



short.cut | MA-Forschung

Informationsquellen

zu Regionalität

2025 Q3

Das regionale Informationsbedürfnis spiegelt sich in der hohen Nutzung von regionalen Medienangeboten wider.

Zeitungen & Zeitschriften sowie die dazugehörigen Webangebote erfüllen dieses Informationsbedürfnis nach regionalen sowie lokalen Inhalten besonders gut.

Print-Medienhäuser sind daher wesentliche Partner für alle kommunikationsorientierten Unternehmen und Organisationen bei der Bereitstellung von Kontaktchancen zur Ansprache von Menschen in der Region.

Quelle: ARGE MA, Grundgesamtheit: österr. Wohnbevölkerung 14+, Sample: 1.892 Interviews, Feldzeit: Juli – September 2025, CAWI bzw. Online CAPI/CASI (im Anschluss an den MA-Fragebogen), nähere Infos unter www.media-analyse.at

 **60%**

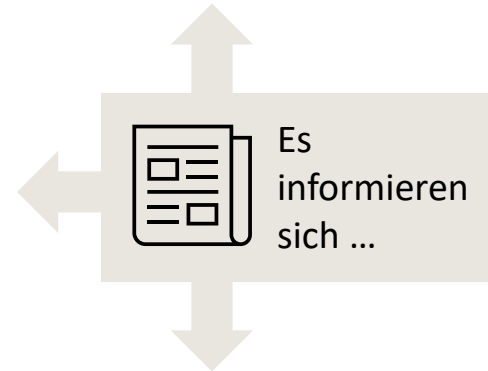
via Zeitungen & Zeitschriften (Print & Online) über **Kultur-/Freizeitangebote und Veranstaltungen** in ihrer Nähe

Zum Vergleich:
Social Media Plattformen | 39%
Radio | 19%
TV | 16%

70% 

via Zeitungen & Zeitschriften (Print & Online) über **politische Entscheidungen & Entwicklungen** in ihrer Region

Zum Vergleich:
TV | 31%
Social Media Plattformen | 26%
Radio | 24%



54% 

via Zeitungen & Zeitschriften (Print & Online) über **Aktionen & Angebote von Geschäften und Gewerbebetrieben** in ihrer Nähe

Zum Vergleich:
Social Media Plattformen | 21%
Radio | 11%
TV | 10%

