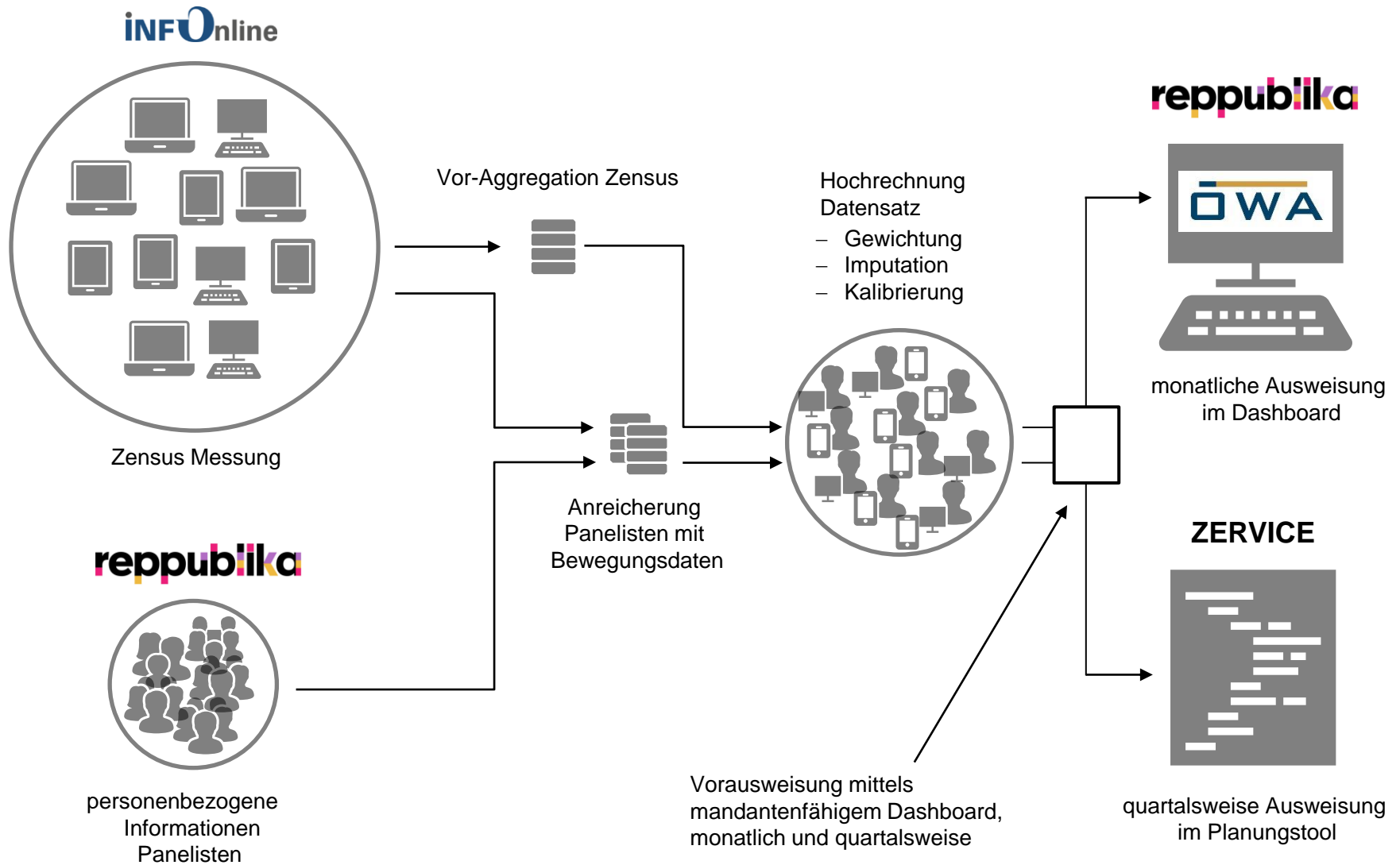




Online-Mediaplanung mit der ÖWA in Zervice

- **Die Österreichische Webanalyse (ÖWA)** ist die einzige vergleichbare und veröffentlichte Webanalyse in Österreich. Sie wurde mit dem Ziel gegründet, objektive Zahlen für das Internet zu erheben und den Online-Werbemarkt zu fördern.
- Seit dem vierten Quartal 2006 erhebt die ÖWA **personenbezogene Reichweiten-** und **Strukturdaten** für das Internet für alle teilnehmenden Websites und Apps.
- Die Innovation der ÖWA ist die Umwandlung von Unique Clients (= Geräte/Browser) in **Unique User (UU)**, also in tatsächliche Nutzer.
- <https://oewa.at>

- Die Methode der ÖWA-Erhebung wurde 2021 grundlegend verändert. Neben den monatlich veröffentlichten Messkennzahlen Page Impressions (PI), Visits (VI) und Unique Clients (UC), veröffentlicht die ÖWA **seit 2021 auch monatliche Reichweiten** (Unique User) **für die teilnehmenden Websites und Apps.**
- Die Basis bildet (1) die **technische Vollmessung** der Kontakte. Mittels **Device Detection** wird zwischen mobiler (mobile Web und Apps) und Desktop-Nutzung unterschieden.
- (2) Die Empirie kommt aus einem **Online-Access-Panel**, mit der die Nutzungs-Daten u.a. mit soziodemografischen Informationen angereichert werden.
  - Zusammenführung der **Nutzungs- und Personen-Daten jedes Panelisten**
  - Zusammenführung mit den **aggregierten Zensusdaten** für das gesamte ÖWA Universum



- Rund **6,3 Mio. Österreicherinnen und Österreicher** ab 14 Jahre (Unique User) nutzen die Angebote der ÖWA in einem durchschnittlichen Monat (**ÖWA Universum**).
- Das entspricht einer **Reichweite von rund 90 Prozent aller österreichischen Internetnutzer** ab 14 Jahren (7,037 Mio. lt. Austrian Internet Monitor 2021).
- **Online ist damit das Medium mit der größten Nutzerzahl in Österreich.**
- Die ÖWA liefert für das Mediaplanungstool Zervice Daten für:
  - **über 120 Online Angebote** (Websites, Apps, Vermarktungsgemeinschaften)
  - **über 350 buchbare Belegungseinheiten**

## ***Unique User (UU)***

Eine Person, die im Betrachtungszeitraum ***mindestens eine Page Impression*** ausgelöst hat.

## ***Definition Einzelangebot (EA)***

Ein Einzelangebot ist

- eine Domain oder
- eine App oder
- eine Kombination einer Domain und einer App, die in Bezeichnung, Inhalt und Aufmachung zum überwiegenden Teil ident sind und ***zu einem Anbieter*** gemäß ÖWA Richtlinien gehören.

## ***Definition Dachangebot (DA)***

Ein Dachangebot ist mehr als eine Domain und/oder eine App, ***die alle zu einem Anbieter*** gemäß ÖWA Richtlinien gehören. Ein Dachangebot enthält einen entsprechenden Namensbestandteil (z.B. Netzwerk).

## ***Definition Vermarktungsgemeinschaft (VG)***

Bei einer Vermarktungsgemeinschaft werden mehrere Werbeträgerangebote (Einzelangebote, Dachangebote, Angebote von Lizenznehmern) zu einer Gesamtbelegung kombiniert ausgewiesen, **die nicht einem Anbieter** gemäß ÖWA Richtlinien gehören.

## ***Definition Belegungseinheiten (BE)***

Belegungseinheiten sind buchbare Einheiten und werden ausschließlich in Zervice für Mediaplanungszwecke veröffentlicht. Sie werden zu thematischen Schwerpunkten auf Basis von Pixelpfaden vom Mitglied über ein oder über mehrere Onlineangebote gebildet.

## Enthaltene Merkmale in Zervice

Die ÖWA liefert für die einzelnen Online-Angebote und Belegungseinheiten:

- **Unique User** (UU) „Gesamt“ je EA, DA und VG, aufgegliedert in
  - UU „Desktop“
  - UU „Mobile“ und
- Unique User „Gesamt“ der gebildeten Belegungseinheiten
- jeweils **für die durchschnittliche Woche und den durchschnittlichen Monat.**
  
- Unique User „Gesamt“ je EA, DA und VG **für den durchschnittlichen Wochentag.**
  
- Rund **20 soziodemographische Variablen** in unterschiedlichen Aggregationsstufen und **94 qualifizierende Merkmale.**



Werte zu den teilnehmenden Angebote und Belegungseinheiten:

- **Unique User** und **Page Impressions**
- **demographische Variablen** in unterschiedlichen Aggregationsstufen
- **qualifizierende** Merkmale
- **Nutzungsmerkmale**
- **Online-Themenbereiche**
- **Nutzungsfrequenz** von Informationsdiensten
- Geplante **Haushaltsanschaffungen**

- Zervice ist eine kostenpflichtige **Software** der H.T.S. GmbH.
- Mit Zervice kann man die **Daten der ÖWA** und anderer österreichischer Währungsstudien einfach und individuell **analysieren und für die Mediaplanung nutzen**.
- Als Analysemöglichkeiten stehen **Kreuztabellen, Rangreihen** und/oder die Erstellung von **Mediaplänen** zur Verfügung.
- Zervice ist ein **Windows-Programm** und in unterschiedlichen Ausbaustufen mit unterschiedlichen Funktionen erhältlich.
- Die Resultate können als **Excel-Tabellen, Acrobat-Dateien** oder in einem standardisierten **XML-Format** exportiert werden.
- [www.hts.at](http://www.hts.at)

# Kreuztabelle, Rangreihe, Mediaplan

Zervice 5 Light - Unbenannt

Spalten: Zellen, Vorfilter

| Fallzahl (UA)                 | Nettoreichweite in 1.000 (UA) | Prozent Waagrecht Netto (UA) | Prozent Senkrecht Netto (UA) | Affinität (UA) |
|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|----------------|
| <b>ÖWA 2021-IV</b>            |                               |                              |                              |                |
| Nettoreichweite in 1.000 (UA) |                               |                              |                              | <b>6 780</b>   |

Zervice 5 Light - Unbenannt

Spalten: Zellen, Vorfilter

| Nachhaltigkeit | Nachhaltigkeit |                   |                        |                 |              |                 |                              |       |     |       |       |       |     |       |       |     |     |       |       |     |     |       |       |       |     |       |       |       |    |
|----------------|----------------|-------------------|------------------------|-----------------|--------------|-----------------|------------------------------|-------|-----|-------|-------|-------|-----|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|-----|-------|-------|-------|----|
|                | Bauen/Wohnen   | Fahrzeugschaffung | Haushaltsanschaffungen | Haushaltsbedarf | Lebensmittel | Mobilität/Reise | Persönlicher Bedarf/Kosmetik |       |     |       |       |       |     |       |       |     |     |       |       |     |     |       |       |       |     |       |       |       |    |
| ÖWA 2021-IV    |                |                   |                        |                 |              |                 |                              |       |     |       |       |       |     |       |       |     |     |       |       |     |     |       |       |       |     |       |       |       |    |
| Total (UU)     | 6 780          | 1 993             | 2 744                  | 1 299           | 744          | 1 615           | 2 761                        | 1 564 | 840 | 1 634 | 3 012 | 1 645 | 489 | 2 527 | 3 113 | 918 | 221 | 3 942 | 2 289 | 413 | 136 | 1 740 | 2 963 | 1 497 | 580 | 2 197 | 2 602 | 1 377 | 60 |

Zervice 5 Light - Unbenannt

Medien: Pläne, Zielgruppen, Vorfilter

Plan 1

Medien: Plangesamtkosten -> Schaltungen -> Medien Preisbezeichnung Grundpreis

| Total | Prozent | Projektion in 1.000 | Fallzahl |
|-------|---------|---------------------|----------|
| Total | 100     | 6 780               | 22 969   |
| Total | 100     | 6 780               | 22 969   |

**ÖWA 2021-IV**

Angebote & Belegungseinheiten

Plan Zusammenfassung

Buchungsdaten

Plankosten

Reichweiten

Unique User in Prozent

Unique User in 1.000

Kosten

- Jährlich werden in Zervice die **aktuellen Preise** der gängigsten Online-Werbeformate eingespielt.
- Die **Preise der Anbieter lt. Preisliste** liegen bis zur untersten Belegungseinheit vor. Nicht berücksichtigt sind:
  - Rabatte: Diese können individuell in Zervice eingespielt werden.
  - Auf- und Zuschläge für Targeting, Viewability, Frequency Capping etc.
- Die Preise sind für die Rangreihen und Mediapläne hinterlegt, nicht für die Kreuztabellen.



Das Design & Die Breaks

- Soziodemografie (Die Zielperson)
- Anschaffungswünsche in den nächsten 12 Monaten (Haushalt und persönlich)
- Haushaltsbesitz
- Infointeresse
- Internet Nutzung
- Persönliche Nutzung
  
- Details siehe folgende Beschreibungen → → →

- Bundesland
- Geschlecht
- Ortsgröße
- Alter\*
- Personen im HH\*
- Personen ab 14 Jahren\*
- Kinder unter 14 Jahre im HH
- Kinder unter 3 Jahre
- Kinder 4–5 Jahre
- Kinder 6–13 Jahre
- Familienstand
- Haupteinkommensbezieher
- Haushaltsführend
- Höchster Schulabschluss
- Beruf der Befragten\*
- Tätigkeit der Befragten\*
- Berufstätigkeit
- Art der (Nicht-)Berufstätigkeit
- Berufliche Position
- Soziale Schicht des Befragten
- Persönliches Nettoeinkommen\*
- Haushaltsnettoeinkommen\*
- Kaufkraftstufen

- Lebensversicherung/private Pensionsvorsorge
- Wertpapiere, Aktien, Fonds, Bausparvertrag
- Kredit/Leasing
- Motorrad, Motorroller
- E-Bike/Elektrofahrrad bzw. Elektroroller
- Handy/Smartphone
- eReader/e-Book
- PC, Laptop, Tablet
- Stereo-, Soundanlage, Musiksystem
- neue TV-Ausstattung (Smart TV, Streaming Sticks, etc.)
- Abo für Videostreaming (Netflix, Amazon Prime etc.)



- Sprachsteuerungsassistent (Amazon Alexa, Google Home etc.)
- Wearables (Fitnessstracker, Smartwatch etc.)
- Neuwagen
- Gebrauchtwagen
- Haus bauen/kaufen, Wohnung kaufen
- Wohnung oder Haus umbauen oder renovieren
- Spielkonsole
- neue Möbel, neue Küche oder neues Bad
- neue Sportartikel
- Smart Home Geräte (via Internet steuerbare Heizung, Beleuchtung etc.)

- PKW
- Garten, Terrasse
- Hund(e)
- Katze(n)
- Andere Haustiere

- Auto/Autotests
- Bildung/Weiterbildung
- Computer und Technik
- Familie und Kinder
- Fitness/Wellness
- Freizeit- und Veranstaltungstipps
- Geld-/Kapitalanlage
- Gesunde Ernährung/Lebensweise
- Gesundheit/Medizin
- Kinofilme/Kinoprogramm
- Kulinarik und Rezepte
- Kultur
- Mode
- Nachrichten und Politik
- Produkttests, Produktbewertungen
- Schönheitspflege/Kosmetik
- Sport
- Stars und Prominente
- Uhren, Schmuck
- Urlaubsangebote/Reisen
- Wetter
- Wirtschaft
- Wissenschaft
- Wohnen/Einrichten/Renovieren

- Einkaufen, Bestellen von Produkten/Dienstleistungen
- Foren, Blogs
- Immobiliensuche
- Jobsuche
- kostenlose TV-Sendungen/Mediatheken
- kostenpflichtige TV-/Streaming-Angebote/VoD
- Messaging Dienste
- Online-Banking
- Online-Games spielen
- Online-Marktplätze für privaten An- und Verkauf
- Online-Partnersuche
- Private E-Mails versenden und empfangen
- Radio/Musik hören
- Routenplaner
- Soziale Netzwerke
- Suchmaschinen nutzen
- Videoclips ansehen
- Wetten/Glücksspiel

- Zu Hause
- Im Büro bzw. am Arbeitsplatz
- In der Schule bzw. an der Universität
- Unterwegs (z.B. mob. Internetzugang, Hotspot/WLAN, Smartphone)
- Woanders (z.B. Internet-Café, Freunde, Verwandte)

Seit 2021-IV wurden folgende Attribute bzw. Fragestellungen ergänzt:

- Berufliche Entscheider: Erweiterung der Frage zu beruflicher Stellung
- Reise & Freizeit: bevorzugte Art der Urlaubsreise
- Spezifische Konsumeinstellungen: Wichtigkeit von Ökologie/Nachhaltigkeit zu bestimmten Themen

- Gesamt
  - Reichweite pro Woche >> EA, DA, VG, BE
  - Reichweite pro Monat >> EA, DA, VG, BE
  - Reichweite pro Tag >> EA, DA, VG
- Mobile
  - Reichweite pro Woche >> EA, DA, VG
  - Reichweite pro Monat >> EA, DA, VG
- Desktop
  - Reichweite pro Woche >> EA, DA, VG
  - Reichweite pro Monat >> EA, DA, VG

Alle folgenden Beispiele wurden mit dem Gesamt-RW pro Monat für die ersten 10 Einzelangebote erstellt.



## Die Kreuztabelle

...kreuzt Daten (v.a. Medien und Zielgruppen).



- Die Kreuztabelle
  - kreuzt **Informationen**, die in Spalten und Zeilen eingegeben werden können (z. B. Zeilen = Medien, Spalten = Zielgruppen);
  - zeigt die **Ergebnisse** als Fallzahl, Projektion in 1.000, Reichweite, Struktur sowie Affinität.
- Die Kreuztabelle zeigt **KEINE Preisdaten**.

- Die Kreuztabelle stellt folgende **Analysemöglichkeiten** zur Verfügung:
  - Fallzahl
  - Projektion in 1.000
  - Prozent waagrecht (Reichweite oder Struktur)
  - Prozent senkrecht (Reichweite oder Struktur)
  - Affinität
- Diese können als **Bruttowerte** (PI) und/oder **Nettowerte** (UU) ausgewertet werden
  - Nettowerte sind die Default-Einstellung.
  - Unter „*Darstellung & Seitenanordnung > Spezialtabellen > Werte anzeigen als*“ können Sie festlegen, ob das Ergebnis als Brutto- oder Nettowerte geliefert werden soll.

- Die Kreuztabelle ist die ***richtige Wahl***, wenn Sie
  - Medien für unterschiedliche Zielgruppen analysieren wollen.
- Die Kreuztabelle ist die ***falsche Wahl***, wenn Sie
  - Preis-Informationen erhalten oder
  - die Effizienz von Medien oder Kampagnen (TKP etc.) berechnen wollen.

Prozent Senkrecht Netto (UU)

## ÖWA 2021-IV

|  | Prozent Senkrecht (UU) | Männer; 14 Jahre - 29 Jahre | Männer; 25 Jahre - 49 Jahre | Männer; 30 Jahre - 59 Jahre | Frauen; 14 Jahre - 29 Jahre | Frauen; 25 Jahre - 49 Jahre | Frauen; 30 Jahre - 59 Jahre |
|--|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <b>Total</b>                                 | <b>6 780</b>           | <b>831</b>                  | <b>1 453</b>                | <b>1 888</b>                | <b>869</b>                  | <b>1 517</b>                | <b>1 876</b>                |
| <b>Prozentbasis (Projektion in 1.000 UU)</b> |                        |                             |                             |                             |                             |                             |                             |
| <b>Durchschnittlicher Monat</b>              |                        |                             |                             |                             |                             |                             |                             |
| EA: apo24.at (MT)                            | 1,0                    | 0,7                         | 0,9                         | 0,9                         | 1,0                         | 1,8                         | 1,5                         |
| EA: arboe.at (MT)                            | 1,1                    | 0,3                         | 1,0                         | 1,4                         | 0,6                         | 1,0                         | 1,0                         |
| EA: atv.at (MT)                              | 4,1                    | 2,2                         | 5,1                         | 5,9                         | 3,1                         | 4,2                         | 4,4                         |
| EA: auskunft.at (MT)                         | 0,1                    | -                           | *                           | *                           | 0,1                         | 0,3                         | 0,3                         |
| EA: ausschreibung.at - Ausschreibung...      | 0,1                    | 0,2                         | 0,1                         | 0,1                         | 0,1                         | 0,2                         | 0,2                         |
| EA: automobile.at (MT)                       | 1,0                    | 1,3                         | 1,1                         | 1,0                         | 0,3                         | 0,9                         | 1,0                         |
| EA: autorevue.at (MT)                        | 2,4                    | 2,2                         | 3,2                         | 3,2                         | 1,0                         | 1,6                         | 1,6                         |
| EA: bdb.at - BAUDATENBANK.AT - Part...       | 0,1                    | 0,1                         | 0,2                         | 0,2                         | 0,1                         | 0,2                         | 0,2                         |
| EA: bergwelten.com (MT)                      | 2,5                    | 1,2                         | 2,9                         | 2,9                         | 1,3                         | 3,1                         | 2,8                         |

| <b>ÖWA 2021-IV</b>                           | Prozent Senkrecht (UU) | Mittelwert: Alter | Mittelwert: PNEK (Basis alle) | Mittelwert: PNEK (Basis Einkommensbezieher) | Mittelwert: Haushaltsnettoeinkommen (HHNEK) |
|--|------------------------|-------------------|-------------------------------|---|---|
| <b>Total</b>                                 | <b>6 780</b>           | <b>43,5</b>       | <b>1 655</b>                  | <b>1 780</b>                                | <b>2 947</b>                                |
| <b>Prozentbasis (Projektion in 1.000 UU)</b> |                        |                   |                               |   |   |
| <b>Durchschnittlicher Monat</b>              |                        |                   |                               |   |   |
| EA: apo24.at (MT)                            | 1,0                    | 41,8              | 1 699                         | 1 779                                       | 3 022                                       |
| EA: arboe.at (MT)                            | 1,1                    | 48,5              | 1 886                         | 1 934                                       | 2 993                                       |
| EA: atv.at (MT)                              | 4,1                    | 44,3              | 1 796                         | 1 866                                       | 2 979                                       |
| EA: auskunft.at (MT)                         | 0,1                    | 42,9              | 1 689                         | 1 760                                       | 3 092                                       |
| EA: ausschreibung.at - Ausschreibung...      | 0,1                    | 45,0              | 2 011                         | 2 128                                       | 3 162                                       |
| EA: automobile.at (MT)                       | 1,0                    | 47,0              | 1 827                         | 1 906                                       | 3 015                                       |
| EA: autorevue.at (MT)                        | 2,4                    | 47,3              | 1 939                         | 2 012                                       | 3 131                                       |
| EA: bdb.at - BAUDATENBANK.AT - Part...       | 0,1                    | 45,2              | 1 941                         | 2 050                                       | 3 152                                       |
| EA: bergwelten.com (MT)                      | 2,5                    | 46,4              | 1 856                         | 1 926                                       | 3 112                                       |



## Die Rangreihung

...reihrt Medien nach Affinität, Reichweite oder Effizienz.

- Die Rangreihung
  - reiht Medien nach **sinnvollen Kennzahlen**, allen voran nach ihrer Effizienz,
  - reiht ausgewählte Medien für **ausgewählte Zielgruppen**,
  - erstellt für jede Zielgruppe ein eigenes Blatt.
- Aus der Rangreihung können die ausgewählten Medien für einen **Mediaplan** übernommen werden.

- Die Rangreihung stellt folgende **Daten** zur Verfügung:
  - Preisdaten (für diverse Preiskategorien)
  - Leistungsdaten (Bruttokontakte, Bruttoreichweite, Nettokontakte, Nettoreichweite)
  - Effizienzdaten (TKP, TNP, CPP etc.)
  - Affinität



- Die Rangreihung ist die **richtige Wahl**, wenn Sie
  - Medien für ausgewählte Zielgruppen nach Ihrer Effizienz oder
  - Medien für ausgewählte Zielgruppen nach Ihrer Leistung reihen wollen.
- Die Rangreihung ist die **falsche Wahl**, wenn Sie
  - noch keine Einschränkung der Zielgruppen vorgenommen haben.
  - Idealerweise arbeiten Sie bei der Rangreihung mit einer oder wenigen Zielgruppen.

| Total                                     |                   | 18 Jahre - 49 Jahre             |                           |                            |                              |                             |
|---|-------------------|---------------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
|   | Preisbezeichnung  | Page Impressions in 1.000 (BRW) | 1000-Kontakt Kosten (TKP) | Unique User in 1.000 (NRW) | Unique User in Prozent (NRW) | Durchschnittskontakte (OTS) |
| <b>ÖWA 2021-IV</b>                        |                   |                                 |                           |                            |                              |                             |
| <b>Durchschnittlicher Monat</b>           |                   |                                 |                           |                            |                              |                             |
| EA: apo24.at (MT)                         |                   | 231                             |                           | 69                         | 1,0                          | 3,3                         |
| EA: arboe.at (MT)                         | Medium Rectangle, | 303                             | 25,0                      | 72                         | 1,1                          | 4,2                         |
| EA: atv.at (MT)                           | Medium Rectangle, | 2 875                           | 40,0                      | 278                        | 4,1                          | 10,4                        |
| EA: auskunft.at (MT)                      |                   | 161                             |                           | 8                          | 0,1                          | 21,0                        |
| EA: ausschreibung.at - Ausschreibung...   |                   | 103                             |                           | 9                          | 0,1                          | 11,2                        |
| EA: automobile.at (MT)                    |                   | 382                             |                           | 68                         | 1,0                          | 5,6                         |
| EA: autorevue.at (MT)                     | Medium Rectangle, | 269                             | 33,0                      | 162                        | 2,4                          | 1,7                         |
| EA: bdb.at - BAUDATENBANK.AT - Part...    |                   | 26                              |                           | 10                         | 0,1                          | 2,6                         |
| EA: bergwelten.com (MT)                   | Medium Rectangle, | 453                             | 30,0                      | 170                        | 2,5                          | 2,7                         |
| EA: bvz.at (MT)                           | Medium Rectangle, | 1 674                           | 25,0                      | 183                        | 2,7                          | 9,1                         |
| EA: cineplexx.at (MT)                     | Medium Rectangle, | 4 600                           | 15,0                      | 481                        | 7,1                          | 9,6                         |
| EA: derstandard.at - derStandard.at (M... | Medium Rectangle, | 148 243                         | 25,0                      | 3 122                      | 46,0                         | 47,5                        |
| EA: diepresse.com (MT)                    | Medium Rectangle, | 16 863                          | 25,0                      | 1 624                      | 24,0                         | 10,4                        |

| Total                                     | 18 Jahre - 49 Jahre |                   |                                 |                           |                            |                              |                             |
|---|---------------------|-------------------|---------------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
|   |                     | Preisbezeichnung  | Page Impressions in 1.000 (BRW) | 1000-Kontakt Kosten (TKP) | Unique User in 1.000 (NRW) | Unique User in Prozent (NRW) | Durchschnittskontakte (OTS) |
| <b>ÖWA 2021-IV</b>                        |                     |                   |                                 |                           |                            |                              |                             |
| <b>Durchschnittlicher Monat</b>           |                     |                   |                                 |                           |                            |                              |                             |
| EA: apo24.at (MT)                         |                     |                   | 159                             |                           | 48                         | 1,2                          | 3,3                         |
| EA: arboe.at (MT)                         |                     | Medium Rectangle, | 165                             | 45,8                      | 34                         | 0,9                          | 4,8                         |
| EA: atv.at (MT)                           |                     | Medium Rectangle, | 1 536                           | 74,9                      | 164                        | 4,1                          | 9,4                         |
| EA: auskunft.at (MT)                      |                     |                   | 102                             |                           | 5                          | 0,1                          | 18,9                        |
| EA: ausschreibung.at - Ausschreibung...   |                     |                   | 74                              |                           | 5                          | 0,1                          | 13,6                        |
| EA: automobile.at (MT)                    |                     |                   | 187                             |                           | 35                         | 0,9                          | 5,3                         |
| EA: autorevue.at (MT)                     |                     | Medium Rectangle, | 140                             | 63,6                      | 86                         | 2,1                          | 1,6                         |
| EA: bdb.at - BAUDATENBANK.AT - Part...    |                     |                   | 17                              |                           | 6                          | 0,1                          | 2,9                         |
| EA: bergwelten.com (MT)                   |                     | Medium Rectangle, | 254                             | 53,5                      | 100                        | 2,5                          | 2,5                         |
| EA: bvz.at (MT)                           |                     | Medium Rectangle, | 1 130                           | 37,0                      | 108                        | 2,7                          | 10,5                        |
| EA: cineplexx.at (MT)                     |                     | Medium Rectangle, | 3 074                           | 22,4                      | 325                        | 8,1                          | 9,5                         |
| EA: derstandard.at - derStandard.at (M... |                     | Medium Rectangle, | 89 303                          | 41,5                      | 1 811                      | 45,4                         | 49,3                        |
| EA: diepresse.com (MT)                    |                     | Medium Rectangle, | 8 537                           | 49,4                      | 866                        | 21,7                         | 9,9                         |



## Der Mediaplan

...fügt Medien zu einem Gesamtplan zusammen.

- Der Mediaplan
  - fasst mehrere Medien zu einem Plan zusammen
  - berechnet Leistung (Page Impressions, Unique User)
  - berechnet Effizienz (TKP, TNP).
- Aus der Rangreihung können die ausgewählten Medien für einen ***Mediaplan*** übernommen werden.

- Im Mediaplan können folgende Kennzahlen definiert werden:
  - Medien
  - Pläne
  - Zielgruppen
  - Breaks (= Zielgruppen-Anteile)
  - Kontaktklassen

- Targeting ist das Buchen von Kontakten in einer Zielgruppe ohne Streuung. Jeder Kontakt ist somit ein **Zielgruppenkontakt**.
- Beachten Sie,
  - Zervice berechnet Targeting, unabhängig von der Buchungsmöglichkeit.
  - Zervice rechnet Targeting mit den Preislisten-TKPs (keine Targeting-Zuschläge bzw. Targeting-Preise hinterlegt).
- Zum Targeten gibt es zwei Möglichkeiten:
  - Targeting über den **Vorfilter**
  - Targeting über die **Mediendefinition**

- Der Mediaplan ist die **richtige Wahl**, wenn Sie
  - die Leistung und die Effizienz eines oder mehrerer Pläne für Zielgruppen beurteilen wollen.
- Der Mediaplan ist die **falsche Wahl**, wenn Sie
  - die Leistung und die Effizienz eines bestimmten Mediums beurteilen wollen.



| Total                                     | 18 Jahre - 49 Jahre |        |
|---|---------------------|--------|
| <b>ÖWA 2021-IV</b>                        |                     | Plan 1 |
| <b>Angebote &amp; Belegungseinheiten</b>  |                     |        |
| EA: arboe.at (MT)                         |                     | 1      |
| EA: atv.at (MT)                           |                     | 1      |
| EA: autorevue.at (MT)                     |                     | 1      |
| EA: bergwelten.com (MT)                   |                     | 1      |
| EA: bvz.at (MT)                           |                     | 1      |
| EA: cineplexx.at (MT)                     |                     | 1      |
| EA: derstandard.at - derStandard.at (M... |                     | 1      |
| EA: diepresse.com (MT)                    |                     | 1      |
| EA: diva-online.at (MT)                   |                     | 1      |
| EA: events.at (MT)                        |                     | 1      |
| <b>Plan Zusammenfassung</b>               |                     |        |
| Buchungsdaten                             |                     | 10     |
| Plankosten                                |                     | 24 754 |
| <b>Reichweiten</b>                        |                     |        |
| Page Impressions in 1.000                 |                     | 902    |
| Unique User in 1.000                      |                     | 376    |
| <b>Kosten</b>                             |                     |        |
| 1000-Kontakt Kosten                       |                     | 27     |
| <b>Kontakte</b>                           |                     |        |
| Durchschnittskontakte (OTS)               |                     | 2,4    |

| Total                                     | 18 Jahre - 49 Jahre |        |
|---|---------------------|--------|
| <b>ÖWA 2021-IV</b>                        |                     | Plan 1 |
| <b>Angebote &amp; Belegungseinheiten</b>  |                     |        |
| EA: arboe.at (MT)                         |                     | 1      |
| EA: atv.at (MT)                           |                     | 1      |
| EA: autorevue.at (MT)                     |                     | 1      |
| EA: bergwelten.com (MT)                   |                     | 1      |
| EA: bvz.at (MT)                           |                     | 1      |
| EA: cineplexx.at (MT)                     |                     | 1      |
| EA: derstandard.at - derStandard.at (M... |                     | 1      |
| EA: diepresse.com (MT)                    |                     | 1      |
| EA: diva-online.at (MT)                   |                     | 1      |
| EA: events.at (MT)                        |                     | 1      |
| <b>Plan Zusammenfassung</b>               |                     |        |
| Buchungsdaten                             |                     | 10     |
| Plankosten                                |                     | 24 754 |
| <b>Reichweiten</b>                        |                     |        |
| Page Impressions in 1.000                 |                     | 523    |
| Unique User in 1.000                      |                     | 211    |
| <b>Kosten</b>                             |                     |        |
| 1000-Kontakt Kosten                       |                     | 47     |
| <b>Kontakte</b>                           |                     |        |
| Durchschnittskontakte (OTS)               |                     | 2,5    |

- HH = Haushalt
- EA = Einzelangebot
- DA = Dachangebot
- VG = Vermarktungsgemeinschaft
- BE = Belegungseinheit
- TKP = Tausend Kontakt Preis
- TNP = Tausend Nutzer Preis
- CPP = Cost per Point bzw. Cost per GRP
- GRP = Gross Rating Point
- PI = Pageimpressions
- VI = Visit
- UU = Unique User



Danke

[www.oewa.at](http://www.oewa.at)