

nsgesamt 15.652 Interviews wurden durchgeführt, um herauszufinden, was Herr und Frau Österreicher so lesen. Auch einige generelle Fragen zur Mediennutzung beantworteten die Teilnehmer dabei. So hat die MA herausgefunden, dass mittlerweile rund 21 Prozent Medien als ePaper nutzen.

9,4 Prozent gaben an, mindestens eine Zeitung oder Zeitschrift ausschließlich in ihrer elektronischen Version zu konsumieren. Meist genutztes Endgerät fürs Internet ist noch der PC oder Laptop (79,5 Prozent), das Smartphone ist ihm mit 73 Prozent aber dicht auf den Fersen.

Schließlich interessierte sich die MA 2017 auch für den Haustierbestand in Österreich: Fast die Hälfte der Befragten (46,5 Prozent) gab an, mindestens einen tierischen Mitbewohner zu haben; Katzen sind mit 31,1 Prozent am häufigsten vertreten, gefolgt vom Hund (17,5 Prozent).

„Krone“ an der Spitze

Und nun liegen die Ergebnisse der aktuellen Zahlen für die Media-Analyse 2017 vor.

Mit 29,2 Prozent Reichweite (2,17 Millionen Leser) wochentags ist die *Kronen Zeitung* wie üblich das meist gelesene Blatt

des Landes. Hier gibt es also keine Überraschung.

Monika Fuhrheer, Geschäftsführung Mediaprint, zu den aktuellen Zahlen: „Drei von zehn Österreichern lesen täglich die *Kronen Zeitung*, am Sonntag sind sogar 36,0 Prozent der Österreicher *Krone*-Leser. Damit belegt nun auch die aktuelle MA – wie bereits die LAE und die ÖAK – die enorme Markenstärke der *Krone*. Als Nummer eins-Brand in allen wichtigen Printkennzahlen steht die *Kronen Zeitung* für exzellente Medialeistungen. Unseren Werbepartner bieten wir damit die beste Basis für einen optimalen Return on Investment“, so Fuhrheer.

”

Die aktuelle MA belegt – wie bereits die LAE und die ÖAK – die enorme Markenstärke der Krone.

Monika Fuhrheer
Geschäftsführung
Mediaprint

“

Die Gratiszeitung *Heute* hatte mit 12,6 Prozent (938.000) die zweitgrößte Reichweite. Entsprechend positiv zeigt sich Eva Dichand: „Wie freuen uns, das starke Niveau aus dem Vorjahr halten zu können. Während andere Zeitungen Leser verlieren, kann *Heute* seine Leserschaft konstant halten.“

„**Kleine**“ auch am Stockerl
Platz drei im Reichweitenranking geht an die *Kleine Zeitung* (Gesamt) mit 10,5 Prozent bzw. 784.000 Lesern – ein signifikantes Minus, und zwar von 1,1 Punkten.

Der *Kurier* landet mit 7,3 Prozent und 545.000 Leserinnen und Lesern auf Platz vier. Thomas Kralinger, Geschäftsführer Kurier Medienhaus und Mediaprint, zum Ergebnis: „Fast 550.000 Österreicherinnen und Österreicher im Wochenschnitt und fast 700.000 Leserinnen und Leser des *Kurier am Sonntag* sind *Kurier*-Zeitungsleser und entscheiden sich damit für Journalismus auf höchstem Niveau, für umfassende, objektive Information und für gehaltvolle Unterhaltung. Mit dem starken Wachstum bei unseren mobilen Angeboten und den Zuschauern bei den ‚Kurier News‘ auf ‚SchauTV‘ erreichen die Informationen und Serviceangebote aus dem Kurier Medienhaus neue Höchstwerte bei der Nutzerakzeptanz.“

Hinter dem *Kurier* mit sieben Prozent und 523.000 Leserinnen und Lesern liegt der Gratistitel *Österreich*.

Regionale Kaiser

Für den *Standard* werden 6,5 Prozent Reichweite (480.000) ausgewiesen. Er hat damit als einzige Tageszeitung seine nationale Reichweite signifikant steigern können, nämlich um 1,2 Prozentpunkte. Die *Oberösterreichischen Nachrichten* erzielten fünf Prozent (369.000), die *Presse* kam auf 4,2 Prozent (315.000) und die *Tiroler Tageszeitung* auf vier Prozent (294.000). 3,5 Prozent (263.000 Leser) hatten 2017 die *Salzburger Nachrichten*, 2,2 Prozent (163.000) die *Vorarlberger Nachrichten* und 0,5 Prozent (39.000) die *Neue Vorarlberger Tageszeitung*.

Wiener Zeitung und *Neues Volksblatt* nehmen nicht an der MA teil, werden aber bei der Gesamtreichweite der Tageszeitungen berücksichtigt.

Etwas durchgewachsen ist das Bild bei der Verlagsgruppe News: Das Flaggschiff *News* verlor signifikant um 0,8 Punkte auf 4,3 Prozent Reichweite (318.000

Leser). Für *profil* wird eine stabile Reichweite von 4,1 Prozent (308.000) ausgewiesen, für den *trend* 1,7 Prozent (128.000).

Das Fernsehmagazin *tv-media* verbuchte signifikante Rückgänge und hatte 2017 8,8 Prozent Reichweite (658.000). Der Frauentitel *Woman* lag bei 5,1 Prozent (377.000). Das Print-Reich von Dietrich Mateschitz sorgt in der Kategorie General Interest-Monatsmagazine mit *Servus in Stadt & Land* für den Reichweiten-Spitzenreiter, das Wohlfühl-Magazin kam auf 12,6 Prozent Reichweite (936.000 Leser).

Bei den Wochenzeitungen ist die *Ganze Woche* mit 10,3 Prozent (770.000 Lesern) weiterhin stark. Der *Falter* steigerte seine Reichweite signifikant auf 1,9 Prozent (143.000 Leser).

Die regionalen Wochentitel dominiert die RMA-Kombi mit insgesamt 49,7 Prozent (3,7 Millionen Leser). Zum Erfolg der RMA heißt es via Aussendung: „Unser Geschäftsmodell ist ein Erfolgs-konzept und das beständig über viele Jahre hinweg“, so die RMA-Vorstände Gerhard Fontan und Georg Doppelhofer. „Die Medien der RMA haben zum Teil eine sehr lange Tradition, wir kennen die Bedürfnisse unserer Leserinnen und Leser wie auch unserer Partner in unterschiedlichsten Bereichen sehr genau. Das uns entgegengebrachte Vertrauen nehmen wir sehr ernst. Aus diesem Grund entwickeln wir unsere Produkte sensibel an den veränderten Kommunikations- und Marktbedürfnissen weiter und bleiben dabei stets unseren Kernwerten treu.“

MA Special

Eine ausführliche Analyse der aktuellen Zahlen der Media-Analyse, Statements und Reaktionen aus der Branche sowie einen genaueren Überblick innerhalb der einzelnen Mediengattungen lesen Sie in einem **MA-Special** in der Ausgabe am 20. April 2018.

Tageszeitungen

| Medium | % | Leser in 1000 |
|----------------------|------|---------------|
| 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