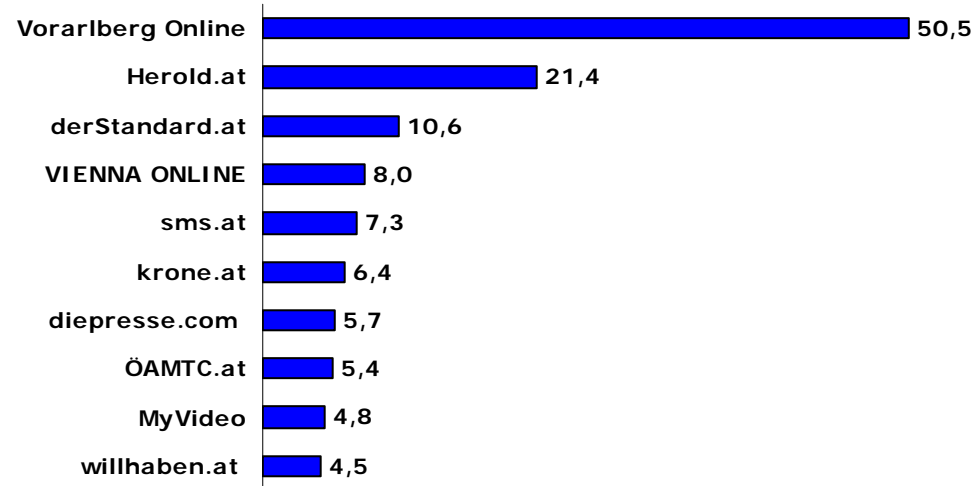
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Vorarlberg

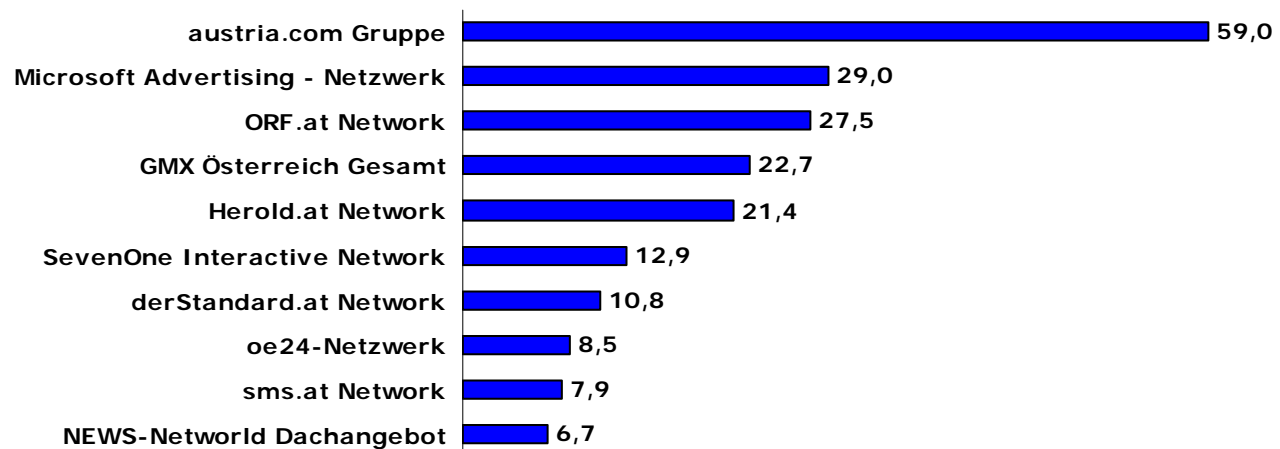
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

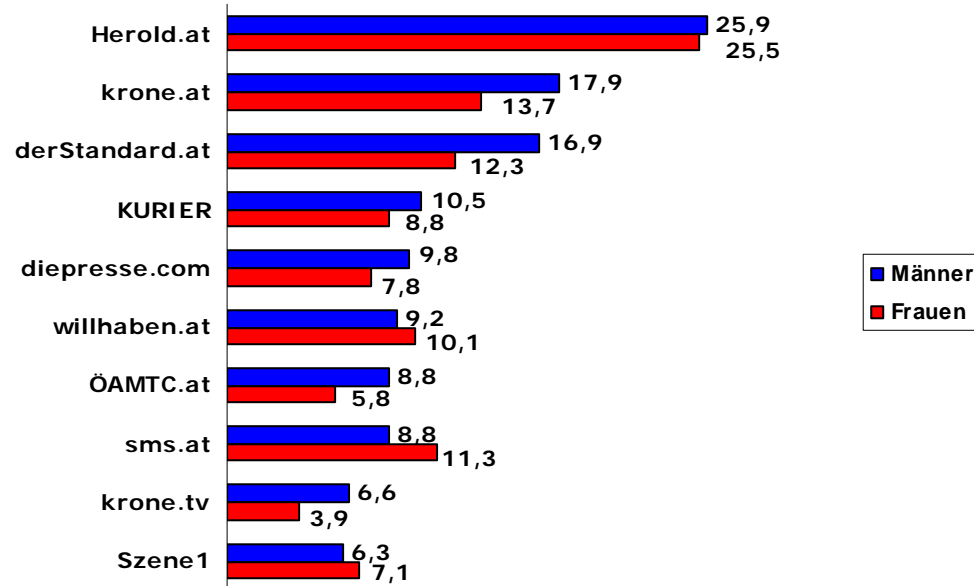
Vorarlberg

Top 10 Dachangebote



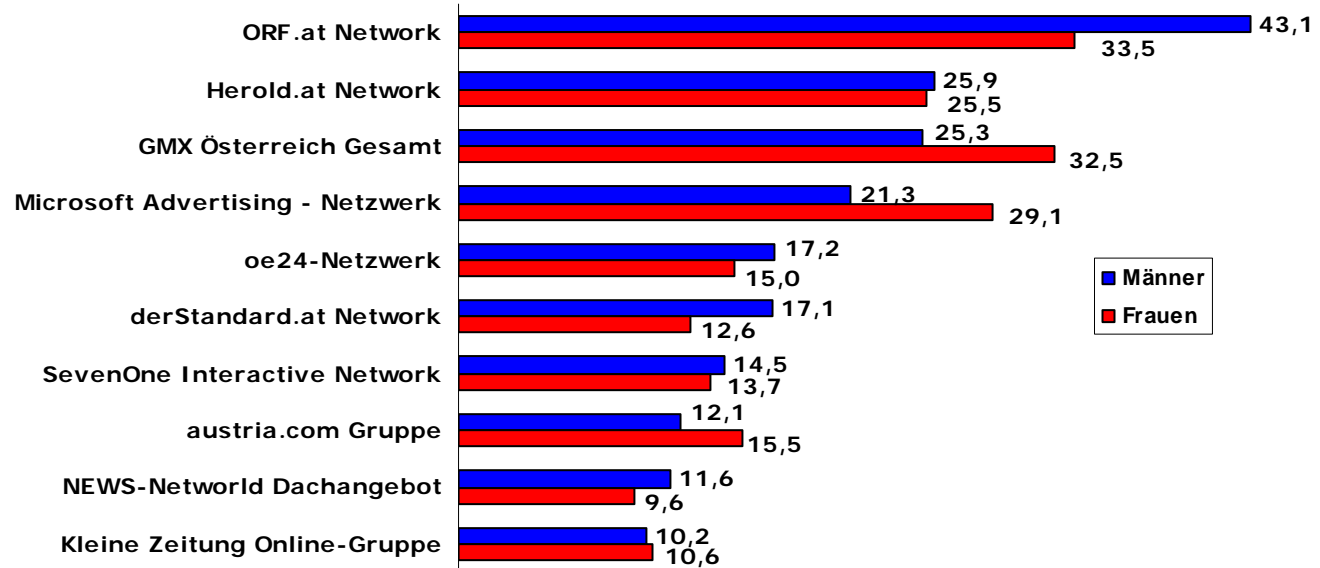
Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

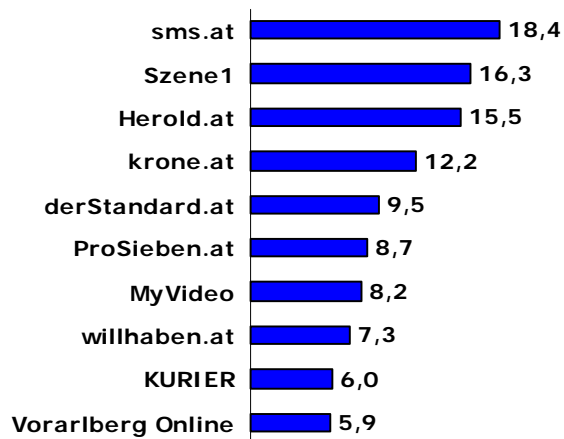
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

14 – 19 Jahre

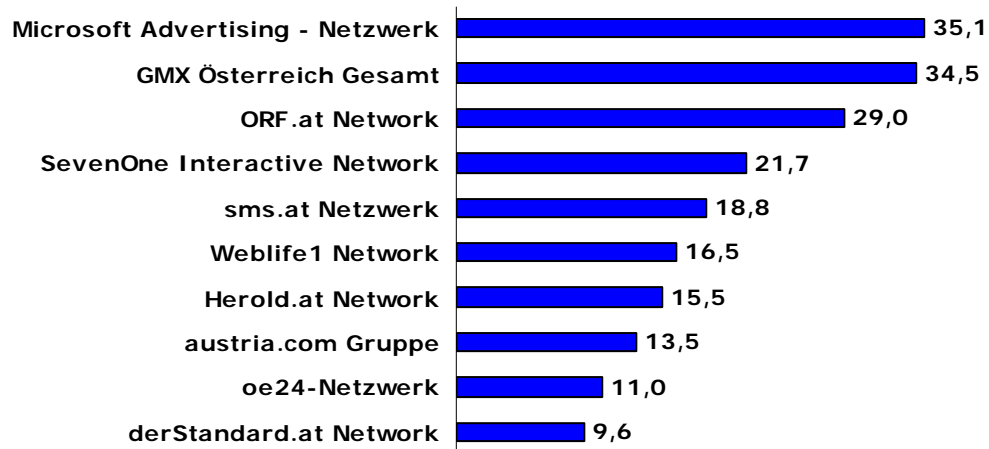
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

14 – 19 Jahre

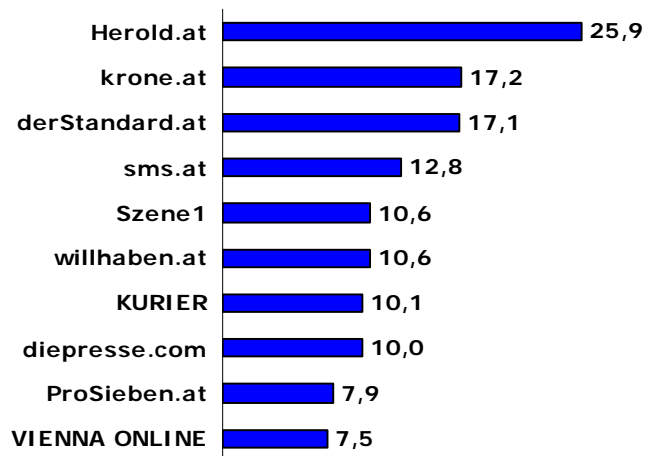
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

20 – 29 Jahre

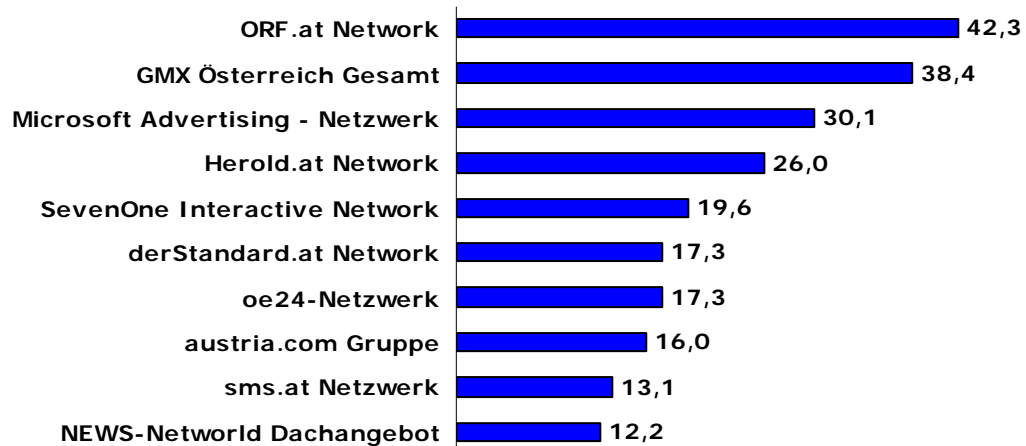
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

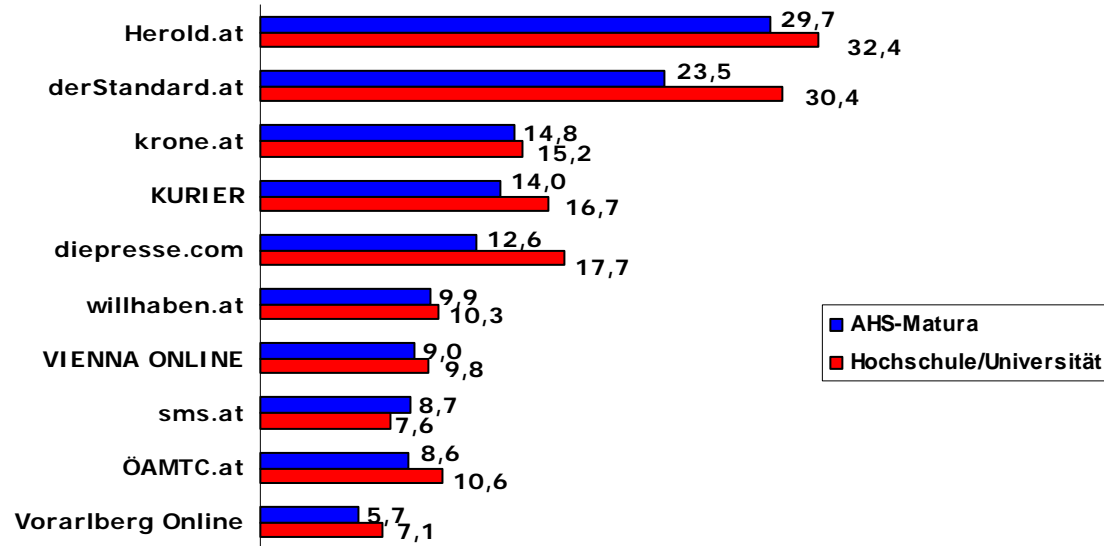
20 – 29 Jahre

Top 10 Dachangebote



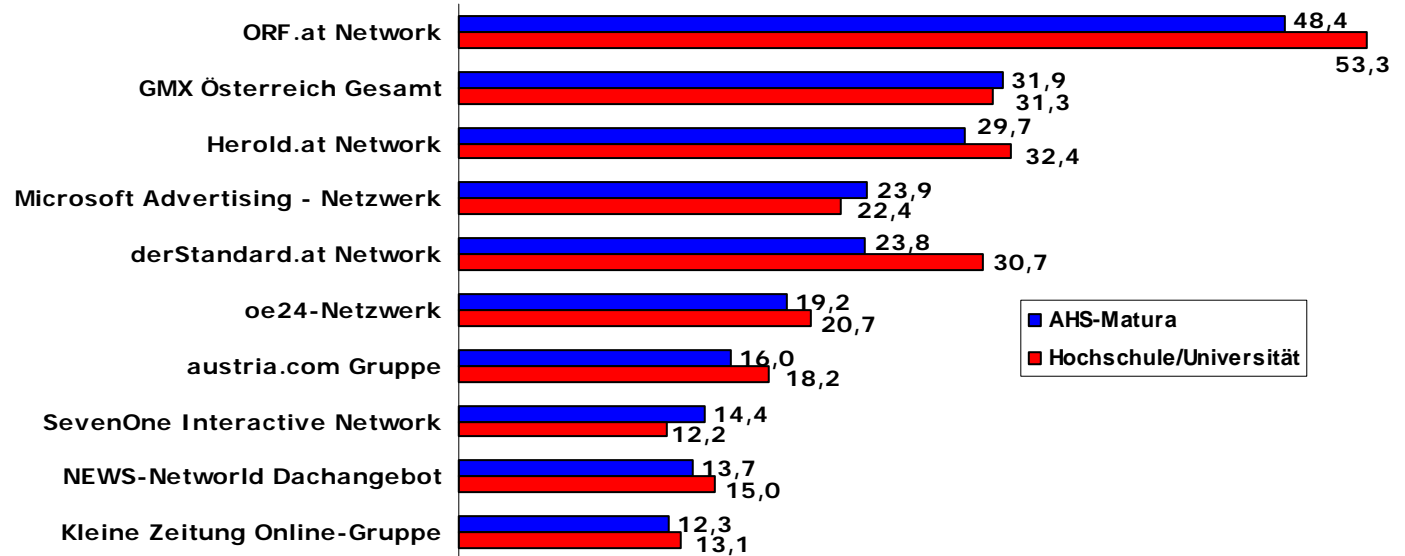
Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

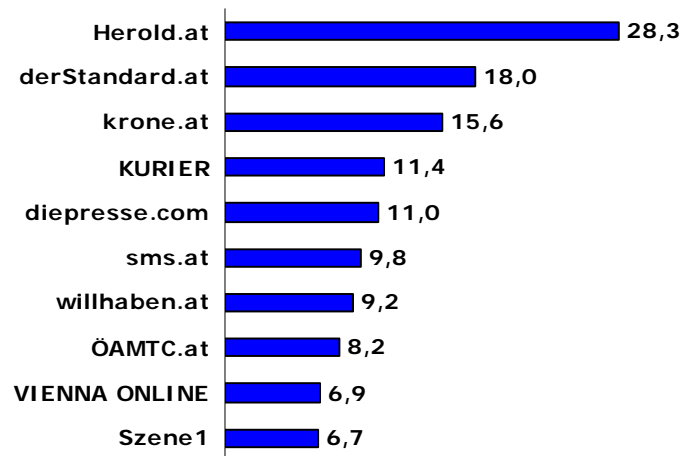
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

3.500 Euro und mehr

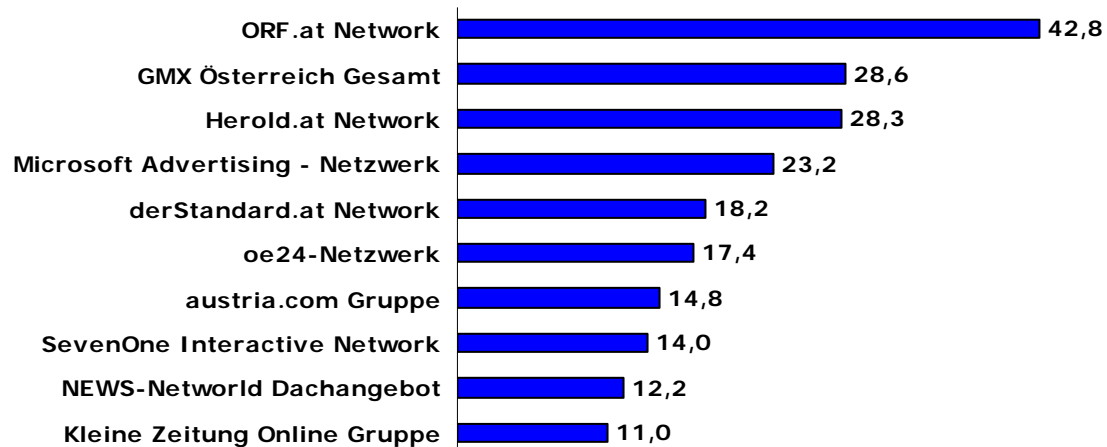
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

3.500 Euro und mehr

Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2008-IV / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

- Verhältnismäßig mehr Frauen nutzen das Internet:
+ 1,9 Prozentpunkte (2007-IV auf 2008-IV)
- Sowohl die Nutzung zu Hause (+ 1,5 Prozentpunkte), als auch die Nutzung unterwegs über einen mobilen Zugang (+ 2,9 Prozentpunkte) steigt an
- Die Unique Clients im Basisdatensatz steigen ungleich stärker an als die Page Impressions
Erklärung: Zunahme der Anzahl der Endgeräte durch Netbooks, Smartphones etc., vermehrte Nutzung mehrerer Endgeräte bzw. Browser
Folge: Verhältnis UC zu UU sinkt im Schnitt von 1,5 auf 1,8

- Der Datensatz steht ab dem heutigen Tag im Planungstool **Zervice** zur Verfügung
- **Preise** sind auf TKP-Basis für sieben Standardwerbeformen hinterlegt (Fullbanner, SuperBanner, Interstitial Layer, Medium Rectangle, Skyscraper, Flap Banner, Sitebar)
- **Zielgruppen, Rangreihen, Erstellen von Mediaplänen** für alle Angebote und Belegungseinheiten mit definierten Page Impressions
- Die Deckelung der OTS ist in Entwicklung



- Die **ÖWA Plus Welle 2009-II** startet im April mit drei neuen Angeboten: ATV, Börse Express be24 Finance Network und rundschau.co.at.
- **Fusion mit der dritten Säule** ist bereits für die Herbstwelle geplant. Vorerst soll diese auf Basis des Austrian Internet Monitor (AIM) von Integral erfolgen.
- Sukzessive **Erweiterung der Marktabdeckung**
- Kontinuierlich **methodische Optimierungen**
- Verbesserung der **Planbarkeit**

Werbeplanung.at

Handbuch Nr. 4
Die soziodemografischen Daten
4. Quartal 2008

ÖWA PLUS

Präsentiert von

ÖWA PLUS

Das aktuelle ÖWA Plus-Handbuch
erscheint am 25. März 2009!