

**Studiensteckbrief ÖWA 2022-III**

<b>Name der Studie</b>	ÖWA Reichweitenstudie
<b>Teilnehmer der Studie</b>	<p>A1 Telekom Austria AG          APA-OTS Originaltext-Service GmbH          Auto-, Motor- und Radfahrerbund Österreichs ARBÖ          automobile.at Dipl.-Ing. Martin Welsz e.U.          CINEPROMOTION und Filmmarketing Ges.m.b.H.          Compass-Verlag GmbH          COPE Content Performance Group GmbH          Culinarium Digital GmbH          E.P.I.K. Media GesmbH          Falstaff Verlags Ges.m.b.H.          Falter Verlagsgesellschaft m.b.H.          FONDS professionell Multimedia GmbH          Goldbach Austria GmbH          Hutchison Drei Austria GmbH          INFO-TECHNO Baudatenbank GmbH          IP Österreich GmbH          k-digital Medien GmbH &amp; Co KG          Krone Multimedia GmbH &amp; Co KG          KRONEHIT Radiobetriebs GmbH.          missMEDIA          NetDoktor GmbH          New Media Online GmbH          Niederösterreichisches Pressehaus          oe24 GmbH          OÖ Online GmbH. &amp; Co. KG          ORF Online und Teletext GmbH &amp; Co KG          Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH          PP Sport Management GmbH          ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH          Red Bull Media House GmbH          RegionalMedien Austria AG          ROLLING PIN Media GmbH          Russmedia Digital GmbH          Salzburger Nachrichten Verlagsges.m.b.H. &amp; Co KG          Sky Österreich Fernsehen GmbH          Sportradar Media Services GmbH          Springer-Verlag GmbH          STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.          TELE-Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H. &amp; Co.          Twist Zeitschriften Verlag GmbH          United Internet Media GmbH          VGN Digital GmbH          Web eXXpress Medien Holding GmbH          WEKA Industrie Medien GmbH          willhaben internet service GmbH &amp; Co KG          Wimmer Medien GmbH &amp; Co. KG          Wunderwerk GmbH</p>
<b>Zielsetzung</b>	<p>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 Internetnutzer ab 14 Jahren.</p>

<b>Erscheinungsfrequenz</b>	4 x im Jahr 2022
<b>Auftraggeber</b>	Österreichische Webanalyse
<b>Dienstleister</b>	<p>INFOline GmbH  Reppublika – Data Analytics &amp; Technologies GmbH  HTS Informationssysteme für Marktforschung GmbH  ISBA Informatik Service GmbH</p>
<b>Grundgesamtheit</b>	Österreichische Internetnutzer ab 14 Jahren
<b>Definition Unique User</b>	Person, die innerhalb des Erhebungszeitraums auf einer ÖWA-Seite mindestens eine (eindeutig einem Unique Client zuordenbare) Page Impression ausgelöst hat.
<b>Erhebungsmethode</b>	<p>Technische Vollmessung (Zensus) der Kontakte auf den teilnehmenden Webseiten und Apps</p> <p>Device Detection zur Unterscheidung mobiler (mobile Web und Apps) und Desktop-Nutzung</p> <p>Empirie aus Online-Access-Panel zur Anreicherung der Nutzungs-Daten mit u.a. soziodemografischen Informationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenführung der Nutzungs- und Personen-Daten jedes Panelisten</li> <li>• Übermittlung der aggregierten Zensusdaten</li> </ul> <p>Im Vergleich zwischen Panelmessung und Zensus auftretende Messlücken werden durch Imputation und Kalibrierung so gefüllt, dass die Paneldaten die Nutzung durch MultiClients sowie die @work-Nutzung repräsentieren.</p>
<b>Erhebungszeitraum</b>	01. Juli 2022 - 30. September 2022
<b>Fallzahl</b>	25.262 Panelisten
<b>Enthaltene Merkmale</b>	<p>ÖWA Reichweitenstudie liefert für die einzelnen Angebote und Belegungseinheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reichweiten</li> <li>• Kontakte</li> <li>• Soziodemografie</li> <li>• Nutzerverhalten &amp; Interessen</li> <li>• Anschaffungswünsche</li> </ul>