

ÖAK JS 2021: KURIER steigert Verkauf und Abos, +35,3 % bei Digitalabos

Utl.: Gesamtbetrachtung zeigt starken Anstieg beim digitalen Verkauf und der KURIER ist weiterhin die drittgrößte Kauf-Tageszeitung in Österreich.

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 113.592 verkauften Exemplaren (Mo-Sa) – davon 17.989 ePaper – legt der KURIER um +1,5 % zu und positioniert sich nachhaltig als drittgrößte Kauf-Tageszeitung in Österreich. 91.295 Exemplare - davon 12.712 digital – werden aktuell wochentags (Mo-Sa) im Abo bezogen. Überdurchschnittlich positiv entwickelt sich der Verkauf in den Bundesländern mit +8 % und in Wien mit +3,4 %.

Massiver Anstieg beim digitalen Verkauf

Mit einem Zuwachs von +26,1 % konnte der KURIER digital erneut deutlich zulegen.

Die Digital-Abos stiegen um +35,3 %. Die starke digitale Performance von kurier.at wird auch durch die ÖWA bestätigt, die kurier.at im Jänner eine Nettoreichweite von 46,7 % bescheinigt, dahinter stehen knapp 3,3 Millionen Unique User.

Zuwachs auch bei Abos am Sonntag

Der KURIER reüssiert erneut am Sonntag: mit durchschnittlich 243.378 verkauften Exemplaren – davon 17.955 ePaper – kann das hohe Niveau gehalten werden. Die Abos steigen auf 80.826 Exemplare (davon 12.684 ePaper), was einem Zuwachs von 2,2 % entspricht.

Treue Leserinnen und Leser - vier von fünf Käufern sind Abonnenten

91.295 KURIER-Exemplare – davon 12.712 ePaper – werden wochentags (Mo-Sa) im Abo bezogen. Der Aboanteil liegt bei 80 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 243.000 verkauften Exemplaren am Sonntag und knapp 114.000 wochentags bestätigt die aktuelle ÖAK dem KURIER auch 2021 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 „Mit unserem Produktportfolio Print und Digital konnten wir die Verkaufszahlen des KURIER erneut steigern. Das gelingt durch konsequente Kundenbindung und permanente Weiterentwicklung der digitalen Angebote. Die Leser:innen schätzen dabei die Qualität im Journalismus genauso wie den Service und die individuelle Vertriebsform: Rd. 16% werden mittlerweile digital verkauft. Diese Entwicklung sehen wir als Auftrag unserer Kund:innen weitere Angebote für sie zu konzipieren.“

Quelle: ÖAK JS 2021, ÖWA Jänner 2022

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