

**Studiensteckbrief ÖWA 2025-IV**

<b>Name der Studie</b>	ÖWA-Reichweitenstudie
<b>Teilnehmer der Studie</b>	<p>A1 Telekom Austria AG          Auto-, Motor- und Radfahrerbund Österreichs ARBÖ          Azerion Audience Austria GmbH          BurdaVerlag Publishing GmbH          COPE Content Performance Group GmbH          DJ Digital Medien GmbH          E.P.I.K. Media GesmbH          Falstaff Verlags Ges.m.b.H.          Falter Verlagsgesellschaft m.b.H.          fivemedia GmbH          FONDS professionell Multimedia GmbH          hektar Media GmbH          Hubexo Austria GmbH          k-digital Medien GmbH &amp; Co KG          Krone Multimedia GmbH &amp; Co KG          KRONEHIT Radiobetriebs GmbH          KS Medien KG          Life Style Magazin Verlags GmbH          New Media Online GmbH          Niederösterreichisches Pressehaus, Druck- und VerlagsgmbH          oe24 GmbH &amp; Co KG          OÖ Online GmbH &amp; Co. KG          ORF Online und Teletext GmbH &amp; Co KG          Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH          ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH          Red Bull Media House GmbH          RegionalMedien Austria AG          Russmedia Digital GmbH          Salzburger Nachrichten Medien GmbH &amp; Co. KG          Sky Österreich Fernsehen GmbH          Sportradar Media Services GmbH          Springer-Verlag GmbH          STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.          tele ZeitschriftenverlagsgmbH &amp; Co.KG          Tips Zeitungs GmbH &amp; Co KG          Twist Zeitschriften Verlag GmbH          United Internet Media GmbH          VGN Medien Holding GmbH          web eXXpress Medien Holding GmbH          Weiss &amp; Lameraner Media Group GmbH          WEKA Industrie Medien GmbH          Wunderwerk Digitale Medien Produktion 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 2025
<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 Wohnbevölkerung 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 2025 - 31. Dezember 2025
<b>Fallzahl</b>	38.257 Fälle, davon 34.812 Onliner und 3.445 Offliner
<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>