



Beilage 1

NET-Matrix-Profil: Studienkonzept und Inhalt

Das Ziel der Studie NET-Matrix-Profil ist die Anreicherung der NET-Matrix-Audit-Messdaten um beschreibende Angaben zu den Nutzerinnen und Nutzern der angemeldeten Webangebote sowie die Bildung einer vergleichbaren Personen-Reichweite „Unique User“, als verlässliche Basis für die Mediaplanung.

Um an beschreibende Informationen zu den Personen, die ein Webangebot nutzen, zu gelangen, wird im Rahmen der Studie NET-Matrix-Profil eine Onsite-Befragung durchgeführt. Dazu wird eine Stichprobe von rund 15'000 Personen pro Studienwelle befragt. Die Onsite-Befragung für eine Studienpublikation wird jeweils über einen Zeitraum von drei Monaten durchgeführt.

Die Studie NET-Matrix-Profil wird vorerst zweimal pro Jahr durchgeführt und publiziert. Die erste Ausgabe der Studie NET-Matrix-Profil eines Kalenderjahres wird jeweils im zweiten Quartal (Welle 1) publiziert, die zweite Ausgabe im vierten Quartal (Welle 2).

Auf allen angemeldeten Angeboten werden nach einer zufälligen Auswahl Einladungen zur Onsite-Befragung einblendet. Diese Einladungen werden für eine zentral gezogene Stichprobe aus allen gemessenen Clients (Basis: NET-Matrix-Audit-Messung) auf den teilnehmenden Webangeboten einblendet. Ein Client in der Stichprobe wird mehrfach und auf unterschiedlichen Webangeboten sowie zu unterschiedlichen Tageszeiten kontaktiert, um eine möglichst hohe Ausschöpfung der Stichprobe zu erreichen. Die Zahl der Kontaktversuche ist jedoch begrenzt, um die Belastung der User durch die Einblendung von Einladungen zur Befragung gering zu halten.

Das Format der Einladung zur Onsite-Befragung wird technisch dynamisch an die clientseitigen Bedingungen angepasst. Zurzeit sind folgende Auslieferungsformate vorgesehen: Flash-Layer, HTML-Layer, Pop-Up. Die technische Auslieferungsroutine wird laufend weiterentwickelt. Der Onsite-Fragebogen wird so kurz wie möglich gehalten, um den Aufwand für die Befragten tief zu halten. Die erhobenen Daten aus der Onsite-Befragung werden anhand von Vorgaben aus einem repräsentativen Establishment-Survey gewichtet.

Basierend auf den in der Onsite-Befragung ermittelten Angaben wird abgeschätzt, wie viele Personen („Unique User“) hinter der in NET-Matrix-Audit gemessenen Angabe „Unique Clients“ für jedes angemeldete Angebot stehen und wie sich diese Personen beschreiben lassen.

1. Studieninhalt: publizierte Daten

- Personen-Reichweite „Unique User“ für angemeldete Webangebote sowie Sektionen und Netzwerke (Kombinationen von Webangeboten/ Sektionen)
- Reichweiten-Überschnidungen zwischen den angemeldeten Angeboten, Sektionen und Netzwerken
- Page Impressions der Unique User (Brutto-Kontakte)
- Soziodemografische Angaben zu den Nutzerinnen und Nutzern (wie z. B. Geschlecht, Alter, Bildung, Berufstätigkeit, Region Wohnort, Einkommen)
- verschiedene Themeninteressen