

In Wien, Niederösterreich und im Burgenland lesen 36,3 Prozent der Entscheider täglich das Print- oder Onlineangebot des *Kurier*. „Qualität überzeugt und wird offensichtlich ganz besonders von Österreichs Wirtschaftselite geschätzt. Das freut uns natürlich und bestärkt uns in unserer Strategie, auf allen Kanälen Journalismus auf höchstem Niveau zu bieten“, kommentiert Thomas Kralinger, Geschäftsführung Kurier Medienhaus und Mediaprint.

Steigende Relevanz

Die *Kleine Zeitung* kommt Crossmedial (CMR1) auf eine Reichweite von 18,9 Prozent. „Unsere crossmediale Reichweite national ist ein Beleg für die steigende Relevanz der *Kleinen Zeitung* bei Entscheidungsträgern österreichweit; hier spielen unsere Investitionen in digitale Angebote eine entscheidende Rolle“, freut sich *Kleine Zei-*

tung-Geschäftsführer Thomas Spann.

Die *Oberösterreichischen Nachrichten* erreichen Crossmedial 10,5 Prozent der Österreichischen Entscheider und werden in Oberösterreich von den Führungskräften bevorzugt. Am Wochenende sind es sogar 77,9% der oberösterreichischen Entscheider. „Eine gute Zeitung gibt einen fundierten Überblick über die täglichen Geschehnisse, kommentiert und liefert damit eine solide Grundlage für das tägliche Business. Genau das tun wir bei den *OÖNachrichten*“, sagt Gino Cuturi, Geschäftsleitung Marketing, Druck & Vertrieb.

59 Prozent der Salzburger Top-Entscheider lesen die *Salzburger Nachrichten* täglich, die Samstagausgabe sogar 77 Prozent. Auch bei der Digitalnutzung haben die *SN* die Nase vorn. 19 Prozent der Salzburger Entscheider nutzen das Digitalan-

gebot der *Salzburger Nachrichten*. Crossmedial erreichen die *SN* 9,4 Prozent der Entscheider in Österreich.

Eine Zeitung für alle

70,3 Prozent der Tiroler Entscheidungsträger informieren sich crossmedial in der *Tiroler Tageszeitung*. Die tägliche digitale Nutzung bei Tirols Entscheidern liegt laut LAE beim bisherigen Rekordwert von 30,3 Prozent Reichweite. „Unser Anspruch ist es, die Zeitung für alle Tirolerinnen und Tiroler zu sein“, so die *TT*-Chefredakteure Luis Vahrner und Mario Zenhäuser, „allerdings stellt die Reichweite bei den Meinungsbildnern natürlich einen besonderen Gradmesser für uns dar, und dieser hohe Wert freut uns sehr.“

Die *Wiener Zeitung* erreicht crossmedial 4,6 Prozent der österreichischen Entscheider.

Unter den Wochenzeitungen führen die Wirtschaftskammer-

Zeitung mit einem LpA (Leser pro Ausgabe)-Anteil von 22,4 Prozent (österreichischer Ringwert Print) und crossmedial erreichen sie 24,7 Prozent.

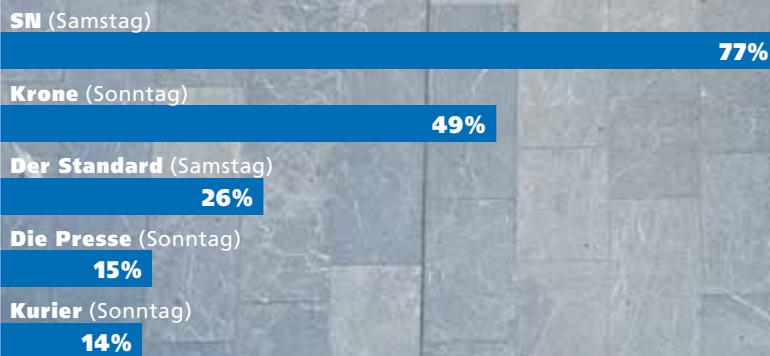
In Niederösterreich erreichen die *NÖN* in der Leser-pro-Ausgabe-Analyse 60,8 Prozent und in Crossmedia-Erhebung 66,2 Prozent der Entscheider. Damit sind die *NÖN* in Niederösterreich an erster Stelle. Crossmedial erreichen die *NÖN* österreichweit 14,5 Prozent der Entscheider. „Dass die *NÖN* für die Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger Niederösterreichs offensichtlich eine Pflichtlektüre ist, freut uns natürlich sehr, ist aber auch eine Verpflichtung“, meint NP-Geschäftsführer Friedrich Dungal.

Der *Gewinn* erreicht crossmedial 23,6 Prozent der Entscheider, das *Wirtschaftsmagazin* (Ringwert) 11,8 Prozent und das *Industriemagazin* elf Prozent.

KLAR ENTSCHIEDEN

In Salzburg lesen 77 Prozent der Entscheidungsträger die Wochenendausgabe der „Salzburger Nachrichten“.

Zusätzlich nutzen 19 Prozent der Entscheidungsträger im Bundesland das digitale Angebot der SN. Damit sind die „Salzburger Nachrichten“ sowohl im Print- als auch im digitalen Bereich die klare Nummer 1 in Salzburg.



www.SN.at

Salzburger Nachrichten

WENN SIE MEHR WISSEN WOLLEN