

L-WERT

Der neue Leistungswert der Tageszeitungen

L-WERT

„Der in den Methodengremien der ag.ma unter besonderer Mitwirkung der Nutzer entwickelte L-Wert stellt ab sofort der Mediaplanung einen Kontaktwert zu Verfügung, der lückenlos und lokal präzise die Leistungen der Tageszeitungen abbildet“.

Ulrich Becker
Vorstand Tageszeitungen der ag.ma
im Mai 2009

DER L-WERT: DER NEUE LEISTUNGSWERT DER DEUTSCHEN TAGESZEITUNGEN

Warum ein neuer Leistungswert?

Die Mediaanalyse Tageszeitungen liefert auf Basis der Landkreise und für die Großstädte präzise Reichweitenwerte für die regionale Bewertung der Leistung der Tageszeitungen. Für die lokale Planung bzw. für kleinräumige Filialplanungen reichen die Fallzahlen der ma Tageszeitungen, trotz der immensen Gesamtzahl von nahezu 140.000 Fällen, oft nicht für eine valide, personenbezogene Bewertung der Planleistung aus. Aus diesem Grund erfolgen kleinräumige Planungen bislang auf Basis der IVW-Verbreitungsanalyse, wobei dann für die Planbewertung auf weniger aussagekräftige Abdeckungswerte wie den Haushaltsindex ausgewichen werden musste.

Ziel: Vereinigung der Stärken der ma Tageszeitungen und der IVW-Verbreitungsanalyse

Diese Lücke schließt nun der L-Wert, der neue Leistungswert für die deutschen Tageszeitungen. Er vereint über ein nachvollziehbares Rechenmodell die Stärken der ma Tageszeitungen (Reichweiten-Währung) und der IVW-VA (Auflagen-Währung) und liefert für jede in der Mediaanalyse Tageszeitungen ausgewiesene Belegungseinheit und für jede Gemeinde in Deutschland, für die die IVW-Verbreitungsanalyse eine Gebietsauflage ausweist, nachvollziehbare und personenbezogene Leistungswerte, sprich brutto hochgerechnete Kontaktdaten.

Lwie LEISTUNG

METHODIK DES L-WERT

Derzeit stehen für die Tageszeitungs-Anzeigenbelegungseinheiten folgende Leistungswerte zur Verfügung: die Nutzungswahrscheinlichkeiten als Reichweitenwert pro Befragungsperson der ma Tageszeitungen und die verkaufte Auflage am Ort aus der IVW-Verbreitungsanalyse, die bis zu den kleinsten Gemeinden hinunter reicht.

Das 3-stufige Justierungsmodell zur Berechnung des L-Werts sieht vor, dass die in der ma befragten Gemeinden für die nichtbefragten Gemeinden stellvertretend Informationen liefern.

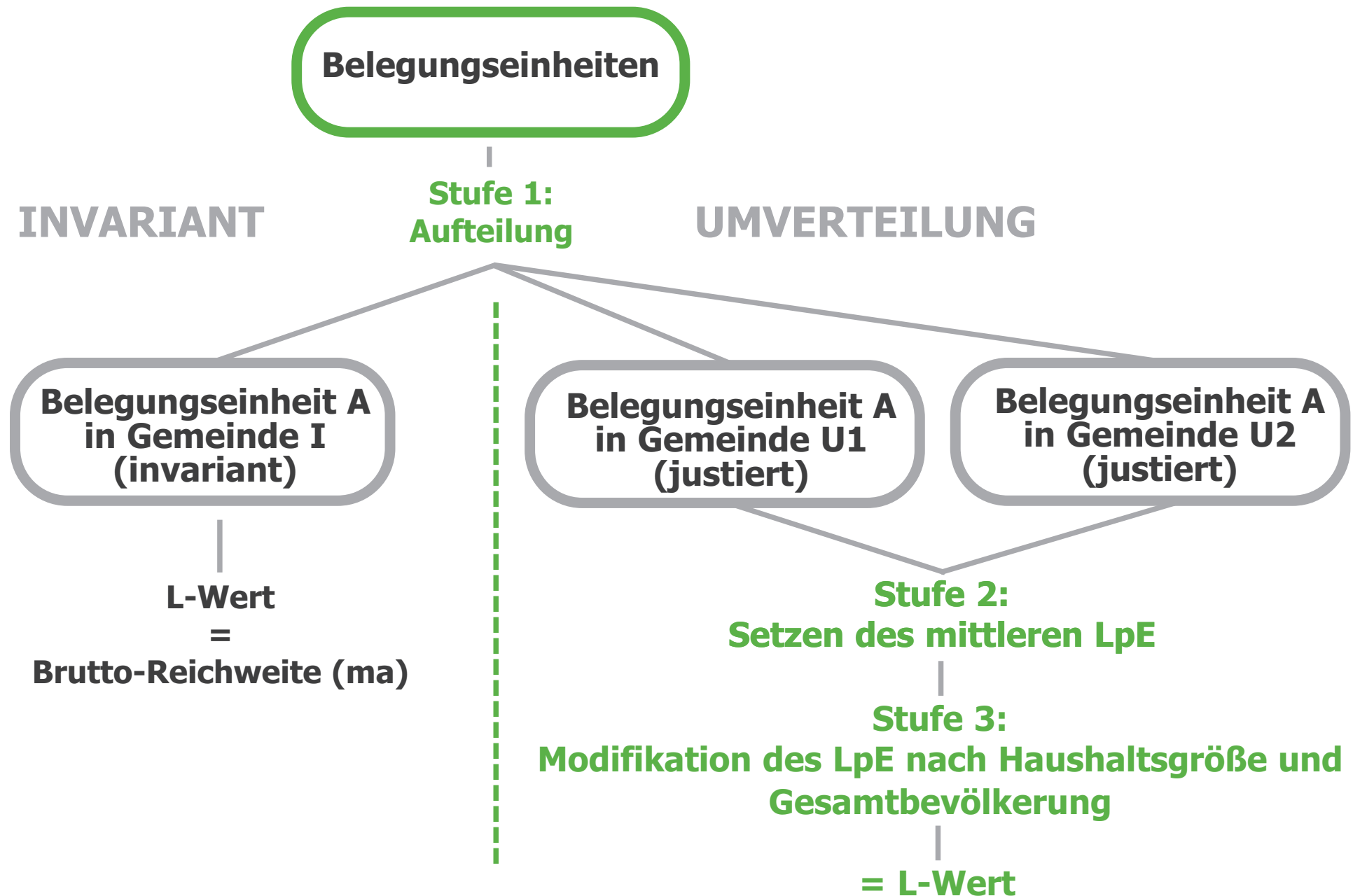
Stufe 1: In hinreichend großen Gemeinden (invariante Gemeinden) bleiben Titel mit einem hohem WLK (Weitester Leserkreis) im Vergleich zur ma Tageszeitungen unverändert. D.h. in Gemeinden ab 100.000 Einwohner werden die Belegungseinheiten mit mindestens 60 Fällen im WLK im Vergleich zur ma Tageszeitungen konstant gehalten.

Stufe 2: Für alle anderen Gemeinden wird aus Auflage und ma-Kontaktsumme für jede Anzeigen-Belegungseinheit ein mittlerer LpE (Leser pro Exemplar) berechnet, der dann auf jede Gemeinde, in der diese Belegungseinheit Auflage hat, übertragen wird. Auf diese Weise werden für alle Gemeinden mit Auflage Leser (in Form von Brutto-Kontakten) ausgewiesen.

Stufe 3: Im nächsten Schritt erfolgt eine Justierung an die jeweiligen Haushaltsgrößen, um das Stadt/Land-Gefälle auszugleichen, sowie eine finale Anpassung an die Obergrenze der jeweiligen Gesamtbevölkerung.

Lwie LEISTUNG

DREI STUFEN DER L-WERT-BERECHNUNG



BEISPIEL: VERÄNDERUNG DURCH DIE JUSTIERUNG EINER BELEGUNGSEINHEIT

Gemeinde A ist invariant, d.h. ausreichend groß und hat genügend Fälle im WLK. Hier wird der L-Wert im Vergleich zur ma konstant gehalten.

Für die Gemeinden B, C und D, für die L-Werte berechnet werden sollen, wird für die Muster-Belegungseinheit von einem mittleren LpE von 3,7 ausgegangen.

In Gemeinde B und Gemeinde C fanden Interviews statt und Auflage ist vorhanden. Gemeinde B werden Kontakte auf Basis eines in Stufe 3 justierten L-Wert-LpE von 3,6 zugewiesen. Bei Gemeinde C kommt es durch die geringe Fallzahl zu einem nicht plausiblen ma-LpE von 6,1. Durch die L-Wert-Justierung in Stufe 3 wird daraus ein LpE von 3,8.

In Gemeinde D fand keine Befragung statt, d.h. es gibt keine Reichweite aber Auflage. Die Gemeinde bekommt folglich Kontakte zugewiesen, basierend auf dem mittleren LpE von 3,7. Dieser wird in Stufe 3 durch Anpassung an die Haushaltsgröße auf 4,1 Leser pro Exemplar justiert.

Gemeinde	Dt. Bevölkerung 14+	Haushaltsgröße*	Auflage	Leser lt. ma	LpE lt. ma	Stufe 2: Leser justiert	Stufe 2: LpE justiert	Stufe 3: Leser justiert	Stufe 3: LpE justiert
Gemeinde A (invariant)	180.000	1,64	40.000	104.000	2,6	104.000	2,6	104.000	2,6
Gemeinde B (justiert)	17.000	1,96	3.500	11.200	3,2	13.009	3,7	12.692	3,6
Gemeinde C (justiert)	8.000	2,08	1.400	8.500	6,1	5.204	3,7	5.388	3,8
Gemeinde D (justiert)	1600	2,19	400	0	0	1.487	3,7	1.621	4,1

* Die mittlere Haushaltsgröße (HHG) im Kreis wird gebildet aus der auflagen-gewogenen HHG der Einzelgemeinden (in diesem Beispiel 2,0).

DER L-WERT IN DER PLANUNG

Der L-Wert wurde vollständig in die Agentur-Planungsprogramme wie RegioMDS und GTI integriert. Das heißt, dass jeder Planer zukünftig entscheiden kann, ob er Gebiete und Titellisten auf Basis der klassischen Auflagenwerte der IVW-Verbreitungsanalyse und/oder der Leserschaftsbezogenen Daten des L-Werts auswerten will.

Lokal präzise Leistungswerte bei Tageszeitungen in der Praxis am Beispiel von „Zwiesel“:

Für den Urlaubsort „Zwiesel“ im Bayerischen Wald (rund 8.500 dt. Einwohner in rund 4.500 dt. Haushalten) lagen bisher für die dort marktführende Ausgabe der Passauer Neuen Presse folgende Leistungswerte vor:

Auflage am Ort:	2.450 Exemplare
Marktanteil:	81,8 % (gemessen am Markt der Tageszeitungen)
Haushaltsabdeckung/-index:	54,7 %
Reichweite (Netto) und Kontakte (Brutto) lt. ma TZ:	aufgrund der geringen Größe und nicht ausreichenden Fallzahlen liegen keine aussagekräftigen Werte vor

Neu, mit dem L-Wert sind ab sofort präzise, personenbezogene Leistungswerte verfügbar:

Leser lt. L-Wert (Brutto-Kontakte):	5.818 L-Wert-Kontakte
L-Wert-Leseranteil in %:	68,7 % (Anteil der erreichten Bevölkerung über 14 Jahre)

Lwie LEISTUNG

Die Tageszeitungen in der



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

www.ag-ma.de



MEHR INFOS UNTER WWW.L-WERT.DE