

# Infotainland

Die Medienlandschaft nach der MA 2007



MARKETING CLUB SALZBURG  
BAWAG | Top 7 | Salzburg | 2008-04-29

---

---

---

---

---

---

---

---

# Der Quotenwahn



- Reichweite(n)
  - Marktanteil
  - KaSat-Haushalte
  - Auflage(n)
  - Visits
  - Page Impressions
  - Unique Clients
- Für Quervergleiche zwischen den Mediengattungen eignet sich lediglich die Reichweite. Sie wird mit Methoden der Marktforschung ermittelt.

30.04.2008

pp@plaikner.at

2

---

---

---

---

---

---

---

---

# Die Studienfülle



- Media-Analyse und Auflagenkontrolle – ÖAK und M.A.K neu – als kommunizierende Gefäße.
- Teletest und Radiotest, Regioprint und Readerscan.
- Verbraucheranalyse, Leseranlyse Entscheidungsträger und Image-Analyse Tageszeitungen.
- Webanalyse und ÖWA plus, Internet Radar und Internet Monitor.

30.04.2008

pp@plaikner.at

3

---

---

---

---

---

---

---

---

# Marktforschung (1)



- **Media-Analyse (MA)**  
größte regelmäßige Marktforschung Österreichs; seit 1965; ab 14 Jahren; 2007 rund 14.500 persönliche Interviews.
- **Regioprint**  
Reaktion der Gratiszeitungen auf MA; mindestens 500 Face-to-Face-Interviews pro Bundesland, insgesamt ca. 5.600 Interviews; Medienabfrage mit CASI (Computer Assisted Self Interviews).
- **Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE)**  
483.000 wirtschaftliche Entscheidungsträger; im Zwei-Jahres-Rhythmus; 4.000 Interviews; Medienabfrage nach MA-Modell.

30.04.2008

pp@plaikner.at

4

---

---

---

---

---

---

---

---

# Tägliche Nutzung



□ Radio	83,0% (83,4)	5,791 Mio. (5,774)
□ Tageszeitungen	70,0% (72,7)	4,887 Mio. (5,080)
□ Fernsehen	64,2% (67,2)	4,352 Mio. (4,517)
□ Internet	40,4% (34,3)	2,817 Mio. (2,146)

Quelle: Media-Analyse, Teletest, Radiotest für das Jahr 2007 bzw. (2006); Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

30.04.2008

pp@plaikner.at

5

---

---

---

---

---

---

---

---

# Print Medien



**MARKETING CLUB SALZBURG**  
BAWAG | Top 7 | Salzburg | 2008-04-29

---

---

---

---

---

---

---

---

## Reichweite TZ

1.	Kronzeitung	2,947.000	(3,031)	42,2%	(43,8)
2.	Kleine Zeitung	821.000	(847)	11,8%	(12,2)
3.	Kurier	624.000	(668)	8,9%	(9,7)
4.	Der Standard	352.000	(341)	5,0%	(4,9)
5.	OÖNachrichten	349.000	(385)	5,0%	(5,6)
6.	Tiroler Tageszeitung	304.000	(323)	4,4%	(4,7)
7.	Die Presse	267.000	(300)	3,8%	(4,3)
8.	Salzburger Nachrichten	250.000	(265)	3,6%	(3,8)
9.	Vorarlberger Nachrichten	194.000	(207)	2,8%	(3,0)
10.	Wirtschaftsblatt	90.000	(105)	1,3%	(1,5)

Quelle: Media-Analyse 2007 bzw. (2006). Tägliche Reichweite, Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

30.04.2008

pp@plaikner.at

7

## Auflage TZ

	verbreitet (verkauft+gratis)	verkauft	
1.	Krone	872.991 (891.099)	827.459 (847.320)
2.	Kleine	291.768 (289.398)	272.084 (268.905)
3.	Österreich	310.654 (317.043)	167.121 (162.300)
4.	Kurier	190.890 (195.918)	165.064 (169.481)
5.	OÖN	130.390 (129.477)	103.955 (104.604)
6.	TT	103.941 (102.058)	89.100 (88.901)
7.	Presse	101.506 (102.944)	83.364 (79.676)
8.	Standard	100.810 (99.830)	75.163 (74.314)
9.	SN	85.653 (84.088)	69.730 (69.339)
10.	VN	68.004 (68.623)	64.111 (64.684)
11.	WB	31.615 (28.273)	24.916 (24.078)

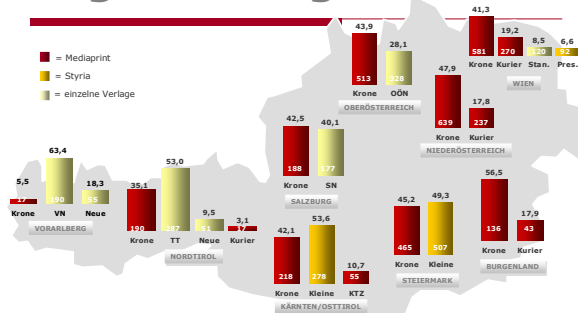
Quelle: Österreichische Auflagenkontrolle ÖAK, Mo.-Sa., Jahresschnitt 2007 bzw. (2006); Medien-Auflagenkontrolle M.A.K. neu

30.04.2008

pp@plaikner.at

8

## Tageszeitungen 07



Media-Analyse 2007, Reichweite in Prozent, Leser in Tausend

30.04.2008

pp@plaikner.at

9

## LAE 2007



LPA in %	KRO	KUR	STA	PRE	WB	KLZ	OÖN	SN	TT
<b>ÖSTERREICH</b>	<b>36</b>	<b>21,7</b>	<b>19,5</b>	<b>18</b>	<b>17,8</b>	<b>16,8</b>	<b>11,6</b>	<b>10</b>	<b>6,3</b>
Wien	31,5	41,3	34,4	32,1	21,1	3,3	2,3	7,5	
Niederösterreich	41,5	37,3	15,1	16,7	17,3				
Oberösterreich	32,3	5	19,6	11,7	21,7		63,2	8,6	
Steiermark	41,5	7,7	10,2	13,4	13	78,6			
Kärnten	53,2		9,8	14,7	16,7	77,5			
Salzburg	40,8	7,6	14,6	12,9	19,6			71,4	
Tirol	33,8	9,5	11	8,2	8,9	10,9			66,8
Vorarlberg			13,9		15				

Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger 2007. Leser pro Ausgabe, % von 483.000 wirtschaftliche Entscheidungsträgern.

30.04.2008

pp@plaikner.at

10

---

---

---

---

---

---

---

---

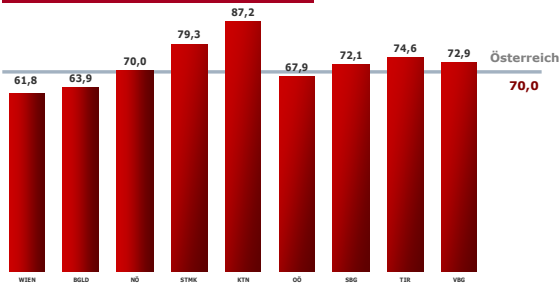
---

---

---

---

## Leser Bundesländer



Tageszeitungsleser: Durchschnittlich täglich in % der Bevölkerung. Quelle: MA 2007

30.04.2008

pp@plaikner.at

11

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Wochenmagazine



1.	Die ganze Woche	932.000	(968)	13,4%	(14,3)
2.	TV-Media	877.000	(935)	12,6%	(13,5)
3.	News	771.000	(894)	11,0%	(13,7)
4.	Profil	363.000	(401)	5,2%	(5,8)
5.	E-Media	314.000	(340)	4,5%	(4,9)
6.	Freizeit Revue	309.000	(314)	4,4%	(4,5)
7.	Format	162.000	(205)	2,3%	(3,0)
8.	Sportwoche	146.000	(172)	2,1%	(2,5)
9.	Seitenblicke (14-täglich)	155.000	(163)	2,2%	(2,4)
10.	Falter	63.000	(79)	0,9%	(1,1)

Quelle: Media-Analyse 2007 bzw. (2006). Tägliche Reichweite, Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

30.04.2008

pp@plaikner.at

12

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Quelle: LAE 2007. Leser pro Ausgabe. Grundgesamtheit: 483.000 wirtschaftliche Entscheidungsträger.



# LAE Magazine

	Netto-Reichweite	in 1000	in %
1.	Gewinn	132	27,2
2.	Trend	121	25,1
3.	News	111	23
4.	Geo	87	18
5.	Profil	83	17,2
6.	Top Gewinn	59	12,3
7.	Format	55	11,3
8.	Die Wirtschaft	50	10,4
9.	a3ECO	48	9,9
10.	Industriemagazin	43	8,9
11.	Der Spiegel	27	5,6

30.04.2008

pp@plaikner.at

13

---



---



---



---



---



---



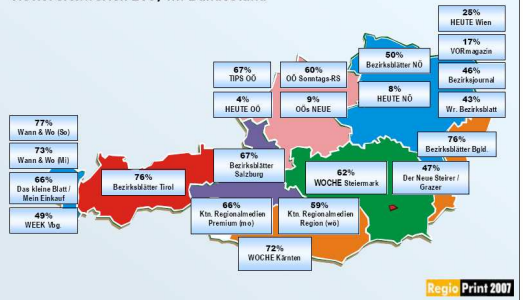
---



---

## Die REGIOPRINT-Reichweiten 2007

Nettoreichweiten 2007 im Bundesland



28. August 2007  
30.04.2008

5.597 CASI-CAPI-Interviews von GfK Austria & IFES  
pp@plaikner.at

21  
14

---



---



---



---



---



---

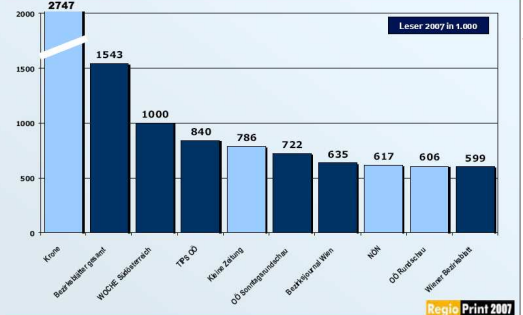


---



---

## REGIOPRINT-Leserzahlen 2007 im Vergleich (E 14+)



28. August 2007  
30.04.2008

5.597 CASI-CAPI-Interviews von GfK Austria & IFES  
pp@plaikner.at

23  
15

---



---



---



---



---



---



---



---

# Marktforschung (2)



- **Readerscan**  
Ermittlung von Lesequoten mit Hilfe eines elektronischen Stiftes durch Panels ab ca. 150 Personen.
- **Teletest**  
seit 2001 in 1.500 Haushalten; 3.160 Personen ab 12 repräsentativ für 6.902.630 Erwachsene, 358 Kinder von 3 bis 11 für 786.852 Kinder in 3.361.000 TV-Haushalten.
- **Radiotest**  
seit 1993; 24.000 CATI-Interviews (Computer-Assisted-Telephone-Interviews) pro Jahr

30.04.2008

pp@plaikner.at

16

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Radio Fernsehen



MARKETING CLUB SALZBURG  
BAWAG | Top 7 | Salzburg | 2008-04-29

---

---

---

---

---

---

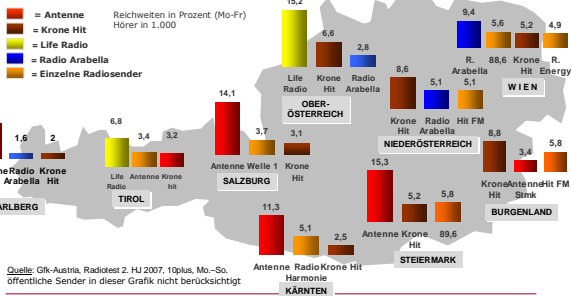
---

---

---

---

# Privatrado



30.04.2008

pp@plaikner.at

18

---

---

---

---

---

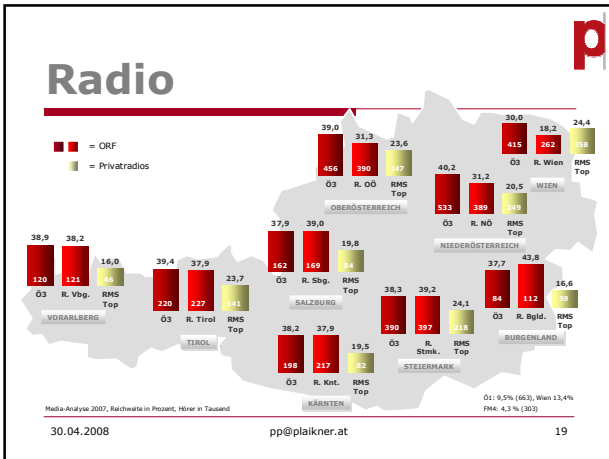
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Markttrends

Radio-Tagesreichweiten und Marktanteile, Österreich gesamt

10+ (Montag-Sonntag)	Tagesreichweiten						Marktanteile						
	2. HJ 2004	1. HJ 2005	2. HJ 2005	1. HJ 2006	2. HJ 2006	1. HJ 2007	2. HJ 2004	1. HJ 2005	2. HJ 2005	1. HJ 2006	2. HJ 2006	1. HJ 2007	
ORF Radios gesamt	75,0	74,1	73,2	72,8	71,7	72,5	71,9	80	80	79	79	79	79
Ö3	40,0	38,3	38,3	37,6	38,0	38,2	37,7	35	33	32	33	34	33
ORF-Regionalfunk ges.	37,3	37,3	36,9	36,1	34,7	36,0	35,5	38	39	38	38	37	37
Privatsender Inland ges.	22,8	22,4	22,2	22,5	22,1	22,7	22,6	17	18	18	18	19	18
Österreich 1	8,6	8,6	8,8	9,0	8,5	8,8	9,1	5	5	6	6	6	6
KRONENIT	4,7	4,7	4,4	5,1	4,8	5,3	5,6	3	3	3	3	3	3
FM4	4,3	4,1	4,2	4,0	3,9	4,2	4,4	2	3	3	3	2	3

Quelle: ORF-Medienforschung  
 30.04.2008 pp@plaikner.at 20

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Marktanteile

TV-Marktanteilsentwicklung 1991-2006  
 Erwachsene (ab 12 Jahren)

Marktanteile	TV-Haushalts gesamt															
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ORF1	44	41	36	32	27	25	24	26	24	24	23	22	22	22	20	20
ORF2	53	52	50	51	56	56	57	56	54	53	52	52	50	50	50	49
Gesamt	77	73	66	62	53	52	52	51	53	53	51	51	51	51	48	48
ATV/ATV+*									0	1	0	1	2	2	3	3
Lokal-TV Österreich									0	0	1	0	0	0	1	1
Ausland gesamt	23	27	34	38	37	39	38	38	41	43	43	45	47	46	49	49
TV-gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: ORF-Medienforschung  
 30.04.2008 pp@plaikner.at 21

---

---

---

---

---

---

---

---

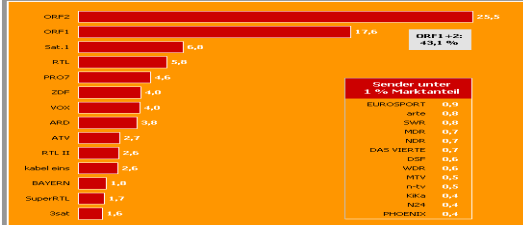
---

---

# Sendermarkt

Quelle: ORF-Medienforschung

TV-Marktanteile 2007 – Sender im Vergleich  
Erwachsene ab 12 Jahren (alle Empfangsebenen)



Quelle: AGIT/ORF-TELETEST  
Grundgesamtheit: österreich. Bevölkerung ab 12 Jahren in TV-Haushalten

30.04.2008 pp@plaikner.at 22

# Quotenhits 2007

Nr.	WT	Dat.	Beg.	Dauer	Sender	Titel der Sendung	%	in TSD	MA
1	Mo	01.01.	19:30	0:14	ORF	ZEIT IM BILD 1	26,7	1.861	68
2	Do	15.02.	21:45	0:57	ORF2	OPERNBALL 2007 DIE ERÖFFNUNG	25,5	1.779	65
3	Do	18.01.	19:00	0:20	ORF2	BUNDESLAND HEUTE	24,0	1.670	72
4	Di	20.02.	20:14	1:57	ORF2	VILLACHER FASCHING 2007	22,1	1.539	53
5	Fr	04.05.	21:32	0:45	ORF1	DANCING STARS DIE ENTSCHEIDUNG	21,3	1.486	57
6	Di	30.01.	20:38	0:59	ORF1	SLALOM HERREN SCHLADMING 2.DG	21,0	1.461	46
7	So	18.02.	20:15	1:41	ORF2	NARRISCH GJAT	20,4	1.420	45
8	Mi	03.01.	20:14	0:50	ORF2	THEMA SPEZIAL: DER FALL KAMPUSCH	19,4	1.349	47
9	Di	13.02.	20:00	1:07	ORF1	WM RTL DAMEN AARE 2.DG	19,0	1.323	48
10	So	11.02.	12:39	1:20	ORF1	WM ABFAHRT DAMEN AARE	19,0	1.322	74

Quelle: Teletest für das Jahr 2007. Gesamtbevölkerung ab 12 Jahren

30.04.2008 pp@plaikner.at 23

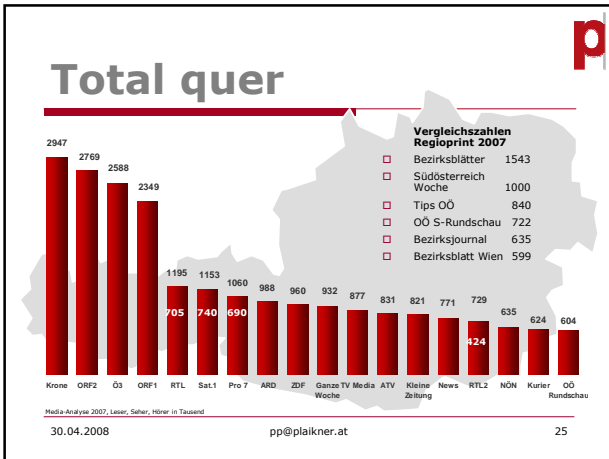
# ORF Infos

1.	Bundesland heute	1,166.000	17/57%
2.	Zeit im Bild	1,144.000	16/50%
3.	Report	420.000	06/17%
4.	ZIB 2	392.000	06/19%
5.	ZIB, 17 Uhr	316.000	05/37%
6.	ZIB, 13 Uhr	190.000	03/36%
7.	ZIB 20	168.000	02/07%
8.	ZIB 24	153.000	02/26%
9.	ZIB, 9 Uhr	108.000	02/43%
10.	ZIB Flash	39.000	01/05%

Quelle: Teletest 6. 11. 2007. Seherzahlen; Reichweite und Marktanteil in % der Gesamtbevölkerung ab 12 Jahren

30.04.2008 pp@plaikner.at 24






---

---

---

---

---

---

---

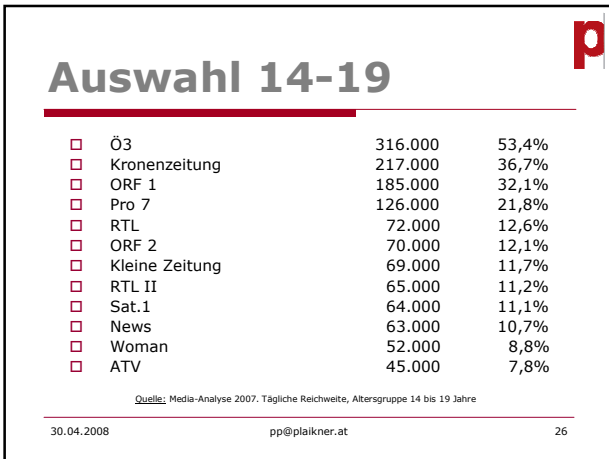
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

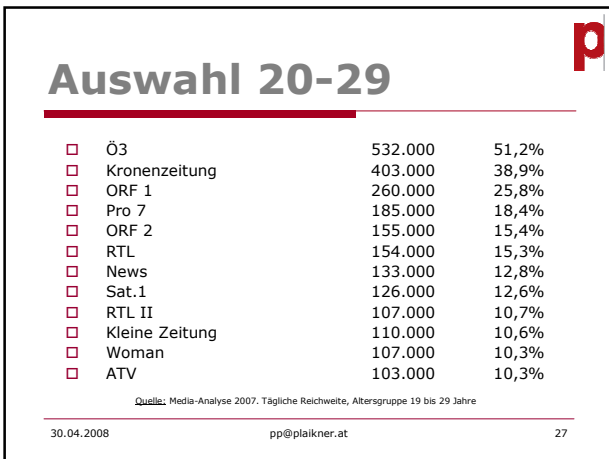
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# On Line

MARKETING CLUB SALZBURG  
BAWAG | Top 7 | Salzburg | 2008-04-29

---

---

---

---

---

---

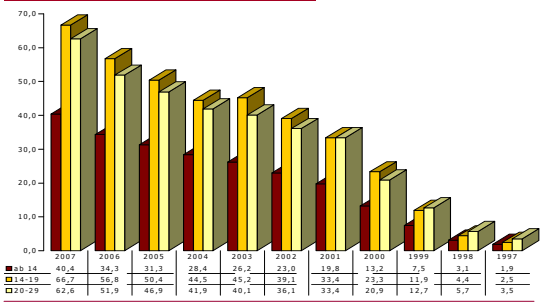
---

---



# Gestern gesurft

Media-Analyse 1997-2007  
Reichweiten in Prozent



30.04.2008

pp@plakner.at

29

---

---

---

---

---

---

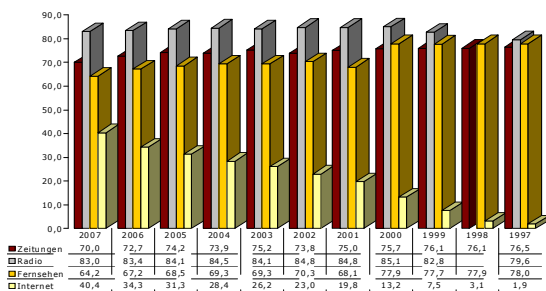
---

---



# Die Aufholjagd

Media-Analyse 1997-2007  
Reichweiten in Prozent



30.04.2008

pp@plakner.at

30

---

---

---

---

---

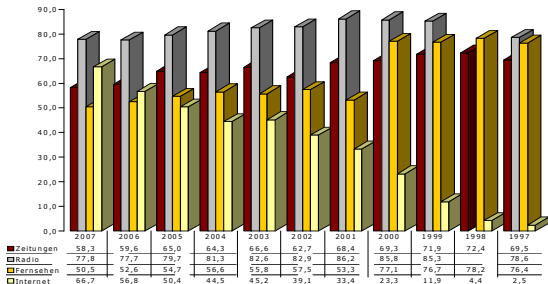
---

---

---

# Medien 14-19

Media-Analyse 1997-2007  
Reichweiten in Prozent



30.04.2008

pp@plaikner.at

31

---

---

---

---

---

---

---

---

---

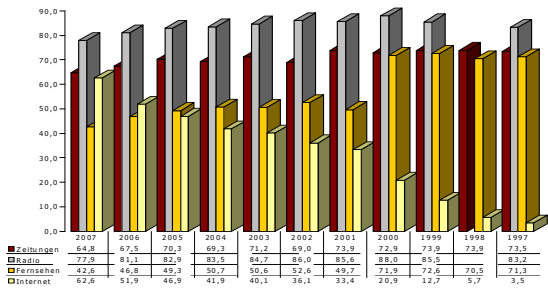
---

---

---

# Medien 20-29

Media-Analyse 1997-2007  
Reichweiten in Prozent



30.04.2008

pp@plaikner.at

32

---

---

---

---

---

---

---

---

---

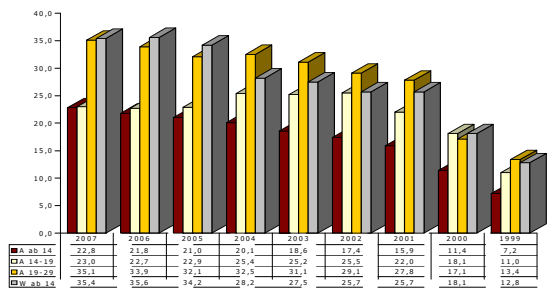
---

---

---

# Print vom Netz

Media-Analyse 1997-2007  
Reichweiten in Prozent



30.04.2008

pp@plaikner.at

33

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

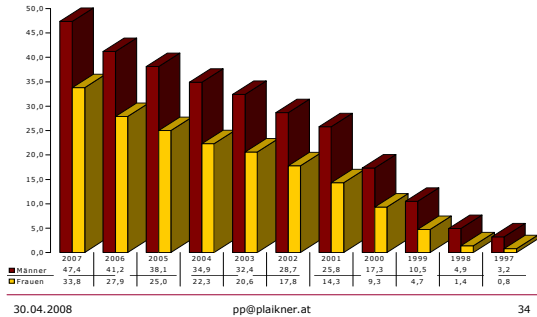
---

---

## Männerwelt



Media-Analyse 1997-2007  
Reichweiten in Prozent



30.04.2008

pp@plaikner.at

34

---

---

---

---

---

---

---

---

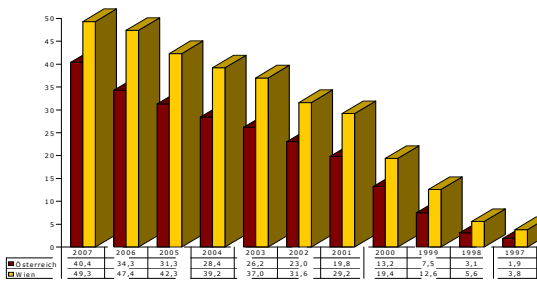
---

---

## Landnahme



Media-Analyse 1997-2007  
Reichweiten in Prozent



30.04.2008

pp@plaikner.at

35

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Marktforschung (3)



- Austrian Internet Radar AIR**  
 seit 2001 Reichweiterehebung mit Daten für heute 120 Websites (ORF Tirol 267.000); seit 2002 jährlich zwei Wellen mit je 5000 Interviews; im Auftrag des ORF; GfK.
- Austrian Internet Monitor AIM**  
 seit 1997 Basisstudie über Internet-Nutzung in Österreich; 12.000 Interviews p.a.; Integral.

30.04.2008

pp@plaikner.at

36

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Heimarbeit

Austrian Internet Monitor AIM  
4. Quartal 2007

## Ort des Internet-Zugangs

Austrian Internet Monitor	Österreicher/innen ab 14 Jahren													Tsd.		
	1996 <sup>1</sup>	1997 <sup>1</sup>	1998 <sup>1</sup>	1999 <sup>1</sup>	2000 <sup>1</sup>	2001 <sup>1</sup>	2002 <sup>1</sup>	2003 <sup>1</sup>	2004 <sup>1</sup>	2005 <sup>1</sup>	2006 <sup>1</sup>	Q3/07	Q4/07			
Grundsätzlich möglich	14	20	27	34	46	53	56	61	64	66	67	73*	74*	76*	5.258	
Zu Hause	4	5	9	16	33	42	47	51	55	58	60	61	62	65	65	4.430
Im Büro/am Arbeitsplatz	6	10	13	16	21	23	25	27	27	26	30	30	32	31	30	2.066
In der Schule	2	3	5	7	6	6	7	7	7	7	5	6	6	5	6	410
An der Uni	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	170
Unterwegs (mobil)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	4	4	5	360
Woanders (Freunde, Verw., Cafe,...)	2	3	7	12	14	14	16	13	12	10	9	9	9	8	10	710

Quelle: AIM, Integral, 4. Quartal 2007; n = 3.000; Grundgesamtheit: ÖsterreicherInnen ab 14 Jahren (6,87 Millionen)  
 \* Ergebnisse des 4. Quartals (bis 4. Qu. 01: n = 4.500; ab 1. Qu. 02: n = 3.500; ab 1. Qu. 05: n = 3.000)  
 + %: 1. Qu. 07 exzeptionell Deflation von Internet-Zugang; Erläuterung der Kategorien "unterwegs (mobil)" und "woanders"  
 -> rein methodenbedingter Anstieg vs. 4. Qu. 2006 um +5 Prozentpunkte

MEDIENFORSCHUNG ORF

30.04.2008

pp@plaikner.at

37

# Marktforschung (4)

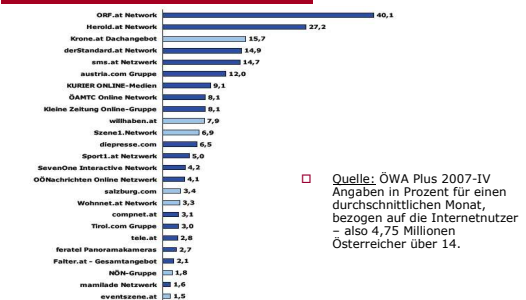
- **Österreichische Web-Analyse ÖWA**  
seit 1998 als Kontrolleinrichtung für Online-Medien unter dem Dach der ÖAK; seit 2001 selbstständiger Verein.
- **ÖWA plus**  
Pilotstudie 4. Quartal 2006; erste reguläre Veröffentlichung für das 4. Quartal 2007 am 31. 3. 2008. Multimethodenmodell nach Vorbild der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) in Deutschland: technische Vollerhebung, Onsite-Befragung und bevölkerungsrepräsentative Offsite-Befragung.

30.04.2008

pp@plaikner.at

38

# Online-Reichweiten



Quelle: ÖWA Plus 2007-IV  
 Angaben in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer – also 4,75 Millionen Österreicher über 14.

30.04.2008

pp@plaikner.at

39

# Seitensprung



Österreichische Web-Analyse  
Jahresbericht 2007

	Unique Clients	Visits	Page Imp's.
ORF.at-Network	3.208.088	27.445.604	183.925.205
derStandard Network	1.258.734	6.038.085	39.491.478
krone.at	936.722	5.339.498	117.126.064
krone.tv	257.036	543.615	1.196.602
Austria.com-Gruppe	842.255	4.654.724	57.049.298
News-Networld (Gruppe)	765.355	4.674.096	276.371.057
kurier.at	675.724	2.709.061	15.891.127
Kleine Zeitung-Gruppe	499.192	1.931.500	30.535.167
diepresse.com	475.968	1.285.795	7.109.159
OÖN-Netzwerk	304.841	760.881	6.470.259
salzburg.com	246.026	598.603	11.532.150
tirol.com-Gruppe	228.664	1.089.284	9.168.833

30.04.2008

pp@plaikner.at

40

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Medienmarkt Salzburg



MARKETING CLUB SALZBURG  
BAWAG | Top 7 | Salzburg | 2008-04-29

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

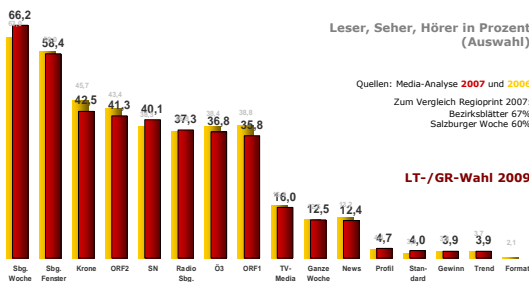
---

# Salzburg



Leser, Seher, Hörer in Prozent  
(Auswahl)

Quellen: Media-Analyse 2007 und 2006  
Zum Vergleich RegioPrint: 2007:  
Bezirksblätter 67%  
Salzburger Woche 60%



30.04.2008

pp@plaikner.at

42

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Quelle: Media-Analyse 2007. Tägliche Reichweite, Salzburger Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren



## Tageszeitungen

	Netto-Reichweite	in 1000	in %
1.	Kronen Zeitung	188	42,5
2.	SN-Salzbürger Nachrichten	177	40,1
3.	Der Standard	18	4,0
4.	Die Presse	11	2,5
5.	Kurier	9	1,9
6.	Wirtschaftsblatt	3	0,6
7.	Kleine Zeitung	2	0,4
8.	OÖN-OÖ Nachrichten	1	0,1
9.	TT-Tiroler Tageszeitung	1	0,1
10.	VN-Vbg. Nachrichten	0	0,1

30.04.2008

pp@plaikner.at

43

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Wochenende/-zeitung



<input type="checkbox"/>	Salzburger Woche	66,2%	292.000
<input type="checkbox"/>	Salzburger Fenster	58,4%	257.000
<input type="checkbox"/>	Sonntag-Krone	53,4%	236.000
<input type="checkbox"/>	Samstag-SN	53,1%	234.000
	Woche/Fenster	80,3%	354.000
	Nachrichten/Woche	75,7%	334.000

Quelle: Media-Analyse 2007. Wochenend- und Wochen-Reichweite, Salzburg, Bevölkerung ab 14.

30.04.2008

pp@plaikner.at

44

---

---

---

---

---

---

---

---

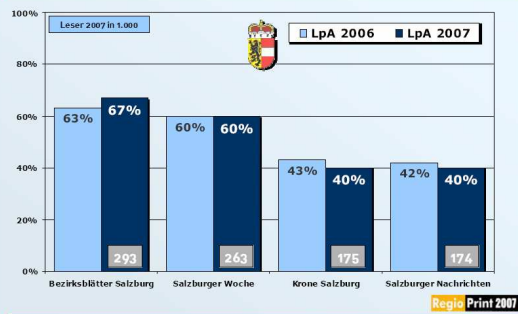
---

---

---

---

## Reichweiten und Leser in Salzburg



28. August 2007

5.597 CASI-CAPI-Interviews von GfK Austria & IFES

18

30.04.2008

pp@plaikner.at

45

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Reichweiten in % Salzburg

Reichweite 2007	Salzburger Nachrichten	Kronen Zeitung	Trend	Gewinn	Wirtschaftsblatt	Geo	News	Der Standard	Profil	a3ECO
Salzburg	438	67	60	40	40					
Geschlecht										
Männer	211	64	58	42	42					
Frauen	227	76	62	38	38					
Alter										
14-29 Jahre	107	57	48	37	38					
30-49 Jahre	167	86	81	42	39					
50 und mehr Jahre	164	73	67	42	41					
Sozialschichten										
Schicht A/B	145	63	67	33	51					
Schicht C	183	69	61	46,5	39					
Schicht D/E	113	66	61	40	26					
Schulbildung										
Höhere Schule	97	61	53	36	26					
Weiterführend ohne Matura	245	79	62	48	37					
Matura/Ost	96	64	64	24	61					
Ortsgröße										
Bis 5.000 EW	174	63	70	41	39					
6.000 +	264	78	58	38	41					
Übliche werberelevante Zielgruppen										
14-29 Jahre	107	57	48	37	38					
14-49 Jahre	274	84	66	39	39					
Frauen 14-49 Jahre	127	76	61	37	38					
Männer 14-49 Jahre	127	58	51	40	40					
ASC 14-49 Jahre	239	82	58	38	41					
HöHf. 14-59 Jahre	172	72	63	41	40					

Horizontale Profilierung

salzburg: 05/10/2007

Software: ZERVICEMarkIT 5.0 GmbH

30.04.2008

pp@plakner.at

46

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Quelle: LAE 2007, Leser pro Ausgabe. **Grundgesamtheit:** 35.373 wirtschaftl. Entscheidungsträger in Salzburg; Fallzahl 293.

## Entscheidungsträger

	Netto-Reichweite	in 1000	in %
1.	Salzburger Nachrichten	25	71,4
2.	Kronen Zeitung	14	40,8
3.	Trend	11	29,7
4.	Gewinn	10	27,2
5.	Wirtschaftsblatt	7	19,6
6.	Geo	7	19,5
7.	News	6	18,0
8.	Der Standard	5	14,6
9.	Profil	5	13,8
10.	a3ECO	5	13,1

30.04.2008

pp@plakner.at

47

---

---

---

---

---

---

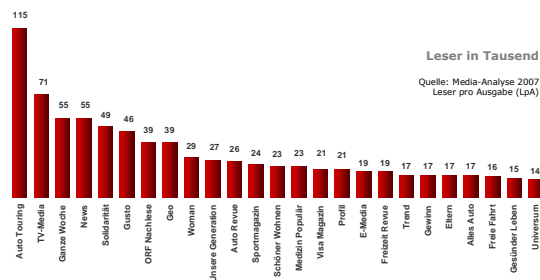
---

---

---

---

## Magazine Salzburg



30.04.2008

pp@plakner.at

48

---

---

---

---

---

---

---

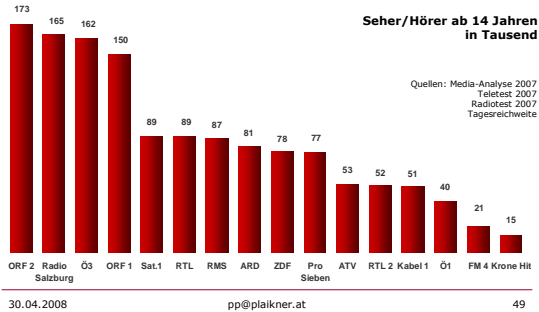
---

---

---



# Radio & TV Salzburg



### Radio-Tagesreichweiten und Marktanteile, Salzburg

Station	Tagesreichweiten							Marktanteile						
	2.HJ 2004	1.HJ 2005	2.HJ 2005	1.HJ 2006	2.HJ 2006	1.HJ 2007	2.HJ 2007	2.HJ 2004	1.HJ 2005	2.HJ 2005	1.HJ 2006	2.HJ 2006	1.HJ 2007	2.HJ 2007
10+ (Montag-Sonntag)														
ORF Radios gesamt	72,6	73,3	75,6	72,1	74,1	73,1	73,3	79,7	79,7	79,7	80,1	80,1	80,1	81,1
Ö3	39,0	38,1	37,8	36,6	37,2	36,9	38,0	32,3	30,3	28,3	31,1	33,1	33,1	33,1
Radio Salzburg	35,4	36,6	36,9	37,7	35,7	35,9	36,1	37,3	39,4	42,4	40,3	38,3	39,3	39,3
Antenne Salzburg	13,9	13,8	15,9	15,7	14,2	13,9	14,1	11,1	13,1	11,1	13,1	11,1	11,1	11,1
Osterreich 1	8,1	8,4	8,2	7,4	8,0	8,7	8,7	5,6	6,6	4,4	5,5	5,5	5,5	5,5
FM4	5,6	5,2	4,0	3,1	5,5	5,2	4,7	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3
KRONE HIT	3,8	2,2	2,4	2,4	3,1	3,8	3,3	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Welle 1 (Salzburg)*	8,0	6,9	7,3	7,3	6,7	6,4	5,8	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3
Radio Arabella*	-	-	-	-	-	-	1,4	-	-	-	-	-	-	-
14-49 (Montag-Sonntag)														
ORF Radios gesamt	70,8	72,9	72,9	70,2	73,2	71,7	68,5	72,7	75,7	74,7	76,7	76,7	77,7	77,7
Ö3	49,8	51,2	49,9	49,0	50,4	50,9	49,5	41,1	38,1	42,1	43,1	46,1	46,1	46,1
Radio Salzburg	23,2	24,5	26,9	24,4	24,0	23,6	23,0	20,2	24,2	22,2	24,2	21,2	23,2	23,2
Antenne Salzburg	17,3	17,3	19,8	21,9	16,9	17,0	18,5	13,1	15,1	13,1	17,1	14,1	13,1	17,1
FM4	8,8	8,2	6,2	4,7	9,0	7,2	7,7	5,4	4,4	4,4	5,4	4,4	4,4	4,4
Osterreich 1	6,2	6,2	5,5	4,4	4,0	6,2	5,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4
KRONE HIT	6,2	3,5	3,5	2,7	4,6	5,4	4,6	2,4	3,4	1,4	3,4	3,4	3,4	3,4
Welle 1 (Salzburg)*	12,7	7,6	11,2	10,8	10,5	10,2	9,8	5,8	5,8	6,8	7,8	5,8	5,8	5,8
Radio Arabella*	-	-	-	-	-	-	0,8	-	-	-	-	-	-	-

\* Lokale Sender, Wert gilt für Verbreitungsgebiet, aktuelle Verbreitungsgebiete  
Salzburger Stadtgebiet  
Radio Arabella Salzburg (nach  
Quelle: RADIOTEST 2.HJ 2004 - 2.HJ 2007, n = je 10.000 Personen 8h

30.04.2008 pp@plaikner.at 50

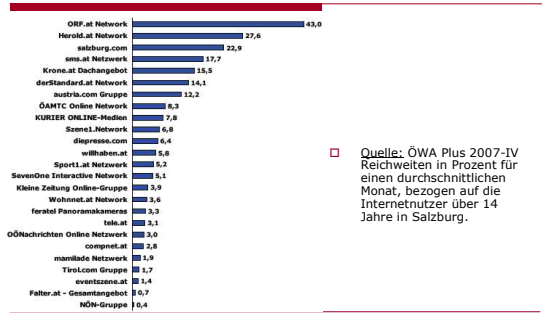
# Internet Salzburg

<b>Gestern genutzt</b>	202.000	45,7%
<b>Nutzungszweck (in den letzten vier Wochen)</b>		
<input type="checkbox"/> E-Mail	228.000	51,7%
<input type="checkbox"/> Einkaufen von Produkten	109.000	24,6%
<input type="checkbox"/> Einkaufen von Dienstleistungen	62.000	14,0%
<input type="checkbox"/> Reisen buchen	89.000	20,2%
<input type="checkbox"/> Chatten, Foren, Newsgroups	75.000	16,9%
<input type="checkbox"/> Telefonieren/Voice Over IP	37.000	8,5%
<input type="checkbox"/> Online Banking	113.000	25,6%
<input type="checkbox"/> Zugriff auf Zeitungsinhalte	108.000	24,5%
<input type="checkbox"/> Musik hören/downloaden	90.000	20,4%
<input type="checkbox"/> Spiele spielen	75.000	16,9%
<input type="checkbox"/> Herunterladen von Software	90.000	20,4%

Quelle: Media-Analyse 2007; Salzburger Bevölkerung über 14 Jahre

30.04.2008 pp@plaikner.at 51

# Online Salzburg



Quelle: ÖWA Plus 2007-IV Reichweiten in Prozent für einen durchschnittlichen Monat, bezogen auf die Internetnutzer über 14 Jahre in Salzburg.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Werbung, Gebühr Förderung & sonstiges



MARKETING CLUB SALZBURG  
BAWAG | Top 7 | Salzburg | 2008-04-29

---

---

---

---

---

---

---

---

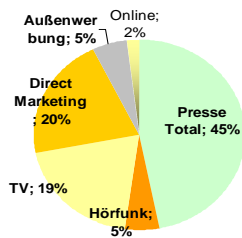
---

---

# Werbeaufwand



Bruttowerbewertung in 1000 Euro	2007	in %
<b>GESAMT</b>	<b>3.176.362</b>	
<b>Klassische Werbung Total</b>	<b>2.534.967</b>	<b>80%</b>
Kino	15.235	0%
Außenwerbung	170.896	5%
Gelbe Seiten	72.260	2%
Online	65.192	2%
<b>Hörfunk Total</b>	<b>169.939</b>	<b>5%</b>
Hörfunk ORF	112.432	4%
Hörfunk Private	57.507	2%
<b>TV Total</b>	<b>596.500</b>	<b>19%</b>
TV ORF	351.092	11%
TV Private	245.408	8%
<b>Presse Total</b>	<b>1.444.983</b>	<b>45%</b>
Tageszeitungen	722.706	23%
Reg. Wochenzeitungen	250.935	8%
Illustrierte/Magazine	340.837	11%
Fachzeitschriften	130.505	4%
<b>Direct Marketing Total</b>	<b>641.395</b>	<b>20%</b>
Klass. Prospekt	240.412	8%
Direct Mails (B2C)	289.846	9%
Zeitungsbilagen	111.137	3%



Quelle: Focus Media Research




---

---

---

---

---

---

---

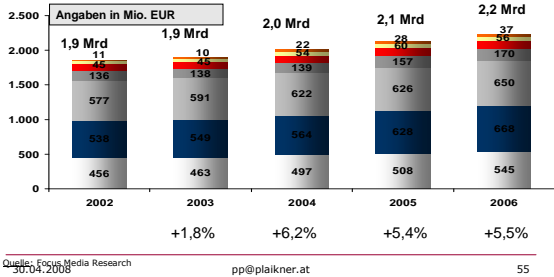
---

---

---

# Werbezuwachs

■ TV ■ Tageszeitungen ■ Magazine, WZ ■ Plakat ■ ORF-Radios ■ Privat-Radios ■ ONLINE



Quelle: Focus Media Research  
30.04.2008

pp@plaikner.at

55

# Werbeaufwand

Quelle: Focus Media Research

Bruttowerbewert in 1000 Euro	2007	2006	+/- %
<b>GESAMT</b>	<b>3.176.362</b>	<b>2.950.163</b>	<b>7,7</b>
<b>KLASSISCHE WERBUNG</b>	<b>2.534.967</b>	<b>2.327.106</b>	<b>8,9</b>
Kino	15.235	14.786	3
Außenwerbung	170.856	170.325	0,3
Gelbe Seiten	72.262	70.427	2,6
Online	65.192	36.784	77,2
<b>Hörfunk Total</b>	<b>169.939</b>	<b>169.828</b>	<b>0,1</b>
Hörfunk ORF	112.432	113.394	-0,8
Hörfunk Private	57.507	56.434	1,9
<b>TV Total</b>	<b>596.500</b>	<b>545.367</b>	<b>9,4</b>
TV ORF	351.092	343.309	2,3
TV Private	245.408	202.058	21,5
<b>Presse Total</b>	<b>1.444.983</b>	<b>1.319.589</b>	<b>9,5</b>
Tageszeitungen	722.706	658.996	8
Reg. Wochenzeitungen	250.935	212.848	17,9
Illustrierte/Magazine	340.837	321.867	5,9
Fachzeitschriften	130.505	115.878	12,6
<b>Direct Marketing Total</b>	<b>641.395</b>	<b>623.057</b>	<b>2,9</b>
Klass. Prospekt	240.412	242.127	-0,7
Direct Mails (B2C)	289.846	270.492	7,2
Zeitungsbeilagen	111.137	110.438	0,6

30.04.2008

pp@plaikner.at

56

# ORF-Finzen

Anteil Gebühr	ORF	Erträge in Millionen Euro			
	Jahr	Gebühr	Werbung	sonstige	gesamt
45,49%	1995	324,0	312,4	75,9	712,3
46,42%	1996	329,7	299,0	81,5	710,2
44,71%	1997	324,2	316,8	84,1	725,1
45,61%	1998	350,8	318,8	99,5	769,1
44,66%	1999	367,8	345,8	110,0	823,6
43,31%	2000	369,7	365,2	118,7	853,6
44,99%	2001	374,6	348,4	109,6	832,6
47,04%	2002	388,7	324,8	112,9	826,4
48,05%	2003	402,3	312,4	122,6	837,3
50,71%	2004	444,5	312,1	119,9	876,5
51,07%	2005	450,8	300,8	*) 131,1	882,7
49,92%	2006	462,8	302,0	162,3	927,1

Quelle: Ertragsaufschlüsselungen ORF-Geschäftsberichte; % aufgrund dieser Daten (abweichend von ORF-Eigenangaben).

30.04.2008

pp@plaikner.at

57

