

2026-I

Ergebnisse

15. Oktober 2026



Mit der Media-Analyse 2026 wurde eine umfassende finanzielle Neuaufstellung umgesetzt, die die Kostenseite für die teilnehmenden Verlage und Media-Agenturen deutlich entlastet. Ziel dieses Reformschrittes ist es, die Tragfähigkeit für alle Mitglieder zu sichern und die Media-Analyse als gemeinsame Marktwährung langfristig abzusichern. Durch optimierte Prozesse, eine schlankere Struktur und gezielte Effizienzmaßnahmen konnten die Teilnahmebeiträge spürbar gesenkt werden – ohne Abstriche bei der Qualität. Die methodische Basis bleibt von der Stichprobenanlage über die Feldarbeit bis zur Gewichtung auf höchstem Niveau, sodass valide, vergleichbare und verlässliche Reichweitendaten weiterhin gewährleistet sind, nun **auf Basis von 24 Monaten**.

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen stellt mit der aktuellen Ausgabe der **Media-Analyse 2026-I** erneut fundierte und verlässliche Daten zur Mediennutzung in Österreich zur Verfügung. Dieser Bericht dient insbesondere der Werbewirtschaft, den Medienunternehmen sowie der interessierten Öffentlichkeit als bewährte Informationsquelle.

Die Ergebnisse der MA 2026-I basieren auf **16.016 Interviews** (gewichtet), die den Erhebungszeitraum von 24 Monaten – **Juli 2024 bis Juni 2026** – abbilden. Die MA 2026-I beinhaltet somit Daten aus dem 2. Halbjahr 2024, dem Ganzjahr 2025 und dem 1. Halbjahr 2026.

Die MA wird **partnerschaftlich** von **69 Mitgliedern** – 48 Printmedien, 19 Agenturen und 2 Infoscreen – getragen; dies betrifft sowohl Durchführung wie auch Auswertung und Veröffentlichung. Mit der Erhebung war das IFES – Institut für empirische Sozialforschung GmbH beauftragt. Die Datenauswertung wurde von H.T.S. Informationssysteme für Marktforschung GmbH übernommen.

Richard Grasl (Präsident der Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen)

Der österreichische Medienmarkt steht 2026 an einem Wendepunkt. Generative KI hat sich binnen weniger Monate vom „Experiment“ zum integralen Faktor redaktioneller und werblicher Prozesse entwickelt – und verändert zugleich die Spielregeln der Reichweite: KI-gestützte Antwortsysteme und Zusammenfassungen fangen die Rezipienten zunehmend ab, bevor sie ein Medienangebot überhaupt erreichen. Der klassische Weg über Suche und Plattformen wird brüchig. Umso stärker rückt in den Vordergrund, was Verlage unmittelbar selbst nachweisen können: verlässlich gemessene, kanalübergreifende Reichweite und die direkte Bindung zum Publikum. Genau hier liefert die Media-Analyse die verlässliche, marktweit anerkannte Grundlage für Marktbeobachtung und Entscheidungsfindung – umso wichtiger in einem Umfeld, das Effizienz, Transparenz und Messbarkeit gleichermaßen einfordert.

Die Herausforderungen der digitalen Transformation prägen die Branche weiterhin – vom Ausbau der Paid-Content- und Digitalabo-Modelle bis zur Frage, wie sich Reichweite und Erlöse in Einklang bringen lassen. Verlage brauchen beides: breite, medienübergreifende Sichtbarkeit für Werbekunden und die konsequente Monetarisierung der eigenen, professionell erstellten Inhalte. Die Media-Analyse schafft dafür Orientierung, indem sie Print, ePaper und digitale Angebote gemeinsam abbildet und die Markenreichweite so kanalübergreifend sichtbar macht. Für die Verlage ist das die zentrale Grundlage, um digitale Angebote zu steuern, Zielgruppen präzise anzusprechen und Werbekunden integrierte, datenbasierte Konzepte zu bieten – in einer Zeit, in der die eigene, direkt messbare Beziehung zum Publikum an strategischem Gewicht gewinnt.

CMR – Die zukunftsweisende Erweiterung der Media-Analyse

Die **Markenreichweite (CMR: CrossMediaReach)** bleibt eine der zentralen Innovationen, die in der Media-Analyse 2023 eingeführt wurde und nun mit aktualisierten Werten fortgeführt wird.

Dank der engen Zusammenarbeit mit der Österreichischen Webanalyse (ÖWA) können Printmedien nun ihre kanalübergreifende Nutzung abbilden. Die Erhebung berücksichtigt nicht nur das Lesen gedruckter Ausgaben und ePaper, sondern auch die Nutzung der jeweiligen digitalen Angebote (Web/App). Die Online-Nutzungswerte werden an die ÖWA-Daten angepasst und mit den Print-Werten zu einer konsistenten Netto-Markenreichweite zusammengeführt. Diese Entwicklung trägt wesentlich dazu bei, das veränderte Mediennutzungsverhalten realistisch abzubilden.

Die etablierte Markenreichweite zeigt, wie stark Print- und Digitalnutzen zusammenwirken und welche Rolle die digitalen Plattformen in der Gesamtmarke spielen. Für die Verlage sind diese Daten eine zentrale Grundlage, um ihre digitalen Angebote zu steuern, Zielgruppen präzise zu adressieren und Werbekunden integrierte, datenbasierte Konzepte zu bieten. So unterstützt die Media-Analyse den notwendigen Umbau der Geschäftsmodelle, ohne den Fokus auf Qualität und Transparenz zu verlieren.

CMR (CrossMediaReach)

Neben dem Lesen von **gedruckten Ausgaben & ePaper** wird seit der MA 2023 auch die Nutzung des entsprechenden **Online-Angebots** in der MA erhoben.

Die erhobenen Werte für Web/App werden an den veröffentlichten Daten der ÖWA - entsprechend dem Erscheinungsintervall des Printmediums - angepasst. Die Anpassung erfolgt im Total und national. Die so justierten Onlinereichweiten werden mit den Printreichweiten zur Nettoreichweite für **Print** (gedruckte Ausgabe/ePaper) und **Online** (justiert an ÖWA) verrechnet.

Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern. Für regional erhobene Printmedien werden die ebenfalls regional erhobenen Werte für Web/App an den veröffentlichten Bundeslandreichweiten des korrespondierenden ÖWA-Angebots justiert.

CMR+ (CrossMediaReach+)

In Erweiterung der CMR um **Newsletter** gibt es seit der MA 2024 zusätzlich eine **CMR+**, in die **Print**, **Online** und **Newsletter** einfließen.

Voraussetzung für die Teilnahme an der CMR ist die Ausweisung der Werte des entsprechenden Einzelangebots in den ÖWA-Zählbeständen des rollierenden Jahres 2025/2026. Generell gilt die Ausweisung von 3 ÖWA-Quartalen des aktuellen ÖWA-Zeitraums von 4 Quartalen als Mindestanforderung für die Justierung. Die Justierung erfolgt weiterhin im Sinne der Aktualität anhand der aktuellsten 4 ÖWA-Quartale. Für die MA 2026-I sind somit die Quartale 3/4 2025 und 1/2 2026 die Justierungsbasis. Die Justierung des erhobenen Online-Reichweitenwerts eines Mediums in der MA erfolgt grundsätzlich anhand der von der ÖWA ausgewiesenen Reichweite (Unique User) des zugehörigen Einzelangebots.

Bei Berichten über die CMR (CrossMediaReach) bzw. die CMR+ sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR-Werten muss die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend angegeben werden.

Onlinereichweite: Justierung an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA).

Aufgrund der Methodenumstellung der ÖWA mit Jänner 2025 sind die CMR-Werte 2025, die durch die Justierung zu einem wesentlichen Teil auf ÖWA-Daten beruhen, nicht mit jenen aus Vorjahren vergleichbar!

Erfolgreiche Entwicklung

Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Erhebungs- und Auswertungsmethoden bleibt dabei ein zentrales Prinzip. Digitale Befragungswege und eine kluge Nutzung technologischer Möglichkeiten unterstützen die Effizienzsteigerung, ohne den Kernauftrag der Media-Analyse zu verändern. So wird aus der finanziellen Neuaufstellung kein Sparpaket, sondern ein Strukturimpuls: Die Media-Analyse 2026 bleibt für alle Marktteilnehmer leistbar und zugleich qualitativ verlässlich.

Abschließend ersuchen wir Sie um den gewohnt verantwortungsvollen Umgang mit den erhobenen Daten und erinnern an die Hinweise zur statistischen Interpretation, insbesondere der Schwankungsbreiten.

Interessierte können bei der Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen die Ergebnisse der MA 2026-I im Taschenformat - „Mini-MA“ - zum Preis von € 60,- (zzgl. 20% USt.) beziehen. Die wichtigsten Eckdaten der Media-Analyse sind unter www.media-analyse.at abrufbar.

**Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen wünscht allen viel Erfolg
bei der Arbeit mit der MA 2026-I!**

Fallzahlen

Um sicherzustellen, dass alle Daten gleich stark in den 24-Monatsbestand einfließen, womit Aktualität und Stabilität erzielt und saisonale Effekte minimiert werden, wurden die Fallzahlen für das 2. Halbjahr 2024 und die beiden Halbjahre 2025 auf das Niveau der Interviewanzahl des 1. Halbjahres 2026 gewichtet (jeweils ca. 4.000 Fälle). Somit ergibt sich eine Gesamtfallzahl für die MA 2026-I von 16.016 Interviews.

Reichweitenvergleiche | Signifikanzberechnungen

Reichweitenvergleiche und Signifikanzberechnungen sind nur mit sich nicht überschneidenden Datenbeständen zulässig!

Somit ist der Vergleichsdatenbestand für die MA 2026-I jener der MA 2023/2024.

12 Monate | MA 2023/2024

2. Halbjahr	MA 2023
1. Halbjahr	MA 2024



24 Monate | MA 2026-I

2. Halbjahr	MA 2024
Ganzjahr	MA 2025
1. Halbjahr	MA 2026

Schwankungsbreiten | Signifikanzen

Die Berechnung von Schwankungsbreiten und Signifikanzen ist nur auf Basis ungewichteter Fallzahlen zulässig!

Die ungewichteten Fallzahlen sind in den nachfolgenden Grafiken angeführt und den Publikationen der MA (Tabelle *Ungewichtete Fallzahlen*) zu entnehmen.

Die ausgewiesenen Reichweiten repräsentieren jeweils den Wert mit der größten Wahrscheinlichkeit.

Der tatsächliche Wert liegt mit 95% Wahrscheinlichkeit innerhalb der statistischen Schwankungsbreite. Die Schwankungsbreite eines ausgewiesenen Wertes lässt sich mit folgender Formel berechnen, wobei die ermittelte Schwankungsbreite dem ausgewiesenen Wert einmal abziehen und einmal hinzurechnen ist.

$$\text{Schwankungsbreite} = 1,96 * \sqrt{\frac{p * (100 - p)}{n}}$$

p ausgewiesene Reichweite (in %)

n ungewichtete Fallzahl, auf die sich die ausgewiesene Reichweite bezieht

Auszug Werberichtlinien

„Bei Verwendung von MA-Daten muss darauf hingewiesen werden, dass die angegebenen Werte statistischen Schwankungsbreiten unterliegen (z.B.: mit einem Verweis auf die Homepage der Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen <http://media-analyse.at/Signifikanz>).“

„Bei Vergleichen von MA-Werten unterschiedlicher Titel sind die statistischen Schwankungsbreiten anzuführen. Die Berechnung der Schwankungsbreiten darf nur auf Basis der ungewichteten Fallzahlen erfolgen.“

Signifikanz von Werten aus unterschiedlichen Analysen

Für die Signifikanzprüfung von Werten aus unterschiedlichen Analysen (z.B. Reichweitenvergleich mit Vorjahren) gilt folgende Formel. Das Ergebnis (auf 95% Sicherheitsniveau) ist statistisch signifikant, wenn der ermittelte t-Wert größer als 1,96 ist.

$$t = \frac{|p_1 - p_2|}{\sqrt{\frac{p_1 * (100 - p_1)}{n_1} + \frac{p_2 * (100 - p_2)}{n_2}}}$$

p_1 Reichweite 1 (in %)

n_1 ungewichtete Fallzahl, auf die sich p_1 bezieht

p_2 Reichweite 2 (in %)

n_2 ungewichtete Fallzahl, auf die sich p_2 bezieht

Reichweiten Print
(gedruckte Ausgaben/ePaper)



Grundgesamtheit

7.831.524 Personen ab 14 Jahren in 4.182.056 Privathaushalten

Fallzahl (gewichtet)

16.016 Interviews

Sampling

Combined Extended Random Sample/RLD-Verfahren /
Rekrutierung aus Online-Access-Pools/Push-to-Web/Push-to-CAPI

Feldarbeit

Juli 2024 bis Juni 2026

Interviews

CAWI und Online CAPI/CASI

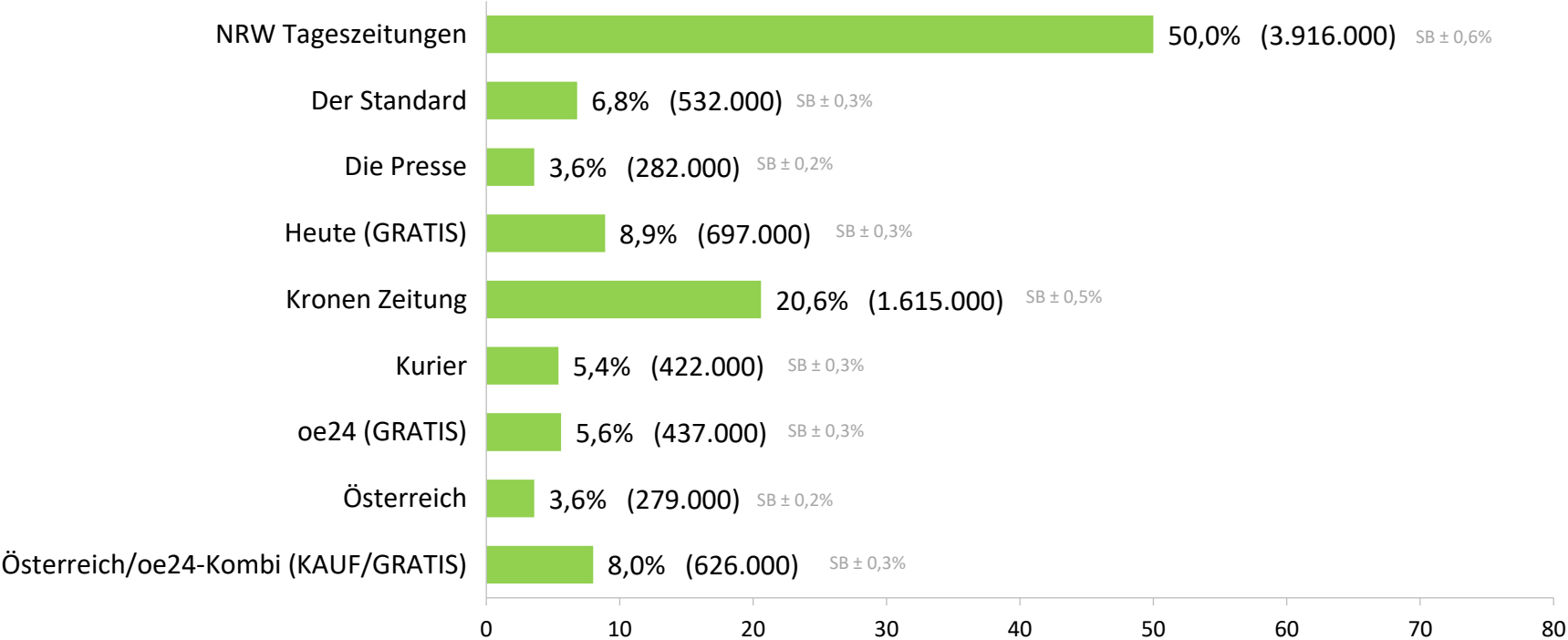
Erfasste Printmedien

Tageszeitungen (national/regional) (13),
Wochenmagazine/Wochenzeitungen (national/regional) (9),
Supplements (3), 14-tägliche regionale Zeitung (1), monatliche
und seltener erscheinende Magazine (national/regional) (22)

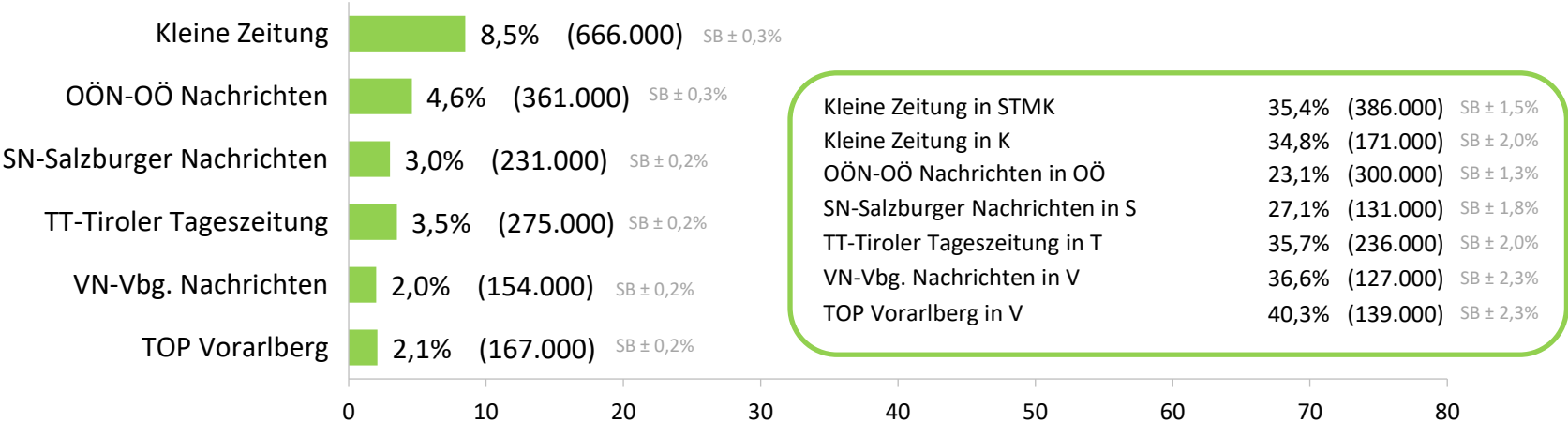
Mit der MA 2026-I basiert die Berichtslegung auf einem Erhebungszeitraum von 24 Monaten.
Die MA 2026-I beinhaltet somit Daten aus dem 2. Halbjahr 2024, dem Ganzjahr 2025 und dem 1. Halbjahr 2026.

Tageszeitungen I

Die für die einzelnen Mediengruppen im Zeitraum Juli 2024 bis Juni 2026 erhobenen Total-Werte sind als Reichweite (in %) und als Projektion (in 1.000) ausgewiesen.
 Die ausgewiesenen Reichweiten beziehen sich sowohl auf die auf Papier gedruckte Ausgaben wie auch auf das ePaper.
 Der Wert NRW Tageszeitungen umfasst die Nettoreichweite aller in der MA erhobenen österreichischen Tageszeitungen.

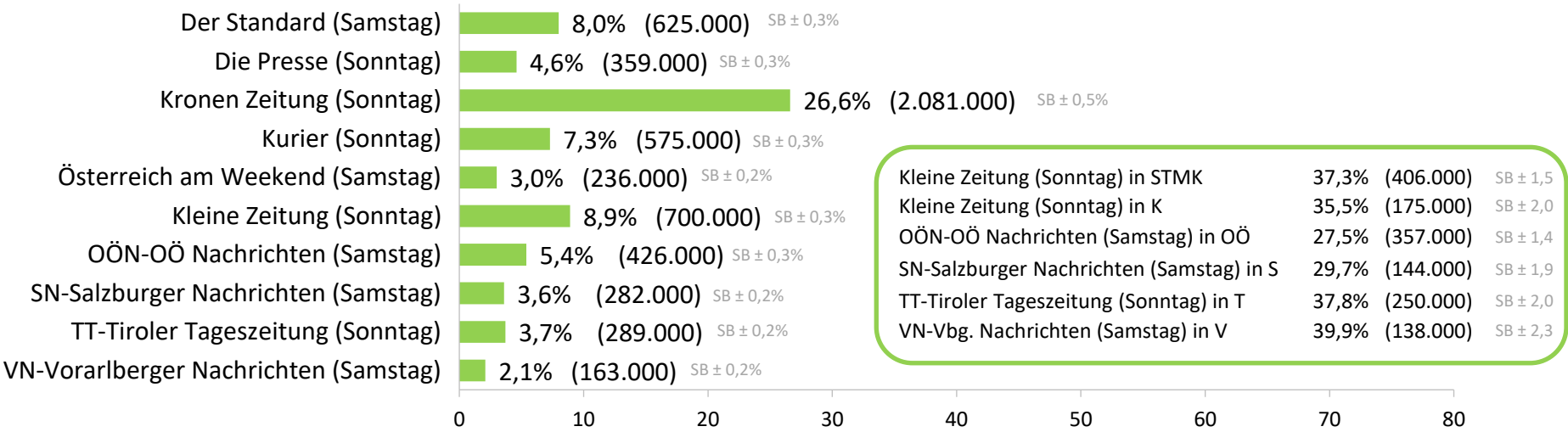


Tageszeitungen II

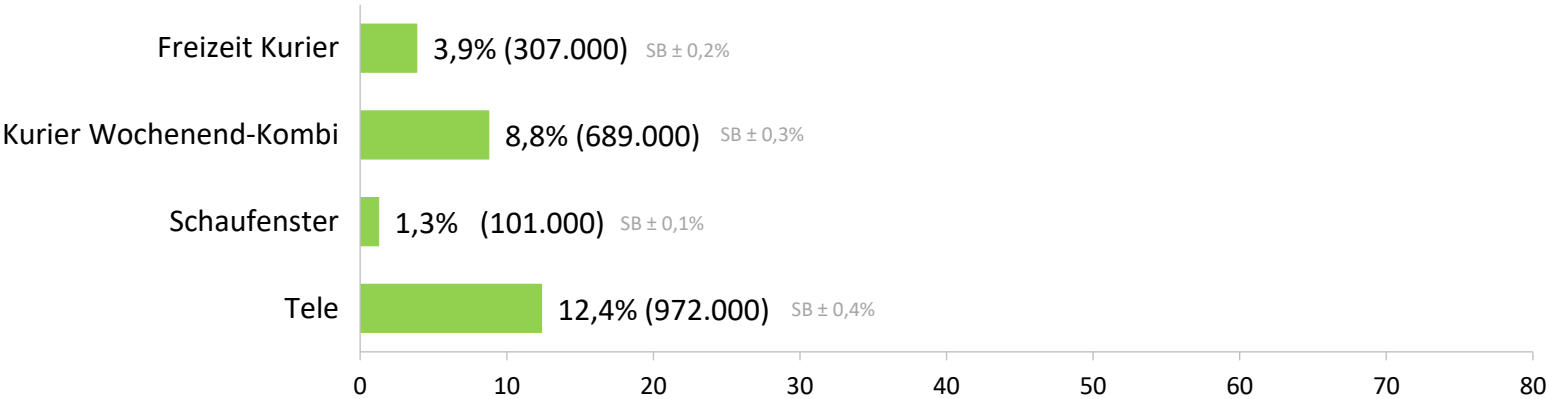


TOP Vorarlberg: Vorarlberger Nachrichten, Neue Vorarlberger Tageszeitung (V)

Tageszeitungen Wochenende



Bei den Leserzahlen der SUPPLEMENTS handelt es sich nicht um den LpA der Trägerzeitungen, sondern um getrennt erhobene Reichweiten der Supplements.

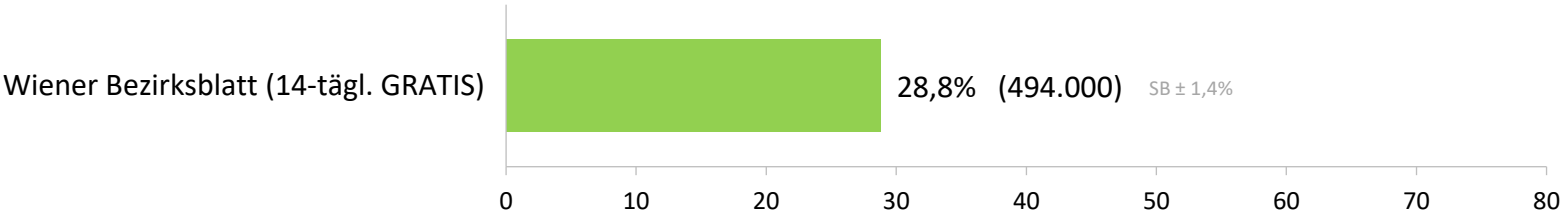


Kurier Wochenend-Kombi: Kurier Sonntag, Freizeit Kurier

Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich auf Bundeslandebene gestattet.

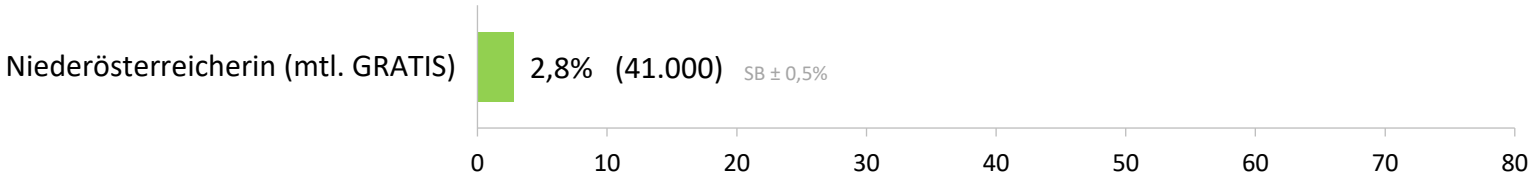
Wien

Bevölkerung: 1.718.000 | Fallzahl: 2.494 (ungewichtet: 4.069)



Niederösterreich

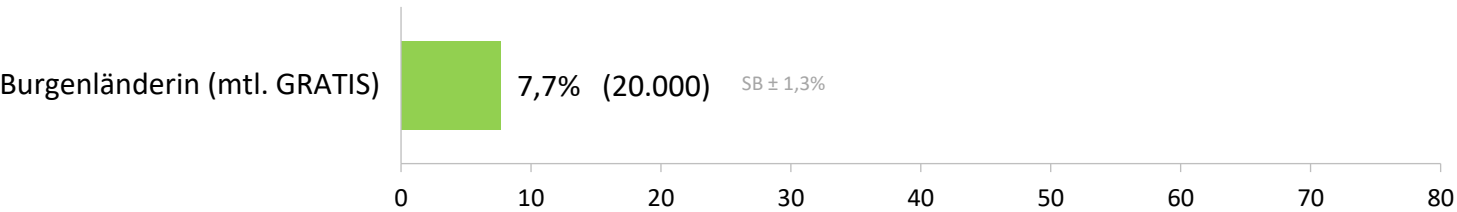
Bevölkerung: 1.479.000 | Fallzahl: 2.491 (ungewichtet: 4.063)



Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich auf Bundeslandebene gestattet.

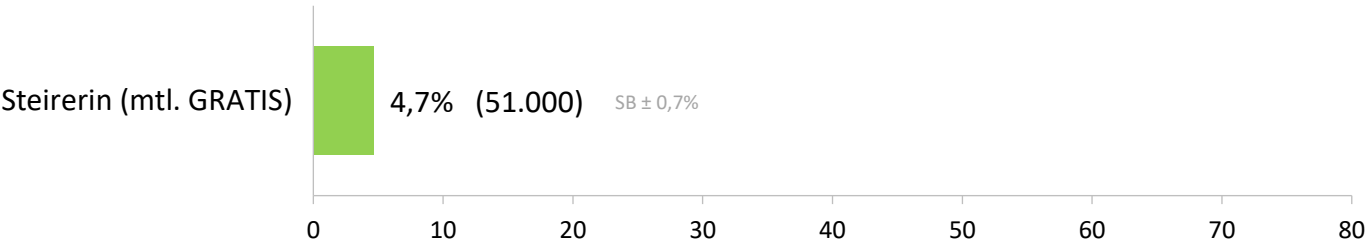
Burgenland

Bevölkerung: 262.000 | Fallzahl: 1.068 (ungewichtet: 1.743)



Steiermark

Bevölkerung: 1.090.000 | Fallzahl: 2.364 (ungewichtet: 3.857)

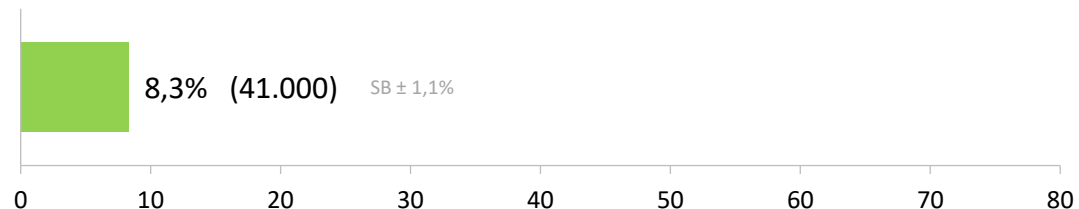


Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich auf Bundeslandebene gestattet.

Kärnten

Bevölkerung: 492.000 | Fallzahl: 1.390 (ungewichtet: 2.267)

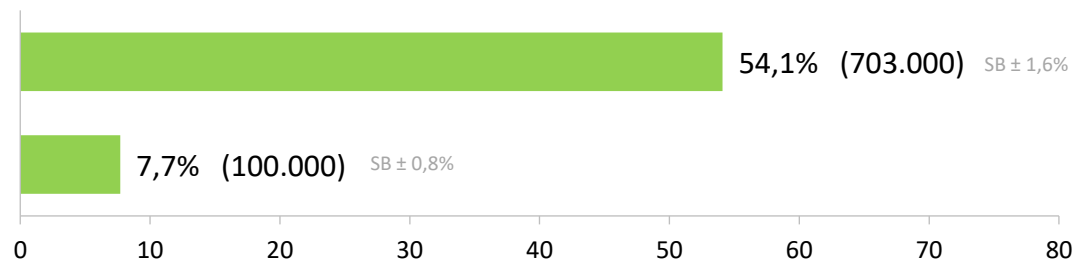
Kärntner Monat (mtl. GRATIS)



Oberösterreich

Bevölkerung: 1.299.000 | Fallzahl: 2.380 (ungewichtet: 3.883)

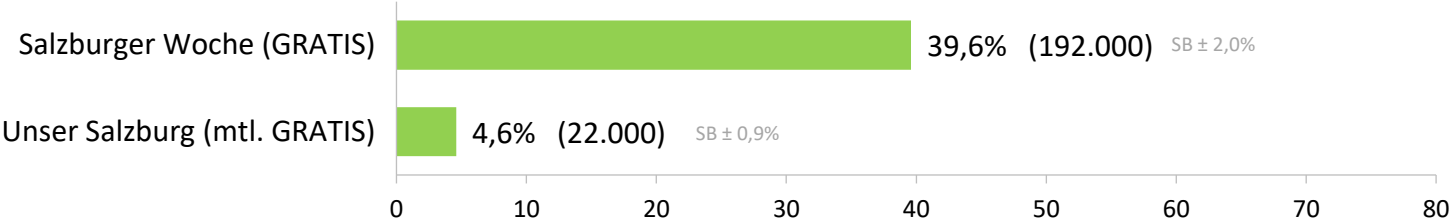
Tips (wtl. GRATIS)



Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich auf Bundeslandebene gestattet.

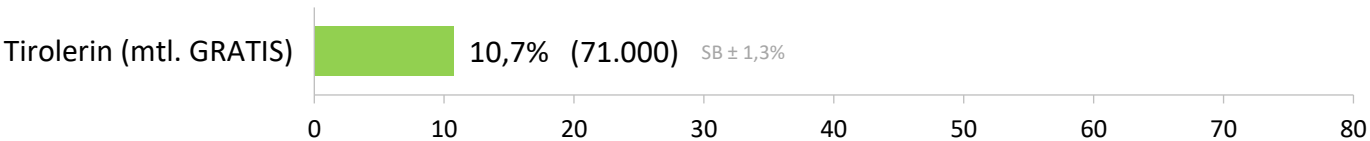
Salzburg

Bevölkerung: 485.000 | Fallzahl: 1.360 (ungewichtet: 2.218)

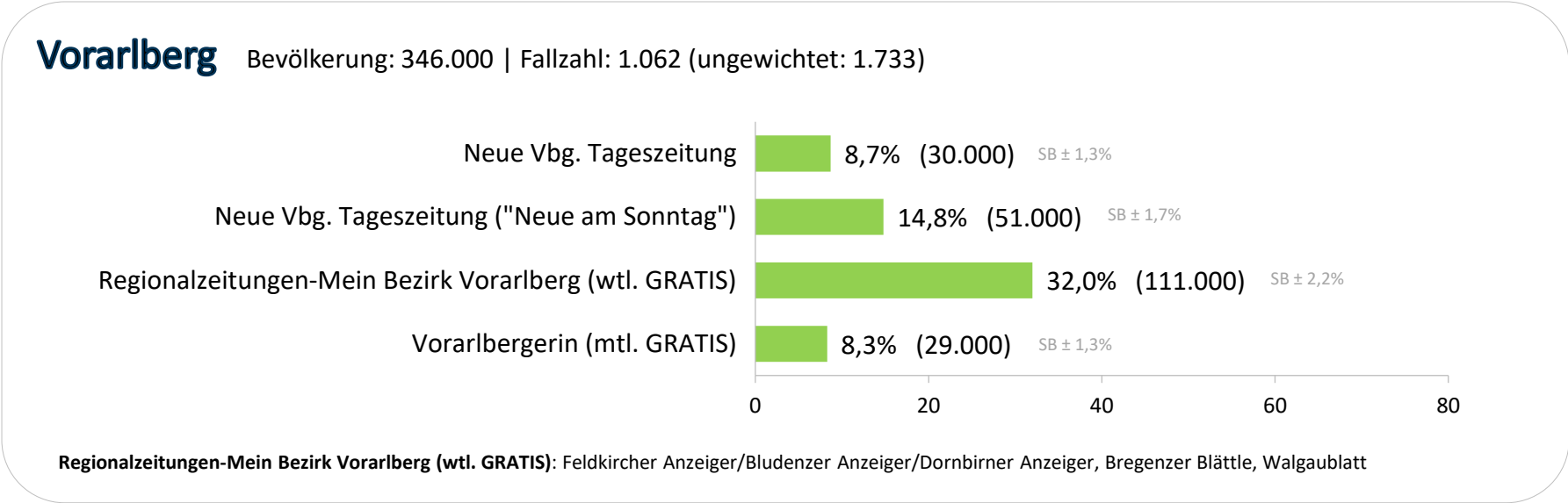


Tirol

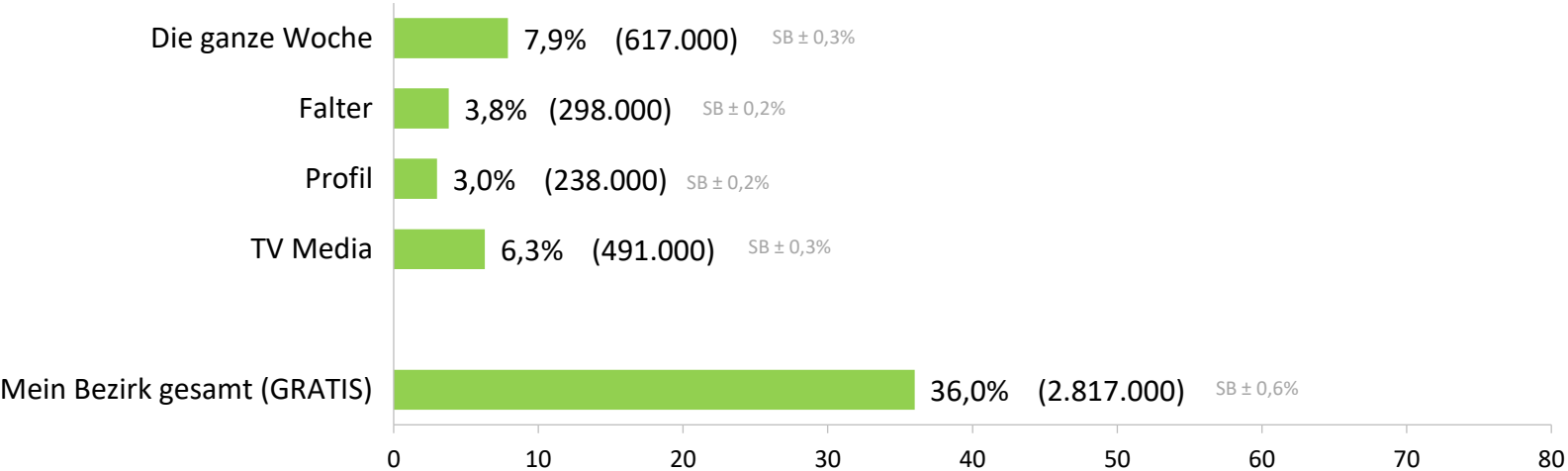
Bevölkerung: 661.000 | Fallzahl: 1.407 (ungewichtet: 2.295)



Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich auf Bundeslandebene gestattet.

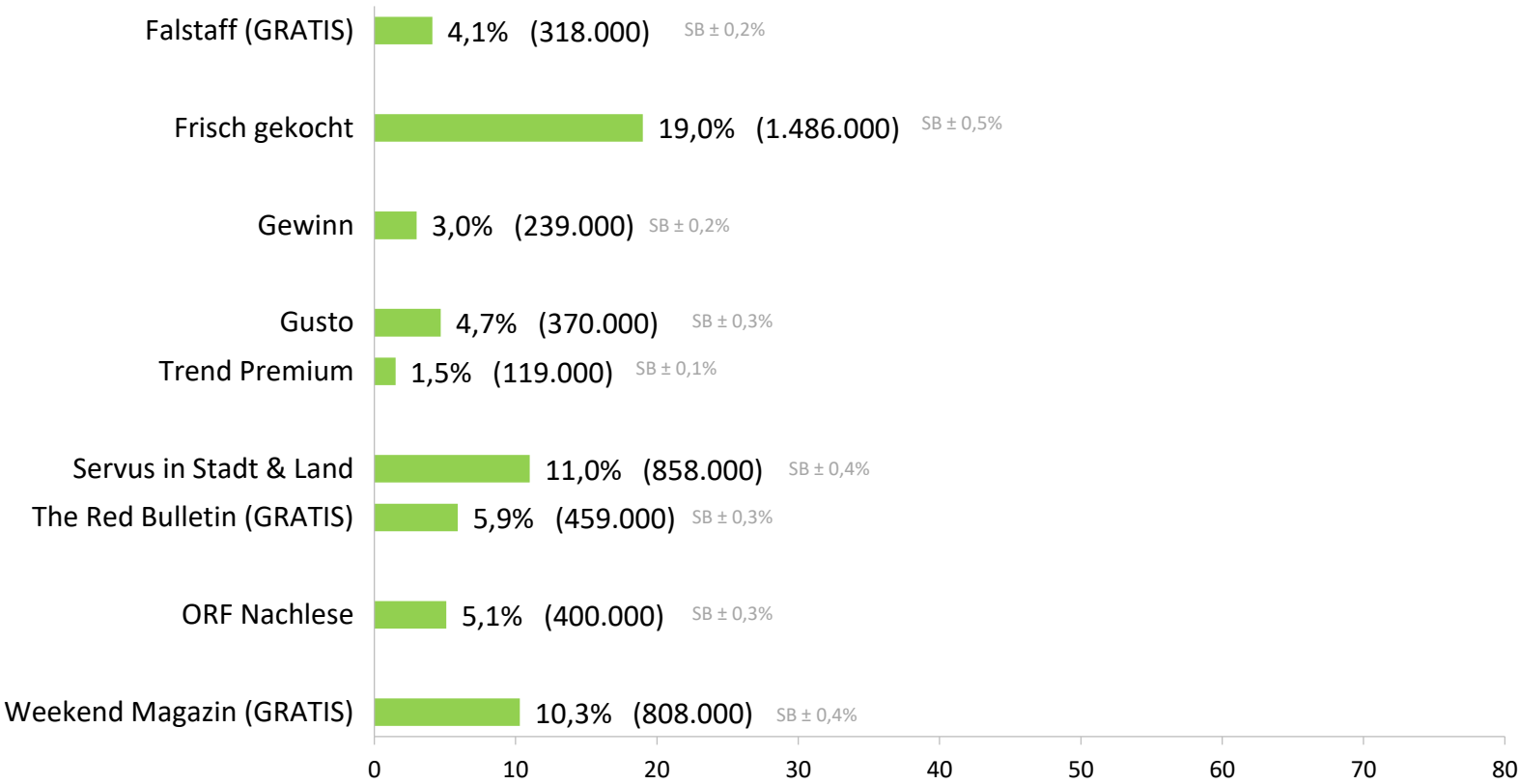


Magazine | Wochenzeitungen (wöchentlich)

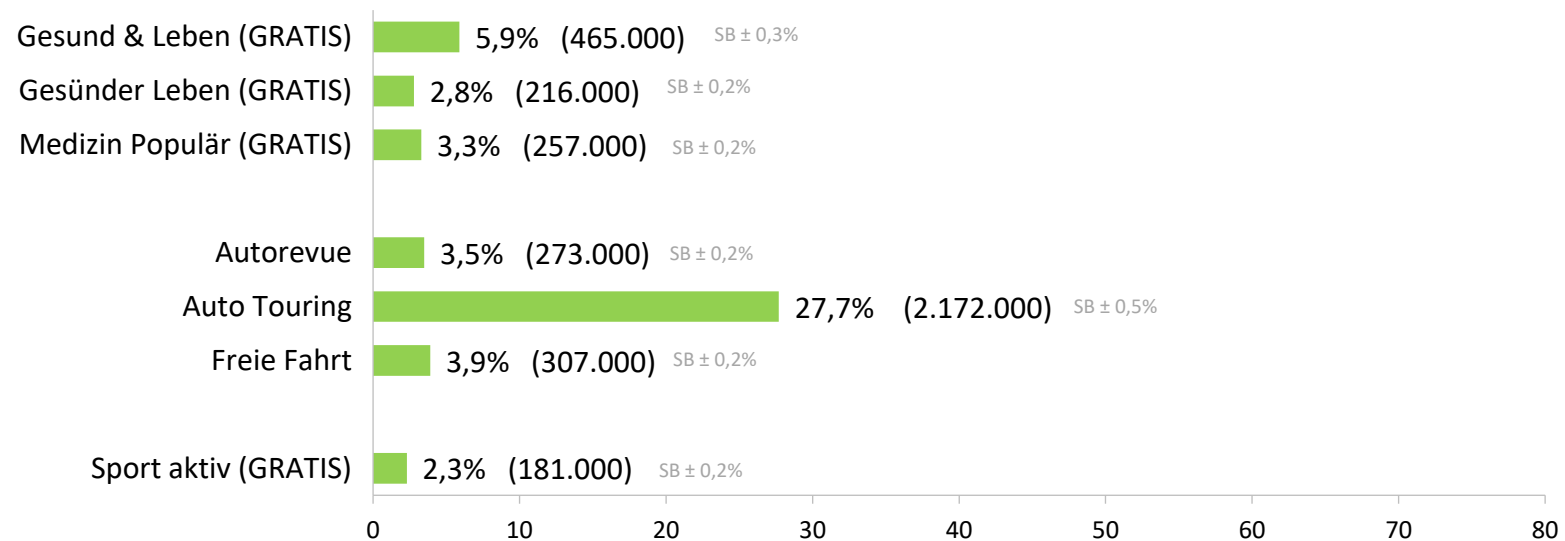


Mein Bezirk gesamt (GRATIS): Mein Bezirk in Wien (GRATIS), Mein Bezirk in Niederösterreich (GRATIS), Mein Bezirk in Burgenland (GRATIS), Mein Bezirk in der Steiermark (GRATIS), Mein Bezirk in Kärnten (GRATIS), Mein Bezirk in Oberösterreich (GRATIS), Mein Bezirk in Salzburg (GRATIS), Mein Bezirk in Tirol (GRATIS), Regionalzeitungen-Mein Bezirk Vorarlberg (GRATIS)

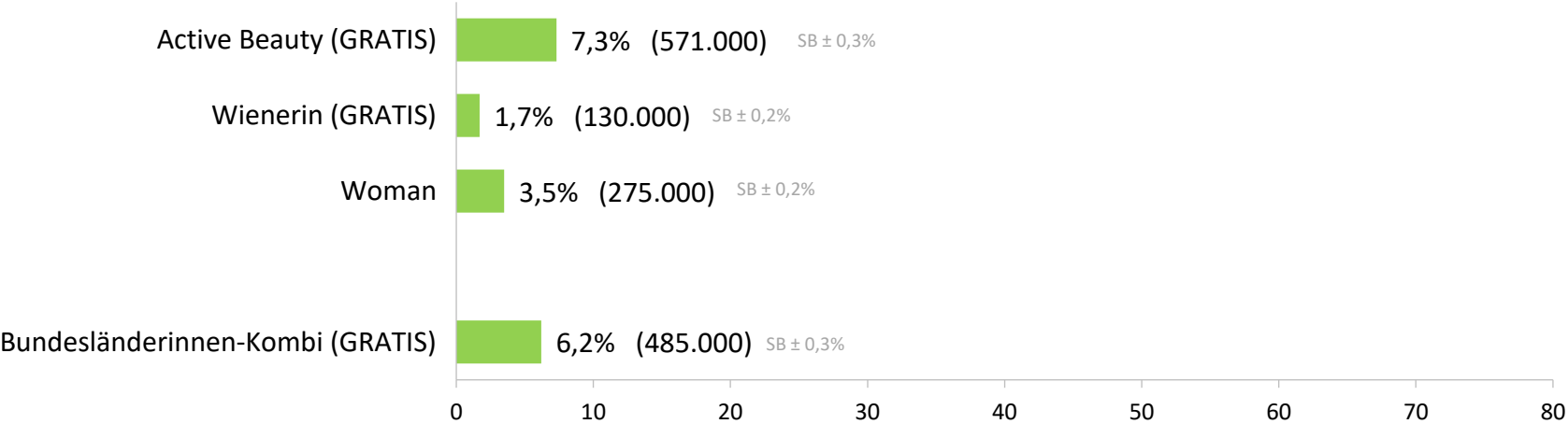
Magazine (monatlich)



Special Interest Magazine (monatlich)

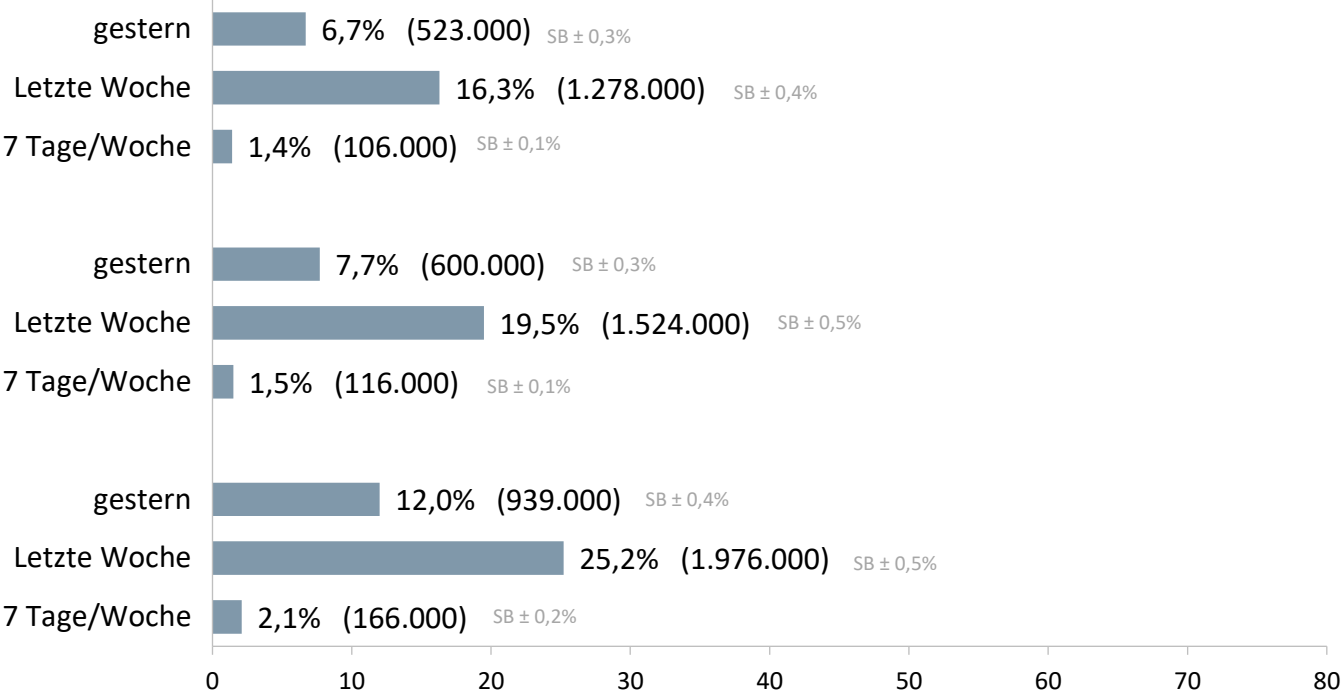


Frauenmagazine (monatlich)

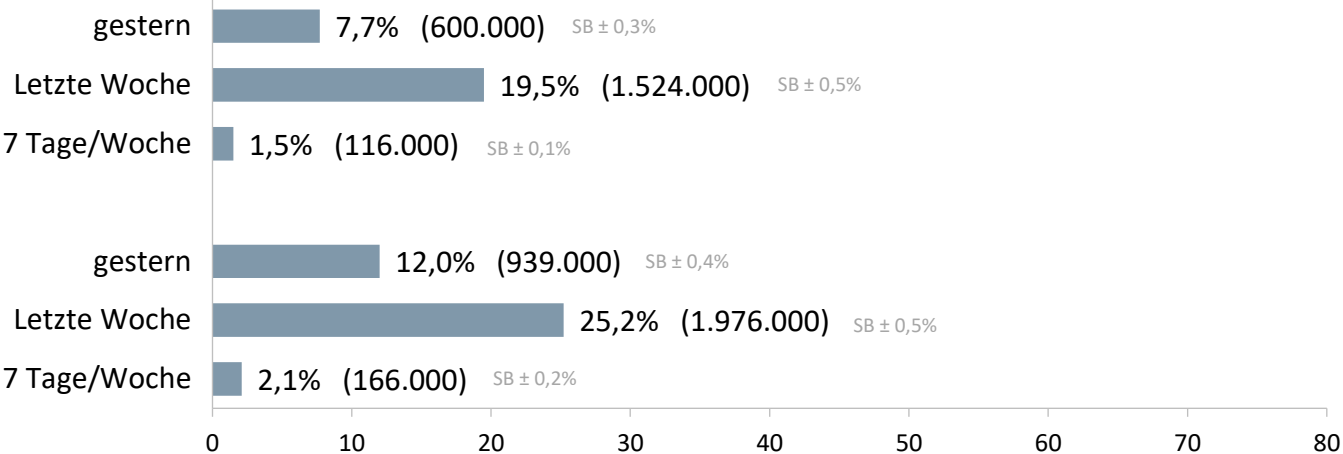


Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS): Wienerin (GRATIS), Niederösterreicherin (GRATIS), NÖ, Burgenländerin (GRATIS), B, Steirerin (GRATIS), ST, Kärntner Monat (GRATIS), K, Oberösterreicherin (GRATIS), OÖ, Unser Salzburg (GRATIS), S, Tirolerin (GRATIS), T, Vorarlbergerin (GRATIS), V

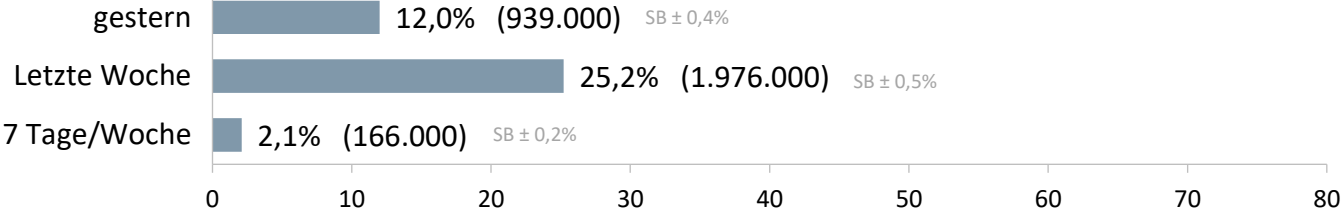
Infoscreen U-Bahn/U-Bahnstation



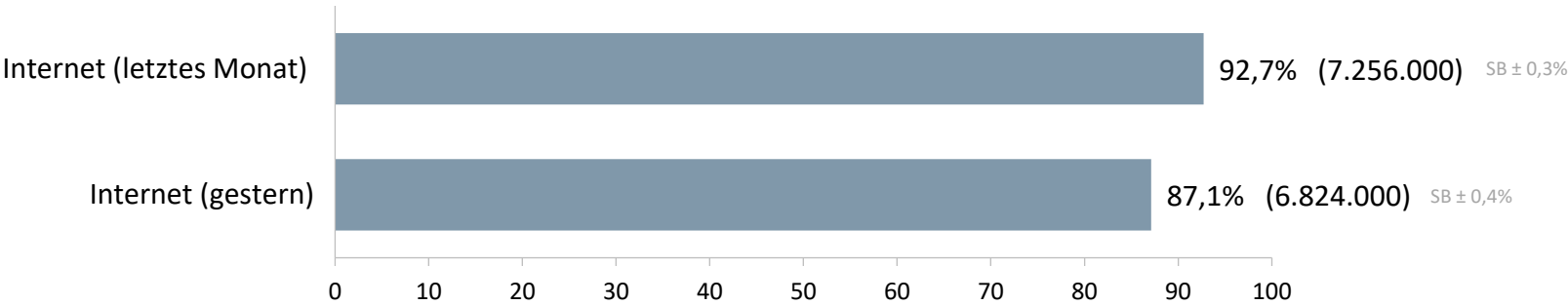
Infoscreen Straßenbahn/Bus

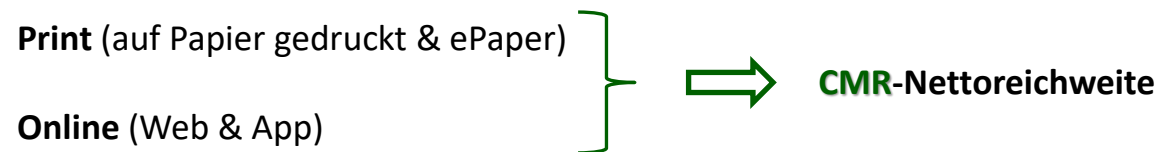


Infoscreen Kombi



Letzte Nutzung





CMR - CrossMediaReach
(Print | Online)

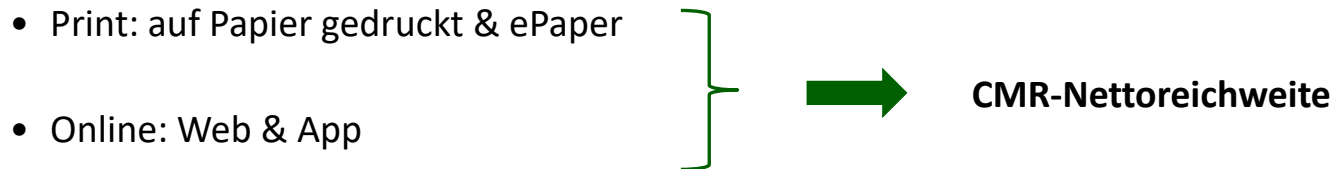


Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen bietet ihren Printmitgliedern gemeinsam mit der Österreichischen Webanalyse (ÖWA) seit der MA 2023 die Möglichkeit, eine **Markenreichweite** (CMR: **CrossMediaReach**) zu bilden und auch auszuweisen, womit die Nutzung von Print-Content, der kanalübergreifend ausgespielt wird, dargestellt werden kann.

Neben dem Lesen von gedruckten Ausgaben & ePaper wird auch die Nutzung des entsprechenden Online-Angebots in der MA erhoben.

Die erhobenen Werte für Web/App werden an den veröffentlichten Daten der ÖWA - entsprechend dem Erscheinungsintervall des Printmediums - angepasst. Die Anpassung erfolgt im Total und national. Die so justierten Online-Reichweiten werden mit den Printreichweiten zur **Nettoreichweite** für Print (gedruckte Ausgabe/ePaper) und Online (justiert an ÖWA) verrechnet.

Für regional erhobene Printmedien werden die ebenfalls regional erhobenen Werte für Web/App an den veröffentlichten Bundeslandreichweiten des korrespondierenden ÖWA-Angebots justiert.



Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.

Der Wert NRW TAGESZEITUNGEN (CMR) umfasst die **Nettoreichweite** aller in der MA erhobenen österreichischen Tageszeitungen, sowie die zugehörigen erhobenen und justierten Online-Angebote.

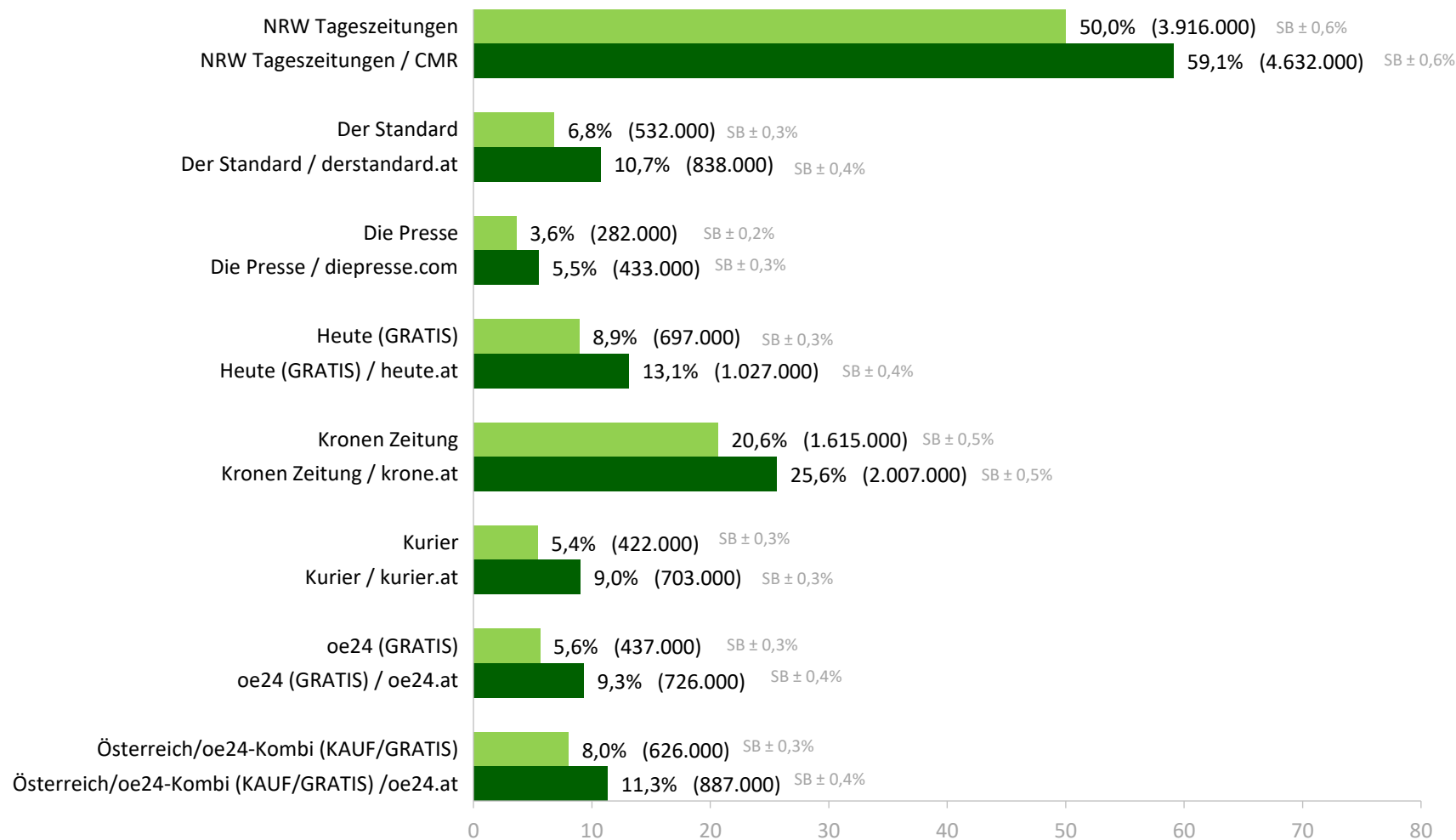
Voraussetzung für die Teilnahme an der CMR ist die Ausweisung der Werte des entsprechenden Einzelangebots in den ÖWA-Zählbeständen des rollierenden Jahres 2025/2026. Generell gilt die Ausweisung von 3 ÖWA-Quartalen des aktuellen ÖWA-Zeitraums von 4 Quartalen als Mindestanforderung für die Justierung. Die Justierung erfolgt weiterhin im Sinne der Aktualität anhand der aktuellsten 4 ÖWA-Quartale. Für die MA 2026-I sind somit die Quartale 3/4 2025 und 1/2 2026 die Justierungsbasis. Die Justierung des erhobenen Online-Reichweitenwerts eines Mediums in der MA erfolgt grundsätzlich anhand der von der ÖWA ausgewiesenen Reichweite (Unique User) des zugehörigen Einzelangebots.

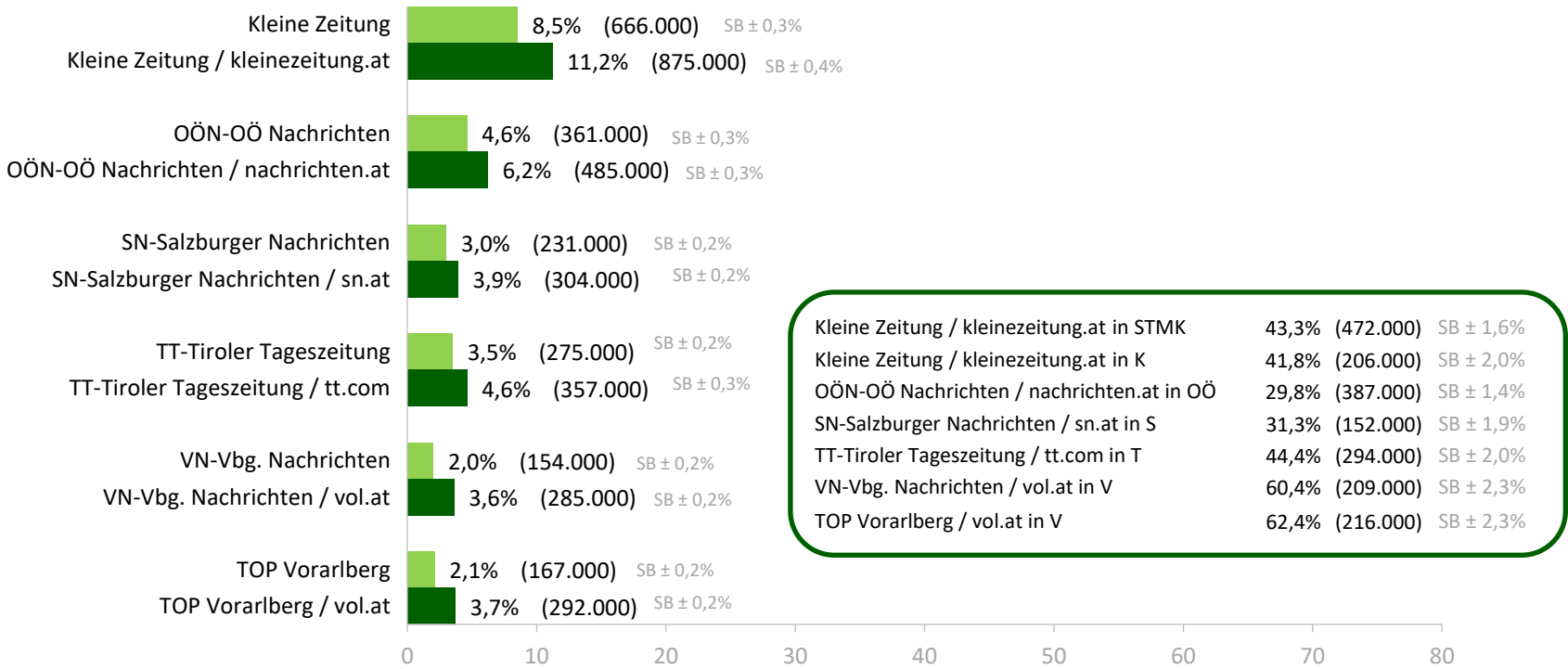
Werden die Inhalte eines Medientitels digital über mehrere gleichnamige Domains (web_locals) verbreitet, die sich nur durch die Top Level Domain (.at, .com, .ch, .de...) unterscheiden, und sind weiters ausschließlich diese gleichnamigen web_locals (Domains) unter dem Dachangebot zusammengefasst und ausgewiesen, so wird für die Justierung der Onlinewerte der Wert des Dachangebots herangezogen.

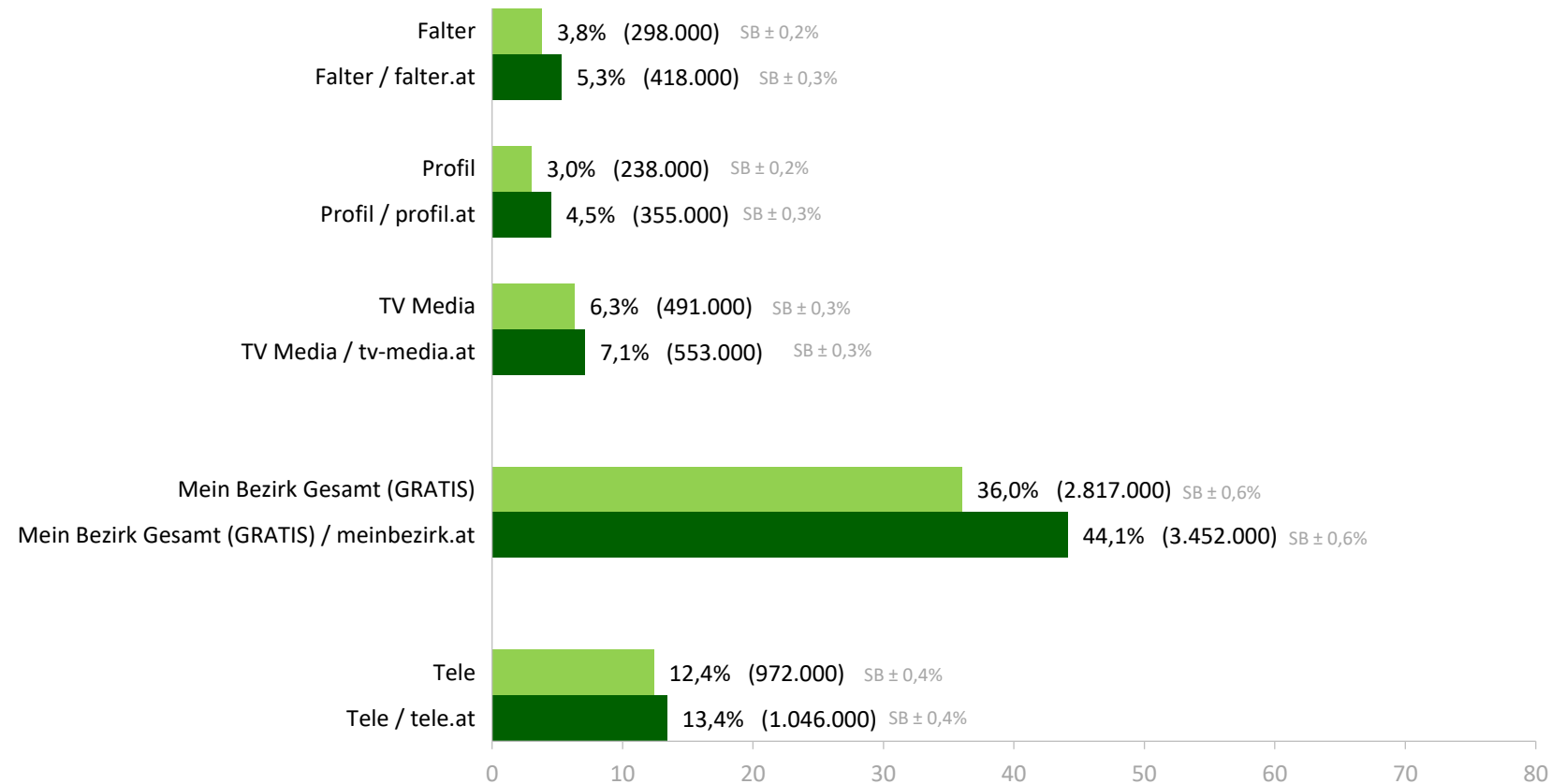
Bei Berichten über die CMR (CrossMediaReach) bzw. die CMR+ sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR-Werten muss die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend angegeben werden.

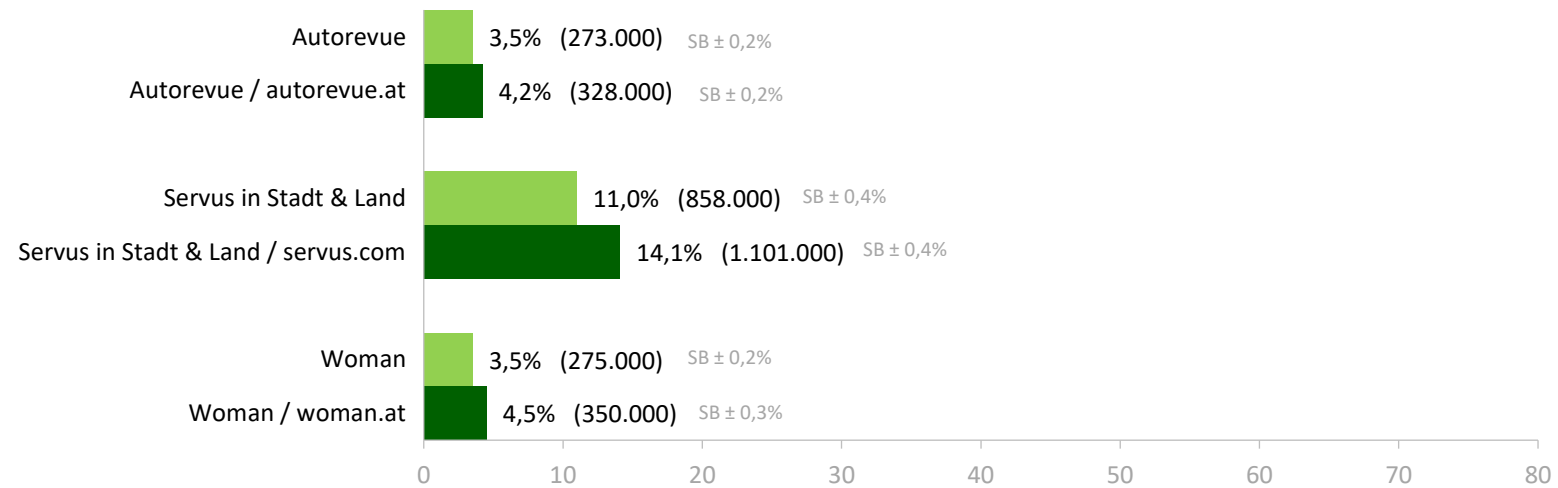
Onlinereichweite: Justierung an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA).

Aufgrund der Methodenumstellung der ÖWA mit Jänner 2025 sind die CMR-Werte 2025, die durch die Justierung zu einem wesentlichen Teil auf ÖWA-Daten beruhen, nicht mit jenen aus Vorjahren vergleichbar!





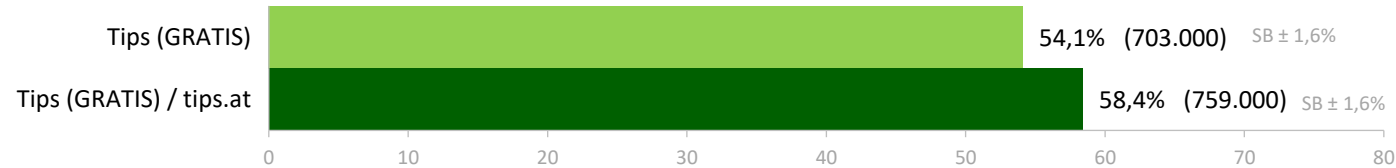




Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.

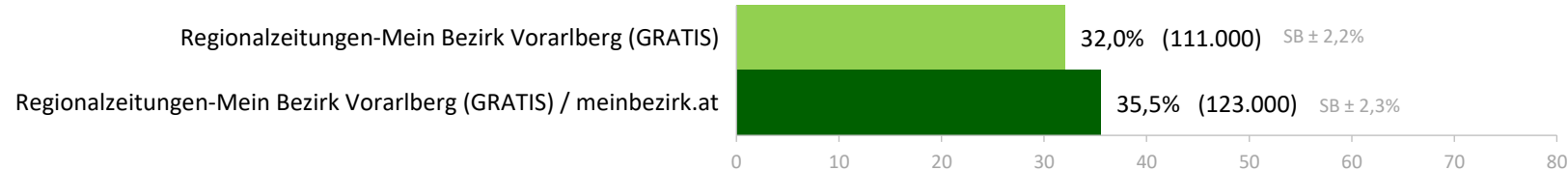
Oberösterreich

Bevölkerung: 1.299.000 | Fallzahl: 2.380 (ungewichtet: 3.883)



Vorarlberg

Bevölkerung: 346.000 | Fallzahl: 1.062 (ungewichtet: 1.733)



Regionalzeitungen-Mein Bezirk Vorarlberg (GRATIS): Feldkircher Anzeiger/Bludenzener Anzeiger/Dornbirner Anzeiger, Bregenzer Blättle, Walgaublatt

CMR+ - CrossMediaReach+

Print (auf Papier gedruckt & ePaper)

Online (Web & App)

Newsletter

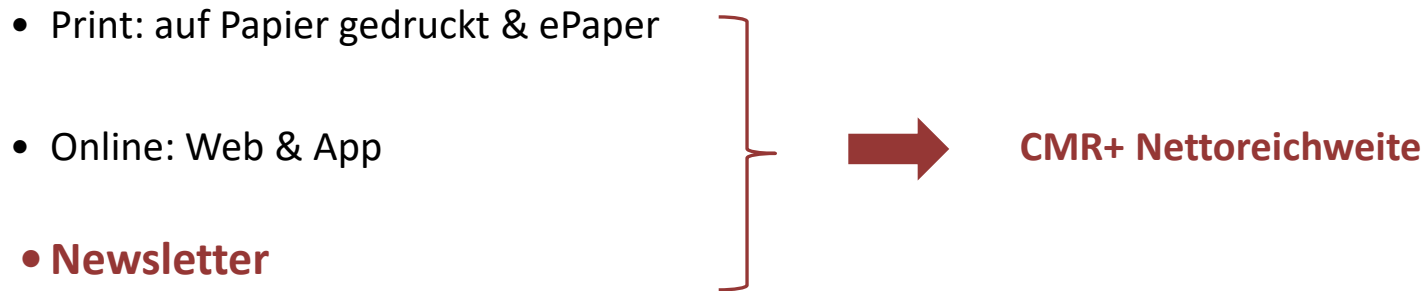


CMR+ Nettoreichweite

CMR+ - CrossMediaReach+
(Print | Online | Newsletter)



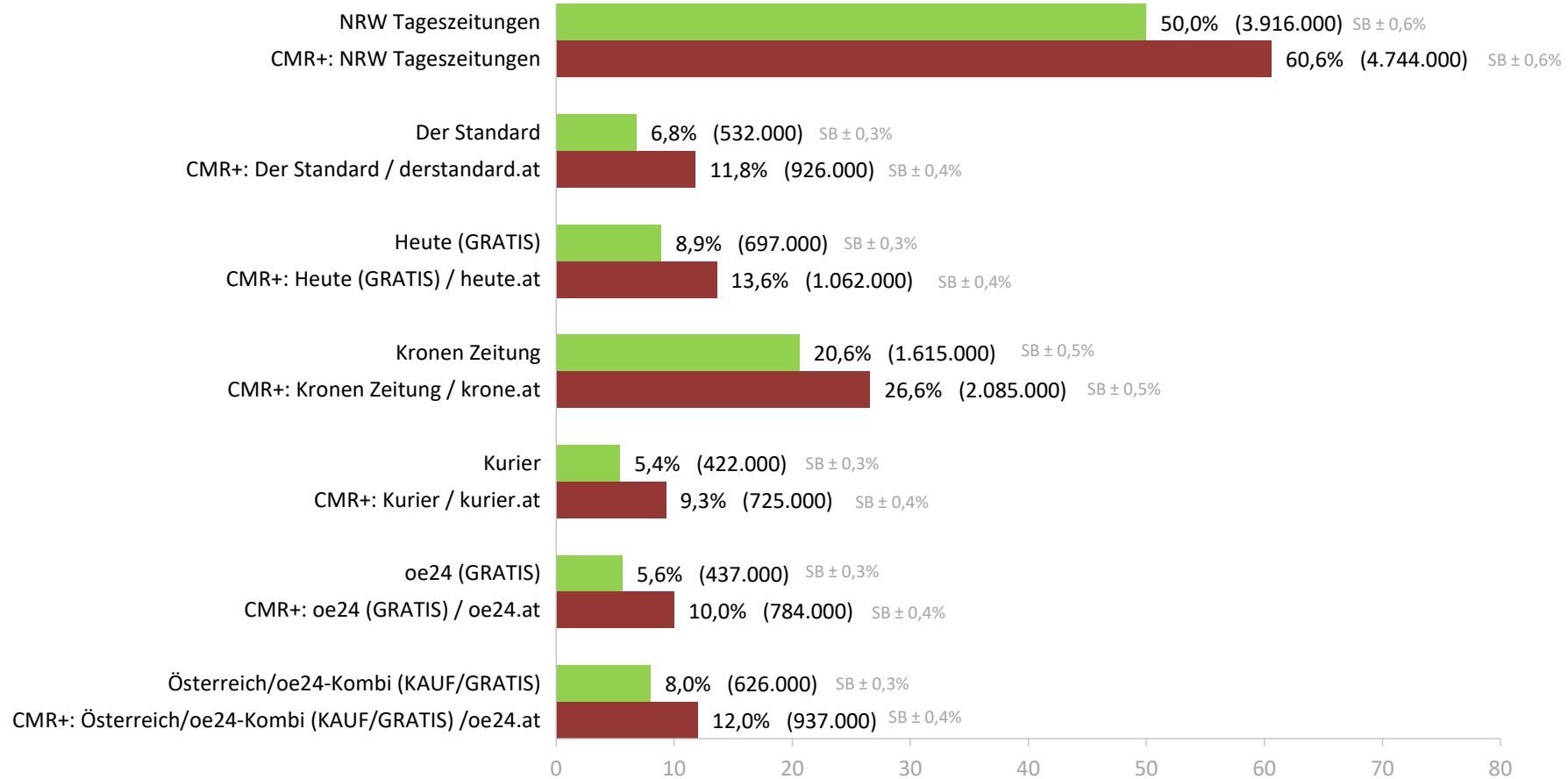
In Erweiterung der CMR um **Newsletter** gibt es seit der MA 2024 auch eine **CMR+**, in die Print, Online und **Newsletter** einfließen.



Bei Berichten über die CMR (CrossMediaReach) bzw. die CMR+ sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR-Werten muss die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend angegeben werden.

Onlinereichweite: Justierung an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA).

Aufgrund der Methodenumstellung der ÖWA mit Jänner 2025 sind die CMR-Werte 2025, die durch die Justierung zu einem wesentlichen Teil auf ÖWA-Daten beruhen, nicht mit jenen aus Vorjahren vergleichbar!

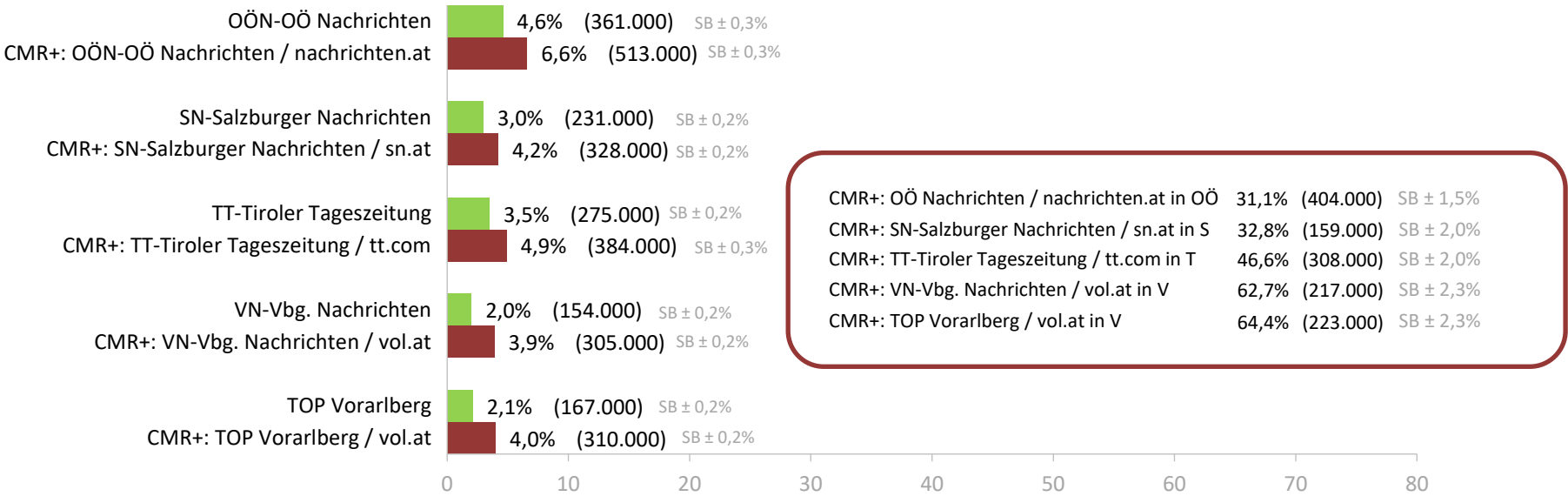


Der Wert NRW TAGESZEITUNGEN (CMR+) umfasst die Nettoreichweite aller in der MA erhobenen österreichischen Tageszeitungen, die zugehörigen erhobenen und justierten Online-Angebote, sowie Newsletter (inkl. DIE PRESSE und KLEINE ZEITUNG, welche nicht ausgewiesen werden).

CMR+

↑

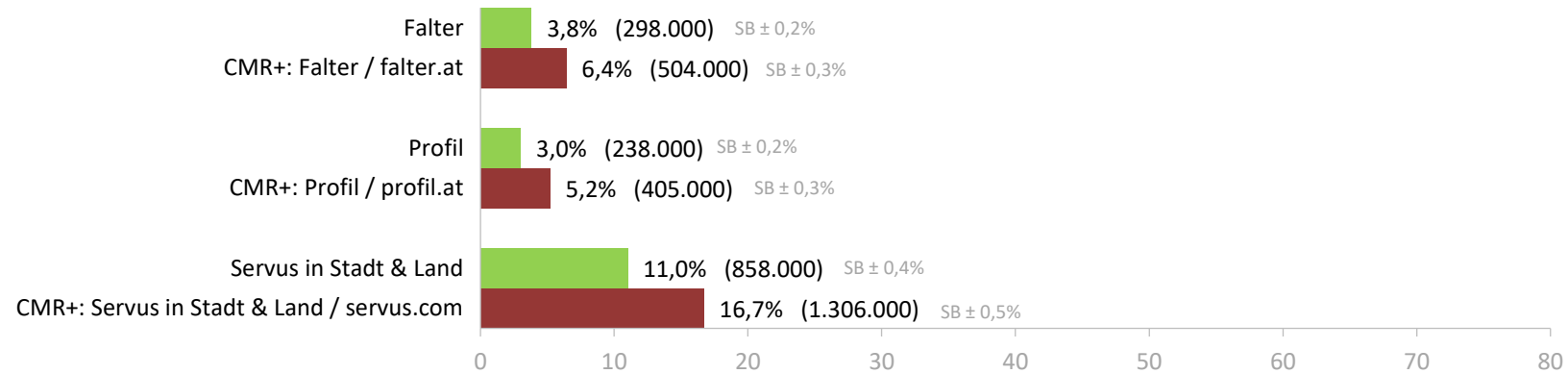
Print | Online | Newsletter



Print/CMR+ 2026-I

Magazine | Wochenzeitungen (wöchentlich/monatlich)

CMR+  Print | Online | Newsletter





Für Fragen und Zusatzinformationen steht Ihnen die
Geschäftsstelle der Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen
selbstverständlich gerne zur Verfügung.

