

Medium im Plus

Die Zeitung ist tot – es lebe die Zeitung! In Zeiten von Fake News im Netz gewinnt das gute alte Papier wieder an Wert.

Tageszeitungen

Rang	Unternehmen	Umsatz 2016	Umsatz 2015**	Veränderung in Prozent
1	Kronen Zeitung***	k.A.	k.A.	k.A.
2	Österreich*	170.000.000	152.969.310	+11,8
3	Kurier***	k.A.	k.A.	k.A.
4	Kleine Zeitung*	96.000.000	94.175.864	+1,9
5	Die Presse*	82.000.000	79.582.479	+3
6	Tiroler Tageszeitung*	82.000.000	80.057.247	+2,4
7	Heute***	k.A.	k.A.	k.A.
8	Oberösterreichische Nachrichten*	69.000.000	68.974.502	0,0
9	Der Standard*	64.000.000	66.929.245	-4,4
10	Vorarlberger Nachrichten*	55.000.000	52.556.479	+4,6
11	Salzburger Nachrichten*	39.100.000	38.161.583	+2,5
12	tele Magazin	12.900.000	12.705.747	+1,5
13	WirtschaftsBlatt*	11.000.000	16.880.009	-34,8
14	Wiener Zeitung*	3.400.000	3.329.672	+2,1
15	Media Print Supplement***	k.A.	k.A.	k.A.
16	Neue am Sonntag*	3.100.000	2671000	+16,1
17	Neue Vorarlberger Tageszeitung*	900.000	927.486	-3

Zahlen in €. Firmennamen ohne Stern* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellsten Firmenbucheintrag, Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern. ** Quelle Focus Marketing Research; Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht. *** Reihung durch medianet

„Kronen Zeitung“ bleibt Marktführer

Die Zeitung mit der höchsten Auflage setzt auf Innovation und digitale Produkte.

... Von Skender Fejzuli

WIEN. Die auflagenstärkste Tageszeitung Österreichs mit weit über zwei Mio. Lesern täglich war auch in 2016 unangefochtener Marktführer. Trotzdem gab es für das Unternehmen viel zu tun, um auch in Zukunft an der Spitze der Branche zu bleiben.

Wie auch beim Mitbewerb spielt das Thema Digital auch bei der Krone eine große Rolle.

Kernkompetenz

So wurde 2016 erfolgreich ein sehr starker Fokus auf die Transformation des Expertenwissens in den digitalen Markt gelegt.

„Vor allem haben wir unser multimediales Angebot – allen voran den Videocontent im News-, Sport- und Society-Segment – durch Lizenzkauf und eigene Formate, wie Adabei-TV oder Star- und Sport-Talks im neuen TV-Studio, erheblich aus-

”

2016 gelang es uns, die Marktführerschaft und die journalistischen Kernkompetenzen der ‚Krone‘ noch mehr in die digitale Welt zu transformieren.

“

gebaut. Zugleich haben wir die Regionalisierung auf krone.at mit deutlich mehr bundesländerspezifischen Angeboten vorangetrieben. Im Social Media-Bereich konnten wir unsere Nummer 1-Position unter den

Newsportalen weiter festigen“, erklärt Gerhard Riedler, Geschäftsführer Kronen Zeitung, die Entwicklung.

Es gab aber auch etwas Neues auf dem ePaper-Sektor der Kronen Zeitung.

Digitale News

„Auch im ePaper-Verkauf schafften wir 2016 mit 12.700 verkauften ePapers den Sprung an die Spitze. Seit Jahresende 2016 bieten wir außerdem eine neue ePaper-App an, mit der unsere Leser neben ihrer Krone u.a. auch Videos ansehen und Merklisten anlegen können. Sehr erfolgreich sind unser Ticketportal ticketkrone.at sowie unsere aktuellen Abonnenten-Angebote für Erdgas, Strom und im Mobilfunksektor. Hier werden wir 2017 neue spannende Pakete schnüren“, so Riedler, der, um das nicht zu vergessen, 2016 von *Österreichischen Journalist* zum Medienmanager des Jahres

gekürt wurde. Die Auszeichnung wurde unter anderem damit begründet, dass Rieder es geschafft hat, die traditionelle Zeitung digital mit jungen Kunden zu vernetzen.



Gerhard Riedler, Geschäftsführer Kronen Zeitung.