

print wirkt.

Seit 1989

tele

DAS ÖSTERREICH

Kräftiges Lebenszeichen der Printbranche

Die nationale Reichweite der Tageszeitungen liegt bei 74,5 Prozent. 46,5 Prozent der Befragten nutzen nur Printprodukte, 22,7 Prozent entfallen auf sogenannte Doppelnutzer, die sich also Print und Online gleichermaßen bedienen, und nur 5,2 Prozent auf exklusive Digitalnutzer. Quelle: CMR Studie, IFES, Dez. 2014

Print-Werbung stört weniger

Wahrscheinlich die besten Argumente für Print-Anzeigen: Werbung in gedruckten Medien stört die Leser deutlich weniger als am Bildschirm. 51% sagen einer CCs Studie zufolge, dass sie Werbung in gedruckten Medien nicht stört. Nur 19% hingegen behaupten das bei Werbung am Bildschirm.

CCS Studie, aus „Die Kraft der Kaufmedien“, VOZ 2014



Print wirkt 2,4 mal mehr als TV



GfK legt eine Studie vor, nach der Print weiterhin eine sinnvolle Beimischung zu Mediaplänen ist. Werbewirkungsanalysen bei 120 Kampagnen in Deutschland haben ergeben, dass der Return On Investment durch den Einsatz von Printmedien 2,44 mal höher ist als bei TV.

GfK Studie, VOZ Klausur Sep. 2014

tele WIRKT.



Zeitungsmarkt in Österreich stabiler als in Nachbarländern



Österreich ist und bleibt ein Printland.

Das sagen die Kollegen vom IAB, Internet Advertising Bureau, bei der Präsentation einer Studie zum Wirtschaftsfaktor Onlinemarketing. Demnach hatte Print in Österreich 2013 einen Anteil am Werbekuchen von 50,2%.*

* Aus Medianet 5.12.2014

Die Zeitungsbranche in Österreich steht besser da als in vielen anderen europäischen Ländern. Zu diesem Schluss kommt das Beratungsunternehmen Pricewaterhouse Coopers in seiner aktuellen Studie "Global entertainment and media outlook 2014 -2018". Die Gesamtumsätze der Zeitungen werden bis 2018 durchschnittlich nur zwei Prozent pro Jahr sinken. Die Umsätze der Magazine sollen bis 2018 sogar um insgesamt 9% steigen. PwC Studie, APA Aussendung Nov. 2014

Jetzt
supergünstige
TKP

Print wirkt BESSER



Der aktuelle **tele-Test**

Wie wird tele genutzt? Und wann? Und wie intensiv?

Wie zufrieden sind die tele-Leser mit ihrem tele? Diese Fragen hat das renommierte Marktforschungsinstitut Joe&Co Lesern gestellt.

Dazu wurden rund 1.000 Leser von tele befragt.

Das Ergebnis ist eine umfangreiche Studie zur Nutzung des gedruckten tele. (CAWI: Nov. 2014, 1.032 Personen)

Hier die wichtigsten Ergebnisse. tele wirkt!

53 %

nehmen das tele täglich bzw. mehrmals täglich zur Hand!

mehrmals/Woche: **34 %**
seltener: **13%**

TV-Konsum der tele-Leser

- 12%** 4 Stunden oder länger
- 21%** 3-4 Stunden
- 37%** 2-3 Stunden
- 31%** 1-2 Stunden oder kürzer

In **72%** der Haushalte wird das tele von mehreren Personen gelesen.

- 55%** meine Partnerin/mein Partner
- 16%** Kind(er), Enkelkind(er)
- 5%** Geschwister
- 15%** Freunde, Verwandte, Gäste

Sehr hohe Zufriedenheit der tele-Leser

Schulnotenskala 1-5, Mittelwerte

- | | |
|-------------------------------------|------------|
| • zufrieden mit dem tele insgesamt | 1,6 |
| • die Darstellung des TV-Programms | 1,6 |
| • die Tipps zu Filmen und Sendungen | 1,6 |
| • die Berichte und Artikel | 2,0 |
| • die Kochrezepte | 2,2 |
| • die Rätsel | 2,3 |

Täglich



In **77%** der Haushalte liegt das tele im Wohnzimmer bzw. beim TV-Gerät.



73%

der Leser nehmen das tele am Abend zur Hand, meist zwischen 19³⁰ und 20¹⁵ Uhr

Interesse an Inhalten

Zu welchen Themen hätten die tele-Leser gerne noch mehr Berichte und Informationen?

- 37%** Essen, Trinken, Rezepte
- 37%** Urlaub, Reisen
- 33%** Gesundheit, Fitness, Wellness



55%

blättern das neue tele sofort durch, wenn es in der Zeitung liegt!

1.635.000 Leser*

1.154.660 verbreitete Auflage**

22,6% Reichweite*

*MA 2013/14

**ÖAK 1.Halbjahr 2014



Jede Woche in den **BESTEN ZEITUNGEN** Österreichs:

**KLEINE
ZEITUNG**

Die Presse

NÖN

DIE FURCHE
ENTSCHEIDUNG SEIT ÜBER 60 JAHREN

Badener Zeitung

Tiroler Tageszeitung

VN
VORARLBERGER
NACHRICHTEN

OÖNachrichten

**NEUES
Volksblatt**

NEUE
Vorarlberger Tageszeitung

Salzburger Nachrichten

BVZ



KONTAKT:

Flexibel, schnell und persönlich für Sie da:

Mag. Hans Metzger

Geschäftsführer

+43/1/605 90-0

hans.metzger@tele.at

Edith Truntschnig

tele Aktiv, Tiere

+43/664/383 06 29

edith.truntschnig@tele.at

Andrea Lehner

tele Kosmetik, Mode, Reise, Genuss

+43/676/545 41 79

andrea.lehner@tele.at

Mag. Michael Neureitter

tele Zuhause

+43/676/740 36 10

michael.neureitter@tele.at

Ingrid Hofmeister

Anzeigenverwaltung

+43/1/605 90 19

ingrid.hofmeister@tele.at

Silvia Ernst

Sales Support

+43/1/605 90 18

silvia.ernst@tele.at

Alexander Jakabb

tele Genuss

+43/664/425 45 07

alexander.jakabb@tele.at

DEUTSCHLAND

Otto Raab

+49/721/464 675 0

medienserviceraab@t-online.de

Katja Herbst

+49/721/464 675 0

kh@media-am-suedstern.de

tele

Das österreichische Fernsehmagazin

Lothringerstraße 14 • 1030 Wien • www.tele.at • media.tele.at

T: +43/1/605 90-0 • F: +43/1/605 90-41