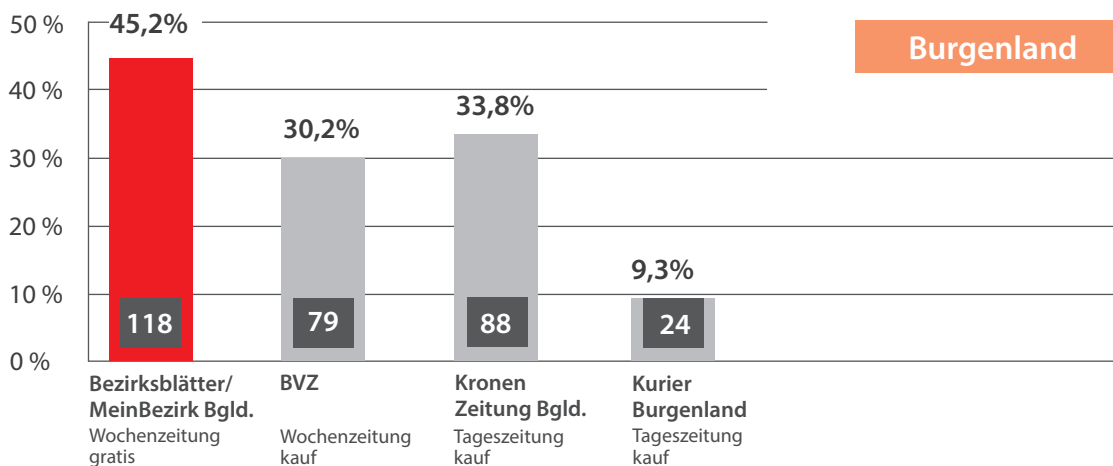
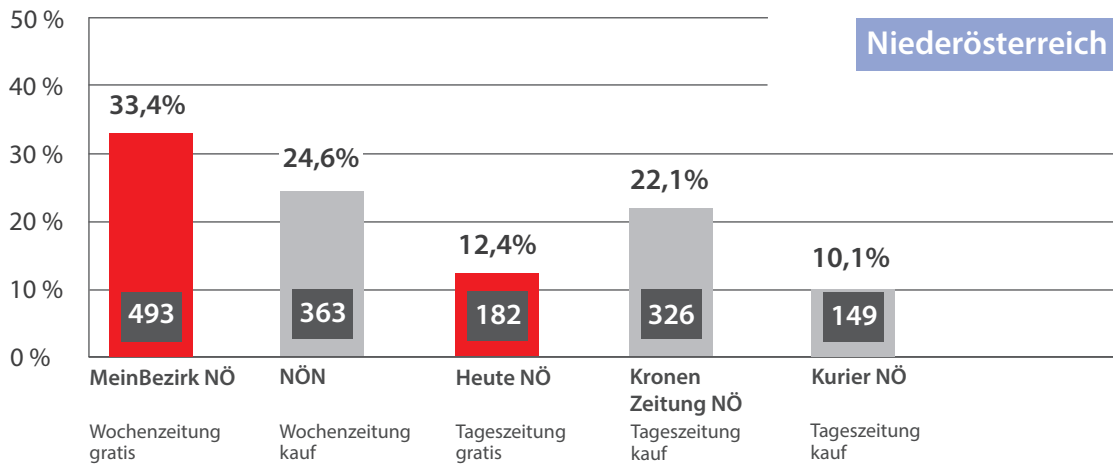
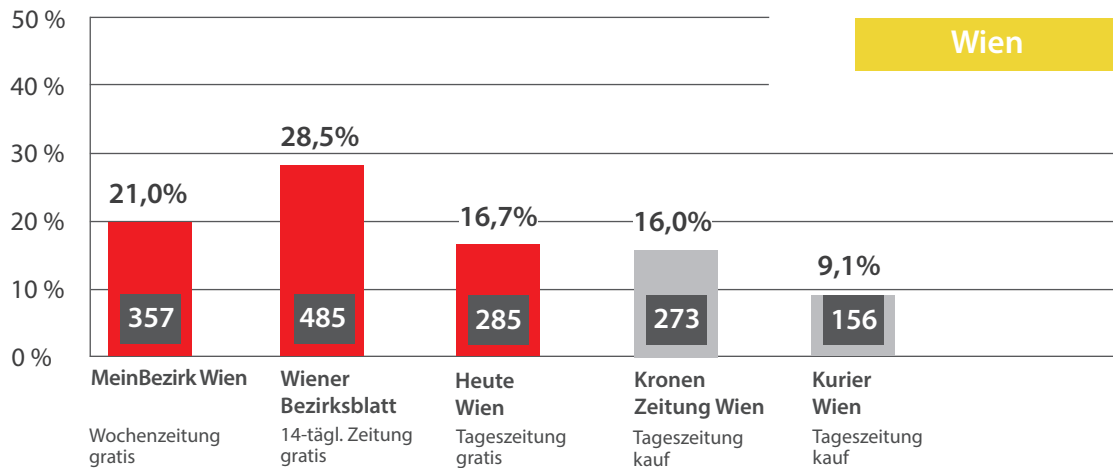


Media-Analyse 2024/25

Methoden-Information

Grundgesamtheit:	7.805.512 Personen ab 14 Jahren in 4.158.473 Privathaushalten
Organisation:	Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen
Institute:	GfK Austria GmbH IFES - Institut für empirische Sozialforschung GmbH H.T.S. Informationssysteme für Marktforschung GmbH
Samplegröße:	14.937 Interviews
Sampling:	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.
Feldarbeit:	Juli 2024 bis Juni 2025
Fragebogen:	Standardisierter Fragebogen mit folgender Reihung der Medienabfrage: Magazine monatlich, Magazine 14-täglich, überregionale Wochenzeitungen und Wochenmagazine, regionale Wochenzeitungen, Tageszeitungen, Wochenendausgaben von Tageszeitungen, Supplements, Lesezirkel, Infoscreen, Internet.
Gewichtung:	Demographische Gewichtung nach Alter, Beruf, Geschlecht, Bildung, Ortsgröße, Bundesland, Region, Haushaltsgröße, Wochentag, Festnetz und Internetnutzung. Iterative Zellengewichtung, Auflösung der Disproportionalität. Als Gewichtungsbasis für den Bericht MA 2024/25 dient der Mikrozensus 2024 sowie das Populationsregister 2024.
Signifikanz:	Die MA-Daten unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Genaue Informationen und die Berechnung der Signifikanz finden Sie auf der Homepage des Vereins ARGE Media Analysen: http://media-analyse.at/Signifikanz Weitere Informationen unter: http://media-analyse.at

Reichweiten der Regionalmedien



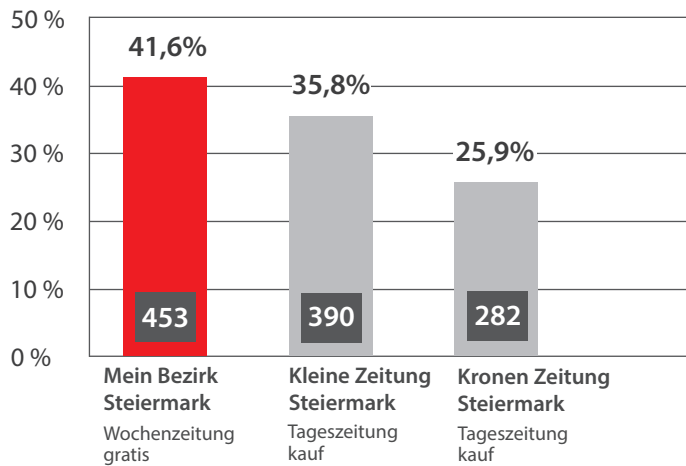
Quelle: Media-Analyse 2024/25

Erhebungszeitraum: Juli 2024 bis Juni 2025. Bitte bei allen Interpretationen und Vergleichen unbedingt die statistischen Schwankungsbreiten beachten!

Berechnung der Schwankungsbreiten: <http://media-analyse.at/Signifi> anz

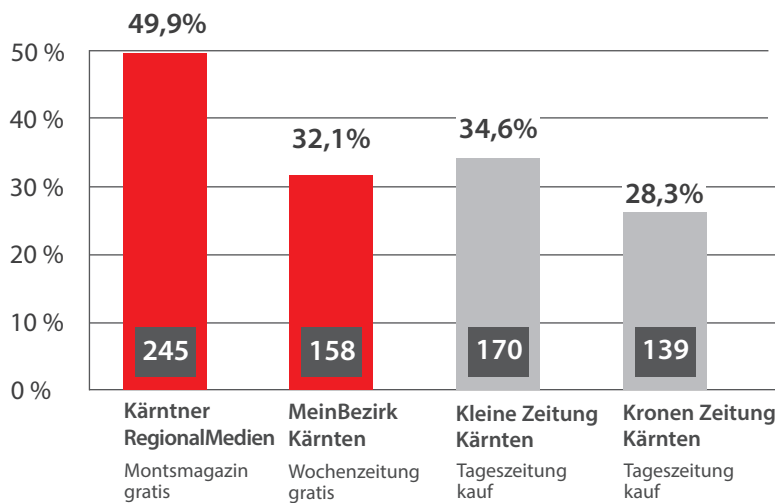
% % LpA im Bundesland
Leser im Bundesland in 1.000

Reichweiten der Regionalmedien

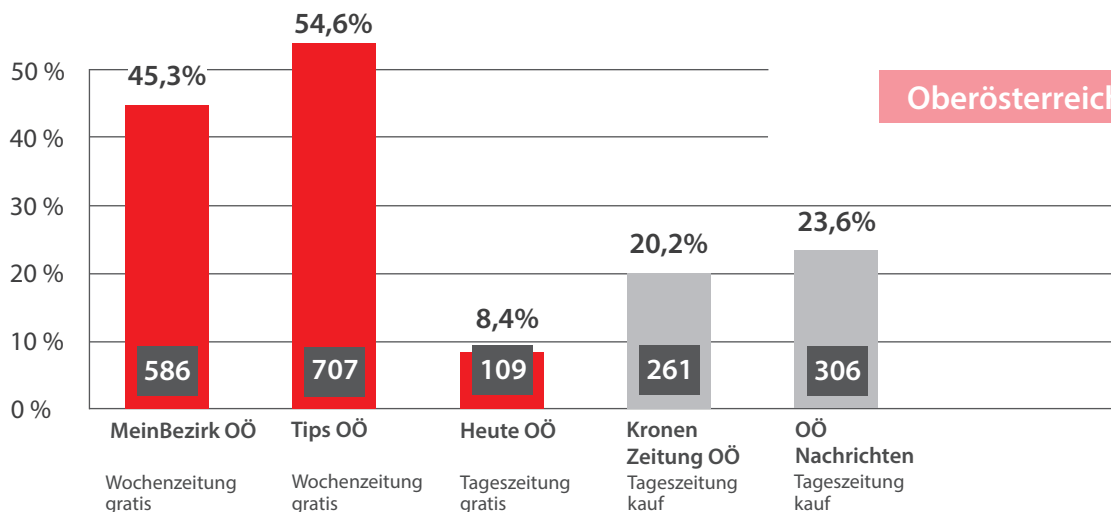


Steiermark

Kostenlose Regionalzeitungen stellen in fast allen Bundesländern das reichweitenstärkste Printmedium, sehr oft mit deutlichem Vorsprung. Mehr Leser bekommen Sie bei keiner anderen Mediengattung.



Kärnten



Oberösterreich

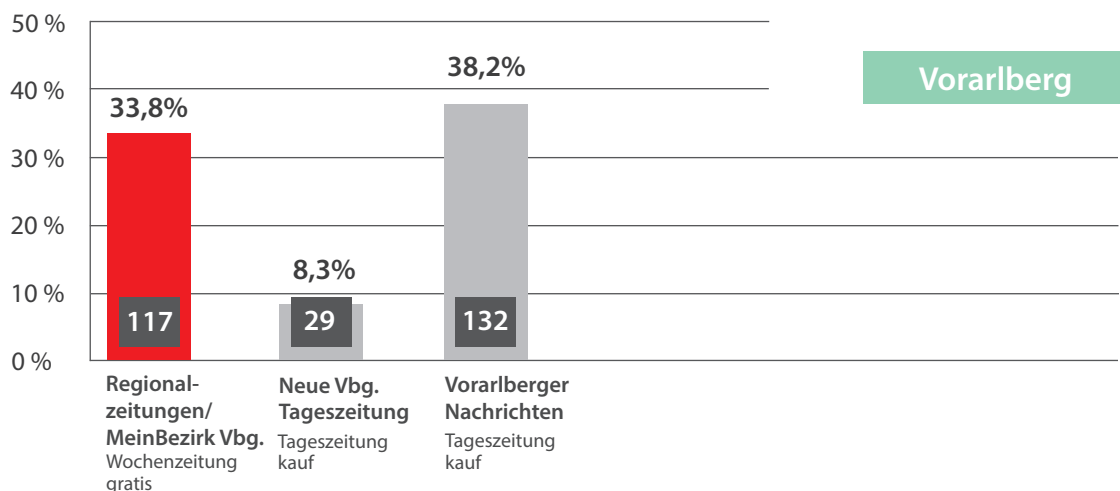
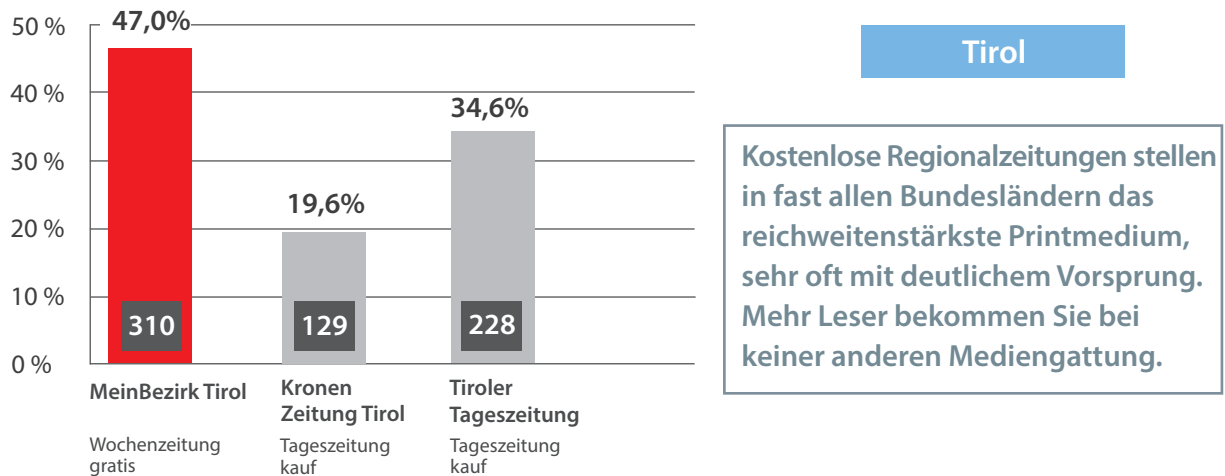
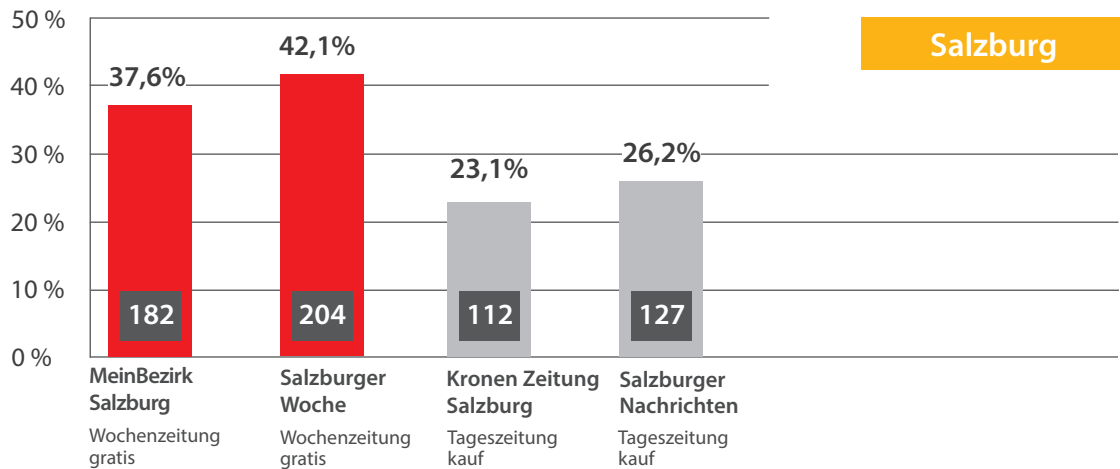
Quelle: Media-Analyse 2024/25

Erhebungszeitraum: Juli 2024 bis Juni 2025. Bitte bei allen Interpretationen und Vergleichen unbedingt die statistischen Schwankungsbreiten beachten!

Berechnung der Schwankungsbreiten: <http://media-analyse.at/Signifanz>

% % LpA im Bundesland
Leser im Bundesland in 1.000

Reichweiten der Regionalmedien



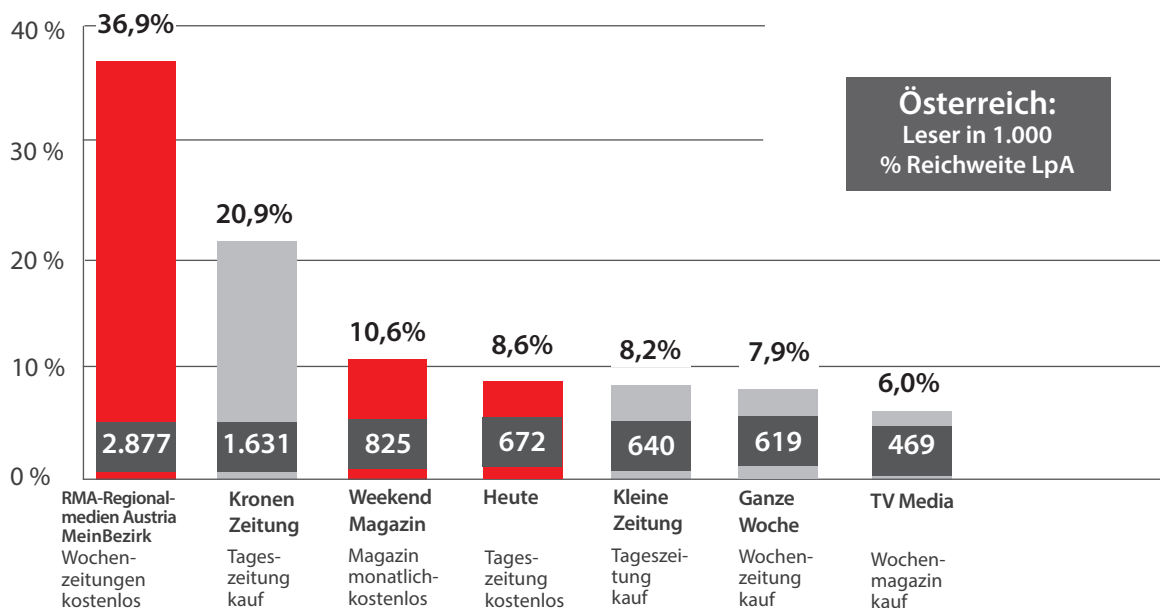
Quelle: Media-Analyse 2024/25

Erhebungszeitraum: Juli 2024 bis Juni 2025. Bitte bei allen Interpretationen und Vergleichen unbedingt die statistischen Schwankungsbreiten beachten!

Berechnung der Schwankungsbreiten: <http://media-analyse.at/Signifanz>

% % LpA im Bundesland
Leser im Bundesland in 1.000

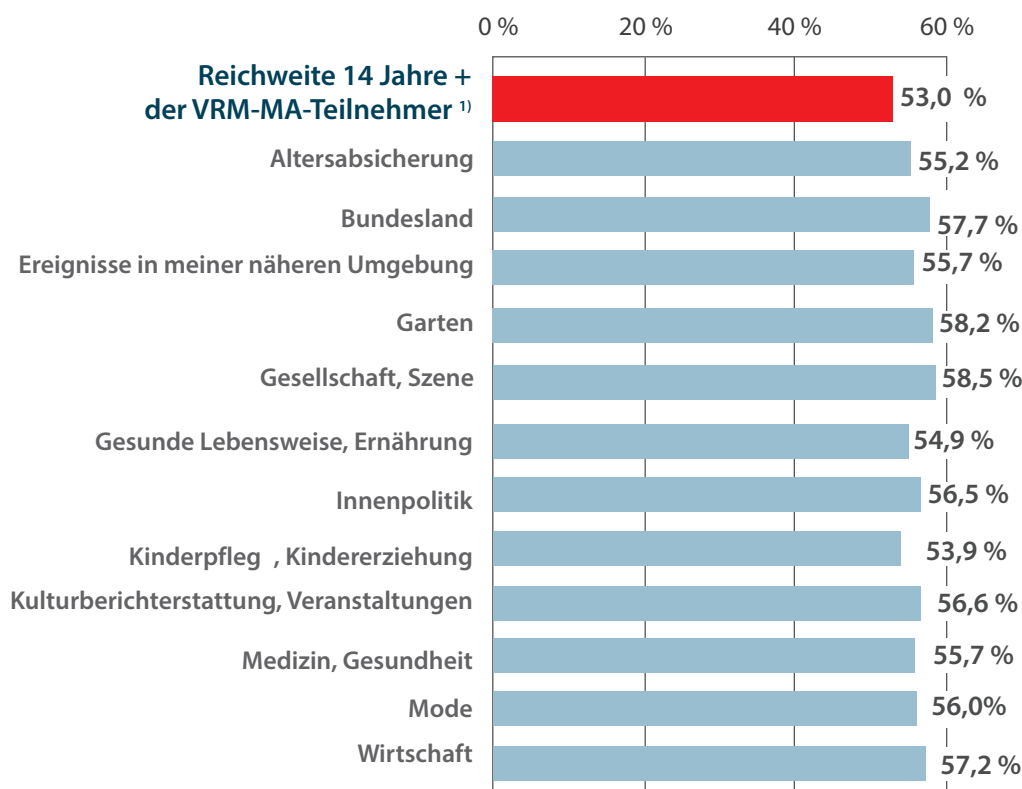
Reichweiten der Regionalmedien



Regionalzeitungen bzw. Gratiszeitungen im Vergleich zu reichweitenstarken Kauf-Tages- und -Wochenzeitungen (Auswahl)

Regionalzeitungen - Printmedien mit höchsten Leserzahlen.

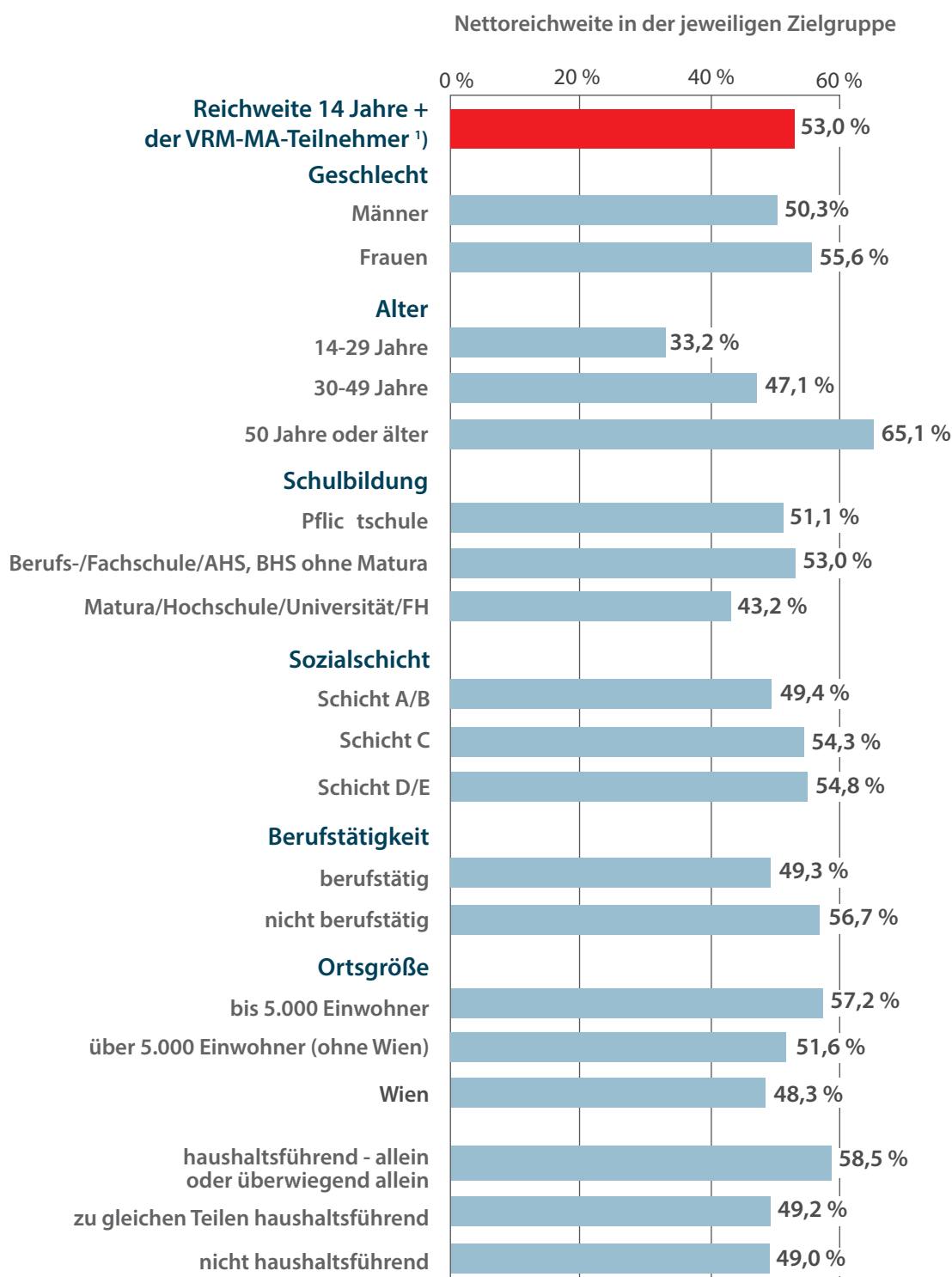
Nettoreichweite bei Personen mit Ressortinteresse an:



1) Mitgliedszeitungen des VRM, welche an der Media-Analyse 2024/25 teilgenommen haben.

Berechnung der Schwankungsbreiten: <http://media-analyse.at/Signifanz>

Leser der Regionalmedien

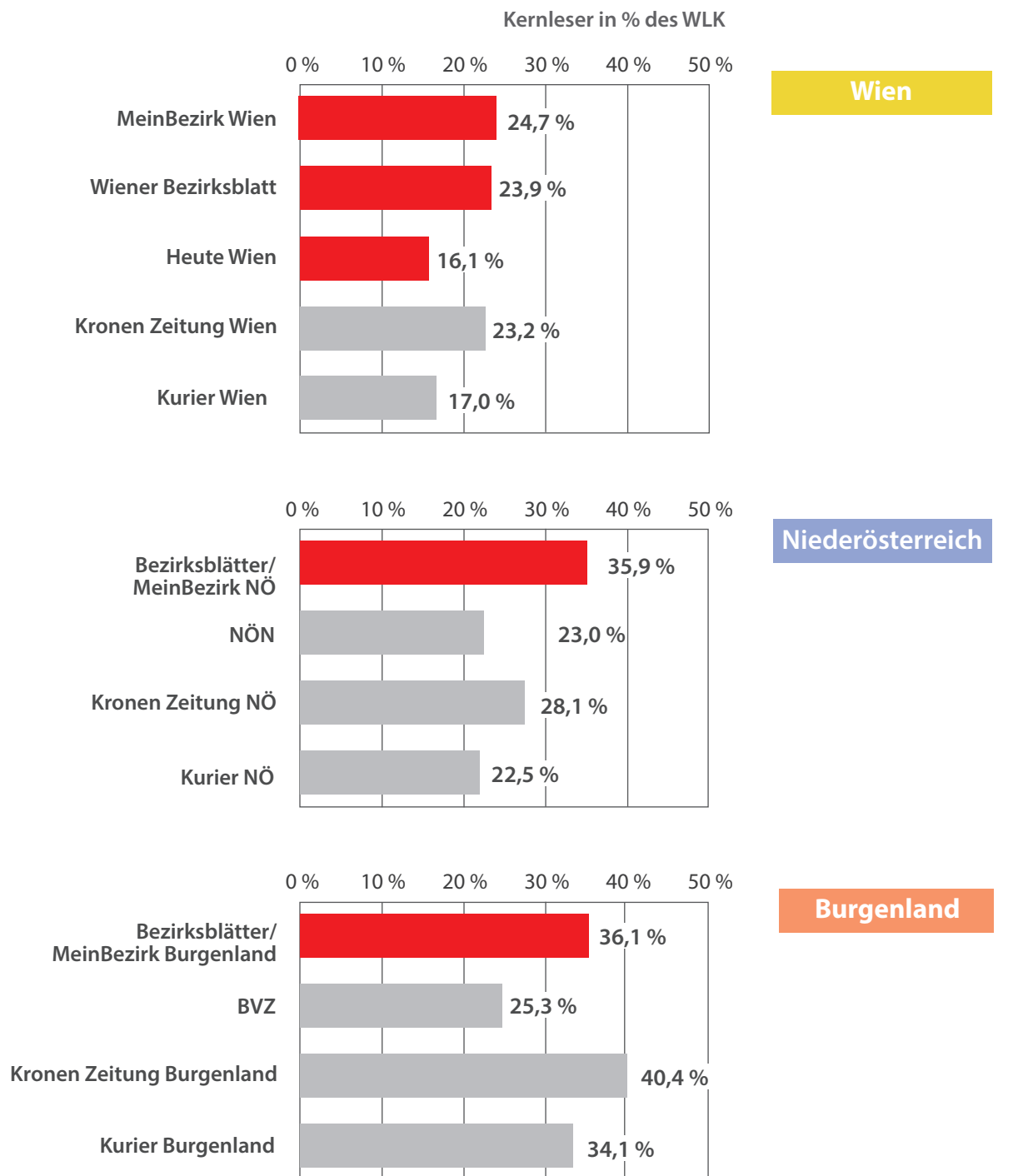


Die Leserschaft der kostenlosen Regionalzeitungen entspricht weitgehend der Gesamtbevölkerung, besonders die Mittelschicht ist stark vertreten. Werbung in Regionalzeitungen erreicht Menschen in großer Zahl - mit ausreichender Kaufkraft für die meisten Angebote der Wirtschaft, die sich an Konsumenten richten.

1) Mitgliedszeitungen des VRM, welche an der Media-Analyse 2024/25 teilgenommen haben.

Berechnung der Schwankungsbreiten: <http://media-analyse.at/Signifikanz>

Nutzung der Regionalmedien



Definition:

Zur Beurteilung der Regelmäßigkeit der Nutzung eines Mediums lässt sich die Leserschaft (weitester Lesekreis/WLK) anhand der Lesewahrscheinlichkeit in 4 Gruppen einteilen:

Kernleser:

Häufige Leser:

Regelmäßige Leser:

Gelegentliche Leser:

Lesewahrscheinlichkeit > 0,75 bis 1,00

Lesewahrscheinlichkeit > 0,50 bis 0,75

Lesewahrscheinlichkeit > 0,25 bis 0,50

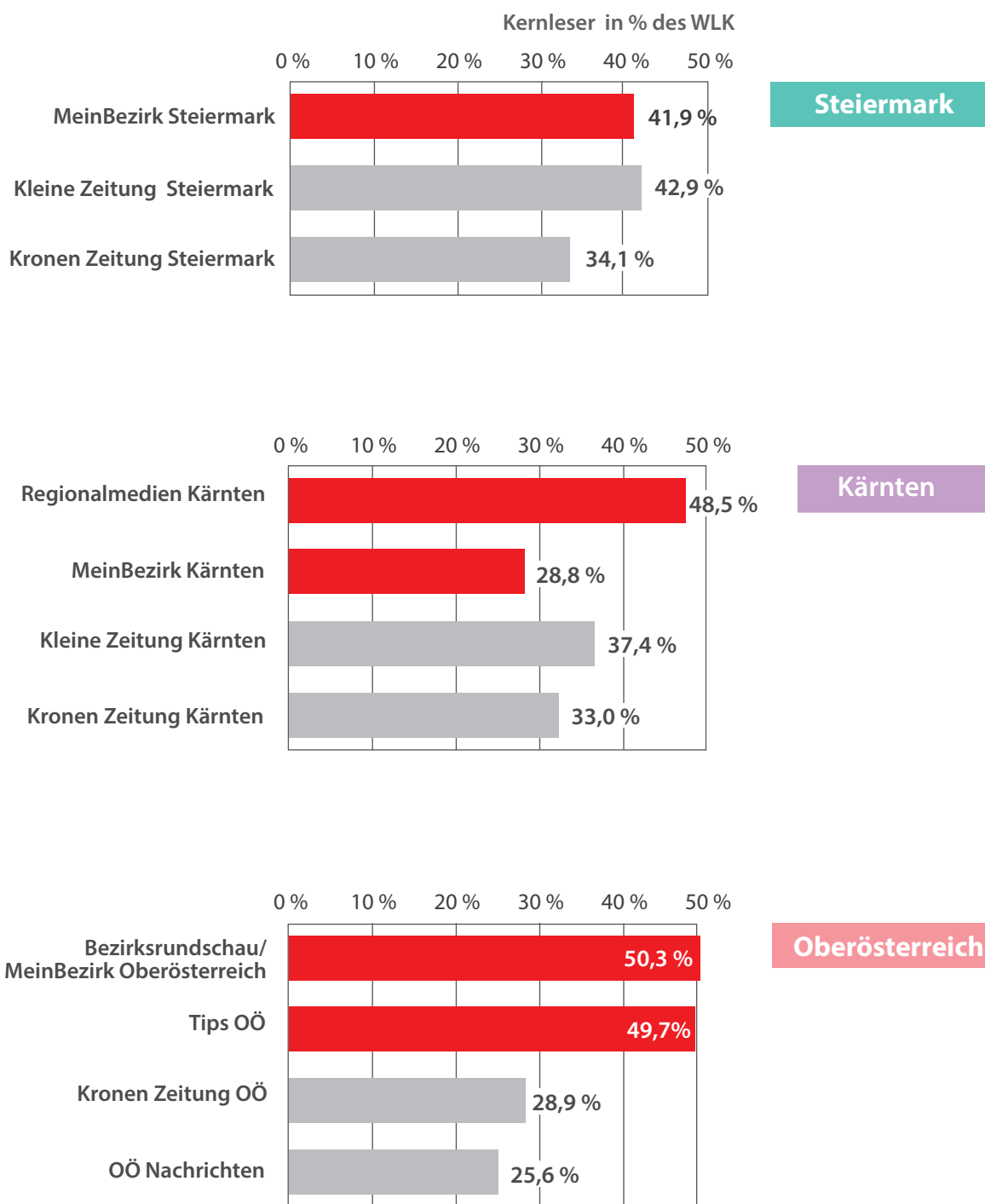
Lesewahrscheinlichkeit > 0,00 bis 0,25

Quelle: Media-Analyse 2024/25

Berechnung der Schwankungsbreiten: <http://media-analyse.at/Signifikanz>

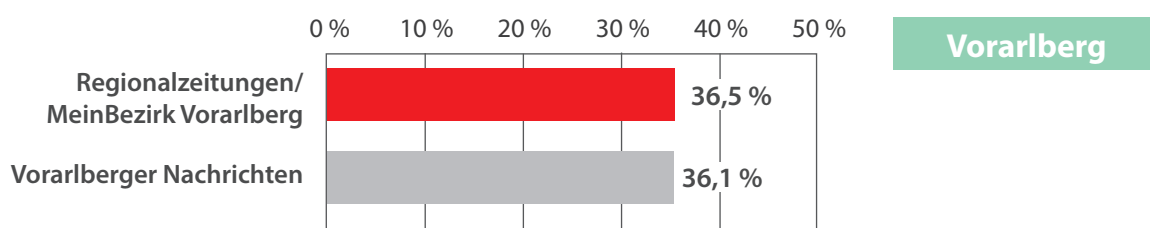
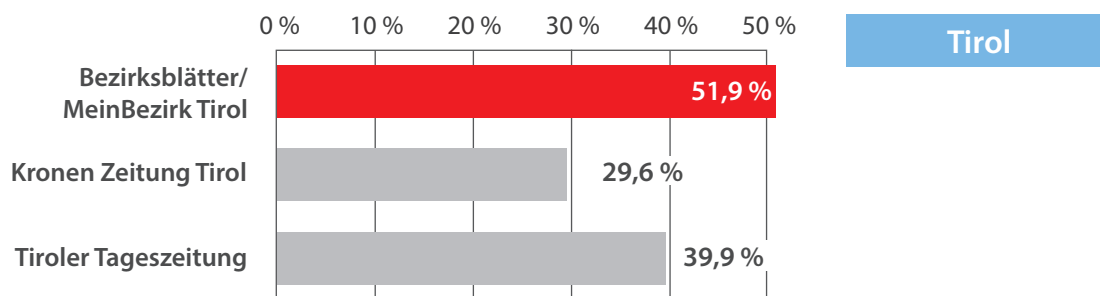
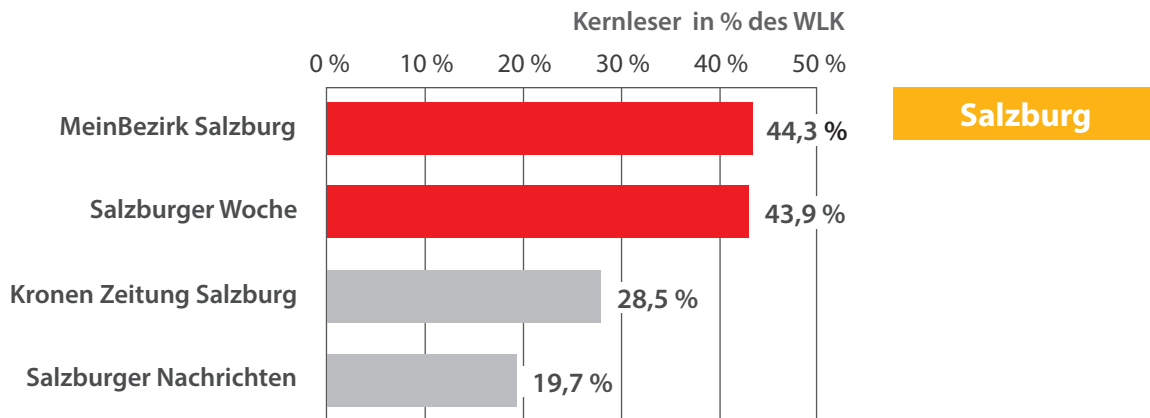
Kernleser in % des WLK; Auswahl

Nutzung der Regionalmedien



Regionalzeitungen werden nicht nur von sehr vielen Menschen gelesen:
Sie werden von ihren Lesern auch äußerst regelmäßig genutzt -
so regelmäßig wie kaum eine andere Mediengattung.

Nutzung der Regionalmedien



Bei Markenartikeln bedeutet ein hoher Anteil von Intensiv-Verwendern großen Kundennutzen und eine starke Marke.

Bei Medien wird dies durch einen hohen Kernleser-Anteil angezeigt.