

MEDIEN-AUFLAGENKONTROLLE

der Verlage

**Mediaprint
VERLAGSGRUPPE NEWS**

1. Was ist die Medien-Auflagenkontrolle?

Die Medien-Auflagenkontrolle M.A.K.NEU ist, ähnlich der ÖAK (Österreichische Auflagenkontrolle), eine periodische Auflagendarstellung von Printprodukten. Die veröffentlichten, von einem Wirtschaftsprüfer kontrollierten Daten dienen der Werbewirtschaft und den Mitbewerbern. Vorerst stellen die Verlage Mediaprint und VERLAGSGRUPPE NEWS ihre Daten nach dieser Methode dar.

2. Warum gibt es die M.A.K.NEU?

Mediaprint und die VERLAGSGRUPPE NEWS sind aus der ÖAK ausgetreten, weil aus ihrer Sicht Teile der ÖAK-Bestimmungen nicht marktgerecht sind. Sie haben gemeinsam die M.A.K.NEU erarbeitet, die auch die bisherige M.A.K. der VERLAGSGRUPPE NEWS ersetzt. Die M.A.K.NEU ist grundsätzlich auch für andere Verlage offen.

3. Wann, wie und wo erscheint die M.A.K.NEU?

Sie erscheint halbjährlich zum gleichen Termin wie die ÖAK-Veröffentlichung und stellt die bereits durch den Wirtschaftsprüfer kontrollierten Auflagen des jeweiligen Kalender-Halbjahres dar. Als zusätzliches Service für die Werbewirtschaft werden, analog zur MA (Media-Analyse), auch die rollierenden Jahreswerte angegeben (erstmalig für 2007). Weiters werden zur leichteren Vergleichbarkeit alle Auflagenwerte zusätzlich in Prozent der Druckauflage (=100 %) ausgewiesen.

Veröffentlicht wird die M.A.K.NEU im Internet unter www.makneu.at sowie auf den Homepages der obigen Verlage bzw. von deren Produkten.

4. Kann die M.A.K.NEU mit früheren ÖAK-Werten verglichen werden?

Auch wenn die Gesamtstruktur der M.A.K.NEU ÖAK-nahe ist, kann es in einzelnen Bereichen zu signifikanten Abweichungen kommen. Ein Vergleich mit ÖAK-Werten ist daher grundsätzlich nicht möglich.

5. Was sind die Vorzüge der M.A.K.NEU?

Die **Auflagenstruktur** ist in der M.A.K.NEU klar gegliedert, die Begriffe sind leicht verständlich. Dies gilt gleichermaßen für Kauf- und Gratismedien. Dadurch wird ein Höchstmaß an Transparenz und Übersichtlichkeit erreicht.

In der M.A.K.NEU erfolgt eine klare Definition und **Trennung von Kauf- und Gratismedien** – auch bei Teilbelegungseinheiten (Mutationen).

Der **Begriff „Verbreitung“** als Summe von verkauften und Gratis-Exemplaren fällt weg, da Letztere bei Kauf- und Gratismedien unterschiedlich gewichtete Bedeutung haben.

Es werden die Auflagen im **Erlösbereich 30 % – 100 %** dargestellt. Die ÖAK-Erlösgruppen 30 % – 50 % und 51 % – 99 % entfallen, da sie wenig Bedeutung haben. Zusätzlich werden als **Qualitätskriterium die Auflagenteilmenen im Erlösbereich 80 % – 100 %** dargestellt. Es wird vom tatsächlichen Abgabepreis ausgegangen, d. h., Rabatte und sonstige Preisnachlässe sind bereits berücksichtigt, der aufwendige Nachweis lt. ÖAK entfällt.

Die **Bezahlung von Abos** muss nach drei Monaten nachgewiesen werden (bei ÖAK erst nach vier Monaten).

Bei **Abo-Vorteilsangeboten** dürfen Gratislieferungen als Naturalrabatt nur bis zu **50 % des Verpflichtungszeitraumes** geliefert werden, bei der ÖAK bis zu 70 %. Sonstige Zugaben werden durch das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) geregelt, der aufwendige Nachweis der Beschaffungskosten entfällt.

Der **Sonntags-SB-Verkauf** (Selbstbedienung statt ÖAK-Stummer Verkauf) wird nicht, wie bei der ÖAK, automatisch der 100 %-Erlös-Kategorie zugezählt. Die härtere M.A.K.NEU-Lösung erfordert die Offenlegung des SB-Erlöses. Entsprechend der speziellen, am Sonntag zwangsläufigen Angebotsform gilt ein **Mindesterloes von 10 % des Sonntag-Copy-Preises**, der auch bei geringeren Stückerlösen zur Verkaufsberechnung herangezogen wird. Durch eine verschärfte Kontrolle des SB-Erlöses (physischer Geldfluss und Verbuchung) ergeben sich realistische Verkäufe, die restlichen Entnahmen werden als Freixemplare gewertet.

Beim **Groß-Verkauf** gibt es eine neue Kategorie **Einzelzugestellte Exemplare**. Weiters entfällt die ÖAK-Beschränkung von 1.500 Exemplaren pro Rechnungsempfänger, dafür ist der Groß-Verkauf (mit Ausnahme der Bord-, Lesezirkel- und Hotelexemplare) **mit 10 % bei Tageszeitungen und mit 30 % bei Magazinen auf Basis der verkauften Auflage beschränkt**.

Auch Kaufprodukte gliedern ihre Gratisauflage entsprechend der Auflagenstruktur. Bei gratis verteilten Exemplaren wird als neue Untergliederung die **Zielgruppen-Verteilung** ausgewiesen.

Die komplizierte 5%-Regelung bezüglich Ausgaben mit außerordentlich erhöhter Auflage entfällt bei der M.A.K.NEU.