

WEITREICHENDE REICHWEITEN

*Entdecken Sie
DIE WAHRE
GRÖSSE DES
STANDARD!*

ST

„In einer Zeit, in der eine **liberale Haltung mehr denn je herausgefordert wird**, ermöglicht **DER STANDARD** als **Diskursmedium** den Menschen in Europa in einer **pluralistischen Gesellschaft** zu leben.“

UNSERE MARKENWERTE



KRITISCH HINTERFRAGEND

DER STANDARD ist erklärend und aufklärend zugleich. Er zeigt Haltung, indem er die Dinge kritisch hinterfragt.



VOLLER ZUVERSICHT

DER STANDARD ermöglicht einen progressiven Blick auf die Welt. Nach vorne gerichtet. Die Zukunft bejahend. Und voller Zuversicht.



WELTEN ÖFFNEND

DER STANDARD hilft, die Welt kritisch und lustvoll zu erweitern. Indem er unterschiedliche Blickwinkel aufmacht und neue Welten eröffnet.

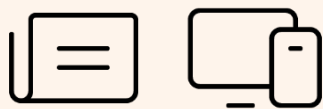
CROSS MEDIA REACH⁺



12,2 %
*Cross Media
Reach⁺*

Cross Media Reach+

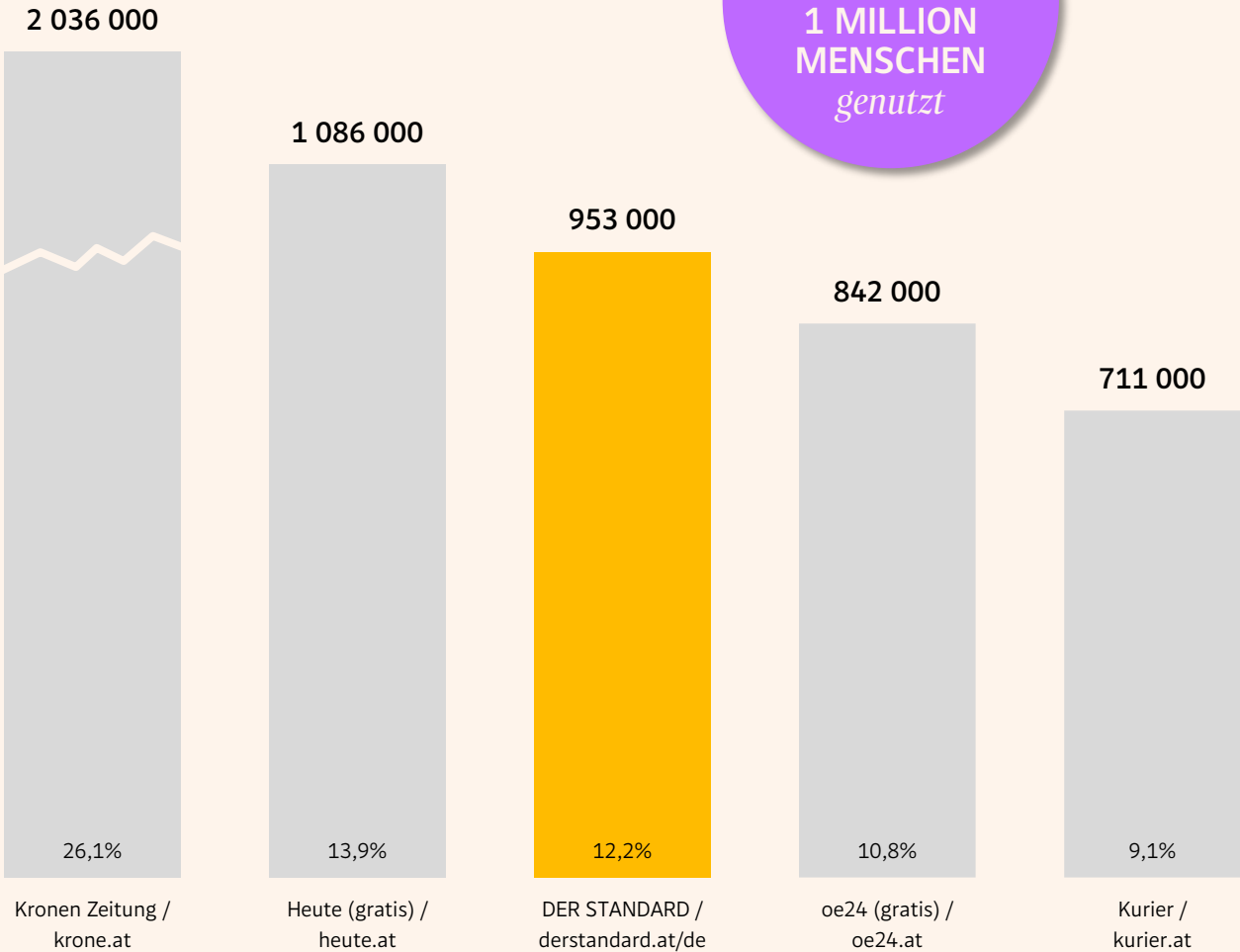
Print und Online



Crossmediale Reichweiten

Jeden Tag lesen **953.000 Menschen** den STANDARD – sei es als gedruckte Tageszeitung, online oder via Newsletter*.

Mit 12,2 % Reichweite liegt er auch hier auf Platz 1 aller nationalen Qualitätsmedien.

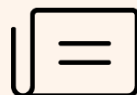


DER
STANDARD
wird von fast
1 MILLION
MENSCHEN
genutzt

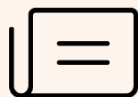
* Die Reichweiten für Newsletter werden via Befragung erhoben. Die Presse nahm nicht an der CMR+ teil.
Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren
Schwankungsbreiten +/- 0,5 % bis +/- 0,7 %. Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.
Onlinereichweite: Justierung an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA).



DER STANDARD PRINT

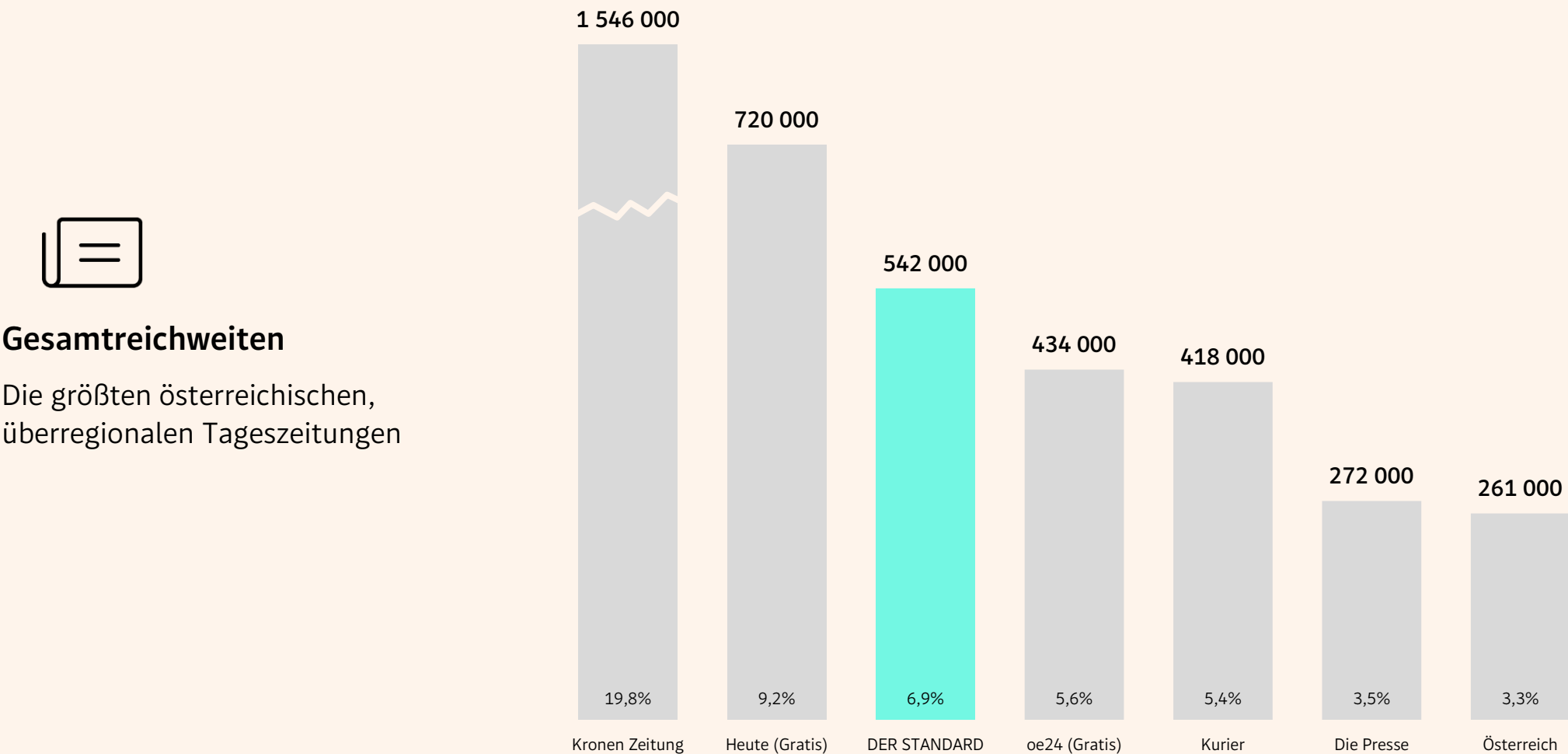


Der österreichische Print-Markt



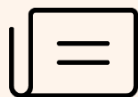
Gesamtreichweiten

Die größten österreichischen,
überregionalen Tageszeitungen



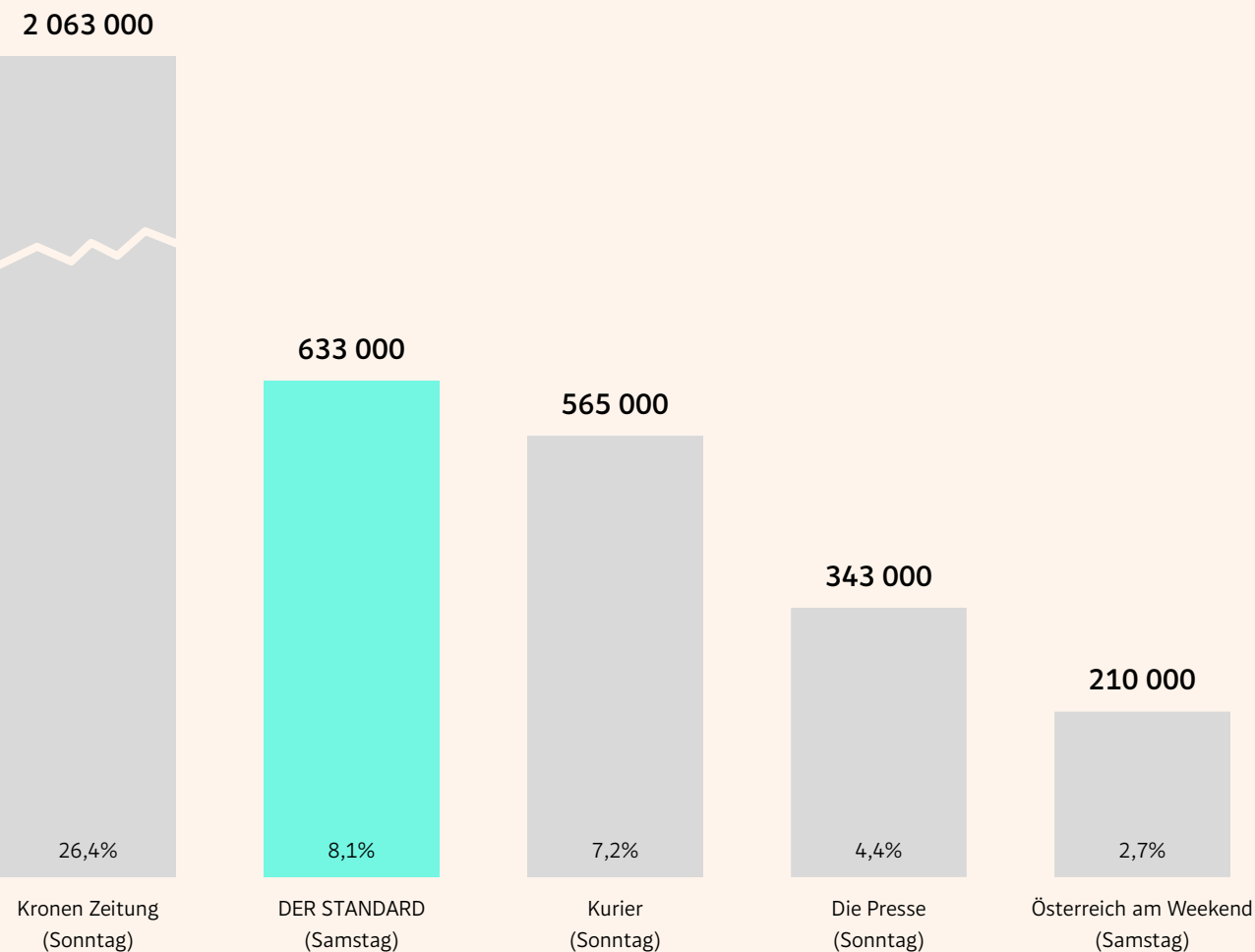
Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren
Schwankungsbreiten +/- 0,3 % bis +/- 0,7 %. Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

Der österreichische Print-Markt



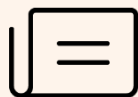
Wochenendreichweiten

Die größten österreichischen,
überregionalen Tageszeitungen



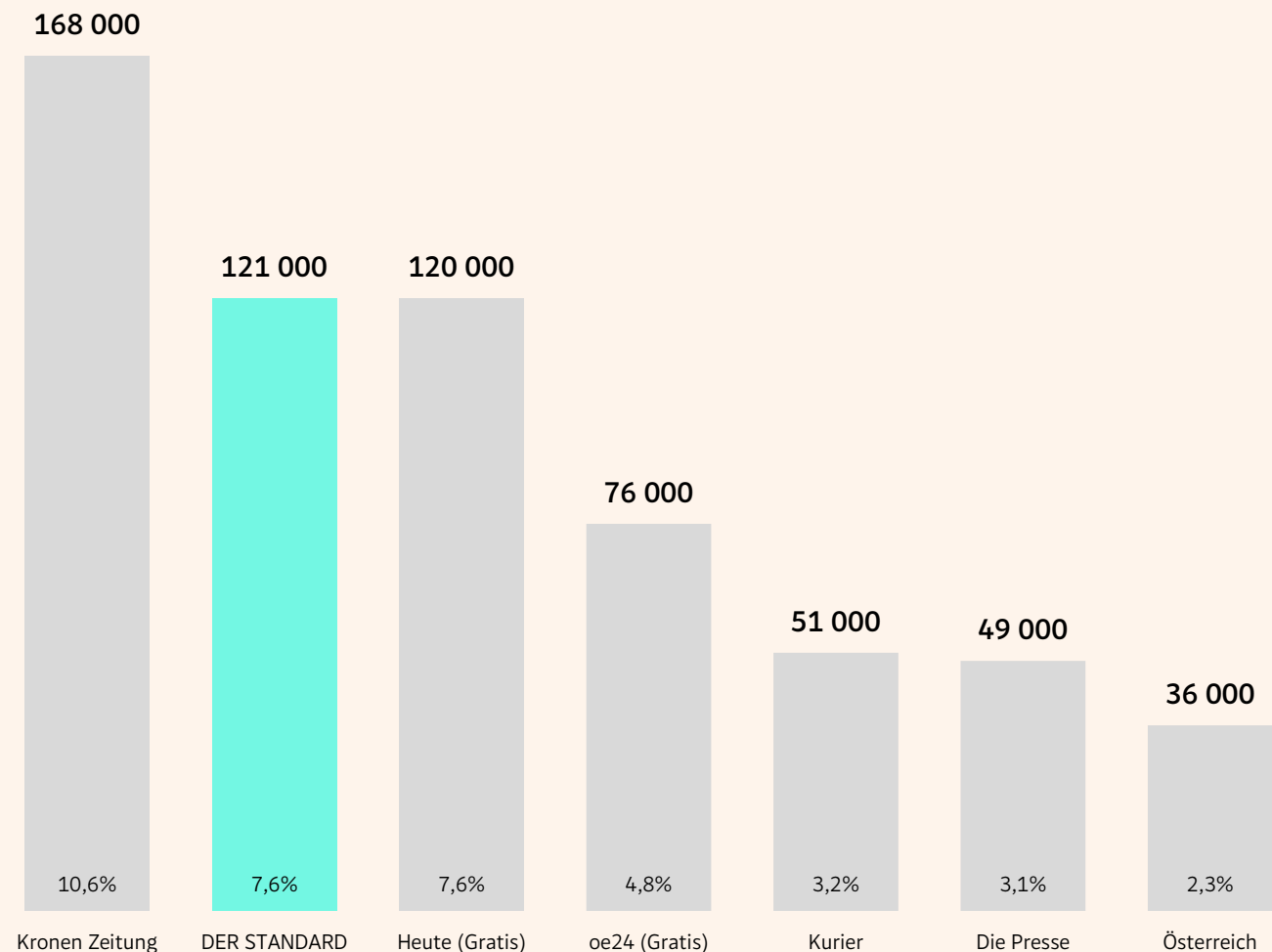
Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren
Schwankungsbreiten +/- 0,3 % bis +/- 0,7 %. Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

Der österreichische Print-Markt

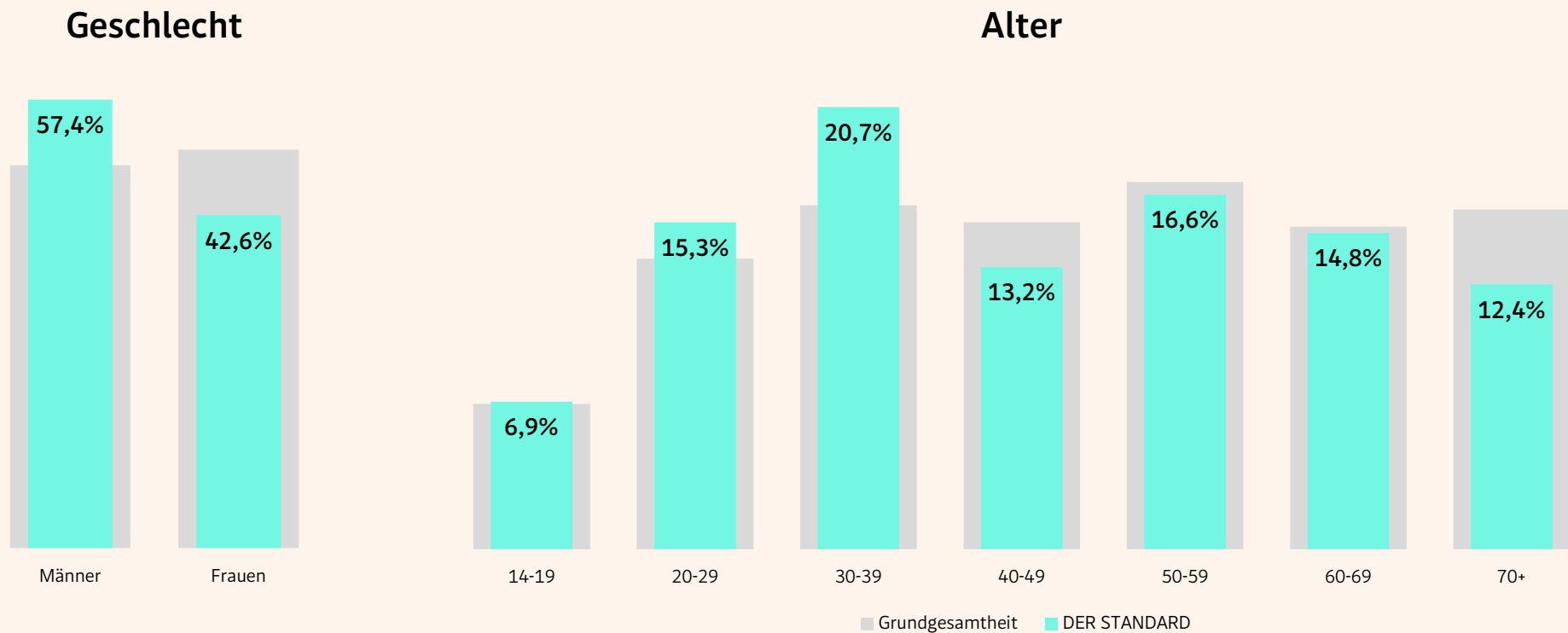


Zielgruppe: 14–29 Jahre

Die größten österreichischen,
überregionalen Tageszeitungen

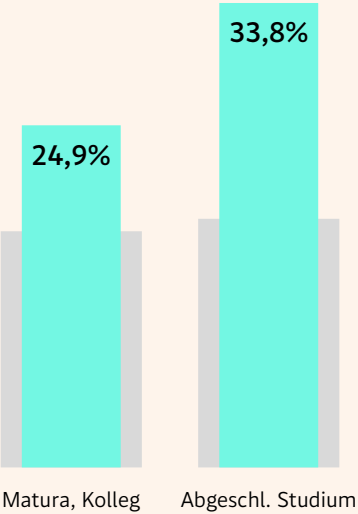


Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren
Schwankungsbreiten +/- 0,6 % bis +/- 1,6 %. Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

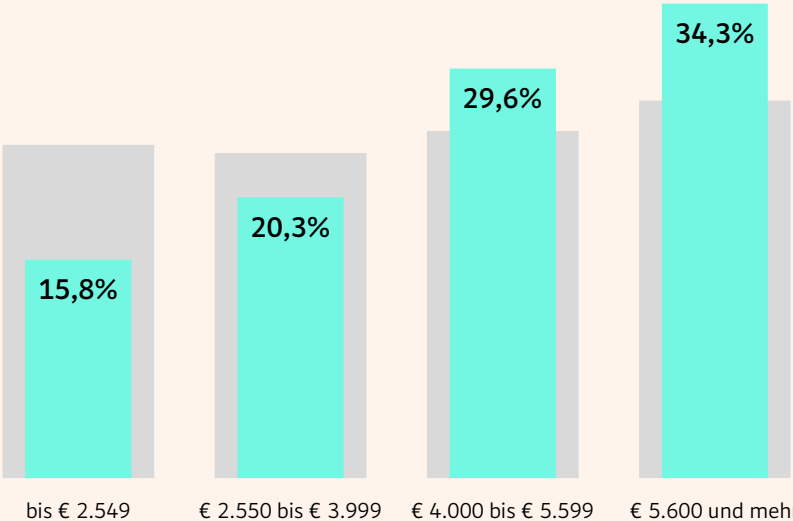


Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren (Strukturwerte)
Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

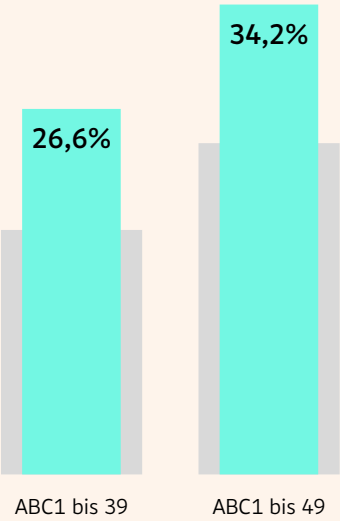
Bildung



Haushaltsnettoeinkommen



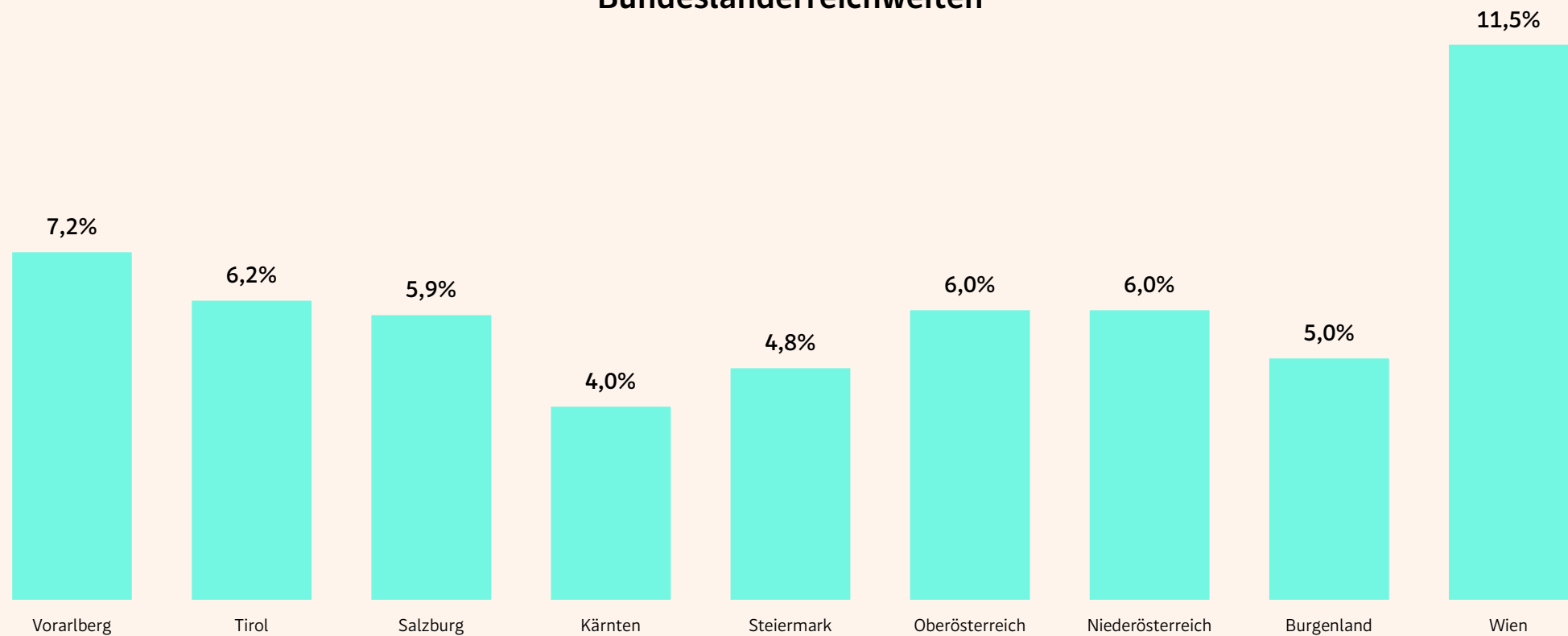
Soziale Schicht



Grundgesamtheit DER STANDARD

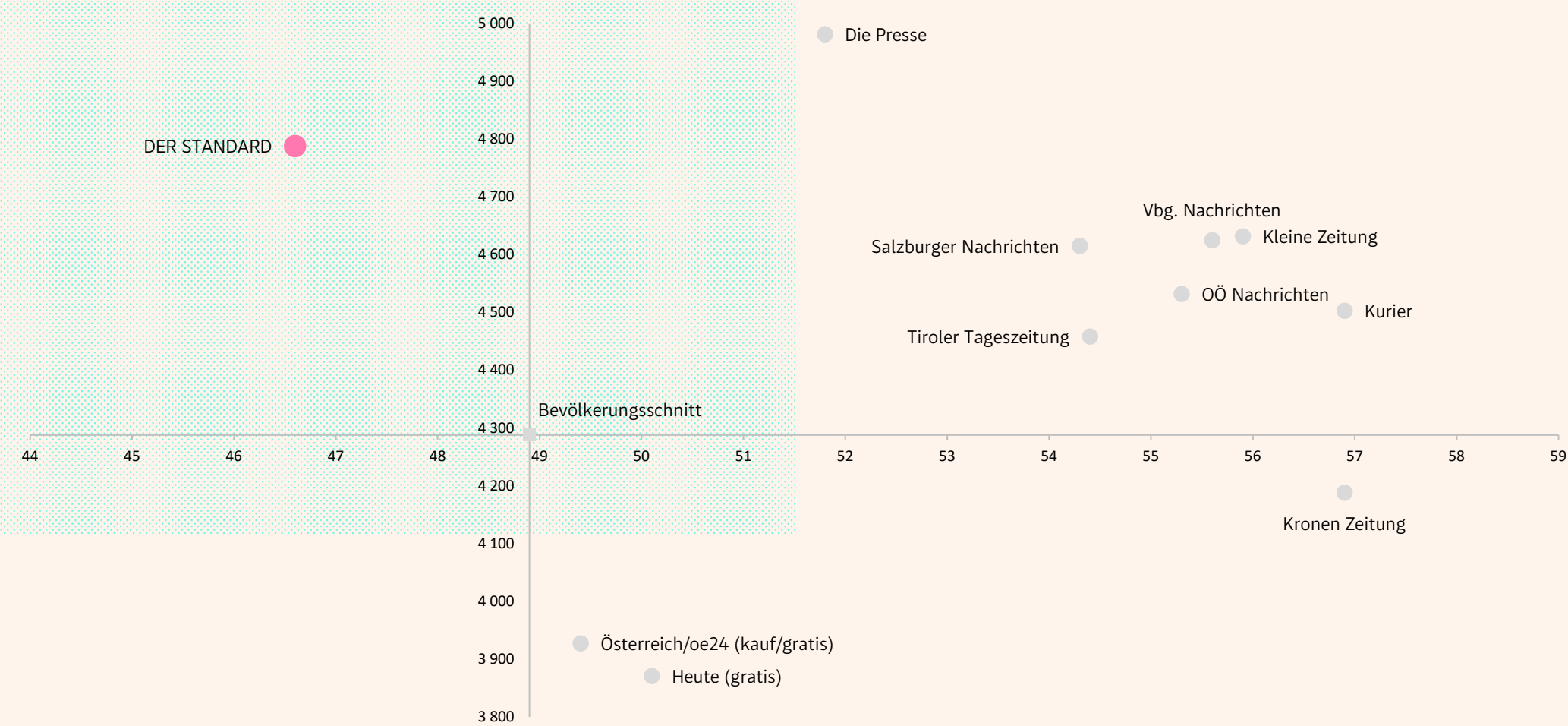
Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren (Strukturwerte)
Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

Bundesländerreichweiten



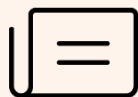
Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren
Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

Exklusive Leserschaft: Jung und einkommensstark



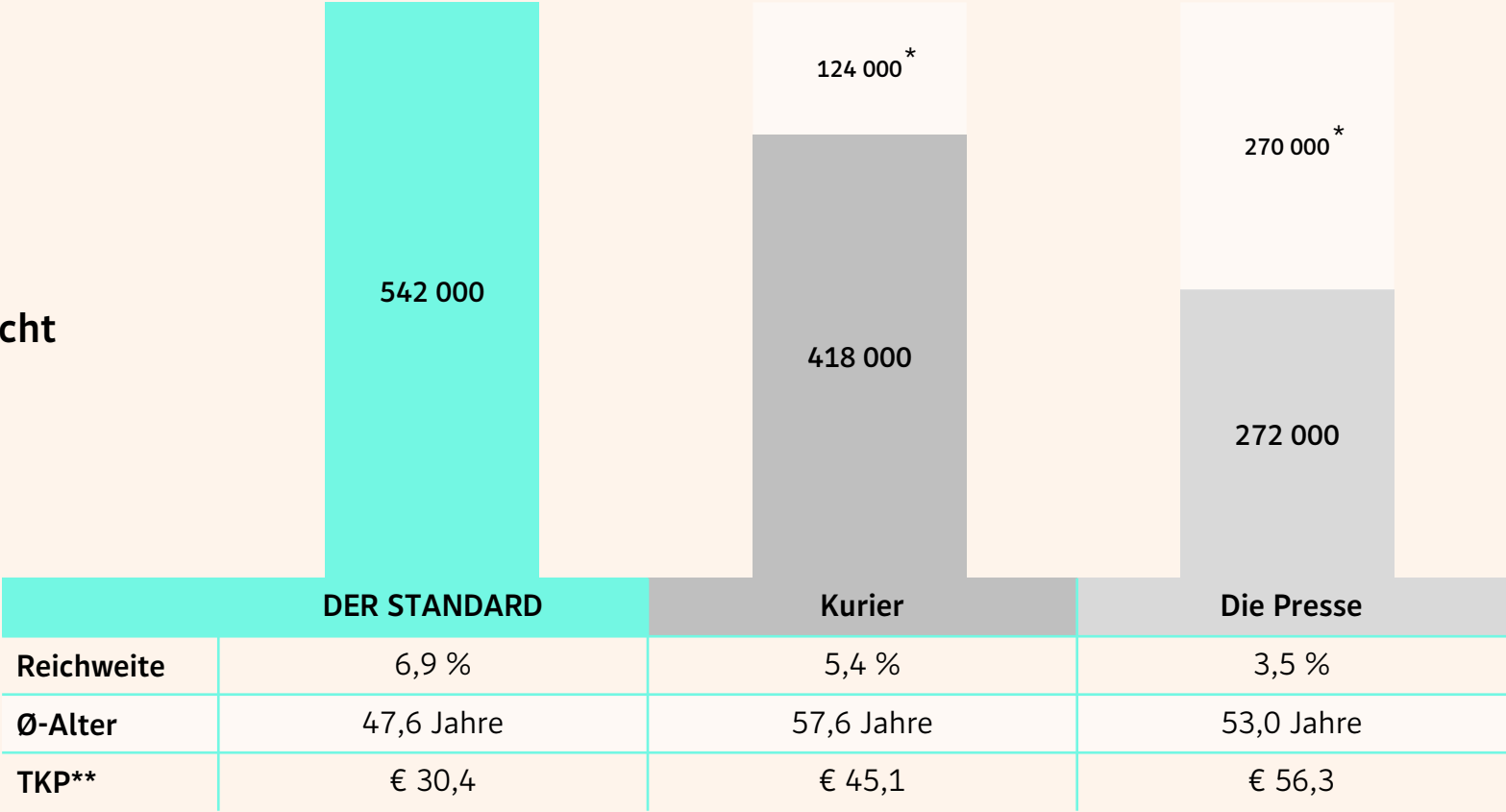
Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren (Mittelwert für Tageszeitungen)
Schwankungsbreiten +/- 0,2 % bis +/- 0,8 %. Details on the range of fluctuation at www.media-analyse.at/signifikanz.
Das durchschnittliche Alter und Haushaltsnettoeinkommen der Tageszeitungsleserschaft.

Wie Sie mit dem STANDARD mehr herausholen



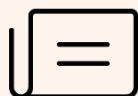
Im direkten Vergleich spricht
alles für den STANDARD

- + höhere Reichweite
- + jüngere Leserschaft
- + günstigerer TKP



* Reichweitendifferenz zwischen dem STANDARD und Kurier/Presse.
** Tausend-Kontakt-Preis; Preise lt. Stand 9. April 2026, JP 4c; Wochenschnitt
Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren
Schwankungsbreiten +/- 0,3 % bis +/- 0,4 %. Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

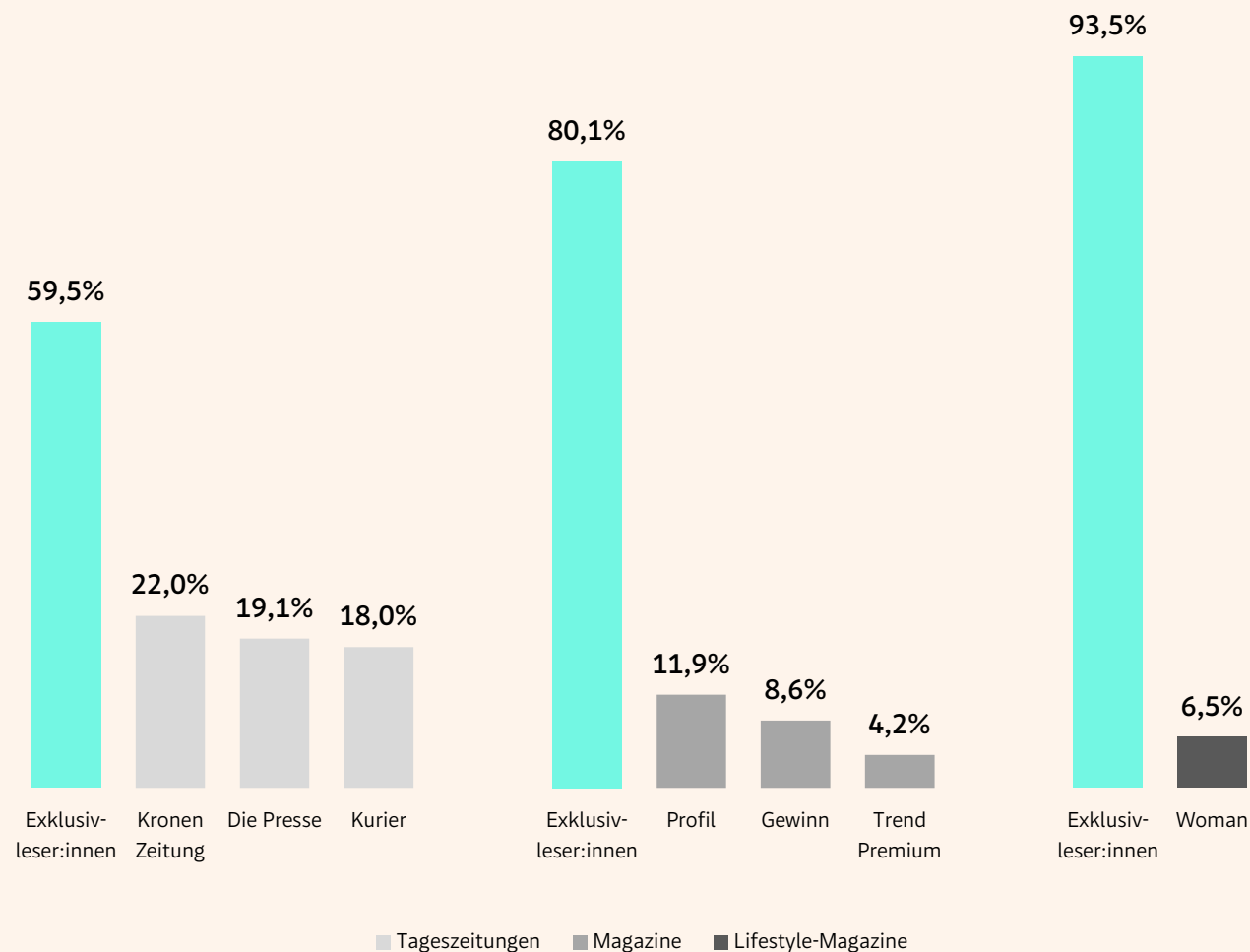
DER STANDARD genießt eine exklusive Leserschaft



Sehen Sie, wie viele Tageszeitungs-, Magazin- und lifestyleaffine Leser:innen Sie ausschließlich im STANDARD erreichen

Blaue Balken: Diese Exklusivleser:innen erreichen Sie im jeweiligen Vergleich ausschließlich mit dem STANDARD.

Graue Balken: Nur dieser Teil der STANDARD-Leserschaft greift auch zu den anderen genannten Tageszeitungen bzw. Magazinen.



Quelle: MA 2025, Erhebungszeitraum: Jänner – Dezember 2025; Österreicher:innen ab 14 Jahren
Schwankungsbreiten +/- 1,1 % bis +/- 2,9 %. Details zur Schwankungsbreite auf www.media-analyse.at/signifikanz.

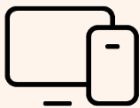


DER STANDARD ONLINE



Der österreichische Online-Markt

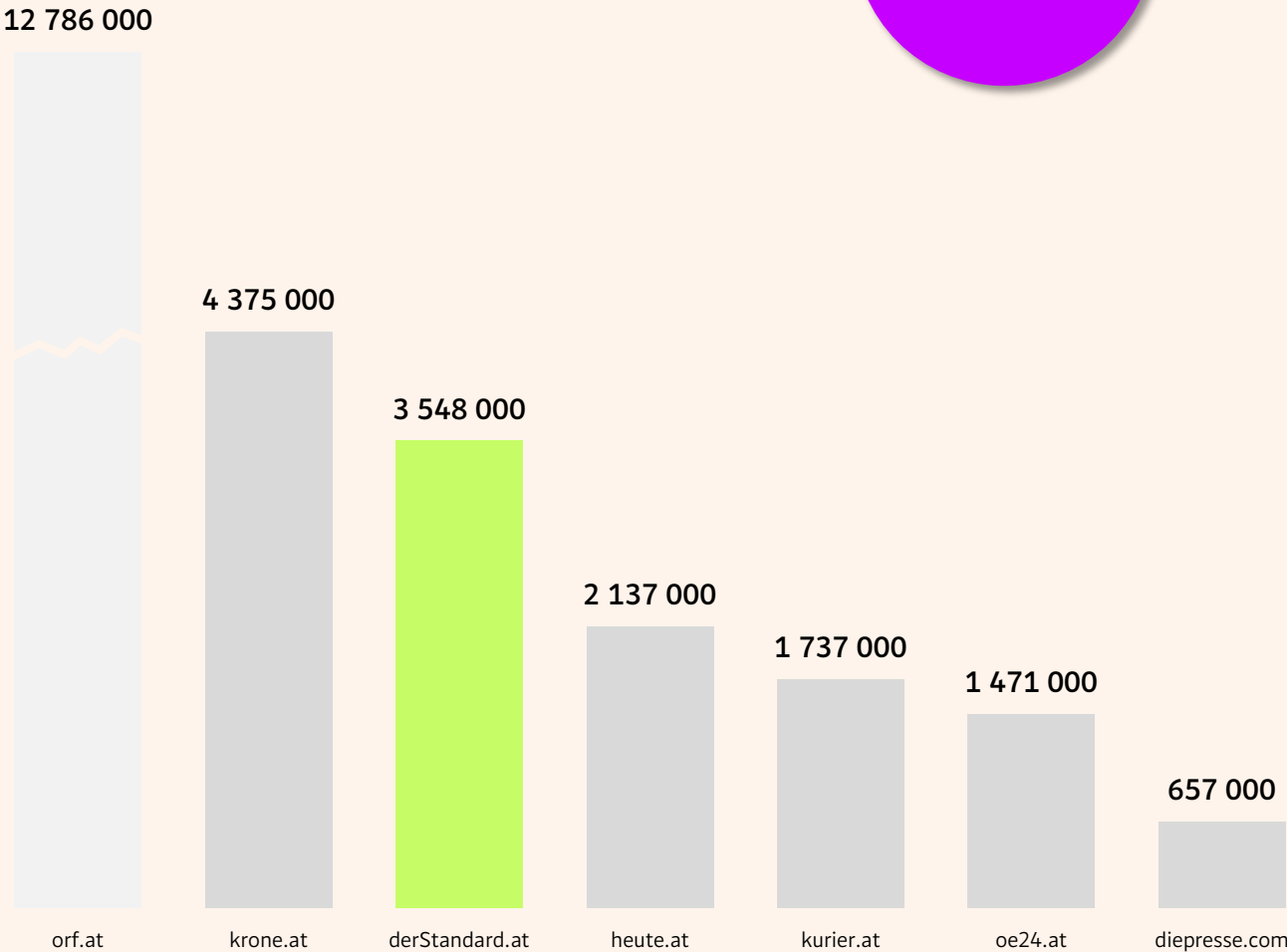
Verweilzeit in h
pro Monat



Verweilzeit in Stunden

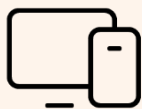
Die größten österreichischen
Online-Einzel-Angebote

- orf.at
- derStandard.at
- andere Angebote verlegerischer Herkunft



Quelle: ÖWA 2025-IV; Einzel-Angebote / Grundgesamtheit: Internetnutzer:innen ab 14 Jahren

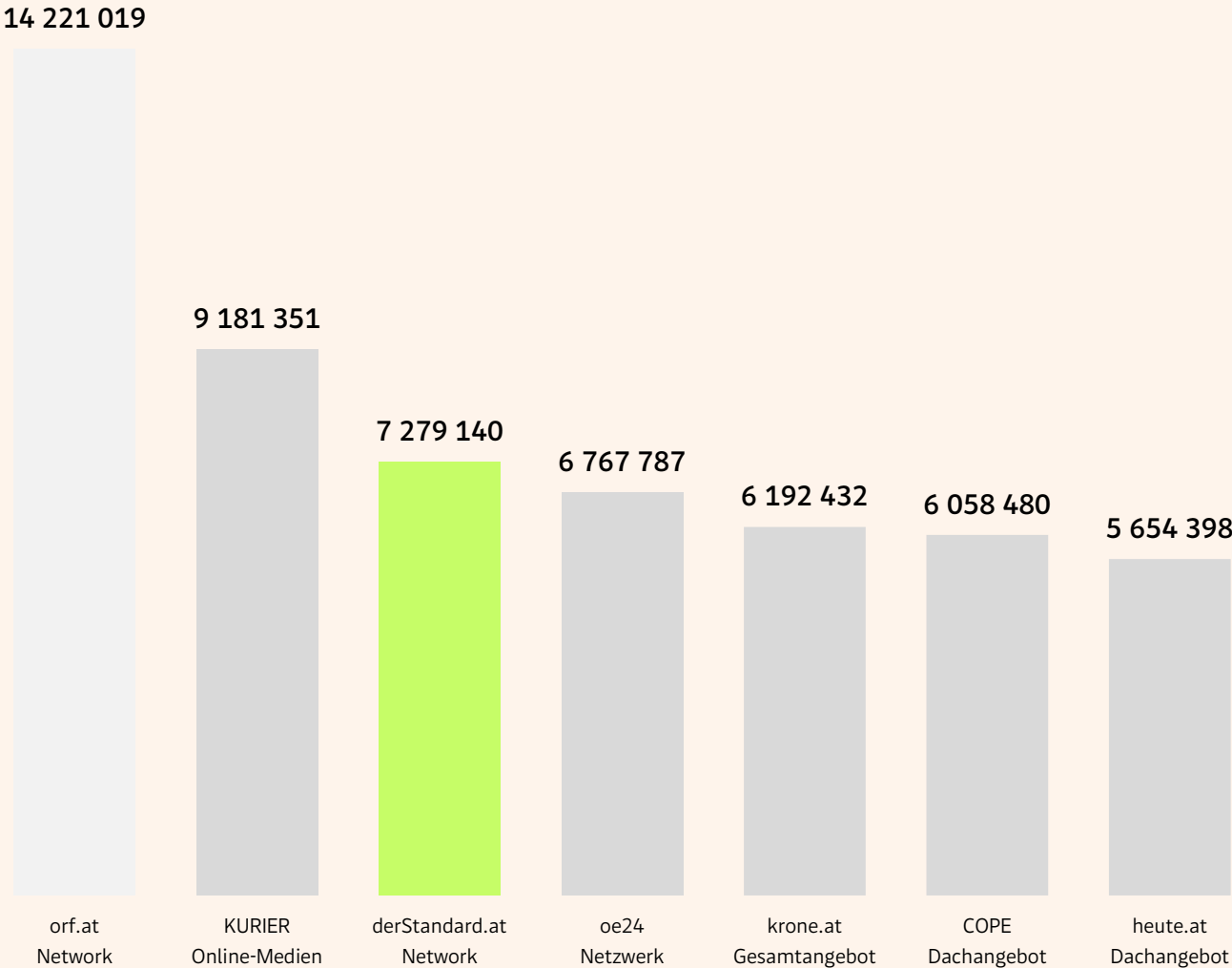
Der österreichische Online-Markt



Unique Clients

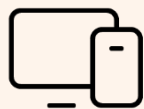
Die größten österreichischen
Online-Dach-Angebote

- orf.at
- derStandard.at
- andere Angebote verlegerischer Herkunft



Quelle: ÖWA 03/2026, Dach-Angebote; Internetnutzer:innen ab 14 Jahren

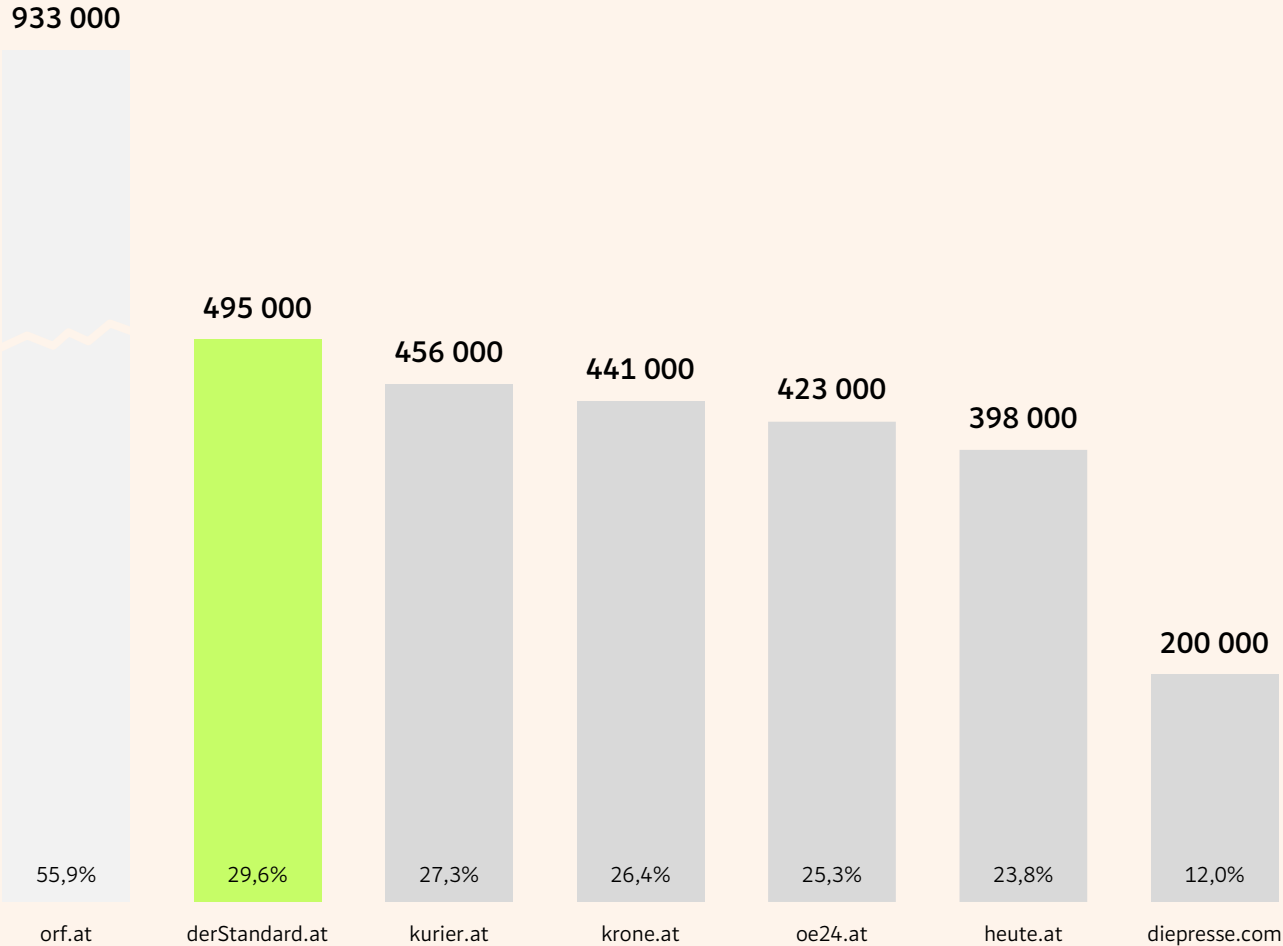
Der österreichische Online-Markt



Zielgruppe: 14–29 Jahre

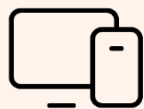
Die größten österreichischen
Online-Dach-Angebote

- orf.at
- derStandard.at
- andere Angebote verlegerischer Herkunft



Quelle: ÖWA 2025-IV; Einzel-Angebote / Grundgesamtheit: Internetnutzer:innen ab 14 Jahren

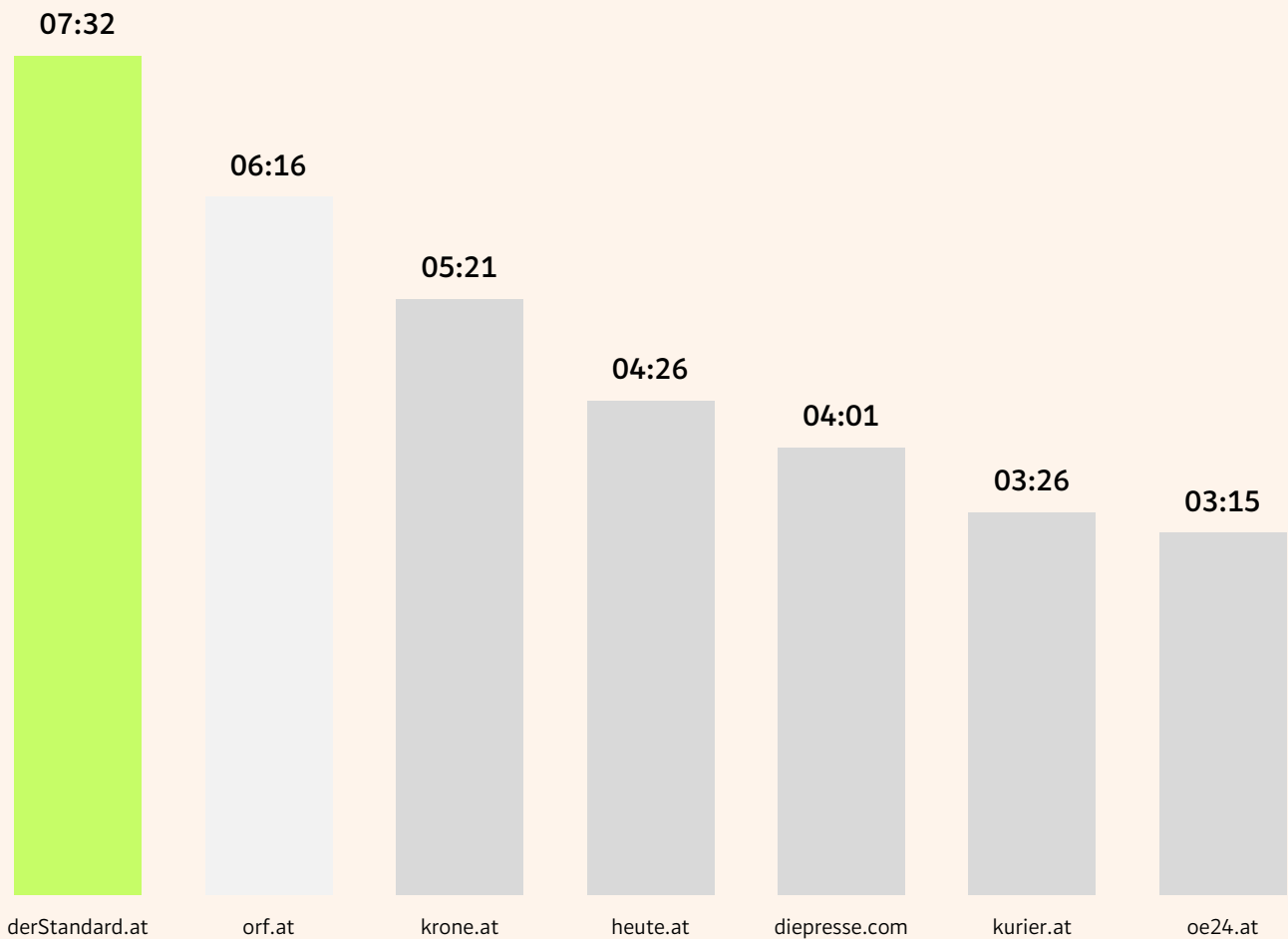
Der österreichische Online-Markt



Usetime im Vergleich

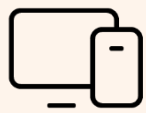
Die größten österreichischen
Online-Einzel-Angebote

- orf.at
- derStandard.at
- andere Angebote verlegerischer Herkunft



Quelle: ÖWA 03/2026, Einzel-Angebote; Internetnutzer:innen ab 14 Jahren

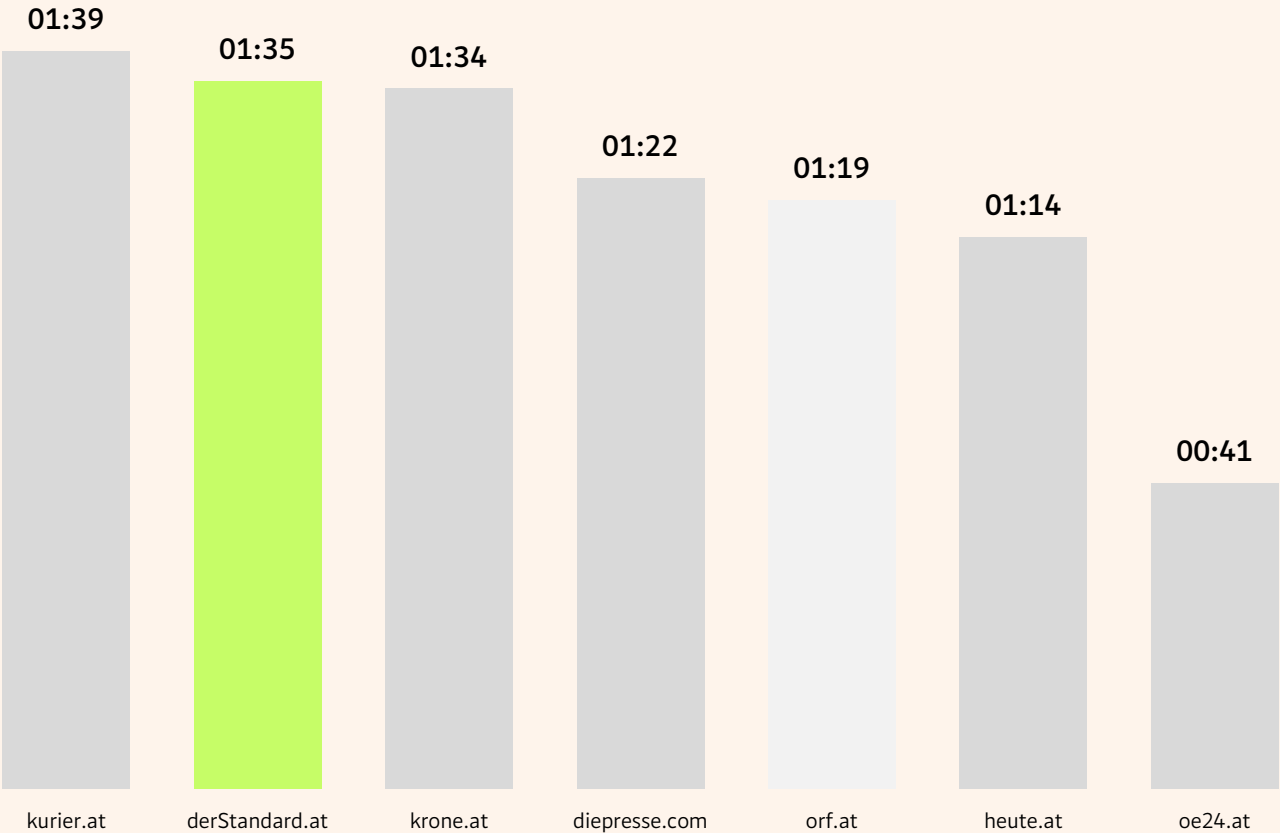
Der österreichische Online-Markt



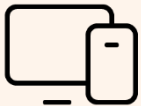
Usetime/PI im Vergleich

Die größten österreichischen
Online-Einzel-Angebote

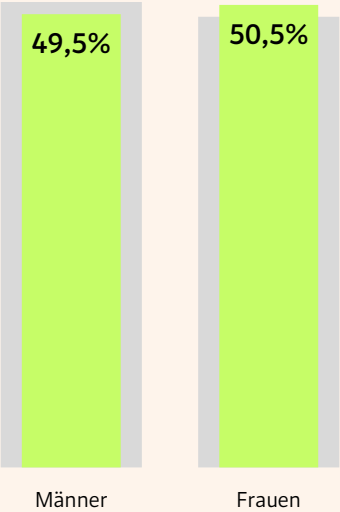
- orf.at
- derStandard.at
- andere Angebote verlegerischer Herkunft



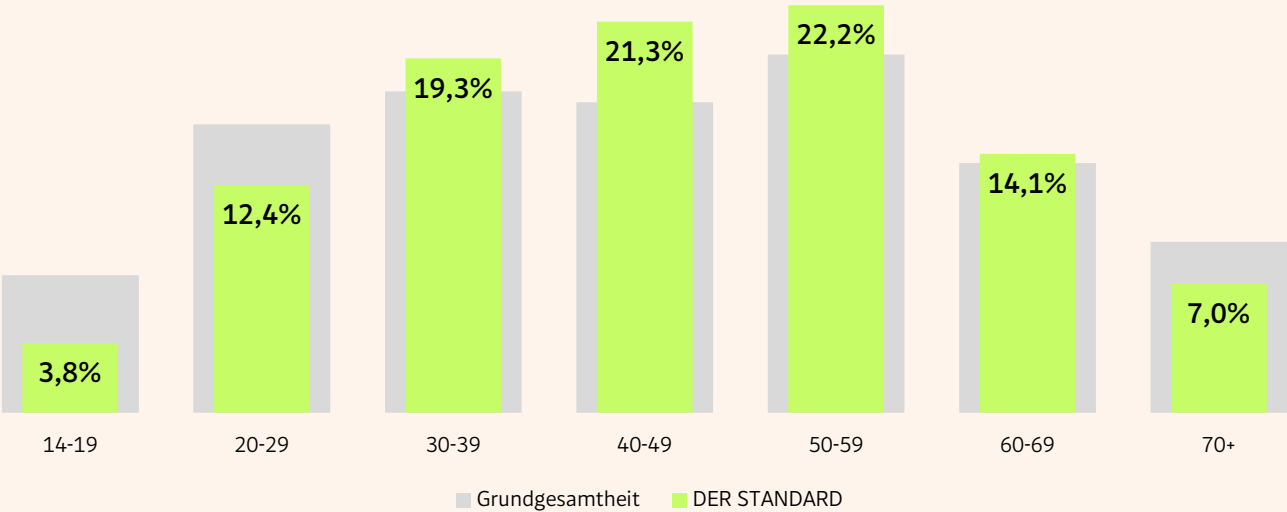
Quelle: ÖWA 03/2026, Einzel-Angebote; Internetnutzer:innen ab 14 Jahren

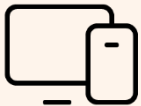


Geschlecht

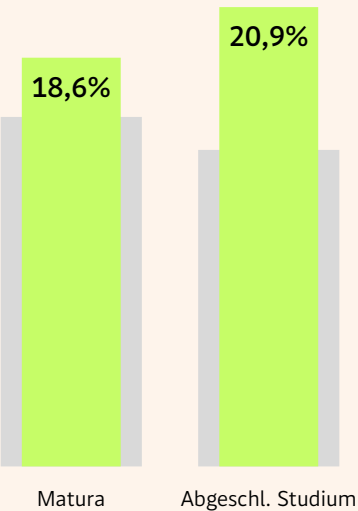


Alter

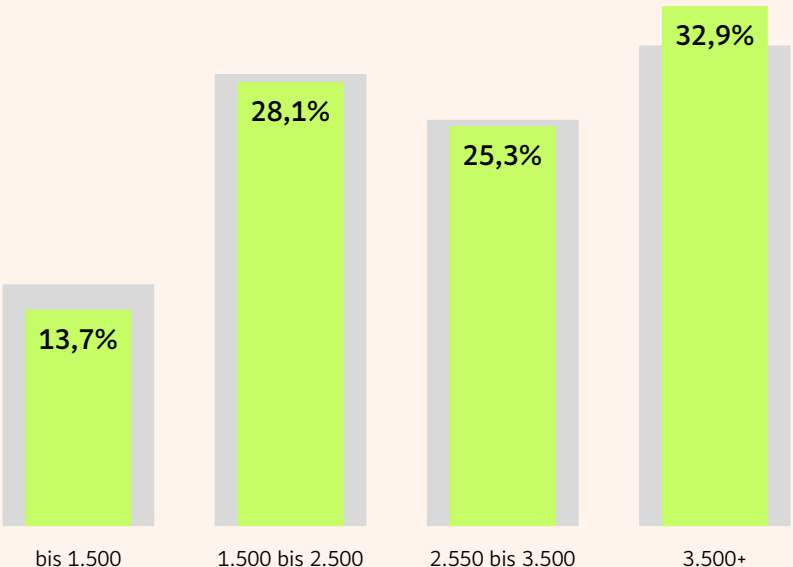




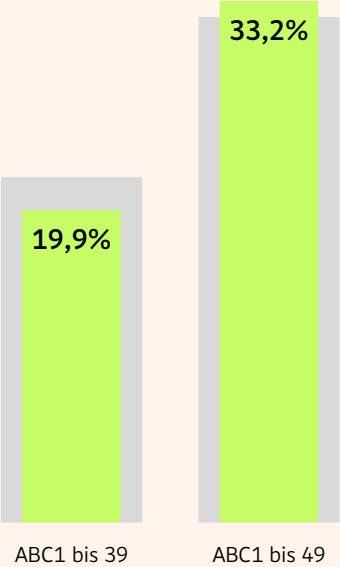
Bildung



Haushaltsnettoeinkommen

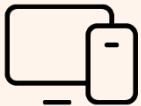


Soziale Schicht

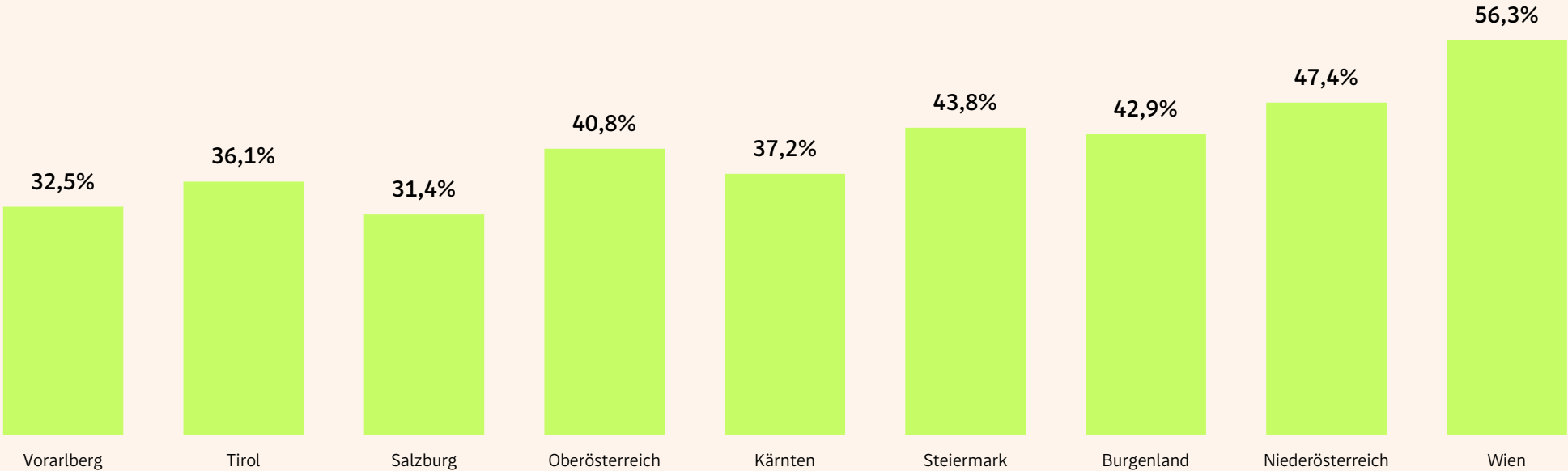


■ Grundgesamtheit ■ DER STANDARD

Quelle: ÖWA 2025-IV, Dach-Angebot / Grundgesamtheit: Internetnutzer:innen ab 14 Jahren (Strukturwerte)



Bundesländerreichweiten



Quelle: ÖWA 2025-IV, Dach-Angebot / Grundgesamtheit: Internetnutzer:innen ab 14 Jahren

DER STANDARD ENTSCHEIDER:INNEN



Ob Digital oder Print:

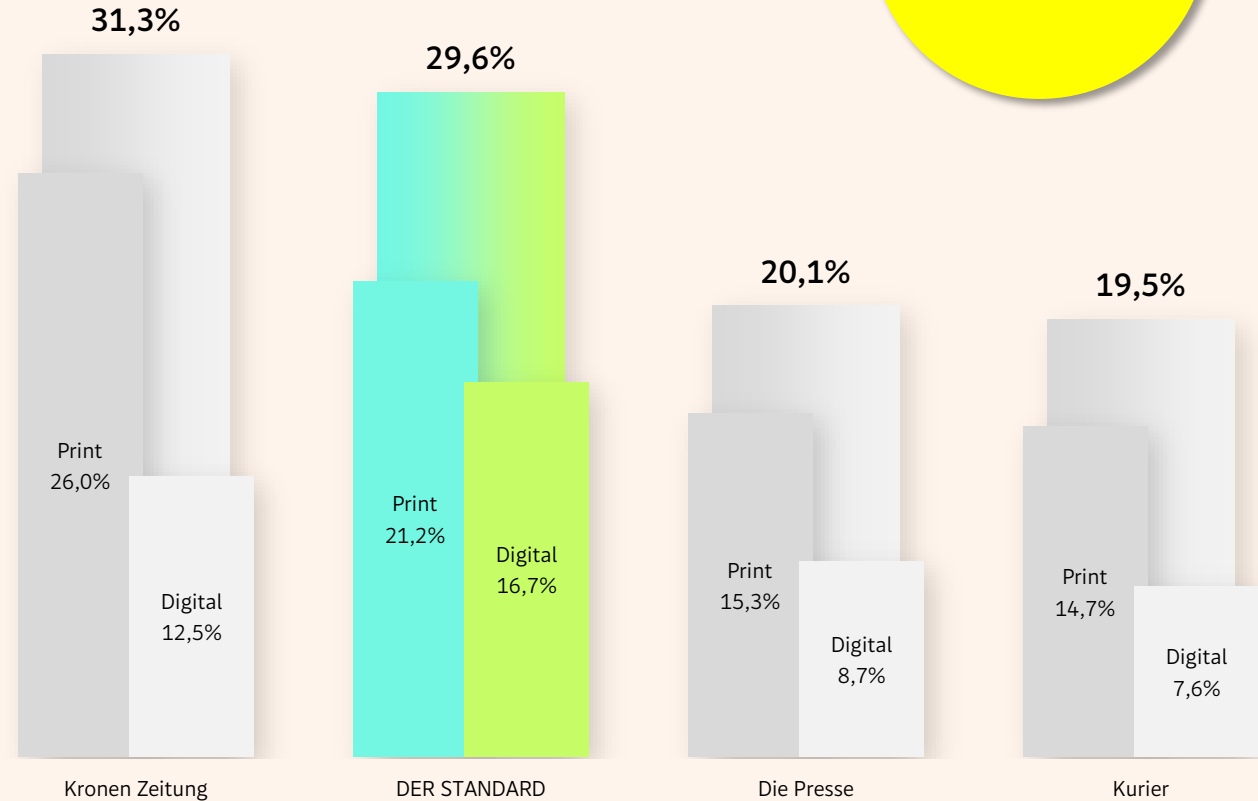
Entscheider:innen greifen zum STANDARD!



Crossmediale Reichweiten

Mit 29,6 % kombinierter Reichweite ist DER STANDARD nicht nur als gedruckte Tageszeitung, sondern auch crossmedial das meistgenutzte Qualitätsmedium bei Entscheidungsträger:innen.

29,6 % aller
Entscheider:innen
lesen den
STANDARD



Ob Digital oder Print (oder Social Media):

Entscheider:innen greifen zum STANDARD!



Crossmediale Reichweiten

Nimmt man die Social Media Reichweiten hinzu, erreicht DER STANDARD 35,5 % aller Entscheidungsträger:innen.

40,0%

35,0%

30,0%

25,0%

20,0%

15,0%

10,0%

5,0%

0,0%

35,6%

35,5%

23,4%

22,8%

Print
26,0%

Digital
12,5%

Print
21,2%

Digital
16,7%

Print
15,3%

Digital
8,7%

Print
14,7%

Digital
7,6%

Kronen Zeitung

DER STANDARD

Die Presse

Kurier

35,5 % sind es
inklusive
Social Media

Ob Digital oder Print:

Entscheider:innen greifen zum STANDARD!



Reichweitenstärke...

... zeigt DER STANDARD nicht nur als gedruckte Tageszeitung. Auch cross-medial ist er das meistgenutzte Qualitätsmedium bei Entscheidungsträger:innen.

	Reichweite absolut	Reichweite in Prozent	Ø PNEK*
Print (Montag – Samstag)	75.000	21,2 %	€ 6.309,–
Print Wochenende (Samstag)	92.000	25,8 %	€ 6.513,–
Digital (Montag – Sonntag)	60.000	16,7 %	€ 6.162,–
Crossmedial (Montag – Sonntag)	105.000	29,7 %	€ 6.151,–

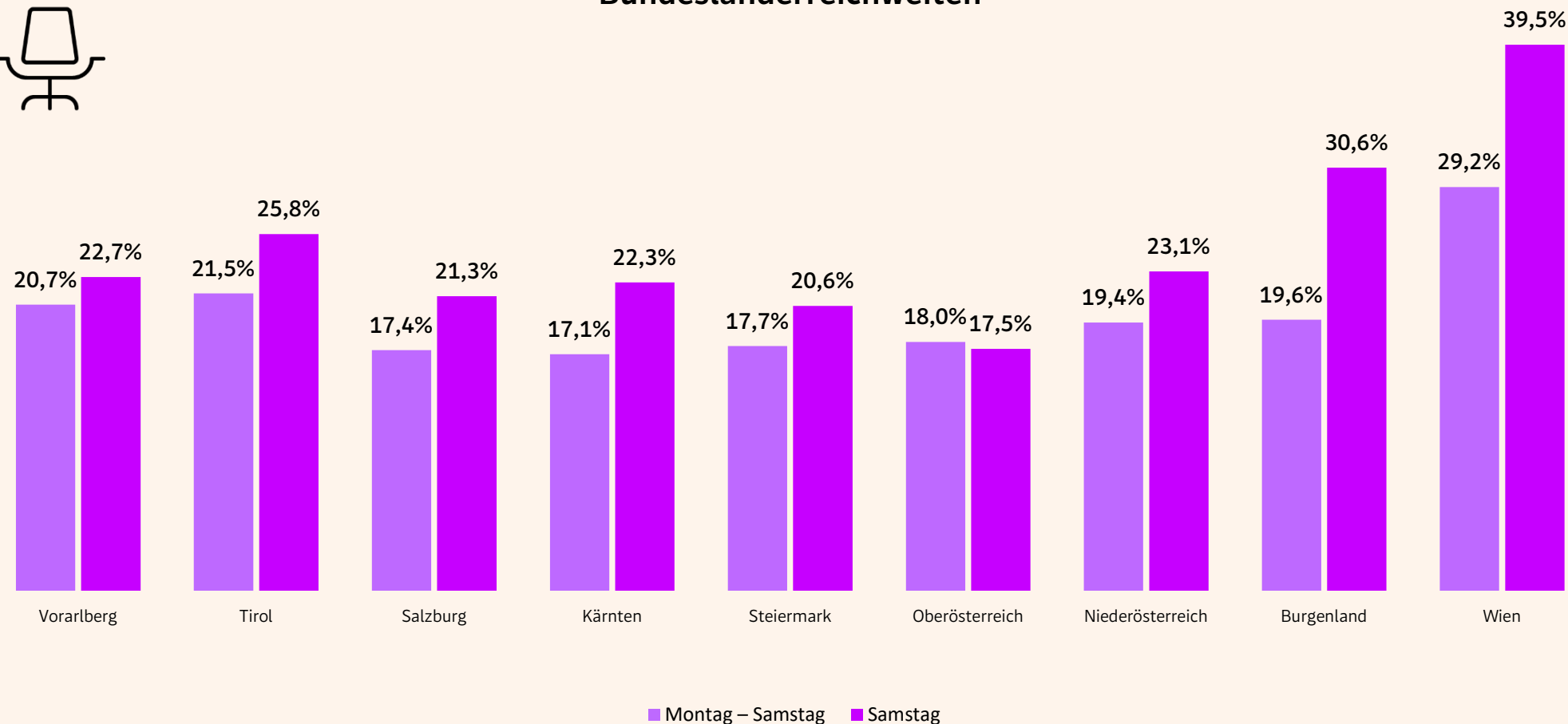
* Persönliches Nettoeinkommen
Quelle: LAE 2025 (Print: Leser:innen pro Ausgabe; Digital: Nutzer:innen pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

Printreichweiten im Bundesländervergleich

Entscheider:innen greifen zum STANDARD!

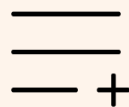


Bundesländerreichweiten



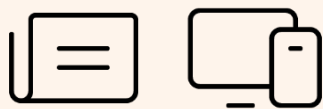
Quelle: LAE 2025 (Print: Leser:innen pro Ausgabe)

WEITERE STUDIEN



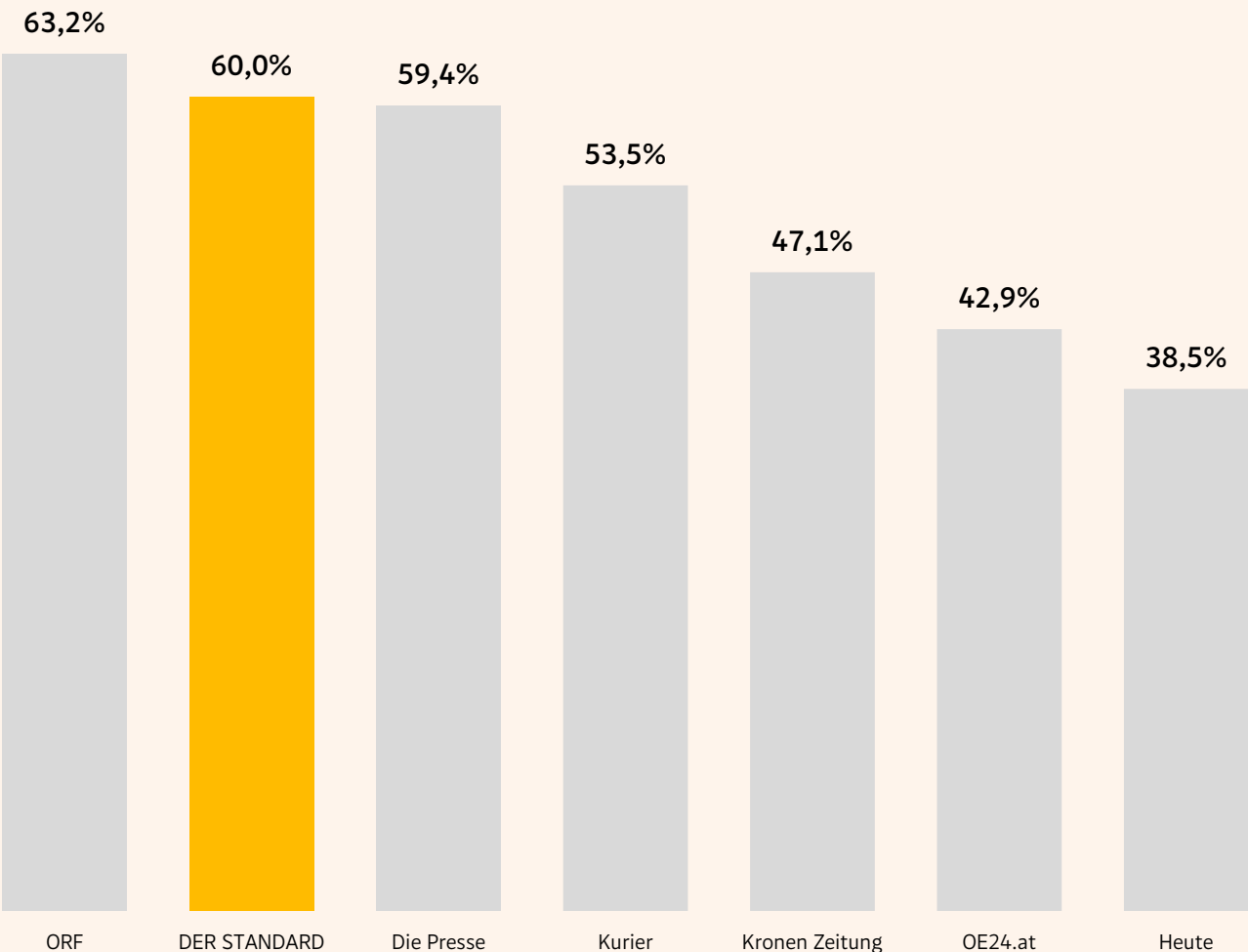
Digital News Report 2025

Print und Online



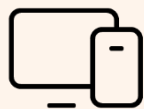
DER STANDARD ist die vertrauenswürdigste Tageszeitung...

... und liegt im Vergleich aller Mediengattungen auf Platz zwei hinter dem ORF.

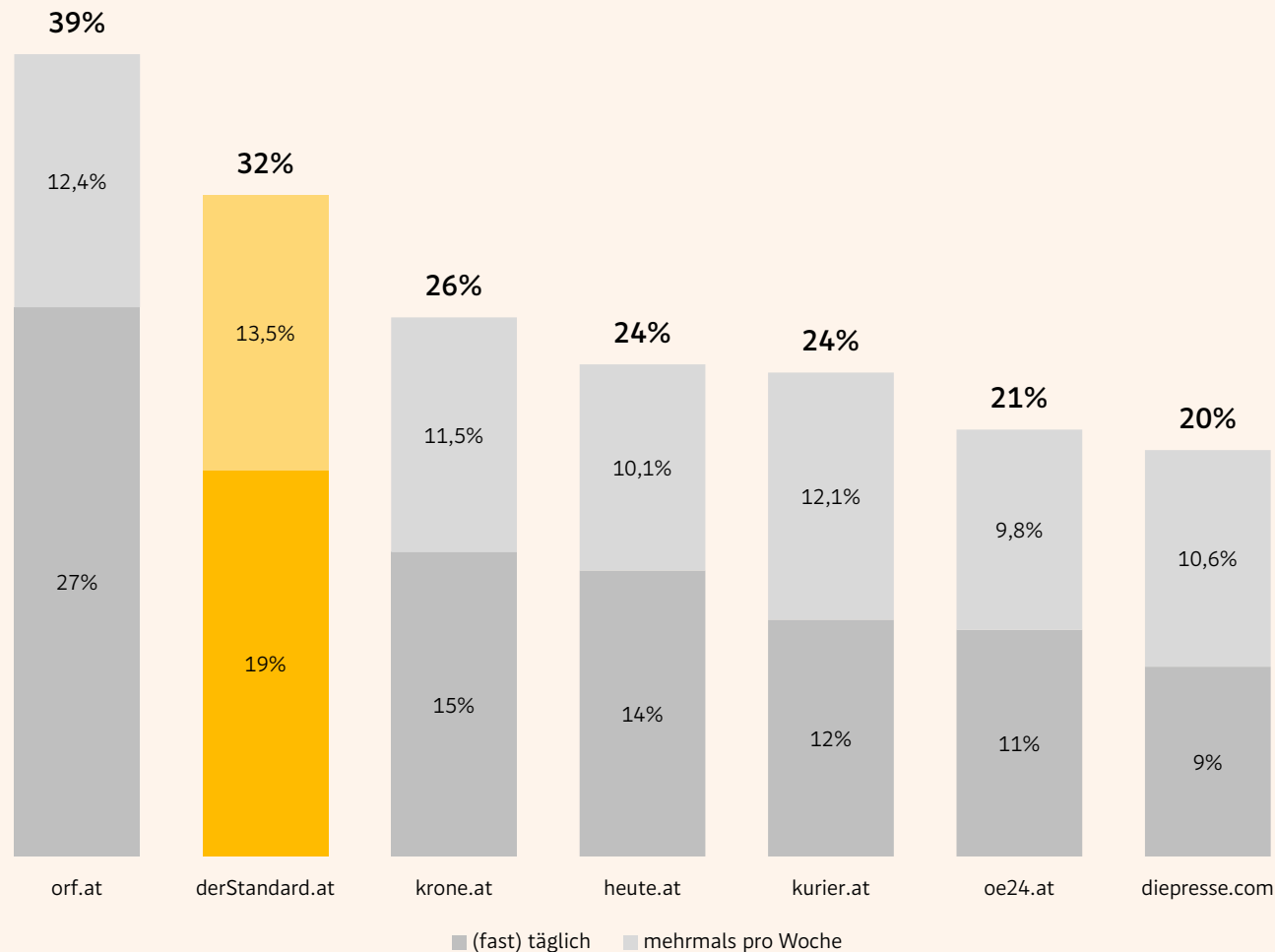


Wiener Mediendiskursstudie 2025

Mediennutzung Internet



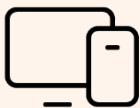
32 % aller Wiener:innen...
... nutzen derStandard.at (fast)
täglich bzw. mehrmals pro Woche!



Frage: „Wie häufig lesen Sie folgende Seiten im Internet?“ (Basis: Gesamt n = 2.000)
Quelle: Mediennutzung und Informationsverhalten in Wien 2025, IFES / Angabe in Prozent gerundet

Wiener Mediendiskursstudie 2025

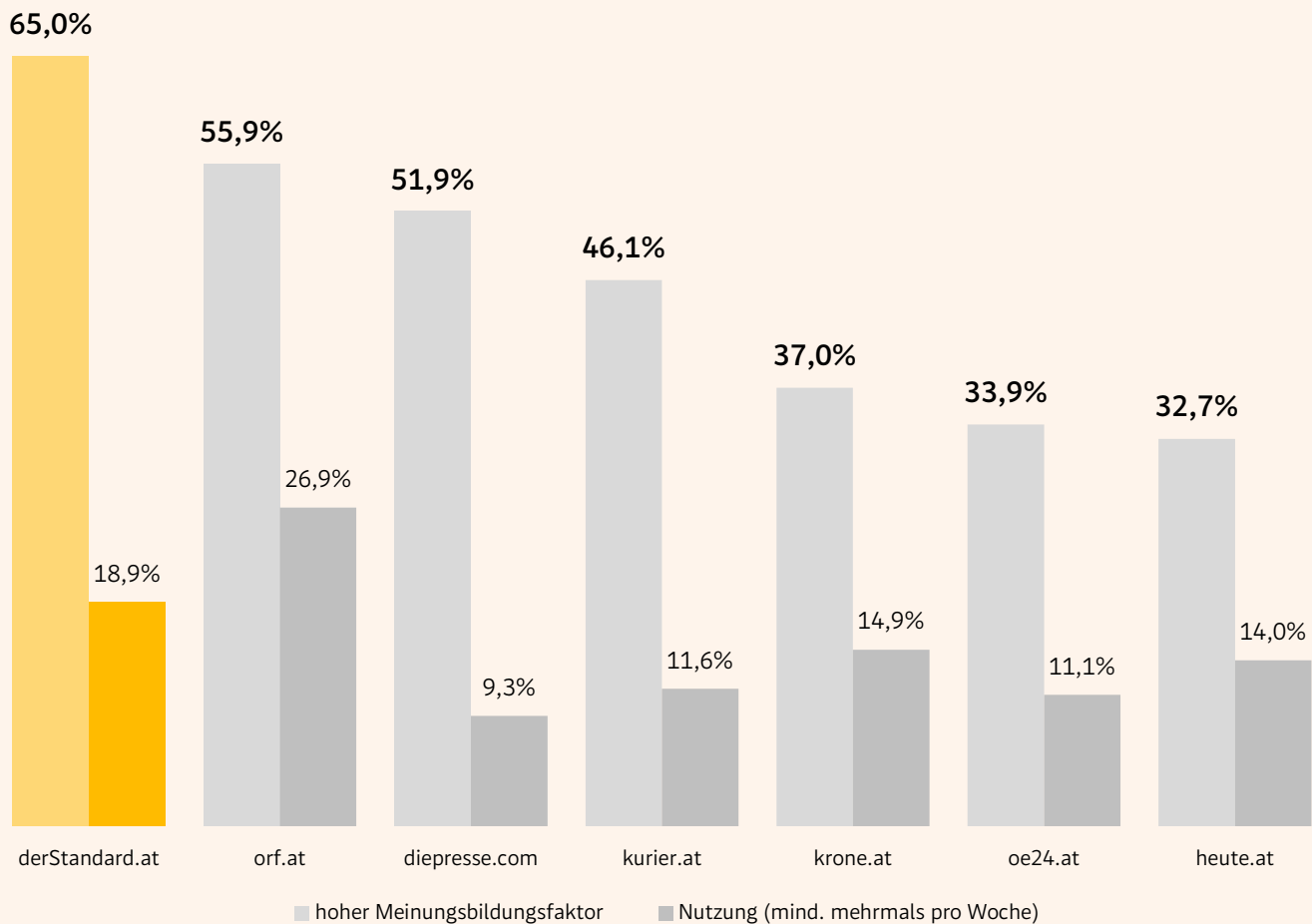
Mediennutzung Internet: zur Meinungsbildung



Nachrichtenseiten im Internet

Lesebeispiel: 18,9 % aller Wiener:innen nutzen derStandard.at zumindest mehrmals pro Woche.

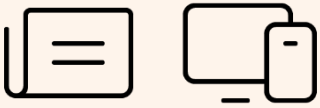
65 % dieser Intensivnutzer:innen verwenden das Medium zur Meinungsbildung



Frage: „Wie stark nutzen Sie folgende Nachrichtenseiten im Internet zur Meinungsbildung?“
(Basis: Konsumiert jeweilige Seite zumindest mehrmals pro Woche)
Quelle: Mediennutzung und Informationsverhalten in Wien 2025, IFES / Angabe in Prozent gerundet

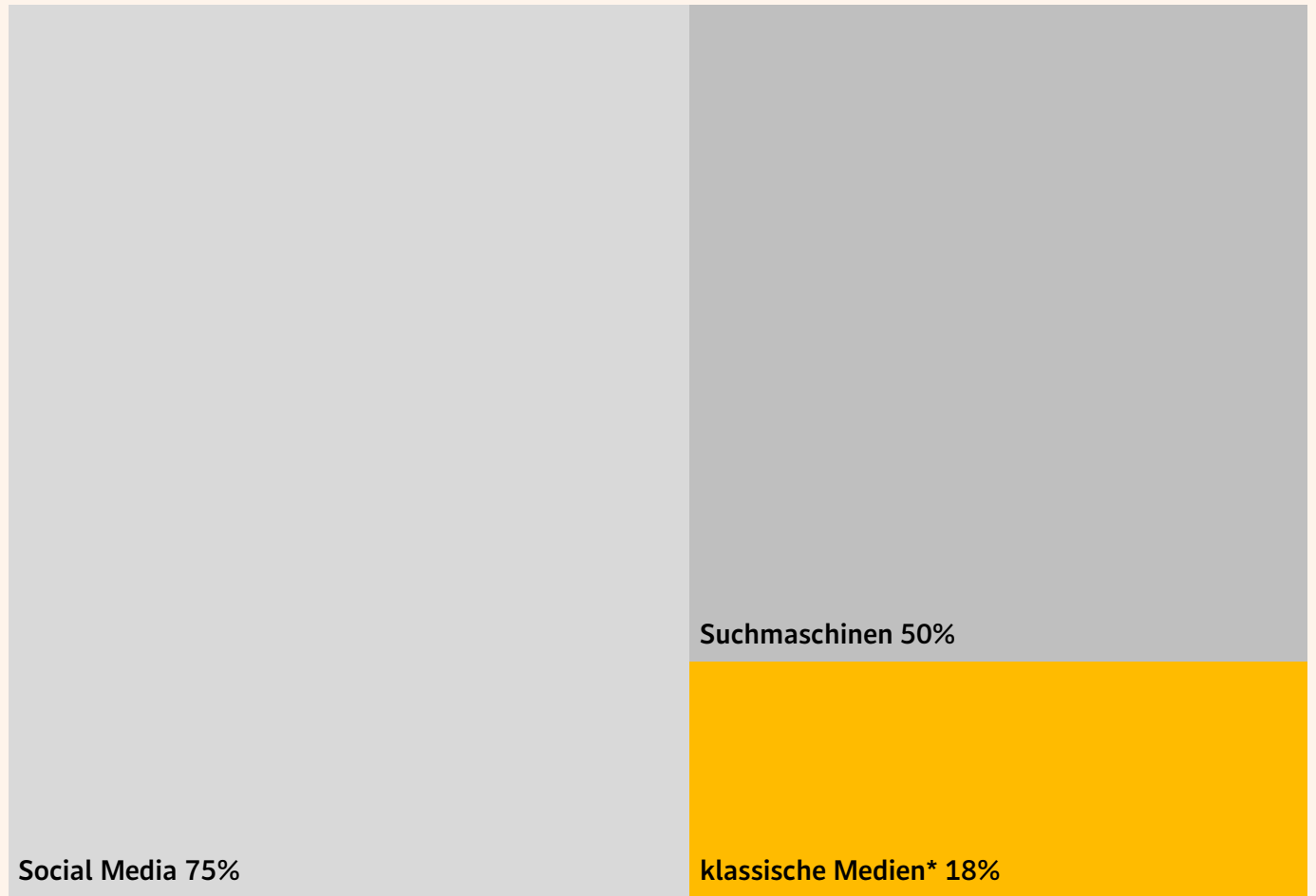
Fake News 2024

Verbreitung von „Fake News“ in Mediengattungen



Die Studie zeigt, ...

... in welchen Mediengattungen
Personen aus Österreich am ehesten
(häufig) „Fake News“ in der Bericht-
erstattung vermuten.

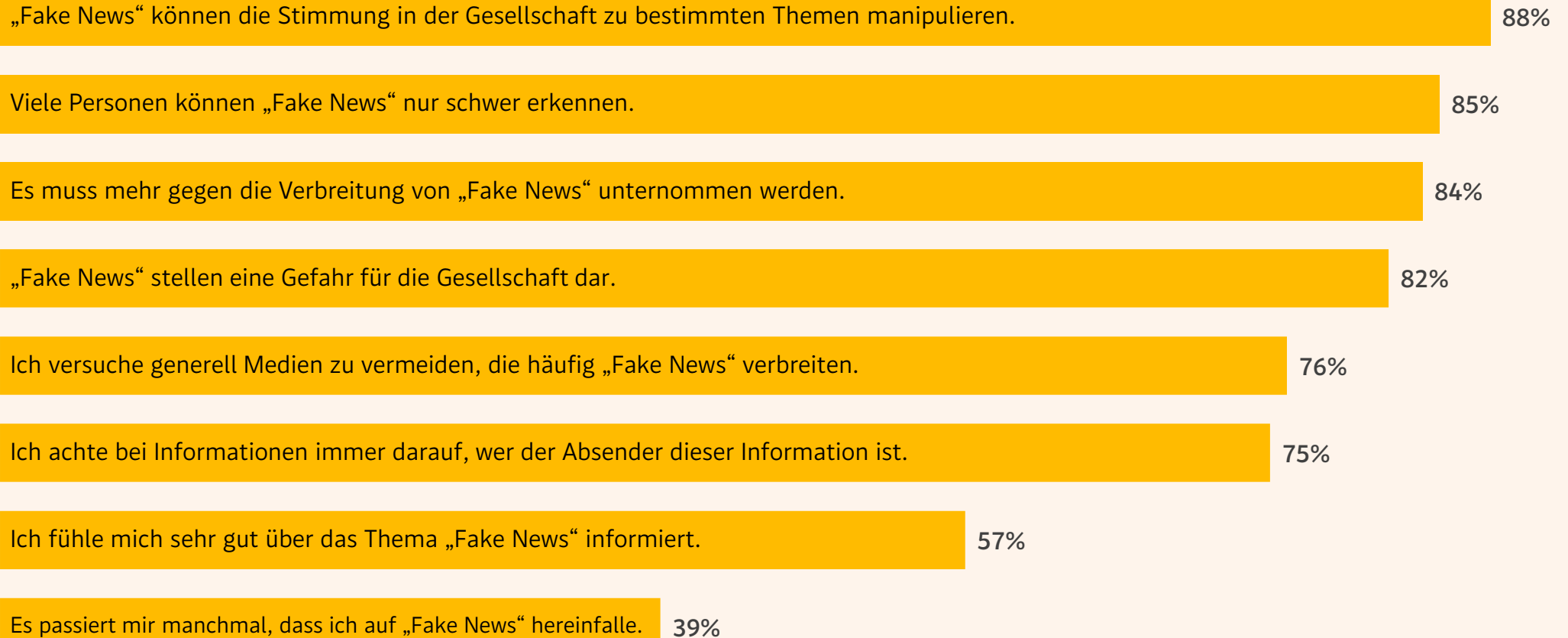


Quelle: Media-Analyse: Fake News 2024 (Feldarbeit: April – Juni 2024; Samplegröße: 2031)

* Print, TV, Radio, Webseiten von Zeitungen und Zeitschriften

Fake News 2024

Einstellung zum und eigener Umgang mit dem Thema „Fake News“



BLEIBEN WIR IN KONTAKT!

Sales Werbung

 +43 1 531 70 – 707

 werbung@derStandard.at

 sales.derStandard.at

 STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.
Vordere Zollamtsstraße 13, 1030 Wien