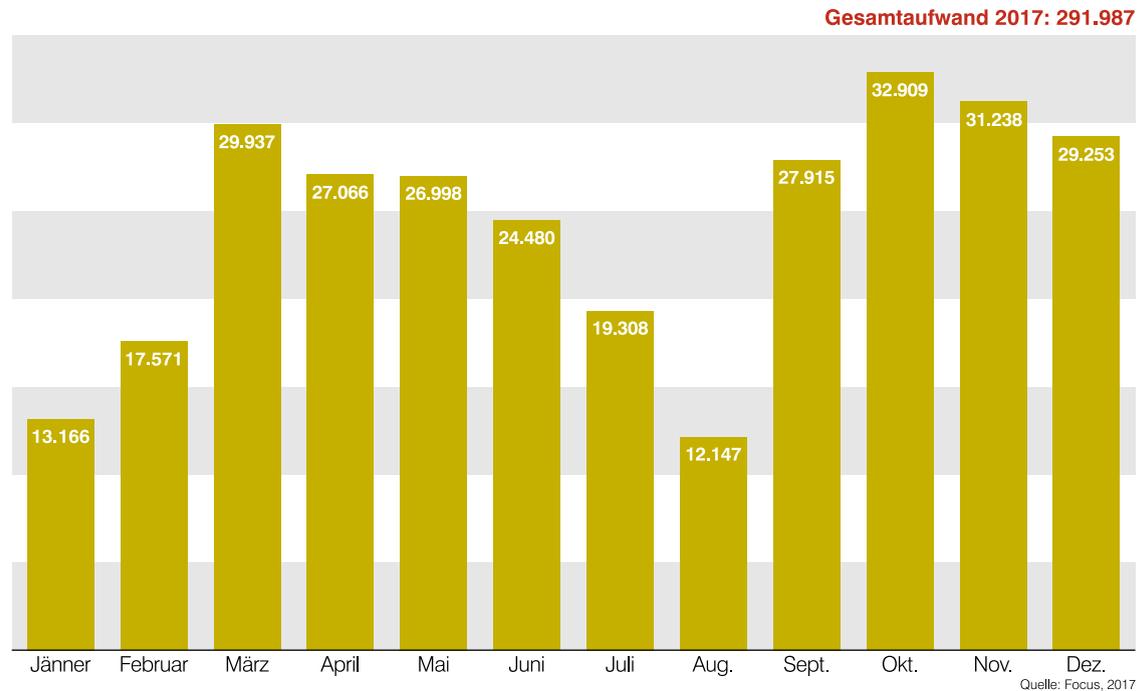


Pro & Contra Die Werbebilanz bei den Magazinen zeigt ein Minus, aber es gibt auch positive Meldungen von Einzelmedien.

Entwicklung Werbeaufwand 2017 – Illustrierte/Magazine

Werbabilanz Illustrierte/Magazine 2017 minus 5,1%
Bruttowerbewert in 1.000 €



„Woman“ ist gut aufgestellt

Das Frauenmagazin sieht seinen Markenwert weiter im Wachstum.



© Woman/Lukas Beck

Euke Frank, CR & Herausgeberin *Woman*: „Konnten unsere Position als erfolgreichstes Frauenmedium ausbauen.“

WIEN. Nur eine Woche nach dem erfolgreichen „Womansday“, an dem das *Woman*-Magazin seine Leserinnen mit vielen Gutscheinen verwöhnte, folgten positive Nachrichten von Euke Frank, Chefredakteurin und Herausgeberin von *Woman*, zum letzten Jahr: „*Woman* hat 2017 seine Stellung als wichtigste und erfolgreichste Frauenmedienmarke in Österreich weiter ausgebaut.“

Wir sehen unsere Zukunft ganz klar im perfekten Zusammenspiel aller Kanäle: Print-Digital-Event. Unsere Leser- und Userbefragungen sind exzellent ausgefallen, das freut und motiviert uns natürlich besonders. Wir legen die Kraft der Marke *Woman* in alle Lebensbereiche der österreichischen Frauen – und das mit hohem Qualitäts- und Kreativitätsanspruch.

Die Relevanz von Marken wird 2018 weiter steigen, und da ist *Woman* gut aufgestellt.“ (skf)