

## **MA 2017: 545.000 Leser machen den KURIER erneut zur stabilen Nummer 3 unter den österreichischen Kauf-Tageszeitungen**

(Wien, 5. April 2018) 7,3 Prozent nationale Reichweite und 545.000 tägliche Leser weist die heute veröffentlichte Media-Analyse (MA) 2017 dem KURIER aus und positioniert ihn damit erneut unter den Top 3 der heimischen Kauf-Tageszeitungen. Betrachtet man diese stabilen Print-Nutzungsdaten in Kombination mit den Reichweiten der KURIER-Digitalangebote, zeigt sich eindrucksvoll die starke Performance der Medienmarke KURIER. Denn die KURIER ONLINE-Medien erzielen – laut aktueller ÖWA Plus – 30,3 Prozent monatliche Reichweite resp. 1.926.000 Unique User. In Print positioniert sich der KURIER damit erneut an der Spitze der Qualitäts-Tageszeitungen.

### **KURIER am Sonntag mit fast 700.000 Lesern**

Besonders viele Leser – nämlich 689.000 Österreicher resp. 9,3 Prozent – greifen am Sonntag zum KURIER. Überdurchschnittlich viele von ihnen gehören zu den TOP-Zielgruppen der besser Verdienenden und der besser Gebildeten. So erreicht der KURIER am Sonntag in der Kaufkraftstufe 1 17,9 Prozent, in der Sozialschicht A 13,7 Prozent und unter den Uniabsolventen 12,4 Prozent aller Österreicher über 14 Jahren. Besonders hoch ist die Sonntags-Reichweite mit 19,1 Prozent in Wien.

### **14,0 Prozent Reichweite im KURIER-Stammgebiet**

Doch nicht nur in Wien, sondern in der gesamten Ostregion und damit in seinem Stammgebiet zeichnet sich der KURIER durch zweistellige Reichweiten aus. 454.000 Wiener, Niederösterreicher und Burgenländer – und somit 14,0 Prozent – lesen täglich den KURIER. Sonntags beträgt dessen Reichweite im Stammgebiet sogar 17,5 Prozent.

### **492.000 lesen die KURIER FREIZEIT**

Für fast 500.000 Österreicher zählt die Lektüre der FREIZEIT zum Wochenend-Programm. Das entspricht einer Reichweite von 6,6 Prozent, in der weiblichen Zielgruppe sind es sogar 7,3 Prozent. Über starke Reichweiten kann sich die FREIZEIT vor allem in Wien mit 13,2 und in Niederösterreich mit 13,3 Prozent freuen. Als Premium-Werbepartner punktet sie zudem besonders in den begehrten Segmenten Kaufkraft, Markenbewusstsein und Bildung.

Mag. Thomas Kralinger, Geschäftsführer KURIER Medienhaus und Mediaprint: „Fast 550.000 ÖsterreicherInnen im Wochenschnitt und fast 700.000 LeserInnen 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. Wie schon kürzlich die Ergebnisse der LAE bestätigen nun auch jene der MA unsere konsequente Qualitäts-Strategie: Unseren Lesern, Usern und Zusehern mit allen Produkten und Marken des KURIER Medienhauses erstklassigen Content zu bieten und sie dort anzusprechen, wo wir sie bestmöglich erreichen, ob in Print, online, mobile oder nun – mit schauTV – auch im Fernsehsegment. Unseren Werbepartnern bieten wir damit die optimale Kombination aus Qualität und Reichweite.“

Quelle: MA 2017, Basis Gesamtbevölkerung Tageszeitungen, Schwankungsbreite (SB) +/- 0,2 % bis +/- 0,8 %, SB KURIER national +/- 0,4 %, Wien +/- 1,4 %, Niederösterreich +/- 1,4 %, Burgenland +/- 2,2 %, Stamm +/- 0,9 %; Sonntag national +/- 0,5 %; Details zur Schwankungsbreite finden sie auf [www.media-analyse.at/Signifikanz](http://www.media-analyse.at/Signifikanz); ÖWA Plus 2017-III

### **Rückfragen:**

Dr. Gertraud Lankes

Tel. +43 (0)5 1727 23925

Email: [gertraud.lankes@mediaprint.at](mailto:gertraud.lankes@mediaprint.at)