

MA 08/09 bestätigt stabile Reichweiten des KURIER

Wien (OTS) - 8,8 % nationale Reichweite und 622.000 Leser weist die aktuelle Media Analyse (MA) dem KURIER für den Erhebungszeitraum 08/09 aus und dokumentiert damit eine stabile Reichweitenentwicklung. Dies sowie die hohe Abdeckung in den Top-Zielgruppen der besser Verdienenden und der besser Gebildeten bestätigt die erfolgreiche Strategie des KURIER, sich als Österreichs führende überregionale Qualitäts-Tageszeitung zu positionieren. Zum Vergleich: Die Reichweite der "Presse" beträgt lt. MA 08/09 3,8 %, jene des "Standard" beläuft sich auf 6,0 %.

Die aktuellen MA-Daten sprechen für sich: Mit einer Reichweite von 19,2 % in der Kaufkraftstufe 1 ("Standard" 15,0 %, "Presse" 10,9 %) und mit 16,7 % in der Sozialschicht A ("Standard" 14,6 %, "Presse" 10,8 %) spricht der KURIER in diesen wichtigen Werbezielgruppen mehr Leser an als seine unmittelbaren Mitbewerber im Segment der Qualitäts-Tagespresse. Noch größer ist hier der Abstand zu "Österreich" (Kaufkraftstufe 1: 9,1 % und Sozialschicht A: 7,7 %).

Der KURIER zeichnet sich besonders durch seine Reichweitenstärke in Ostösterreich aus. Denn 547.000 Wiener, Niederösterreicher und Burgenländer greifen täglich zum KURIER. Das sind deutlich mehr Leser als "Österreich" (489.000 Leser) in dieser Region verzeichnet. Allein am schwierigen Wiener Tageszeitungsmarkt erzielt der KURIER eine Reichweite von 19,4 %. In Niederösterreich wird der KURIER von 224.000 Personen gelesen und im Burgenland beträgt seine Reichweite 18,8 %.

Die KURIER FREIZEIT wird lt. MA 08/09 jeden Samstag von 491.000 Österreichern zur Hand genommen - das entspricht einer Reichweite von 6,9 %. Dabei punktet die FREIZEIT - wie der KURIER - insbesondere mit überdurchschnittlichen Leserzahlen bei den Kaufkräftigen, Markenbewussten und besser Gebildeten. Reichweiten von 14,8 % in der Kaufkraftstufe 1 und 13,7 % in der Sozialschicht A unterstreichen die Bedeutung der FREIZEIT als Top-Werbepartner - gerade auch im 20. Jahr ihres Bestehens.

Die vom Verein ARGE Media-Analysen in Auftrag gegebene MA liefert detaillierte Daten zur Mediennutzung in Österreich für die Werbeträger Print, Kino, Plakat, City Light, Infoscreen und Internet.

Die MA 08/09 basiert auf 16.063 Interviews, die als CAPI/CASI-Befragung im gesamten Bundesgebiet durchgeführt wurden. (Alle Daten gemäß MA 08/09, max. Schwankungsbreite +/- 0,8%).

Rückfragehinweis:

Dr. Gertraud Lankes, Tel. 01/36000-3925

Email: gertraud.lankes@mediaprint.at

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0246 2009-10-01/13:35

011335 Okt 09

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20091001_OTS0246