

ÖAK 2. HJ 2020: „Die Presse am Sonntag“ und ePaper weiter auf Erfolgskurs – erstmalige Meldung Paid Content

Die heute veröffentlichten Zahlen der österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK) enthalten erstmals auch digitale Paid Content-Zahlen und bestätigen den positiven Trend der „Presse am Sonntag“ (plus 13 % Abonnenten) sowie des ePapers (plus 21 % Abonnenten).

Rainer Nowak, Chefredakteur, Herausgeber und Geschäftsführer der „Presse“, über den beständigen Erfolg: *„Das letzte Jahr war in jeder Hinsicht für die Menschen in Österreich sehr herausfordernd. In Krisenzeiten zeigt sich, wie enorm wichtig Nachrichten sind, die mit höchster journalistischer Sorgfalt entstehen. Die Zahlen der ÖAK bestätigen: Verlässlich ist und bleibt der Qualitätsjournalismus der 'Presse' – und das auf allen Kanälen.“ Und: „Besonders beachtlich ist der Zuwachs an 'Presse am Sonntags'-Abonnenten, sowohl Print wie auch digital!“*

Herwig Langanger, Vorsitzender der „Presse“ Geschäftsführung, zeigt sich erfreut über die Meldung der Paid Content-Zahlen: *„Die ÖAK ist state of the art und beweist damit einen wertvollen Schritt Richtung digitale Auswertung wesentlicher Kennzahlen hinsichtlich der Leistungsfähigkeit der digital Produkte am Medienmarkt. Unsere erfolgreichen Zahlen bestätigen unseren strategischen Weg. Wir waren vor einigen Jahren mit der Einführung des digitalen Paid Content-Modells first mover und beginnen jetzt vom aufgebauten Know-how dementsprechend zu profitieren.“*

Neu: Paid Content-Zahlen

Erstmals wurden mit der heutigen Veröffentlichung auch Abonnenten der premium Inhalte, also jene, die die exklusiven digitalen/online Inhalte ohne ePaper abonniert haben, auf DiePresse.com oder in der „Presse“-App in der ÖAK ausgewiesen. Somit konnten mit einem stetigen Wachstum im Jahr 2020, 9.125 Abonnenten gewonnen werden.

„Die Presse“ führte als erste österreichische Tageszeitung im März 2017 eine Paywall ein. Paid Content-Artikel sind besonders rechercheintensive und aufwendige Artikel auf DiePresse.com oder in der „Presse“-App, die kostenpflichtig sind und können in einem klassischen Abonnement oder als Artikeleinzelkauf erworben werden. Die Artikel werden sorgfältig direkt von der Redaktion kuratiert.

Weiterhin ein erfolgreicher ePaper-Abonnenten Zuwachs

Die Zahlen zeigen ebenfalls einen beständigen starken Anstieg der verkauften ePaper-Abonnements um beachtliche 21 % – ein Zuwachs von 4.048 Abonnements im Vergleichszeitraum zum 2. HJ 2019. Das „Presse“ ePaper erfreut sich im 2. HJ 2020 über 23.245 verkaufte Abos.

Die Presse

Starker Abonnenten Zuwachs bei „Presse am Sonntag“

Einen beachtlichen Zuwachs von 3.648 Print Abonnenten verzeichnete „Die Presse am Sonntag“ im Vergleich zum Vorjahr. Digital und Print zusammen erzielten 7.696 Abos, das entspricht einer Steigerung von 13 % im Vergleich zum Vorjahr inkl. ePaper. Die Gesamtzahl liegt bei beeindruckenden 67.147 und einer verkauften Auflage (inkl. ePaper) von 71.612.

Auch „Die Presse“ (Mo-Sa) verzeichnet einen positiven Abonnentenzuwachs von 3% (inkl. ePaper). Die Gesamtzahlen liegen bei 61.976 (inkl. ePaper) und einer verkauften Auflage (inkl. ePaper) von 66.953.

Quelle für die angeführten Auflagenzahlen: ÖAK 2.HJ 2020, Wochenschnitt der jeweils angeführten Auflagenkategorie Mo-Sa („Presse“; Kaufzeitung) bzw. So („Presse am Sonntag“; Kaufzeitung) und ÖAK Bezahlte Nutzungsrechte (Paid Content)

Bilder: Herwig Langanger, Vorsitzender der Geschäftsführung der „Presse“ – Credit „Die Presse“ und Rainer Nowak, Chefredakteur, Herausgeber und Geschäftsführer der „Presse“. Credit: „Die Presse“ / Peter Riguard
Der Abdruck ist für Presse Zwecke honorarfrei.

Rückfragehinweis:

Franziska Keck, Bakk. phil.
Leitung Marketing & Lesermarkt
01/514 14-184
franziska.keck@diepresse.com