



2024

Ergebnisse

3. April 2025



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



Am **3. April 2025** liefert die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen mit der aktuellen Ausgabe der Media-Analyse 2024 erneut fundierte und verlässliche Daten zur Mediennutzung in Österreich. Dieser Bericht dient insbesondere der Werbewirtschaft, den Medienunternehmen sowie der interessierten Öffentlichkeit als bewährte Informationsquelle.

Basierend auf **15.498 Interviews**, die im Zeitraum Jänner bis Dezember 2024 durchgeführt wurden, umfasst die aktuelle Ausgabe die konsolidierten Daten des Gesamtjahres 2024.

Die MA wird **partnerschaftlich** von 79 Mitgliedern - **58 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.

Die Media-Analyse hat sich über Jahrzehnte als die maßgebliche Währung im Markt etabliert und überzeugt durch ihre Methodensicherheit und Anpassungsfähigkeit. Die tiefgreifende Reform, die 2022 konzipiert und 2023 umgesetzt wurde, trägt nun spürbar Früchte. Durch die Erweiterung des Samples, unter anderem durch den Einsatz von Online-Access-Pools, konnte die Repräsentativität weiter optimiert werden.

Ein weiteres wesentliches Ziel der Reform war die Verkürzung der Interviewdauer, um die Teilnahmebereitschaft zu steigern und eine noch höhere Datenqualität sicherzustellen. Dies wurde durch eine Straffung des Fragebogens und die Auslagerung bestimmter Zielgruppenfragen in die Konsum-Analyse erreicht. Moderne Imputationsverfahren ermöglichen zudem eine effizientere Gestaltung der Befragungen, was wiederum den Respondenten eine angenehme und kurzweilige-Teilnahme ermöglicht. Besonders positiv wirkt sich auch die Möglichkeit aus, das Interview direkt über das Smartphone durchzuführen – eine Entwicklung, die zur Erhöhung der Teilnahmebereitschaft beiträgt.

Neben diesen methodischen Verbesserungen bleibt die **Markenreichweite (CMR: CrossMediaReach)** eine der zentralen Innovationen, die in der Media-Analyse 2023 eingeführt wurde und nun mit aktualisierten Werten im Bericht der Media-Analyse 2024 fortgeführt und um die CMR+ erweitert 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.

CMR+ (CrossMediaReach+)

In Erweiterung der CMR um **Newsletter** gibt es **ab der MA 2024** die Möglichkeit, eine **CMR+** zu bilden, in die **Print, Online** und (**neu**) **Newsletter** einfließen.

Wir weisen darauf hin, dass bei Berichten über die CMR/CMR+ (CrossMediaReach) sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR/CMR+ Werten die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend angegeben werden muss.

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



Die Media-Analyse beweist einmal mehr, dass sie nicht nur das verlässlichste Messinstrument für Medien verlegerischer Herkunft ist, sondern auch eine der härtesten Währungen für die Werbewirtschaft. Der fortlaufende Wandel in der Mediennutzung wird nicht nur beobachtet, sondern aktiv in die Methodik der Erhebung integriert. Die Media-Analyse bleibt somit ein präzises, praxisnahes und marktgerechtes Werkzeug – geschaffen und weiterentwickelt in enger Abstimmung mit der 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 2024 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 2024!**

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 abzuziehen und einmal hinzuzurechnen 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)



Methodensteckbrief

Grundgesamtheit

7.767.389 Personen ab 14 Jahren in 4.119.088 Privathaushalten

Samplegröße

15.498 Interviews

Sampling

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

Feldarbeit

Jänner 2024 bis Dezember 2024

Interviews

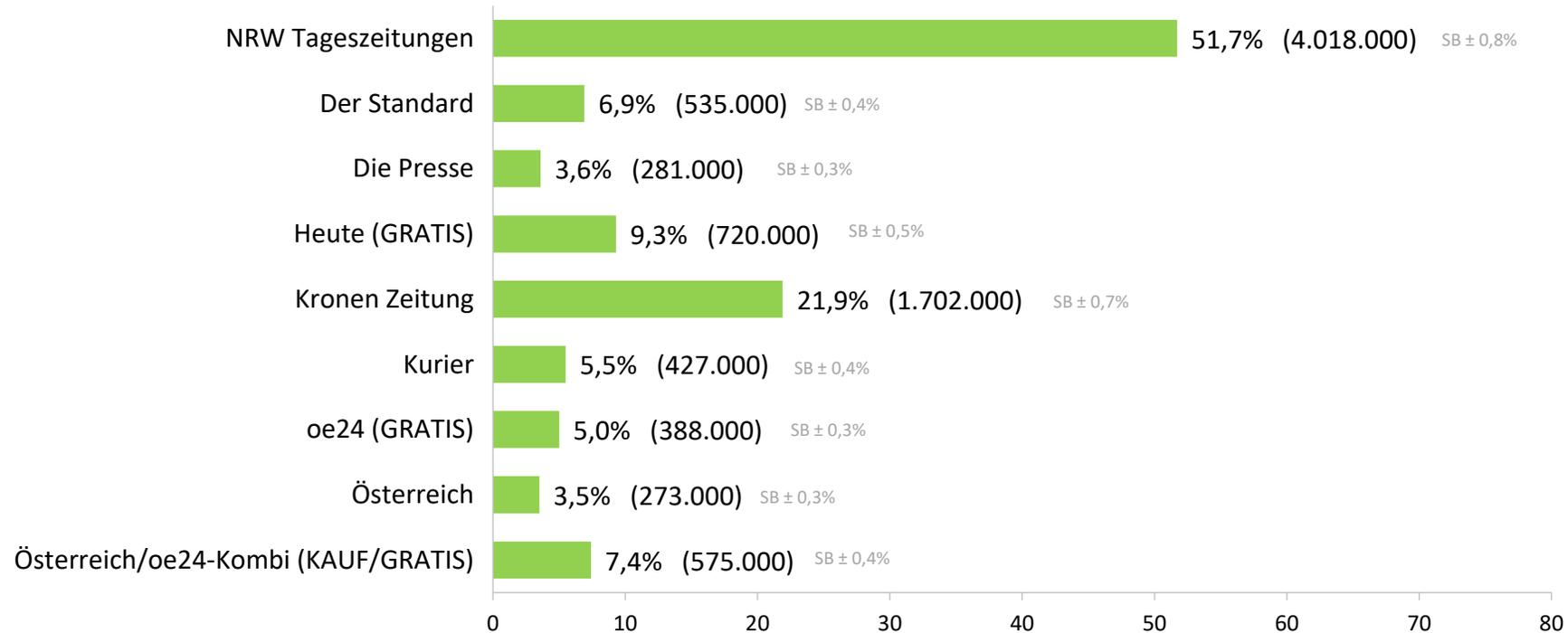
CAWI und Online CAPI/CASI

Erfasste Medien

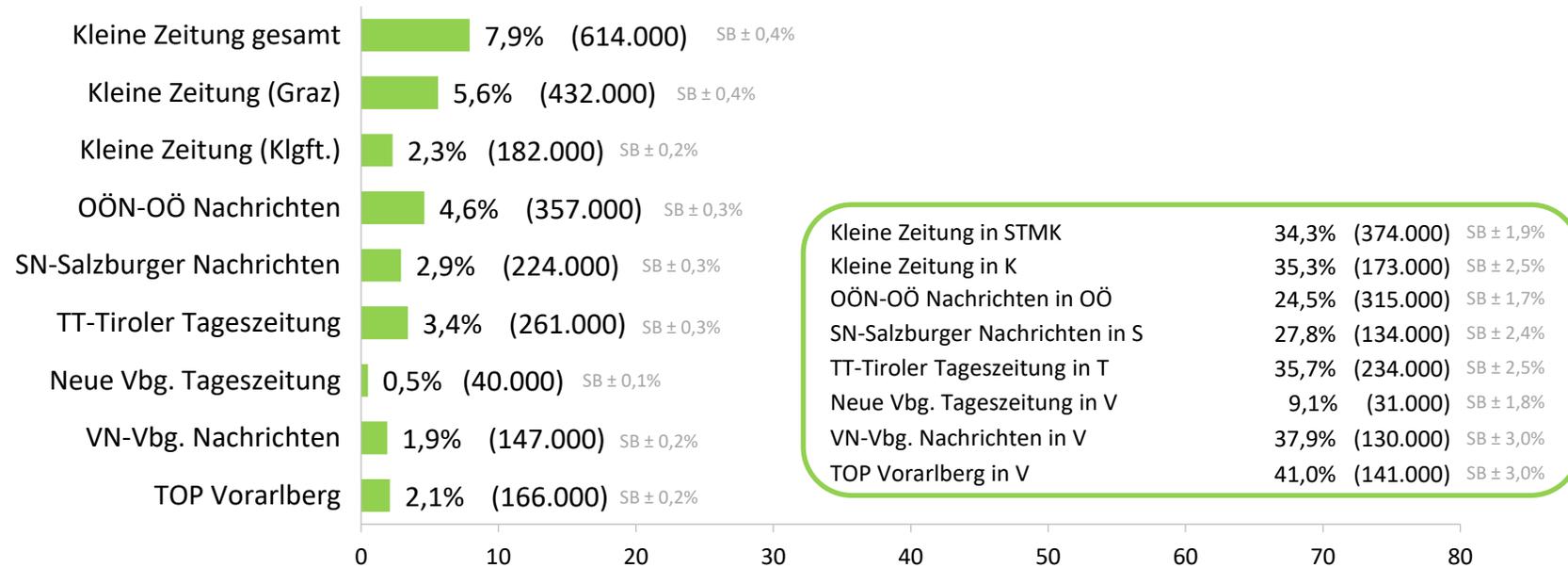
Tageszeitungen (13), nationale Wochenzeitungen (5), regionale
Wochenzeitungen (14), Monatsmagazine (30), Supplements (3),
14-tägliche Magazine (1), Infoscreen (2), Internet

Tageszeitungen I

Die für die einzelnen Mediengruppen im Zeitraum Jänner 2024 bis Dezember 2024 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.

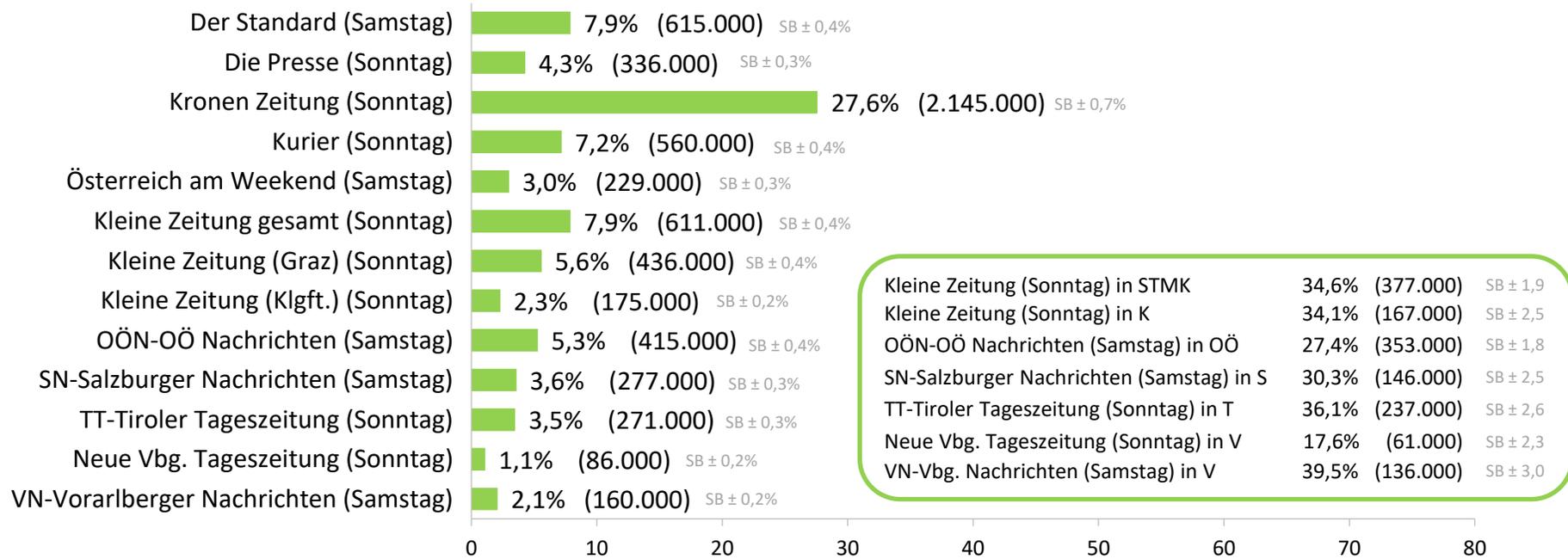


Tageszeitungen II



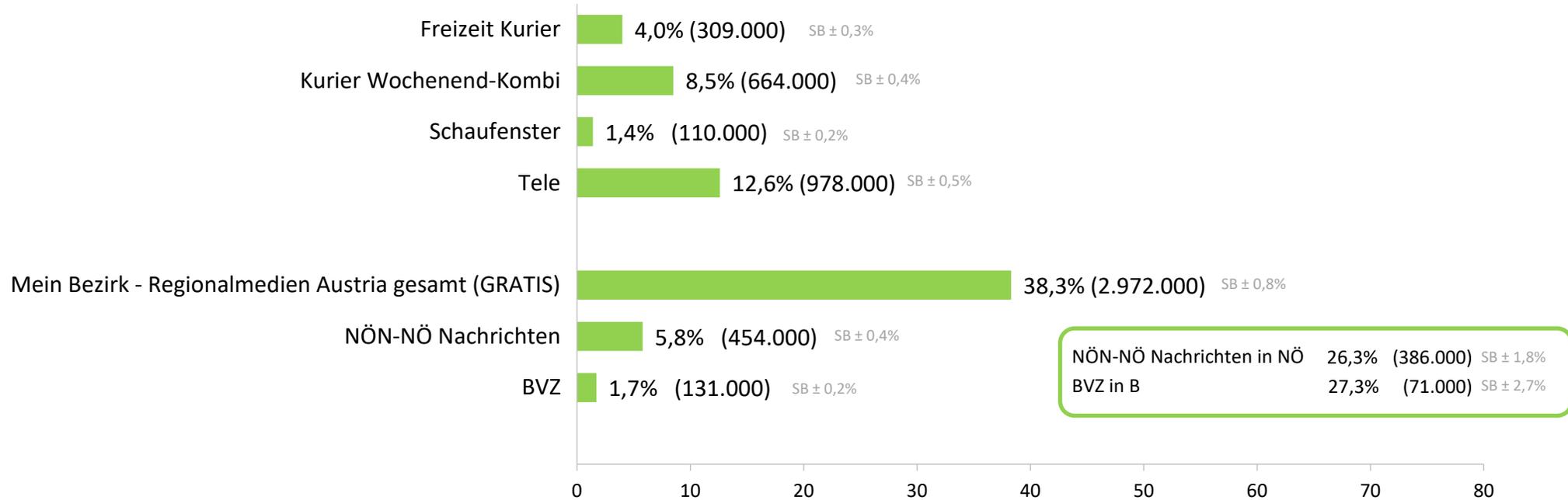
TOP Vorarlberg: Vorarlberger Nachrichten, Neue Vorarlberger Tageszeitung

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.

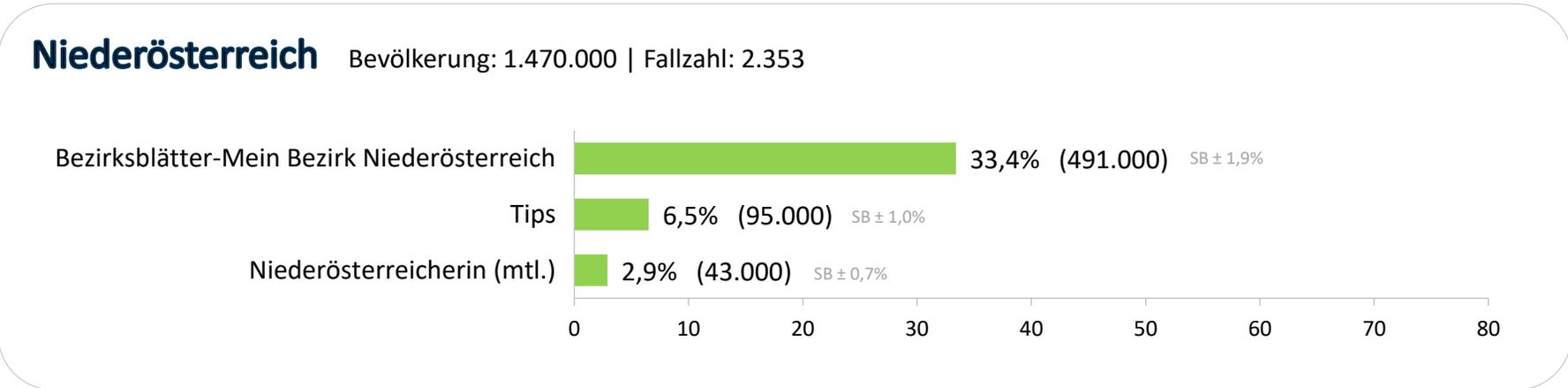
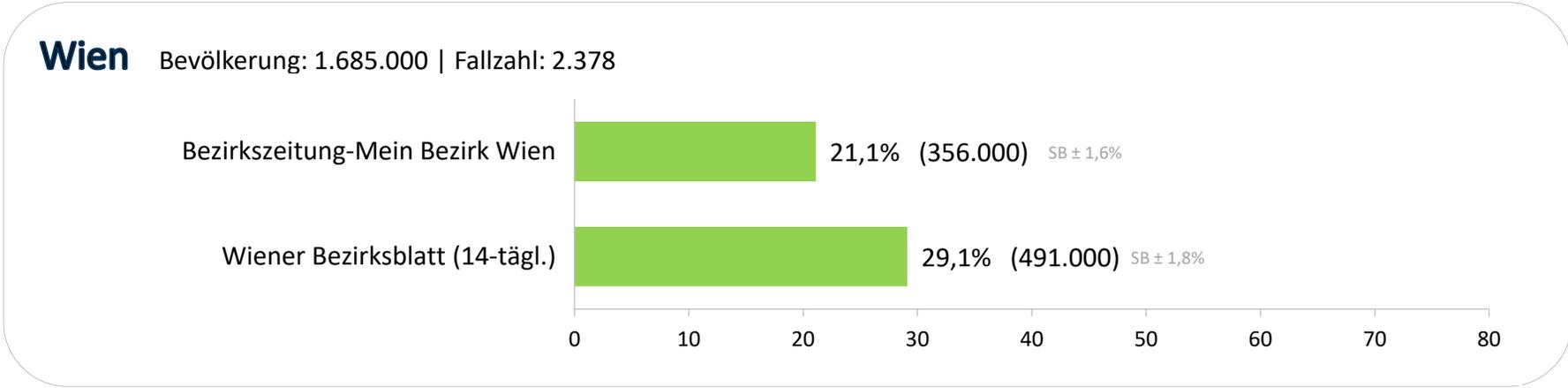


Kurier Wochenend-Kombi: Kurier Sonntag, Freizeit Kurier

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 Kärnten (GRATIS), K, Woche-Mein Bezirk Steiermark (GRATIS), ST, Bezirksrundschau-Mein Bezirk Oberösterreich (GRATIS), OÖ, Bezirksblätter-Mein Bezirk Salzburg (GRATIS), S, Bezirksblätter-Mein Bezirk Tirol (GRATIS), T, Regionalzeitungen-Mein Bezirk Vorarlberg (GRATIS), V

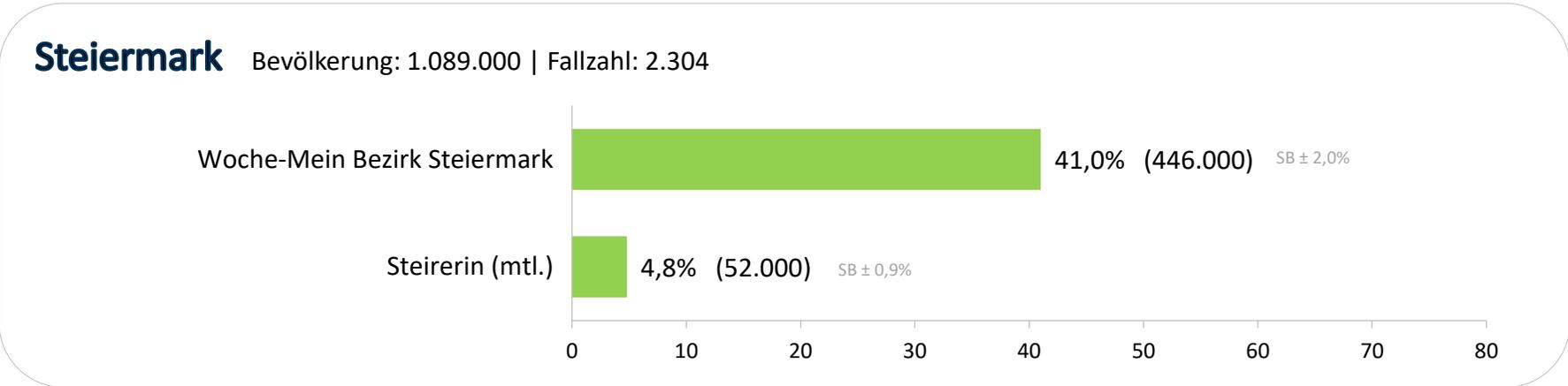
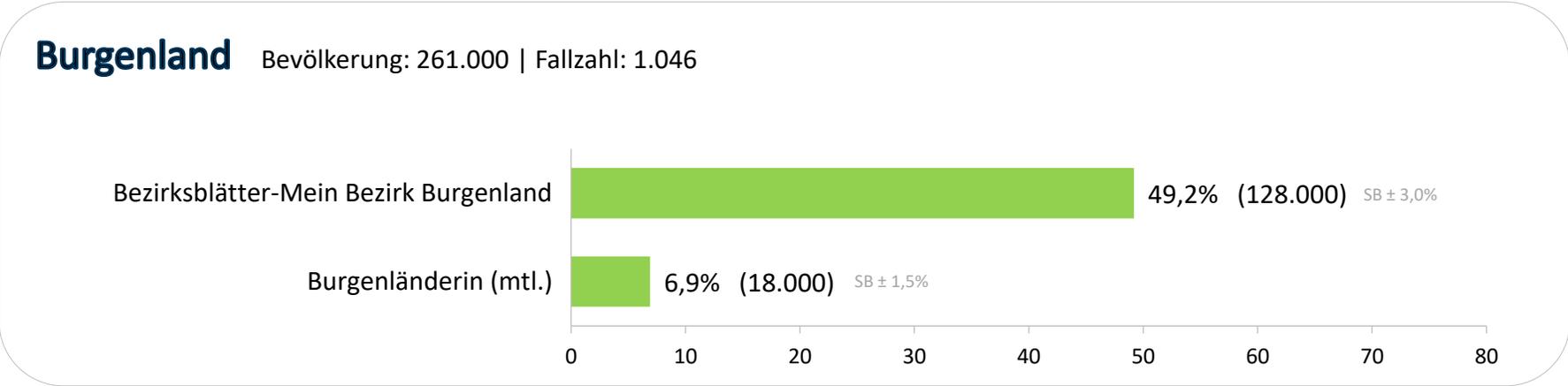
Regionale Medien GRATIS (Wien | Niederösterreich)

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.



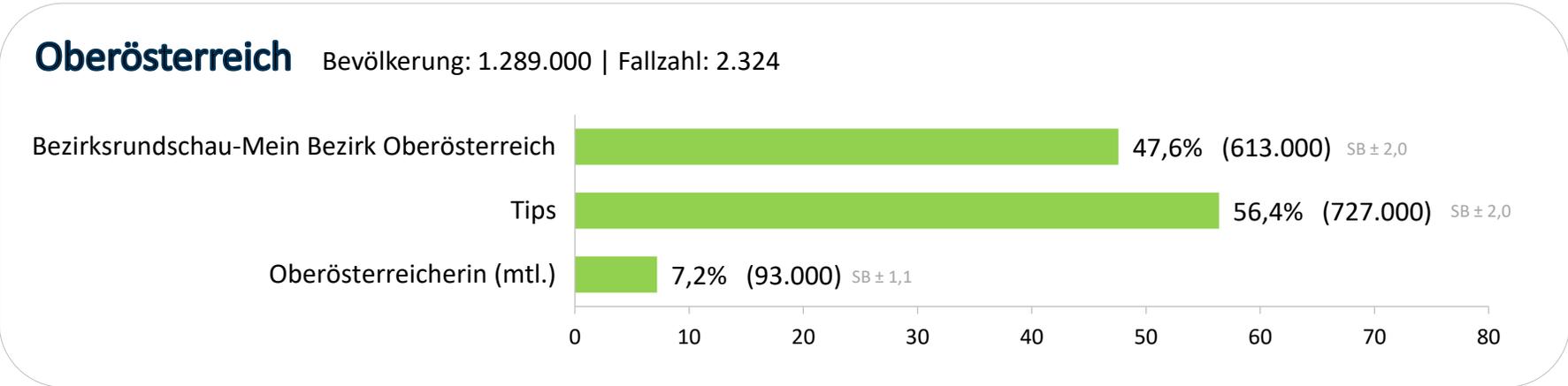
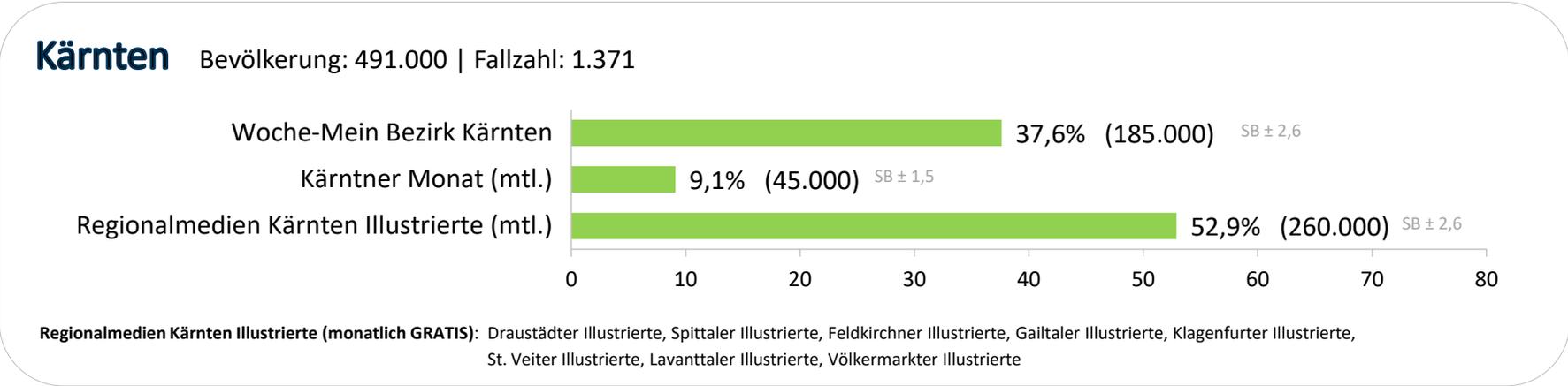
Regionale Medien GRATIS (Burgenland | Steiermark)

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.



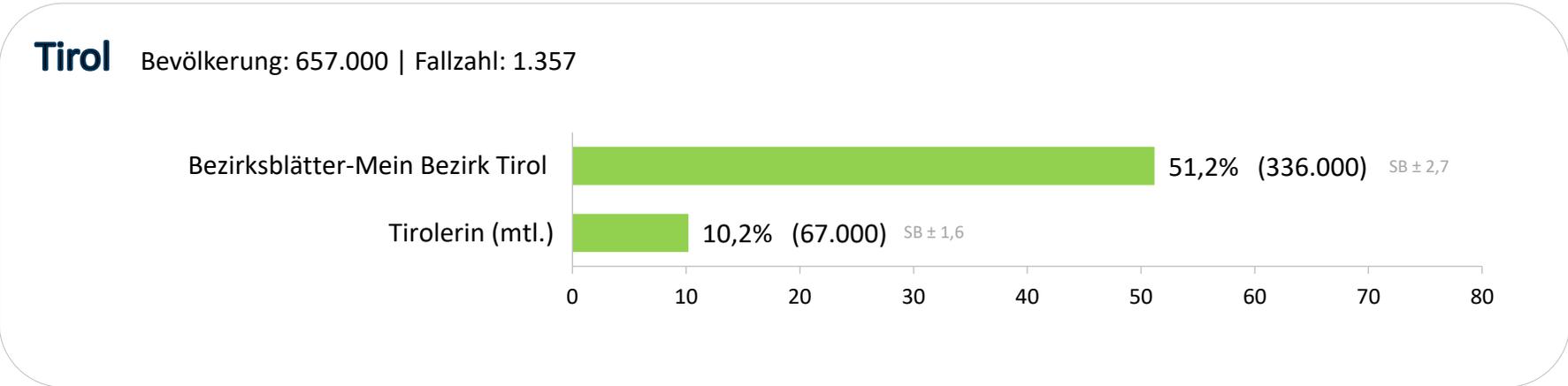
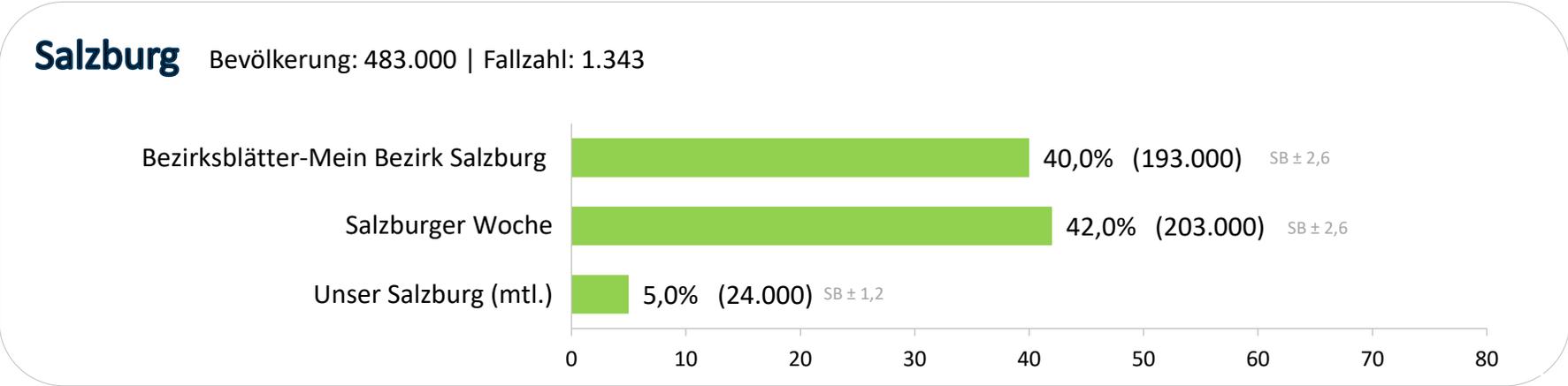
Regionale Medien GRATIS (Kärnten | Oberösterreich)

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.



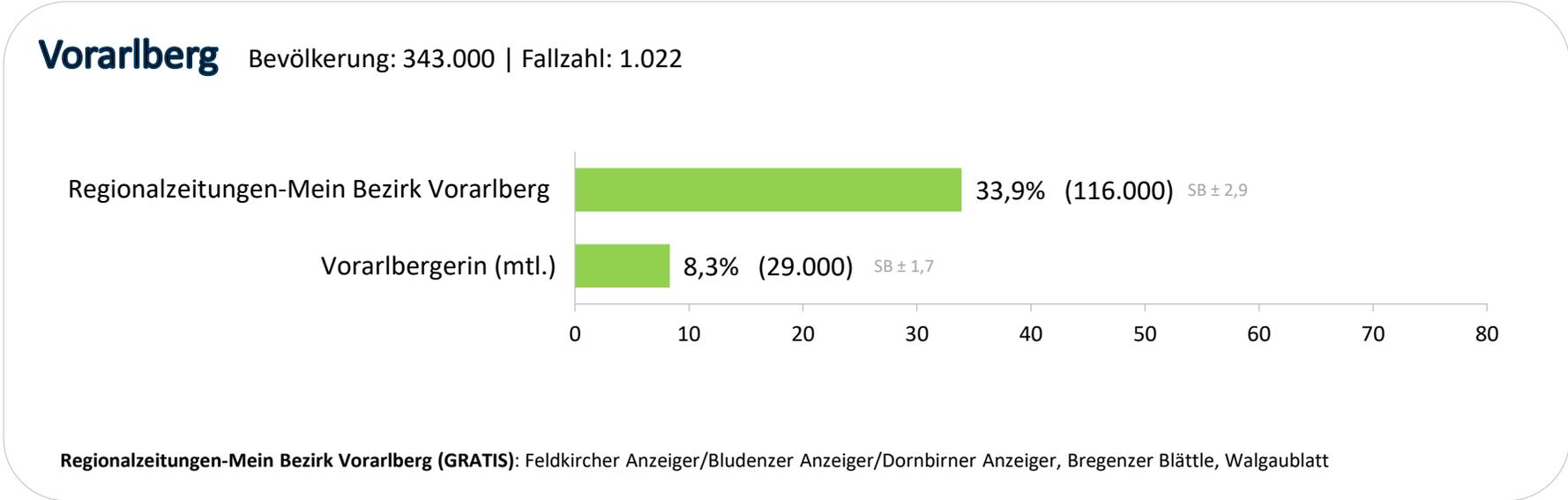
Regionale Medien GRATIS (Salzburg | Tirol)

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.

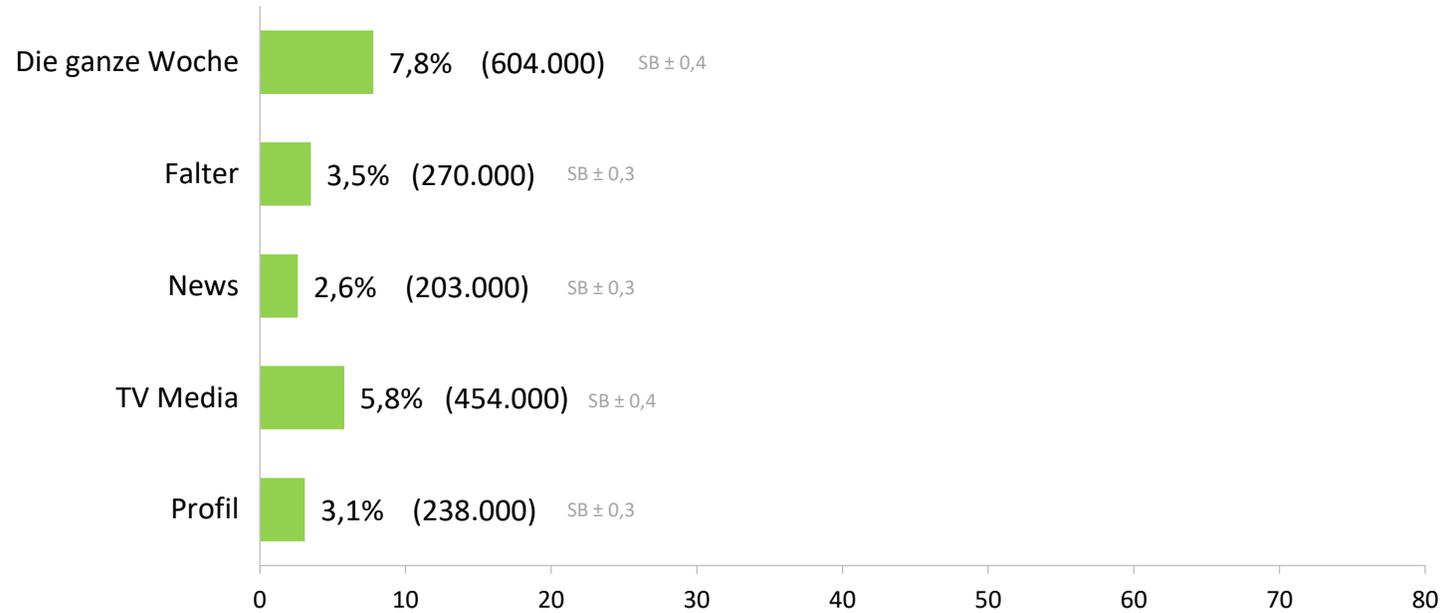


Regionale Medien GRATIS (Vorarlberg)

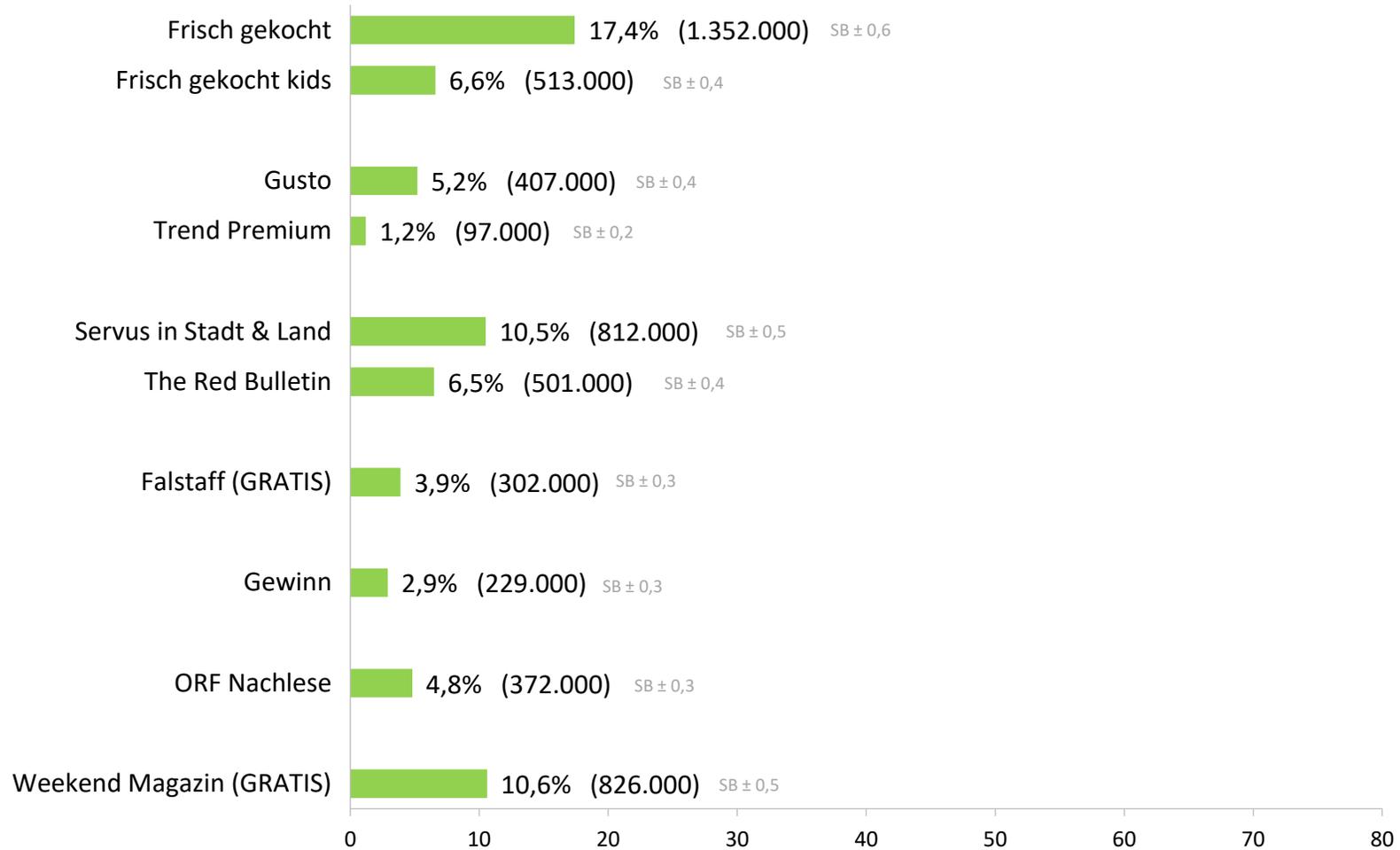
Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich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



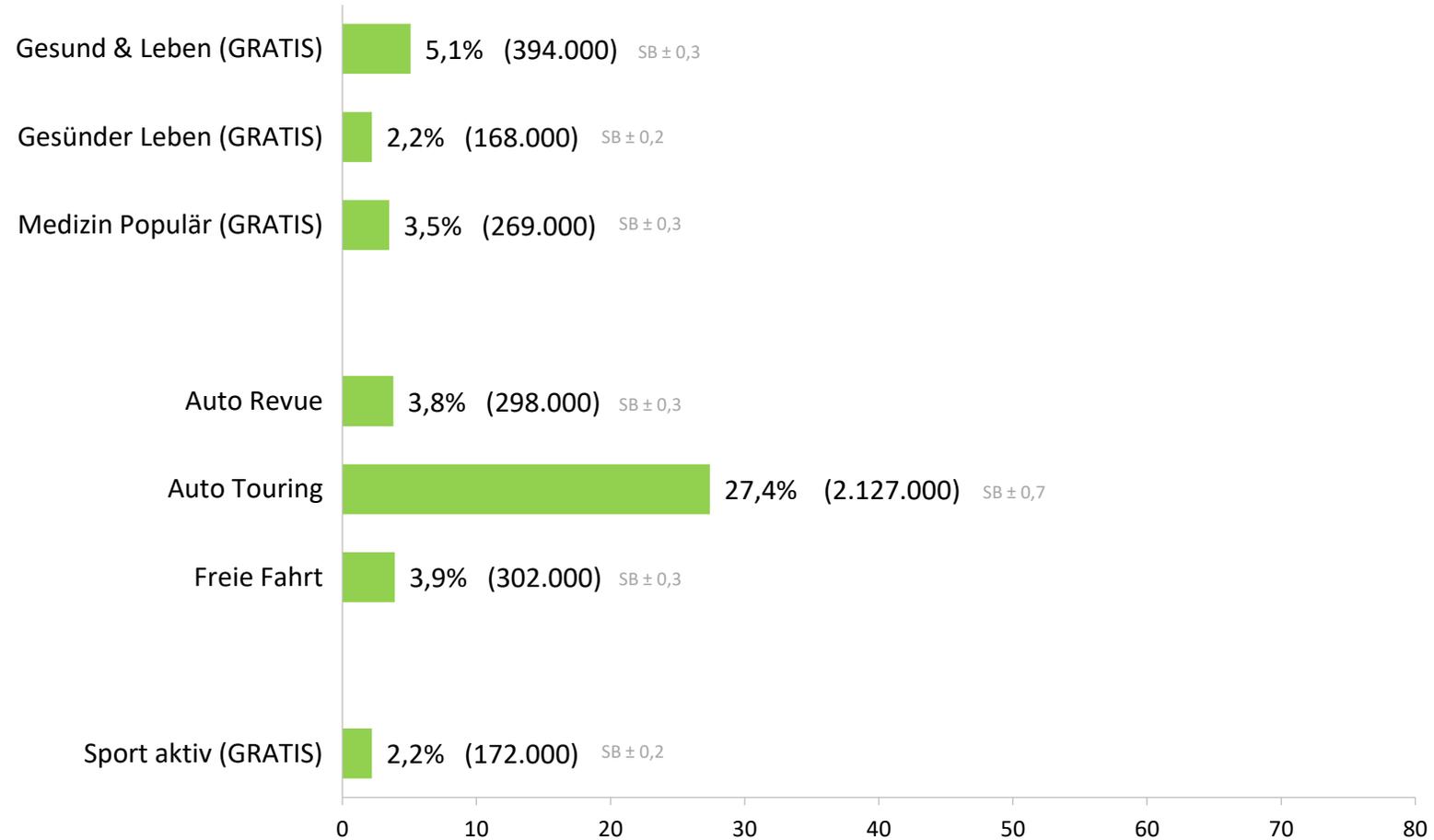
Illustrierte/Magazine wöchentlich



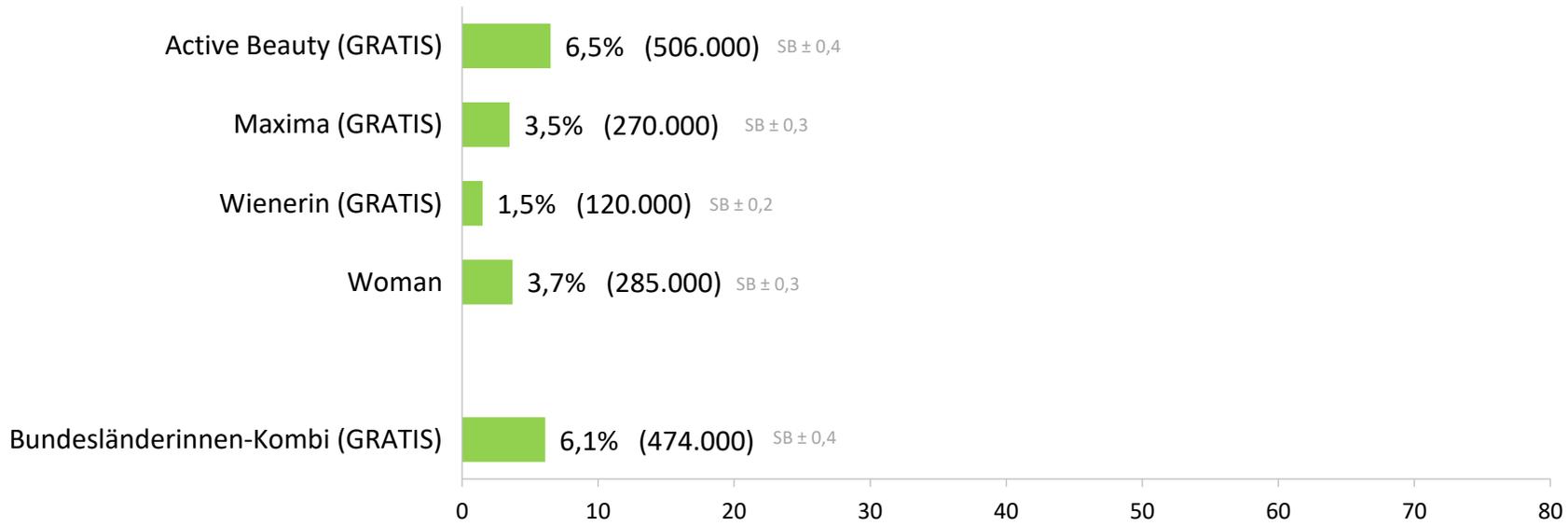
Illustrierte/Magazine monatlich



Special Interest Magazine monatlich

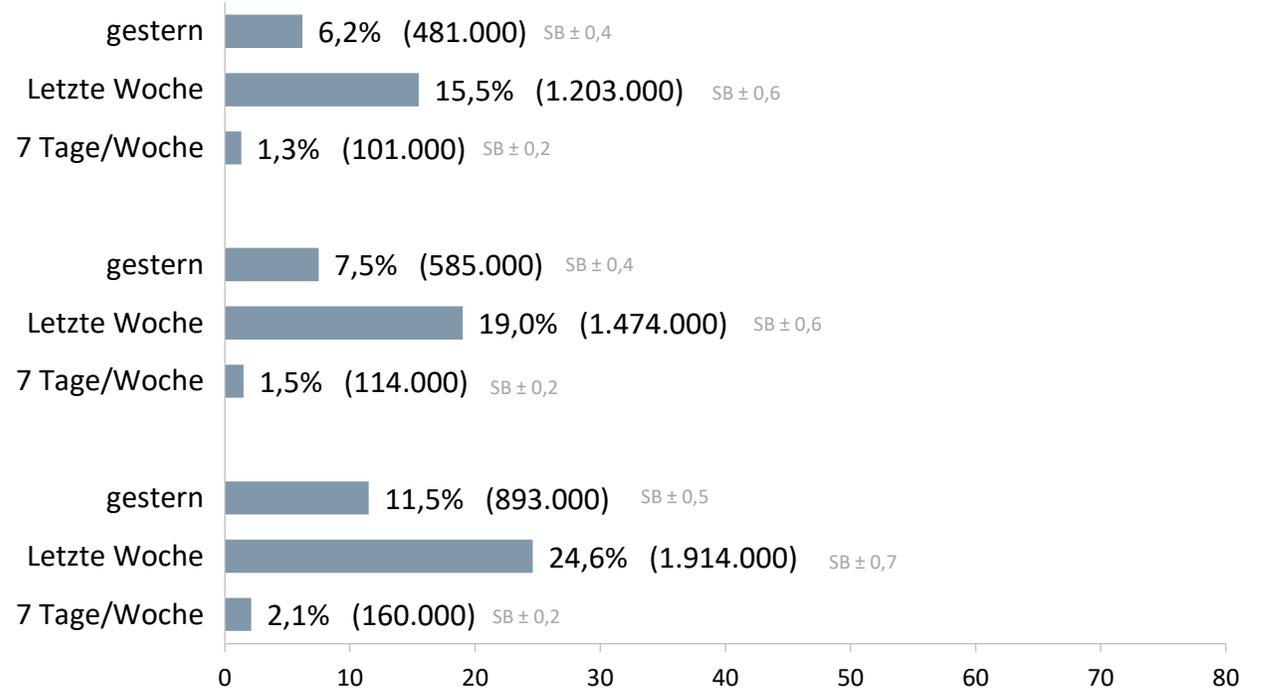


Frauenmagazine monatlich

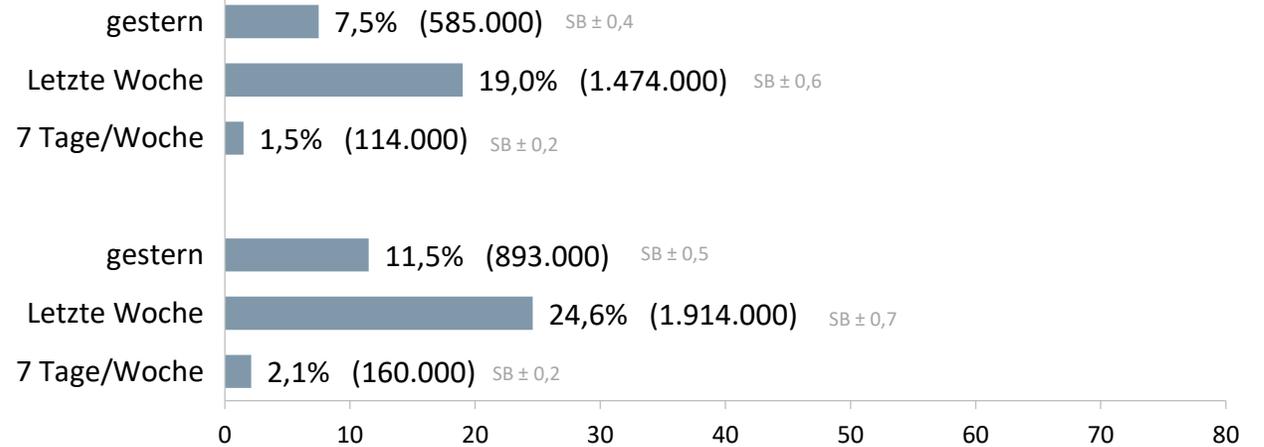


Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS): Wienerin (GRATIS), Niederösterreicherin (GRATIS), NÖ, Burgenländerin (GRATIS), BGL, Steirerin (GRATIS), STMK, Kärntner Monat (GRATIS), K, Oberösterreicherin (GRATIS), OÖ, Unser Salzburg (GRATIS), S, Tirolerin (GRATIS), T, Vorarlbergerin (GRATIS), V

Infoscreen U-Bahn/U-Bahnstation



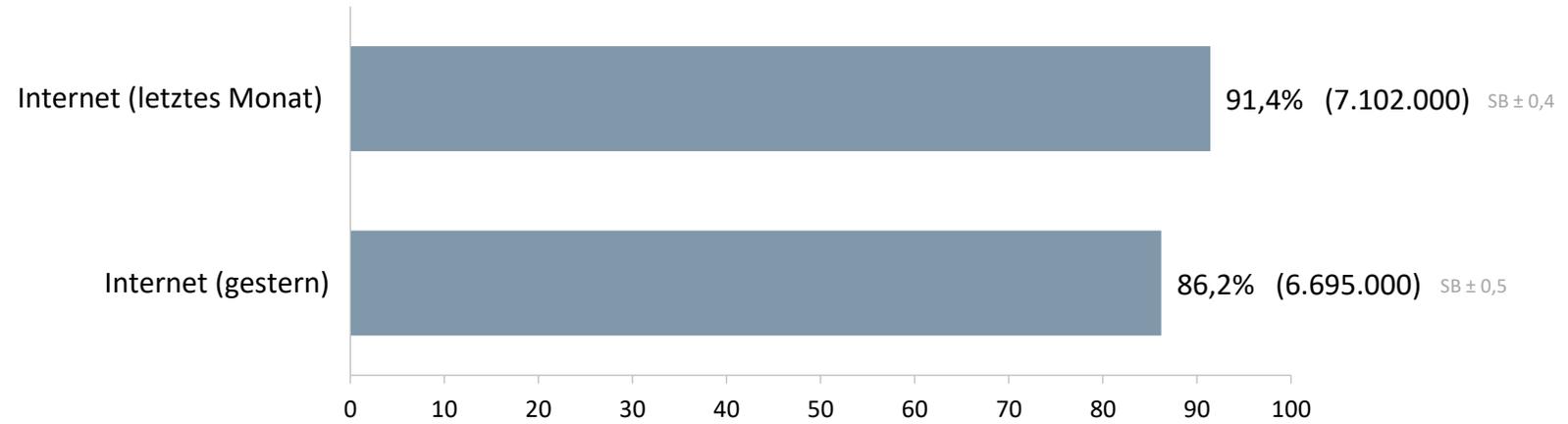
Infoscreen Straßenbahn/Bus



Infoscreen Kombi

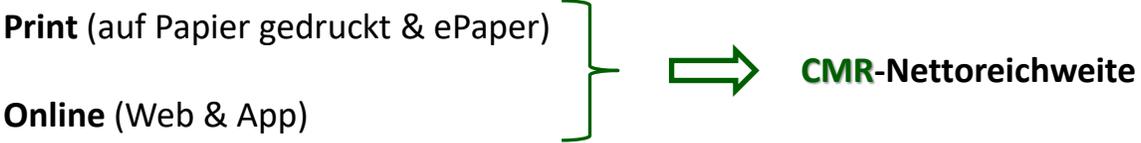


Letzte Nutzung





CMR - CrossMediaReach



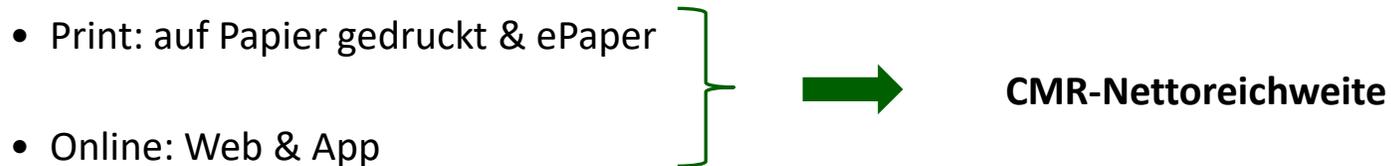
CMR - CrossMediaReach (Print | Online)



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.



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.

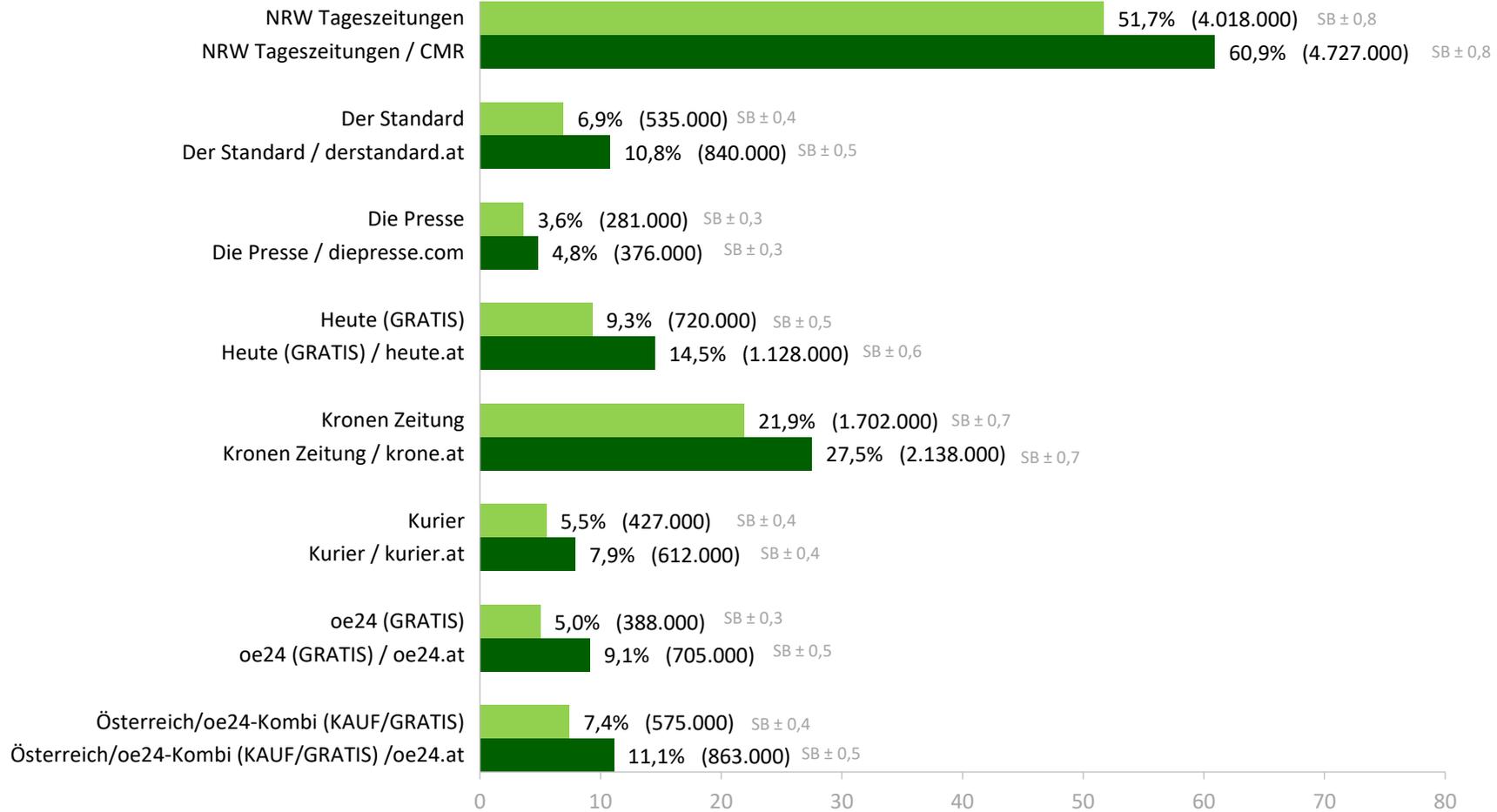
Voraussetzung für die Teilnahme an der CMR ist die Ausweisung der Werte des entsprechenden Einzelangebots in den vier ÖWA-Beständen des Jahres 2024. Die Justierung des erhobenen Online-Reichweitenwerts eines Mediums in der MA erfolgt grundsätzlich anhand der von der ÖWA ausgewiesenen Reichweite (Unique 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.

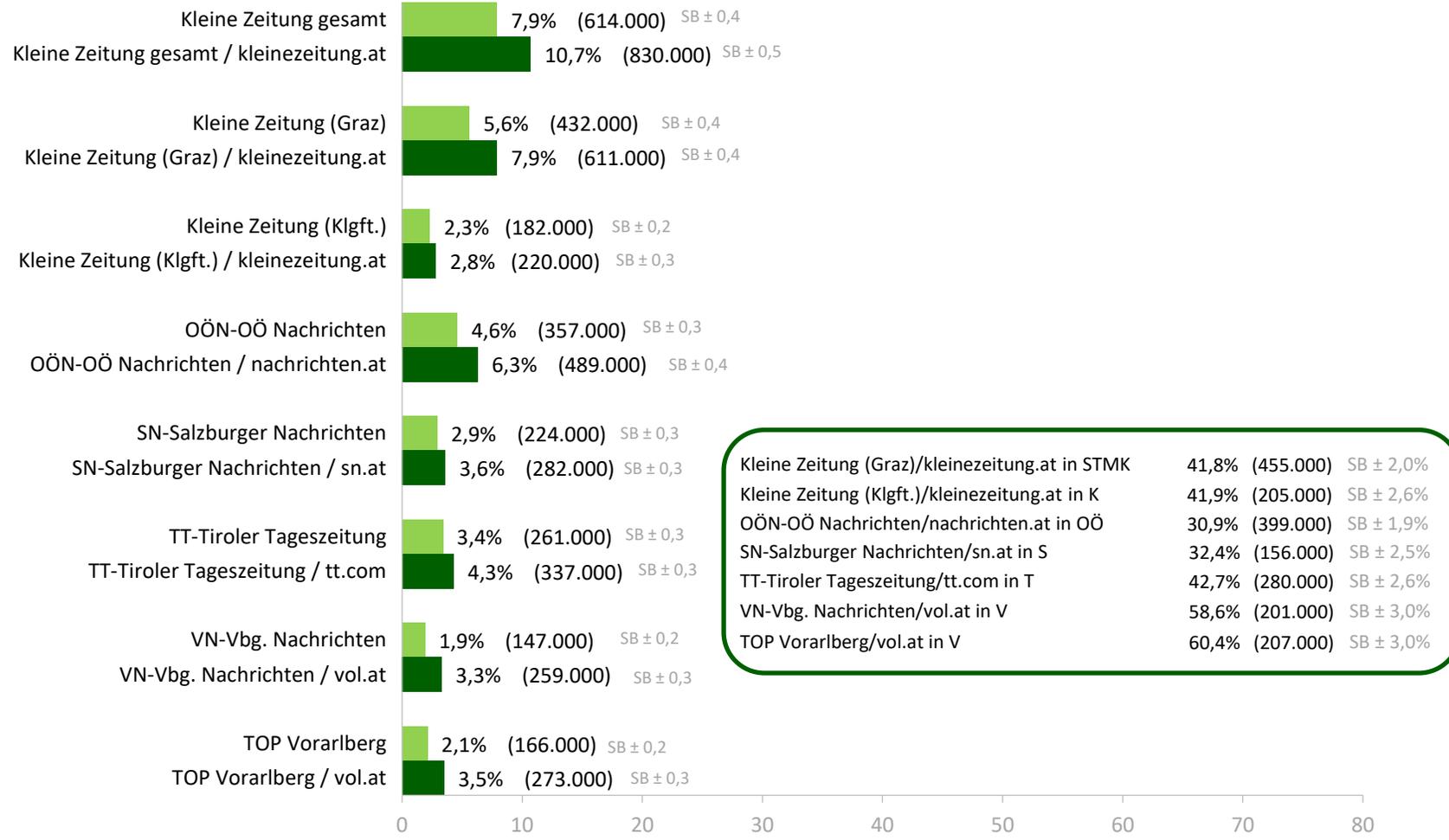
Bei Berichten über die CMR (CrossMediaReach) sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR-Werten muss die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend angegeben werden.

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

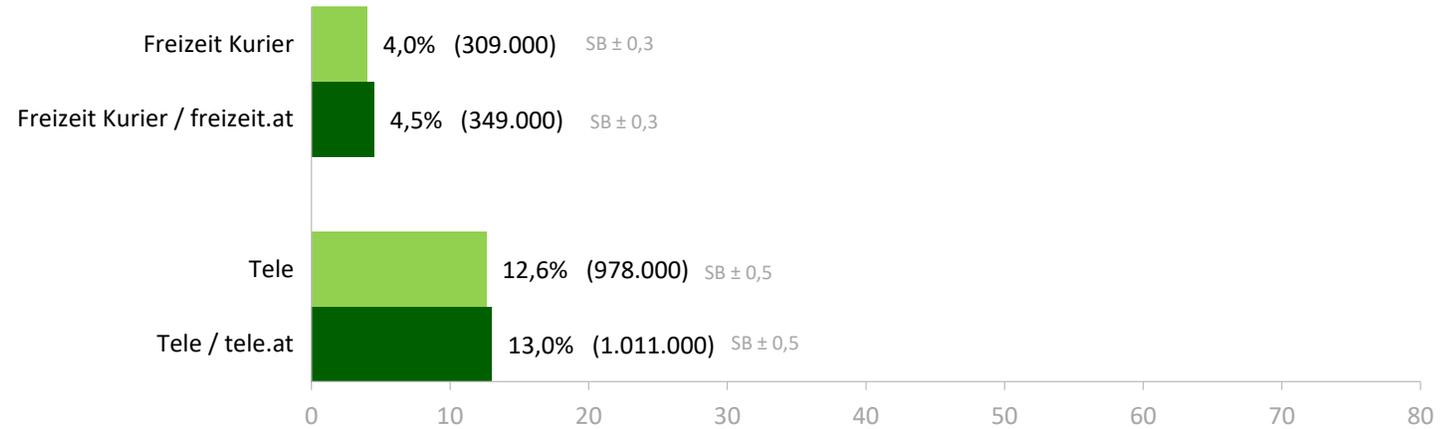
Print/CMR 2024 – Tageszeitungen I



Print/CMR 2024 – Tageszeitungen II

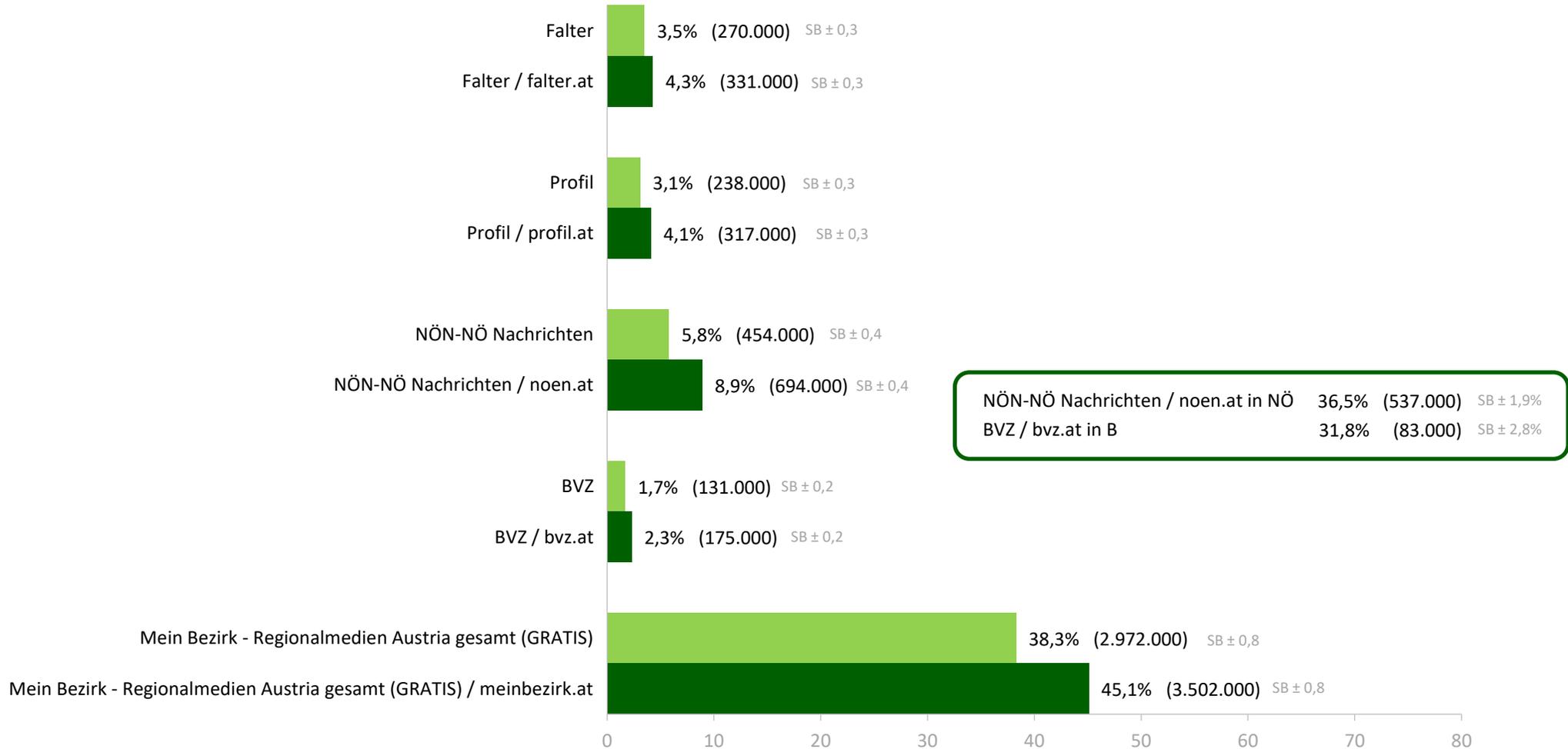


Print/CMR 2024 – Supplements

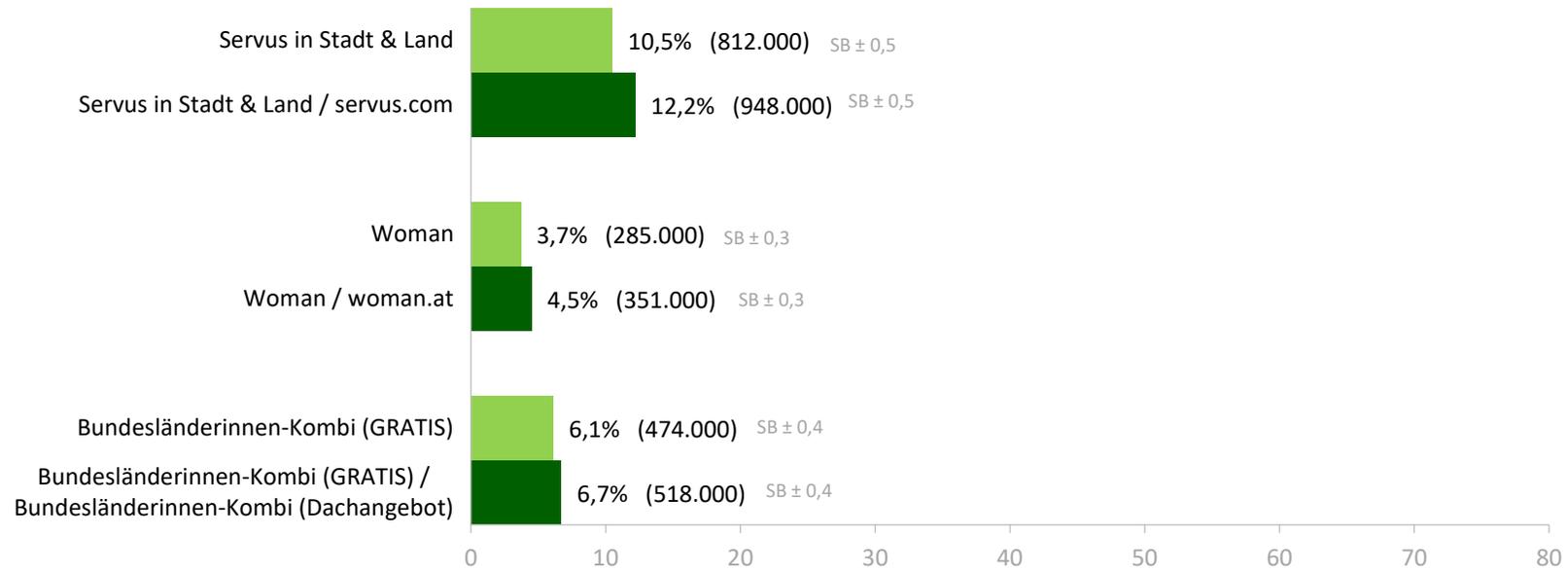


Print/CMR 2024

nationale/regionale Wochenmedien



Print/CMR 2024 nationale/regionale Wochenmedien



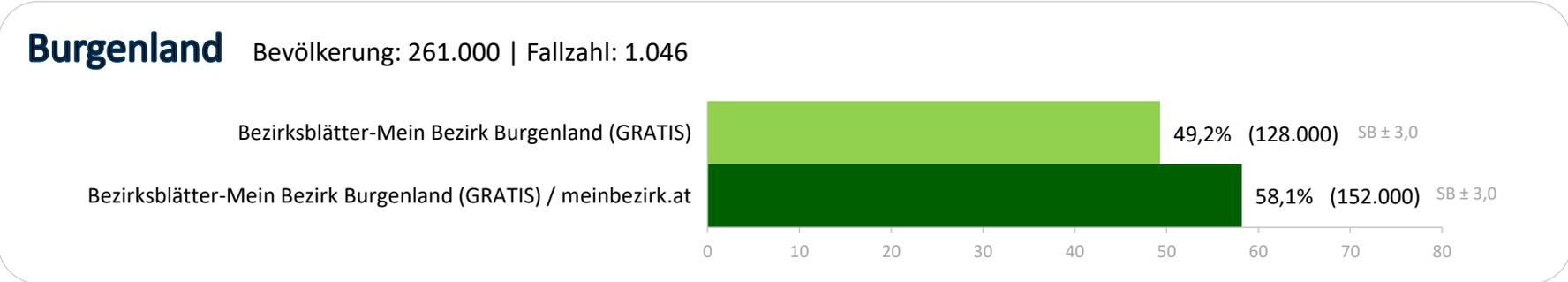
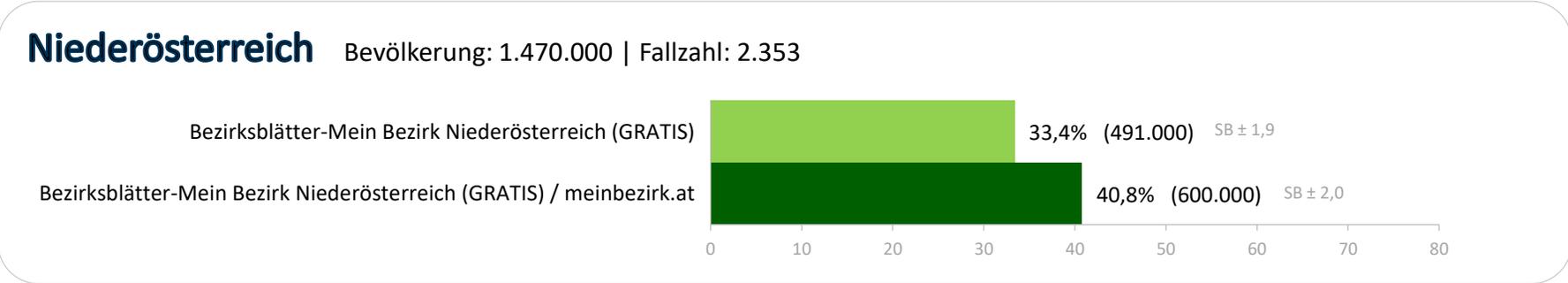
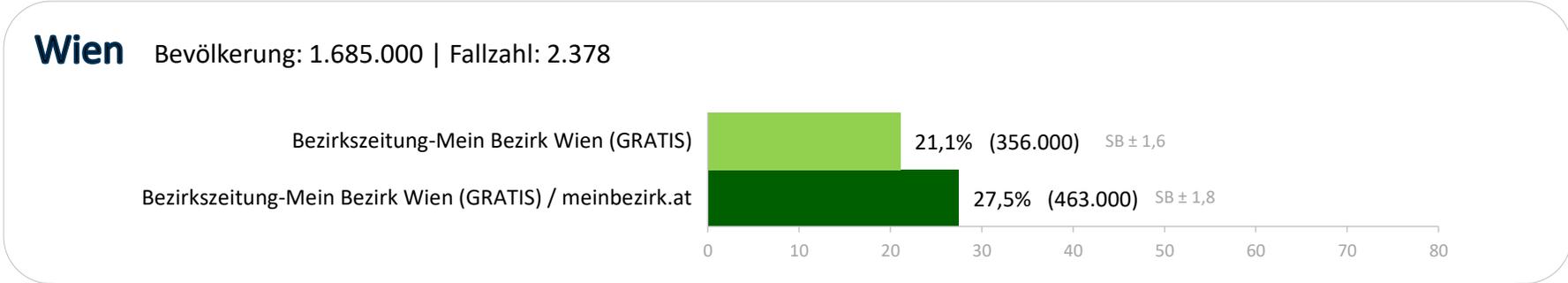
Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS) / Bundesländerinnen-Kombi (Dachangebot):

diesteirerin.at | dieoberoesterreicherin.at | dieniederoesterreicherin.at | tirolerin.at | wienerin.at | monat.at | dieburgenlaenderin.at | unersalzburg.at

Nicht Teil des Dachangebots: dievorarlbergerin.at

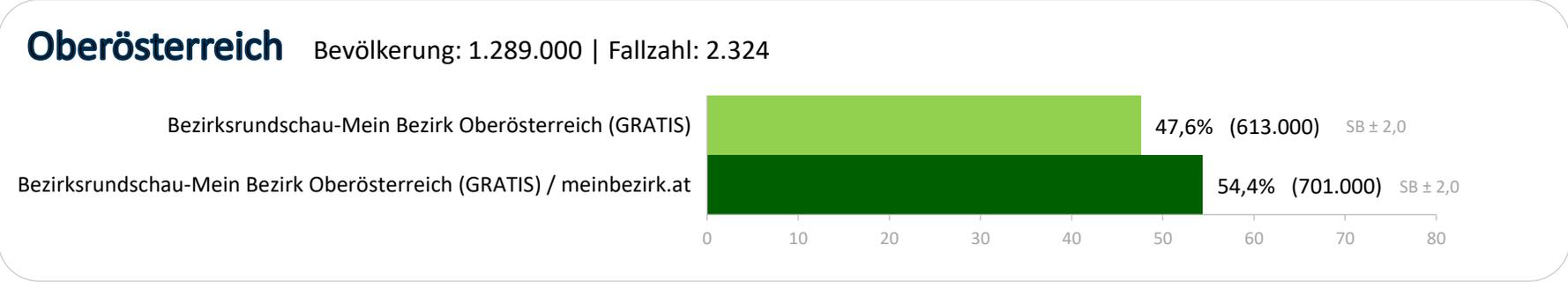
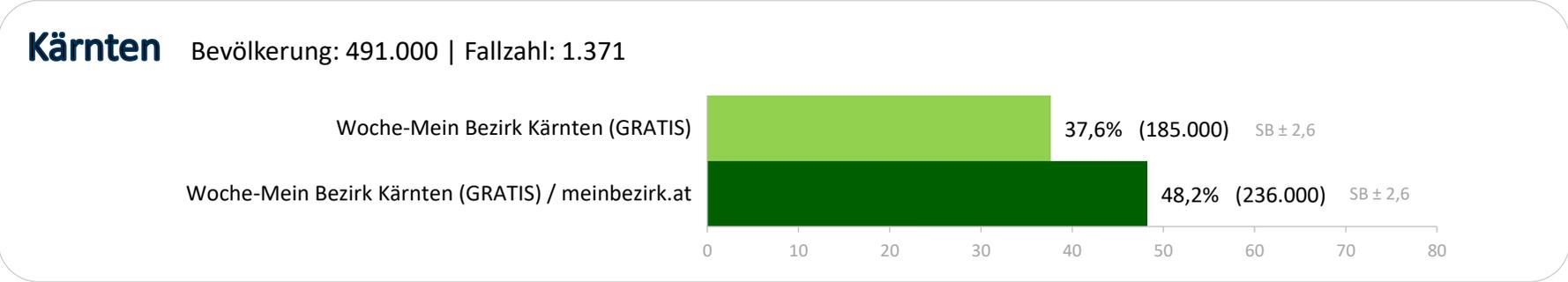
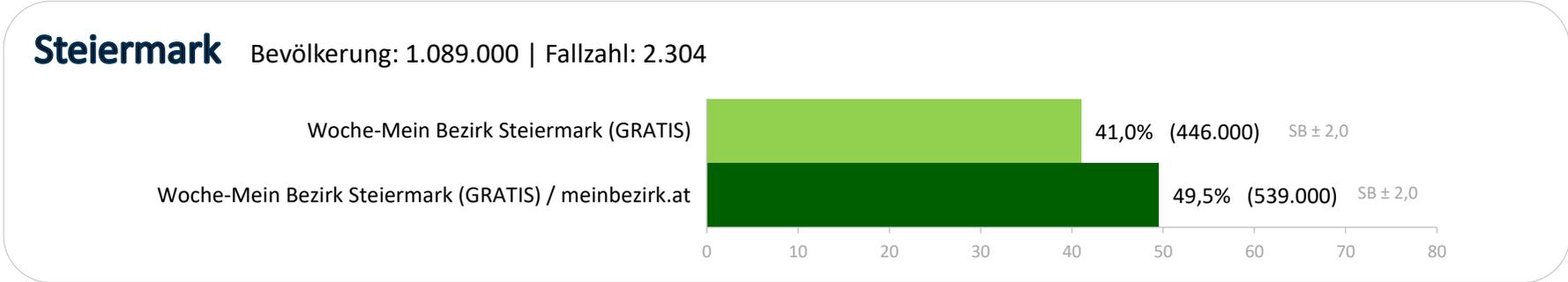
Print/CMR 2024 – RMA: Bundesländer

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



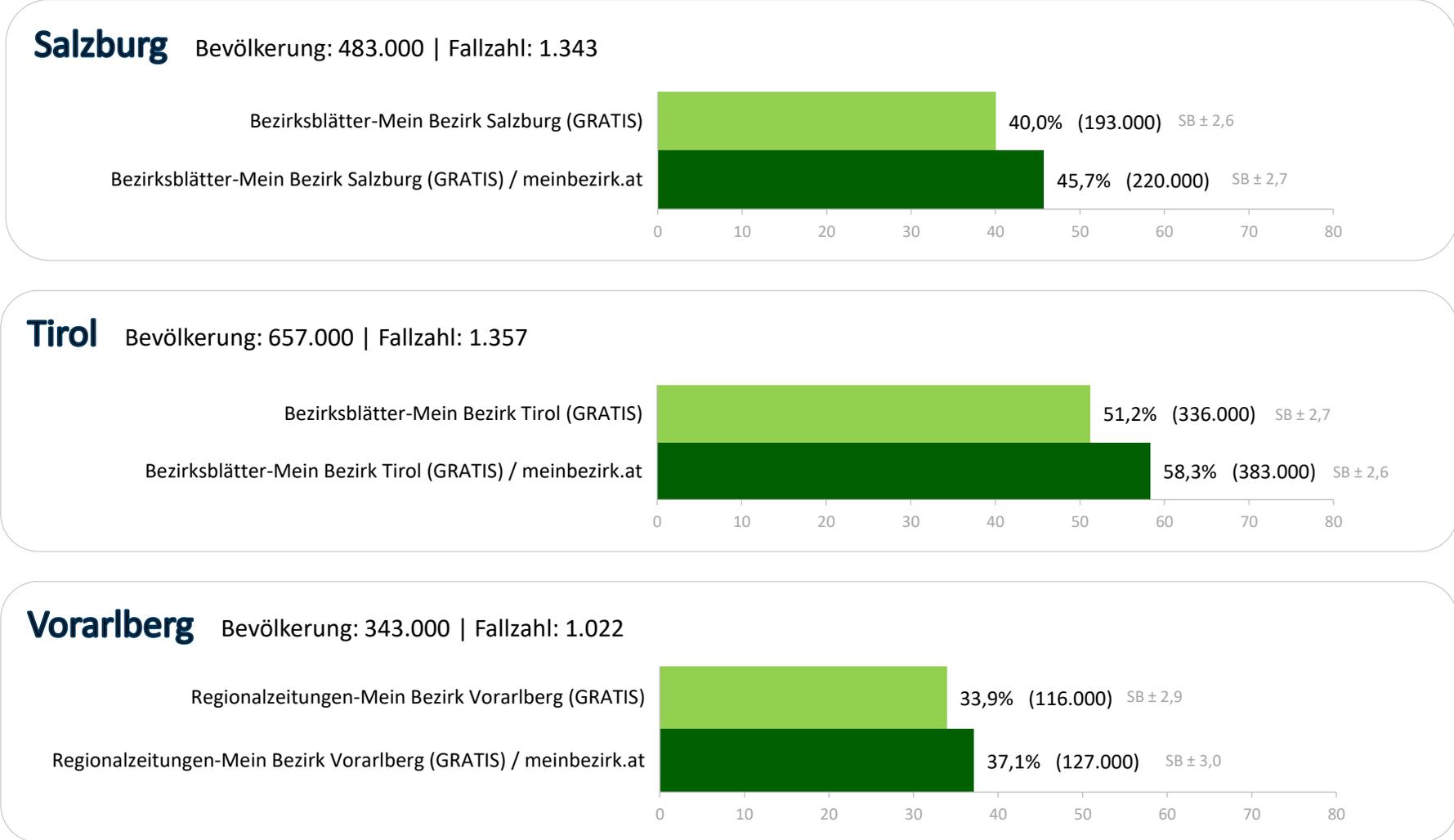
Print/CMR 2024 – RMA: Bundesländer

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



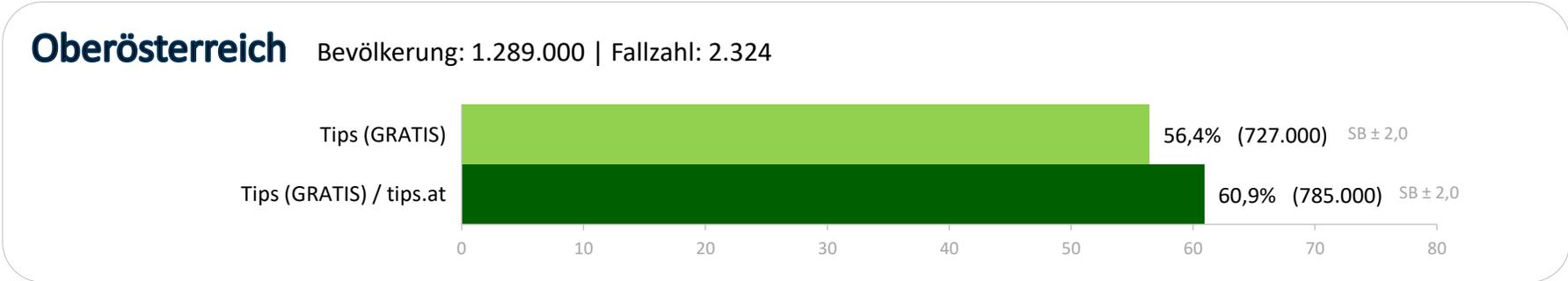
Print/CMR 2024 – RMA: Bundesländer

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



Print/CMR 2024 – Bundesländer

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

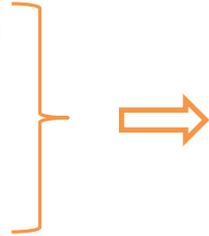


CMR+ - CrossMediaReach+

Print (auf Papier gedruckt & ePaper)

Online (Web & App)

Newsletter



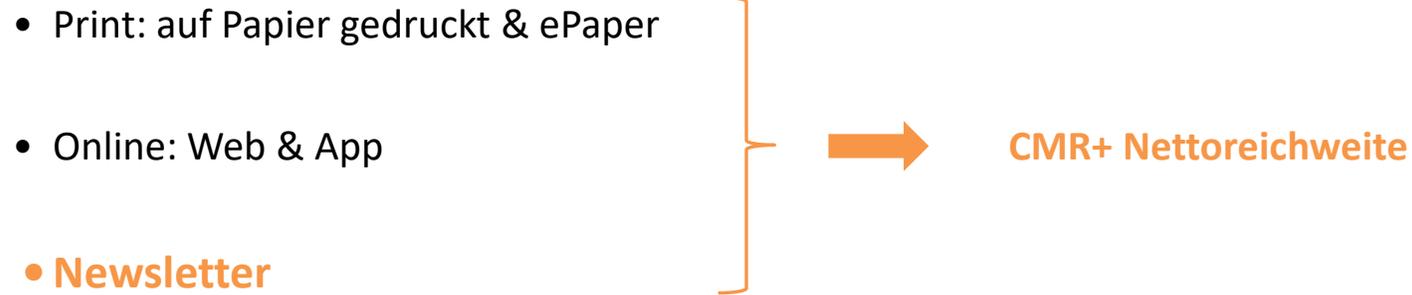
CMR+ Nettoreichweite

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



CMR+ - CrossMediaReach+

In Erweiterung der CMR um **Newsletter** gibt es ab der MA 2024 die Möglichkeit, eine CMR+ zu bilden, in die Print, Online und (**neu**) **Newsletter** einfließen.

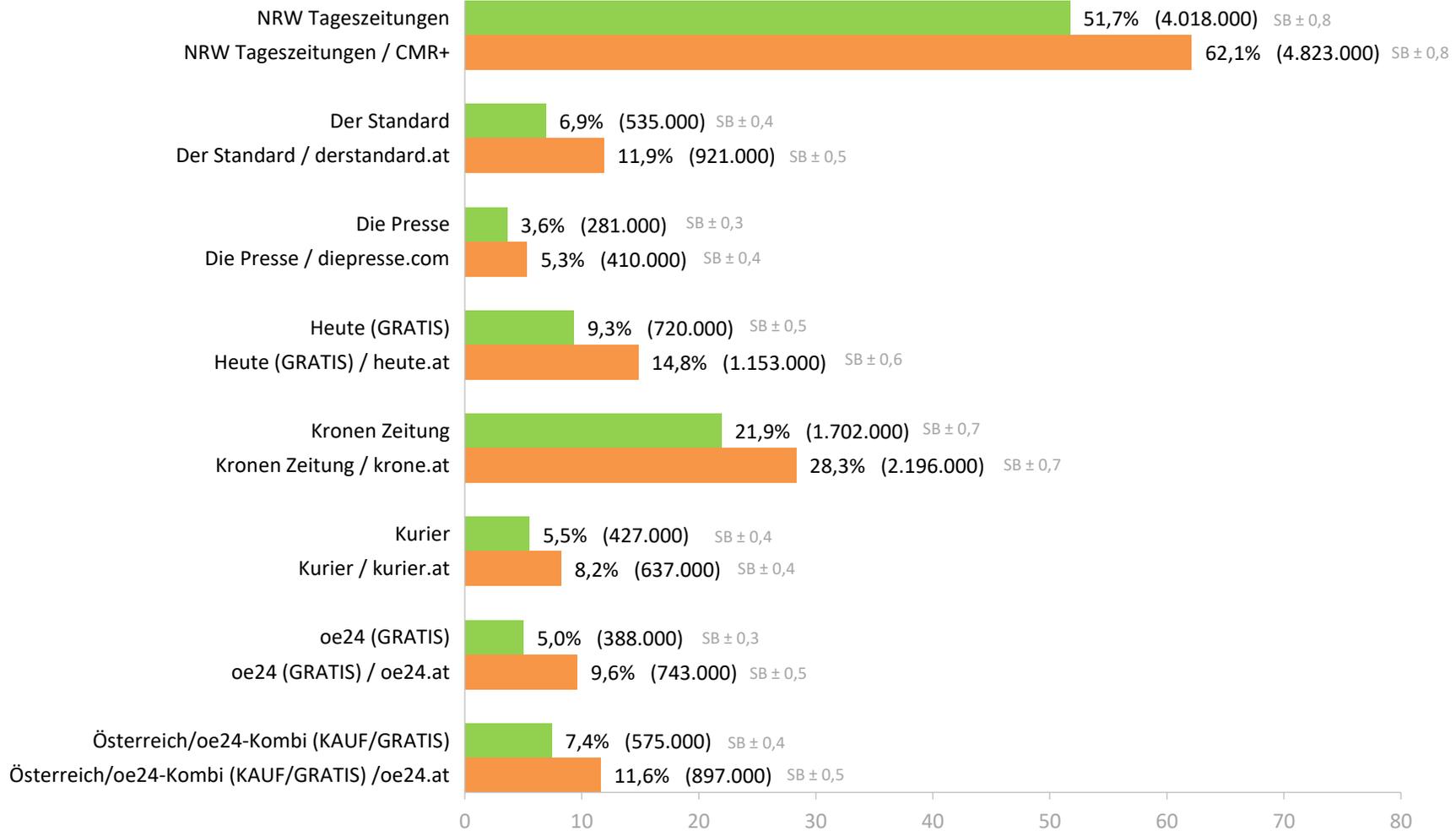


Bei Berichten über die CMR+ (CrossMediaReach+) sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR+ Werten muss die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend angegeben werden.

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

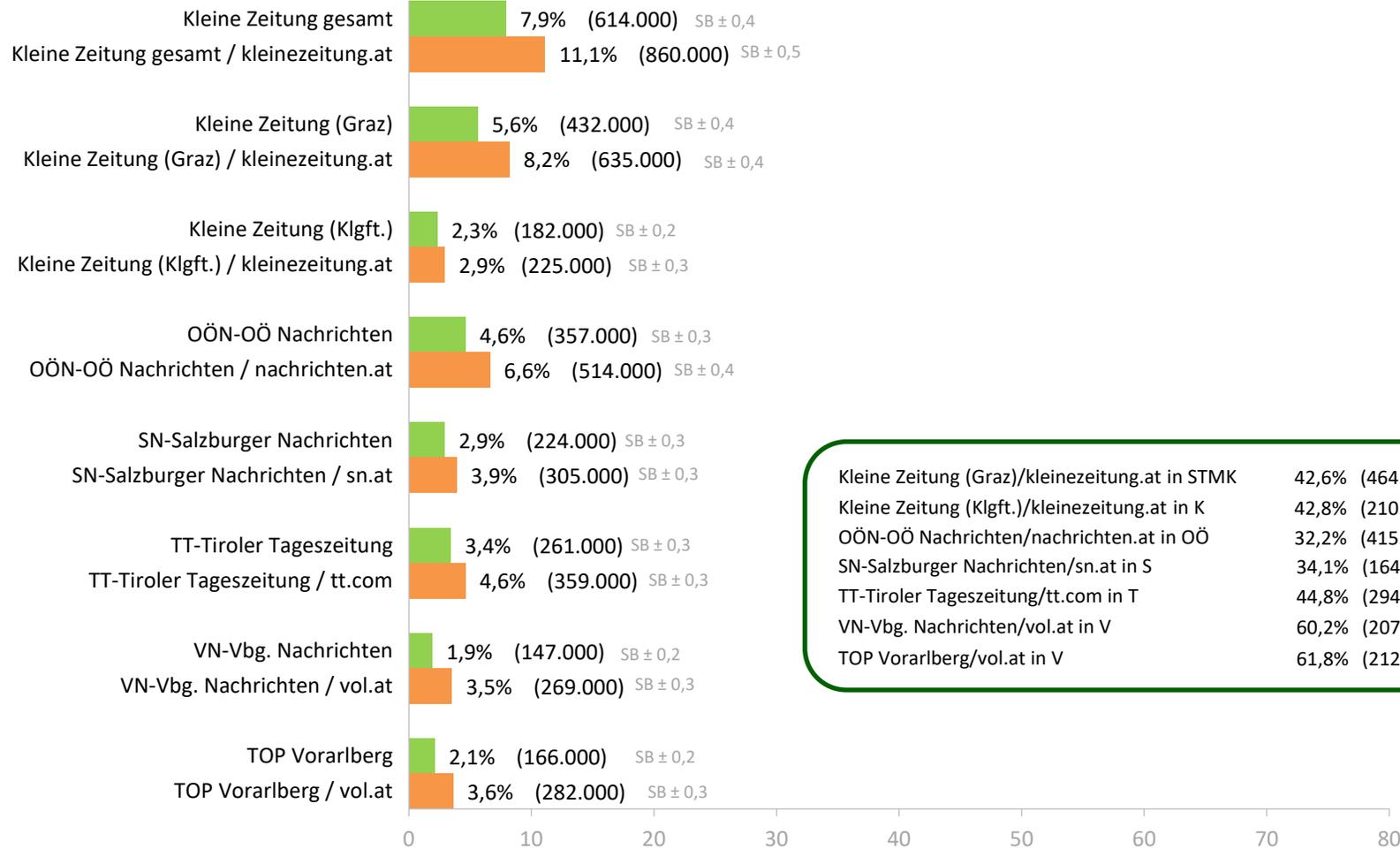
Print/CMR+ 2024 – Tageszeitungen I

CMR+  Print | Online | Newsletter



Print/CMR+ 2024 – Tageszeitungen II

CMR+  Print | Online | **Newsletter**



| | | | |
|--|-------|-----------|-----------|
| Kleine Zeitung (Graz)/kleinezeitung.at in STMK | 42,6% | (464.000) | SB ± 2,0% |
| Kleine Zeitung (Klgft.)/kleinezeitung.at in K | 42,8% | (210.000) | SB ± 2,6% |
| OÖN-OÖ Nachrichten/nachrichten.at in OÖ | 32,2% | (415.000) | SB ± 1,9% |
| SN-Salzbürger Nachrichten/sn.at in S | 34,1% | (164.000) | SB ± 2,5% |
| TT-Tiroler Tageszeitung/tt.com in T | 44,8% | (294.000) | SB ± 2,6% |
| VN-Vbg. Nachrichten/vol.at in V | 60,2% | (207.000) | SB ± 3,0% |
| TOP Vorarlberg/vol.at in V | 61,8% | (212.000) | SB ± 3,0% |

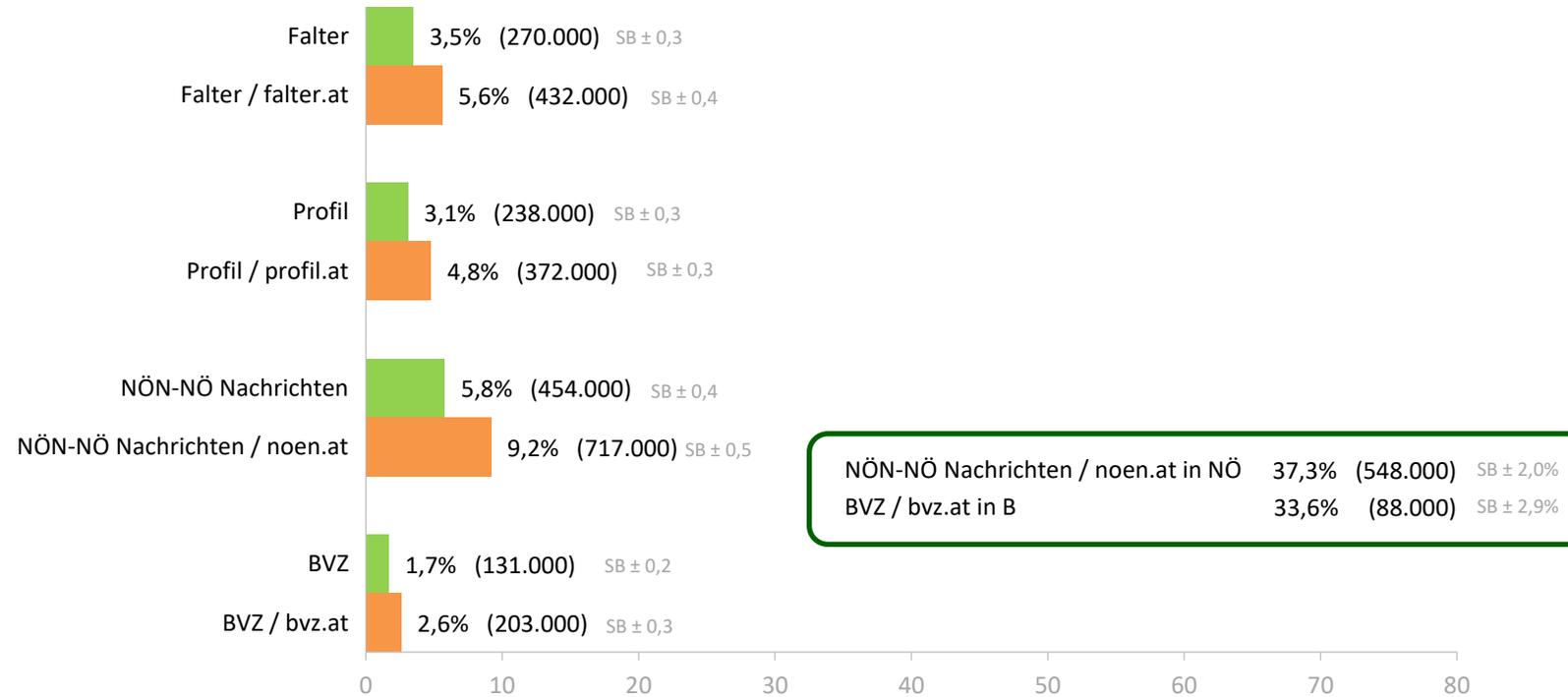
Print/CMR+ 2024 – Supplements

CMR+  Print | Online | **Newsletter**



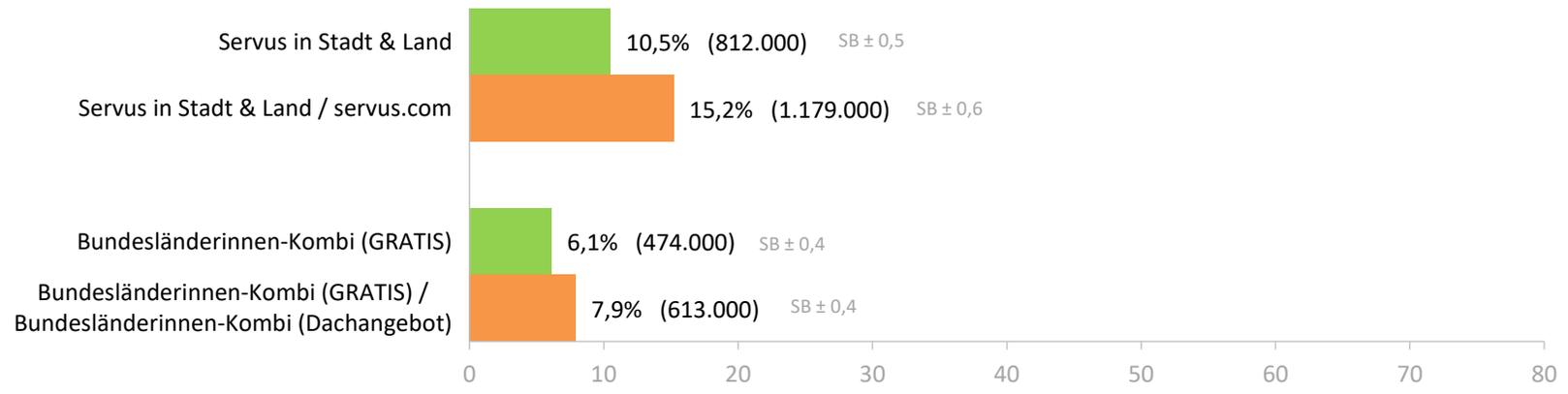
Print/CMR+ 2024 nationale/regionale Wochenmedien

CMR+  Print | Online | Newsletter



Print/CMR+ 2024 nationale/regionale Monatsmedien

CMR+  Print | Online | **Newsletter**

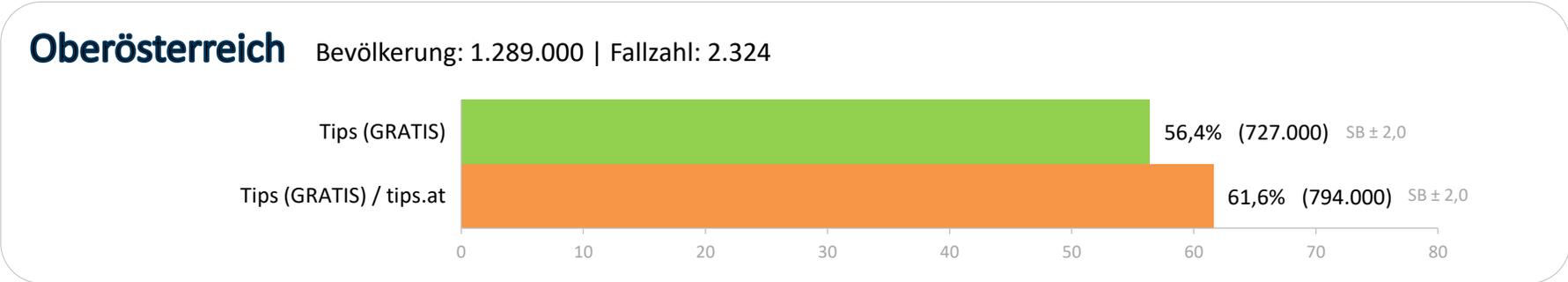


Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS) / Bundesländerinnen-Kombi (Dachangebot):
 diesteirerin.at | dieoberoesterreicherin.at | dieniederoesterreicherin.at | tirolerin.at | wienerin.at | monat.at | dieburgenlaenderin.at | unersalzburg.at
 Nicht Teil des Dachangebots: dievorarlbergerin.at

Print/CMR+ 2024 – Bundesländer

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

CMR+  Print | Online | **Newsletter**





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

