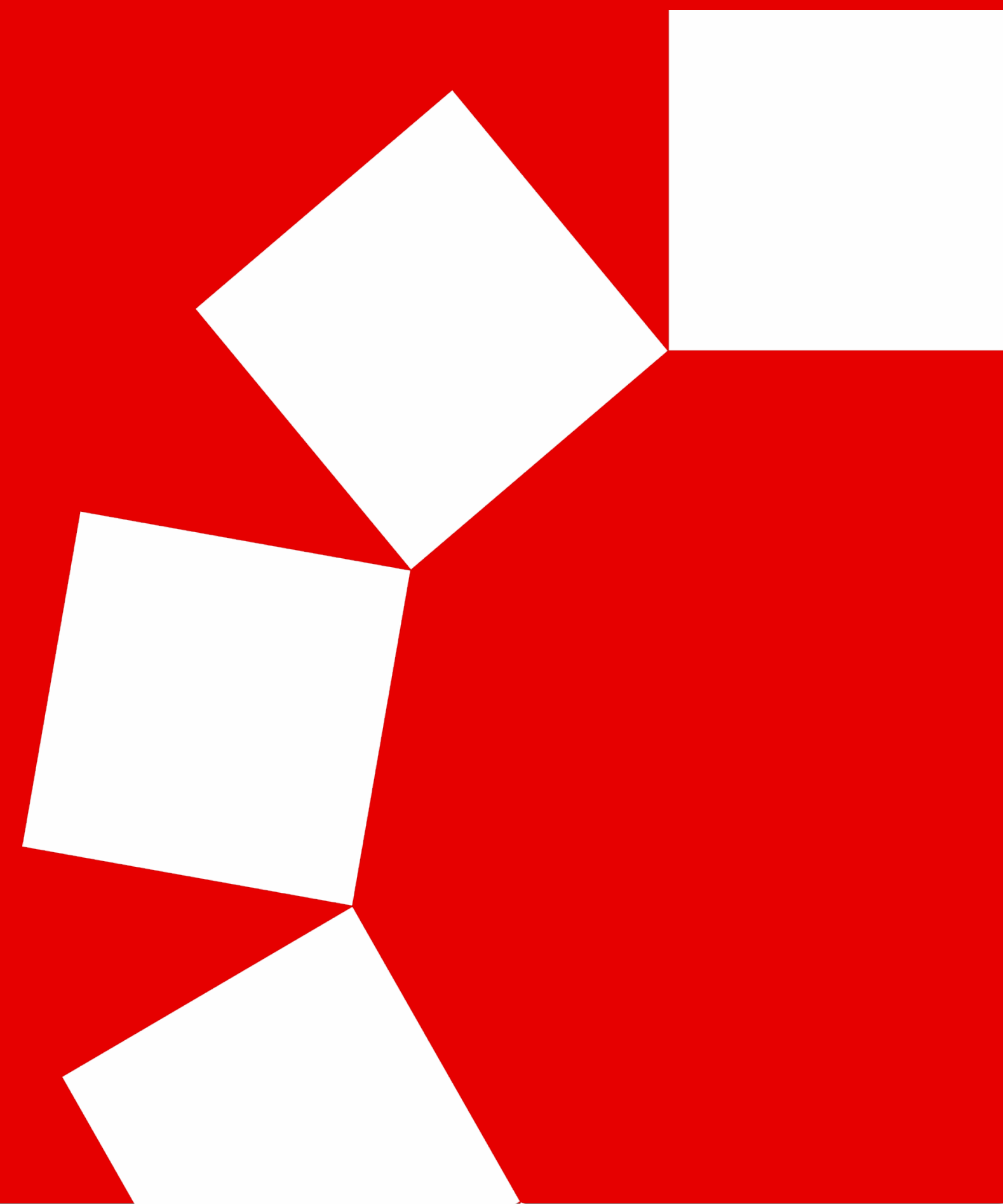


MeinBezirk

stellt sich vor



MeinBezirk–RegionalMedien Austria

Mediale Nahversorgung in ganz Österreich

Informationen aus Ihrer näheren Umgebung

Lokale Inhalte stehen im Vordergrund
Wir informieren über Geschehnisse in der Region
und gestalten diese auch aktiv mit

Regionaler Journalismus im Fokus

Unsere Redakteur:innen sind mitten im Geschehen
vor Ort und berichten authentisch über Lokalpolitik,
Wirtschaft, Heimat, Menschen, Kultur, Sport,
Vereinsaktivitäten und Events



Lokale Inhalte haben große Relevanz

Informationen aus der Region sind wertvoll und nützlich

87 % der Bevölkerung in Österreich interessieren sich für **Informationen über Ereignisse aus der näheren Umgebung**¹⁾

83 % der Bevölkerung in Österreich sagen, sie **kaufen** nach Möglichkeit **regional hergestellte Produkte**²⁾



**Das Leben
spielt sich
regional ab**

Bundesweite Themen mit regionaler Relevanz

- ❖ **Entscheidungsträger:innen** aus Wirtschaft und Politik im Interview
- ❖ **News to use:** Aktuelle Dokumentationen und Hintergrundreportagen mit bundesweiter Relevanz



MeinBezirk – Ganz Österreich aus einer Hand

MeinBezirk-RMA gesamt

- ❁ **120** lokale Zeitungsausgaben
- ❁ **36,9 %** Print-Reichweite¹⁾
- ❁ **2.877.000** Leser:innen¹⁾
- ❁ **3.183.532** Print-Auflage²⁾

MeinBezirk.at

- ❁ **117** lokale Online-Ausgaben
- ❁ **44,9 %** Online-Monats-Reichweite³⁾
- ❁ **3.241.000** Unique User pro Monat³⁾
- ❁ **962.000** Social Media Follower⁴⁾

MeinBezirk-RMA gesamt / MeinBezirk.at

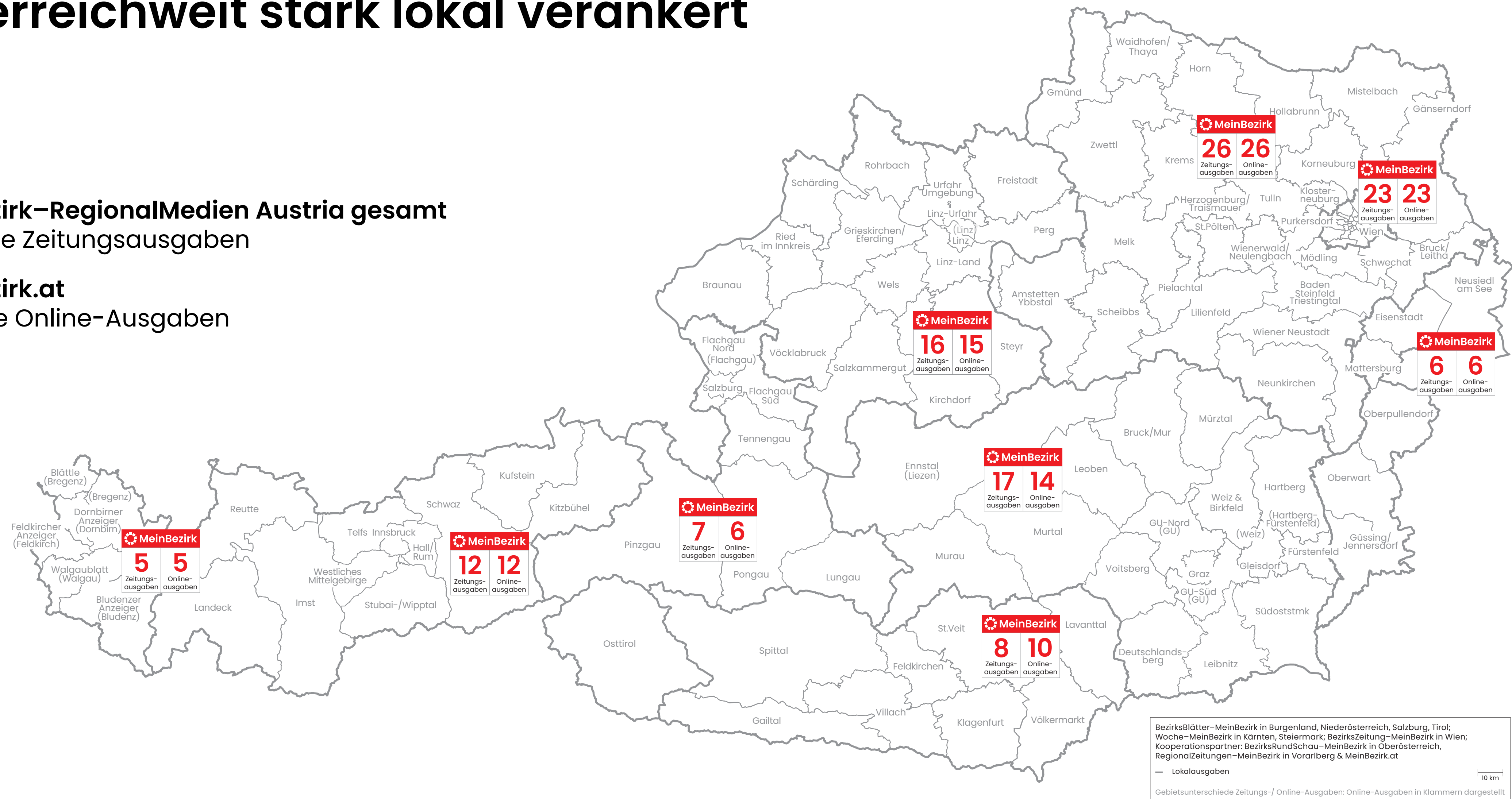
- ❁ **44,7 %** CrossMedia-Wochen-Reichweite⁵⁾
- ❁ **3.486.000** CrossMedia-Nutzer:innen pro Woche⁵⁾



Österreichweit stark lokal verankert

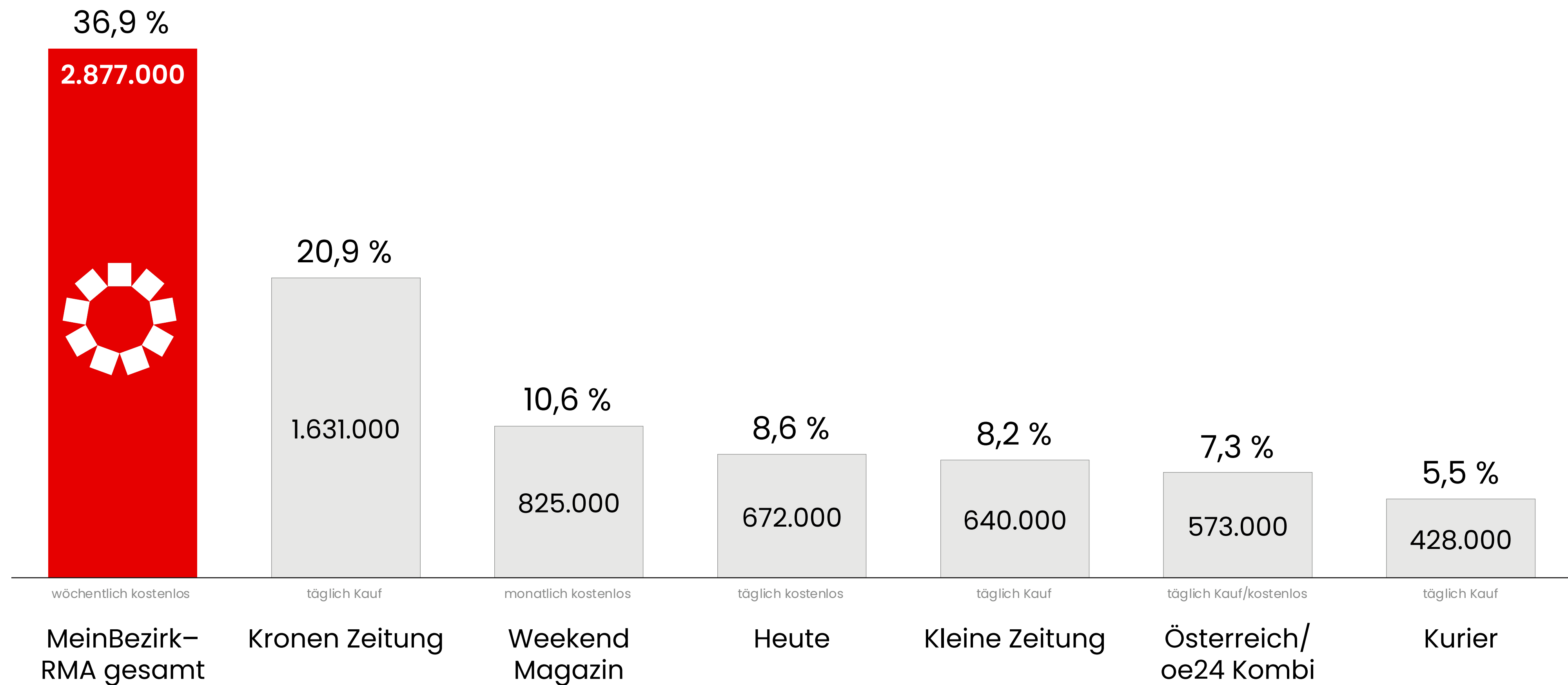
MeinBezirk–RegionalMedien Austria gesamt 120 lokale Zeitungsausgaben

MeinBezirk.at
117 lokale Online-Ausgaben



Print-Reichweite in Österreich

Print-Reichweite und Leser:innen von ausgewählten Printmedien in Österreich 



MeinBezirk – Reichweiten Print und Online

Print-Reichweite und Online-Monats-Reichweite in Österreich und den Bundesländern

MeinBezirk–RegionalMedien Austria gesamt

36,9 % Print-Reichweite¹⁾ 

MeinBezirk–Print-Reichweite im Bundesland¹⁾

BezirksBlätter–MeinBezirk im Burgenland	45,2 %
Woche–MeinBezirk in Kärnten	32,1 %
BezirksBlätter–MeinBezirk in Niederösterreich	33,4 %
BezirksRundSchau–MeinBezirk in Oberösterreich	45,3 %
BezirksBlätter–MeinBezirk in Salzburg	37,6 %
Woche–MeinBezirk in der Steiermark	41,6 %
BezirksBlätter–MeinBezirk in Tirol	47,0 %
RegionalZeitungen–MeinBezirk in Vorarlberg	33,8 %
BezirksZeitung–MeinBezirk in Wien	21,0 %

MeinBezirk.at

44,9 % Online-Monats-Reichweite²⁾ 

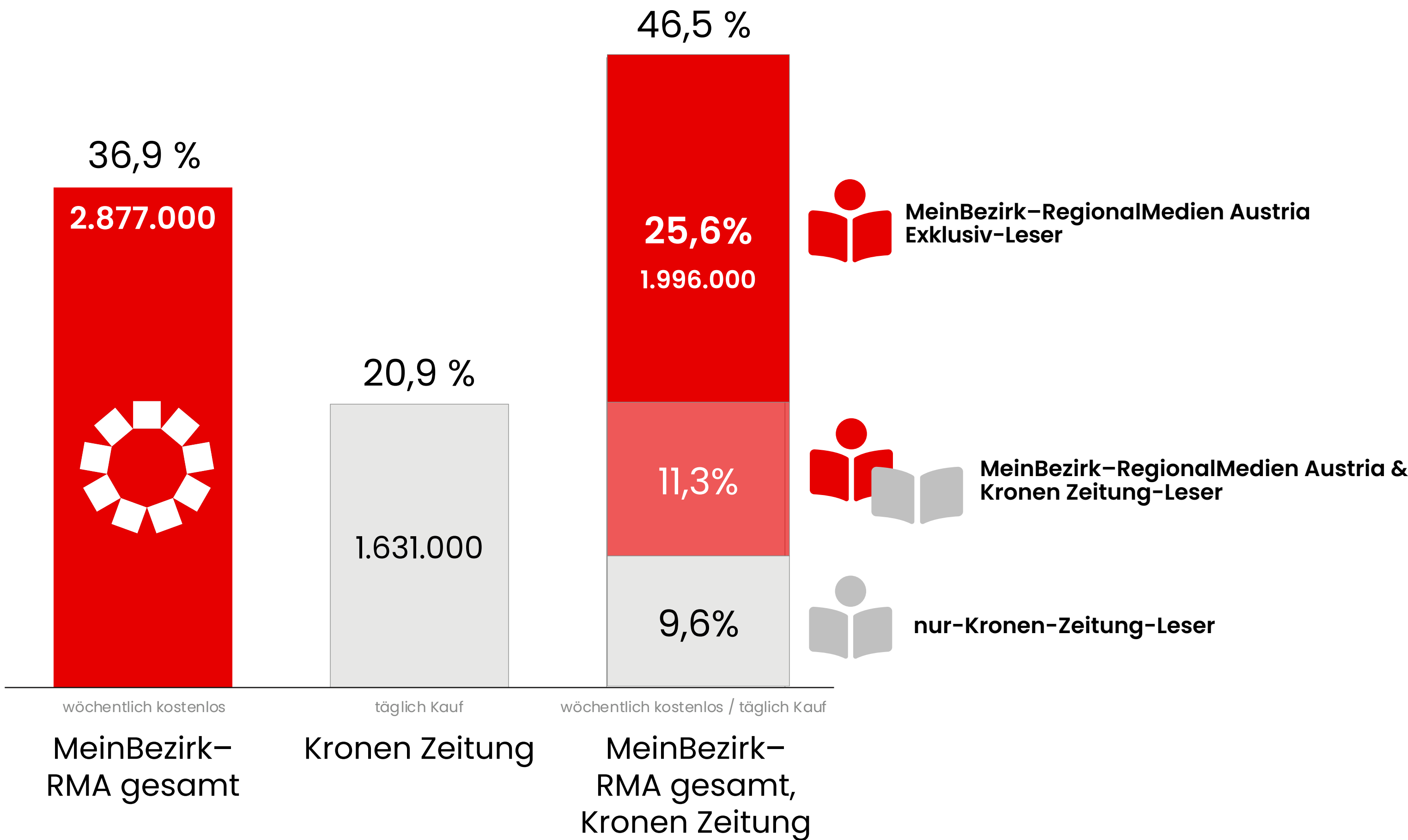
MeinBezirk.at Online-Reichweite im Bundesland²⁾

MeinBezirk.at im Burgenland	44,1 %
MeinBezirk.at in Kärnten	56,3 %
MeinBezirk.at in Niederösterreich	47,2 %
MeinBezirk.at in Oberösterreich	54,0 %
MeinBezirk.at in Salzburg	34,9 %
MeinBezirk.at in der Steiermark	49,7 %
MeinBezirk.at in Tirol	43,0 %
MeinBezirk.at in Vorarlberg	13,3 %
MeinBezirk.at in Wien	40,7 %

1) QUELLE: MA 2024/25 (Erhebungszeitraum 07/2024–06/2025). Netto-Print-Reichweite: Leser pro Ausgabe in % in Österreich 14plus und in den Bundesländern 14plus, max. Schwankungsbreite Österreich gesamt ±0,8%, Bundesländer ±3,1%. 2) QUELLE: ÖWA Q 2025-II: Netto-Online-Reichweite: Unique User in % für einen durchschnittlichen Monat auf Basis Internetnutzer 14plus in Österreich und in den Bundesländern. Die Mediadaten unterliegen einer statistischen Schwankungsbreite. Druck- und Satzfehler vorbehalten.

2 Mio. MeinBezirk-Exklusiv-Leser:innen

Print-Reichweite von MeinBezirk-RegionalMedien Austria im Vergleich zur Kronen Zeitung in Österreich



Auszugsweise Darstellung (Vergleich bezieht sich nur auf die angeführten Medien). Quelle für alle angeführten Daten: MA 2024/25 (Erhebungszeitraum 07/2024-06/2025). Netto-Print-Reichweite: Leser pro Ausgabe in % und in Projektion in Österreich 14plus, max. Schwankungsbreite ±0,8%. Exklusiv-Leser:innen sind Leser:innen, die nur das jeweilige Printmedium nutzen und das andere Printmedium nicht nutzen. Doppel-Leser:innen: Leser:innen, die beide Printmedien nutzen. Exklusiv-Leser:innen-Reichweiten in % beziehen sich auf die Bevölkerung 14plus. Druck- und Satzfehler vorbehalten.

Hohe Reichweite in Top-Zielgruppen

Print-Reichweite in % ausgewählter Printmedien in Österreich	Bevölkerung 14plus in Projektion	MeinBezirk- RMA gesamt wöchentlich kostenlos	Kronen Zeitung täglich Kauf	Heute täglich kostenlos	Kleine Zeitung täglich Kauf	Österreich/ oe24 täglich Kauf/kostenlos	Kurier täglich Kauf
Gesamt	7.806.000	36,9	20,9	8,6	8,2	7,3	5,5
14-29 Jahre	1.586.000	17,4	10,6	7,9	4,7	6,0	3,1
30-49 Jahre	2.454.000	29,9	14,1	8,5	6,1	8,6	3,5
50 Jahre plus	3.765.000	49,6	29,6	9,0	11,1	7,1	7,8
Schicht A/B	2.342.000	34,0	17,3	5,8	9,7	5,8	6,8
ABC1 bis 49 Jahre	2.062.000	27,3	12,7	6,7	6,6	6,2	3,4
Pers. Einkommen ab € 1.500	5.396.000	39,5	22,8	8,3	9,0	7,4	6,3
HH-Einkommen ab € 3.000	5.274.000	36,7	20,7	7,5	9,0	6,6	6,0
Kaufkraftstufen 1/2 (hohe Kaufkraft)	2.341.000	38,7	22,5	7,2	9,7	6,5	8,3
Haupteinkommensbezieher	5.698.000	38,1	22,3	9,0	8,5	8,2	6,0
Haushaltsführend bis 59 Jahre	4.870.000	29,1	15,3	8,8	6,3	7,9	3,8
Kind/er bis 14 J. im Haushalt	1.771.000	29,1	13,7	8,4	6,7	8,5	3,5
Berufs-/Fachschule	3.807.000	43,8	26,8	9,7	8,9	8,5	5,4
Matura/Universität	2.755.000	29,4	11,7	6,4	8,5	5,3	6,7
Firmeninhaber/Selbständige	437.000	33,0	14,2	4,2	9,5	4,5	5,7
Entscheider:innen im Beruf	3.037.000	32,1	16,6	8,0	7,5	8,4	4,7

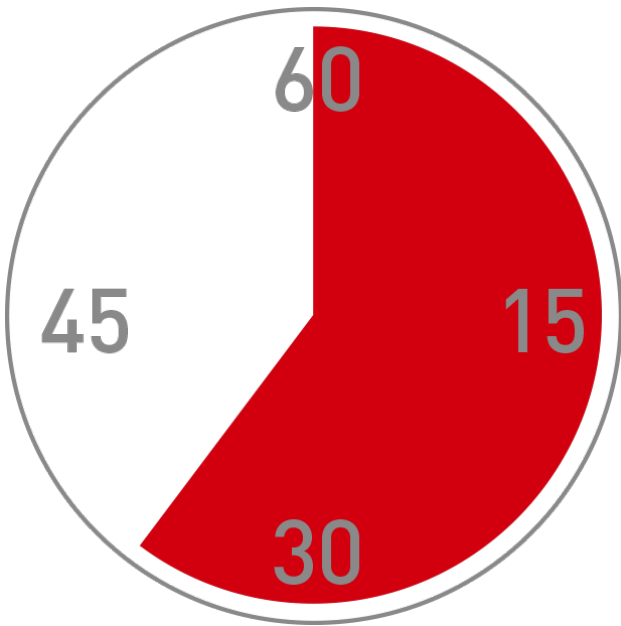
Auszugsweise Darstellung (Vergleich bezieht sich nur auf die angeführten Medien). Quelle für alle angeführten Daten: MA 2024/25 (Erhebungszeitraum 07/2024-06/2025). Netto-Print-Reichweite: Leser pro Ausgabe in % in Zielgruppen in Österreich 14plus, max. Schwankungsbreite: Gesamt ±0,8%; Zielgruppen ±10%. Sozialschichtmodell A/B/C1/C2/D/E: Kombination aus Haushaltseinkommen, Berufsmilieu des Haupteinkommensbeziehers im Haushalt, Schulbildung der Zielperson. Schicht A/B: obere 30% nach Sozialschichtmodell. ABC1: obere 50 % nach Sozialschichtmodell. Kaufkraftstufen 1/2: 30% mit höchster Kaufkraft. Basis für Kaufkraft pro Kopf: Haushalts-Nettoeinkommen bereinigt nach der gewichteten Personenanzahl im Haushalt (erster Erwachsener: 1,0; jeder weitere Erwachsene: 0,7; Kinder 6-14 J.: 0,6; Kinder bis 6 J.: 0,35). Entscheider:innen im Beruf: Allein-, Mitentscheider, Berater. Druck- und Satzfehler vorbehalten.

Starke Zeitungsnutzung von MeinBezirk

Leser:innen der Titel von MeinBezirk–RegionalMedien Austria 2021



Lesemenge: **70 %**



Lesedauer: **37 Minuten**

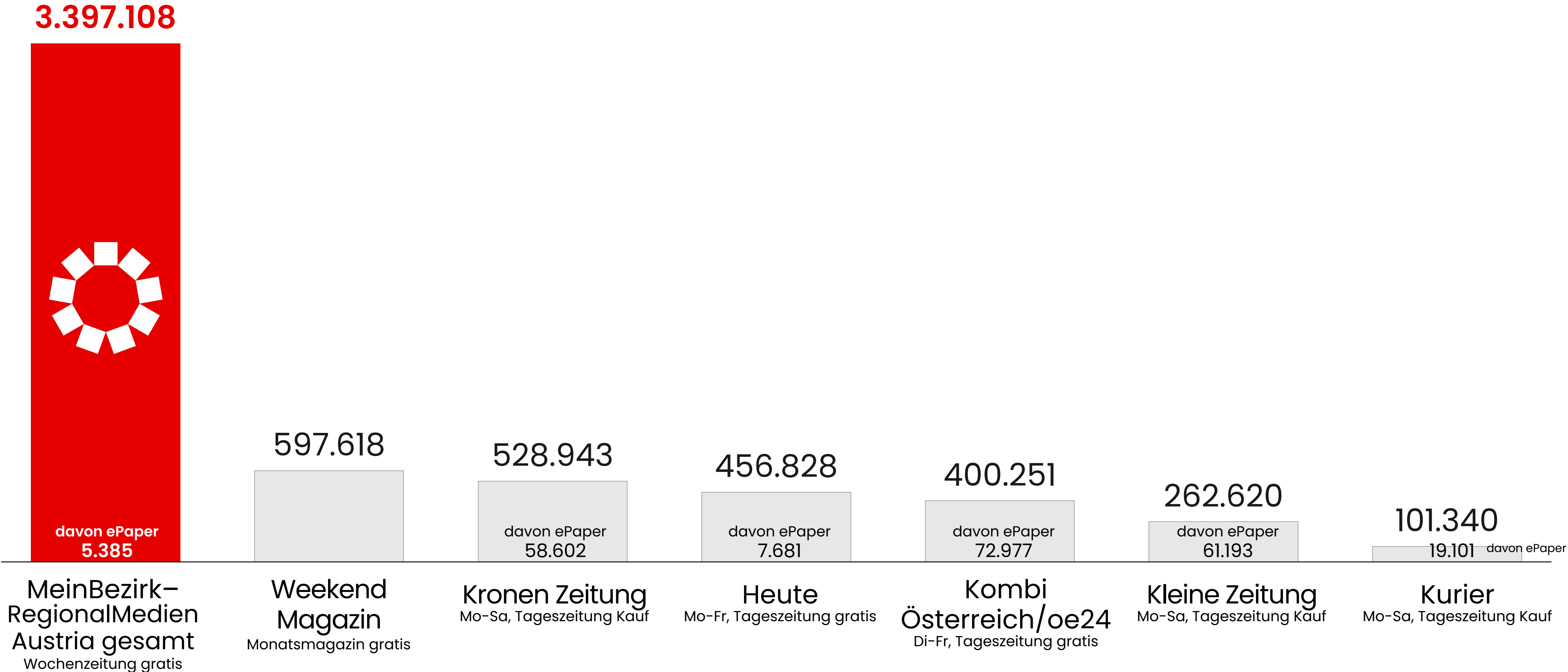


Nutzungstage: **3,7 Tage**



Verbreitete Auflage in Österreich

Verbreitete Auflage inklusive ePaper von ausgewählten Printmedien 

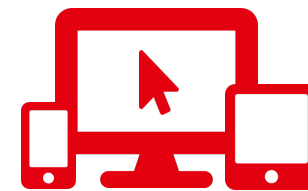


MeinBezirk.at

Online-Zugriffszahlen für einen durchschnittlichen Monat

Unique Clients¹⁾

Ø-Monatswerte 2025 QS 07-09 insgesamt



- ⚙ **4.645.000** Unique Clients
- ⚙ 16.486.000 Visits
- ⚙ 128.831.000 Page Impressions

Unique User²⁾

Ø-Monatswerte in Österreich Q 2025-II

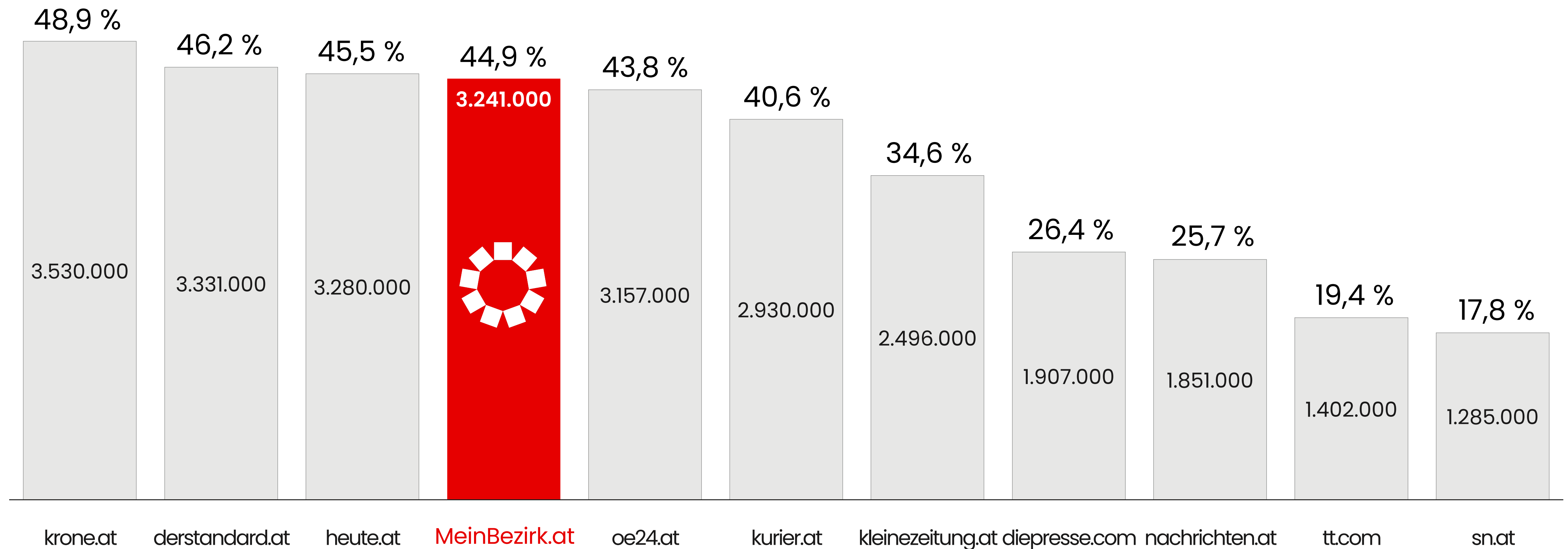


- ⚙ **3.241.000** Unique User
- ⚙ **44,9 %** Online-Reichweite



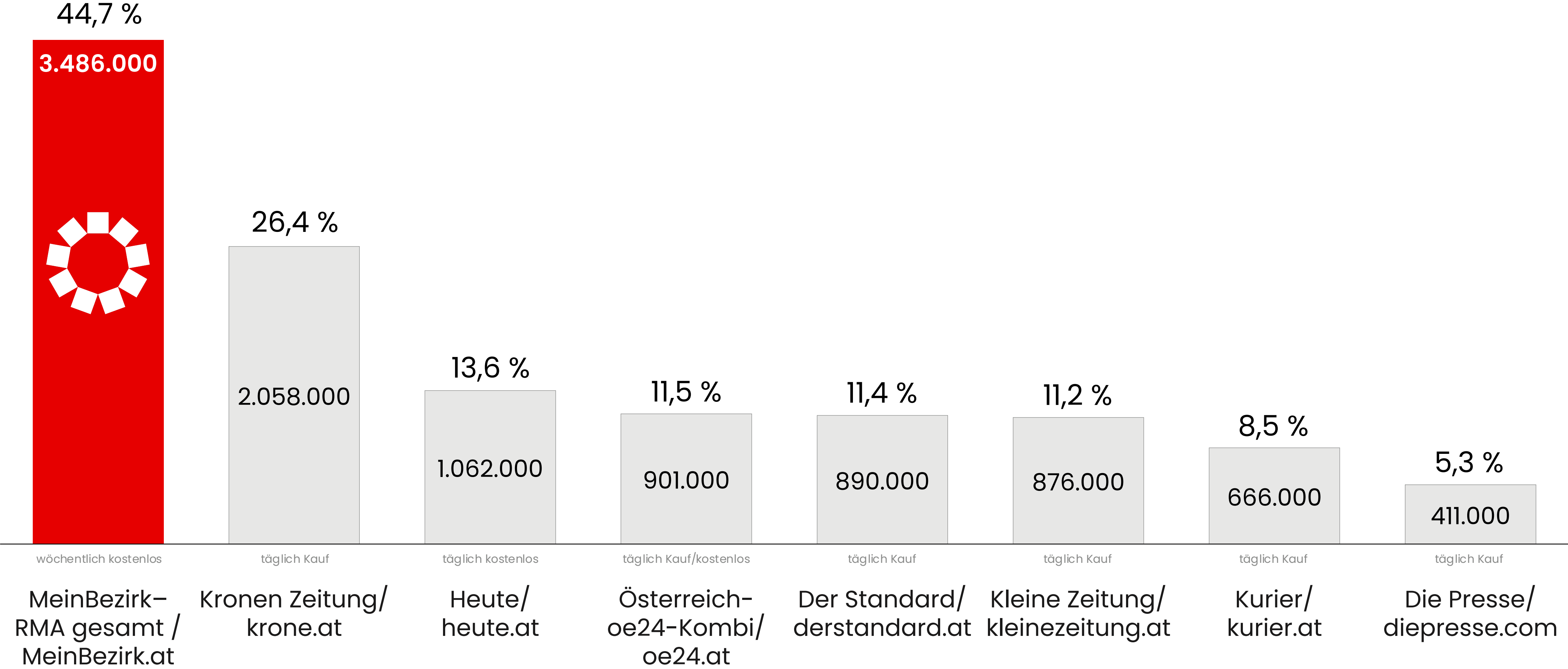
Online-Einzelangebote von Zeitungen

Online-Monats-Reichweite ausgewählter Angebote auf Basis Internetnutzer in Österreich 



CrossMedia-Reichweite in Österreich

CrossMediaReach und CrossMedia-Nutzer:innen von ausgewählten Printmedien 

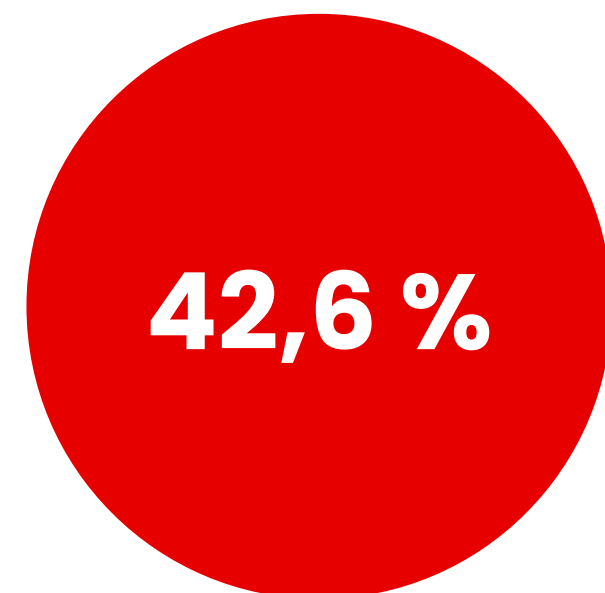


MeinBezirk CrossMediaReach & „Werde um Rat gefragt ...“

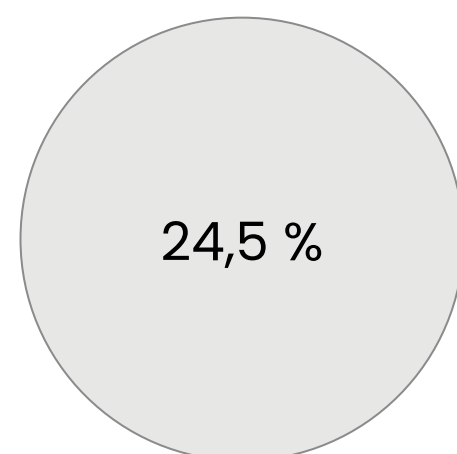
CrossMedia-Reichweite Print/Online in % ausgewählter Printmedien

Zielgruppe: „Ich werde in diesem Bereich von Familie, Freunde oder Bekannten oft um Rat gefragt oder um Vorschläge gebeten.“

Nachhaltigkeit

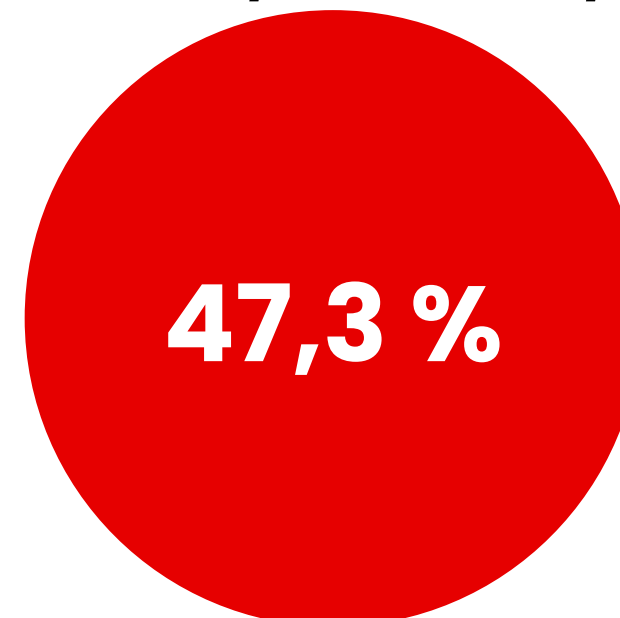


MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos

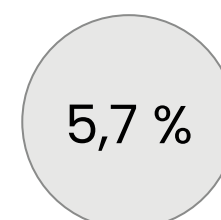


Kronen Zeitung/krone.at
täglich Kauf

Gesundheit/Wellness/Sport

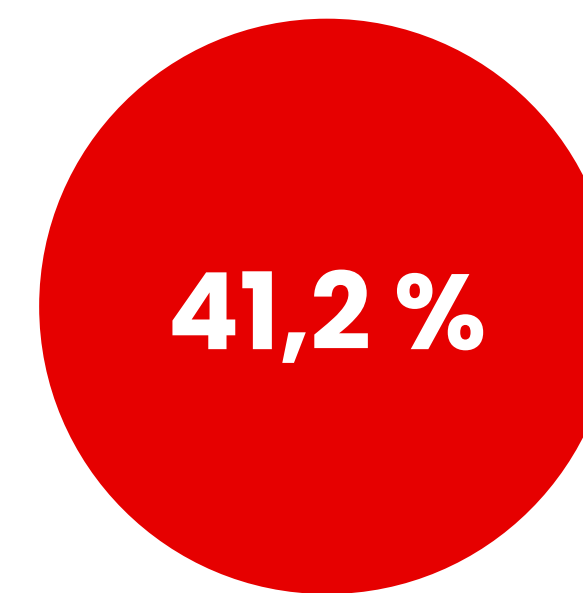


MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos

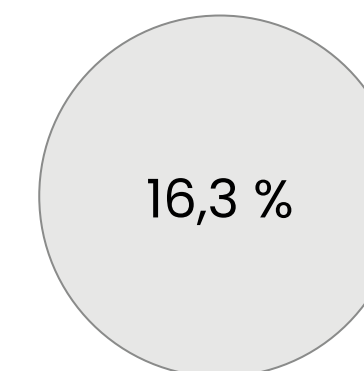


Woman/woman.at
monatlich Kauf

Ausgehen, Essen gehen



MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos



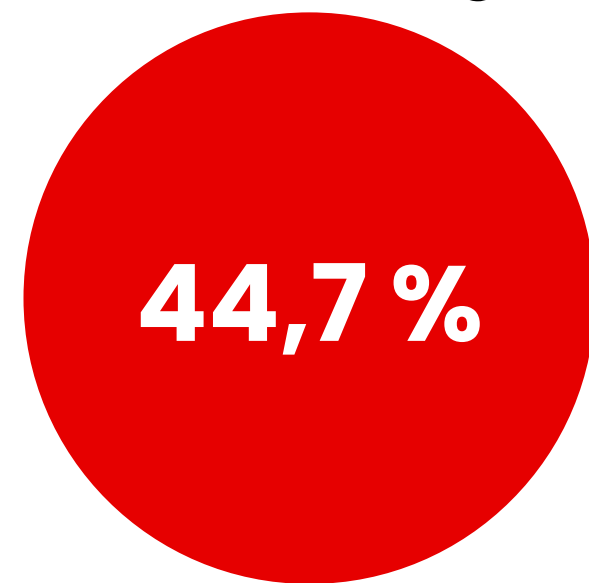
Heute/heute.at
täglich Kauf

MeinBezirk CrossMediaReach & „Gebe gern Geld aus für ...“

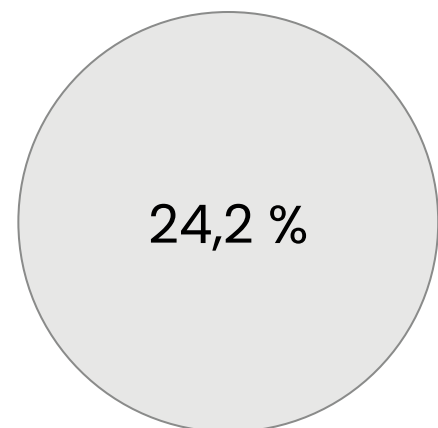
CrossMedia-Reichweite Print/Online in % ausgewählter Printmedien

Zielgruppe: „Es ist mir wert, dafür mehr Geld auszugeben.“

**Altersabsicherung,
Versicherungen**

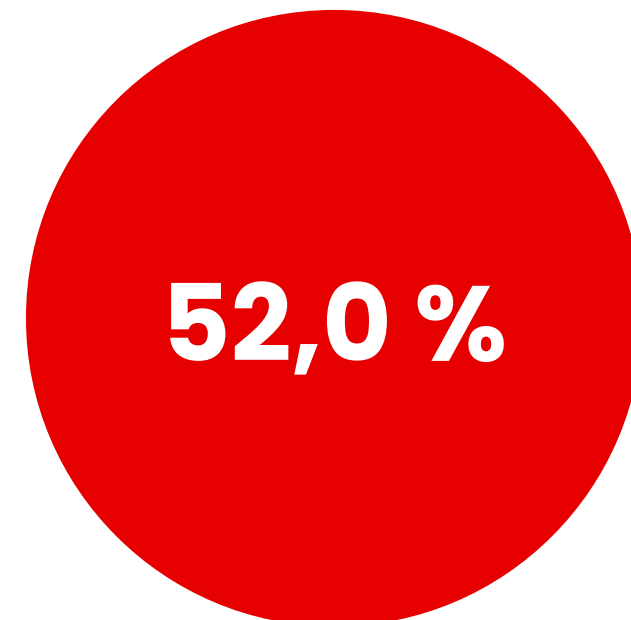


MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos

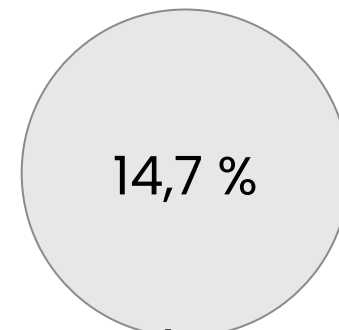


Kronen Zeitung/krone.at
täglich Kauf

Kinder/Enkelkinder

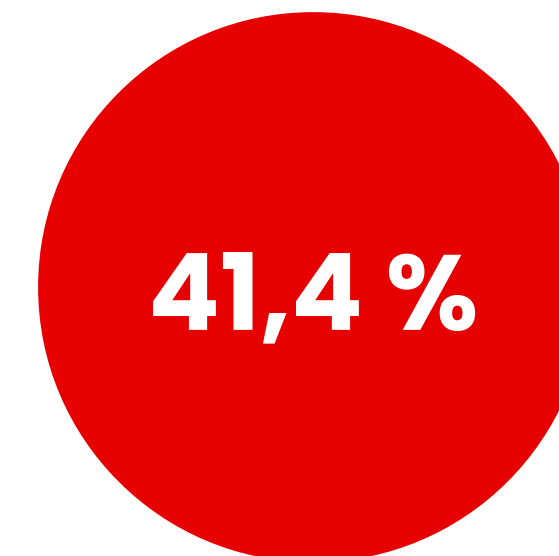


MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos

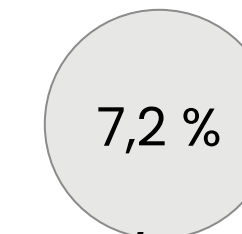


Heute/heute.at
täglich Kauf

Kleidung, Kosmetik



MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos



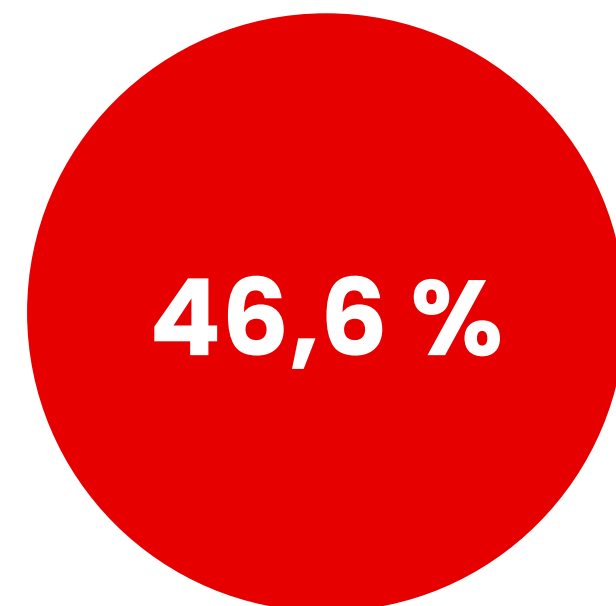
Woman/woman.at
monatlich Kauf

MeinBezirk CrossMediaReach & Multiplikator:innen

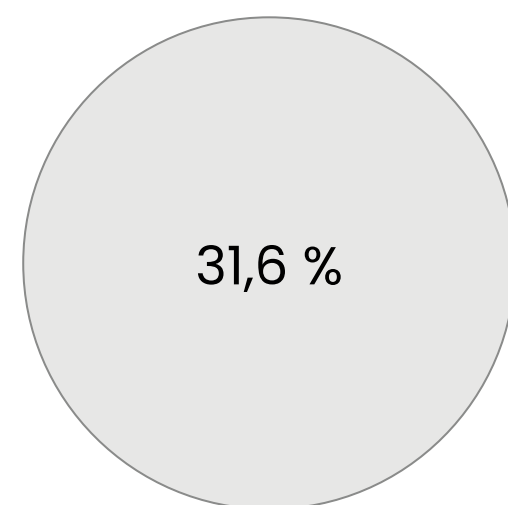
CrossMedia-Reichweite Print/Online in % ausgewählter Printmedien

Zielgruppe Multiplikator:innen: Multiplikator:in ist, wer eine hohe Kaufkraft, eine Ratgeberfunktion im persönlichen Umfeld, einen aktiven und konsumorientierten Lifestyle und eine Performanceorientierte Werthaltung hat.

Autos

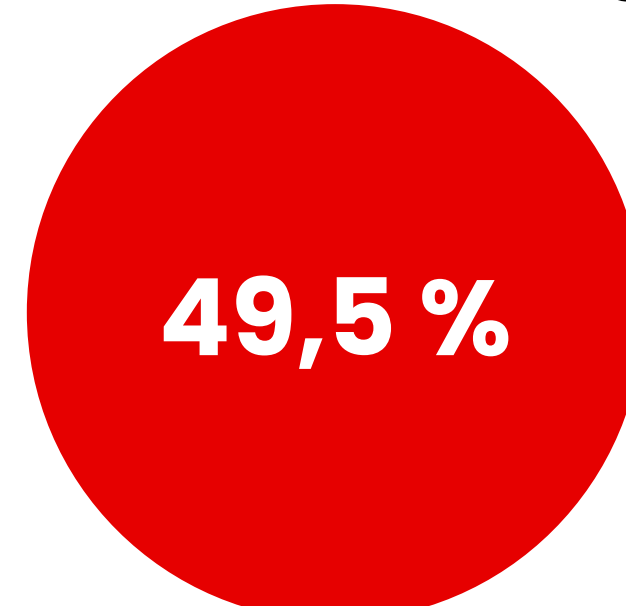


MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos



Kronen Zeitung/krone.at
täglich Kauf

Einrichten, Haus, Wohnung, Garten

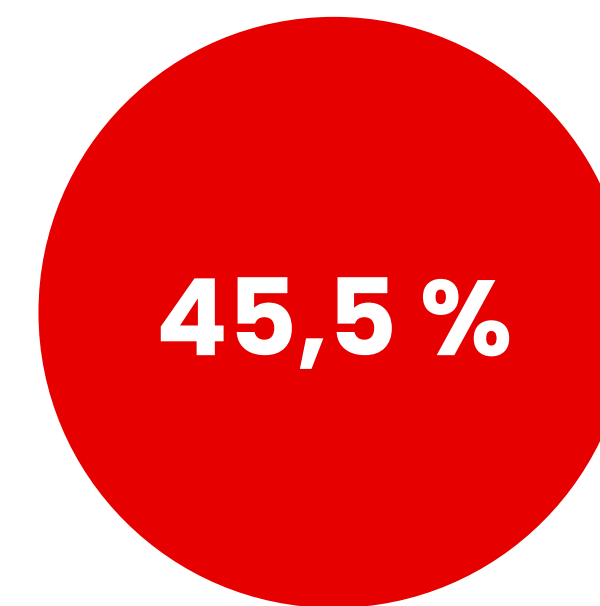


MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos

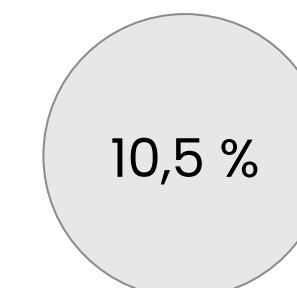


Heute/heute.at
täglich Kauf

Reisen



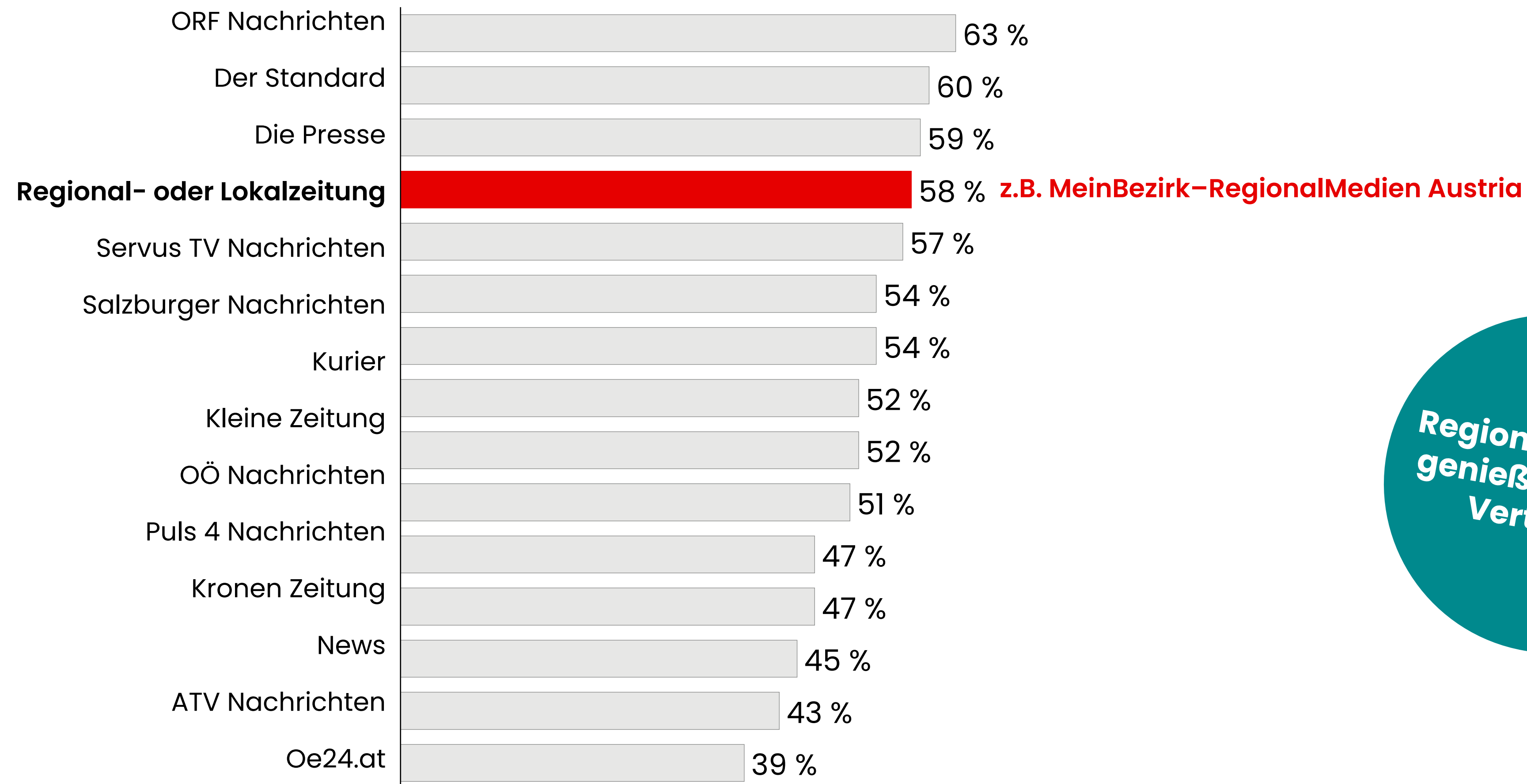
MeinBezirk-RMA gesamt/
MeinBezirk.at
wöchentlich kostenlos



Kurier/kurier.at
monatlich Kauf

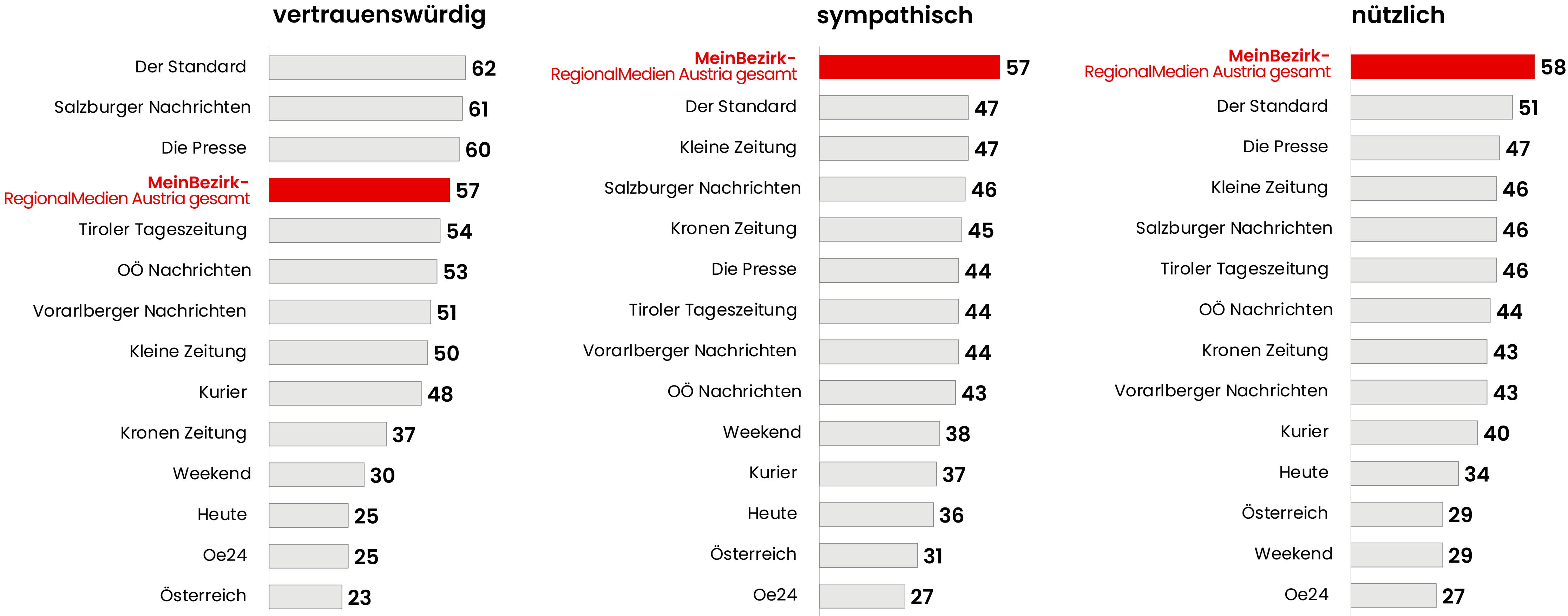
Vertrauen in Nachrichtenmarken in Österreich

Digital News Report 2025: Vertrauenswürdigkeit ausgewählter Nachrichtenquellen



Bewertung von Zeitungen in Österreich

Markenbekanntheit-Studie 2024: Eigenschaften von Zeitungen. Basis: Bekanntheit der jeweiligen Zeitung
Frage: Inwieweit empfinden Sie die angeführten Zeitungen als vertrauenswürdig/ sympathisch/ nützlich?



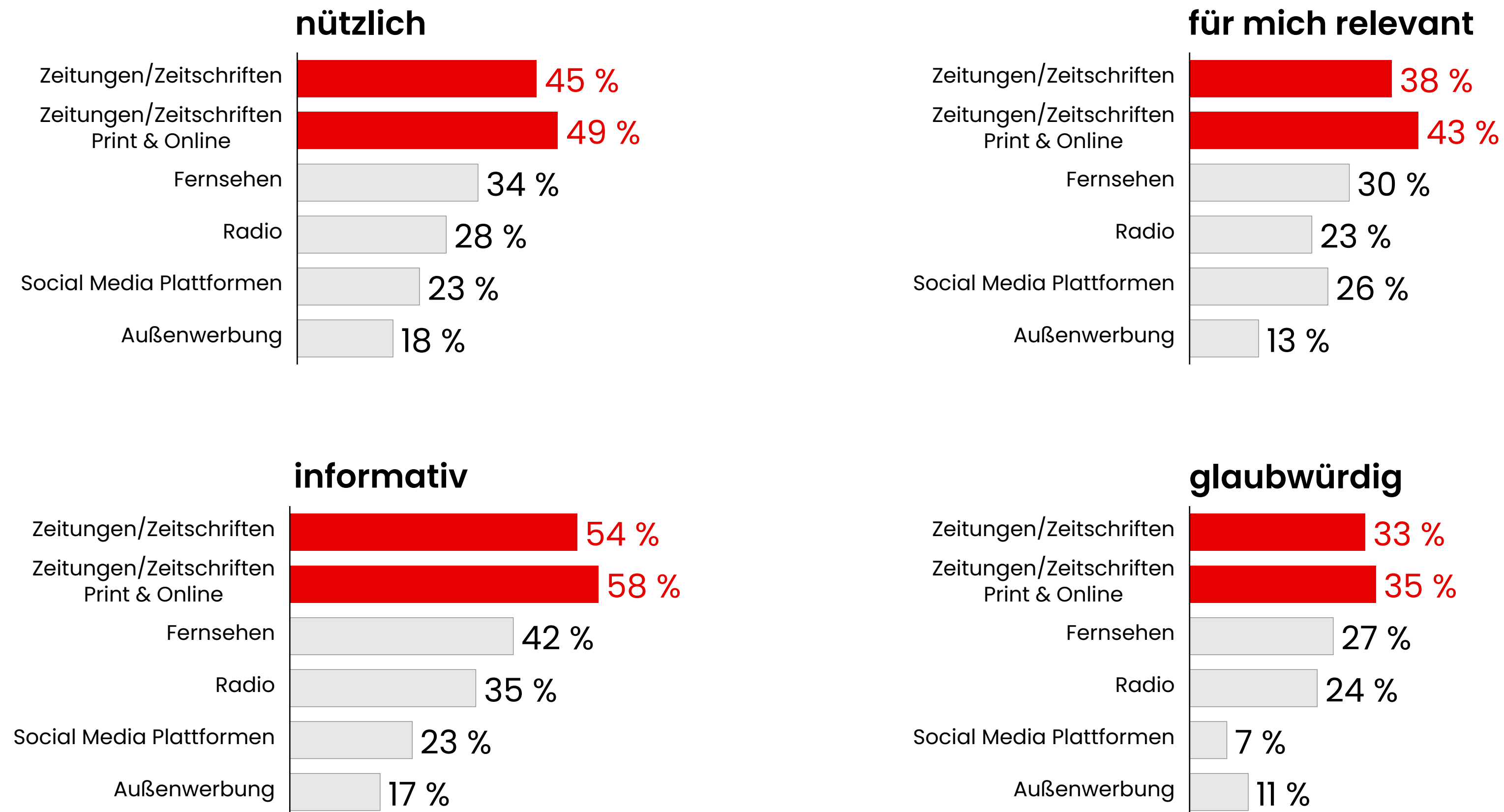
Basis: Bekanntheit Logo-gestützt in Ö: Kronen Zeitung 87%; Kurier 74%; Der Standard 70%; Österreich 65%; Die Presse 62%; RegionalMedien Austria gesamt 61%; Kleine Zeitung 59%; Weekend 55%; Heute 49%; Salzburger Nachrichten 46%; OÖ Nachrichten 42%; Tiroler Tageszeitung 32%; Vorarlberger Nachrichten 13%.
Quelle für alle angeführten Daten: Markenbekanntheit-Studie RegionalMedien Austria 2024, durchgeführt von Marketagent im Auftrag der RegionalMedien Austria AG. CAWI-Marketagent Online Access Panel: 3.241 Interviews im Juni 2024 in Österreich. Frage: Inwieweit empfinden Sie die angeführten Zeitungen in Papierform als vertrauenswürdig/ sympathisch/ nützlich? Skala von 1 = sehr bis 5 = überhaupt nicht. Basis: Kennen die jeweilige Zeitung. Die angeführten Werte unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Druck- und Satzfehler vorbehalten.

Werbeimage von Mediengattungen

MA-Werbeimage Studie 2025. Eigenschaften von Werbung nach Mediengattungen.

Frage: Bitte wählen Sie im Folgenden immer die Medien aus, auf deren Werbung die jeweilige Eigenschaft besonders gut zutrifft.

Werbung ist ...

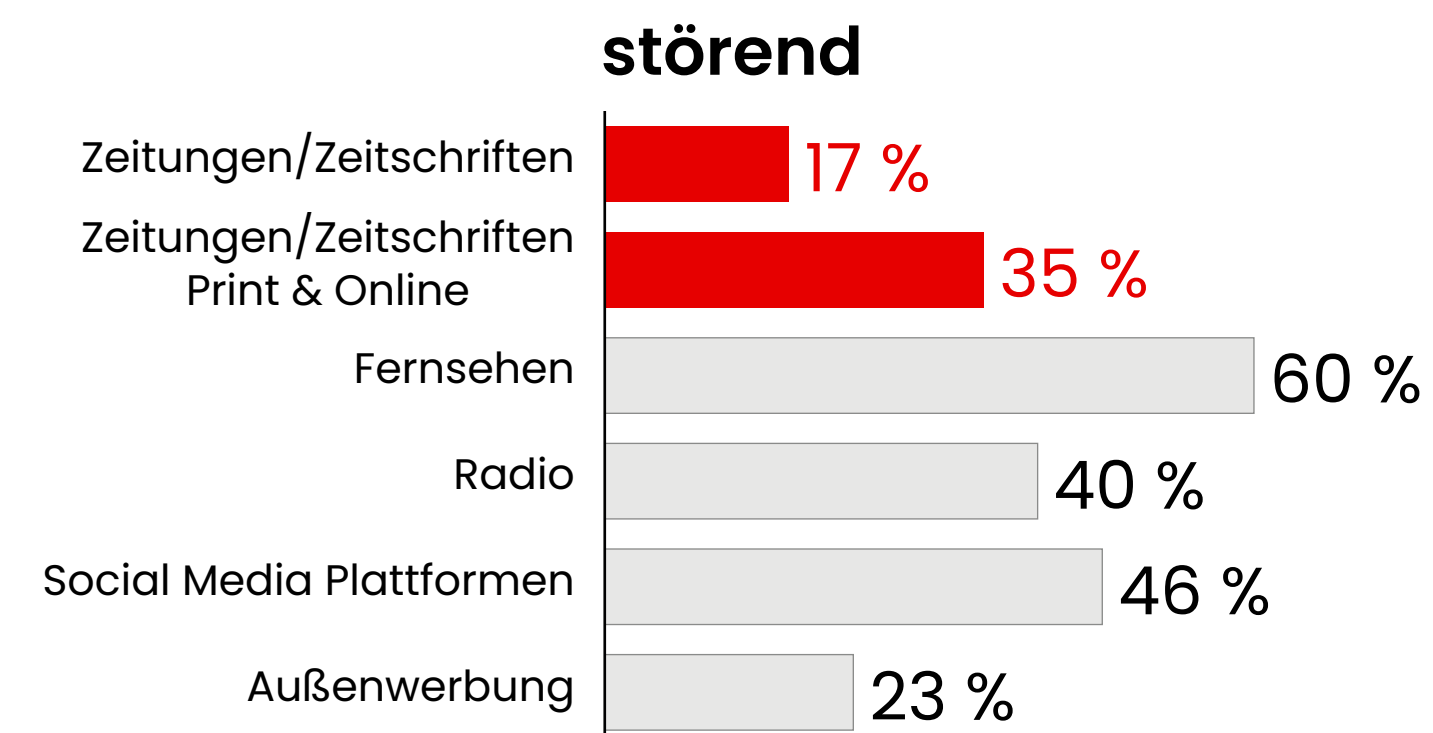
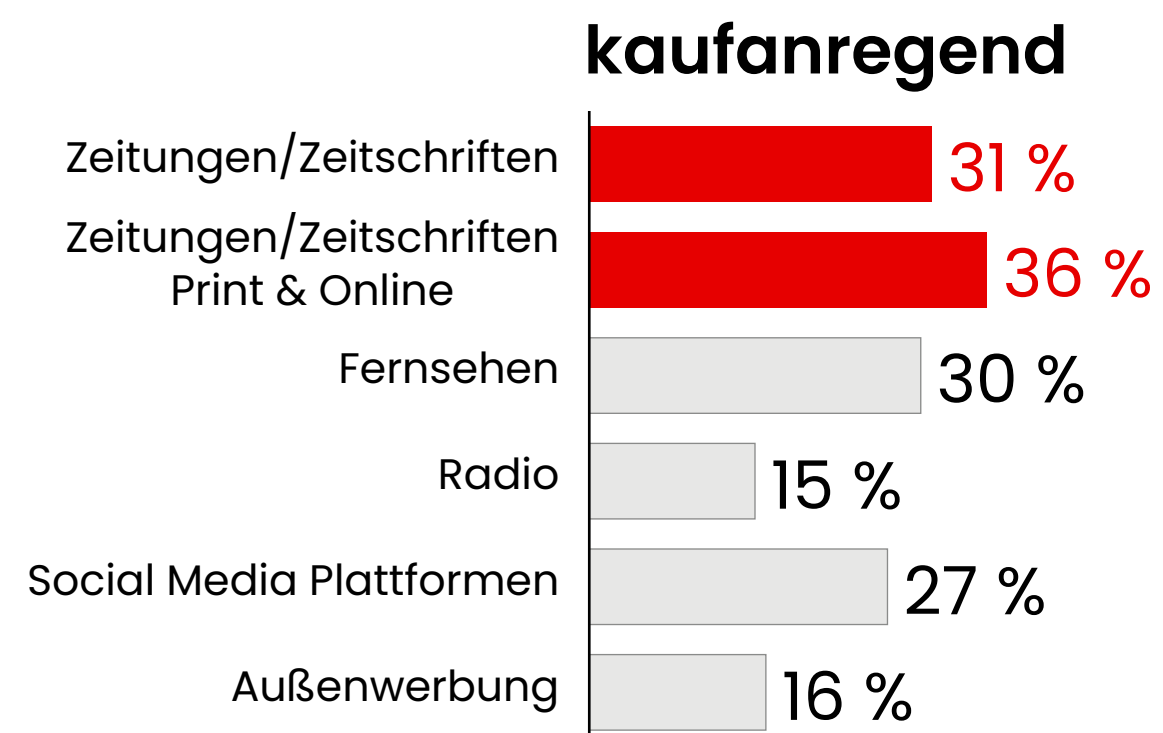
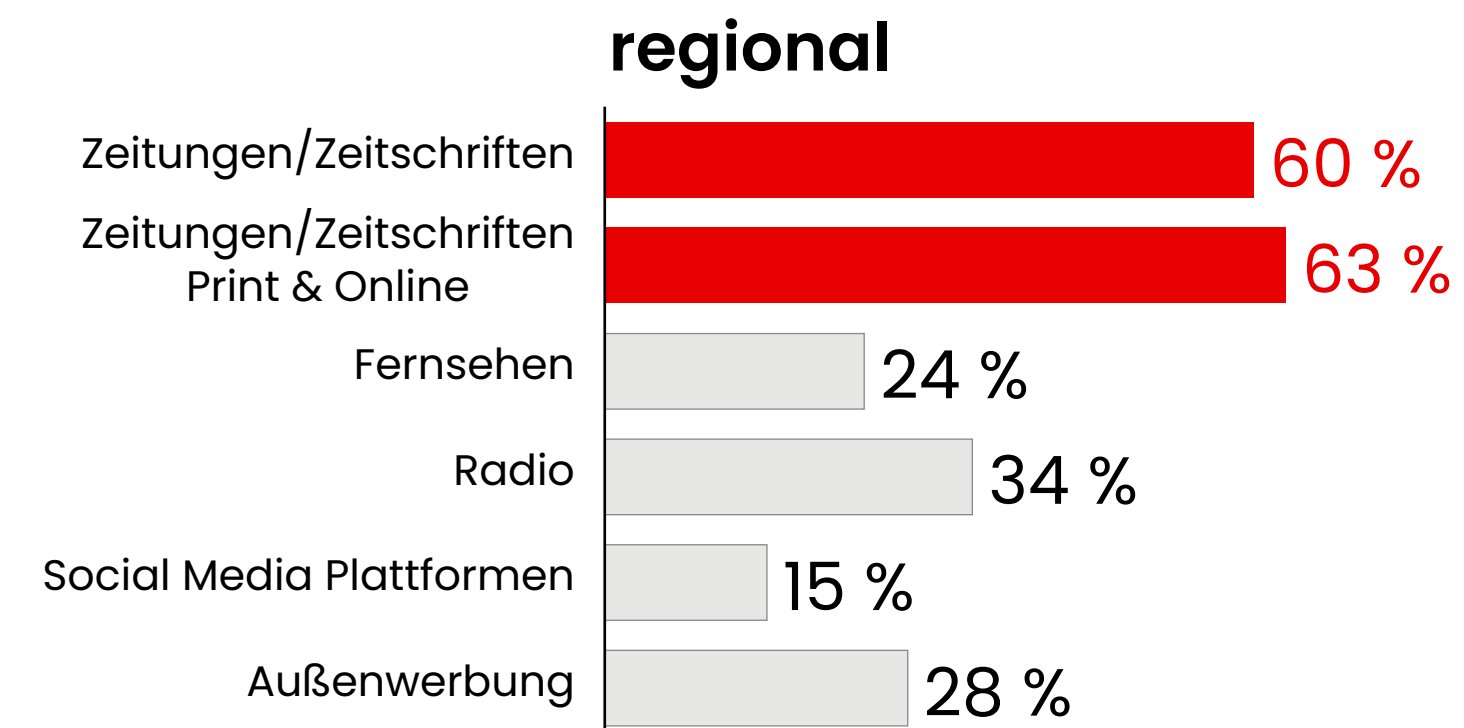
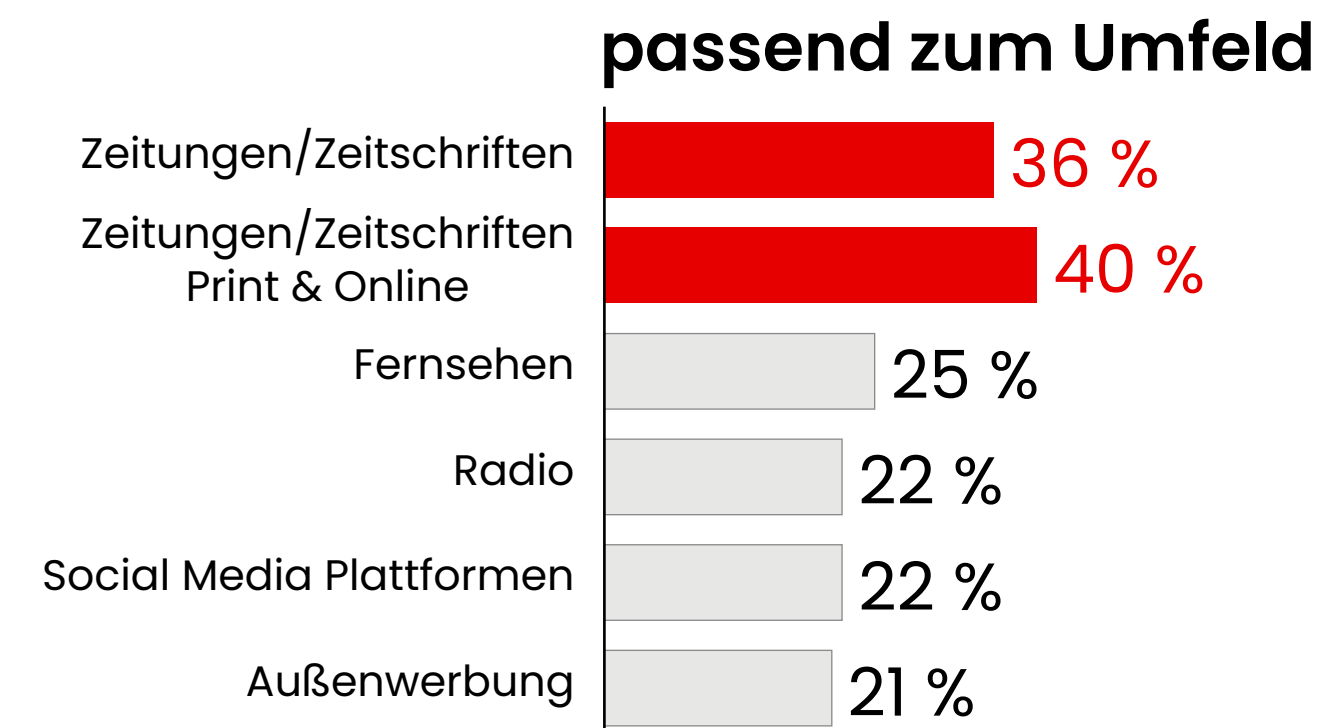


Werbeimage von Mediengattungen

MA-Werbeimage Studie 2025. Eigenschaften von Werbung nach Mediengattungen.

Frage: Bitte wählen Sie im Folgenden immer die Medien aus, auf deren Werbung die jeweilige Eigenschaft besonders gut zutrifft.

Werbung ist ...



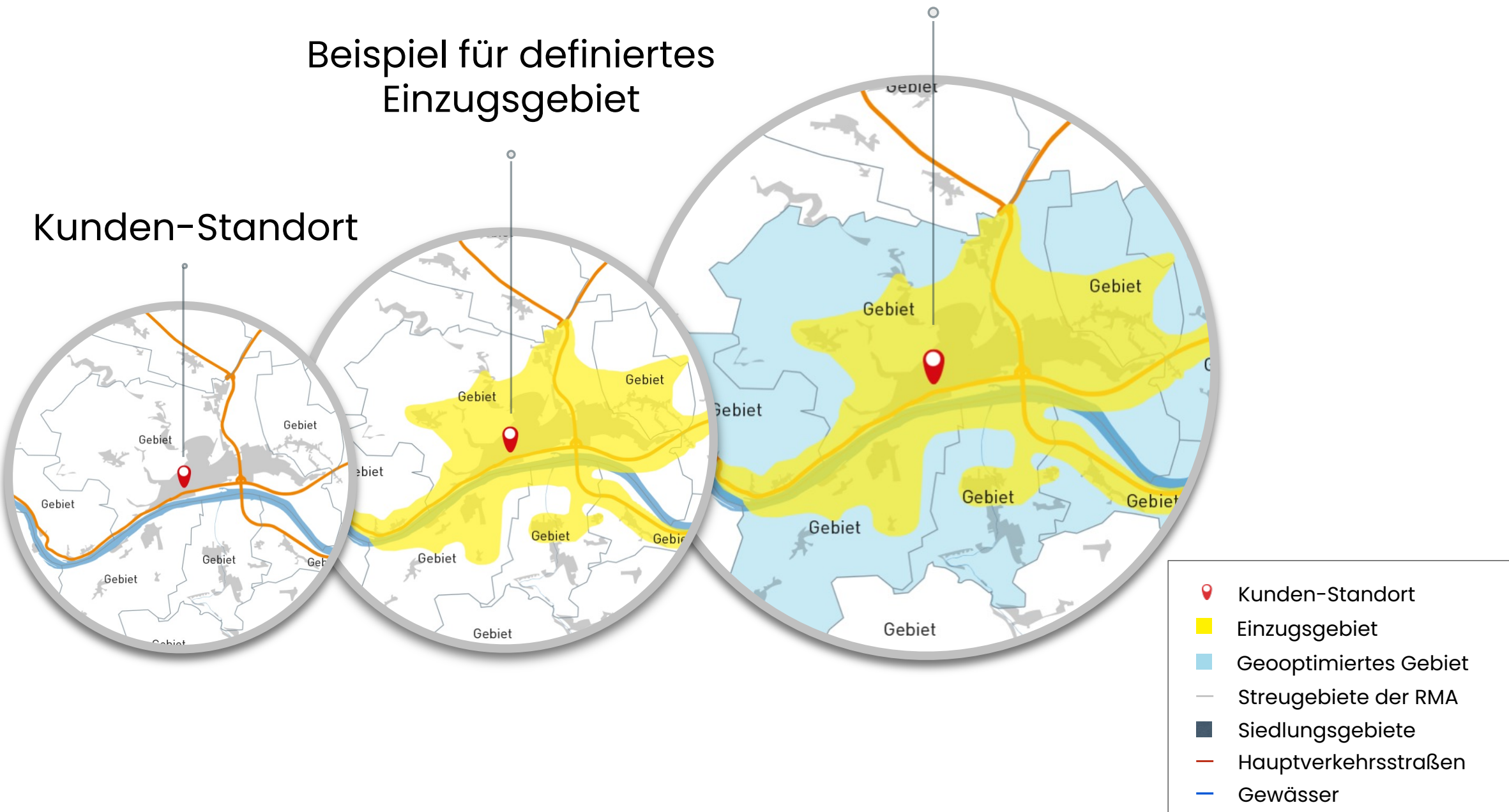
Geoptimiert & crossmedial werben

Werbung in Print & Digital und Beilagenstreuung – österreichweit individuell kombinierbar

MeinBezirk–RegionalMedien Austria gesamt & MeinBezirk.at

- 🌀 national in ganz Österreich
- 🌀 regional in jedem Bundesland
- 🌀 lokal in jedem Bezirk

Geoptimierbare Gebiete
2.737 Beilagen-Streugebiete
120 lokale Zeitungsausgaben
117 lokale Online-Ausgaben



Spezial-Ressorts
Österreichweit & lokal mutierbar

18 GESUNDHEIT

Stress beeinflusst auch den Haarwuchs

Die Haarwuchsrate ist für viele Menschen mit einer hohen Lebensspanne und ist nicht weiter tragbar. Eine erhöhte Stressbelastung kann jedoch zu verschiedenen Haarproblemen führen, so eine in Österreich durchgeführte Studie. Die Forscherinnen untersuchen, wie Stress das Haarwachstum beeinflusst und wie das Haarwachstum beeinflusst wird. Die Ergebnisse werden in der Zeitschrift 'Dermatology' veröffentlicht.

Hautkrebs im Fokus im MeinMed-Webinar

Trainerin unterstreicht die Wichtigkeit von regelmäßigen Vorsorgeuntersuchungen.

MeinMed: Auf sechs Säulen durch ein gesundes Leben

Ein gesundes Leben ist ein Leben, das sich auf sechs Säulen stützt: Ernährung, Bewegung, Stressmanagement, Schlaf, soziale Kontakte und persönliche Entwicklung.

Zu Weihnachten gesund und ohne Reue na

Mit der Weihnachtszeit bringt eine gesunde Ernährung eine Menge Freude. Die Ernährung ist ein wichtiger Bestandteil eines gesunden Lebens. Eine gesunde Ernährung ist eine Ernährung, die auf sechs Säulen basiert: Ernährung, Bewegung, Stressmanagement, Schlaf, soziale Kontakte und persönliche Entwicklung.

Mit Vitamin D den Körper für den Winter fit halten

Die Vitamin D-Spiegel im Blut sinken im Winter. Eine Vitamin D-Mangelerscheinung kann zu verschiedenen gesundheitlichen Problemen führen. Eine Vitamin D-Mangelerscheinung kann zu verschiedenen gesundheitlichen Problemen führen.

SCHOKO NUSS PRALINEN

Die Pralinen sind ein beliebtes Weihnachtsessen. Eine Praline ist eine kleine, runde Süßigkeit, die aus Schokolade und Nüssen besteht. Eine Praline ist eine kleine, runde Süßigkeit, die aus Schokolade und Nüssen besteht.

Der beliebte Kia Stonic ist nun rundum erneuert

Der Kia Stonic ist ein beliebtes Auto. Der Kia Stonic ist ein beliebtes Auto. Der Kia Stonic ist ein beliebtes Auto.

So sieht der neue Peugeot 3008 aus

Der Peugeot 3008 ist ein neues Auto. Der Peugeot 3008 ist ein neues Auto. Der Peugeot 3008 ist ein neues Auto.

Große Auswahl an guten Modellen

Es gibt eine große Auswahl an guten Modellen. Es gibt eine große Auswahl an guten Modellen. Es gibt eine große Auswahl an guten Modellen.

Gesundheit

Mobilität

42 MOBILITÄT

Mächtig-königlicher Fahrgegnuss

Der Range Rover Sport ist ein mächtiges Auto. Der Range Rover Sport ist ein mächtiges Auto. Der Range Rover Sport ist ein mächtiges Auto.

Der beliebte Kia Stonic ist nun rundum erneuert

Der Kia Stonic ist ein beliebtes Auto. Der Kia Stonic ist ein beliebtes Auto. Der Kia Stonic ist ein beliebtes Auto.

So sieht der neue Peugeot 3008 aus

Der Peugeot 3008 ist ein neues Auto. Der Peugeot 3008 ist ein neues Auto. Der Peugeot 3008 ist ein neues Auto.

Große Auswahl an guten Modellen

Es gibt eine große Auswahl an guten Modellen. Es gibt eine große Auswahl an guten Modellen. Es gibt eine große Auswahl an guten Modellen.

32 ALLES UNTER DACH VOM FACH

Rauen nur noch mit Energieausweis

Die Energieausweise sind ein wichtiger Bestandteil eines Hauses. Die Energieausweise sind ein wichtiger Bestandteil eines Hauses. Die Energieausweise sind ein wichtiger Bestandteil eines Hauses.

Was beim Hausbau wichtig ist

Beim Hausbau gibt es viele wichtige Punkte. Beim Hausbau gibt es viele wichtige Punkte. Beim Hausbau gibt es viele wichtige Punkte.

Wie man ein Flachdach vor Schnee und Wind schützt

Ein Flachdach ist ein Dach, das flach ist. Ein Flachdach ist ein Dach, das flach ist. Ein Flachdach ist ein Dach, das flach ist.

Innentüren: je früh Planung, desto besser

Die Innentüren sind ein wichtiger Bestandteil eines Hauses. Die Innentüren sind ein wichtiger Bestandteil eines Hauses. Die Innentüren sind ein wichtiger Bestandteil eines Hauses.

Alles unter Dach vom Fach Bauen & Wohnen

40 WIRTSCHAFT & KARRIERE

Auf Umwegen zur Erfüllung

Die Karriere ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Karriere ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Karriere ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens.

KARRIERE

Die Karriere ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Karriere ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Karriere ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens.

Workshops in NO im Tourismus

Die Workshops sind ein wichtiger Bestandteil eines Tourismus. Die Workshops sind ein wichtiger Bestandteil eines Tourismus. Die Workshops sind ein wichtiger Bestandteil eines Tourismus.

Wirtschaft & Karriere

21 WEIHNACHTEN

Die lange Tradition der Christkindlmärkte

Die Christkindlmärkte sind eine lange Tradition. Die Christkindlmärkte sind eine lange Tradition. Die Christkindlmärkte sind eine lange Tradition.

Ein herrliches Rezept für den Advent

Das Rezept ist ein herrliches Rezept. Das Rezept ist ein herrliches Rezept. Das Rezept ist ein herrliches Rezept.

Geheimtipp am Rande Afrikas: Kapverden

Kapverden ist ein Geheimtipp. Kapverden ist ein Geheimtipp. Kapverden ist ein Geheimtipp.

Zahl der Unfälle auf Skipisten ist gestiegen

Die Zahl der Unfälle ist gestiegen. Die Zahl der Unfälle ist gestiegen. Die Zahl der Unfälle ist gestiegen.

Kochen oder schälen: Sicheres Essen auf Reisen

Das Essen ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Das Essen ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Das Essen ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens.

Lebende Christbäume erobern die Wohnzimmer

Die Christbäume sind ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Christbäume sind ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Christbäume sind ein wichtiger Bestandteil eines Lebens.

Handel

38 REISE

Geheimtipp am Rande Afrikas: Kapverden

Kapverden ist ein Geheimtipp. Kapverden ist ein Geheimtipp. Kapverden ist ein Geheimtipp.

Zahl der Unfälle auf Skipisten ist gestiegen

Die Zahl der Unfälle ist gestiegen. Die Zahl der Unfälle ist gestiegen. Die Zahl der Unfälle ist gestiegen.

Kochen oder schälen: Sicheres Essen auf Reisen

Das Essen ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Das Essen ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Das Essen ist ein wichtiger Bestandteil eines Lebens.

Lebende Christbäume erobern die Wohnzimmer

Die Christbäume sind ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Christbäume sind ein wichtiger Bestandteil eines Lebens. Die Christbäume sind ein wichtiger Bestandteil eines Lebens.

Reise

MeinBezirk–RegionalMedien Austria

Vorteile auf einen Blick

- ❁ Ganz Österreich aus einer Hand
national regional lokal
- ❁ Hohe Print-Reichweite & starke Online-Reichweite
in Österreich (laut MA 2024/25 und ÖWA Q 2025-II)
- ❁ Kostenfreie Verteilung an Haushalte in Österreich
- ❁ Großes Leserinteresse an Infos aus der Region
- ❁ Crossmediales Werbeumfeld – Print & Digital
- ❁ Geoptimiert buch- und mutierbar



**AUS LIEBE
ZUR REGION.**