

SONDERWERBEFORMATE 2025

1.QUARTAL 2025

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



Methodensteckbrief

Grundgesamtheit: 7.805.512 Personen ab 14 Jahren.

Samplegröße: 1.949

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: Jänner bis März 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 Befragungsnotebook 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: **Einführungstext:** Zeitungen, Zeitschriften und Magazine enthalten neben klassischen Inseraten auch besondere Arten von Werbung. Nachstehend bitten wir Sie um Ihre Meinung zu diesen Sonderwerbformen, insbesondere im Vergleich zu normalen Anzeigen.

Einführungsfragen: Haben Sie diese Werbeform schon einmal gesehen?

Werbeformen:

- A. Werbe-Beilagen in Zeitungen und Zeitschriften
- B. Aufgeklebte Karten mit Rabatt-/Aktionsmarken
- C. Aufgeklebte Karten auf oder in der Zeitung / Zeitschrift
- D. Ganzseitige Werbungen auf der Titelseite
- E. Aufklappbare Werbeformen auf der Titelseite
- F. Schleifen oder Banderolen - entweder aufgedruckt oder um die gesamte Zeitung / Zeitschrift angebracht
- G. Duft-/Warenproben in der Zeitung / Zeitschrift

Fragen (Basis Bekanntheit der Werbeformen):

Wie sehr treffen folgenden Aussagen zu?

- 1. [Werbeformen] sind besonders auffällig.
- 2. [Werbeformen] vermitteln mir interessante Informationen.
- 3. [Werbeformen] sind hilfreich für Entscheidungen beim Kauf von Produkten oder Dienstleistungen.
- 4. Ich verwende [Werbeformen] bzw. die Information darauf.
- 5. [Werbeformen] waren schon der Grund dafür, dass ich Produkte oder Dienstleistungen gekauft habe.
- 6. [Werbeformen] haben mich dazu angeregt, mich näher über das beworbene Produkt / die beworbene Dienstleistung zu informieren.
- 7. Ich hebe *Werbebeilagen* auf, um sie später nochmal zu nutzen. [Nur für A. gefragt]
- 8. *Werbebeilagen* werden auch von anderen Personen genutzt. [Nur für A. gefragt]

5stufige Skala: 1 – trifft sehr zu | 5 – trifft gar nicht zu

Darstellung der Ergebnisse:

Top-Box (1,2) – trifft (sehr) zu
Werbeformen:

- Werbe-Beilagen (A)
- Aufgeklebte Karten (B,C)
- Titelseitenwerbung (D,E)
- Schleifen oder Banderolen - entweder aufgedruckt oder um die gesamte Zeitung/Zeitschrift angebracht (F)
- Duft-/Warenproben in der Zeitung/Zeitschrift (G)

Items:

- auffällig (1)
- nützlich (2,3)
- bewirkt Aktivität (4,5,6)
- Nur Werbebeilagen:
- mehrfach genutzt (7,8)

Ungewichtete Fallzahlen

Media-Analyse 2025 1. Quartal		Bundesland									Werbeform bekannt				
	Fallzahl (ungewichtet)	Wien	Niederösterreich	Burgenland	Steiermark	Kärnten	Oberösterreich	Salzburg	Tirol	Vorarlberg	Werbebeilagen	Aufgeklebte Karten	Titelseitenwerbung	Schleifen oder Bänderolen	Duft-Warenproben
Total	1.949	390	384	105	302	115	288	94	153	118	1.304	1.457	1.393	839	1.128
Geschlecht															
Männer	1.019	198	197	44	170	54	163	48	81	64	696	776	751	434	495
14 - 29 Jahre	131	34	25	2	29	2	17	6	11	5	77	89	89	52	58
30 - 49 Jahre	340	73	65	12	57	19	58	13	27	16	239	260	269	155	185
50 oder älter	548	91	107	30	84	33	88	29	43	43	380	427	393	227	252
Frauen	930	192	187	61	132	61	125	46	72	54	608	681	642	405	633
14 - 29 Jahre	100	26	12	5	23	4	11	2	10	7	68	68	73	46	64
30 - 49 Jahre	340	67	68	22	60	18	45	17	28	15	221	259	251	163	261
50 oder älter	490	99	107	34	49	39	69	27	34	32	319	354	318	196	308
Alter															
14 - 19 Jahre	63	10	9	5	18	1	8	2	5	5	27	35	34	24	30
20 - 29 Jahre	168	50	28	2	34	5	20	6	16	7	118	122	128	74	92
30 - 39 Jahre	320	79	54	15	53	16	46	16	27	14	213	246	245	138	205
40 - 49 Jahre	360	61	79	19	64	21	57	14	28	17	247	273	275	180	241
50 - 59 Jahre	360	66	77	22	47	19	59	20	26	24	236	267	244	171	205
60 - 69 Jahre	391	70	82	29	51	29	61	20	28	21	271	303	274	156	204
70 oder älter	287	54	55	13	35	24	37	16	23	30	192	211	193	96	151
Abgeschlossene Schulbildung															
kein Pflichtschulabschluss	10	1	1	1	2	1	1	-	3	-	5	4	4	2	4
Pflichtschule (9-jährige Schulpflicht)	166	31	33	11	29	10	26	4	11	11	72	98	83	46	69
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	811	112	161	48	129	47	146	35	71	62	488	569	521	279	411
Matura/Kolleg	399	89	94	18	62	21	43	24	29	19	302	320	316	204	246
Hochschule, Universität, Fachhochschule	563	157	95	27	80	36	72	31	39	26	437	466	469	308	398
Bundesland															
Wien	390	390	-	-	-	-	-	-	-	-	264	295	296	179	259
Niederösterreich	384	-	384	-	-	-	-	-	-	-	254	278	266	163	217
Burgenland	105	-	-	105	-	-	-	-	-	-	69	73	70	38	65
Steiermark	302	-	-	-	302	-	-	-	-	-	204	241	216	156	163
Kärnten	115	-	-	-	-	115	-	-	-	-	75	81	79	45	62
Oberösterreich	288	-	-	-	-	-	288	-	-	-	196	215	205	98	154
Salzburg	94	-	-	-	-	-	-	94	-	-	66	71	74	45	60
Tirol	153	-	-	-	-	-	-	-	153	-	93	109	102	65	74
Vorarlberg	118	-	-	-	-	-	-	-	-	118	83	94	85	50	74
Urban-Rural-Typologie															
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.099	390	144	16	143	53	136	53	83	81	732	813	791	461	657
Regionale Zentren	82	-	20	12	20	6	12	5	5	2	53	65	63	36	42
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	328	-	113	27	49	21	64	19	21	14	238	254	242	163	207
Ländlicher Raum	440	-	107	50	90	35	76	17	44	21	281	325	297	179	222
Sondergruppen															
14 - 24 Jahre	120	25	19	7	26	4	17	6	8	8	69	76	80	45	57
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.199	256	231	57	204	60	181	56	91	63	795	890	876	558	739
HaupteinkommensbezieherIn	1.626	346	322	83	242	99	236	73	130	95	1.103	1.238	1.173	697	939
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.801	345	355	100	281	111	272	87	144	106	1.217	1.365	1.310	790	1.057
hohe Printaffinität: mind. 10 WLK (gedruckt; 10 WLK = Median)	1.067	203	214	58	164	70	161	58	76	63	738	836	796	495	680
Kaufkraftstufen: 1-3	1.188	240	241	54	168	73	176	63	90	83	848	928	893	528	720
Haushaltsführung: (überwiegend) allein	841	194	152	42	115	53	116	44	71	54	537	619	572	347	490
Beitrag zur freien Verfügung: € 600 und mehr	763	163	152	34	117	42	134	32	52	37	539	599	579	356	458
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 3 -									Feldzeit: Jänner bis März 2025				
Filter: Total		www.media-analyse.at													



TABELLEN

SONDERWERBEFORMATE

Österreich in Prozent		Werbeform bekannt				
	Fälle	Werbebeilagen	Aufgeklebte Karten	Titelseitenwerbung	Schleifen oder Bänderolen	Duft-Warenproben
Total	1.949	65,8	73,5	69,9	39,4	55,5
Geschlecht						
Männer	955	66,1	74,1	70,5	35,6	44,5
14 - 29 Jahre	204	64,0	73,2	72,0	32,4	45,0
30 - 49 Jahre	309	68,0	74,0	77,7	36,4	50,6
50 oder älter	443	65,8	74,6	64,9	36,5	39,9
Frauen	994	65,6	72,9	69,2	43,1	66,1
14 - 29 Jahre	192	71,3	77,5	78,1	54,1	69,2
30 - 49 Jahre	305	60,2	74,4	69,5	45,6	72,5
50 oder älter	497	66,7	70,2	65,6	37,3	60,9
Alter						
14 - 19 Jahre	132	51,2	73,8	59,1	34,3	55,0
20 - 29 Jahre	264	75,7	76,0	82,8	47,2	57,7
30 - 39 Jahre	314	63,7	72,6	74,5	40,3	60,1
40 - 49 Jahre	299	64,6	75,9	72,6	41,8	63,0
50 - 59 Jahre	336	64,9	73,3	66,1	47,5	55,7
60 - 69 Jahre	294	65,5	74,3	65,7	34,0	51,4
70 oder älter	310	68,5	69,2	64,1	28,2	45,5
Abgeschlossene Schulbildung						
kein Pflichtschulabschluss	19	57,8	56,6	28,6	5,6	24,8
Pflichtschule (9-jährige Schulpflicht)	325	53,4	66,4	62,3	27,1	48,5
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	917	62,8	71,1	64,7	35,1	50,8
Matura/Kolleg	335	80,1	79,7	79,9	51,6	63,1
Hochschule, Universität, Fachhochschule	354	72,3	81,3	82,9	52,3	68,5
Bundesland						
Wien	425	64,2	71,6	73,5	45,2	61,8
Niederösterreich	368	65,3	71,5	62,2	35,5	49,3
Burgenland	65	67,6	71,4	72,4	36,6	58,2
Steiermark	272	69,2	76,9	70,8	49,8	54,7
Kärnten	123	69,2	78,4	75,6	39,5	56,7
Oberösterreich	323	66,4	73,8	71,4	28,8	54,3
Salzburg	121	60,0	73,8	77,1	39,3	50,1
Tirol	165	63,8	69,0	63,9	36,4	49,7
Vorarlberg	86	69,4	82,2	67,3	42,5	72,2
Urban-Rural-Typologie						
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.051	65,1	72,8	70,9	40,3	57,1
Regionale Zentren	70	65,6	78,8	77,2	51,5	47,5
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	319	70,8	75,2	70,3	39,8	59,2
Ländlicher Raum	509	64,3	73,2	66,5	35,7	50,9
Sondergruppen						
14 - 24 Jahre	246	65,9	75,7	73,6	41,6	55,5
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.238	64,8	74,0	72,7	44,0	60,2
HaupteinkommensbezieherIn	1.446	66,3	74,2	69,4	37,9	54,5
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.786	66,2	74,2	70,8	39,6	56,1
hohe Printaffinität: mind. 10 WLK (gedruckt; 10 WLK = Median)	1.045	66,1	75,8	71,4	43,1	62,1
Kaufkraftstufen:						
1-3	988	70,8	77,7	73,9	41,3	57,9
Haushaltsführung:						
(überwiegend) allein	807	62,6	72,4	66,6	37,8	55,5
Beitrag zur freien Verfügung: € 600 und mehr	646	68,0	76,9	73,8	44,1	55,9
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 5 -				
Filter: Total		Feldzeit: Jänner bis März 2025				
		www.media-analyse.at				

SONDERWERBEFORMATE

Österreich in Prozent		Werbebeilagen				
trifft (sehr) zu		Fälle	auffällig	nützlich	bewirkt Aktivität	mehrfach genutzt
Total	1.283	43,3	33,6	40,6	36,2	
Geschlecht						
Männer	632	41,0	30,9	34,4	32,2	
14 - 29 Jahre	130	32,6	25,8	23,4	23,8	
30 - 49 Jahre	210	42,6	31,3	36,9	36,2	
50 oder älter	291	43,6	32,8	37,5	33,0	
Frauen	652	45,5	36,2	46,6	40,1	
14 - 29 Jahre	137	32,3	18,3	32,5	37,7	
30 - 49 Jahre	183	51,2	49,9	55,6	45,6	
50 oder älter	331	47,9	36,0	47,5	38,0	
Alter						
14 - 19 Jahre	67	39,6	17,3	28,6	30,4	
20 - 29 Jahre	200	30,0	23,6	27,9	31,1	
30 - 39 Jahre	200	45,1	36,6	41,7	33,9	
40 - 49 Jahre	193	48,2	43,5	49,7	47,5	
50 - 59 Jahre	218	43,9	39,8	46,1	45,6	
60 - 69 Jahre	193	39,2	32,5	38,5	31,9	
70 oder älter	212	53,9	30,9	43,3	28,9	
Abgeschlossene Schulbildung						
kein Pflichtschulabschluss	11	20,7	20,7	28,4	28,4	
Pflichtschule (9-jährige Schulpflicht)	173	52,5	34,1	44,6	34,1	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	575	46,1	38,0	45,1	42,8	
Matura/Kolleg	268	35,3	27,7	33,9	28,2	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	255	40,1	30,0	35,2	31,4	
Bundesland						
Wien	273	42,2	32,3	32,7	26,8	
Niederösterreich	240	43,9	30,6	38,9	31,6	
Burgenland	44	37,2	18,0	25,1	23,1	
Steiermark	188	42,1	30,4	36,7	33,5	
Kärnten	85	32,0	43,9	47,7	40,3	
Oberösterreich	215	42,4	39,6	52,2	45,6	
Salzburg	73	52,6	39,2	39,1	36,4	
Tirol	105	52,4	32,6	48,8	54,6	
Vorarlberg	60	46,4	31,6	43,4	43,3	
Urban-Rural-Typologie						
Urbane Zentren – Stadtregionen	684	42,8	34,5	41,0	37,9	
Regionale Zentren	46	31,3	27,1	34,9	22,9	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	226	39,1	29,2	34,5	27,4	
Ländlicher Raum	327	48,9	35,6	44,7	40,5	
Sondergruppen						
14 - 24 Jahre	162	36,8	19,2	24,4	26,6	
haushaltsführend bis 59 Jahre	803	42,8	36,0	42,4	40,8	
HaupteinkommensbezieherIn	959	46,1	36,6	42,5	37,9	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.182	44,3	35,2	42,8	37,8	
hohe Printaffinität: mind. 10 WLK (gedruckt; 10 WLK = Median)	691	47,4	41,3	52,2	45,2	
Kaufkraftstufen: 1-3	700	46,3	31,0	39,4	34,6	
Haushaltsführung: (überwiegend) allein	506	52,0	38,2	43,9	35,6	
Beitrag zur freien Verfügung: € 600 und mehr	439	44,5	35,7	42,6	37,2	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 6 -				Feldzeit: Jänner bis März 2025
Filter: Bekanntheit der Werbeform						www.media-analyse.at

SONDERWERBEFORMATE

Österreich in Prozent		Aufgeklebte Karten			
trifft (sehr) zu		Fälle	auffällig	nützlich	bewirkt Aktivität
Total	1.432	65,8	53,9	66,6	
Geschlecht					
Männer	708	61,8	47,6	62,9	
14 - 29 Jahre	149	62,3	43,5	55,4	
30 - 49 Jahre	228	60,8	51,3	65,0	
50 oder älter	331	62,1	46,9	64,7	
Frauen	724	69,7	60,1	70,2	
14 - 29 Jahre	149	48,0	52,2	55,9	
30 - 49 Jahre	227	74,3	63,3	73,7	
50 oder älter	349	76,0	61,4	74,1	
Alter					
14 - 19 Jahre	97	58,9	54,3	55,0	
20 - 29 Jahre	201	53,4	44,7	56,0	
30 - 39 Jahre	228	70,7	60,4	68,5	
40 - 49 Jahre	227	64,4	54,2	70,2	
50 - 59 Jahre	246	72,9	59,3	73,4	
60 - 69 Jahre	219	69,8	51,4	68,7	
70 oder älter	214	64,4	51,6	66,0	
Abgeschlossene Schulbildung					
kein Pflichtschulabschluss	11	7,9	27,4	48,5	
Pflichtschule (9-jährige Schulpflicht)	216	64,4	58,3	63,5	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	652	67,7	57,9	70,2	
Matura/Kolleg	267	61,7	47,3	64,5	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	287	68,4	48,9	63,4	
Bundesland					
Wien	305	67,8	53,8	66,5	
Niederösterreich	263	63,5	51,4	65,4	
Burgenland	47	75,4	52,5	61,5	
Steiermark	209	61,1	53,3	68,5	
Kärnten	96	73,5	66,3	73,5	
Oberösterreich	238	65,1	54,2	65,6	
Salzburg	89	64,6	49,5	55,0	
Tirol	114	70,7	50,2	71,3	
Vorarlberg	71	58,7	61,0	69,9	
Urban-Rural-Typologie					
Urbane Zentren – Stadtregionen	764	66,4	54,4	66,6	
Regionale Zentren	55	51,3	51,9	72,2	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	240	62,3	49,0	58,1	
Ländlicher Raum	373	69,0	56,5	71,1	
Sondergruppen					
14 - 24 Jahre	187	58,4	50,8	57,6	
haushaltsführend bis 59 Jahre	916	67,2	56,2	68,1	
HaupteinkommensbezieherIn	1.073	66,3	55,3	68,2	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.326	67,4	54,8	67,5	
hohe Printaffinität: mind. 10 WLK (gedruckt; 10 WLK = Median)	792	73,5	62,1	74,3	
Kaufkraftstufen:					
1-3	768	67,4	53,9	69,0	
Haushaltsführung:					
(überwiegend) allein	585	72,2	58,8	70,5	
Beitrag zur freien Verfügung:					
€ 600 und mehr	496	66,2	55,4	69,2	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 7 -		Feldzeit: Jänner bis März 2025	
Filter: Bekanntheit der Werbeform		www.media-analyse.at			

SONDERWERBEFORMATE

Österreich in Prozent		Titelseitenwerbung			
trifft (sehr) zu		Fälle	auffällig	nützlich	bewirkt Aktivität
Total	1.362	66,6	31,8	34,2	
Geschlecht					
Männer	674	65,9	30,4	34,1	
14 - 29 Jahre	147	62,6	27,6	32,1	
30 - 49 Jahre	240	70,6	35,0	39,3	
50 oder älter	288	63,6	27,9	30,8	
Frauen	688	67,3	33,1	34,2	
14 - 29 Jahre	150	59,0	17,1	24,4	
30 - 49 Jahre	212	75,3	47,4	48,5	
50 oder älter	326	65,9	31,2	29,4	
Alter					
14 - 19 Jahre	78	65,2	32,5	36,9	
20 - 29 Jahre	219	59,2	18,7	25,1	
30 - 39 Jahre	234	70,0	40,5	43,1	
40 - 49 Jahre	217	75,9	41,2	44,2	
50 - 59 Jahre	222	67,2	36,2	39,2	
60 - 69 Jahre	193	62,1	23,4	18,8	
70 oder älter	199	64,8	28,3	30,9	
Abgeschlossene Schulbildung					
kein Pflichtschulabschluss	5	58,3	54,2	96,0	
Pflichtschule (9-jährige Schulpflicht)	202	63,3	32,8	33,7	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	593	64,5	36,4	38,8	
Matura/Kolleg	267	72,6	24,9	27,8	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	293	67,7	27,3	29,8	
Bundesland					
Wien	313	65,1	28,0	31,0	
Niederösterreich	229	68,6	30,6	33,4	
Burgenland	47	72,6	30,4	41,3	
Steiermark	193	59,4	26,7	29,2	
Kärnten	93	80,0	39,3	51,4	
Oberösterreich	231	71,6	33,3	35,3	
Salzburg	93	52,0	41,4	30,3	
Tirol	105	71,2	27,3	34,5	
Vorarlberg	58	59,3	48,9	38,9	
Urban-Rural-Typologie					
Urbane Zentren – Stadtregionen	745	67,4	30,7	35,6	
Regionale Zentren	54	58,1	36,6	30,2	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	224	68,7	37,2	28,8	
Ländlicher Raum	339	64,7	29,8	35,2	
Sondergruppen					
14 - 24 Jahre	181	63,6	20,9	26,2	
haushaltsführend bis 59 Jahre	900	68,4	35,5	39,3	
HaupteinkommensbezieherIn	1.003	69,6	34,9	36,0	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.265	66,9	33,1	35,5	
hohe Printaffinität: mind. 10 WLK (gedruckt; 10 WLK = Median)	746	67,7	38,3	41,9	
Kaufkraftstufen: 1-3	730	67,5	30,2	32,2	
Haushaltsführung: (überwiegend) allein	538	70,1	37,2	37,9	
Beitrag zur freien Verfügung: € 600 und mehr	476	70,7	36,6	37,1	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 8 -			Feldzeit: Jänner bis März 2025
Filter: Bekanntheit der Werbeform					www.media-analyse.at

SONDERWERBEFORMATE

Österreich in Prozent		Schleifen oder Banderolen - entweder aufgedruckt oder um die gesamte Zeitung/Zeitschrift angebracht			
trifft (sehr) zu		Fälle	auffällig	nützlich	bewirkt Aktivität
Total	768	44,2	17,7	22,2	
Geschlecht					
Männer	340	46,7	17,6	19,8	
14 - 29 Jahre	66	38,3	17,0	16,2	
30 - 49 Jahre	113	55,6	14,2	21,5	
50 oder älter	162	43,8	20,1	20,1	
Frauen	428	42,3	17,8	24,0	
14 - 29 Jahre	104	37,8	18,3	29,0	
30 - 49 Jahre	139	56,1	31,0	32,3	
50 oder älter	185	34,4	7,6	15,1	
Alter					
14 - 19 Jahre	45	49,1	42,8	37,8	
20 - 29 Jahre	125	33,9	8,7	19,1	
30 - 39 Jahre	127	51,0	25,7	34,1	
40 - 49 Jahre	125	60,8	21,2	20,8	
50 - 59 Jahre	160	35,6	16,2	17,8	
60 - 69 Jahre	100	41,1	11,7	10,6	
70 oder älter	87	42,1	10,4	24,4	
Abgeschlossene Schulbildung					
kein Pflichtschulabschluss	1	79,4	-	-	
Pflichtschule (9-jährige Schulpflicht)	88	45,3	27,1	34,3	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	322	38,8	20,8	24,1	
Matura/Kolleg	173	44,7	10,6	19,6	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	185	52,5	14,4	15,6	
Bundesland					
Wien	192	47,1	18,3	21,4	
Niederösterreich	131	49,1	18,1	15,7	
Burgenland	24	23,4	19,3	19,7	
Steiermark	135	42,1	13,0	22,1	
Kärnten	48	31,0	40,2	43,0	
Oberösterreich	93	45,9	19,0	29,1	
Salzburg	48	50,4	4,7	17,0	
Tirol	60	42,6	9,0	13,0	
Vorarlberg	37	40,1	27,3	27,7	
Urban-Rural-Typologie					
Urbane Zentren – Stadtregionen	423	45,3	18,4	19,2	
Regionale Zentren	36	24,6	11,4	20,7	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	127	53,8	20,6	25,4	
Ländlicher Raum	182	38,9	15,3	27,1	
Sondergruppen					
14 - 24 Jahre	102	46,9	25,3	29,0	
haushaltsführend bis 59 Jahre	544	44,5	19,6	23,9	
HaupteinkommensbezieherIn	548	46,2	19,0	24,4	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	707	45,0	18,2	23,1	
hohe Printaffinität: mind. 10 WLK (gedruckt; 10 WLK = Median)	451	45,7	22,0	25,0	
Kaufkraftstufen:					
1-3	408	46,8	17,3	19,9	
Haushaltsführung:					
(überwiegend) allein	306	42,8	14,7	21,2	
Beitrag zur freien Verfügung:					
€ 600 und mehr	285	47,4	17,4	21,3	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 9 -			
Filter: Bekanntheit der Werbeform		Feldzeit: Jänner bis März 2025			
		www.media-analyse.at			

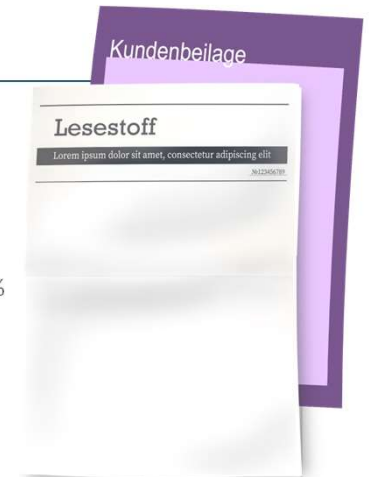
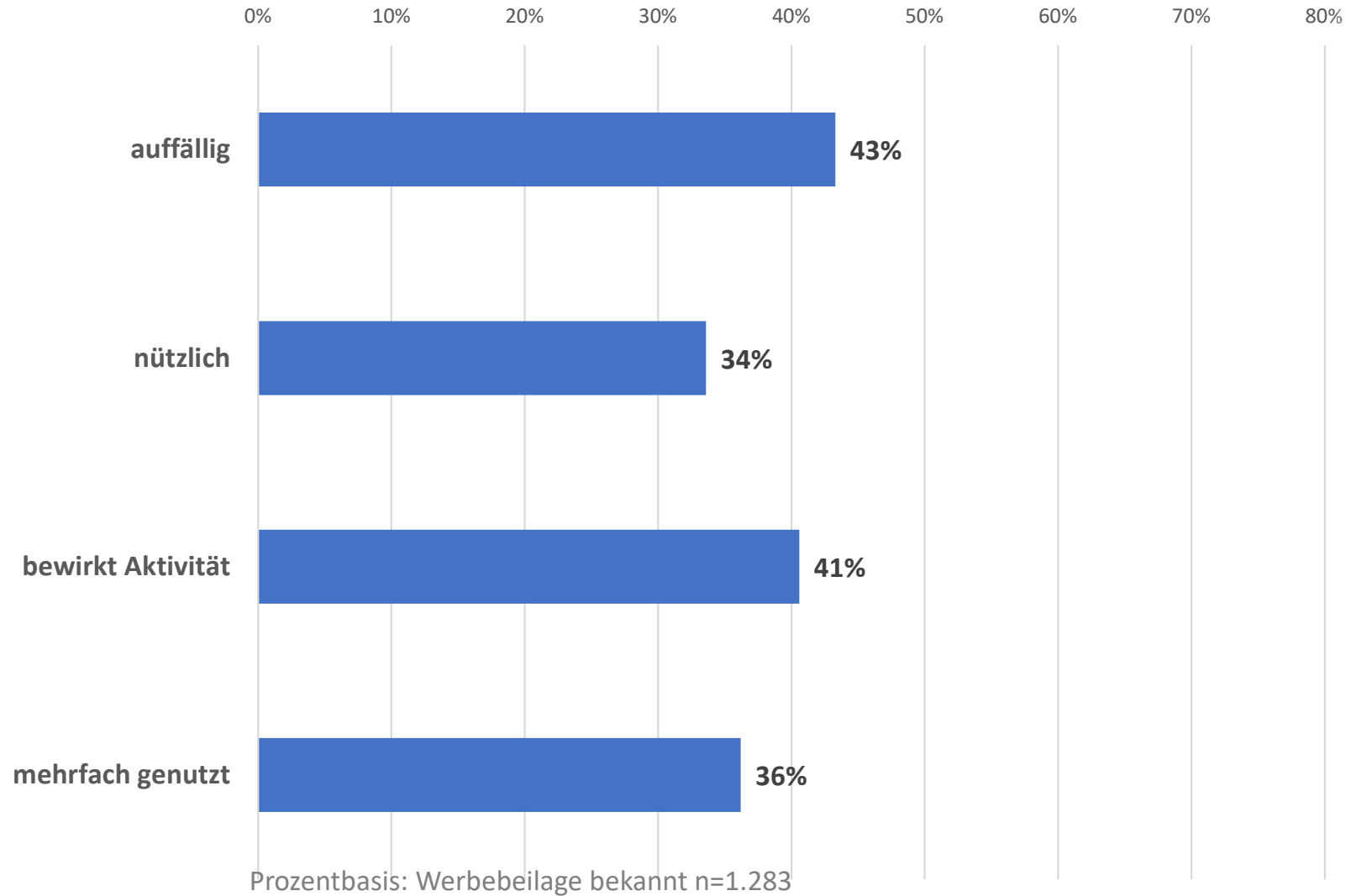
SONDERWERBEFORMATE

Österreich in Prozent		Duft-/Warenproben in der Zeitung/Zeitschrift			
trifft (sehr) zu		Fälle	auffällig	nützlich	bewirkt Aktivität
Total	1.081	56,4	41,7	50,0	
Geschlecht					
Männer	425	49,0	33,1	35,8	
14 - 29 Jahre	92	59,8	51,3	43,0	
30 - 49 Jahre	156	43,7	33,9	36,5	
50 oder älter	177	48,1	23,0	31,4	
Frauen	656	61,2	47,3	59,3	
14 - 29 Jahre	133	61,0	41,5	54,5	
30 - 49 Jahre	221	63,6	60,1	62,8	
50 oder älter	303	59,6	40,4	58,8	
Alter					
14 - 19 Jahre	72	56,3	47,3	45,7	
20 - 29 Jahre	152	62,5	44,7	51,8	
30 - 39 Jahre	189	55,8	48,4	54,5	
40 - 49 Jahre	188	54,9	50,1	49,3	
50 - 59 Jahre	187	59,7	43,6	60,9	
60 - 69 Jahre	151	49,2	25,4	42,2	
70 oder älter	141	56,2	30,5	39,5	
Abgeschlossene Schulbildung					
kein Pflichtschulabschluss	5	44,6	-	-	
Pflichtschule (9-jährige Schulpflicht)	157	58,0	49,9	53,7	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	466	55,5	43,9	55,1	
Matura/Kolleg	211	60,9	36,6	50,2	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	242	53,6	37,4	38,7	
Bundesland					
Wien	263	60,3	41,3	51,5	
Niederösterreich	181	61,9	44,9	42,6	
Burgenland	38	46,1	46,6	47,1	
Steiermark	149	60,5	46,4	51,6	
Kärnten	70	41,8	42,5	61,6	
Oberösterreich	176	62,0	41,7	46,5	
Salzburg	61	46,0	32,8	44,3	
Tirol	82	46,4	33,4	60,5	
Vorarlberg	62	45,0	38,9	52,8	
Urban-Rural-Typologie					
Urbane Zentren – Stadtregionen	600	59,3	42,5	50,3	
Regionale Zentren	33	39,7	31,8	37,2	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	189	56,5	40,1	47,7	
Ländlicher Raum	259	51,9	42,4	52,7	
Sondergruppen					
14 - 24 Jahre	137	62,0	47,1	52,2	
haushaltsführend bis 59 Jahre	745	58,3	47,1	54,7	
HaupteinkommensbezieherIn	789	53,8	41,2	48,5	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.002	56,2	41,6	50,8	
hohe Printaffinität: mind. 10 WLK (gedruckt; 10 WLK = Median)	649	57,7	45,2	54,5	
Kaufkraftstufen:					
1-3	572	56,9	41,1	48,5	
Haushaltsführung:					
(überwiegend) allein	448	61,5	46,8	57,7	
Beitrag zur freien Verfügung:					
€ 600 und mehr	361	57,5	43,6	53,0	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 10 -			
Filter: Bekanntheit der Werbeform		Feldzeit: Jänner bis März 2025			
		www.media-analyse.at			

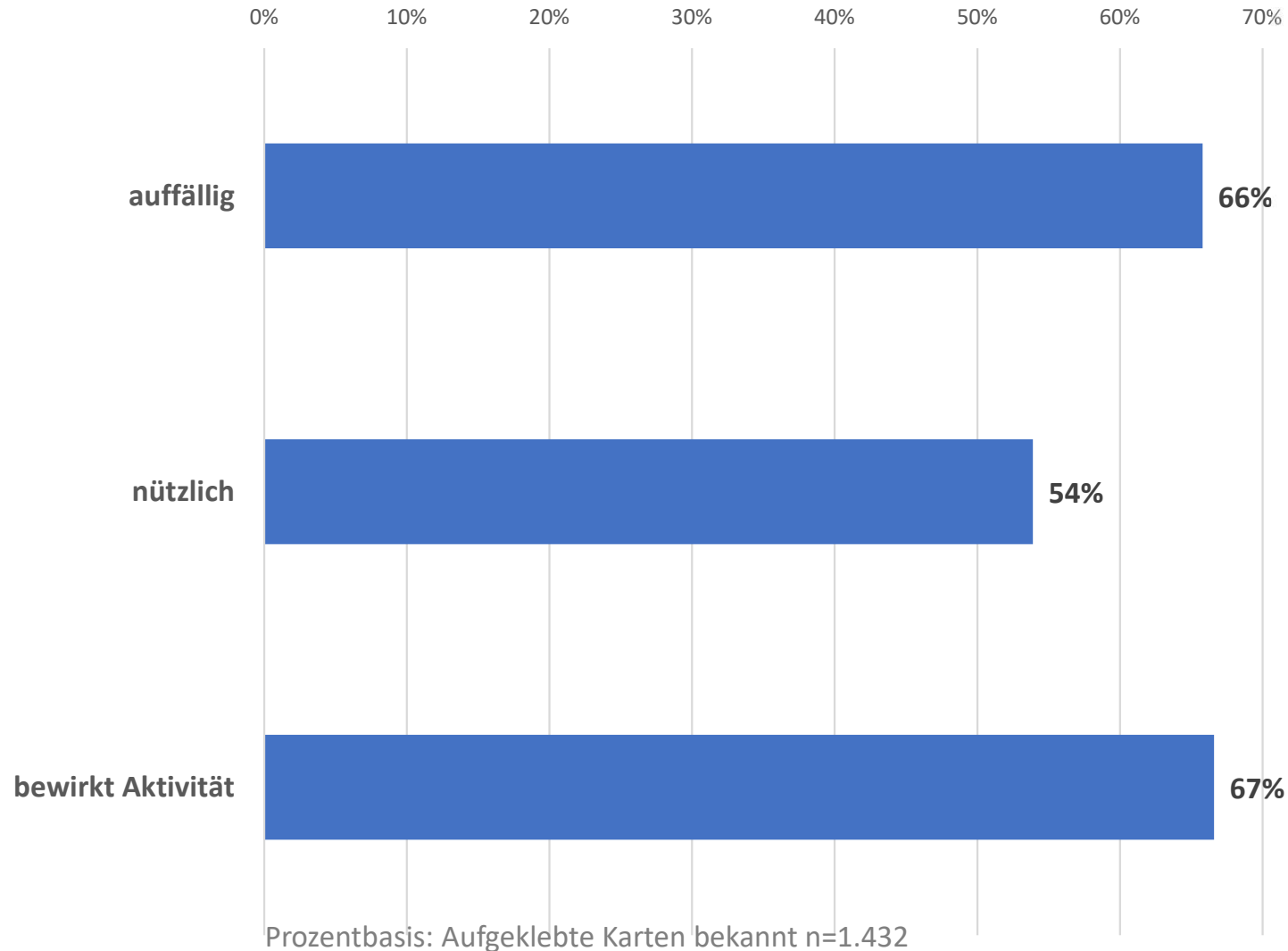


GRAFIKEN

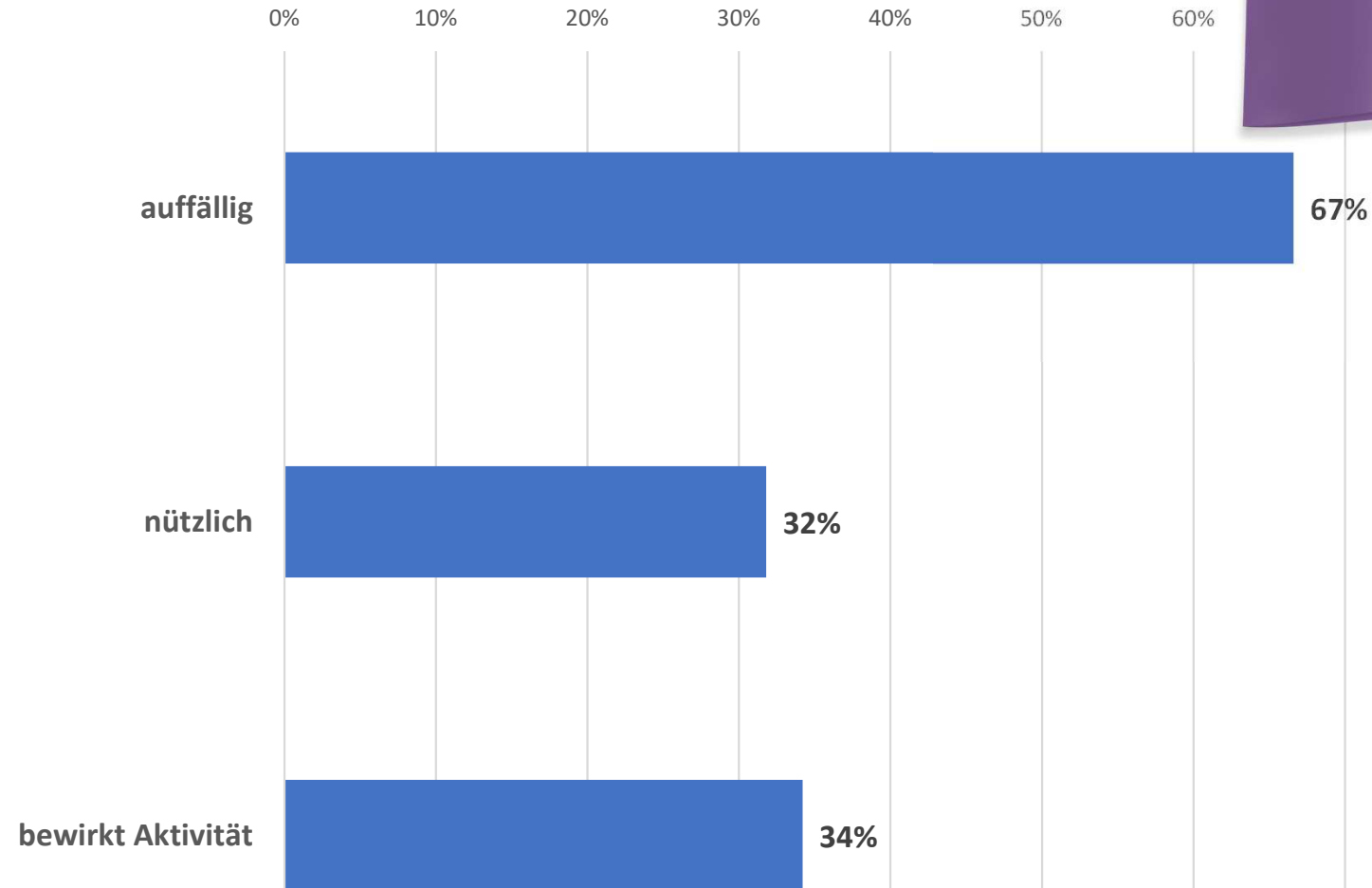
Werbebeilage – Top-Box (1,2)



Aufgeklebte Karten – Top-Box (1,2)



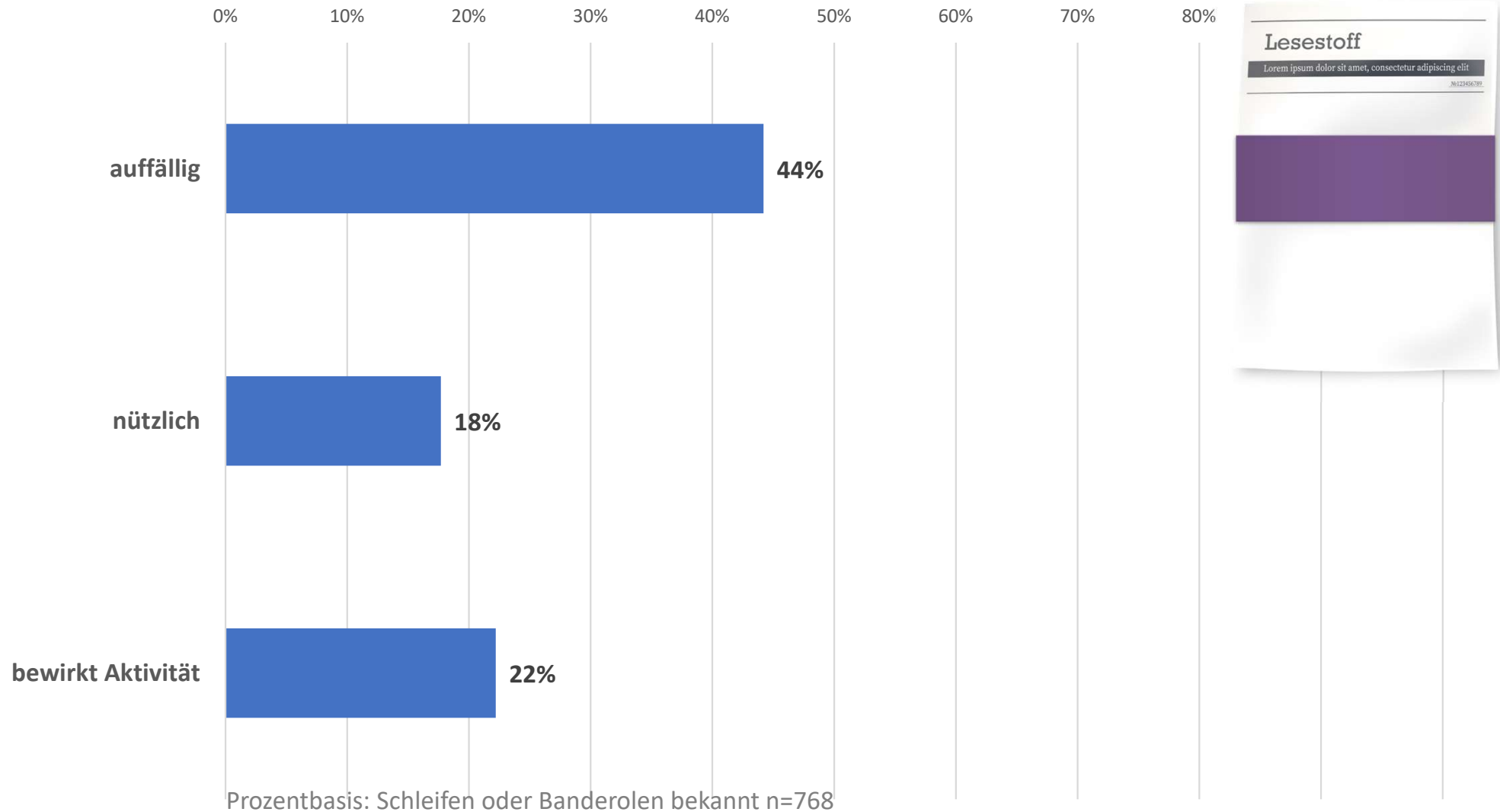
Titelseitenwerbung – Top-Box (1,2)



Prozentbasis: Titelseitenwerbung bekannt n=1.362



Schleifen oder Banderolen - entweder aufgedruckt oder um die gesamte Zeitung/Zeitschrift angebracht – Top-Box (1,2)



Duft-/Warenproben in der Zeitung/Zeitschrift – Top-Box (1,2)

