




2025

Ergebnisse

9. April 2026



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

Am **9. April 2026** liefert die Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen mit der aktuellen Ausgabe der Media-Analyse 2025 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 weiterhin im tiefgreifenden Strukturwandel, geprägt von Digitalisierung, veränderten Nutzergewohnheiten und neuen Wettbewerbsformen. Die Verlagsbranche steht vor der Aufgabe, ihre Geschäftsmodelle in einem herausfordernden Umfeld zukunftsfähig zu machen – mit steigenden Ansprüchen an Effizienz, Transparenz und Messbarkeit. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Media-Analyse als verlässliche Grundlage zur Marktbeobachtung und Entscheidungsfindung weiter an Bedeutung. Nur auf Basis präziser, qualitativ hochwertiger Daten können Medienangebote optimal positioniert und Werbebudgets zielgerichtet eingesetzt werden.

Eines der prägenden Themen der Verlagsbranche ist die digitale Transformation, insbesondere der Ausbau von Paid-Content- und Digitalabonnement-Modellen. Verlage stehen vor der Herausforderung, Reichweite und Erlöse im Gleichgewicht zu halten: Einerseits braucht es breite, medienübergreifende Sichtbarkeit für Werbekunden, andererseits müssen digitale Inhalte zunehmend direkt monetarisiert werden. In diesem Spannungsfeld liefert die Media-Analyse Orientierung, indem sie die Nutzung gedruckter Ausgaben, ePaper und digitaler Angebote (Web/App) gemeinsam abbildet und damit die Markenreichweite kanalübergreifend sichtbar macht.

Ein weiteres Schlüsselement für den Erfolg der Media-Analyse ist die breite und geschlossene Teilnahme aller relevanten Verlage und Media-Agenturen. 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 **14.403 Interviews**, die im Zeitraum Jänner bis Dezember 2025 durchgeführt wurden, umfasst die aktuelle Ausgabe die konsolidierten Daten des Gesamtjahres 2025.

CMR – Die zukunftsweisende Erweiterung der Media-Analyse

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

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

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

CMR (CrossMediaReach)

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

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

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

CMR+ (CrossMediaReach+)

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

Voraussetzung für die Teilnahme an der CMR ist die Ausweisung der Werte des entsprechenden Einzelangebots in den ÖWA-Zählbeständen des Jahres 2025. Generell gilt die Ausweisung von 3 ÖWA-Quartalen des jeweiligen Zeitraums als Mindestanforderung für die Justierung. Für das Jahr 2025 wurden seitens der ÖWA die Quartale 1, 2 und 4 veröffentlicht, deren Mittelwert die Justierungsbasis bildet. Die Justierung des erhobenen Online-Reichweitenwerts eines Mediums in der MA erfolgt grundsätzlich anhand der von der ÖWA ausgewiesenen Reichweite (Unique User) des zugehörigen Einzelangebots.

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

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

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



Ein gemeinschaftlicher Erfolg für den Markt

Die Media-Analyse bestätigt auch 2025 ihre Rolle als verlässlichstes Tool für Medien aus Verlagsumfeldern und als eine der wichtigsten Währungen der Werbewirtschaft. Der kontinuierliche Wandel in der Mediennutzung wird nicht nur beobachtet, sondern konsequent in die Erhebungsmethodik integriert, sodass ein präzises, praxisorientiertes und marktrelevantes Instrument zur Verfügung steht.

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 2025 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 2025!**

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

7.805.512 Personen ab 14 Jahren in 4.158.473 Privathaushalten

Samplegröße

14.403 Interviews

Sampling

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

Feldarbeit

Jänner 2025 bis Dezember 2025

Interviews

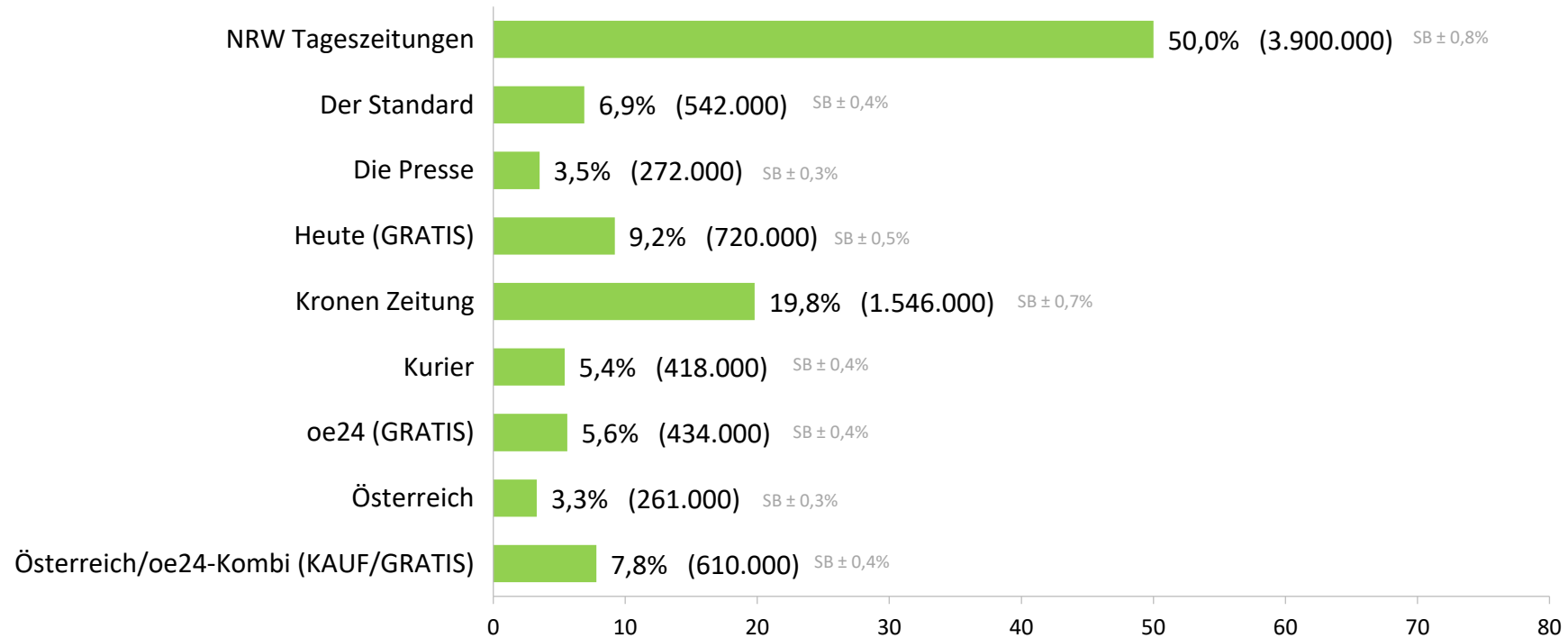
CAWI und Online CAPI/CASI

Erfasste Medien

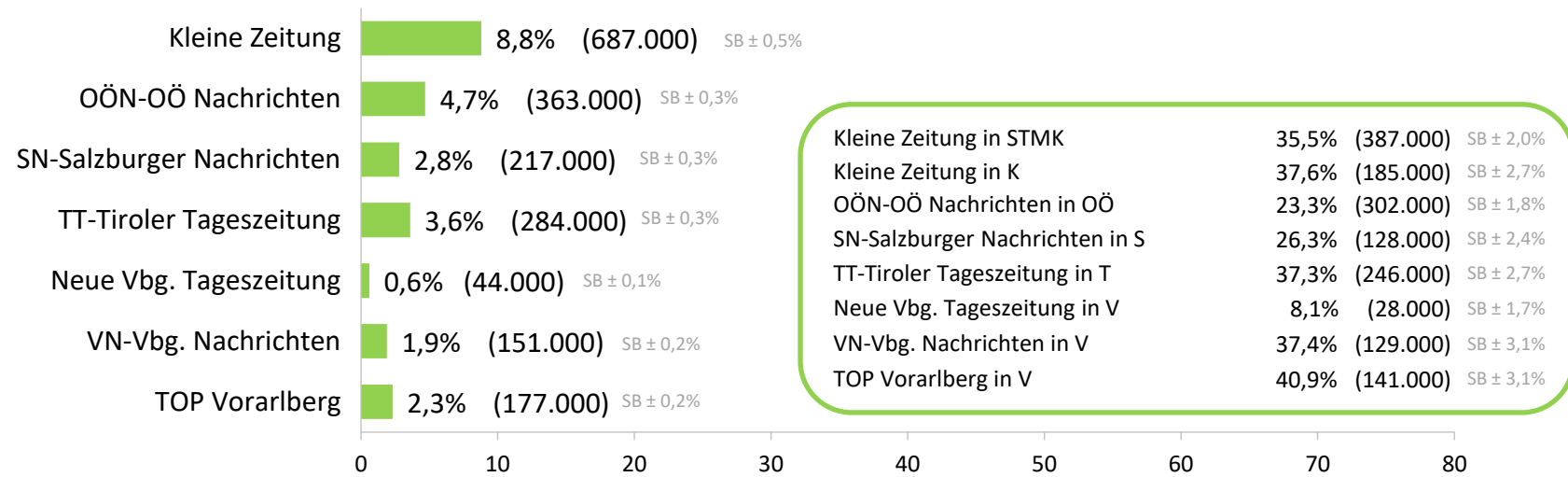
Tageszeitungen (13), nationale Wochenzeitungen (4), regionale
Wochenzeitungen (9), Monatsmagazine (24), Supplements (3),
14-tägliche Magazine (1), Infoscreen (2), Internet

Tageszeitungen I

Die für die einzelnen Mediengruppen im Zeitraum Jänner 2025 bis Dezember 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.

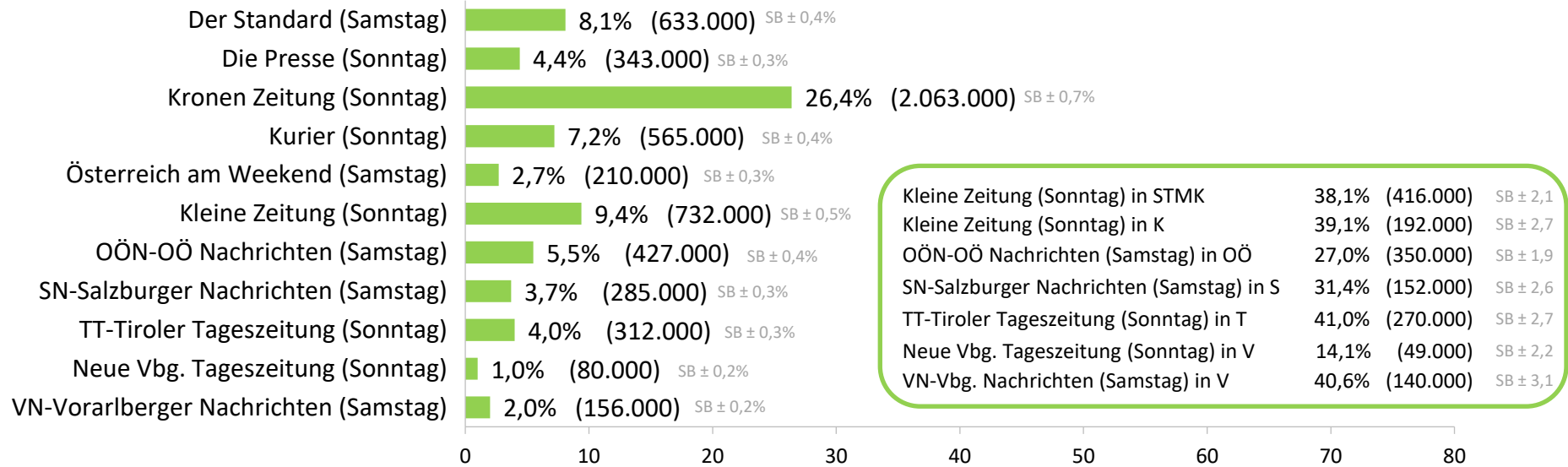


Tageszeitungen II



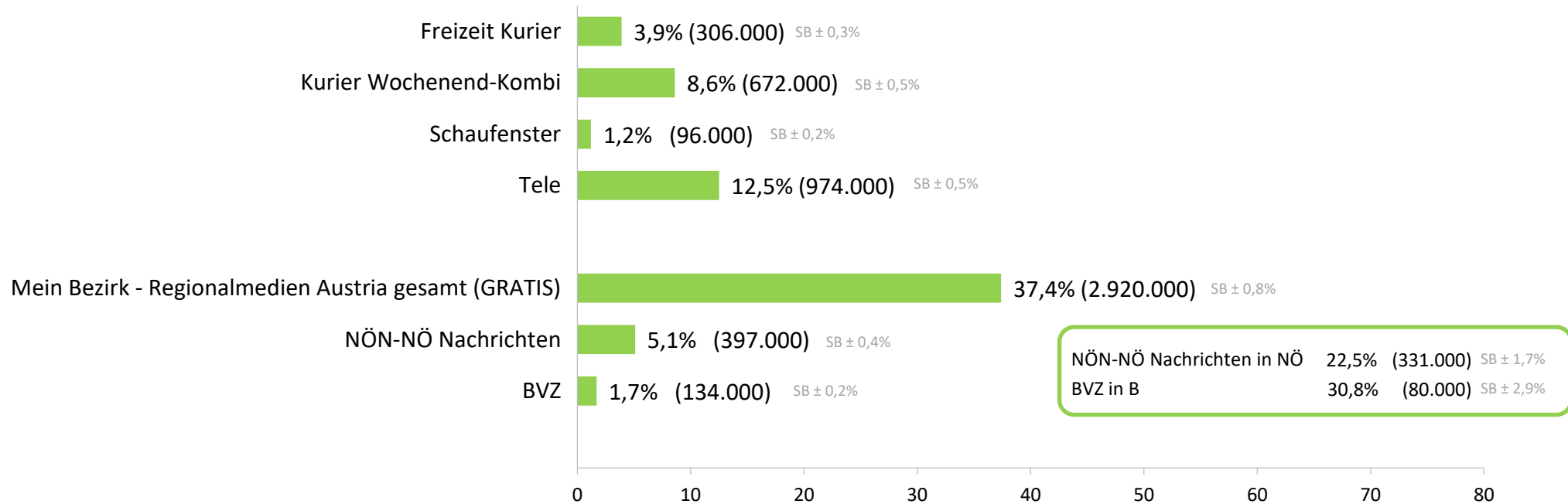
TOP Vorarlberg: Vorarlberger Nachrichten, Neue Vorarlberger Tageszeitung

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.

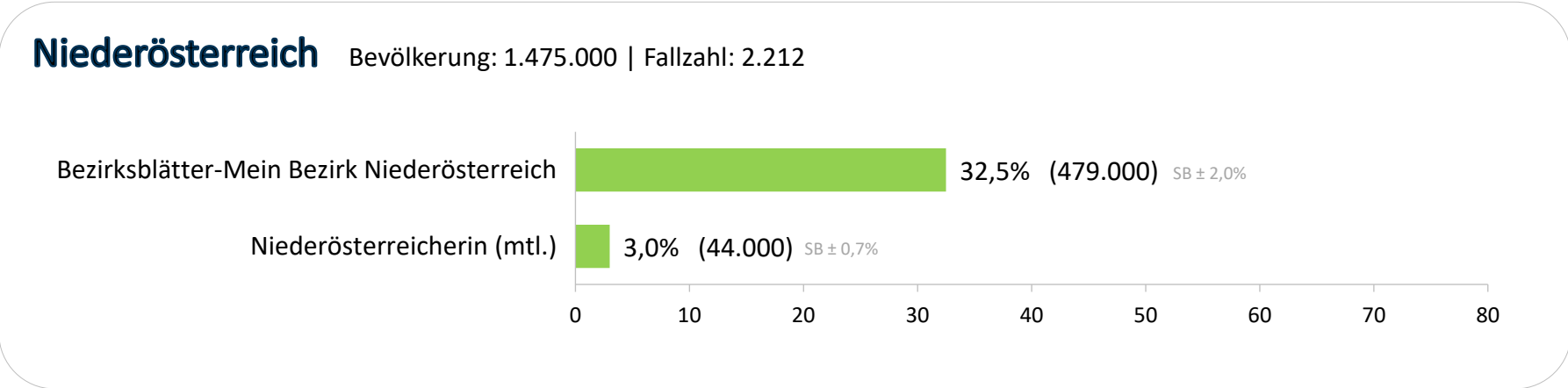
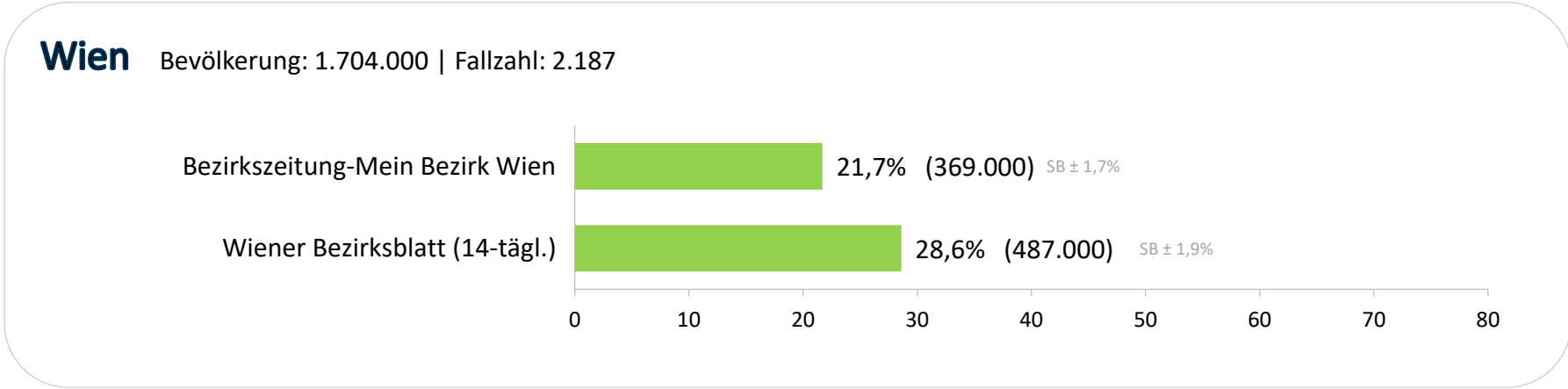


Kurier Wochenend-Kombi: Kurier Sonntag, Freizeit Kurier

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

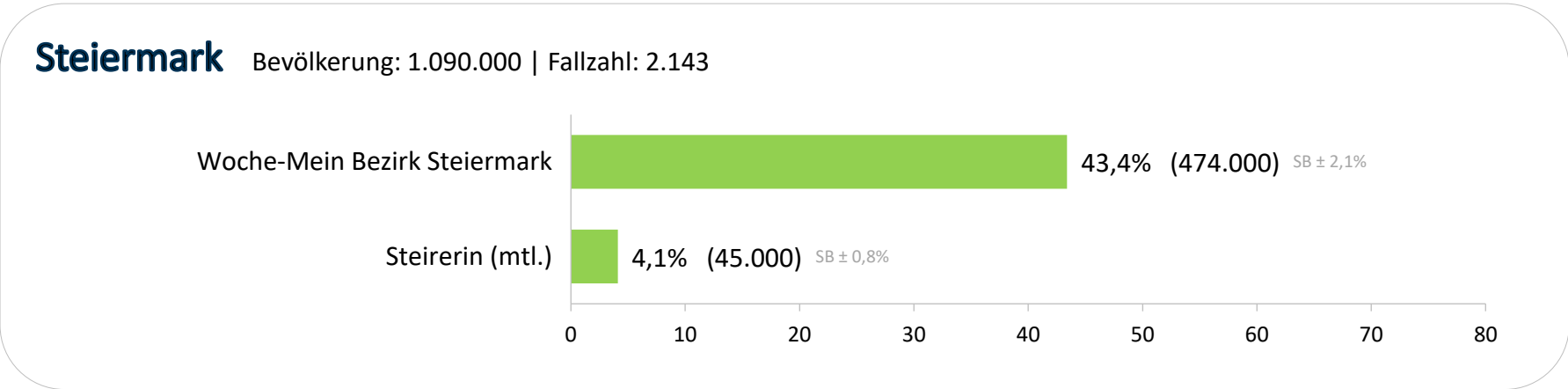
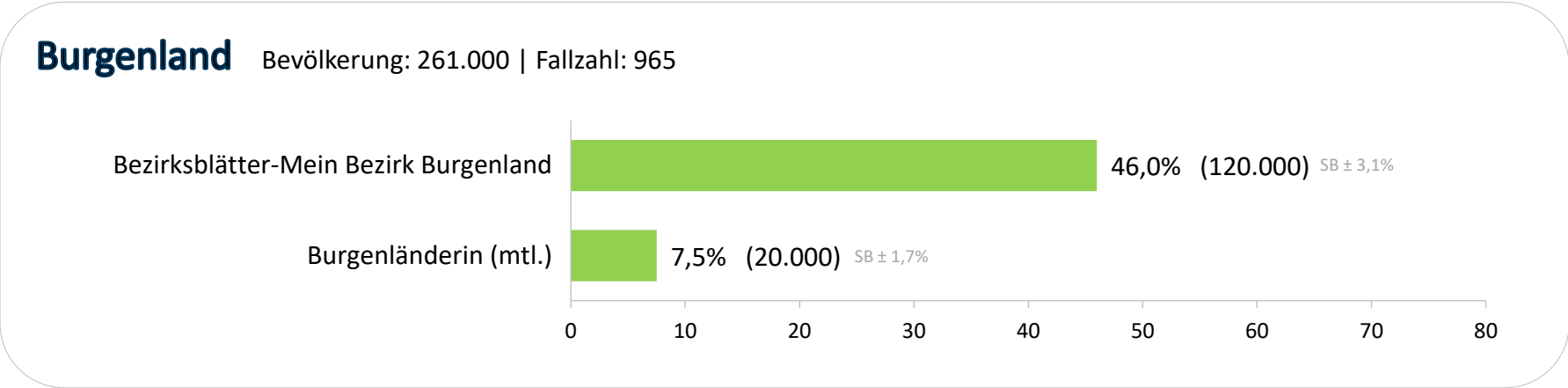
Regionale Medien GRATIS (Wien | Niederösterreich)

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.



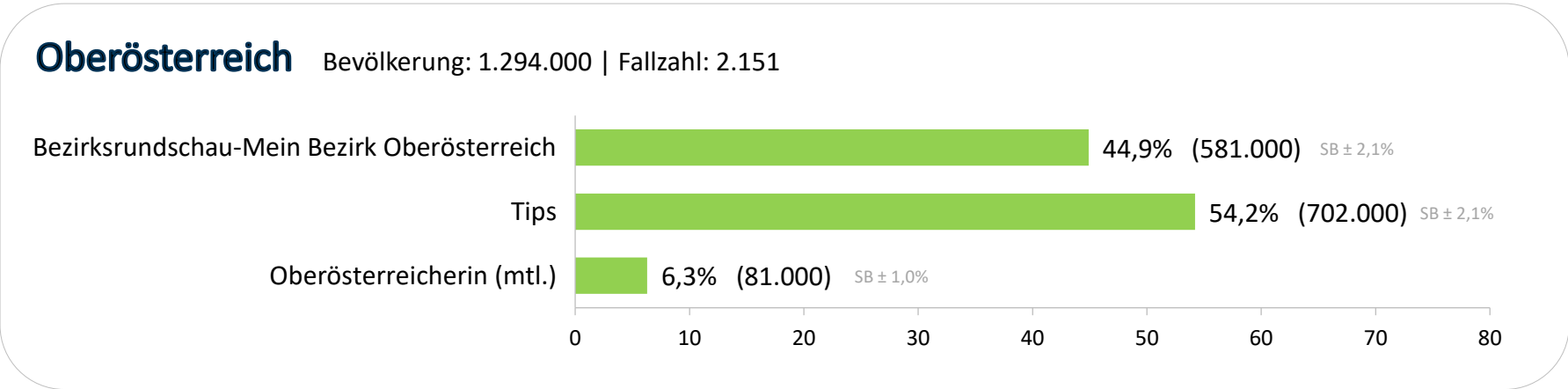
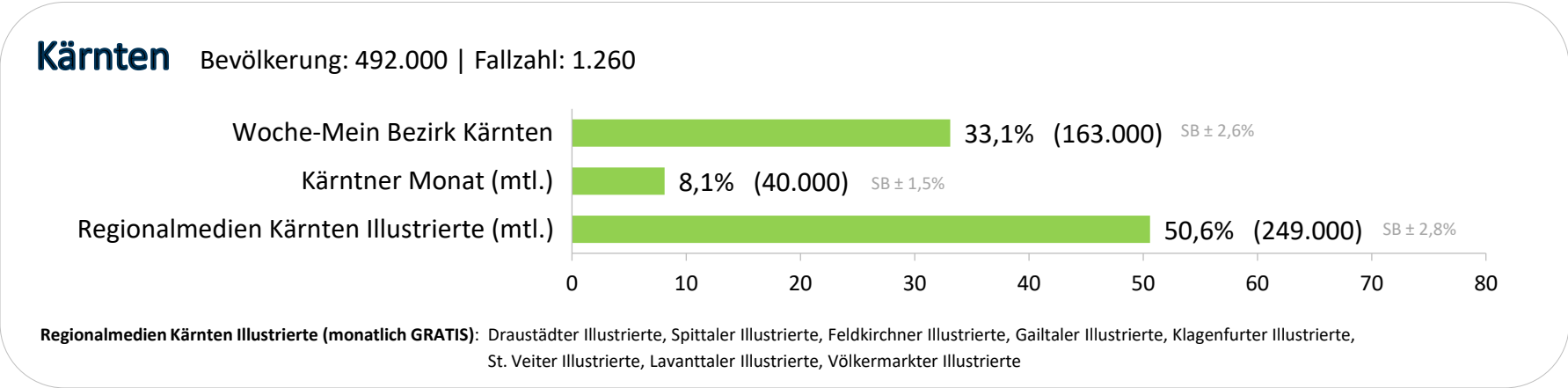
Regionale Medien GRATIS (Burgenland | Steiermark)

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.



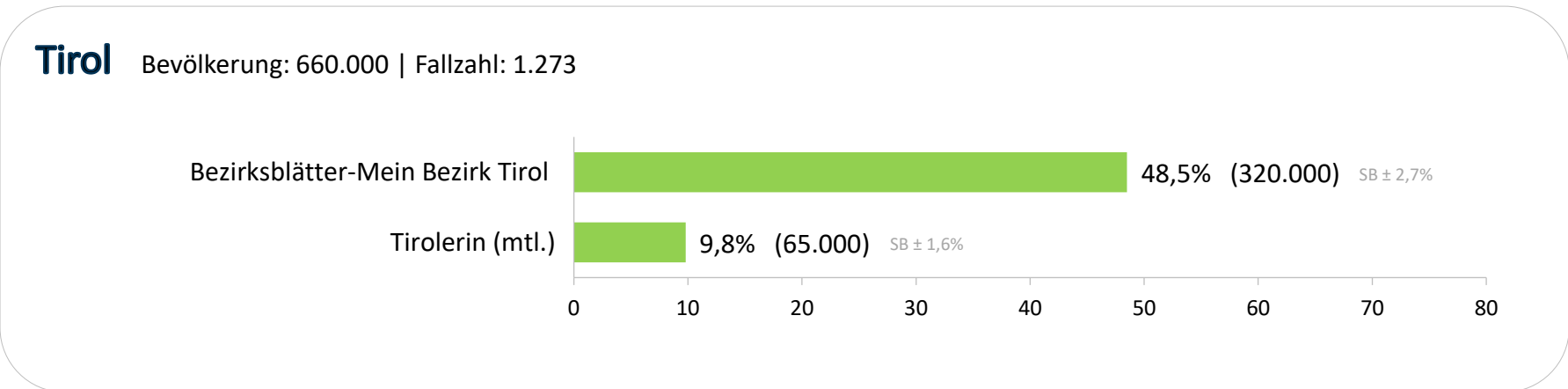
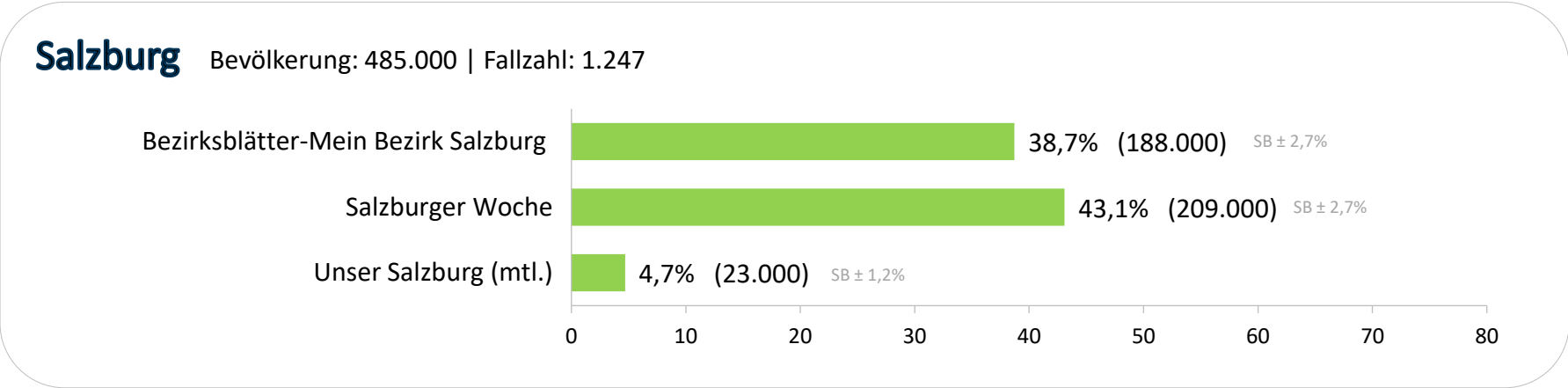
Regionale Medien GRATIS (Kärnten | Oberösterreich)

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.



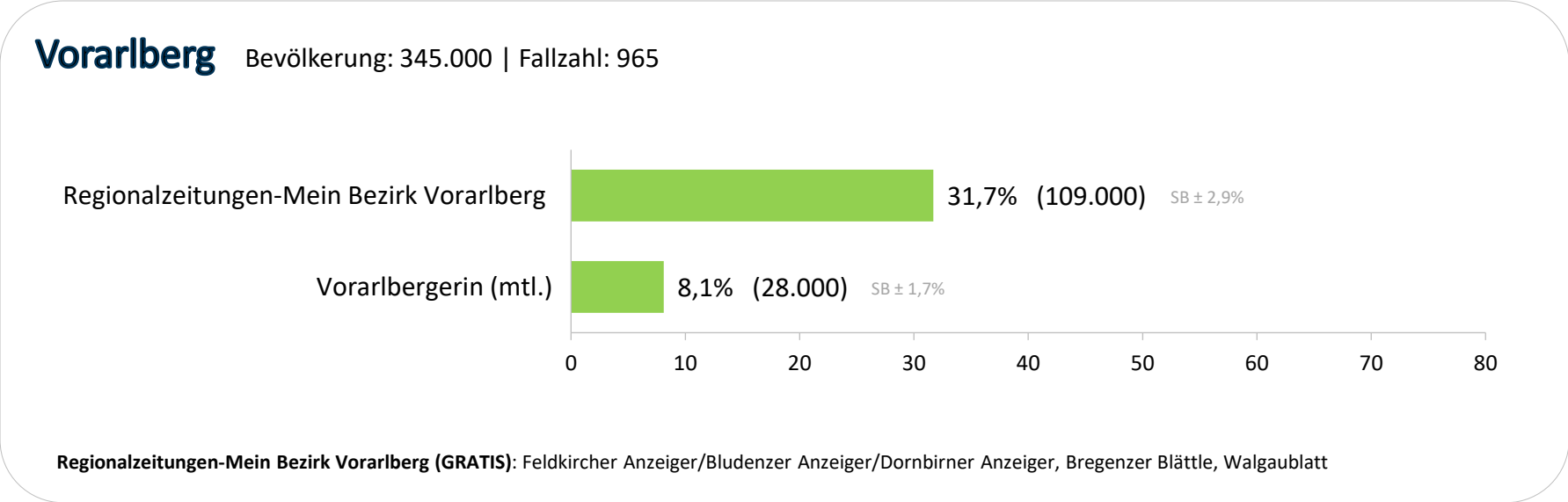
Regionale Medien GRATIS (Salzburg | Tirol)

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.

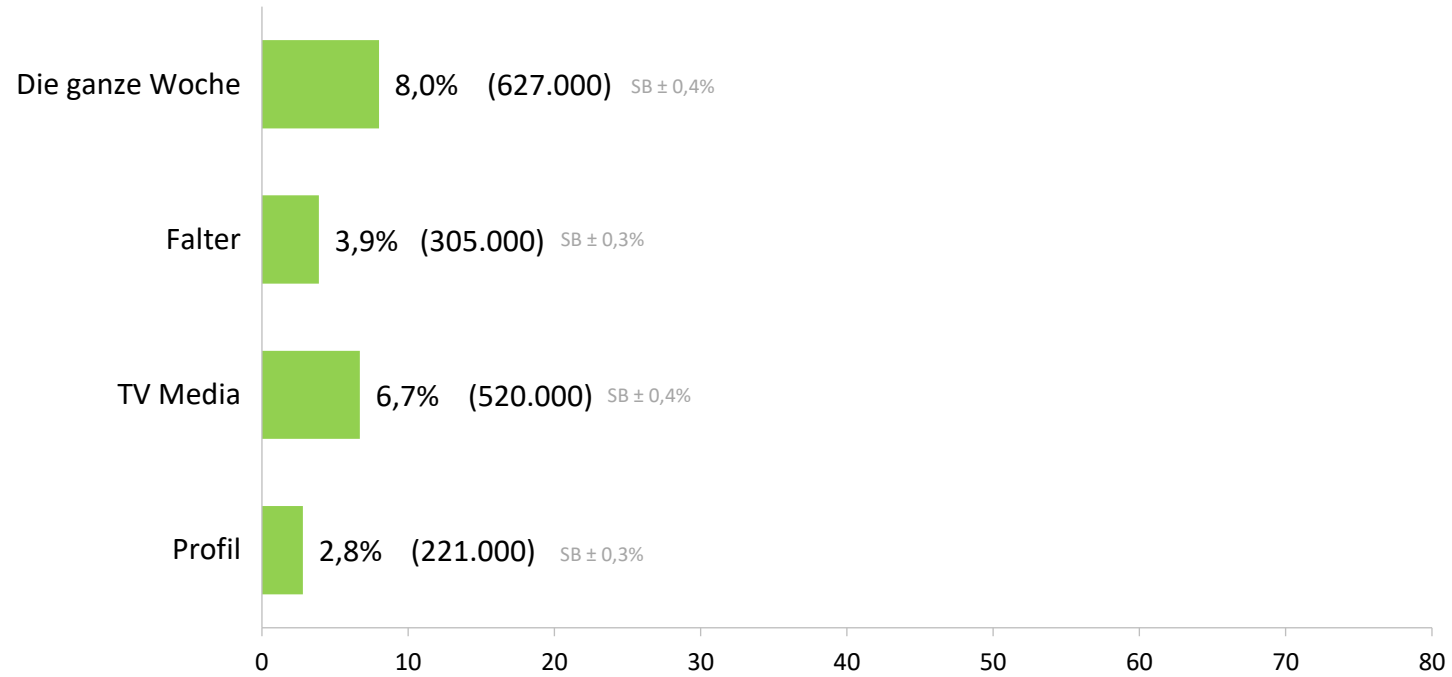


Regionale Medien GRATIS (Vorarlberg)

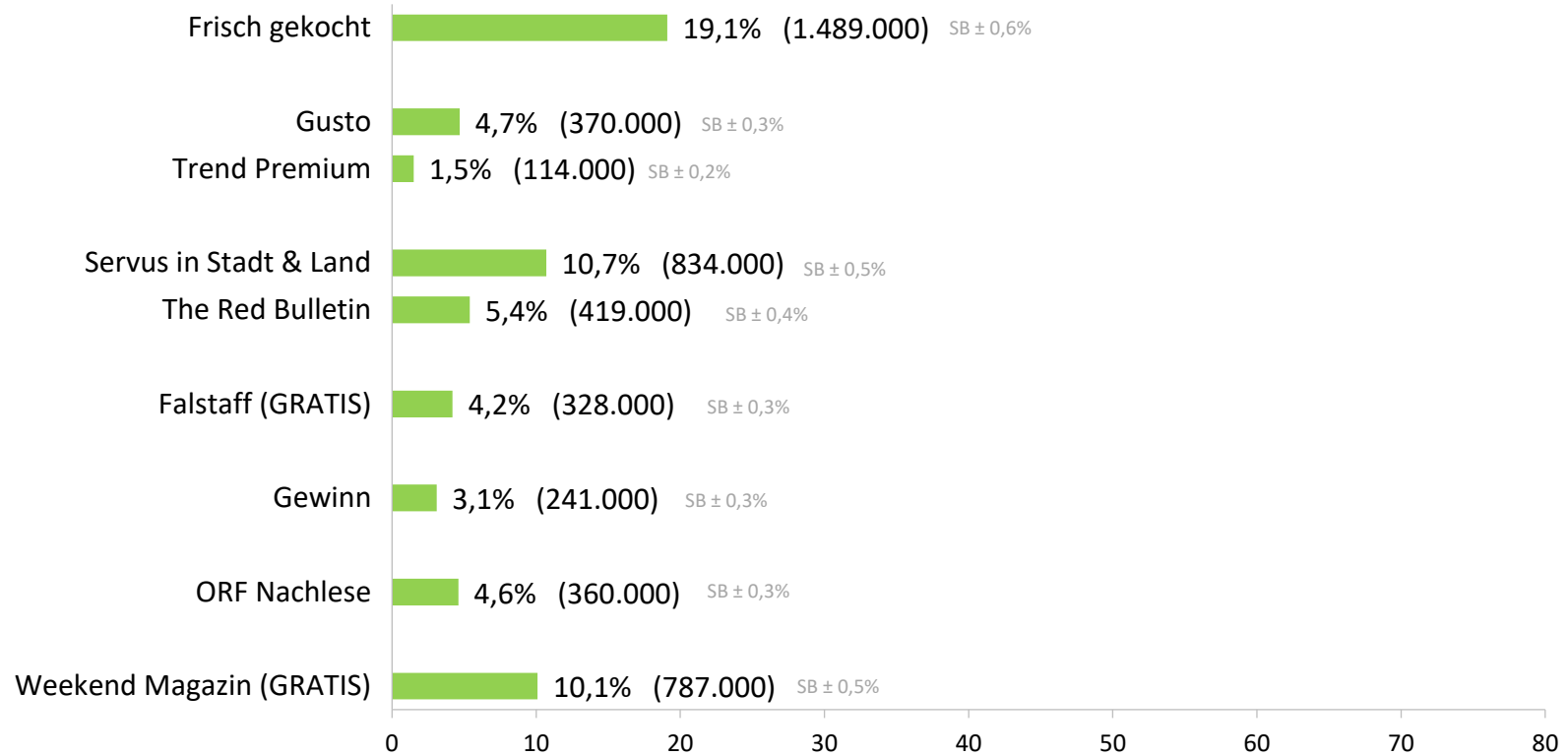
Regional erhobene Medien werden im Erhebungsgebiet (ein oder mehrere Bundesländer) ausgewiesen. Da diese Regionalmedien in den anderen Bundesländern nicht erhoben wurden, ist ein Vergleich mit anderen Medien im Total nicht zulässig! Vergleiche mit Werten regional erhobener Medien sind ausschließlich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



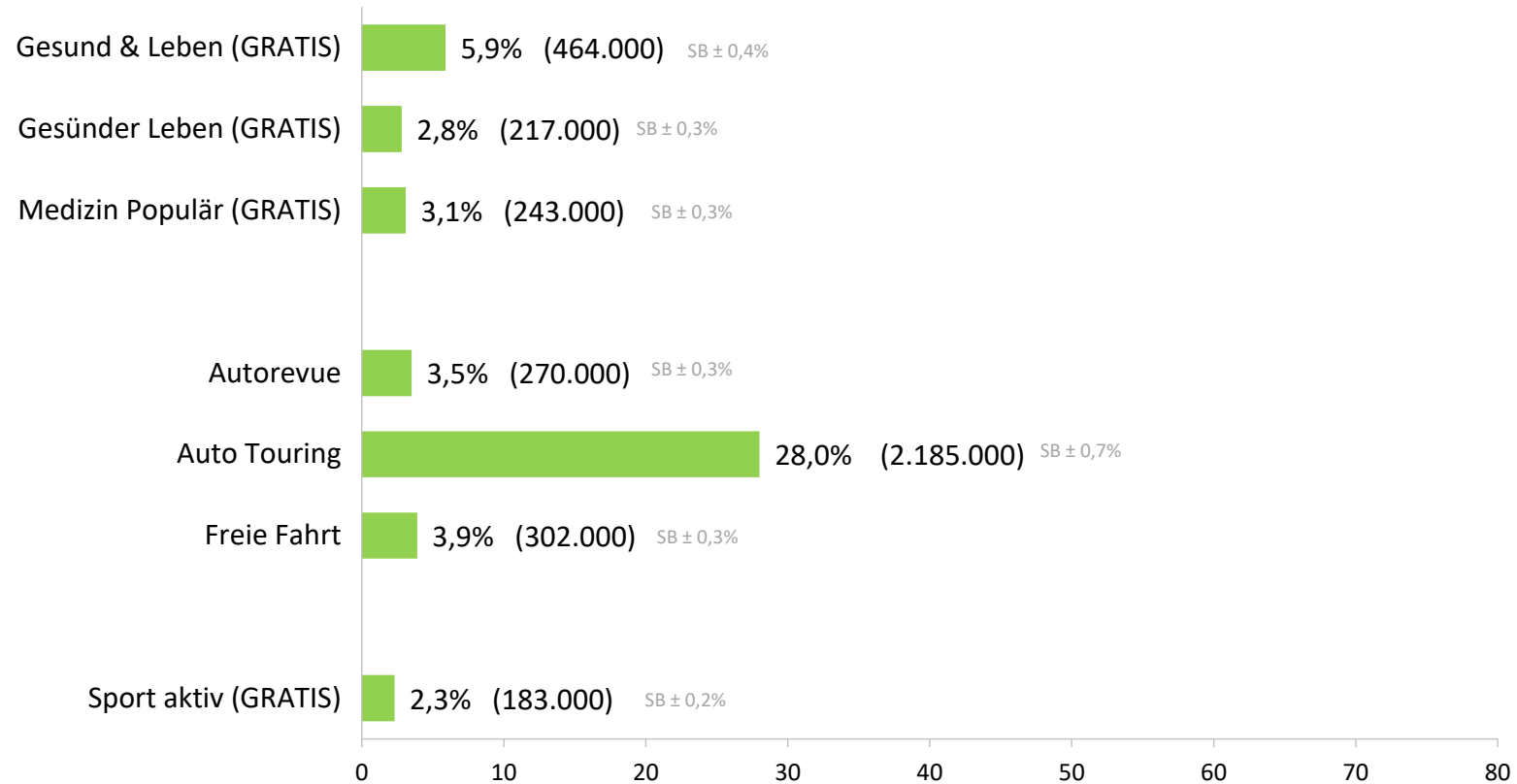
Illustrierte/Magazine wöchentlich



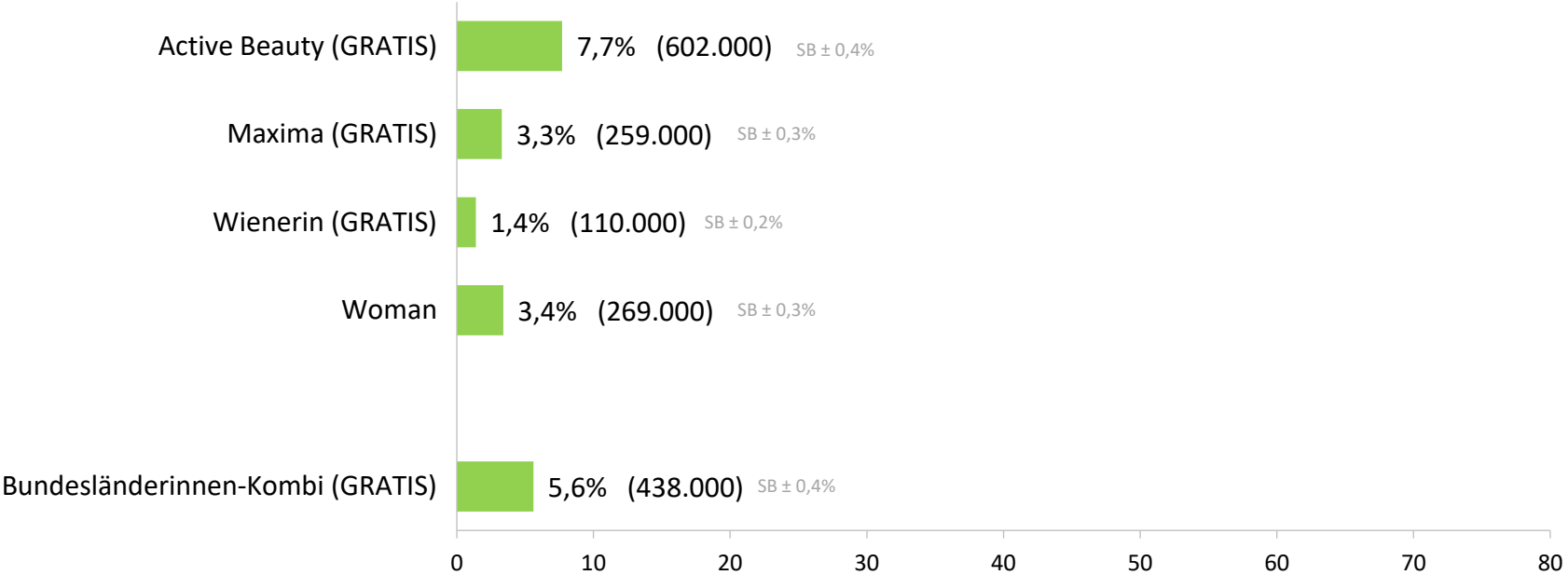
Illustrierte/Magazine monatlich



Special Interest Magazine monatlich

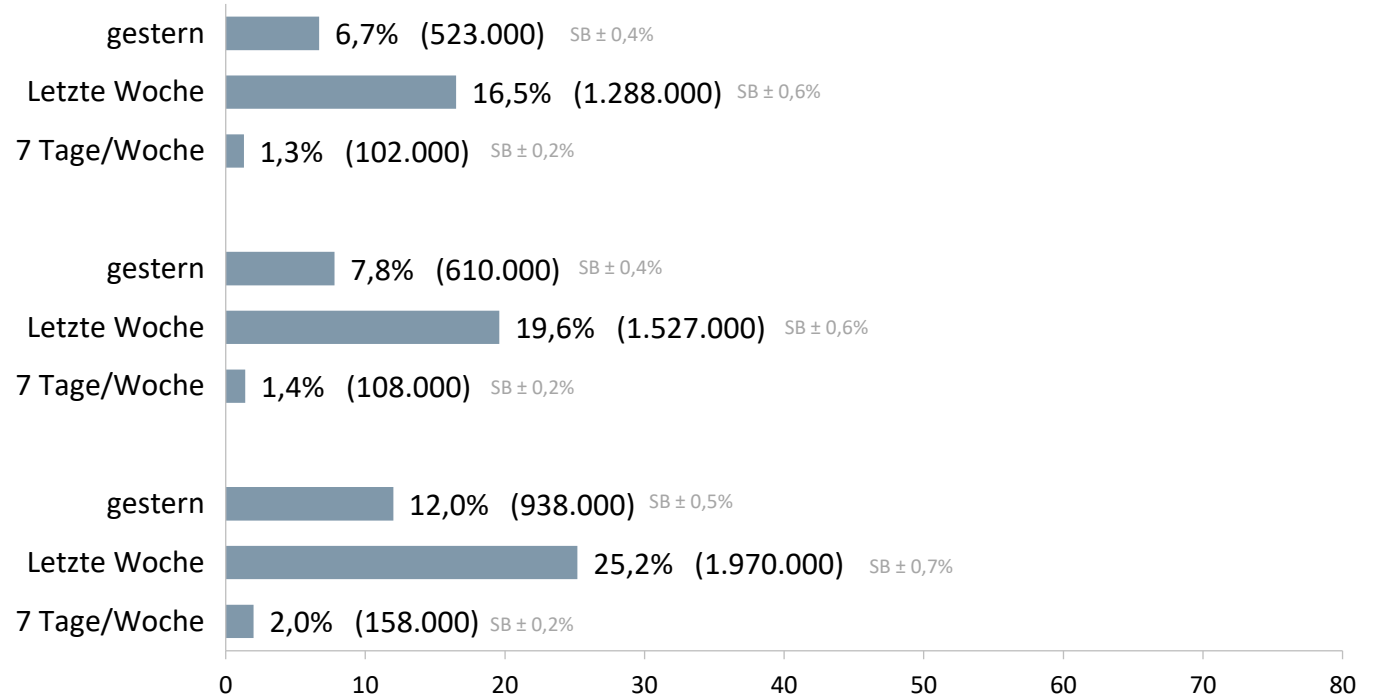


Frauenmagazine monatlich

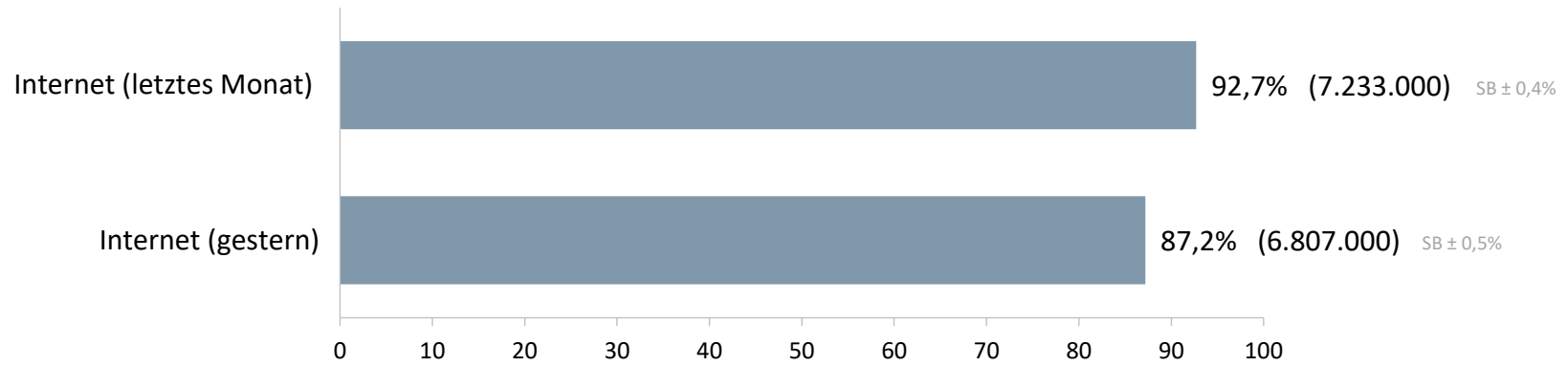


Bundesländerinnen-Kombi (GRATIS): Wienerin (GRATIS), Niederösterreicherin (GRATIS), NÖ, Burgenländerin (GRATIS), B, Steirerin (GRATIS), ST, Kärntner Monat (GRATIS), K, Oberösterreicherin (GRATIS), OÖ, Unser Salzburg (GRATIS), S, Tirolerin (GRATIS), T, Vorarlbergerin (GRATIS), V

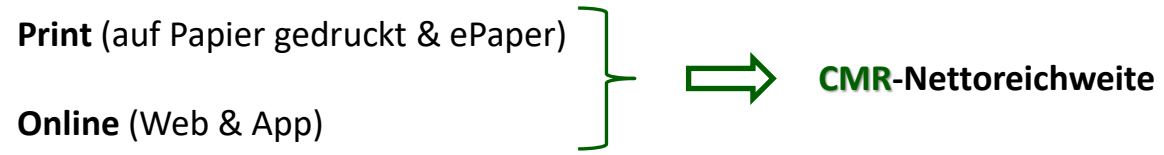
Infoscreen U-Bahn/U-Bahnstation



Letzte Nutzung



CMR - CrossMediaReach

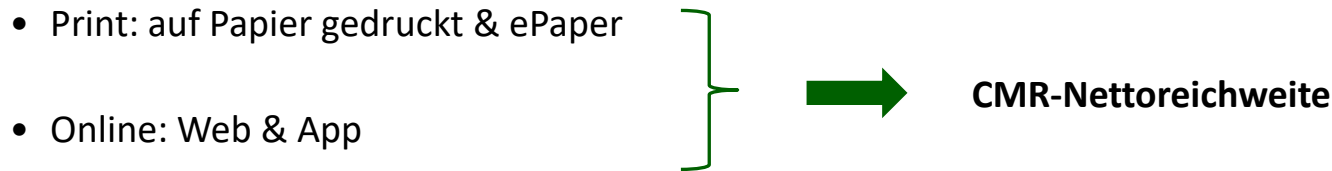


CMR - CrossMediaReach
(Print | Online)



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



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

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

Voraussetzung für die Teilnahme an der CMR ist die Ausweisung der Werte des entsprechenden Einzelangebots in den ÖWA-Zählbeständen des Jahres 2025. Generell gilt die Ausweisung von 3 ÖWA-Quartalen des jeweiligen Zeitraums als Mindestanforderung für die Justierung. Für das Jahr 2025 wurden seitens der ÖWA die Quartale 1, 2 und 4 veröffentlicht, deren Mittelwert die Justierungsbasis bildet. Die Justierung des erhobenen Online-Reichweitenwerts eines Mediums in der MA erfolgt grundsätzlich anhand der von der ÖWA ausgewiesenen Reichweite (Unique User) des zugehörigen Einzelangebots.

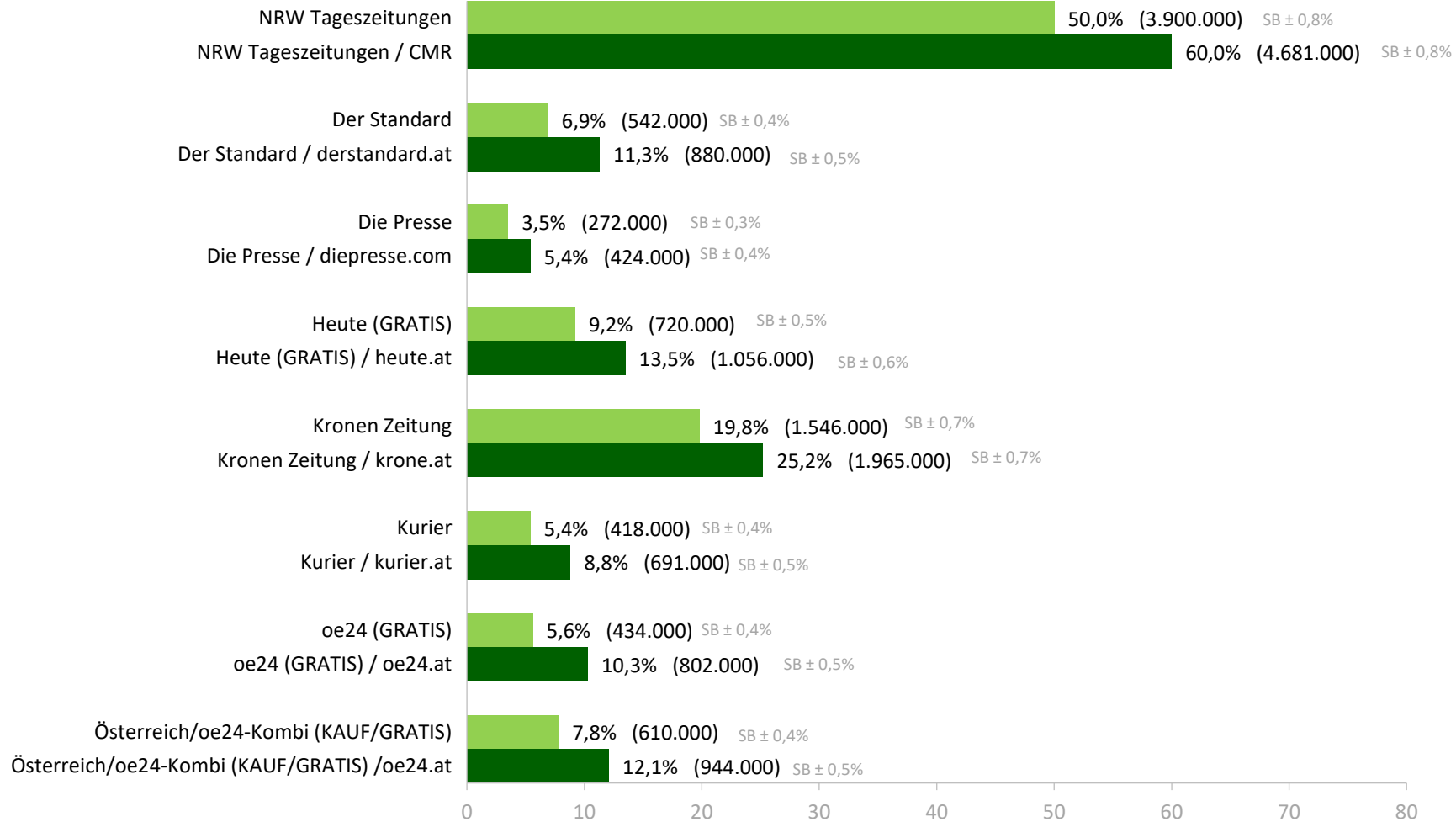
Werden die Inhalte eines Medientitels digital über mehrere gleichnamige Domains (web_locals) verbreitet, die sich nur durch die Top Level Domain (.at, .com, .ch, .de...) unterscheiden, und sind weiters ausschließlich diese gleichnamigen web_locals (Domains) unter dem Dachangebot zusammengefasst und ausgewiesen,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

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

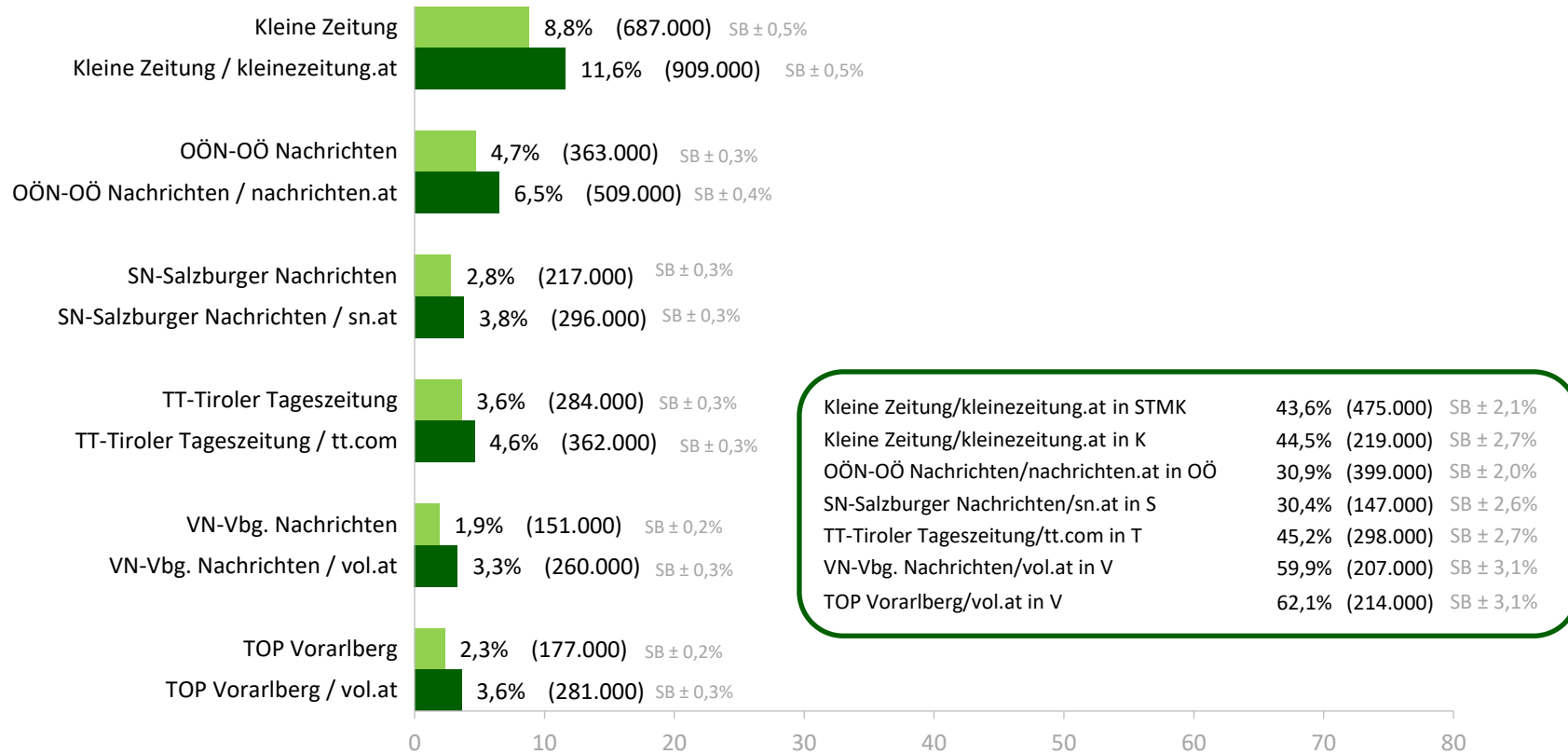
Onlinereichweite: Justierung an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA).

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

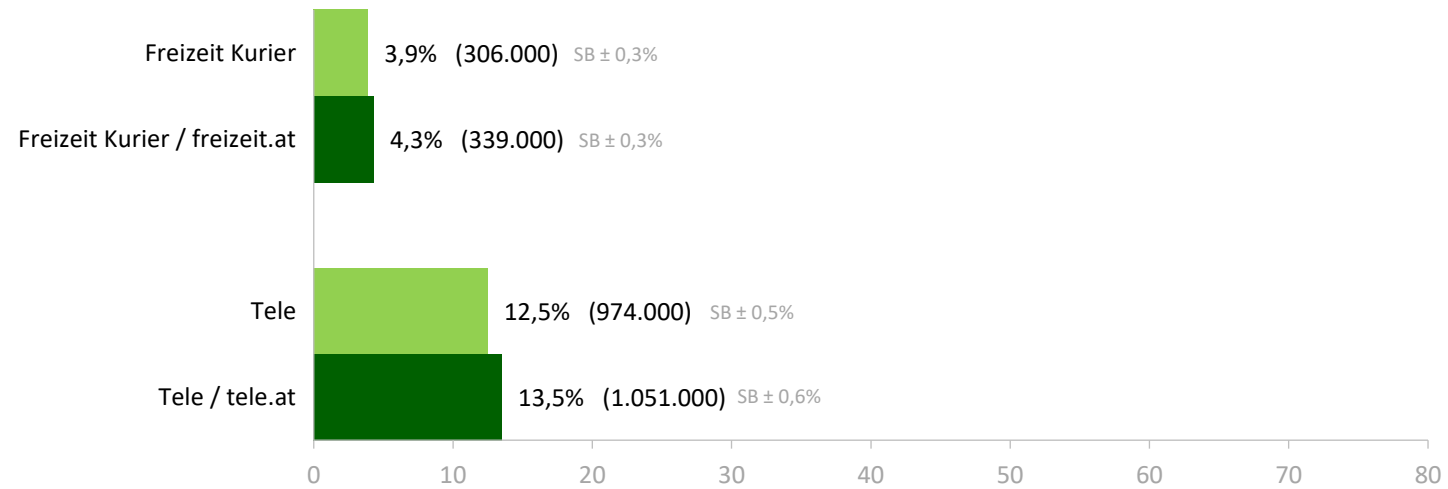
Print/CMR 2025 – Tageszeitungen I



Print/CMR 2025 – Tageszeitungen II

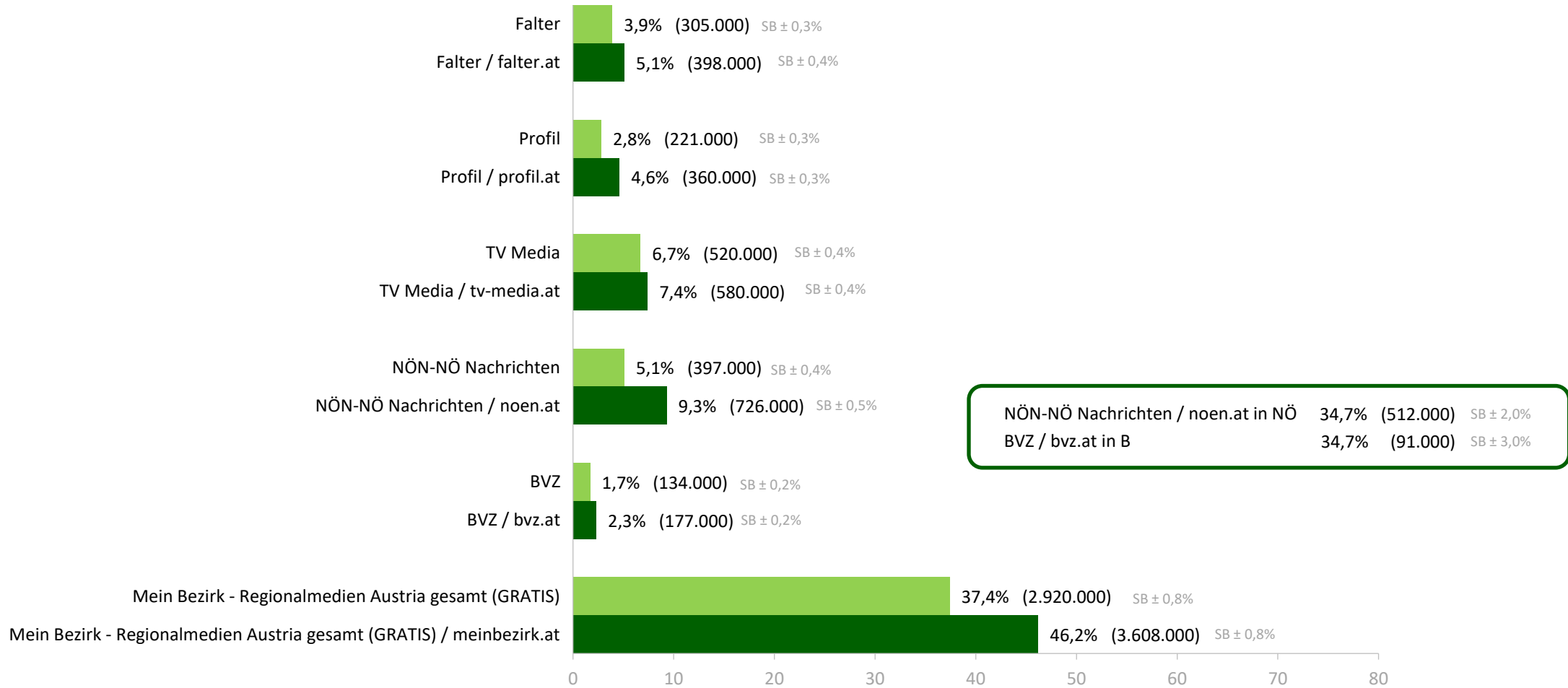


Print/CMR 2025 – Supplements

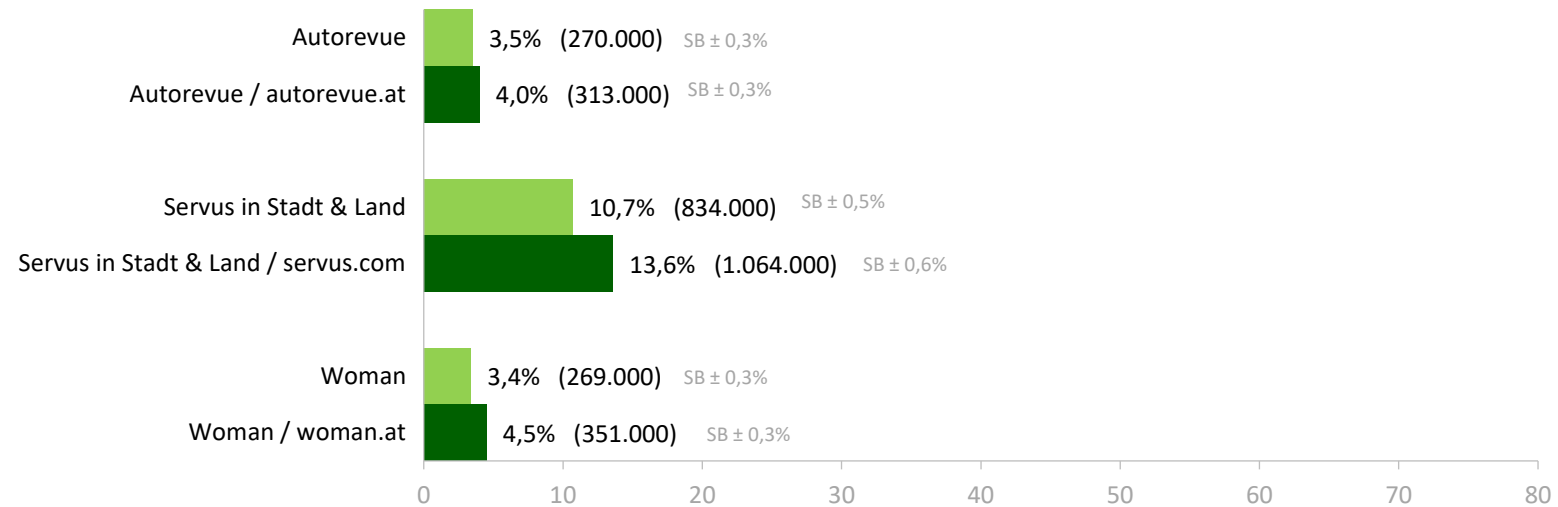


Print/CMR 2025

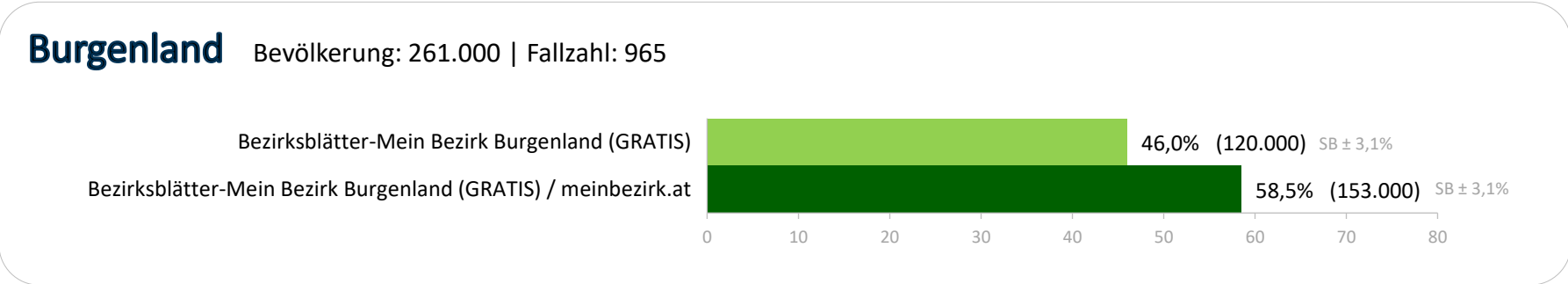
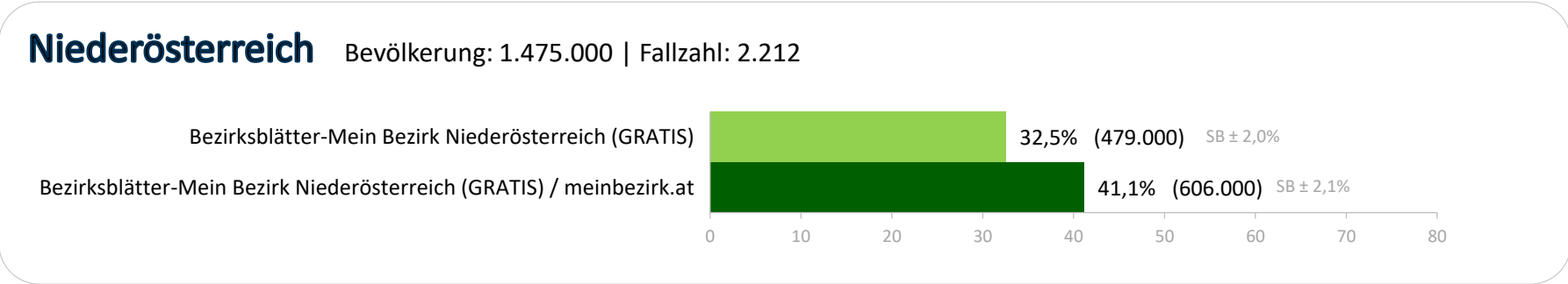
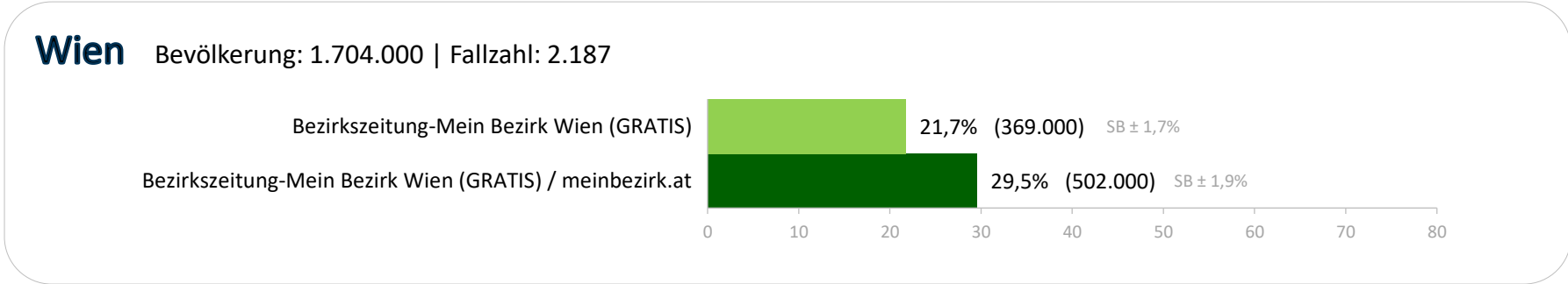
nationale/regionale Wochenmedien



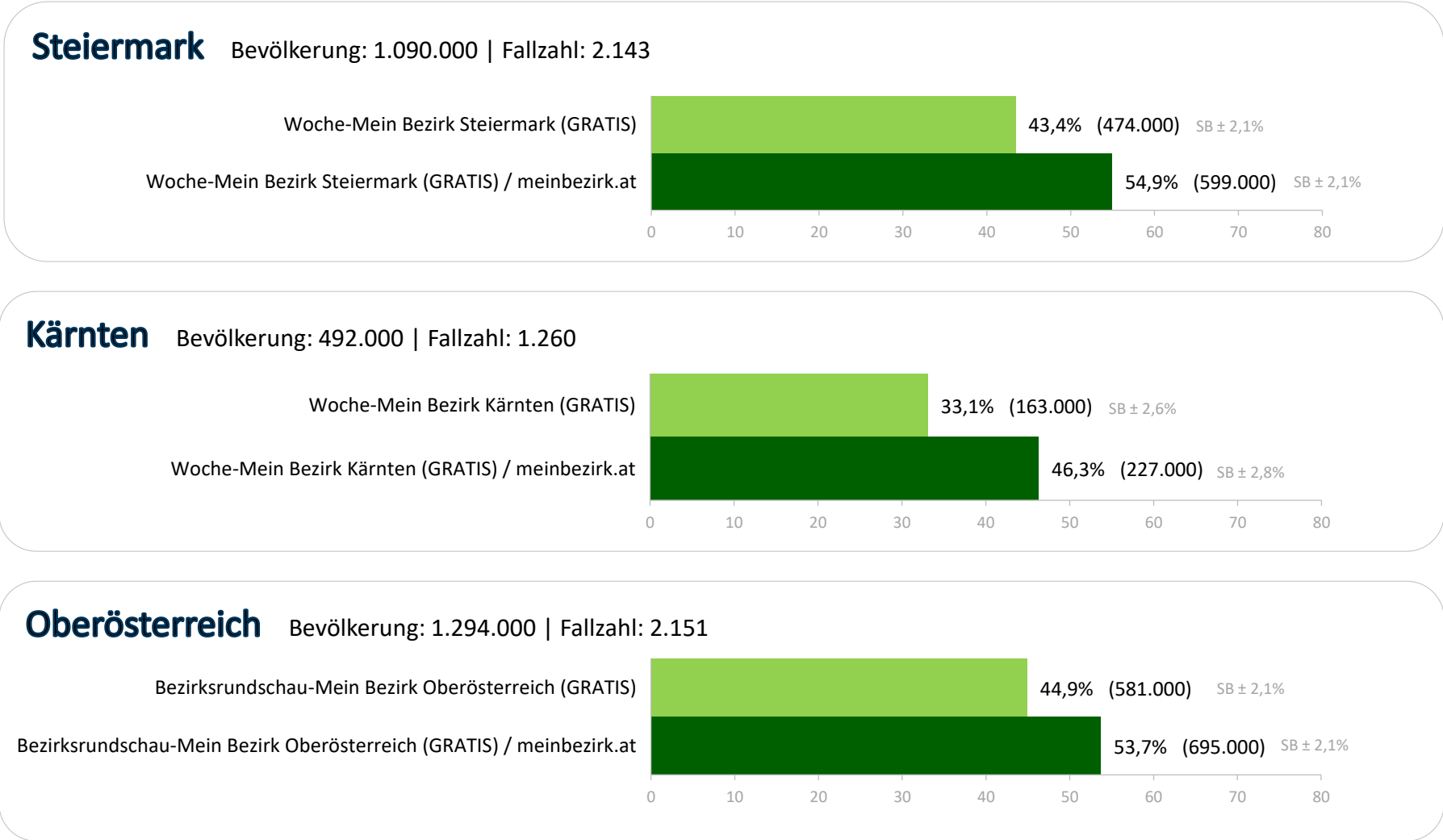
Print/CMR 2025 – Monatsmedien



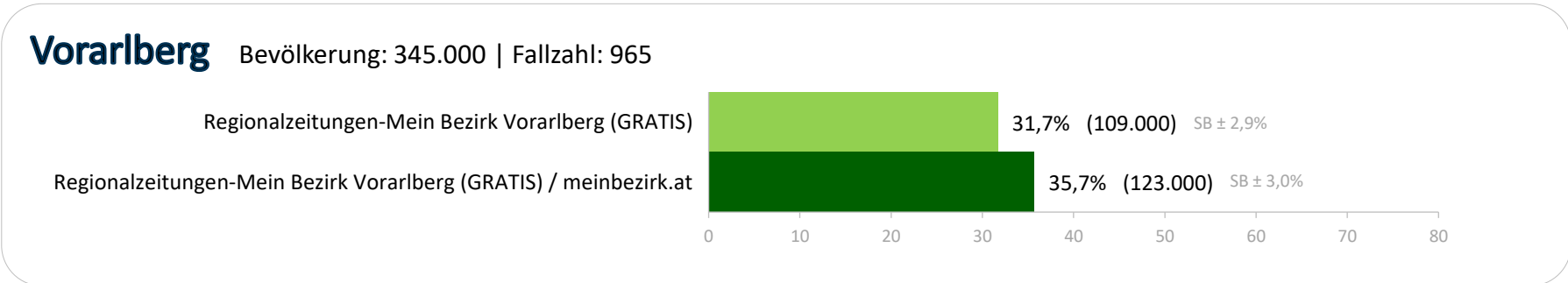
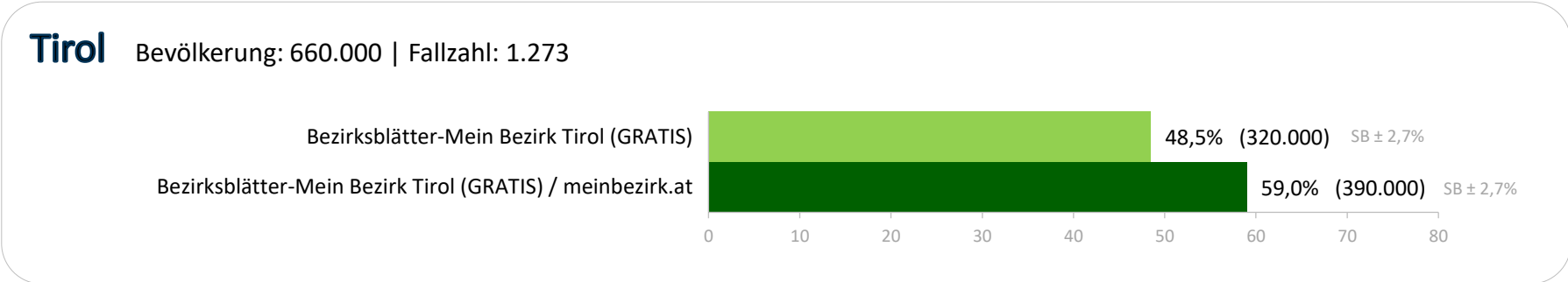
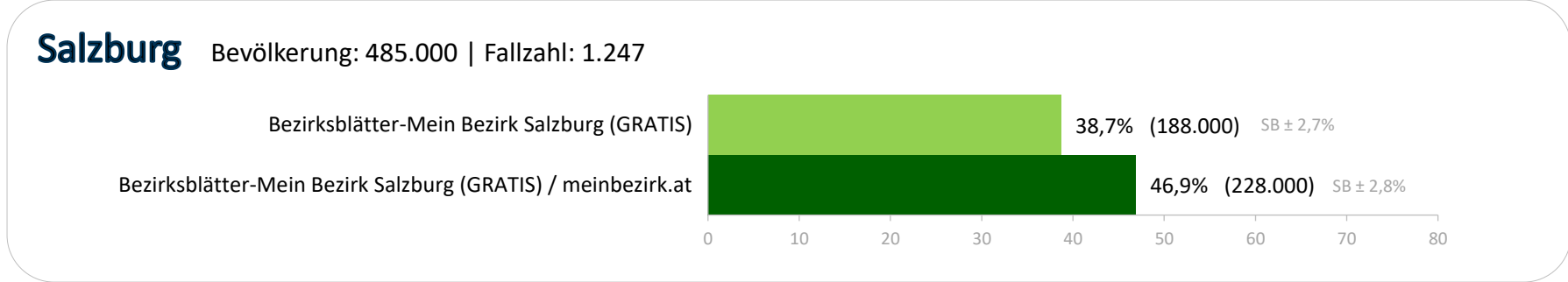
Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.



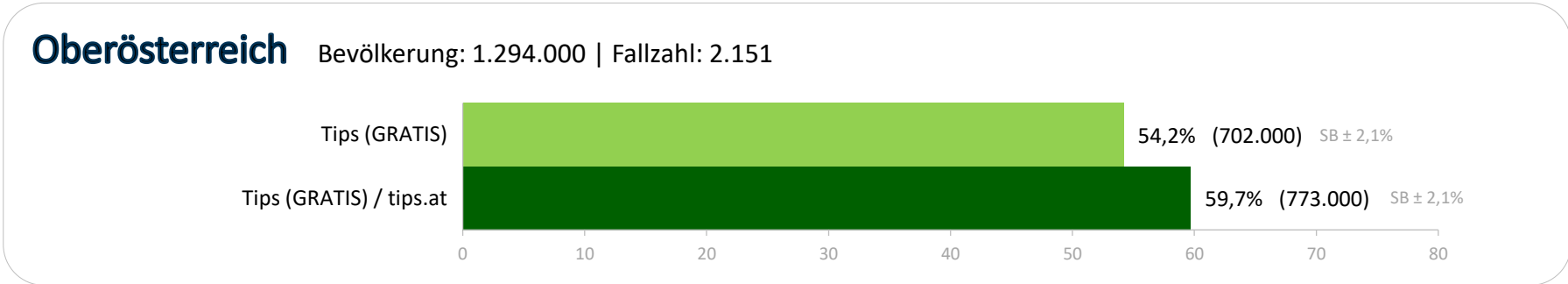
Über den Einsatz von Bundeslandfiltern ergeben sich zusätzlich zu den nationalen CMR-Nettoreichweiten auch CMR in den Bundesländern.



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.

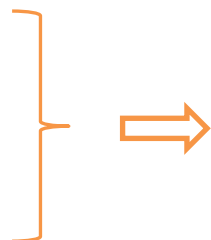


CMR+ - CrossMediaReach+

Print (auf Papier gedruckt & ePaper)

Online (Web & App)

Newsletter



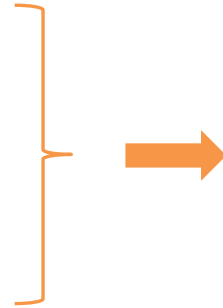
CMR+ Nettoreichweite

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

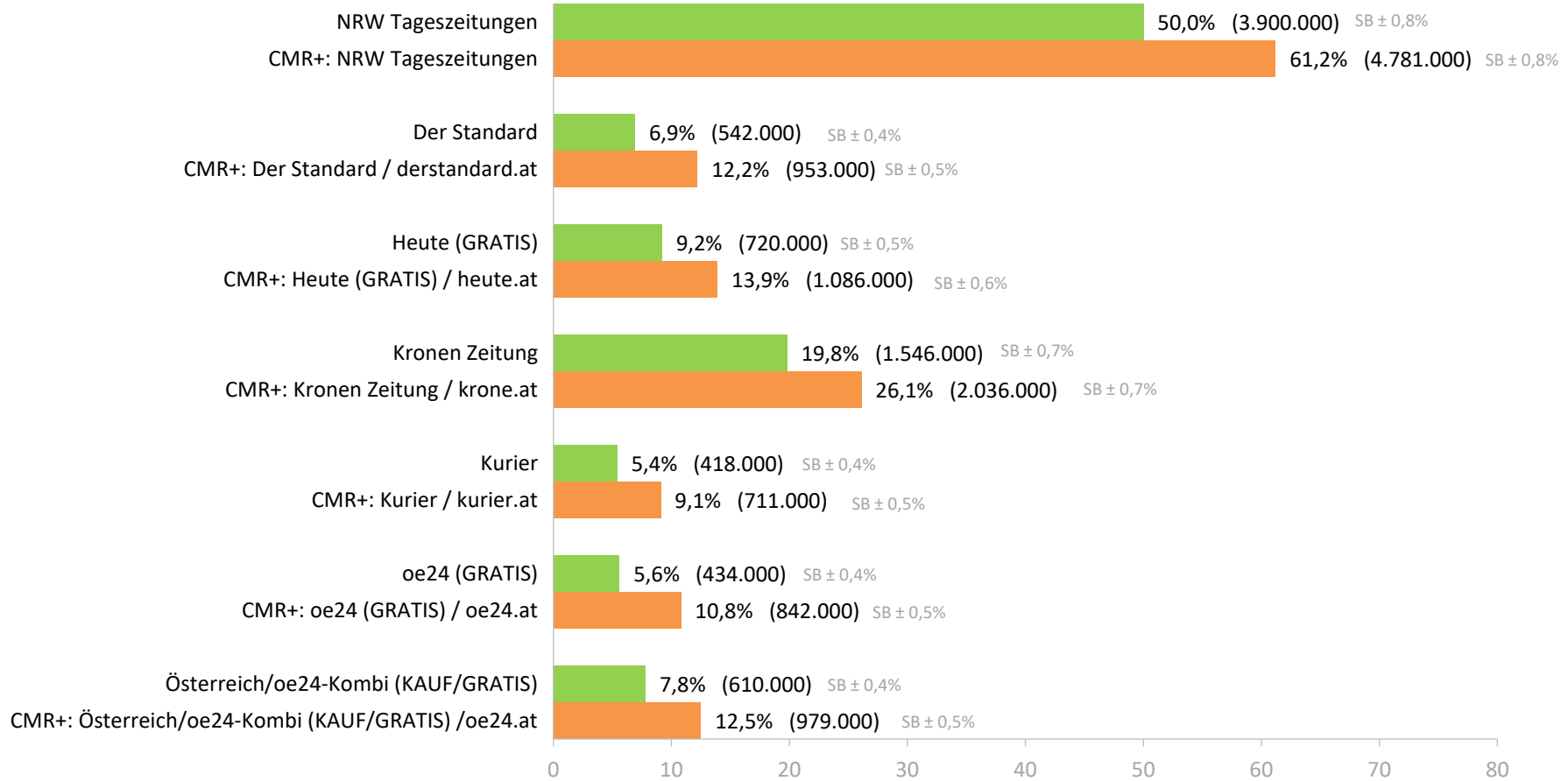
Bei Berichten über die CMR (CrossMediaReach) bzw. die CMR+ sowie bei Veröffentlichungen bzw. Werbung mit CMR-Werten muss die Justierungsgrundlage der Daten verpflichtend angegeben werden.

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

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

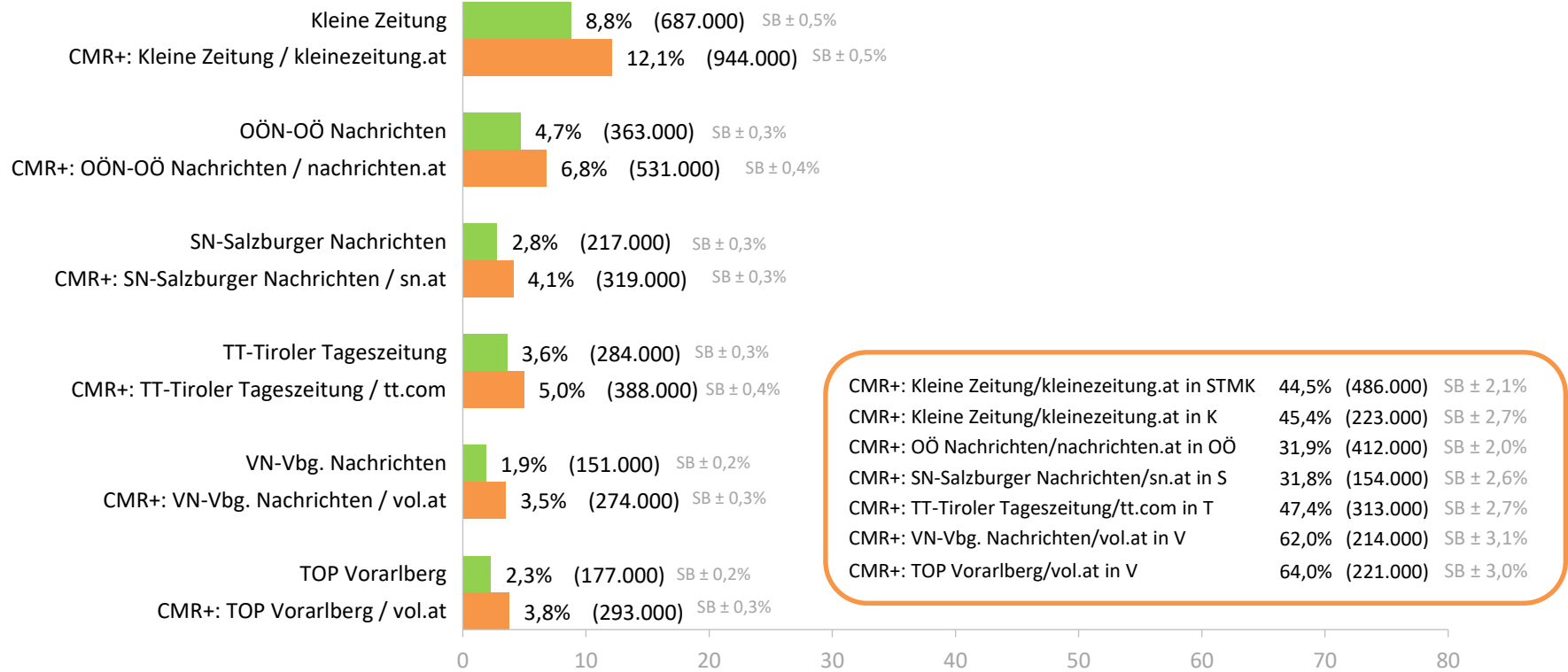
Print/CMR+ 2025 – Tageszeitungen I

CMR+  Print | Online | Newsletter




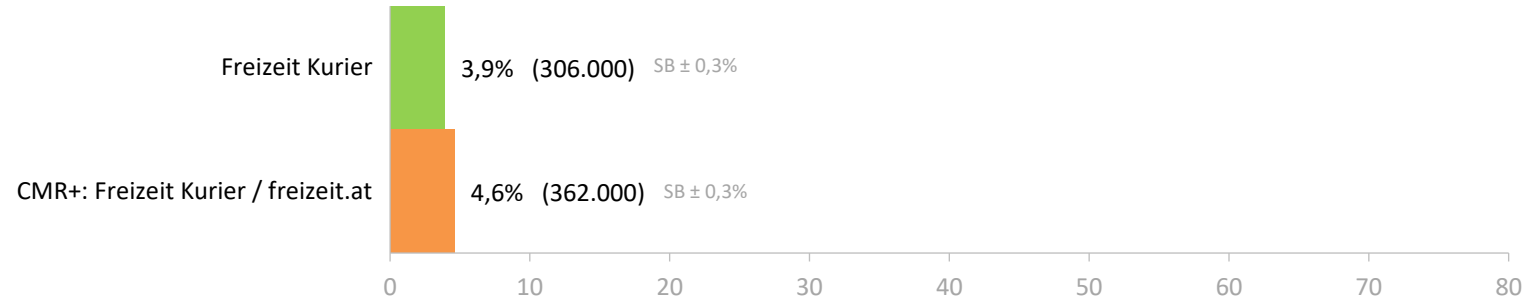
Der Wert NRW TAGESZEITUNGEN (CMR+) umfasst die Nettoreichweite aller in der MA erhobenen österreichischen Tageszeitungen, die zugehörigen erhobenen und justierten Online-Angebote, sowie Newsletter (inkl. DIE PRESSE, welche nicht ausgewiesen wird).

CMR+  **Print | Online | Newsletter**



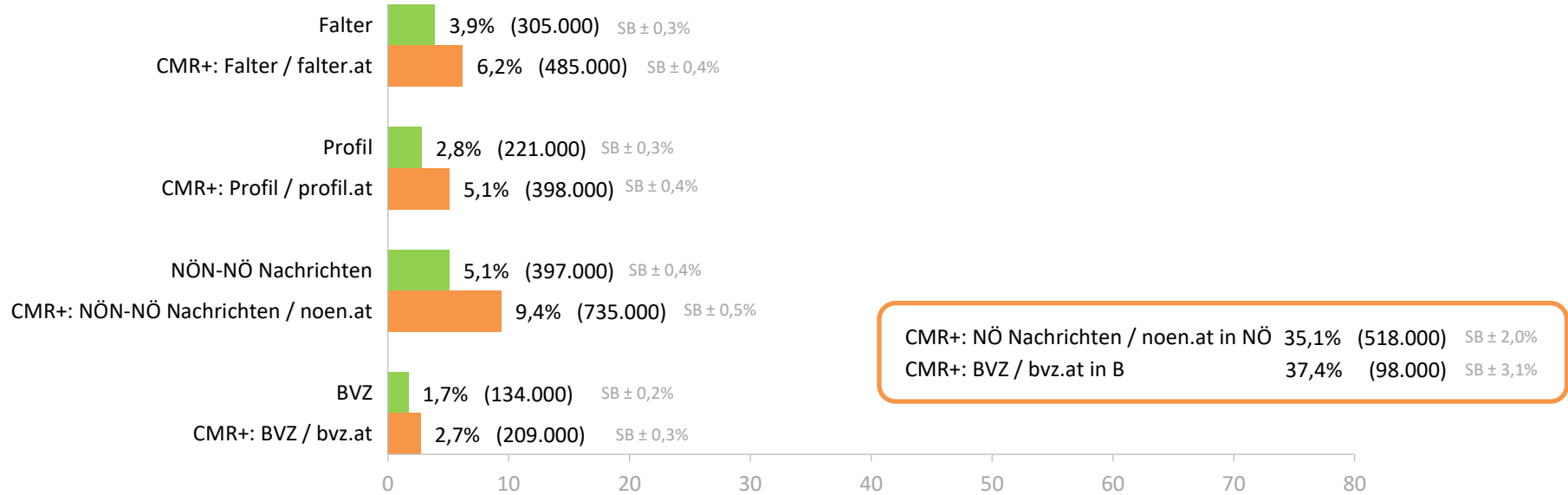
Print/CMR+ 2025 – Supplements

CMR+  Print | Online | Newsletter



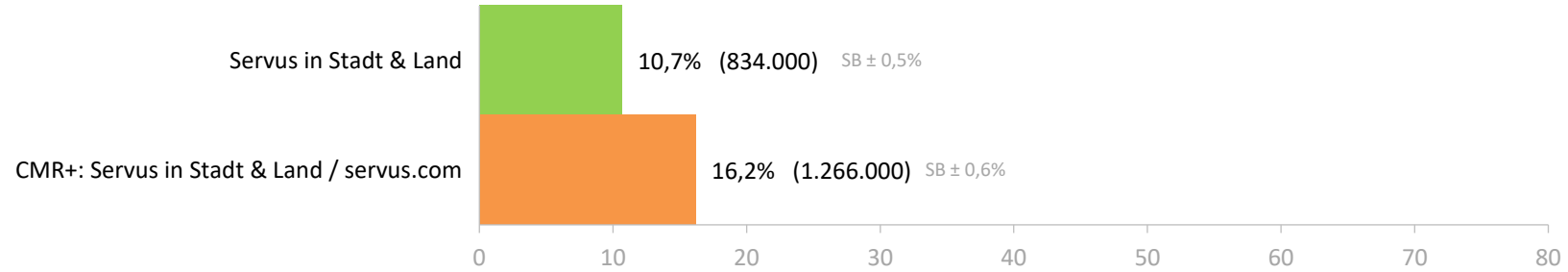
Print/CMR+ 2025 nationale/regionale Wochenmedien

CMR+  Print | Online | Newsletter



Print/CMR+ 2025 - Monatsmedien

CMR+  Print | Online | Newsletter





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



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