



2024 - II

5. September 2024

- Die Methode zur Ermittlung der ÖWA-Reichweiten in dieser Form gibt es seit November 2021 und ist eine Zusammenarbeit der ÖWA mit
 - INFOnline GmbH, Bonn
 - Reppublika Data Analytics & Technologies GmbH, Wien
 - ISBA Informatik Service-Gesellschaft mbH, Hamburg.
- Die Veröffentlichung der Reichweiten der Online-Angebote bei den Online-Nutzern ab 14 Jahren findet monatlich auf der ÖWA-Website www.oewa.at statt.
- Diese Daten sind die Grundlage für die Berechnung des Planungsdatensatz in Zervice, der quartalsweise für Lizenznehmer veröffentlicht wird.
- Seit dem 1. Quartal 2023 werden die ÖWA-Reichweiten in Zervice auch in Bezug zur Gesamtbevölkerung in Österreich ab 14 Jahren ausgewiesen.
- Die vergangenen Daten sind aufgrund der Methodenänderung nicht mit den veröffentlichten Daten seit November 2021 vergleichbar.

Folgende Werte werden veröffentlicht:

- 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.

- Nutzer „Gesamt“ je EA, DA und VG für den durchschnittlichen Wochentag.

- Rund 20 soziodemographische Variablen in unterschiedlichen Aggregationsstufen und 94 qualifizierende Merkmale.

- 6,39 Mio. Österreicherinnen und Österreicher (Unique User) nutzen die Angebote der ÖWA in einem durchschnittlichen Monat im 2. Quartal 2024.
- Das entspricht einer Reichweite von 90,1 Prozent aller österreichischen Internetnutzer:innen ab 14 Jahren (7,089 Mio. lt. Austrian Internet Monitor 2023).
 - Über Desktop* nutzen 3,16 Mio. Unique User die Online Angebote der ÖWA. Das entspricht einer Reichweite von 44,6%.
 - Über mobile Geräte* nutzen 5,41 Mio. Unique User die Online-Angebote der ÖWA. Das entspricht einer Reichweite von 76,4%.

**Anmerkung: ein Internetnutzer, eine Internetnutzerin (Unique User) kann die ÖWA -Angebote über Desktop und/oder Mobile nutzen. Daher ist die Summe der Unique User höher als 6,39 Mio.*

Ausgewertet wurden:

- 112 Online Angebote
 - 81 Einzelangebote (EA)
 - 28 Dachangebote (DA)
 - 3 Vermarktungsgemeinschaften (VG)
- 548 Belegungseinheiten, davon wurden 399 zur Veröffentlichung frei gegeben.

Angebote mit einer zu geringen Datenbasis (Fallzahlgrenze: 50 Fälle) werden nicht veröffentlicht.

Nicht veröffentlichte Angebote:

- 4 Einzelangebote (EA)
 - autorevue.at
 - gastro.news – Gastro News
 - orf.at
 - trend.at

- 2 Dachangebote (DA)
 - ORF.at Network
 - VGN Digital Dachangebot

Die ÖWA hat die oben angeführten Angebote auf Basis der Richtlinien (Allgemeine Bestimmungen, I. Datenerhebung, III. Veröffentlichung der Daten von Werbeträgerangeboten, Abs. 4.) für die Veröffentlichung gesperrt. Auf Basis eines Vorstandsbeschlusses vom 25.10.2023 gilt seit 1.1.2024 für alle veröffentlichten Angebote die Verpflichtung, den Consent für das ÖWA-Cookie gemäß Vorgaben der DSGVO einzuholen.

In der Excel-Datei „**Studienergebnisse_OEWA_2024-II**“, die auf der ÖWA-Website unter [Planungsausweisung](#) veröffentlicht ist, werden die Reichweiten für die Themen Soziodemografie, Nutzungsort, Nutzungsschwerpunkt und Informationsinteressen der Nutzer:innen veröffentlicht.

Weiters werden die Reichweiten und die Affinitäten bei Männern und Frauen sowie für die „Kaufkraftstufe 1“ und „Bildung“ für alle Einzelangebote der ÖWA dargestellt.

Die Affinität gibt das Verhältnis der Reichweite in einer Zielgruppe zur Gesamt-Reichweite an.

In der Excel-Datei „**Rankings_OEWA_2024-II**“, die auf der ÖWA-Website unter [Planungsausweisung](#) veröffentlicht ist, werden alle Reichweiten der Ausweisungseinheiten „Dachangebote“ (DA), „Einzelangebote“ (EA) und „Vermarktungsgemeinschaften“ (VG) der Internetnutzer:innen in Österreich ab 14 Jahren für

- den durchschnittlichen Monat (Gesamt, Desktop, Mobil Gesamt)
- die durchschnittliche Woche (Gesamt, Desktop, Mobil Gesamt)
- den durchschnittlichen Tag (Gesamt, Desktop, Mobil Gesamt), zusätzlich
 - durchschnittlicher Werktag
 - durchschnittlicher Wochenendtag

veröffentlicht.

Die Excel-Datei „**Datenblatt_OEWA_2024-II**“, die auf der ÖWA-Website unter [Planungsausweisung](#) veröffentlicht ist, zeigt die Reichweiten für jedes Angebot für „Gesamt“, „Desktop“ und „Mobile“ nach folgenden soziodemografischen Merkmalen:

- Geschlecht
- Alter
- Bundesland
- Schulabschluss
- Haushaltsnettoeinkommen
- Haushaltsgröße
- Familienstand

Auftraggeber der Studie

Österreichische Webanalyse

Name der Studie

Österreichische Webanalyse

Zielsetzung

Ziel der Studie ist es, die Nutzer:innen (Unique User) des Werbeträgers Internet abzubilden und die Kommunikationsleistung dieses Mediums transparent und für die Mediaplanung nutzbar zu machen. Dazu erfolgt die Erhebung von Reichweiten und Strukturdaten für Online Angebote und Belegungseinheiten auf Basis der österreichischen Internetnutzer:innen ab 14 Jahren.

Erscheinungsfrequenz

12 x pro Jahr im ÖWA-Dashboard

4 x pro Jahr als Planungsdatensatz in Zervice

Dienstleister

- **INFOonline GmbH**, Bonn, Vollerhebung der monatlichen Kennzahlen PI, VI, UC, Usetime (Zensusmessung)
- **ISBA Informatik Service-Gesellschaft mbH**, Hamburg, Beratung und Mitentwicklung der neuen Reichweitenerhebungs-Methode
- **Reppublika Data Analytics & Technologies GmbH**, Wien – Berlin, Mitentwicklung der neuen Reichweitenerhebungsmethode, Online Access-Panel und ÖWA-Dashboard

Grundgesamtheit

österreichische Internetnutzer:innen ab 14 Jahren

Erhebungsmethode

- **Technische Vollmessung** (Zensus) der Kontakte auf den teilnehmenden Webseiten und Apps
- **Device Detection** zur Unterscheidung zwischen mobiler (mobile Web und Apps) und Desktop-Nutzung
- Empirie aus **Online-Access-Panel** zur Anreicherung der Nutzungs-Daten mit u.a. soziodemografischen Informationen:
 - Zusammenführung der **Nutzungs- und Personen-Daten jedes Panelisten**
 - Übermittlung der **aggregierten Zensusdaten** an Reppublika

Erhebungszeitraum

- Laufend
- Tägliche Übermittlung der PIs und Bewegungsdaten der Panelisten
- Monatliche Aggregation der Zensusdaten

Fallzahl (gewichtet)

37.786, davon 3.780 Offliner und 34.006 Onliner

Grundgesamtheit (Universum)

Hochrechnung und Strukturen stammen aus dem **AIM (Austrian Internet Monitor)**

Unique User

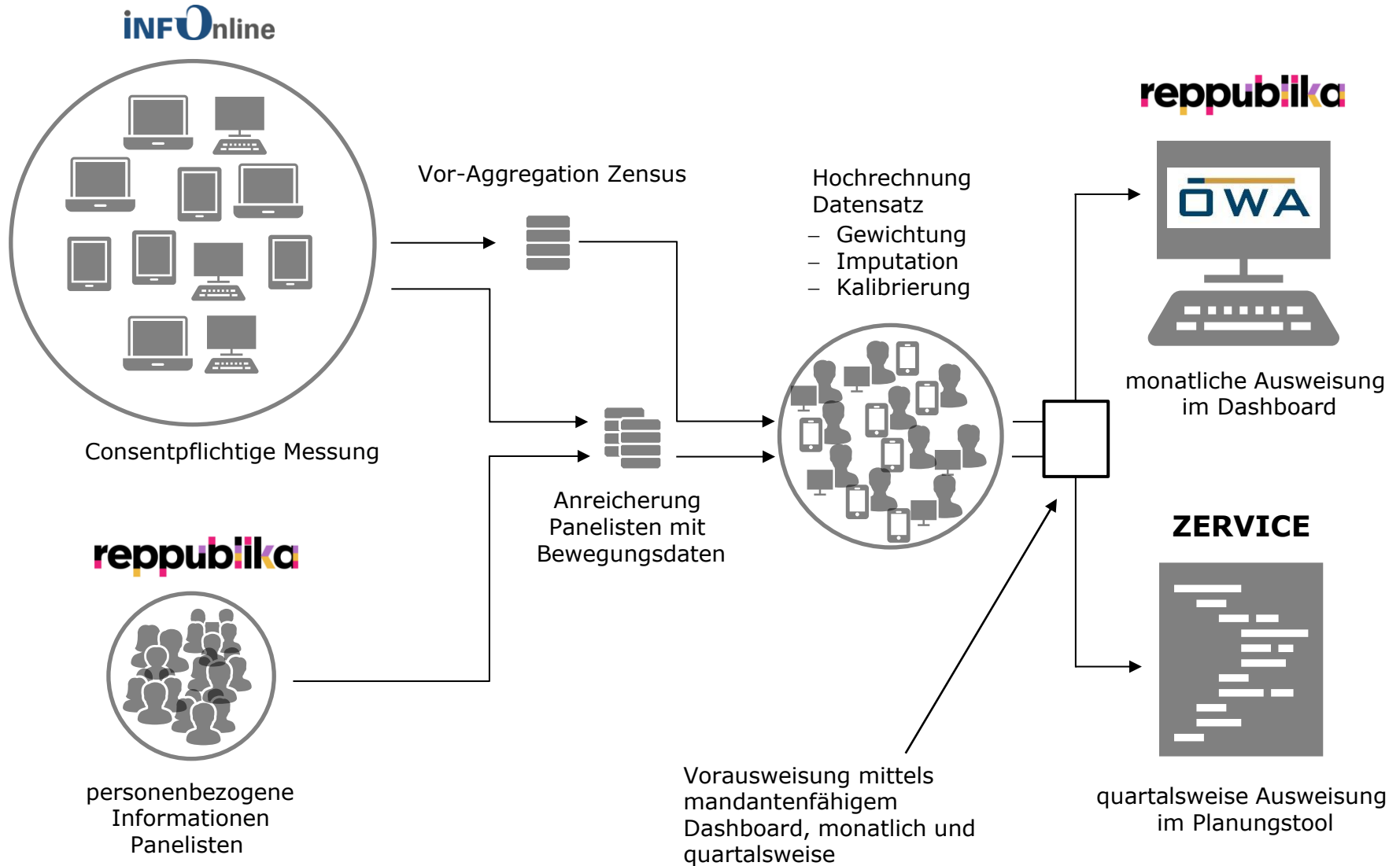
Personen, die im Betrachtungszeitraum **mindestens eine Page Impression** ausgelöst haben.

Teilnehmer der Studie

alle **ordentlichen Mitglieder** aus dem Bereich Werbeträger der ÖWA, deren Daten im Erhebungszeitraum gemessen und veröffentlicht werden

Methodenbeschreibung

- Messung der Internet-Nutzung von Panelisten aus einem Online Access-Panel.
- Diese haben zugestimmt ihre Internet Nutzung tracken zu lassen. Ihnen wird permanent mithilfe vertaggter Kontaktpunkte ein Messcookie gesetzt, sodass zu erwarten ist, dass die Panelisten ohne wesentliche Messausfälle getrackt werden können.
- Zusätzlich werden von Panelisten sogenannte AdIDs zur Verfügung gestellt, über die die Zuordnung vom App-Nutzung zu einem Panelisten möglich ist.
- Abweichungen zur Grundgesamtheit werden hinsichtlich Soziodemografie und Geografie durch Gewichtung korrigiert. Grundlage ist der Austrian Internet Monitor (AIM).
- Die Vorgaben hinsichtlich der Nutzungsdaten werden aus dem Zensus entnommen, der Page-Impressions und Unique Clients liefert.
- Im Vergleich zwischen Panelmessung und Zensus auftretende Messlücken werden durch Imputation und Kalibrierung so gefüllt, dass die Paneldaten in der Publikation auch die Nutzung durch MultiClients sowie die @work-Nutzung repräsentieren.



Definition Einzelangebot

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.

Alle Angebote, die mehr als eine Domain oder mehr als eine App haben und diese gemeinsam ausweisen lassen wollen, fallen unter die Ausweisungseinheit „Dachangebote“.

Definition Dachangebot

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

Definition Vermarktungsgemeinschaft

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

Definition Belegungseinheiten

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 Angebote und Belegungseinheiten:

- Unique User (Reichweite) pro durchschnittlichen Monat, pro durchschnittlicher Woche und durchschnittlichen Wochentag, jeweils im Quartal
- Kontakte (Page Impressions) pro durchschnittlichen Monat, pro durchschnittlicher Woche und durchschnittlichen Wochentag, jeweils im Quartal
- Zielgruppendaten
 - Soziodemografie
 - Nutzerverhalten & Interessen
 - Anschaffungswünsche & Besitz

Datenverfügbarkeit

Der vollständige Planungsdatensatz der ÖWA steht 1 x pro Quartal über HTS (www.hts.at) im Planungstool Zervice zur Verfügung.

- ÖWA und Zervice liefern gängige Media Leistungswerte für Onlinekampagnen auf Basis von buchbaren Belegungseinheiten.
- Leistungsumfang: Erstellen von Kreuztabellen (Reichweiten, Strukturen und Affinitäten), Rangreihungen (Reihung nach Netto-, Bruttoreichweiten, Affinitäten oder TKP) und Mediaplänen (Berechnung von Kampagnen mit der Möglichkeit Targeting und Frequency Capping abzubilden). Ein Optimizer zur automatischen Mediaplangenerierung ist optional erhältlich.
- Preise auf TKP-Basis: 45 Werbeformen, davon 19 Mobile + Desktop, 6 nur Mobile und 20 nur Desktop.