

Studiensteckbrief ÖWA Plus 2019-II

Name der Studie	ÖWA Plus
Teilnehmer	derStandard.at Network docfinder.at - Österreichs Arzttempfegung falstaff falter.at - Gesamtangebot finanzen.at/.net Gesamtangebot firmeninfo.at - Gesamtangebot GMX Österreich Gesamt Heute.at - Dachangebot IP Österreich Gesamt kosmo.at krone.at kronehit.at KURIER ONLINE-Medien LAOLA1 Netzwerk Moserholding Tirol Netzwerk VGN Digital Dachangebot NÖN-Netzwerk oe24-Netzwerk OÖNachrichten Online Netzwerk ORF.at Network Red Bull Media House Regionalmedien Austria Digital Russmedia Portale Salzburger Nachrichten - Online Netzwerk SevenOne Interactive Network shpock.com skip.at skysportaustria.at - Sky Österreich sms.at Netzwerk tele.at - Das österreichische Programmagazin tvheute.at - das TV-Magazin UBIMET Netzwerk vice.com willhaben Dachangebot
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 im Jahr 2019
Auftraggeber	Österreichische Webanalyse

Dienstleister	Ebert + Grüntjes GbR HTS Informationssysteme für Marktforschung GmbH Integral Markt- und Meinungsforschungs ges.m.b.H Interrogare GmbH Kantar
Definition Grundgesamtheit	Österreichische Wohnbevölkerung 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-Methodenmodell auf Basis technischer Messung (Tracking), OnSite-Befragung bzw. InApp-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen CATI-Erhebung
Erhebungszeitraum	01. April 2019 - 30. Juni 2019
Fallzahl	96.774 Fälle
Enthaltene Merkmale	<p>ÖWA Plus liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reichweiten • Kontakte • Soziodemographische Nutzerdaten • Übliches Nutzerverhalten • Interessen, Anschaffungswünsche
Datenverfügbarkeit	<p>Die Kernergebnisse der ÖWA Plus-Studie liegen in Form einer Präsentation bzw. in Form von Datenblättern als Download unter www.oewaplust.at vor.</p> <p>Ebenfalls unter www.oewaplust.at gibt es mit dem ÖWA Plus-Zähltool die Möglichkeit, selbst Zählungen im aktuellen Datenbestand der ÖWA Plus durchzuführen.</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>