

Kauf-Tageszeitungen – Vergleich 2. Hj. Print

Verkaufte Auflage	2. Hj. 2023	2. Hj. 2022	± %	Exemplare
Kronen Zeitung	551.472	587.988	−6,21	−36.516
Kleine Zeitung	254.963	264.545	−3,62	−9.582
Kurier	103.190	109.231	−5,53	−6.041
ÖÖ Nachrichten	90.026	95.240	−5,47	−5.214
Tiroler Tageszeitung	65.424	68.356	−4,29	−2.932
Die Presse	64.734	66.101	−2,07	−1.367
Salzburger Nachrichten	61.497	62.780	−2,04	−1.283
Vorarlberger Nachrichten	48.829	51.369	−4,94	−2.540
Der Standard	60.148	48.788	+23,28	+11.360
Neue Vorarlberger TZ	6.990	5.992	+16,66	+998

Quelle: ÖAK 2. Hj. 2022 und 2. Hj. 2023

„Eine Orientierungsfunktion für Menschen sicherzustellen und entsprechenden Nutzen zu stiften, ist auch für alle digitalen Plattformen die Grundaufgabe. Damit können neue Zielgruppen erschlossen werden.“

Einen etwas anderen Weg geht die *Kleine Zeitung*, wie Lesermarkt-Leiter Walter Hauser ausführt: „Wir sehen das ePaper strategisch als Schnittstelle zu den Print-Lesern/Abonnenten. Mit dem ePaper kann man bei Zeitungslesern ‚andocken‘ bzw. für diese Zielgruppe ist das

Kauf-Tageszeitungen – Vergleich 2. Hj. ePaper

ePaper	2. Hj. 2023	2. Hj. 2022	± %	Exemplare
Kleine Zeitung	55.182	51.358	+7,45	+3.824
Kronen Zeitung	48.272	41.986	+14,97	+6.286
Die Presse	27.369	25.310	+8,16	+2.059
Kurier	18.477	18.876	+2,11	−399
ÖÖ Nachrichten	16.912	15.595	+8,45	+1.317
Salzburger Nachrichten	14.342	13.242	−8,31	+1.100
Der Standard	25.958	11.669	+122,45	+14.289
Vorarlberger Nachrichten	9.361	9.087	+3,02	+274
Tiroler Tageszeitung	5.244	4.376	+19,84	+868
Neue Vorarlberger TZ	1.331	378	+252,12	+953

Quelle: ÖAK 2. Hj. 2022 und 2. Hj. 2023

Tageszeitungen gratis 2. Hj. 2023

ePaper	Verbreitete Auflage
Kombi Österreich/oe24	64.633
Heute	7.585

Quelle: ÖAK 2. Hj. 2023

Kommt gut an
Die meisten Tageszeitungen konnten beim ePaper weiter zulegen.

Web+App und nicht als eigenständiges Produkt.“

Monetarisierungsfragen

Doch wie sieht es nebst Zielgruppenerweiterung vor allem hinsichtlich Verkauf aus? Mischu sieht das eher ernüchternd: „Der Markt reagiert leider sehr langsam auf den Trend zu den ePaper-Ausgaben. So gibt es nur einige wenige, die Werbung rein für ePaper-Ausgaben auspielen lassen wollen – auch, weil die Printsaltungen ohnedies im ePaper vorhanden sind.“

Dasch verweist auf umfangreiche Ergänzungsmöglichkeiten der Gestaltung beim ePaper. Grasl registriert: „Für eine erfolgreiche eigene Vermarktung fehlen noch die großen Zahlen, was Zielgruppenangebote nur

im geringeren Ausmaß möglich macht.“ Betrachtet man das ePaper als Kundenbindungsfaktor für bestehende Print-Abonnenten, so Hauser, ist es sicher auch für die Monetarisierung interessant.

Neu: „Extended ePaper“

Einige Vorteile also. Aber Grasl meint, dass das klassische ePaper bei Tageszeitungen seit mehr als zehn Jahren als Ergänzung zur Printausgabe angeboten wird und „ein Austausch Print gegen Screen jedoch noch weniger stattfindet. Die Wachstumsraten beim ePaper befinden sich aktuell auf einem überschaubaren Level.“

Vielleicht muss es sich letztlich weiterentwickeln. Mischu kennt Beispiele: „Das klassische

„

Ein Austausch Print gegen Screen findet weniger statt. Wachstumsraten befinden sich auf einem überschaubaren Level.

Richard Grasl
Kurier

“

ePaper so wie wir es kennen, wird über die nächsten Jahre weiterentwickelt werden. So gibt es in Deutschland bereits die extended ePaper, die deutlich flexibler sind und so auch dem User neue Inhalte bieten können. Diese Form des ePapers wird neue Optionen schaffen und der Printzeitung die Flexibilität eines Online-Mediums ermöglichen.“

„Fundament der Demokratie“
Am Ende gilt das, was Valeskini allgemein festhält: „Die gedruckte Tageszeitung ist für viele Menschen Bestandteil eines fixen Rituals, um Orientierung zu bekommen und sich eine Meinung zu bilden. Wirtschaftlich selbständige, wehrhafte Tageszeitung und unabhängiger Journalismus sind das Fundament für Dialogfähigkeit, Freiheit und demokratisches Verständnis.“ Eine Bestandsaufnahme, die gemischte Gefühle auslöst.

„

Mit dem ePaper kann man bei Zeitungslesern ‚andocken‘. Für sie ist es oft die einzig vorstellbare Form der Digitalisierung.

Walter Hauser
Kleine Zeitung

“

„

Die sich verändernden Zusammensetzungen spiegeln die Transformation unserer Informationsgesellschaft wider.

Maximilian Dasch
Salzburger Nachrichten

ePaper oft sogar die einzig vorstellbare Form der Digitalisierung.“

Insofern habe es eine wichtige Transferfunktion. Wenn es gelingt, Zeitungsleser für die digitale Welt zu interessieren, „wollen wir die Gelegenheit nutzen und gleich alles präsentieren, was wir (digital) zu bieten haben, daher gibt es das ePaper nur in Kombination mit