

**Studiensteckbrief ÖWA 2022-IV**

<b>Name der Studie</b>	ÖWA Reichweitenstudie
<b>Teilnehmer der Studie</b>	A1 Telekom Austria AG 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 & Co KG Krone Multimedia GmbH & Co KG KRONEHIT Radiobetriebs GmbH. missMEDIA NetDoktor GmbH New Media Online GmbH Niederösterreichisches Pressehaus oe24 GmbH OÖ Online GmbH. & Co. KG ORF Online und Teletext GmbH & 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. & Co KG Sky Österreich Fernsehen GmbH Sportradar Media Services GmbH STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H. TELE-Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H. & Co. Twist Zeitschriften Verlag GmbH United Internet Media GmbH VGN Digital GmbH Web eXXpress Medien Holding GmbH Weiss & Lameraner Media Group GmbH WEKA Industrie Medien GmbH willhaben internet service GmbH & Co KG Wimmer Medien GmbH & Co. KG Wunderwerk GmbH
<b>Zielsetzung</b>	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.

<b>Erscheinungsfrequenz</b>	4 x im Jahr 2022
<b>Auftraggeber</b>	Österreichische Webanalyse
<b>Dienstleister</b>	<p>INFOnline 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. Oktober 2022 - 31. Dezember 2022
<b>Fallzahl</b>	34.728 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>