

MA 20/21

Ergebnisse

14. Oktober 2021



Am **14. Oktober 2021** 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 **14.589 Interviews**, die im Erhebungszeitraum Juli 2020 bis Juni 2021 durchgeführt wurden, umfasst dieser Bericht die Daten des 2. Halbjahres 2020 und des 1. Halbjahres 2021 als Gesamtdatenbestand.

Die MA wird **partnerschaftlich** von 89 Mitgliedern - **67 Printmedien, 20 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.

Die **Corona-Krise** stellte und stellt eine große Herausforderung für die MA dar, der sie sich jedoch sehr systematisch und in gewohnt pragmatischer und zielorientierter Weise stellte, wodurch für die MA 20/21 funktionale Lösungswege gefunden wurden. Insbesondere die gute und intensive Zusammenarbeit zwischen Instituten und Gremien ermöglichte es, trotz **Corona-Krise** letztendlich Daten zur Verfügung zu stellen, die die **benötigte und angestrebte Planungssicherheit** gewährleisten.

Coronabedingte Maßnahmen

Die Corona-Krise ist eine große Herausforderung für die MA, der sie sich jedoch sehr systematisch und in gewohnt pragmatischer und zielorientierter Weise stellt.

Im Herbst/Winter 2020/2021 und teilweise noch im Frühjahr 2021 wurden von der österreichischen Bundesregierung Lockdowns verordnet, wodurch es in diesem Zeitraum nur mehr sehr eingeschränkt möglich war, persönliche Interviews (CAPI) durchzuführen.

Alle drei von der MA beauftragten Institute (IFES, GfK, H.T.S.) haben bereits im Frühjahr 2020 sehr rasch reagiert, um das Ziel, die Repräsentativität zu gewährleisten und somit die Planungsfähigkeit der MA aufrecht zu erhalten, zu erreichen. Auch in Folge haben die Institute gemeinsam mit dem Verein ARGE Media-Analysen Konzepte und Lösungen erarbeitet, um bestmöglich mit dieser Situation umzugehen.

Erhebung

Nicht-internet- bzw. computeraffine ältere Personen (vorwiegend CAPI) in der Stichprobe zu haben, ist essentiell, um die Repräsentativität zu garantieren. Diese reichweitenrelevante Gruppe kann durch vermehrte CAWI nicht ersetzt werden. Um den Ausfall von CAPI zu kompensieren, wurden vorübergehend Kartenbuch-CATI durchgeführt. Hierfür wird dem Respondenten vorab ein Kartenbuch (nach Schweizer Vorbild) zugeschickt, in dem die Titelkarten abgebildet sind. Das Interview erfolgt dann telefonisch.

Gewichtung

Seit der MA 2020 wird die Internetnutzung als neuer Gewichtungsfaktor eingesetzt. Die Internetnutzung zu gewichten bedeutet, ältere Internetnutzer, die im MA-Sample überrepräsentiert sind, bzw. Nicht-Internetnutzer, die unterrepräsentiert sind, an deren Verteilung in der Grundgesamtheit anzupassen. Die Soll-Vorgaben stammen von der STATISTIK AUSTRIA und werden aus der IKT (Informations- und Kommunikationstechnologie) entnommen. Die Erhebung zur IKT erfolgt im Rahmen eines Sub-Samples des Mikrozensus. Der Mikrozensus bildet seit jeher die Gewichtungsgrundlage für die MA.

Coronabedingte Maßnahmen

Nicht-Vergleichbarkeit

Umgang mit Daten

Nachdem eine Gewichtungsadaption durchgeführt wurde, sind die aktuell vorliegenden Daten nicht mit jenen aus vorhergehenden Jahren zu vergleichen.

Wir ersuchen alle, die mit den MA-Daten arbeiten, dies zu berücksichtigen!

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 sich veränderndes Respondentenverhalten und natürlich die Corona-Krise noch immer einiges an Herausforderung für uns bereithält. Diesen Herausforderungen haben sich die Gremien der Media-Analyse und die durchführenden Marktforschungsinstitute insbesondere auch im laufenden Jahr erfolgreich gestellt, damit die Media-Analyse weiterhin ein international anerkanntes, valides Spitzeninstrument der Medienmessung bleibt.

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 20/21 im Taschenformat - „Mini MA“ - zum Preis von € 50,- (zzgl. 20% USt.) beziehen. Die wichtigsten Eckdaten der Media-Analyse sind unter www.media-analyse.at abrufbar.

**Der Verein ARGE Media-Analysen wünscht allen viel Erfolg
bei der Arbeit mit der MA 20/21!**

Keine Ausweisung (nicht mehr an der MA 2021 beteiligt)

- Lust aufs Leben
- Wann & Wo Mittwoch
- Wann & Wo Kombi
- Welt der Frauen

Änderungen

Kärntner Regionalmedien

- ab Jänner 2021: Umbenennung → Regionalmedien Kärnten (RMK) – Leben
- ab Jänner 2021: Änderung des Erscheinungsintervalls → monatlich (statt 14-täglich)

Österreich/oe24

Erhebung

- 2. Halbjahr 2020: getrennt mit 2 Titelkarten
- 1. Halbjahr 2021: gemeinsam mit 1 Titelkarte

Änderungen

Weekend Magazin

- ab Jänner 2021: Änderung des Erscheinungsintervalls → monatlich (statt 14-täglich)

Woman

- ab Jänner 2021: Änderung des Erscheinungsintervalls → monatlich (statt 14-täglich)

Meine Woche Steiermark / Meine Woche Kärnten

- ab Jänner 2021: Umbenennung → Woche

Salzburger Woche

- ab Jänner 2021: Erhebung → regional (S)
- ab Jänner 2021: GRATIS

Wann & Wo Sonntag

- ab Jänner 2021: Umbenennung → Wann & Wo

Änderungen

Persönlicher Besitz / Anschaffungswunsch

E-Bike/Elektrofahrrad („bzw. Elektroroller“ wurde gestrichen)

Folgende Statistik-Fragen wurden aus der MA entfernt → keine Ausweisung in der MA 20/21

für Zielperson und Haupteinkommensbezieher: Stellung in nebenberuflicher Tätigkeit

Grundgesamtheit 7.575.500 Personen ab 14 Jahren in 3.988.441 Privathaushalten

Samplegröße 14.589 Interviews

Sampling Combined Extended Random Sample

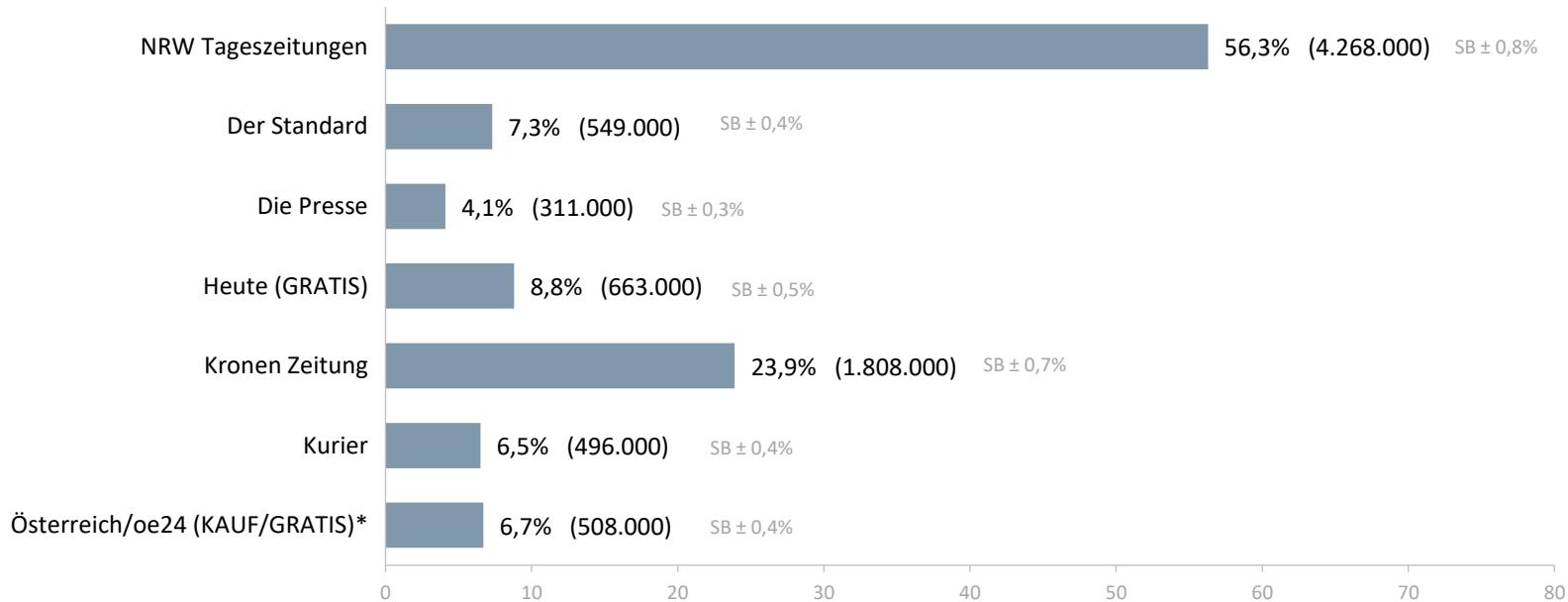
Feldarbeit Juli 2020 bis Juni 2021

Interviews CAWI und Online CAPI/CASI

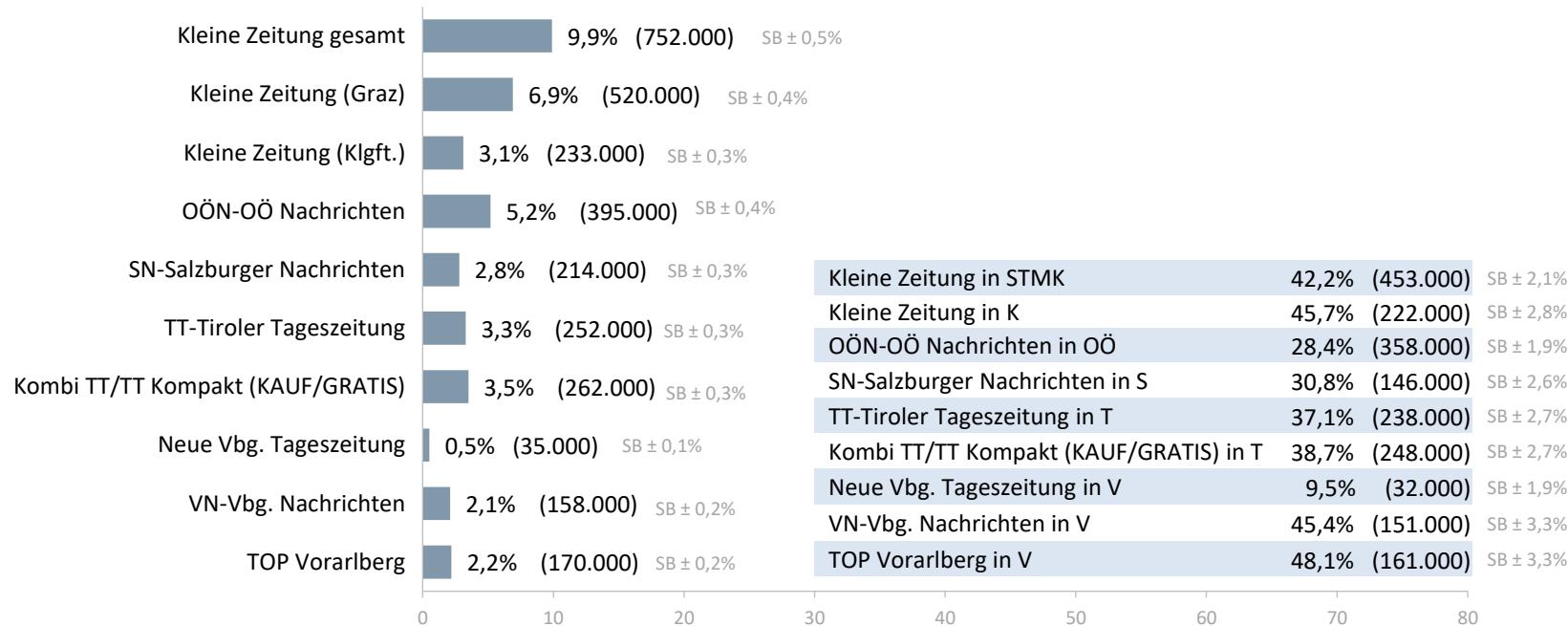
Erfasste Medien Tageszeitungen (13), nationale Wochenzeitungen (5), regionale Wochenzeitungen (10), Monatsmagazine (34), Supplements (3), 14-tägliche Magazine (1), Lesezirkel (1), Infoscreen (2), Internet

Die für die einzelnen Mediengruppen im Zeitraum Juli 2020 bis Juni 2021 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 auf das e-Paper.

Der Wert NRW Tageszeitungen umfasst die Nettoreichweite aller in der MA erhobenen Tageszeitungen (inkl. WIENER ZEITUNG und OÖ VOLKSBLETT, die nicht ausgewiesen werden).

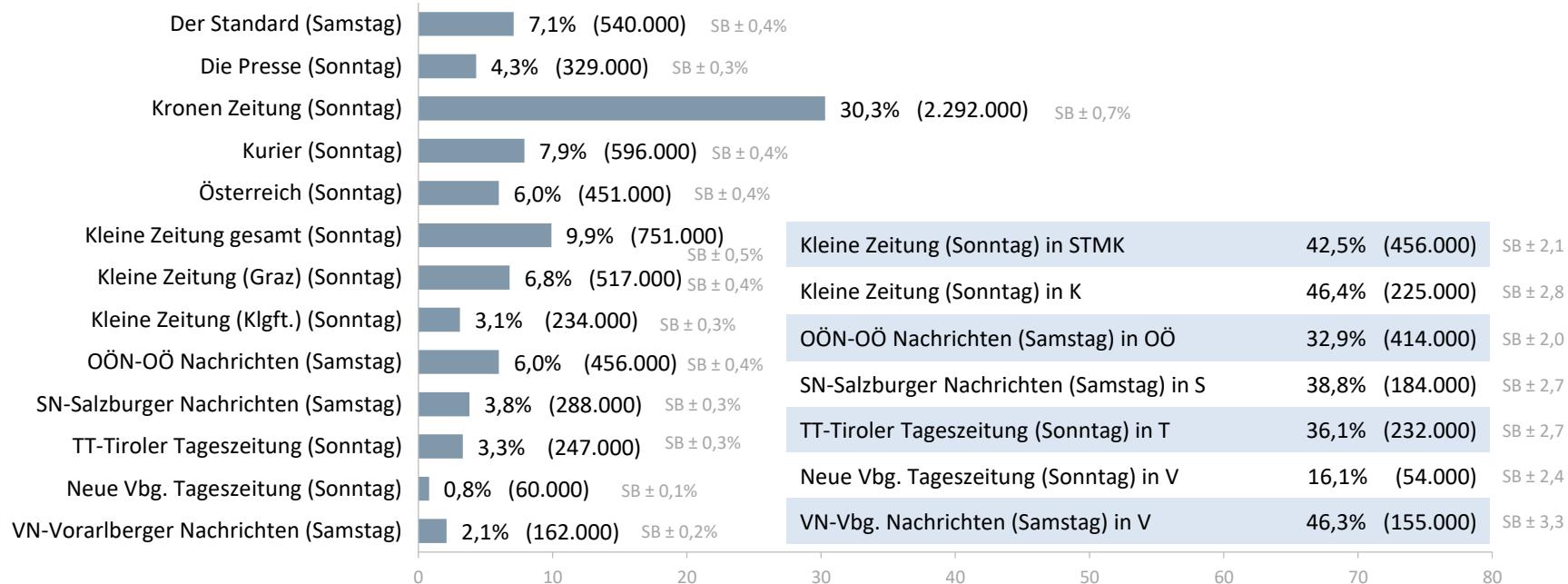


* Österreich/oe24 wurden im 2. Halbjahr 2020 getrennt mit 2 Titelkarten abgefragt und im 1. Halbjahr 2021 gemeinsam mit 1 Titelkarte erhoben.



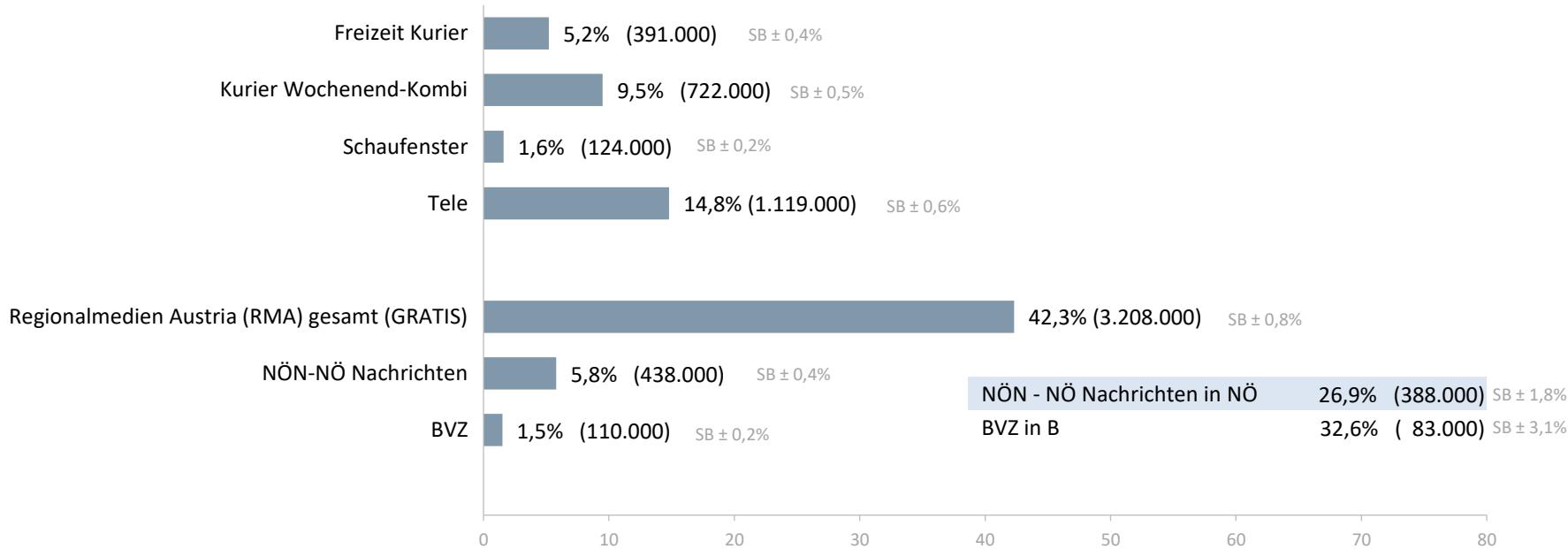
Kombi TT/TT Kompakt (KAUF/GRATIS): Tiroler Tageszeitung, TT Kompakt (GRATIS), T

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.

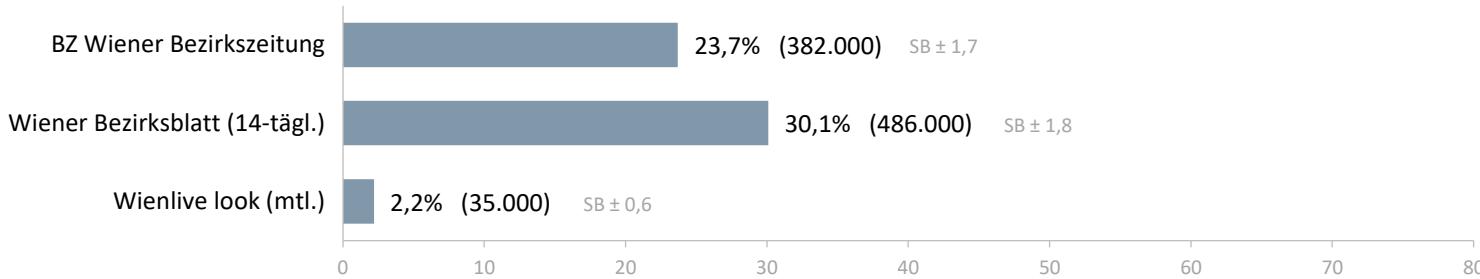


Kurier Wochenend-Kombi: Kurier Sonntag, Freizeit Kurier

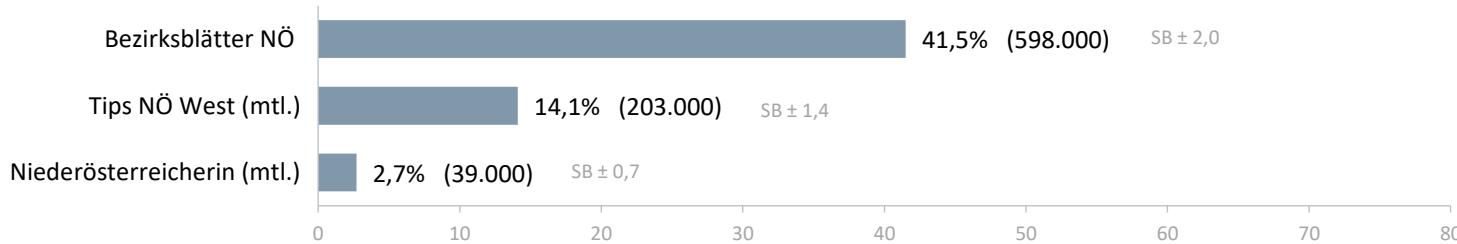
Regionalmedien Austria (RMA) gesamt (GRATIS): BZ – Wiener Bezirkszeitung (GRATIS), W, Bezirksblätter Niederösterreich (GRATIS), NÖ, Bezirksblätter Burgenland (GRATIS), B, Woche Kärnten (GRATIS), K, Woche Steiermark (GRATIS), ST, Bezirksrundschau (GRATIS), OÖ, Bezirksblätter Salzburg (GRATIS), S, Bezirksblätter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

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 erobener Medien sind ausschließlich auf Bundeslandebene gestattet.

Wien Bevölkerung: 1.616.000 | Fallzahl: 2.399

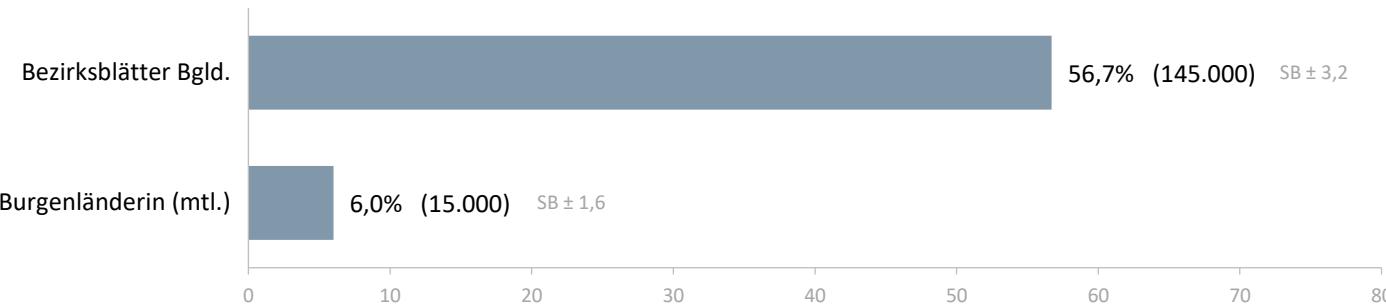


Niederösterreich Bevölkerung: 1.440.000 | Fallzahl: 2.313

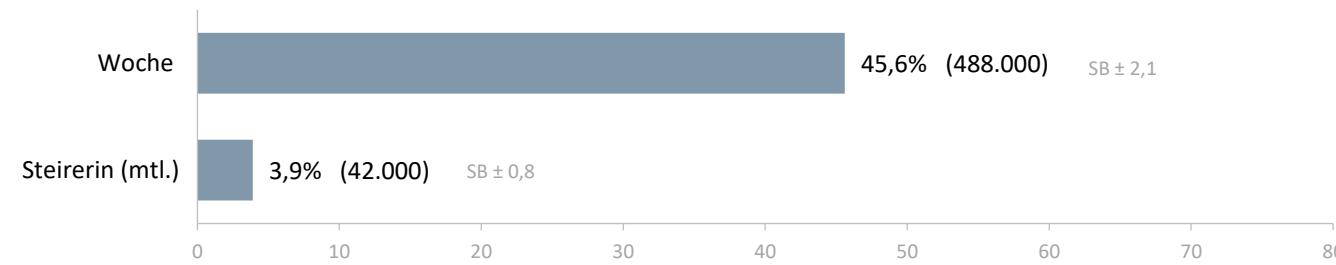


Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erobener Medien sind ausschließlich auf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

Burgenland Bevölkerung: 255.000 | Fallzahl: 899



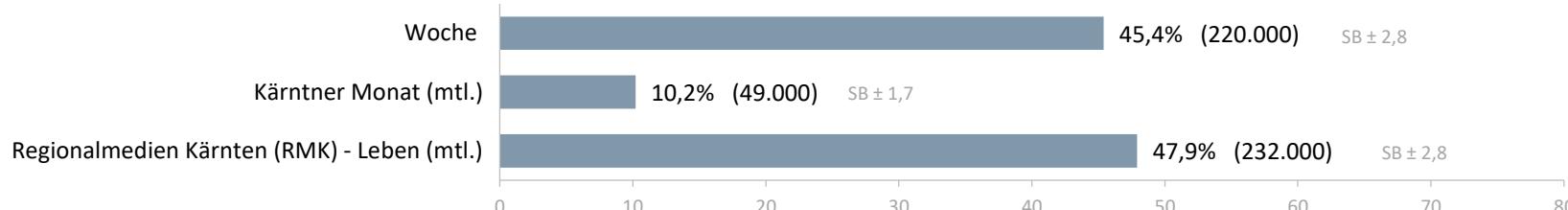
Steiermark Bevölkerung: 1.071.000 | Fallzahl: 2.196



Woche: inklusive Murtaler Zeitung, 2. Halbjahr 2020

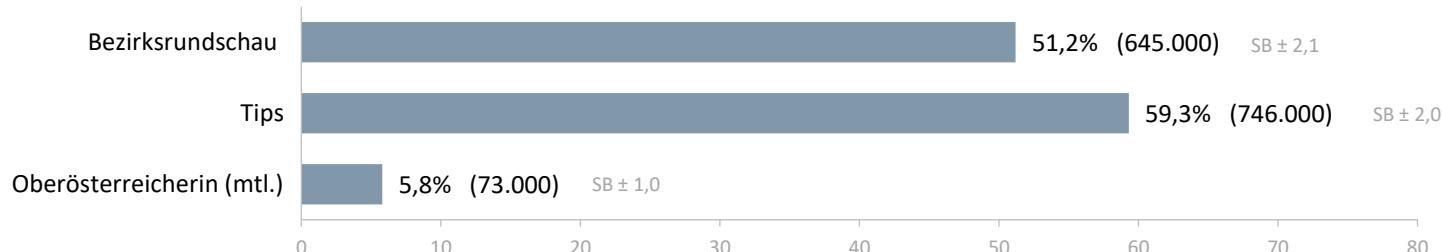
Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erobener Medien sind ausschließlich auf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

Kärnten Bevölkerung: 485.000 | Fallzahl: 1.234



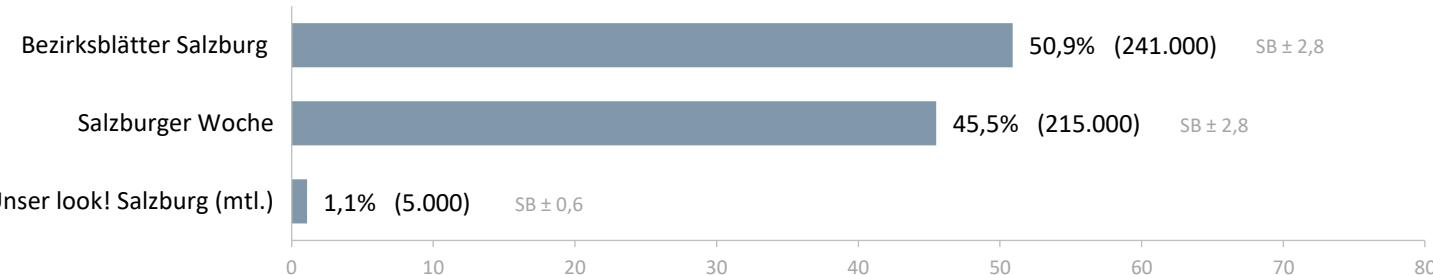
Regionalmedien Kärnten (RMK) – Leben (monatlich GRATIS): Draustädter Leben, Spittaler Leben, Feldkirchner Leben, Gailtaler Leben, Klagenfurter Leben, St. Veiter Leben, Lavanttaler Leben, Völkermarkter Leben

Oberösterreich Bevölkerung: 1.258.000 | Fallzahl: 2.213

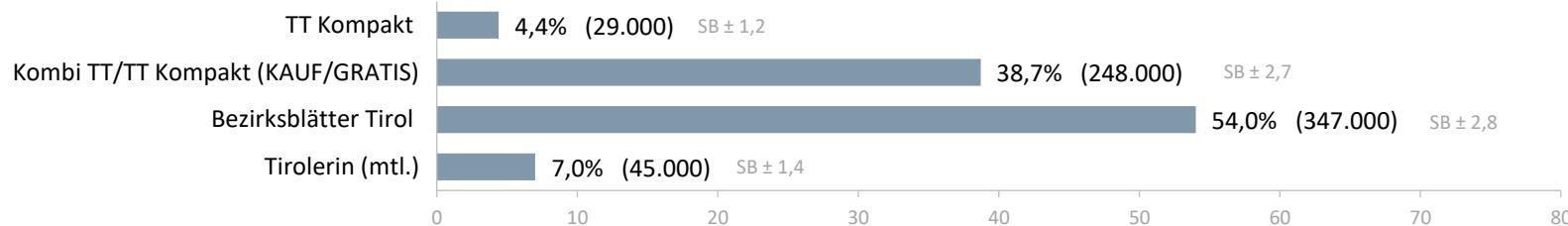


Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erobener Medien sind ausschließlich auf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

Salzburg Bevölkerung: 473.000 | Fallzahl: 1.223



Tirol Bevölkerung: 642.000 | Fallzahl: 1.232

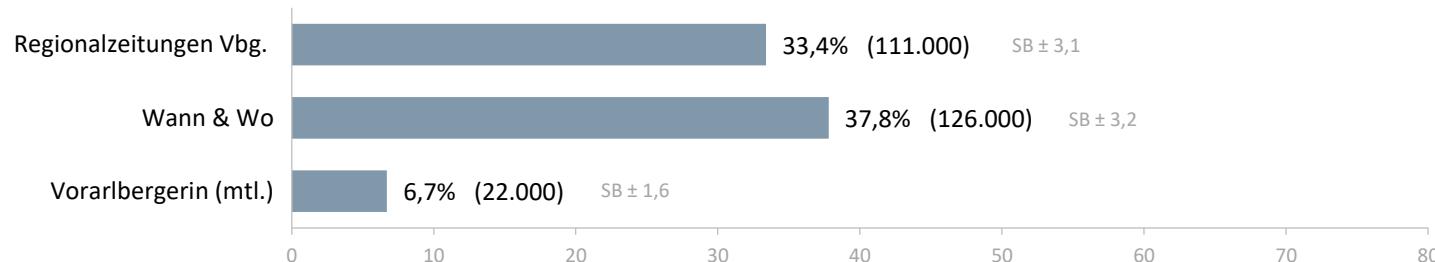


Kombi TT/TT Kompakt (KAUF/GRATIS): Tiroler Tageszeitung, TT Kompakt (GRATIS), T

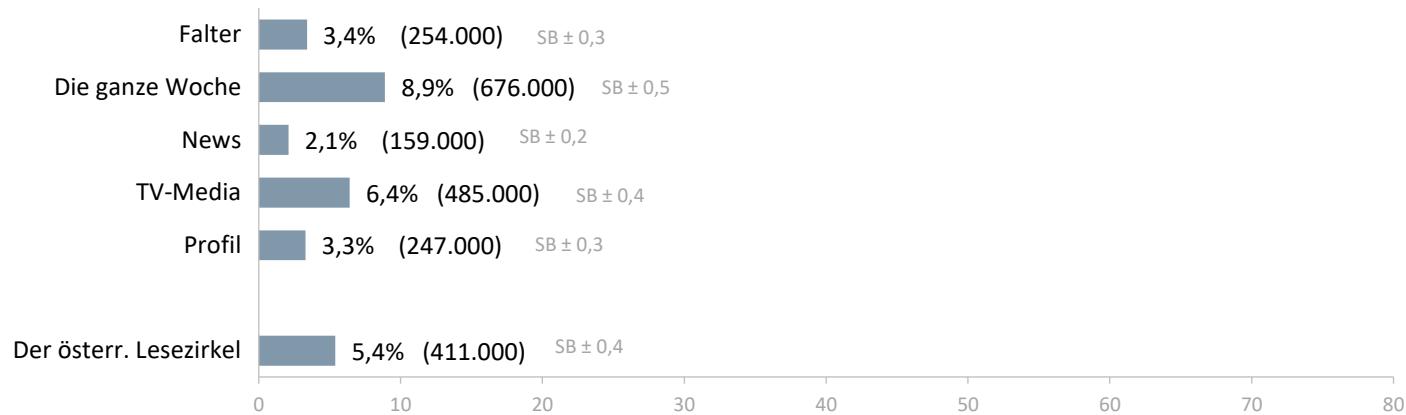
Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erobener Medien sind ausschließlich auf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

Vorarlberg

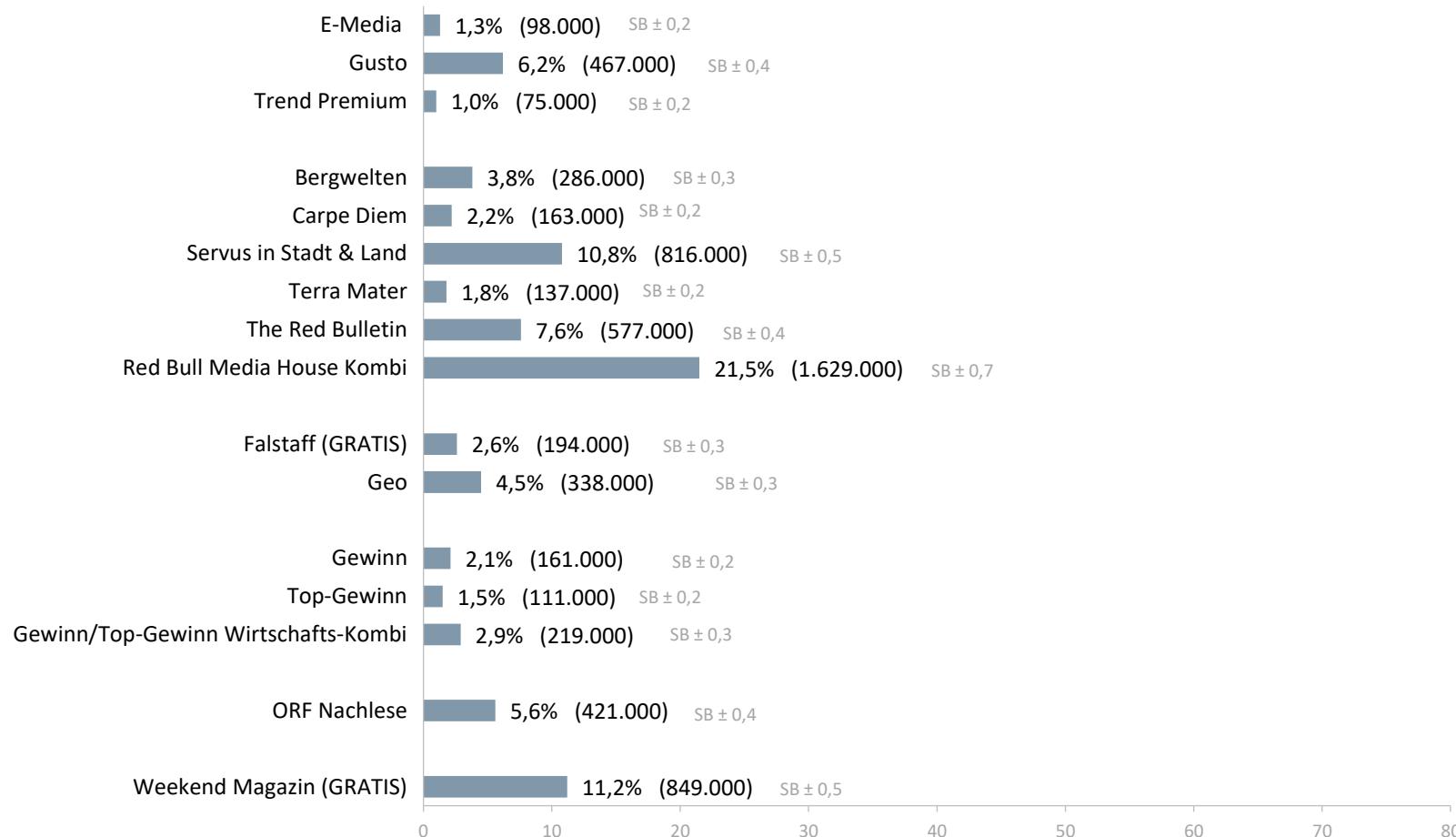
Bevölkerung: 334.000 | Fallzahl: 880



Regionalzeitungen Vorarlberg (GRATIS): Feldkircher Anzeiger/Bludenz Anzeiger/Dornbirner Anzeiger, Bregenzer Blätte, Walgaublatt

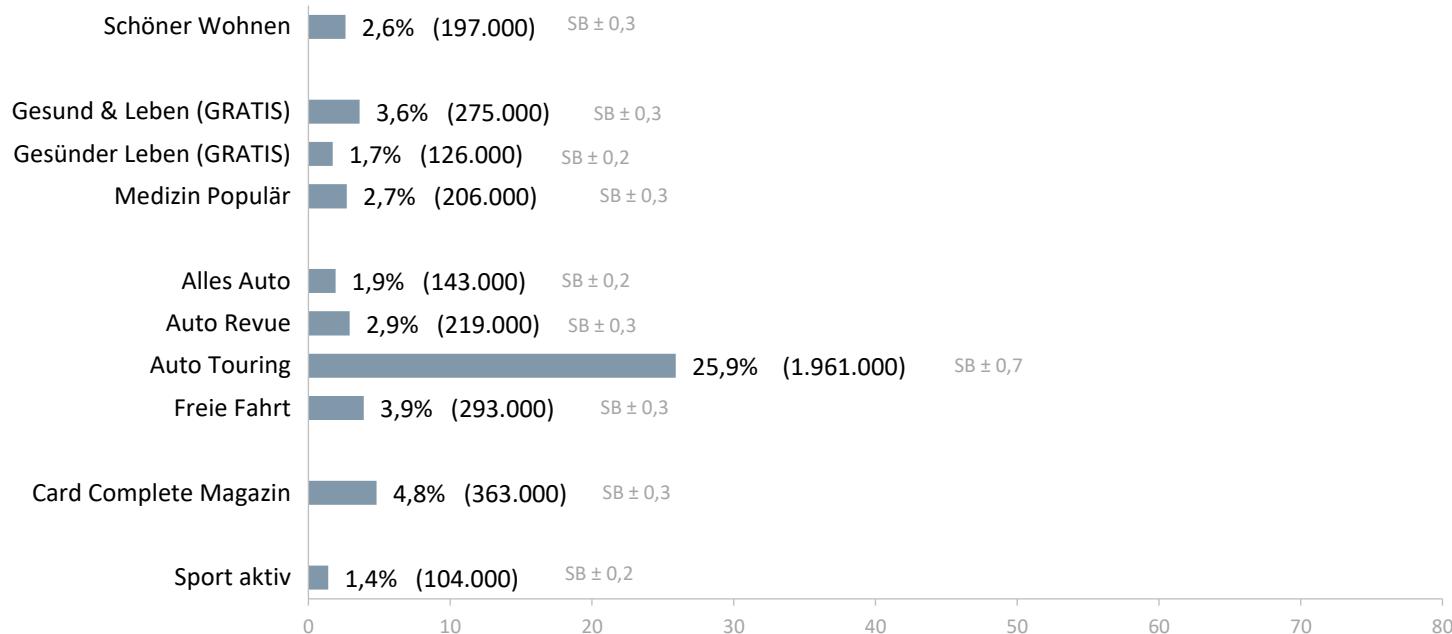


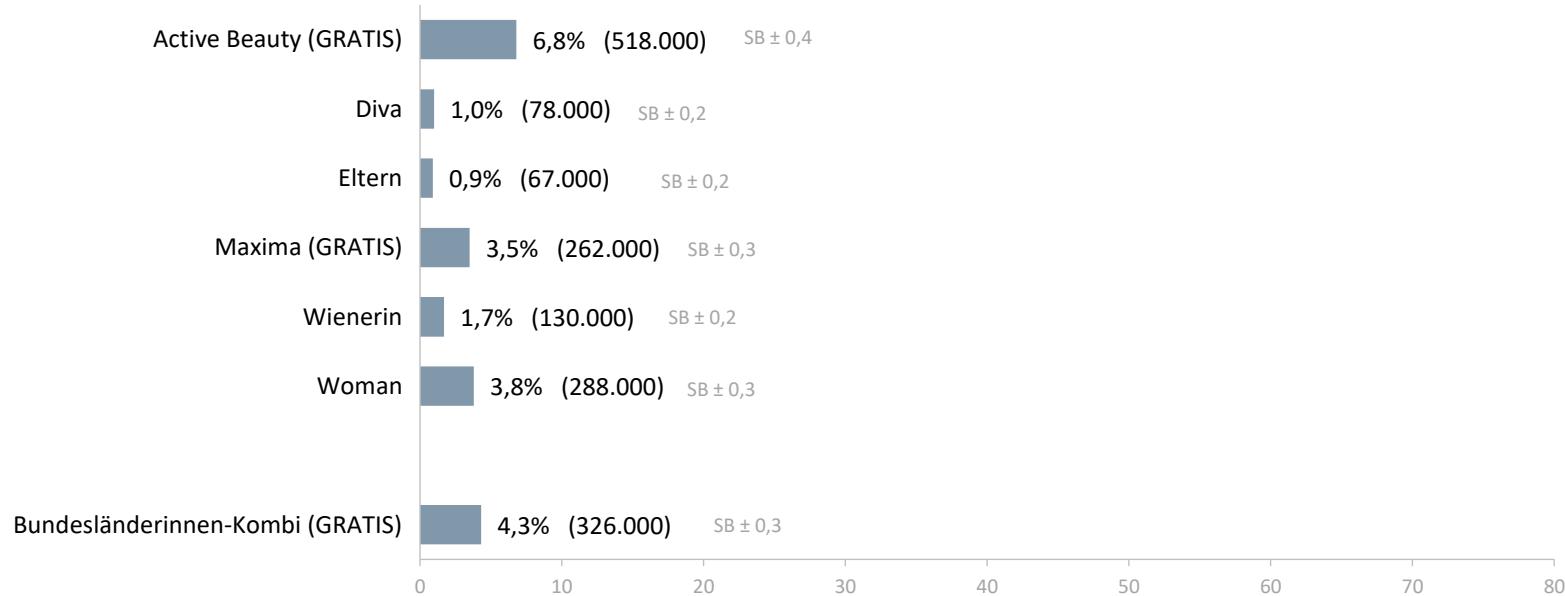
Der Österreichische **LESEZIRKEL** wird, da von Woche zu Woche belegbar, als wöchentliches Medium erhoben und ausgewiesen.



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

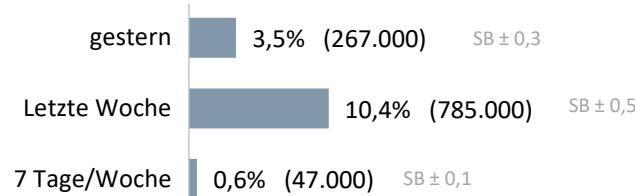
Gewinn/Top-Gewinn Wirtschafts-Kombi: Gewinn, Top-Gewinn



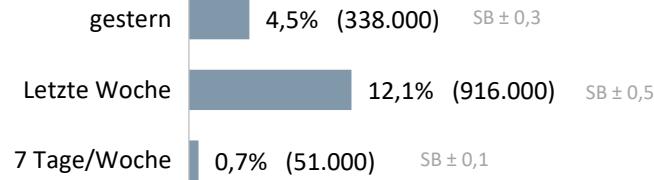


Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS): Wienlive look (GRATIS), W, Niederösterreicherin (GRATIS), NÖ, Burgenländerin (GRATIS), BGL, Steirerin (GRATIS), STMK, Kärntner Monat (GRATIS), K, Oberösterreicherin (GRATIS), OÖ, Unser look! Salzburg (GRATIS), S, Tirolerin (GRATIS), T, Vorarlbergerin (GRATIS), V

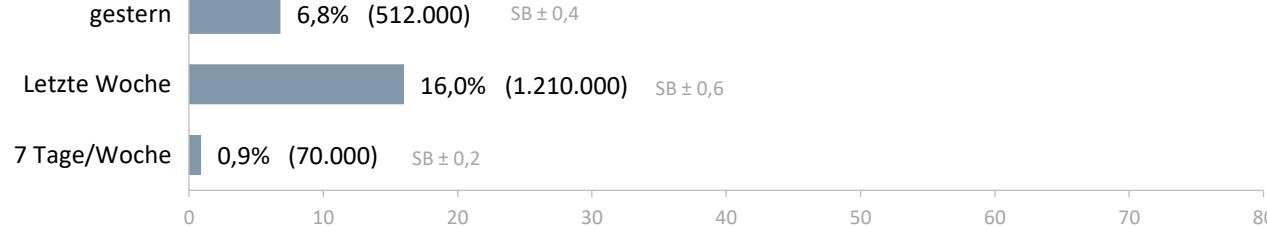
Infoscreen U-Bahn/U-Bahnstation



Infoscreen Straßenbahn/Bus



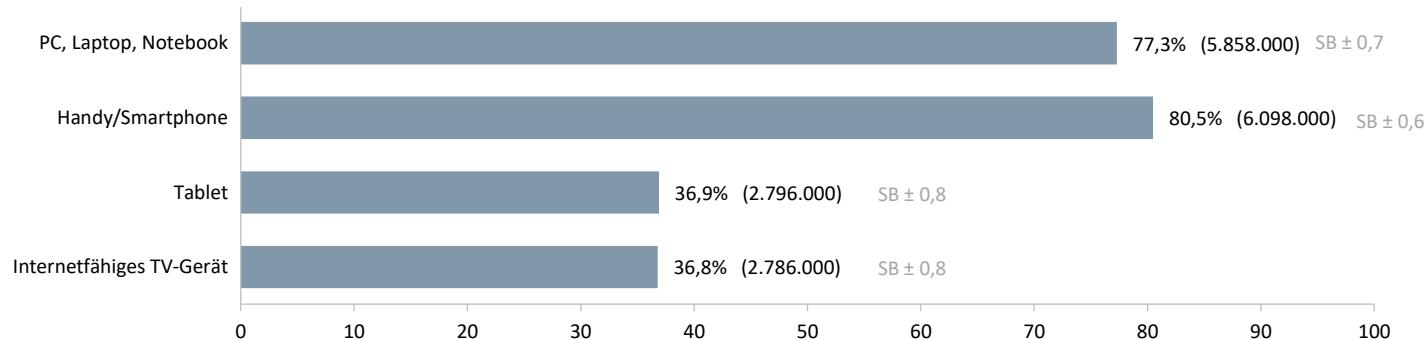
Infoscreen Kombi



Letzte Nutzung



Internetnutzung über folgende Endgeräte (in den letzten 4 Wochen)



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.

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

p ausgewiesene Reichweite (in %)

n ungewichtete Fallzahl, auf die sich die ausgewiesene Reichweite bezieht

Auszug Werberichtlinien

„Bei Verwendung von MA-Daten muss darauf hingewiesen 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 Vergleichen von MA-Werten unterschiedlicher Titel sind die statistischen Schwankungsbreiten anzuführen. 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.**

