

Die "Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen" informiert über die aktuellen Trends der Mediennutzung im 1. Halbjahr 2002:

## **Halbjahresbericht der Media-Analyse 2002**

Mit 5. September 2002 veröffentlicht die ARGE Media-Analysen den Bericht über das erste Halbjahr der Media-Analyse 2002. Dieser Trendbericht zeigt die aktuellen Entwicklungen der Mediennutzung in Österreich und basiert auf 8.768 Face-to-Face Interviews, die von Jänner bis Juni 2002 durchgeführt wurden.

Aufbau und Umfang des vorliegenden Halbjahresberichtes 1/2002 entsprechen der bisherigen Halbjahres-Berichtslegung: Die Medien-Nutzungsdaten für Print, Kino, Plakat, Infoscreen und Internet stammen aus der (mündlich erhobenen) "Basis-MA", die Fernseh- und Radiodaten wurden wie gewohnt direkt aus den jeweiligen Spezialstudien - Teletest und Radiotest - übernommen.

Die Erhebung der Mediengattungen Kino, Plakat, Infoscreen und Internet wurde 2002 modifiziert, wodurch die für diese Mediengattungen ausgewiesenen Daten nur bedingt mit Vorjahresergebnissen vergleichbar sind. Besonders hinzuweisen ist darauf, dass die (bisher im Plakat-Wert enthaltenen) "City Lights" heuer erstmals gesondert erhoben und ausgewiesen werden. Die für "Plakat" ausgewiesenen Daten beziehen sich somit nur mehr auf Großplakate bzw. Litfass-Säulen.

Bei der Ausweisung der Nutzungsdaten für Printmedien, Radio und Fernsehen ist gegenüber 2001 keine Veränderung eingetreten. Bei dem 14-täglich erscheinenden Magazin "Woman" ist zu berücksichtigen, dass dieses relativ knapp vor Feldbeginn der MA 2002 erschienen ist und in den ersten Erhebungsmonaten nicht der gesamte WLK-Zeitraum abgedeckt war. Erfahrungsgemäß nimmt die Positionierung eines neuen Titels im Markt längere Zeiträume in Anspruch.

Mit der laufenden MA 2002 ist die vergangenes Jahr grundlegend reorganisierte "MA neu" bereits in ihr zweites Jahr gegangen. Das neue Erhebungsmodell hat sich bewährt und ermöglicht der MA durch spezifische Erhebungsmodule ein flexibles Reagieren auf aktuelle Erfordernisse eines schnell veränderlichen Marktes.

Interessierte können die wichtigsten Eckdaten der Media-Analyse (Breaks: Total, Geschlecht, Altersgruppen, Bundesländer) im Internet unter der Adresse **[www.media-analyse.at](http://www.media-analyse.at)** abrufen.

Der vollständige Halbjahresbericht ist in Form einer 100 Seiten starken Broschüre zum Preis von € 20,- (+ 20% USt.) bei der ARGE Media-Analysen beziehbar (E-Mail: [ma@media-analyse.at](mailto:ma@media-analyse.at), Fax: +1 513 25 702).

Global gesehen stellt sich das Mediennutzungsverhalten der österreichischen Bevölkerung (ab 14 Jahren) im ersten Halbjahr 2002 folgendermaßen dar. Die für die einzelnen Medien erhobenen Total-Werte sind als Reichweiten (in % mit den jeweiligen Schwankungsbreiten) und als Projektionen (in 1.000) ausgewiesen.

<b>TAGESZEITUNGEN</b>	<i>Min.</i>	<b>Reichweite in %</b>	<i>Max.</i>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
<b>NETTOREICHWEITE TAGESZEITUNGEN</b>	73,0	<b>73,9</b>	74,8	<b>4.960</b>
Der Standard	5,3	<b>5,8</b>	6,3	<b>386</b>
Die Presse	5,0	<b>5,5</b>	6,0	<b>368</b>
Kurier	10,4	<b>11,1</b>	11,8	<b>742</b>
Kronen-Zeitung	42,3	<b>43,3</b>	44,3	<b>2.909</b>
Wirtschaftsblatt	1,2	<b>1,4</b>	1,6	<b>94</b>
Kleine Zeitung (Graz)	7,5	<b>8,1</b>	8,7	<b>542</b>
Kleine Zeitung (Kombi)	11,9	<b>12,6</b>	13,3	<b>843</b>
Kleine Zeitung (Klgft.)	4,1	<b>4,5</b>	4,9	<b>301</b>
KTZ-Neue Kärntner Tageszeitung	1,0	<b>1,2</b>	1,4	<b>79</b>
Neues Volksblatt	0,9	<b>1,1</b>	1,3	<b>72</b>
OÖN-OÖ Nachrichten	4,9	<b>5,4</b>	5,9	<b>361</b>
SN-Salzburger Nachrichten	3,8	<b>4,2</b>	4,6	<b>281</b>
TT-Tiroler Tageszeitung	4,4	<b>4,9</b>	5,4	<b>330</b>
Neue Vbg. Tageszeitung	0,6	<b>0,8</b>	1,0	<b>52</b>
VN-Vbg. Nachrichten	2,7	<b>3,1</b>	3,5	<b>209</b>
Krone Kärnten/KTZ	3,8	<b>4,2</b>	4,6	<b>283</b>
VN/Neue Vbg. TZ	2,9	<b>3,3</b>	3,7	<b>222</b>

<b>SUPPLEMENTS</b>	<i>Min.</i>	<b>Reichweite in %</b>	<i>Max.</i>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
Kurier-Freizeit	9,3	<b>9,9</b>	10,5	<b>667</b>
Tele	39,0	<b>40,0</b>	41,0	<b>2.686</b>
TV-Woche	40,1	<b>41,1</b>	42,1	<b>2.758</b>



<b>REGIONALE WOCHENZEITUNGEN</b>	<b>Min.</b>	<b>Reichweite in %</b>	<b>Max.</b>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
NÖ Nachrichten-NÖN	10,1	<b>10,7</b>	11,3	<b>720</b>
NÖ Rundschau	1,5	<b>1,8</b>	2,1	<b>123</b>
BF-Die Bgld. Woche	1,2	<b>1,5</b>	1,8	<b>98</b>
Die Steirische	2,7	<b>3,1</b>	3,5	<b>207</b>
Linzer-Rundschau/korrekt	2,7	<b>3,1</b>	3,5	<b>210</b>
OÖ Rundschau gesamt	10,2	<b>10,9</b>	11,6	<b>733</b>
Salzburger Fenster (14-täglich)	4,3	<b>4,7</b>	5,1	<b>317</b>
Salzburger Woche	3,2	<b>3,6</b>	4,0	<b>242</b>
Salzburger Woche/Fenster	5,5	<b>6,0</b>	6,5	<b>401</b>
Salzburger Nachrichten/Woche	5,8	<b>6,3</b>	6,8	<b>426</b>
NÖN/NÖ Rundschau	10,9	<b>11,6</b>	12,3	<b>782</b>

<b>WOCHENMAGAZINE</b>	<b>Min.</b>	<b>Reichweite in %</b>	<b>Max.</b>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
Bunte	3,0	<b>3,4</b>	3,8	<b>229</b>
Der Spiegel	2,4	<b>2,7</b>	3,0	<b>181</b>
Die Ganze Woche	16,2	<b>17,0</b>	17,8	<b>1.142</b>
E-Media (14-täglich)	7,8	<b>8,4</b>	9,0	<b>564</b>
Falter	1,2	<b>1,4</b>	1,6	<b>91</b>
Format	5,3	<b>5,8</b>	6,3	<b>387</b>
Freizeit Revue	4,5	<b>5,0</b>	5,5	<b>334</b>
News	16,7	<b>17,5</b>	18,3	<b>1.175</b>
Profil	7,4	<b>8,0</b>	8,6	<b>537</b>
Sportwoche	2,6	<b>3,0</b>	3,4	<b>204</b>
Stern	1,5	<b>1,8</b>	2,1	<b>119</b>
TV-Media	13,9	<b>14,6</b>	15,3	<b>979</b>
TV Spielfilm (14-täglich)	6,2	<b>6,7</b>	7,2	<b>453</b>
Der österr. Lesezirkel	10,2	<b>10,9</b>	11,6	<b>732</b>



<b>MONATSMAGAZINE</b>	<i>Min.</i>	<b>Reichweite in %</b>	<i>Max.</i>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
Die Wirtschaft	2,9	<b>3,3</b>	3,7	<b>220</b>
Geo	9,5	<b>10,1</b>	10,7	<b>676</b>
Gewinn	7,3	<b>7,9</b>	8,5	<b>527</b>
Gusto	10,0	<b>10,6</b>	11,2	<b>715</b>
New Business	1,2	<b>1,4</b>	1,6	<b>91</b>
Option	0,6	<b>0,8</b>	1,0	<b>51</b>
ORF-Nachlese	8,8	<b>9,4</b>	10,0	<b>629</b>
Seitenblicke Magazin	2,5	<b>2,8</b>	3,1	<b>190</b>
Top Gewinn	3,1	<b>3,5</b>	3,9	<b>237</b>
Trend	6,7	<b>7,2</b>	7,7	<b>482</b>
Wiener	4,3	<b>4,7</b>	5,1	<b>318</b>

<b>FRAUENMAGAZINE</b>	<i>Min.</i>	<b>Reichweite in %</b>	<i>Max.</i>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
Brigitte	3,0	<b>3,4</b>	3,8	<b>228</b>
Burda Modemagazin	2,5	<b>2,8</b>	3,1	<b>190</b>
Diva	1,4	<b>1,7</b>	2,0	<b>111</b>
Eltern	3,2	<b>3,6</b>	4,0	<b>243</b>
Freundin	3,1	<b>3,5</b>	3,9	<b>235</b>
Für Sie	2,4	<b>2,7</b>	3,0	<b>182</b>
Petra	1,4	<b>1,7</b>	2,0	<b>111</b>
Vital	2,6	<b>3,0</b>	3,4	<b>203</b>
Wellness Magazin	2,1	<b>2,4</b>	2,7	<b>161</b>
Welt der Frau	3,7	<b>4,1</b>	4,5	<b>274</b>
Wienerin	5,5	<b>6,0</b>	6,5	<b>400</b>
Woman	7,6	<b>8,2</b>	8,8	<b>548</b>



<b>SPECIAL INTEREST MAGAZINE</b>	<b>Min.</b>	<b>Reichweite in %</b>	<b>Max.</b>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
<b>Besser Wohnen</b>	4,7	<b>5,2</b>	5,7	<b>351</b>
<b>H.O.M.E.</b>	1,0	<b>1,2</b>	1,4	<b>80</b>
<b>Immobilien Magazin</b>	1,3	<b>1,6</b>	1,9	<b>104</b>
<b>Schöner Wohnen</b>	6,3	<b>6,8</b>	7,3	<b>454</b>
<b>Wohnen</b>	3,1	<b>3,5</b>	3,9	<b>233</b>
<b>CD Austria</b>	0,8	<b>1,0</b>	1,2	<b>68</b>
<b>Computerwelt</b>	1,1	<b>1,3</b>	1,5	<b>85</b>
<b>Gesundheit</b>	6,8	<b>7,3</b>	7,8	<b>491</b>
<b>Medizin Populär</b>	7,9	<b>8,5</b>	9,1	<b>572</b>
<b>Alles Auto</b>	4,4	<b>4,9</b>	5,4	<b>327</b>
<b>Auto Revue</b>	6,9	<b>7,5</b>	8,1	<b>504</b>
<b>Auto Touring</b>	29,8	<b>30,8</b>	31,8	<b>2.070</b>
<b>Freie Fahrt</b>	10,0	<b>10,6</b>	11,2	<b>714</b>
<b>Motorrad Magazin</b>	3,7	<b>4,1</b>	4,5	<b>278</b>
<b>Reisemagazin</b>	3,2	<b>3,6</b>	4,0	<b>244</b>
<b>Sportmagazin</b>	6,2	<b>6,7</b>	7,2	<b>450</b>
<b>Unsere Generation</b>	4,4	<b>4,8</b>	5,2	<b>319</b>
<b>Visa Magazin</b>	9,4	<b>10,0</b>	10,6	<b>671</b>

Neben den oben angeführten Einzelwerten der erhobenen Magazine werden für Tarifkombinationen solcher Titel auch Kombinationswerte ausgewiesen. Bei diesen Kombinationswerten handelt es sich um die Nettoreichweiten der an der jeweiligen Tarifkombination beteiligten Titel:

<b>MAGAZIN-KOMBINATIONEN</b>	<b>Min.</b>	<b>Reichweite in %</b>	<b>Max.</b>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
<b>Top Kombi<sup>1</sup></b>	25,5	<b>26,4</b>	27,3	<b>1.770</b>
<b>Nachrichten Kombi<sup>2</sup></b>	20,9	<b>21,8</b>	22,7	<b>1.463</b>
<b>Business Kombi<sup>3</sup></b>	10,7	<b>11,4</b>	12,1	<b>769</b>
<b>Media Kombi<sup>4</sup></b>	19,1	<b>19,9</b>	20,7	<b>1.334</b>
<b>Best of Orac Kombi<sup>5</sup></b>	16,2	<b>17,0</b>	17,8	<b>1.138</b>
<b>Business People Kombi<sup>6</sup></b>	4,0	<b>4,4</b>	4,8	<b>294</b>
<b>Immo Kombi<sup>7</sup></b>	2,5	<b>2,8</b>	3,1	<b>190</b>
<b>New Business Kombi<sup>8</sup></b>	2,3	<b>2,6</b>	2,9	<b>177</b>
<b>Option Kombi<sup>9</sup></b>	1,7	<b>2,0</b>	2,3	<b>135</b>
<b>More Living Kombi<sup>10</sup></b>	3,5	<b>3,9</b>	4,3	<b>264</b>
<b>Wohnen &amp; Design Kombi<sup>11</sup></b>	6,5	<b>7,0</b>	7,5	<b>472</b>
<b>Freizeit Kombi<sup>12</sup></b>	11,5	<b>12,2</b>	12,9	<b>821</b>
<b>Lifestyle Kombi<sup>13</sup></b>	9,0	<b>9,6</b>	10,2	<b>642</b>
<b>Männer/Jugend Kombi<sup>14</sup></b>	8,9	<b>9,5</b>	10,1	<b>637</b>
<b>Für Sie + Petra<sup>15</sup></b>	3,5	<b>3,9</b>	4,3	<b>264</b>
<b>Für Sie + Vital<sup>16</sup></b>	4,8	<b>5,3</b>	5,8	<b>357</b>

<sup>1</sup> **Top Kombi:** News/Format/Profil/Trend

<sup>2</sup> **Nachrichten Kombi:** News/Profil

<sup>3</sup> **Business Kombi:** Format/Trend

<sup>4</sup> **Media Kombi:** E-Media/TV-Media

<sup>5</sup> **Best of Orac Kombi:** Auto Revue/Gusto

<sup>6</sup> **Business People Kombi:** Immobilien Magazin/New Business/Option/Wirtschaftsblatt

<sup>7</sup> **Immo Kombi:** Immobilien Magazin/Wirtschaftsblatt

<sup>8</sup> **New Business Kombi:** New Business/Wirtschaftsblatt

<sup>9</sup> **Option Kombi:** Option/Wirtschaftsblatt

<sup>10</sup> **More Living Kombi:** H.O.M.E./Wohnen

<sup>11</sup> **Wohnen & Design Kombi:** Wohnen/Immobilien Magazin/New Business/Option/Wirtschaftsblatt

<sup>12</sup> **Freizeit Kombi:** Motorrad Magazin/Reisemagazin/Sport Magazin

<sup>13</sup> **Lifestyle Kombi:** Reisemagazin/Sport Magazin

<sup>14</sup> **Männer/Jugend Kombi:** Motorrad Magazin/Sport Magazin

<sup>15</sup> **Für Sie + Petra:** Für Sie/Petra

<sup>16</sup> **Für Sie + Vital:** Für Sie/Vital



<b>KINO / PLAKAT / CITY LIGHTS / INFOSCREEN / INTERNET</b>	<i>Min.</i>	<b>Reichweite in %</b>	<i>Max.</i>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>8.768</b>		<b>6.714</b>
<b>Kinobesuch</b> (letzte Woche)	5,2	<b>5,7</b>	6,2	<b>385</b>
<b>Plakat</b> (an zumindest 1 Tag/Woche)	83,7	<b>84,5</b>	85,3	<b>5.674</b>
<b>City Lights</b> (an zum. 1 Tag/Woche)	31,0	<b>32,0</b>	33,0	<b>2.151</b>
<b>Infoscreen</b> (an zum. 1 Tag/Woche)	13,0	<b>13,7</b>	14,4	<b>923</b>
<b>Internetnutzung</b> (gestern)	21,2	<b>22,1</b>	23,0	<b>1.484</b>
<b>Internetnutzung</b> (letzte Woche)	36,1	<b>37,1</b>	38,1	<b>2.494</b>

Die für Radio ausgewiesenen Tagesreichweiten stammen aus dem Radiotest, 1. Halbjahr 2002 (Jänner bis Juni 2002) auf Basis 14 Jahre und älter.

<b>RADIO (Radiotest-Tagesreichweiten)</b>	<i>Min.</i>	<b>Reichweite in %</b>	<i>Max.</i>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>11.368</b>		<b>6.714</b>
<b>Radio gesamt</b>	84,3	<b>85,0</b>	85,7	<b>5.709</b>
<b>ORF gesamt</b>	75,7	<b>76,5</b>	77,3	<b>5.135</b>
<b>Privat Inland gesamt</b>	21,3	<b>22,1</b>	22,9	<b>1.482</b>
<b>Sonstige Sender gesamt</b>	3,5	<b>3,9</b>	4,3	<b>263</b>
<b>Ö1</b>	8,0	<b>8,5</b>	9,0	<b>569</b>
<b>FM4</b>	3,5	<b>3,9</b>	4,3	<b>259</b>
<b>Ö3</b>	39,4	<b>40,3</b>	41,2	<b>2.707</b>
<b>RMS TOP</b>	20,7	<b>21,5</b>	22,3	<b>1.445</b>
<b>Krone Hit Radio</b>	4,8	<b>5,2</b>	5,6	<b>346</b>
<b>Radio Wien</b>	4,0	<b>4,4</b>	4,8	<b>297</b>
<b>Radio Niederösterreich</b>	8,4	<b>8,9</b>	9,4	<b>595</b>
<b>Radio Burgenland</b>	3,3	<b>3,6</b>	3,9	<b>239</b>
<b>Radio Steiermark</b>	6,2	<b>6,7</b>	7,2	<b>452</b>
<b>Radio Kärnten</b>	2,9	<b>3,2</b>	3,5	<b>218</b>
<b>Radio Oberösterreich</b>	5,4	<b>5,8</b>	6,2	<b>388</b>
<b>Radio Salzburg</b>	2,5	<b>2,8</b>	3,1	<b>190</b>
<b>Radio Tirol</b>	3,0	<b>3,3</b>	3,6	<b>222</b>
<b>Radio Vorarlberg</b>	1,6	<b>1,8</b>	2,0	<b>119</b>
<b>88.6 Supermix</b>	1,7	<b>2,0</b>	2,3	<b>135</b>
<b>Antenne Vorarlberg</b>	0,4	<b>0,5</b>	0,6	<b>36</b>



Die folgenden TV-Tagesreichweiten stammen aus dem Teletest, 1. Halbjahr 2002 (Jänner bis Juni 2002) auf Basis 14 Jahre und älter.

<b>FERNSEHEN (Teletest-Tagesreichweiten)</b>	<i>Min.</i>	<b>Reichweite in %</b>	<i>Max.</i>	<b>Projektion in 1.000</b>
<b>Fälle / Bevölkerung</b>		<b>2.450</b>		<b>6.568</b>
<b>TV gesamt</b>	69,3	<b>71,1</b>	72,9	<b>4.669</b>
<b>ORF gesamt</b>	60,8	<b>62,7</b>	64,6	<b>4.120</b>
<b>Fenstersender gesamt</b>	15,6	<b>17,1</b>	18,6	<b>1.125</b>
<b>ORF 1</b>	42,7	<b>44,7</b>	46,7	<b>2.939</b>
<b>ORF 2</b>	47,3	<b>49,3</b>	51,3	<b>3.236</b>
<b>RTL (Hauptsender)</b>	19,8	<b>21,4</b>	23,0	<b>1.405</b>
<b>RTL (Fenstersender)</b>	7,8	<b>8,9</b>	10,0	<b>583</b>
<b>Sat.1 (Hauptsender)</b>	17,0	<b>18,5</b>	20,0	<b>1.214</b>
<b>Sat.1 (Fenstersender)</b>	7,5	<b>8,6</b>	9,7	<b>563</b>
<b>Pro 7 (Hauptsender)</b>	15,8	<b>17,3</b>	18,8	<b>1.138</b>
<b>Pro 7 (Fenstersender)</b>	6,7	<b>7,8</b>	8,9	<b>516</b>
<b>RTL II (Hauptsender)</b>	12,2	<b>13,6</b>	15,0	<b>891</b>
<b>RTL II (Fenstersender)</b>	4,4	<b>5,3</b>	6,2	<b>347</b>
<b>ARD</b>	15,0	<b>16,5</b>	18,0	<b>1.082</b>
<b>ZDF</b>	13,3	<b>14,7</b>	16,1	<b>966</b>
<b>Ausland gesamt</b>	47,4	<b>49,4</b>	51,4	<b>3.246</b>

Die ARGE Media-Analysen enthält sich bewusst eines Vergleichs mit Vorjahresdaten, weil sie nicht in mediale Wettbewerbsverhältnisse eingreifen will. Sie appelliert an alle Benutzer der Media-Analyse, mit dem vorliegenden Datenmaterial sachgemäß und verantwortungsbewußt umzugehen.

Wien, am 5. September 2002