

ÖAK 1. Halbjahr 2021: KURIER steigert Verkauf und Abos

Der KURIER steht für Relevanz, Qualität und unabhängigen Journalismus – mit diesem klaren Bekenntnis steigert der KURIER in einem herausfordernden Printmarkt die Verkaufsauflage und den Aboverkauf.

Mit durchschnittlich 114.019 verkauften Exemplaren (Mo-Sa) – davon 17.768 ePaper – legt der KURIER um +2,1 % zu und positioniert sich als drittgrößte Kauf-Tageszeitung in Österreich. 92.206 Exemplare - davon 12.501 digital – werden aktuell wochentags (Mo-Sa) im Abo bezogen, was einem Plus von +2,3 % entspricht.

Massiver Anstieg beim digitalen Verkauf

Mit einem Zuwachs von +39,5 % konnte der KURIER digital erneut deutlich zulegen. Die Digital-Abos stiegen um +56,4 %.

Zuwachs auch am Sonntag

Der KURIER reüssiert erneut am Sonntag: durchschnittlich 249.282 verkaufte Exemplare – davon 17.720 ePaper – bedeuten einen beachtlichen Zuwachs von +3,3 %. Die Verbreitung steigt um +3,0 %, die Abos um +4,2 %.

Starke Performance im Stammgebiet

Überdurchschnittlich steigen Verkauf und Abos in der Stammregion Wien, Niederösterreich und Burgenland: 204.422 Exemplare – davon 15.657 ePaper – wurden im 1. Halbjahr 2021 am Sonntag verkauft, im Wochenschnitt sind es 100.696 – davon 15.695 ePaper. Die Aboauflage stieg im Wochenschnitt um +2,4 %, am Sonntag um +4,3 %.

Treue Leser - vier von fünf Käufern sind Abonnenten

92.206 KURIER-Exemplare – davon 12.501 ePaper – werden wochentags (Mo-Sa) im Abo bezogen. Der Aboanteil liegt bei 81 Prozent – ein starkes Zeichen für die Treue und Leser-Blatt-Bindung in einer zunehmend fragmentierten Medienwelt.

Thomas Kralinger, Geschäftsführer KURIER Medienhaus und MediaPrint: „

Mit mehr als 249.000 verkauften Exemplaren am Sonntag und 114.000 wochentags bestätigt die aktuelle ÖAK dem KURIER auch im 1.Hj. dessen solide Position unter den Top 3-Kauf-Tageszeitungen des Landes. Dass wir mit unserem innovativen Produktportfolio und unserem klaren Bekenntnis zu unabhängigem Journalismus auf dem richtigen Weg in die Zukunft sind, beweist einerseits unser Verkaufserfolg und andererseits das massive Plus bei Digitalabos. Darauf sind wir stolz. Ob Digital, TV oder Print – die starken Marken des KURIER Medienhaus stehen in allen Segmenten für Qualitätsjournalismus, Premiumcontent und besten Service.“

Horst Pensold, Leiter Sales & Services bei MediaPrint: „Das durch die Digitalisierung veränderte Mediennutzungsverhalten ist in den Vertriebsdaten klar ersichtlich. Im letzten Jahr wurde der Digital-Aboverkauf um mehr als 50% gesteigert, was bereits zu einem Anteil von über 13% führt. Dieser Vorgabe der Leserinnen und Leser wird durch die Entwicklung weiterer Zielgruppenangebote in den kommenden Monaten Rechnung getragen.“

Quelle: ÖAK 1. HJ 2021

Rückfragen: Andrea Peter
Tel. +43 (0)5 1727 23940
Email: andrea.peter@mediaprint.at