

PRESSEINFORMATION

Wien, 23. Februar 2017

ÖAK 2. HJ 2016: „Die Presse“ punktet mit digitalem Angebot

„Die Presse“ (Mo-Sa) und die „Presse am Sonntag“ konnten laut Auflagenkontrolle im zweiten Halbjahr 2016 trotz der herausfordernden Lage für den Printmarkt ein stabiles Ergebnis verzeichnen. Vor allem das digitale Angebot wird sehr gut angenommen, immer mehr Leser beziehen ePaper.

Die heute veröffentlichten Zahlen der Österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK) zeichnen der „Presse“ von Montag bis Samstag sowie der „Presse am Sonntag“ ein erfreuliches Bild: Insgesamt bezogen 55.696 Abonnenten die „Presse“ (inkl. ePaper), die Sonntagsausgabe wurde von 47.573 Lesern abonniert. 8.115 Abonnements wurden per ePaper bezogen, das entspricht einem Plus von 15 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (2. Halbjahr 2015).

Chefredakteur und Herausgeber der „Presse“, Rainer Nowak über die aktuellen Ergebnisse: *„Wir stellen uns täglich der Herausforderung, Fakten, Hintergründe sowie Entwicklungen kompakt, klar und tiefgehend zu beleuchten. Die ‚Presse‘ hält wie kaum eine andere Tageszeitung die Fahne des Qualitätsjournalismus hoch und der Erfolg gibt uns Recht.“*

Bei der verkauften Auflage verzeichnete die „Presse“ 68.001 (inkl. 8.123 ePaper), die „Presse am Sonntag“ insgesamt 85.862 (davon 8.123 ePaper) Exemplare.

Qualität auf allen Kanälen

Die verbreitete Auflage der „Presse“ lag im Vorjahreszeitraum bei insgesamt 76.566 Exemplaren, im zweiten Halbjahr 2016 bei 78.872 inklusive ePaper. Der „Presse am Sonntag“ wird eine verbreitete Auflage von insgesamt 92.721 Exemplaren bescheinigt. *„Wir sind Anfang des Jahres mit einer umfassenden Digital-Offensive gestartet, eine Maßnahme, die wir durch den Anstieg der bezogenen ePaper bestätigt sehen. In Zeiten des sich wandelnden Mediennutzungsverhaltens sind wir auf dem richtigen Weg“*, kommentiert „Presse“-Geschäftsführer Herwig Langanger die jüngsten Zahlen.

Quelle für die angeführten Auflagenzahlen: ÖAK 2. HJ 2016, Wochenschnitt der jeweils angeführten Auflagenkategorie Mo–Sa („Presse“; Kaufzeitung) bzw. So („Presse am Sonntag“; Kaufzeitung)

Bild: Herwig Langanger, Geschäftsführer der „Presse“. Credit: Christine Pichler
Der Abdruck ist für Presse Zwecke honorarfrei.

Rückfragehinweis:

Franziska Keck, Bakk. phil.

Leitung Marketing

01/514 14-184

franziska.keck@diepresse.com