

Österreich wurde häufig als *Zeitungsland* gehandelt. Das mag im Vergleich zu anderen Nationen seine Richtigkeit haben – die Zahlen der Media-Analyse (MA) zeigen nun aber signifikante Reichweitenrückgänge der Tageszeitungen. So müssen die Österreicher 2016 im Vergleich zu 2015 seltener zur Tageszeitung gegriffen haben. 2015 konnte die Media-Analyse für die Nationale Reichweite der Tageszeitungen einen Wert von 68,9% errechnen – für 2016 lediglich 66,7%.

Am 30. März stellte die Media-Analyse ihren Jahres-Bericht für das Jahr 2016 vor.

Gratiszeitung „Heute“ Zweiter

Die *Kronen-Zeitung* darf sich weiterhin als reichweitenstärkste Tageszeitung Österreichs bezeichnen – ihre Reichweite sank indes von 32% auf 30,2%. An zweiter Stelle steht die Gratiszeitung *Heute*: Mit 13,3% konnte man sich im Vergleich zu 2016 (12,9%) steigern. Die *Kleine Zeitung* erhält den dritten Platz und darf sich über einen kleinen Anstieg freuen. So waren es 2015 11,5%, 2016 dagegen 11,6%.

Österreich lag 2016 bei 7,8 Prozent bzw. 576.000 Lesern. Für den neben der *Krone* zweiten Media-print-Titel *Kurier* mit 7,6 Prozent (559.000 Leser) gab es ebenfalls ein signifikantes Minus (2015: 8,3 Prozent). *Der Standard* hatte stabile 5,3 Prozent, die *Oberösterreichischen Nachrichten* 4,8 Prozent und die *Presse* vier Prozent. Die nationale Reichweite der *Tiroler Tageszeitung* betrug 3,7 Prozent, jene der *Salzburger Nachrichten* 3,4 Prozent. Die *Vorarlberger Nachrichten* erreichten 2,2 Prozent, die *Neue Vorarlberger Tageszeitung* 0,5 Prozent.

Minus für „Woman“

Ein Auf und Ab darf der News-Verlag verzeichnen: Das Flaggschiff *News* muss ein Minus ein-

Tageszeitungen gesamt

Titel	2016	2015
Kronen Zeitung	30,5	32,0
Heute (gratis)	13,3	12,9
Kleine Zeitung (gesamt)	11,6	11,5
Österreich (gratis)	7,8	8,4
Kurier	7,6	8,3
Der Standard	5,3	5,4
Oberösterreichische Nachrichten	4,8	5,0
Die Presse	4,0	4,0
Tiroler Tageszeitung	3,7	3,7
Salzburger Nachrichten	3,4	3,2
Top Vorarlberg	2,4	2,5
Vorarlberger Nachrichten	2,2	2,3
Neue Vorarlberger Tageszeitung	0,5	0,5

Quelle: Media-Analyse; Reichweite in Prozent

Wochenmagazine gesamt

Titel	2016	2015
Die ganze Woche	10,6	10,3
TV-Media	10,6	10,2
Der österr. Lesezirkel	10,5	11,0
Österreich Kombi (Kauf/gratis)	8,6	9,4
Österreich Wochenend Kombi	8,3	9,6
News	5,1	5,8
profil	4,6	4,8
Falter	1,6	1,4
trend (wöchentlich/monatlich)	1,5	-
Madonna mit Österreich	1,4	1,8

Quelle: Media-Analyse; Reichweite in Prozent

stecken: Durfte man sich 2015 über eine Reichweite von 5,8% freuen, muss man 2016 5,1% verzeichnen. *Woman* musste ebenfalls ein signifikantes Minus einstecken, so fiel man von 6% auf 5,3%.

Stabilität können *TV-Media* (10,6%), das *profil* (4,5 Prozent), *Gusto* (7,6 Prozent) und *e-media* (2,6 Prozent) verzeichnen.

Ein Blick auf die Wochenzeitungen zeigt: An der Spitze der Reichweiten steht die *Ganze Woche* mit 10,6%.

Die Titel der Regionalmedien Austria erzielten insgesamt eine Reichweite von 49,8%.

Spannend bleibt es auch für das Red Bull Media House – auch hier gibt es zahlreiche Auf und Abs: *The Red Bulletin* etwa verlor signifikant auf 9,5 Prozent. Das *Seitenblicke*-Magazin wiederum konnte seine Reichweite signifikant auf 3,3 Prozent steigern – allerdings hatte sich

Magazine (14-tägig/monatlich)

Titel	2016	2015
Auto Touring	27,4	25,8
Red Bull Media House Kombi	23,0	24,1
Weekend Magazin (14-tägig gratis)	13,0	13,3
Servus in Stadt & Land	12,9	12,6
The Red Bulletin	9,5	10,5
Gusto	7,6	7,9
Complete	7,1	7,0
Geo	6,2	6,8
ORF-Nachlese	5,7	5,7
Freie Fahrt	5,2	4,7
Woman (14-tägig)	5,3	6,0
Bundesländerinnen-Kombi (gratis)	4,7	4,9
Auto Revue	4,5	4,0
Maxima (gratis)	4,2	3,9
Gewinn/Top-Gewinn Wirtschaftskombi	4,1	4,0
Schöner Wohnen	3,7	3,8
Sportmagazin	3,4	2,9
Gewinn	3,3	3,3
Bergwelten	3,2	-
Wienerin	3,1	3,5
Medizin populär	3,1	3,3
Alles Auto	3,0	3,1
Skip (gratis)	2,9	3,7
Gesünder Leben (gratis)	2,9	2,8
E-Media	2,6	2,9
Welt der Frau	2,6	2,6
Falstaff (gratis)	2,2	2,0
Wiener (gratis)	1,9	1,9
Terra Mater	1,8	1,9
Top Gewinn	1,6	1,5
Lust aufs Leben	1,5	1,7
Miss	1,5	2,1
Eltern	1,4	1,9
Diva	1,1	1,1
Seitenblicke	-	2,8
#Ich	-	0,5
trend	-	3,0

Quelle: Media-Analyse; Reichweite in Prozent

Die Methode

Steckbrief

Die Grundgesamtheit der Media-Analyse bestand aus 7.356.045 Personen ab 14 Jahren in 3.816.766 Privathaushalten. Es wurden 15.613 Interviews geführt – die Befragung dauerte von Jänner bis Dezember 2016. Zu den erfassten Medien zählen: Tageszeitungen (13), nationale Wochenzeitungen (7), regionale Wochenzeitungen (10), Monatsmagazine (35), Supplements (2), 14-tägliche Magazine (4), Lesezirkel (1), Infoscreen (2) und das Internet.

Red Bull von dem Society-Blatt im Vorjahr getrennt, nun hält „Österreich“ die Lizenz, wie die Mediengruppe just am Donnerstag mitteilte. Ein starker Red Bull-Titel ist weiterhin *Servus in Stadt & Land* mit stabilen 12,9%.

Die MA wird partnerschaftlich von 95 Mitgliedern – 72 Printmedien, 21 Agenturen und 2 Infoscreens – finanziert; dies betrifft sowohl die Durchführung wie auch die Auswertung und Veröffentlichung. Mit der Erhebung waren die Institute GfK Austria und IFES beauftragt. Die Datenauswertung wurde wieder von H.T.S. übernommen. (gs)