

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT 2025

3.QUARTAL 2025

Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen
Riemergasse 11/3/11, 1010 Wien
ma@media-analyse.at



Resümee

Aufmerksamkeit – entscheidende Einflussgröße bei der Mediennutzung

Die Aufmerksamkeit der RezipientInnen bei der Mediennutzung ist ein wesentlicher Baustein, um Wahrnehmung in einem reizüberfluteten Medienangebot zu erlangen. Die tägliche Herausforderung um die knappe Ressource „Aufmerksamkeit“ erfordert bei der werblichen Kommunikationsplanung ein vielschichtiges Know-how sowohl über die situationsbedingte Mediennutzung als auch über Einstellungen und Verhaltensweisen von MedienkonsumentInnen.

Eine repräsentative Studie der MA legt dar, dass sich RezipientInnen den Inhalten von Zeitungen & Zeitschriften (Print und Online) deutlich aufmerksamer widmen, als jenen anderer Mediengattungen – dies zeigt sich auch in allen Alters- und anderen soziodemographischen Gruppen.

Werbung in Zeitungen & Zeitschriften und in deren Online-Angeboten kann durch die äußerst aufmerksame Nutzung somit wesentlich zum Erfolg einer Kommunikationskampagne beitragen.

Fazit: Mit Print gelingt's!



Methodensteckbrief

Grundgesamtheit: 7.805.512 Personen ab 14 Jahren.

Samplegröße: 1.892

Sampling: **MA-Sample:** Combined Extended Random Sample, mehrfach geschichtete Telefon-Zufallsstichprobe (Multistage Random Sample), RLD-Verfahren (Random Last Digit), disproportional nach Bundesländern, zusätzlicher Einsatz von frei zu wählenden, ortsnahen Adressen, zusätzliche Rekrutierung aus Online-Access-Pools und Recontacting von Personen, die bereits an anderen Studien (Basis Zufallsstichprobe/RLD) teilgenommen haben. Die unterschiedlichen Verfahren dienen der Steigerung der Repräsentativität und sind darauf ausgerichtet, auch schwer erreichbare Zielgruppen im MA-Sample vertreten zu haben und so insgesamt eine verbesserte Abbildung der Bevölkerung zu erzielen.
Sub-Sample: Freiwillige Teilnahme im Anschluss an das reguläre MA-Interview.

Feldarbeit: Juli bis September 2025

Interviews: CAWI / Online CAPI/CASI
CAWI: RespondentIn erhält einen Link, mit dem er/sie in den MA-Fragebogen einsteigen und diesen online (Desktop/Laptop/Tablet/Smartphone) ausfüllen kann.
Online CAPI/CASI: ein/e f2f-InterviewerIn besucht eine/n RespondentIn, erklärt und übergibt das Befragungsnotepad und unterstützt diese/n bei Bedarf.

Gewichtung: Vereinfachte demographische Gewichtung nach Alter, Beruf, Bildung, Bundesland, Festnetz, Geschlecht, Haushaltsgröße, Internetnutzung, Ortsgröße, Region, Wochentag. Iterative Zellengewichtung, Auflösung der Disproportionalität.
Als Gewichtungsgrundlage dient der Mikrozensus 2024 sowie das Populationsregister 2024.

Die Güte der Daten hängt in hohem Maße von der Zahl der Interviews (Fälle) ab. Sehr **vorsichtig** sind Ergebnisse zu bewerten, die auf **Fallzahlen unter 100** basieren.



Studieninformationen

**Fragestellung
(Items
randomisiert):**

Einführungstext: *Medien können unterschiedlich genutzt werden. Auf die Nutzung welcher Medien passen die folgenden Aussagen für Sie persönlich am besten? Sie können jeweils keine, eine oder mehrere Auswahl(en) treffen, je nachdem wie die Aussagen auf Sie zutreffen.*

Frage: *Wenn ich ... nutze, ...*

Mehrfachantworten

**Erfasste Gattungen
(Reihenfolge
fixiert):**

- Zeitungen und Zeitschriften
- Fernsehen
- Radio
- Webseiten von Zeitungen und Zeitschriften
- Social Media Plattformen
- nichts davon

**Darstellung der
Ergebnisse:**

Analog zur Ausweisung ab der MA 2023

- Zeitungen und Zeitschriften
- Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)

CMR = Cross Media Reach: Zeitungen und Zeitschriften und/oder
Webseiten von Zeitungen und Zeitschriften

Ungewichtete Fallzahlen

Media-Analyse 2025 3. Quartal		Bundesland									
		Fallzahl (ungewichtet)	Wien	Niederösterreich	Burgenland	Steiermark	Kärnten	Oberösterreich	Salzburg	Tirol	Vorarlberg
Total		1.892	316	327	112	293	155	279	128	167	115
Geschlecht											
Männer	1.016		154	181	67	167	80	150	69	82	66
14 - 29 Jahre	119		26	27	4	15	8	12	10	12	5
30 - 49 Jahre	347		57	62	24	62	15	55	28	28	16
50 oder älter	550		71	92	39	90	57	83	31	42	45
Frauen	876		162	146	45	126	75	129	59	85	49
14 - 29 Jahre	109		42	14	5	11	4	13	6	9	5
30 - 49 Jahre	314		55	63	17	42	27	40	25	28	17
50 oder älter	453		65	69	23	73	44	76	28	48	27
Alter											
14 - 19 Jahre	49		9	14	2	5	3	5	4	4	3
20 - 29 Jahre	179		59	27	7	21	9	20	12	17	7
30 - 39 Jahre	285		53	58	16	41	20	35	23	29	10
40 - 49 Jahre	376		59	67	25	63	22	60	30	27	23
50 - 59 Jahre	355		46	56	28	57	32	61	13	34	28
60 - 69 Jahre	356		51	58	20	58	38	60	28	21	22
70 oder älter	292		39	47	14	48	31	38	18	35	22
Abgeschlossene Schulbildung											
bis Pflichtschule	173		21	30	12	32	16	32	13	12	5
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	911		83	164	52	168	73	145	56	97	73
Matura/Kolleg	334		71	62	24	39	27	46	27	23	15
Hochschule, Universität, Fachhochschule	474		141	71	24	54	39	56	32	35	22
Bundesland											
Wien	316		316	-	-	-	-	-	-	-	-
Niederösterreich	327		-	327	-	-	-	-	-	-	-
Burgenland	112		-	-	112	-	-	-	-	-	-
Steiermark	293		-	-	-	293	-	-	-	-	-
Kärnten	155		-	-	-	-	155	-	-	-	-
Oberösterreich	279		-	-	-	-	-	279	-	-	-
Salzburg	128		-	-	-	-	-	-	128	-	-
Tirol	167		-	-	-	-	-	-	-	167	-
Vorarlberg	115		-	-	-	-	-	-	-	-	115
Urban-Rural-Typologie											
Urbane Zentren – Stadtregionen	990		316	113	16	142	75	106	65	70	87
Regionale Zentren	96		-	14	21	17	5	18	12	9	-
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	317		-	88	16	49	29	66	26	28	15
Ländlicher Raum	489		-	112	59	85	46	89	25	60	13
Sondergruppen											
14 - 24 Jahre	132		33	29	5	14	7	15	10	14	5
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.147		221	198	70	173	81	166	76	97	65
HaupteinkommensbezieherIn	1.546		274	266	95	236	125	227	100	131	92
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.803		295	313	106	280	150	267	123	161	108
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren											
Filter: Total											



TABELLEN

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		MACHE ICH AUCH NOCH ANDERE DINGE NEBENBEI (WIE Z.B. HAUSARBEIT, ...)					
Wenn ich ... nutze, ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)		Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen
Total	1.892	4,6	7,3	46,3	71,2	13,9	
Geschlecht							
Männer	927	5,3	9,0	43,0	67,5	14,4	
14 - 29 Jahre	198	7,2	11,8	33,9	62,2	32,2	
30 - 49 Jahre	300	4,8	9,3	54,4	65,9	15,9	
50 oder älter	430	4,9	7,5	39,2	71,2	5,2	
Frauen	965	3,9	5,6	49,5	74,6	13,5	
14 - 29 Jahre	187	2,8	5,9	53,8	72,4	30,9	
30 - 49 Jahre	294	3,0	4,0	48,3	69,6	16,7	
50 oder älter	484	4,8	6,5	48,7	78,6	4,8	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	4,1	4,9	43,6	68,5	31,6	
20 - 29 Jahre	257	5,6	10,9	43,5	66,4	31,5	
30 - 39 Jahre	304	4,2	6,9	52,4	65,7	16,9	
40 - 49 Jahre	289	3,6	6,4	50,3	69,9	15,6	
50 - 59 Jahre	325	3,2	5,6	46,2	75,7	9,9	
60 - 69 Jahre	287	3,9	5,7	46,4	72,4	3,4	
70 oder älter	302	7,5	9,5	39,9	77,0	1,2	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	8,6	8,6	46,0	59,2	14,5	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	4,6	7,8	47,6	72,2	9,9	
Matura/Kolleg	326	2,3	5,7	44,2	76,0	23,4	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	3,6	6,1	44,9	73,1	15,6	
Bundesland							
Wien	413	5,9	8,4	50,0	65,6	18,3	
Niederösterreich	357	2,6	3,6	37,5	68,8	15,8	
Burgenland	63	3,2	3,5	61,7	71,0	9,6	
Steiermark	264	4,6	6,2	48,3	73,0	11,8	
Kärnten	119	3,0	9,2	46,9	75,7	10,4	
Oberösterreich	314	4,1	6,4	46,9	75,8	13,9	
Salzburg	118	7,4	10,1	47,6	78,3	6,4	
Tirol	160	4,8	9,5	47,4	72,0	10,9	
Vorarlberg	84	7,8	15,7	41,1	67,3	15,8	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	4,5	8,2	48,2	68,5	15,6	
Regionale Zentren	90	4,4	5,5	44,0	78,4	8,3	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	4,9	6,4	43,8	75,6	8,3	
Ländlicher Raum	453	4,6	6,2	44,5	72,4	15,6	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	4,5	7,5	44,5	63,4	34,0	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	4,2	7,2	48,5	70,7	18,9	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	4,8	7,8	47,0	71,5	11,9	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	4,8	7,4	46,7	72,9	13,6	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 6 -				Feldzeit: Juli bis September 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at					

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		PASSIERT ES, DASS ICH GAR NICHT MITBEKOMME, WAS ICH GERADE LESE/HÖRE/SEHE					
Wenn ich ... nutze, ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)		Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen
Total	1.892	7,7	11,8	29,3	32,6	17,2	
Geschlecht							
Männer	927	7,8	12,3	29,6	33,3	16,3	
14 - 29 Jahre	198	6,2	16,1	26,9	27,9	27,9	
30 - 49 Jahre	300	6,3	9,9	33,8	38,0	20,5	
50 oder älter	430	9,6	12,3	27,8	32,6	8,0	
Frauen	965	7,7	11,4	29,0	32,0	18,1	
14 - 29 Jahre	187	8,8	12,6	34,3	35,4	35,4	
30 - 49 Jahre	294	10,2	13,8	31,4	33,4	26,2	
50 oder älter	484	5,7	9,4	25,5	29,7	6,5	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	5,4	8,4	27,6	20,1	28,6	
20 - 29 Jahre	257	8,5	17,4	31,9	37,2	33,0	
30 - 39 Jahre	304	8,4	12,8	38,0	39,2	26,9	
40 - 49 Jahre	289	8,0	10,8	27,0	32,1	19,6	
50 - 59 Jahre	325	8,0	11,4	28,5	34,2	9,9	
60 - 69 Jahre	287	3,8	6,0	24,5	28,5	5,9	
70 oder älter	302	10,7	14,5	26,4	30,2	5,7	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	6,8	11,1	23,1	23,9	19,2	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	8,5	12,5	32,1	33,9	12,9	
Matura/Kolleg	326	7,5	12,0	28,8	35,4	24,1	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	6,7	10,3	26,8	33,5	21,1	
Bundesland							
Wien	413	5,9	8,1	29,1	33,3	18,5	
Niederösterreich	357	8,2	12,0	27,1	30,6	17,0	
Burgenland	63	6,0	10,5	36,4	33,3	12,9	
Steiermark	264	6,0	8,7	25,3	28,4	13,7	
Kärnten	119	5,7	9,4	23,8	31,0	12,4	
Oberösterreich	314	7,2	10,5	29,4	36,0	20,9	
Salzburg	118	12,8	19,3	30,2	40,5	18,8	
Tirol	160	7,2	13,3	40,8	30,0	16,2	
Vorarlberg	84	20,7	35,1	30,6	34,9	19,0	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	7,7	12,0	29,9	33,7	17,4	
Regionale Zentren	90	10,7	12,6	33,0	38,1	16,2	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	10,0	13,1	32,7	34,1	18,3	
Ländlicher Raum	453	5,5	10,3	24,7	28,2	16,2	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	7,0	12,7	33,5	26,9	30,6	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	7,9	12,5	31,2	35,0	23,2	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	8,5	12,3	28,7	33,9	15,9	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	7,9	12,1	29,6	33,7	17,4	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 7 -				Feldzeit: Juli bis September 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at					

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		BIN ICH BESONDERS AUF DEN INHALT KONZENTRIERT					
Wenn ich ... nutze, ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	
Total	1.892	61,6	69,0	38,3	17,0	20,4	
Geschlecht							
Männer	927	59,5	67,6	36,6	16,4	22,0	
14 - 29 Jahre	198	46,4	54,8	24,0	13,0	45,8	
30 - 49 Jahre	300	56,5	66,5	35,6	14,5	20,5	
50 oder älter	430	67,6	74,2	43,0	19,3	12,2	
Frauen	965	63,7	70,4	40,0	17,6	18,8	
14 - 29 Jahre	187	51,0	62,1	26,8	12,2	30,8	
30 - 49 Jahre	294	55,4	65,2	34,8	13,9	23,3	
50 oder älter	484	73,6	76,8	48,3	21,9	11,5	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	40,6	55,2	32,2	7,3	38,8	
20 - 29 Jahre	257	52,6	60,0	21,9	15,2	38,4	
30 - 39 Jahre	304	54,8	65,6	37,1	15,1	24,4	
40 - 49 Jahre	289	57,1	66,1	33,3	13,3	19,2	
50 - 59 Jahre	325	63,7	71,5	40,9	17,3	14,5	
60 - 69 Jahre	287	73,3	77,9	46,5	21,9	11,8	
70 oder älter	302	76,0	77,7	50,5	23,2	8,9	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	43,4	52,1	39,9	13,5	28,5	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	60,8	66,3	42,9	17,9	19,7	
Matura/Kolleg	326	66,3	77,0	29,5	17,6	22,2	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	74,2	82,6	32,9	16,7	14,1	
Bundesland							
Wien	413	61,7	69,9	37,2	19,0	27,0	
Niederösterreich	357	59,0	67,9	36,1	17,7	19,9	
Burgenland	63	58,9	61,4	41,2	13,3	23,3	
Steiermark	264	63,6	68,7	41,6	17,7	18,5	
Kärnten	119	63,8	69,3	34,4	14,5	15,9	
Oberösterreich	314	61,2	67,8	40,6	15,9	13,5	
Salzburg	118	64,8	72,2	42,2	26,0	19,9	
Tirol	160	63,5	73,1	36,4	13,4	21,2	
Vorarlberg	84	58,8	68,7	36,8	7,0	24,9	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	62,1	70,2	37,2	18,6	22,7	
Regionale Zentren	90	66,7	74,1	41,6	12,9	11,3	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	60,9	68,5	37,9	12,9	21,1	
Ländlicher Raum	453	60,2	65,8	40,5	17,3	16,6	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	46,1	56,3	28,2	14,7	40,0	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	56,5	66,4	34,2	15,1	24,2	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	64,7	71,9	37,7	19,0	17,8	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	64,1	71,3	38,4	17,5	19,5	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 8 -				Feldzeit: Juli bis September 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at					

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		KANN ICH MICH AN DIE INHALTE DANACH SEHR GUT ERINNERN					
Wenn ich ... nutze, ...	Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen		
Total	1.892	61,2	68,8	52,8	29,1	22,8	
Geschlecht							
Männer	927	58,6	67,3	51,5	25,7	21,5	
14 - 29 Jahre	198	42,0	54,9	37,4	16,3	40,0	
30 - 49 Jahre	300	57,1	67,0	51,9	27,2	22,6	
50 oder älter	430	67,3	73,2	57,6	29,0	12,2	
Frauen	965	63,6	70,2	54,0	32,3	24,0	
14 - 29 Jahre	187	52,8	64,0	40,1	31,6	47,1	
30 - 49 Jahre	294	59,5	67,3	45,1	27,0	29,3	
50 oder älter	484	70,3	74,5	64,8	35,7	11,9	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	50,4	55,1	47,0	20,2	50,1	
20 - 29 Jahre	257	45,6	61,5	34,6	25,5	40,2	
30 - 39 Jahre	304	54,0	63,8	49,5	25,1	27,3	
40 - 49 Jahre	289	62,8	70,7	47,5	29,2	24,5	
50 - 59 Jahre	325	58,9	68,0	56,4	32,3	18,6	
60 - 69 Jahre	287	69,6	74,2	60,4	34,0	11,3	
70 oder älter	302	79,0	79,8	67,7	31,5	5,6	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	45,9	53,7	44,5	17,0	30,2	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	59,6	66,0	58,9	30,7	21,3	
Matura/Kolleg	326	63,9	74,9	45,7	29,3	24,9	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	75,1	82,8	49,1	33,9	19,1	
Bundesland							
Wien	413	57,5	66,9	46,8	30,1	29,6	
Niederösterreich	357	61,2	68,2	53,4	30,2	23,5	
Burgenland	63	64,0	69,6	50,2	34,7	22,7	
Steiermark	264	68,8	72,9	59,9	32,0	20,2	
Kärnten	119	58,8	66,7	47,6	26,0	20,5	
Oberösterreich	314	61,5	66,5	56,5	26,0	15,8	
Salzburg	118	77,3	81,5	52,8	35,5	25,6	
Tirol	160	52,7	67,8	53,4	27,9	18,1	
Vorarlberg	84	48,3	63,1	51,0	14,3	28,5	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	61,5	70,2	50,5	29,1	24,7	
Regionale Zentren	90	57,0	59,2	53,6	22,6	18,2	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	65,0	73,1	52,7	28,3	21,5	
Ländlicher Raum	453	58,4	64,4	57,7	30,9	20,4	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	49,6	60,5	40,7	22,4	45,3	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	56,5	65,9	48,0	28,3	28,7	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	62,8	70,5	54,2	30,5	20,8	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	64,2	71,6	53,6	30,3	21,9	

Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren
- 9 -
Feldzeit: Juli bis September 2025

Filter: Total
www.media-analyse.at

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		LASSE ICH MICH LEICHT ABLENKEN					
Wenn ich ... nutze, ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)		Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen
Total	1.892	17,6	23,9	40,7	44,0	29,2	
Geschlecht							
Männer	927	16,4	21,9	39,0	44,4	28,4	
14 - 29 Jahre	198	16,8	22,1	39,6	41,3	51,3	
30 - 49 Jahre	300	14,4	20,5	43,3	47,8	32,3	
50 oder älter	430	17,5	22,8	35,8	43,5	15,2	
Frauen	965	18,8	25,8	42,4	43,6	29,9	
14 - 29 Jahre	187	16,9	24,3	47,2	34,1	45,5	
30 - 49 Jahre	294	23,1	28,1	44,7	47,0	40,3	
50 oder älter	484	17,0	24,9	39,2	45,3	17,5	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	9,9	18,4	25,8	27,4	47,3	
20 - 29 Jahre	257	20,3	25,5	52,0	42,9	49,1	
30 - 39 Jahre	304	21,1	26,1	46,5	47,5	37,3	
40 - 49 Jahre	289	16,2	22,4	41,3	47,3	35,2	
50 - 59 Jahre	325	17,6	27,4	41,7	46,2	26,4	
60 - 69 Jahre	287	13,7	18,8	38,1	42,0	13,6	
70 oder älter	302	20,2	25,2	32,7	44,9	8,4	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	15,5	20,3	34,5	30,0	33,8	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	17,8	23,7	41,1	44,9	22,8	
Matura/Kolleg	326	20,2	27,1	46,6	47,8	38,1	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	16,4	24,3	39,2	49,1	34,6	
Bundesland							
Wien	413	13,3	19,6	38,2	38,3	27,8	
Niederösterreich	357	16,1	23,0	37,6	44,3	28,0	
Burgenland	63	23,5	31,6	46,1	49,8	22,4	
Steiermark	264	13,3	15,3	41,5	38,9	26,3	
Kärnten	119	26,7	30,0	37,3	39,6	27,5	
Oberösterreich	314	19,5	28,2	42,1	50,8	29,2	
Salzburg	118	24,2	36,0	49,9	48,4	39,2	
Tirol	160	21,7	27,2	43,5	39,8	35,0	
Vorarlberg	84	17,8	21,4	42,2	65,6	31,7	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	16,3	22,9	40,3	43,2	30,6	
Regionale Zentren	90	18,0	28,3	42,7	53,8	25,6	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	15,1	22,7	41,9	51,9	24,6	
Ländlicher Raum	453	22,4	26,2	40,6	38,2	30,0	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	16,7	24,3	43,1	30,3	50,0	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	18,0	24,9	44,0	44,3	37,1	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	17,6	24,4	41,0	45,7	26,0	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	18,3	24,4	41,0	45,3	29,8	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 10 -				Feldzeit: Juli bis September 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at					

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		ERHÄLT DIES MEINE UNGETEILTE AUFMERKSAMKEIT				
Wenn ich ... nutze, ...	Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	
Total	1.892	50,5	56,1	30,8	12,6	17,0
Geschlecht						
Männer	927	51,8	58,8	32,1	13,3	17,9
14 - 29 Jahre	198	42,0	47,6	19,4	8,7	35,4
30 - 49 Jahre	300	48,5	59,1	31,3	13,5	19,8
50 oder älter	430	58,5	63,6	38,6	15,2	8,5
Frauen	965	49,2	53,5	29,5	12,0	16,2
14 - 29 Jahre	187	36,1	41,1	17,2	10,6	31,5
30 - 49 Jahre	294	38,5	42,0	21,6	5,3	18,9
50 oder älter	484	60,7	65,3	39,0	16,6	8,7
Alter						
14 - 19 Jahre	128	36,4	39,1	16,4	11,4	41,4
20 - 29 Jahre	257	40,5	47,0	19,3	8,7	29,6
30 - 39 Jahre	304	41,6	47,9	24,9	9,7	22,0
40 - 49 Jahre	289	45,6	53,5	28,1	9,1	16,6
50 - 59 Jahre	325	54,1	63,2	32,4	13,0	11,2
60 - 69 Jahre	287	57,7	62,1	34,8	14,9	9,3
70 oder älter	302	67,6	68,4	49,4	20,2	5,3
Abgeschlossene Schulbildung						
bis Pflichtschule	273	38,2	43,0	30,2	16,0	24,8
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	50,4	55,3	34,4	13,8	16,4
Matura/Kolleg	326	52,3	59,3	24,7	9,8	14,8
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	58,5	65,4	27,0	9,2	14,9
Bundesland						
Wien	413	47,9	56,0	30,7	14,1	19,5
Niederösterreich	357	47,1	51,3	33,5	14,3	18,4
Burgenland	63	53,9	58,6	40,6	19,8	22,0
Steiermark	264	56,6	60,9	28,7	12,1	11,8
Kärnten	119	60,1	60,5	29,9	14,3	21,7
Oberösterreich	314	51,6	54,3	33,3	8,1	13,4
Salzburg	118	52,2	57,3	24,5	15,4	12,6
Tirol	160	43,7	56,5	27,2	12,9	17,3
Vorarlberg	84	47,7	57,7	26,4	4,4	24,3
Urban-Rural-Typologie						
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	51,7	58,4	29,6	12,4	17,4
Regionale Zentren	90	53,5	55,7	40,1	14,3	20,9
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	47,9	52,9	27,4	9,5	18,4
Ländlicher Raum	453	49,0	53,4	34,2	15,0	14,5
Sondergruppen						
14 - 24 Jahre	255	40,1	44,3	16,7	12,7	34,0
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	45,3	52,2	26,2	11,0	20,5
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	51,7	58,4	33,3	12,9	15,4
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	52,9	58,3	31,3	13,2	16,3

Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren
- 11 -
Feldzeit: Juli bis September 2025

Filter: Total
www.media-analyse.at

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		LASSE ICH MICH BERIESELN					
Wenn ich ... nutze, ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)		Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen
Total	1.892	6,7	9,8	47,1	56,5	24,8	
Geschlecht							
Männer	927	8,1	11,8	44,9	58,3	25,4	
14 - 29 Jahre	198	8,1	12,3	39,4	39,5	50,0	
30 - 49 Jahre	300	11,0	15,2	57,2	57,0	30,7	
50 oder älter	430	6,1	9,1	38,9	67,8	10,4	
Frauen	965	5,4	7,9	49,1	54,8	24,3	
14 - 29 Jahre	187	3,6	8,9	50,3	45,5	39,9	
30 - 49 Jahre	294	9,3	13,1	57,2	52,6	39,8	
50 oder älter	484	3,7	4,4	43,7	59,8	8,8	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	7,9	14,8	39,7	31,0	41,4	
20 - 29 Jahre	257	4,9	8,6	47,1	48,1	46,9	
30 - 39 Jahre	304	13,4	15,6	59,6	54,2	41,0	
40 - 49 Jahre	289	6,7	12,6	54,7	55,5	29,1	
50 - 59 Jahre	325	4,9	7,7	51,2	66,7	17,2	
60 - 69 Jahre	287	5,0	5,2	39,4	67,9	7,3	
70 oder älter	302	4,6	6,8	32,9	56,0	3,4	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	10,7	14,6	41,4	31,9	29,2	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	5,9	8,8	44,5	60,2	15,2	
Matura/Kolleg	326	5,9	9,2	53,4	59,6	32,8	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	6,7	9,5	52,5	63,1	40,4	
Bundesland							
Wien	413	5,7	10,5	42,5	53,8	29,7	
Niederösterreich	357	4,0	8,1	44,1	57,2	21,0	
Burgenland	63	11,3	12,4	53,3	64,6	17,0	
Steiermark	264	10,3	10,9	49,7	58,4	27,0	
Kärnten	119	5,6	5,6	44,1	50,5	19,5	
Oberösterreich	314	6,5	11,0	43,3	55,5	25,8	
Salzburg	118	9,1	9,3	62,4	58,7	21,6	
Tirol	160	7,5	11,4	54,5	60,4	22,2	
Vorarlberg	84	6,1	7,4	51,2	57,0	29,5	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	6,4	10,2	45,6	56,1	27,6	
Regionale Zentren	90	5,3	5,3	51,3	68,3	18,7	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	6,3	8,6	50,1	60,2	20,1	
Ländlicher Raum	453	8,1	10,8	47,2	52,4	23,3	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	5,6	12,0	43,6	37,7	44,6	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	7,7	11,8	52,5	54,0	34,1	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	7,6	10,5	47,5	59,9	22,3	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	7,0	10,2	47,9	58,5	25,1	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren				- 12 -		Feldzeit: Juli bis September 2025	
Filter: Total				www.media-analyse.at			

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		TUE ICH DAS GANZ BEWUSST					
Wenn ich ... nutze, ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)		Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen
Total	1.892	62,8	71,0	47,2	19,4	24,2	
Geschlecht							
Männer	927	61,6	71,3	47,2	19,7	27,0	
14 - 29 Jahre	198	53,3	62,0	34,0	12,4	45,8	
30 - 49 Jahre	300	55,1	66,5	40,7	16,1	27,2	
50 oder älter	430	69,9	79,0	57,8	25,7	18,3	
Frauen	965	63,9	70,6	47,2	19,0	21,5	
14 - 29 Jahre	187	62,2	69,6	31,4	6,5	19,4	
30 - 49 Jahre	294	50,3	59,9	39,8	15,0	31,7	
50 oder älter	484	72,9	77,5	57,9	26,3	16,2	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	59,2	60,5	36,7	7,2	25,8	
20 - 29 Jahre	257	56,9	68,3	30,8	10,7	36,6	
30 - 39 Jahre	304	51,1	63,9	37,8	17,2	28,8	
40 - 49 Jahre	289	54,3	62,5	42,8	13,8	30,0	
50 - 59 Jahre	325	61,0	74,7	48,1	20,5	24,0	
60 - 69 Jahre	287	72,6	77,3	56,6	28,3	18,2	
70 oder älter	302	81,8	82,9	69,6	29,7	8,9	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	51,9	57,4	42,3	11,0	24,6	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	62,2	70,0	52,7	23,8	25,4	
Matura/Kolleg	326	63,2	73,0	39,8	17,1	28,6	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	72,7	82,5	43,1	16,1	16,6	
Bundesland							
Wien	413	59,4	68,3	41,9	17,4	28,0	
Niederösterreich	357	65,5	74,1	46,7	23,4	24,3	
Burgenland	63	70,4	77,7	48,3	31,6	24,9	
Steiermark	264	63,8	69,7	50,0	20,2	20,0	
Kärnten	119	57,7	65,3	47,2	11,0	22,4	
Oberösterreich	314	63,2	68,8	52,8	15,1	18,2	
Salzburg	118	71,1	79,5	50,8	25,8	33,1	
Tirol	160	57,5	71,3	43,0	19,8	25,5	
Vorarlberg	84	63,0	73,4	48,3	18,6	28,5	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	60,4	69,7	45,6	18,5	23,6	
Regionale Zentren	90	61,4	72,1	48,1	12,5	22,8	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	71,1	79,3	48,1	17,1	23,0	
Ländlicher Raum	453	62,3	67,3	50,1	24,4	26,8	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	60,2	64,9	36,9	10,2	29,8	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	56,8	67,0	40,1	15,2	28,5	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	64,4	73,4	48,6	21,4	24,2	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	65,3	73,3	47,5	20,3	24,1	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren							
Filter: Total							

- 13 -

Feldzeit: Juli bis September 2025

www.media-analyse.at

MEDIENNUTZUNG & AUFMERKSAMKEIT

Österreich in Prozent		BESCHÄFTIGTE ICH MICH PARALLEL MIT EINEM (ANDEREN) SMARTPHONE, TABLET, NOTEBOOK					
Wenn ich ... nutze, ...	Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)		Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	
Total	1.892	6,1	8,5	48,8	40,5	12,8	
Geschlecht							
Männer	927	7,5	10,6	47,3	40,8	15,0	
14 - 29 Jahre	198	4,1	7,5	46,6	39,0	26,3	
30 - 49 Jahre	300	8,9	13,3	59,7	46,6	18,3	
50 oder älter	430	8,0	10,2	39,0	37,6	7,4	
Frauen	965	4,8	6,5	50,3	40,2	10,8	
14 - 29 Jahre	187	3,4	6,1	67,7	51,7	19,1	
30 - 49 Jahre	294	4,8	8,0	60,4	48,3	16,6	
50 oder älter	484	5,4	5,8	37,4	30,8	4,0	
Alter							
14 - 19 Jahre	128	2,1	2,1	44,4	33,4	28,1	
20 - 29 Jahre	257	4,6	9,2	63,0	51,0	20,2	
30 - 39 Jahre	304	6,3	10,4	61,4	46,1	20,3	
40 - 49 Jahre	289	7,4	11,0	58,6	48,8	14,5	
50 - 59 Jahre	325	5,7	8,0	46,9	44,3	10,2	
60 - 69 Jahre	287	5,3	5,9	42,7	29,5	4,2	
70 oder älter	302	9,0	9,6	24,5	27,2	2,1	
Abgeschlossene Schulbildung							
bis Pflichtschule	273	6,9	8,6	44,6	26,9	14,9	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	951	7,0	8,8	48,1	38,4	10,1	
Matura/Kolleg	326	5,2	8,8	51,2	54,4	18,7	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	342	3,9	7,4	51,9	44,0	13,1	
Bundesland							
Wien	413	5,6	7,8	55,0	39,3	13,0	
Niederösterreich	357	4,6	6,4	42,1	37,7	10,7	
Burgenland	63	4,8	9,8	52,8	47,2	12,7	
Steiermark	264	9,2	11,5	50,5	41,5	17,1	
Kärnten	119	7,5	10,3	50,0	41,1	9,2	
Oberösterreich	314	6,1	7,1	47,5	42,3	11,8	
Salzburg	118	5,0	8,1	44,3	37,0	16,4	
Tirol	160	8,1	13,8	51,3	44,8	14,3	
Vorarlberg	84	2,8	4,3	43,7	38,8	9,0	
Urban-Rural-Typologie							
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.012	6,0	8,7	49,9	37,7	13,8	
Regionale Zentren	90	6,4	6,4	36,5	43,3	6,9	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	336	3,7	5,6	49,5	47,9	7,6	
Ländlicher Raum	453	8,2	10,8	48,5	40,6	15,7	
Sondergruppen							
14 - 24 Jahre	255	3,1	6,8	51,0	36,0	27,9	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.186	5,8	8,9	56,9	46,8	16,9	
HaupteinkommensbezieherIn	1.378	6,3	8,7	47,4	39,8	11,2	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	6,4	8,9	49,3	41,6	12,5	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren							
Filter: Total							

- 14 -

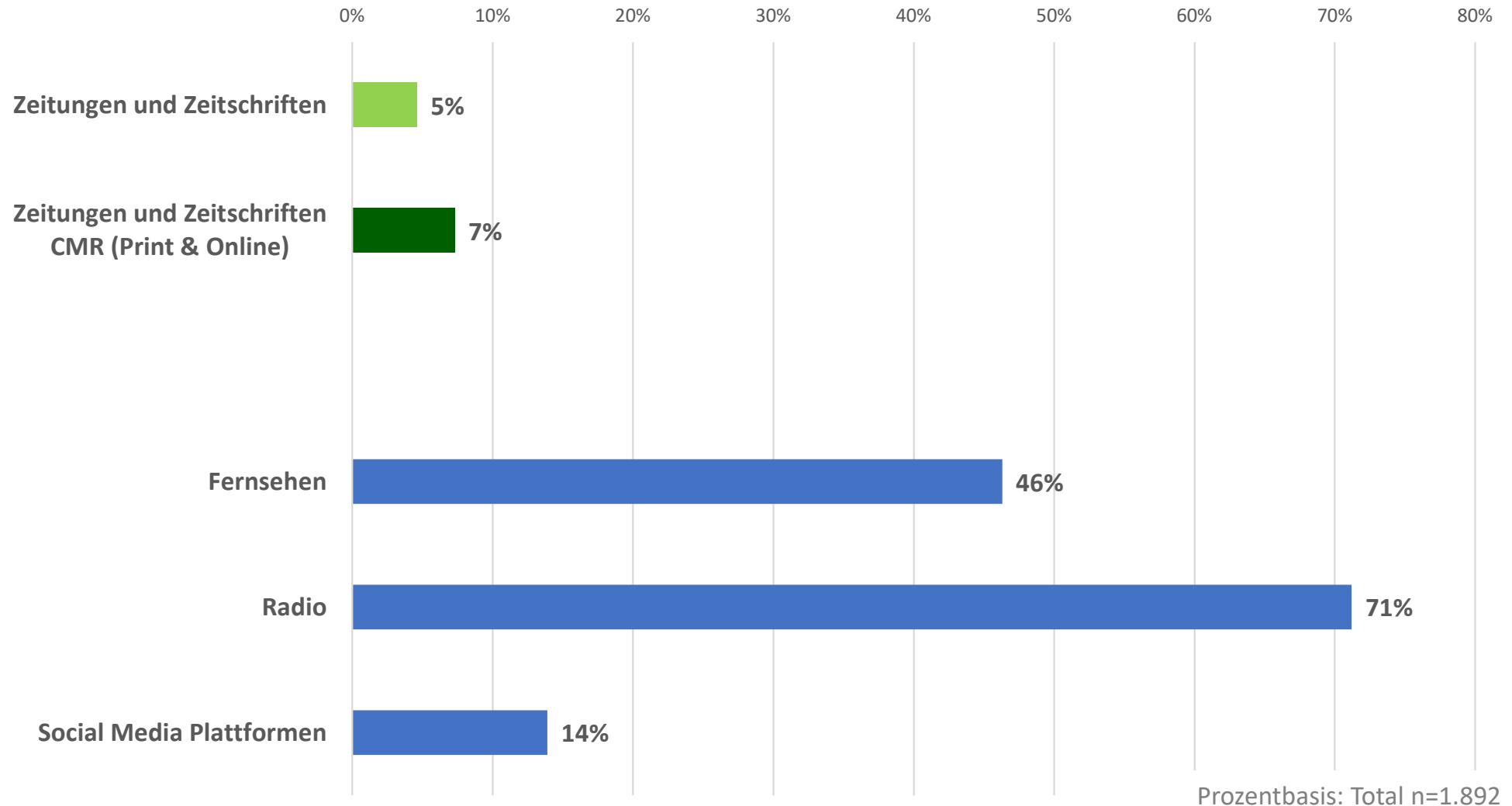
Feldzeit: Juli bis September 2025

www.media-analyse.at

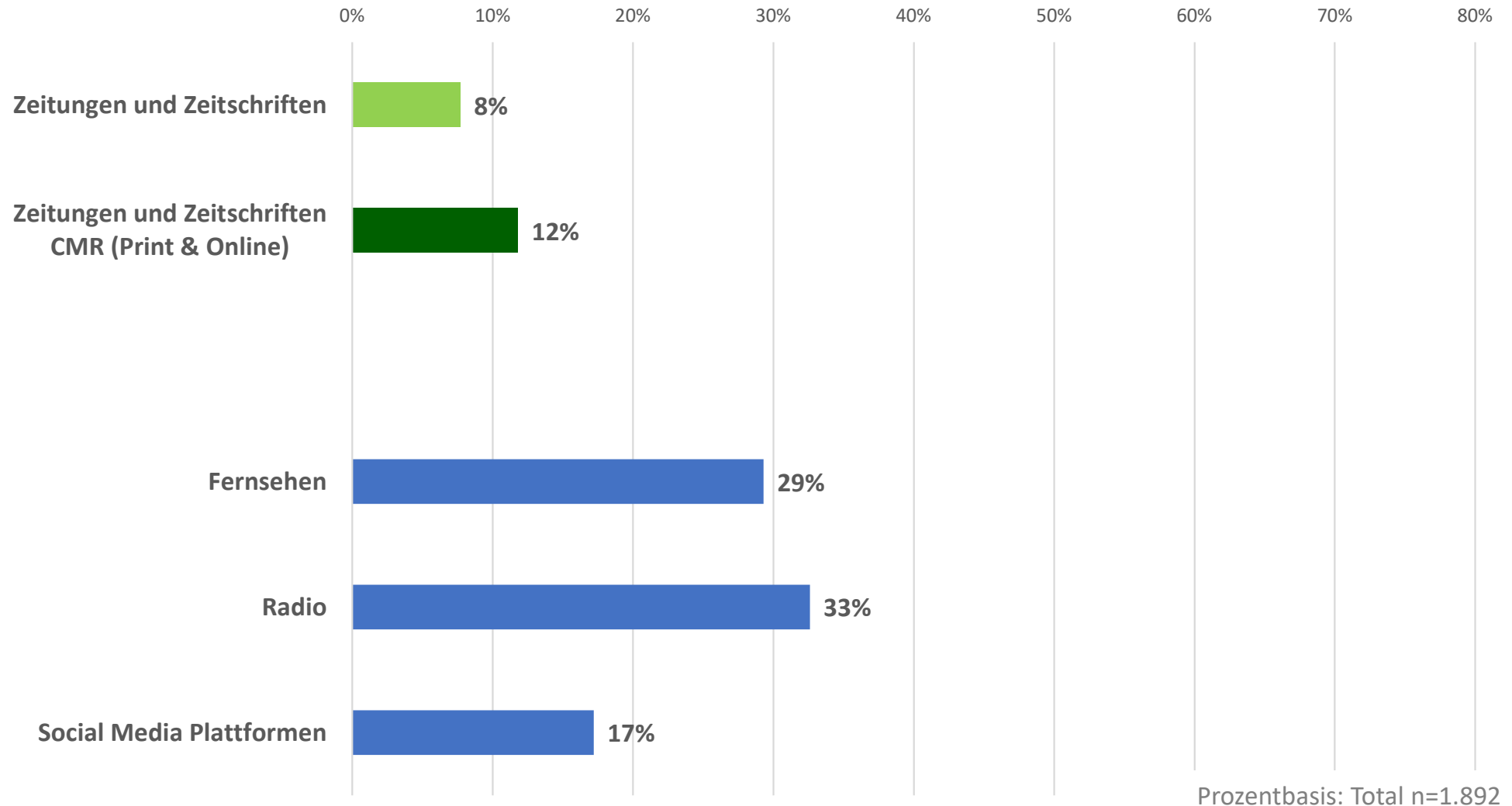


GRAFIKEN

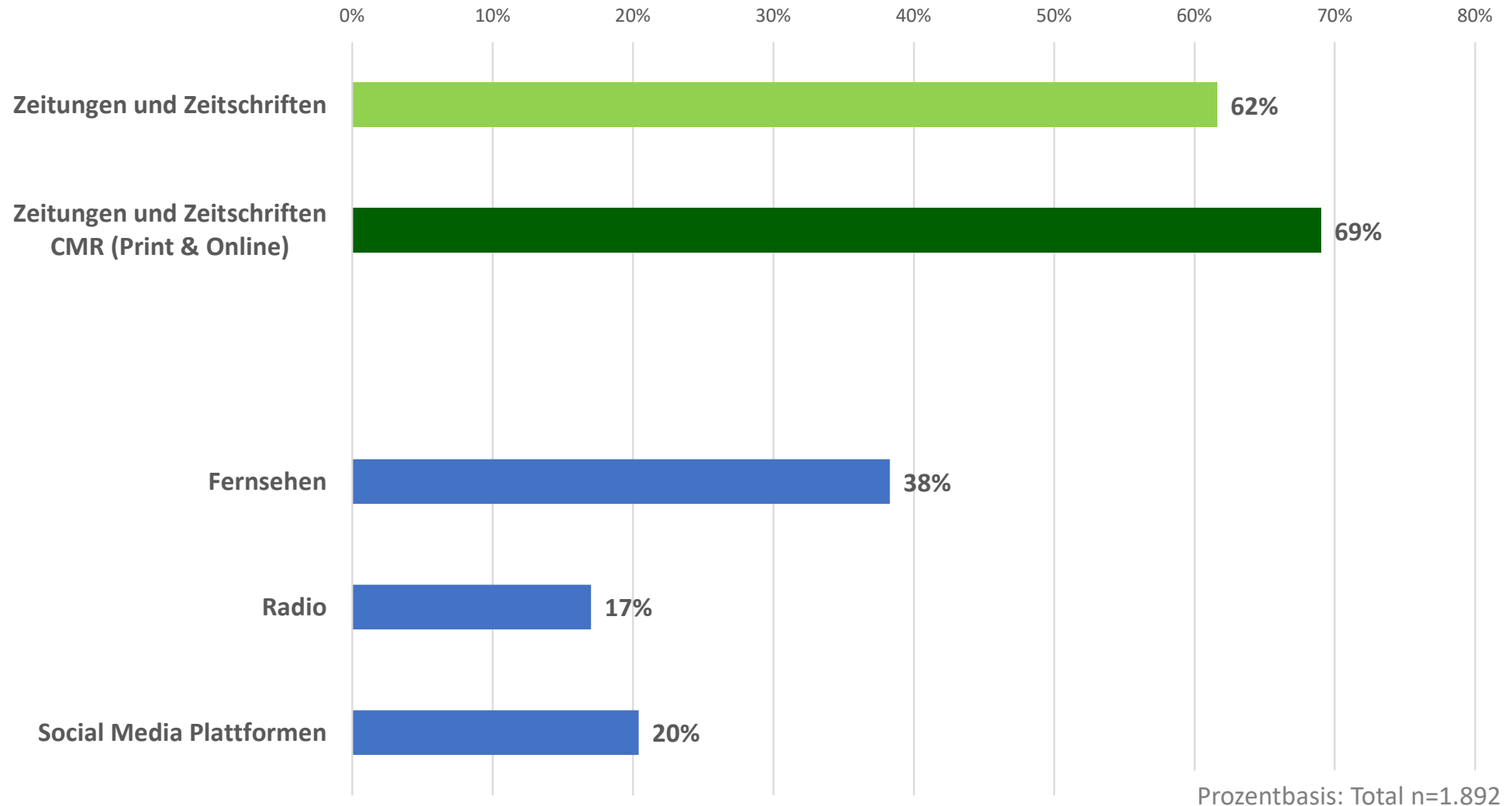
Wenn ich ... nutze,
MACHE ICH AUCH NOCH ANDERE DINGE NEBENBEI (WIE Z.B. HAUSARBEIT, ...)



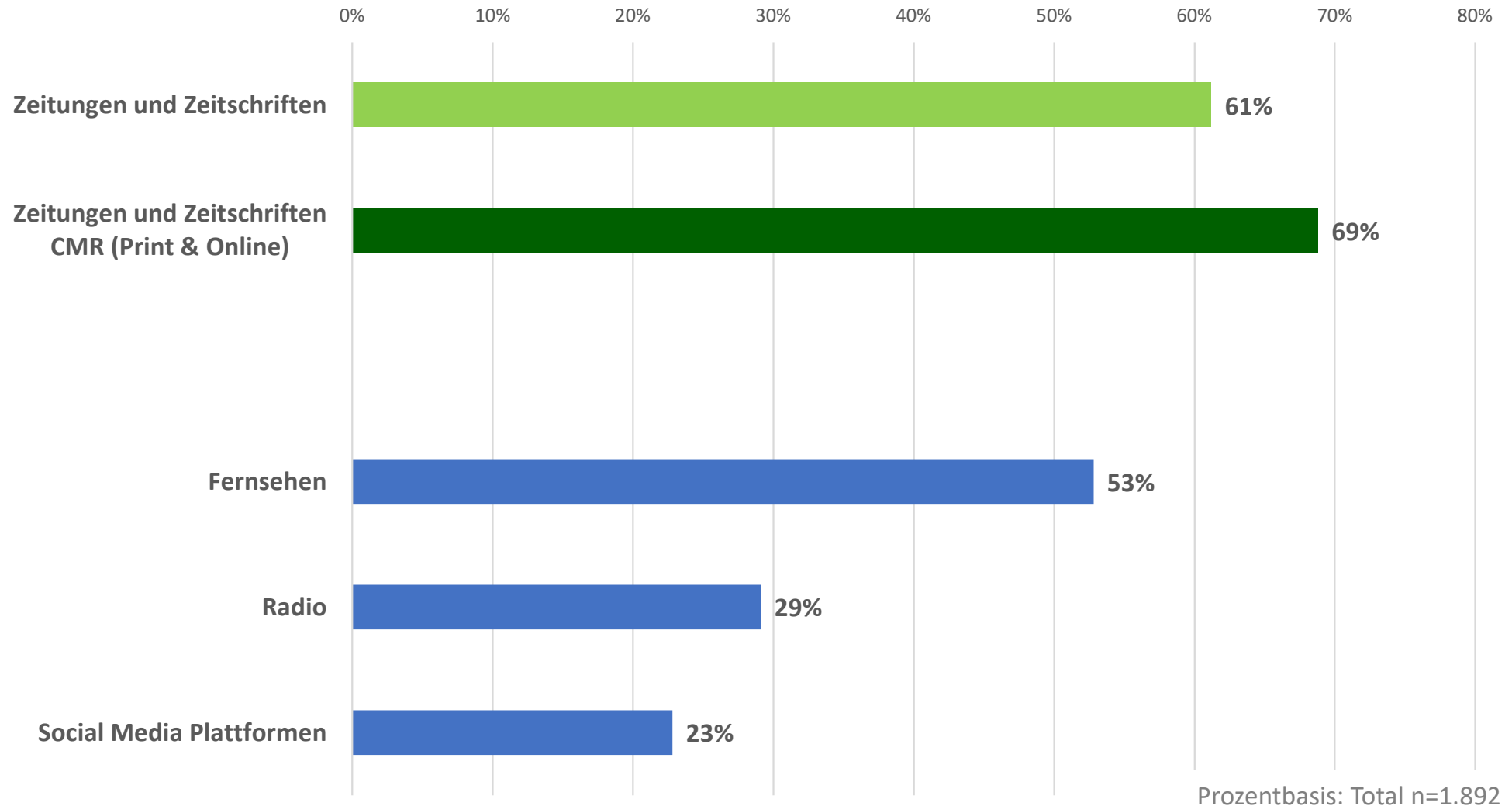
Wenn ich ... nutze,
PASSIERT ES, DASS ICH GAR NICHT MITBEKOMME, WAS ICH GERADE LESE/HÖRE/SEHE



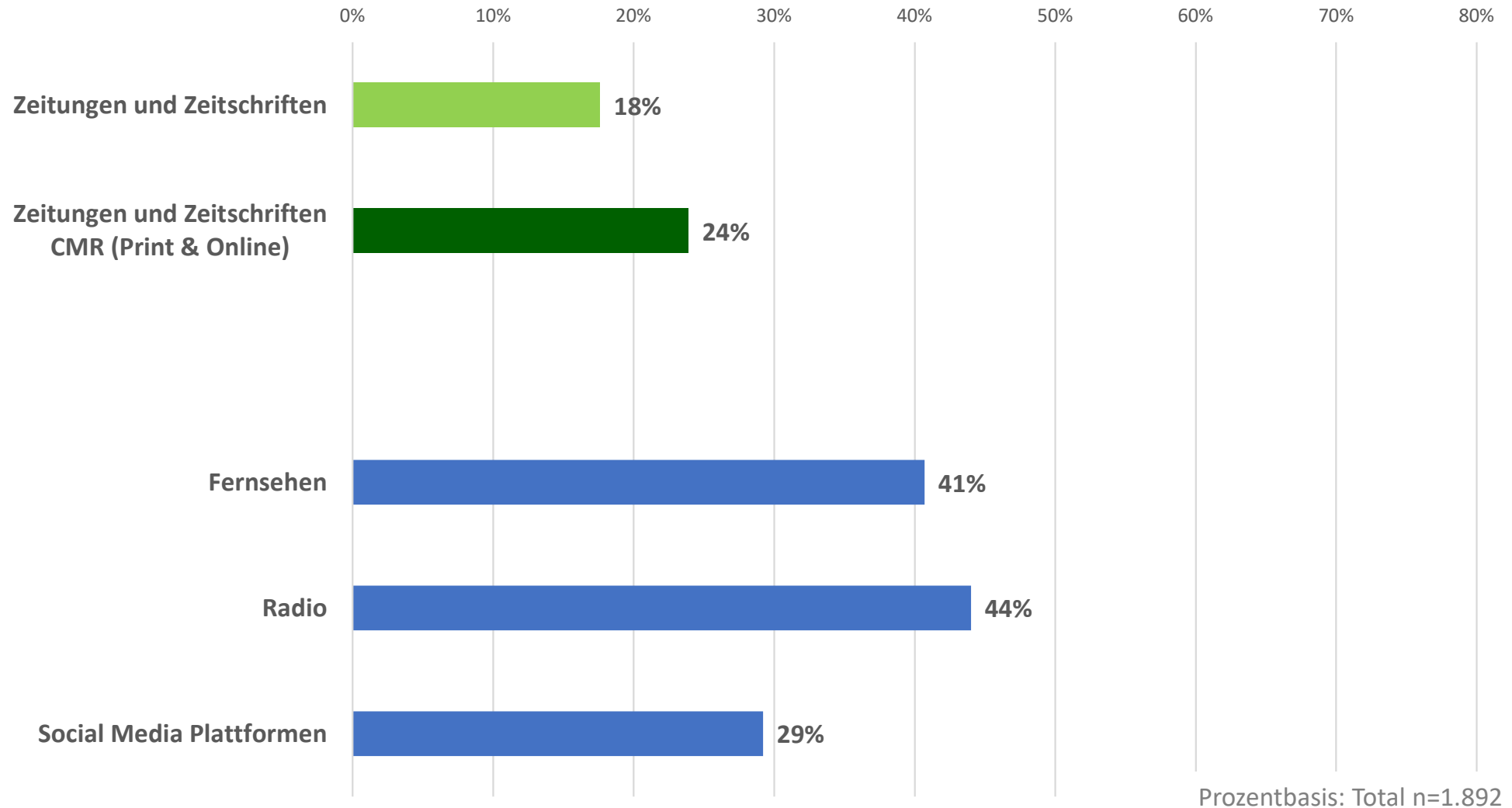
Wenn ich ... nutze,
BIN ICH BESONDERS AUF DEN INHALT KONZENTRIERT



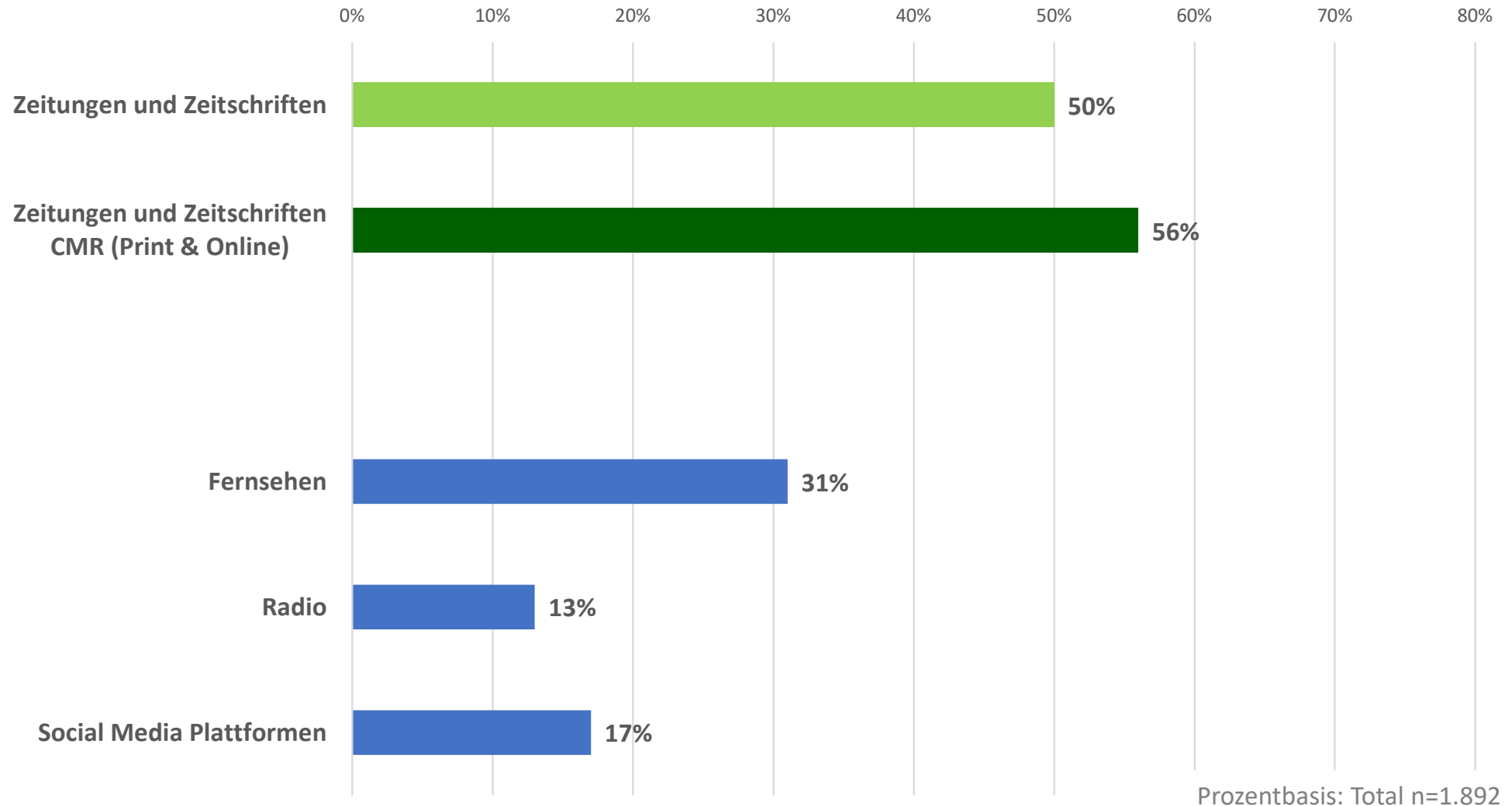
Wenn ich ... nutze,
KANN ICH MICH AN DIE INHALTE DANACH SEHR GUT ERINNERN



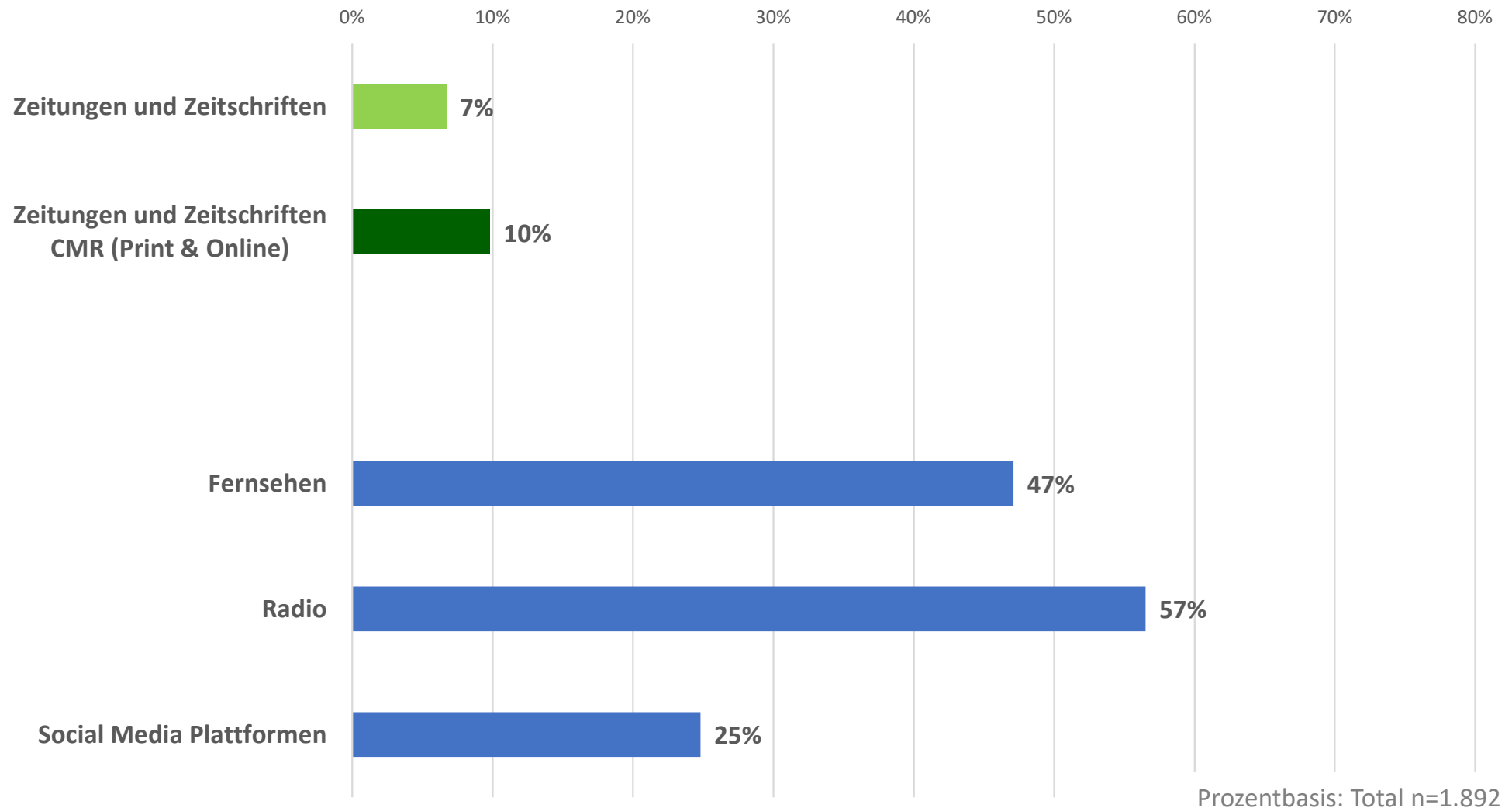
Wenn ich ... nutze,
LASSE ICH MICH LEICHT ABLENKEN



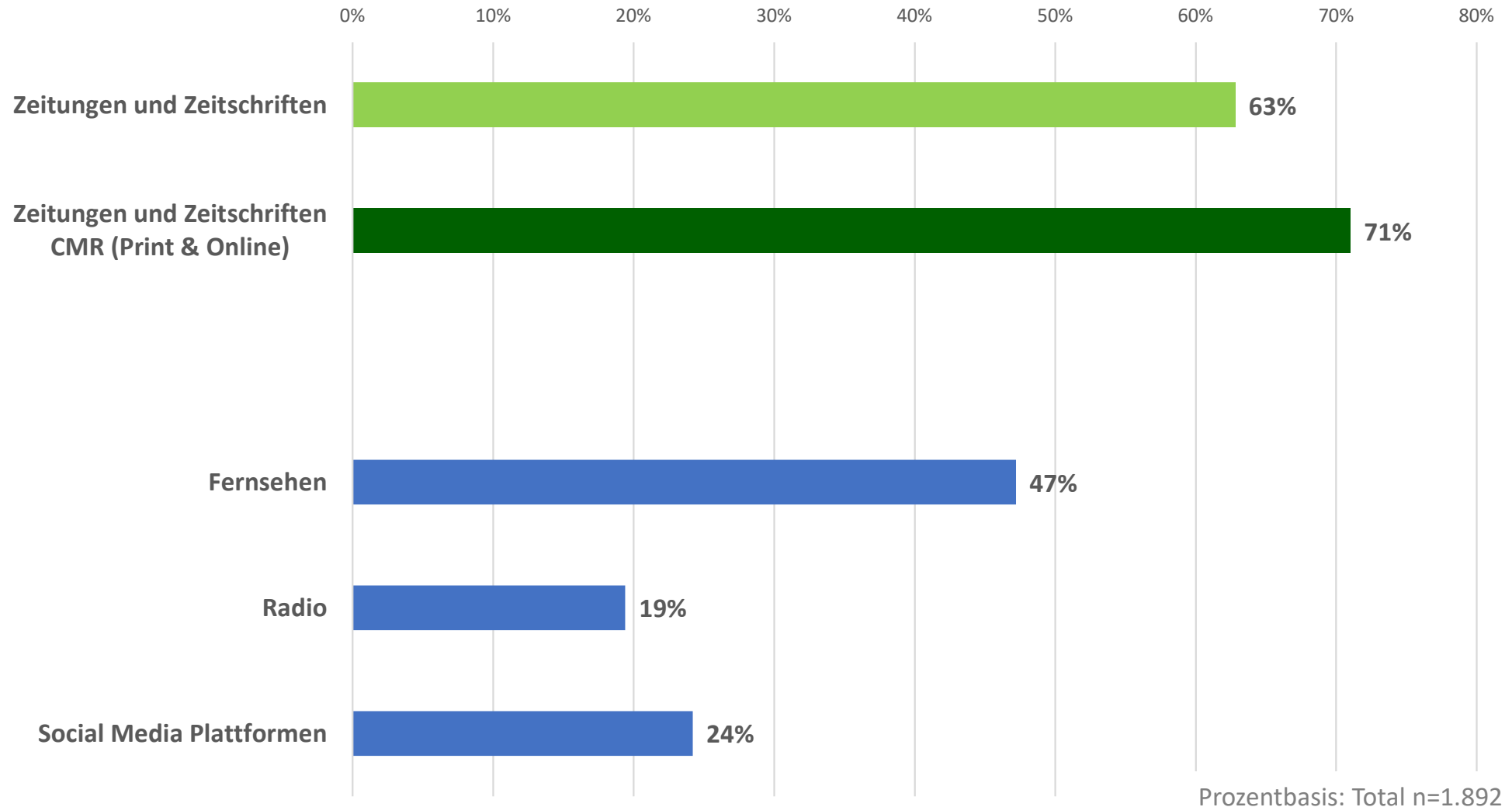
Wenn ich ... nutze,
ERHÄLT DIES MEINE UNGETEILTE AUFMERKSAMKEIT



Wenn ich ... nutze,
LASSE ICH MICH BERIESELN



Wenn ich ... nutze,
TUE ICH DAS GANZ BEWUSST



Wenn ich ... nutze,
**BESCHÄFTIGE ICH MICH PARALLEL MIT EINEM (ANDEREN) SMARTPHONE, TABLET,
NOTEBOOK**

