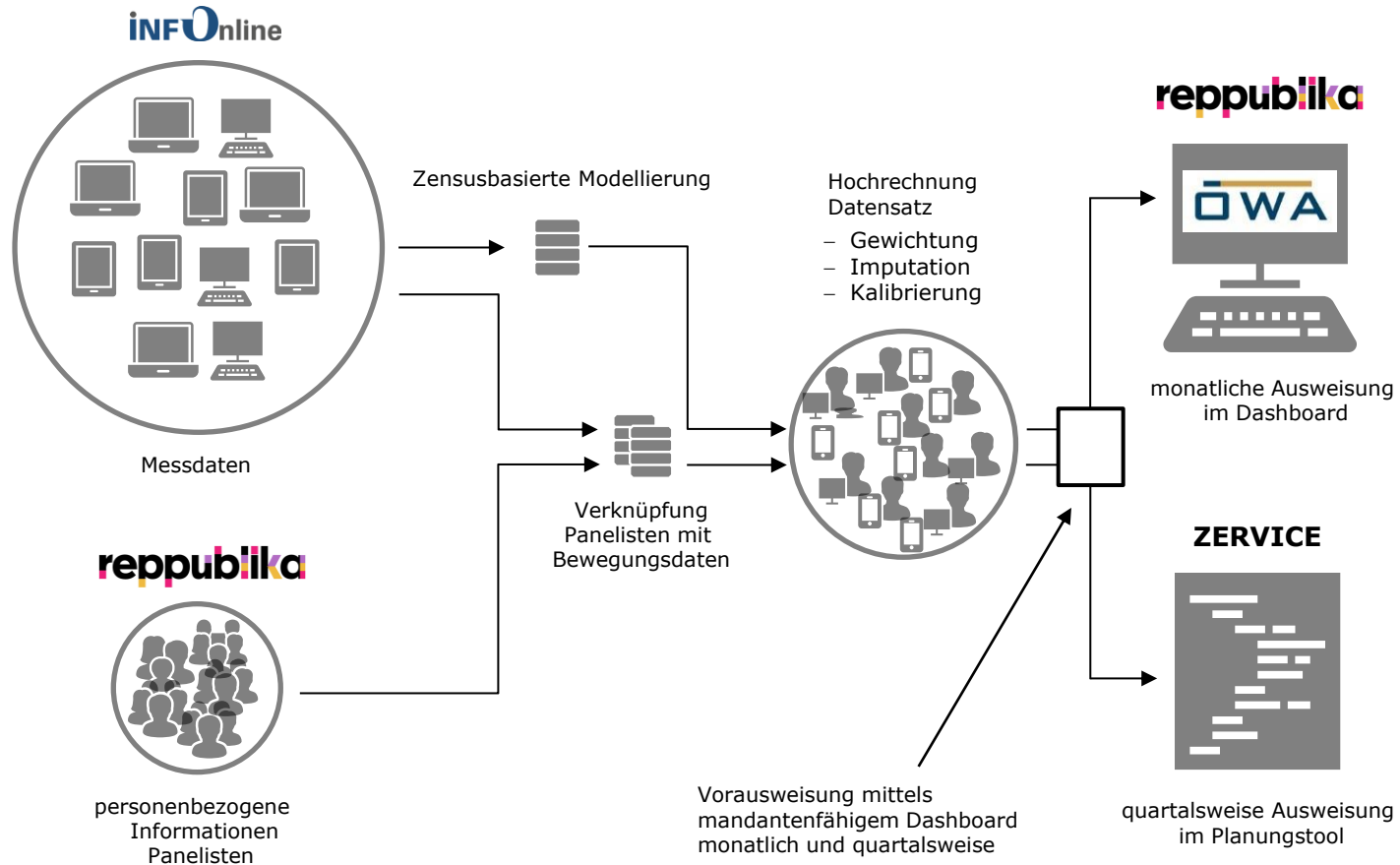




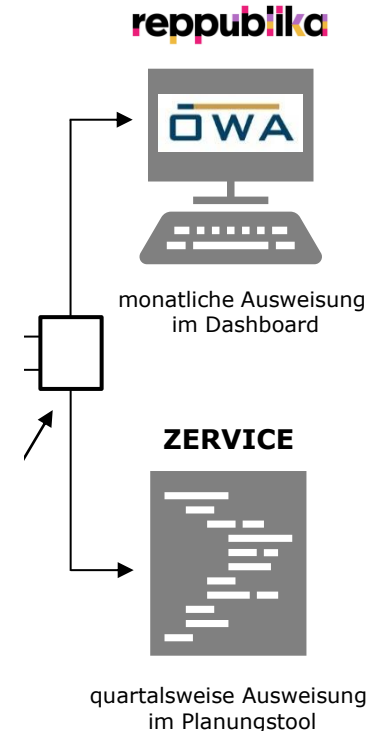
Reichweitenstudie 2025

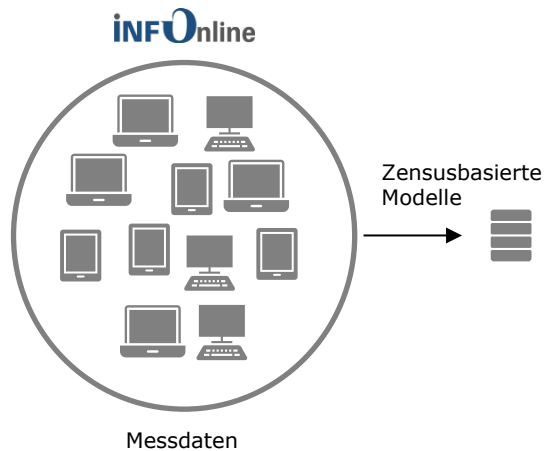
Die Umstellung der ÖWA-Messung auf die Extrapolationsmethode (Vorbild IVW) mit 1.1.2025 bringt Veränderungen der Mess-Kennwerte „Page Impressions“ und „Visits“ und „Unique Clients“.

Die Auswirkung auf die ÖWA-Reichweitenstudie wurden von Jan Buhr von ISBA Hamburg auf den Österreichischen Medientagen am 26.9.2024 erläutert und dargestellt:

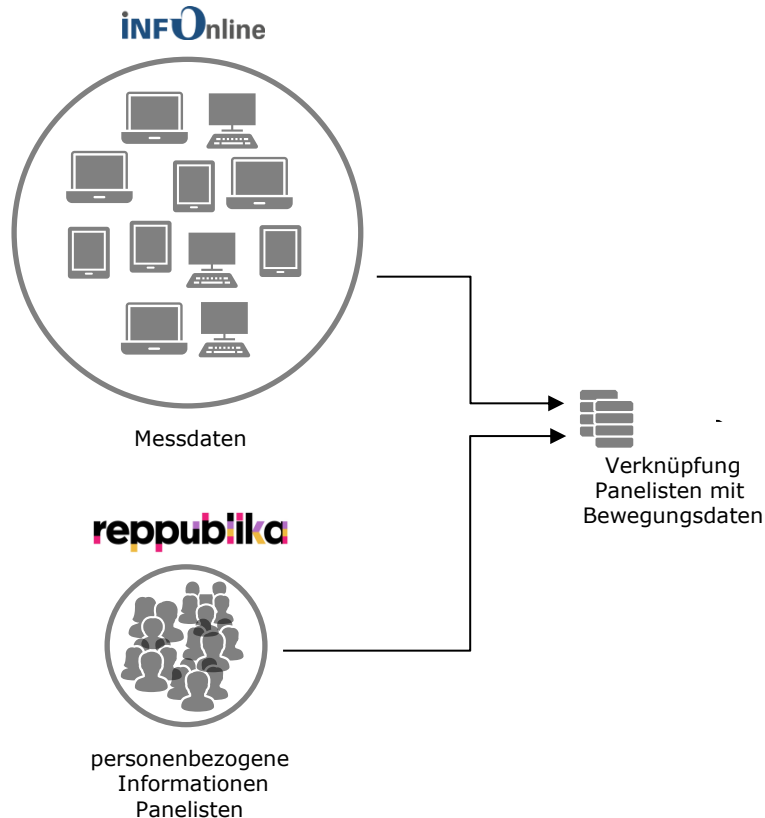


- Die ÖWA bietet dem österreichischen Werbemarkt Userzahlen insgesamt und differenziert in Zielgruppen zu den Websites der ÖWA an.
- **Monatliche Lieferung:** Unique User pro Monat, Reichweiten für Zielgruppen wie Geschlecht, Alter und Bildung.
- **Quartalsweise Lieferung:** Unique User pro Tag, Woche, Monat, differenzierte Zielgruppendaten, Überschneidungen und Planevaluationen
- Deshalb wurde die Verarbeitung zweistufig angelegt:
 - Monatliche Modellierung von Nutzern und deren Zielgruppenstrukturen, Ausweisen zentraler Fakten im Dashboard.
 - Zusammenfassen der Daten pro Quartal, Ausweisen differenzierter Angaben in Zervice.





- Zensusdaten liefern das Gerüst für die Modellierung. Aus ihnen lassen sich Kontakte und Maschinen, die eine Website nutzen, ablesen. Dies aber nicht direkt:
 - PI aus der consenspflichtigen Messung müssen mit den PI aus der consensfreien Messung zusammengeführt werden.
 - Clients im Zensus beschreiben von Menschen genutzte Devices
 - Aber nur für Kontakte, die in die Messung einwilligen
 - Aber nur Maschinen, die sich beschreiben lassen
 - Aber nur Maschinen, die kooperieren und die Identifikationen nicht mutwillig entfernen
 - Deshalb werden die Zensusdaten aufbereitet und statistisch bewertet. Damit ist schon hier ein Modellierungsschritt involviert, der die Zählergebnisse bewertet:
 - Umrechnung der konsensbasierten Client-Zählungen in eine Gesamtstatistik
 - Herausrechnen der Überzählung von zeitlich zerbrochenen Clients in der Monatsstatistik
- **PI und Unique Clients liefern die Basis der Modellierungsarbeiten.**



- Panelisten berichten immer über ein Quartal. Damit ist die Integration des Datensatzes in die Zervice-Software unproblematisch.
- Zum Quartalswechsel wird die Panelistenbasis erneuert.
- Die Online-Nutzung der Panelisten wird mit Hilfe des Zensus ermittelt.
 - Die Nutzung wird durch 3rd-Party-Cookies aus dem Zensus an die Respondenten übertragen und bereinigt.
 - Die Nutzung wird für die folgenden Prozesse als Analysemasse eingesetzt.
 - Nutzungsüberschneidungen über verschiedene Clients werden ausgewertet und geeignet hochgerechnet.

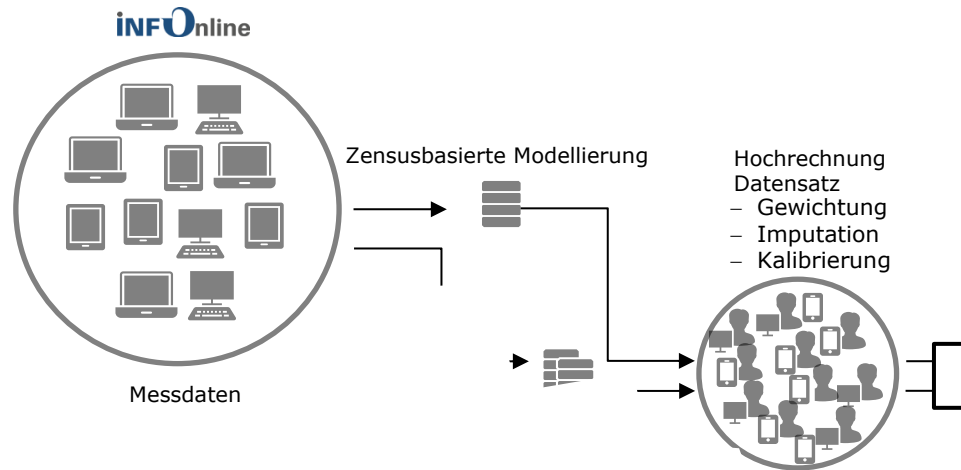
➤ Damit stehen Panelisten, Zielgruppen und Überschneidungen für das Modell zur Verfügung.

- Gewichtet wird an den Hochrechnungen und Strukturen des Austrian Internet Monitor.
 - Aus den im Panel gefundenen Clients wird eine Stichprobe konstruiert, die den Sollzahlen des Zensus entspricht.
 - Geprüft wird dies für alle Vermarktergemeinschaften, Dachangebote, Einzelangebote
 - Die Verfahren basiert aus einer geschichteten und gelenkten Zufallsziehung, die im Ziehungsprozess permanent optimiert wird.
 - Diese Stichprobe wird im dann auf die Panelisten verteilt.
 - Die Verbindung zwischen Client und Panelist wird soweit möglich erhalten, damit die Nutzungsstrukturen stabil bleiben
 - Eine Umverteilung von Clients findet dann statt, wenn die errechneten Vorgaben nicht bereits erreicht sind.
- **Die so berechneten Unique User-Daten stellen dann Basis der Publikation dar.**

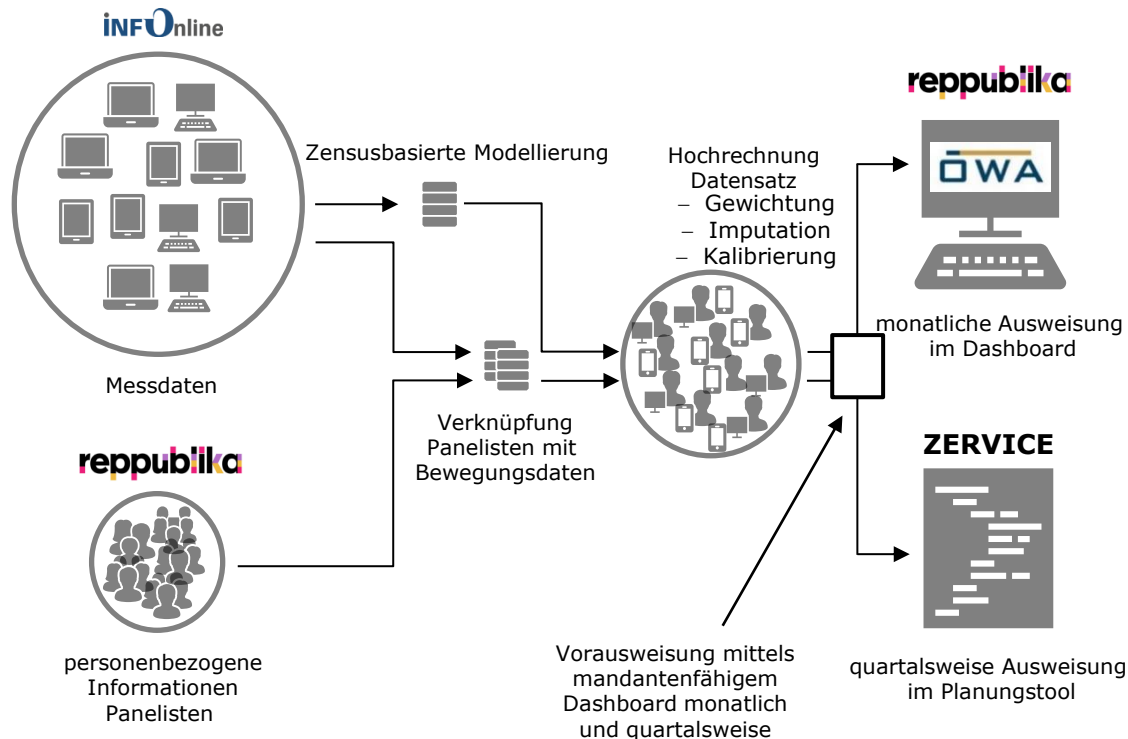
Hochrechnung
Datensatz

- Gewichtung
- Imputation
- Kalibrierung





- Durch die Einbeziehung consentfreier Kontakte verbreitert sich die Datenbasis, auf der Nutzer berechnet werden.
 - Das Modell selbst ist davon nicht berührt, da die zusätzlichen PI aus der konsensfreien Messung zwar die Leitplanken verändern, nicht aber die Verhältnisse im Panel.
 - Für die Ermittlung von Reichweiten und der Zielgruppen (Unique User) aller Dach- und Einzelangebote sowie der Vermarktungsgemeinschaften stehen damit zwar nicht mehr Daten als bisher, aber bessere Eckdaten aus der technischen Messung zur Verfügung.
- **Damit können auch bei Reichweiten und Zielgruppen die negativen Effekte, die durch die verpflichtende Einholung eines Consent für die CP-Messung aufgetreten sind, behoben werden.**



Die Verarbeitungsstrategie trennt Zensus und Modell an einer klar definierten Schnittstelle: den Leitplanken, bestehend aus Unique Clients und PIs.

➤ **Damit ist ein Grundprinzip modularer Forschung realisiert: Die Datenquellen können ihre Stärken jeweils unbeeinflusst voneinander ausspielen. Dies ist also ganz modern und zukunftsweisend.**

Kontakt

Österreichische Webanalyse

Leopold-Ungar-Platz 2/Stg. 2/Büro 263

A-1190 Wien

office@oewa.at

Tel: + 43 1 253 621 – 6092

www.oewa.at