

MEDIADATEN

„Die Presse“- Print

Die Presse

MEDIA ANALYSE 2016

296.000 (4,0 %) tägliche „Presse“-LeserInnen

342.000 (4,6 %) „Presse“-LeserInnen am Sonntag

LESERANALYSE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER 3.0/2015

Cross Media Reach

66.000 (RW 19,9 %) Entscheidungsträger haben „Die Presse“ Printausgabe und/oder diepresse.com am Vortag gelesen.

Print

47.000 (RW 14,1 %) Entscheidungsträger lesen „Die Presse“ täglich. (LpA)

93.000 (RW 28,0 %) Entscheidungsträger lesen „Die Presse“ am Samstag.

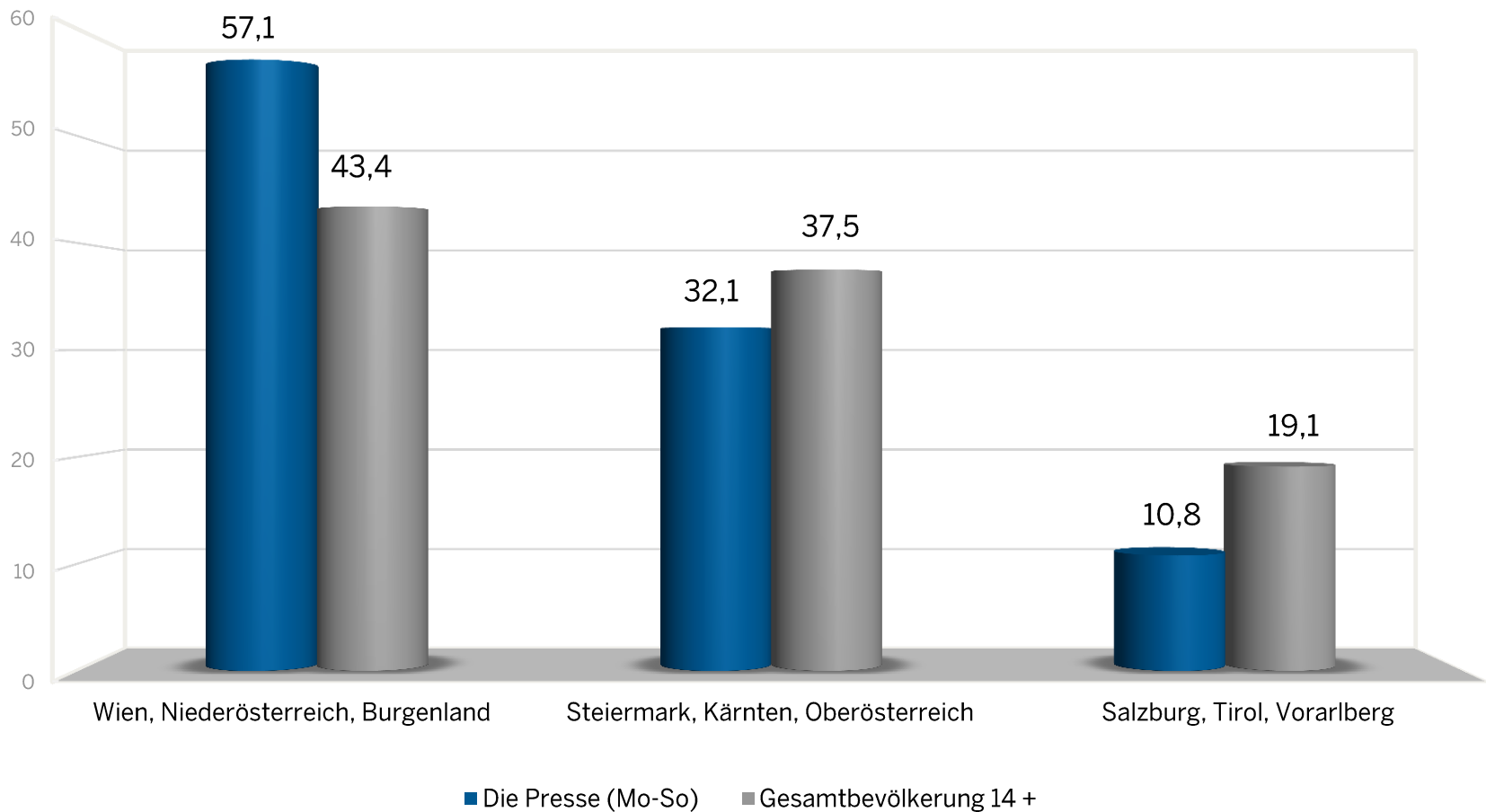
72.000 (RW 21,7 %) Entscheidungsträger lesen „Die Presse“ am Sonntag“.

Digital

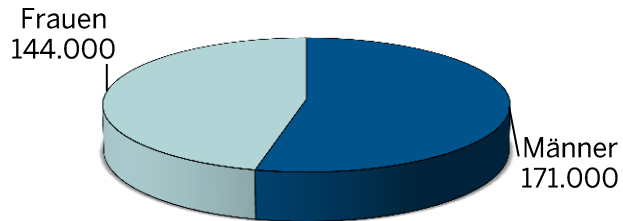
33.000 (RW 10,0 %) Entscheidungsträger haben die Online Angebote der „Presse“ (Website, E-paper oder App) gestern genutzt. (NpT)

Struktur in den Bundesländern

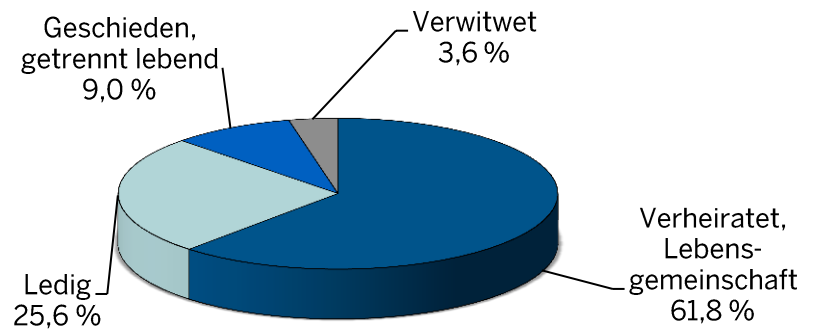
Die Presse



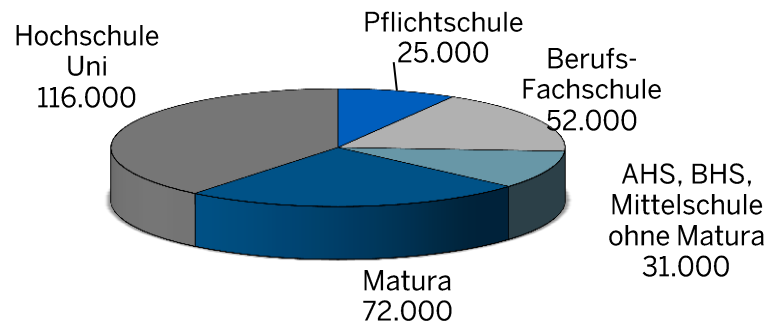
GESCHLECHT



FAMILIENSTAND

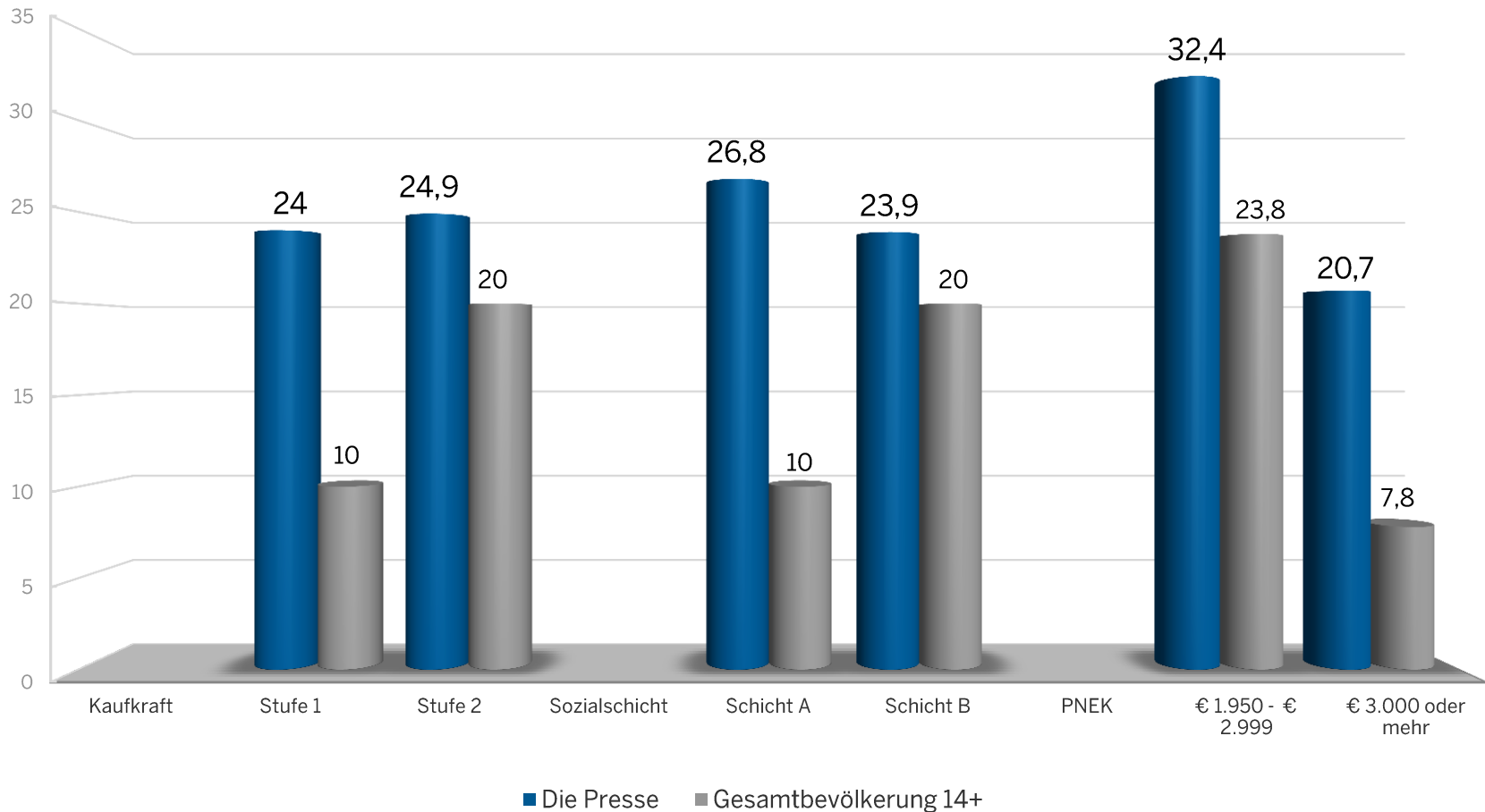


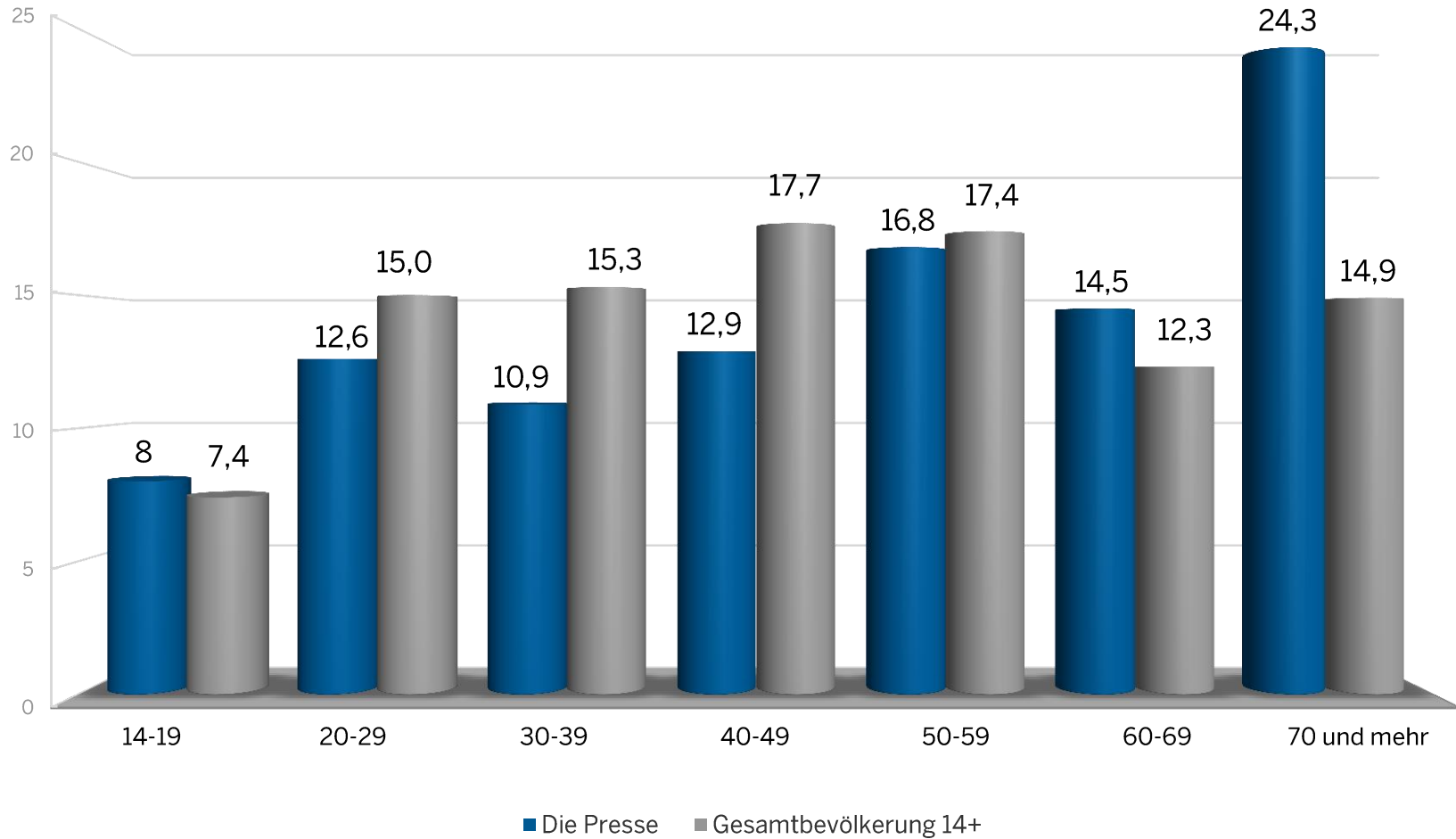
SCHULBILDUNG

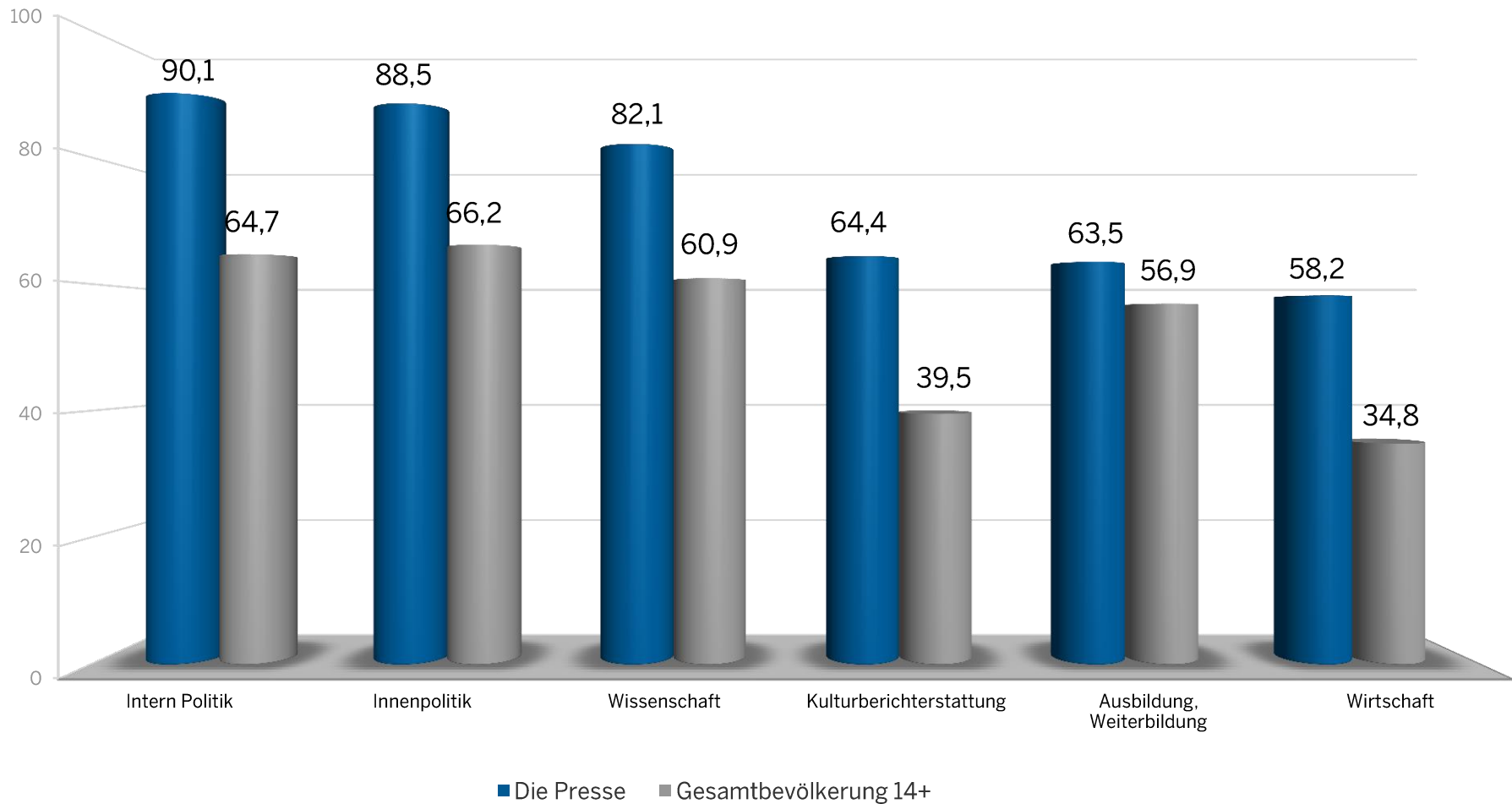


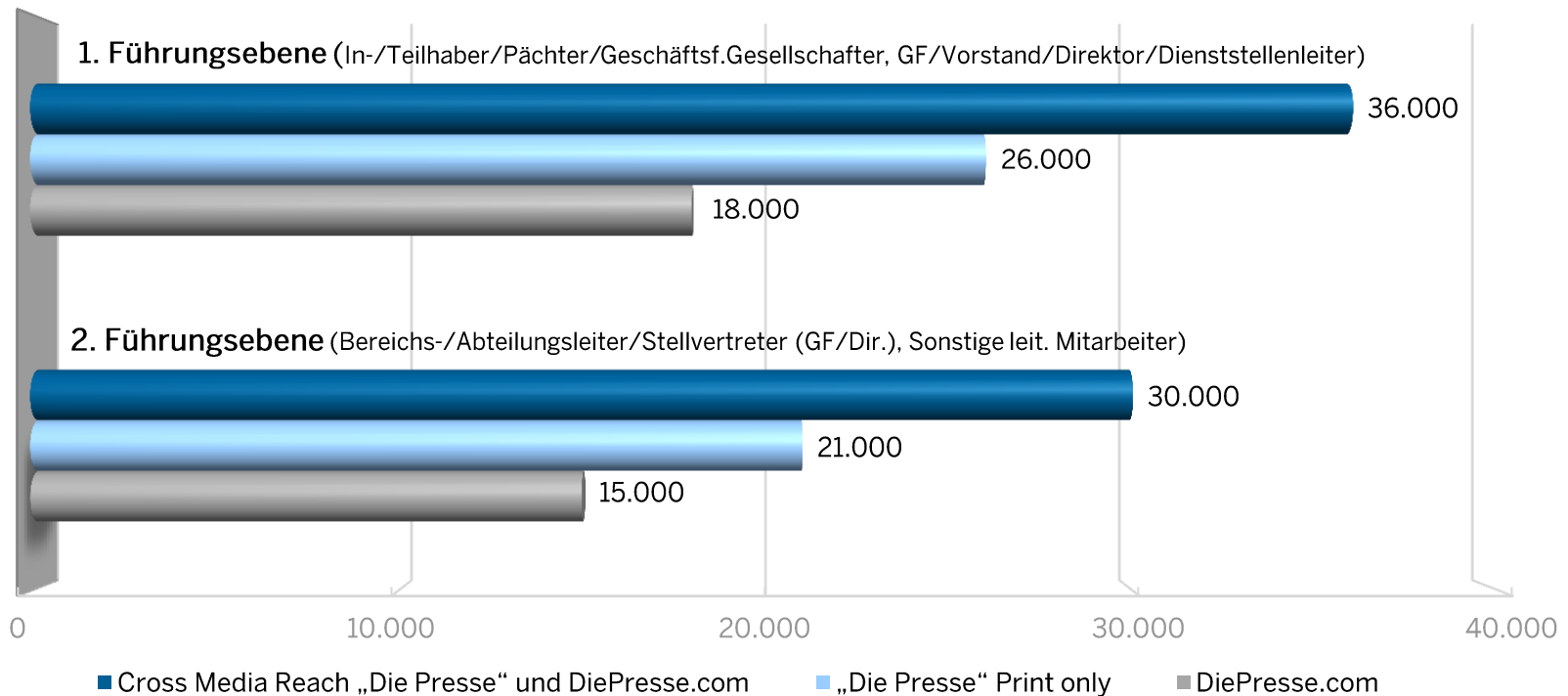
Kaufkraft/Sozialschicht/Persönliches Nettoeinkommen

Die Presse









66.000 Entscheidungsträger haben „Die Presse“ Printausgabe und/oder diepresse.com am Vortag gelesen.

47.000 Entscheidungsträger lesen „Die Presse“ Printausgabe täglich. (LpA)

33.000 Entscheidungsträger haben die online Angebote der „Presse“ (Website, E-paper oder App) gestern genutzt. (NpT)

Auflagenzahlen, ÖAK, 2. Halbjahr 2016

Die Presse

