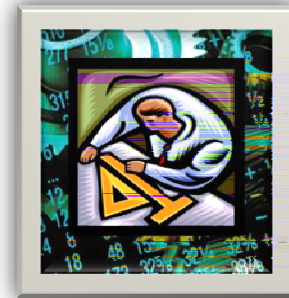




Die Kernleser als **qualitative** Manifestation von Medialeistung

Reflexionen über die „Reading Regularity“
aus der Media-Analyse 2010



g.turcsanyi@themediaconsultants.at 0043 699 111 770 72



Mai 11

Gerhard Turcsanyi g.turcsanyi@themediaconsultants.at +43 699 111 770 72

1

Die MA segmentiert den WLK in 4 Leserschaftsgruppen

- Zur Beurteilung der Regelmäßigkeit der Nutzung eines Mediums wurde 2010 die Leserschaft im WLK (weitester Leserkreis) anhand der Lesewahrscheinlichkeiten in vier Gruppen unterteilt:
 - **Kernleser** Lesewahrscheinlichkeit > 0,75 bis 1,00
 - Häufige Leser Lesewahrscheinlichkeit > 0,50 bis 0,75
 - Regelmäßige Leser Lesewahrscheinlichkeit > 0,25 bis 0,50
 - Gelegentliche Leser Lesewahrscheinlichkeit > 0,00 bis 0,25
- Eine Lesewahrscheinlichkeit von über 75% bedeutet (für Nicht-Statistiker vereinfacht):
- **Kernleser lesen mehr als 75% aller Ausgaben!**

Hohe Kernleser-Anteile indizieren eine höhere Nutzungsintensität

- Zahlreiche Studien* beweisen:
 - Große Regelmäßigkeit der Mediennutzung
 - korreliert mit einer **hohen Nutzungsintensität** und
 - gleichzeitig mit einer **stärkeren Leser-Blatt-Bindung**
 - Das bedeutet weiter:
 - Eine **längere intensivere** Beschäftigung mit einem Medium
 - **verbessert** auch die **Kontaktchancen** einer Anzeige.
-
- **Höhere Kernleser-Anteile = höhere Kontaktchancen!**

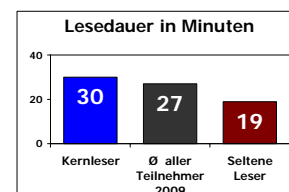
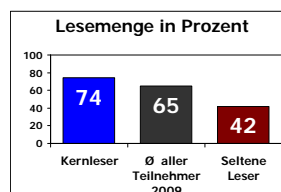


*vgl. Gerhard Turcsanyi, FOCUS-Jahrbuch 2010, Seiten 369ff



Studienübersicht

- The Power to Grow Readership Northwestern University 2001 (US)
- Pay for Attention not for Impressions, Esomar, Britta C.Ware (US)
 - „The study indicated that core readers (regelmäßige Leser) not only had greater levels of involvement with the magazin, but also higher levels of ad recall.“
- Guardian News & Media, Engagement 2006 (UK)
- Stop Watch – everything on the impact of advertisements, Belgien
 - „Ads have more impact on regular readers“.
- Internet measurement of ad noting, MRI 2009 (US)
 - „...our analysis show, that factors such as time spent reading, percentages of pages opened, number of issues out of four read and gender are “drivers” of ad noting“ .
- The Volatility Index, DraftFCB 2009 (US)
- AWA Allensbacher Werbeträger Analyse 2008, Deutschland
- ENGAGEMENT Magazin-Qualitäten 2007, Österreich
- Regioprint 2009, Österreich

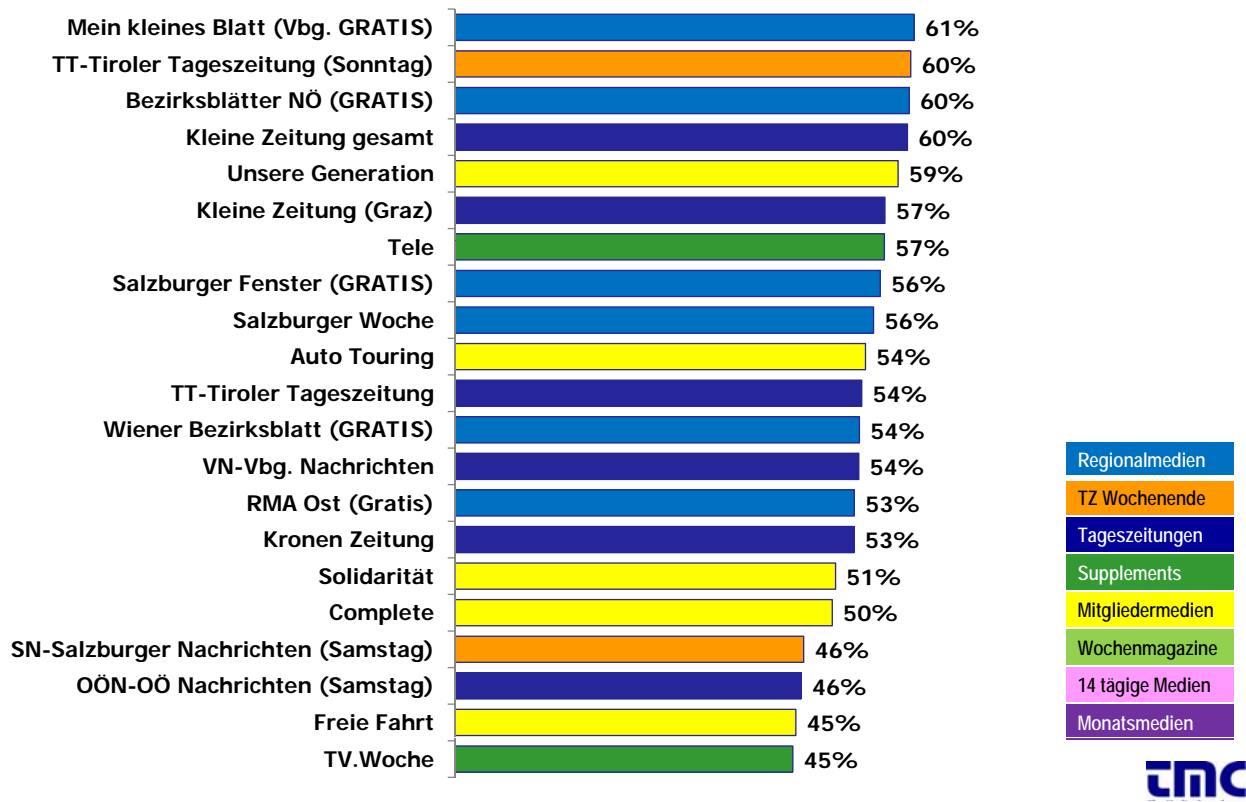


Zur Vergleichbarkeit von Kernleser-Anteilen

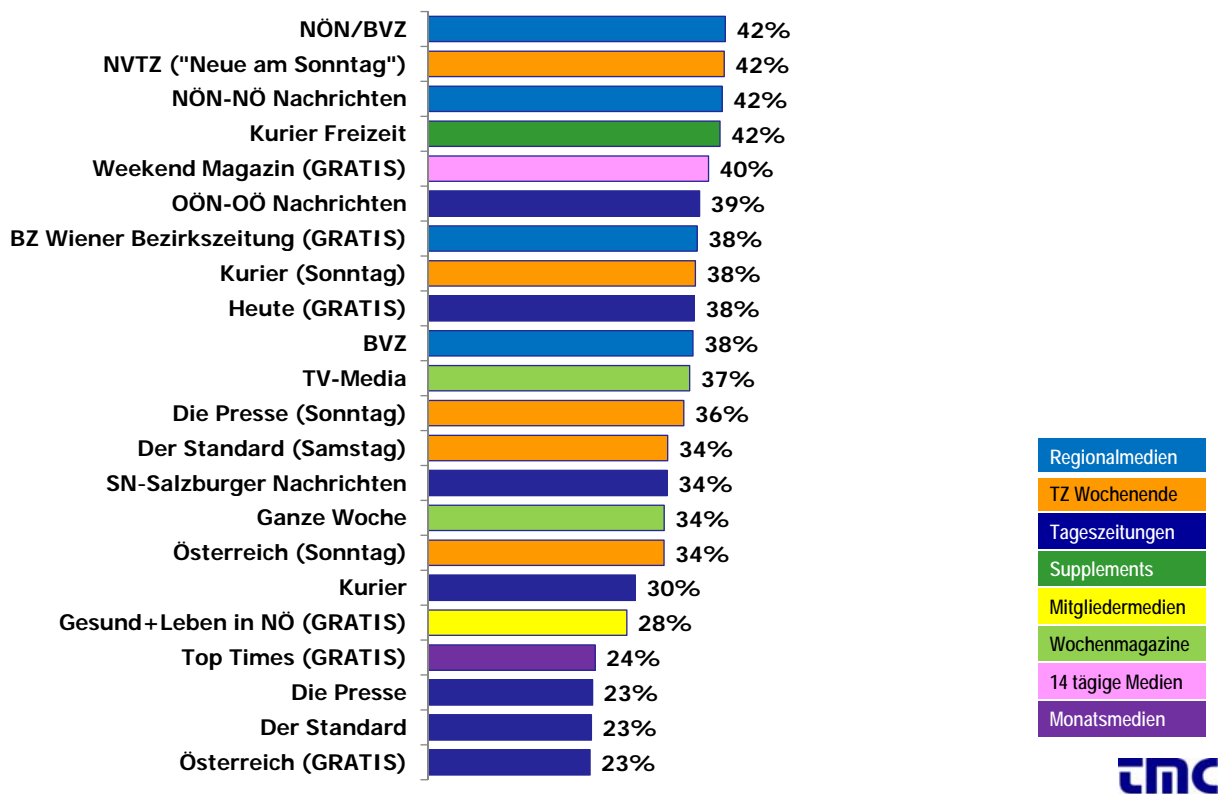
- Bedingt durch die in der MA nach Erscheinungsweise unterschiedlichen WLK-Definitionen
 - Tageszeitungen 7 Tage, Wochenmedien und TZ WE 3 Monate, 14 tg. 6 Monate, Monatsmedien 12 Monate
- dürfen Vergleiche der Lese-Regelmäßigkeit **fairerweise** immer nur
- **zwischen Medien gleicher Erscheinungsweise**
- gemacht werden.
- Nur dann können die Kernleser-Unterschiede als valide Indikatoren interpretiert werden für:



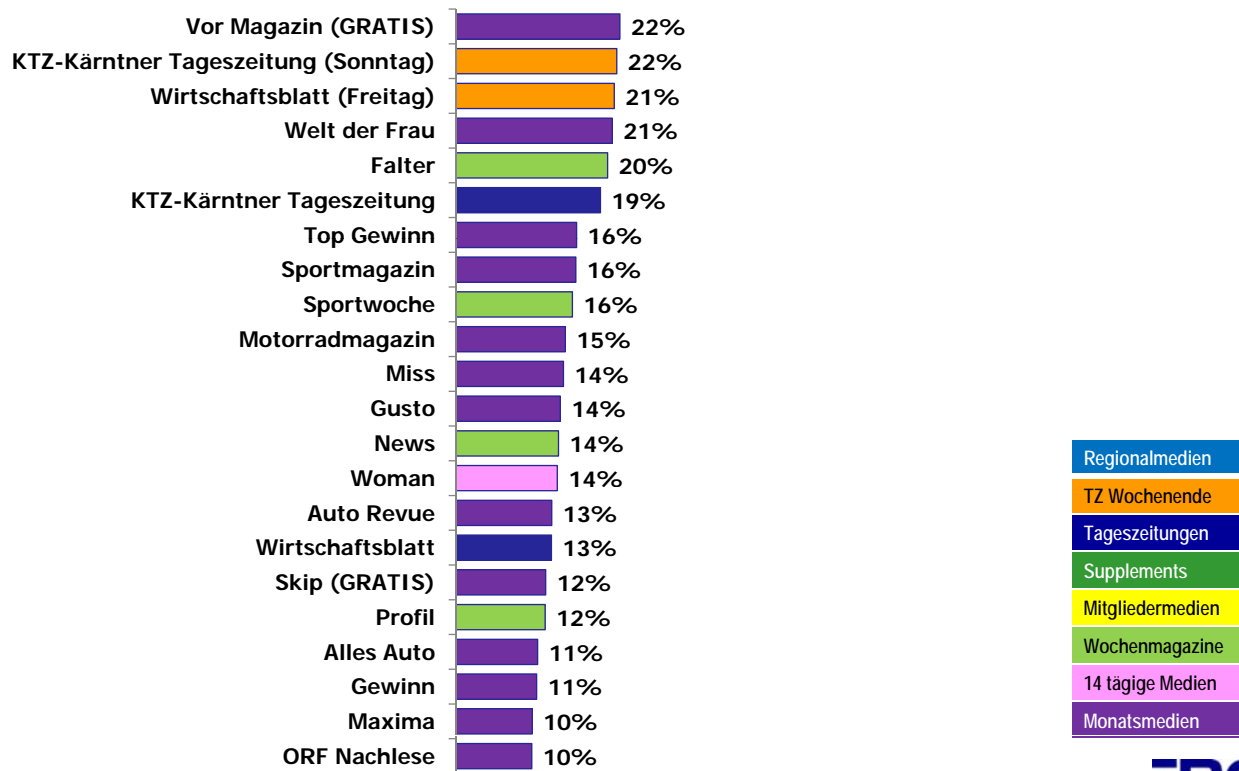
Kernleseranteile 61- 45% (Tageszeitungen, Mitgliedermedien)



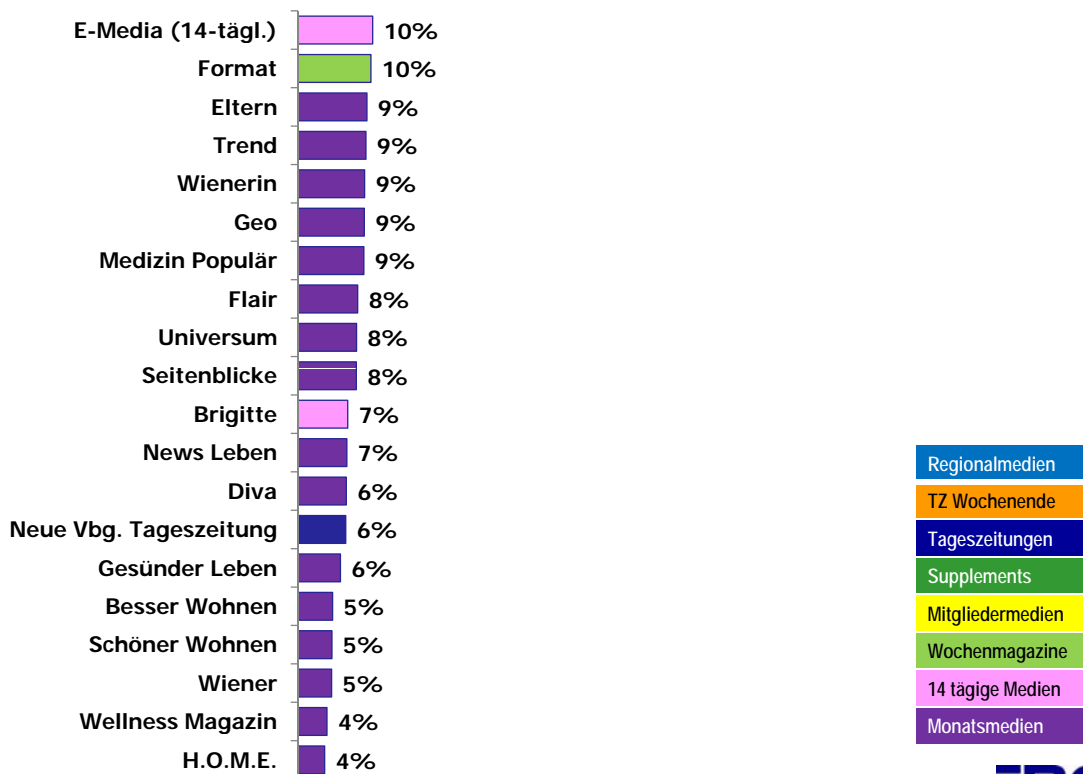
Kernleseranteile 42-23% (kleinere TZ, 2 Wochenmedien)



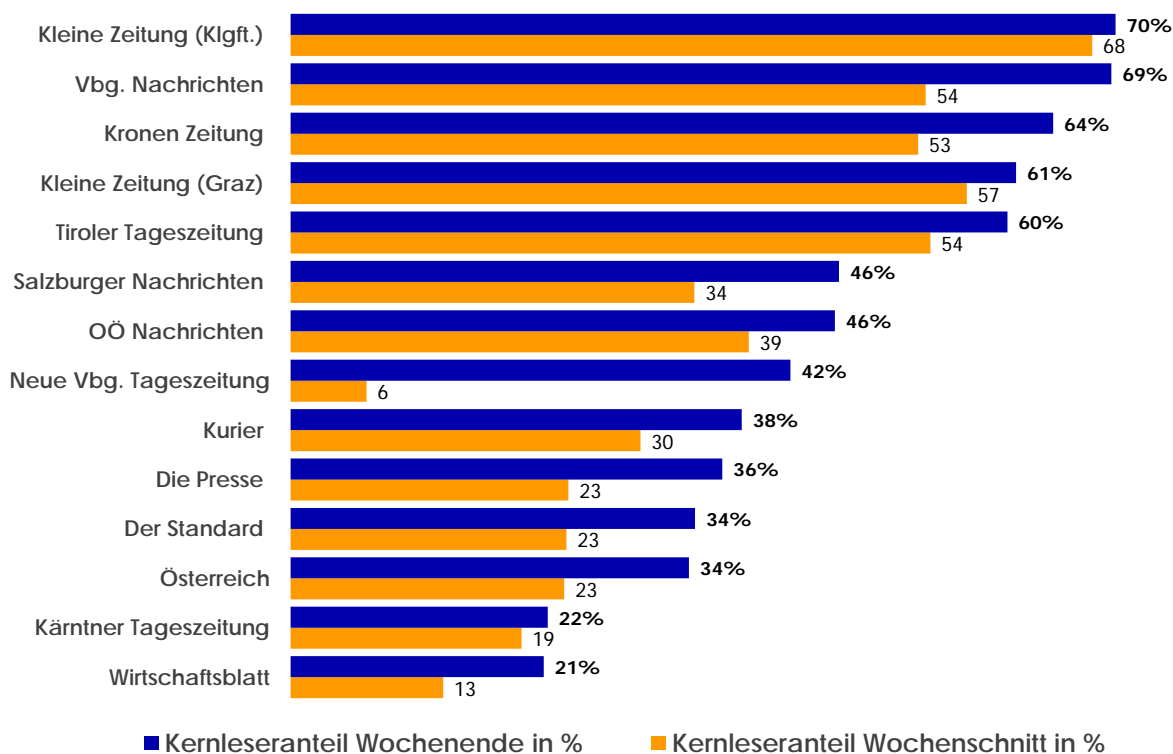
Kernleseranteile 22-10% (4 Wochenmagazine, Monatsmedien)



Kernleseranteile 10-4% (Monatsmedien)



Tageszeitungen werden am Wochenende regelmäßiger gelesen



Quelle: MA 2010



...und sind reichweitenstärker und häufig auch effizienter

| Media-Analyse 2010 | Preis basis | Kosten in Euro | Netto reichweite in % | TKP Euro | WE Medien index |
|---------------------------------------|-------------|----------------|-----------------------|----------|-----------------|
| Kronen Zeitung (Sonntag) | 1/1 4c | 31.960 | 47,6 | 9,5 | 100 |
| Kronen Zeitung | 1/1 4c | 31.484 | 38,9 | 11,4 | 127 |
| SN-Salzburger Nachrichten (Samstag) | JP 4c | 9.772 | 4,4 | 31,2 | 100 |
| SN-Salzburger Nachrichten | JP 4c | 8.613 | 3,6 | 34,0 | 109 |
| Kurier (Sonntag) | JP 4c | 16.000 | 10,7 | 21,0 | 100 |
| Kurier | JP 4c | 14.500 | 8,1 | 25,2 | 107 |
| VN-Vorarlberger Nachrichten (Samstag) | JP 4c | 5.746 | 2,9 | 27,5 | 100 |
| VN-Vbg. Nachrichten | JP 4c | 5.298 | 2,6 | 29,2 | 106 |
| Kleine Zeitung gesamt (Sonntag) | 1/1 4c | 22.165 | 12,7 | 24,6 | 100 |
| Kleine Zeitung gesamt | 1/1 4c | 21.382 | 12,0 | 25,0 | 102 |
| Der Standard | JP 4c | 11.740 | 5,3 | 31,4 | 100 |
| Der Standard (Samstag) | JP 4c | 14.990 | 6,7 | 31,4 | 100 |
| OÖN-OÖ Nachrichten | JP 4c | 8.599 | 4,8 | 25,2 | 99 |
| OÖN-OÖ Nachrichten (Samstag) | JP 4c | 9.858 | 5,5 | 25,3 | 100 |
| TT-Tiroler Tageszeitung | JP 4c | 7.777 | 3,9 | 27,7 | 94 |
| TT-Tiroler Tageszeitung (Sonntag) | JP 4c | 8.960 | 4,3 | 29,3 | 100 |
| Die Presse | JP 4c | 11.292 | 3,8 | 41,6 | 94 |
| Die Presse (Sonntag) | JP 4c | 12.988 | 4,1 | 44,3 | 100 |
| Österreich | 1/1 4c | 16.720 | 9,6 | 24,6 | 93 |
| Österreich (Sonntag) | 1/1 4c | 21.900 | 11,7 | 26,4 | 100 |



Zusammenfassung

- **Regionale Medien** und **Tageszeitungen mit vielen Abos** haben die höchsten Anteile an treuen Lesern
- **Tageszeitungs-Supplements** werden regelmäßiger genutzt als ihre Trägermedien
- Auch **Mitgliedermedien** werden von ihren Lesern regelmäßiger genutzt
- **Überregionale Tageszeitungen** haben deutlich weniger regelmäßige Leser
- **TV-Media** und die **Ganze Woche** zeigen die mit Abstand höchsten KL-Anteile aller klassischen Kaufmedien
- **Wochenmagazine** werden fast immer regelmäßiger gelesen als Monatmedien
- Das trifft ebenso zu auf die **Wochenend-Ausgaben** der Tageszeitungen im Vergleich zum Wochenschnitt



Empfehlungen

1. Bei Medien **gleichen** Typs und **gleicher** Erscheinungsweise
 - definiert ein höherer Kernleser-Anteil
 - eine **höhere Anzeigen-Kontaktchance**
2. Damit kann ein KL als **direkter TKP-Gewichtungsfaktor** herangezogen werden
3. Falls nicht fixe Angebots-Zeiträume dies verhindern, sind die Wochenend-Ausgaben von Tageszeitungen **aus drei Gründen kampagneneffizienter**
 - Sie bieten in vielen Fällen niedrigere TKPs und immer
 - eine höhere Lese-Regelmäßigkeit
 - Außerdem zeigen deutsche Untersuchungen eine deutlich intensivere Nutzung am Sonntag

vgl. zB BamS "Werbewirkung am Sonntag"



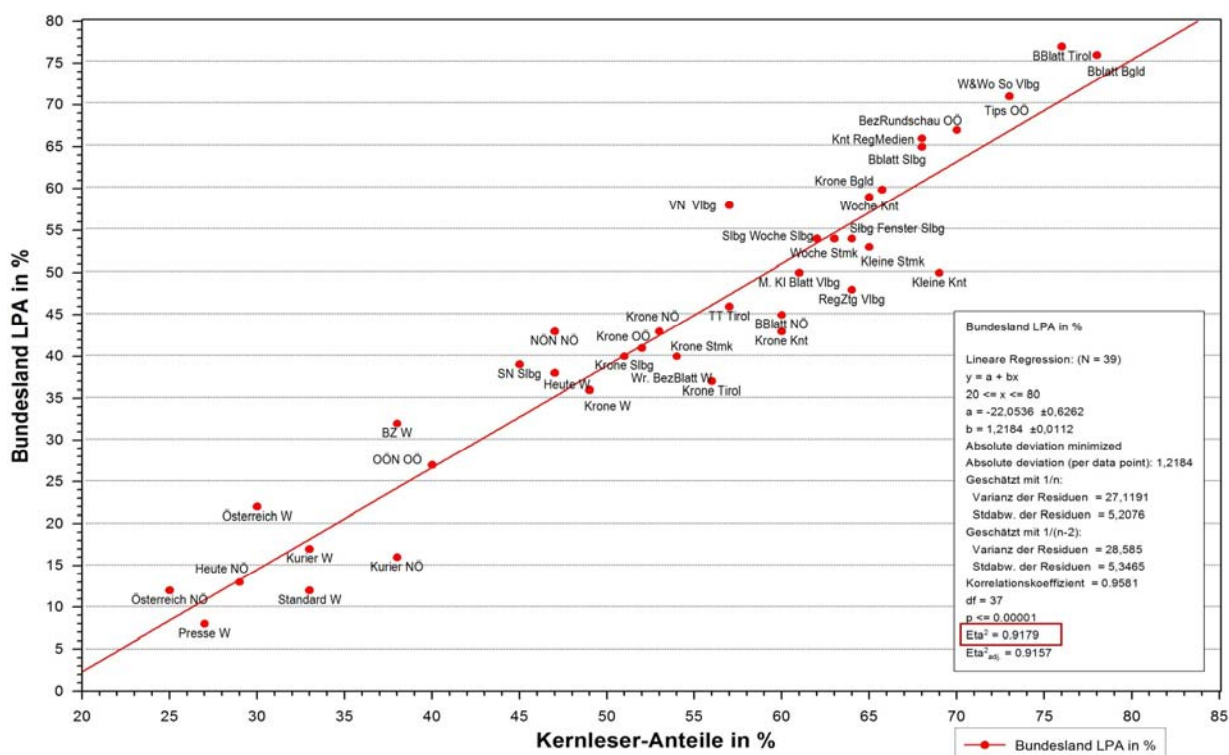
EXKURS ÜBER DEN ZUSAMMENHANG ZWISCHEN DEN LESERZAHLEN UND DER LESE-REGELMÄSSIGKEIT

Beeinflußt die Lese-Regelmässigkeit auch die Reichweite?



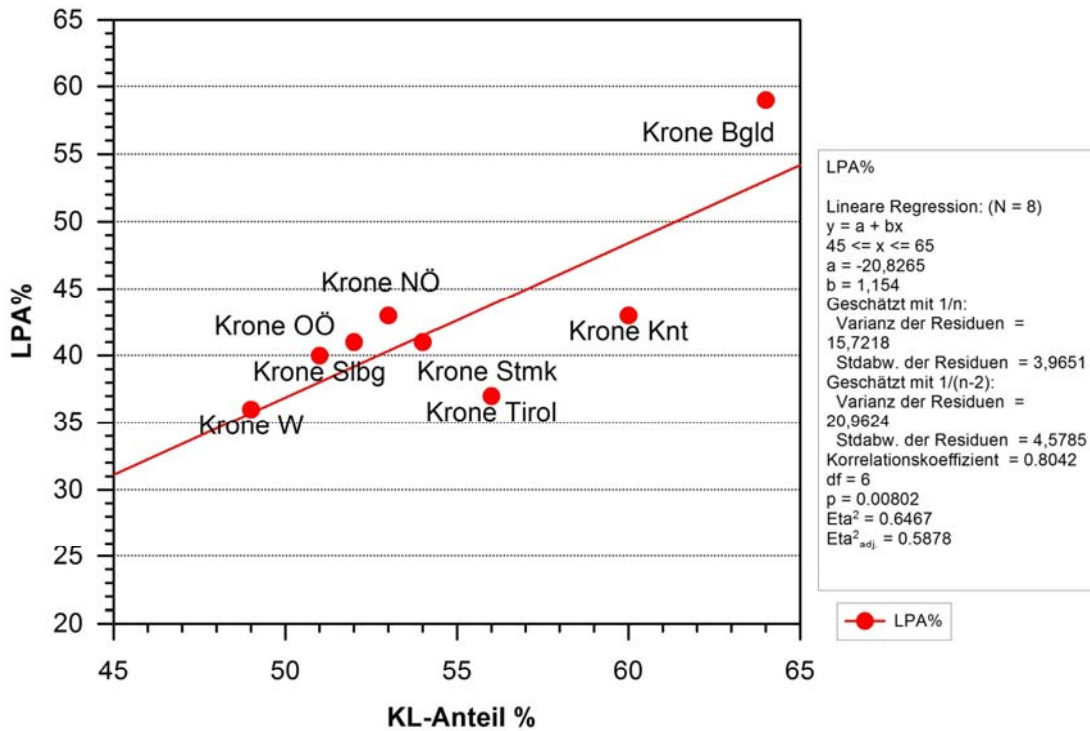
Hohe Reichweite = viele Kernleser **ODER** Viele Kernleser = hohe Reichweite?

MA 2010: Hoher Zusammenhang von Bundesland-Reichweiten und Lese-Regelmässigkeit



Ähnlicher Zusammenhang bei den Krone Regionalausgaben

MA 2010: Krone Bundesland-LpAs vs Kernleser



Ein ähnliches Bild bei den Magazinen

MA 2010: LpAs vs Kernleser-Anteile für Magazine

