



## Leistungsnachweis **BERLINER WOCHE**

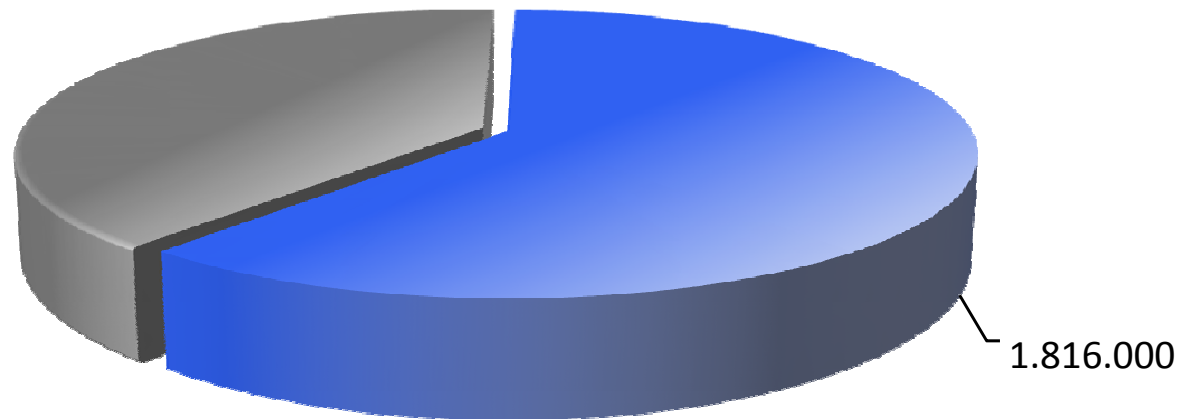
Ergebnisse aus der aktuellen Leseranalyse 2010  
der Berliner Wochenblatt Verlag GmbH

# Methodensteckbrief

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige deutsche und ausländische Bevölkerung in Privathaushalten im Stadtgebiet Berlin ab 14 Jahren (2,97 Mio.)
Datenerhebung:	Face-to-face-Interviews im Haushalt der Befragten anhand eines vollstrukturierten Fragebogens mit Titelformen mit Original-Logos
Erhebungszeitraum:	17. Mai 2010 – 27. Juni 2010
Stichprobengröße:	1.752 Fälle netto. Repräsentativ für die Grundgesamtheit; Zufallsstichprobe nach Random-Route, Auswahl der Befragungspersonen nach Schwedenschlüssel-Verfahren.
Durchführung:	MMA - Media Markt Analysen, Frankfurt/Main <ul style="list-style-type: none"><li>• 100-prozentiges Tochterunternehmen der GfK Gruppe Nürnberg</li><li>• seit Jahrzehnten beteiligt an den Reichweitenanalysen im Bereich der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma)</li><li>• langjährige Erfahrung in regionalen Print-Reichweitenstudien</li><li>• die Geschäftsführerin, Dr. Eva-Maria Hess, ist Mitglied im Ausschuss der ZAW Richtlinien und eingebunden in Gremien zur Konzeption und Methodik in der Media-Analyse (ma)</li></ul>
Auftraggeber:	Berliner Wochenblatt Verlag GmbH

# Reichweite Weitesten Leserkreis (WLK) netto

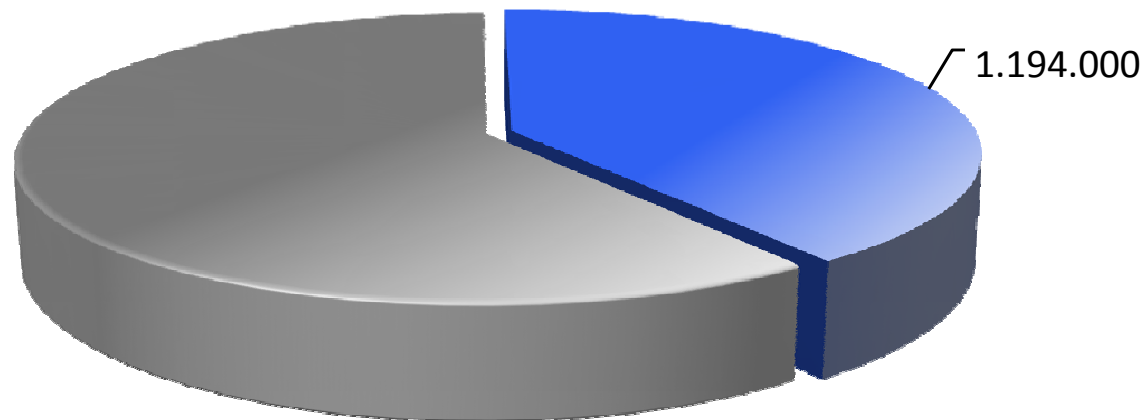
1.816.000 Leser in Berlin



Von den 2.970.000 deutschsprachigen Berlinern ab 14 Jahre lesen 1.816.000 Personen mindestens eine der letzten 12 Ausgaben der Berliner Woche bzw. des Spandauer Volksblattes. Das ist eine Reichweite von 61%.

# Reichweite Leser pro Ausgabe (LpA) netto

Wöchentlich 1.194.000 Leser in Berlin



Von den 2.970.000 deutschsprachigen Berlinern ab 14 Jahre lesen 1.194.000 Personen wöchentlich die Berliner Woche bzw. das Spandauer Volksblatt.  
Das ist eine Reichweite von 40%.

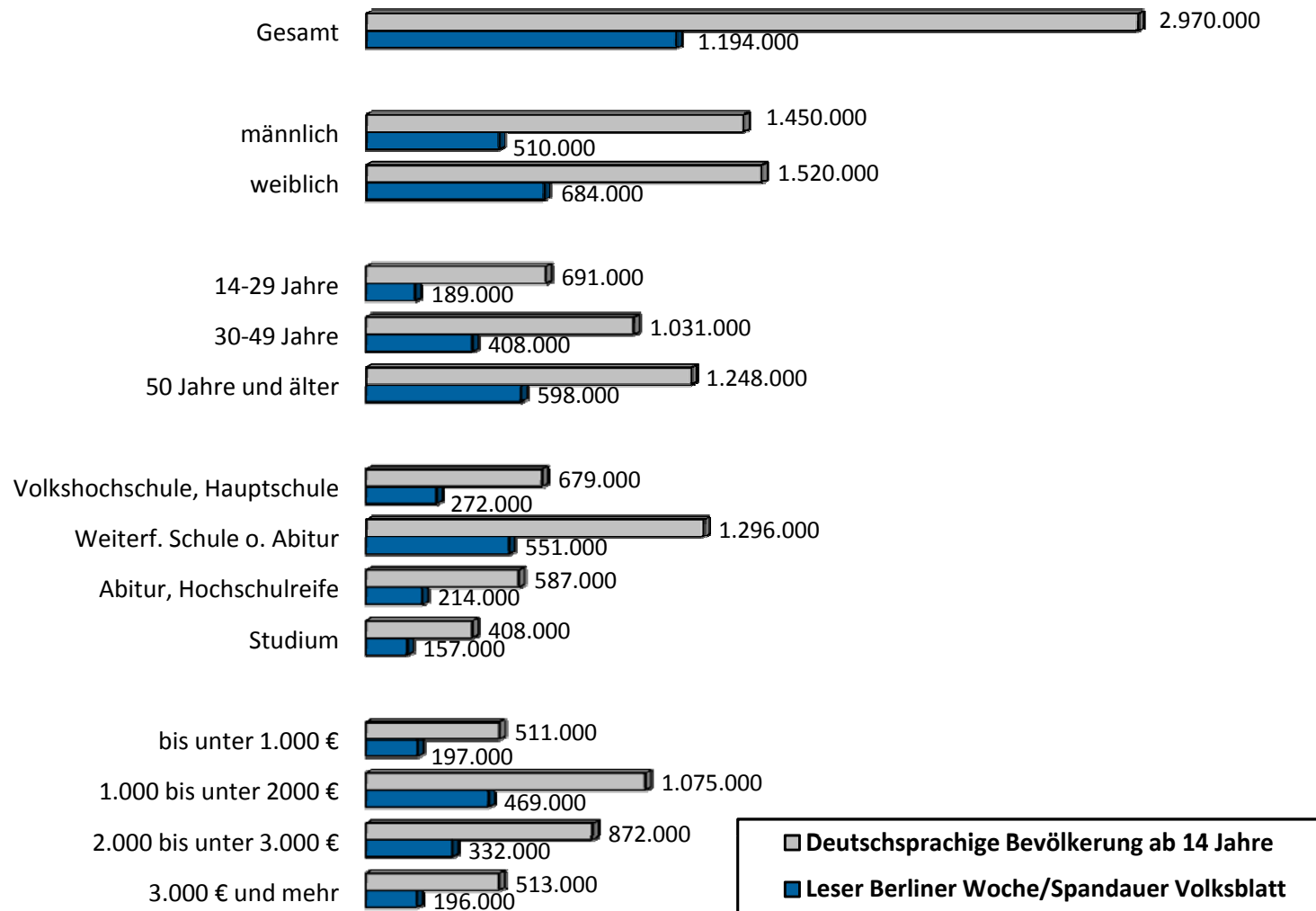
# Soziodemografische Strukturen in Berlin

Bevölkerungs- und Leserdaten, Leser pro Ausgabe (LpA) netto

Basis	Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre		Leser Berliner Woche / Spandauer Volksblatt	
	absolut	in %	absolut	in %
	2.970.000		1.194.000	
<b>Geschlecht</b>				
männlich	1.450.000	49%	510.000	43%
weiblich	1.520.000	51%	684.000	57%
<b>Alter</b>				
14-29 Jahre	691.000	23%	189.000	16%
30-49 Jahre	1.031.000	35%	408.000	34%
50 Jahre und älter	1.248.000	42%	598.000	50%
<b>Schulbildung</b>				
Volkshochschule, Hauptschule	679.000	23%	272.000	23%
Weiterführende Schule ohne Abitur	1.296.000	44%	551.000	46%
Abitur, Hochschulreife	587.000	20%	214.000	18%
Studium (Hochschule, Universität, Akademie, Polytechnikum)	408.000	14%	157.000	13%
<b>Haushalts-Nettoeinkommen</b>				
bis unter 1.000 €	511.000	17%	197.000	17%
1.000 bis unter 2000 €	1.075.000	36%	469.000	39%
2.000 bis unter 3.000 €	872.000	29%	332.000	28%
3.000 € und mehr	513.000	18%	196.000	16%

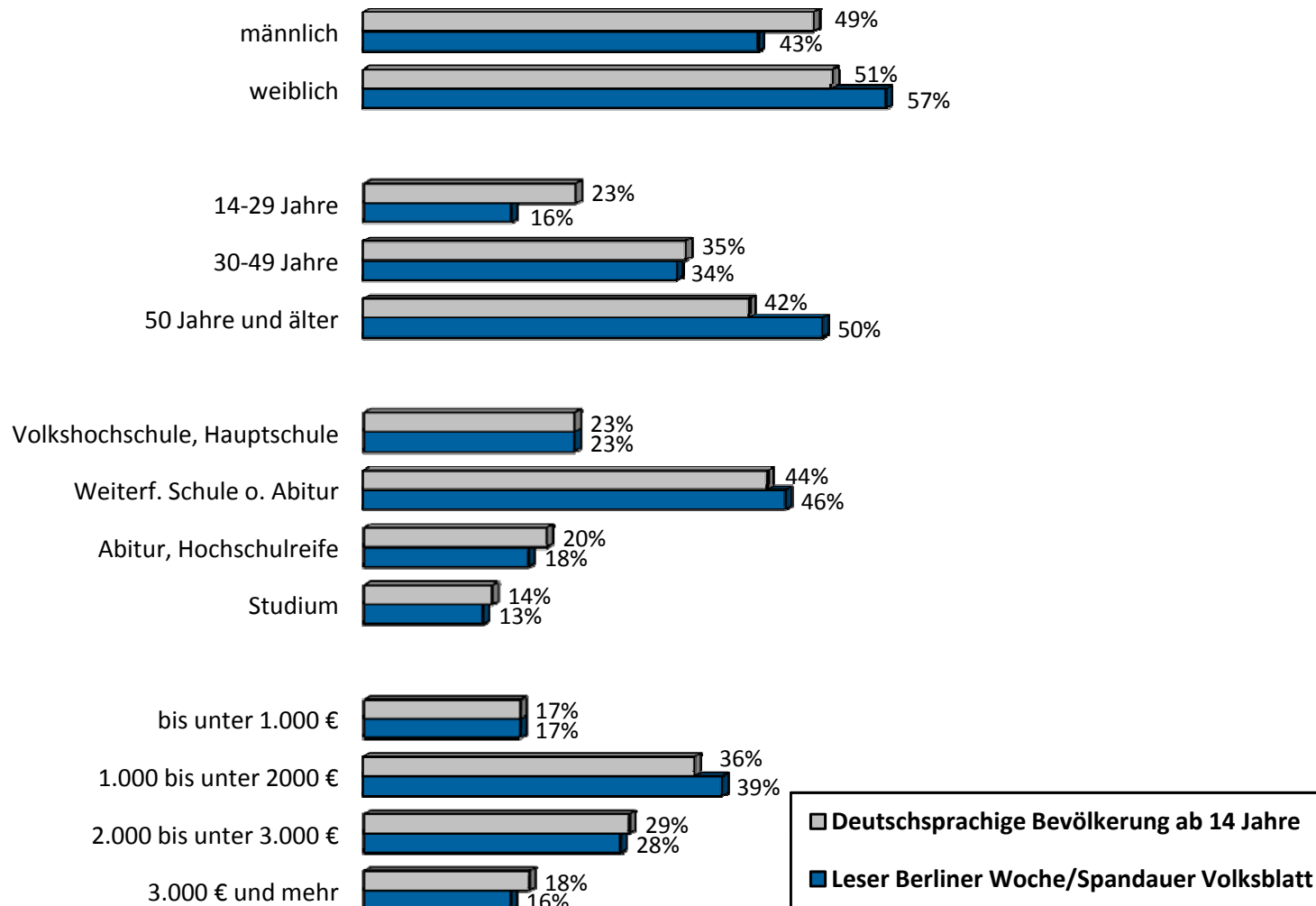
# Soziodemografische Strukturen in Berlin

Bevölkerungs- und Leserdaten, Leser pro Ausgabe (LpA) netto, absolute Zahlen



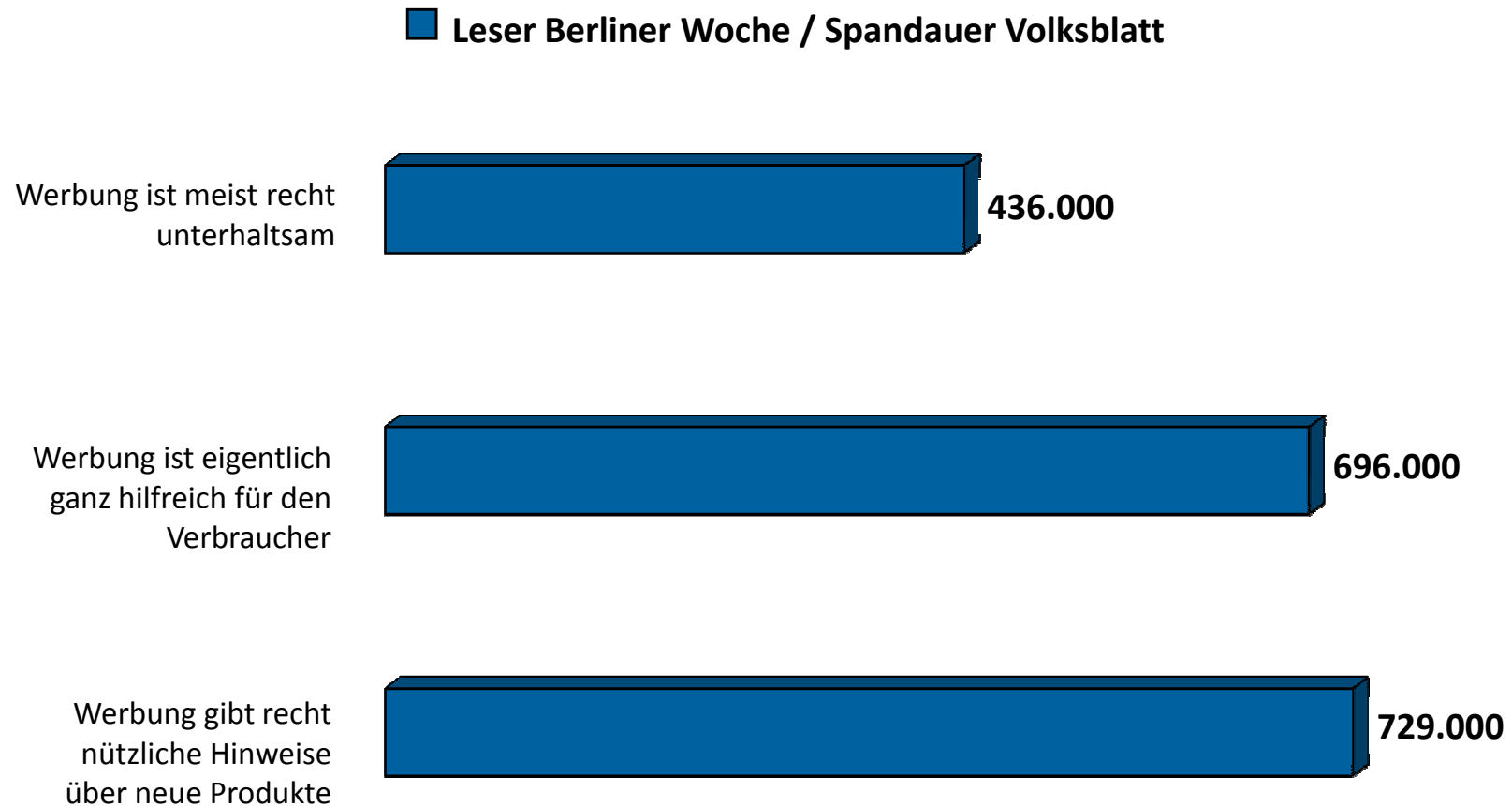
# Soziodemografische Strukturen in Berlin

Bevölkerungs- und Leserdaten, Leser pro Ausgabe (LpA) netto, in %



# Hohe Werbeakzeptanz bei Berliner Woche-Lesern

Basis: Leser pro Ausgabe (LpA) netto



# Verwendete Begriffe der Mediaforschung /-planung

## Reichweite

Größe einer Nutzergruppe eines Werbeträgers (hier: Leser einer Anzeigenzeitung) kann in unterschiedlichen Varianten angegeben werden, wie z.B.: Weitester Leserkreis (WLK), Leser pro Nummer (LpN) oder Leser pro Ausgabe (LpA).

## WLK

Weitester Leserkreis, beschreibt jene Anzahl an Personen, die das Printprodukt zumindest einmal innerhalb der letzten zwölf Erscheinungsintervalle, d.h. bei wöchentlich erscheinenden Titeln innerhalb der letzten drei Monate, gelesen haben.

## LpN

Leser pro Nummer. Abgefragter Wert über die Leserschaft eines Titels im letzten Erscheinungsintervall, d.h. bei wöchentlichen Titeln innerhalb der letzten 7 Tage. Der LpN ist gleichzeitig die Basis für die Berechnung des Leser pro Ausgabe.

## LpA

Leser pro Ausgabe. Bezeichnet die Leserschaft einer durchschnittlichen Ausgabe eines Printproduktes. Im Gegensatz zum erhobenen LpN wird der LpA berechnet. Hierbei wird den im 12-fachen Erscheinungsintervall abgefragten zwölf gelesenen Ausgaben des Printproduktes eine unterschiedliche Lesewahrscheinlichkeit zugewiesen und im Verhältnis zum abgefragten LpN eine Berechnung durchgeführt.

## Stadtbezirke Berlin nach Definition MA Print

In der Folge der Berliner Bezirksreform von 2001 lassen sich die klassischen Berliner Ost und West Bezirke nicht mehr eindeutig abgrenzen, da die neuen Bezirke Mitte und Friedrichshain-Kreuzberg sowohl aus ehemaligen Ost- als auch West Bezirken bestehen. Daher werden die Berliner Bezirke in der Definition MA Print als Zentrum, Ost und West ausgewiesen.

Zum Bereich Zentrum zählen die Kommunalbezirke Mitte und Friedrichshain-Kreuzberg, zum Bereich Ost die Kommunalbezirke Pankow, Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf und Treptow-Köpenick, zum Bereich West die Kommunalbezirke Charlottenburg-Wilmersdorf, Reinickendorf, Spandau, Steglitz-Zehlendorf, Tempelhof-Schöneberg und Neukölln.

# Leistungsnachweis Berliner Woche

Fragen zur Leseranalyse 2010  
beantworten wir Ihnen gerne!

Tel.: (030) 259 17 84 24  
marketingservice@berliner-woche.de

Ihr Berliner Wochenblatt Verlag