11/22 Ergebnisse

13. Oktober 2022





Am **13. Oktober 2022** stellt die Media-Analyse wie gewohnt mit diesem rollierenden Jahres-Bericht - insbesondere der Werbewirtschaft, aber natürlich auch den Medienunternehmen und der interessierten Öffentlichkeit - aktuelle Daten zur Verfügung.

Basierend auf **15.062 Interviews**, die im Erhebungszeitraum Juli 2021 bis Juni 2022 durchgeführt wurden, umfasst dieser Bericht die Daten des 2. Halbjahres 2021 und des 1. Halbjahres 2022 als Gesamtdatenbestand.

Die MA wird partnerschaftlich von 89 Mitgliedern - **68 Printmedien, 19 Agenturen** und **2 Infoscreen** - finanziert; dies betrifft sowohl Durchführung wie auch Auswertung und Veröffentlichung. Mit der Erhebung waren die Institute GfK Austria und IFES beauftragt. Die Datenauswertung wurde von H.T.S. übernommen.

Hat sich die MA bereits in der Corona-Krise der Herausforderung für die Mitgliedsmedien sehr systematisch und in pragmatischer und zielorientierter Weise gestellt, so nutzt sie das Jahr 2022 für eine grundlegende, den Anforderungen der Zeit geschuldete Reform und führt diesen Prozess erfreulicherweise wie gewohnt in unaufgeregter Professionalität durch.



Die MA hat sich seit vielen Jahren als die beste und "härteste" Währung am Markt der werbetreibenden Wirtschaft bewiesen und wird dies auch in Zukunft sein, gerade weil Veränderungen im Markt und auch im Respondentenverhalten noch immer einiges an Herausforderung für uns bereithält und wir uns dieser stellen.

Hohe Kontinuität trotz nötiger Weiterentwicklung, Stabilität, Validität und Fairplay unter den Medien sind nach wie vor wesentliche Zielsetzungen.

Im Sinne eines verantwortungsbewussten Umgangs mit den ausgewiesenen Werten der Media-Analyse ersuchen wir alle Benutzer bei der Interpretation der Daten die statistischen Schwankungsbreiten zu berücksichtigen und alle Informationen, Hinweise und Erklärungen zu beachten.

Interessierte können beim Verein ARGE Media-Analysen die Ergebnisse der MA 21/22 im Taschenformat - "Mini MA" - zum Preis von € 60,- (zzgl. 20% USt.) beziehen. Die wichtigsten Eckdaten der Media-Analyse sind unter <u>www.media-analyse.at</u> abrufbar.

Der Verein ARGE Media-Analysen wünscht allen viel Erfolg bei der Arbeit mit der MA 21/22!

Keine Ausweisung

- Alles Auto (nicht mehr an der MA 2022 beteiligt)
- Card Complete Magazin (Titel wurde eingestellt)

Änderung in der Erhebung

Österreich und oe24

➢ Österreich und oe24 werden seit August 2021 wieder getrennt mit 2 Titelkarten erhoben.
Für die MA 21/22 bedeutet das eine getrennte Erhebung von 11 Monaten (August 2021 bis Juni 2022), womit der Monat Juli 2021 fehlt. Um eine separate Ausweisung von Österreich und oe24 zu ermöglichen, wurden SOLL-Verteilungen der Doppel- und Exklusivleser aus dem Datenbestand August 2021 − Juni 2022 ermittelt und Verteilungen auf WLK, Frequenzen sowie LpN angewandt. Die Juli-Werte für Österreich/oe24 wurden auf beide Einzeltitel übertragen, sodass Doppel- und Exklusivleser korrekt abgebildet sind.



Grundgesamtheit 7.609.869 Personen ab 14 Jahren in 4.019.743 Privathaushalten

Samplegröße 15.062 Interviews

Sampling Combined Extended Random Sample

Feldarbeit Juli 2021 bis Juni 2022

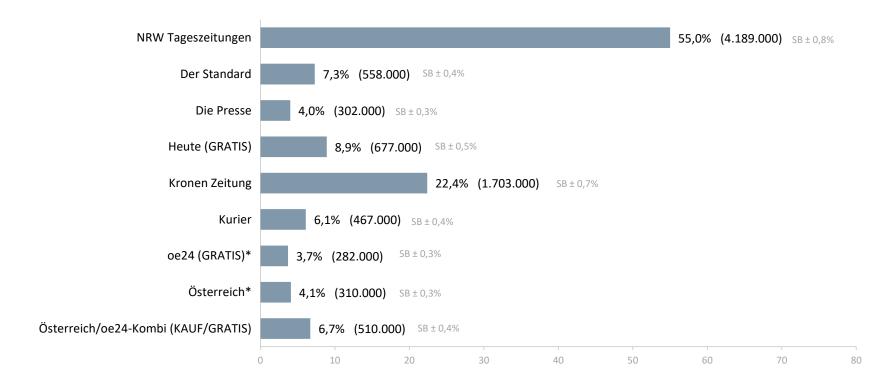
Interviews CAWI und Online CAPI/CASI

Erfasste Medien Tageszeitungen (14), nationale Wochenzeitungen (5), regionale Wochenzeitungen (10), Monatsmagazine (34), Supplements (3),

14-tägliche Magazine (1), Lesezirkel (1), Infoscreen (2), Internet

11 21/22 Tageszeitungen I

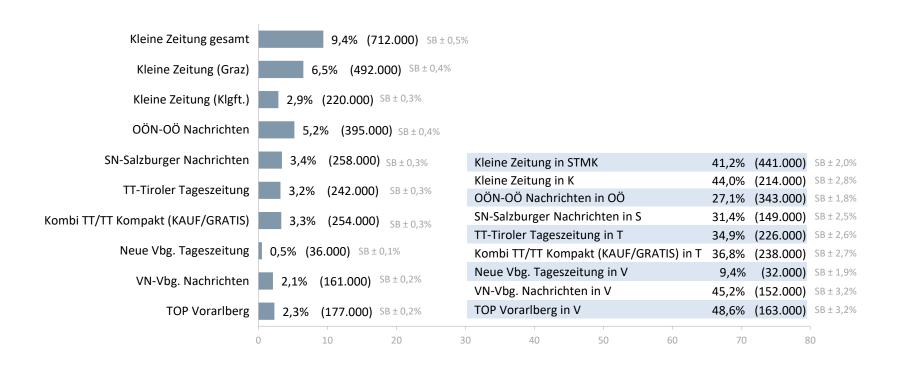
Die für die einzelnen Mediengruppen im Zeitraum Juli 2021 bis Juni 2022 erhobenen Total-Werte sind als Reichweite (in %) und als Projektion (in 1.000) ausgewiesen. Die ausgewiesenen Reichweiten beziehen sich ab dem 2. Halbjahr 2017 sowohl auf die auf Papier gedruckte Ausgaben wie auch



^{*}Österreich und oe24 werden seit August 2021 wieder getrennt mit 2 Titelkarten erhoben.

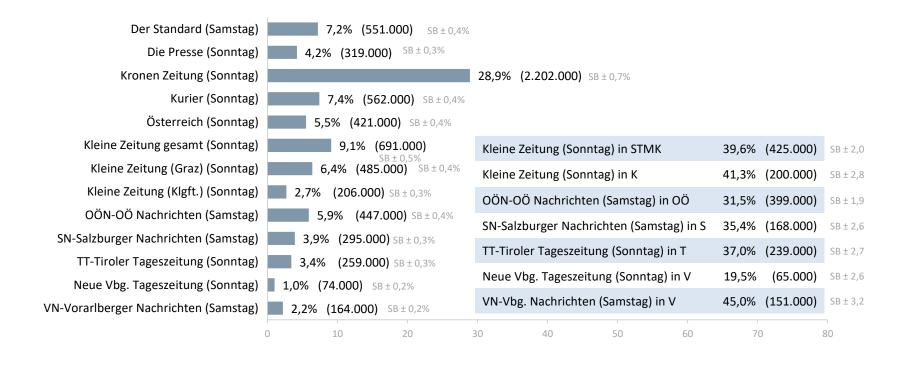
Für die MA 21/22 bedeutet das eine getrennte Erhebung von 11 Monaten (August 2021 bis Juni 2022), womit der Monat Juli 2021 fehlt. Um eine separate Ausweisung von Österreich und oe24 zu ermöglichen, wurden SOLL-Verteilungen der Doppel- und Exklusivleser aus dem Datenbestand August 2021 – Juni 2022 ermittelt und Verteilungen auf WLK, Frequenzen sowie LpN angewandt. Die Juli-Werte für Österreich/oe24 wurden auf beide Einzeltitel übertragen, sodass Doppel- und Exklusivleser korrekt abgebildet sind.

11 Tageszeitungen II



Kombi TT/TT Kompakt (KAUF/GRATIS): Tiroler Tageszeitung, TT Kompakt (GRATIS), T **TOP Vorarlberg**: Vorarlberger Nachrichten, Neue Vorarlberger Tageszeitung

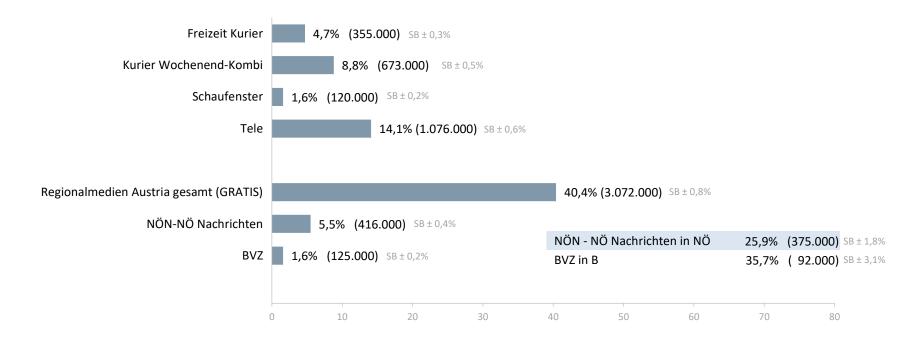






Supplements & Regionale Wochenzeitungen

Bei den Leserzahlen der SUPPLEMENTS handelt es sich nicht um den LpA der Trägerzeitungen, sondern um getrennt erhobene Reichweiten der Supplements.

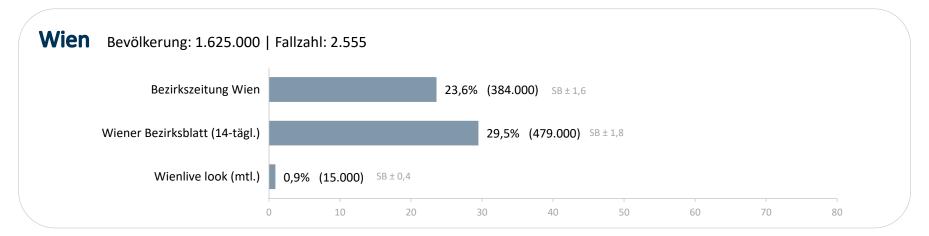


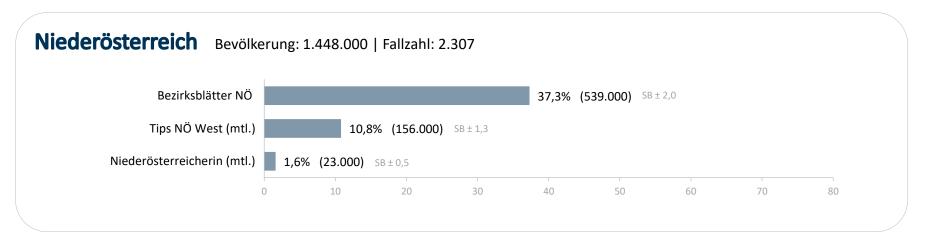
Kurier Wochenend-Kombi: Kurier Sonntag, Freizeit Kurier

Regionalmedien Austria gesamt (GRATIS): Bezirkszeitung Wien (GRATIS), W, Bezirksblätter Niederösterreich (GRATIS), NÖ, Bezirksblätter Burgenland (GRATIS), B, Woche Kärnten (GRATIS), K, Woche Steiermark (GRATIS), ST, Bezirksrundschau (GRATIS), OÖ, Bezirksblätter Salzburg (GRATIS), S, Bezirksblätter Tirol (GRATIS), T, Regionalzeitungen Vorarlberg (GRATIS), V



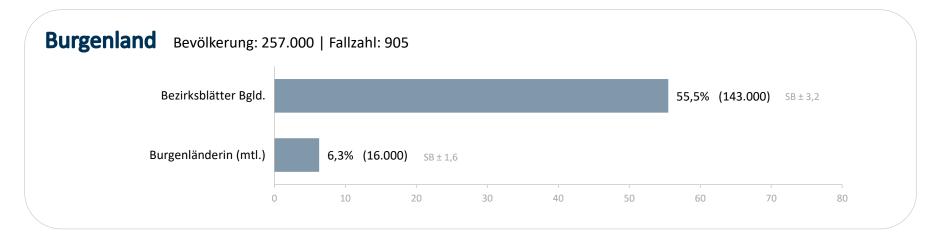
21/22 Regionale Medien GRATIS (Wien | Niederösterreich)

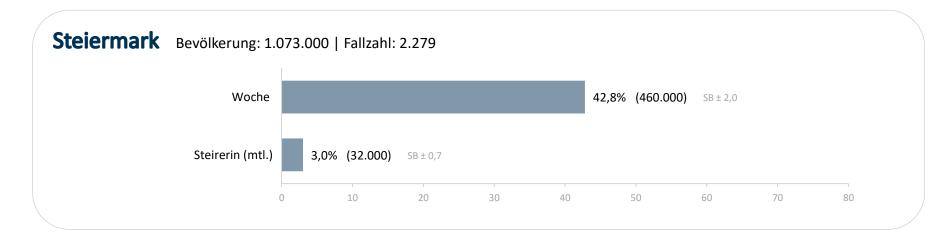






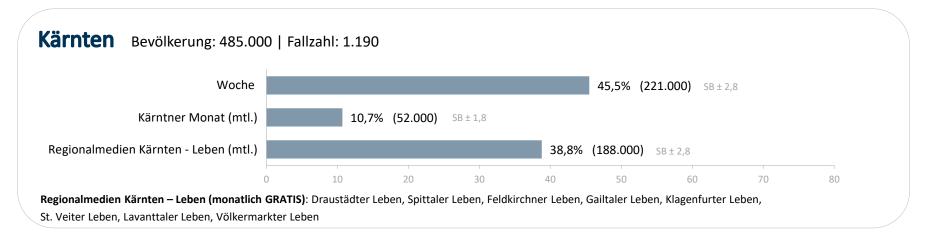
21/22 Regionale Medien GRATIS (Burgenland | Steiermark)

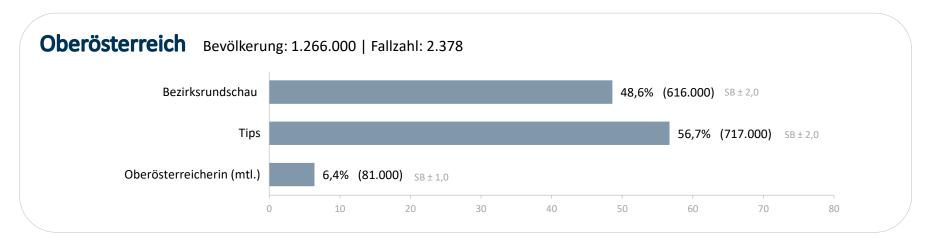


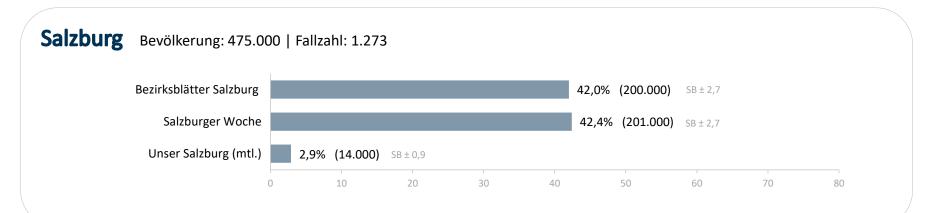


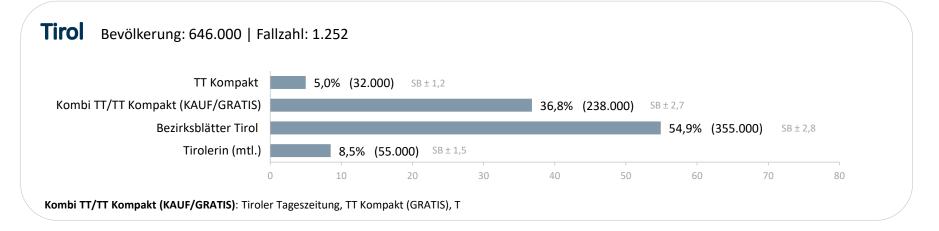


21/22 Regionale Medien GRATIS (Kärnten | Oberösterreich)



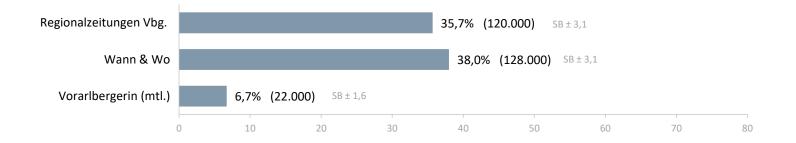




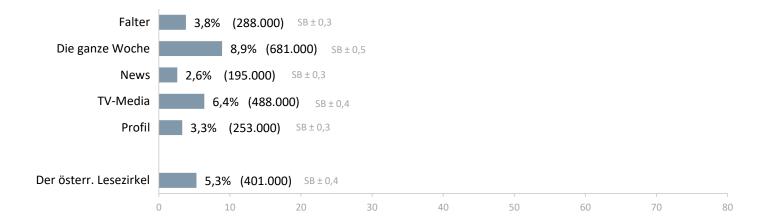


Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich auf Bundeslandebene gestattet.



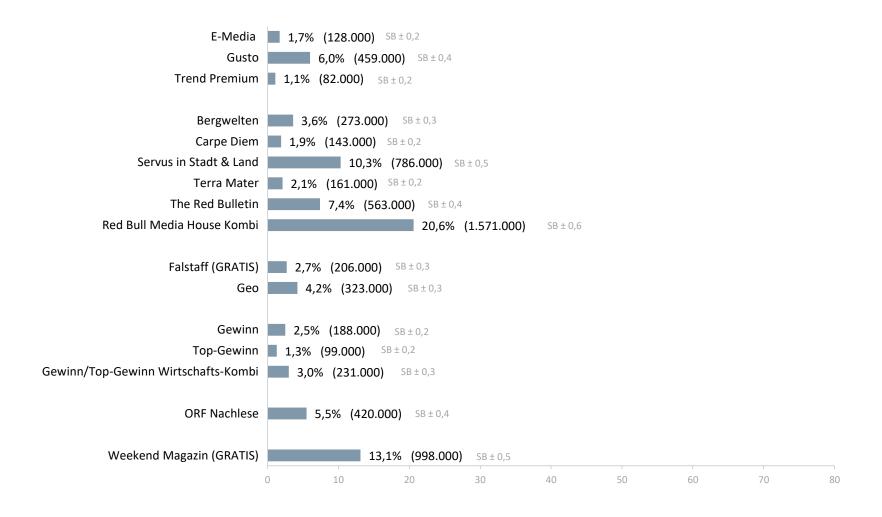


Regionalzeitungen Vorarlberg (GRATIS): Feldkircher Anzeiger/Bludenzer Anzeiger/Dornbirner Anzeiger, Bregenzer Blättle, Walgaublatt

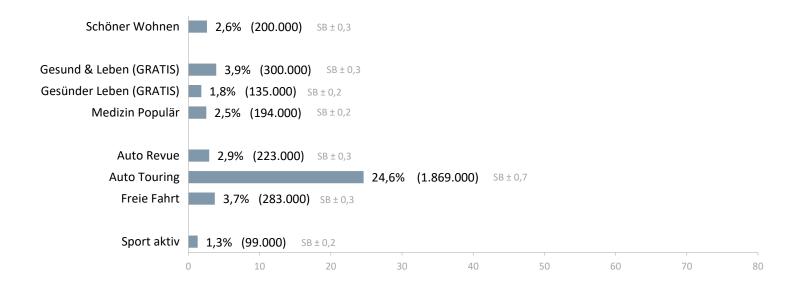


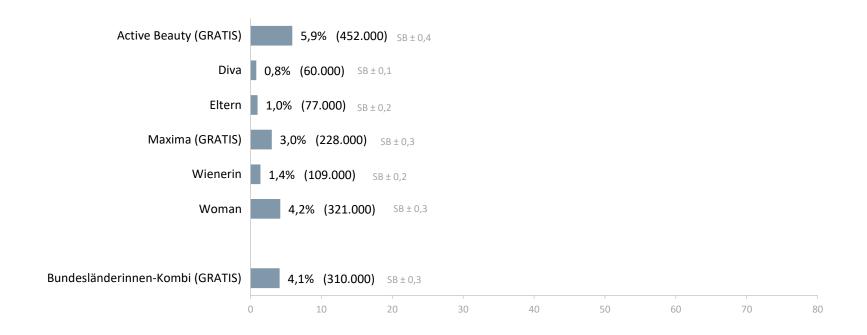
Der Österreichische LESEZIRKEL wird, da von Woche zu Woche belegbar, als wöchentliches Medium erhoben und ausgewiesen.

11 21/22 Illustrierte/Magazine monatlich



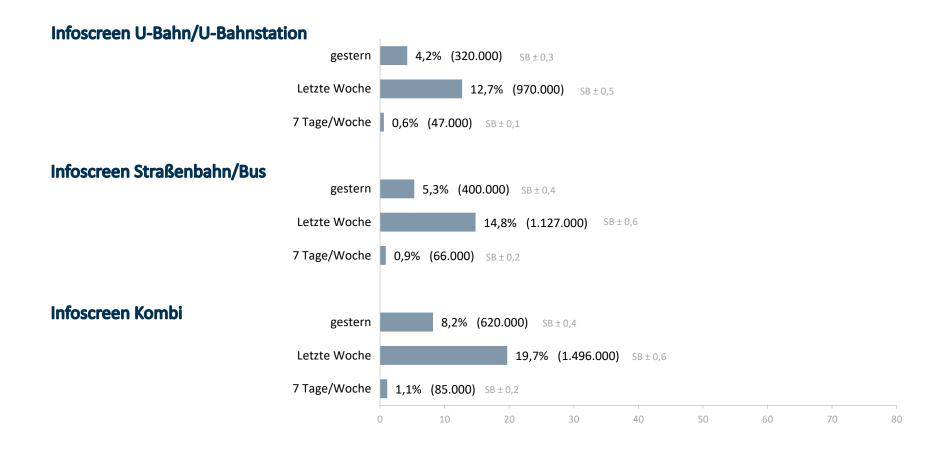
Red Bull Media House Kombi: Bergwelten, Carpe Diem, Servus in Stadt & Land, Terra Mater, The Red Bulletin (Supplement) Gewinn/Top-Gewinn Wirtschafts-Kombi: Gewinn, Top-Gewinn





Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS): Wienlive look (GRATIS), W, Niederösterreicherin (GRATIS), NÖ, Burgenländerin (GRATIS), BGL, Steirerin (GRATIS), STMK, Kärntner Monat (GRATIS), K, Oberösterreicherin (GRATIS), OÖ, Unser Salzburg (GRATIS), S, Tirolerin (GRATIS), T, Vorarlbergerin (GRATIS), V

11 21/22 Infoscreen

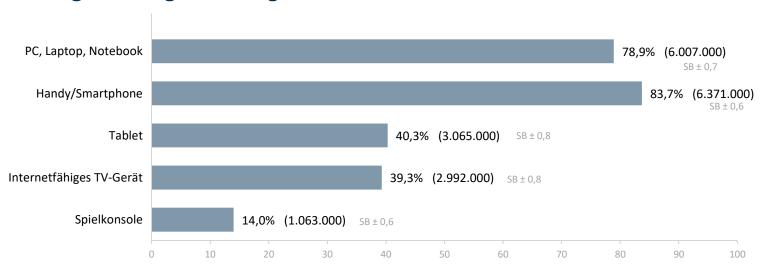




Letzte Nutzung



Internetnutzung über folgende Endgeräte (in den letzten 4 Wochen)



111 21/22 Schwankungsbreite

Die ausgewiesenen Reichweiten repräsentieren jeweils den Wert mit der größten Wahrscheinlichkeit.

Der tatsächliche Wert liegt mit 95% Wahrscheinlichkeit innerhalb der statistischen Schwankungsbreite. Die Schwankungsbreite eines ausgewiesenen Wertes lässt sich mit folgender Formel berechnen, wobei die ermittelte Schwankungsbreite dem ausgewiesenen Wert einmal abzuziehen und einmal hinzuzurechnen ist.

Schwankungsbreite = 1,96*
$$\sqrt[2]{\frac{p*(100-p)}{n}}$$

p..... ausgewiesene Reichweite (in %)

n..... ungewichtete Fallzahl, auf die sich die ausgewiesene Reichweite bezieht

Auszug Werberichtlinien

"Bei Verwendung von MA-Daten muss darauf <u>hingewiesen</u> werden, dass die angegebenen Werte statistischen Schwankungsbreiten unterliegen (z.B.: mit einem Verweis auf die Homepage des Vereins ARGE Media-Analysen http://media-analyse.at/Signifikanz)."

"Bei <u>Vergleichen</u> von MA-Werten unterschiedlicher Titel sind die statistischen Schwankungsbreiten <u>anzuführen</u>. Die Berechnung der Schwankungsbreiten darf nur auf Basis der ungewichteten Fallzahlen erfolgen."



Für Fragen und Zusatzinformationen steht Ihnen die Geschäftsstelle des Vereins ARGE Media-Analysen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

