



© Panthermedia.net/Depositphotos

... Von Dinko Fejzuli

Media-Analyse

Zusatznutzen

Der Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (VMA) ist ein auf freiwilliger Mitgliedschaft beruhender Zusammenschluss von Verlagen und Werbeagenturen, der bereits 1965 gegründet wurde.

In seinem Auftrag wird jährlich die Media-Analyse (MA) als größte Studie zur Erhebung von Printmedienreichweiten in Österreich durchgeführt (Methodeninformation).

Neben den Reichweiten in Österreich verbreiteter Zeitungen und Zeitschriften stellt der VMA eine Fülle von Zielgruppendaten zur Verfügung, die über Lebensverhältnisse und Einstellungen der Österreicher Auskunft geben, wodurch differenzierte Auswertungsmöglichkeiten ermöglicht werden.

Durchaus eindrucksvoll belegt dies die Tageszeitung *Der Standard*, der die Zahlen der aktuellen Media-Analyse ein All-time-high bei der Reichweite seit Gründung des Mediums bescheinigen.

Und so klingen die Rückmeldungen aus der Branche in Bezug auf das Befinden des eigenen Mediums durchwegs wohlwollend.

Tageszeitungen

Medium	%	Leser in 1.000
NRW alle TZ	64,6	4.807
Kronen Zeitung	29,2	2.173
Heute (gratis)	12,6	938
Kleine Zeitung	10,5	748
Kurier	7,3	545
Österreich (gratis)	7,0	523
Der Standard	6,5	480
OÖ Nachrichten	5,0	369
Die Presse	4,2	315
Tiroler Tageszeitung	4,0	294
Sbg. Nachrichten	3,5	263
Vbg. Nachrichten	2,2	163

Quelle: MA 2017

Regionale Wochenzeitungen

Medium	%	Leser in 1.000
RMA (gratis)	49,7	3.696
NÖN/BVZ	8,5	630
NÖN	7,0	523
Salzburger Woche	3,5	263
BVZ	1,6%	116

Quelle: MA 2017

Und hier zeigt sich eines deutlich: Österreich ist noch immer ein Hoch-Printland – und zwar sowohl bei den Werbeausgaben als auch bei den Leserzahlen.

Allein eine Nettoreichweite bei Tageszeitungen von 64,6% ist international gesehen ein echter Spitzenwert, um den Österreich von Verlegern anderer Länder beneidet wird.

Dass sich die heimischen Verleger aber der Tatsache bewusst sind, dass sie auch *abseits* des klassischen Printprodukts aktiv sein müssen, belegen etliche Initiativen am Printmarkt.

ePaper steigt weiter

Und auch wenn die Zahlen bei den einzelnen Titel noch durchwegs überschaubar sind, so weisen auch die Kennziffern etwa bei ePaper stetig nach oben, was wiederum dafür spricht, dass zwar der Distributionsweg hier ein anderer ist, aber am Ende des Tages die heimischen Leserinnen und Leser nach wie vor Qualitätsinhalte verlegerischer Herkunft konsumieren wollen – Gerade in Zeiten von Fake News und Co.

Illustrierte/Magazine (wöchentlich)

Medium	%	Leser in 1.000
Servus in Stadt & Land	12,6	936
The Red Bulletin	9,5	707
Gusto	7,5	446
Geo	6,2	462
ORF Nachlese	5,3	398
Bergwelten	3,6	268
Gewinn	3,3	242
Falstaff (gratis)	2,7	203
e-media	2,6	190
Terra Mater	2,2	164
Top Gewinn	1,5	109

Quelle: MA 2017; * Top-Gewinn Kombi

Illustrierte/Magazine (14-tägig)

Medium	%	Leser in 1.000
Weekend Magazin (gratis)		946
Woman	5,1	377
Maxima (gratis)	4,6	343
Bundesländerin* (gratis)	4,6	340
Wienerin	2,9	215
Welt der Frau	2,6	196
miss (gratis)	1,5	111
Eltern	1,4	101
Diva	1,0	74

Quelle: MA 2017; * Kombi