

Media-Analyse

TEILNAHMEBEDINGUNGEN UND AUFNAHMEVERFAHREN

A) Teilnahmebedingungen

Die Mitglieder müssen die geforderten Teilnahmebedingungen für das Medium, für das die Mitgliedschaft erworben wurde und das in der MA erhoben und ausgewiesen wird, dauerhaft nachweisen.

1. Printmedien

a) Erhebliches redaktionelles Angebot (mindestens ein Drittel des Blattumfanges).

b) Periodizität der Erscheinungsweise

- Tageszeitungen mindestens 5x pro Woche,
- Wochenzeitungen mindestens 40x pro Jahr,
- 14-tägige Medien mindestens 20x pro Jahr,
- Monatszeitschriften mindestens 10x pro Jahr,
- seltener erscheinende Titel mindestens 4x pro Jahr,

wobei der Titel mindestens einmal pro Quartal erscheinen muss, damit er den Erhebungsmodalitäten der MA entspricht.

c) Mindestfallzahl

Für eine Totalausweisung sind mindestens 300 WLK-Fälle, bei regionalen Medien mindestens 250 WLK-Fälle (vor Auflösung der Disproportionalität) im Erhebungszeitraum erforderlich.

Unterschreitet ein bestehendes Mitglied die erforderliche Fallgrenze auf die Dauer von 3 Jahren, erfolgt ab dem 4. Jahr die Ausweisung in reduzierter Form. In diesem Fall werden nur die Breaks Alter, Geschlecht und die Bundesland-Reichweite in einer gesonderten Tabelle ausgewiesen.

Für diese reduzierte Ausweisung sind nur der Mitgliedsbeitrag und die erste Teilrate (50%) des jeweiligen Analysebeitrages als Kostenersatz zu bezahlen.

d) Auflagengröße

Die verbreitete Auflage muss im 12-Monats-Durchschnitt für nationale Titel 18.000 Exemplare oder mehr, für nationale monatliche Magazine 13.500 oder mehr und für regionale Titel 13.500 Exemplare oder mehr betragen.

e) Nachweis der Auflagenzahlen

Die Auflagenzahlen müssen durch die ÖAK bzw. IVW (Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), die die Auflagenzahlen ihrer Mitglieder nach branchenüblichen Kriterien erheben, halbjährlich jeweils über einen Zeitraum von 12 Monaten, entsprechend den Erhebungs- und Ausweisungszeiträumen der MA, bestätigt werden.

Insoweit das Medium, das an der Untersuchung teilnehmen will, nicht Mitglied der ÖAK bzw. IVW ist, hat es regelmäßig folgende Auflagenzahlen

- Verbreitete Auflage
- Verkaufte Auflage (Summe aus Abos, Einzelverkauf, Großverkauf adressiert und unadressiert und SB-Sonntag, wobei der Anteil Großverkauf adressiert und unadressiert an der Summe von Abos, Einzelverkauf, Großverkauf adressiert und unadressiert und SB-Sonntag nicht größer als 35% ist)

Media-Analyse

gemäß aktuellen ÖAK-Richtlinien für oben angeführten Zeitraum durch die Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers, der sonst in keinem Auftragsverhältnis zu ihm steht, nachzuweisen.

Konkret bedeutet dies, dass der Verlag halbjährlich jeweils über einen Zeitraum von 12 Monaten, entsprechend den Erhebungs- und Ausweisungszeiträumen der MA, die Auflagenzahlen des betreffenden Mediums dem Verein ARGE Media-Analysen melden muss, einer Meldung muss eine Prüfung zugrunde liegen. Erstmeldungen (siehe auch Punkt B, 3) müssen jedenfalls geprüft sein.

Der Verein ARGE Media-Analysen behält sich das Recht vor, die vorliegenden Auflagenmeldungen durch einen Wirtschaftsprüfer prüfen zu lassen.

Wenn diese Prüfung die vorliegenden Angaben bestätigt, übernimmt der Verein ARGE Media-Analysen die anfallenden Kosten. Sollte die Prüfung zu anderen Ergebnissen kommen, werden die durch die Prüfung entstandenen Kosten dem Mitglied in Rechnung gestellt.

f) Der Verein ARGE Media-Analysen veröffentlicht erhobene Werte von Printmedien, die sich an der MA beteiligen, nur unter der Voraussetzung, dass, gemäß Punkt A, 1.e) der Teilnahmebedingungen, für den Ausweisungszeitraum bestätigte Auflagenzahlen vorliegen.

g) Durch die IVW geprüfte Auflagenzahlen können nur zur Anwendung kommen, wenn sie das Verbreitungsgebiet "Österreich" betreffen.

IVW-geprüfte Auflagenzahlen werden nur für Titel akzeptiert, deren Hauptverbreitungsgebiet Deutschland ist. Dies bedeutet, dass der Anteil der verbreiteten Auflage zu 75% in Deutschland liegen muss.

2. Elektronische Medien

2.1. Radio

a) Teilnahme an einer vom Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen anerkannten Reichweitenstudie (derzeit: Radiotest).

2.2. Fernsehen

a) Teilnahme an einer vom Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen anerkannten Reichweitenstudie (derzeit: Teletest).

3. Plakat

Das Medium wird pauschal erhoben. Über die Aufnahme von Einzelanbietern ist von Fall zu Fall zu entscheiden.

4. Kino

Das Medium wird pauschal erhoben. Über die Aufnahme von Einzelanbietern ist von Fall zu Fall zu entscheiden.

5. Online-Medien

Das Medium wird pauschal erhoben. Über die Aufnahme von Einzelanbietern ist von Fall zu Fall zu entscheiden.

6. Agenturen

a) Agenturen müssen eine Gewerbeberechtigung für die Sparte Werbeagentur, Werbungsmittlung oder Werbeberatung nachweisen.

b) Zur Einstufung der Mitglieds-kategorie ist der Nachweis eines Jahresbillings erforderlich. Neu gegründete Agenturen werden gemäß Vorschlag des Agenturausschusses eingestuft.

Media-Analyse

B) Aufnahmeverfahren

1. Aufnahmen von Medien in die Analyse sind grundsätzlich zweimal jährlich (Erhebungsbeginn Jänner bzw. Juli) für die nächstjährige Analyse möglich. Aufnahmen von Agenturen sind jederzeit möglich.

2. Aufnahme

Vor Aufnahme in die Analyse müssen Printmedien wenigstens in der für den WLK relevanten Zeit erschienen sein (über Toleranzen entscheidet der Vorstand).

3. Die Werte neu erhobener Medien, für die erst ein Halbjahresergebnis vorliegt, werden in einem separierten Halbjahres-Bericht über Standardbreaks (Geschlecht, Alter, Bundesland) veröffentlicht, wenn bei Tageszeitungen, Wochenzeitungen und 14-täglichen Publikationen die Erfordernisse für den WLK erfüllt und bei Monatsmagazinen und seltener erscheinenden Publikationen wenigstens 4 Ausgaben erschienen sind. Die Ausweisung erfolgt ausschließlich in gedruckter Form (nicht im Zählbestand). Für den Nachweis der Auflagenzahlen ist für diesen Bericht jedenfalls die geprüfte Auflagenbestätigung für das betreffende Halbjahr (entsprechend dem MA-Erhebungs- und Ausweisungszeitraum) erforderlich (siehe auch Punkt A, 1.e) Zeitpunkt der Veröffentlichung des Berichts dieser Titel ist zeitgleich mit den halbjährlich erscheinenden rollieren MA-Veröffentlichungen.

4. Bei jedem neuen Analysebeitrag werden im 1. Jahr einmalig 20% Zuschlag als Aufnahmegebühr verrechnet (über Toleranzen entscheidet der Vorstand).

5. Die Erfüllung der Aufnahmevoraussetzungen und Teilnahmebedingungen ist vom Aufnahmewerber glaubhaft zu machen. Die Feststellung, ob die Aufnahmevoraussetzungen und Teilnahmebedingungen erfüllt sind, obliegt der Geschäftsstelle. In Zweifelsfällen werden Aufnahmeanträge der Agentur- bzw. Printgruppe im Vorstand zur Beurteilung vorgelegt. Über die Aufnahme entscheidet statutengemäß der Vorstand, wobei der Beschluss keiner Begründung bedarf.

6. Kundenzeitungen und -zeitschriften werden nicht aufgenommen. Für diese Medien kann keine Mitgliedschaft erworben werden.