

LAE 2015 bestätigt: „Krone“ ist Chefsache



Mag. Gerhard Riedler, Geschäftsführung Mediaprint
(Copyright Mediaprint)

Credit: Copyright Mediaprint
Fotograf: Foto Wilke

Utl.: Mit 32,4 Prozent Crossmedia-Reach ist die Kronen Zeitung in der Top-Zielgruppe der beruflichen Entscheidungsträger erneut die klare Nummer 1 in Österreich. =

Wien (OTS) - Die heute veröffentlichte Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE) 2015 bestätigt einmal mehr die führende Rolle der Kronen Zeitung unter Österreichs Printmedien. Stolze 32,4 Prozent beträgt die Crossmedia-Reach (CMR) der Medienmarke „Krone“ bei Österreichs Entscheidern. CMR ist jene neue Kennzahl, die sich - von der LAE 2015 erstmals erhoben - aus der Print- und Digitalnutzung desselben Titels zusammensetzt.

108.000 der 333.000 österreichischen Führungskräfte informieren sich also täglich in der Kronen Zeitung, dem „Krone“-ePaper oder auf krone.at. Damit ist die „Krone“ nicht nur in der Gesamtbevölkerung die meistgelesene Tageszeitung des Landes, sondern auch im Premium-Segment der Wirtschaftselite die unangefochtene Nummer 1. Kein anderer Printtitel erreicht auch nur annähernd so viele Leser in dieser Zielgruppe. Im CMR-Ranking der LAE folgen „Gewinn“ mit 27,7 Prozent, die Zeitungen der Wirtschaftskammer (Ringwert) mit 27,1 Prozent, „Der Standard“ mit 23,6 Prozent und der KURIER mit 20,7 Prozent.

29,5 Prozent der österreichischen Wirtschaftselite sind tägliche Leser der „Krone“-Printausgabe, während 8,1 Prozent täglich die „Krone“-Digitalangebote nutzen. Im Zielgruppensplit zeigt sich, dass die „Krone“ Crossmedia-Reach bei Führungskräften von großen Unternehmen besonders hoch ist: In Unternehmen mit mehr als 200

Millionen Euro Umsatz nutzen 42,5 Prozent der Entscheider die „Krone“-Medienangebote, in Firmen mit mehr als 250 Mitarbeitern sind es 37,0 Prozent. Überproportionale Gesamtreichweiten verbucht die Kronen Zeitung auch bei beruflichen Entscheidungsträgern aus Tourismus (42,5 Prozent), Bauwesen (36,8 Prozent) und Handel (35,1 Prozent).

Österreichs Führungskräfte nutzen die Medienangebote der Kronen Zeitung offensichtlich nicht nur im Büro. Denn sonntags erzielt die „Krone“ 46,8 Prozent Reichweite, samstags sind es 46,3 Prozent.

Gerhard Riedler, Geschäftsführer Mediaprint: „Für jeden dritten Manager gehört die Lektüre der „Krone“ zum daily business. Das bestätigt den Qualitätsanspruch unserer Wirtschaftsberichterstattung, die - ergänzend zu täglichen Meldungen und Kommentaren - jeden Samstag mit dem „Wirtschafts Magazin“ einen unigen Themenschwerpunkt bietet. Spezifische Wirtschafts-Journale, wie die „Business Krone“ und regelmäßige Sonderthemen, wie „Geld & Kapital“ vertiefen das redaktionelle Angebot in diesem Segment.“

Über die LAE

Mediaprint ist mit den Titeln Kronen Zeitung und KURIER seit 2003 Mitinitiator der LAE, die zu den wichtigsten Leseranaysen Österreichs zählt. Als Gemeinschaftsprojekt von 14 österreichischen Verlagen bietet die LAE auf Basis von 4.000 Netto-Interviews qualifizierte Daten zum Lese- und Nutzungsverhalten der besonderen Zielgruppe der wirtschaftlichen Entscheidungsträger Österreichs. Sie wird alle zwei Jahre im Auftrag der Arge LAE vom IFES Institut für empirische Sozialforschung durchgeführt.

Quelle: LAE 3.0 / 2015, SB Basis national +/- 1,4 %, SB Basis national Samstag, Sonntag +/- 1,5 %

Bitte Sperrfrist beachten: Do 10.3.2016, 17:00 Uhr

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag Ges.m.b.H. & Co. KG
Frau Dr. Gertraud Lankes

05 1727 23925

gertraud.lankes@mediaprint.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/6392/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0232 2016-03-10/17:00

101700 Mär 16

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160310_OTS0232