



## Ergebnisse der Pilotstudie

Vergleichbare Reichweiten und Strukturdaten

27. April 2007

Mag. Hannes Dünser  
Dr. Oliver Ecke  
Mag. Gerlinde Hinterleitner  
Mag. Stephan Thurm



### Status Quo

- Die **ÖWA misst Nutzung**: Seit 1998 unabhängige Kontrolleinrichtung für Online-Medien in Österreich
  - 38 werbetragende Angebote, 5 nicht werbetragende Angebote und 21 Agenturen
  - Seit 2003 ergänzend zu Page Impressions und Visits Messung der Kenngröße **Unique Client** (UC)
  - Was fehlt uns noch?
    - **Wie viele Menschen** werden erreicht?
    - **Welche** Menschen werden erreicht?
    - Grundlage für **klassische Mediaplanung** mit Reichweiten in Zielgruppen
- ⇒ Umsetzung des anspruchsvollen AGOF-Modells in Österreich als Pilotprojekt



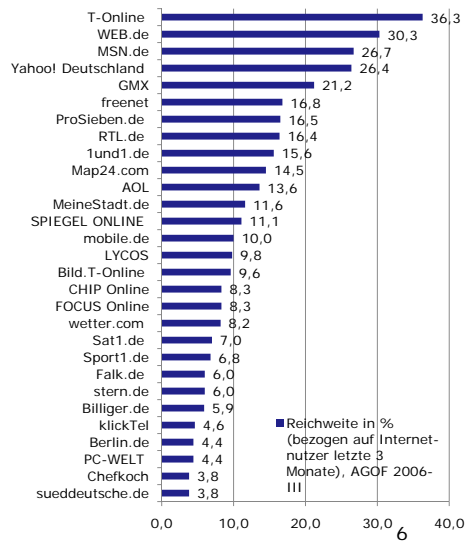
- Klassische **Mediaplanung** mit Reichweiten und Demographien wird möglich
- Echte Reichweiten in der Bevölkerung
- Sehr **harte Kriterien** (Messung + Befragung)  
(Multiclient, Multiuser, Cookie-Löcher, At work-Nutzung inkludiert)
- Vergleichbarkeit mit D/CH
- Belebung des Werbemarktes durch die härteste Reichweitenwährung



Multimethodenmodell nach AGOF:

1. **Technische Messung:**  
Grundgesamtheit PCs, wie ÖWA bisher
2. **OnSite-Befragung:**  
Grundgesamtheit Internetnutzer 14+
3. **Offline-Befragung:**  
Austrian Internet Monitor, Grundgesamtheit der Gesamtbevölkerung 14+

AGOF: Reichweite in %



Einzel-Profil



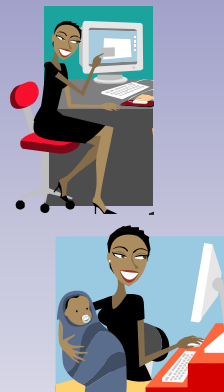
1 Client = 1 User

Familien-Profil



1 Client = x User

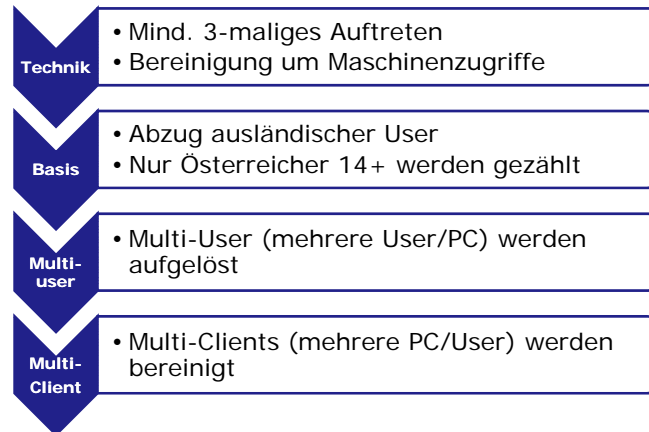
Business-Profil



x Clients = 1 User



## Unique Client



## Unique User

8

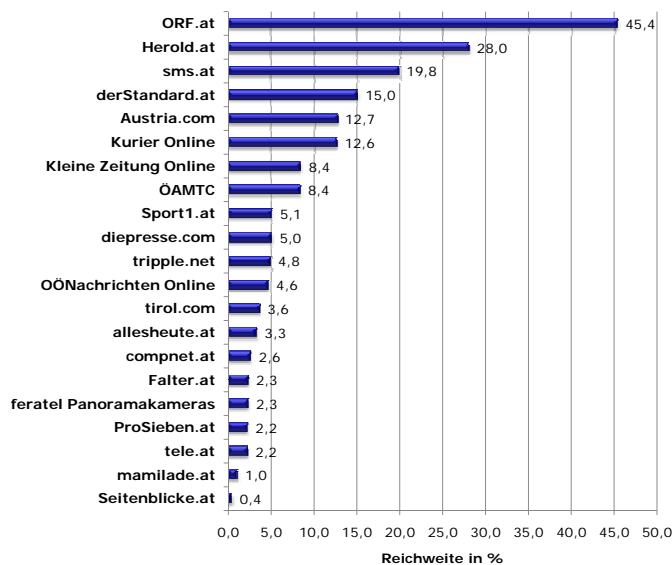


- **Stichprobe:** 15.592 bereinigte Online-Interviews, projiziert auf 77.960 Fälle
- Austrian Internet Monitor (AIM) dient der **Gewichtung** und Hochrechnung auf 3,32 Mio. Unique User (das „ÖWA Plus-Universum“)
- Das ÖWA Plus-Universum repräsentiert rund **80 Prozent** der gesamten österreichischen Internetnutzer (4,21 Mio.)

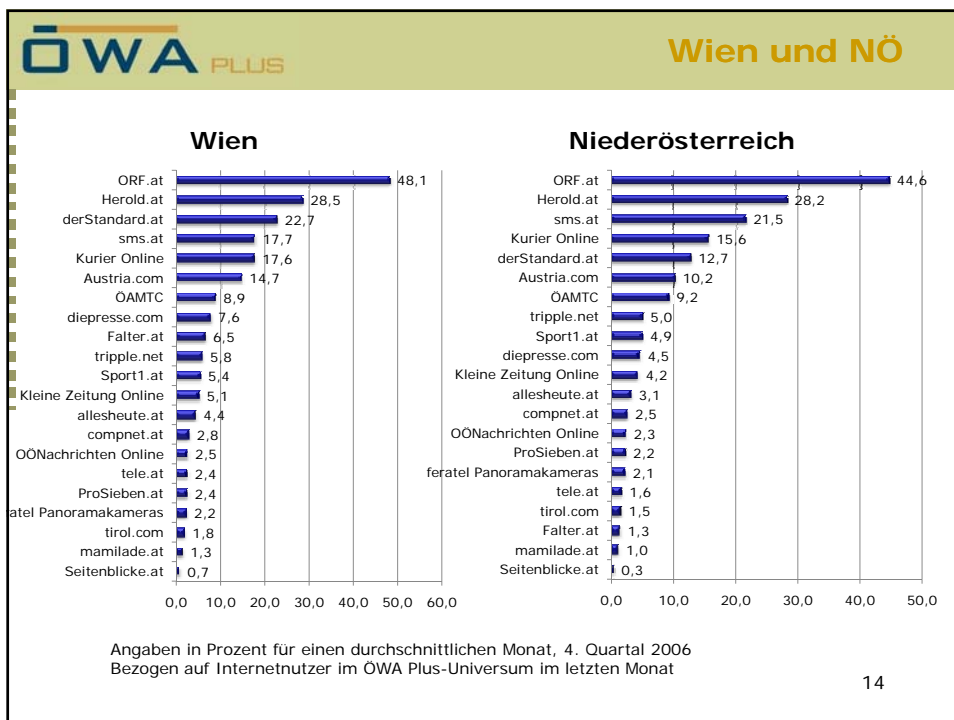
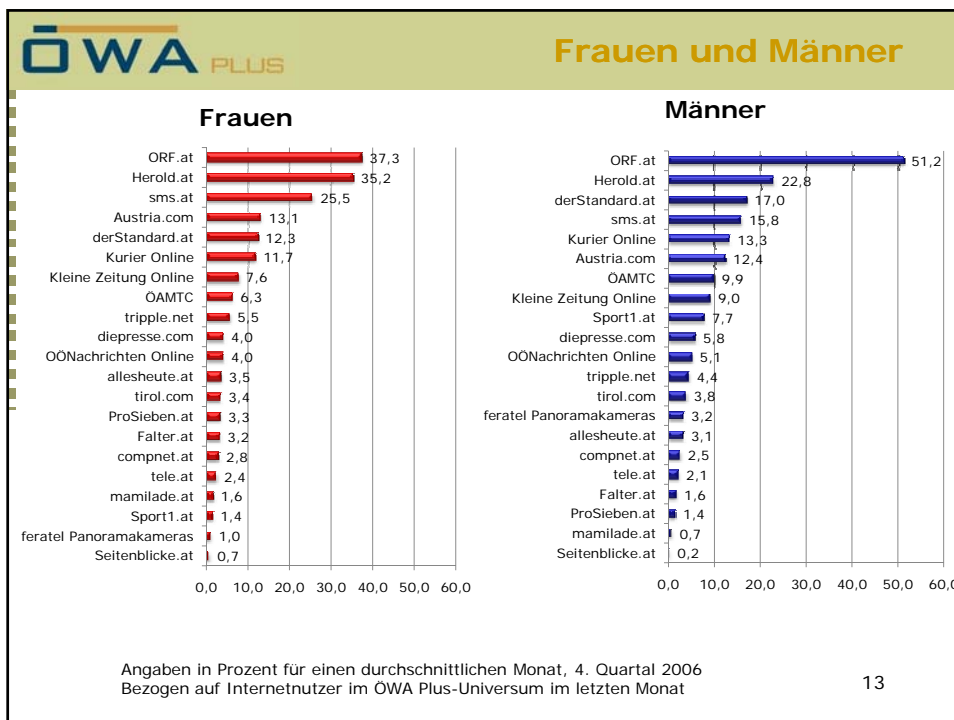
9

- Für 21 Angebote und deren Belegungseinheiten
  - **Unique User** und Page Impressions im **Quartal**, pro durchschnittlichem **Monat** und durchschnittlicher **Woche**
  - **Reichweite** in Prozent vom ÖWA-Universum
  - ausweisbar in **14 demografischen Variablen** in unterschiedlichen Aggregationsstufen
  - mit weiteren 73 qualifizierenden Merkmalen

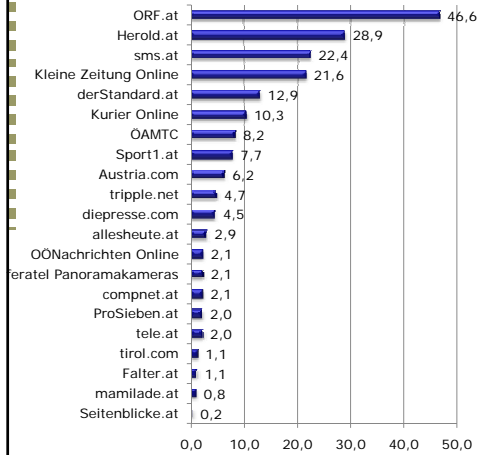
10



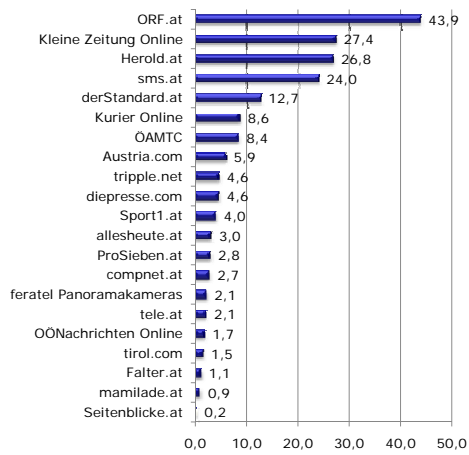
12



Kärnten



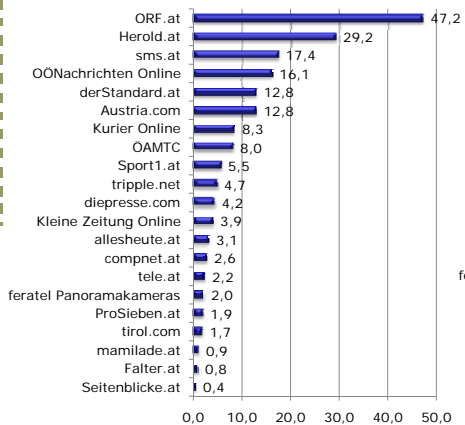
Steiermark



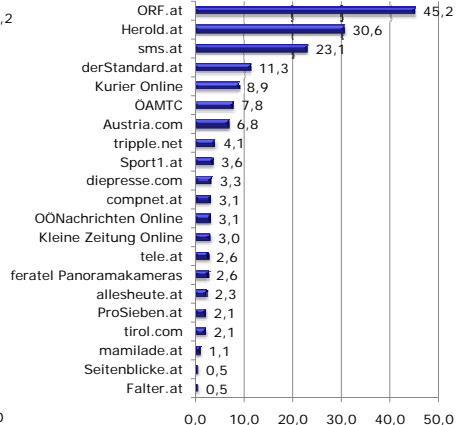
Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, 4. Quartal 2006  
Bezogen auf Internetnutzer im ÖWA Plus-Universum im letzten Monat

15

Oberösterreich

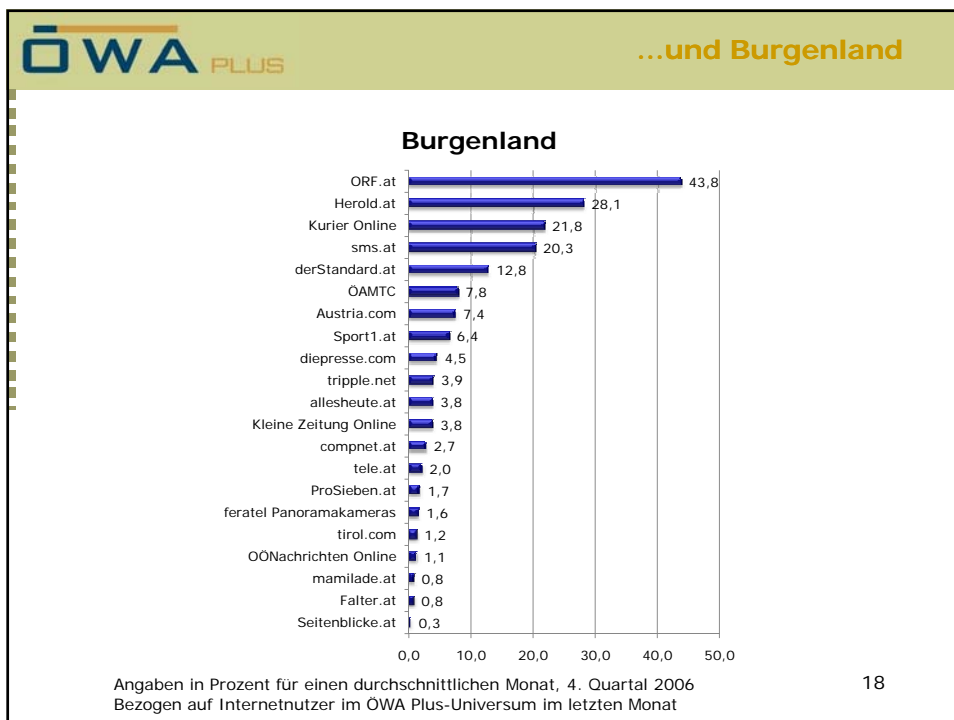
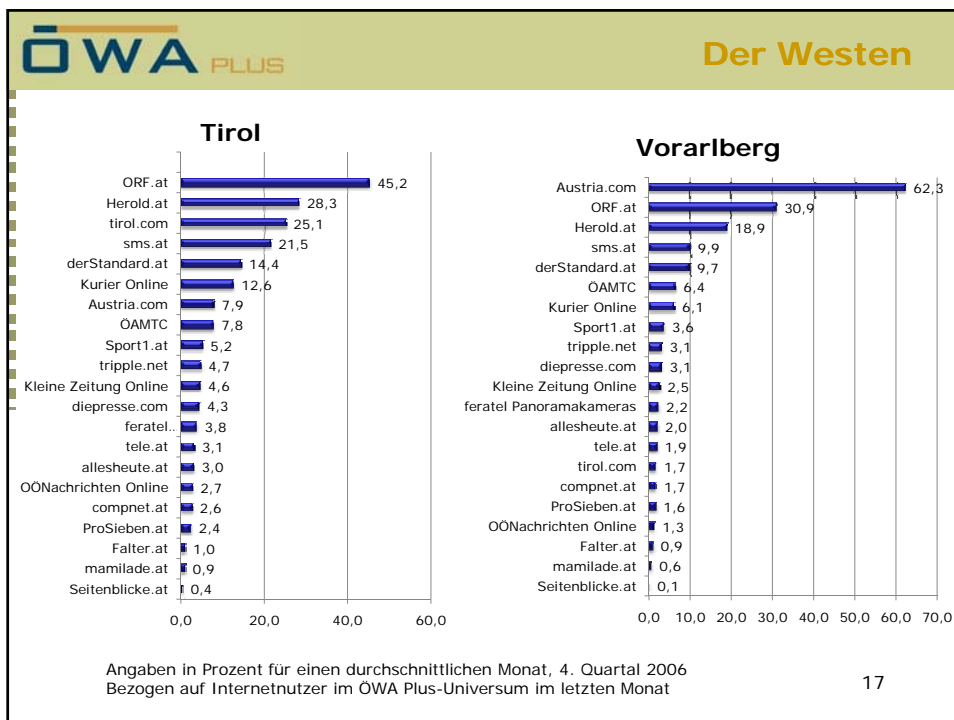


Salzburg

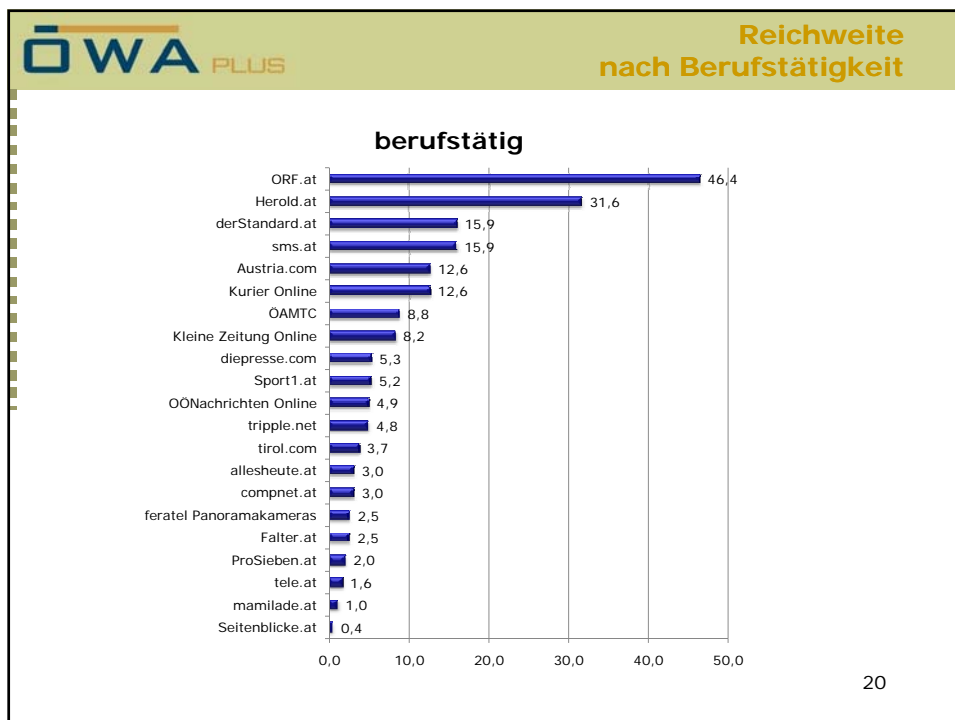
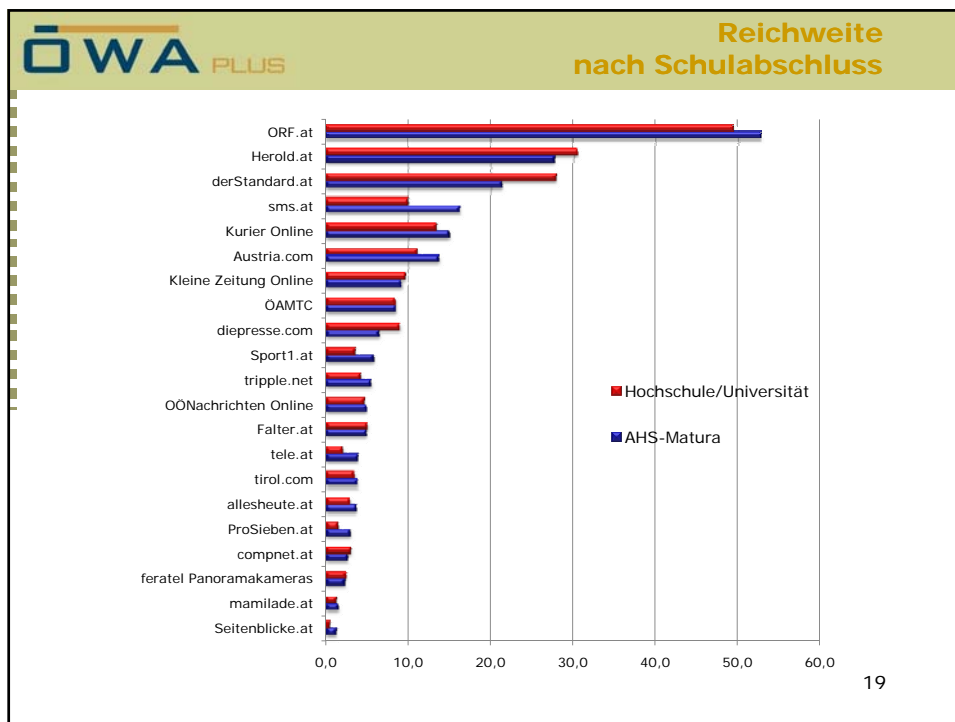


Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, 4. Quartal 2006  
Bezogen auf Internetnutzer im ÖWA Plus-Universum im letzten Monat

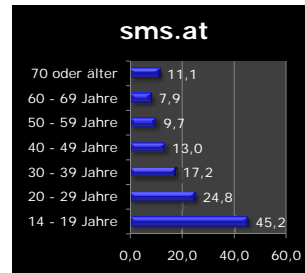
16







Ranking	14 - 19 Jahre	Ranking	20 - 29 Jahre
1 sms.at	45,2	1 ORF.at	44,6
2 ORF.at	38,3	2 Herold.at	27,5
3 Herold.at	15,2	3 sms.at	24,8
4 Austria.com	12,4	4 derStandard.at	15,5
5 derStandard.at	10,2	5 Austria.com	13,4
6 Kurier Online	9,9	6 Kurier Online	12,6
7 Sport1.at	6,3	7 Kleine Zeitung Online	7,5
8 Kleine Zeitung Online	5,7	8 ÖAMTC	6,6
9 tele.at	5,2	9 Sport1.at	6,1
10 ProSieben.at	4,6	10 tripple.net	4,7
11 tripple.net	4,5	11 diepresse.com	4,7
12 ÖAMTC	4,0	12 ÖONachrichten Online	4,4
13 tirol.com	3,5	13 tirol.com	4,0
14 ÖONachrichten Online	3,5	14 tele.at	3,9
15 diepresse.com	3,1	15 allesheute.at	2,9
16 allesheute.at	2,7	16 ProSieben.at	2,7
17 feratel Panoramakameras	1,5	17 Falter.at	2,5
18 compnet.at	1,3	18 compnet.at	2,4
19 Falter.at	1,0	19 feratel Panoramakameras	1,6
20 mamilade.at	0,5	20 Seitenblicke.at	0,8
21 Seitenblicke.at	0,2	21 mamilade.at	0,7



22

Vertrauen Sie **unabhängig gemessenen** und **geprüften** Kennzahlen und Reichweiten

Detailinfos und Unterlagen auf [www.oewa.at](http://www.oewa.at)

Vielen Dank!

23