

Name der Studie	ÖWA Plus
Teilnehmer	ATV, Börse Express be24 Finance Network, austria.com Gruppe, compnet.at, diepresse.com, derStandard.at Network, EVENTSZENE.at, Falter.at – Gesamtangebot, feratel Panoramakameras, GMX Österreich Gesamt, Herold.at Network, Immobilien.NET Netzwerk, immodirekt.at, Kleine Zeitung Online-Gruppe, krone.at, KURIER.at, LAOLA1 Netzwerk, Mamilade Ausflugstipps Österreich, Microsoft Advertising – Netzwerk, NetDoktor.at Group, NEWS-Networld Dachangebot, NÖN-Gruppe, ÖAMTC Online Network, OÖNachrichten Online Netzwerk, ORF.at Network, salzburg.com, SevenOne Interactive Network, sms.at Netzwerk, Szene1 Network, tele.at, tt.com Network, upclive.at Netz, Wiener Zeitung Gruppe, willhaben.at, Wirtschaftsblatt.at und Wohnnet.at Network.
Zielsetzung	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.
Erscheinungsfrequenz	2 x pro Jahr (Erhebung im 2. Quartal und 4. Quartal)
Auftraggeber	Österreichische Webanalyse
Dienstleister	HTS Informationssysteme für Marktforschung GmbH Integral Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H Interrogare GmbH spring GmbH & Co. KG TNS Infratest GmbH
Definition Grundgesamtheit	Internetnutzer mit Wohnsitz Österreich ab 14 Jahren ÖWA Plus-Teilnehmer mit Wohnsitz Österreich ab 14 Jahren
Definition Unique User	Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einer ÖWA Plus-Seite mindestens eine (eindeutig einem Unique Client zuordenbare) Page Impression ausgelöst hat.
Erhebungsmethode	Multi-Methodentracking auf Basis einer technischen Messung (Tracking), einer Onsite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
Erhebungszeitraum	ÖWA Plus 2009-II: 01. April 2009 - 30. Juni 2009
Fallzahl	97.044 Fälle (Internetnutzer, gewichtet) 91.058 Fälle (ÖWA Plus-Universum, gewichtet)

Enthaltene Merkmale	<p>ÖWA Plus liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reichweiten • Kontakte • Soziodemografische Nutzerdaten • Übliches Nutzerverhalten • Interessen, Anschaffungswünsche
Datenverfügbarkeit	<p>Die Kernergebnisse von ÖWA Plus finden sich in Form einer Präsentation bzw. eines Datenblattes zum Download unter www.oewaplus.at. Außerdem werden die Daten auch im ÖWA Plus-Handbuch des Medienwirtschaft Verlags publiziert.</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>