



## Triumph des Journalismus

**Hans Metzger**

Geschäftsführer tele

Media-Analyse erschienen. Leserzahlen negativ. Abgehakt. Und weiter ... Halt! Nicht so bei dieser MA! Leserzahlen gehalten. Großartige Crossmedia-Reichweiten für jene Medien, die beim ersten Go dabei waren. Kein Print-Bashing diesmal, sondern die erfreuliche Tatsache, dass guter Journalismus, egal ob gedruckt, als ePaper, in App oder im Web, gefragt ist und bleibt. Den Narren und Schwurblern kann man nur so begegnen: „Schreiben, was ist“. Und nicht, was sich irgendwer ausdenkt.



© tele (2)

1  
Million

### Leserzahlen

Die Media-Analyse weist auch *tele* eine Reichweite von 13,1% bzw. insgesamt 1,01 Mio. Leserinnen und Leser aus.

# Die erste Million

Krone bleibt Nummer eins, Heute durchbricht mit 1,19 Mio Lesern in der Cross-Media-Reichweite die wichtige Grenze.



© APA/Roland Schlager

62%

### Ein Plus

Bei der Cross-MediaReach kommen Tageszeitungen auf eine Tagesreichweite von 62% bzw. 4,77 Mio. Leserinnen und Leser. Die Printreichweite allein (+ ePaper) beträgt mit 51,9% bzw. 3,99 Mio. Lesern deutlich weniger.

WIEN. Vieles neu bei der Media-Analyse, lautet das Motto, denn: Bisher wies sie die Reichweiten von Print- und ePaper-Ausgaben einzelner Titel aus. Nun wartet sie für das Jahr 2023 zusätzlich mit einer Markenreichweite (CrossMediaReach: CMR) auf, die um Web- und App-Nutzung erweitert ist (siehe dazu auch das Interview mit Media-Analyse-Geschäftsführerin Petra Roschitz auf S. 12 dieser Ausgabe, Anm. d. Red.). Die MA-Mitglieder

können sich frei entscheiden, ob sie zusätzlich zur Printreichweite auch die CrossMediaReach ausweisen lassen. Allerdings ist dafür auch eine Ausweisung des jeweiligen Titels in der Österreichischen Webanalyse (ÖWA) nötig. Denn die Media-Analyse erhebt zwar selbst Online-Reichweiten, diese werden aber an die ÖWA-Daten angeglichen. Etwaige Doppelnutzungen von Print und Online werden bereinigt.

### Kein Vergleich möglich

Wichtig: Die Daten für 2023 sind nicht mit Werten aus den Vorjahren vergleichbar, da auch am Fragebogen und beim Sampling bzw. der Rekrutierung Änderungen vorgenommen wurden. Jüngere Personen und formal niedriger Gebildete seien nun besser abgebildet, so Roschitz. Auch wurde die Interviewdauer um ein Viertel auf im Schnitt 30 min verkürzt, und das Ausfüllen des Fragebogens ist nun auch per Smartphone möglich.

Und wie sehen die Ergebnisse nun aus? Bei den Tagesmedien dominiert nach wie vor die Kro-

nen Zeitung, die auf eine Markenreichweite von 28,2% (2,17 Mio. Leser) kommt (+400.000 im Vergleich zur Printreichweite).

Auf dem zweiten Platz landet die Gratiszeitung Heute mit 15,5% Markenreichweite (1,19 Mio. Leser), womit sie erstmals die Millionengrenze durchbricht. Der Unterschied zur Printreichweite fällt hier mit 513.000 zusätzlichen Lesern besonders deutlich aus.

Fast gleichauf sind die Kombi Österreich/oe24 (10,9% CMR, 835.000 Leser) und Der Standard (10,8% CMR, 832.000 Leser). Dahinter folgen die Kleine Zeitung (9,9% CMR, 758.000 Leser) und der Kurier (9,3% CMR, 717.000 Leser).

Viele Titel abseits des tagesaktuellen Geschäfts verzichteten auf die CrossMediaReach, obwohl sie weiterhin ihre Printreichweite erheben ließen. Mehrere Medienhäuser hätten sich aber bereits für die nächste Media-Analyse anders entschieden, so Roschitz. In der Media-Analyse 2024 wird die CrossMediaReach zudem um Newsletter erweitert, so Roschitz. (red)



© Heute

Die Gratiszeitung Heute landet auf Platz 2 mit 15,5% Markenreichweite.