



# Konzept zur unabhängigen Reichweiten und Struktur-Messung von Migranten- Medien in Österreich



# Wer wir sind:

---

- **Markus Hartl**, Geschäftsführer [m.hartl@themediaconsultants.at](mailto:m.hartl@themediaconsultants.at)
- TMC unabhängige Mediaberatung (seit 1988)
  - Involviert in alle großen österreichischen Printstudien
    - Media Analyse, Regio Print, CAWI-Print
- **Mag. Helmut Kammerzelt**, Studiengangsleiter [helmut.kammerzelt@fh-stpoelten.ac.at](mailto:helmut.kammerzelt@fh-stpoelten.ac.at)
- Fachhochschule St. Pölten – Media- & Kommunikationsberatung
  - Konzepte für neue innovative Mediastudien
- **Robert Theuermann**, Research [robert.theuermann@mediahausaustria.at](mailto:robert.theuermann@mediahausaustria.at)
- Mediahaus Austria ([media.at](http://media.at) – größte Mediaagentur Österreichs)

- Mediengruppe: Omnimedia, Mediaselect, MediaRelations, Internationale Anbindung durch MPG Mediahaus Austria
- Mitarbeiter: 55 MitarbeiterInnen
- Umsatz 2007: € 290.000.000

- Kunden (Auswahl):



# Position Mediaagentur



Vermarkter



Mediaagentur

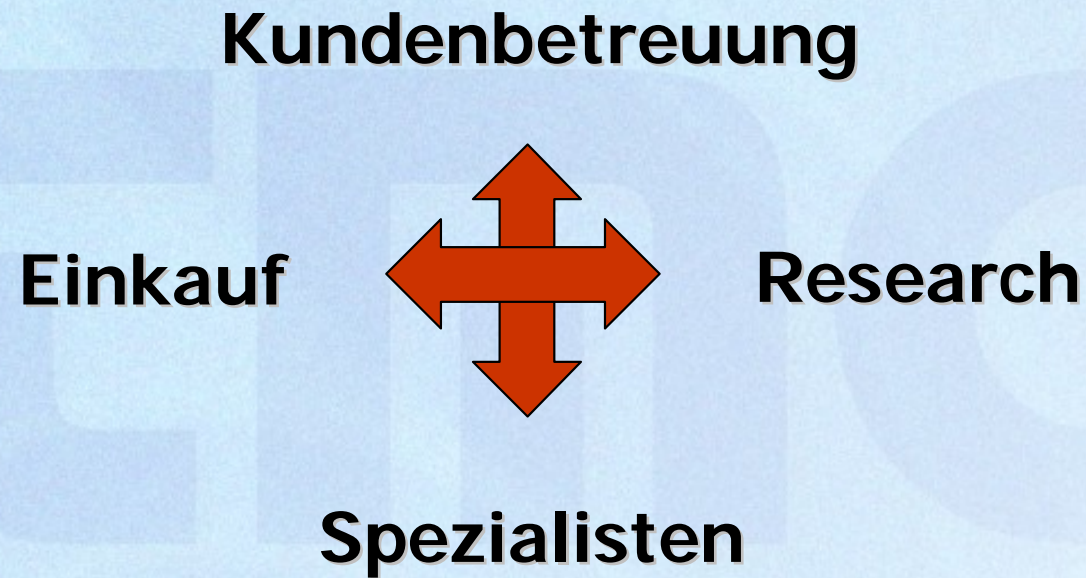


Kunden



# Funktionen Mediaagentur

---



# Aufgabenbereiche

---

- Kundenbetreuung
  - Wettbewerbs- und Zielgruppenanalyse
  - Strategische Planung
  - Reporting
- Einkauf
  - Buchungsabwicklung
  - Verrechnung
  - Reporting
- Research
  - Bewertungen von Angeboten
  - Aufbereitung Entscheidungsgrundlagen
  - Medienforschung

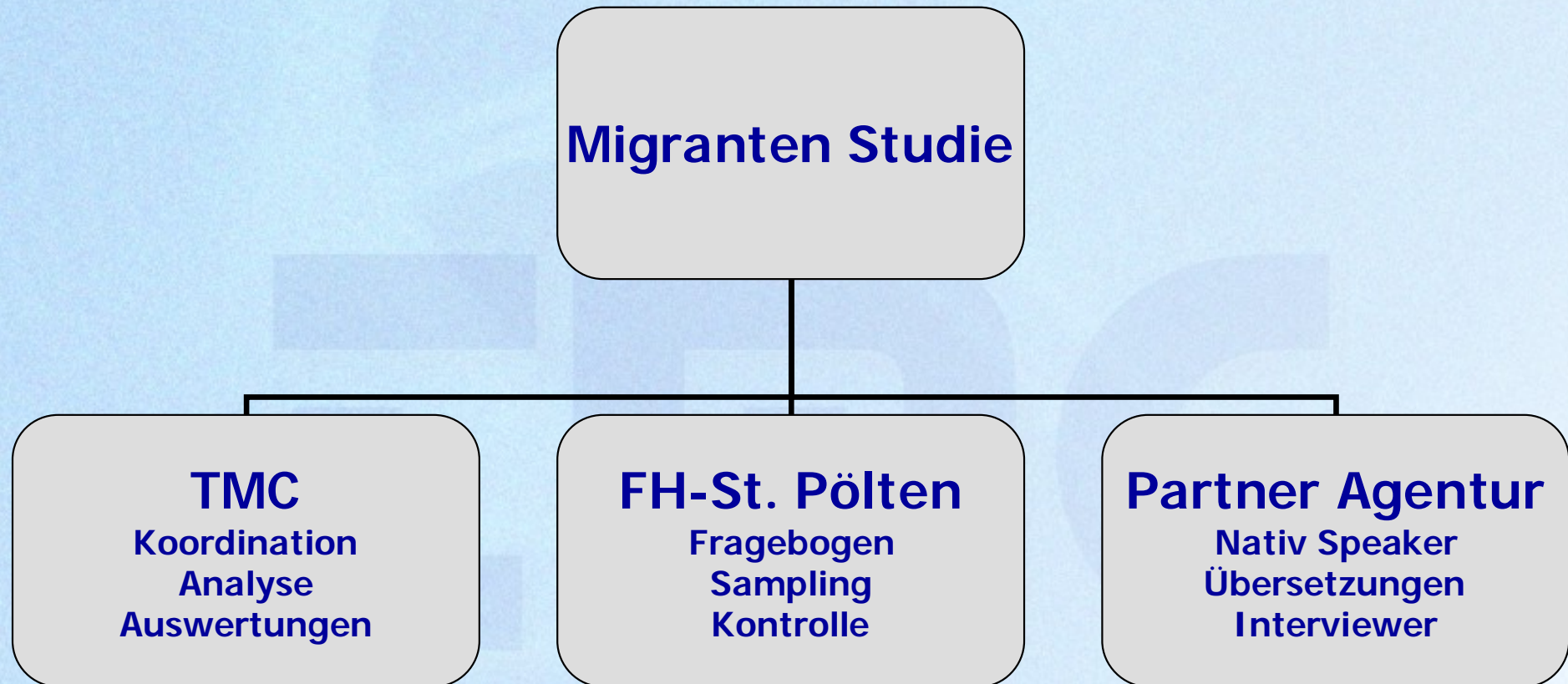
# Idealvorstellung

---

- **Ein** Ansprechpartner für alle Migranten-Medien
  - Professionalität, Kompetenz
  - Arbeits-, Zeit-, Kostenersparnis
  - Flexibilität,
- **Eine** Studie
  - Ausweis Reichweiten
  - Infos Leser/Nutzerstruktur (Alter, Wohnort, Einstellungen, ...)
  - Medienverhalten

## Voraussetzung **erfolgreiche Vermarktung**

- Schaffung **WIN-WIN**-Situationen



# Ziel = Reichweiten und Strukturdaten

---

- Studie zum Mediaverhalten dieser Bevölkerung in Österreich
  - Migranten ohne Staatsbürgerschaft
  - Mit Staatsbürgerschaft 1. und 2. Generation
- Strukturdaten
  - Männer – Frauen
  - Alter
  - Interessen
- Mediadaten
  - Print (inkl. österreichische Titel)
  - TV (inkl. österreichische Sender)
  - Internet
  - Outdoor
  - Radio

# Finanzierung – Migranten Medien in Österreich

---

- Teilnahmekosten (für das erste Medium): € 3.000,-
  - Für jedes weitere Medium eines Vermarkters/Anbieters: € 1.000,-
- Die Ergebnisse werden in persönlichen Einzelpräsentationen besprochen
- Ausweisungs- und Vermarktungskosten: € 500,-
  - Gedruckter Berichtsband (ca. 3.000 Stück – wird gratis der werbetreibenden Wirtschaft zur Verfügung gestellt, jedes Medium ist mit einer Doppelseite vertreten und erhält 150 Stück)
  - Presseaussendungen
  - Präsentation bei Mediaagenturen

# Leistungen FH-St. Pölten und TMC

---

- Konzeption und Koordination der Studie
- Fragebogenerstellung
- Samplezusammenstellung nach Bundesländer
- Schulung der Interviewer
- Kontrolle der Interviews
- Prüfung der Ergebnisse
- Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse
- Präsentation der Ergebnisse in Einzelgesprächen
- Pressekonferenz (in Kooperation)
- Präsentation bei Mediaagenturen

# Nutzen und Einsatz

---

- ... ist eine optimale **Verkaufsunterstützung** für das Anzeigenmarketing.
- ... liefert Informationen für **Marketing, Vertrieb und Werbung**.
- ... zeigt **Leserpotentiale** nach Zielgruppen auf.
- ... beschreibt die Leserschaft auch für **redaktionelle Zwecke**.
- ... ist auf die Bedürfnisse und **Anforderung der Teilnehmer** abgestimmt.

# Next Steps

---

- Sammeln der Kontaktdaten
- Info Heft
  - Auflage ca. 3.000 Stück
  - Gratis für die Werbetreibende Wirtschaft und den Mediaagenturen
  - Druckkostenbeitrag pro Vermarkter
- Studienkoordination

