

MA 24/25

Ergebnisse

16. Oktober 2025



Am **16. Oktober 2025** liefert die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen mit der aktuellen Ausgabe der Media-Analyse 24/25 erneut fundierte und verlässliche Daten zur Mediennutzung in Österreich. Dieser Bericht dient insbesondere der Werbewirtschaft, den Medienunternehmen sowie der interessierten Öffentlichkeit als bewährte Informationsquelle.

Der Medienmarkt in Österreich befindet sich im tiefgreifenden Strukturwandel, geprägt von Digitalisierung, veränderten Nutzergewohnheiten und neuen Wettbewerbsformen. Die Verlagsbranche steht vor großen Herausforderungen, da klassische Geschäftsmodelle zunehmend durch Onlineformate ergänzt oder ersetzt werden müssen. Drei zentrale Gründe treiben diesen Wandel maßgeblich voran: die rasche Digitalisierung, der Rückgang traditioneller Printauflagen und die wachsende Bedeutung datenbasierter Werbestrategien.

Vor diesem Hintergrund gewinnt die Media-Analyse als verlässliche Grundlage zur Marktbeobachtung und Entscheidungsfindung enorm an Bedeutung. Nur durch präzise, qualitativ hochwertige Daten kann die Branche ihre Entwicklung nachvollziehen und ihre Angebote optimal positionieren. Dies schafft Vertrauen bei Werbekunden und sichert die Wettbewerbsfähigkeit der Medienunternehmen.

Ein weiteres Schlüsselement für den Erfolg der Media-Analyse ist die breite und geschlossene Teilnahme aller relevanten Verlage und Mediaagenturen. Nur durch eine einheitliche Datengrundlage kann sich die gesamte Branche geschlossen präsentieren und gegenüber dem Markt klar und transparent auftreten – eine Voraussetzung für fundierte Entscheidungen und nachhaltiges Wachstum.

Die MA wird **partnerschaftlich** von 75 Mitgliedern - **54 Printmedien, 19 Agenturen** und **2 Infoscreen** - finanziert; dies betrifft sowohl Durchführung wie auch Auswertung und Veröffentlichung. Mit der Erhebung waren die Institute GfK Austria und IFES beauftragt. Die Datenauswertung wurde von H.T.S. übernommen.

Basierend auf **14.937 Interviews**, die im Erhebungszeitraum Juli 2024 bis Juni 2025 durchgeführt wurden, umfasst dieser Bericht die Daten des 2. Halbjahres 2024 und des 1. Halbjahres 2025 als Gesamtdatenbestand.

Kontinuierliche Weiterentwicklung für höchste Qualität

Auch die Media-Analyse wird sich weiterentwickeln müssen. Zum einen geht es darum, moderne Formen der Marktforschung voranzutreiben und den Einsatz von KI zu prüfen, andererseits müssen die finanziellen Rahmenbedingungen an die Tragfähigkeit der Mitgliedsbetriebe angepasst werden. In einem Reformprozess wurden daher neue Eckpunkte für die Media-Analyse 2026 erarbeitet, die breit diskutiert und einstimmig beschlossen wurden.

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.

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.

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** auch eine **CMR+**, in die **Print, Online** und **Newsletter** einfließen.

Bei Berichten über die CMR/CMR+ (CrossMediaReach) sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR/CMR+ Werten ist die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend anzugeben.

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

Aufgrund der Methodenumstellung der ÖWA mit Jänner 2025 sind die CMR-Werte 2024/2025, die durch die Justierung zu einem wesentlichen Teil auf ÖWA-Daten beruhen, nicht mit jenen aus Vorjahren vergleichbar!

Ein gemeinschaftlicher Erfolg für den Markt

Die Media-Analyse bestätigt eindrucksvoll ihre Rolle als das verlässlichste Tool für Medien aus Verlagsumfeldern und gleichzeitig eine der wichtigsten Währungen der Werbewirtschaft. Der kontinuierliche Shift in der Mediennutzung wird nicht nur erfasst, sondern aktiv in die Erhebungsmethodik integriert. So bleibt die Media-Analyse ein präzises, praxisorientiertes und marktrelevantes Instrument – entwickelt und optimiert im engen Austausch mit der gesamten Branche.

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 24/25 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 24/25!**

Schwankungsbreite

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.“

Reichweiten Print

Reichweiten Print
(gedruckte Ausgaben/ePaper)



Keine Ausweisung (nicht mehr an der MA 2025 beteiligt)

1. **TT Kompakt** (Titel wurde eingestellt)
2. **Kombi TT/TT Kompakt**
3. **Wann & Wo** (Titel wurde eingestellt)
4. **Kleine Zeitung-Kombi**
5. **News**
6. **Tips NÖ**
7. **Frisch gekocht kids**

Methodensteckbrief

Grundgesamtheit

7.805.512 Personen ab 14 Jahren in 4.158.473 Privathaushalten

Samplegröße

14.937 Interviews

Sampling

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

Feldarbeit

Juli 2024 bis Juni 2025

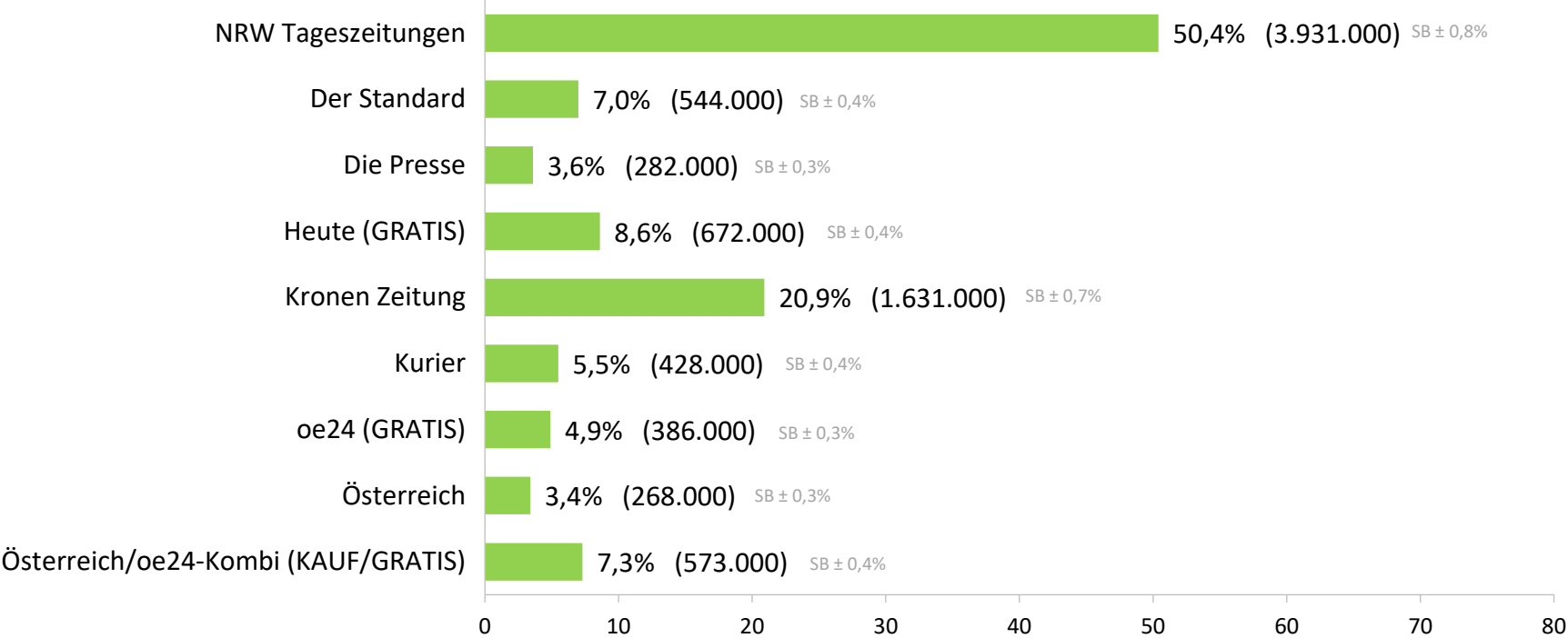
Interviews

CAWI und Online CAPI/CASI

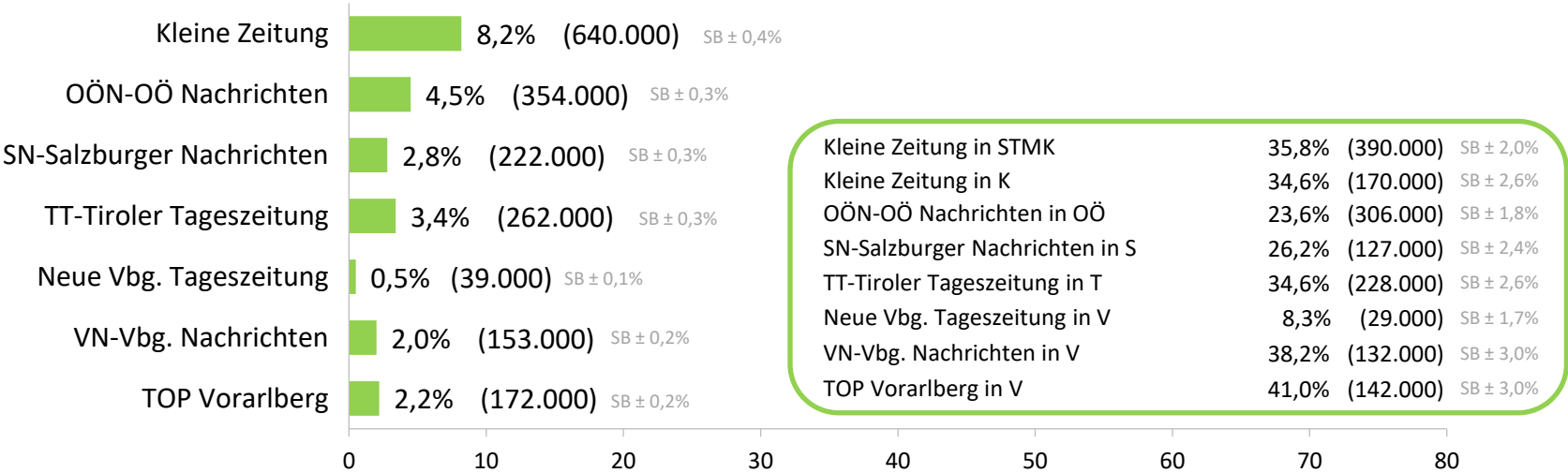
Erfasste Medien

Tageszeitungen (13), nationale Wochenzeitungen (4), regionale
Wochenzeitungen (9), Monatsmagazine (24), Supplements (3),
14-tägliche Magazine (1), Infoscreen (2), Internet

Die für die einzelnen Mediengruppen im Zeitraum Juli 2024 bis Juni 2025 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.

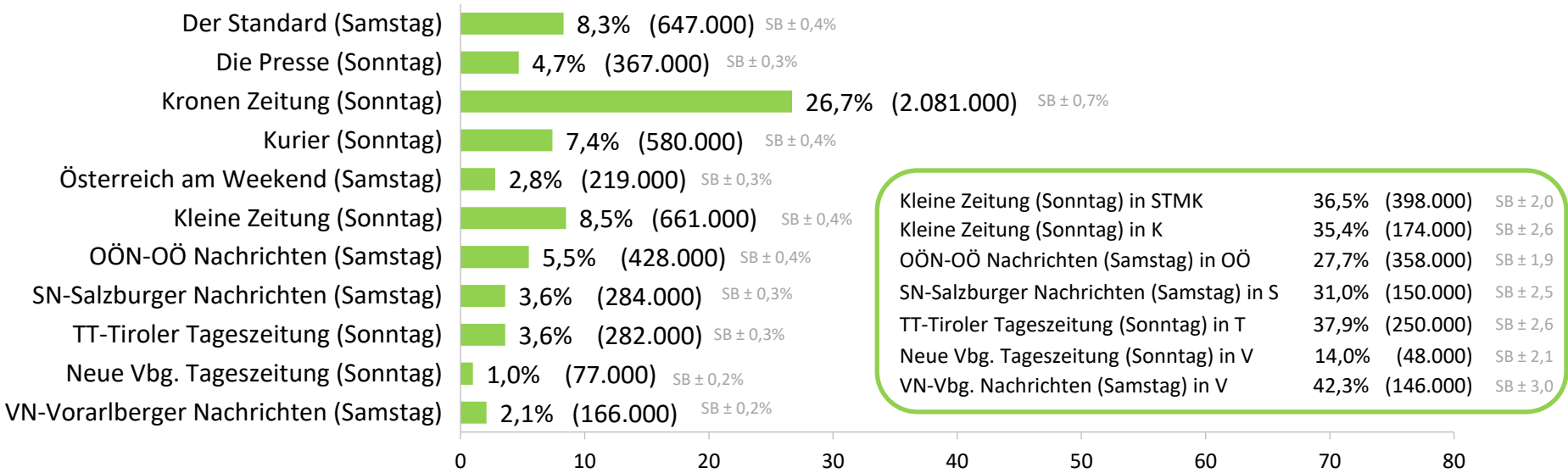


Tageszeitungen II



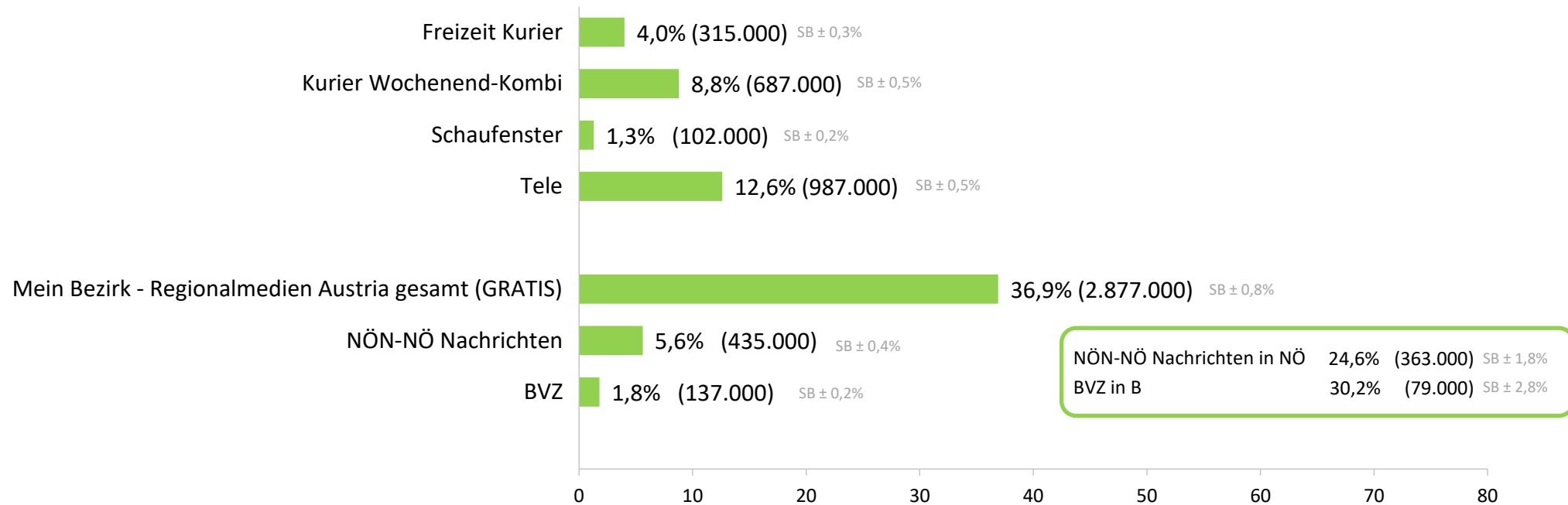
TOP Vorarlberg: Vorarlberger Nachrichten, Neue Vorarlberger Tageszeitung

Tageszeitungen Wochenende



Supplements & Regionale Wochenzeitungen

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

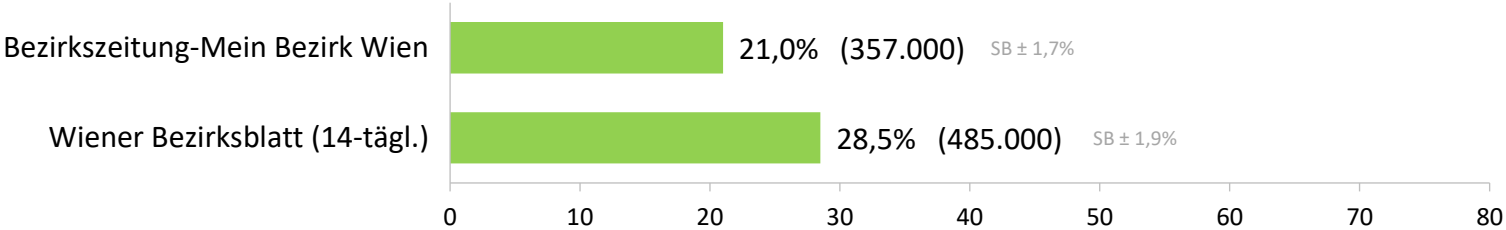


Kurier Wochenend-Kombi: Kurier Sonntag, Freizeit Kurier

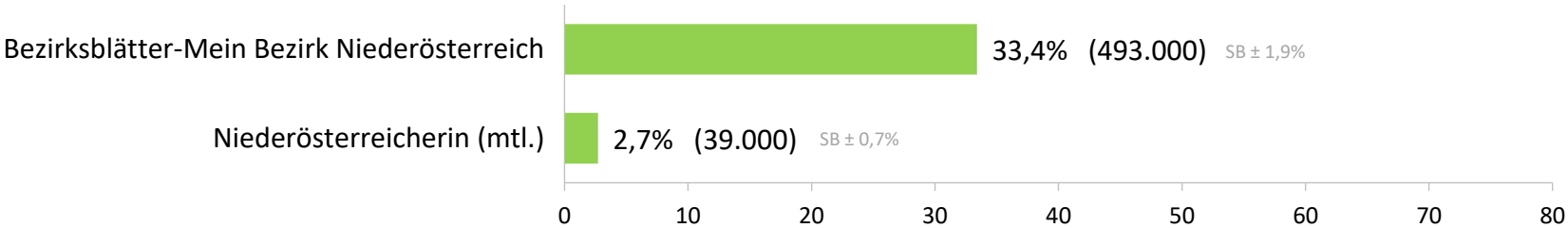
Mein Bezirk - Regionalmedien Austria gesamt (GRATIS): Bezirkszeitung-Mein Bezirk Wien (GRATIS), W, Bezirksblätter-Mein Bezirk Niederösterreich (GRATIS), NÖ, Bezirksblätter-Mein Bezirk Burgenland (GRATIS), B, Woche-Mein Bezirk Steiermark (GRATIS), ST, Woche-Mein Bezirk Kärnten (GRATIS), K, Bezirksrundschau-Mein Bezirk Oberösterreich (GRATIS), OÖ, Bezirksblätter-Mein Bezirk Salzburg (GRATIS), S, Bezirksblätter-Mein Bezirk Tirol (GRATIS), T, Regionalzeitungen-Mein Bezirk Vorarlberg (GRATIS), V

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: 1.704.000 | Fallzahl: 2.243

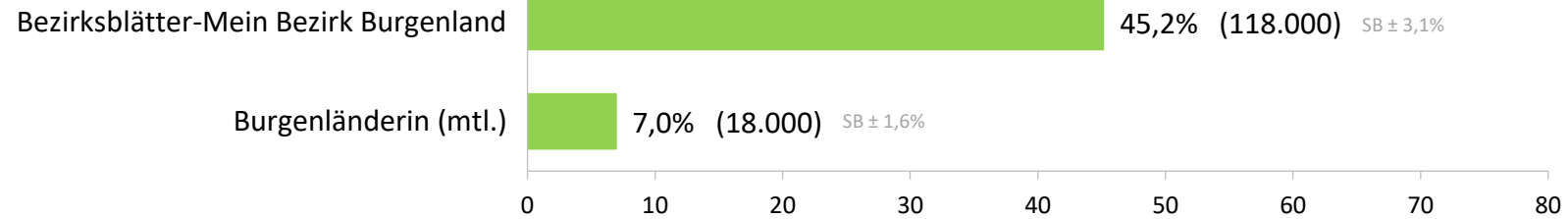


Niederösterreich Bevölkerung: 1.475.000 | Fallzahl: 2.301

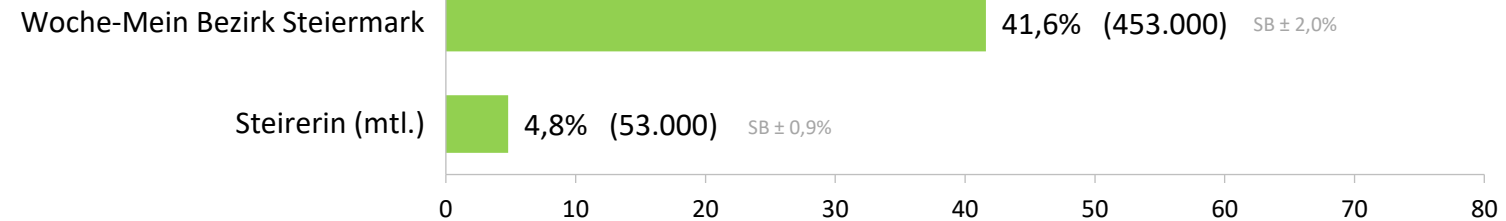


Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich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

Burgenland Bevölkerung: 261.000 | Fallzahl: 1.011

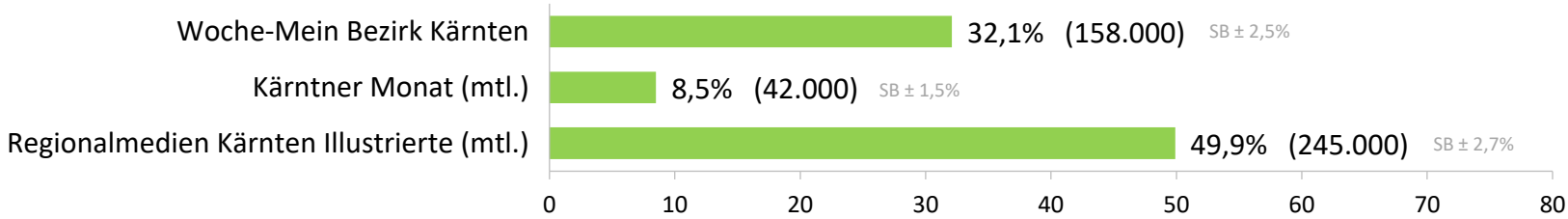


Steiermark Bevölkerung: 1.090.000 | Fallzahl: 2.259



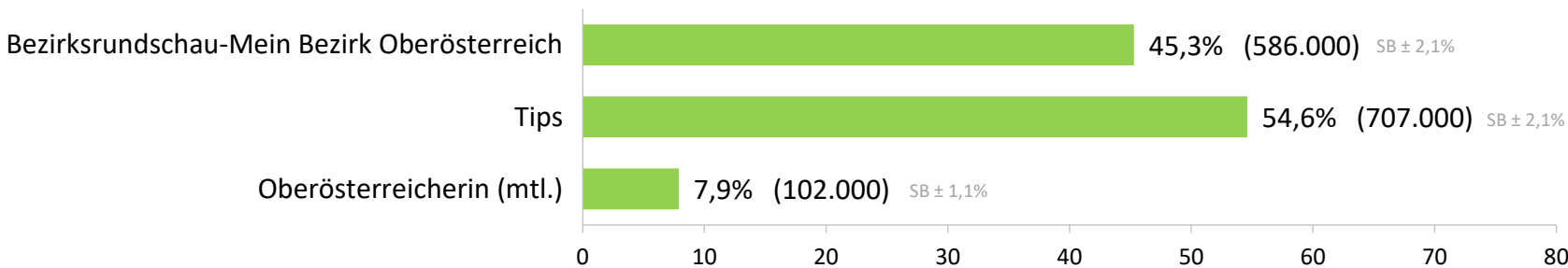
Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich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

Kärnten Bevölkerung: 492.000 | Fallzahl: 1.320



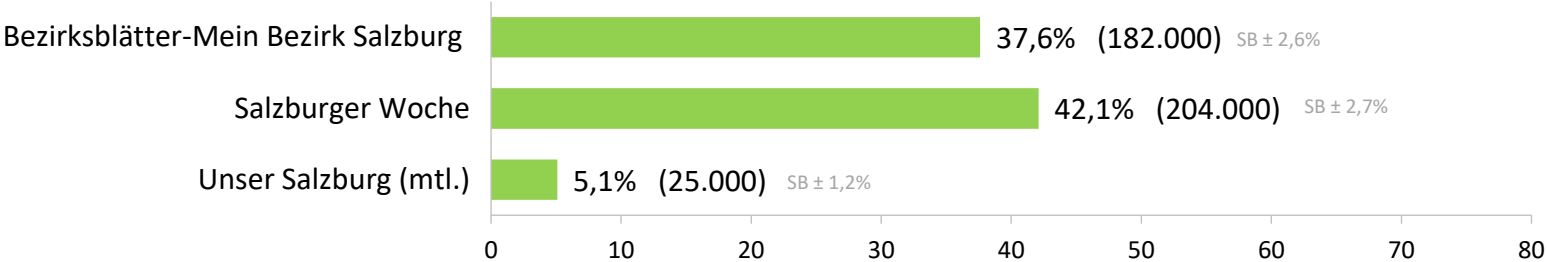
Regionalmedien Kärnten Illustrierte (monatlich GRATIS): Draustädter Illustrierte, Spittaler Illustrierte, Feldkirchner Illustrierte, Gailtaler Illustrierte, Klagenfurter Illustrierte, St. Veiter Illustrierte, Lavanttaler Illustrierte, Völkermarkter Illustrierte

Oberösterreich Bevölkerung: 1.294.000 | Fallzahl: 2.187

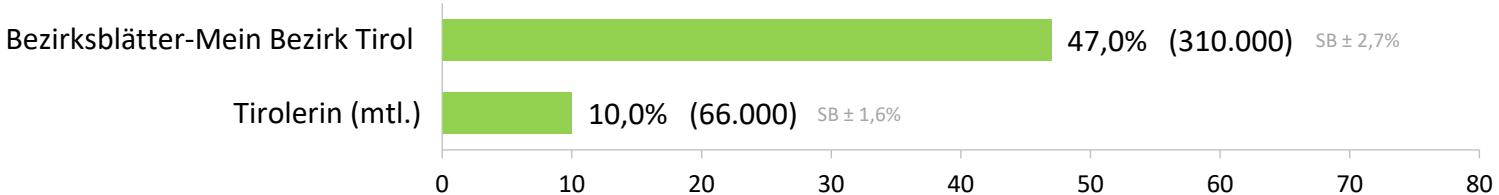


Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich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

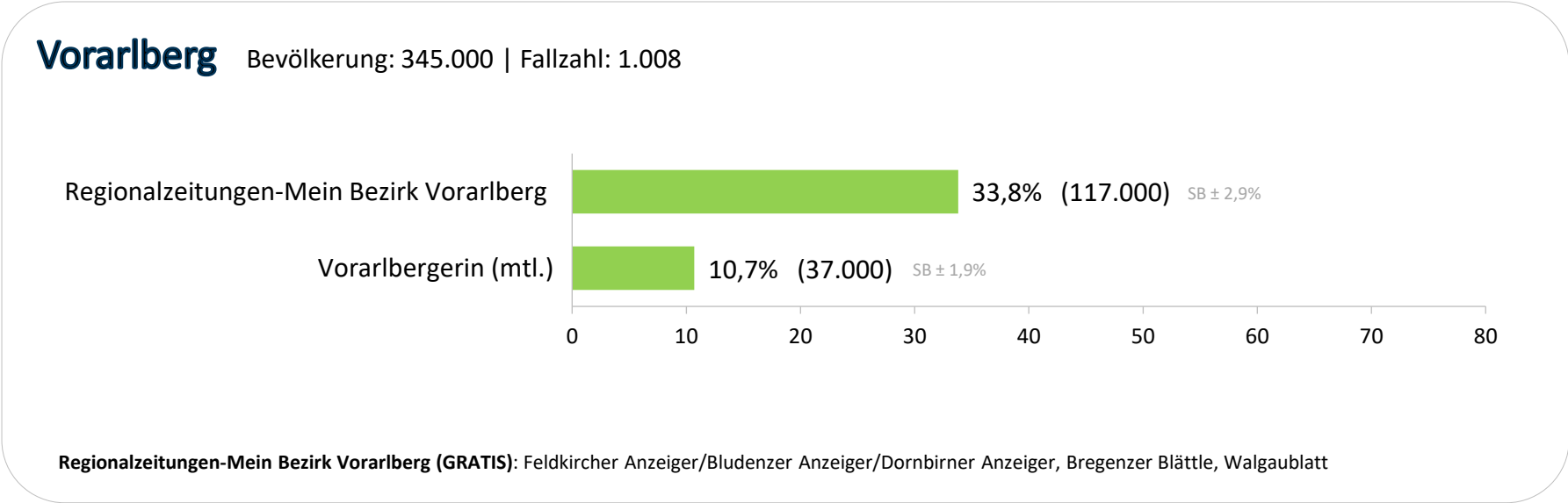
Salzburg Bevölkerung: 485.000 | Fallzahl: 1.295



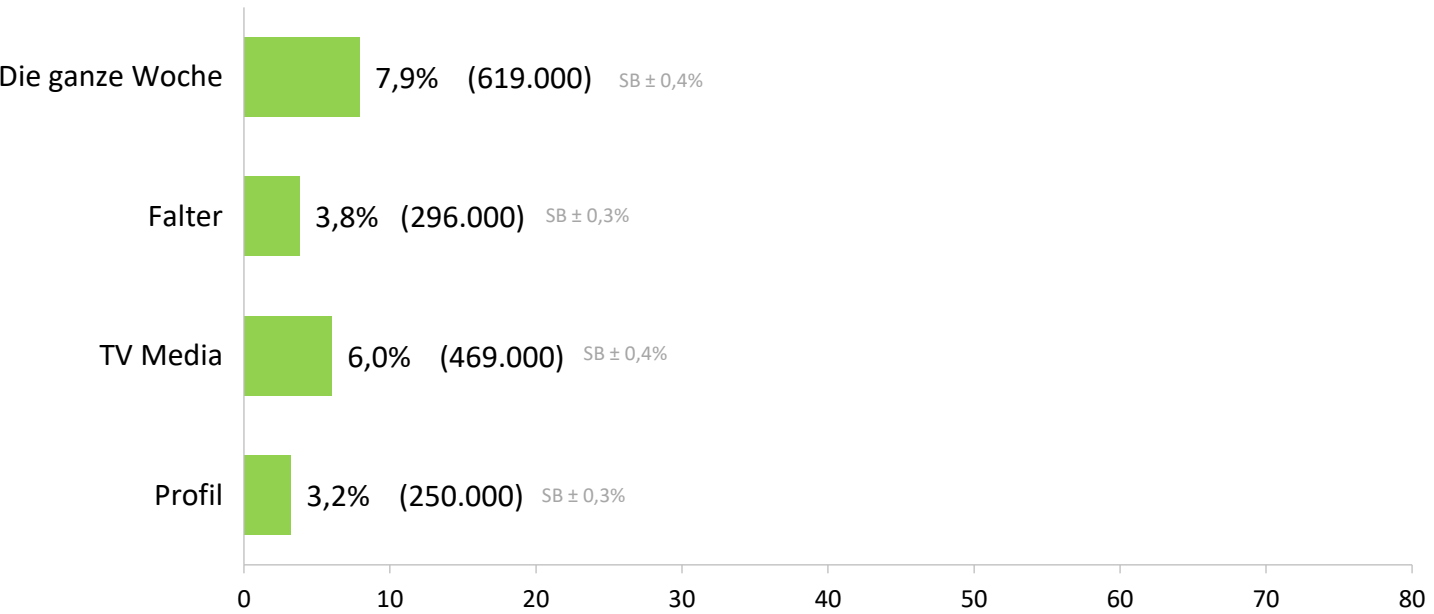
Tirol Bevölkerung: 660.000 | Fallzahl: 1.313



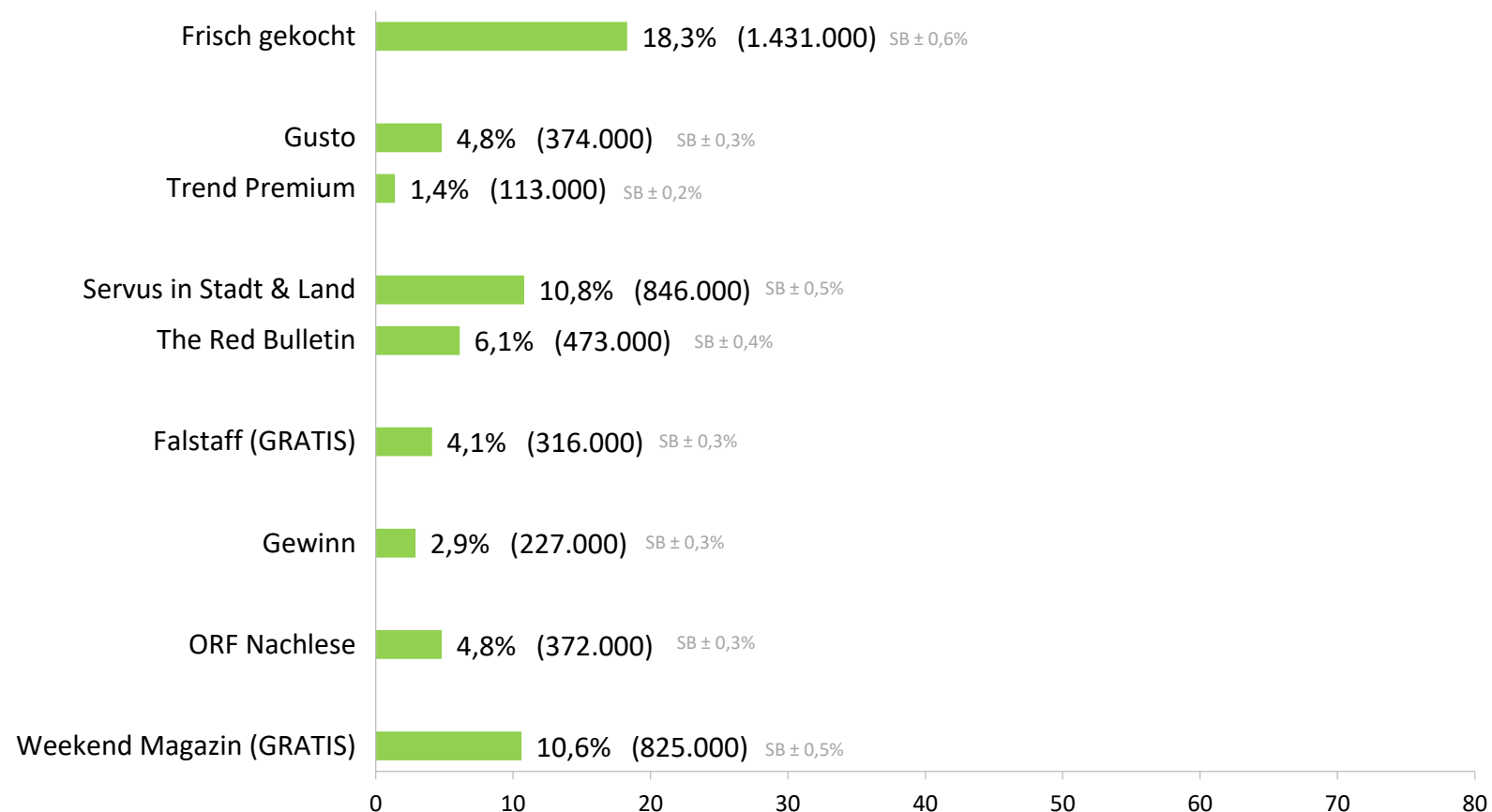
Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich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



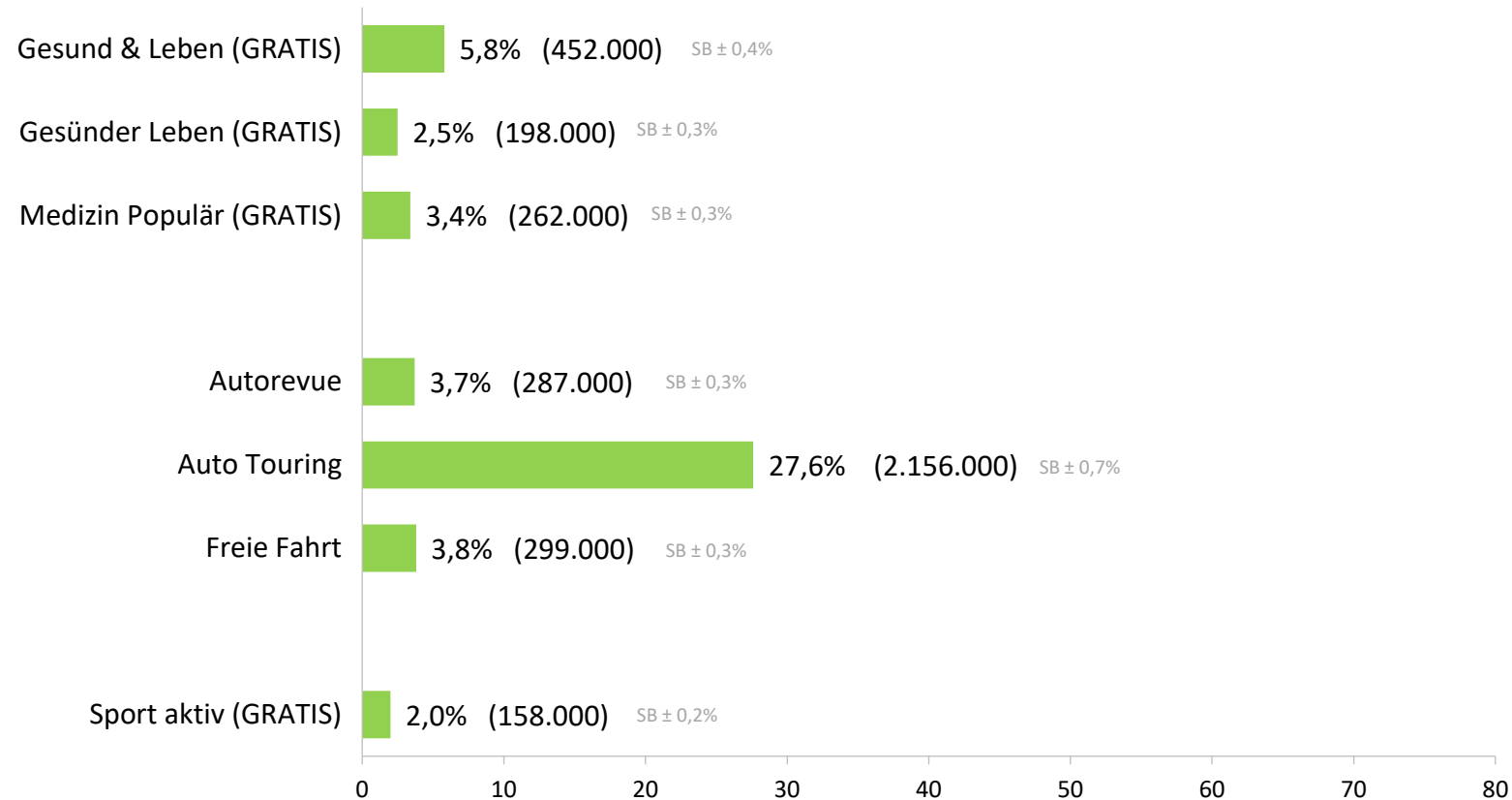
Illustrierte/Magazine wöchentlich



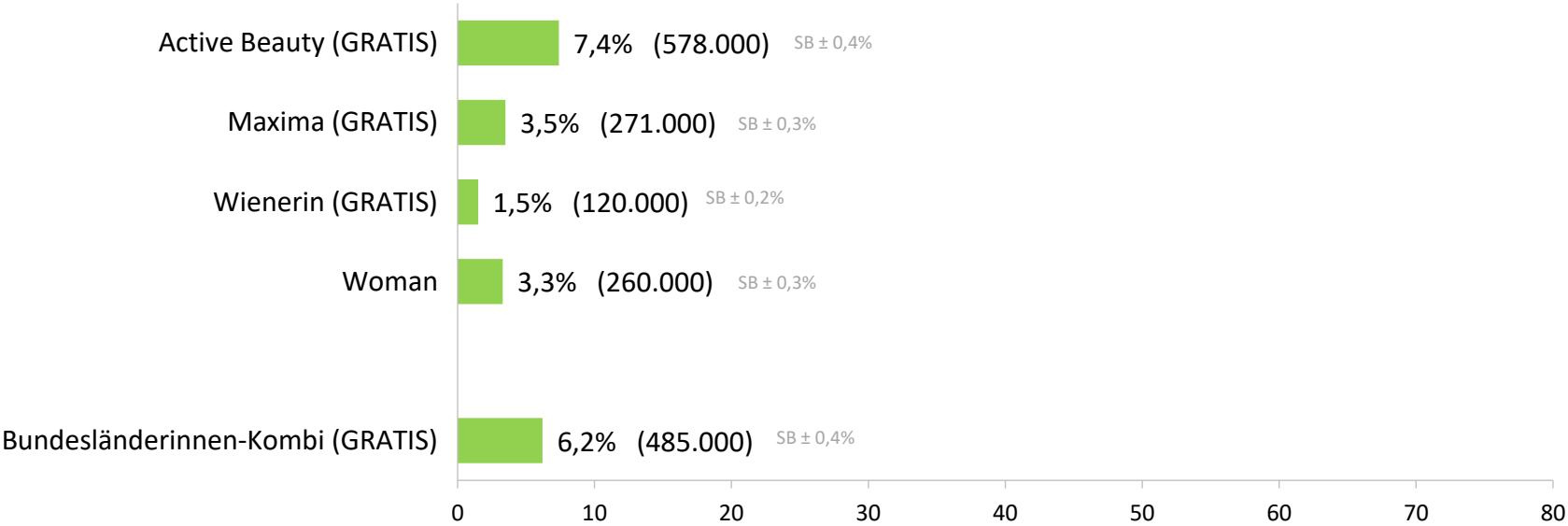
Illustrierte/Magazine monatlich



Special Interest Magazine monatlich

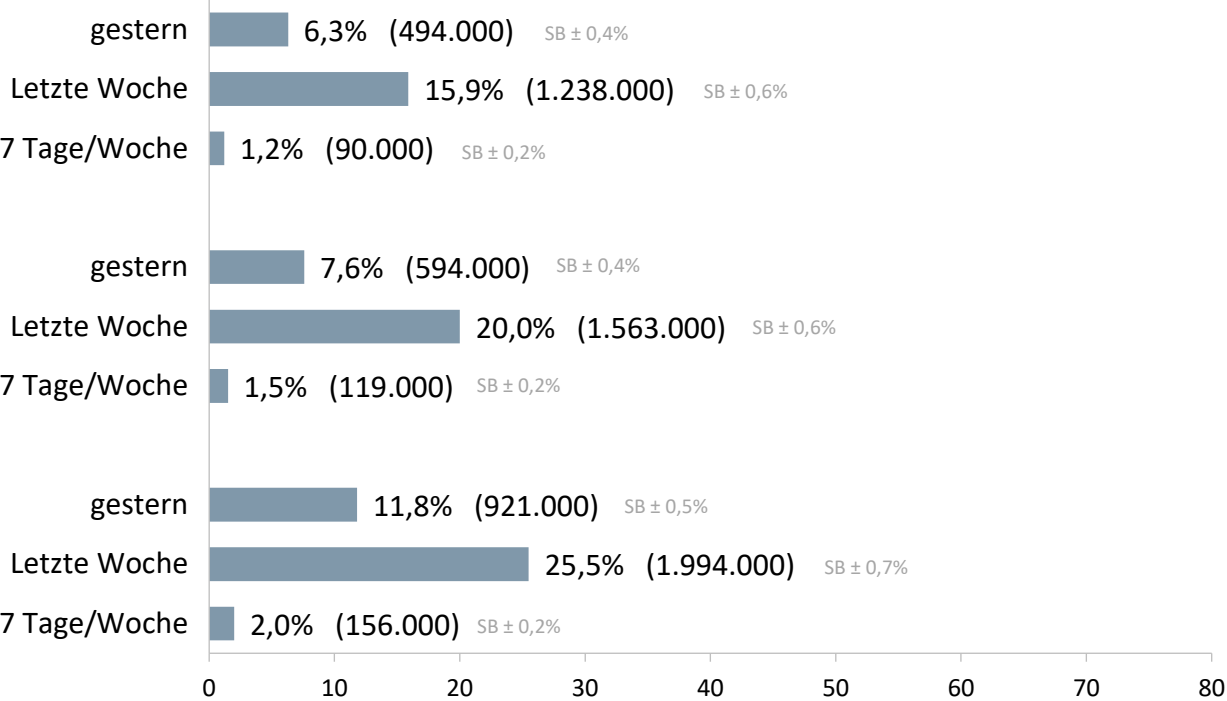


Frauenmagazine monatlich

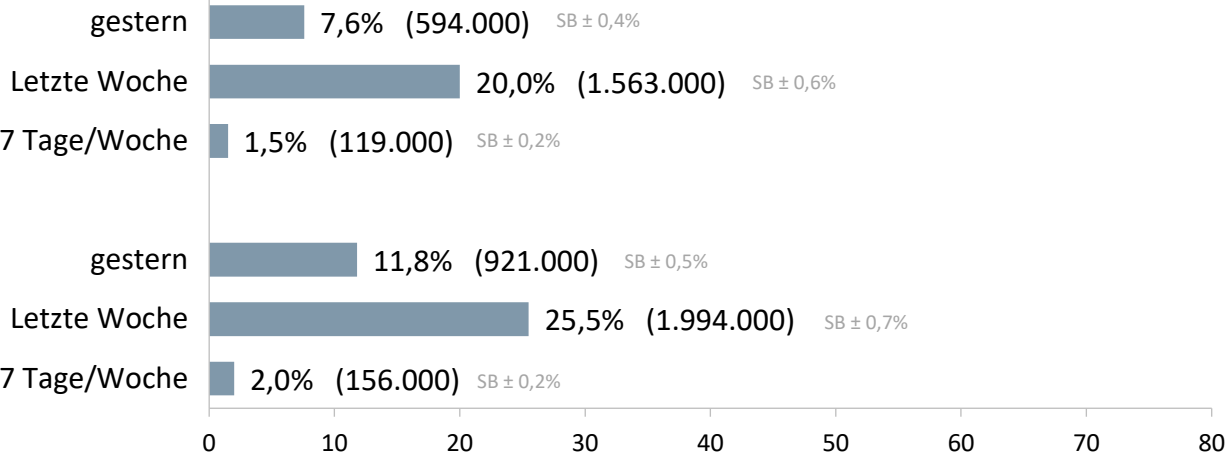


Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS): Wienerin (GRATIS), Niederösterreicherin (GRATIS), NÖ, Burgenländerin (GRATIS), BGL, Steirerin (GRATIS), STMK, Kärntner Monat (GRATIS), K, Oberösterreicherin (GRATIS), OÖ, Unser Salzburg (GRATIS), S, Tirolerin (GRATIS), T, Vorarlbergerin (GRATIS), V

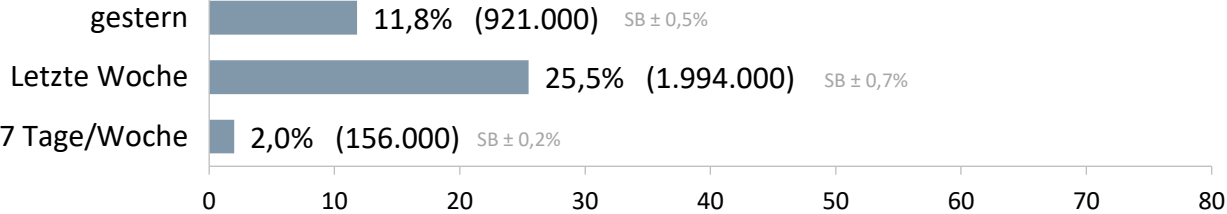
Infoscreen U-Bahn/U-Bahnstation



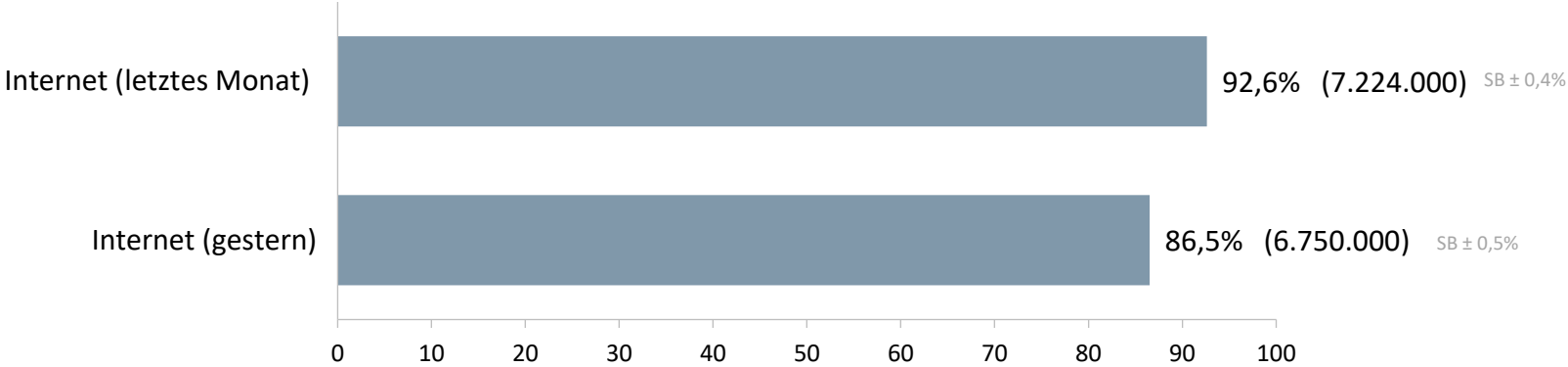
Infoscreen Straßenbahn/Bus

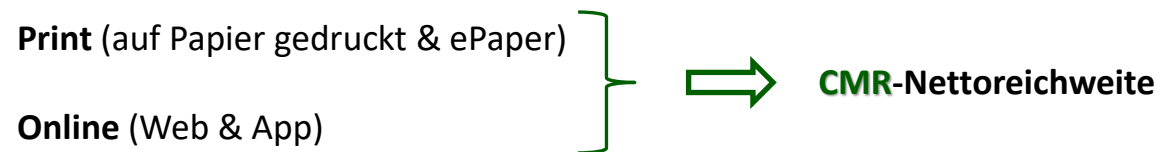


Infoscreen Kombi



Letzte Nutzung



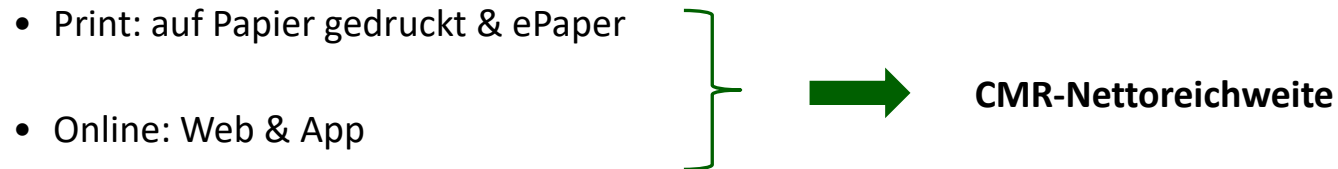


CMR - CrossMediaReach
(Print | Online)



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 vier ÖWA-Beständen des rollierenden Jahres 2024/2025. 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.

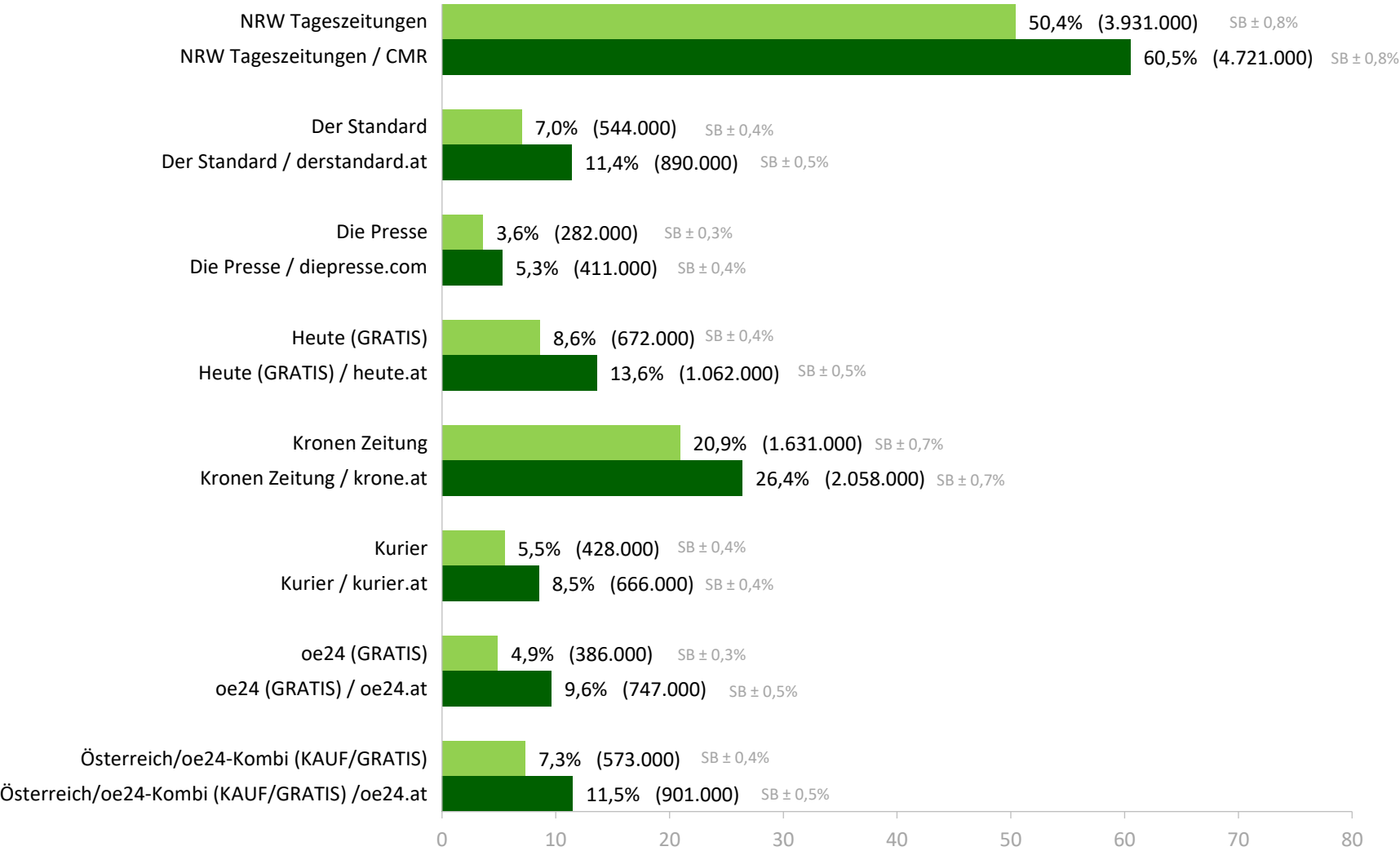
Werden die Inhalte eines Medientitels digital über mehrere gleichnamige Domains (web_locals) verbreitet, die sich nur durch die Top Level Domain (.at, .com, .ch, .de...) unterscheiden, und sind weiters ausschließlich diese gleichnamigen web_locals (Domains) unter dem Dachangebot zusammengefasst und ausgewiesen,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

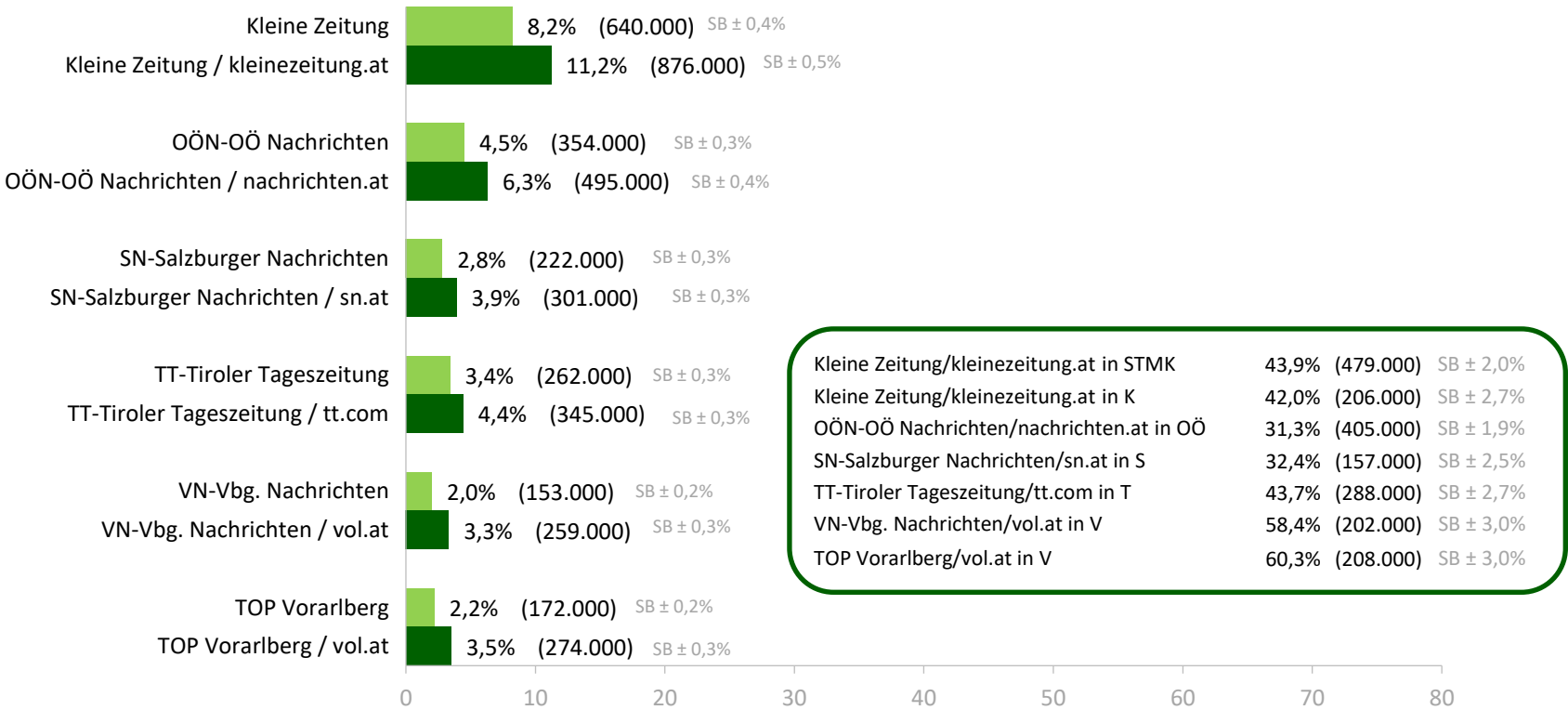
Bei Berichten über die CMR/CMR+ (CrossMediaReach) sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR/CMR+ Werten ist die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend anzugeben.

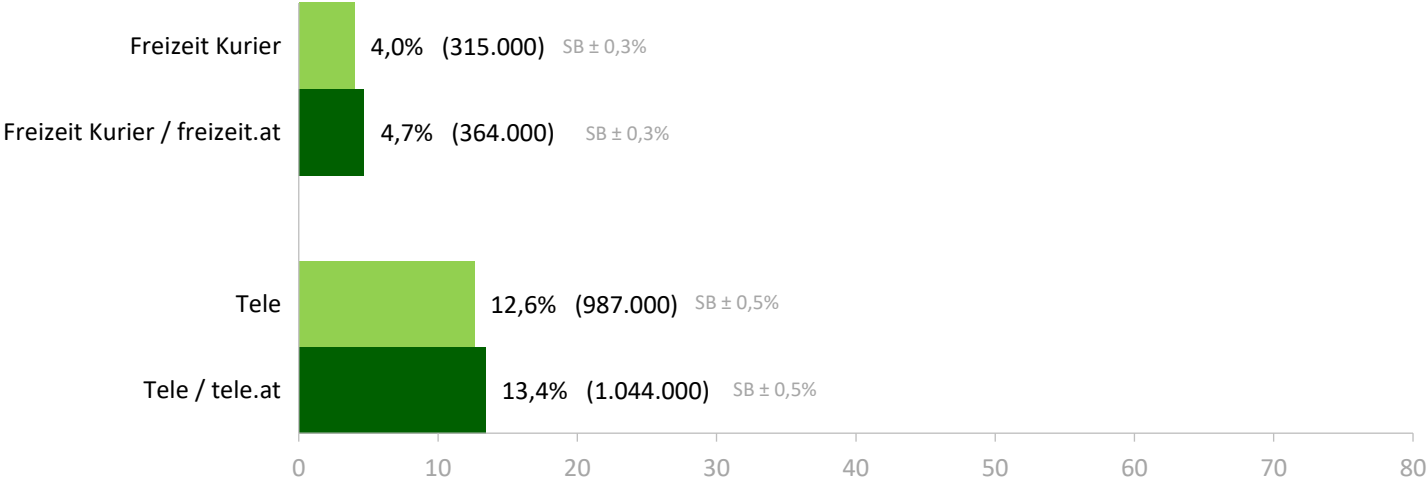
Onlinereichweite: Justierung an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA).

Aufgrund der Methodenumstellung der ÖWA mit Jänner 2025 sind die CMR-Werte 2024/2025, die durch die Justierung zu einem wesentlichen Teil auf ÖWA-Daten beruhen, nicht mit jenen aus Vorjahren vergleichbar!

Print/CMR 24/25 – Tageszeitungen I

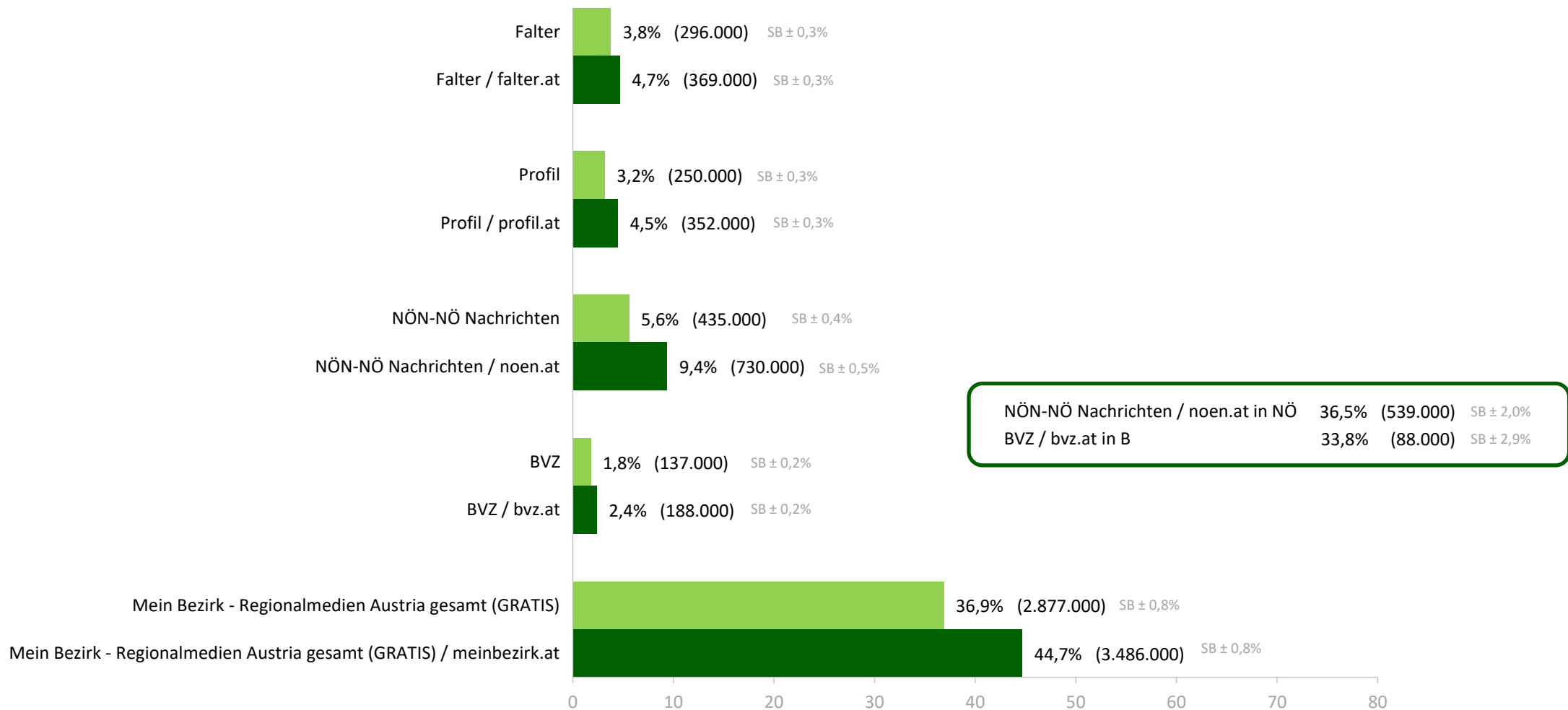


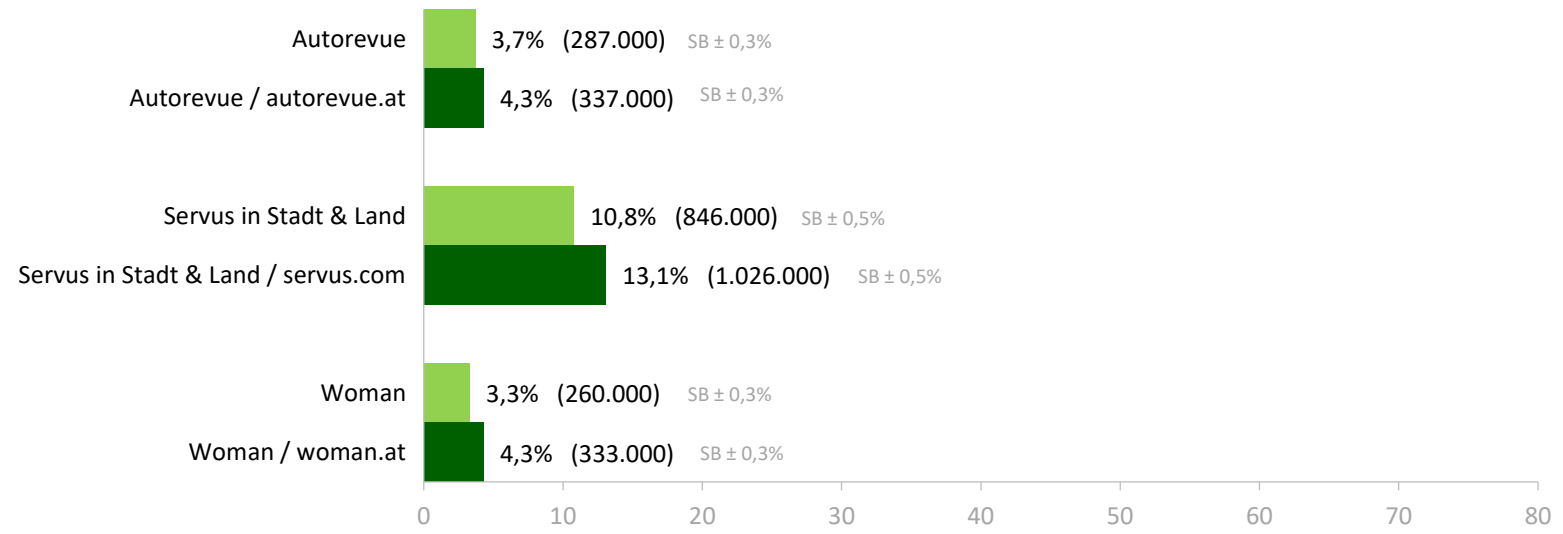




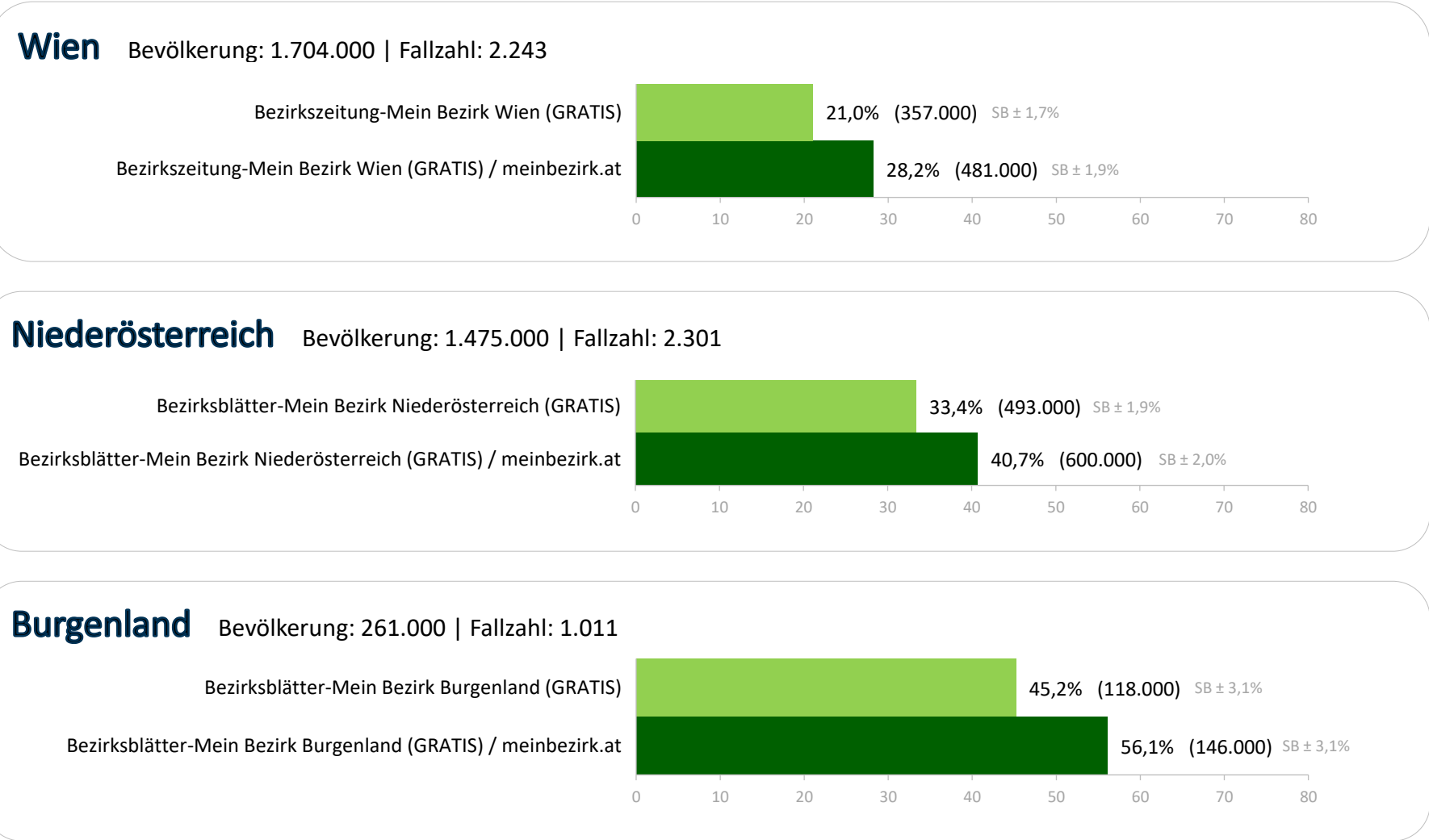
Print/CMR 24/25

nationale/regionale Wochenmedien



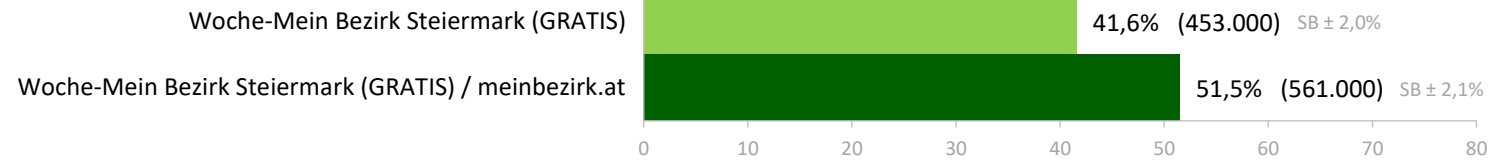


Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.

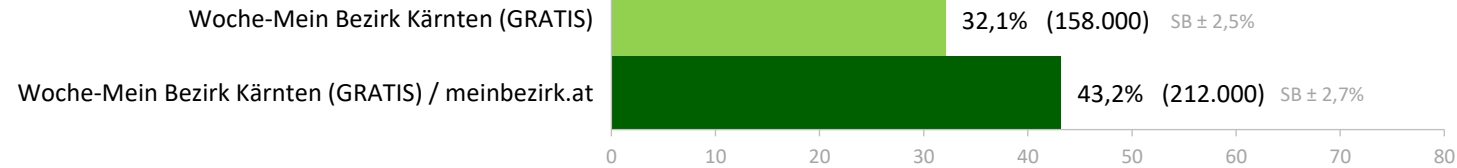


Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.

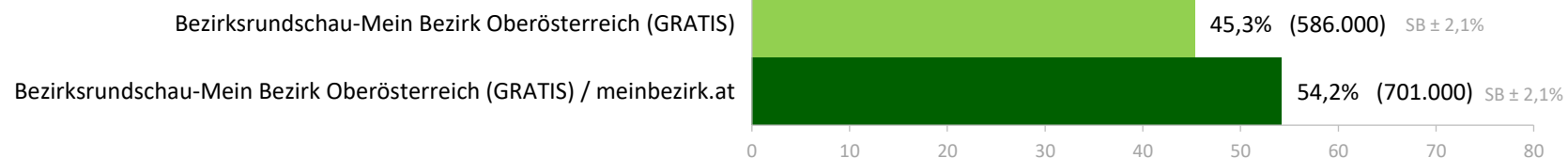
Steiermark Bevölkerung: 1.090.000 | Fallzahl: 2.259



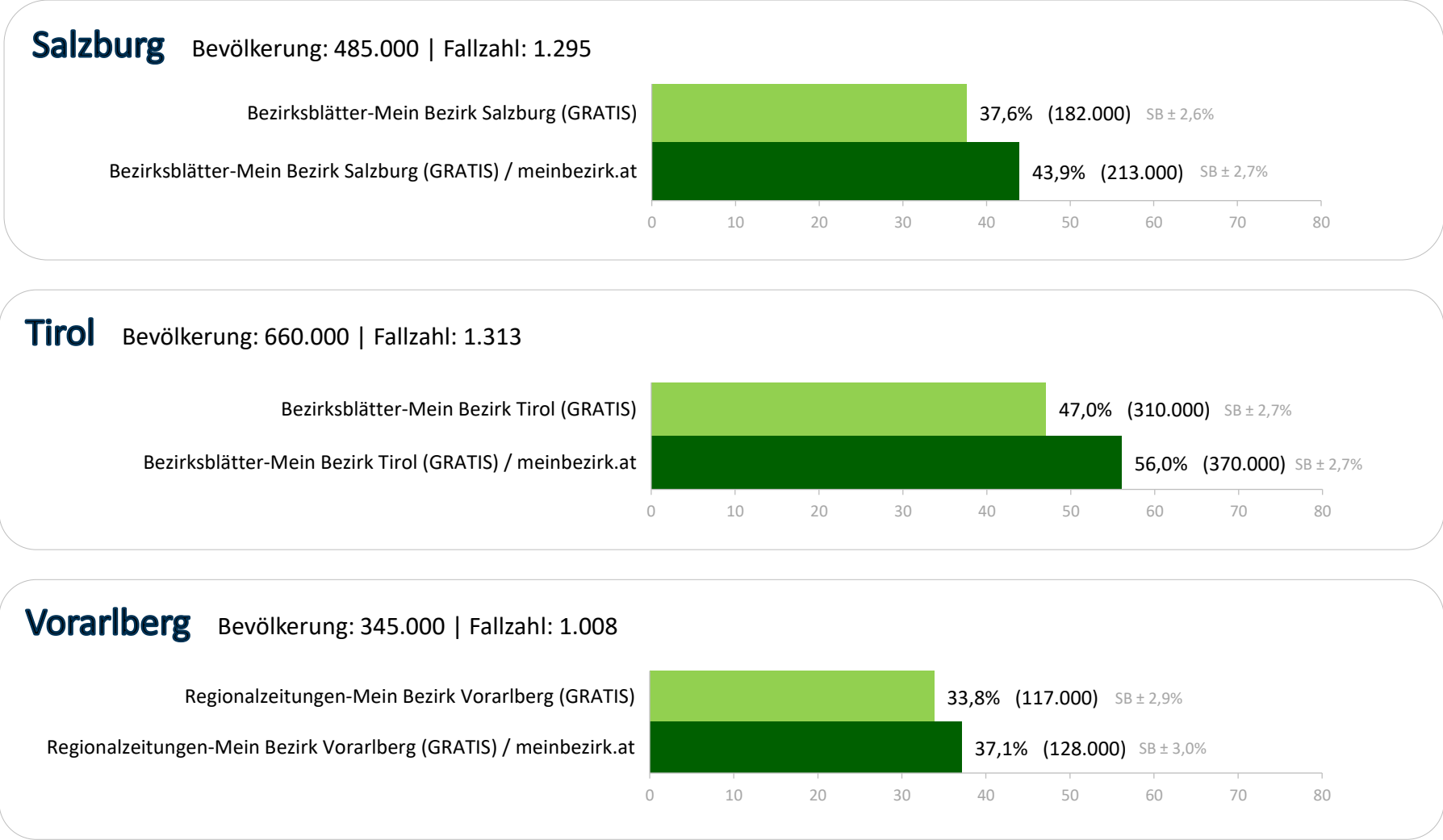
Kärnten Bevölkerung: 492.000 | Fallzahl: 1.320



Oberösterreich Bevölkerung: 1.294.000 | Fallzahl: 2.187



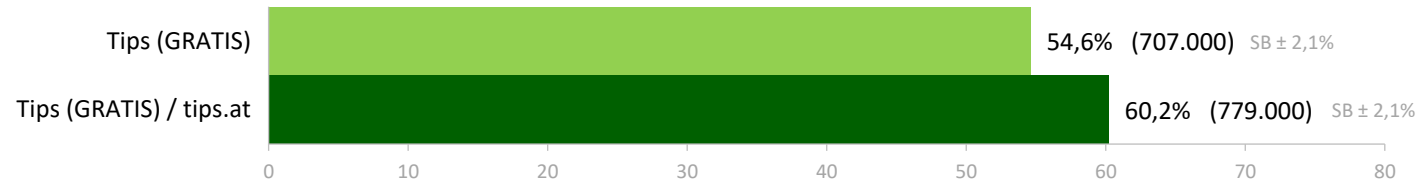
Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.



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

Oberösterreich

Bevölkerung: 1.294.000 | Fallzahl: 2.187



CMR+ - CrossMediaReach+

Print (auf Papier gedruckt & ePaper)

Online (Web & App)

Newsletter



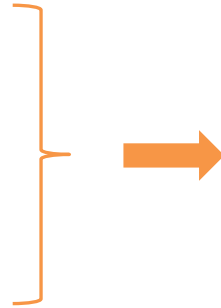
CMR+ Nettoreichweite

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.

- Print: auf Papier gedruckt & ePaper
- Online: Web & App
- **Newsletter**



CMR+ Nettoreichweite

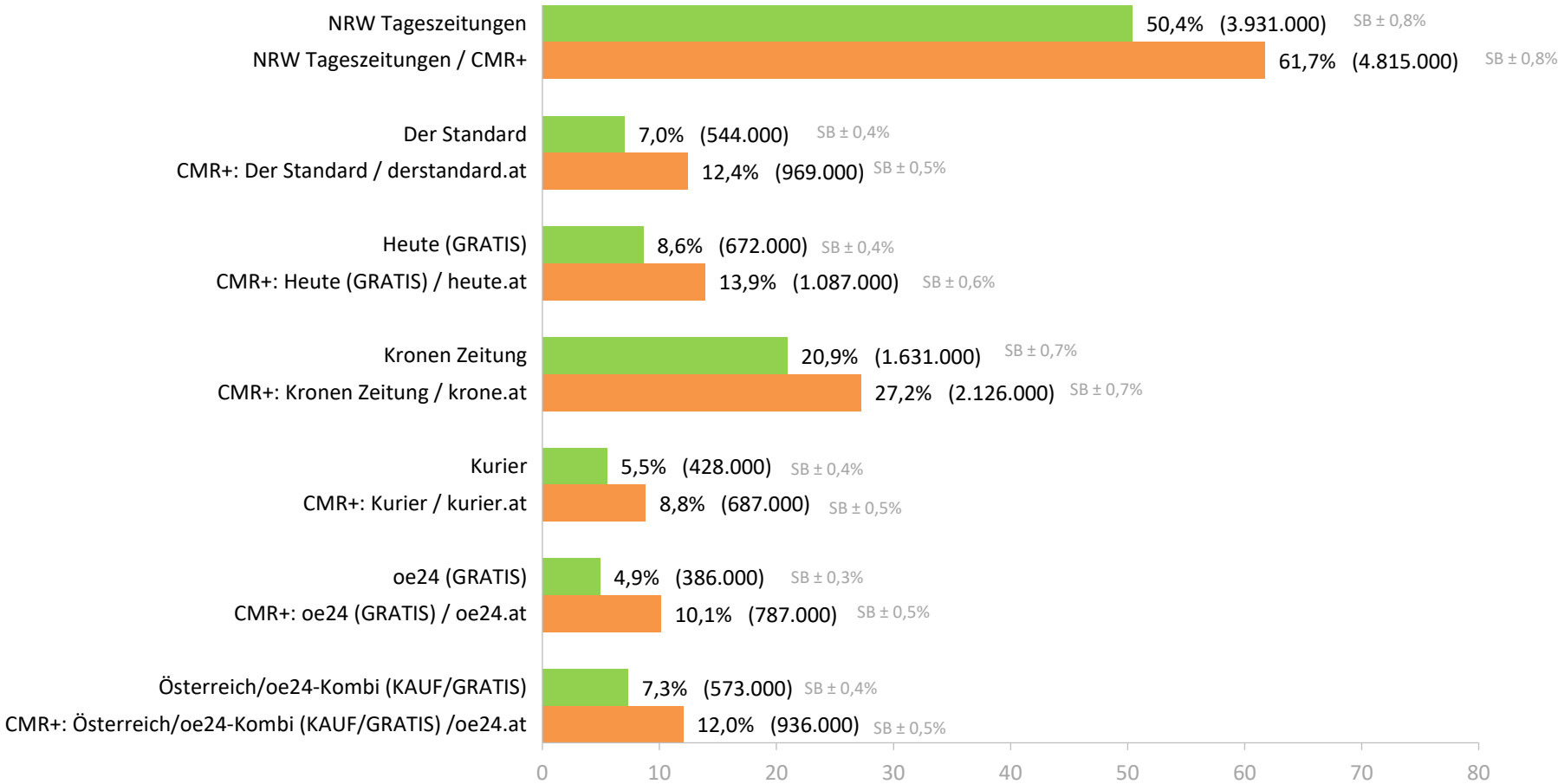
Bei Berichten über die CMR/CMR+ (CrossMediaReach) sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR/CMR+ Werten ist die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend anzugeben.

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

CMR+

↑

Print | Online | Newsletter

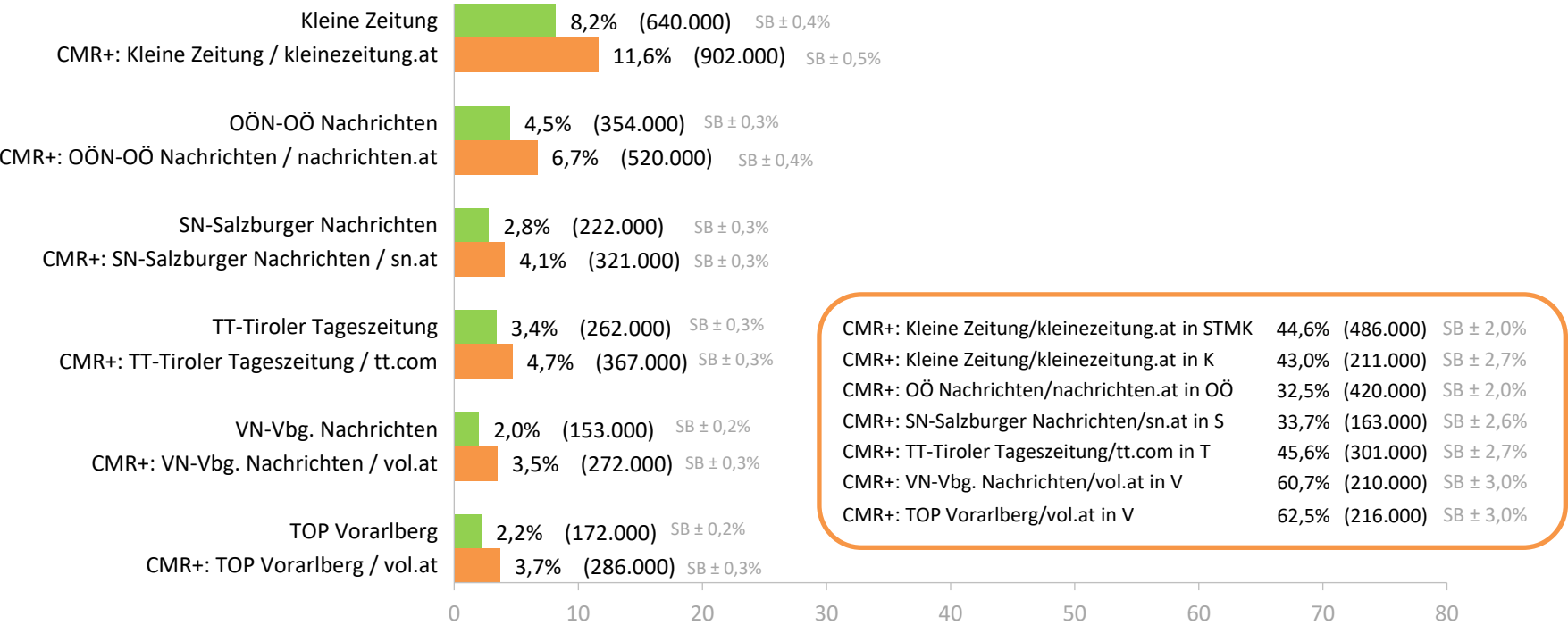


Der Wert NRW TAGESZEITUNGEN (CMR+) umfasst die Nettoreichweite aller in der MA erhobenen österreichischen Tageszeitungen, die zugehörigen erhobenen und justierten Online-Angebote, sowie Newsletter (inkl. DIE PRESSE, welche nicht ausgewiesen wird).

CMR+

↑

Print | Online | Newsletter



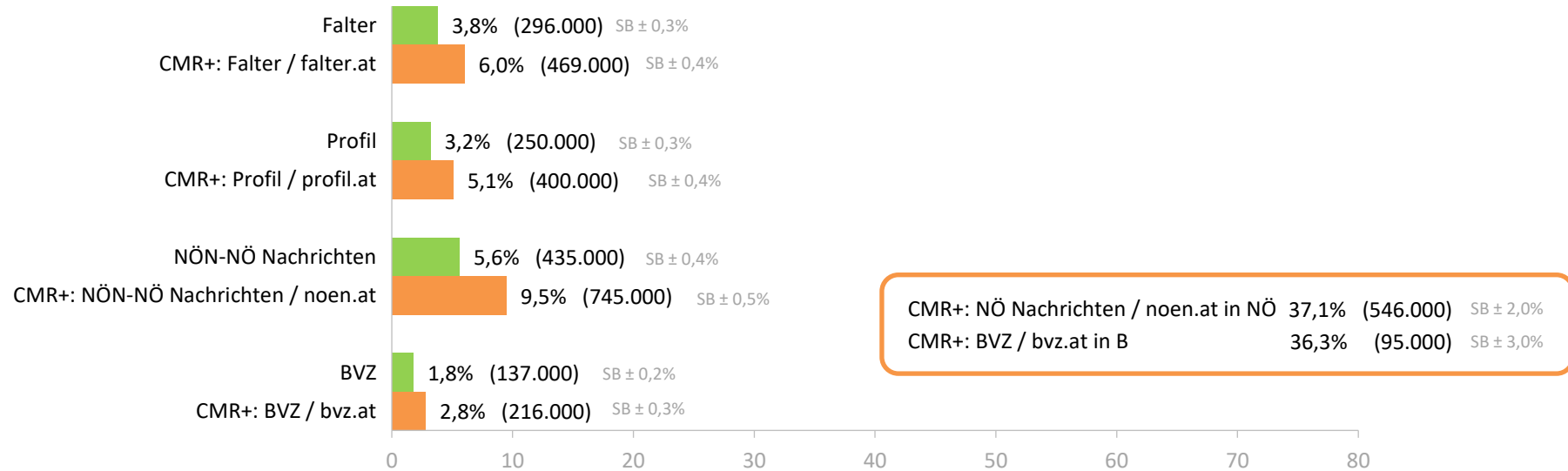
CMR+  Print | Online | Newsletter



Print/CMR+ 24/25

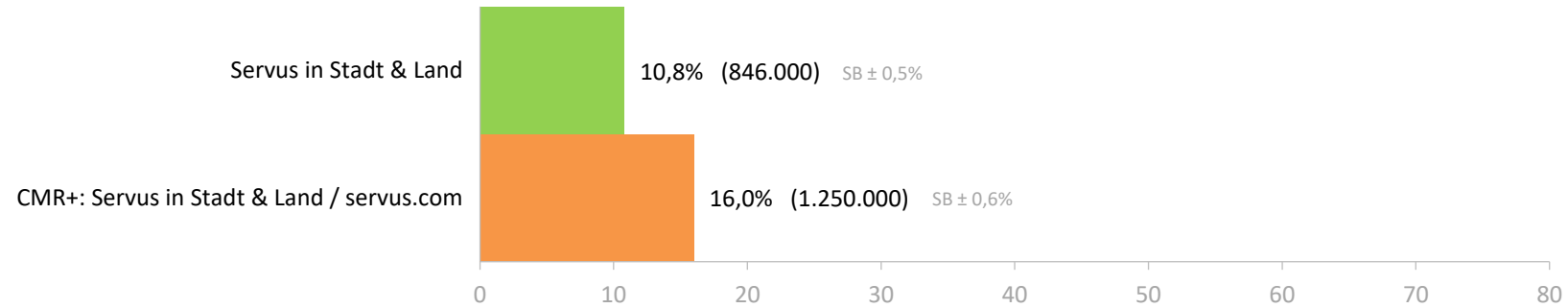
nationale/regionale Wochenmedien

CMR+  Print | Online | Newsletter



Print/CMR+ 24/25 - Monatsmedien

CMR+  Print | Online | Newsletter





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

