

RMA steht stabil an der Spitze der MA

Die Regionalmedien Austria zeigen sich über die Ergebnisse der Media-Analyse 2016 erfreut – sie konnten ihre Reichweite im Vergleich zu 2015 steigern.

Die Zahlen der aktuellen Media-Analyse belegten, „dass Print nicht tot und Lokaljournalismus weiterhin mehr als gefragt ist. Vom Abriss eines schönen, alten Gebäudes über die Neugestaltung des Parks um die Ecke bis hin zu neuen Geschäften, urbanen Ideen, Aufregern und Radwegen – unsere Redakteure sind Woche für Woche im Einsatz, um die wichtigsten Themen rund ums Grätzl den Wienerinnen und Wienern frei Haus zu liefern“, so der Kommentar von Maximilian Schulyok, Geschäftsführer bz-Wiener Bezirkszeitung, und Chefredakteurin Nicole Gretz-Blanckenstein zu den aktuellen Zahlen der Media-Analyse.

3,664 Mio. Leser – das entspricht einer Reichweite von 49,8%. Mit die-

”

Neben den zwölf Printausgaben wollen wir unser Portal www.meinbezirk.at weiter verbessern und durch die Nutzung der verschiedenen Social-Media-Kanäle tagesaktuell die besten Lokalnachrichten für Tirol bringen.

Sieghart Krabichler
Bezirksblätter Tirol

sem Wert liegen die Zeitungen der Regionalmedien Austria weiterhin an der Spitze des Reichweiten-Rankings der aktuellen Media-Analyse (MA).

Konkret konnte man sogar einen Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2015 erreichen; damals lag

die Reichweiten der RMA noch bei 48,7%.

„Die hohe Reichweite bestätigt einmal mehr, wie stark unsere Zeitungen am Lesermarkt nachgefragt werden,

“

wie sehr wir mit unseren Produkten in ganz Österreich die Interessen unserer Leserinnen und Leser treffen und dass unsere Zeitungen für sie ein wichtiger Begleiter in ihrer Region sind“, kommentieren die RMA-Vorstände Georg Doppelhofer und Gerhard Fontan die aktuellen Zahlen der Media-Analyse.

Ein klares Signal

„Unsere Nummer-1-Position am heimischen Printmarkt verdanken wir dem großen Engagement unserer österreichweit rund 650 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diese erfüllen Woche für Woche unseren Anspruch, die wichtigste Informationsquelle für lokale Nachrichten zu sein.“

Auch für die heimische Werbewirtschaft sei die Reich-

