



Ergebnisse der Studie ÖWA Plus 2010-II

30. September 2010

Mag. Gerlinde Hinterleitner
Mag. Hannes Dünser

- Die **ÖWA** wurde 1998 gegründet und versteht sich als unabhängige Mess- und Kontrolleinrichtung für Online-Medien in Österreich
- Die ÖWA setzt sich wie folgt zusammen:
 - 69 ordentliche Mitglieder (Werbeträger)
 - 15 Lizenznehmer
 - 5 außerordentliche Mitglieder (Nichtwerbeträger)
 - 25 Agenturmitglieder
- Seit 2006 wird die technische Messung (ÖWA Basic) durch die **Reichweitenstudie ÖWA Plus** ergänzt. Die aktuelle Welle 2010-II ist die sechste Studie im Regelbetrieb.

- **Stichprobe:** Insgesamt **84.565 Fälle** mit gemessenen Nutzungsdaten, davon 16.913 zu denen auch Online-Interviews vorliegen.
- Die profilierte Stichprobe wird gewichtet und auf das ÖWA Plus-Universum umgelegt. Der Datensatz repräsentiert **4,8 Mio. Nutzer.**
- Das entspricht **89,3 Prozent** der gesamten österreichischen Internetnutzer ab 14 Jahren (5,4 Mio. Menschen).
- Durch die Fusion mit dem AIM liegen auch Vergleichsdaten für **Nicht-Internetnutzer** vor.

Für 77 Angebote, fünf Vermarkter und 758 buchbare Belegungseinheiten:

- **Unique User** und **Page Impressions** im **Quartal**, pro durchschnittlichem **Monat** und durchschnittlicher **Woche**
- **Reichweite** absolut und in Prozent der Internetnutzer
- darstellbar in **14 soziodemografischen Variablen** in unterschiedlichen Aggregationsstufen
- mit **90 qualifizierenden Merkmalen**

WirtschaftsBlatt

compnet.at

Salzburger Nachrichten
www.salzburg.com

www.motorline.cc

www.immobilien.net
Österreichs größte Immobilienplattform

at msn

GMX
Österreich

KRONEHIT

CONSO LAT

NEWS.at

SZENE 1.AT
IN IST BEZUG NEU

SMS
www.sms.at

ORF.at
ORF ON NETWORK

immodirekt.at

krone.at

AUTO
MOTON

derStandard.at

ÖÖNachrichten
www.nachrichten.at

WILLHABEN.AT®

LAL 1.at
SPIRIT OF SPORTS

wohnet.at

KLEINE
ZEITUNG

GuteKueche
das Gourmet Portal ...

UNCUT
MOVIES

GAMESWELT

QUAX

mamilade.at

BOERSE-
EXPRESS.com

1000PS.at

HEROLD.at

OAMTC

NETLOG

ATV.at

UBIMET

Monopol_Verlag

car4you.

NÖN
Online BVZ
Online

falter.at

ViaMichelin

WIENER ZEITUNG.at

YUMMYUM

tele.at

Der Wirtschaftsverlag

ichkoche.at

SEITEN
BLICKE.AT

Love.at

SevenOne
Interactive

medienhaus.com

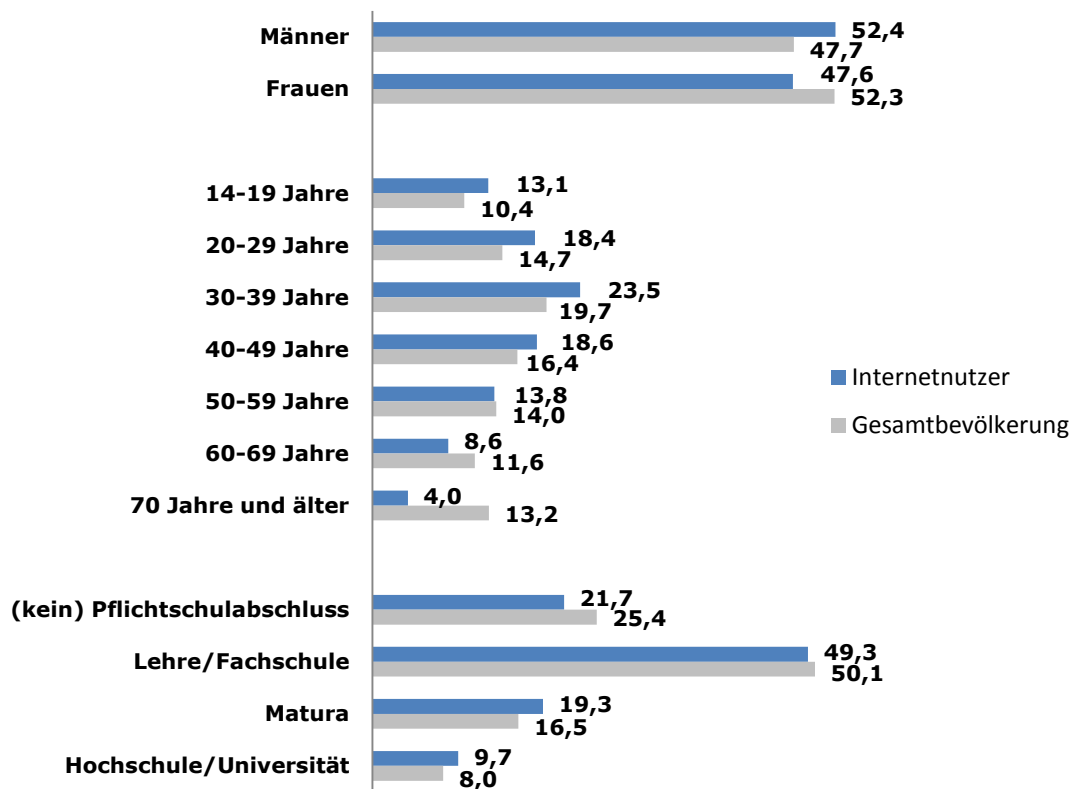
CINEPLEXX

TT.com

WKO.at
WIRTSCHAFTSKAMMERN ÖSTERREICHS

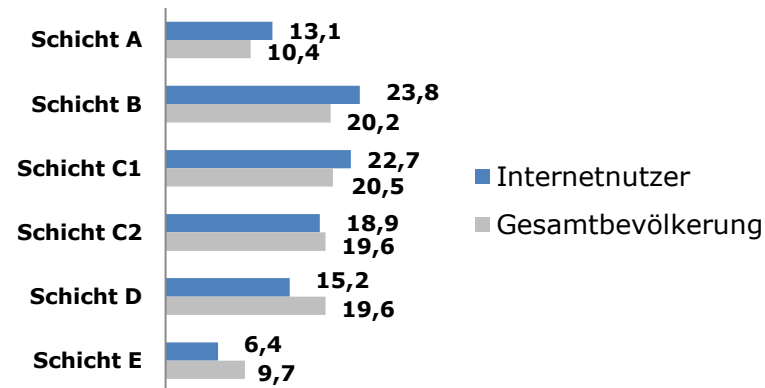
netdokter.at

KURIER



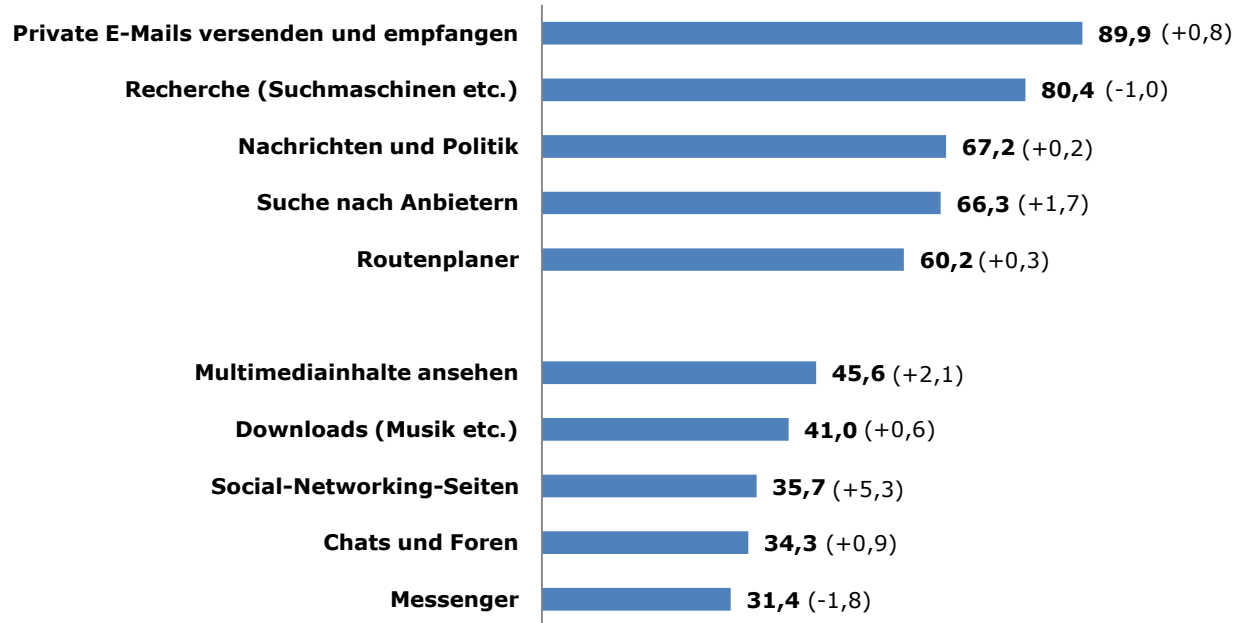
Lesebeispiel: 52,4 Prozent aller Internetnutzer sind männlich.

ABC-Schichten



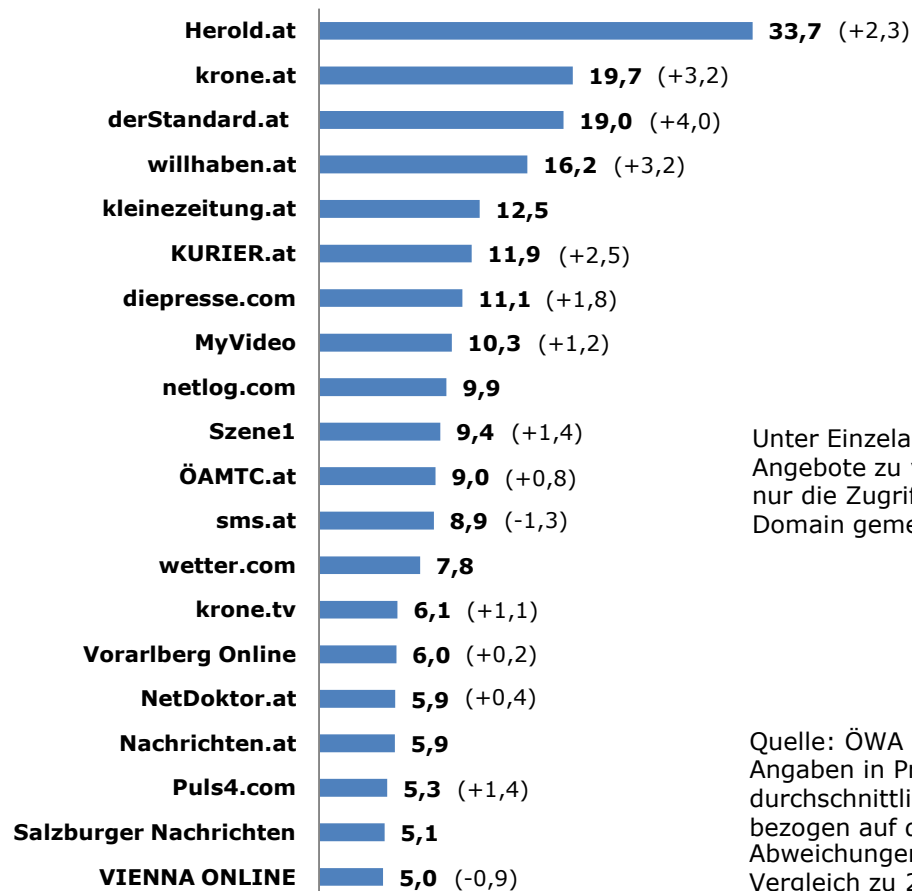
Lesebeispiel: 13,1 Prozent aller Internetnutzer gehören der A-Schicht an.

Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für die vergangenen drei Monate, bezogen auf die Internetnutzer.



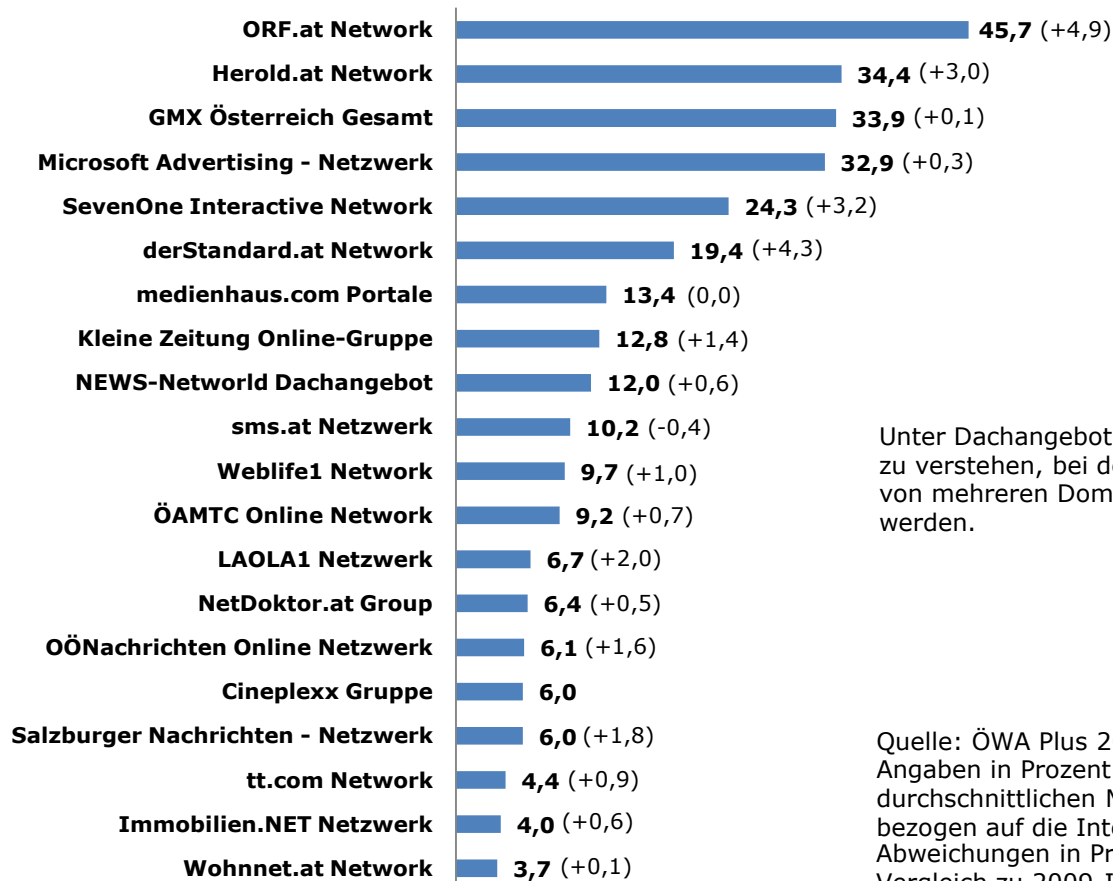
Lesebeispiel: 89,9 Prozent aller Internetnutzer versenden und empfangen mindestens gelegentlich private E-Mails.

Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für die vergangenen drei Monate, bezogen auf die Internetnutzer.
Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2009-IV.

Top 20 Einzelangebote


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

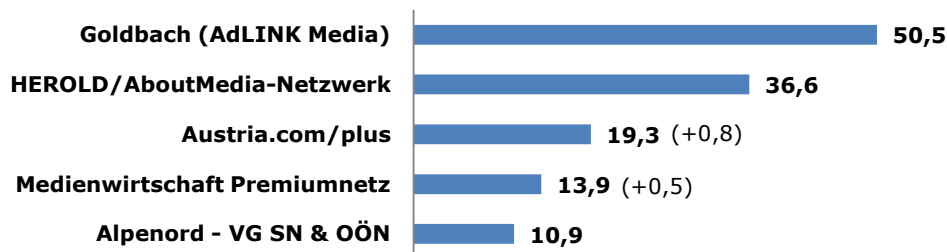
Quelle: ÖWA Plus 2010-II
Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer. Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2009-II.

Top 20 Dachangebote


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

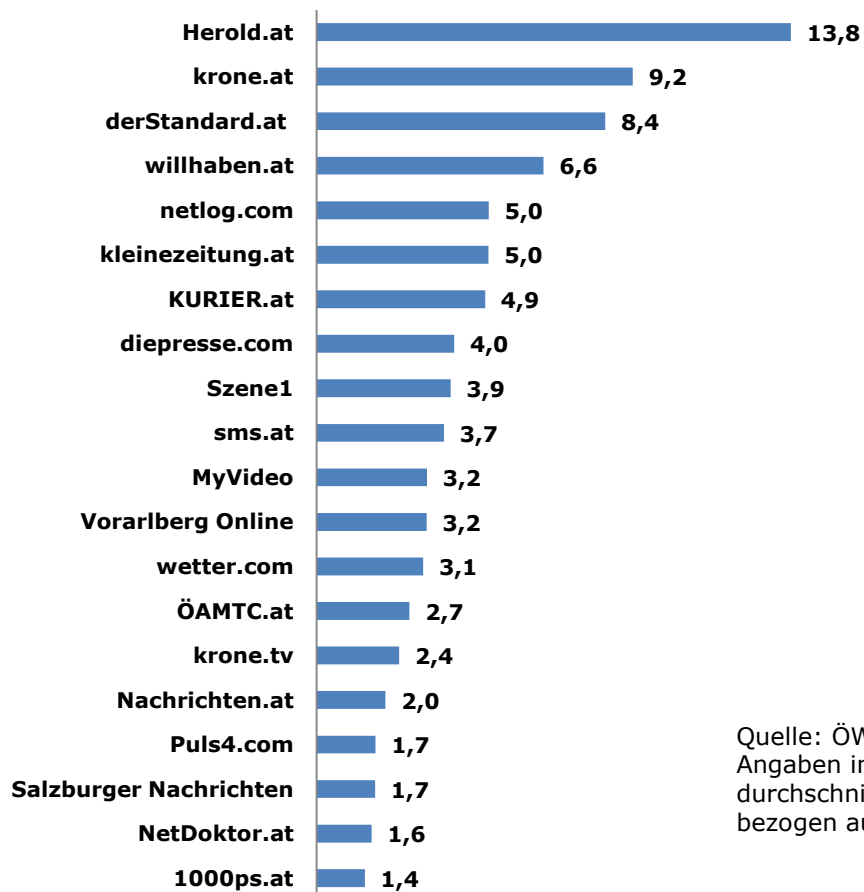
Quelle: ÖWA Plus 2010-II
Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer. Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2009-II.

Vermarktungsgemeinschaften



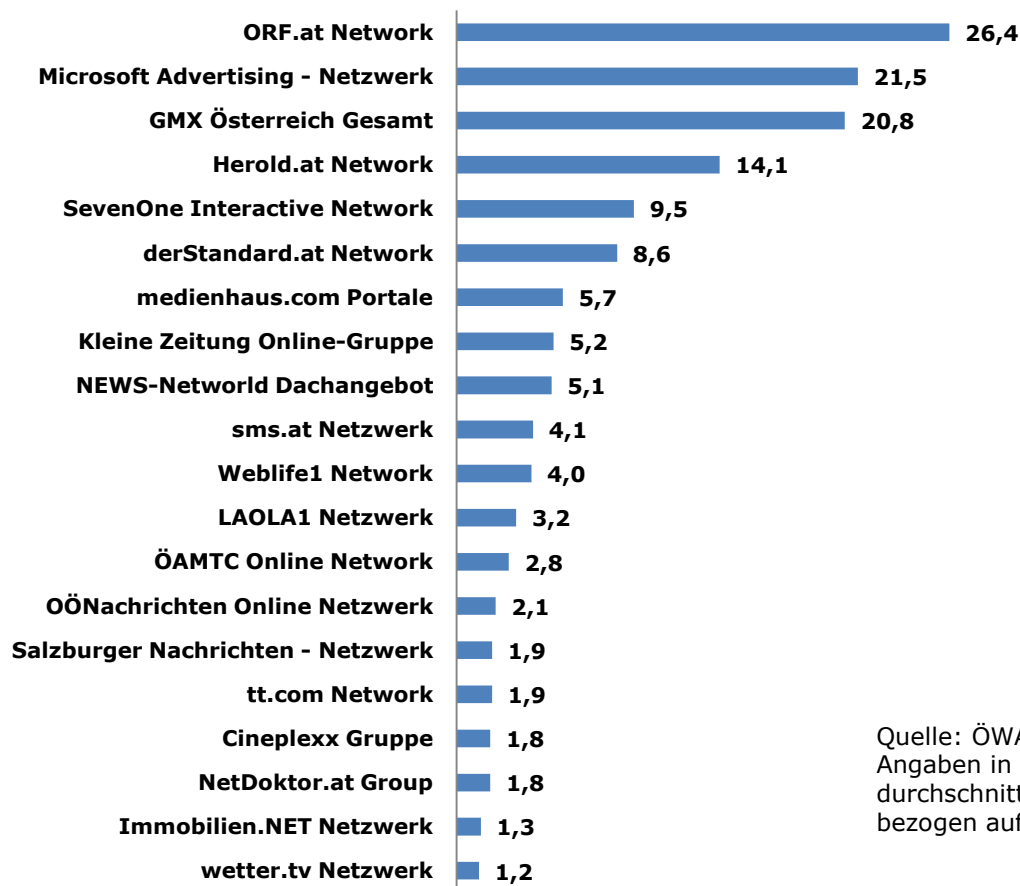
Quelle: ÖWA Plus 2010-II
Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer. Abweichungen in Prozentpunkten im Vergleich zu 2009-II.

- Das nicht werbetragende Angebot wko.at hat im mittleren Monat eine Reichweite von **6,8 Prozent** erreicht.

Top 20 Einzelangebote


Quelle: ÖWA Plus 2010-II
Angaben in Prozent für eine durchschnittliche Woche, bezogen auf die Internetnutzer.

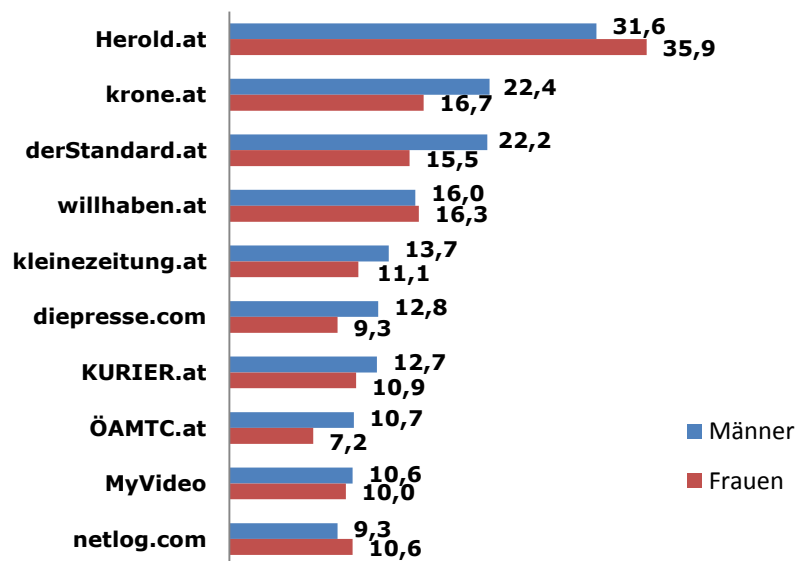
Top 20 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II
Angaben in Prozent für eine durchschnittliche Woche, bezogen auf die Internetnutzer.

Männer / Frauen

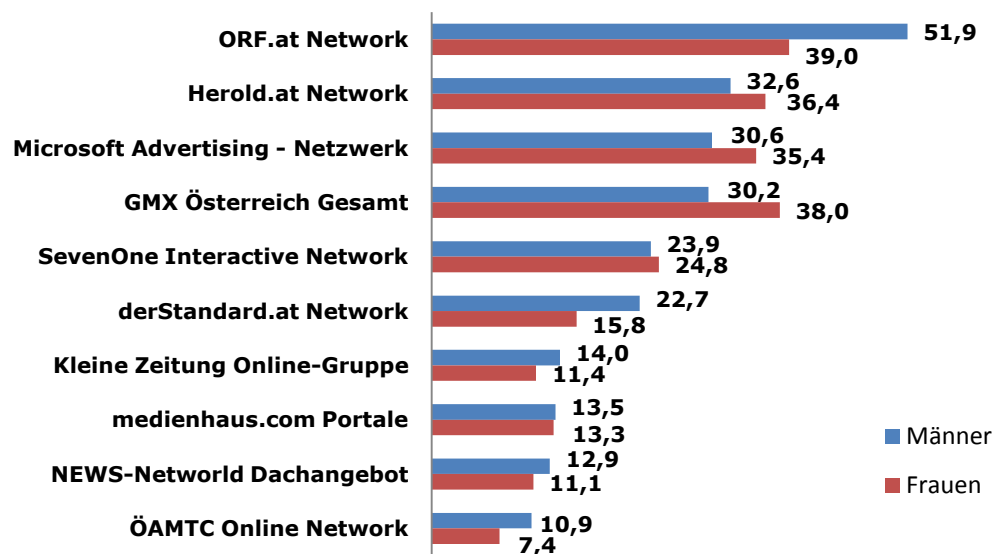
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Männer / Frauen

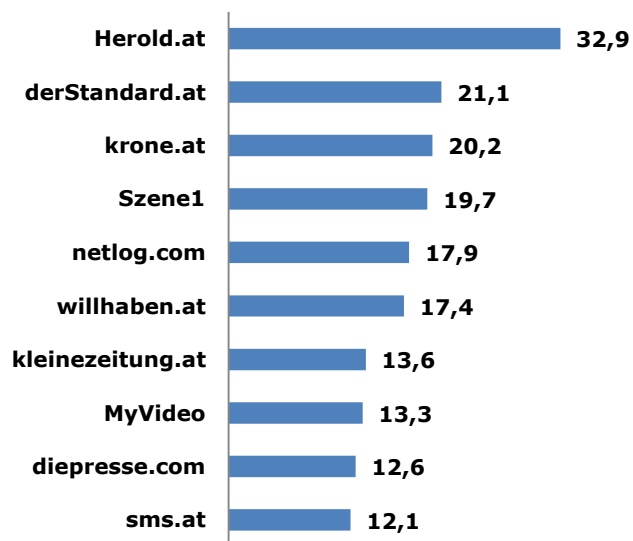
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

14 – 29 Jahre

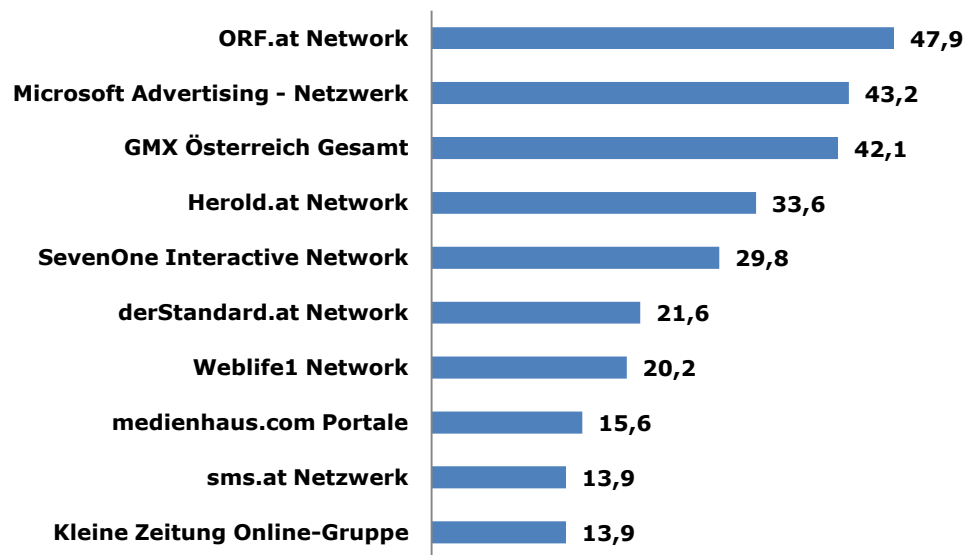
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

14 – 29 Jahre

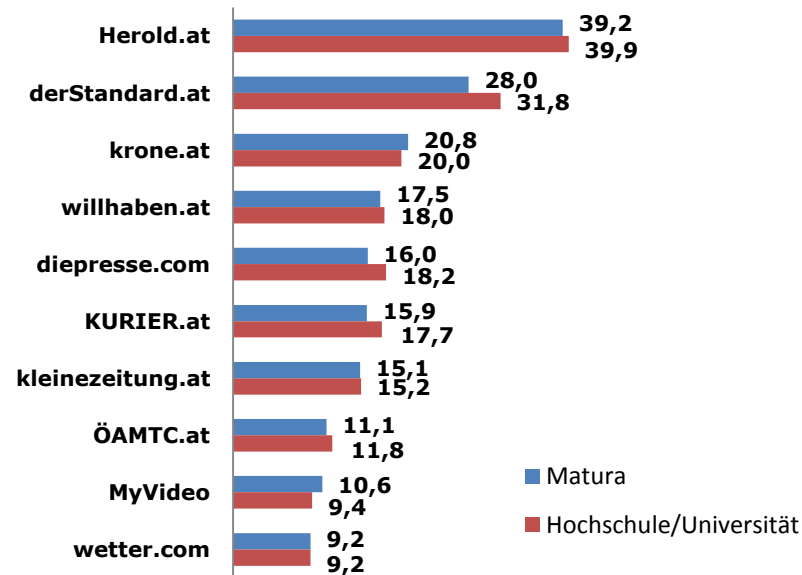
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Matura / Hochschule

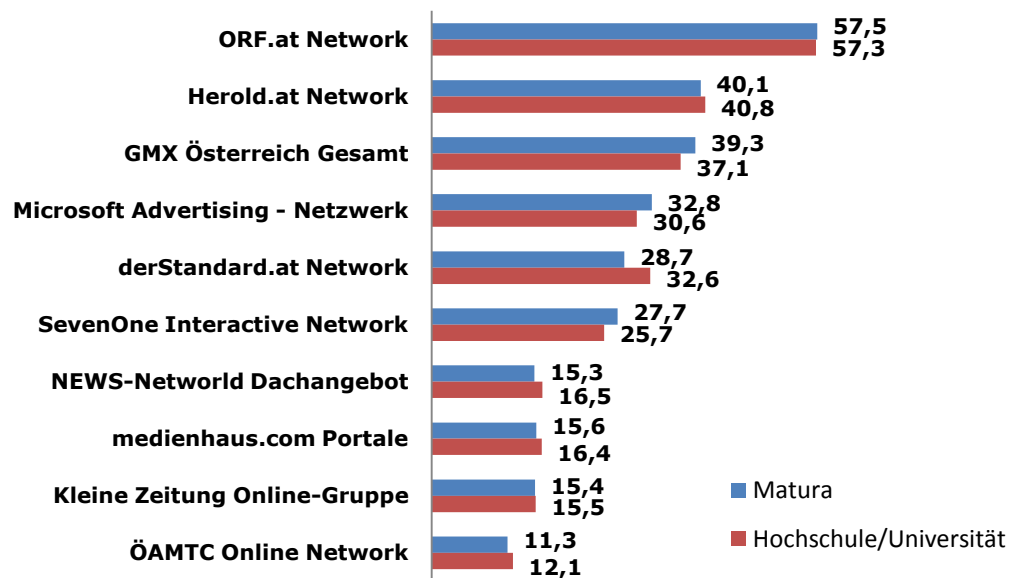
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Matura / Hochschule

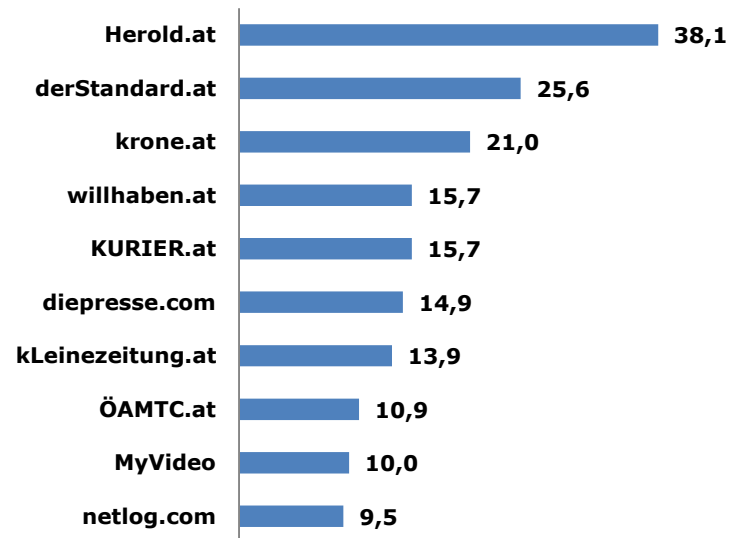
Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

A-Schicht

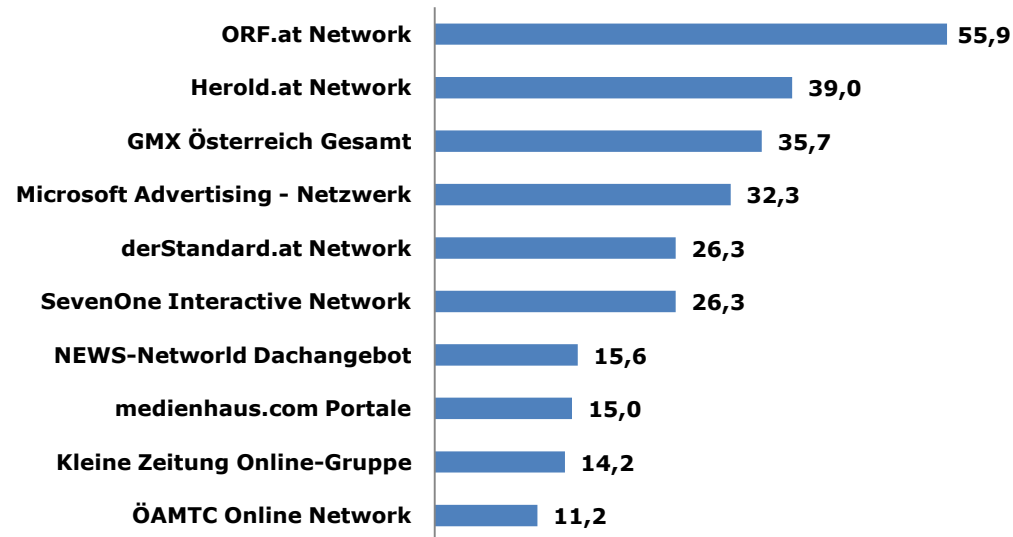
Top 10 Einzelangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

A-Schicht

Top 10 Dachangebote



Quelle: ÖWA Plus 2010-II / Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer.

Drei-Säulenmodell:

1. Technische Messung (Site Centric):
Vollerhebung auf Basis aller Unique Clients

2. OnSite-Befragung: User 14+

- Soziodemografie
- Übliches Nutzerverhalten
- Interessen, Anschaffungswünsche

3. Repräsentative telefonische Befragung (CATI):
Austrian Internet Monitor, Gesamtbevölkerung 14+



Zusammenwirkung der Säulen:

Schritt 1:

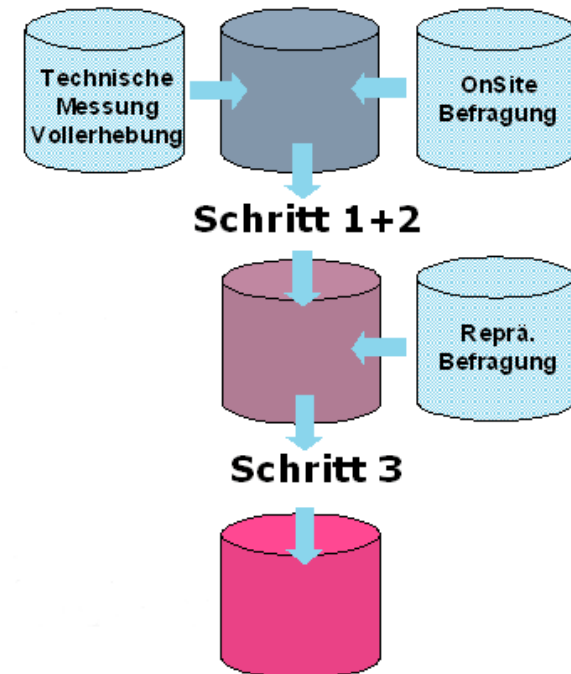
- Zusammenführung der Nutzungsdaten der Unique Clients mit Soziomustern aus der OnSite-Befragung

Schritt 2:

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

Schritt 3:

- (Teil-)Fusion mit dem AIM und Gewichtung anhand der AIM-Strukturdaten



Einzel-Profil



1 Client = 1 User

Familien-Profil



1 Client = x User

Business-Profil



x Clients = 1 User



Unique Client

Technik

- Mind. 3-maliges Auftreten
- Bereinigung um Maschinenzugriffe

Basis

- Abzug ausländischer User
- Nur Österreicher 14+ werden gezählt

Multi-user

- Multi-User (mehrere User/PC) werden aufgelöst

Multi-Client

- Multi-Clients (mehrere PC/User) werden bereinigt



Unique User

Frei zugängliches Online-Zähltool

- Leistungswerte für Angebote und Vermarkter auf **Wochen- und Monatsbasis**
- für **Unique User, Reichweite in Prozent, Struktur in Prozent** und als **Affinitätsindex**
- darstellbar in diversen **Zielgruppen**, auch in Kreuzen
- Mit der **Marktanalyse** können Strukturdaten auf Basis der Gesamtbevölkerung, Internetnutzer oder der Internetnutzer vs. Gesamtbevölkerung berechnet werden

The screenshot shows the Zähltool interface with various filters and a data table. The filters include Date (2020-01), Zeitraum (Durchschnittlicher Monat), and Netto-Bereich (Unique User in Tausend). The data table has columns for various metrics and a 'Zielgruppe' column. The table is divided into sections for 'Gesamtbevölkerung', 'Internetnutzer', and 'Internetnutzer vs. Gesamtbevölkerung'.

Gesamtbevölkerung		Internetnutzer		Internetnutzer vs. Gesamtbevölkerung	
W	M	W	M	W	M
1	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
2	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
3	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
4	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
5	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
6	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
7	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
8	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
9	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
10	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
11	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
12	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
13	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
14	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
15	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
16	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
17	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
18	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
19	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
20	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
21	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
22	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
23	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
24	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
25	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
26	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
27	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
28	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
29	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
30	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
31	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
32	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
33	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
34	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
35	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
36	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
37	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
38	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
39	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
40	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
41	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
42	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
43	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
44	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
45	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
46	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
47	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
48	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
49	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
50	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
51	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
52	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
53	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
54	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
55	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
56	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
57	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
58	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
59	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
60	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
61	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
62	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
63	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
64	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
65	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
66	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
67	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
68	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
69	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
70	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
71	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
72	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
73	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
74	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
75	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
76	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
77	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
78	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
79	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
80	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
81	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
82	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
83	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
84	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
85	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
86	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
87	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
88	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
89	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
90	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
91	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
92	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
93	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
94	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
95	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
96	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
97	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
98	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
99	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
100	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000

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



Werbeplanung.at

Handbuch Nr. 7
Die soziodemografischen Daten
2. Quartal 2010

ÖWA PLUS

Das aktuelle ÖWA Plus-Handbuch
wird am 8. Oktober 2010
ausgeliefert

- Die **ÖWA Plus Welle 2010-IV** beginnt am 1. Oktober.
Neu dabei: andreastischler.com, autonet.at, diskothek.at,
mamma media SPORTNETwork und oe24-Netzwerk.
- In Planung: **Praxis Workshop** zum Thema **Onlineplanung mit ÖWA Plus**
- Sukzessive **Erweiterung der Marktabdeckung**
- Kontinuierlich **methodische Optimierungen**
- Verbesserung der **Planbarkeit**. Als nächstes Projekt soll ein Optimizer im Planungstool Zervice zur Verfügung stehen.