

Sag niemals nie

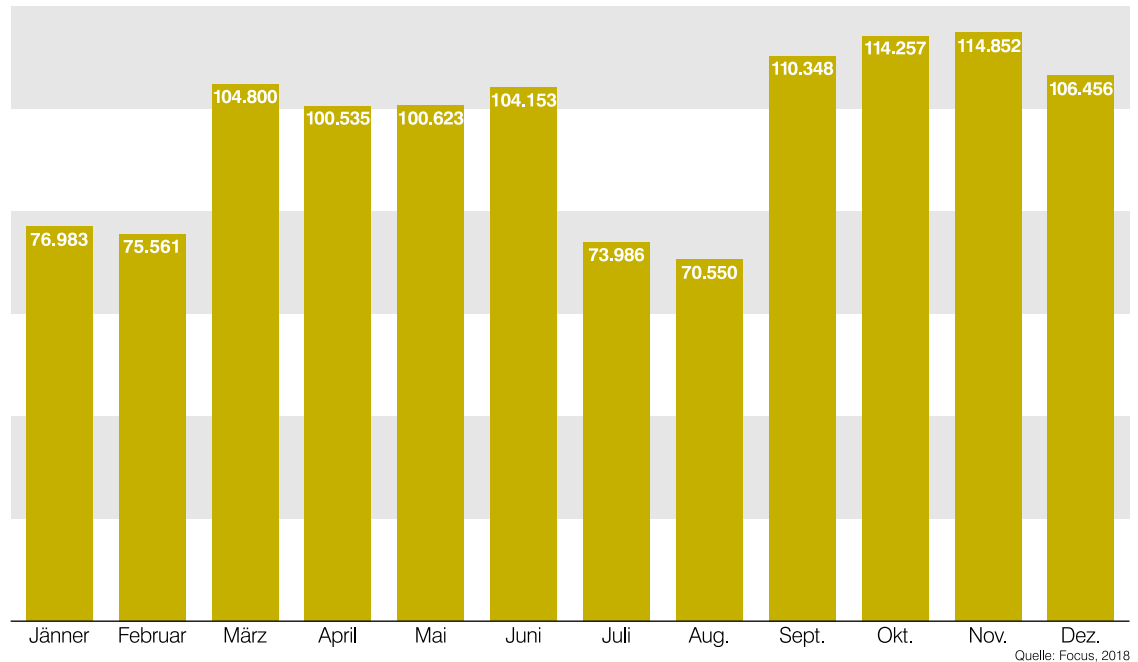
Im Jahr 2018 ist es den Tageszeitungen gelungen, in der Werbebilanz zuzulegen.

Entwicklung Werbeaufwand 2018 – Tageszeitungen

Werbebilanz Tageszeitungen 2018: plus 1,3%

Bruttowerbewert in 1.000 €

Gesamtaufwand 2018: 1.153.104



Ganz oben, die „Kronen Zeitung“

Die Media-Analyse 2018 bestätigt die Reichweitenstärke der Tageszeitung.



© Kronen Zeitung/Reinhard Holl

Gerhard Valeskini, Geschäftsführung Kronen Zeitung.

WIEN. Es gab in den letzten Wochen und Tagen viel Lärm um die *Kronen Zeitung* und das nicht, weil die Tageszeitung im April ihren 60sten Geburtstag feiert, sondern weil der schon lange schwelende Streit zwischen den Eigentümern der *Kronen Zeitung*, der Familie Dichand und der Funke Mediengruppe, inzwischen in einen Machtkampf ausartet, in den auch René Benko durch seinen Einstieg bei der *Krone* letztes Jahr involviert ist.

Redaktionelle Kompetenz

Inmitten dieses Disputs kam die Veröffentlichung der Media-Analyse genau zum richtigen Zeitpunkt und bescherte dem Geschäftsführer der *Kronen Zeitung*, Gerhard Valeskini, Freude. Denn wie schon in der Vergangenheit steht die *Kronen Zeitung* laut dem Ergebnis der Media-Analyse mit 27,2% nationaler Reichweite und 33,4% am Sonntag mit der *Krone* und der

Krone Bunt ganz oben, wenn es um die Leser bei den Tageszeitungen geht. Am 11. April feiert die *Krone* ihren 60sten Geburtstag – ein guter Grund, nicht nur selbstbewusst zurück, sondern auch zuversichtlich in die Zukunft zu blicken.

Im Jubiläumsjahr gilt ganz besonders: Redaktionelle Kompetenz und journalistische Verantwortung machen die *Krone* nicht nur zum Marktführer unter den Tageszeitungen, sondern vor allem zur Lieblingszeitung der Österreicher. Seit ihrer Gründung stehen die Herausgeber und das Team der *Krone* für Mut, Haltung und Unabhängigkeit. Das ist im „genetischen Code“ verankert. „Diese Grundwerte der Marke schätzen die mehr als zwei Mio. Leser der *Kronen Zeitung* und die fast 2,5 Mio. User von *krone.at*. Darauf sind wir stolz. Denn die *Krone* ist zuallererst ihren Lesern und Usern verpflichtet“, so der CEO.