



## Ergebnisse der Studie 2015-IV

07. April 2016

- 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 2016 132 Einzelangebote, 48 Dachangebote, sieben Vermarktungsgemeinschaften, 37 Mobile Angebote (inklusive Apps), fünf mobile Vermarktungsgemeinschaften und zwei Nichtwerbeträger gelistet.
- Die aktuelle **ÖWA Plus-Welle 2015-IV** ist die 17. Reichweitenstudie im Regelbetrieb.

- Das ÖWA Plus-Universum steht für **5,7 Mio.** österreichische Internetnutzer.
- Das entspricht **91,5 Prozent** aller 6,2 Mio. österreichischen Internetnutzer ab 14 Jahren.
- Der **Datensatz** besteht aus **91.804 Fällen** mit gemessenen Nutzungsdaten.
- Durch die Fusion mit dem AIM liegen auch Vergleichsdaten für **Nicht-Internetnutzer** vor.

Die ÖWA Plus 2015-IV liefert für 124 Angebote, sechs Vermarkter und 1.228 buchbare Belegungseinheiten:

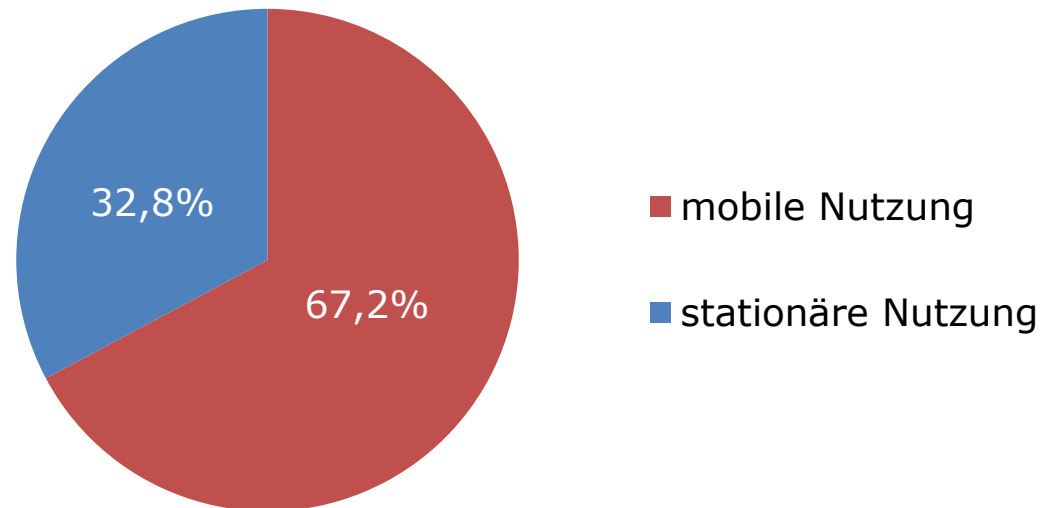
- **Unique User** und **Page Impressions** im **Quartal**, pro durchschnittlichem **Monat** und durchschnittlicher **Woche**
- **Reichweite** absolut und in Prozent der Internetnutzer bzw. der Gesamtbevölkerung
- **20 soziodemographische Variablen** in unterschiedlichen Aggregationsstufen und **87 qualifizierende Merkmale**

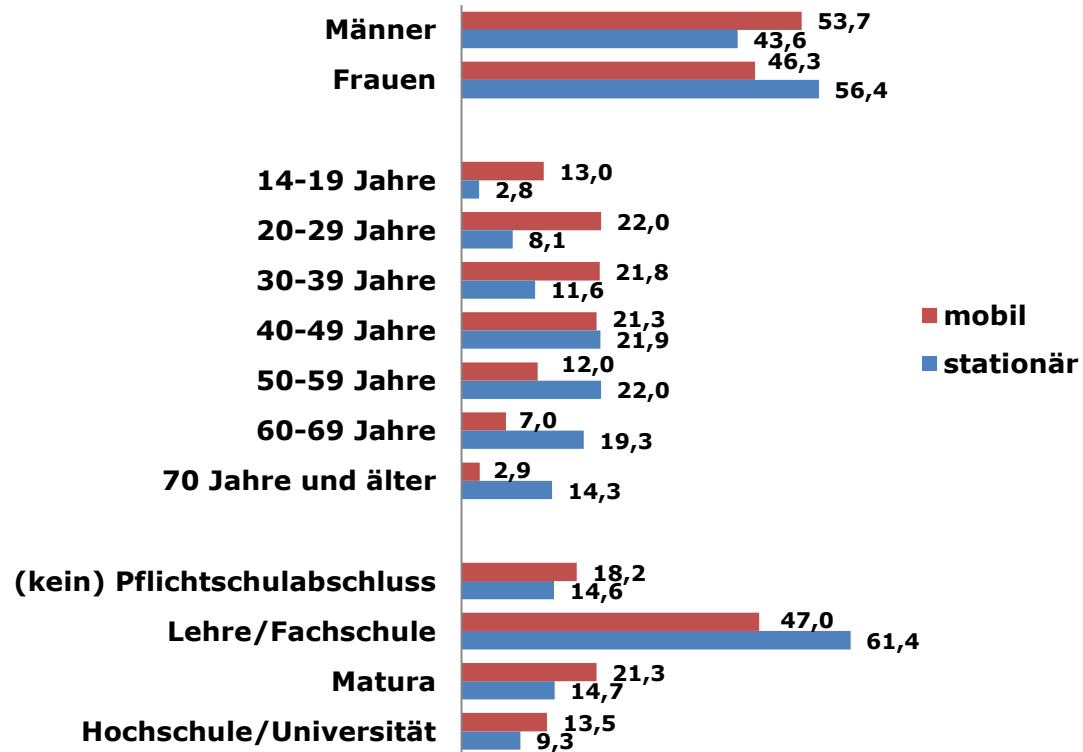
Auf Angebotsebene werden auch **Tagesreichweiten** für den durchschnittlichen Tag, den durchschnittlichen Werktag und für den durchschnittlichen Wochenendtag veröffentlicht.

- Auf Basis der benutzten Endgeräte erfolgt eine Trennung in **stationäre** und **mobile Reichweiten**.
- Die Zugriffe von **Tablets** werden der **stationären Nutzung** zugeschlagen. **Apps** können aus methodischen Gründen **noch nicht** in der ÖWA Plus berücksichtigt werden.
- Die **Überschneidung** zwischen den stationären und den mobilen Nutzern liegt über alle ÖWA Plus-Angebote hinweg bei **42,6 Prozent** auf Monatsebene und bei **28,7 Prozent** auf Wochenebene.

- Bereits **67,2 Prozent** aller Internetnutzer nutzen das Internet auch **mobil**, während **32,8 Prozent** das Internet ausschließlich **mit stationären Endgeräten** nutzen.

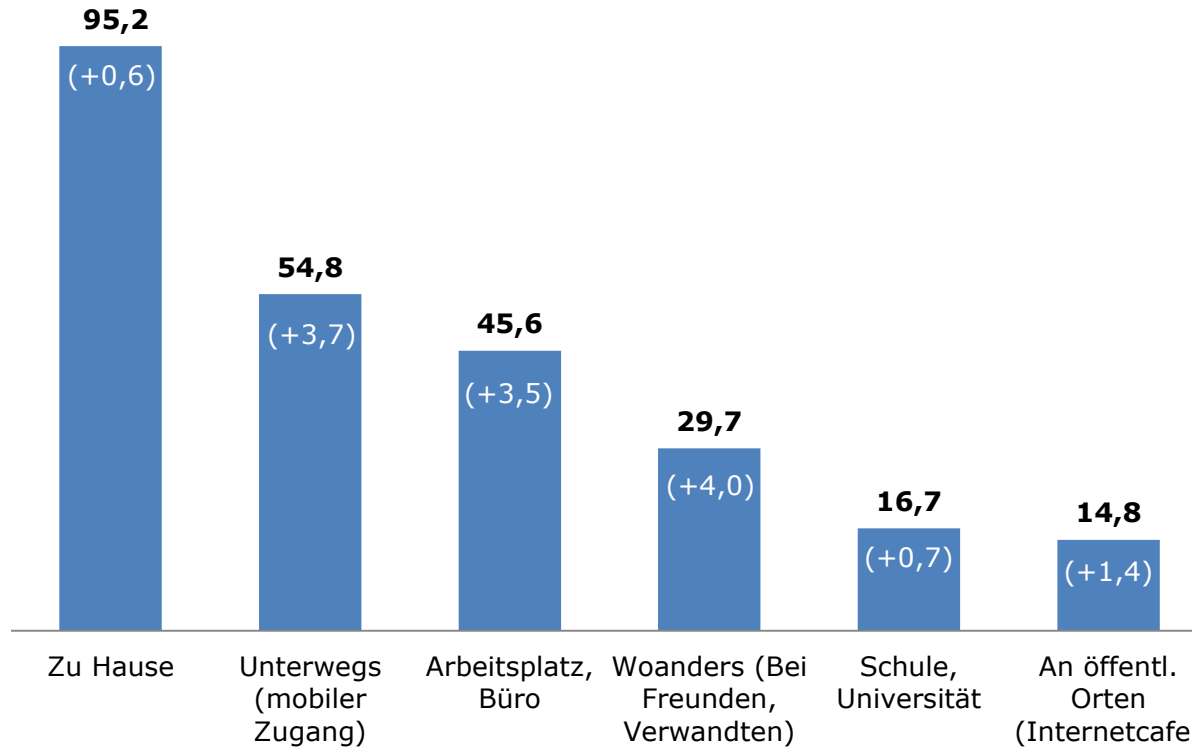
Onliner ab 14 Jahren





Lesebeispiel: 53,7 Prozent aller mobilen Internet-Nutzer sind Männer

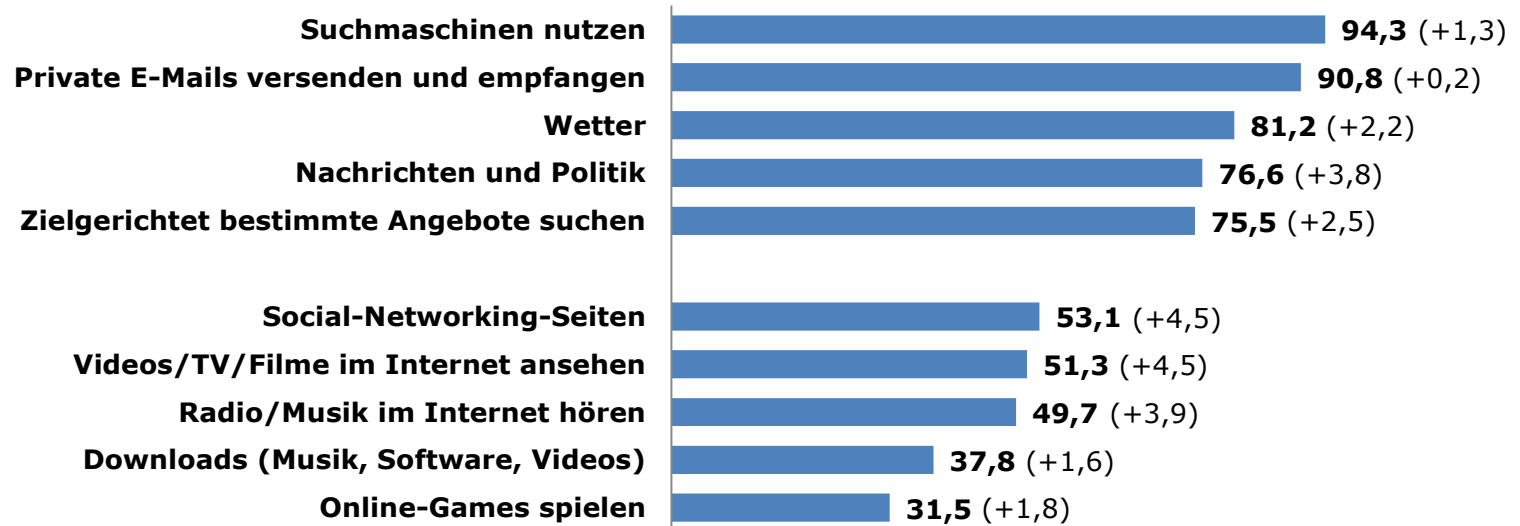
Quelle: ÖWA Plus 2015-IV / Angaben in Prozent der mobilen und stationären Internet-Nutzer in den letzten drei Monaten



Lesebeispiel: 95,2 Prozent der Internetnutzer nutzen das Internet zu Hause.

Quelle: ÖWA Plus 2015-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer in den letzten drei Monaten  
Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2014-IV

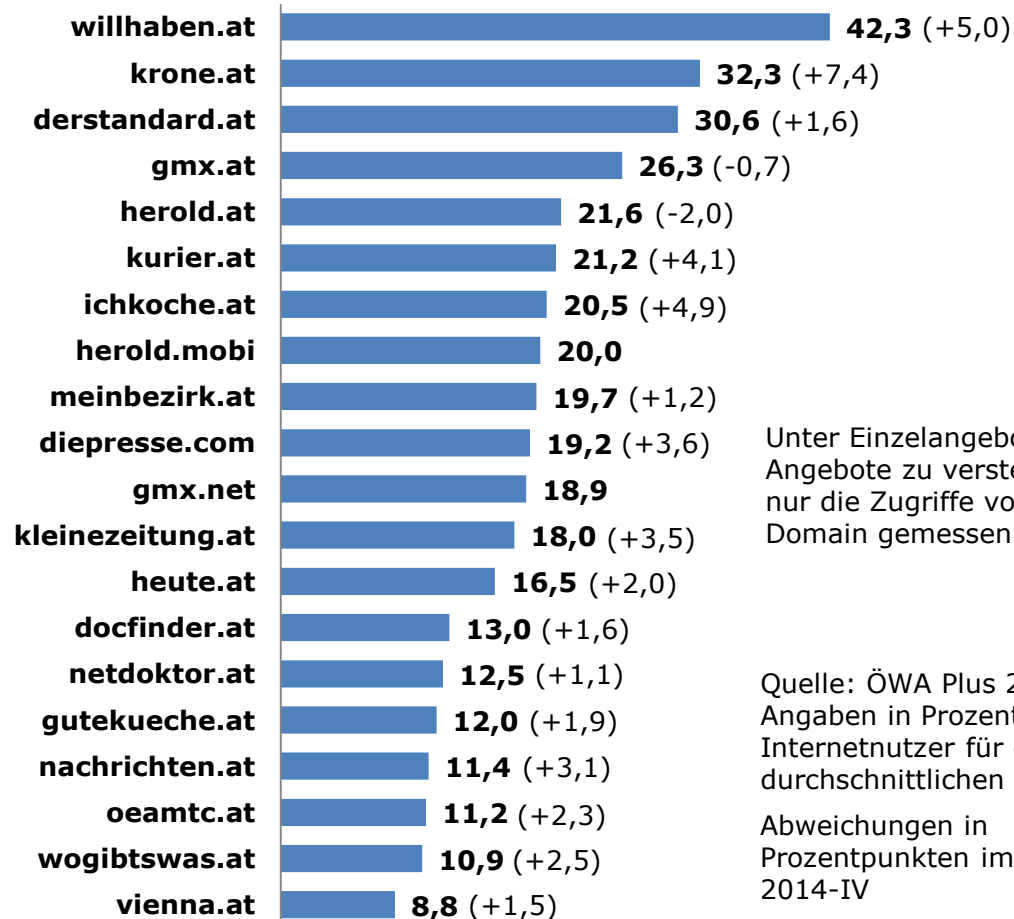




Lesebeispiel: 94,3 Prozent aller Internetnutzer nutzen mindestens gelegentlich Suchmaschinen.

Quelle: ÖWA Plus 2015-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer in den letzten drei Monaten mit einer zumindest gelegentlichen Nutzung  
Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2014-IV

## Top 20 Einzelangebote

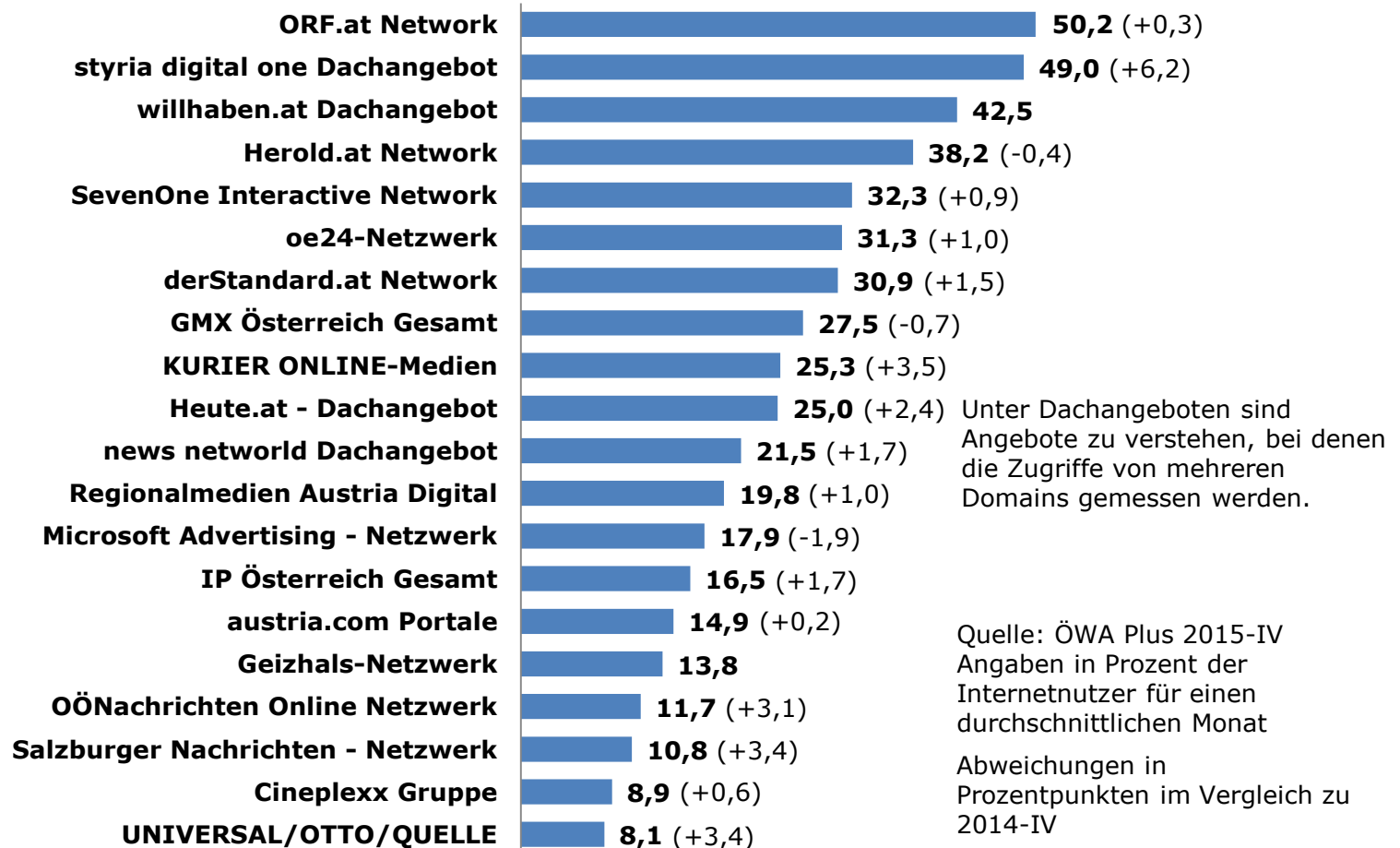


Unter Einzelangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen nur die Zugriffe von einer einzigen Domain gemessen werden.

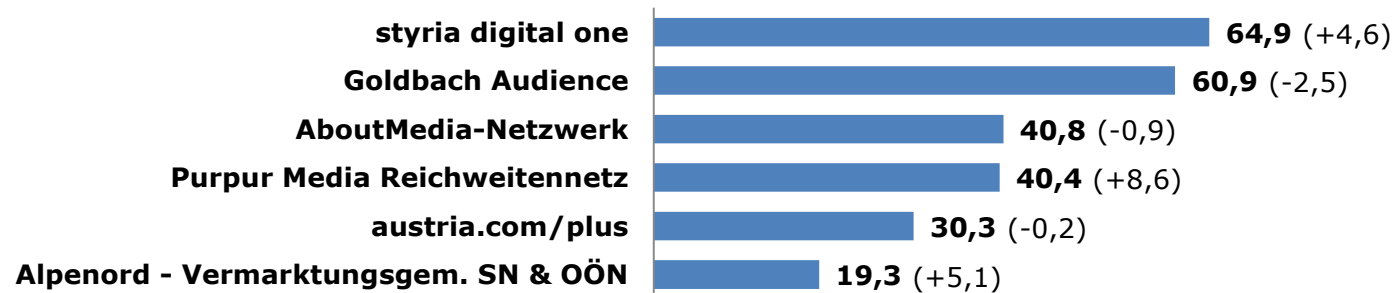
Quelle: ÖWA Plus 2015-IV  
Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2014-IV

## Top 20 Dachangebote

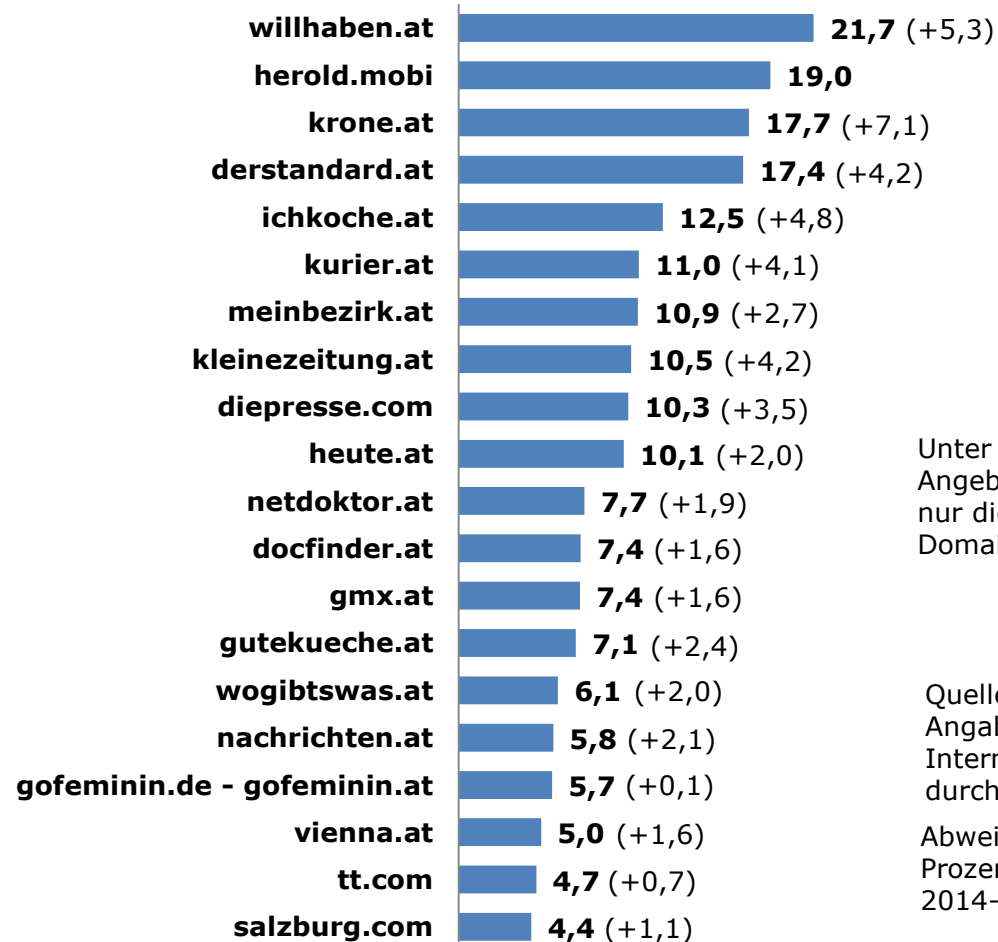


## Vermarktungsgemeinschaften



Quelle: ÖWA Plus 2015-IV, Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat  
Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2014-IV

## Top 20 Einzelangebote

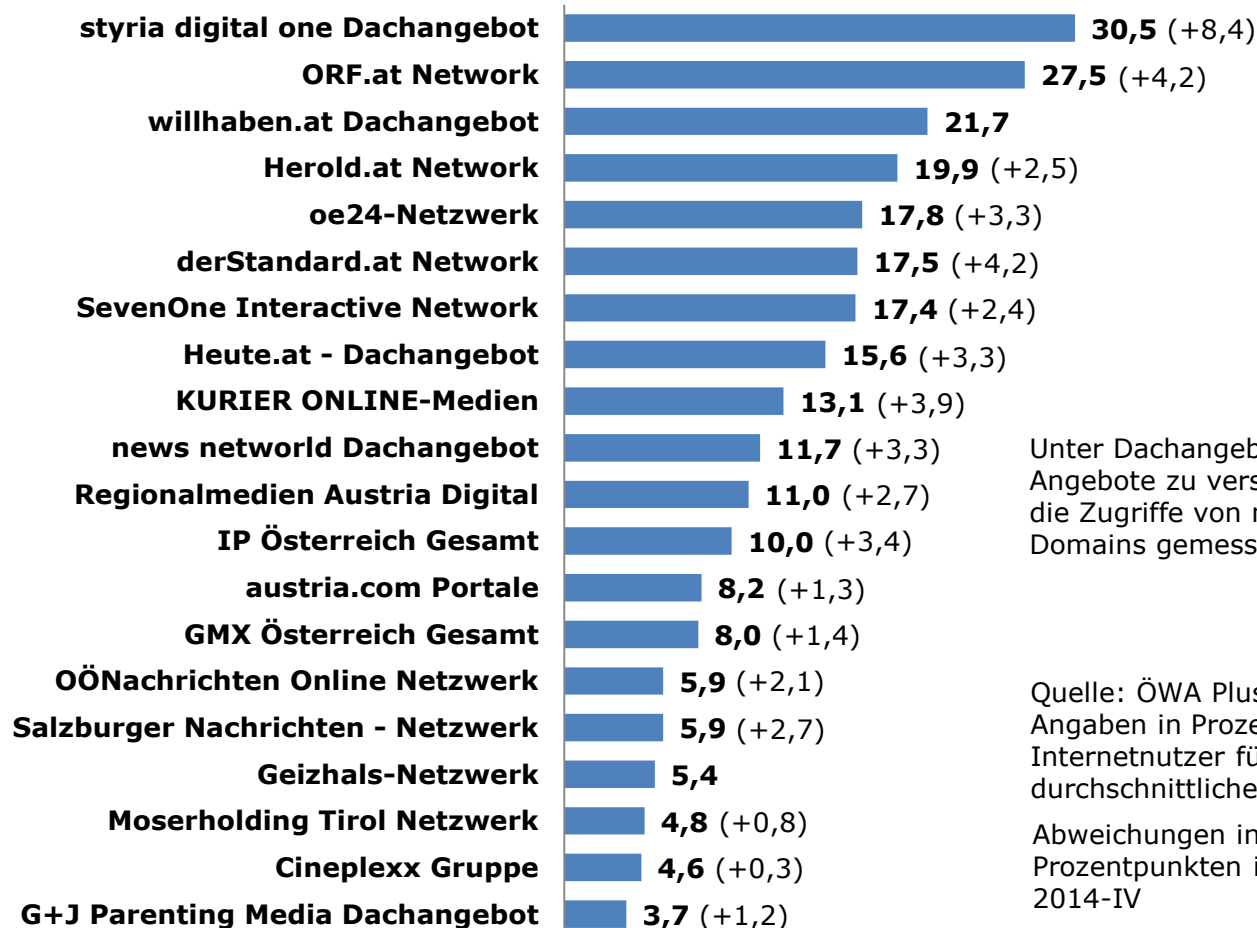


Unter Einzelangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen nur die Zugriffe von einer einzigen Domain gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2015-IV  
Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2014-IV

## Top 20 Dachangebote



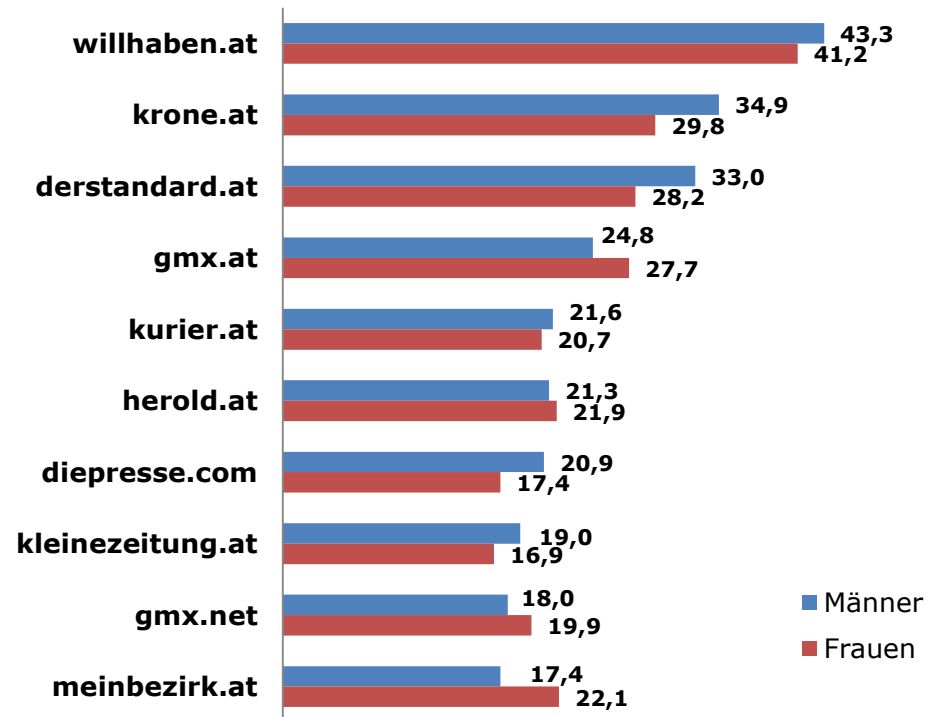
Unter Dachangeboten sind Angebote zu verstehen, bei denen die Zugriffe von mehreren Domains gemessen werden.

Quelle: ÖWA Plus 2015-IV  
Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2014-IV

## Männer/Frauen

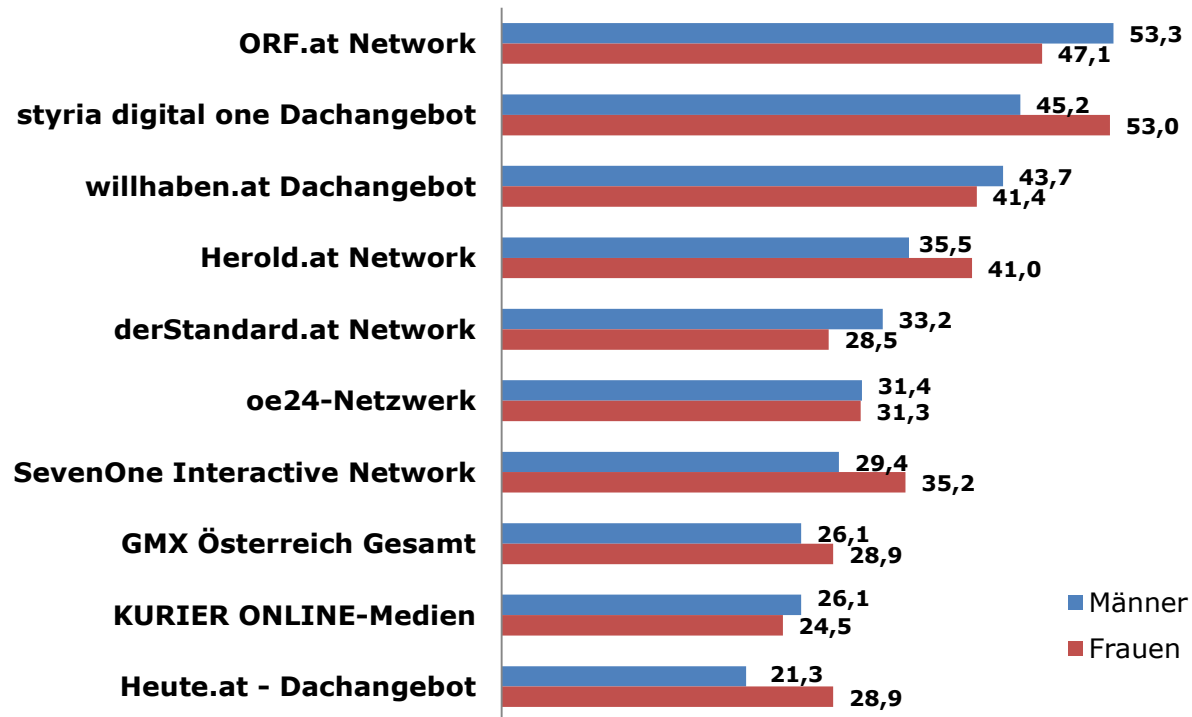
### Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2015-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

## Männer/Frauen

### Top 10 Dachangebote

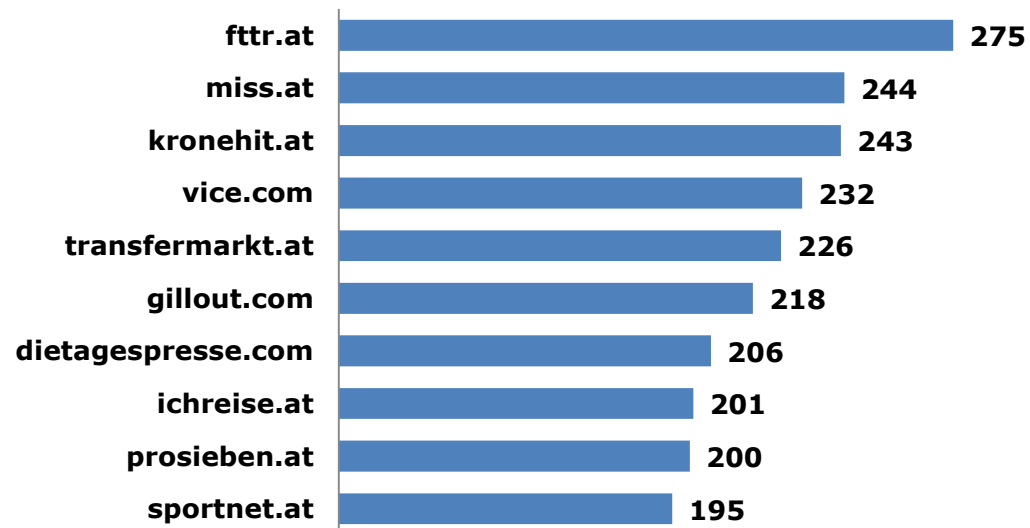


Quelle: ÖWA Plus 2015-IV / Angaben in Prozent der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat



## 20 – 29 Jahre

### Top 10 Einzelangebote

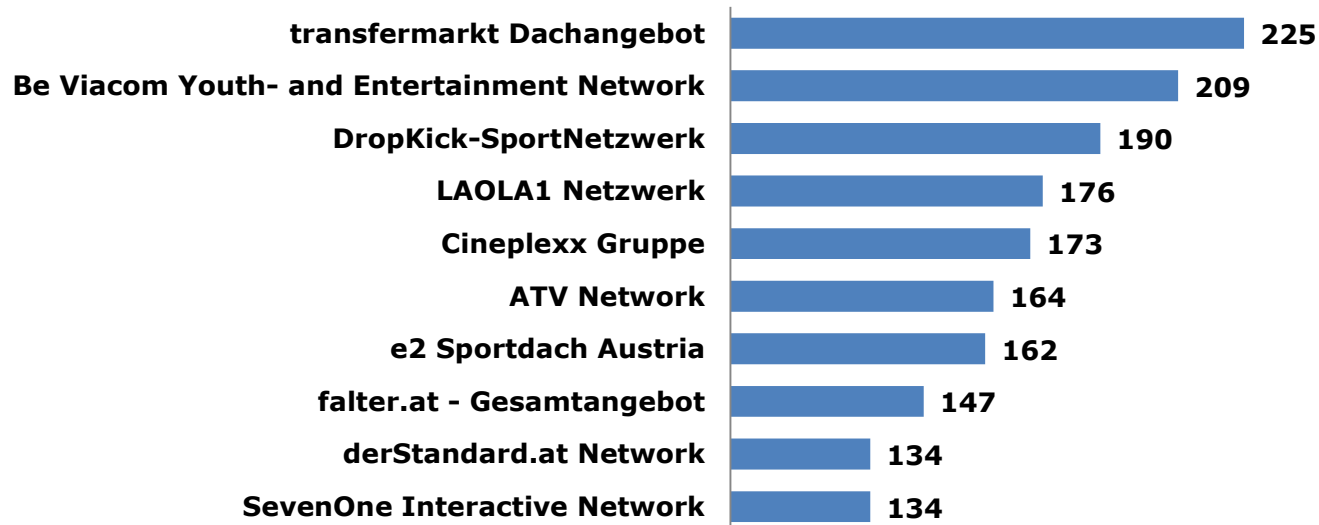


Lesebeispiel: Das Angebot ftrr.at hat einen Affinitätswert von 275 in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen. Die Affinität gibt das Verhältnis der Reichweite in einer Zielgruppe zur Gesamt-Reichweite an.

Quelle: ÖWA Plus 2015-IV / Angaben auf Basis der Internetnutzer für einen durchschnittlichen Monat

## 20 – 29 Jahre

### Top 10 Dachangebote



Lesebeispiel: Das transfermarkt Dachangebot hat einen Affinitätswert von 225 in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen. Die Affinität gibt das Verhältnis der Reichweite in einer Zielgruppe zur Gesamt-Reichweite an.

Quelle: ÖWA Plus 2015-IV / Angaben auf Basis 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:

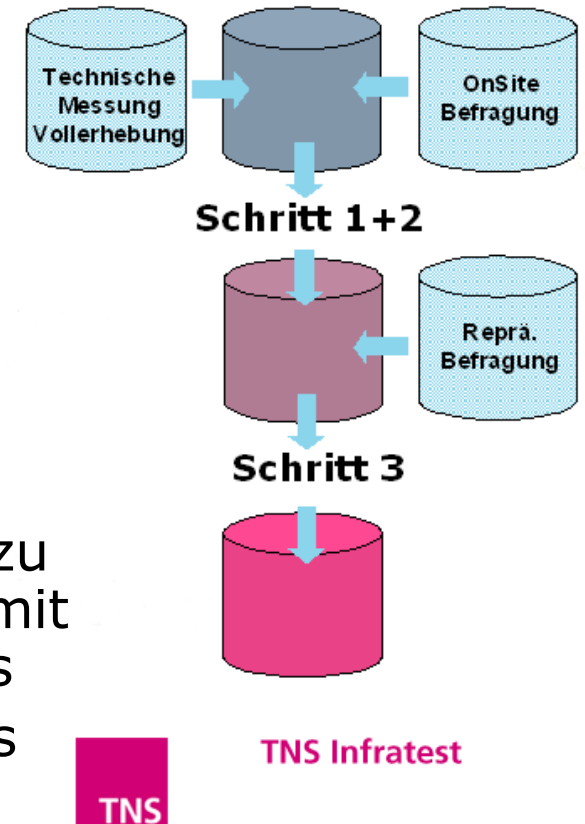
- Zusammenführung der Nutzungsdaten der Unique Clients mit Soziomustern aus der OnSite-Befragung

## 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:

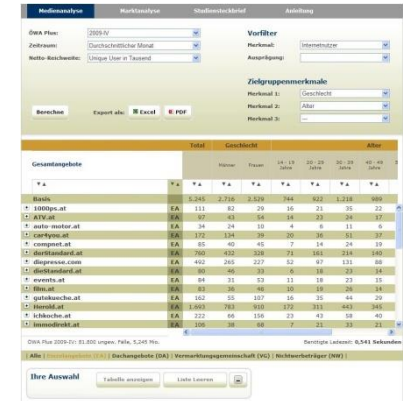
- (Teil-)Fusion mit dem AIM und Gewichtung anhand der AIM-Strukturdaten sowie den technischen Vorgaben aus der Messung



- Seit Welle 2014-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 **Wochen- und Monatsebene** auf Basis der mobilen, der stationären und der Gesamtnutzer
- **Tagesdaten** auf Basis der Gesamtnutzer
- **Unique User, Reichweite in Prozent** (Internetnutzer und Gesamtbevölkerung), **Struktur in Prozent** und **Affinitätsindex**
- **Zielgruppenmerkmale** für die Zeiteinheiten Woche und Monat
- **Marktanalyse** auf Basis der Internetnutzer bzw. der Gesamtbevölkerung



Provider	EA	MA	SA	KA	TA	GA	SA	KA	TA	GA
Österreich	8.246	2.706	2.100	1.644	1.001	2.724	1.096			
1000plus.at	EA	111	82	29	16	21	25	22		
10TV.at	MA	37	43	54	16	20	24	17		
media-motor.at	EA	24	24	10	4	6	11	6		
carphone.at	SA	172	124	36	20	16	51	33		
comquart.at	EA	65	40	45	7	14	24	15		
derkandl.at	SA	760	432	104	71	141	214	149		
derkandl.at	EA	442	268	127	52	107	121	88		
derkandl.at	EA	90	46	14	6	18	23	14		
ewerth.at	EA	84	31	53	11	19	22	11		
lib.at	SA	84	36	76	10	16	40	14		
globevision.at	EA	162	85	107	16	25	44	29		
lib.at	SA	1.046	751	192	112	241	449	345		
skynet.at	EA	222	69	116	23	43	59	40		
telekom.at	SA	104	58	46	7	11	18	12		

- Der **vollständige ÖWA Plus-Datensatz** steht auf Monats- und Wochenbasis im Planungstool **Zervice** zur Verfügung
- Tagesdaten sowie mobile und stationäre Detaildaten sind nicht verfügbar
- **Kreuztabellen, Rangreihen, Erstellen von Mediaplänen** inklusive Optimizer für alle Angebote und Belegungseinheiten
- **Preise** auf TKP-Basis für zehn Standardwerbeformen: Full Banner, Super Banner, Billboard, Medium Rectangle, Skyscraper, Maxi Ad, Halfpage Ad, Sitebar, Flap Banner und Universal Flash Layer

**ÖWA PLUS**

Handbuch Nr. 18  
Die soziodemografischen Daten  
4. Quartal 2015

**18**

JETZT GÄNZLICH NEU: kurier.at

**IHR MEHRWERT DEN HABEN SIE VOM KURIER**

kurier.at: 25 % Wachstum in 6 Monaten  
KURIER-Digital: 2,796 Mio. Unique User pro Quartal – siehe Seite XY

Werbeplanung.at

kurier.at

Das aktuelle ÖWA Plus-Handbuch erscheint Mitte April 2016



- **ÖWA Plus Welle 2016-I:** Veröffentlichung Anfang Juli 2016

Neu dabei: [skysportaustria.at](http://skysportaustria.at)

- **ÖWA Plus Welle 2016-II:** 1. April 2016 bis 30. Juni 2016
- Sukzessive **Erweiterung der Marktabdeckung**
- Kontinuierlich **methodische Optimierungen**