

Markenloyalität ...

wird künftig ...	Anzahl in %
stark zunehmen	7,4
etwas zunehmen	22,5
unverändert bleiben	17,6
wird etwas abnehmen	36,3
wird stark abnehmen	16,2

Quelle: Marketagent.com, falknereiss

zeigt schön die Marktdynamik und schafft demnach Raum für die erfolgreiche Platzierung von Nischenprodukten im Printbereich“, so Schwabl weiter.

Empfindliche Entwicklungen

Gefragt nach der zukünftigen Netto-Reichweite von Tageszeitungen in Österreich, sind sich Industrie und Agenturen nahezu einig: Sie wird sinken und sich bei einem Wert von 52,2% einpendeln. Damit werden ihr Einbußen von 21,7% vorausgesagt. Und die Prognose für die Anzahl an unterschiedlichen Printmedien im Jahr 2027? Während Wochenzeitungen und Magazine sich laut aktueller Einschätzung in den kommenden zehn Jahren einem Minus von 20,6% bzw.

”

Rund die Hälfte der Marketing- und Kommunikationsexperten glaubt nicht an eine Renaissance klassischer Medien in den nächsten zehn Jahren.

Thomas Schwabl
Marketagent.com

19,4% stellen müssen, erwarten sich Branchenexperten bei den Tageszeitungen eine noch empfindlichere Entwicklung; laut ihrer Einschätzung werden diese um ein Viertel, von aktuell 16 auf lediglich zwölf Tageszeitungen, schrumpfen.

Stirbt „Österreich“ aus?

Die Tageszeitung *Österreich* wird hinsichtlich der täglichen

Druckauflage (minus 29,7%) der größte Verlierer sein; ein Viertel rechnet damit, dass es das Blatt in zehn Jahren überhaupt nicht mehr geben wird.

Die *Kronen Zeitung* wird mit 700.000 Exemplaren zwar auflagenstärkste Tageszeitung in Österreich bleiben, hat aber ebenso mit einem Minus von 14,3% zu kämpfen. Ebenfalls betroffen sein wird den Prognosen zufolge *Heute*, aber auch *Kurier*, *Die Presse* und *Der Standard*.

Radio-Hördauer leidet wenig

Die ORF-Fernsehkkanäle halten aktuell einen Marktanteil von 35,1%. Geht es nach Österreichs Marketing- und Kommunikationsexperten, wird es bis zum Jahr 2027 jedoch einige Verschiebungen in der TV-Landschaft zulasten der ORF-Senderfamilie

Social Media-Plattformen

Anzahl Nutzer	2017	2027
Facebook	3.700.000	3.500.000
Instagram	1.000.000	1.500.000
Twitter	140.000	150.000

Quelle: Marketagent.com, falknereiss

geben, die zu einem Sinken auf einen Marktanteil von 26,4% führen.

Ähnlich wird es ihrer Einschätzung nach dem ORF-Radio ergehen, dessen Marktanteil sich ihren Erwartungen zufolge von 61,0% auf 51,5% verringern wird. Vergleichbar wenig leidet hingegen die tägliche Hördauer in der relevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen; hier sehen die Branchenexperten einen Rückgang um 9,6% von 177 auf 160 Minuten pro Tag. (red/gs)

“

Verteilung Marketingbudgets

Medium	2016	2027
Online	17,2	29,3
Print	37,8	26,3
TV	21,9	20,1
Direct Mailing	13,0	12,8
Außenwerbung	5,4	6,0
Hörfunk	4,4	4,6
Kino	0,3	1,0

Quelle: Marketagent.com; falknereiss; Angabe in %



© Pantherrmedia.net/Boris Zerwann