

## Media-Analyse 2025: KURIER bleibt eine der stärksten Kauf-Qualitätstageszeitungen Österreichs

- **Führende Rolle im Kernmarkt Wien, Niederösterreich und Burgenland bestätigt.**
- **Top-Reichweite mit Wochenend-Kombi aus KURIER am Sonntag und KURIER *freizeit***
- **LeserInnen gehören zur meinungsbildenden Community mit hoher Kaufkraft.**
- **Markenreichweite des KURIER im Stammgebiet ist überproportional.**

Wien (9. April 2026) – Das KURIER Medienhaus unterstreicht einmal mehr seine starke Marktposition im österreichischen Medienmarkt. Die Media-Analyse 2025 zeigt: Der KURIER überzeugt mit stabiler Reichweite und einer besonders qualitätvollen Leserschaft über alle Kanäle hinweg.

Mit täglich 418.000 erreichten LeserInnen und einer Reichweite von 5,4 % bleibt der KURIER eine der stärksten Kauf-Qualitätstageszeitungen Österreichs. Über alle Printprodukte hinweg – werktags, am Wochenende sowie mit dem Magazin KURIER *freizeit* – erreicht das Medienhaus mehr als 1,2 Millionen Kontakte\*.

**Richard Grasl, Geschäftsführer KURIER Medienhaus:** „Der KURIER steht für verlässlichen Qualitätsjournalismus und die aktuellen Zahlen bestätigen unseren konsequenten Weg, Inhalte mit hoher Relevanz und Glaubwürdigkeit zu bieten. Unser Anspruch ist es immer, dass sich der KURIER weiterentwickelt. Deshalb berichten wir über Themen, die Menschen bewegen, mit einem konstruktiven Zugang, vielfältigen Formaten und einer klaren Optik.“

### **Stark im Osten dank Regionalisierungsoffensive**

Die Entscheidung von **KURIER Chefredakteur Martin Gebhart**, per Mai 2025 die Berichterstattung in der Ostregion auszubauen, wird durch die Media-Analyse bestätigt: Demnach behauptet der KURIER auch im Kernmarkt Wien, Niederösterreich und Burgenland seine starke Position und ist mit einer Reichweite von 9,4 % fest in der Mediennutzung der Region verankert. Gebhart: „Wir möchten unsere LeserInnen durch alle Lebensbereiche begleiten – mit Inhalten, die informieren und Orientierung geben. Der Ausbau der regionalen Berichterstattung ist Antwort auf veränderte Leserinteressen.“

### **Sonntag als Reichweitenmotor**

Besonders eindrucksvoll zeigt sich die Stärke der Marke KURIER am Wochenende: Der KURIER am Sonntag erreicht 565.000 LeserInnen, was einer Reichweite von 7,2 % entspricht. Im Stammgebiet sichert sich die Sonntagsausgabe erneut Platz zwei unter den Tageszeitungen und erzielt in Wien eine überdurchschnittliche Reichweite von 13,1 %.

### **KURIER *freizeit* mit starker Resonanz**

Das Magazin KURIER *freizeit* zählt zu den beliebtesten Lifestyle-Magazinen Österreichs. Mit 306.000 LeserInnen jeden Samstag überzeugt es mit einem abwechslungsreichen Themenmix und erzielt besonders im Stammgebiet eine überdurchschnittliche Reichweite von 7,7 %. Mit dem Relaunch, der Anfang dieses Jahres abgeschlossen wurde, zeigt sich das Magazin laut **Chefredakteurin Marlene Auer** „nicht nur optisch refreshed, sondern geht mit neuen Kolumnen und den neuen Rubriken Streaming, Literatur sowie Reise & Hotels noch mehr auf Themen ein, die Menschen bewegen.“

### **Wochenend-Kombi überzeugt mit Top-Reichweite**

Am Wochenende wird die Kombination aus KURIER am Sonntag und KURIER *freizeit* besonders gerne gelesen: insgesamt von 672.000 LeserInnen. Im Osten Österreichs ist diese Kombination überproportional erfolgreich und erzielt eine Reichweite von 15,3 %.

### **Markenreichweite des KURIER im Stammgebiet ist überproportional.**

Laut der aktuellen CMR+ (KURIER Print/ePaper, kurier.at + KURIER Newsletter) informieren sich täglich 711.000 ÖsterreicherInnen (das sind 9,1 %) durch die KURIER-Printausgabe, via kurier.at, lesen das ePaper oder einen der KURIER Newsletter. Die Markenreichweite des KURIER im Stammgebiet (Wien, Niederösterreich, Burgenland) ist sogar überproportional und liegt bei 15,0 %, das entspricht 515.000 NutzerInnen.

### **Meinungsbildende Community mit hoher Kaufkraft**

In der Weiterentwicklung und der Vermarktung von Medien ist es essenziell, seine Zielgruppen zu kennen. Laut Media-Analyse 2025 zählen die LeserInnen des KURIER zu den meinungsbildenden und wirtschaftlich aktiven Gruppen des Landes. Besonders stark vertreten ist der KURIER in der Zielgruppe der kaufkräftigen, finanzstarken Personen sowie bei formal höher Gebildeten. Gleichzeitig zeigt sich eine positive Tendenz bei den 30- bis 49-Jährigen. Auch der Anteil weiblicher NutzerInnen steigt kontinuierlich – immer mehr Frauen informieren sich über die vielfältigen Plattformen des KURIER.

**Elisabeth Laimighofer, Leitung Vermarktung KURIER Medienhaus:** „Unsere Stärke liegt in der Kombination aus Reichweite und Qualität. Wer im KURIER wirbt, erreicht ein engagiertes, kaufkräftiges Publikum – und damit Zielgruppen mit hoher Relevanz für Wirtschaft und Gesellschaft.“

Quelle: MA 2025: Basis Gesamtbevölkerung Kauf-Tageszeitungen, Schwankungsbreite (SB) +/- 0,2 % bis +/- 0,8 %, SB KURIER national +/- 0,4 %, Stamm +/- 0,8 %, SB KURIER am Sonntag +/- 0,4 %, Stamm +/- 0,9 %, SB KURIER CMR national +/- 0,5 %, Stamm +/- 0,9 %, SB KURIER CMR+ national +/- 0,5 %, Stamm +/- 1,0 %, SB KURIER *freizeit* +/- 0,3 %, Stamm +/- 0,7 %, SB KURIER Wochenend-Kombi +/- 0,5 %, Stamm +/- 1,0 %, Details zur Schwankungsbreite auf [www.media-analyse.at/Signifikanz](http://www.media-analyse.at/Signifikanz), Onlinereichweiten: Justierung an den Werten der ÖWA

\*Bruttokontakte: 1x KURIER, 1x KURIER am Sonntag, 1x KURIER *freizeit*

**Über das KURIER Medienhaus:** Das KURIER Medienhaus bündelt starke Medienmarken über zahlreiche Kanäle hinweg – von Print und Online über TV und Podcasts bis hin zu Newslettern, Social Media und Veranstaltungen. Durch hochwertigen Journalismus, Innovationsgeist und einen konsequenten Fokus auf relevante Inhalte erreicht es täglich ein breites Publikum und schafft Vertrauen.

### Rückfragehinweise:

**Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag  
Ges.m.b.H. & Co KG**  
Andrea Peter  
Tel.: +43 (0)5 1727 23940  
E-Mail: [andrea.peter@mediaprint.at](mailto:andrea.peter@mediaprint.at)

**ALBA Communications GmbH**  
Petra Roth  
Tel.: 0664 6129223  
E-Mail: [p.roth@albacomunications.at](mailto:p.roth@albacomunications.at)