

AIM 2020

Studienkonzept



Nur wer
versteht,
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 („internetdistanzte“) 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

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	32	55	63	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	26	19	6

AIM INTERNET NUTZERTYPEN

■ Experten/Allrounder

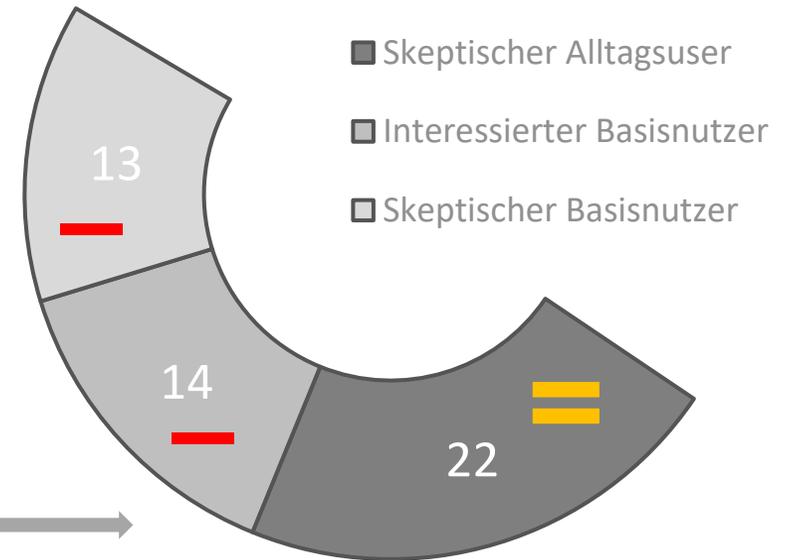
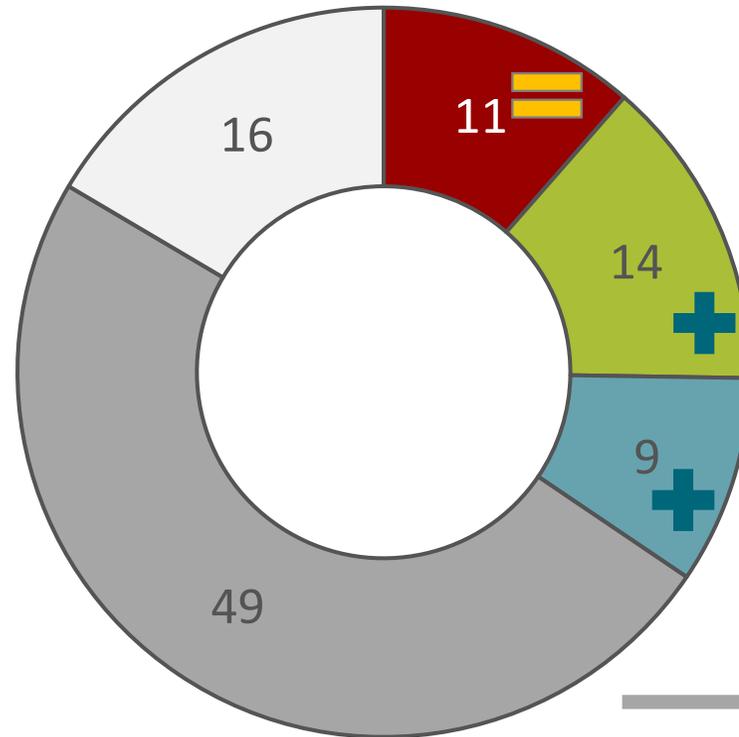
■ Fortgeschrittener Alltagsuser

■ 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)

„Distanter“ gewichtet 75/25
CATO Q1+2(n=250)

	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	28	55	63	30	61	49
„Distanter“ gewichtet 75/25 CATO Q1+2(n=250)									Mit Gewichtung 28 Ohne Gewichtung 32			Mit Gewichtung 30 Ohne Gewichtung 26		

CATI Q1+2
(n=1000)

CAWI Q3
(n=500)

„Distanter“ gewichtet 75/25
CATO Q1+2 (n=250)

	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	22	19	6
„Distanter“ gewichtet 75/25 CATO Q1+2 (n=250)											Mit Gewichtung 22 Ohne Gewichtung 26		

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
Basisteil ~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
Zusatzmodul ~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
- +43 1 7991994-45



Alexander Lorenz, MSc, BA
Studienassistentz

- alexander.lorenz@integral.co.at
- +43 1 7991994-55