



Ergebnisse der Studie 2012-IV

21. März 2013

- Die **ÖWA** wurde 1998 gegründet und ist die unabhängige Mess- und Kontrolleinrichtung für Online-Medien in Österreich.
- In der **ÖWA Basic** werden mit Stand Februar 2013 113 Einzelangebote, 52 Dachangebote, zehn Vermarktungsgemeinschaften, zwölf Mobile Angebote (inklusive Apps) und drei Nichtwerbeträger gelistet.
- Die aktuelle **ÖWA Plus-Welle 2012-IV** ist die elfte Reichweitenstudie im Regelbetrieb.

- Das ÖWA Plus-Universum steht für 5,4 Mio. österreichische Internetnutzer.
- Das entspricht **92,7 Prozent** aller 5,9 Mio. österreichischen Internetnutzer ab 14 Jahren.
- Die **Stichprobe** besteht aus **85.747 Fällen** mit gemessenen Nutzungsdaten. Das Verhältnis der Befragten zu den Nicht-Befragten liegt bei 15:85.
- Durch die Fusion mit dem AIM liegen auch Vergleichsdaten für **Nicht-Internetnutzer** vor.

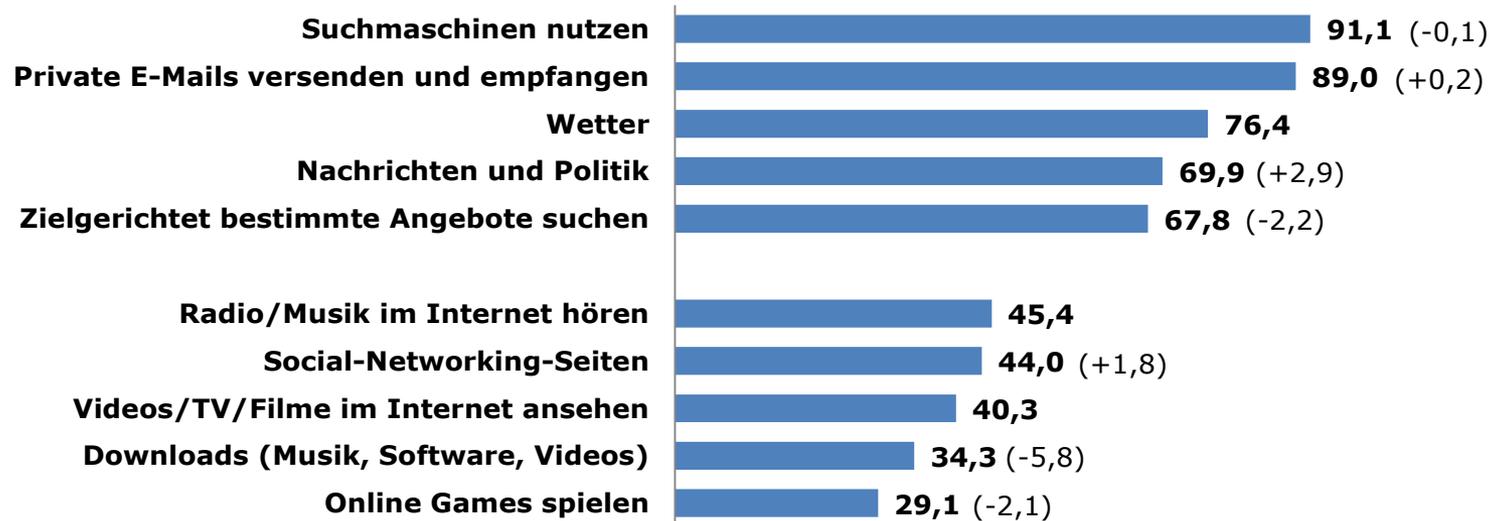
Für 109 Angebote, acht Vermarkter und 1.161 buchbare Belegungseinheiten:

- **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 Angebotsebene werden auch **Tagesreichweiten** für den durchschnittlichen Tag, den durchschnittlichen Werktag und für den durchschnittlichen Wochenendtag veröffentlicht

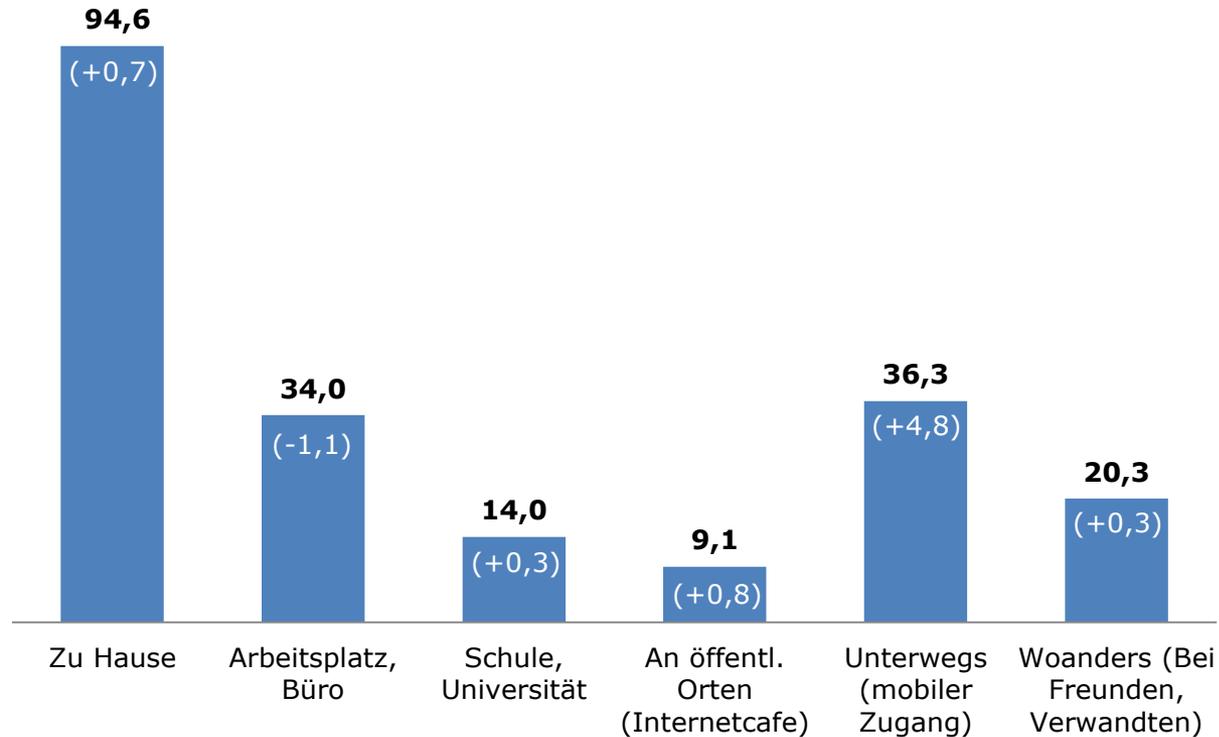
Folgende Angebote nehmen erstmals an der ÖWA Plus teil:





Lesebeispiel: 91,1 Prozent aller Internetnutzer nutzen mindestens gelegentlich Suchmaschinen.

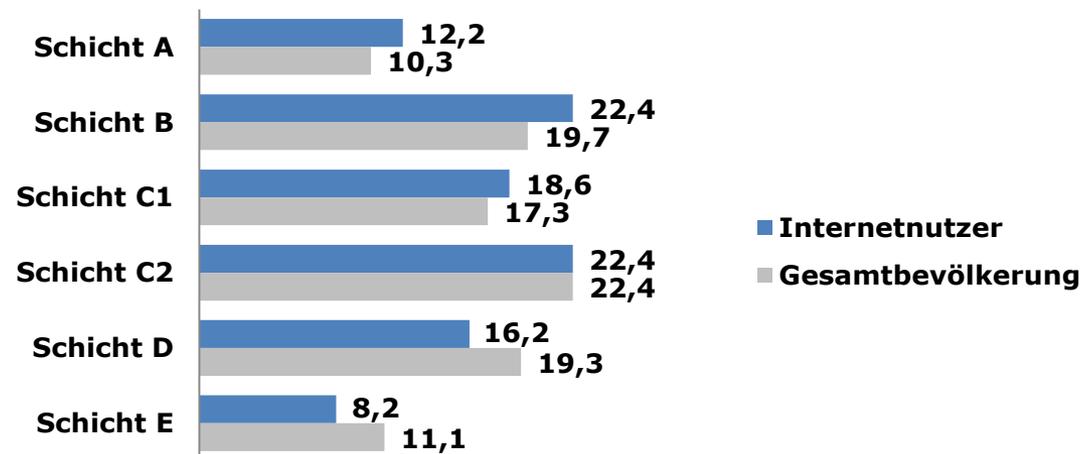
Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der zumindest gelegentlichen Internetnutzer in den letzten drei Monaten
Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2011-IV



Lesebeispiel: 94,6 Prozent der Internetnutzer nutzen das Internet zu Hause.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer in den letzten drei Monaten
Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2011-IV

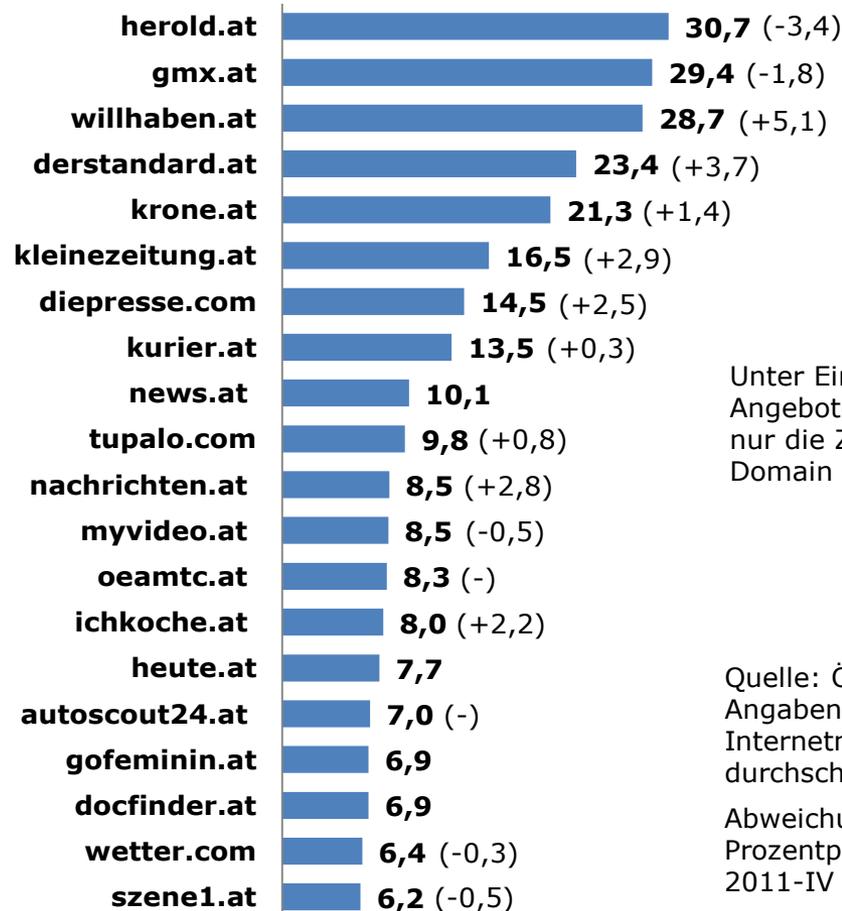
ABC-Schichtmodell



Lesebeispiel: 12,2 Prozent aller Internetnutzer gehören der A-Schicht an

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer in den letzten drei Monaten und in Prozent der Gesamtbevölkerung

Top 20 Einzelangebote

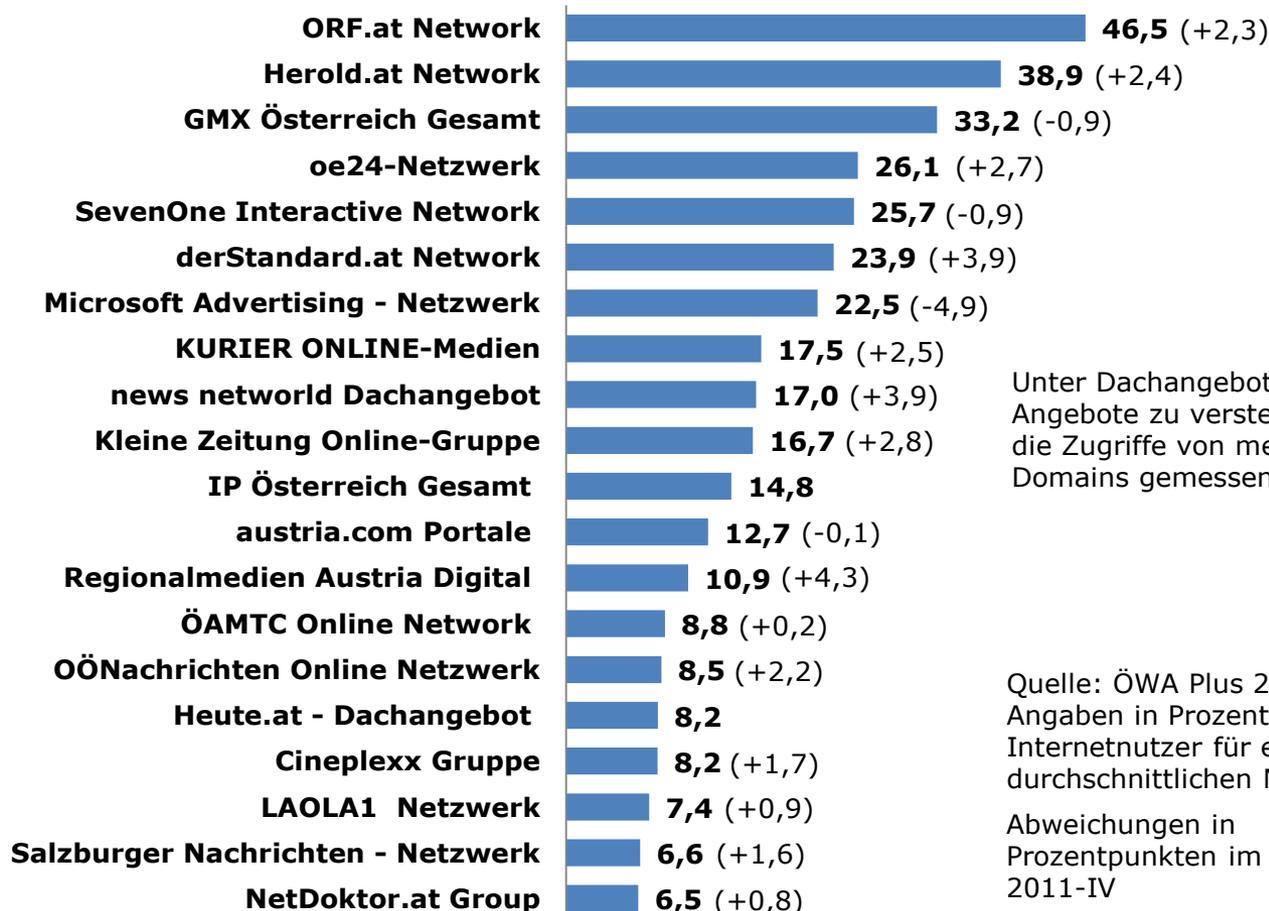


Unter Einzelangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen nur die Zugriffe von einer einzigen Domain gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV
Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2011-IV

Top 20 Dachangebote

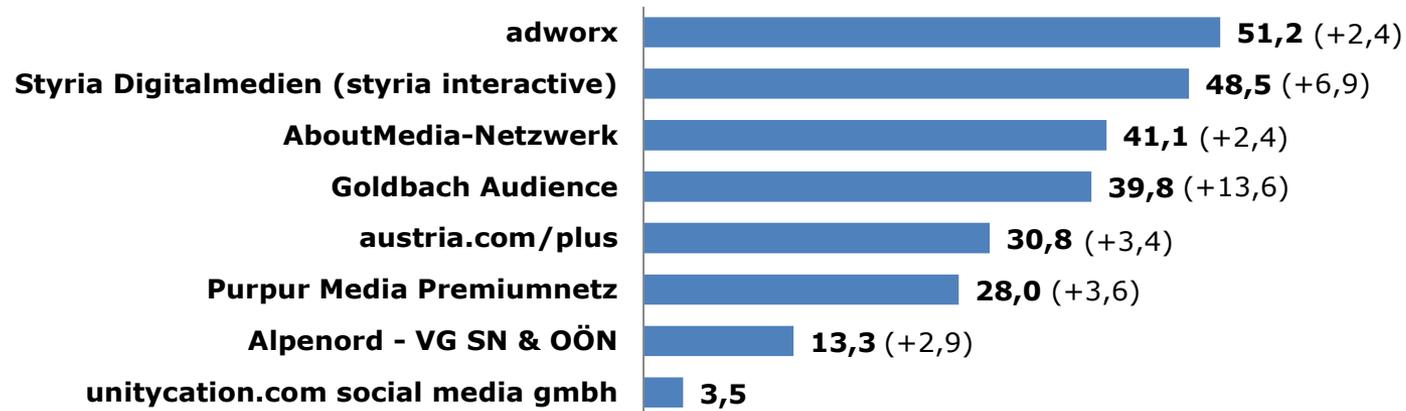


Unter Dachangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen die Zugriffe von mehreren Domains gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV
Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

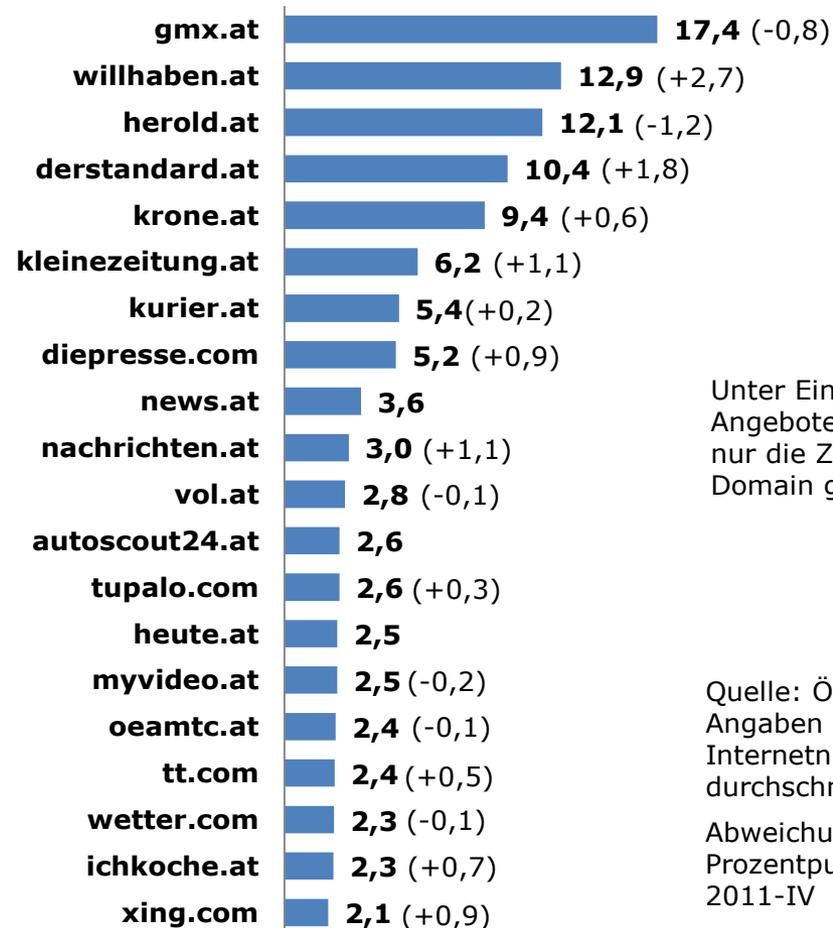
Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2011-IV

Vermarktungsgemeinschaften



Quelle: ÖWA Plus 2012-IV, Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat
 Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2011-IV

Top 20 Einzelangebote

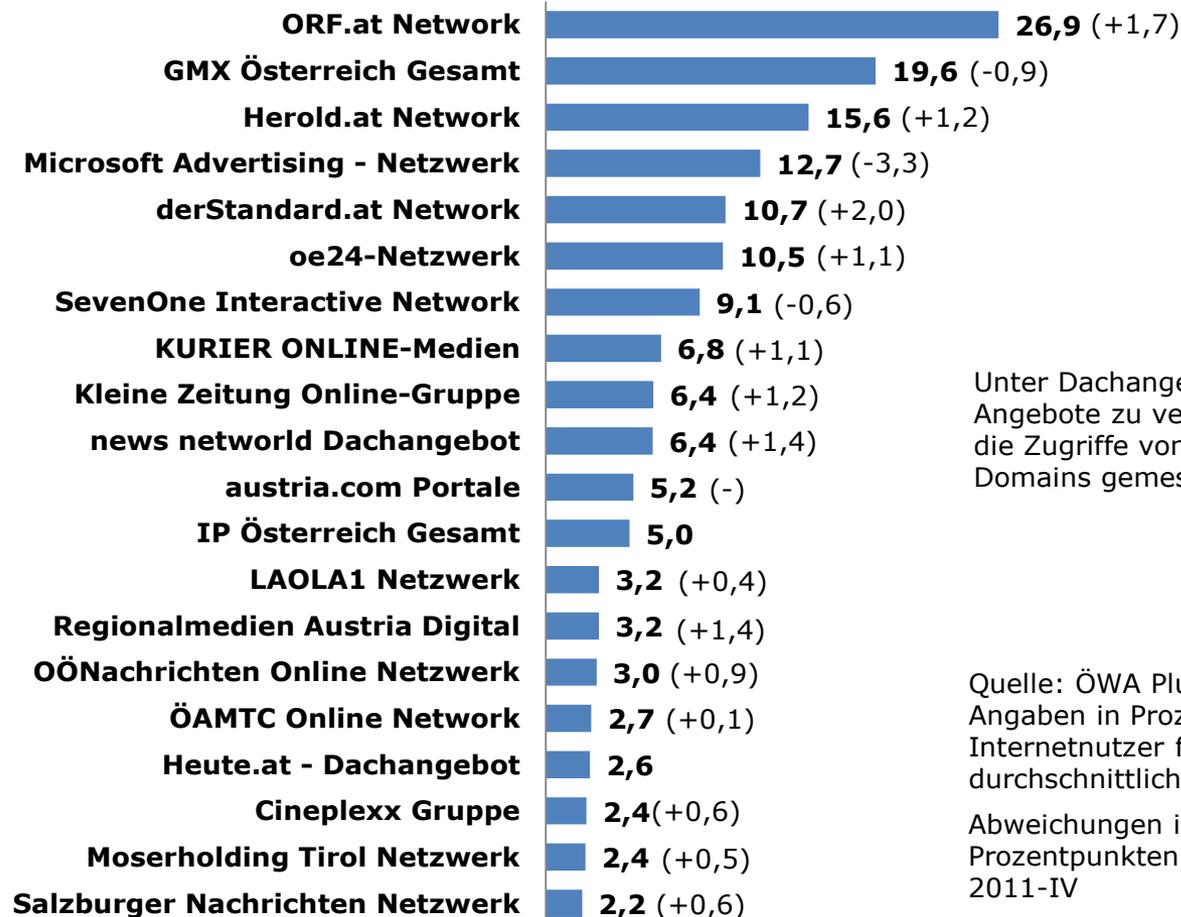


Unter Einzelangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen nur die Zugriffe von einer einzigen Domain gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV
Angaben in Prozent der Internetnutzer für eine durchschnittliche Woche

Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2011-IV

Top 20 Dachangebote



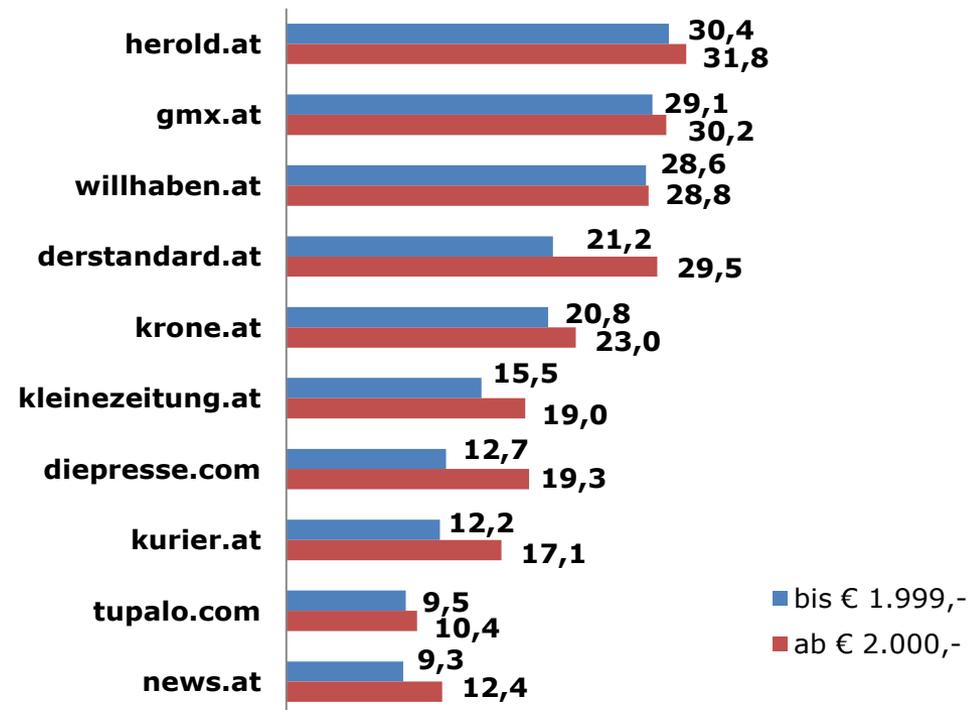
Unter Dachangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen die Zugriffe von mehreren Domains gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV
Angaben in Prozent der Internetnutzer für eine durchschnittliche Woche

Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2011-IV

bis unter € 2.000,- / ab € 2.000,-

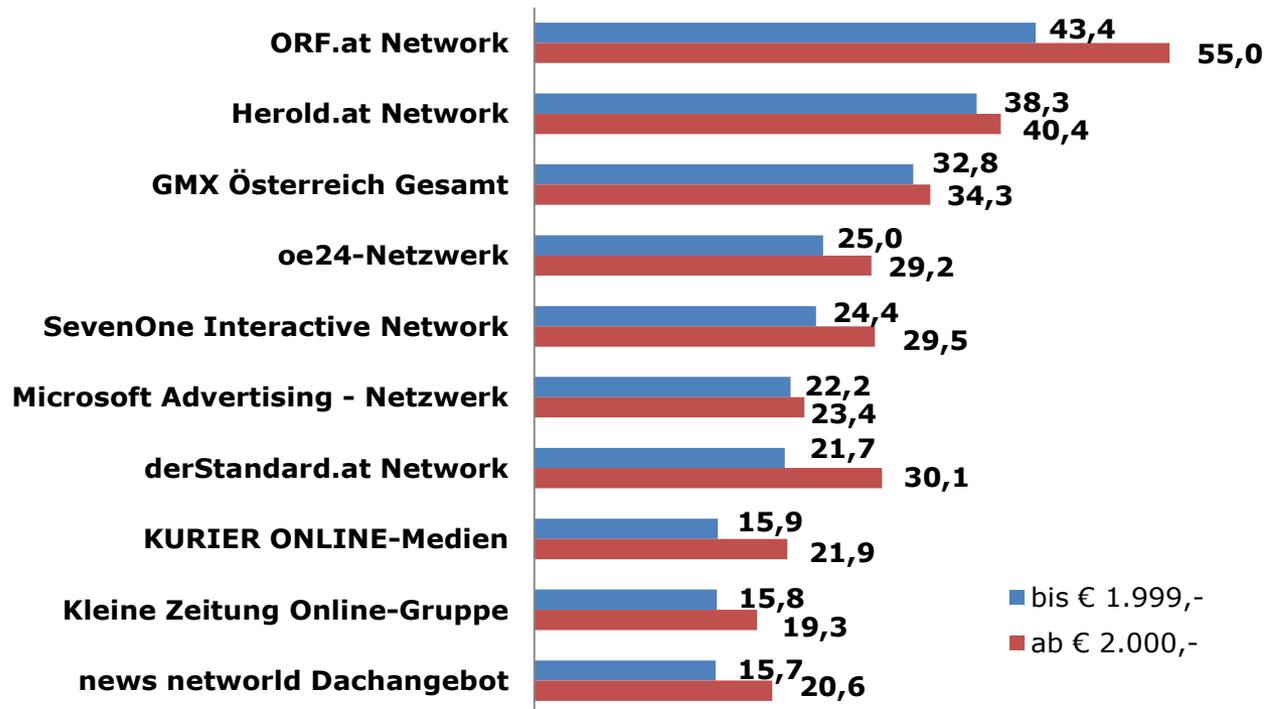
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

bis unter € 2.000,- / ab € 2.000,-

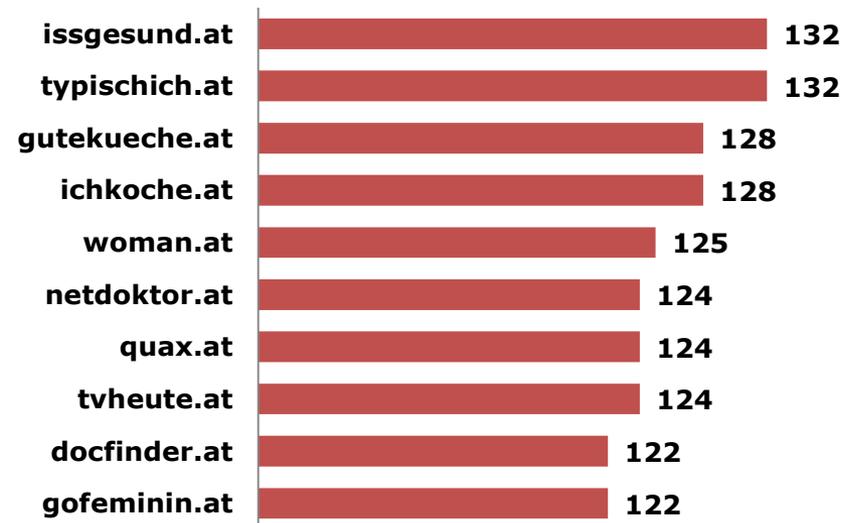
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Frauen

Top 10 Einzelangebote

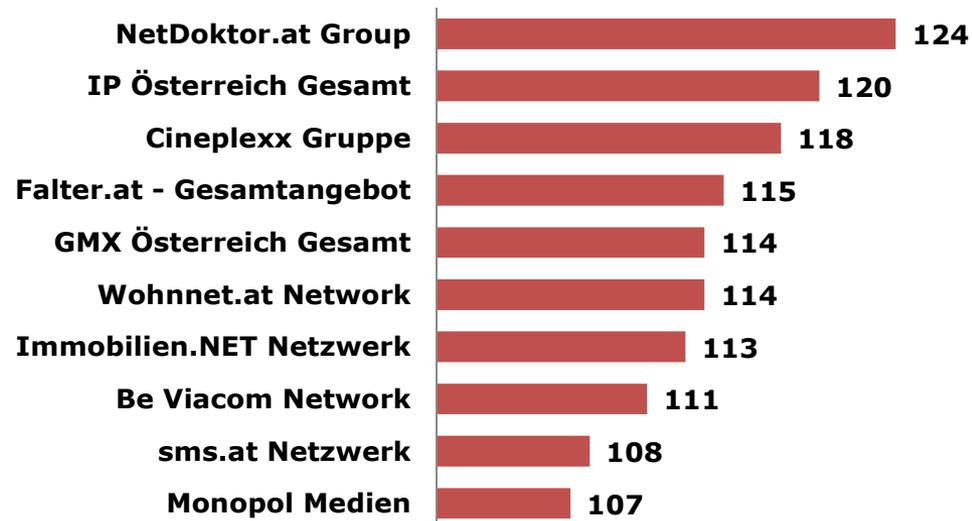


Die Affinität gibt das Verhältnis der Reichweite in einer Zielgruppe zur Gesamt-Reichweite an.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Frauen

Top 10 Dachangebote

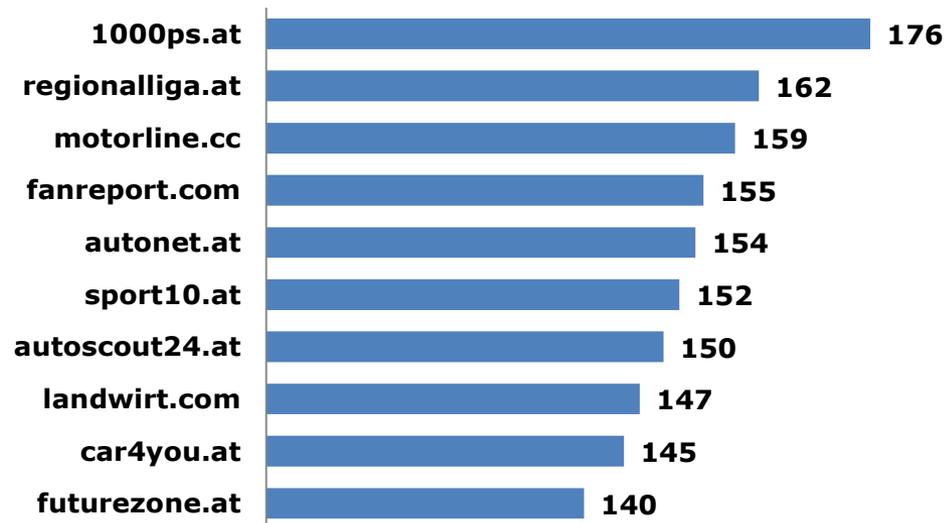


Die Affinität gibt das Verhältnis der Reichweite in einer Zielgruppe zur Gesamt-Reichweite an.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Männer

Top 10 Einzelangebote

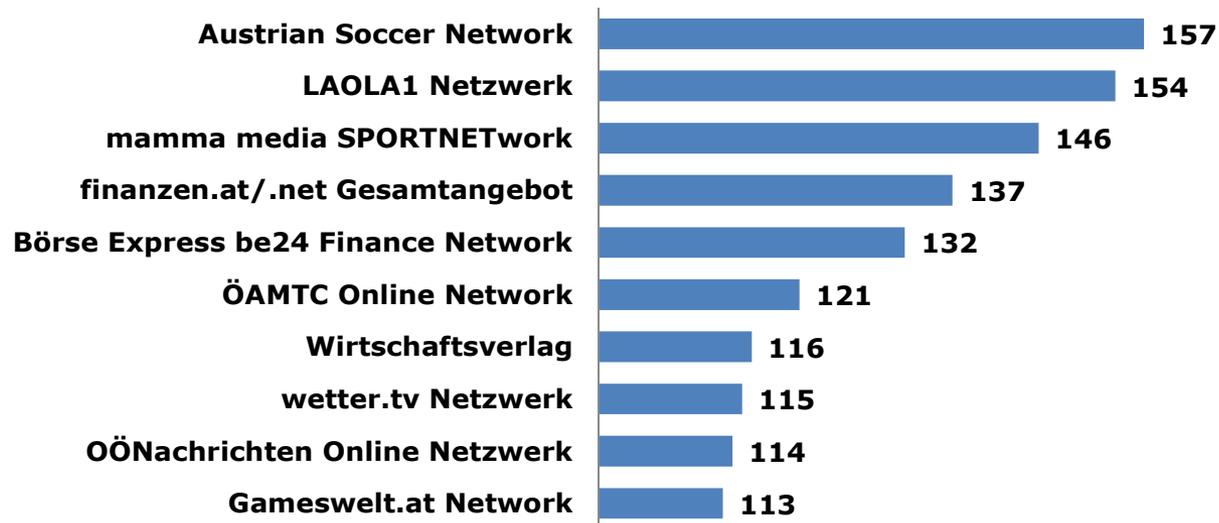


Die Affinität gibt das Verhältnis der Reichweite in einer Zielgruppe zur Gesamt-Reichweite an.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Männer

Top 10 Dachangebote



Die Affinität gibt das Verhältnis der Reichweite in einer Zielgruppe zur Gesamt-Reichweite an.

Quelle: ÖWA Plus 2012-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Drei-Säulenmodell:

1. Technische Messung (Site Centric):

Vollerhebung auf Basis aller Unique Clients

2. OnSite-Befragung: Österreicher ab 14 Jahren

- Soziodemographie
- Übliches Nutzerverhalten
- Interessen, Anschaffungswünsche

3. Repräsentative telefonische Befragung (CATI):

Austrian Internet Monitor, Gesamtbevölkerung 14+



Zusammenwirkung der Säulen:

Schritt 1:

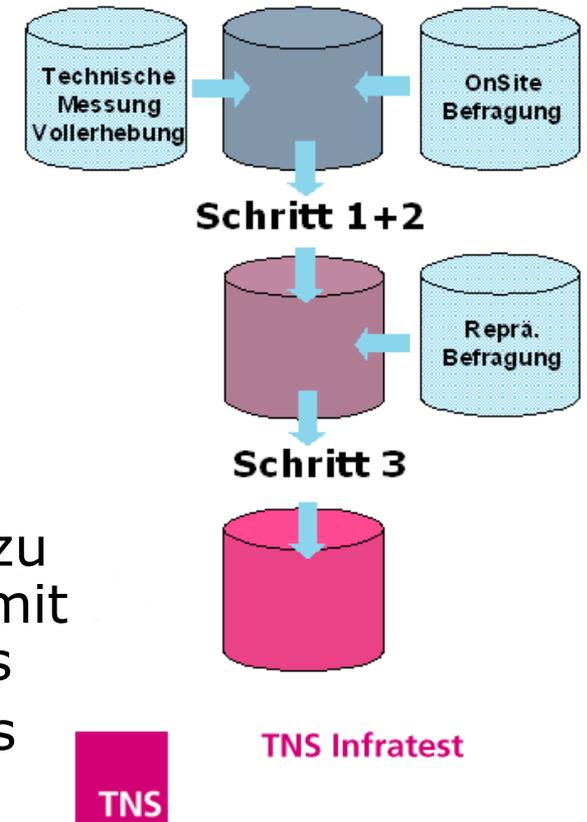
- Zusammenführung der Nutzungsdaten der Unique Clients mit Soziomustern aus der OnSite-Befragung

Schritt 2:

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

Schritt 3:

- (Teil-)Fusion mit dem AIM und Gewichtung anhand der AIM-Strukturdaten sowie den technischen Vorgaben aus der Messung



- Seit Welle 2011-IV: Gewichtung nach AIM-Strukturvorgaben und nach **Nutzungsvorgaben** für die Unique Clients aus der ÖWA Basic
- Berücksichtigung der Vorgaben je Angebot für die **Anzahl der Clients pro Stunde und Monat**
- Gewichtung nach Geschlecht, Alter, Region, Haushaltsgröße, Schulbildung und Berufstätigkeit, zum Teil auch in Kreuzen
- Zusätzlich **Justierung der Kontaktmengen** (PIs) für alle ausgewiesenen Einheiten und alle zählbaren Zeitschnitte

Frei zugängliches Online-Zähltool

- Leistungswerte für Angebote und Vermarkter auf **Tages-, Wochen- und Monatsbasis**
- für **Unique User, Reichweite in Prozent** (Internetnutzer und Gesamtbevölkerung), **Struktur in Prozent** und als **Affinitätsindex**
- **Zielgruppenmerkmale** für die Zeiteinheiten Woche und Monat
- Mit der **Marktanalyse** können Strukturdaten auf Basis der Internetnutzer, der Gesamtbevölkerung oder der Internetnutzer vs. Gesamtbevölkerung berechnet werden



The screenshot shows the 'Zähltool' interface with a table titled 'Gesamtangebote'. The table has columns for 'Anbieter', 'Prozent', and 'Wochen'. The data is as follows:

Anbieter	Prozent	Wochen
Basics	5,24	2,79
1. mtlp.at	EA	121
2. ATV.at	EA	97
3. auto-motor.at	EA	89
4. carpage.at	EA	172
5. compnet.at	EA	85
6. digitalindex.at	EA	790
7. digipress.com	EA	492
8. digitalindex.at	EA	90
9. events.at	EA	84
10. fbi.at	EA	102
11. grafikwoche.at	EA	162
12. joomla.at	EA	2,96
13. kthor.at	EA	222
14. linux.at	EA	106

- Der vollständige Datensatz steht im Planungstool **Zervice** zur Verfügung
- **Kreuztabellen, Rangreihen, Erstellen von Mediaplänen** inklusive **Frequency Capping** und **Targeting** für alle Angebote und Belegungseinheiten
- **Preise** auf TKP-Basis für sieben Standardwerbeformen (Fullbanner, SuperBanner, Interstitial Layer, Medium Rectangle, Skyscraper, Flap Banner, Sitebar)




The ÖWA PLUS logo, identical to the one in the top right corner, positioned below a blue horizontal bar.A graphic representing the cover of the handbook. It consists of a light green rectangular area on the right side, a dark blue vertical bar on the left side of the green area, and a white rectangular area at the bottom right. The text is placed within the green area.

Handbuch Nr. 12
Die soziodemografischen Daten
4. Quartal 2012

Werbeplanung.at

Das aktuelle ÖWA Plus-Handbuch
ist ab April 2013 erhältlich

- Die **ÖWA Plus Welle 2013-II** findet vom 1. April 2013 bis zum 30. Juni 2013 statt.
Neu dabei: aktionsfinder.at, e² Sportdach Austria, Ligaportal.at - Netzwerk, transfermarkt Dachangebot, wogibtswas.at
- Sukzessive **Erweiterung der Marktabdeckung**
- Kontinuierlich **methodische Optimierungen**
- Verbesserung der **Planbarkeit** durch Zervice 5.0