

## **Anpassung der MultiClient-Definition und weitere Studienneuerungen zur ma 2010 Online I und internet facts 2010-I**

Die ag.ma und die AGOF befassen sich kontinuierlich mit der Weiterentwicklung und Qualitätssicherung der Markt-Media-Studie internet facts und der unter das ag.ma-Dach überführten Online-Reichweitenstudie ma Online. Im Zuge dessen werden mit der kommenden Ausweisung der ma 2010 Online I und der internet facts 2010-I Anpassungen in der Erstellung und Erhebungsmethodik der Studie umgesetzt, die sich auch in deutlichen Veränderungen der bisher veröffentlichten Reichweitzahlen ausdrücken werden.

### **Notwendigkeit einer Definitionsanpassung**

Im Einzelnen handelt es sich um Anpassungen der Definition des MultiClient-Modells, Neuerungen im Bereich der ausgewiesenen Grundgesamtheit sowie der Aktualisierung der CATI-Befragung (repräsentative Telefonbefragung).

Die Notwendigkeit einer Definitionsanpassung des MultiClient-Modells ergibt sich aus dem veränderten Internetnutzungsverhalten in Bezug auf die Anzahl genutzter Rechner und Browser sowie hinsichtlich unterschiedlicher Nutzungsorte. Dazu wurde von der AGOF in eigenen Studien ermittelt, welche Faktoren die aktuelle Internetnutzung bestimmen. So gehen heute immer mehr Internetnutzer über unterschiedliche Rechner und Browser an verschiedenen Orten ins Internet mit teilweise unterschiedlichen Nutzungsprofilen. Um auch weiterhin eine korrekte und präzise Abbildung der Nutzungsrealität gewährleisten zu können, haben die ag.ma und die AGOF frühzeitig den Bedarf einer Anpassung der MultiClient-Definition an die veränderte Nutzungssituation erkannt und in den letzten 18 Monaten intensiv an deren Umsetzung gearbeitet.

Mit der Veröffentlichung der ma 2010 Online I und der internet facts 2010-I werden deshalb nun einige Studienbereiche angepasst, so dass die Ausweisungen dem geänderten Nutzungsverhalten, etwa mit immer mehr internetfähigen Geräten und der zunehmenden Verbreitung und Nutzung unterschiedlicher Browsertypen (z.B. Internet Explorer und Firefox), Rechnung tragen.

### **Anpassung der Definition**

Grundlegende Neuerung der ma 2010 Online I und der internet facts 2010-I ist eine Definitionsanpassung des bisher verwendeten MultiClient-Modells.

Bisher wurde als MultiClient-Fall derjenige benannt, der von mehr als einem Ort mit einem jeweiligen Nutzungsanteil von mindestens 10% seiner gesamten Online-Nutzung das Internet besucht (klassisch: „zu Hause“ und „im Büro“) oder an mindestens einem Ort von zwei Rechnern online ist. Per Definition bildeten bislang also genau zwei so miteinander verbundene Clients (= Browser/ Rechner) einen Unique User.

Ab sofort gilt als Definition, dass ein MultiClient-Fall ist, wer von mehr als einem Rechner mit jeweils einer Nutzungsintensität von mindestens 10% das Internet nutzt oder mit mehr als einem Browser pro Rechner das Internet nutzt. Ein Unique User wird dann aus bis zu vier Clients (= Browser/ Rechner) gebildet. Hieraus ergibt sich eine Erhöhung des MultiClient-Anteils an der Gesamtfallzahl von 37% auf rund 75%. Der Parameter „maximale Anzahl von Clients pro MultiClient-Fall“ wird künftig auch weiterhin in regelmäßigen Abständen empirisch überprüft und ggf. angepasst.

Die dargestellte MultiClient-Definitionsanpassung führt durchschnittlich zu einem Anstieg der Netto-Reichweite (WNK), die Auswirkungen auf die einzelnen Websites sind dabei sehr unterschiedlich.

Ursache dafür ist die grundsätzlich erhöhte Anzahl an Multi-Client-Fällen (mehr als ein Rechner) in Kombination mit der erhöhten Anzahl der genutzten Clients (mehr als ein Browser pro Rechner) pro MultiClient-Fall. Bisher wurden die 100.000 Fälle aus der Gesamtstichprobe im Datensatz der ma Online bzw. internet facts aus ca. 137.000 Clients gebildet – künftig werden durch die angepasste Definition für Multi-Client-Fälle ca. 247.000 Clients benötigt, um die Zielvorgabe von 100.000 Fällen in der Gesamtstichprobe zu erreichen.

Wichtig zu beachten ist hier, dass dabei aber nicht die Anzahl der Kontakte insgesamt ansteigt (Brutto-Reichweite). Lediglich bei den Netto-Reichweiten wird es Veränderungen geben, da das Nutzungsverhalten für jeden Nutzer im Hinblick auf die beschriebene veränderte Nutzungsrealität umfassender abgebildet werden kann.

### **Weitere reichweitenrelevante Anpassungen bei der ma Online und internet facts**

Mit der Veröffentlichung der ma 2010 Online I und der internet facts 2010-I treten parallel zur Definitionsanpassung noch zwei weitere Neuerungen in Kraft:

1. **Die ausgewiesene Grundgesamtheit der Studie wurde erweitert:** Analog zu den anderen ma-Studien werden auch in der ma Online bzw. in der internet facts ab sofort neben der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre auch alle deutschsprachigen in Deutschland lebenden Ausländer ab dieser Altersklasse der Grundgesamtheit zugerechnet. Da gerade unter der ausländischen Bevölkerung in Deutschland sehr intensive Internetnutzer zu finden sind, steigt das Nutzungspotenzial in der ma Online bzw. internet facts dadurch ebenfalls an. Damit ist auch die Erweiterung der Grundgesamtheit verantwortlich für einen Anstieg der Netto-Reichweite (WNK).
2. Außerdem ist die **Berücksichtigung einer neuen CATI-Welle in der Datenverarbeitung**, die die vergrößerte Internetnutzerschaft abbildet als die zurückliegende CATI-Welle, für Reichweitenveränderungen in der ma 2010 Online I bzw. internet facts 2010-I verantwortlich.



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

## Information für die Presse

Nicht zuletzt tritt mit Veröffentlichung der ma 2010 Online I bzw. internet facts 2010-I ein Effekt zutage, der bereits aus den Vorjahren bekannt ist: die Saisonalität.

Das erste Quartal eines Jahres war bisher immer das nutzungsintensivste, während hingegen im vierten Quartal das Internet mit am schwächsten genutzt wurde. Somit zeichnet sich von den Ausweisungen des vierten zu denen des ersten Quartals eines Folgejahres immer ein deutlicher Anstieg in den Reichweiten ab. Dies spiegelt sich auch in den Ergebnissen des 1. Quartals 2010 wider, in welchem aufgrund der kalten Wintermonate eine sehr hohe Nutzung stattfand.

### Vorteile

Die hier erläuterte Definitionsanpassung und Neuerungen bei der ma 2010 Online I bzw. internet facts 2010-I ermöglichen eine weiterhin korrekte und präzise Abbildung der Nutzungsrealität im Internet, da damit auch das geänderte Nutzungsverhalten mit immer mehr internetfähigen Geräten und die zunehmende Verbreitung und Nutzung unterschiedlicher Browsertypen berücksichtigt und abgebildet werden können. Auch künftig wird es kontinuierliche Überprüfungen zur Ermittlung etwaigen Anpassungsbedarfs geben.

Sollten Sie Fragen haben oder weitere Informationen benötigen, dann melden Sie sich doch bitte bei uns.

### **Gabriele Ritter**

Geschäftsführerin der Internet Media Analyse GmbH

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Telefon: 0 69 - 15 68 05 27

ritter@internet-media-analyse.de

Die **Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma)** ist ein Zusammenschluss von rund 260 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der ag.ma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die ag.ma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, elektronischen Medien, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungtreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.