

# AIM 2020

## Studienkonzept



Nur wer  
**verst**eht,  
was die  
Menschen **bewegt**,  
kann sie auch  
**bewegen**.



#6405, 2020

**INTEGRAL** ■ MARKT- UND  
■ MEINUNGS-  
■ FORSCHUNG

Partner von SINUS Heidelberg ■ Berlin ■ Singapur



# AIM™ 2020 – FAKTEN STATT MYTHEN

Zur Internetnutzung in Österreich gibt es viele Behauptungen und unzählige Befragungen jeder Art. Der AIM bietet Fakten:

- Kontinuität und Sicherheit
  - AIM ist die Grundlagenstudie zur modernen Kommunikation in Österreich - seit 1996
- Repräsentative Aussagekraft
  - Basisdaten werden repräsentativ für die gesamte österreichische Bevölkerung – nicht nur für die Internetnutzer – erhoben
- Basiswissen und aktuelle Trends
  - Wir haben Zeitreihen über Jahrzehnte und Daten zu neuen Internettrends
- Flexibilität
  - Individuelle Erweiterungen können jederzeit integriert werden

Seit der Implementierung des AIM 1996 haben sich vor allem im Zusammenhang mit der Datenerhebung wesentliche Parameter verändert:

- Starker **Trend** von telefonischen/ persönlichen Studien zu **Online-/Hybridbefragungen**.
  - CATI Bus Schaltungen werden deutlich weniger nachgefragt (-> Negativer Impact auf Kostenstruktur CATI-Bus-lastiger Projekte wie AIM oder ÖWA).
- Veränderung der **sozialrechtlichen Bestimmungen** für CATI-Interviewer.
  - Seit 2017 müssen Interviewer angestellt werden (sind also keine freien Dienstnehmer mehr).
- Aus verschiedenen Gründen (zB Unternehmensfusionen, Online-Verfügbarkeit von Informationen,..) ist die **Zahl der AIM Bezieher seit 1996 gesunken**.
- Fazit: Der AIM hat als einzige repräsentative Multiclient Studie zum Thema Internet in Österreich nach wie vor seine Berechtigung, ist aber in der aktuellen Form ökonomisch nicht mehr zu halten.



# AIM™ 2020 – UNSER KONZEPT (1) - METHODIK

*Fokus auf Kernthemen – mehr Interviews – neue Wege in der Datenerfassung:*

- 2020 soll die Stichprobengröße wieder erhöht werden. Ziel sind 1000 Interviews/Quartal, repräsentativ für die Bevölkerung ab 14 Jahre. Mehr Interviews sind – bei gleichzeitiger Kosteneffizienz - nur durch den Einsatz eines **Hybridansatzes** (Mischung aus CAWI und CATI) möglich.
- Dabei wird die Repräsentativität der Stichprobe durch folgende Maßnahmen garantiert:
  - 1 Kontrolle des Verhältnisses zwischen häufigen (täglichen) und seltenen Internetnutzern sowie Offlinern. Dieses beträgt aktuell 75%:12%:13%.
    - Die täglichen Nutzer („internetaffine“) werden über die CAWI Stichprobe erfasst, die beiden anderen Gruppen („internetdistant“) über die CATI Stichprobe
    - Das Verhältnis der 3 Gruppen wird jährlich auf Basis einer repräsentativen CATI Stichprobe nachgeeicht.
  - 2 Unter Verwendung der AIM Internetsegmentierung wird die CAWI Stichprobe einer weiteren Gewichtung unterzogen, die die in den meisten Onlinpools existierende Über- bzw. Unterrepräsentierung bestimmter Nutzergruppen korrigiert.
- Die Anwendbarkeit des Hybridansatzes und die Vergleichbarkeit mit den bisherigen CATI Samples wurden in einem Methodentest überprüft (siehe die 3 nächsten Charts)

# AIM™ 2020 – METHODENTEST HYBRID (1)

## OHNE GEWICHTUNG NACH INTERNETSEGMENTEN

In den wichtigsten Parametern liegen die Ergebnisse der Hybridstichprobe auf dem Niveau einer reinen CATI Stichprobe  
Es gibt aber einige systematische Abweichungen

	Desktop	Laptop	Tablet	Smart-phone	Smart TV	Emails privat	Foren	Posten Fotos	Spielen	Filme/Clips	Nachrichten	Ämter	Banking	Fahrplan
CATI Q1+2 (n=1000)	40	59	38	78	29	77	9	33	25	58	67	35	59	50
CAWI Q3 (n=500)	40	64	35	79	27	76	8	32	32	55	63	26	61	49
„Distanze“ CATO Q1+2(n=250)														

gewichtet 75/25

	Youtube	Face-book	twitter	Pinterest	Insta gram	Whats App	Spotify	Netflix		TV live-stream	TV on demand	Radio live str.	Radio on demand
CATI Q1+2 (n=1000)	63	46	8	13	26	74	14	23		22	20	17	6
CAWI Q3 (n=500)	65	49	8	14	30	73	13	23		21	26	19	6
„Distanze“ CATO Q1+2 (n=250)													

gewichtet 75/25

# AIM INTERNET NUTZERTYPEN

■ Experten/Allrounder

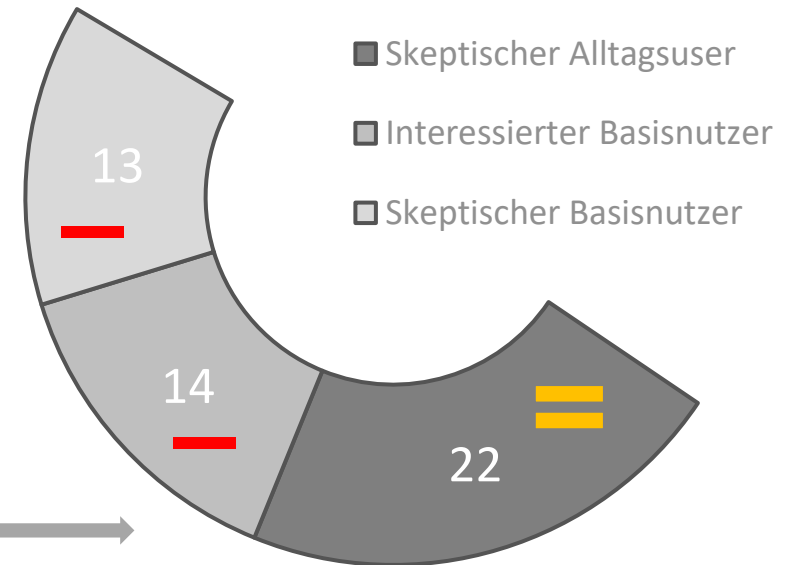
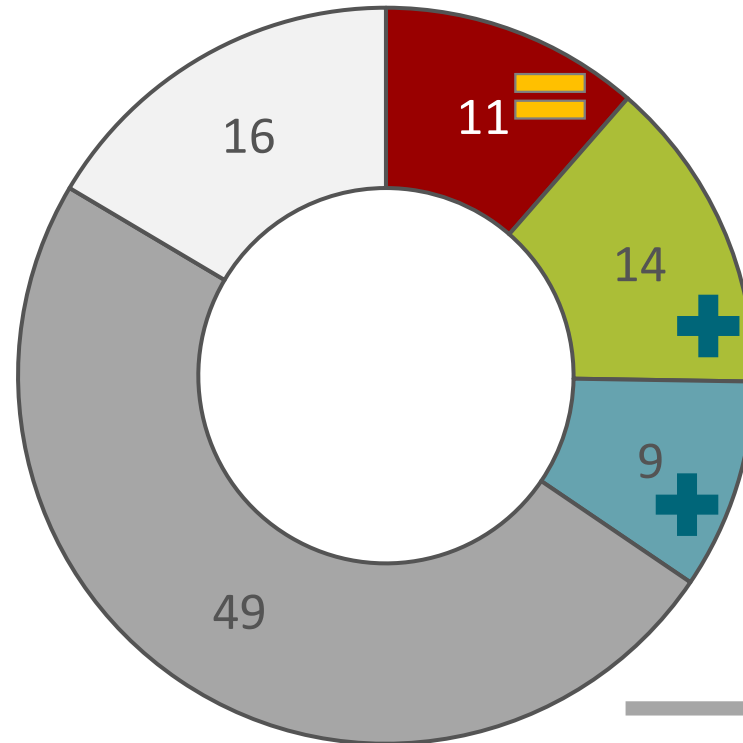
■ Fortgeschrittener Alltagsuser

■ Fun und unterhaltungsorientierte User

■ Distanter User

□ Offliner

+ In reinem CAWI Sample über-/unterrepräsentiert  
— (Basis: Vergleich Strukturen „täglicher Webuser“ in CATI bzw. CAWI Stichproben)



3 Subgruppen der „Distanten User“

# AIM™ 2020 – METHODENTEST HYBRID (2)

## (MIT GEWICHTUNGSKORREKTUR)

Durch die zusätzliche Gewichtung passen die Daten der Hybridstichprobe deutlich besser zu den CATI Daten

CATI Q1+2 (n=1000)
CAWI Q3 (n=500)
„Distanze“ CATO Q1+2(n=250)

gewichtet 75/25

Desktop	Laptop	Tablet	Smart-phone	Smart TV	Emails privat	Foren	Posten Fotos	Spielen	Filme/ Clips	Nachrichten	Ämter	Banking	Fahrplan
40	59	38	78	29	77	9	33	25	58	67	35	59	50
40	64	35	79	27	76	8	32	Mit Gewichtung 28 Ohne Gewichtung 32	55	63	Mit Gewichtung 30 Ohne Gewichtung 26	61	49

CATI Q1+2 (n=1000)
CAWI Q3 (n=500)
„Distanze“ CATO Q1+2 (n=250)

gewichtet 75/25

Youtube	Face-book	twitter	Pinterest	Insta gram	Whats App	Spotify	Netflix		TV live-stream	TV on demand	Radio live str.	Radio on demand
63	46	8	13	26	74	14	23		22	20	17	6
65	49	8	14	30	73	13	23		21	Mit Gewichtung 22 Ohne Gewichtung 26	19	6



# AIM™ 2020 – UNSER KONZEPT (2) - INHALT

*Fokus auf Kernthemen – mehr Interviews – neue Wege in der Datenerfassung:*

- **Split des Fragebogens** in einen **obligatorischen Basisteil** und **einzelne Zusatzmodule** sowie **Einsparungen durch Streichen** „verzichtbarer“ Fragen.
  - Jeder Kunde kann wählen, welche weiteren Infos zusätzlich zum Basisteil bezogen werden sollen. Möglichkeit von Branchenmodulen (zB Mobilfunker, Versicherungen,...)
  - Die Kosten für Basis- und Zusatzmodule werden auf die Zahl der Bezieher aufgeteilt (sollten unterjährig neue Bezieher dazukommen, gibt es bei der Abrechnung des letzten Quartals **eine Gutschrift**).
  - Für die Festlegung der Basisfragen sowie der Streichungen wird es zu Jahresbeginn einen gemeinsamen Termin aller aktiven Bezieher geben, bei dem auf Basis eines Vorschlags von INTEGRAL die Definition erfolgt.





# AIM™ 2020 – INHALTLICHE STRUKTURIERUNG

Basisblock jedes Quartal, Zusatzmodule 1x/Jahr



# AIM™ 2020 – KOSTEN

Profitieren Sie vom Multiclient-Preismodell des Austrian Internet Monitor, das nach Anzahl der Bezieher gestaffelt ist.  
 Kosten pro Teilnehmer bei \*\*\* Beziehern:

	9 Teilnehmer n=1000/Quartal	8 Teilnehmer n=1000/Quartal	7 Teilnehmer n=1000/Quartal	6 Teilnehmer n=1000/Quartal	5 Teilnehmer n=1000/Quartal	4 Teilnehmer n=1000/Quartal
<b>Basisteil</b> ~6 min	€ 4.300 4 Quartale	€ 4.700 4 Quartale	€ 5.400 4 Quartale	€ 6.200 4 Quartale	€ 7.300 4 Quartale	€ 8.900 4 Quartale
<b>Zusatzmodul</b> ~2 min	€185 1 Quartal	€200 1 Quartal	€220 1 Quartal	€250 1 Quartal	€300 1 Quartal	€375 1 Quartal

- Kosten inkludieren:
  - Berichtslegung 2x/Jahr als XLSX Tabellen und PPTX Charts
- Auf Anfrage gegen Aufpreis möglich:
  - Temporäre Zusatzfragen (exklusiv oder multi-client)
  - Quartalsweise Berichtslegung
  - Analyse nach Sinus-Milieus®

# IHRE ANSPRECHPARTNER



Mag. Martin Mayr  
Studienleitung

- [martin.mayr@integral.co.at](mailto:martin.mayr@integral.co.at)
- +43 1 7991994-45



Alexander Lorenz, MSc, BA  
Studienassistentz

- [alexander.lorenz@integral.co.at](mailto:alexander.lorenz@integral.co.at)
- +43 1 7991994-55