

TEILNAHMEBEDINGUNGEN VON MITGLIEDERN

DER ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA-ANALYSEN
(gültig ab Oktober 2025)

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 Blattumfangs)

Das komplette redaktionelle Angebot muss sich von jenem anderer in der MA erhobener Mitgliedsmedien in Inhalt, Aufbau und Layout deutlich unterscheiden. Die Entscheidung über die Erfüllung dieser Bedingung erfolgt durch den Vorstand nach Anhörung des Kontrollausschusses.

Bei Medien mit überwiegend identem redaktionellem Inhalt, Aufbau und Layout können beide Titel eine gemeinsame Mitgliedschaft erwerben bzw. auf eine Mitgliedschaft eingeschränkt werden und werden in Folge gemeinsam als ein Titel (mit beiden Logos auf einer Titelkarte) erhoben und ausgewiesen.

b) Periodizität der Erscheinungsweise (gedruckte Ausgaben)

- Tageszeitungen mindestens 4x pro Woche, zumindest 240x/Jahr
- 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 250 WLK-Fälle, bei regionalen Medien mindestens 100 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 10.000 Exemplare oder mehr und für regionale Titel 5.000 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)

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

Entsprechend den ÖAK-Richtlinien ePaper 2.0 (gültig ab 01.01.2019), können auch dem Verein ARGE Media-Analysen auf freiwilliger Basis die Auflagen zur digitalen Ausgabe des Printprodukts (ePaper) gemeldet werden.

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

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

2.2. Fernsehen

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, Werbungsmittelung oder Werbeberatung nachweisen.
- b) Zur Einstufung der Mitgliedskategorie ist der Nachweis eines Jahresbillings erforderlich. Neu gegründete Agenturen werden gemäß Vorschlag des Agenturausschusses eingestuft.
- c) Bei Agenturgruppen muss jede einzelne juristische Einheit („legal entity“), die operativ mit MA-Daten arbeitet, die Mitgliedschaft im Verein ARGE Media-Analysen erwerben. Besteht eine aufrechte Mitgliedschaft von mehreren juristischen Einheiten einer Agenturgruppe, kann zusätzlich auch die darüberstehende Einheit (Holding/Konzernmutter) Mitglied im Verein ARGE Media-Analysen werden.

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. Printmedien: Für Neumitglieder und für ehemalige Mitglieder, deren Mitgliedschaft vor mehr als einem Jahr aufgrund von deren Kündigung beendet wurde, besteht die einmalige Möglichkeit, im ersten Jahr der Teilnahme eine Reduktion des aktuellen Analysebeitrags von 50% in Anspruch zu nehmen, wenn eine Teilnahmeverpflichtung für zumindest zwei Jahre abgegeben wird. Für den Fall, dass die Mitgliedschaft vor Verstreichen dieser zwei Jahre beendet wird, wird die reduzierte Teilnahmegebühr des ersten Jahres nachverrechnet.
3. Aufnahme
Vor Aufnahme in die Analyse müssen Printmedien wenigstens in der für den WLK relevanten Zeit erschienen sein (über Toleranzen entscheidet der Vorstand).
4. Die Werte neu erobener 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.
5. Bei jedem neuen Analysebeitrag werden im 1. Jahr einmalig 20% Zuschlag als Aufnahmegebühr verrechnet (über Toleranzen entscheidet der Vorstand).
6. Die Erfüllung der Aufnahmeveraussetzungen und Teilnahmebedingungen ist vom Aufnahmewerber glaubhaft zu machen. Die Feststellung, ob die Aufnahmeveraussetzungen 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.
7. Kundenzeitungen und -zeitschriften werden nicht aufgenommen. Für diese Medien kann keine Mitgliedschaft erworben werden.

Wien, Oktober 2025