

WERBERELEVANZ

2025

2.QUARTAL 2025

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



Resümee

Werbung – relevant für Demokratie und Wirtschaft

Die Ergebnisse dieser Repräsentativbefragung zeigen, dass es in der Bevölkerung und somit bei den MedienkonsumentInnen und WerberezipientInnen ein stark ausgeprägtes Bewusstsein für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Relevanz von Werbung gibt.

Die ökonomischen und gesellschaftspolitischen Auswirkungen, die mit der Schaltung von Werbung in unterschiedlichen Mediengattungen und der damit verknüpften Finanzierung derselben Gattungen einhergehen, werden dabei deutlich wahrgenommen.

Dabei differenziert man klar zwischen den unterschiedlichen Werbeträgern, und vor allem die Werbebuchung in Zeitungen und Zeitschriften wird im nationalen Gesamtkontext auch von der Bevölkerung als besonders positiv wahrgenommen.

Während auch bei anderen klassischen Medien und den digitalen Kanälen der Print-Verlage der gesellschaftspolitische Beitrag anerkannt wird, wird dieser bei Social Media-Plattformen weitestgehend in Abrede gestellt.



Methodensteckbrief

Grundgesamtheit: 7.805.512 Personen ab 14 Jahren.

Samplegröße: 1.929

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, ortsnahe 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: April bis Juni 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 (Items randomisiert):

Einführungstext: Unternehmen können in unterschiedlichen Medien Werbung schalten und diese damit finanzieren. Bitte wählen Sie im Folgenden immer die Medien aus, auf welche die folgenden Aussagen besonders gut zutreffen. Sie können dabei jeweils kein, ein oder mehrere Medien auswählen – je nachdem wie Sie diese Aussagen bewerten.

Frage: Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...

Mehrfachantworten

Erfasste Gattungen (Reihenfolge fixiert):

- Zeitungen und Zeitschriften
- Fernsehen
- Radio
- Webseiten von Zeitungen und Zeitschriften
- Social Media Plattformen
- Außenwerbung (Plakat, City-Lights, ...)
- nichts davon

Darstellung der Ergebnisse:

Analog zur Ausweisung ab der MA 2023

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

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

Ungewichtete Fallzahlen

Media-Analyse 2025 2. Quartal		Bundesland									
		Fallzahl (ungewichtet)	Wien	Niederösterreich	Burgenland	Steiermark	Kärnten	Oberösterreich	Salzburg	Tirol	Vorarlberg
Total	1.929	346	305	113	291	154	272	141	189	118	
Geschlecht											
Männer	1.050	189	168	54	161	78	158	71	106	65	
14 - 29 Jahre	116	27	14	2	22	6	18	11	9	7	
30 - 49 Jahre	346	74	61	13	52	22	50	20	39	15	
50 oder älter	588	88	93	39	87	50	90	40	58	43	
Frauen	879	157	137	59	130	76	114	70	83	53	
14 - 29 Jahre	118	27	18	5	19	6	17	7	10	9	
30 - 49 Jahre	312	51	53	24	46	27	39	23	38	11	
50 oder älter	449	79	66	30	65	43	58	40	35	33	
Alter											
14 - 19 Jahre	38	4	5	1	8	2	9	4	2	3	
20 - 29 Jahre	196	50	27	6	33	10	26	14	17	13	
30 - 39 Jahre	325	65	55	17	47	24	44	21	37	15	
40 - 49 Jahre	333	60	59	20	51	25	45	22	40	11	
50 - 59 Jahre	376	69	68	24	54	25	56	29	29	22	
60 - 69 Jahre	399	58	49	31	63	41	66	33	34	24	
70 oder älter	262	40	42	14	35	27	26	18	30	30	
Abgeschlossene Schulbildung											
bis Pflichtschule	165	27	25	7	29	14	24	14	13	12	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	912	110	174	67	123	80	131	61	102	64	
Matura/Kolleg	334	75	42	20	52	26	49	30	26	14	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	518	134	64	19	87	34	68	36	48	28	
Bundesland											
Wien	346	346	-	-	-	-	-	-	-	-	
Niederösterreich	305	-	305	-	-	-	-	-	-	-	
Burgenland	113	-	-	113	-	-	-	-	-	-	
Steiermark	291	-	-	-	291	-	-	-	-	-	
Kärnten	154	-	-	-	-	154	-	-	-	-	
Oberösterreich	272	-	-	-	-	-	272	-	-	-	
Salzburg	141	-	-	-	-	-	-	141	-	-	
Tirol	189	-	-	-	-	-	-	-	189	-	
Vorarlberg	118	-	-	-	-	-	-	-	-	118	
Urban-Rural-Typologie											
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.008	346	91	9	139	62	109	64	98	90	
Regionale Zentren	92	-	23	12	14	13	10	12	7	1	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	320	-	89	26	51	31	57	28	28	10	
Ländlicher Raum	509	-	102	66	87	48	96	37	56	17	
Sondergruppen											
14 - 24 Jahre	110	19	15	5	24	7	21	7	4	8	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.196	243	196	64	182	79	171	83	119	59	
HaupteinkommensbezieherIn	1.574	294	236	94	233	126	212	124	154	101	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.855	327	296	102	282	150	267	137	178	116	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren											
Filter: Total											



TABELLEN

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		DIE DEMOKRATIE IN ÖSTERREICH ZU STÄRKEN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung
Total	1.929	29,4	31,4	26,6	24,3	11,6	9,6	
Geschlecht								
Männer	945	30,5	33,0	29,2	29,8	12,6	11,0	
14 - 29 Jahre	202	20,4	28,3	25,7	32,5	16,5	11,6	
30 - 49 Jahre	304	28,0	29,1	26,0	24,7	14,8	11,7	
50 oder älter	439	36,8	37,9	32,9	32,0	9,2	10,2	
Frauen	984	28,4	29,9	24,2	19,1	10,6	8,4	
14 - 29 Jahre	191	22,2	26,2	16,3	15,0	23,2	4,8	
30 - 49 Jahre	299	23,0	24,0	22,8	18,0	8,6	11,3	
50 oder älter	493	34,0	35,0	28,1	21,4	7,0	8,0	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	21,6	30,4	18,5	21,3	34,2	8,0	
20 - 29 Jahre	262	21,1	25,7	22,5	25,3	12,6	8,5	
30 - 39 Jahre	309	26,1	27,1	23,1	22,1	14,6	8,9	
40 - 49 Jahre	294	24,9	26,1	25,9	20,6	8,7	14,2	
50 - 59 Jahre	332	31,6	33,6	25,3	25,6	7,7	8,7	
60 - 69 Jahre	292	36,3	36,4	33,8	26,4	12,5	11,2	
70 oder älter	309	38,3	39,1	32,6	27,2	4,2	7,2	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	22,4	27,4	19,4	24,5	16,9	8,3	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	28,7	30,6	29,5	25,0	9,0	8,6	
Matura/Kolleg	332	32,3	33,6	22,0	20,6	13,0	10,9	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	34,2	35,0	28,9	26,0	13,0	12,4	
Bundesland								
Wien	421	26,4	26,4	24,7	19,4	9,6	10,6	
Niederösterreich	364	26,8	30,8	23,1	22,5	10,4	8,6	
Burgenland	65	28,1	28,5	28,1	24,8	12,4	11,1	
Steiermark	269	34,0	36,1	29,6	27,4	10,6	11,5	
Kärnten	121	26,9	30,8	29,3	24,2	11,7	5,5	
Oberösterreich	320	30,8	33,8	26,7	29,0	14,0	7,9	
Salzburg	120	32,1	33,5	22,6	23,2	12,1	10,8	
Tirol	163	34,3	34,9	34,1	27,2	14,3	11,9	
Vorarlberg	85	26,7	29,4	27,3	25,6	13,8	8,5	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	28,8	30,4	26,7	23,8	12,2	10,8	
Regionale Zentren	95	27,7	36,2	28,1	32,0	11,8	4,6	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	31,4	34,4	21,8	23,1	14,5	9,7	
Ländlicher Raum	521	29,9	31,3	28,7	24,6	8,9	8,1	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	20,9	28,4	22,0	26,2	26,6	8,6	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	26,8	29,5	24,7	23,6	12,4	9,9	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	30,9	32,4	27,0	25,3	10,9	10,4	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	30,4	32,5	27,3	25,0	11,4	9,8	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 6 -					Feldzeit: April bis Juni 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		DIE MEINUNGSVIELFALT ZU UNTERSTÜTZEN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung	
Total	1.929	32,8	36,7	30,0	25,5	20,1	13,4	
Geschlecht								
Männer	945	35,4	39,8	33,3	28,4	19,4	13,3	
14 - 29 Jahre	202	30,5	33,5	23,7	28,5	19,4	8,8	
30 - 49 Jahre	304	31,7	37,1	31,2	27,6	22,0	14,7	
50 oder älter	439	40,2	44,7	39,1	28,8	17,6	14,3	
Frauen	984	30,3	33,7	26,9	22,7	20,7	13,5	
14 - 29 Jahre	191	15,1	21,1	20,7	14,9	26,2	8,3	
30 - 49 Jahre	299	23,6	27,7	19,3	19,1	21,7	11,5	
50 oder älter	493	40,3	42,3	34,0	27,9	18,1	16,6	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	29,9	33,2	28,4	16,7	28,2	11,1	
20 - 29 Jahre	262	19,5	24,6	19,1	24,4	20,0	7,4	
30 - 39 Jahre	309	26,6	31,1	23,7	23,5	23,0	14,2	
40 - 49 Jahre	294	28,9	33,8	27,0	23,4	20,6	11,9	
50 - 59 Jahre	332	36,3	42,3	31,8	28,8	24,4	19,1	
60 - 69 Jahre	292	37,6	39,6	35,1	29,4	14,1	11,6	
70 oder älter	309	47,1	48,2	42,5	26,7	14,4	15,5	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	27,2	36,0	29,9	19,2	27,8	14,3	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	33,0	36,9	31,4	27,4	17,9	12,7	
Matura/Kolleg	332	32,1	33,4	26,9	23,1	15,8	12,6	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	37,4	39,9	29,4	27,4	24,0	15,3	
Bundesland								
Wien	421	28,7	32,0	23,8	21,9	17,6	11,1	
Niederösterreich	364	36,7	39,0	33,8	28,5	20,0	11,4	
Burgenland	65	27,5	30,0	28,2	18,0	17,8	15,6	
Steiermark	269	35,9	38,2	35,9	30,1	20,2	14,2	
Kärnten	121	34,7	39,0	29,4	29,0	22,7	18,3	
Oberösterreich	320	30,7	38,6	26,5	22,0	23,6	15,9	
Salzburg	120	30,4	33,9	22,1	20,7	17,5	9,5	
Tirol	163	36,5	40,7	40,9	29,8	23,6	17,4	
Vorarlberg	85	32,7	37,0	32,5	27,5	13,8	9,4	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	29,5	34,7	28,5	24,4	20,1	14,7	
Regionale Zentren	95	33,2	41,4	32,8	32,5	27,7	19,1	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	32,2	33,4	23,7	24,7	22,3	9,8	
Ländlicher Raum	521	39,8	41,7	35,7	26,7	17,4	11,4	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	23,9	27,3	26,3	22,7	26,7	9,9	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	29,1	34,1	26,5	25,4	23,1	13,9	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	33,7	37,9	30,2	26,0	18,9	13,4	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	33,8	37,8	30,4	26,2	20,3	13,7	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 7 -					Feldzeit: April bis Juni 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		HEIMISCHE ARBEITSPLÄTZE ZU SICHERN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung
Total	1.929	44,9	46,6	28,2	31,3	12,0	24,5	
Geschlecht								
Männer	945	47,0	48,4	32,7	36,7	11,8	29,4	
14 - 29 Jahre	202	36,8	40,7	26,9	33,6	11,8	21,2	
30 - 49 Jahre	304	40,9	42,3	28,8	38,9	13,4	33,5	
50 oder älter	439	56,0	56,1	38,0	36,6	10,8	30,3	
Frauen	984	42,9	45,0	23,9	26,0	12,2	19,8	
14 - 29 Jahre	191	30,4	34,4	10,8	19,8	16,1	8,6	
30 - 49 Jahre	299	43,4	46,1	23,1	29,1	14,7	30,2	
50 oder älter	493	47,3	48,4	29,5	26,5	9,2	17,9	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	33,2	38,9	18,1	26,1	25,2	13,3	
20 - 29 Jahre	262	33,9	36,9	19,5	27,3	8,3	15,9	
30 - 39 Jahre	309	41,0	43,3	24,0	32,4	13,9	28,1	
40 - 49 Jahre	294	43,3	45,1	28,0	35,7	14,2	35,8	
50 - 59 Jahre	332	48,2	48,5	33,8	35,6	11,4	26,1	
60 - 69 Jahre	292	49,1	49,9	31,5	29,7	12,0	21,8	
70 oder älter	309	57,0	57,8	35,1	28,2	6,5	23,0	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	36,6	40,1	21,2	25,0	14,1	12,0	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	45,2	47,4	29,5	33,0	12,4	26,6	
Matura/Kolleg	332	48,4	49,0	25,2	28,1	11,0	25,6	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	47,3	47,6	32,9	34,6	10,2	27,7	
Bundesland								
Wien	421	41,5	43,1	27,6	28,5	13,1	24,3	
Niederösterreich	364	35,6	36,5	24,9	24,7	13,5	19,0	
Burgenland	65	35,4	39,4	33,9	31,1	18,7	24,9	
Steiermark	269	57,4	60,4	32,0	36,9	12,0	23,3	
Kärnten	121	47,6	48,5	23,4	30,3	5,0	22,9	
Oberösterreich	320	47,5	48,6	29,0	34,2	8,8	31,3	
Salzburg	120	44,6	44,6	24,0	28,9	15,6	25,6	
Tirol	163	50,5	54,6	31,8	37,2	14,2	26,2	
Vorarlberg	85	44,7	46,8	31,9	37,1	8,4	24,8	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	42,4	44,4	28,2	31,4	13,6	24,3	
Regionale Zentren	95	51,6	51,7	25,3	36,2	7,6	30,2	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	45,7	47,4	29,9	29,8	13,8	25,4	
Ländlicher Raum	521	48,2	49,9	27,9	30,7	8,8	23,4	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	34,2	37,7	19,7	24,4	19,4	14,3	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	42,3	44,5	26,4	33,4	13,8	25,9	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	46,9	48,4	30,4	33,4	11,5	26,4	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	46,4	48,1	29,0	32,2	12,2	25,0	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 8 -						
Filter: Total		Feldzeit: April bis Juni 2025						
		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		DIE VERBREITUNG VON FAKE NEWS ZU FÖRDERN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung
Total	1.929	12,0	23,8	16,0	8,7	55,9	6,4	
Geschlecht								
Männer	945	12,5	25,7	18,2	10,9	57,3	7,8	
14 - 29 Jahre	202	10,2	28,0	15,2	7,6	56,8	7,2	
30 - 49 Jahre	304	13,5	24,0	22,6	12,7	55,6	6,8	
50 oder älter	439	12,9	25,9	16,4	11,1	58,7	8,9	
Frauen	984	11,6	22,0	13,9	6,7	54,5	5,1	
14 - 29 Jahre	191	12,4	20,3	16,8	4,6	66,9	4,4	
30 - 49 Jahre	299	15,0	26,1	15,1	10,7	59,8	5,8	
50 oder älter	493	9,2	20,2	12,0	5,0	46,5	4,9	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	17,6	26,0	20,1	7,1	71,5	5,4	
20 - 29 Jahre	262	8,1	23,4	13,9	5,7	56,8	6,0	
30 - 39 Jahre	309	17,0	25,2	20,9	12,6	56,0	6,6	
40 - 49 Jahre	294	11,4	24,8	16,7	10,7	59,5	6,0	
50 - 59 Jahre	332	12,7	26,5	17,9	10,2	58,2	9,9	
60 - 69 Jahre	292	11,6	18,8	12,6	7,4	55,3	5,3	
70 oder älter	309	8,5	22,9	11,4	6,0	43,1	4,8	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	14,2	24,6	22,8	10,3	51,2	10,2	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	11,0	21,6	16,0	9,9	53,5	5,7	
Matura/Kolleg	332	14,8	31,8	12,8	4,3	65,6	4,0	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	10,8	21,9	13,4	8,5	56,8	7,8	
Bundesland								
Wien	421	10,6	24,8	10,8	5,9	55,3	3,8	
Niederösterreich	364	15,3	23,7	15,9	9,1	57,6	8,0	
Burgenland	65	12,7	22,9	20,6	11,8	59,4	9,3	
Steiermark	269	6,2	16,9	10,5	5,3	55,2	4,7	
Kärnten	121	10,1	16,2	13,5	7,2	50,3	2,6	
Oberösterreich	320	11,3	30,7	22,8	9,5	63,2	11,1	
Salzburg	120	22,9	28,0	21,6	20,3	46,7	7,8	
Tirol	163	10,7	21,3	15,7	10,4	49,0	4,3	
Vorarlberg	85	16,2	26,4	26,1	10,0	57,2	6,7	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	11,9	25,0	15,1	8,3	56,0	7,3	
Regionale Zentren	95	2,6	24,3	10,0	5,7	70,1	3,4	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	20,6	27,9	24,1	13,7	64,4	8,8	
Ländlicher Raum	521	9,8	19,4	14,7	7,7	48,8	4,1	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	14,8	26,6	18,7	8,1	65,4	7,3	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	13,4	26,3	18,2	9,8	59,0	7,2	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	12,3	24,4	17,2	9,5	53,7	6,7	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	11,8	23,8	15,7	8,5	55,8	6,2	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren								
Filter: Total								

- 9 -

Feldzeit: April bis Juni 2025

www.media-analyse.at

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		UNSERE WIRTSCHAFT ZU STÄRKEN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung
			CMR (Print & Online)					
Total	1.929	48,3	50,5	38,7	36,3	16,0	27,9	
Geschlecht								
Männer	945	50,7	52,7	41,5	40,8	16,4	30,1	
14 - 29 Jahre	202	40,1	44,0	42,9	43,8	14,9	27,6	
30 - 49 Jahre	304	41,1	44,0	38,2	39,4	19,9	29,7	
50 oder älter	439	62,2	62,8	43,2	40,5	14,6	31,6	
Frauen	984	46,0	48,3	35,9	32,0	15,6	25,7	
14 - 29 Jahre	191	33,8	37,7	22,7	18,2	19,7	20,6	
30 - 49 Jahre	299	40,9	42,9	35,1	33,2	16,8	27,7	
50 oder älter	493	53,8	55,7	41,5	36,6	13,2	26,4	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	39,3	43,1	36,8	33,7	30,2	30,2	
20 - 29 Jahre	262	35,9	39,8	31,2	30,2	10,7	21,2	
30 - 39 Jahre	309	42,5	45,1	37,1	35,5	21,0	26,8	
40 - 49 Jahre	294	39,4	41,6	36,2	37,1	15,5	30,6	
50 - 59 Jahre	332	60,4	61,5	41,6	42,0	21,7	34,2	
60 - 69 Jahre	292	56,1	57,3	41,9	35,8	11,0	25,5	
70 oder älter	309	56,6	58,0	43,4	37,0	8,3	26,3	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	40,5	44,2	32,4	35,1	20,7	21,7	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	48,4	50,7	39,4	38,2	13,8	25,4	
Matura/Kolleg	332	54,5	55,2	37,5	31,7	17,4	35,2	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	48,2	50,4	42,5	36,6	16,8	32,5	
Bundesland								
Wien	421	44,6	46,9	39,7	35,1	16,9	31,8	
Niederösterreich	364	47,1	48,8	38,3	31,5	18,5	27,3	
Burgenland	65	44,4	46,8	48,1	41,3	20,7	32,6	
Steiermark	269	50,0	51,3	37,4	37,2	13,3	21,2	
Kärnten	121	53,7	54,5	35,7	40,1	14,1	30,0	
Oberösterreich	320	48,0	51,2	34,6	38,1	14,6	28,0	
Salzburg	120	44,9	46,4	32,6	28,1	12,7	26,6	
Tirol	163	55,8	59,5	48,6	43,4	21,7	30,3	
Vorarlberg	85	53,6	54,6	40,9	42,4	6,6	22,1	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	48,7	51,1	37,8	35,6	16,6	29,2	
Regionale Zentren	95	42,8	48,1	34,8	34,6	21,5	28,7	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	47,2	48,4	39,4	35,9	17,6	28,4	
Ländlicher Raum	521	49,0	50,6	40,7	38,3	12,8	24,8	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	41,0	43,9	38,9	31,3	21,0	28,9	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	45,5	48,3	38,0	37,5	19,3	29,5	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	50,1	51,9	38,2	37,0	15,2	28,5	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	49,9	52,1	39,4	37,2	16,4	28,5	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren								
Filter: Total								

- 10 -

Feldzeit: April bis Juni 2025

www.media-analyse.at

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		NACHHALTIG ZU SEIN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung
Total	1.929	19,4	29,8	20,9	23,8	15,8	7,9	
Geschlecht								
Männer	945	22,4	33,9	24,1	27,1	16,0	7,4	
14 - 29 Jahre	202	19,6	42,1	26,6	33,3	27,6	6,6	
30 - 49 Jahre	304	14,3	26,6	23,2	29,2	21,1	8,2	
50 oder älter	439	29,3	35,2	23,5	22,9	7,1	7,2	
Frauen	984	16,6	25,9	17,8	20,6	15,6	8,4	
14 - 29 Jahre	191	5,1	31,7	17,0	23,9	28,3	2,0	
30 - 49 Jahre	299	14,8	24,1	14,1	20,5	20,4	13,3	
50 oder älter	493	22,1	24,9	20,4	19,4	7,7	7,9	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	17,7	47,7	29,7	33,8	40,5	3,3	
20 - 29 Jahre	262	10,0	31,7	18,1	26,2	21,7	4,9	
30 - 39 Jahre	309	13,5	26,6	19,3	27,8	25,9	10,2	
40 - 49 Jahre	294	15,6	24,0	18,0	21,8	15,3	11,3	
50 - 59 Jahre	332	26,0	33,9	22,6	28,5	12,0	8,7	
60 - 69 Jahre	292	21,3	23,7	19,7	17,1	6,1	7,7	
70 oder älter	309	29,0	30,9	23,1	16,9	3,8	6,2	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	20,8	34,8	19,7	26,5	22,7	4,5	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	21,2	28,7	20,7	24,2	12,6	8,4	
Matura/Kolleg	332	17,3	28,9	24,2	22,2	15,4	8,1	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	15,4	30,0	19,2	22,2	19,3	9,0	
Bundesland								
Wien	421	17,2	29,0	18,8	20,7	16,7	8,1	
Niederösterreich	364	18,2	33,6	22,8	25,4	14,2	7,6	
Burgenland	65	16,9	24,0	21,7	22,7	24,7	10,3	
Steiermark	269	19,4	25,5	25,1	25,1	10,8	8,0	
Kärnten	121	20,0	30,7	29,0	27,8	16,4	10,8	
Oberösterreich	320	21,6	30,6	16,7	22,0	16,7	5,4	
Salzburg	120	20,1	30,1	14,7	27,0	16,9	9,4	
Tirol	163	18,4	28,4	19,4	24,9	20,9	7,8	
Vorarlberg	85	29,9	33,5	24,8	23,9	11,2	9,6	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	20,1	30,9	19,5	23,5	15,9	8,7	
Regionale Zentren	95	19,2	39,5	26,1	23,9	28,3	10,3	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	18,9	27,0	20,2	24,5	18,6	6,9	
Ländlicher Raum	521	18,5	27,4	23,0	24,0	11,7	6,3	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	15,0	40,5	27,4	28,9	34,6	4,5	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	17,4	31,9	21,6	27,8	20,7	8,4	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	20,6	30,3	20,8	23,0	13,1	8,0	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	20,1	30,5	21,3	24,3	15,3	7,9	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 11 -					Feldzeit: April bis Juni 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		SICH IN EINEM GLAUBWÜRDIGEN UMFELD ZU PLATZIEREN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...			Zeitungen und Zeitschriften					
	Fälle	Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung		
Total	1.929	41,3 44,3	27,6 28,2	7,7 17,2				
Geschlecht								
Männer	945	42,3 46,7	31,4 32,1	9,7 18,9				
14 - 29 Jahre	202	39,8 51,9	33,6 42,0	17,6 22,0				
30 - 49 Jahre	304	39,7 43,3	32,7 28,9	10,0 23,0				
50 oder älter	439	45,2 46,7	29,6 29,7	5,8 14,5				
Frauen	984	40,5 41,9	24,0 24,5	5,8 15,5				
14 - 29 Jahre	191	33,7 36,7	16,9 16,6	8,4 14,3				
30 - 49 Jahre	299	38,3 39,7	22,2 25,4	8,6 18,5				
50 oder älter	493	44,4 45,3	27,8 26,9	3,0 14,2				
Alter								
14 - 19 Jahre	131	29,6 42,0	19,8 25,5	20,6 21,7				
20 - 29 Jahre	262	40,4 45,7	28,3 31,7	9,4 16,5				
30 - 39 Jahre	309	39,4 42,5	26,8 28,4	11,8 20,0				
40 - 49 Jahre	294	38,6 40,5	28,2 25,8	6,6 21,5				
50 - 59 Jahre	332	46,9 49,3	28,2 33,4	5,8 18,8				
60 - 69 Jahre	292	42,6 43,0	29,1 26,7	4,0 10,8				
70 oder älter	309	44,4 45,0	28,8 24,2	3,0 12,9				
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	30,4 37,5	20,4 26,7	13,0 15,0				
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	37,2 39,6	27,9 26,2	5,4 15,5				
Matura/Kolleg	332	52,5 54,4	28,2 28,6	9,1 18,8				
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	50,9 53,1	32,2 34,5	8,4 21,9				
Bundesland								
Wien	421	38,7 44,4	27,6 28,7	11,6 18,7				
Niederösterreich	364	40,5 44,3	25,6 26,4	4,8 15,1				
Burgenland	65	24,7 24,7	19,3 15,7	9,0 20,0				
Steiermark	269	47,8 48,4	33,6 32,7	6,8 14,4				
Kärnten	121	39,5 42,3	19,4 21,4	5,9 8,8				
Oberösterreich	320	47,5 49,9	28,7 34,4	6,9 17,6				
Salzburg	120	35,0 38,4	20,4 22,3	6,7 18,3				
Tirol	163	35,1 36,1	29,1 26,2	7,9 23,2				
Vorarlberg	85	50,4 50,6	39,3 26,9	8,4 22,1				
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	41,7 45,0	28,4 29,2	9,4 19,9				
Regionale Zentren	95	47,3 50,7	24,0 25,9	3,3 19,7				
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	42,4 44,2	25,1 27,3	9,4 15,3				
Ländlicher Raum	521	39,0 41,5	27,9 27,1	4,0 12,2				
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	35,5 43,6	26,5 30,3	15,0 19,5				
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	40,6 44,8	27,9 30,9	9,3 19,6				
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	41,7 44,1	27,6 28,3	7,4 16,2				
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	42,3 45,3	28,3 28,9	7,8 17,4				
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 12 -			Feldzeit: April bis Juni 2025			
Filter: Total		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		EIN SERIÖSES UNTERNEHMEN ZU SEIN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung	
Total	1.929	39,5	42,4	31,2	29,7	10,7	18,2	
Geschlecht								
Männer	945	40,3	44,5	36,5	35,6	11,4	21,7	
14 - 29 Jahre	202	39,2	50,1	44,4	42,7	19,4	26,6	
30 - 49 Jahre	304	39,9	43,7	39,7	36,6	13,3	26,0	
50 oder älter	439	41,2	42,4	30,8	31,7	6,3	16,5	
Frauen	984	38,6	40,5	26,0	23,9	10,0	14,9	
14 - 29 Jahre	191	42,9	45,2	20,9	25,1	19,8	20,1	
30 - 49 Jahre	299	38,2	41,8	25,9	26,6	14,1	16,0	
50 oder älter	493	37,2	37,8	28,0	21,8	3,8	12,1	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	53,5	62,8	39,4	45,1	30,3	33,9	
20 - 29 Jahre	262	34,8	40,3	29,8	28,7	14,2	18,2	
30 - 39 Jahre	309	44,3	47,4	33,2	35,5	16,6	20,2	
40 - 49 Jahre	294	33,5	37,8	32,5	27,6	10,7	22,0	
50 - 59 Jahre	332	40,9	42,1	27,8	31,6	7,2	17,0	
60 - 69 Jahre	292	39,1	39,7	33,4	26,9	4,5	15,4	
70 oder älter	309	37,1	38,0	27,1	20,5	3,0	9,9	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	38,1	42,9	28,8	31,0	14,4	20,0	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	34,2	36,9	29,9	27,5	7,2	15,6	
Matura/Kolleg	332	46,6	49,7	33,2	30,9	16,0	20,3	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	48,5	50,4	34,6	33,3	12,3	22,0	
Bundesland								
Wien	421	34,0	39,3	33,3	26,9	10,2	16,2	
Niederösterreich	364	38,2	41,1	30,0	29,1	13,0	18,3	
Burgenland	65	23,8	25,4	22,2	18,2	13,6	16,6	
Steiermark	269	43,1	44,5	34,1	32,1	9,1	21,6	
Kärnten	121	43,1	48,4	33,7	33,5	10,7	21,8	
Oberösterreich	320	41,2	43,5	26,4	32,4	10,5	18,1	
Salzburg	120	36,1	38,1	18,5	18,7	7,3	13,4	
Tirol	163	47,1	48,3	35,9	33,6	12,3	19,6	
Vorarlberg	85	50,7	52,1	46,5	37,9	8,2	18,1	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	40,7	44,4	30,7	28,0	9,8	18,9	
Regionale Zentren	95	46,4	51,8	38,5	50,8	22,0	29,7	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	40,7	41,8	30,0	32,1	15,6	19,8	
Ländlicher Raum	521	35,0	37,1	31,4	27,9	7,8	14,0	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	46,2	53,1	36,8	37,9	23,5	26,6	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	39,8	44,1	32,8	33,1	13,8	20,6	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	37,8	40,6	31,0	28,0	10,1	18,0	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	39,9	42,9	32,0	30,2	11,0	18,6	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 13 -					Feldzeit: April bis Juni 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		TIPPS UND HILFESTELLUNGEN LIEFERN ZU KÖNNEN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...	Fälle	Zeitungen und Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung	
		CMR (Print & Online)						
Total	1.929	38,4	43,6	26,5	21,8	25,5	11,6	
Geschlecht								
Männer	945	34,9	41,1	26,7	23,4	24,9	9,7	
14 - 29 Jahre	202	24,8	33,0	33,3	25,8	33,9	5,2	
30 - 49 Jahre	304	31,0	38,4	27,0	24,3	30,3	13,4	
50 oder älter	439	42,3	46,7	23,5	21,7	16,9	9,2	
Frauen	984	41,8	46,0	26,3	20,2	26,1	13,3	
14 - 29 Jahre	191	30,6	35,6	28,4	20,1	51,5	17,4	
30 - 49 Jahre	299	38,0	42,0	19,1	18,0	29,7	12,6	
50 oder älter	493	48,5	52,4	29,8	21,6	14,1	12,1	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	33,9	38,9	41,9	22,2	67,5	13,3	
20 - 29 Jahre	262	24,4	32,0	25,4	23,4	30,1	10,1	
30 - 39 Jahre	309	32,6	39,0	22,0	23,0	36,4	13,6	
40 - 49 Jahre	294	36,4	41,4	24,2	19,2	23,3	12,4	
50 - 59 Jahre	332	34,5	41,1	19,8	22,9	23,7	11,6	
60 - 69 Jahre	292	48,7	53,7	31,1	25,7	15,6	13,1	
70 oder älter	309	54,5	55,1	30,4	16,4	6,4	7,7	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	37,2	41,9	34,5	26,9	37,1	11,6	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	38,6	44,7	26,8	22,2	18,9	9,4	
Matura/Kolleg	332	39,5	43,1	25,2	18,7	28,9	13,3	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	37,7	42,3	20,4	19,3	31,1	15,7	
Bundesland								
Wien	421	32,7	39,0	19,4	15,9	28,1	13,9	
Niederösterreich	364	37,7	42,8	31,2	25,9	27,9	14,2	
Burgenland	65	32,1	36,0	23,2	16,1	32,9	12,7	
Steiermark	269	48,7	53,1	30,7	21,9	19,1	11,4	
Kärnten	121	48,3	52,6	27,5	23,5	20,0	12,6	
Oberösterreich	320	38,1	43,8	23,8	22,5	26,0	7,4	
Salzburg	120	38,3	43,4	30,5	23,5	17,6	10,2	
Tirol	163	37,1	40,8	24,5	24,4	32,3	11,0	
Vorarlberg	85	31,6	36,6	37,1	23,9	21,3	5,1	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	34,3	40,1	23,2	20,9	27,2	12,6	
Regionale Zentren	95	53,7	56,5	33,5	29,1	42,6	17,8	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	43,0	47,4	31,8	24,0	27,2	10,9	
Ländlicher Raum	521	41,6	46,3	29,1	21,1	18,1	8,7	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	31,5	37,5	40,7	25,9	51,1	12,8	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	32,7	39,1	25,1	22,7	32,0	12,3	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	39,1	44,5	26,1	22,2	23,5	11,3	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	39,4	44,6	27,0	22,1	25,2	11,8	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 14 -					Feldzeit: April bis Juni 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		DIE REGIONALE VERBUNDENHEIT ZU FÖRDERN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...		Fälle	Zeitungen und Zeitschriften Zeitungen und Zeitschriften CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung	
Total	1.929	45,4	47,2	19,8	30,4	10,4	23,5	
Geschlecht								
Männer	945	47,7	49,9	21,2	35,8	10,3	24,4	
14 - 29 Jahre	202	44,3	46,4	22,6	44,7	11,5	27,0	
30 - 49 Jahre	304	35,8	38,5	21,1	32,6	14,5	28,8	
50 oder älter	439	57,4	59,3	20,6	34,0	6,9	20,1	
Frauen	984	43,1	44,6	18,5	25,2	10,5	22,6	
14 - 29 Jahre	191	24,8	28,3	20,9	25,6	15,9	21,4	
30 - 49 Jahre	299	43,8	44,8	16,1	24,1	15,0	29,4	
50 oder älter	493	49,8	50,8	19,1	25,8	5,7	19,0	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	39,4	41,8	31,1	35,2	16,6	32,0	
20 - 29 Jahre	262	32,5	35,5	17,1	35,5	12,2	20,5	
30 - 39 Jahre	309	38,2	39,8	17,1	29,8	17,1	28,2	
40 - 49 Jahre	294	41,5	43,5	20,2	26,8	12,2	30,1	
50 - 59 Jahre	332	49,1	50,7	14,7	31,9	7,5	23,6	
60 - 69 Jahre	292	56,9	57,8	20,0	26,5	8,0	17,3	
70 oder älter	309	54,7	56,5	25,1	30,2	3,3	17,2	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	34,8	37,8	25,9	32,9	11,8	21,5	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	46,9	49,2	18,8	30,2	10,0	20,7	
Matura/Kolleg	332	47,5	48,0	21,6	28,2	9,6	26,1	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	47,5	48,3	16,1	31,2	11,2	30,2	
Bundesland								
Wien	421	37,7	38,3	22,0	27,8	12,5	26,7	
Niederösterreich	364	42,2	44,2	12,9	21,5	11,2	19,0	
Burgenland	65	43,7	48,6	27,6	26,9	14,2	24,5	
Steiermark	269	50,9	51,7	21,9	32,0	8,2	20,7	
Kärnten	121	51,7	55,8	23,7	39,4	13,3	26,1	
Oberösterreich	320	47,5	49,3	17,2	29,4	9,1	24,0	
Salzburg	120	55,1	56,7	23,1	42,1	4,5	22,7	
Tirol	163	47,0	49,9	23,2	38,6	11,5	29,9	
Vorarlberg	85	46,8	49,6	19,5	38,4	8,5	18,0	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	43,0	44,3	21,2	32,1	10,0	24,8	
Regionale Zentren	95	60,7	64,2	21,2	35,7	24,4	39,8	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	45,0	46,4	17,4	26,3	11,3	20,5	
Ländlicher Raum	521	47,5	50,4	18,0	28,1	8,3	19,4	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	35,9	38,5	27,6	34,7	15,8	26,5	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	41,0	42,9	19,4	31,8	12,8	26,6	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	46,7	48,5	20,6	32,1	10,1	23,6	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	46,8	48,7	20,4	31,4	10,6	23,9	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren		- 15 -					Feldzeit: April bis Juni 2025	
Filter: Total		www.media-analyse.at						

WERBERELEVANZ

Österreich in Prozent		MIT REGIONAL RELEVANTEN INFORMATIONEN ZU VERSORGEN						
Hier Werbung zu schalten, bedeutet ...	Fälle	Zeitungen und Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften					
		CMR (Print & Online)	Fernsehen	Radio	Social Media Plattformen	Außenwerbung		
Total	1.929	54,8	57,6	23,8	34,2	13,7	22,9	
Geschlecht								
Männer	945	56,0	58,7	24,6	38,1	15,2	24,4	
14 - 29 Jahre	202	47,5	50,9	31,1	47,7	16,8	21,2	
30 - 49 Jahre	304	46,1	50,7	23,4	38,6	20,2	30,4	
50 oder älter	439	66,8	67,9	22,5	33,4	11,1	21,8	
Frauen	984	53,6	56,5	23,0	30,5	12,3	21,4	
14 - 29 Jahre	191	34,4	43,7	25,3	29,3	19,1	16,6	
30 - 49 Jahre	299	53,9	55,2	20,1	32,7	14,0	29,0	
50 oder älter	493	60,8	62,2	23,9	29,7	8,6	18,6	
Alter								
14 - 19 Jahre	131	47,7	54,7	37,0	42,9	14,0	15,3	
20 - 29 Jahre	262	37,9	43,7	24,0	36,7	19,8	20,8	
30 - 39 Jahre	309	49,6	52,9	20,5	32,4	17,7	30,2	
40 - 49 Jahre	294	50,3	52,9	23,1	39,1	16,5	29,1	
50 - 59 Jahre	332	57,0	59,3	20,2	36,6	12,0	25,5	
60 - 69 Jahre	292	67,2	67,6	24,4	26,4	10,5	18,3	
70 oder älter	309	67,3	68,3	25,4	30,6	6,7	16,0	
Abgeschlossene Schulbildung								
bis Pflichtschule	280	48,4	52,0	28,7	38,8	12,0	12,9	
Berufs-, Fachschule, mittlere Lehranstalt	966	54,6	58,5	24,8	32,9	12,0	20,4	
Matura/Kolleg	332	57,0	58,5	22,4	33,8	16,8	26,5	
Hochschule, Universität, Fachhochschule	350	58,1	58,8	18,5	34,8	16,9	34,2	
Bundesland								
Wien	421	51,4	54,2	24,5	34,9	14,1	25,3	
Niederösterreich	364	56,0	58,8	19,7	21,9	13,9	20,6	
Burgenland	65	50,0	56,5	34,4	31,9	24,4	23,3	
Steiermark	269	54,4	57,8	22,3	37,7	12,0	22,3	
Kärnten	121	55,4	56,3	21,1	41,7	10,6	19,7	
Oberösterreich	320	61,9	63,8	21,2	36,1	14,7	24,3	
Salzburg	120	54,8	57,6	26,1	40,8	10,9	18,8	
Tirol	163	53,2	57,0	29,0	39,5	13,1	26,0	
Vorarlberg	85	46,0	48,6	34,6	37,4	14,9	21,1	
Urban-Rural-Typologie								
Urbane Zentren – Stadtregionen	1.049	53,8	56,8	25,3	35,6	14,3	25,0	
Regionale Zentren	95	52,2	56,2	19,2	26,7	15,2	31,2	
Ländlicher Raum im Umland von Zentren	264	55,3	59,4	26,3	35,8	16,0	20,7	
Ländlicher Raum	521	56,8	58,6	20,3	32,1	11,2	18,2	
Sondergruppen								
14 - 24 Jahre	241	42,5	48,7	34,6	37,7	16,5	17,9	
haushaltsführend bis 59 Jahre	1.227	49,4	53,3	24,3	37,5	17,0	25,4	
HaupteinkommensbezieherIn	1.362	56,9	59,1	24,5	34,6	14,0	24,9	
LeserInnen - Basis: mind. 3 WLK (MA-Titel inkl. Grautitel)	1.856	56,2	59,1	24,2	35,0	14,0	23,2	
Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren								
Filter: Total								

- 16 -

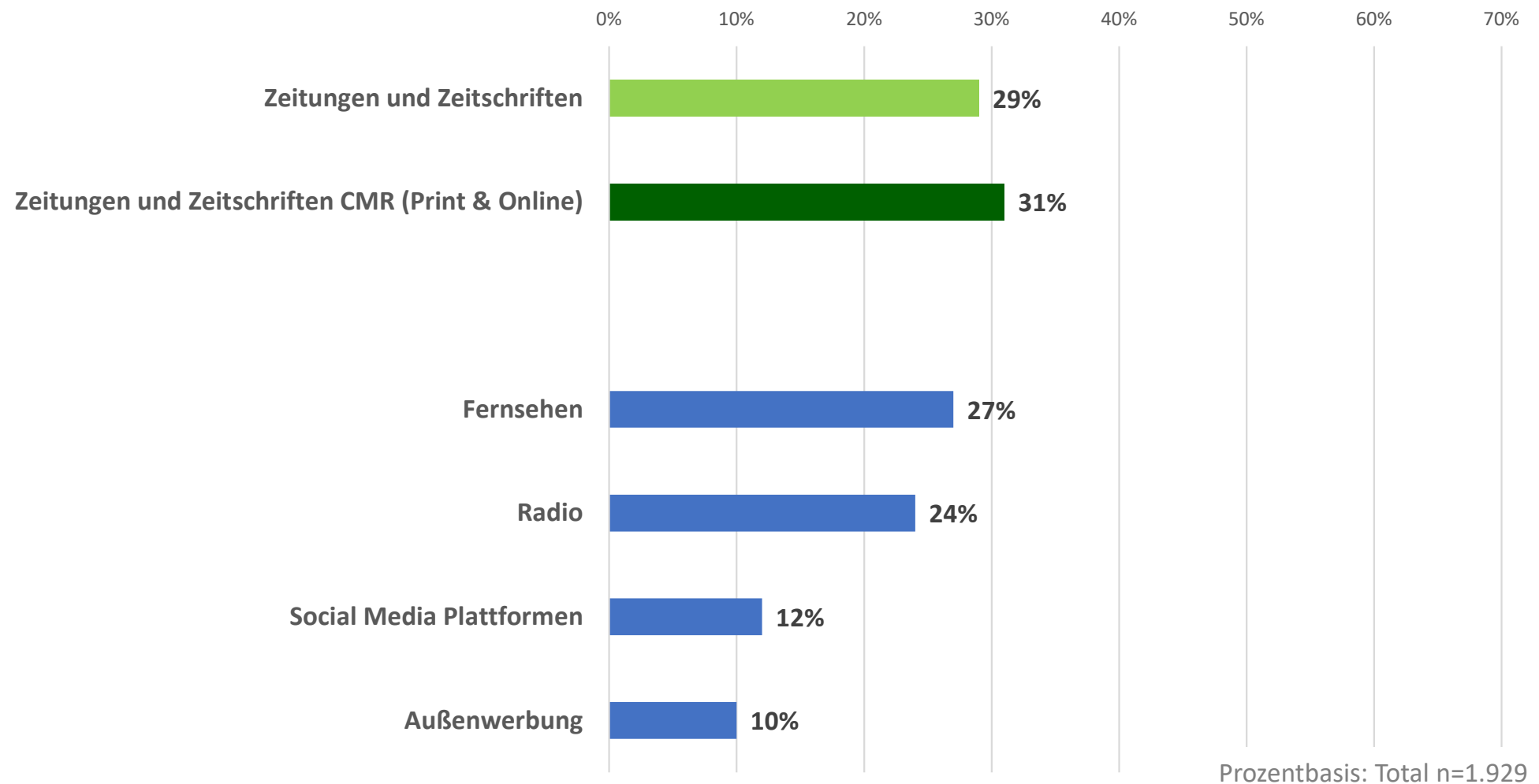
Feldzeit: April bis Juni 2025

www.media-analyse.at

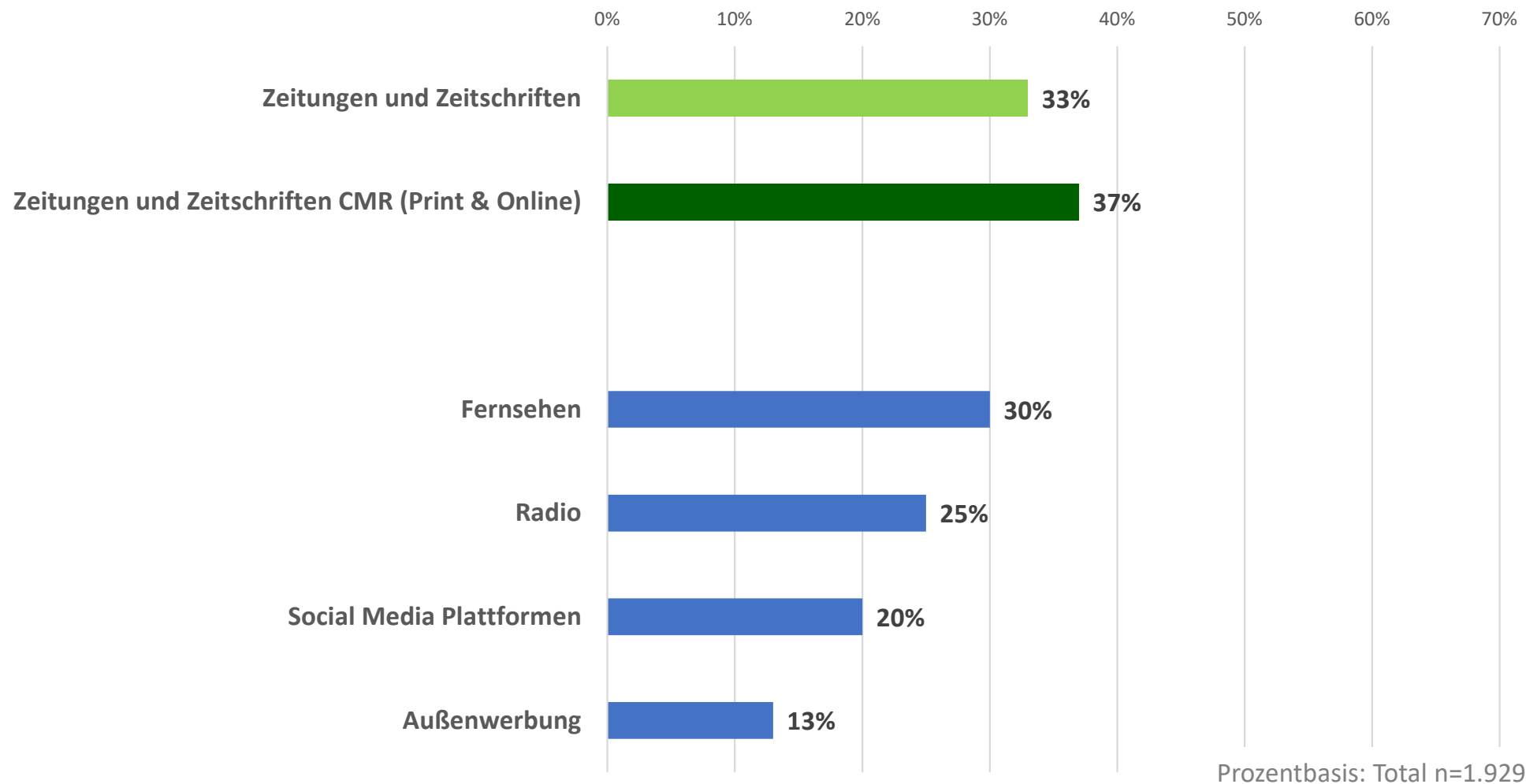


GRAFIKEN

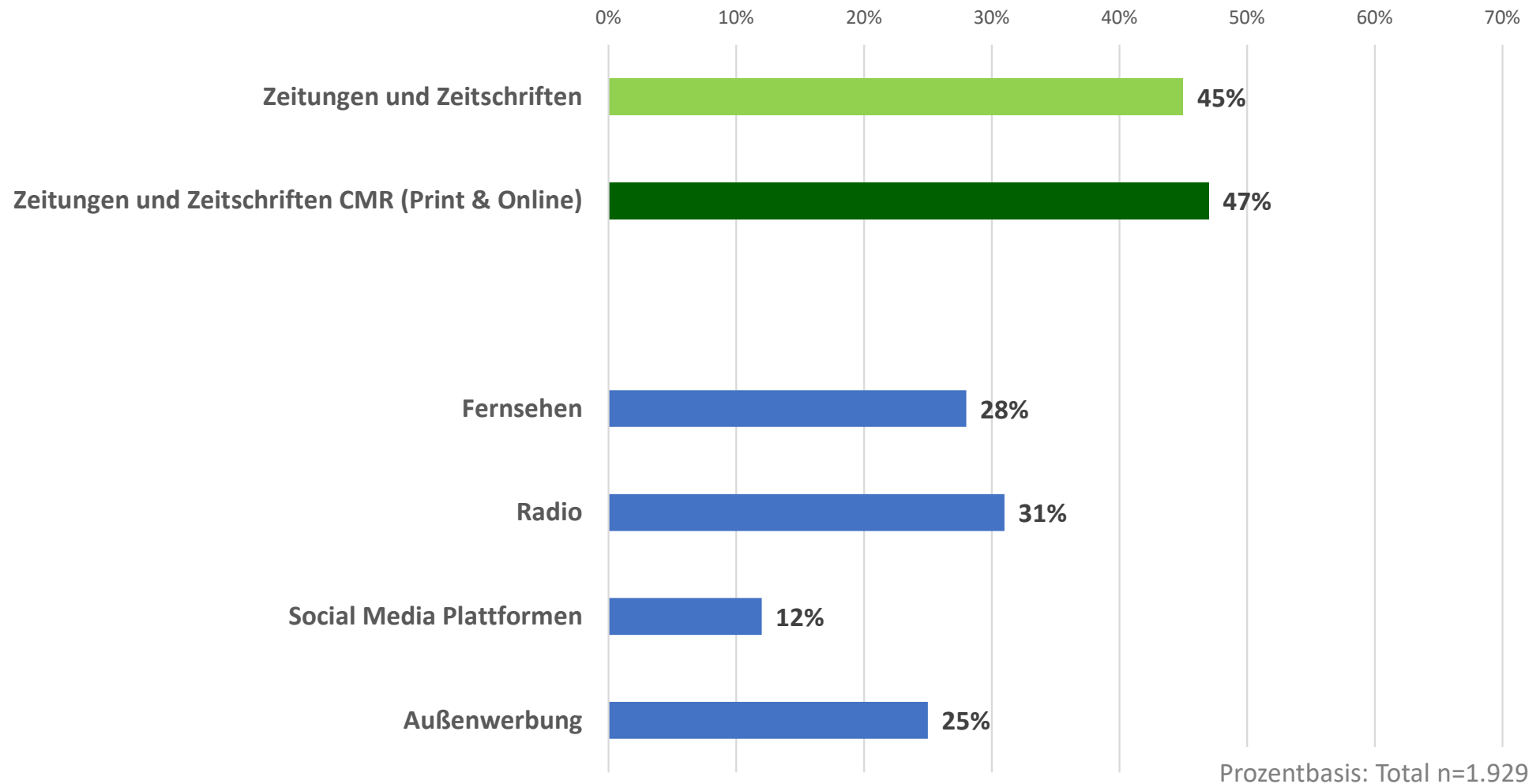
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
DIE DEMOKRATIE IN ÖSTERREICH ZU STÄRKEN



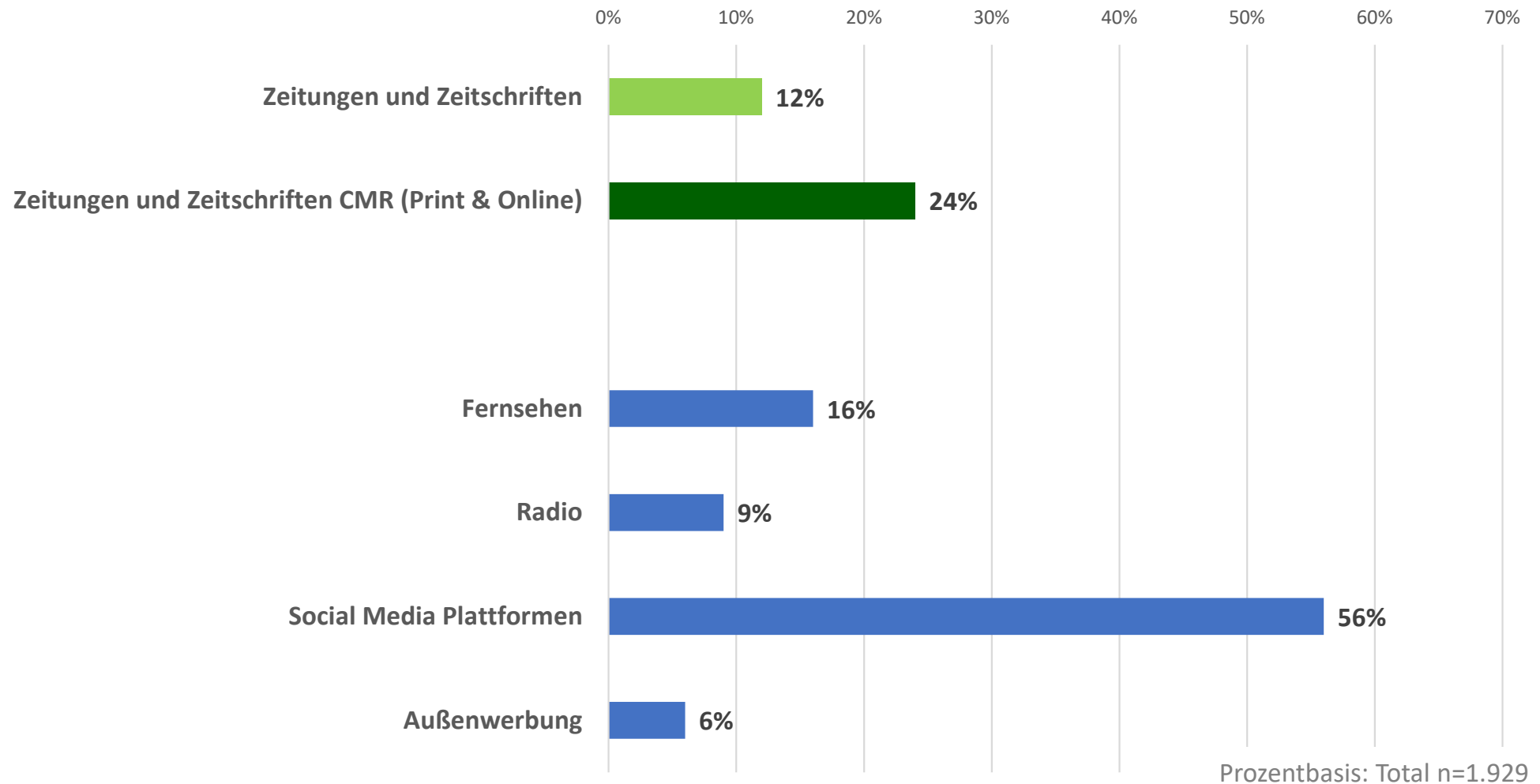
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
DIE MEINUNGSVIELFALT ZU UNTERSTÜTZEN



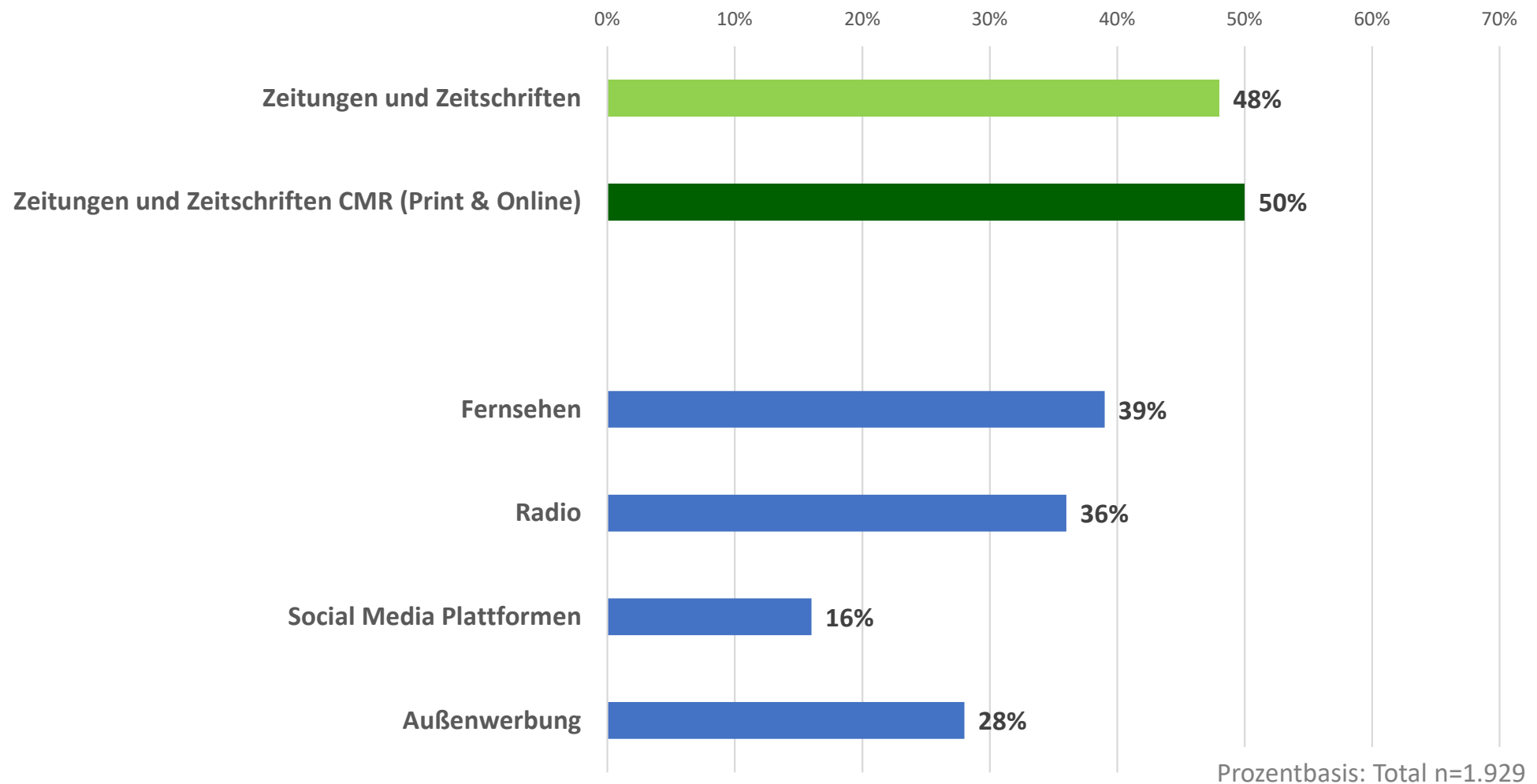
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
HEIMISCHE ARBEITSPLÄTZE ZU SICHERN



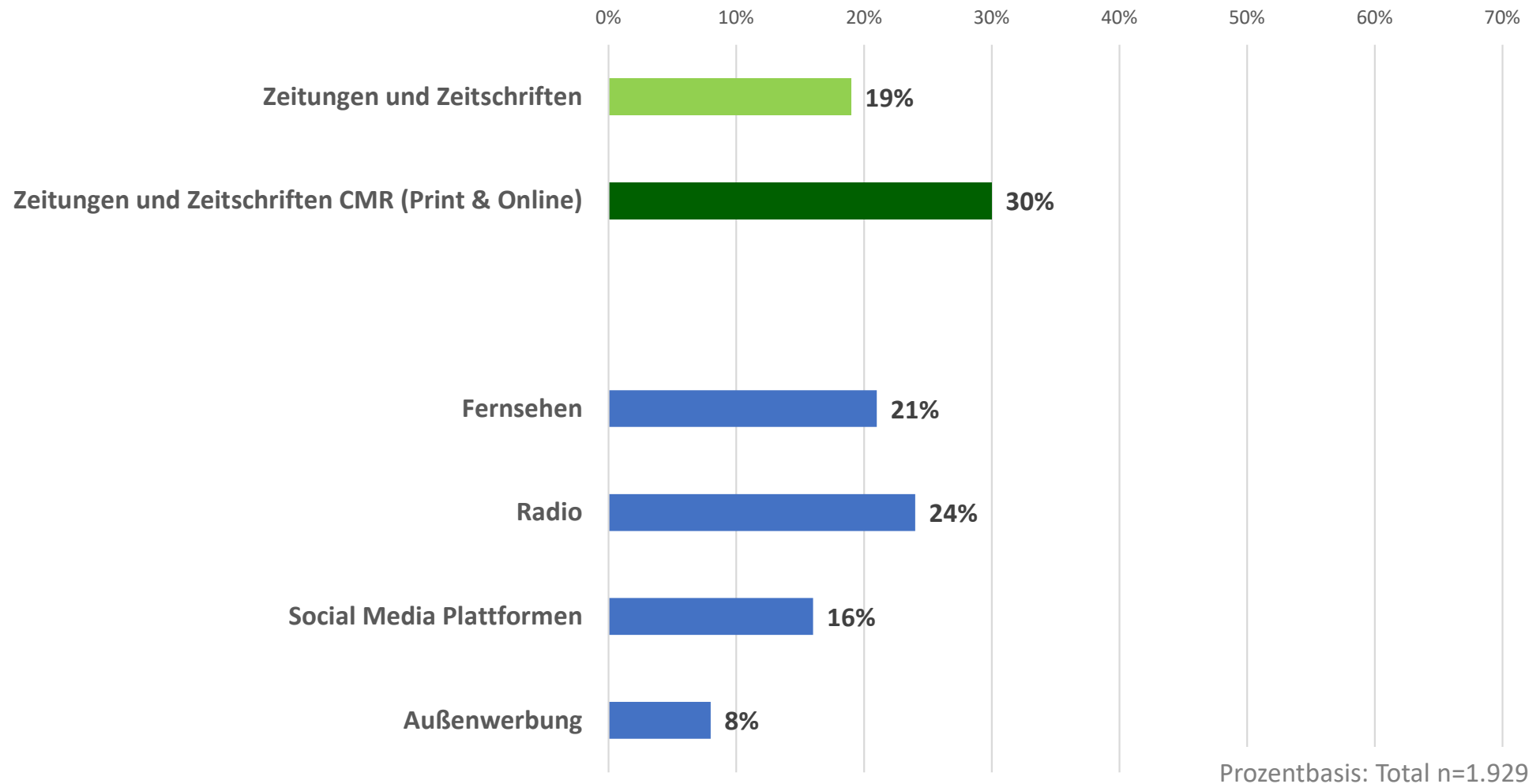
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
DIE VERBREITUNG VON FAKE NEWS ZU FÖRDERN



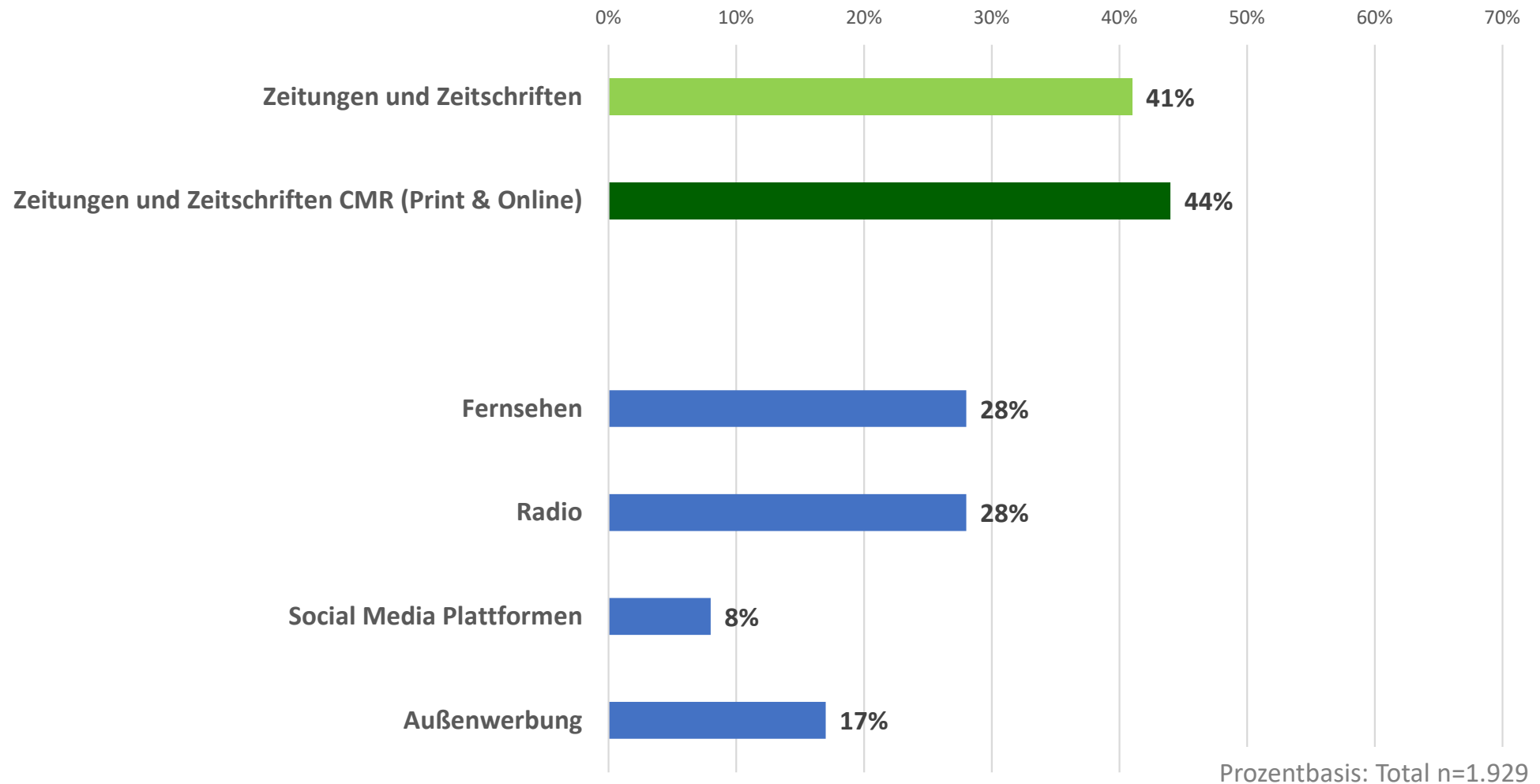
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
UNSERE WIRTSCHAFT ZU STÄRKEN



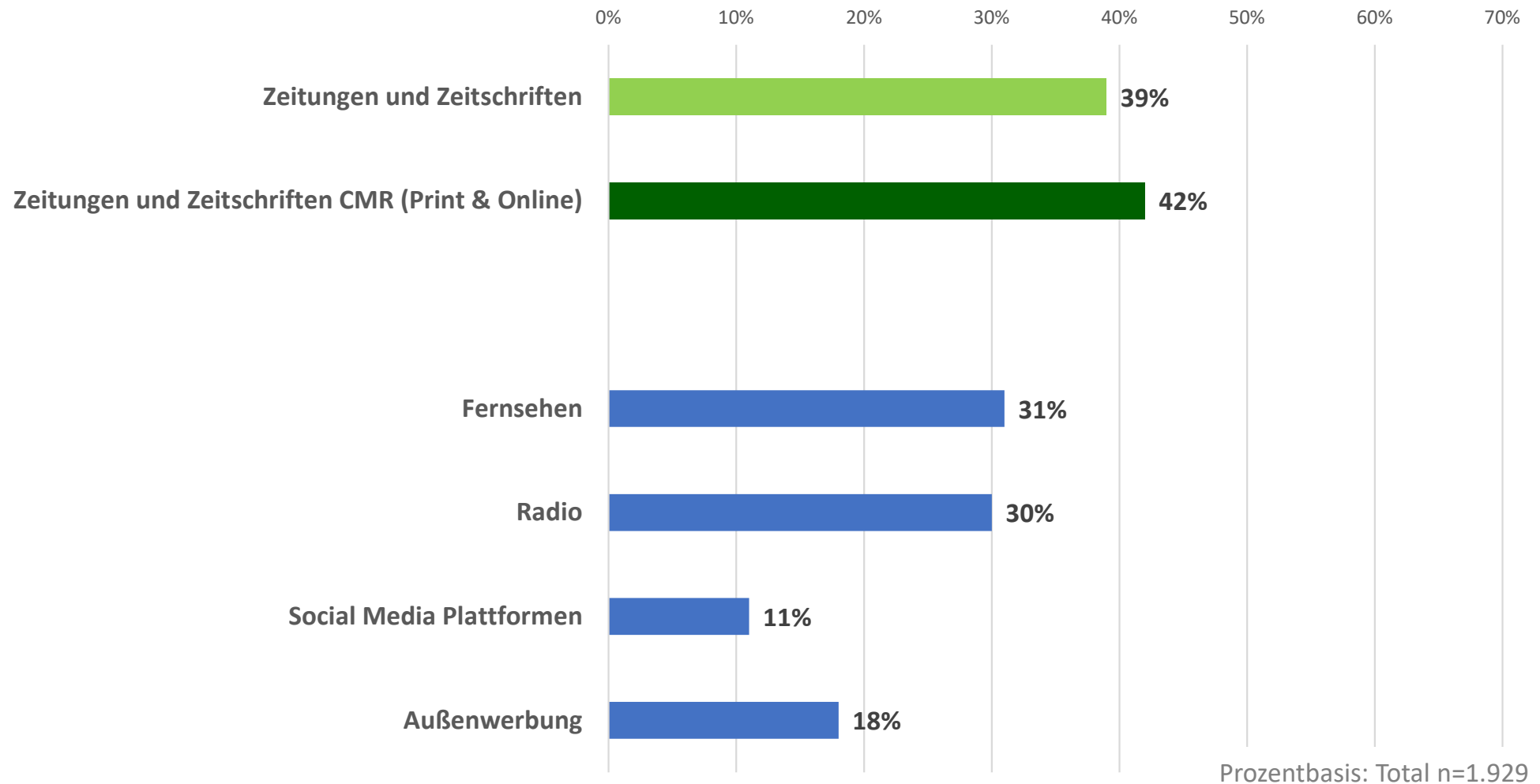
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
NACHHALTIG ZU SEIN



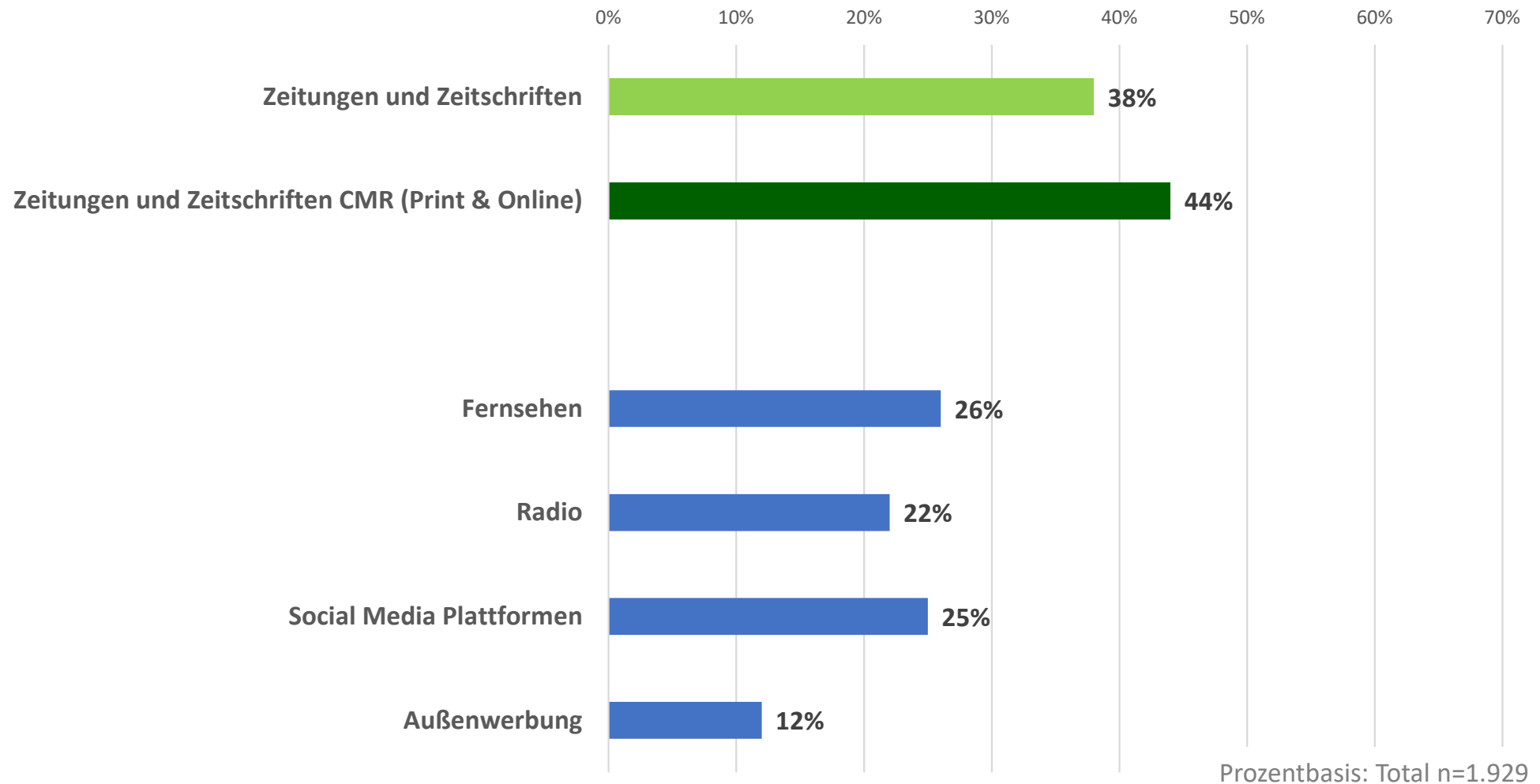
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
SICH IN EINEM GLAUBWÜRDIGEN UMFELD ZU PLATZIEREN



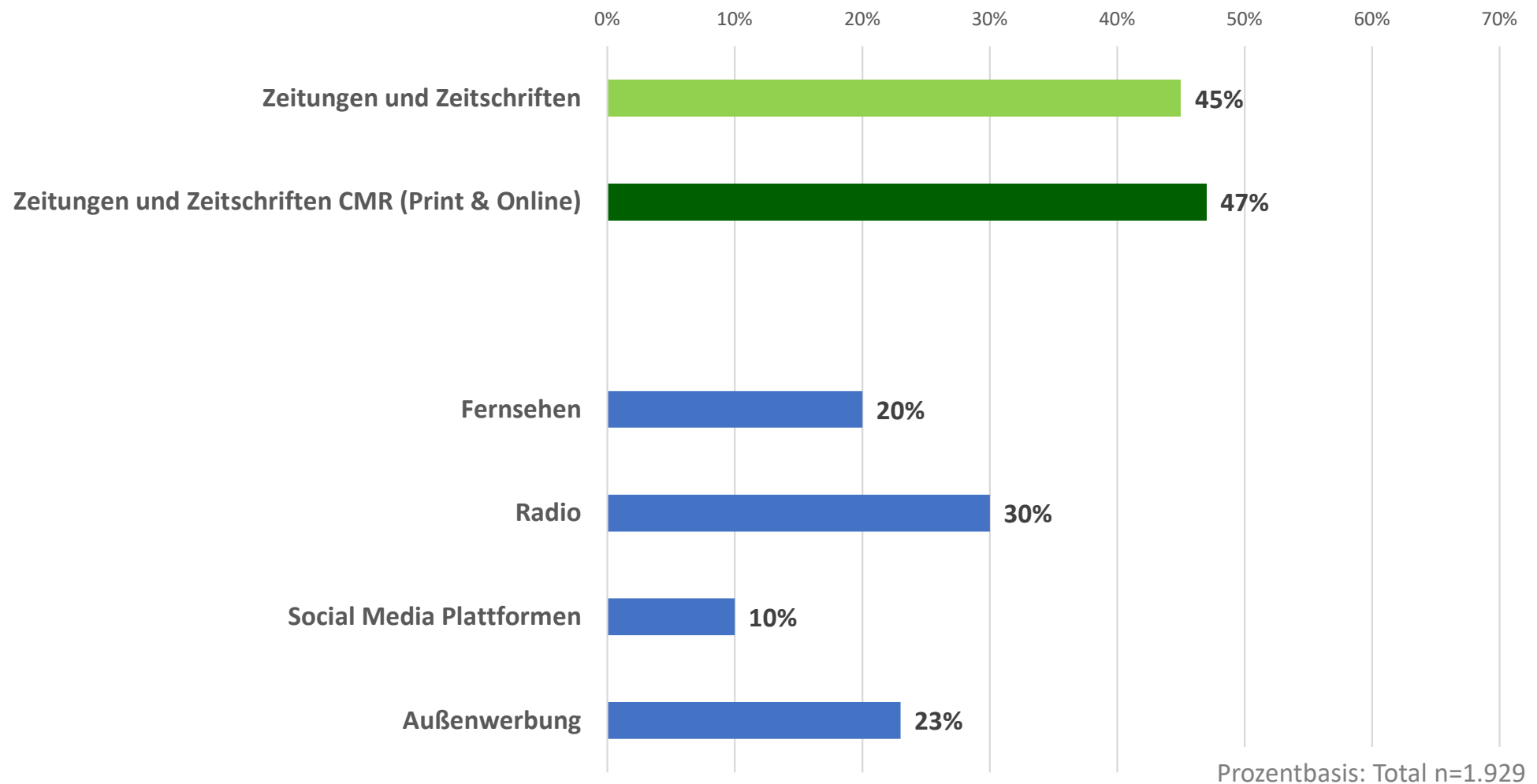
Hier Werbung zu schalten, bedeutet
EIN SERIÖSES UNTERNEHMEN ZU SEIN



Hier Werbung zu schalten, bedeutet
TIPPS UND HILFESTELLUNGEN LIEFERN ZU KÖNNEN



Hier Werbung zu schalten, bedeutet
DIE REGIONALE VERBUNDENHEIT ZU FÖRDERN



Hier Werbung zu schalten, bedeutet
MIT REGIONAL RELEVANTEN INFORMATIONEN ZU VERSORGEN

