




# 23/24

## Ergebnisse

17. Oktober 2024



© **Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen**  
Riemergasse 11/3/11 | 1010 Wien  
[ma@media-analyse.at](mailto:ma@media-analyse.at)

Am **17. Oktober 2024** stellt die Media-Analyse wie gewohnt mit diesem Jahres-Bericht 23/24 - insbesondere der Werbewirtschaft, aber natürlich auch den Medienunternehmen und der interessierten Öffentlichkeit - aktuelle Daten zur Verfügung.

Basierend auf **15.465 Interviews**, die im Erhebungszeitraum Juli 2023 bis Juni 2024 durchgeführt wurden, umfasst dieser Bericht die Daten des 2. Halbjahres 2023 und des 1. Halbjahres 2024 als Gesamtdatenbestand.

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 und Gewichtung wurde von H.T.S. übernommen.

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen nutzte das Jahr 2022 intensiv für eine grundlegende, den Anforderungen der Zeit geschuldete **Reform** und führte diesen Prozess erfreulicherweise wie gewohnt sehr systematisch, in pragmatischer, zielorientierter Weise und mit unaufgeregter Professionalität durch. Die Reformgruppe konnte Ende 2022 umsetzungsreife Vorschläge unterbreiten - die entsprechenden gemeinsamen Vorstands- und Generalversammlungsbeschlüsse ermöglichten es, im Jahr 2023 diese **Reform** umzusetzen.

Mit einer Veränderung des Samples (unter anderem durch den Einsatz von Online-Access-Pools) konnte eine Steigerung der Repräsentativität erzielt werden. Die angestrebte Verkürzung der Interviewdauer wurde sowohl durch die Bereinigung des MA-Fragebogens wie auch durch die Auslagerung wesentlicher Zielgruppenfragen in die Konsum-Analyse erreicht. Imputationsverfahren ermöglichen es, ehemals lange Itembatterien für die RespondentInnen kürzer und somit den Fragebogen insgesamt auch kurzweiliger zu gestalten. Die Bereitschaft, an Interviews teilzunehmen, hat sich durch diese Maßnahmen und nicht zuletzt durch die Möglichkeit, das Interview nun auch auf dem Smartphone durchführen zu können, deutlich erhöht.

Neben all diesen Weiterentwicklungen ist es vor allem die **Markenreichweite (CMR: CrossMediaReach)**, die als große, zukunftsreiche Neuerung erstmals im Jahresbericht 2023 Eingang in die MA fand und die nun, aktualisiert für den Bericht der MA 23/24, erneut ausgewiesen wird.

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen bietet ihren Printmitgliedern gemeinsam mit der Österreichischen Webanalyse (ÖWA) die Möglichkeit, im Rahmen einer **Markenreichweite (CMR: CrossMediaReach)** die Nutzung von Print-Content, der kanalübergreifend ausgespielt wird, darzustellen.

Neben dem Lesen von gedruckten Ausgaben & ePaper wird auch die Nutzung des entsprechenden Online-Angebots (Web/App) in der MA erhoben. Die so erhobenen Werte für Web/App werden an die veröffentlichten Daten der ÖWA - entsprechend dem Erscheinungsintervall des Printmediums - angepasst, wodurch man eine **Nettoreichweite für Print (gedruckte Ausgabe/ePaper) und Online** (justiert an ÖWA) erhält.

**Aufgrund der Vielzahl an methodischen und inhaltlichen Änderungen sind die aktuell vorliegenden Daten nicht mit jenen aus Vorjahren zu vergleichen!**

Umso wichtiger ist es - im Sinne eines verantwortungsbewussten und fairen Umgangs mit den ausgewiesenen Werten der Media-Analyse -, bei der Interpretation der Daten alle in der Einleitung gegebenen Informationen, Hinweise und Erklärungen zu beachten und natürlich die statistischen Schwankungsbreiten zu berücksichtigen.

Die MA hat sich seit vielen Jahren als die beste und „härteste“ Währung am Markt der werbetreibenden Wirtschaft und als das valide Spitzeninstrument der Medienmessung für Medien verlegerischer Herkunft bewiesen und wird dies auch in Zukunft tun, gerade weil sie auf Veränderungen im Markt und auch im RespondentInnenverhalten reagiert und kontinuierlich an Lösungen und Verbesserungen arbeitet - und dies immer gemeinsam, unter Einbindung der werbetreibenden Wirtschaft, und unter Rücksichtnahme auf deren Anforderungen.

Mit der Etablierung der **CMR** setzt die MA einen weiteren Schritt, um den Veränderungen in der Mediennutzung gerecht zu werden und diese auch abzubilden.

Hohe Kontinuität trotz nötiger Weiterentwicklung, Stabilität, Validität und Fairplay unter den Medien sind nach wie vor wesentliche Zielsetzungen.



Interessierte können bei der Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen die Ergebnisse der MA 23/24 im Taschenformat - „Mini-MA“ - zum Preis von € 60,- (zzgl. 20% USt.) beziehen. Die wichtigsten Eckdaten der Media-Analyse sind unter [www.media-analyse.at](http://www.media-analyse.at) abrufbar.

**Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen wünscht allen viel Erfolg  
bei der Arbeit mit der MA 23/24!**

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)



## Neu in der MA 2024

2 Neumitglieder im 1. Halbjahr 2024 (monatlich)

- Frisch gekocht
- Frisch gekocht kids

## Keine Ausweisung (nicht mehr an der MA 2024 beteiligt)

- Geo
- Schöner Wohnen
- Wann & Wo (Titeleinstellung Ende März 2024)

## Kombi

- VGN-Kombi (Auto Revue, Gusto, News, Trend Premium, TV-Media, Woman)



## Umbenennungen

Bezirkszeitung Wien	→	Bezirkszeitung-Mein Bezirk Wien
Bezirksblätter Niederösterreich	→	Bezirksblätter-Mein Bezirk Niederösterreich
Bezirksblätter Burgenland	→	Bezirksblätter-Mein Bezirk Burgenland
Bezirksblätter Salzburg	→	Bezirksblätter-Mein Bezirk Salzburg
Bezirksblätter Tirol	→	Bezirksblätter-Mein Bezirk Tirol
Bezirksrundschau (OÖ)	→	Bezirksrundschau-Mein Bezirk Oberösterreich
Woche (ST)	→	Woche-Mein Bezirk Steiermark
Woche (K)	→	Woche-Mein Bezirk Kärnten
Regionalzeitungen Vorarlberg (V)	→	Regionalzeitungen-Mein Bezirk Vorarlberg

# Methodensteckbrief

**Grundgesamtheit**

7.767.389 Personen ab 14 Jahren in 4.119.088 Privathaushalten

**Samplegröße**

15.465 Interviews

**Sampling**

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

**Feldarbeit**

Juli 2023 bis Juni 2024

**Interviews**

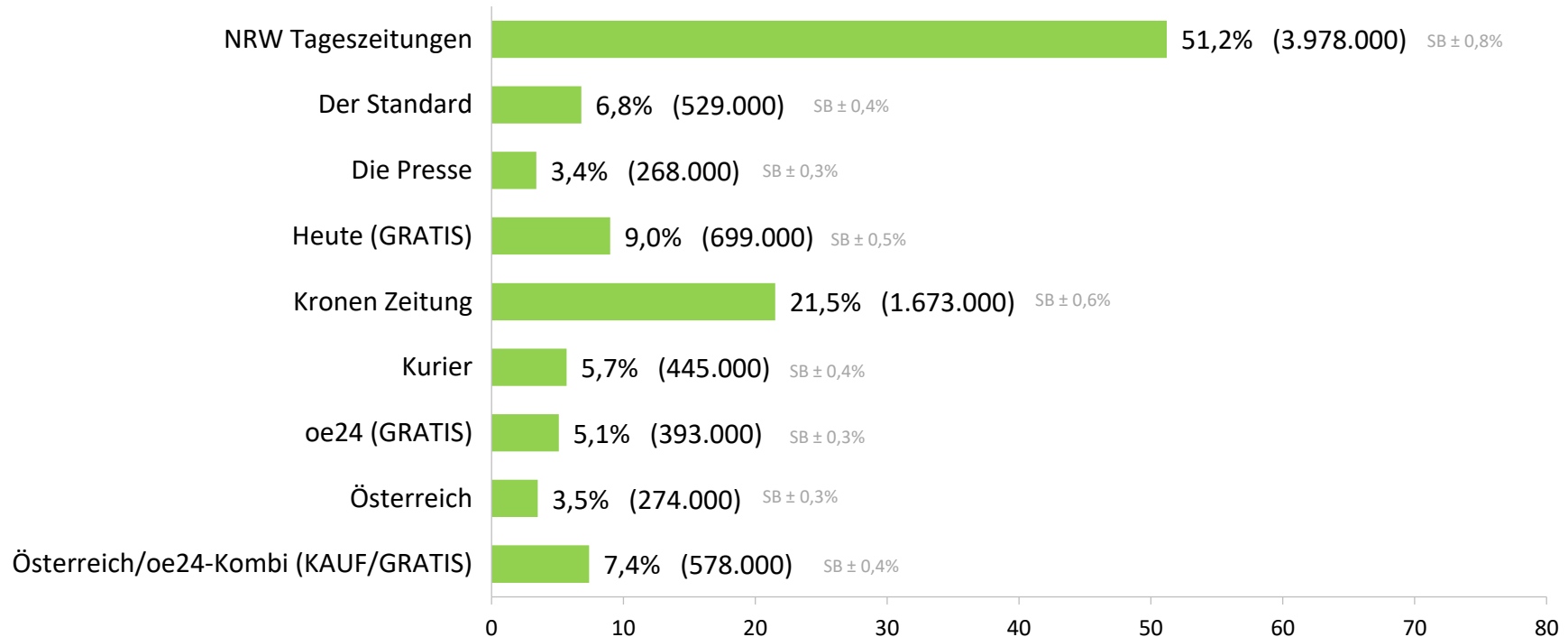
CAWI und Online CAPI/CASI

**Erfasste Medien**

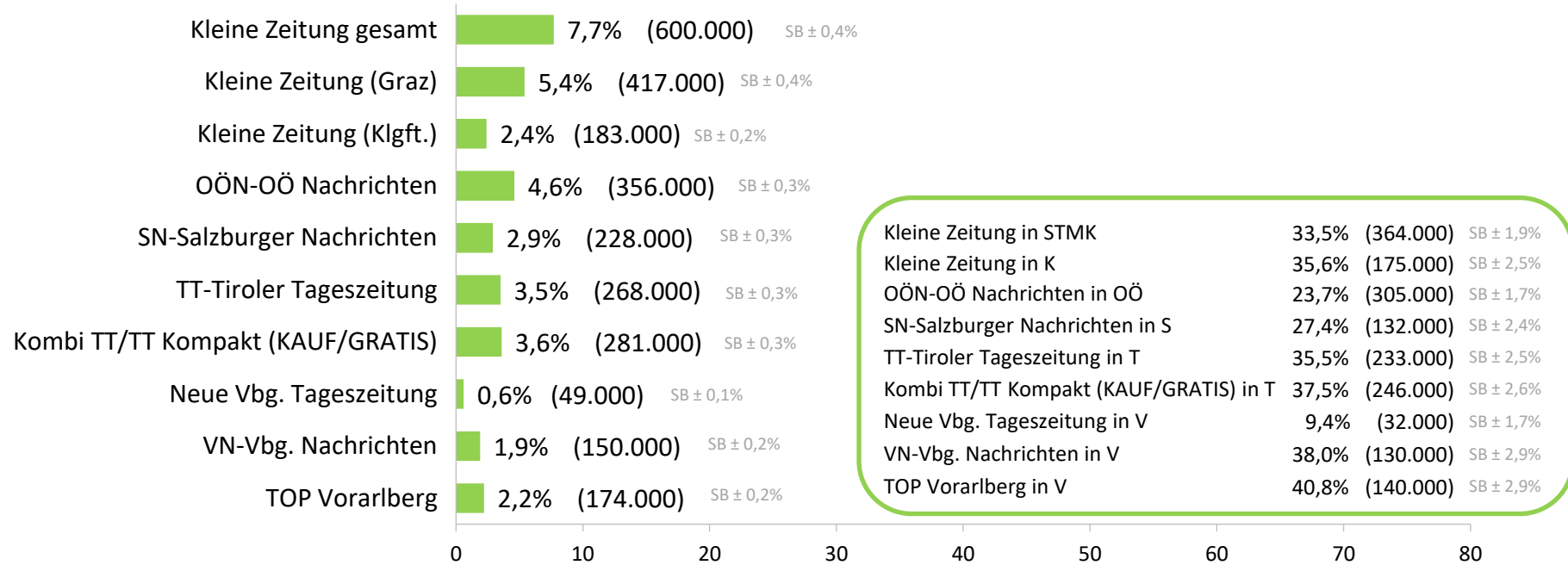
Tageszeitungen (14), nationale Wochenzeitungen (5), regionale  
Wochenzeitungen (10), Monatsmagazine (25), Supplements (3),  
14-tägliche Magazine (1), Infoscreen (2), Internet

# Tageszeitungen I

Die für die einzelnen Mediengruppen im Zeitraum Juli 2023 bis Juni 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.

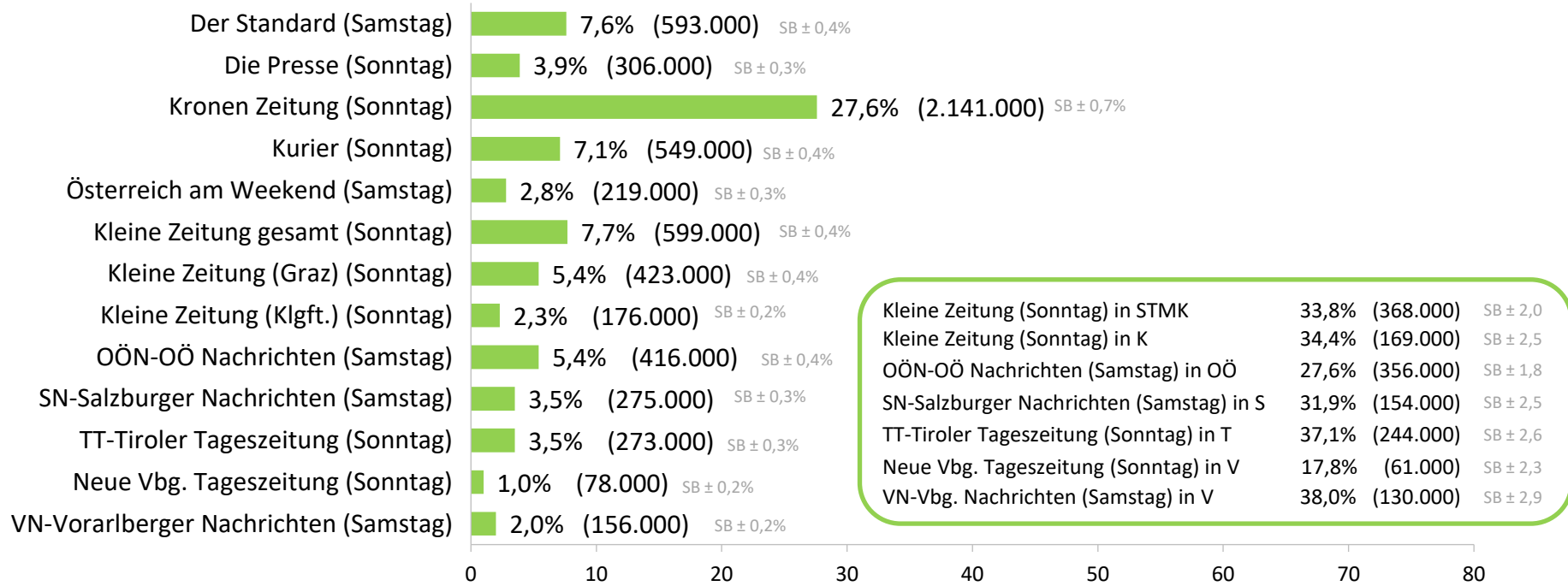


# Tageszeitungen II



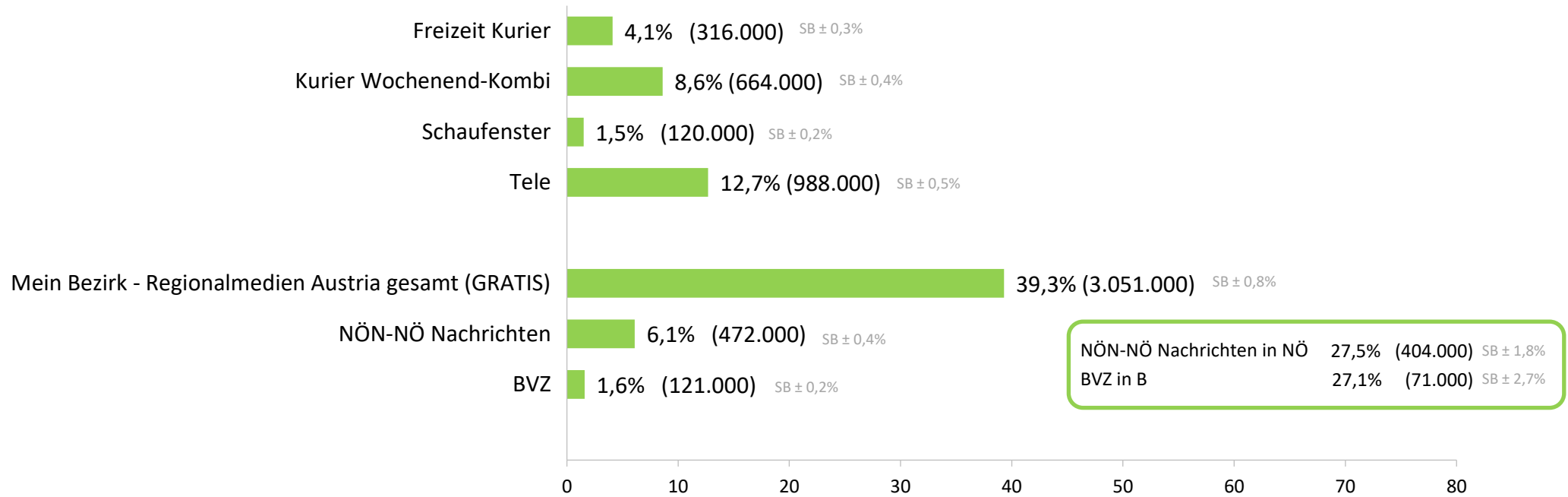
**Kombi TT/TT Kompakt (KAUF/GRATIS):** Tiroler Tageszeitung, TT Kompakt (GRATIS), T  
**TOP Vorarlberg:** Vorarlberger Nachrichten, Neue Vorarlberger Tageszeitung

# 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.

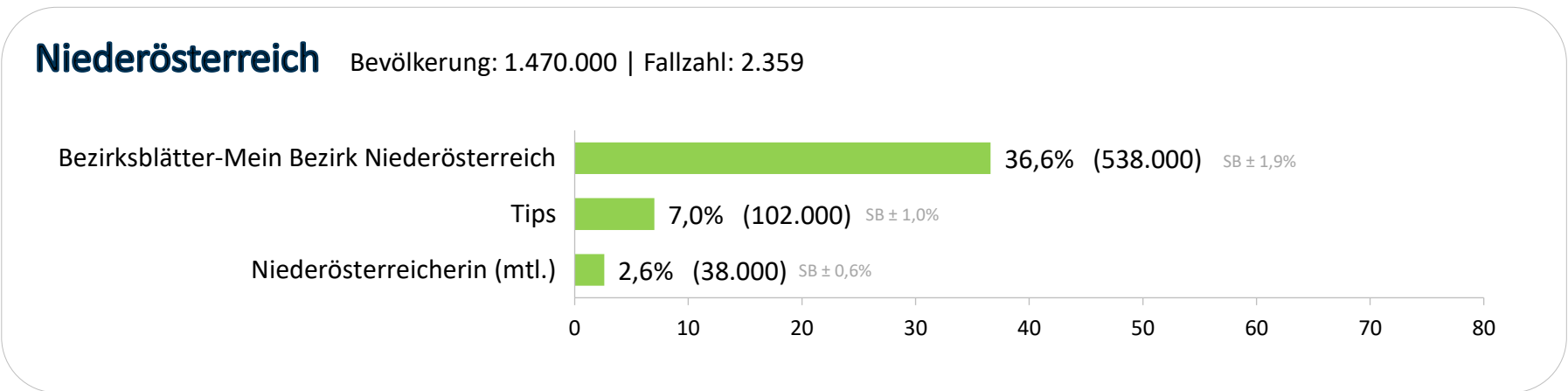
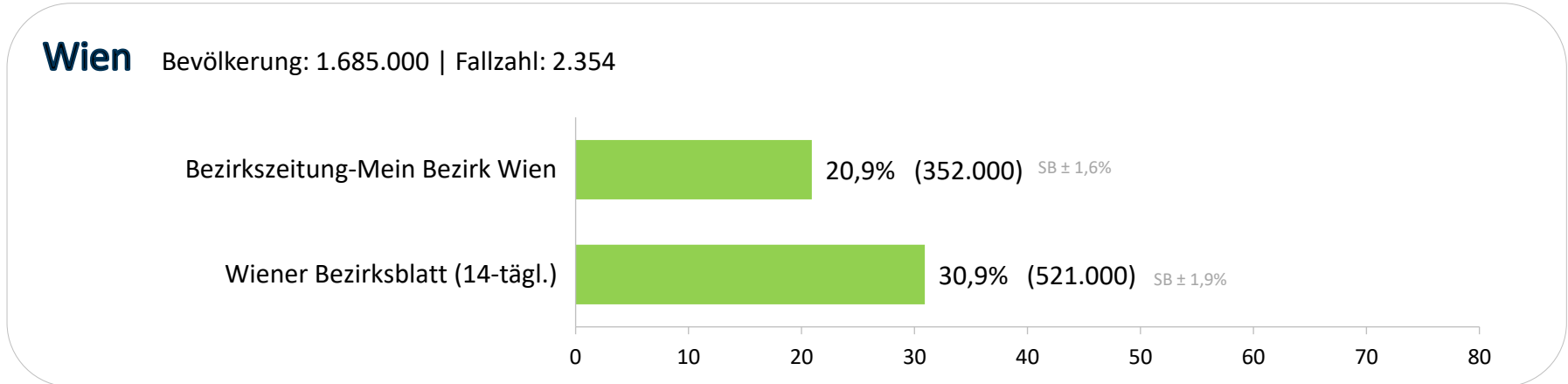


**Kurier Wochenend-Kombi:** Kurier Sonntag, Freizeit Kurier

**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

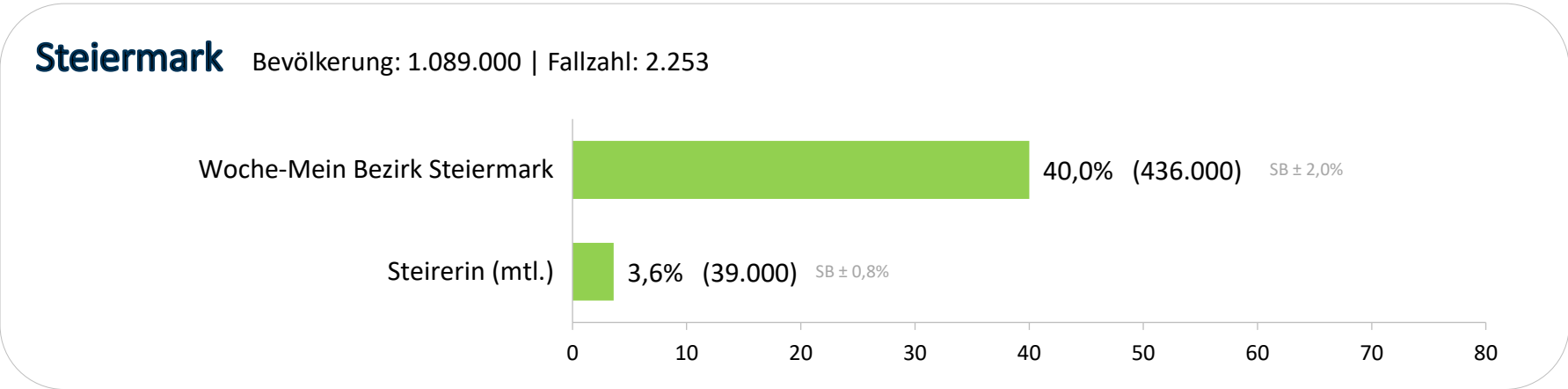
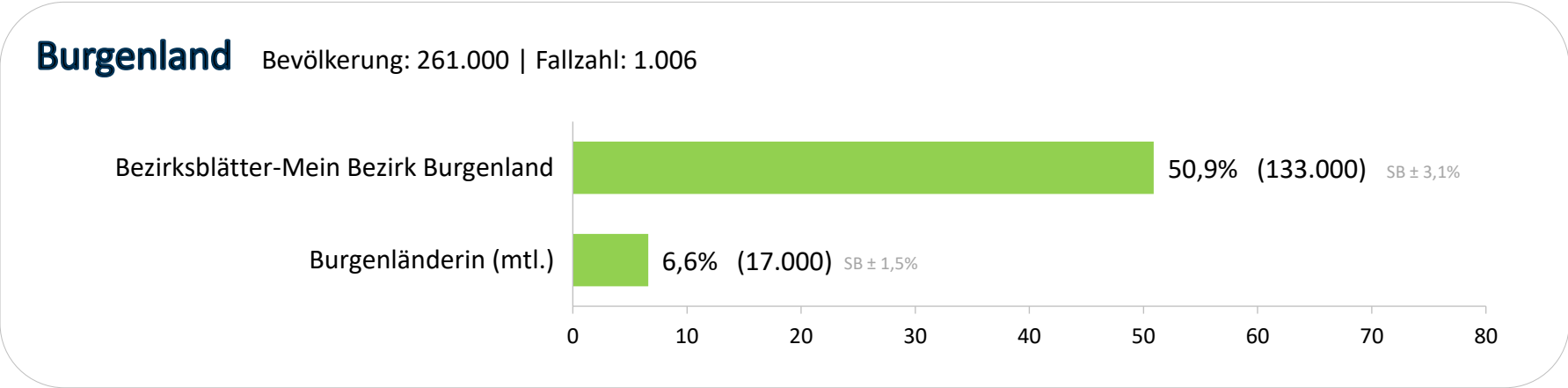
# Regionale Medien GRATIS (Wien | Niederösterreich)

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)

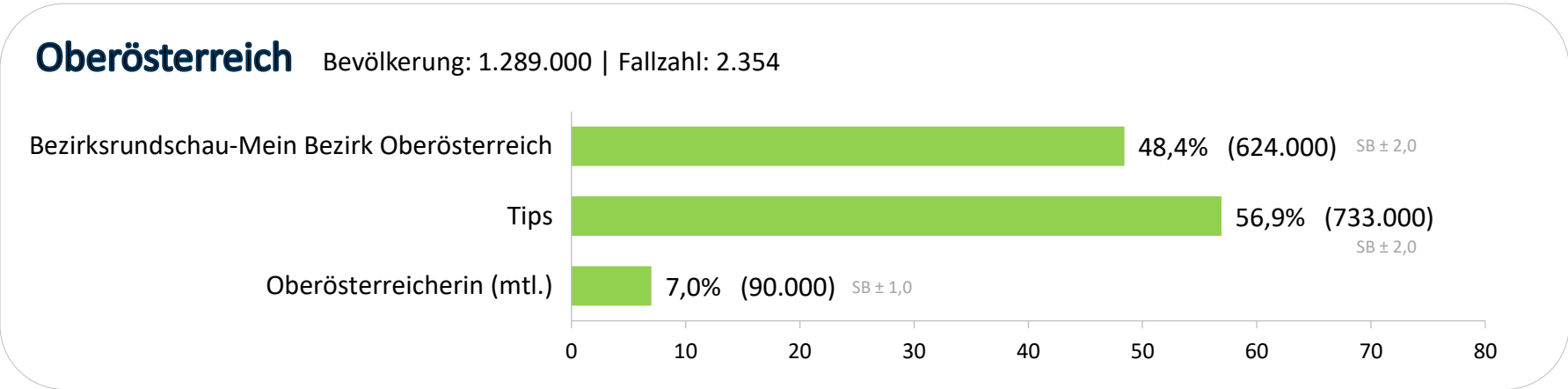
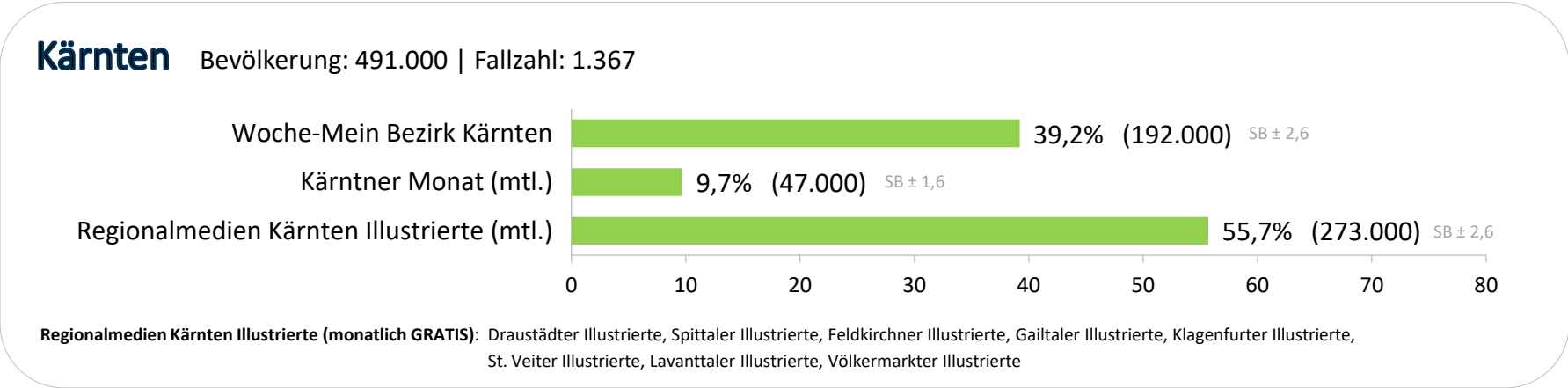
Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich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





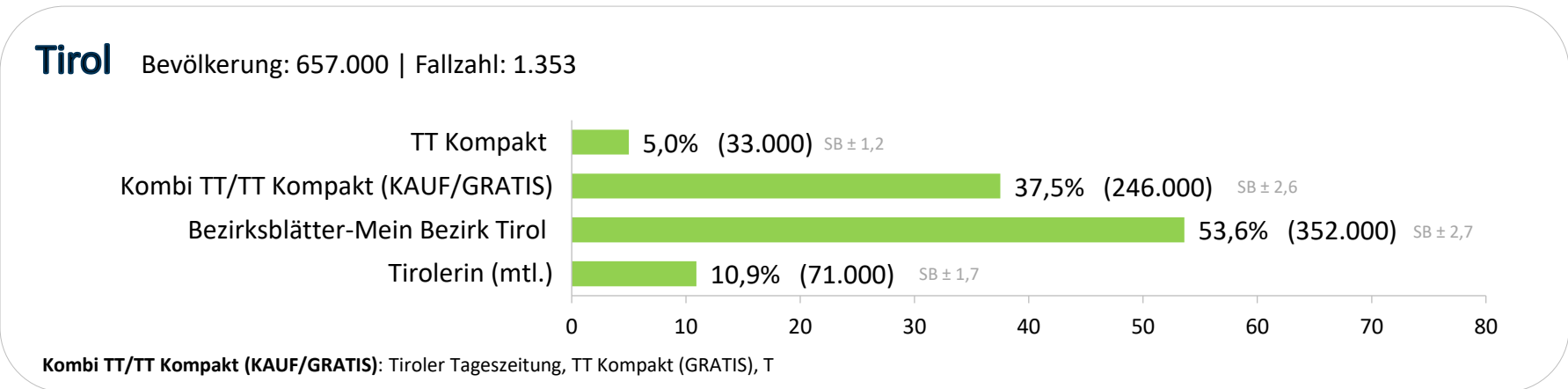
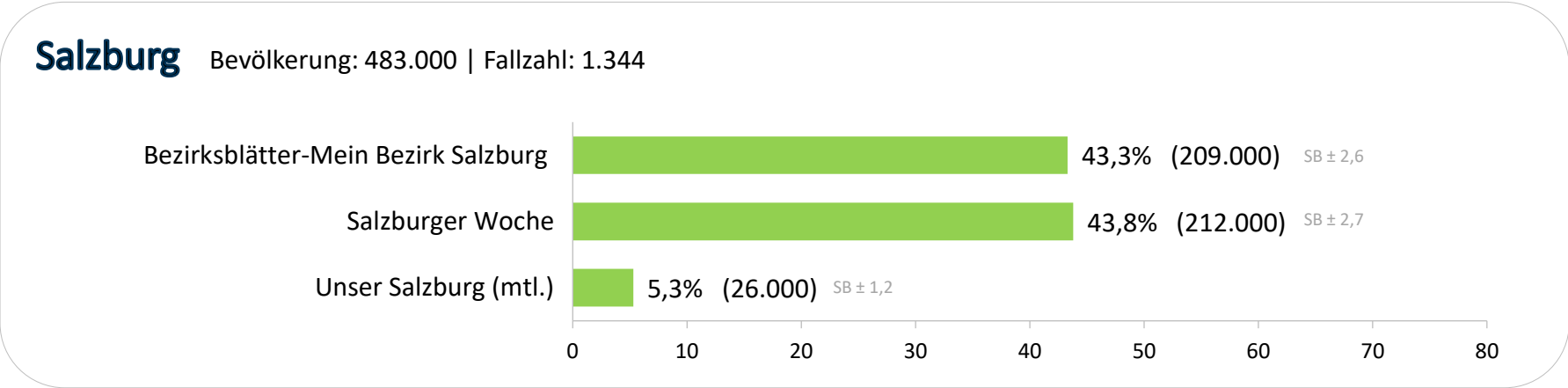
# Regionale Medien GRATIS (Kärnten | Oberösterreich)

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.



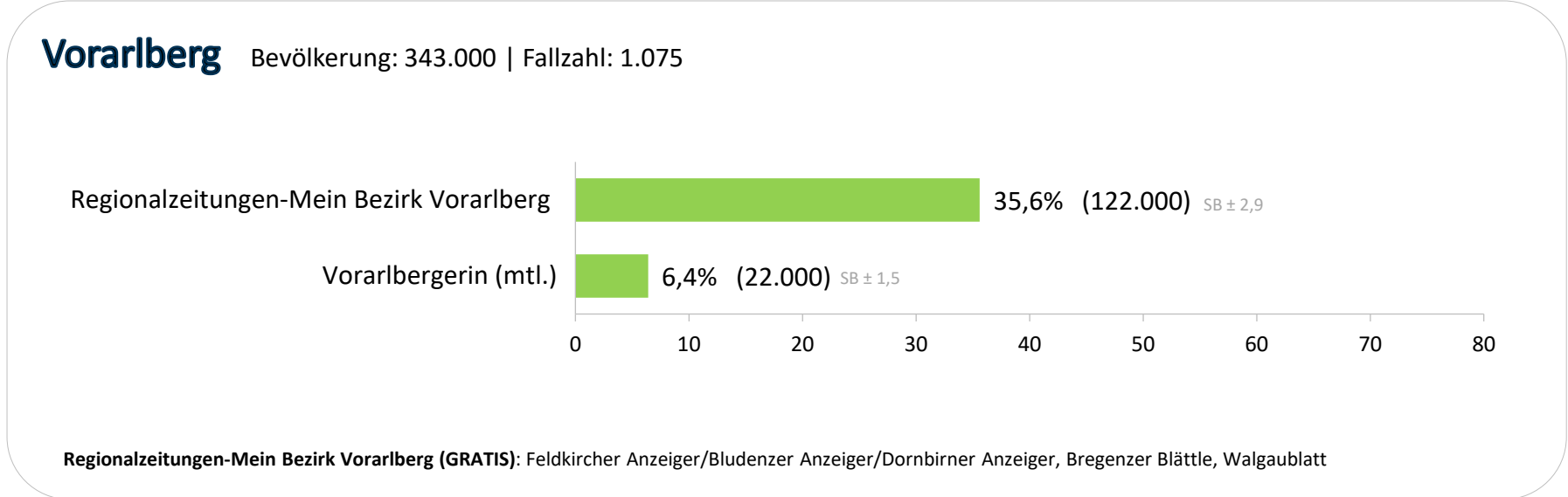
# Regionale Medien GRATIS (Salzburg | Tirol)

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.

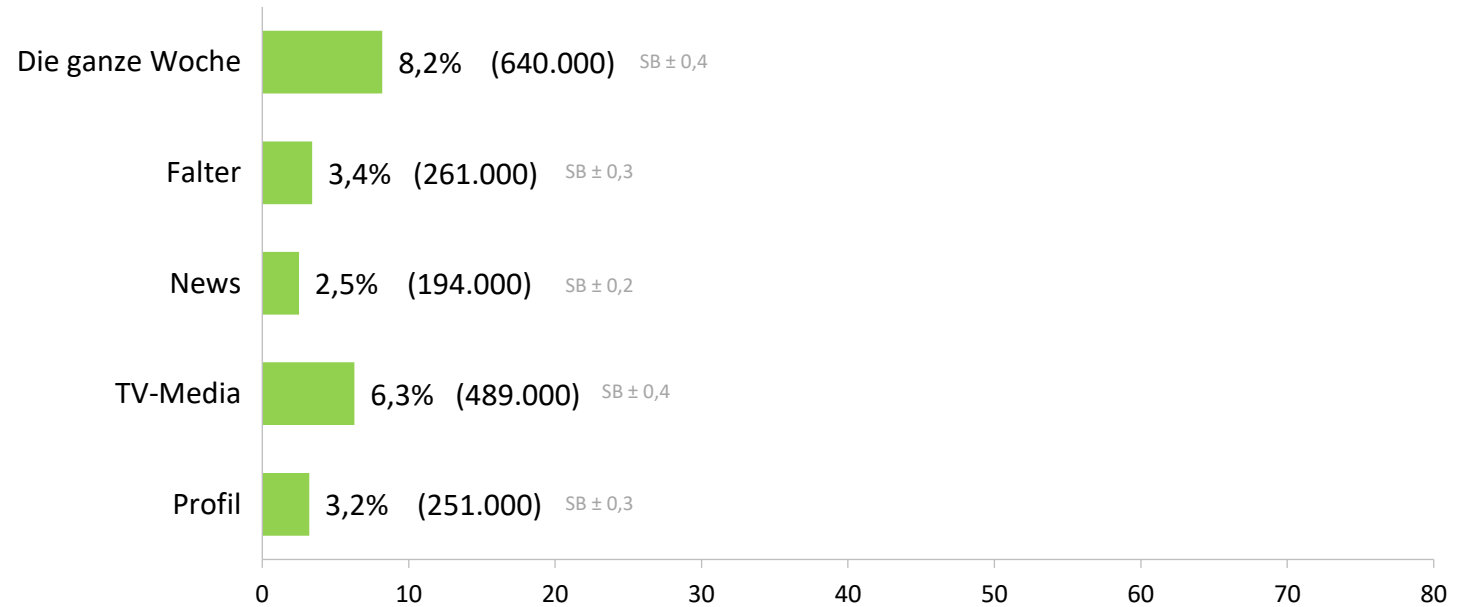


# Regionale Medien GRATIS (Vorarlberg)

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



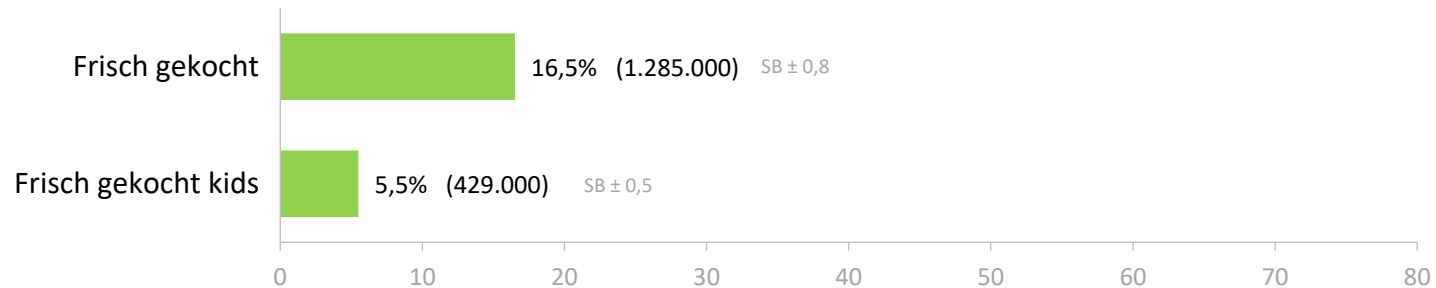
# neue Printmedien (1. Halbjahr 2024)

Werte für neue Printmedien, die nur ein halbes Jahr erhoben wurden und neu in der MA ausgewiesen werden, dürfen nicht mit Jahreswerten bestehender Medien verglichen werden!

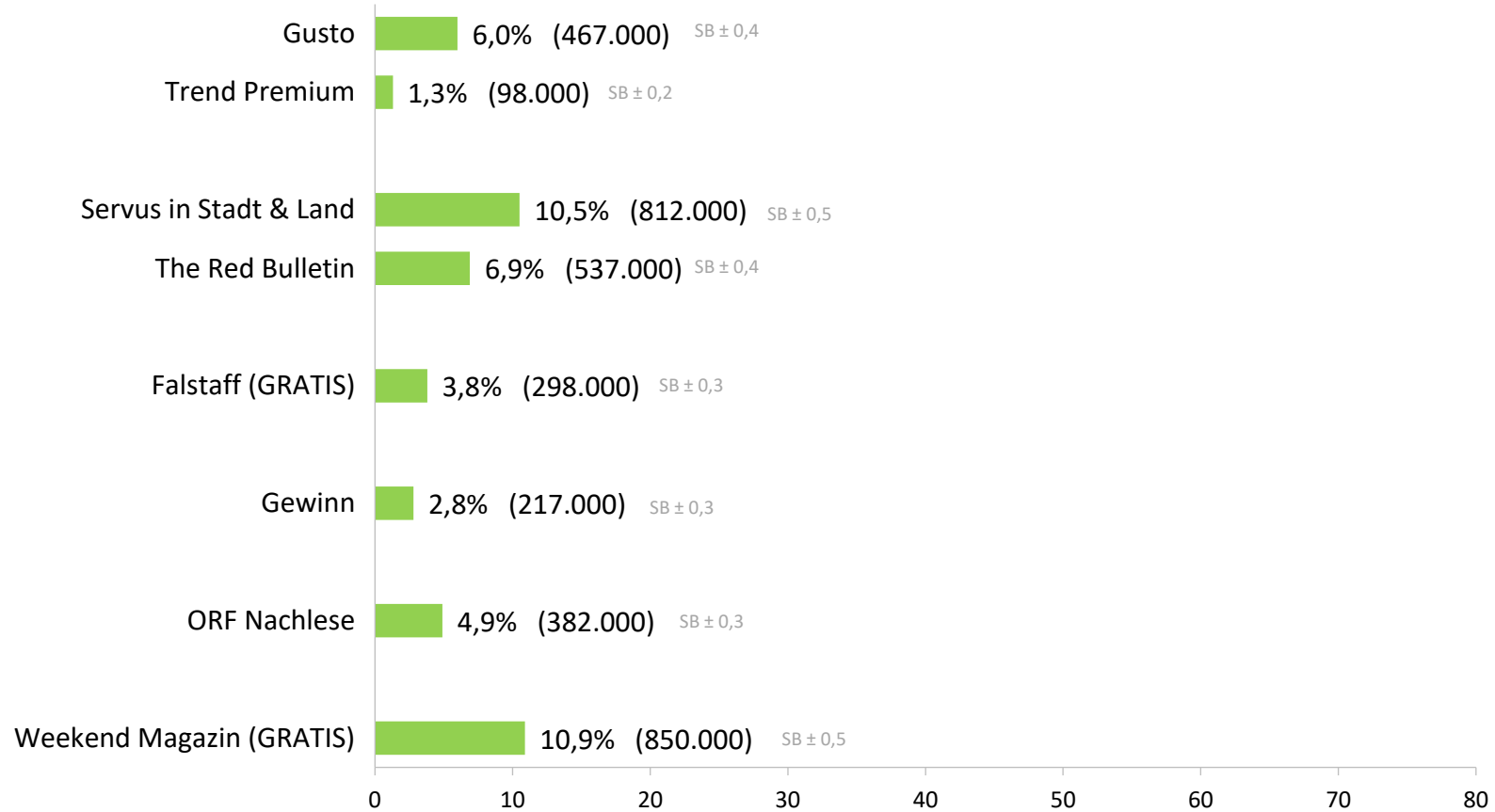
Folgende **neue Printmedien** wurden im 1. Halbjahr 2024 **österreichweit** erhoben:

- **Frisch gekocht**
- **Frisch gekocht kids**

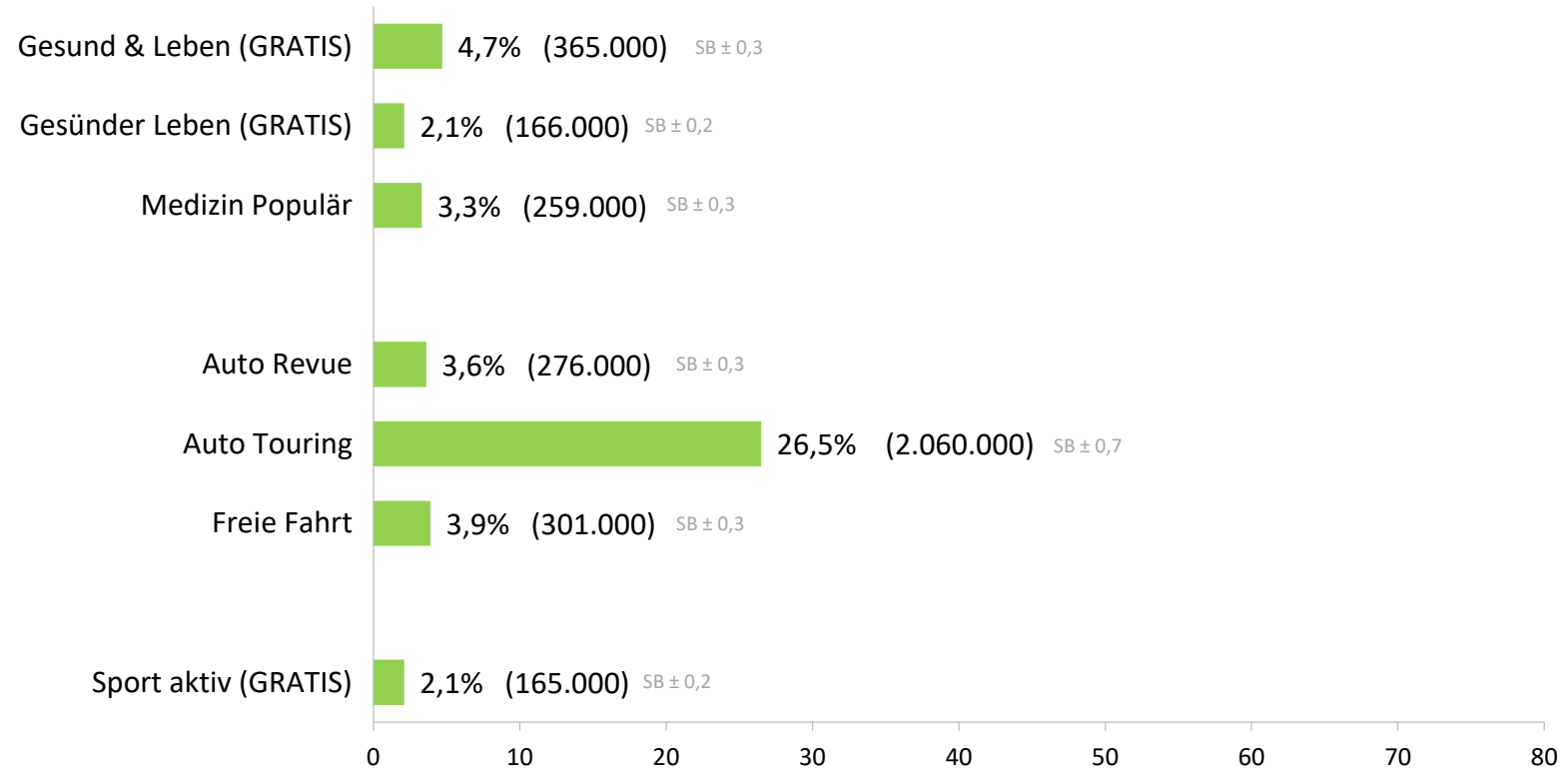
Für Neumitglieder wurde in dieser rollierenden MA 23/24 ein 6-Monatsbestand erstellt, womit die Reichweiten in der Mini-MA auch ausgewiesen werden können.



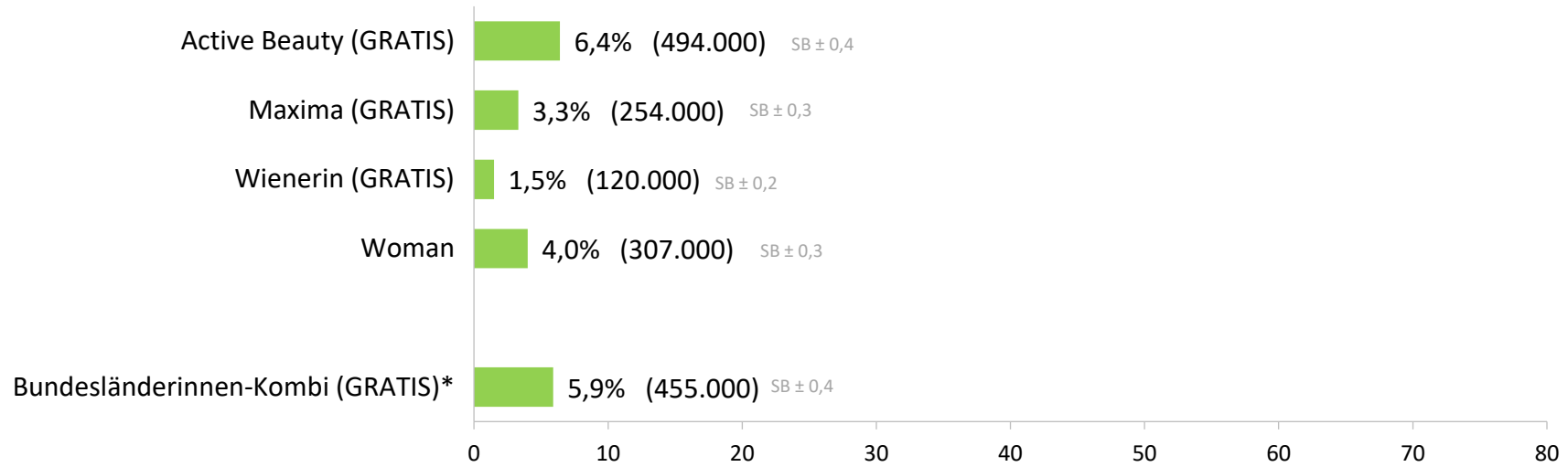
# Illustrierte/Magazine monatlich



# Special Interest Magazine monatlich



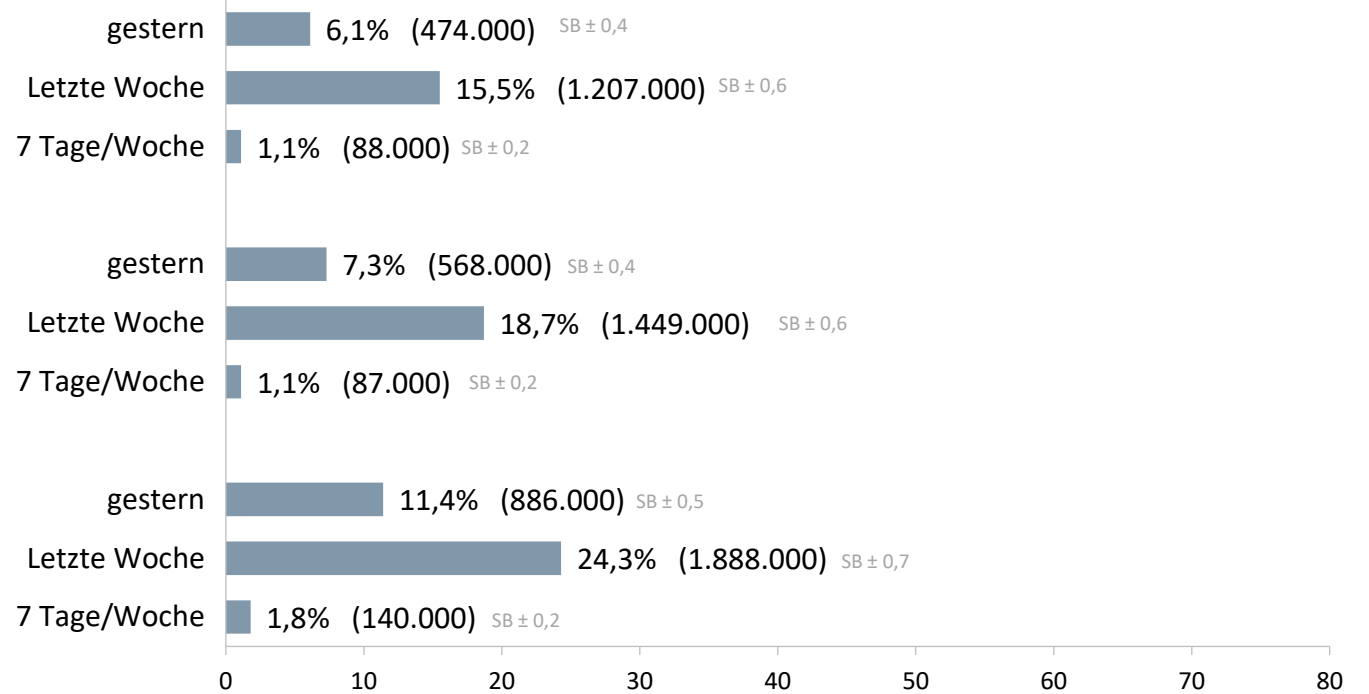
# Frauenmagazine monatlich



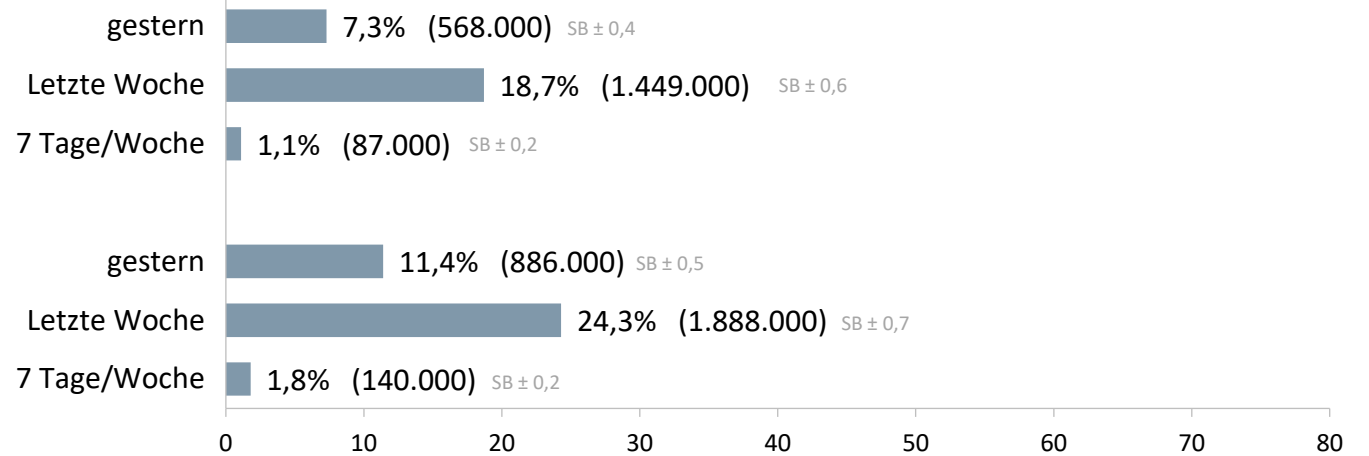
\***Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS):** Wienerin (GRATIS), Niederösterreicherin (GRATIS), NÖ, Burgenländerin (GRATIS), BGL, Steirerin (GRATIS), STMK, Kärntner Monat (GRATIS), K, Oberösterreicherin (GRATIS), OÖ, Unser Salzburg (GRATIS), S, Tirolerin (GRATIS), T, Vorarlbergerin (GRATIS), V



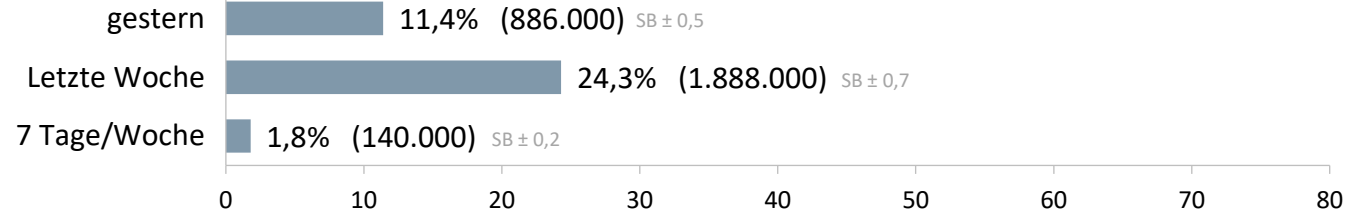
## Infoscreen U-Bahn/U-Bahnstation



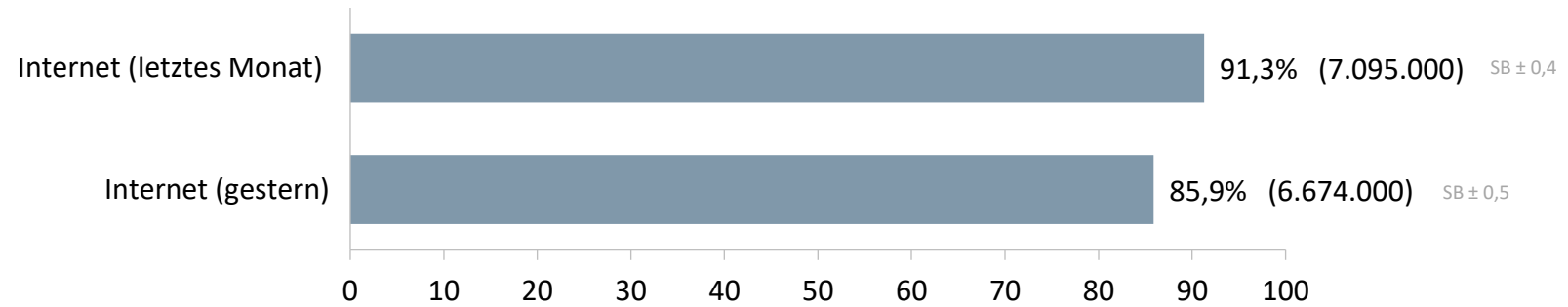
## Infoscreen Straßenbahn/Bus



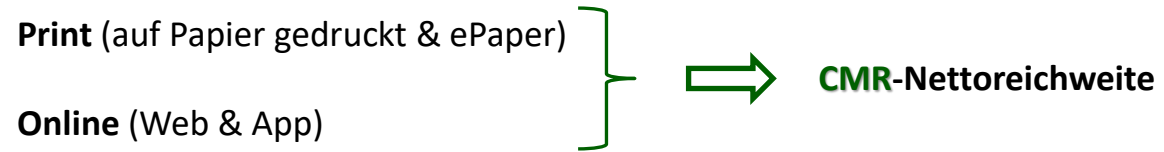
## Infoscreen Kombi



## Letzte Nutzung



# CMR - CrossMediaReach



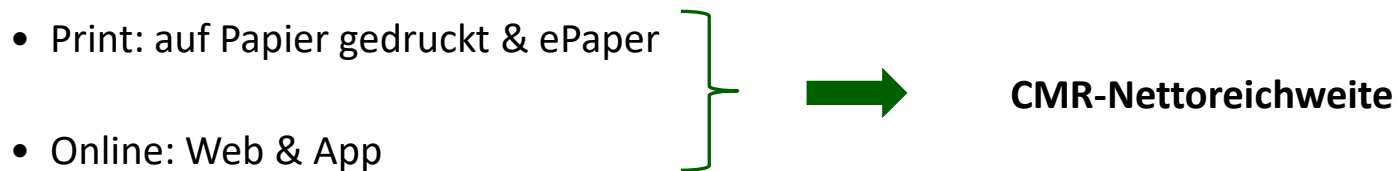
## CMR - CrossMediaReach (Print/Online)



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 nun 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 rollierenden Jahres 2023/2024. 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).

In den folgenden Tabellen werden sowohl die Reichweiten von

**PRINT** unverändert

- gedruckte Ausgabe/ePaper



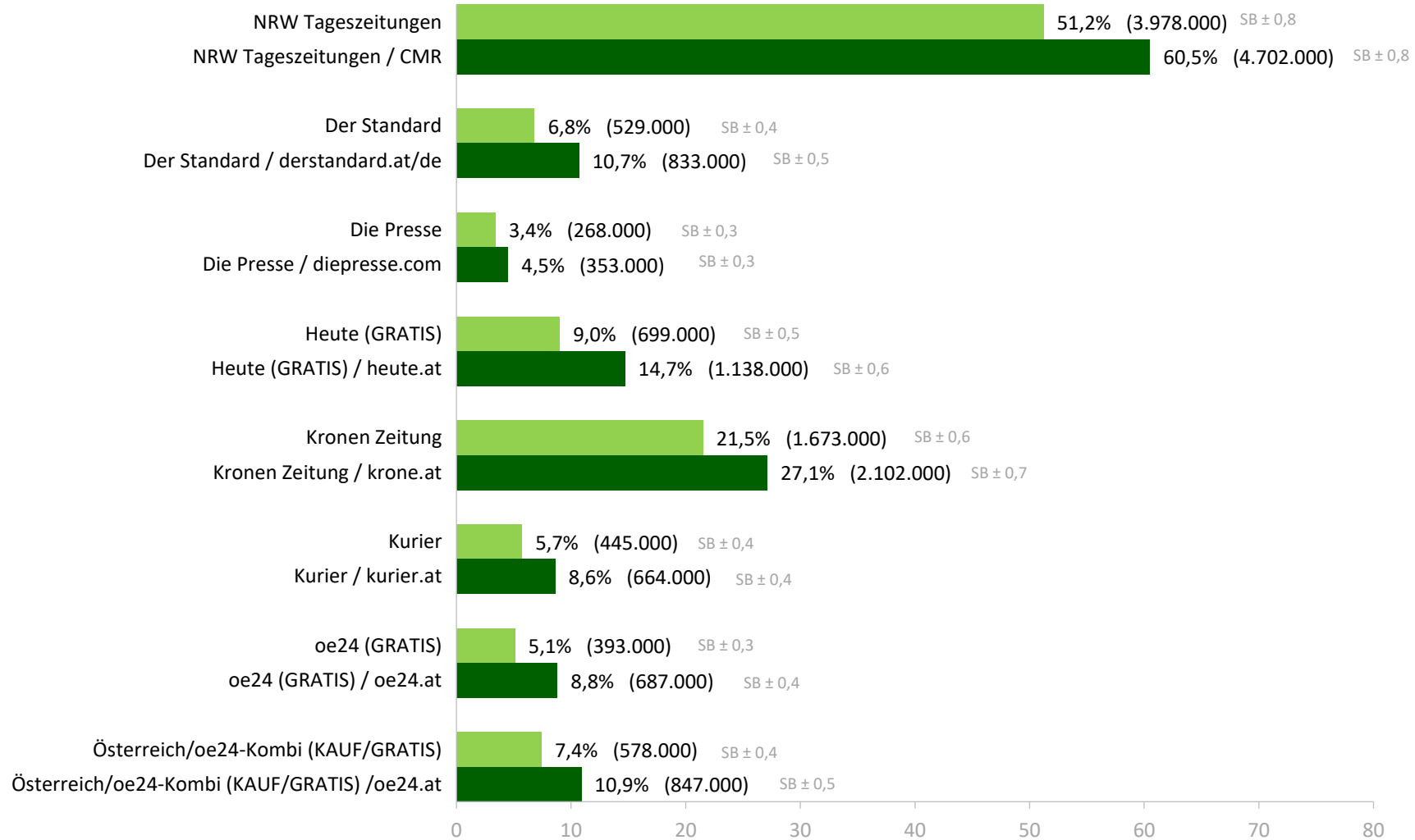
als auch die Reichweiten aller an der CMR-Beteiligten Print-Mitglieder dargestellt.

**CMR** (Markenreichweite seit der MA 2023)

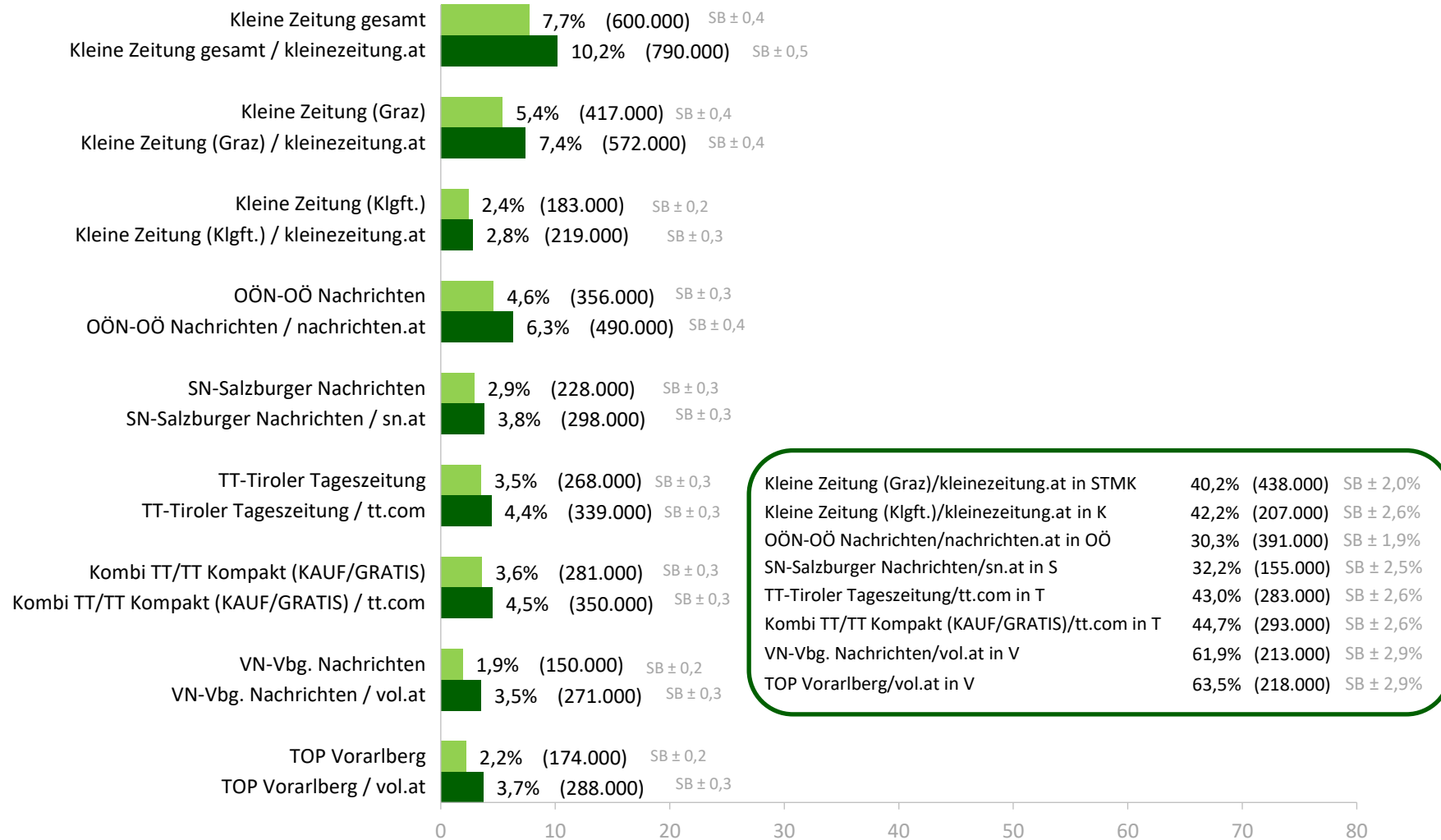
- NRW: Print & Online



# Print/CMR 23/24 – Tageszeitungen I



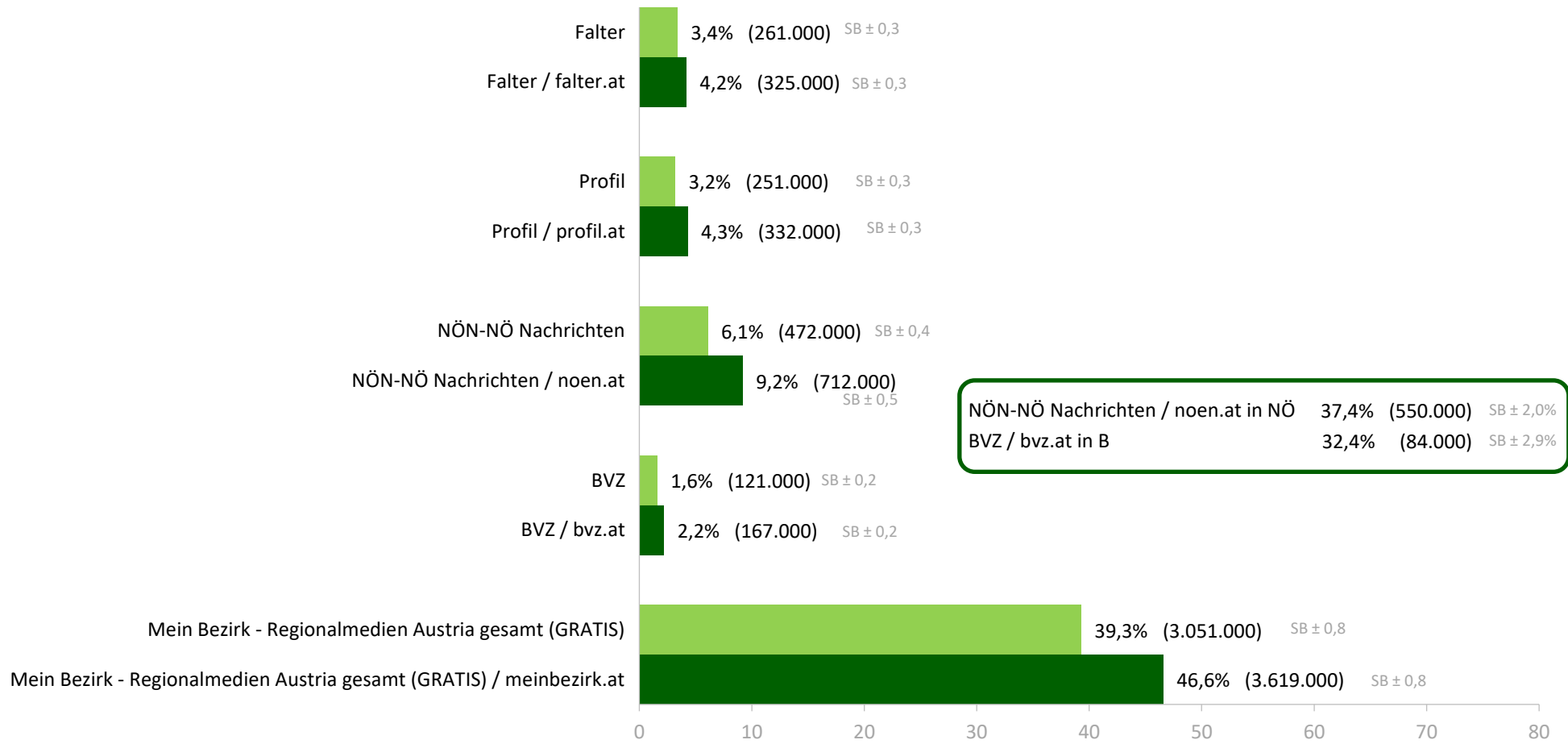
# Print/CMR 23/24 – Tageszeitungen II



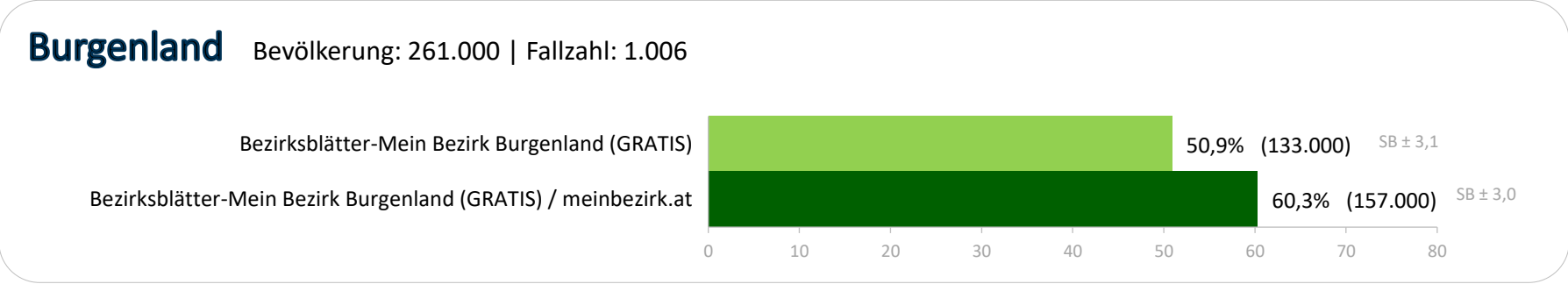
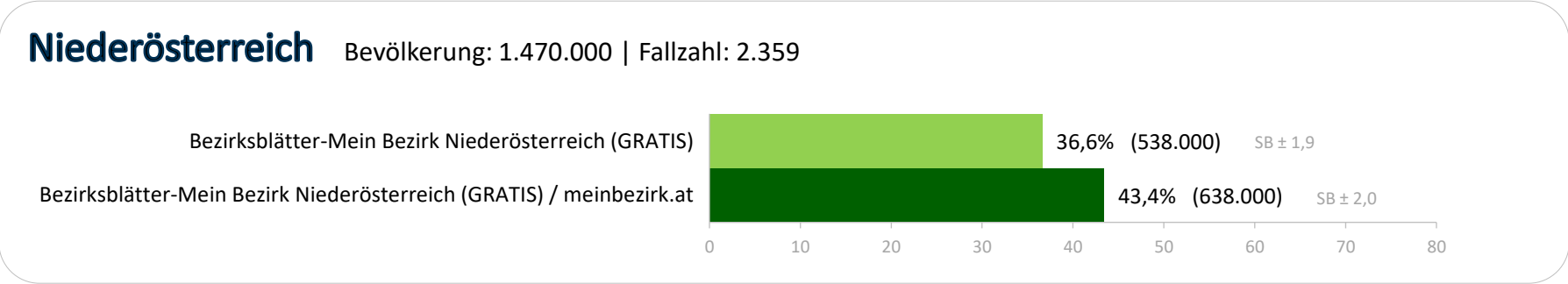
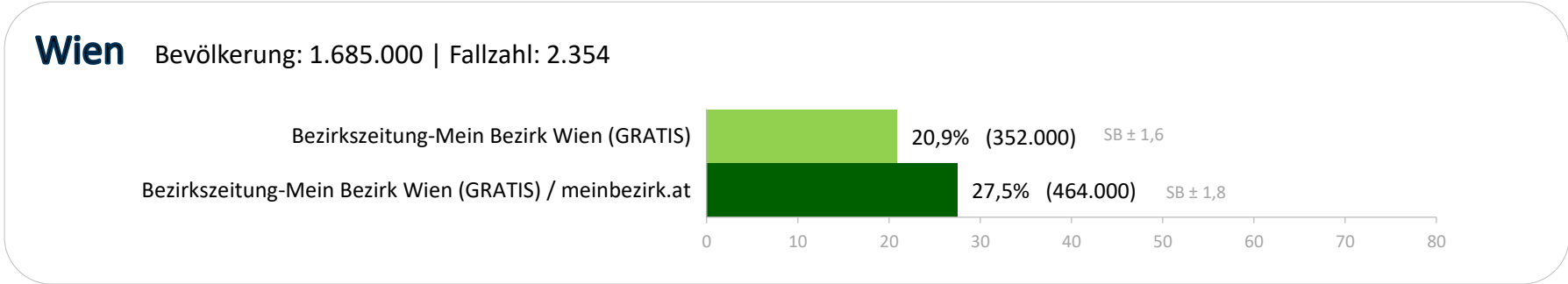


# Print/CMR 23/24

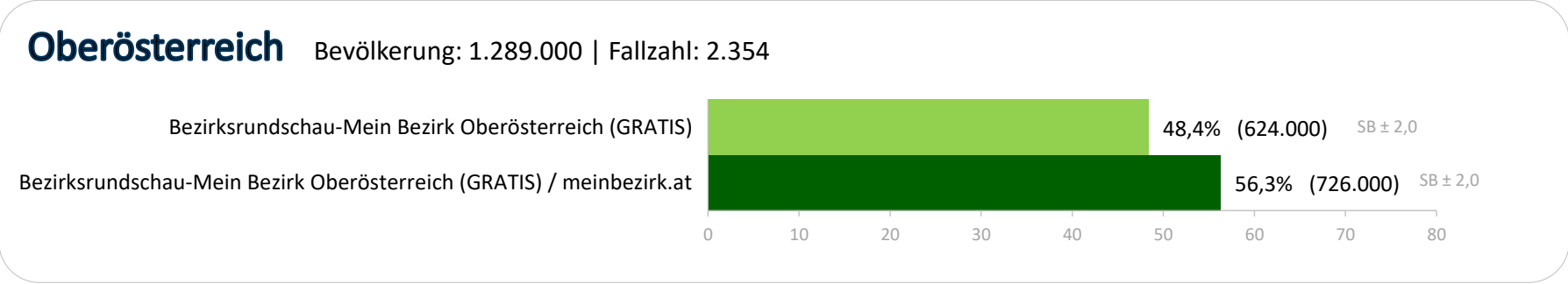
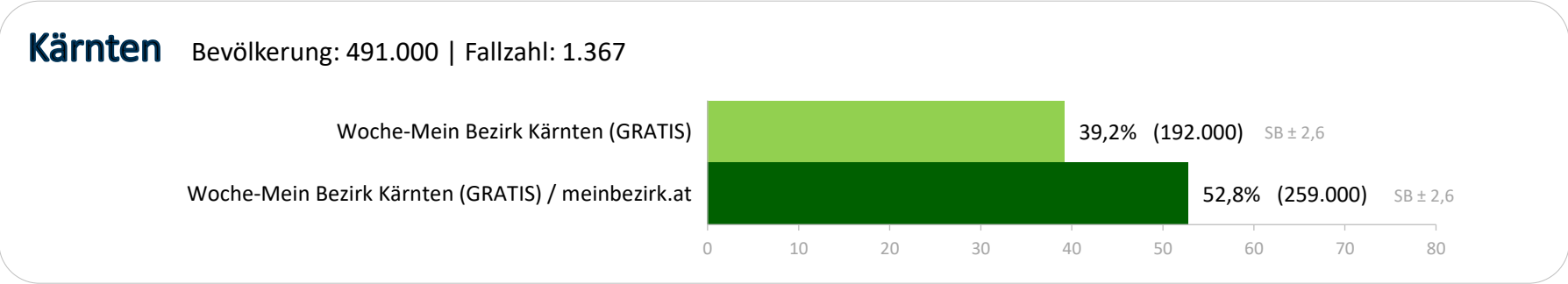
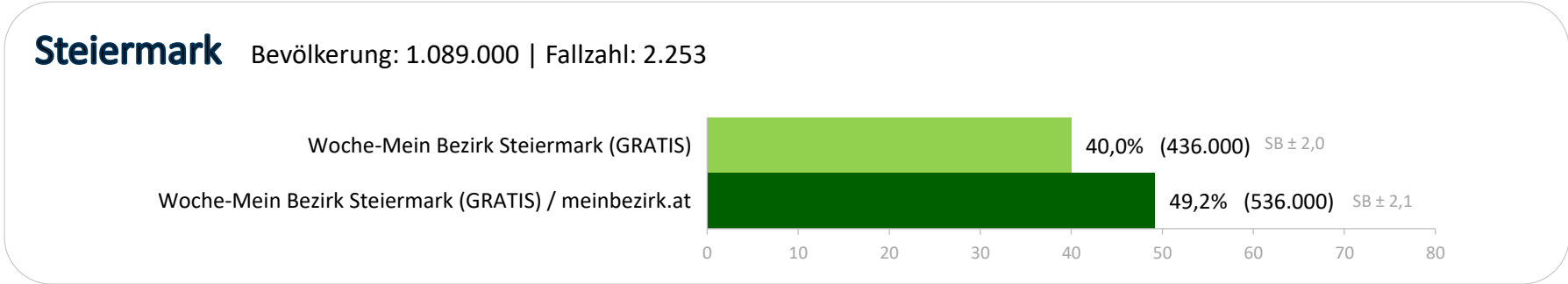
## regionale/nationale Wochenmedien



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

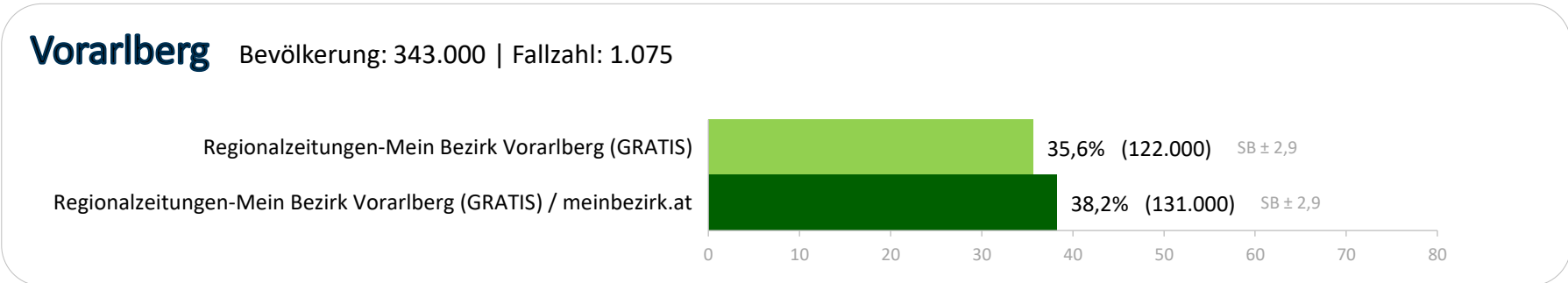
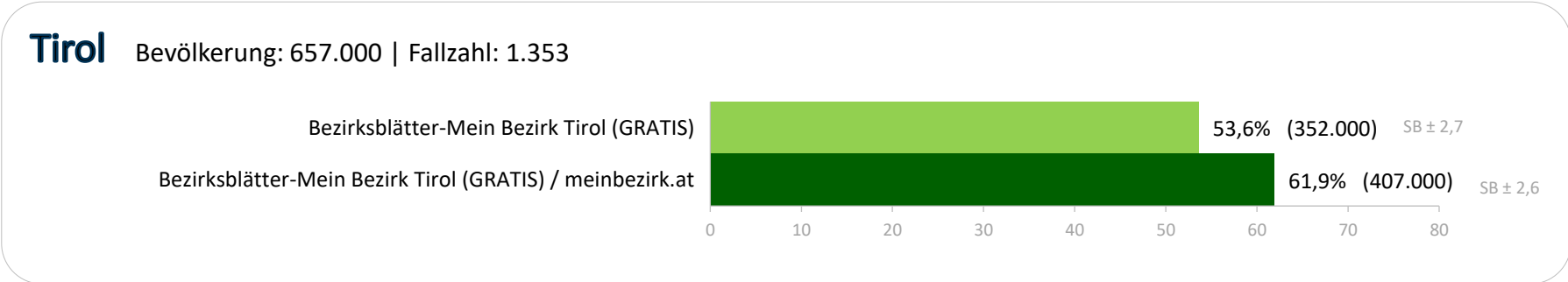
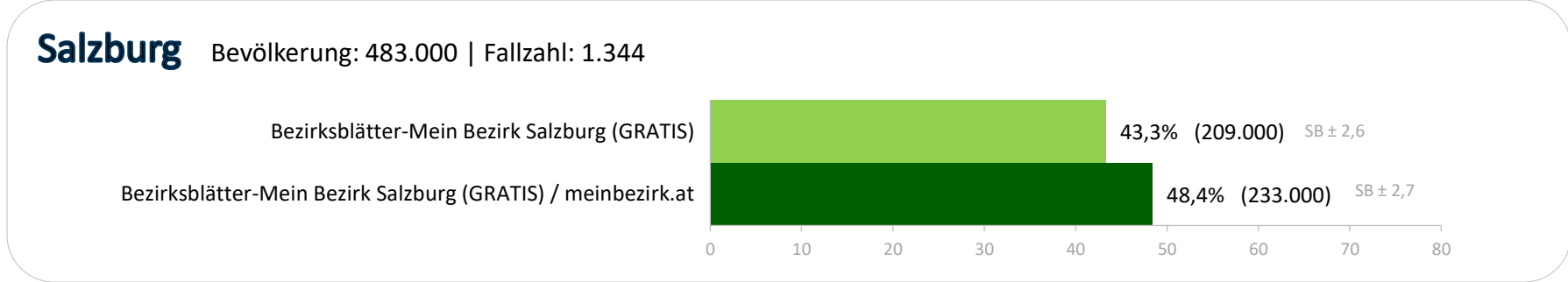


Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.



# Print/CMR 23/24 – RMA: Bundesländer

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





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

