

Reichweiten Messung TV1

Oberösterreichweite Befragung
November 2019



OBERÖSTERREICH



Eine Analyse des market Marktforschungsinstituts

INSTITUTE

Let's raise your market!

KAPITEL 1

Aufgabenstellung & methodischer Aufbau





Aufgabenstellung

Ziel dieser Untersuchung sind die Reichweiten- und Trägerleistung von TV1/ OÖNTV im Umfeld der Mitbewerbermedien in Oberösterreich. Die Reichweite von TV-Kanälen bzw. Sendern ist üblicherweise mit einem mehrstufigen Abfragemodell zu bestimmen. Fokus neben der Reichweite lag auch in dem Profil des TV1 Sehers sowie eine detaillierte Befragung zu den Senderinhalten von TV1.



Zielgruppe

Oberösterreichische Bevölkerung ab 14 Jahren



Repräsentativität

Die befragten Personen entsprechen in ihrer Zusammensetzung, in quotierten und nicht quotierten Merkmalen der definierten Zielgruppe. Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse verallgemeinert werden dürfen. 1 Prozent der Stichprobe entspricht hochgerechnet 12.646 Personen in Oberösterreich ab 14 Jahren.



Fragebogen

Fragebogen befindet sich im Anhang



Befragungsart

Kombination aus telefonischer und online Befragung



Auswertungsbasis

Gesamt n=2000, maximale statistische Schwankungsbreite bei n=2000 +/- 2,24 Prozent



Befragungszeitraum

13. November bis 3. Dezember 2019

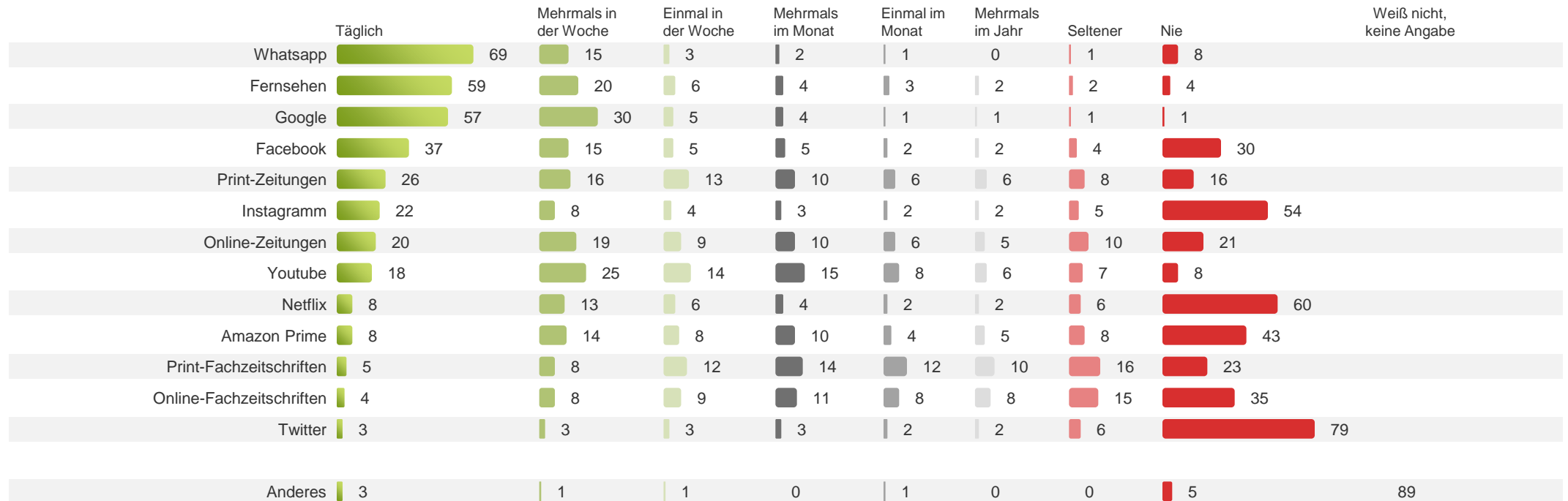
A grayscale photograph of a business meeting. In the foreground, two hands are shaking in a firm grip. In the background, a person is holding a tablet computer, and another person's hand is pointing at the screen. On the table, there are several documents, including one with a bar chart and another with a pie chart. The overall scene suggests a professional collaboration or agreement.

Kapitel 2

Mediennutzung im Überblick

Mediennutzung in der Freizeit I

i Whatsapp, Fernsehen und Google sind die Nummer 1 Medien, welche in der Freizeit genutzt werden.

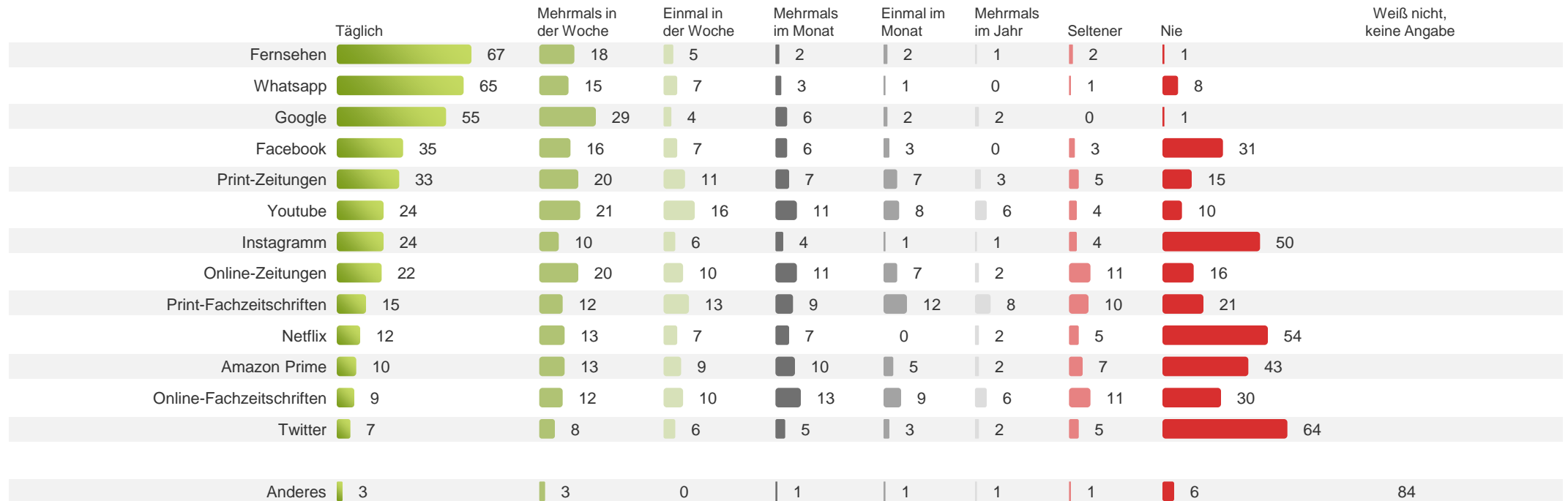


Frage 5 : Ganz grundsätzlich, bitte denken Sie nun an Ihre Freizeit, welche Medien nutzen Sie im Allgemeinen wie häufig? Bitte stufen Sie ab zwischen 1=täglich, 2=mehrmals in der Woche, 3=einmal in der Woche, 4=mehrmals im Monat, 5=einmal im Monat, 6=mehrmals im Jahr, 7= seltener, 8= nie)

Mediennutzung in der Freizeit II

Basis: Wöchentliche TV1-Seher

i Ähnliches Bild, jedoch reiht sich Fernsehen vor Whatsapp.



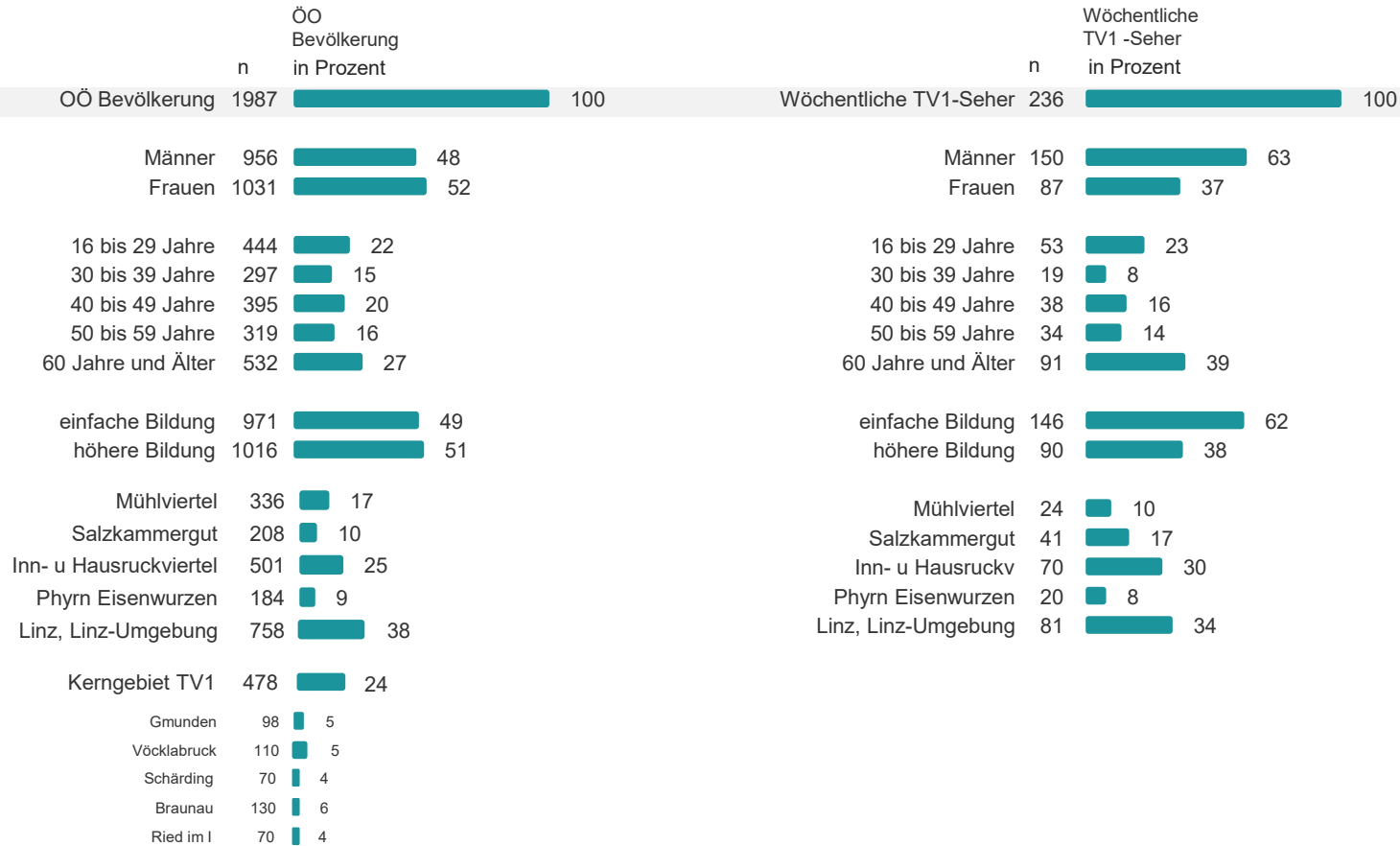
Frage 5 : Ganz grundsätzlich, bitte denken Sie nun an Ihre Freizeit, welche Medien nutzen Sie im Allgemeinen wie häufig? Bitte stufen Sie ab zwischen 1=täglich, 2=mehrmals in der Woche, 3=einmal in der Woche, 4=mehrmals im Monat, 5=einmal im Monat, 6=mehrmals im Jahr, 7= seltener, 8= nie)

A grayscale photograph of a business meeting. In the foreground, two hands are shaking. In the background, a person is holding a tablet, and another person is pointing at it. There are papers with charts on the table.

Kapitel 3

TV1 Reichweiten in OÖ und Nutzungsfrequenz

Struktur der TV1-Seher





































































Struktur der anderen Fernsehsender

	n	ÖO Bevölkerung in Prozent	n	Wöchentliche LT 1-Seher in Prozent	n	Wöchentliche ORF ÖO-Seher in Prozent	n	Wöchentliche ATV-Seher in Prozent	n	Wöchentliche PULS 4-Seher in Prozent
insgesamt	1987	100	366	100	915	100	691	100	690	100
Männer	956	48	207	56	458	50	332	48	355	51
Frauen	1031	52	160	44	457	50	359	52	335	49
14 bis 29 Jahre	444	22	69	19	146	16	125	18	128	19
30 bis 39 Jahre	297	15	45	12	119	13	102	15	104	15
40 bis 49 Jahre	395	20	70	19	175	19	158	23	153	22
50 bis 59 Jahre	319	16	68	19	174	19	145	21	138	20
60 Jahre und Älter	532	27	114	31	301	33	161	23	167	24
einfache Bildung	971	49	214	58	491	54	390	56	404	59
höhere Bildung	1016	51	153	42	423	46	301	44	286	41
Mühlviertel	336	17	58	16	146	16	100	15	104	15
Salzkammergut	208	10	32	9	99	11	71	11	73	11
Inn- u Hausrückviertel	501	25	89	24	225	25	190	28	182	26
Phyrn Eisenwurzen	184	9	21	6	88	10	67	10	76	11
Linz, Linz-Umgebung	758	38	167	46	357	39	262	38	255	35

Reichweite regionaler TV Sender in Oberösterreich

i Die kumulierte Wochenreichweite von TV1 beträgt 11,9 Prozent.

	Täglich	Mehrmals in der Woche	Wöchentlich	Σ	Projektion**	Alle 14 Tage	Etwa 1 Mal pro Monat	Seltener	Nie / Weiß nicht
ORF ÖO	 24	 14	 8	46,03	582.095	 4	 5	 9	36
ATV	 6	 15	 14	34,76	439.574	 7	 7	 12	39
Puls 4	 6	 14	 14	34,75	439.448	 8	 7	 11	40
TV1 Oberösterreich	 2	 5	 5	11,90	150.487	 5	 5	11	67
TV1/BTV/ OÖNTV*				12,85	162.501				
BTV	 1	 2	 3	5,56	70.311	 2	 2	 8	82
OÖNTV	 1	 2	 3	6,49	82.072	 2	 2	 7	83
RTV	 1	 2	 2	4,59	58.045	 1	 2	 6	86
Wt1	1	 1	 2	4,13	52.227	 2	 2	 5	87
Mühlviertel TV	0	 1	 3	4,57	57.792	 1	 2	 7	86
HT1	0	 2	 2	3,85	48.687	 1	 2	 4	89
Salzi TV	0	 1	 2	3,29	41.605	 1	 2	 4	90
Linz Land TV	0	 1	 2	3,01	38.064	 1	 2	 4	90

Frage 8 : Welche der nachfolgenden Fernsehsender schauen Sie (fast) täglich (1), mehrmals die Woche (2), zumindest wöchentlich (3), alle 14 Tage (4), etwa 1 Mal pro Monat (5), selten (6) oder nie (7)?

Reichweite regionaler TV Sender in Oberösterreich-KERNGEBIET

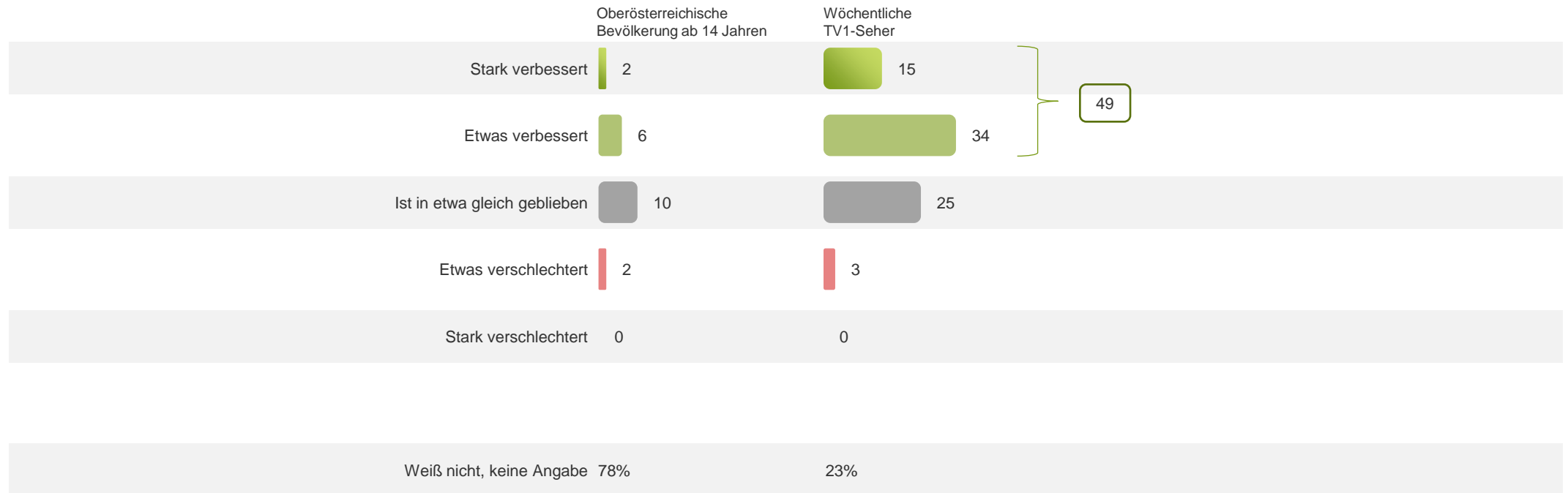
i Die kumulierte Wochenreichweite im Kerngebiet der TV1 Seher liegt bei 16,45 Prozent.

	Täglich	Mehrmals in der Woche	Wöchentlich	Σ	Alle 14 Tage	Etwa 1 Mal pro Monat	Seltener	Nie / Weiß nicht
ORF ÖO	25	13	7	44,96	3	4	9	11
Puls 4	6	13	16	35,06	8	6	11	11
ATV	5	15	15	34,77	8	6	10	12
TV1/TV1 Oberösterreich	2	8	6	16,06	4	6	8	35
TV1/BTV/ OÖNTV*				16,45				
RTV	2	1	1	3,30	1	1	3	50
Salzi TV	2	3	4	7,68	2	3	8	41
BTV	1	5	5	11,05	5	5	12	31
LT1	1	7	7	15,06	5	5	12	29
Wt1	1	1	1	3,05	1	1	3	51
Mühlviertel TV	0	2	1	2,91	1	1	4	54
OÖNTV	0	4	2	6,65	2	2	9	45
Linz Land TV	0	2	0	2,57	1	1	2	53
HT1	0	2	2	4,71	2	1	4	50

Frage 8 : Welche der nachfolgenden Fernsehsender schauen Sie (fast) täglich (1), mehrmals die Woche (2), zumindest wöchentlich (3), alle 14 Tage (4), etwa 1 Mal pro Monat (5), selten (6) oder nie (7)?

Umbenennung BTV auf TV1 Oberösterreich

i Knapp die Hälfte der TV1-Seher sind sich einig: TV1 Oberösterreich kommt besser an als BTV.



Frage 13 : Und wenn Sie nun an das letzte Jahr denken, hat sich TV1 Oberösterreich im Vergleich zu BTV eher verbessert oder eher verschlechtert? Würden Sie sagen, TV1 / TV1 Oberösterreich hat sich in dem vergangenem Jahr -

Eigenschaftsbewertung TV1 Oberösterreich

Basis: TV1-Seher Insgesamt

i TV1 beschreibt man als informativen, sympathischen und auch glaubwürdigen TV Sender.

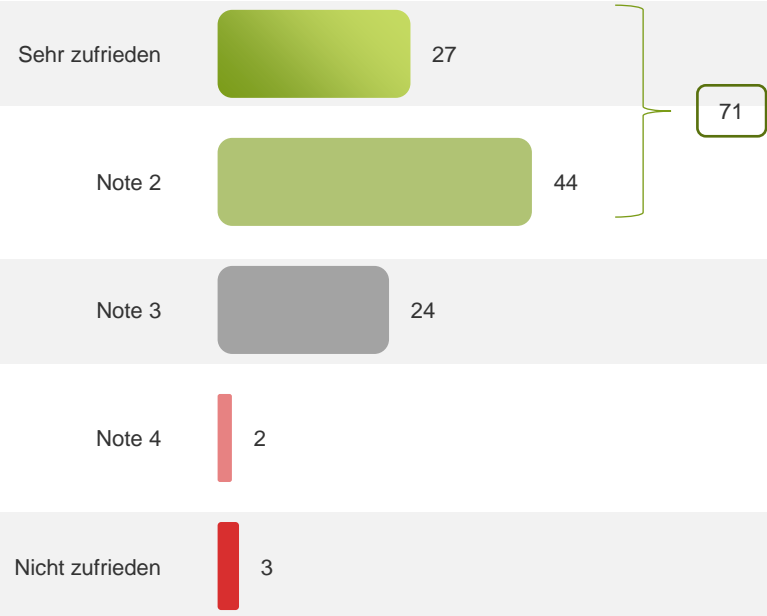
	Trifft sehr gut zu	Wöchentliche TV1-Seher	Note 2	Wöchentliche TV1-Seher	Note 3	Note 4	Note 5	weiß nicht, keine Angabe
informativ	30	43	34	38	10	1	1	23
sympathisch	24	36	33	42	15	4	0	24
glaubwürdig	26	37	32	37	14	3	0	24
kompetent	22	32	35	40	16	2	0	24
beliebt	17	27	33	41	19	5	0	26
unterhaltsam	17	26	35	40	19	5	0	24
erfolgreich	19	30	28	36	23	3	1	26
innovativ	15	22	31	39	21	5	1	27
kritisch	11	18	31	36	23	9	1	25

Frage 16 : Ich lese Ihnen nun verschiedene Eigenschaften zu TV1 Oberösterreich vor; bitte beurteilen Sie diese jeweils von 1=trifft sehr gut zu bis 5=trifft gar nicht zu.

Zufriedenheit mit TV1 Oberösterreich

i Zwei Drittel der wöchentlichen TV1-Seher sind (sehr) zufrieden, dies ist ein ausgezeichneter Wert.

Wöchentliche TV1-Seher

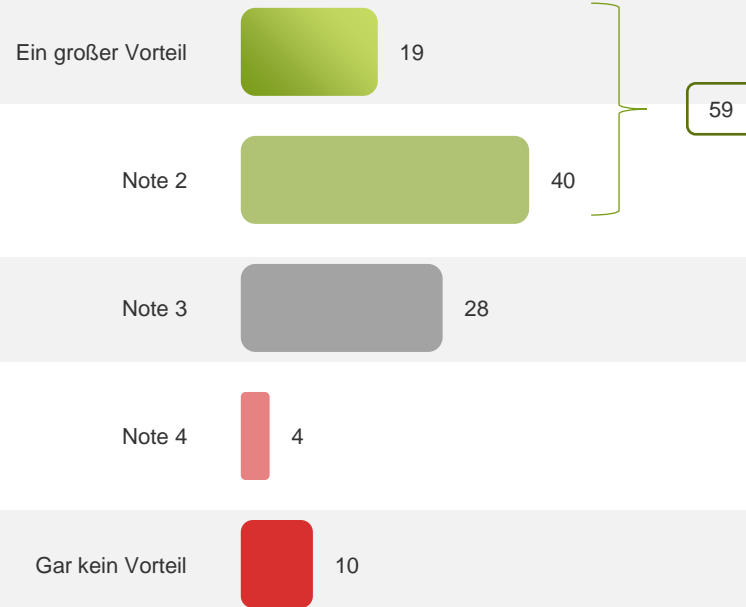


Frage 18 : Wie zufrieden sind Sie insgesamt gesehen mit dem Programm von TV1 Oberösterreich? Bewerten Sie bitte nachfolgenden Punkt nach dem Schulnotensystem, 1 bedeutet dabei sehr zufrieden, 5 bedeutet nicht zufrieden, dazwischen können Sie abstufen.

Vorteile durch TV1 Oberösterreich

i Mehr als die Hälfte sehen Vorteile in der Nutzung von TV1 Oberösterreich.

Wöchentliche TV1-Seher



Frage 19 : Würden Sie sagen, dass Sie einen Vorteil bzw. Mehrwert durch die Konsumation von TV1 Oberösterreich haben? Bewerten Sie bitte nachfolgenden Punkt nach dem Schulnotensystem, 1 bedeutet dabei ein sehr großer Vorteil, 5 bedeutet gar kein Vorteil, dazwischen können Sie abstufen.

Weiternutzung von TV1 Oberösterreich

i Fast 70 Prozent werden auch weiterhin TV1 Oberösterreich schauen. Es besteht eine sehr hohe Seher-Bindung.

Wöchentliche TV1-Seher

Bestimmt weiternutzen



48

Note 2



31

79

Note 3



19

Note 4



2

Bestimmt nicht weiternutzen



1

Frage 20 :

Werden Sie aufgrund Ihrer Erfahrungen TV1 Oberösterreich weiter hin nutzen? Bewerten Sie bitte nachfolgenden Punkt nach dem Schulnotensystem, 1 bedeutet dabei bestimmt weiternutzen, 5 bedeutet bestimmt nicht weiternutzen, dazwischen können Sie abstufen.

Senderinhalte

Basis: Wöchentliche TV1-Seher

i So sehen es auch die wöchentlichen TV1-Seher.

	(fast) täglich	Mehrmals in der Woche	Wöchentlich	Σ	Seltener	Nie
Oberösterreich im Überblick	12	17	22	51	22	26
Regional Programm Mühlviertel	11	29	18	58	23	19
Regional Programm Vöcklabruck	11	28	21	60	22	18
Oberösterreich im Fokus	11	26	19	56	23	21
Regional Programm Salzkammergut	10	29	19	58	25	17
Regional Programm Zentralraum	9	27	21	57	23	20
Regional Programm Innviertel-Grieskirchen	9	29	22	60	24	16
OÖN TV	9	21	21	51	22	27
Oberösterreich Extra	8	23	18	49	22	29
Sport	8	23	17	48	24	28

Frage 24 : Nachfolgend finden Sie die verschiedenen Senderinhalte von TV1 Oberösterreich. Welche der folgenden TV-Programme schauen Sie (fast) täglich (1), mehrmals in der Woche (2), wöchentlich (3), seltener (4) oder nie (5)?

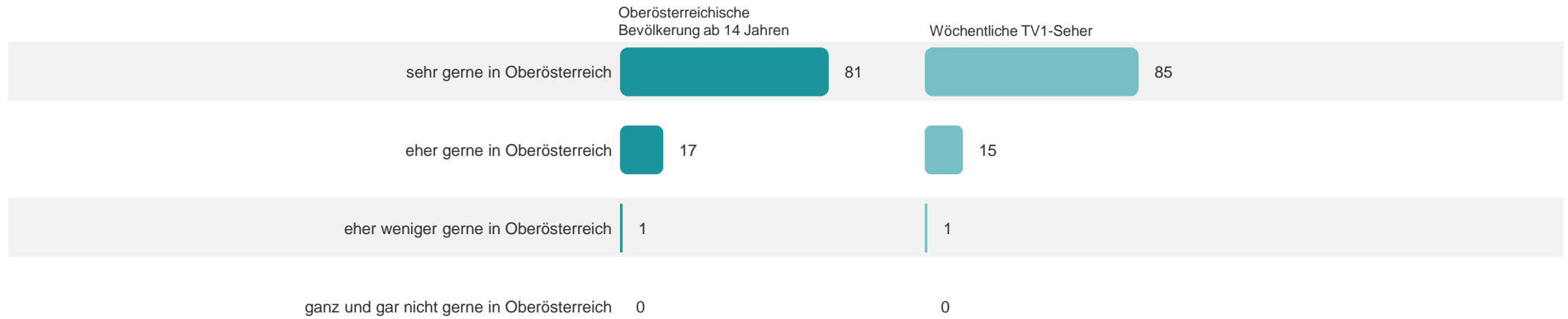
A grayscale photograph of a business meeting. In the foreground, two hands are shaking in a firm grip. In the background, a person is holding a tablet computer, and another person's hand is pointing at the screen. On the table, there are several documents, one of which shows a bar chart and a pie chart. The overall scene suggests a professional collaboration or agreement.

Kapitel 4

TV1 Seherprofil

Lebenszufriedenheit in Oberösterreich

i Hohe Lebenszufriedenheit mit dem Land Oberösterreich.



Frage 1 : Denken Sie an Oberösterreich. Ganz grundsätzlich, würden Sie sagen, dass Sie gerne in Oberösterreich leben oder ist das eher nicht der Fall? Ich lebe -

Oberösterreich Identifikation

i Die inhaltlichen Affinitäten der TV1-Seher sind vor allem Wirtschaft, Kultur und Sport.

	Sehr stolz	Wöchentliche TV1-Seher	Diff.	Note 2	Wöchentliche TV1-Seher	Note 3	Note 4	Note 5
Auf die landschaftliche Schönheit unseres Landes	67	67	0	25	24	6	1	1
Auf regionale Lebensmittel	58	56	-2	33	36	8	1	1
Auf die hohe Lebensqualität	55	56	1	35	36	8	2	1
Auf die oberösterreichische Küche	51	57	6	33	30	13	2	1
Auf die Leistungsfähigkeit der Industrie und Wirtschaft	47	55	2	39	35	12	2	1
Auf die weitgehend intakte Natur	46	47	1	39	40	12	2	1
Auf die von den Landwirten bewirtschaftete Kulturlandschaft	43	48	5	38	33	15	3	1
Auf Tradition und Brauchtum	39	47	8	37	39	18	4	1
Auf die besonders vielen Kulturgüter in unserem Land	36	48	12	42	40	18	3	1
Auf die hohe soziale Sicherheit	35	48	13	43	34	18	3	1
Auf das Gesundheitssystem	32	44	12	42	35	20	4	2
Auf die Leistungen von Wissenschaft und Forschung	30	43	13	42	36	23	4	1
Auf die Geschichte unseres Landes	28	35	9	39	45	26	6	2
Auf die sportlichen Leistungen der Oberösterreicher bei Wettkämpfen	23	38	15	36	37	32	7	2
Auf bekannte Forscher, Erfinder und Entdecker	19	32	13	36	42	36	8	2
Auf die oberösterreichischen Nachrichten	16	29	13	34	40	34	11	5
Auf das Ansehen unserer Politiker	8	17	9	24	29	36	21	12
Anderes	5	10	5	4	6	3	1	5

Frage 2 : Worauf können die Oberösterreicher, ihrer Meinung nach, besonders stolz sein? Bitte vergeben Sie eine Schulnote von 1 bis 5, wobei 1 sehr stolz heißt und fünf ganz und gar nicht stolz bedeutet.

Interessensgebiete

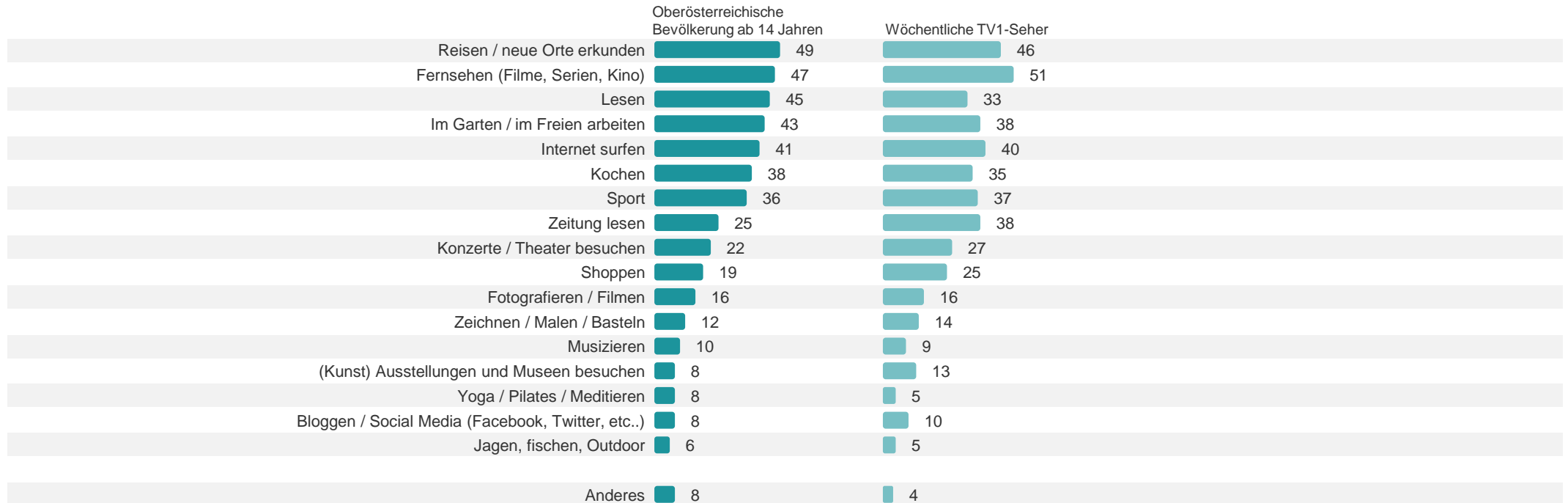
i Es bestehen besondere Interessensaffinitäten zu Geld und Finanzen, Telekommunikation sowie Wirtschaft und Politik.

	Sehr großes	Wöchentliche TV1-Seher	Diff.	Note 2	Wöchentliche TV1-Seher	Note 3	Note 4	Weiß nicht, keine Angabe
Familie	63	62	-1	26	30	9	2	
Umwelt & Natur	50	56	6	41	37	9	1	
Kochen & Essen	45	50	5	41	39	12	2	
Gesundheit & medizinische Fragen	44	54	10	42	36	12	1	
Reisen & Urlaub	41	43	2	38	39	18	3	
Wohnen & Garten	39	43	4	42	41	17	2	
Menschen & Soziales	38	42	4	47	49	14	2	
Telekommunikation (Fernsehen, Internet usw.)	27	43	16	49	45	22	3	
Geld & Finanzen	26	41	15	46	39	24	4	
Technik & Innovationen	26	37	11	42	46	28	4	
Kultur & Unterhaltung	26	33	7	46	44	24	4	
Sport	26	38	12	34	38	28	13	
Energiefragen	24	33	9	47	48	24	5	
Wirtschaft & Politik	24	39	15	41	42	28	8	
Wissenschaft	23	30	7	45	51	27	5	
Auto, Verkehr & Mobilität	22	35	13	46	45	27	5	
Mode & Kosmetik	15	21	6	28	32	35	22	
Anderes	5	5	0	2	6	2	4	88

Frage 3 : Wie sehr interessieren Sie sich grundsätzlich für folgende Themen und Aspekte des Alltags? 1 = sehr großes Interesse, 4 = kein Interesse

Freizeitverhalten

i Interesse in den Bereichen Fernsehen, Reisen und Internet surfen.



Frage 4 : Wenn Sie nun an Ihr Freizeitverhalten denken, was machen Sie in Ihrer Freizeit sehr gerne? Max. 5 Angaben!

Einkaufsverhalten

i Der bewusste Einkäufer mit Informationsvorsprung.



Frage 4x : Was ist Ihnen beim Einkaufen wichtig?

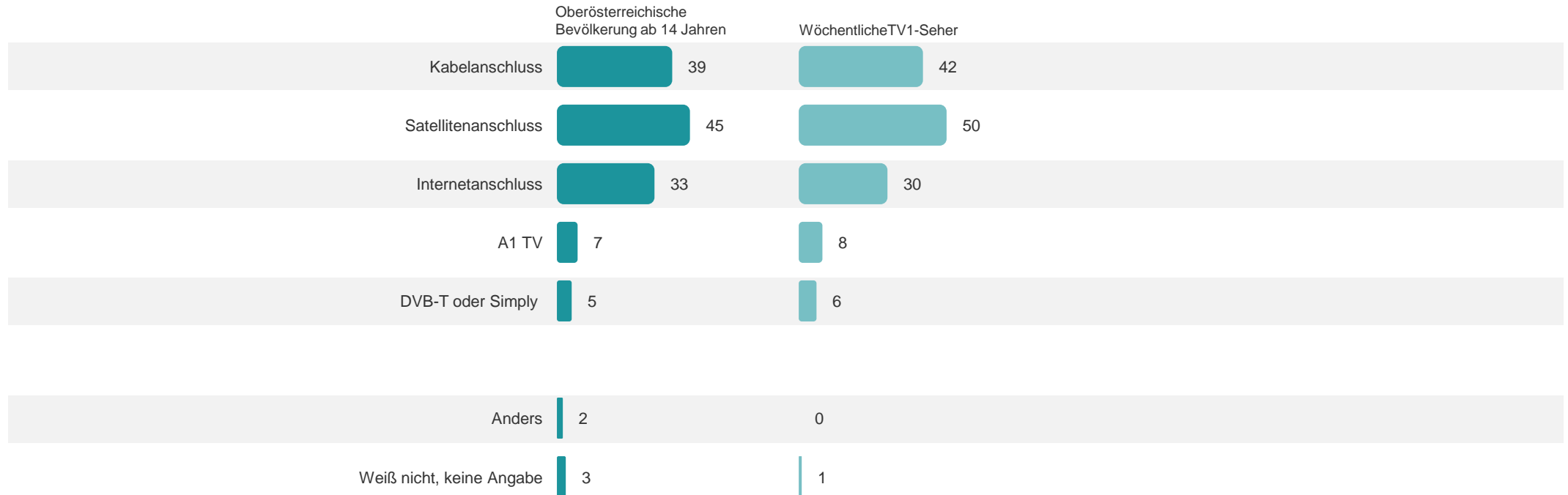
A grayscale photograph of a business meeting. In the foreground, two hands are shaking in a firm grip. In the background, a person is holding a tablet computer, and another person's hand is pointing at the screen. On the table, there are several documents, one of which shows a bar chart and a pie chart. The overall atmosphere is professional and collaborative.

Kapitel 5

Empfang

Möglichkeiten für den Fernsehempfang

i An erster Stelle steht der Satellitenanschluss gefolgt vom Kabelanschluss.



Frage 9 : Und welche Möglichkeiten haben Sie Fernsehen zu empfangen? Würden Sie sagen, Sie haben -

Ihr Ansprechpartner



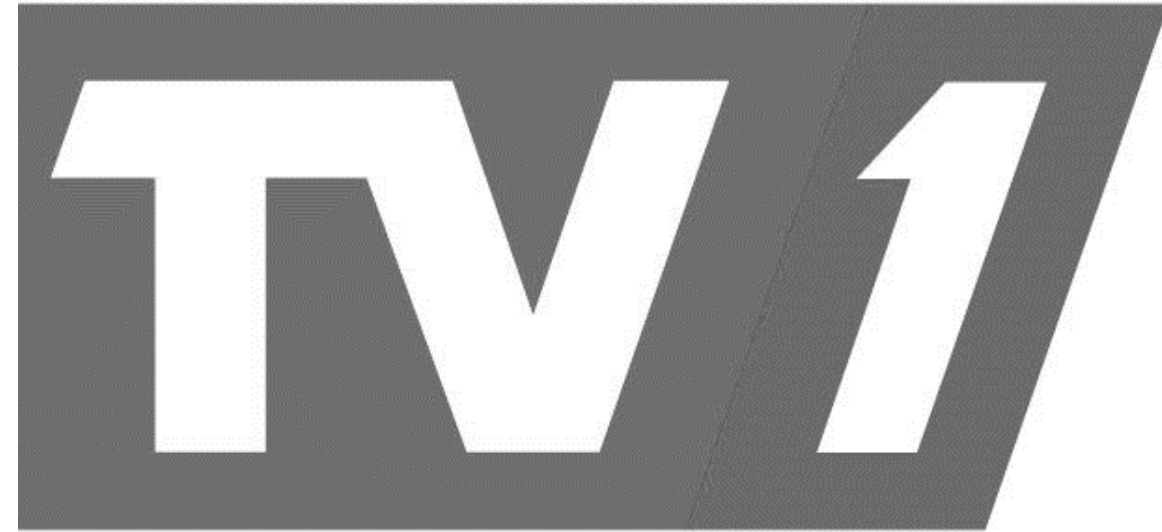
Mag. Angela Trauner - Beutelmeyer, BSc

Tel. +43 732 2555 109
Mail angela.trauner@market.at



Market Marktforschungs GmbH & CoKG
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz

Let's raise your **market!**



OBERÖSTERREICH