

# Mediennutzung in Tirol

Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungserhebung  
in Tirol

**MARKETINSTITUT**  
**LET'S RAISE YOUR MARKET!**

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die  
AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG



# Inhaltlicher Überblick

1. Aufgabenstellung und methodischer Aufbau
2. Die Mediennutzungs-Intensität
3. Einstellung zu und Wahrnehmung der Medien

Chart 3-5

Chart 6-25

Chart 26-37



KAPITEL 1

# Aufgabenstellung & methodischer Aufbau





## Aufgabenstellung

Im Rahmen des gegenständlichen Forschungsprojekts wurde die Mediennutzung der Tiroler Bevölkerung überprüft. Im Detail wurde dabei auf die Nutzung unterschiedlicher Mediengattungen einerseits und konkreter Medien andererseits eingegangen.

Weiters wurde auch das Vertrauen in die jeweiligen Mediengattungen und deren Beitrag zur eigenen Meinungsbildung evaluiert.



## Zielgruppe

Tiroler Bevölkerung zwischen 16 und 85 Jahren



## Befragungsart

Mixed-Mode-Befragung mit Online-Interviews im offline-rekrutieren MARKET Online-Panel und telefonischen Interviews durch geschulten und kontrollierte Interviewer:innen des MARKET Instituts.



## Repräsentativität

Die befragten Personen entsprechen in ihrer Zusammensetzung, in quotierten und nicht quotierten Merkmalen, der Tiroler Bevölkerung zwischen 16 und 85 Jahren. Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse verallgemeinert werden dürfen.



## Auswertungsbasis

Tiroler Bevölkerung: n=1.208  
maximale statistische Schwankungsbreite: +/- 2,88 Prozent



## Fragebogen

Fragebogen befindet sich im Anhang

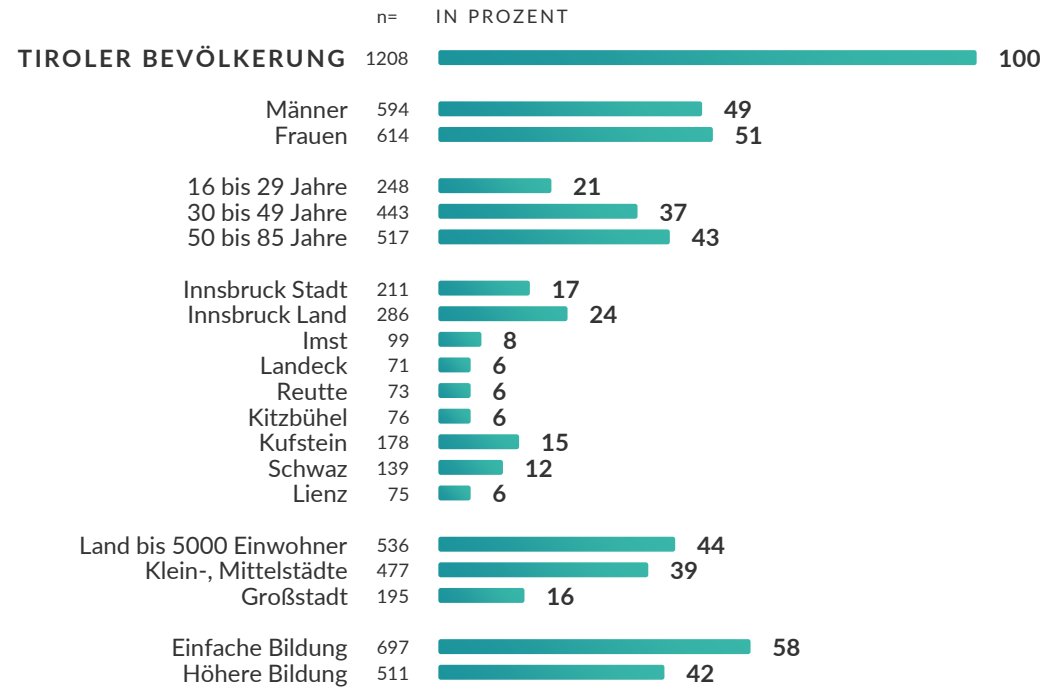


## Befragungszeitraum

4. bis 19. Dezember 2025

# Struktur der Befragten

## Strukturelle Zusammensetzung der Zielgruppe



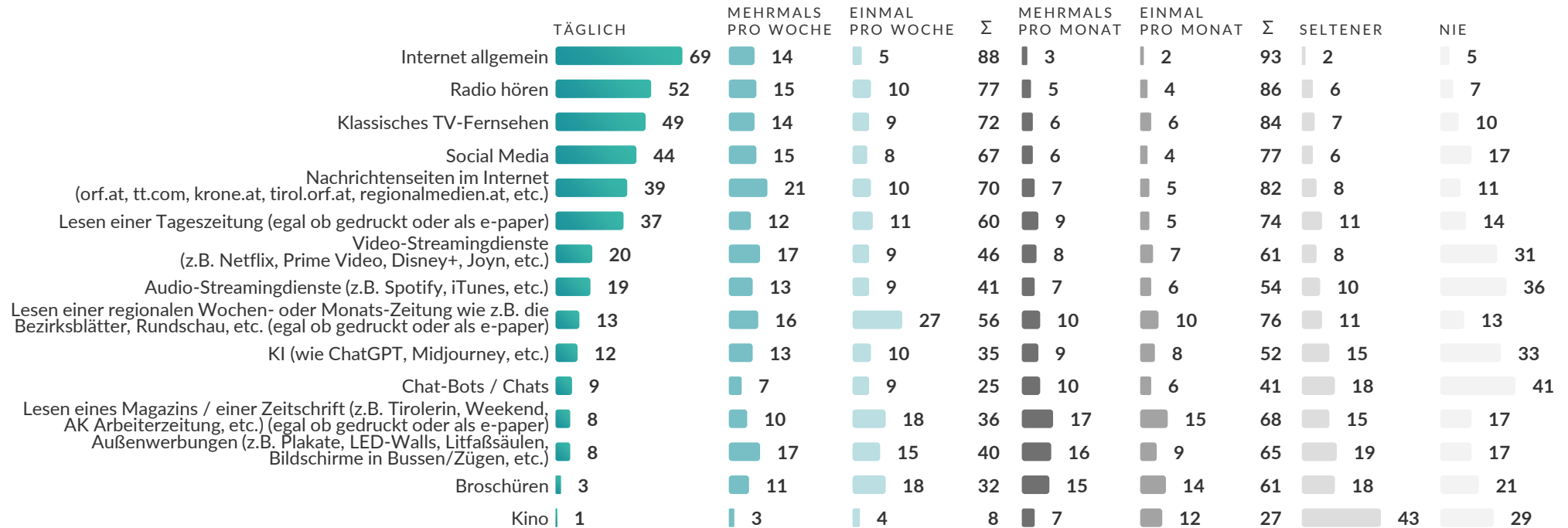


KAPITEL 2

# Die Mediennutzungs- Intensität

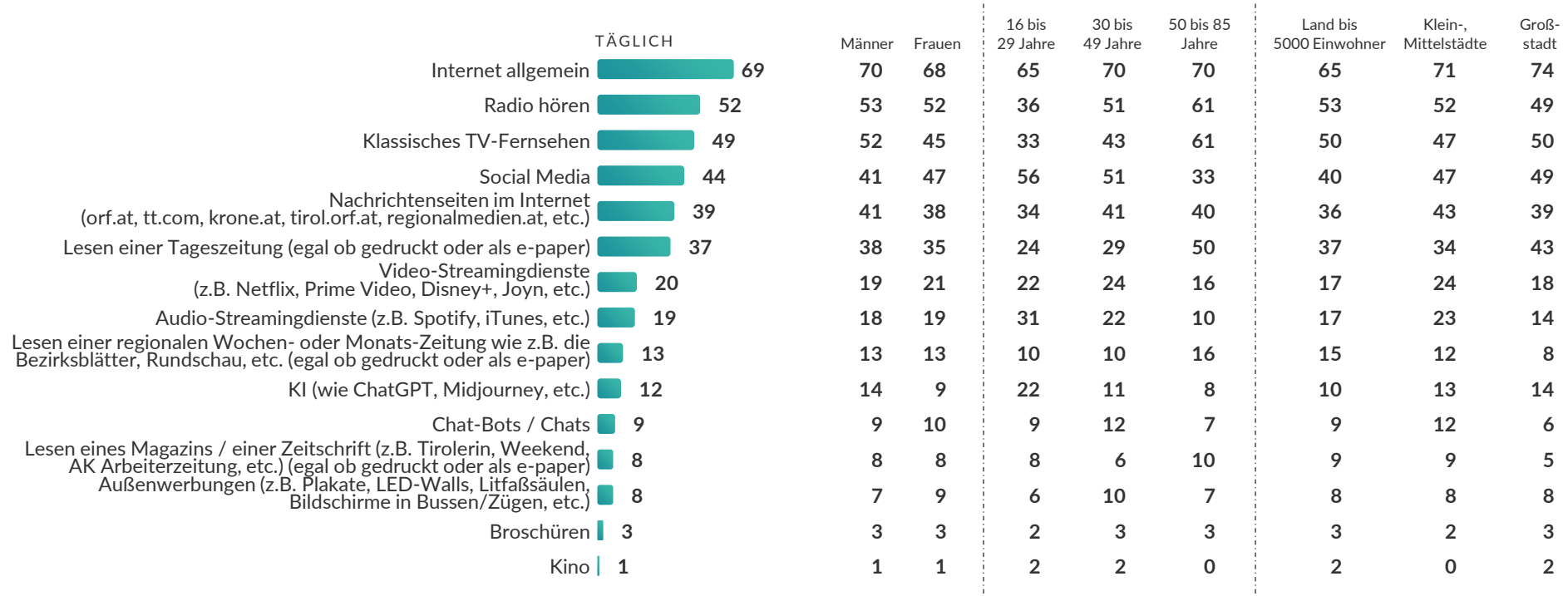
# Die Mediennutzung in Tirol I

Frage: Gleich zu Beginn: Wie oft nutzen Sie die folgenden Medien bzw. Infoquellen? Beurteilen Sie dabei bitte jeden Punkt nach der Häufigkeit der Nutzung unabhängig davon, wie aufmerksam Sie die Medien nutzen.



# Die Mediennutzung in Tirol II

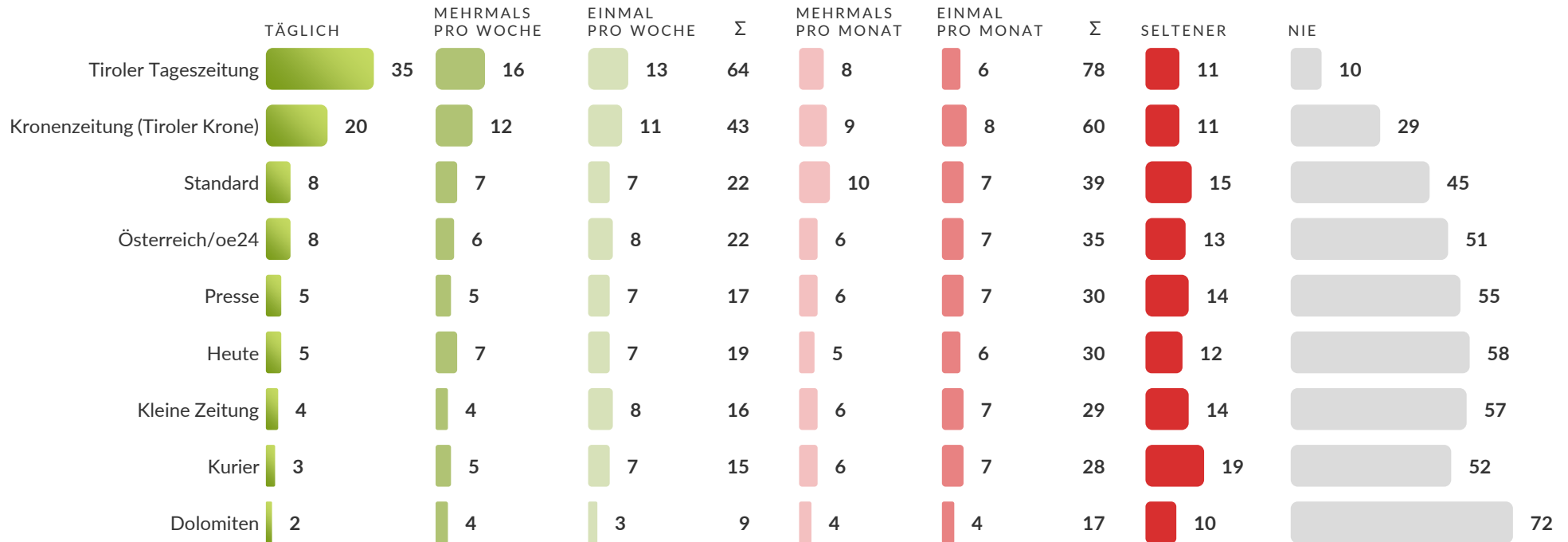
**Frage:** Gleich zu Beginn: Wie oft nutzen Sie die folgenden Medien bzw. Infoquellen? Beurteilen Sie dabei bitte jeden Punkt nach der Häufigkeit der Nutzung unabhängig davon, wie aufmerksam Sie die Medien nutzen.



# Nutzungshäufigkeit von Tageszeitungen im Print und als e-paper I

Tiroler:innen, die Tageszeitungen zumindest selten lesen (85%=100%)

Frage: Wie häufig lesen Sie folgende Tageszeitungen (gedruckt oder als e-paper)?

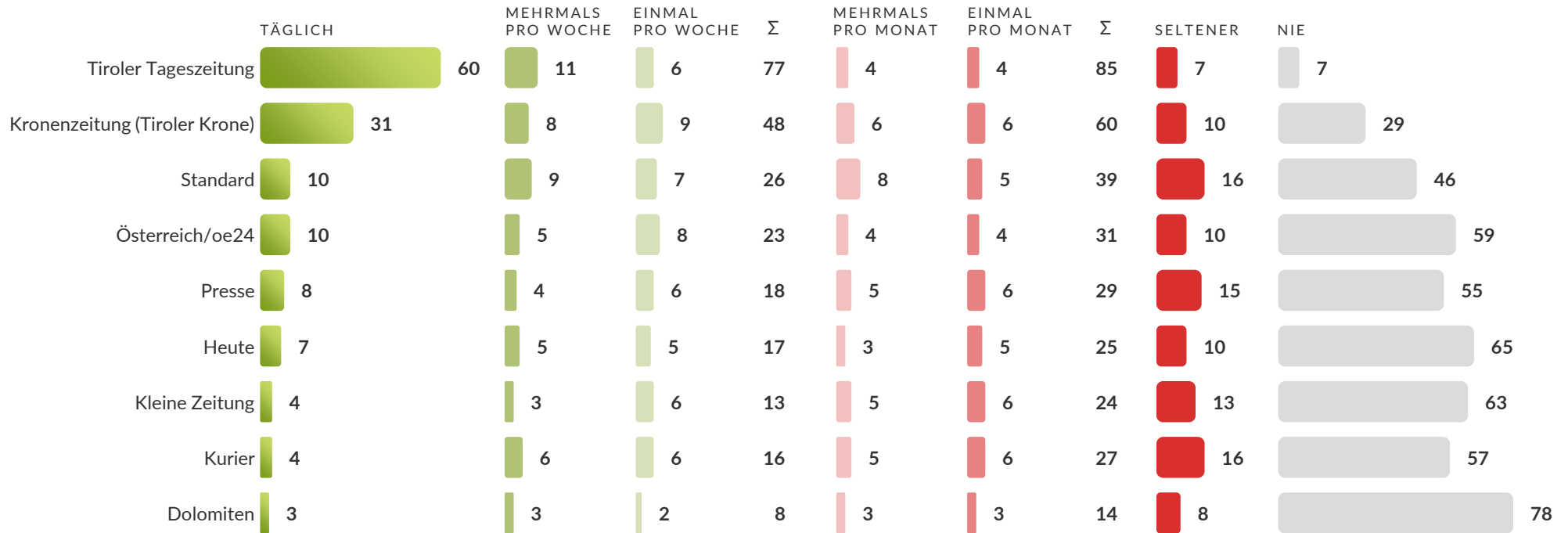


# Nutzungshäufigkeit von Tageszeitungen im Print und als e-paper II

Tiroler:innen, die Tageszeitungen täglich lesen (37%=100%)



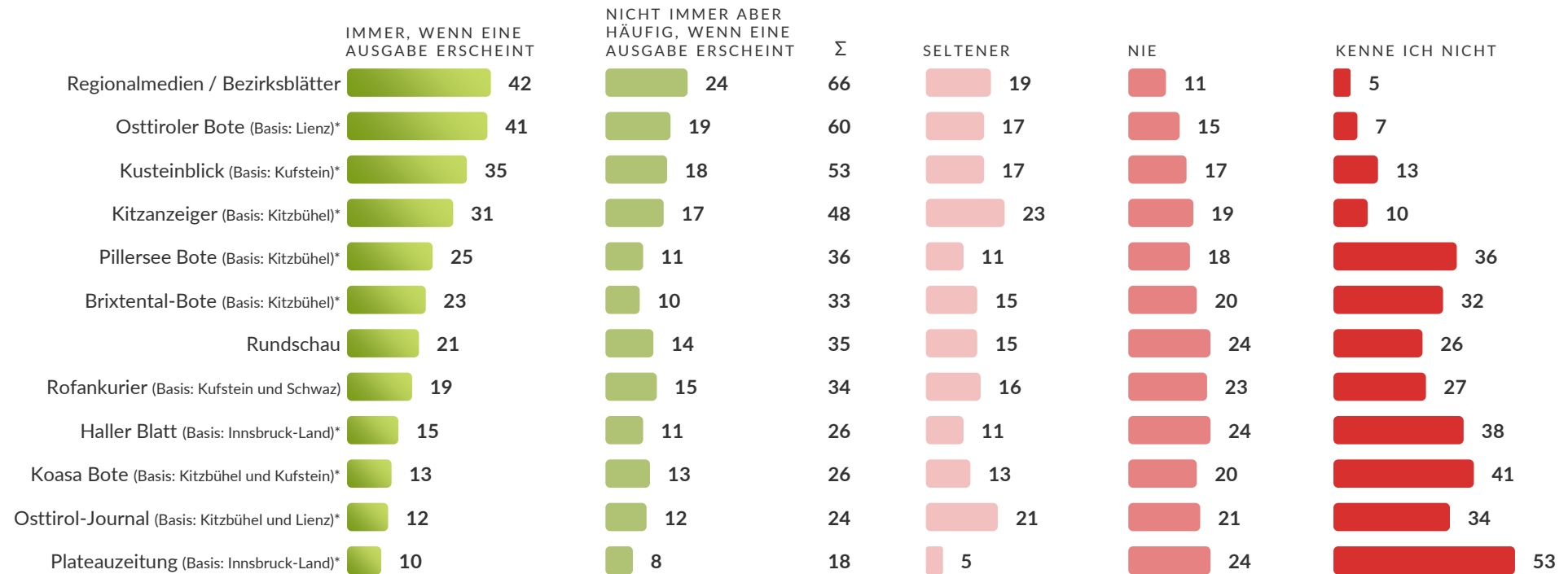
Frage: Wie häufig lesen Sie folgende Tageszeitungen (gedruckt oder als e-paper)?



# Nutzungshäufigkeit von regionalen Wochen- & Monatszeitungen

Tiroler:innen, die (Woche-/Monats-) Zeitungen zumindest selten lesen (87%=100%)

Frage: Wie häufig lesen Sie regionale (Wochen-/ Monats-) Zeitungen?

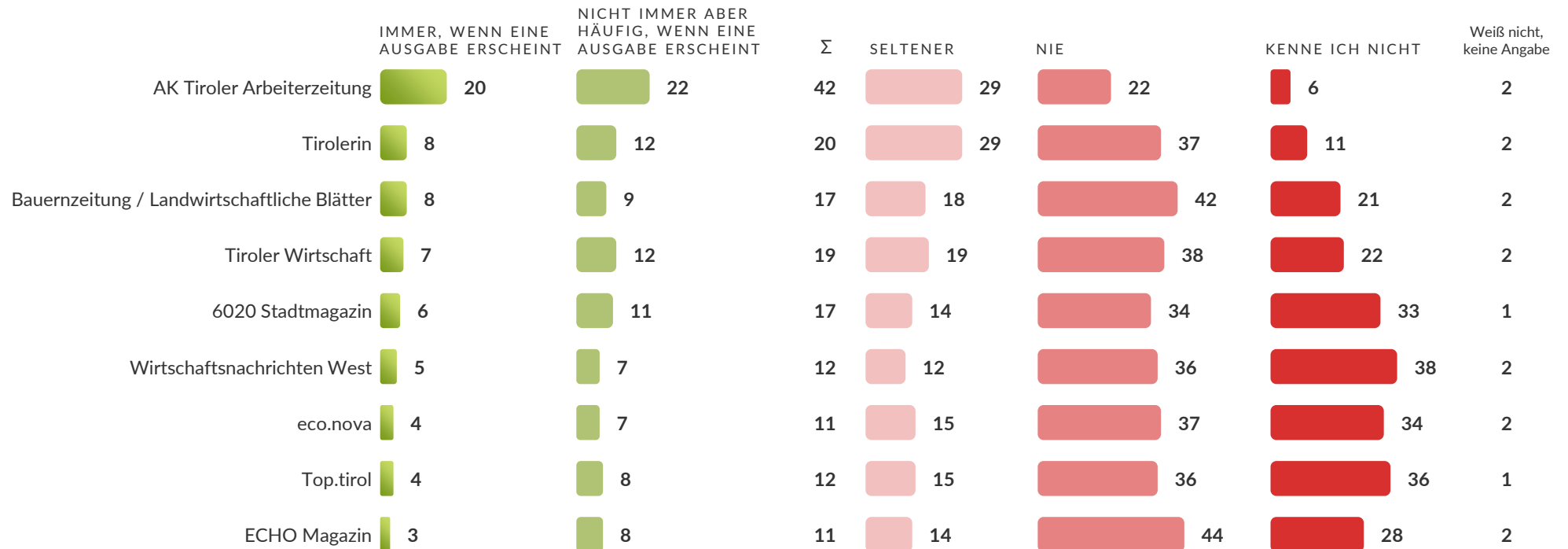


\* Bezirksauswertung – kleine Basis!

# Nutzungshäufigkeit von Zeitschriften und Magazinen

Tiroler:innen, die Zeitschriften/Magazine zumindest selten lesen (83%=100%)

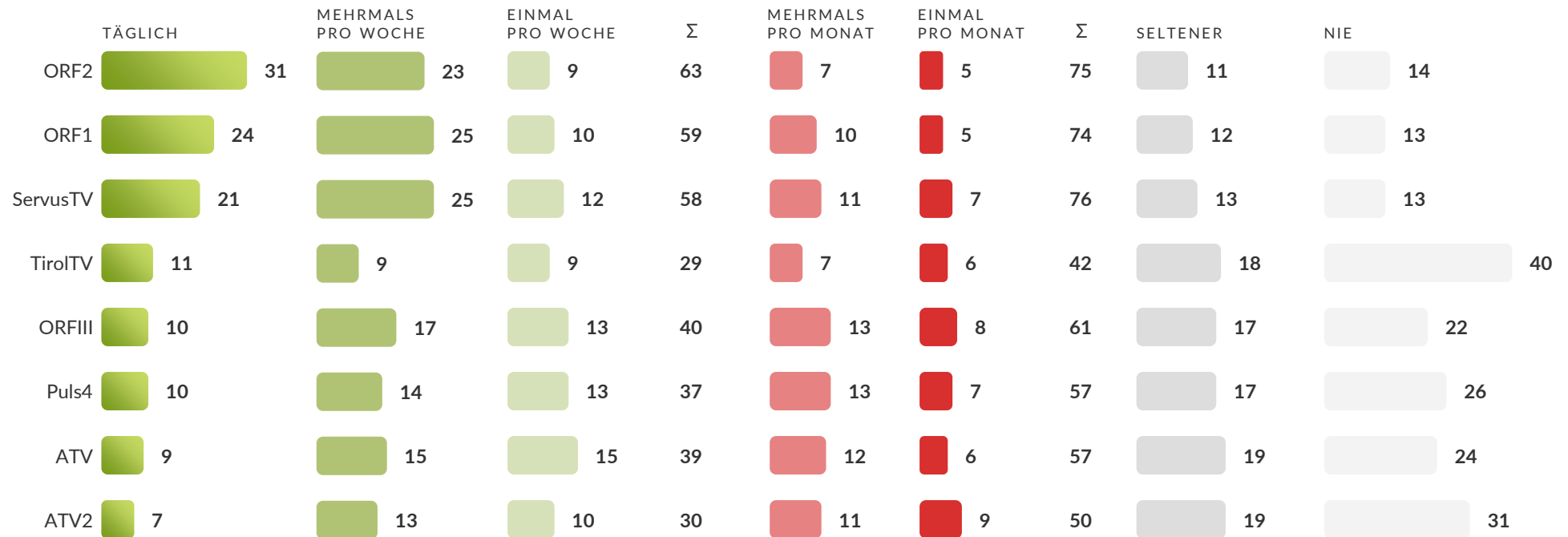
Frage: Wie häufig lesen Sie Zeitschriften oder Magazine?



# Nutzungshäufigkeit bei klassischen TV-Sendern I

Tiroler:innen, die TV-Sender (klassisches TV-Fernsehen) zumindest selten sehen (91%=100%)

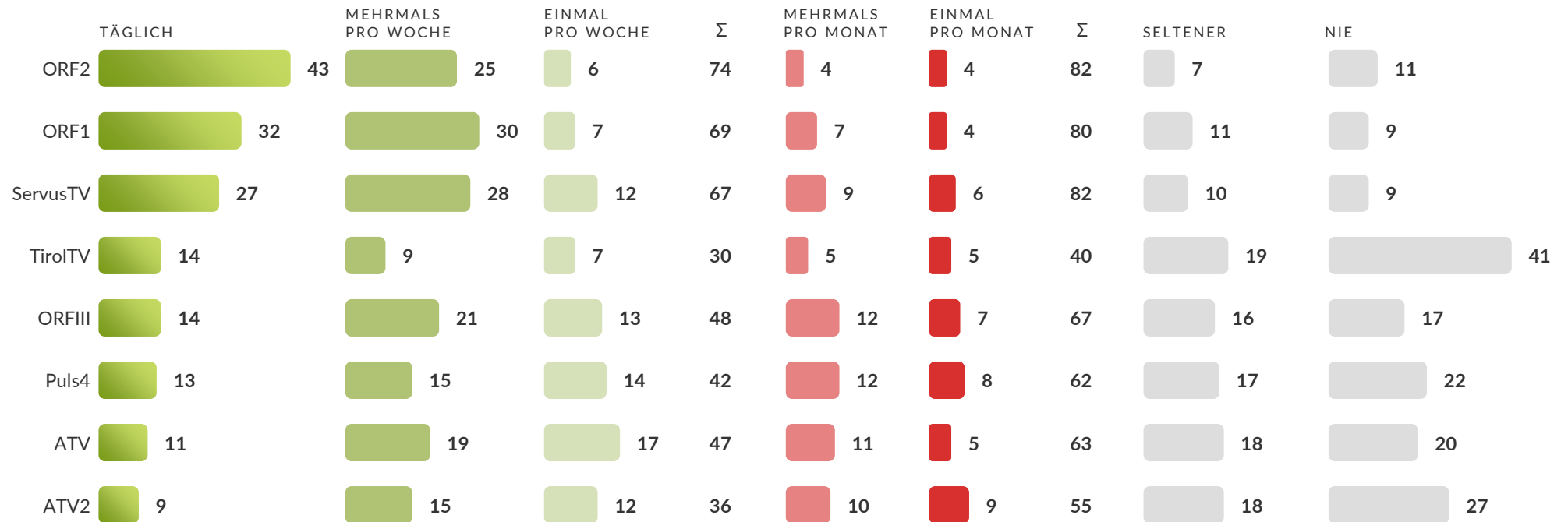
Frage: Wie häufig sehen Sie folgende TV-Sender (klassisches TV-Fernsehen)?



# Nutzungshäufigkeit bei klassischen TV-Sendern II

Tiroler:innen, die TV-Sender (klassisches TV-Fernsehen) täglich sehen (49%=100%)

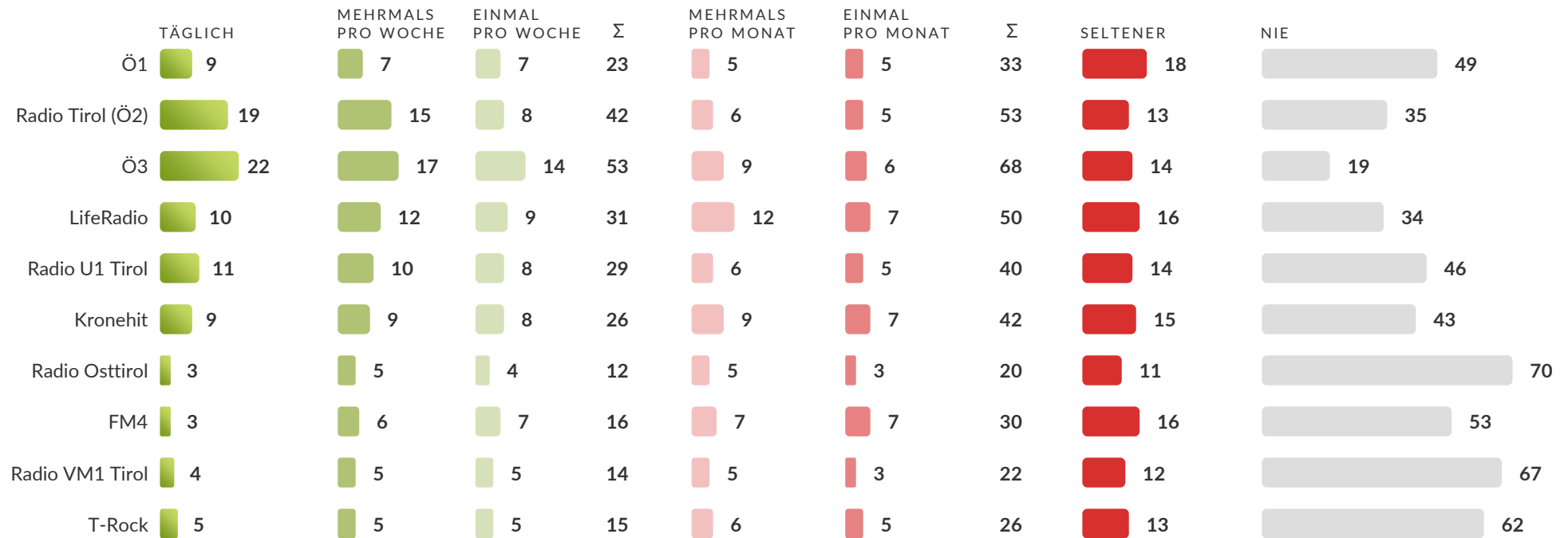
Frage: Wie häufig sehen Sie folgende TV-Sender (klassisches TV-Fernsehen)?



# Nutzungshäufigkeit bei ausgewählten Radiosendern I

Tiroler:innen, die Radiosender zumindest selten hören (92%=100%)

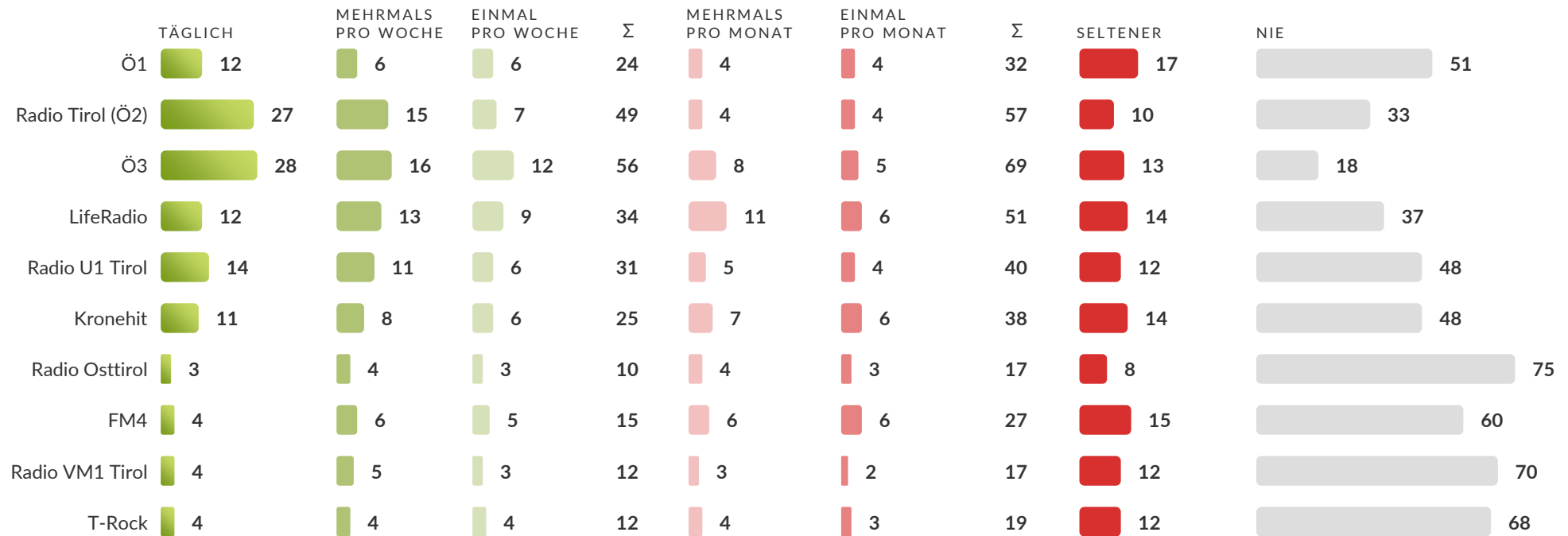
Frage: Wie häufig hören Sie folgende Radiosender?



# Nutzungshäufigkeit bei ausgewählten Radiosendern II

Tiroler:innen, die Radiosender täglich hören (52%=100%)

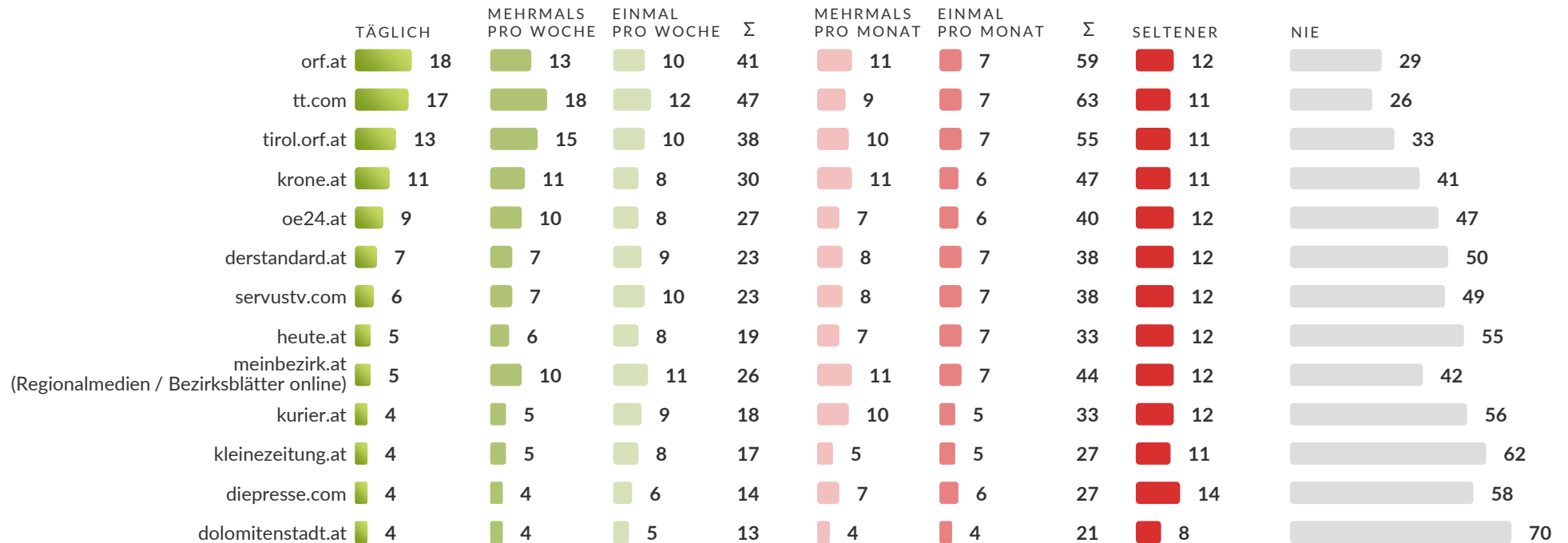
Frage: Wie häufig hören Sie folgende Radiosender?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Nachrichtenseiten im Internet I

Tiroler:innen, die Nachrichtenseiten im Internet zumindest selten nutzen (90%=100%)

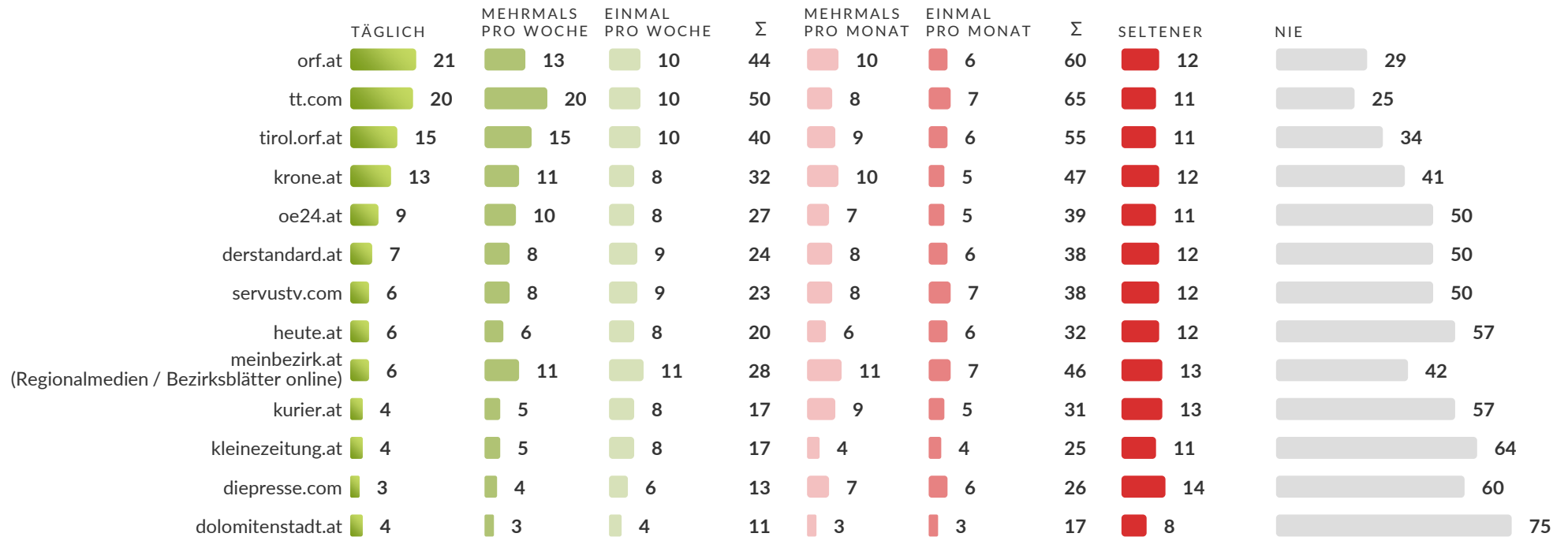
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Seiten im Internet?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Nachrichtenseiten im Internet II

Tiroler:innen, die Nachrichtenseiten im Internet täglich nutzen (39%=100%)

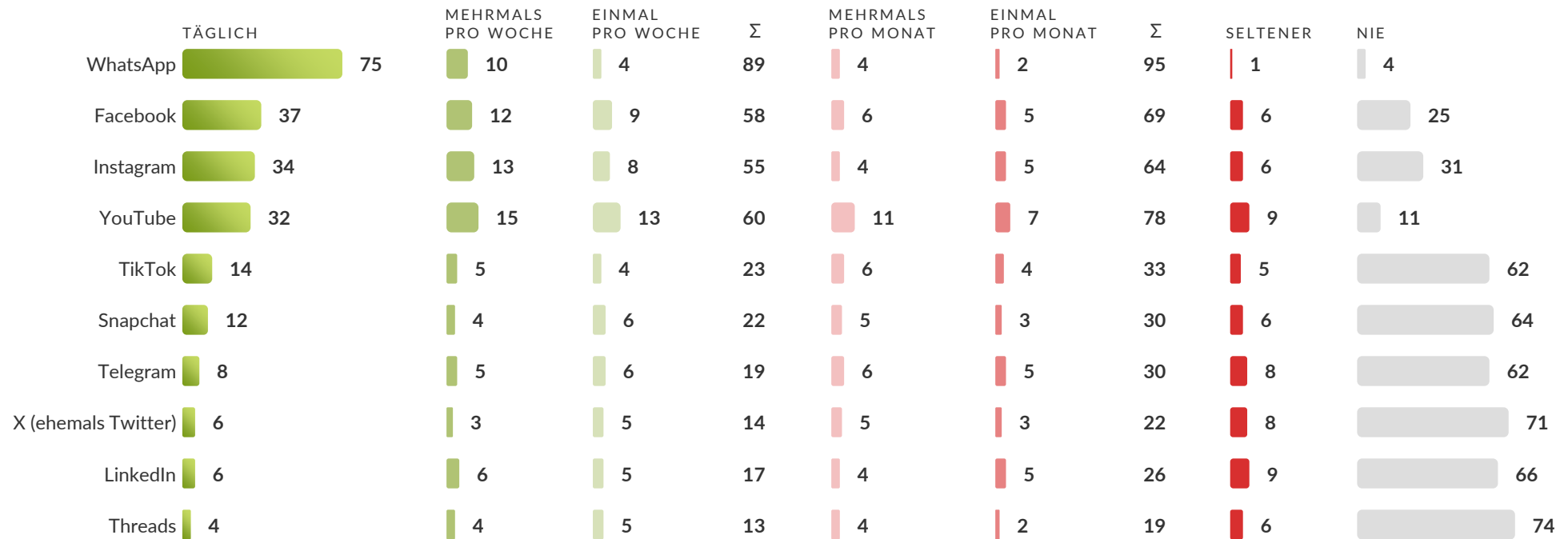
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Seiten im Internet?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Social Media-Plattformen I

Tiroler:innen, die Social Media-Angebote zumindest selten nutzen (83%=100%)

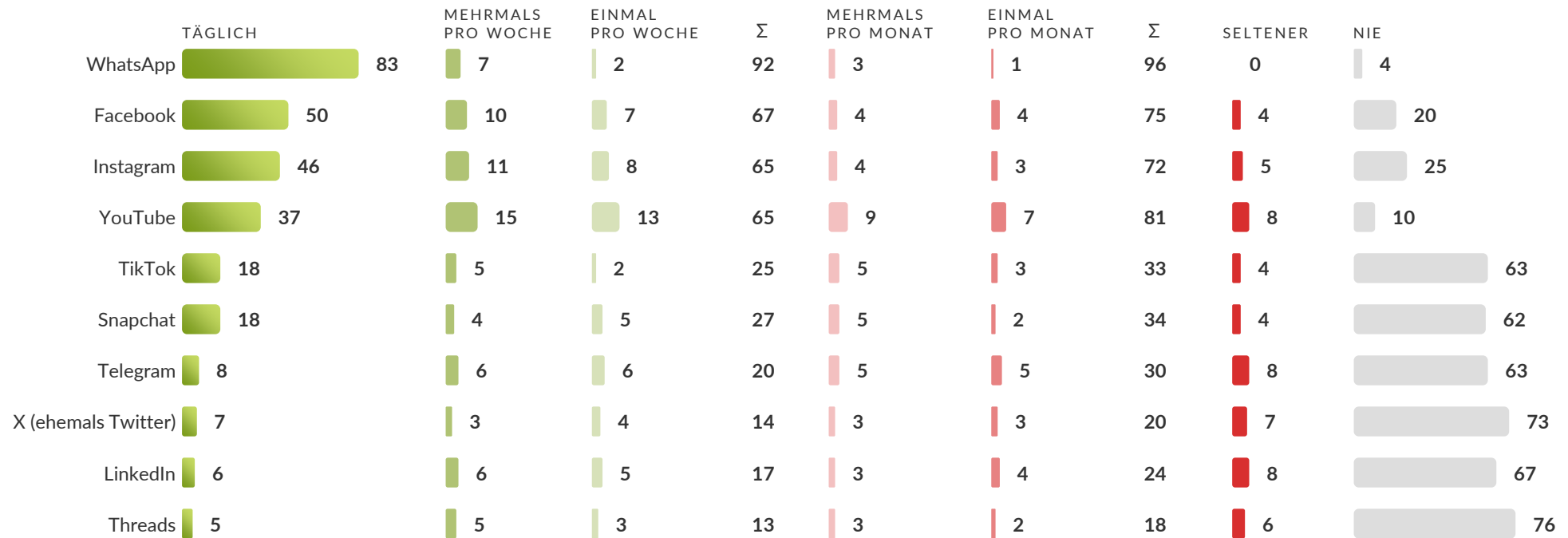
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Social Media-Angebote?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Social Media-Plattformen II

Tiroler:innen, die Social Media-Angebote täglich nutzen (44%=100%)

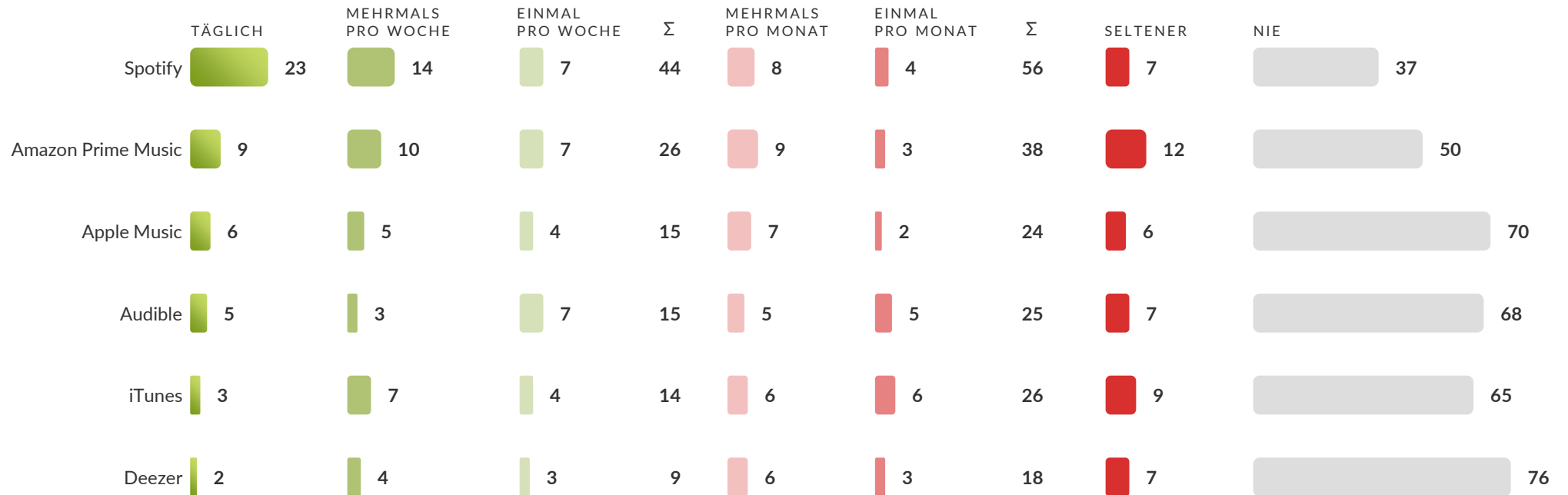
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Social Media-Angebote?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Audio-Streamingdienste I

Tiroler:innen, die Audio-Streamingplattformen zumindest selten nutzen (64%=100%)

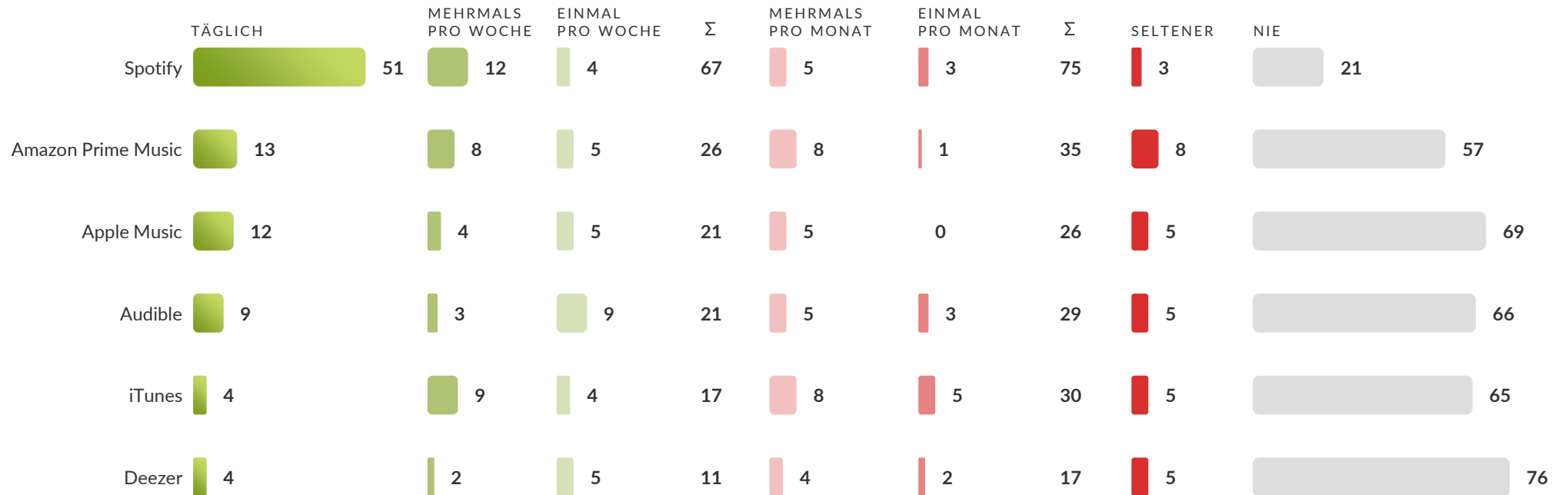
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Audio- oder Video-Streamingplattformen?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Audio-Streamingdienste II

Tiroler:innen, die Audio-Streamingplattformen täglich nutzen (19%=100%)

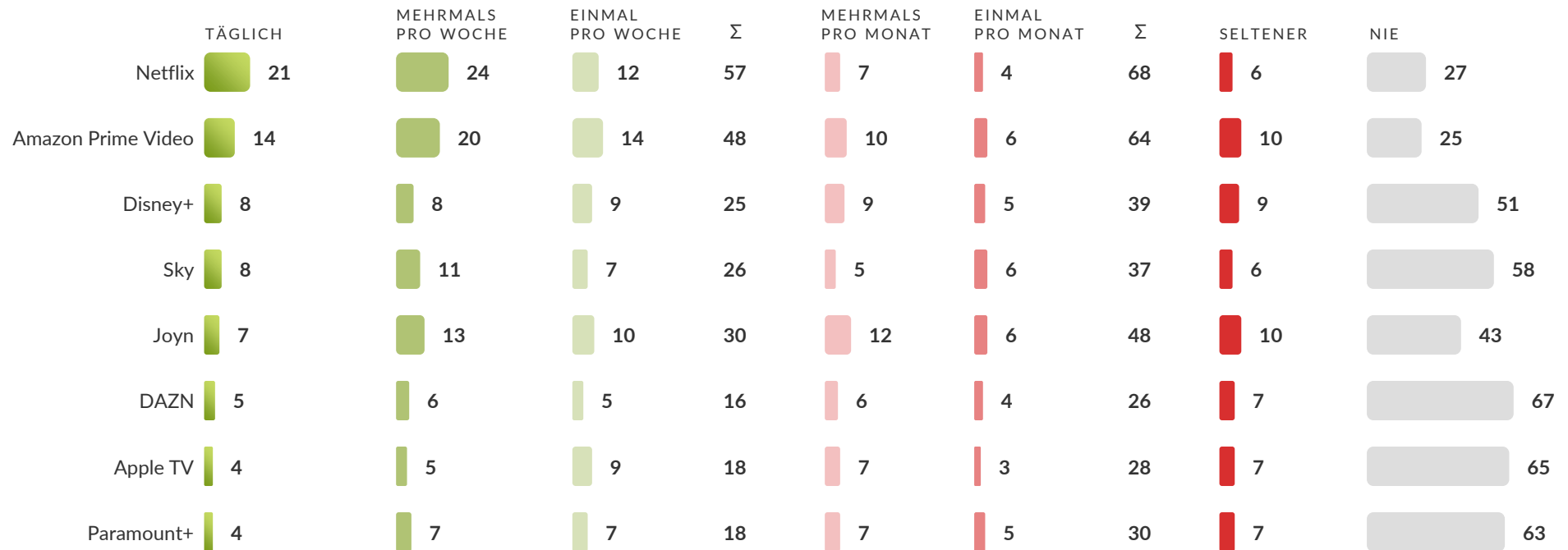
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Audio- oder Video-Streamingplattformen?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Video-Streamingdienste I

Tiroler:innen, die Video-Streamingplattformen zumindest selten nutzen (69%=100%)

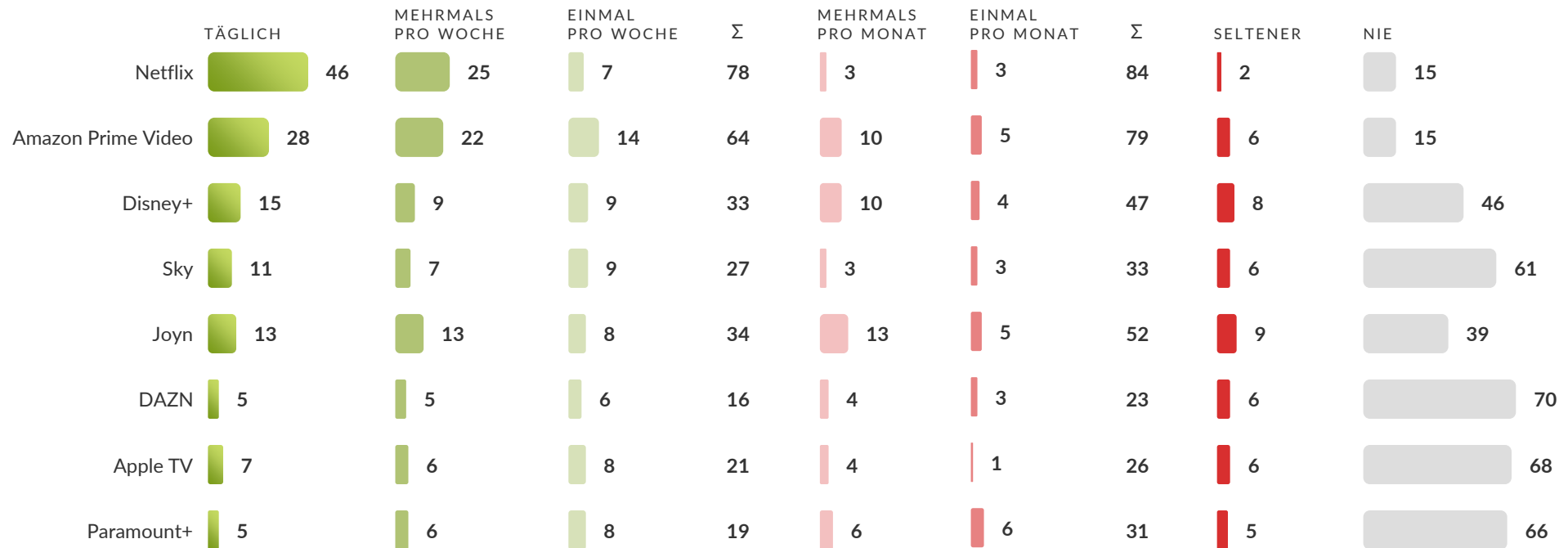
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Audio- oder Video-Streamingplattformen?



# Nutzungshäufigkeit ausgewählter Video-Streamingdienste II

Tiroler:innen, die Video-Streamingplattformen täglich nutzen (20%=100%)

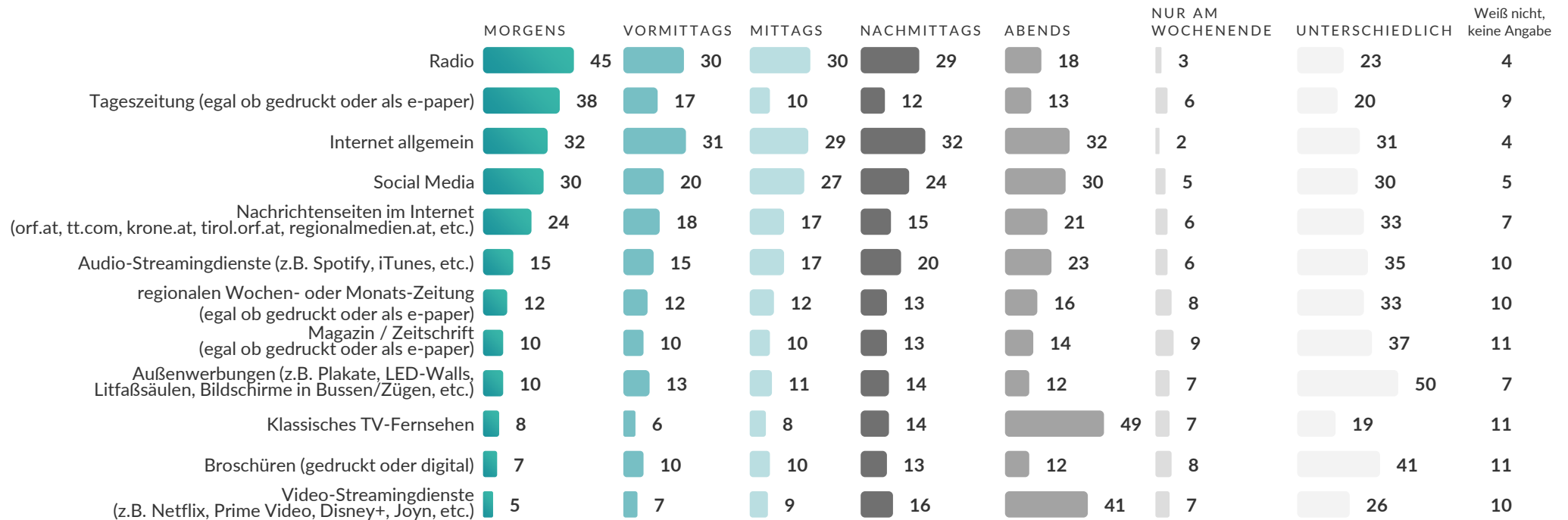
Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Audio- oder Video-Streamingplattformen?



# Mediennutzung nach Tageszeiten im Überblick

## Basis: jeweilig genutzte Medien

Frage: Zu welchen Tageszeiten nutzen Sie üblicherweise die unterschiedlichen Medien?



KAPITEL 3

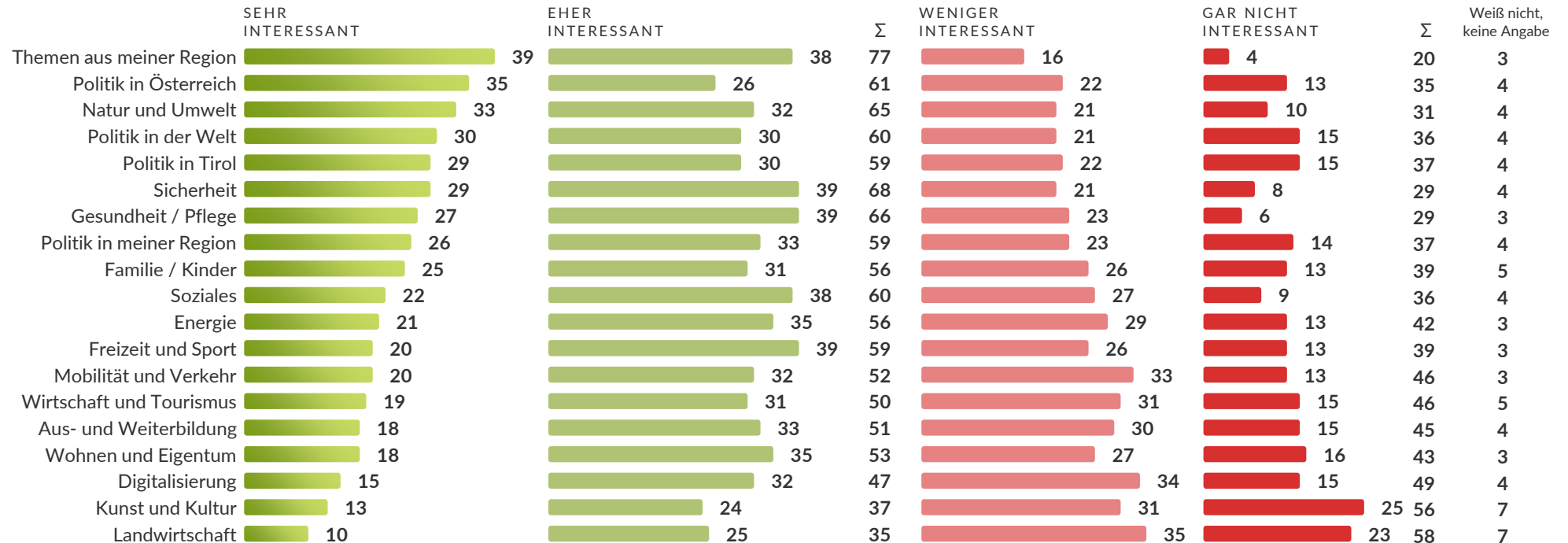
# Einstellung zu und Wahrnehmung der Medien

DAILY NEWS

POLITICS

# Persönliches Themeninteresse in den Medien I

Frage: Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für folgende Themen in den Medien? Egal ob Print, Radio, TV oder Online:



# Persönliches Themeninteresse in den Medien II

## Summe aus „sehr interessant“ und „interessant“ im soziodemographischen Überblick

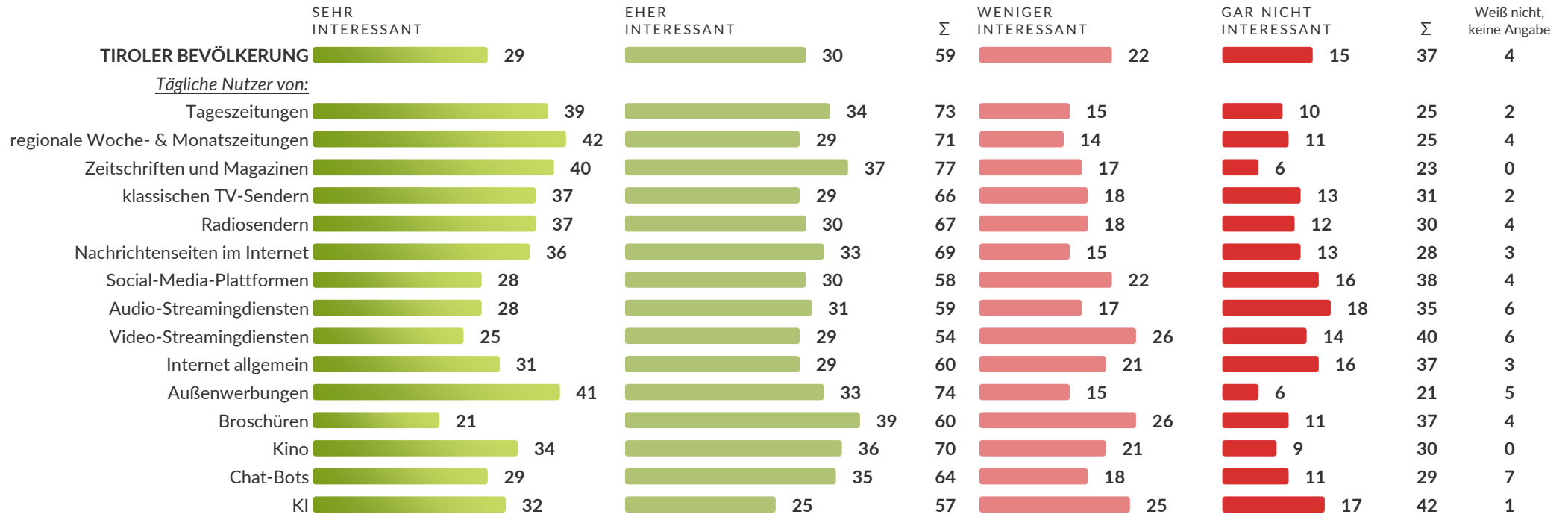
Frage: Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für folgende Themen in den Medien? Egal ob Print, Radio, TV oder Online:

	SUMME NOTE 1+2	Männer	Frauen	16 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 85 Jahre	Land bis 5000 Einwohner	Klein-, Mittelstädte	Groß- stadt
Themen aus meiner Region	77	76	78	66	73	86	78	78	72
Politik in Österreich	61	67	55	55	54	69	56	63	68
Natur und Umwelt	65	63	69	56	61	74	67	63	67
Politik in der Welt	60	66	55	48	59	68	58	60	68
Politik in Tirol	59	63	55	46	53	71	57	60	66
Sicherheit	68	68	68	62	65	73	69	68	64
Gesundheit / Pflege	66	64	70	56	61	77	68	65	69
Politik in meiner Region	59	64	54	45	53	70	56	60	62
Familie / Kinder	56	54	59	57	55	57	61	55	49
Soziales	60	57	63	57	57	64	60	60	59
Energie	56	63	49	48	50	64	56	54	55
Freizeit und Sport	59	64	54	59	58	59	59	60	58
Mobilität und Verkehr	52	59	44	42	48	59	54	50	49
Wirtschaft und Tourismus	50	54	44	41	48	55	50	47	54
Aus- und Weiterbildung	51	49	52	55	50	49	49	52	50
Wohnen und Eigentum	53	53	54	53	58	51	55	54	52
Digitalisierung	47	52	42	51	43	49	46	48	50
Kunst und Kultur	37	32	40	37	33	38	36	32	46
Landwirtschaft	35	37	35	31	34	39	37	35	32

# Persönliches Themeninteresse in den Medien III

## Politik in Tirol

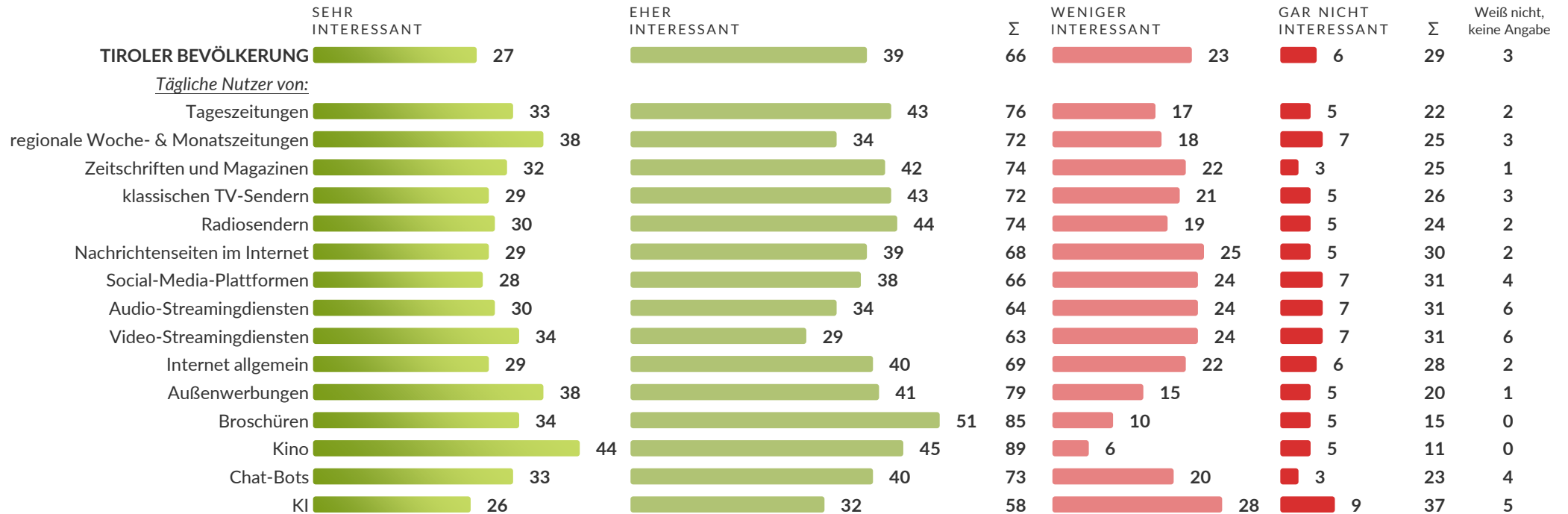
Frage: Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für folgende Themen in den Medien? Egal ob Print, Radio, TV oder Online:



# Persönliches Themeninteresse in den Medien IV

## Gesundheit / Pflege

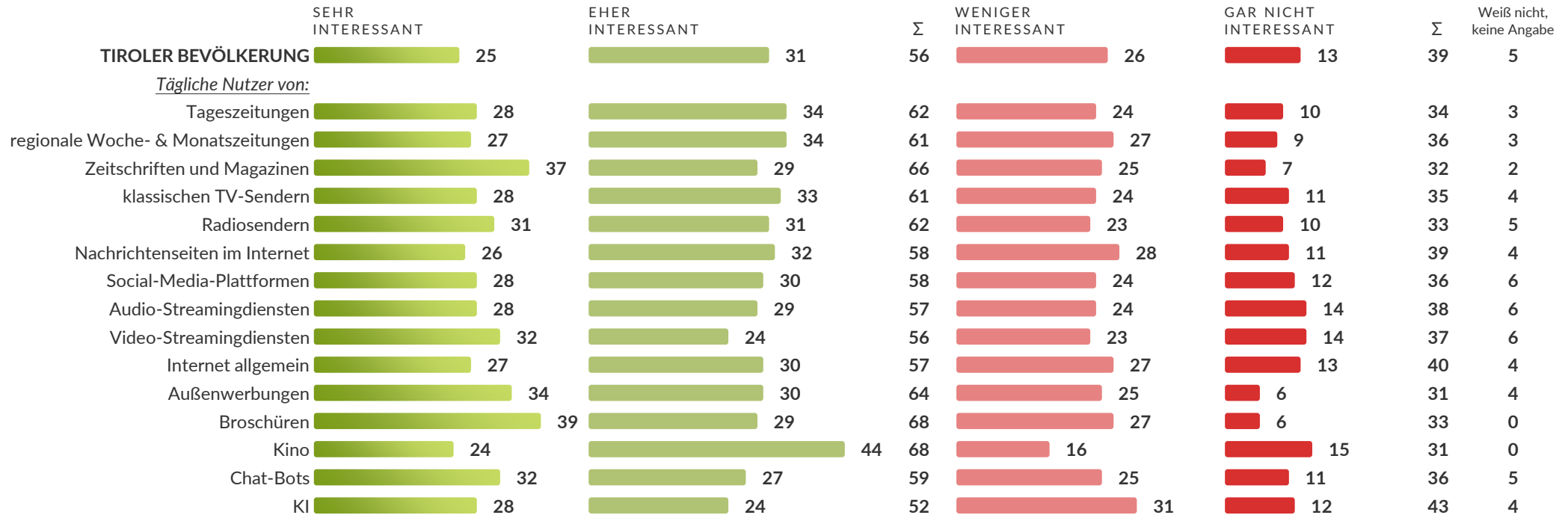
Frage: Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für folgende Themen in den Medien? Egal ob Print, Radio, TV oder Online:



# Persönliches Themeninteresse in den Medien VI

## Familie / Kinder

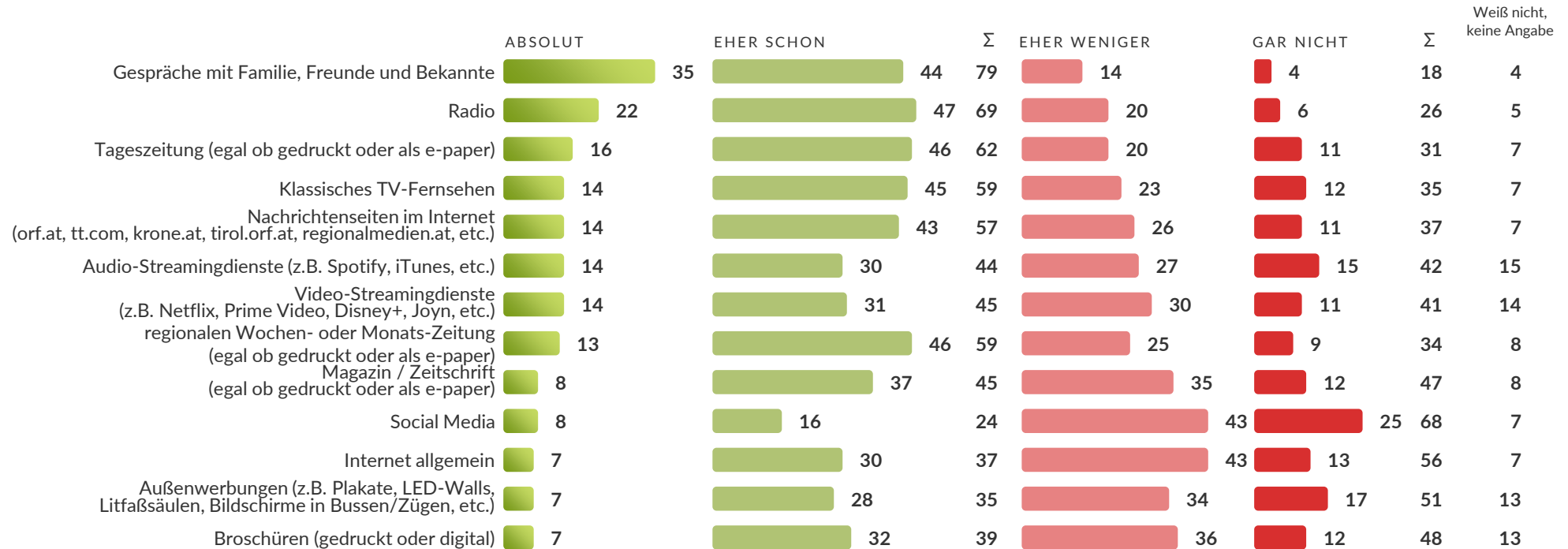
Frage: Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für folgende Themen in den Medien? Egal ob Print, Radio, TV oder Online:



# Vertrauen in die Inhalte in den Mediengattungen I

Basis: jeweilig genutzte Medien

Frage: Und wie sehr vertrauen Sie dem Inhalt dieser Medien?



# Vertrauen in die Inhalte in den Mediengattungen II

Basis: jeweilig genutzte Medien; Summe aus „absolut“ und „eher schon“ im soziodemographischen Überblick

Frage: Und wie sehr vertrauen Sie dem Inhalt dieser Medien?

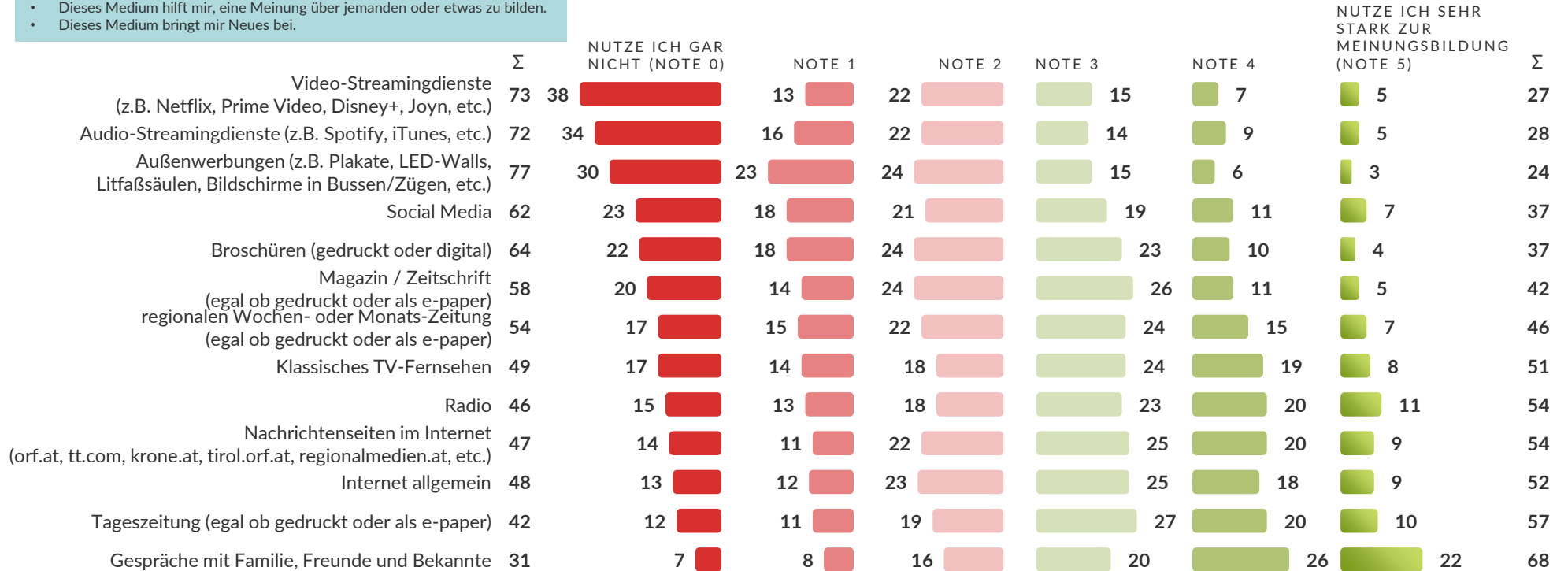
	SUMME ABSOLUT, EHER SCHON	Männer	Frauen	16 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 85 Jahre	Land bis 5000 Einwohner	Klein-, Mittelstädte	Groß- stadt
Gespräche mit Familie, Freunde und Bekannte	79	76	82	77	77	82	78	79	83
Radio	69	67	72	69	66	72	68	70	68
Tageszeitung (egal ob gedruckt oder als e-paper)	62	63	61	58	62	64	63	60	65
Klassisches TV-Fernsehen	59	61	57	55	60	61	59	58	61
Nachrichtenseiten im Internet (orf.at, tt.com, krone.at, tirol.orf.at, regionalmedien.at, etc.)	57	58	54	56	57	57	54	57	60
Audio-Streamingdienste (z.B. Spotify, iTunes, etc.)	44	43	44	48	50	32	42	50	32
Video-Streamingdienste (z.B. Netflix, Prime Video, Disney+, Joyn, etc.)	45	44	47	50	50	35	42	49	43
regionalen Wochen- oder Monats-Zeitung (egal ob gedruckt oder als e-paper)	59	59	58	52	60	61	60	58	53
Magazin / Zeitschrift (egal ob gedruckt oder als e-paper)	45	50	41	42	49	43	41	45	57
Social Media	24	27	22	27	25	23	25	26	19
Internet allgemein	37	39	35	37	39	36	37	38	37
Außenwerbungen (z.B. Plakate, LED-Walls, Litfaßsäulen, Bildschirme in Bussen/Zügen, etc.)	35	37	33	35	41	30	35	36	37
Broschüren (gedruckt oder digital)	39	39	39	39	43	35	41	37	39

# Der wahrgenommene Beitrag zur Meinungsbildung I

## Basis: jeweilig genutzte Medien

Frage: Sagen Sie uns bitte zu den Medien, die Sie regelmäßig nutzen, wie sehr für Sie bei der Nutzung die Meinungsbildung eine Rolle spielt. Die Meinungsbildung steht im Vordergrund, wenn für Sie z.B. die folgenden Aussagen auf das jeweilige Medium sehr zutreffen:

- Dieses Medium hilft mir, Dinge besser zu verstehen.
- Dieses Medium hilft mir, eine Meinung über jemanden oder etwas zu bilden.
- Dieses Medium bringt mir Neues bei.



# Der wahrgenommene Beitrag zur Meinungsbildung II

Basis: jeweilig genutzte Medien; Summe aus „nutze ich zur sehr stark/stark/etwas zur Meinungsbildung“ im Überblick

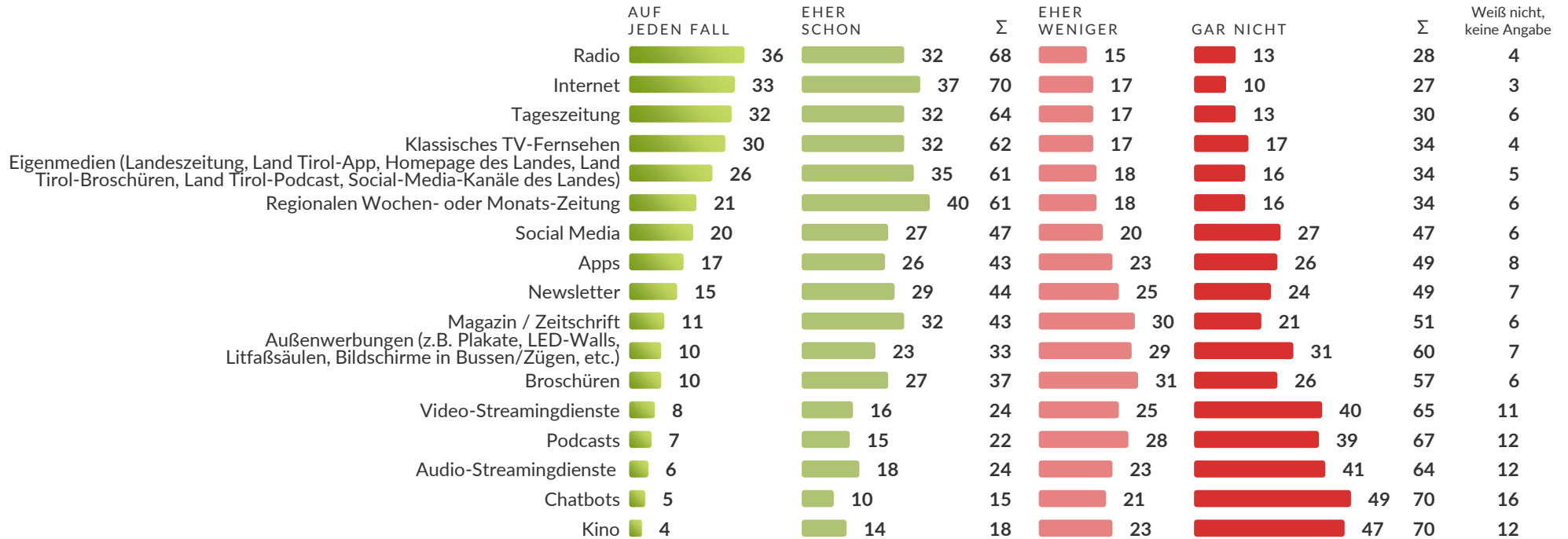
Frage: Sagen Sie uns bitte zu den Medien, die Sie regelmäßig nutzen, wie sehr für Sie bei der Nutzung die Meinungsbildung eine Rolle spielt. Die Meinungsbildung steht im Vordergrund, wenn für Sie z.B. die folgenden Aussagen auf das jeweilige Medium sehr zutreffen:

	NUTZE ICH SEHR STARK ZUR MEINUNGSBILDUNG (SUMME NOTE 3+4+5)			16 bis	30 bis	50 bis 85	Land bis	Klein-,	Groß-
		Männer	Frauen	29 Jahre	49 Jahre	Jahre	5000 Einwohner	Mittelstädte	stadt
Video-Streamingdienste (z.B. Netflix, Prime Video, Disney+, Joyn, etc.)	27	27	26	25	30	24	29	26	20
Audio-Streamingdienste (z.B. Spotify, iTunes, etc.)	28	29	28	24	35	24	28	32	21
Außenwerbungen (z.B. Plakate, LED-Walls, Litfaßsäulen, Bildschirme in Bussen/Zügen, etc.)	24	26	23	29	25	20	22	26	23
Social Media	37	36	39	42	42	30	33	42	40
Broschüren (gedruckt oder digital)	37	38	34	35	36	37	37	37	33
Magazin / Zeitschrift (egal ob gedruckt oder als e-paper)	42	47	37	40	45	41	43	44	39
regionalen Wochen- oder Monats-Zeitung (egal ob gedruckt oder als e-paper)	46	49	44	44	45	46	47	48	36
Klassisches TV-Fernsehen	51	54	48	46	50	55	49	52	55
Radio	54	55	53	47	55	58	52	56	57
Nachrichtenseiten im Internet (orf.at, tt.com, krone.at, tirol.orf.at, regionalmedien.at, etc.)	54	50	57	50	57	51	52	55	52
Internet allgemein	52	54	51	53	53	50	48	55	54
Tageszeitung (egal ob gedruckt oder als e-paper)	57	59	57	51	58	61	59	58	56
Gespräche mit Familie, Freunde und Bekannte	68	69	68	67	65	72	70	67	66

# Bevorzugte Informationsquellen für Mitteilungen des Landes Tirol I



**Frage:** Jetzt noch eine konkrete Frage zu Informationen des Landes Tirol. Welche Informationsquellen soll das Land Tirol nutzen, um Sie zu erreichen (zum Beispiel bei Informationskampagnen des Landes, wichtige Informationen des Landes zu Förderungen, etc.)?



# Bevorzugte Informationsquellen für Mitteilungen des Landes Tirol II



## Summe aus „auf jeden Fall“ und „eher schon“ im soziodemographischen Überblick

Frage: Jetzt noch eine konkrete Frage zu Informationen des Landes Tirol. Welche Informationsquellen soll das Land Tirol nutzen, um Sie zu erreichen (zum Beispiel bei Informationskampagnen des Landes, wichtige Informationen des Landes zu Förderungen, etc.)?

	SUMME NOTE 1+2	Männer	Frauen	16 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 85 Jahre	Land bis 5000 Einwohner	Klein-, Mittelstädte	Groß- stadt
Radio	68	65	70	61	66	74	71	67	62
Internet	70	67	73	68	74	68	67	74	69
Tageszeitung	64	64	65	52	62	72	62	64	71
Klassisches TV-Fernsehen	62	63	60	55	58	68	62	61	60
Eigenmedien (Landeszeitung, Land Tirol-App, Homepage des Landes, Land Tirol-Broschüren, Land Tirol-Podcast, Social-Media-Kanäle des Landes)	61	59	62	58	65	58	61	58	64
Regionalen Wochen- oder Monats-Zeitung	61	60	60	51	60	65	61	58	63
Social Media	47	46	48	57	56	35	46	51	41
Apps	43	43	42	46	49	36	41	45	44
Newsletter	44	43	45	36	46	44	46	42	43
Magazin / Zeitschrift	43	41	44	41	43	45	45	41	41
Außenwerbungen (z.B. Plakate, LED-Walls, Litfaßsäulen, Bildschirme in Bussen/Zügen, etc.)	33	30	37	40	37	26	33	34	32
Broschüren	37	33	39	37	38	35	38	33	39
Video-Streamingdienste	24	26	21	23	32	16	21	28	21
Podcasts	22	21	23	30	25	17	21	25	18
Audio-Streamingdienste	24	26	23	29	28	19	24	27	19
Chatbots	15	17	13	23	18	8	14	18	11
Kino	18	19	16	24	21	12	15	19	23

# Ihr Ansprechpartner



**Prof. Dr. David Pfarrhofer**

Tel. +43 732 2555 401  
Mobil +43 664 225 51 67  
Mail [d.pfarrhofer@market.at](mailto:d.pfarrhofer@market.at)

**MARKETINSTITUT**  
**LET'S RAISE YOUR MARKET!**

MARKET Marktforschungs GmbH & CoKG  
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz

