



Ergebnisse der Studie ÖWA Plus 2009-II

29. Oktober 2009

Mag. Gerlinde Hinterleitner
Mag. Hannes Dünser

- Die **ÖWA** wurde 1998 gegründet und hat sich als unabhängige Kontrolleinrichtung für Online-Medien in Österreich etabliert
- 68 Mitglieder mit 47 Einzelangeboten, 32 Dachangeboten, acht Vermarktungsgemeinschaften, fünf nicht werbetragenden Angeboten sowie 24 Agenturmitglieder
- Seit 2006 wird die technische Messung (ÖWA Basic) durch die **Reichweitenstudie ÖWA Plus** ergänzt. Die aktuelle Welle 2009-II ist die vierte Studie im Regelbetrieb.

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:

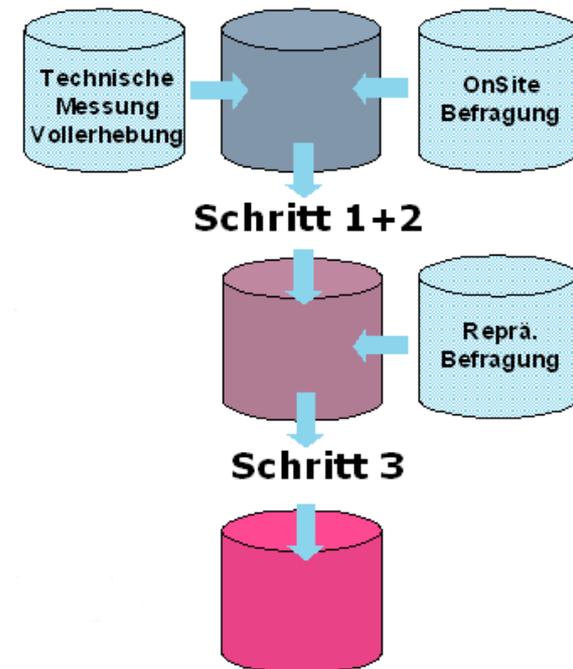
- Zusammenführung der Nutzungsdaten der Unique Clients mit Soziomustern aus der OnSite-Befragung

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

Technik

- Mind. 3-maliges Auftreten
- Bereinigung um Maschinenzugriffe

Basis

- Abzug ausländischer User
- Nur Österreicher 14+ werden gezählt

Multi-user

- Multi-User (mehrere User/PC) werden aufgelöst

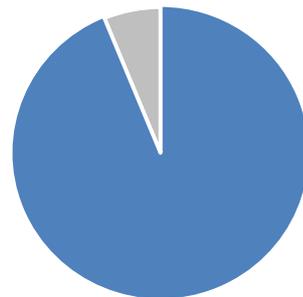
Multi-Client

- Multi-Clients (mehrere PC/User) werden bereinigt



Unique User

- **Stichprobe:** 18.212 bereinigte Online-Interviews, projiziert auf **91.060 Fälle**
- Die profilierte Stichprobe wird gewichtet und auf das ÖWA Plus-Universum umgelegt. Der Datensatz repräsentiert **4,8 Mio. Nutzer.**
- Das entspricht **93,8 Prozent** der gesamten österreichischen Internetnutzer ab 14 Jahren (5,1 Mio. Menschen).

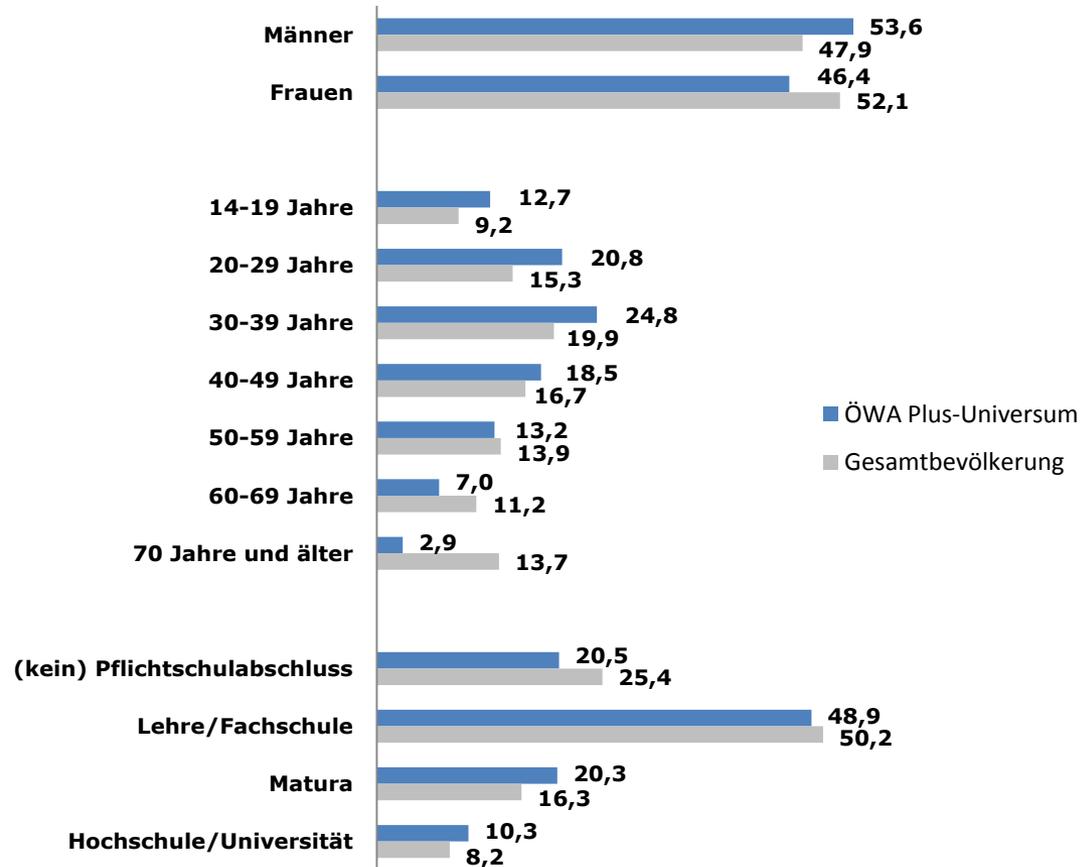


- Nutzung ÖWA Plus-Angebote: 93,8 %
- Keine Nutzung ÖWA Plus-Angebote: 6,2 %

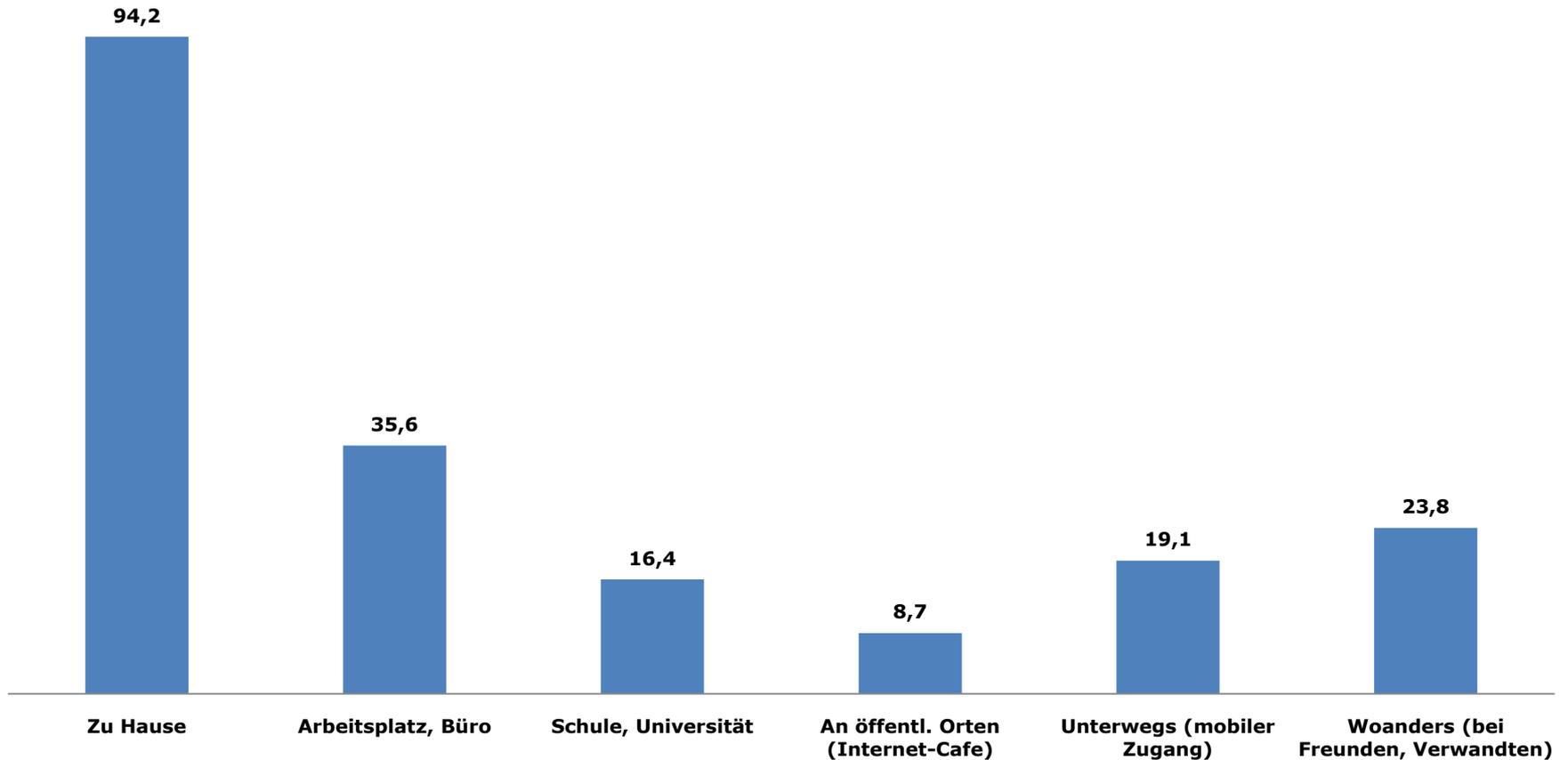
Für 50 Angebote, zwei Vermarkter und 570 buchbare Belegungseinheiten:

- **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 **88 qualifizierenden Merkmalen**

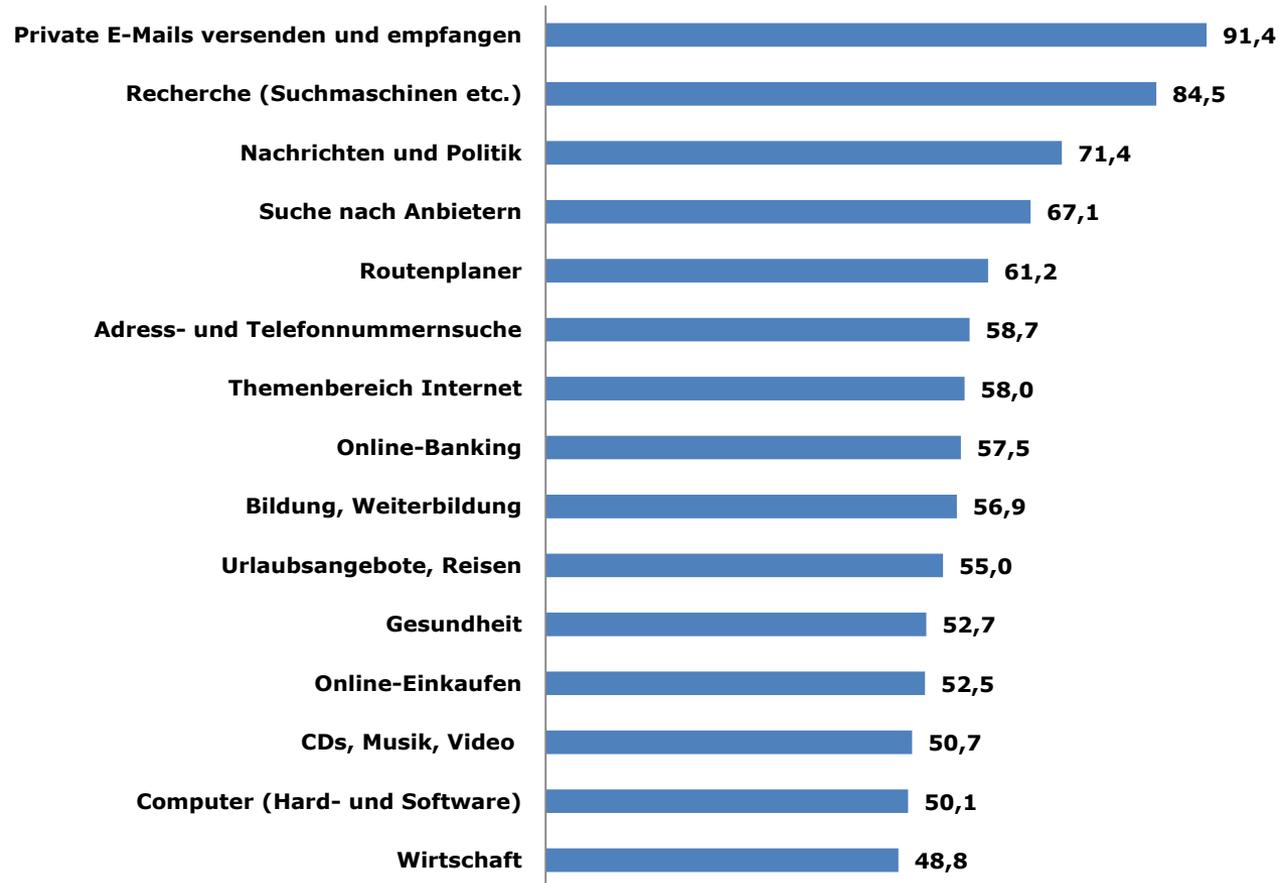




Lesebeispiel: 53,6 Prozent aller Nutzer des ÖWA Plus-Universums sind männlich.

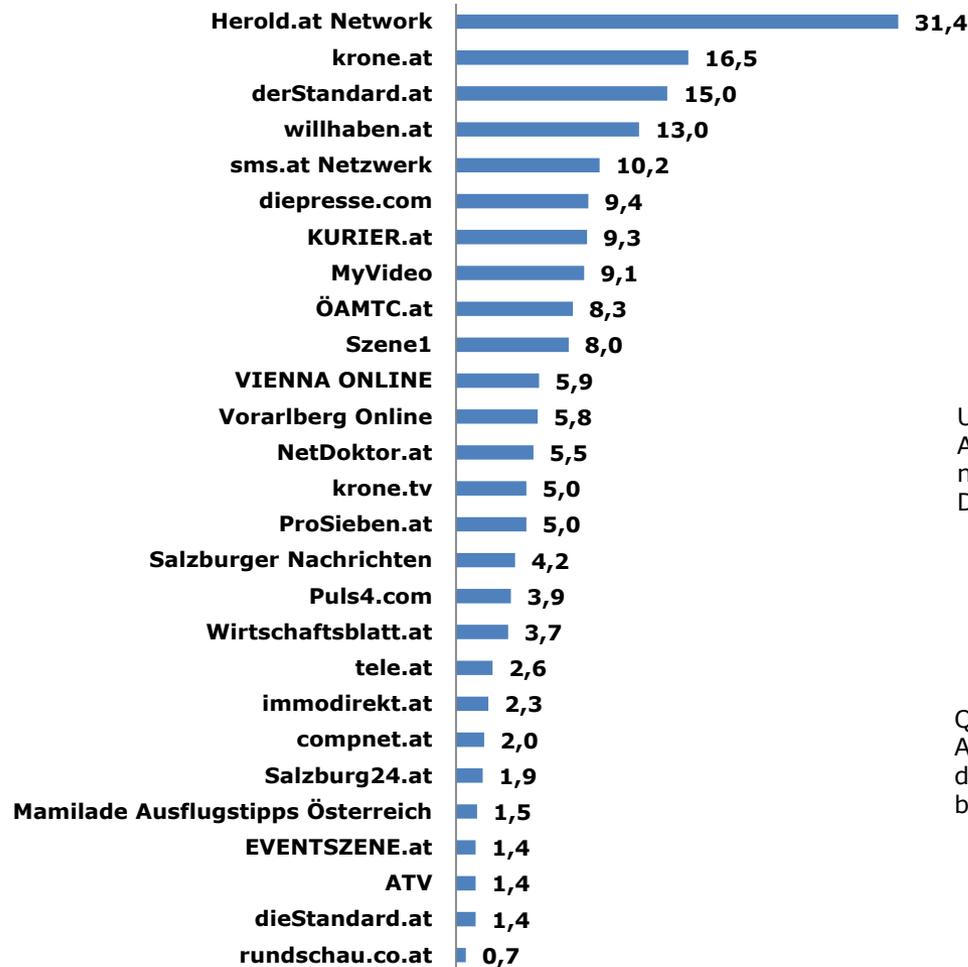


Frage: An welchen der folgenden Orte nutzen Sie zumindest gelegentlich das Internet?



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

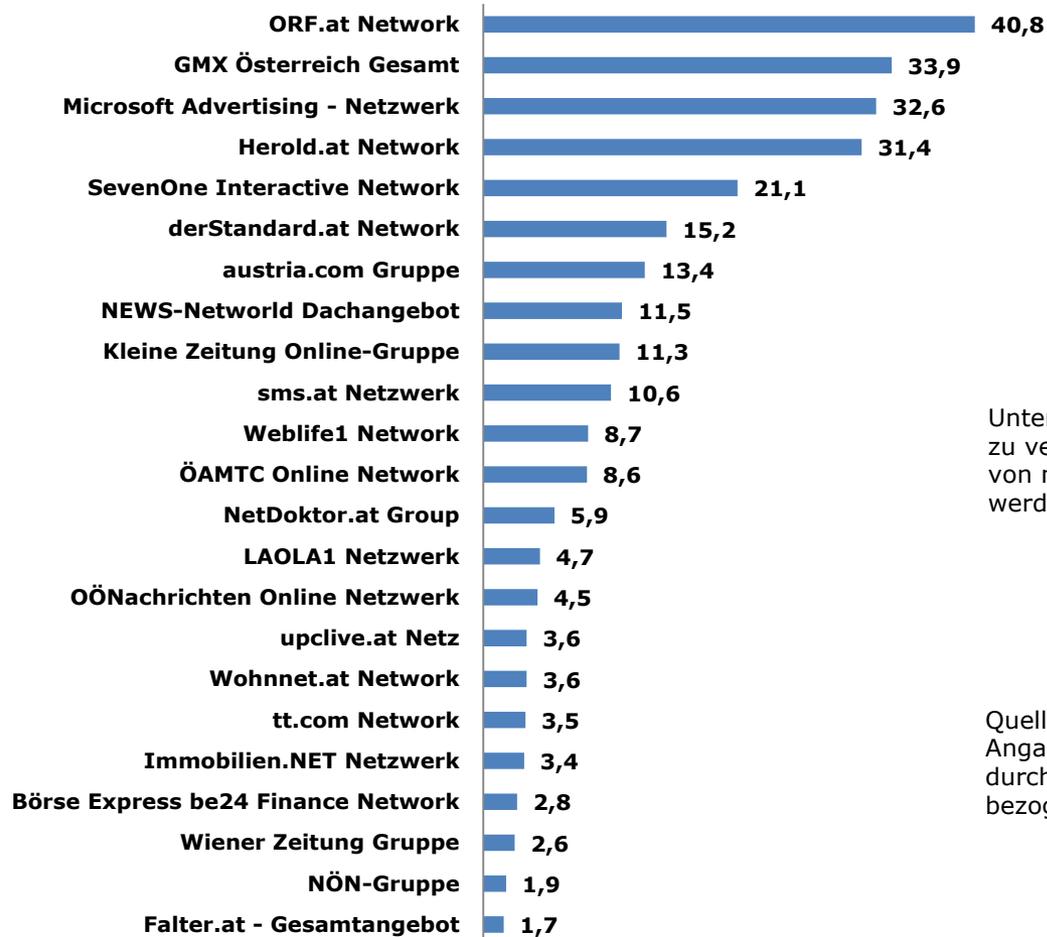
Einzelangebote



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

Quelle: ÖWA Plus 2009-II
Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Dachangebote



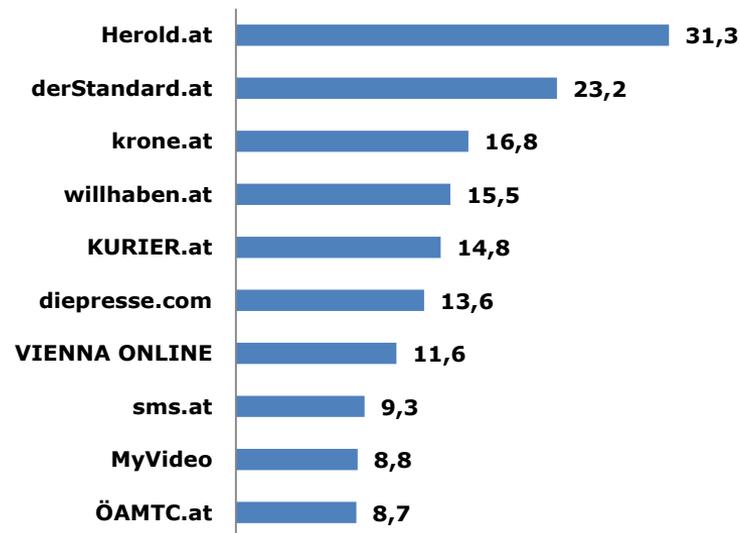
Unter Dachangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen die Zugriffe von mehreren Domains gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2009-II
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 **18,5 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 **13,5 Prozent** im mittleren Monat.

Wien

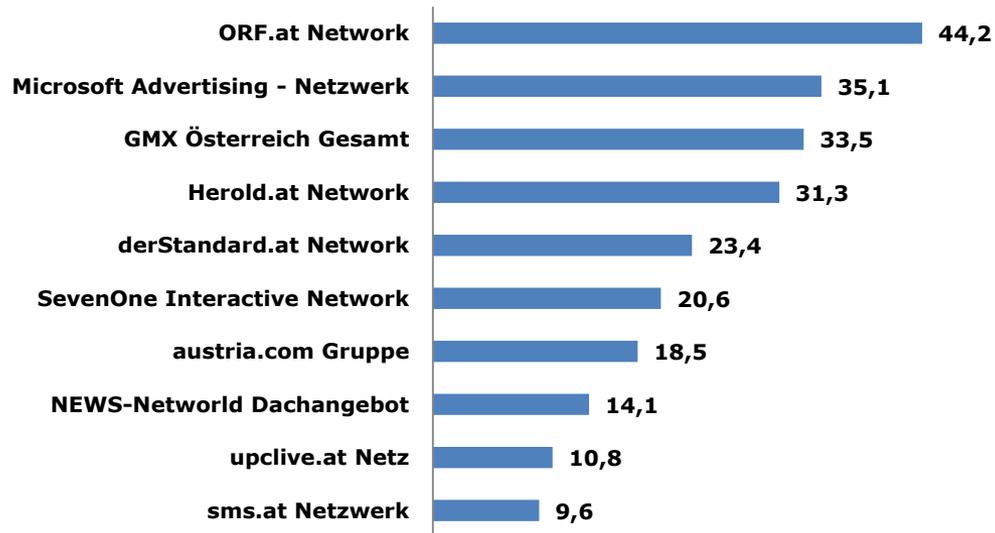
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Wien

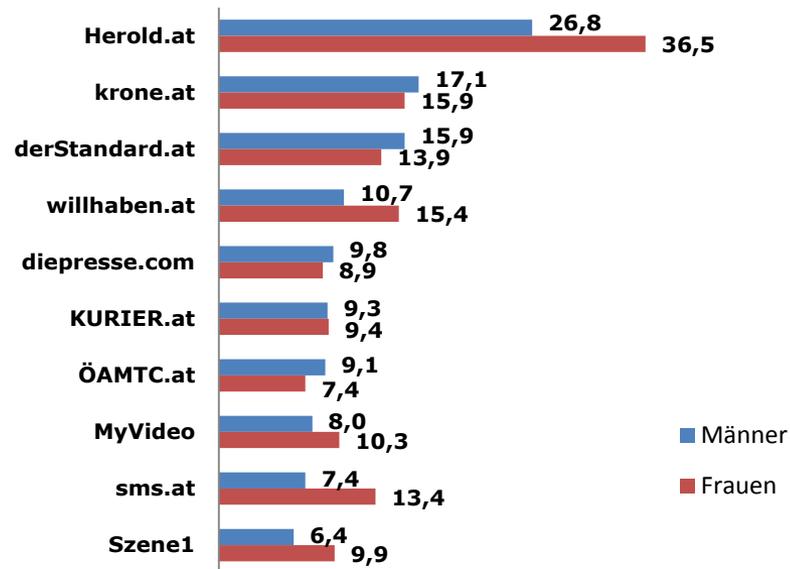
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Männer / Frauen

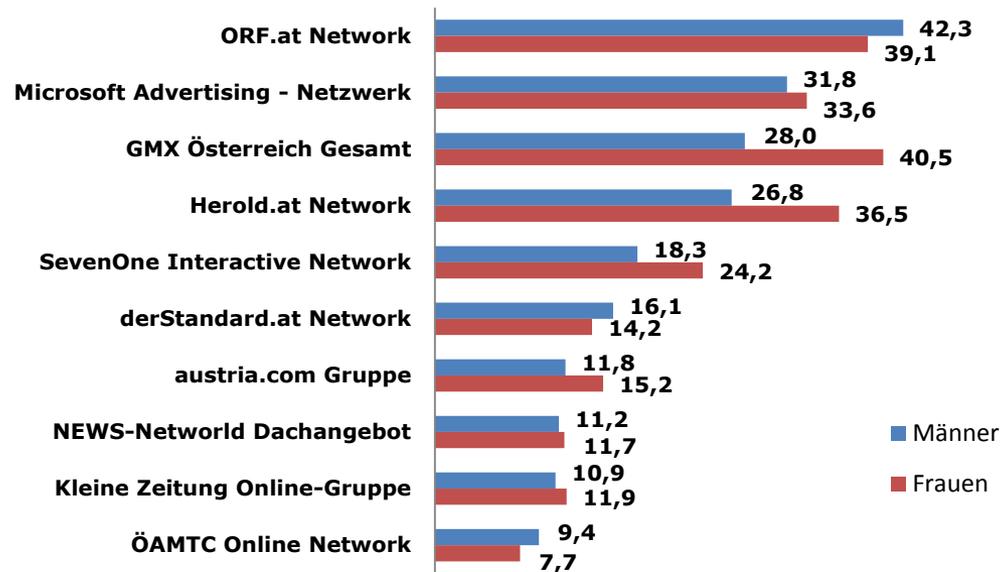
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Männer / Frauen

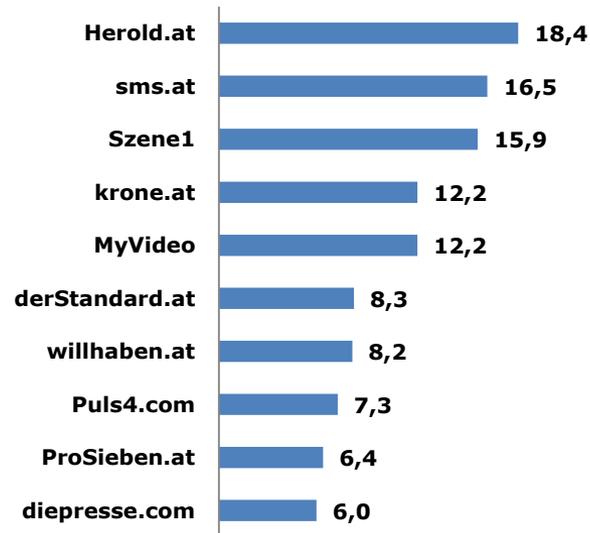
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

14 – 19 Jahre

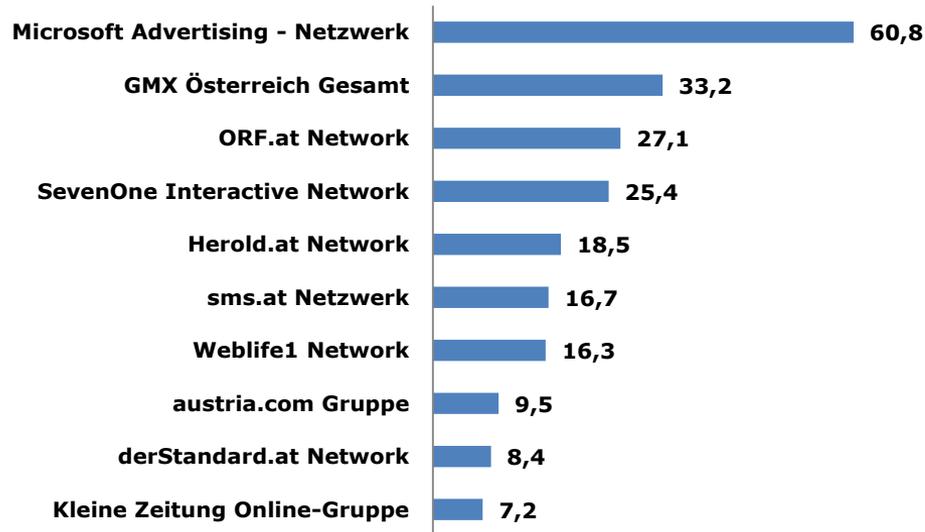
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

14 – 19 Jahre

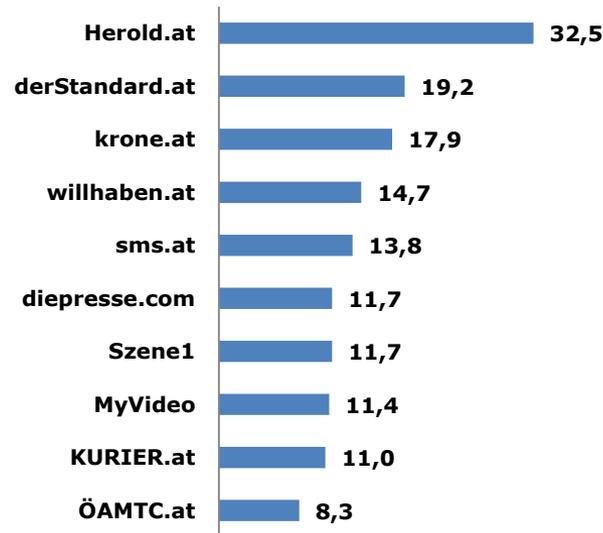
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

20 – 29 Jahre

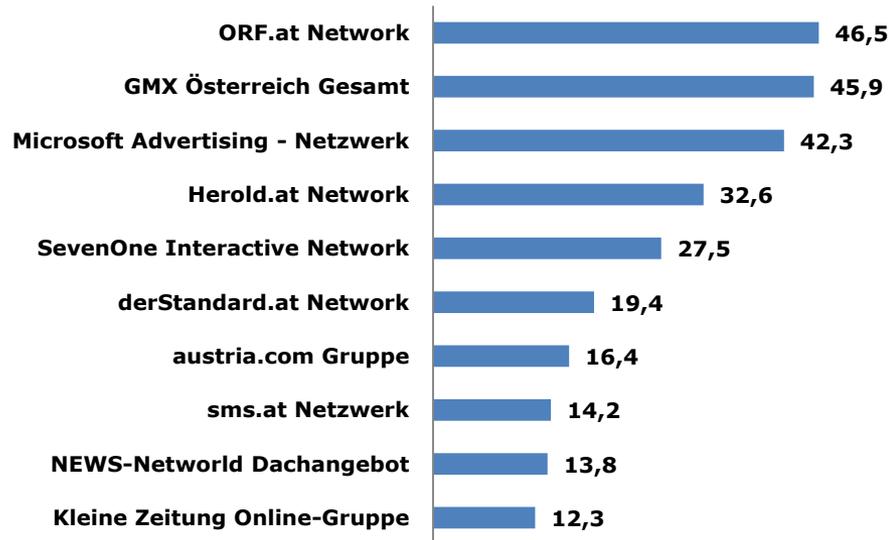
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

20 – 29 Jahre

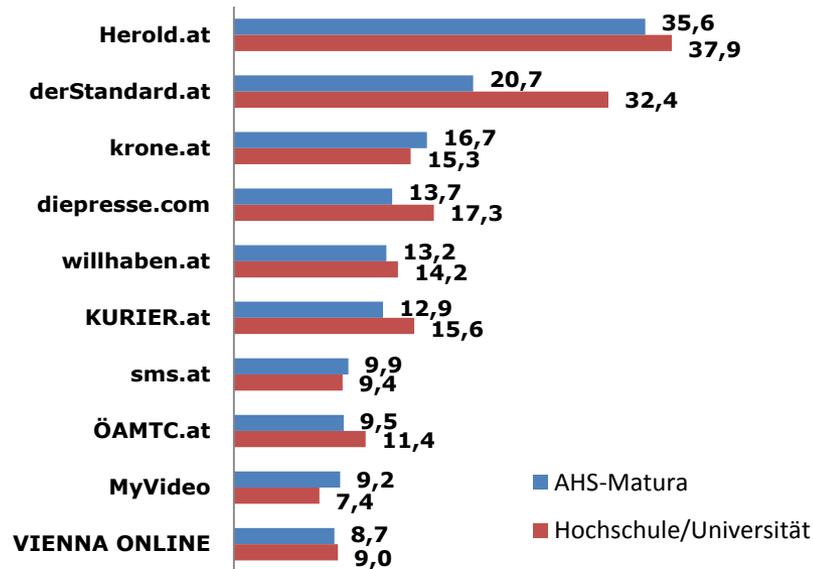
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

AHS-Matura / Hochschule

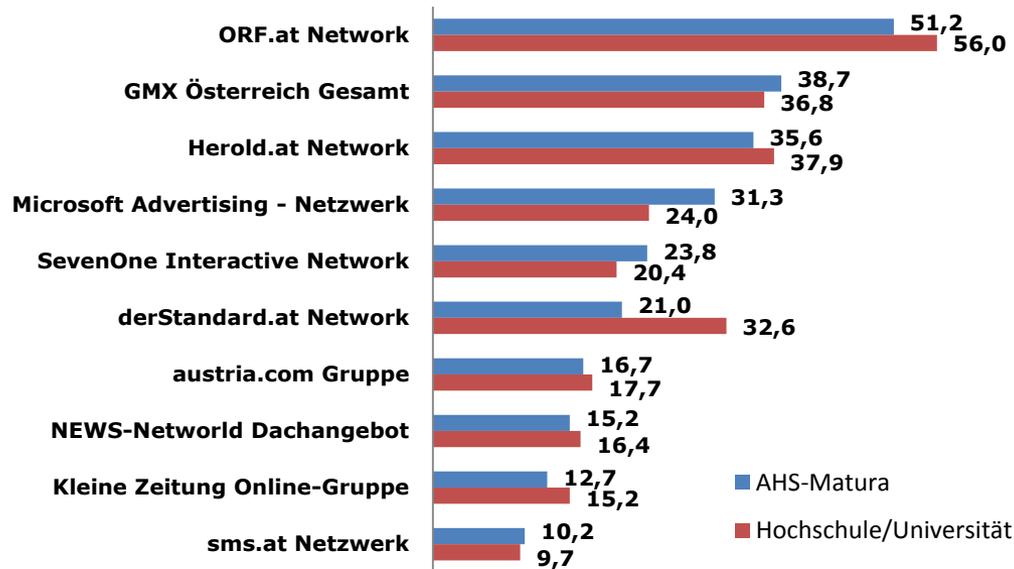
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

AHS-Matura / Hochschule

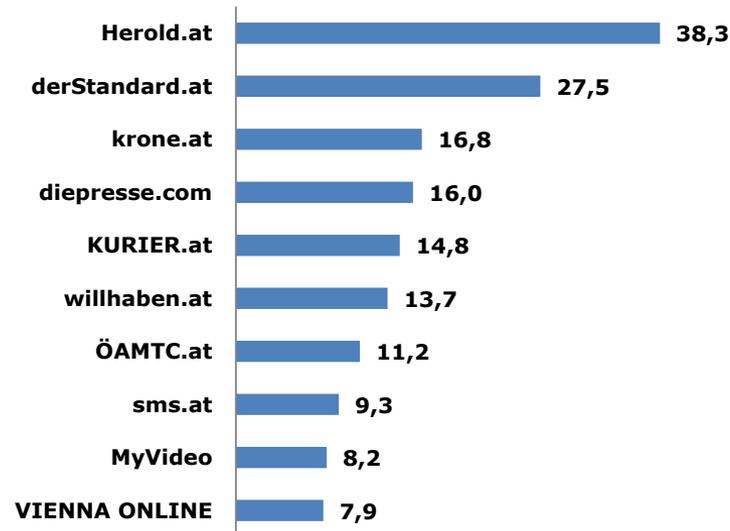
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Einkommen/Bildungsgruppe 1

Top 10 Einzelangebote

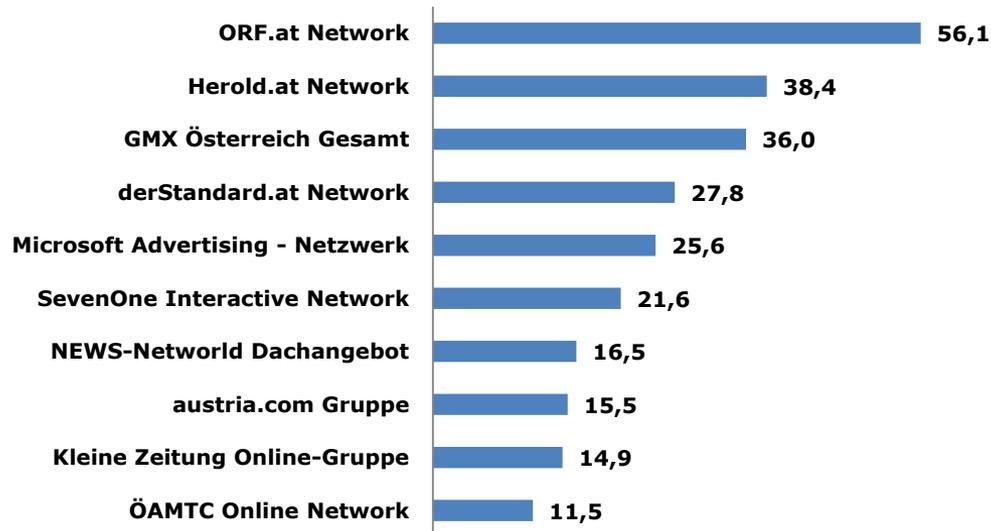


Definition E/B-Gruppe 1: HHNE über € 3.000,- und Matura/Universität oder HHNE € 2.000,- bis € 3.000,- und Universität

Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Einkommen/Bildungsgruppe 1

Top 10 Dachangebote



Definition E/B-Gruppe 1: HHNE über € 3.000,- und Matura/Universität oder HHNE € 2.000,- bis € 3.000,- und Universität

Quelle: ÖWA Plus 2009-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

- Der Datensatz steht ab dem heutigen Tag im Planungstool **Zervice** zur Verfügung
- **Preise** sind auf TKP-Basis für sieben Standardwerbformen 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
- Neu ist die Funktion **Frequency Capping**.



- Die **ÖWA Plus Welle 2009-IV** hat Anfang Oktober mit 18 neuen Angeboten, sowie den neuen Vermarktern Herold Business Data und AdLINK Internet Media begonnen.
- **Fusion mit der dritten Säule** erfolgt für die aktuelle Welle 2009-IV. Vorerst wird diese auf Basis des Austrian Internet Monitor (AIM) von Integral durchgeführt.
- Sukzessive **Erweiterung der Marktabdeckung**
- Kontinuierlich **methodische Optimierungen**
- Verbesserung der **Planbarkeit**



Das aktuelle ÖWA Plus-Handbuch
liegt bereits vor