

understanding why

IMAS

LT1 in den Augen der Bevölkerung

13. Trendmessung

**PRIVATE
TELEVISION** Research
IMAS Positions- und Reichweitenanalyse

Februar 2022



 Auftraggeber	 LT1
 Forschungsziel	<p>Ziel dieser Untersuchung war es, die Position des LT1-Privatfernsehens in Oberösterreich zu ermitteln und die Entwicklung des Senders während der letzten Monate und Jahre nachzuzeichnen. Fokus lag dabei neben der Bekanntheit und Reichweite von OÖ-TV Sendern bzw. TV-Angeboten vor allem auf dem Profil des LT1 Publikums und dem Empfang von Fernsehprogrammen. Es handelt sich bereits um die 13. Trendmessung seit September 2010.</p>
 Methode	<p>Computergestützte telefonische Interviews (CATI)</p>
 Sample	<p>n=800; repräsentativ für die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, Quotaauswahl, Quoten wurden auf Alter, Geschlecht und Region gesetzt</p> <p>Personenbezogene Ausdrücke umfassen alle Geschlechter gleichermaßen.</p>
 Schwankungsbreite	<p>Die maximale Schwankungsbreite für diese Gruppe beträgt +/- 3,5 Prozentpunkte bei einem Signifikanzniveau von 95,45 Prozent.</p> <p>In der aktuellen Erhebungswelle zeigen sich bei gestützten Bekanntheit auffällige Ergebnisse. Diese müssen mit Vorsicht interpretiert und die Entwicklung in den nächsten Messungen beobachtet werden um festzustellen, ob es sich dabei um einen statistischen Ausreißer in dieser Kategorie handelt!</p> <p>Summen von Prozentwerten, die nicht genau 100% ergeben, resultieren aus Rundungsdifferenzen.</p>
 Feldarbeit	<p>Die Interviews wurden von 9. bis 18. Februar 2022 erhoben.</p>

<p>Forschungsdimension 1</p>		<p>Mediengattungen / TV Quelle und Gerät / Technischer TV-Empfang</p>	<p>3</p>
<p>Forschungsdimension 2</p>		<p>Markenbekanntheit</p>	<p>21</p>
<p>Forschungsdimension 3</p>		<p>Reichweite</p>	<p>35</p>
<p>Forschungsdimension 4</p>		<p>Image von LT1</p>	<p>53</p>
<p>Management Summary</p>		<p>Eckpunkte und Ableitungen</p>	<p>58</p>

Forschungsdimension 1

Mediengattungen / TV Quelle und Gerät / Technischer TV-Empfang



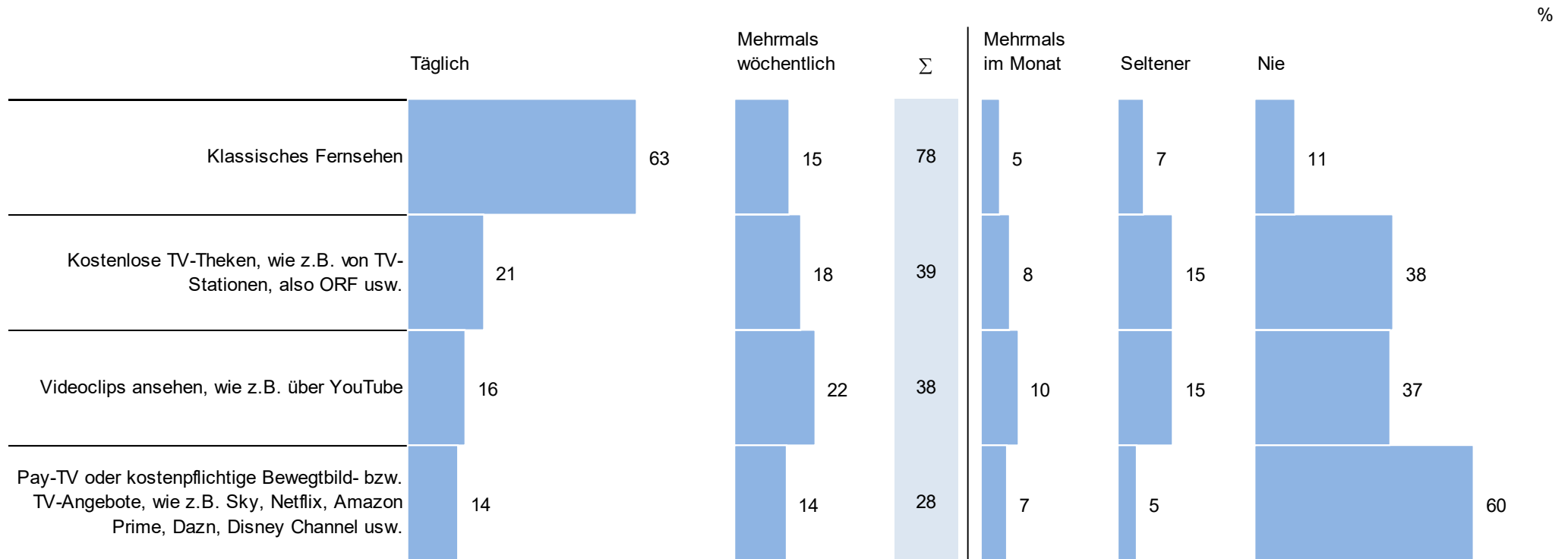
- Mediengattungen
- TV Quelle und Gerät
- Durchschnittliche Fernsehstunden
- Technischer TV-Empfang

Mediengattungen



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

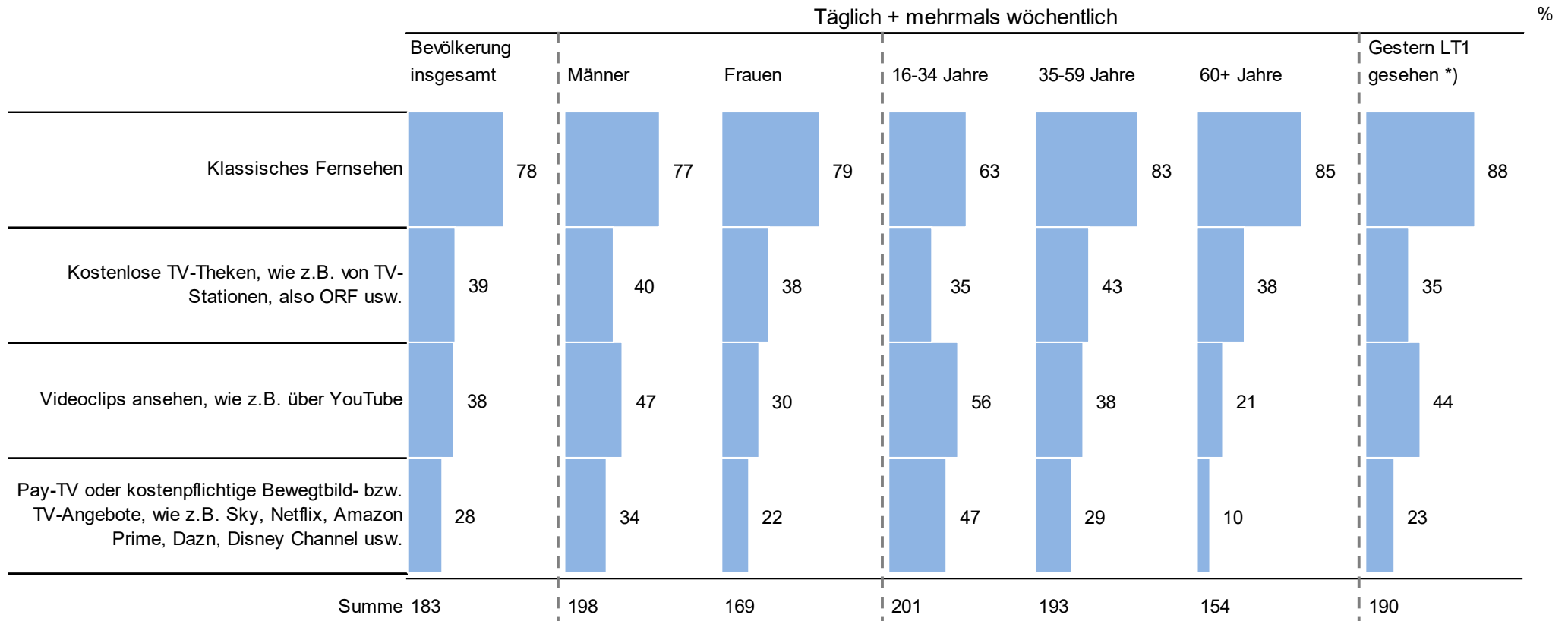


Mediengattungen



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"



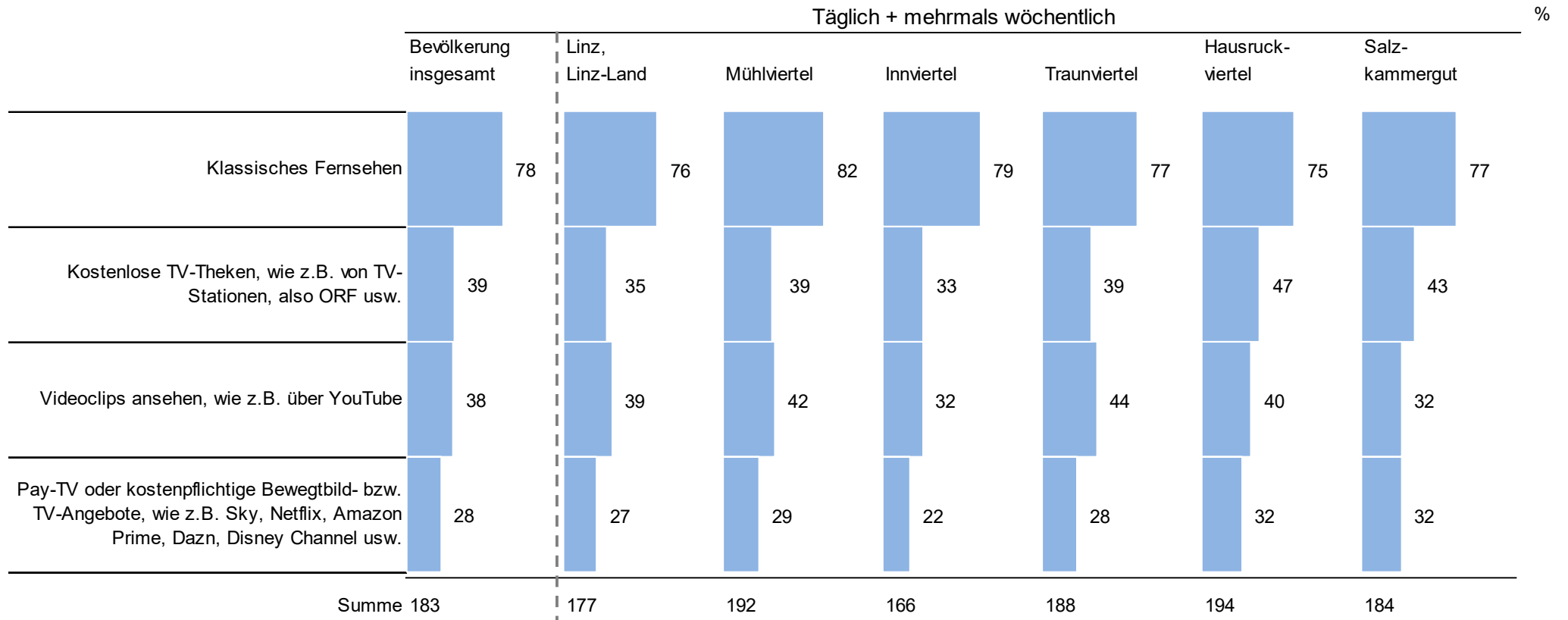
*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Mediengattungen



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

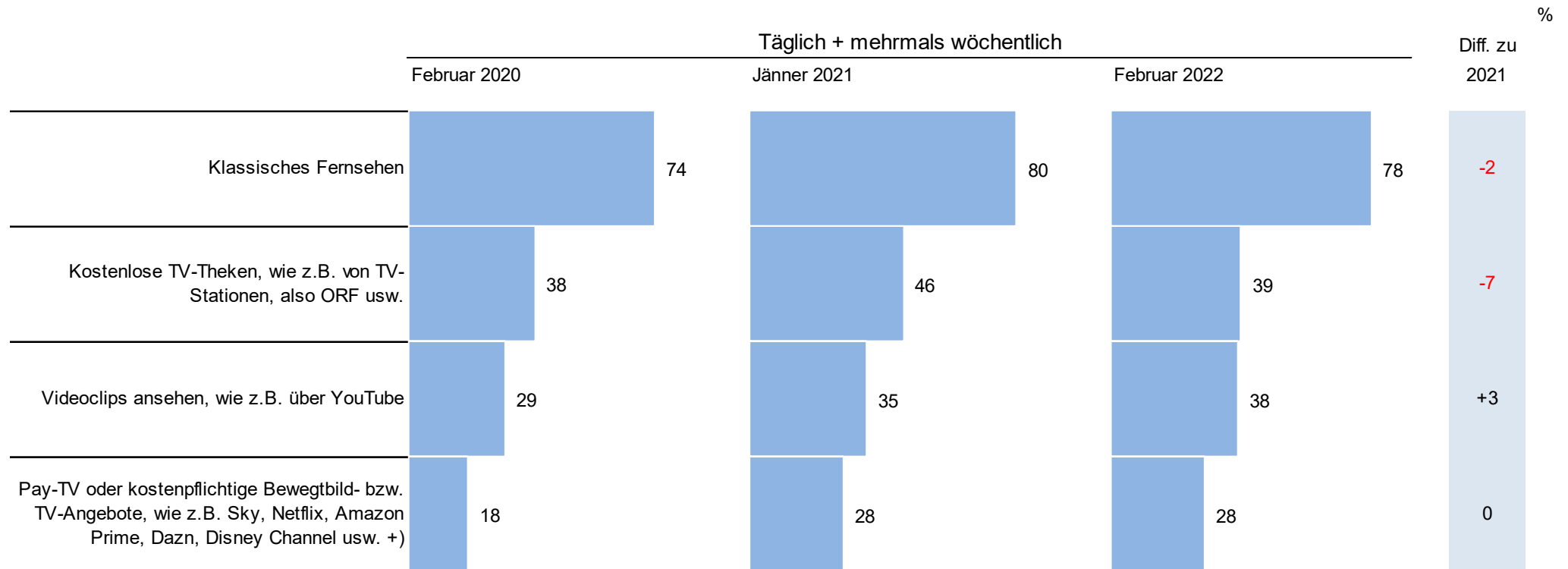


Mediengattungen – Trend



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"



+) Achtung: andere Formulierung im Februar 2020 ('...Maxdome usw.' statt '...Dazn, Disney Channel usw.!')

Mediengattungen – Kombinationen (mind. mehrmals wöchentl. Nutzung)

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

ACHTUNG: Teilweise sehr geringe Fallzahlen!

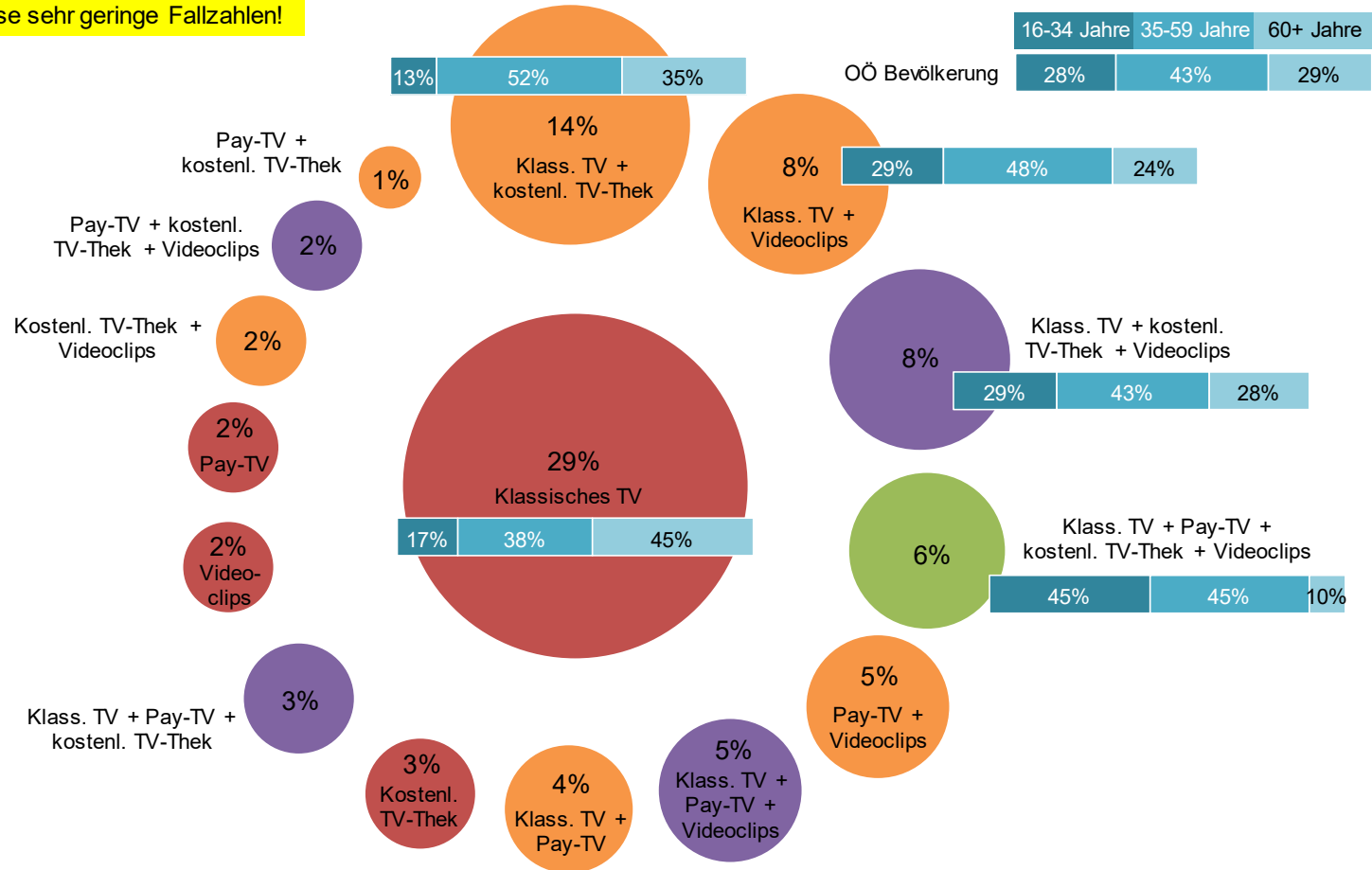
Kombinationen
(mind. mehrmals wöchentl. Nutzung)

1 Medium:
36%

2 Medien:
35%

3 Medien:
17%

4 Medien:
6%



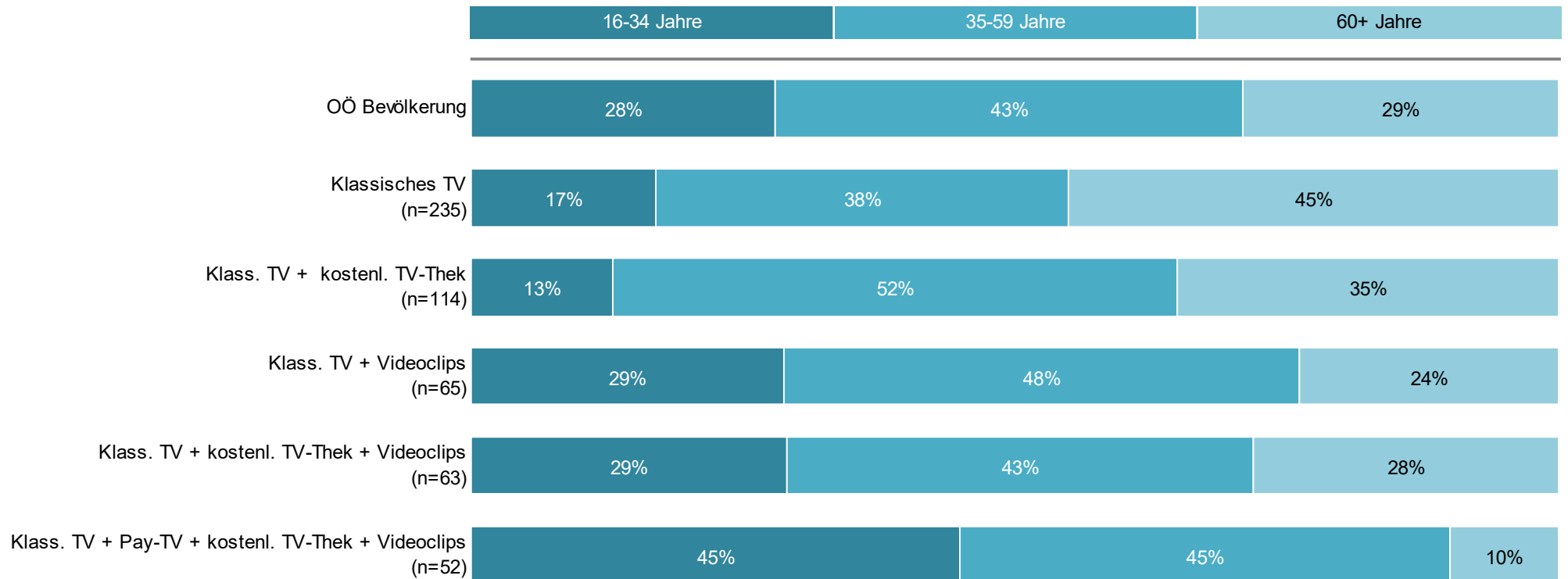
Mediengattungen – Häufigste Kombinationen – Altersstruktur



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

ACHTUNG: Teilweise sehr geringe Fallzahlen!



TV Quelle und Gerät



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"

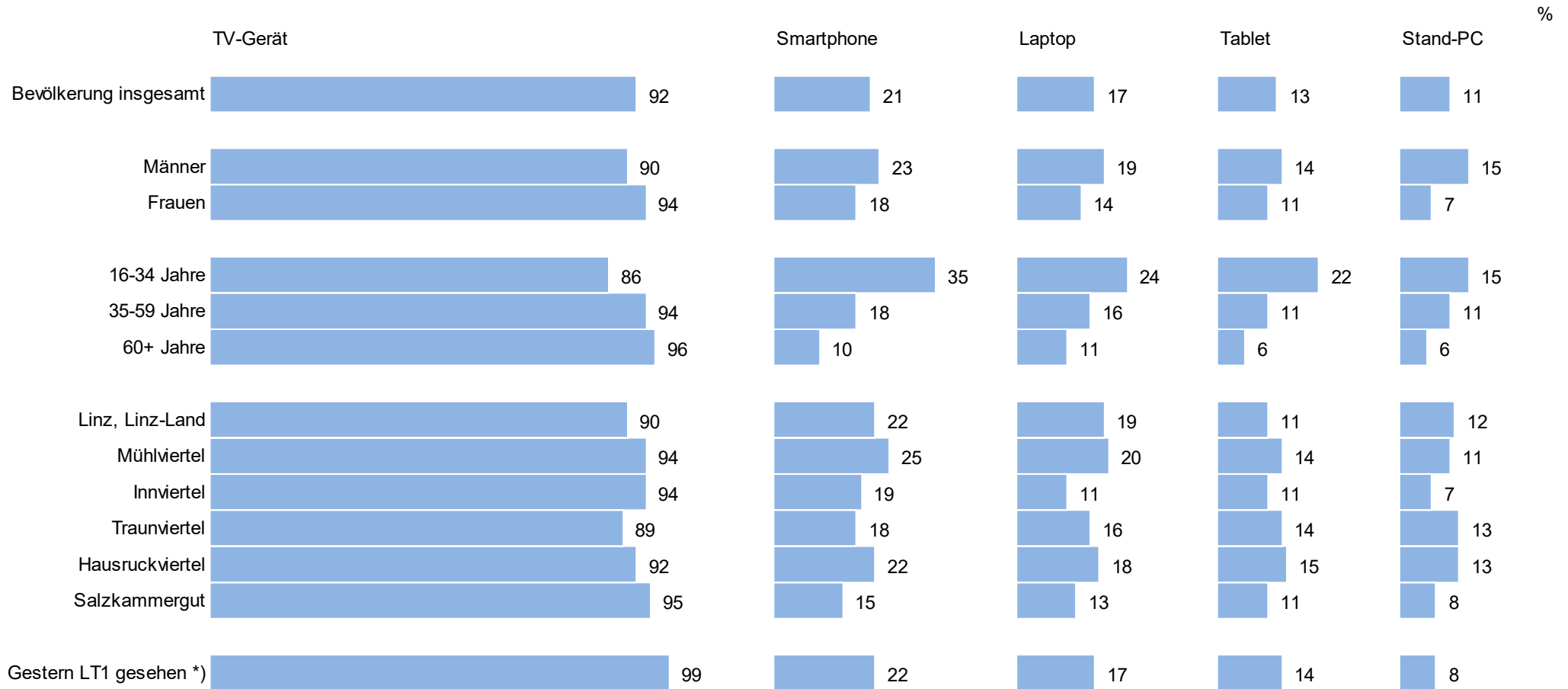


TV Quelle und Gerät



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"



*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

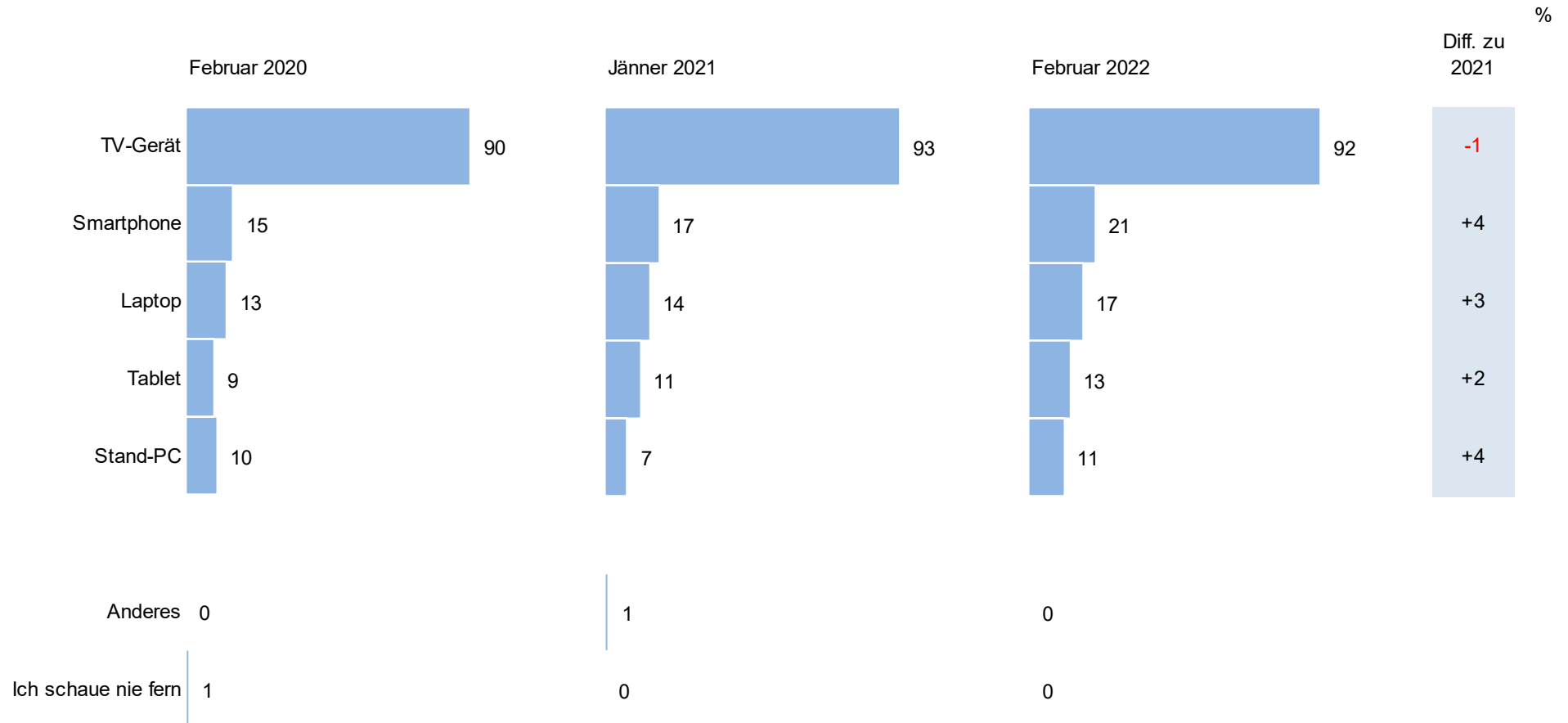
Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

TV Quelle und Gerät – Trend



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"



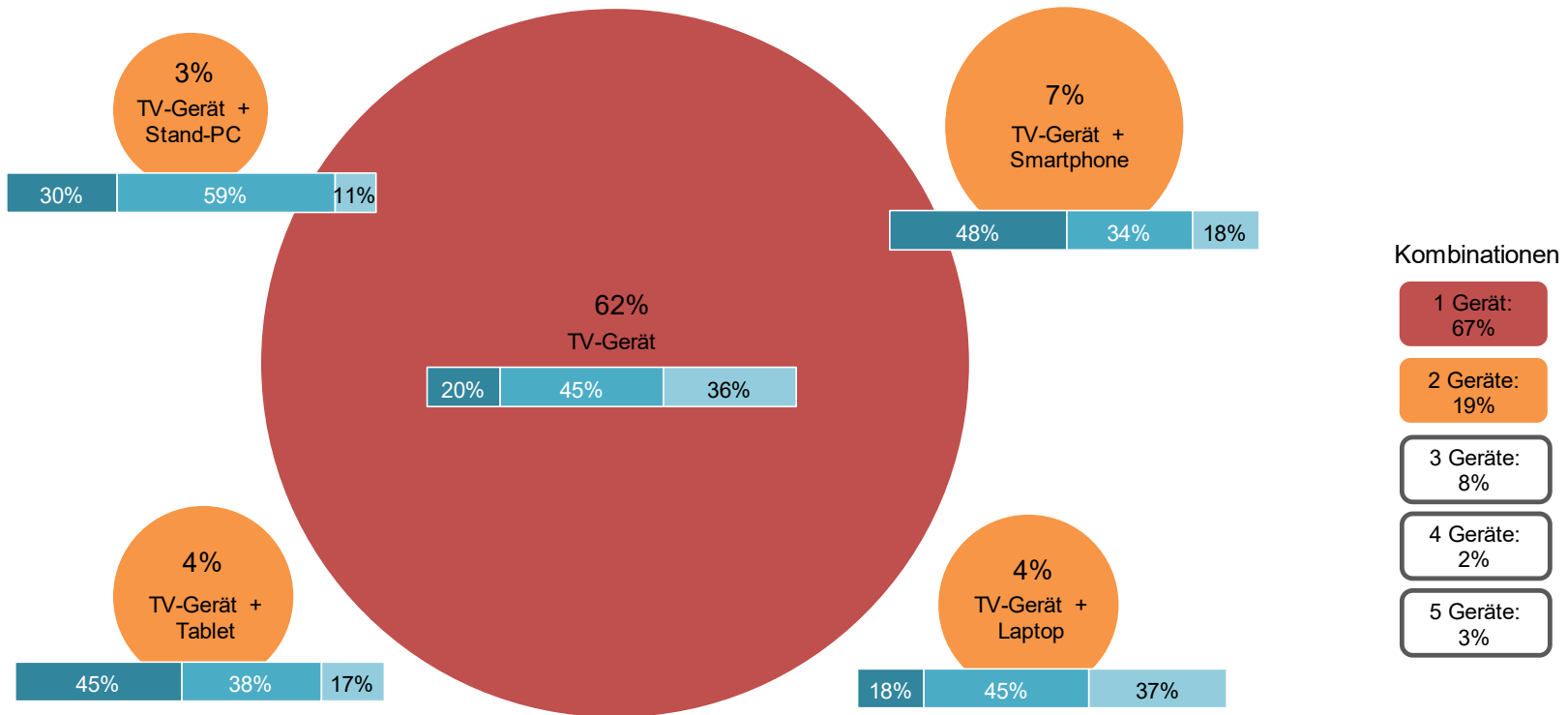
TV Quelle und Gerät – Häufigste Kombinationen

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"

ACHTUNG: Teilweise sehr geringe Fallzahlen!

	16-34 Jahre	35-59 Jahre	60+ Jahre
OÖ Bevölkerung	28%	43%	29%

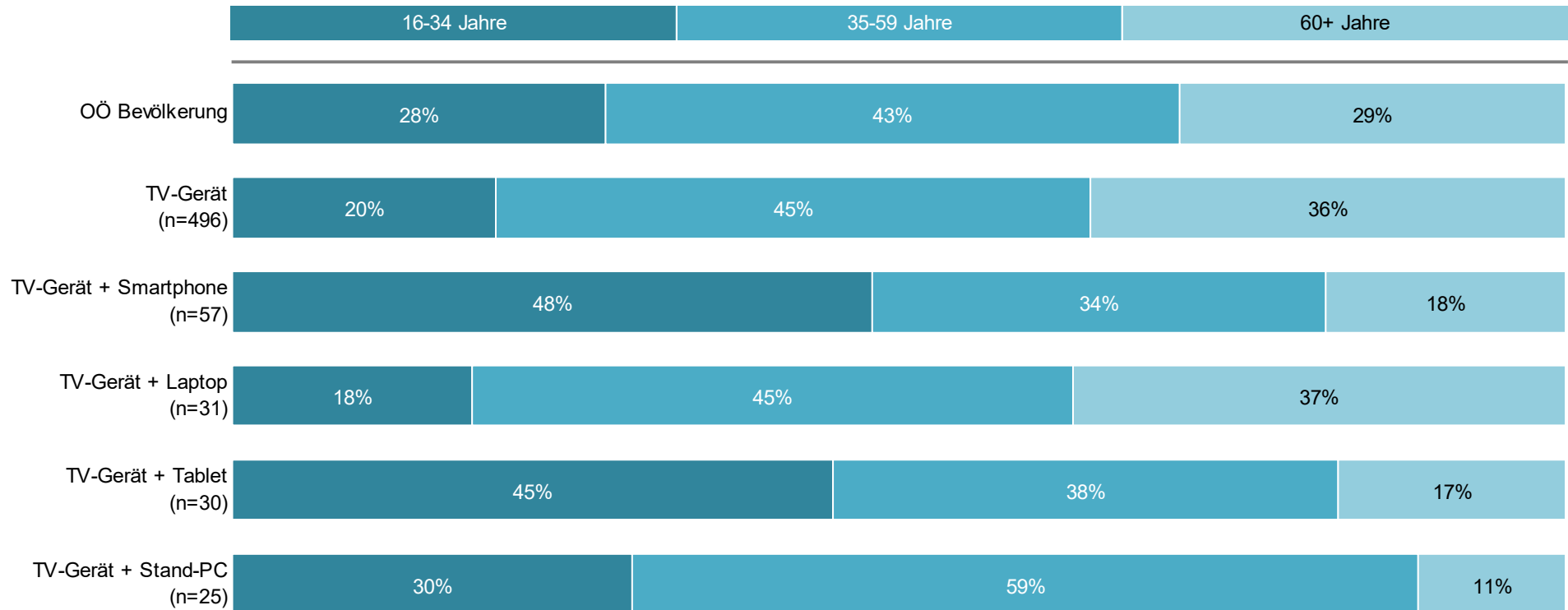


TV Quelle und Gerät – Häufigste Kombinationen – Altersstruktur

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"

ACHTUNG: Teilweise sehr geringe Fallzahlen!

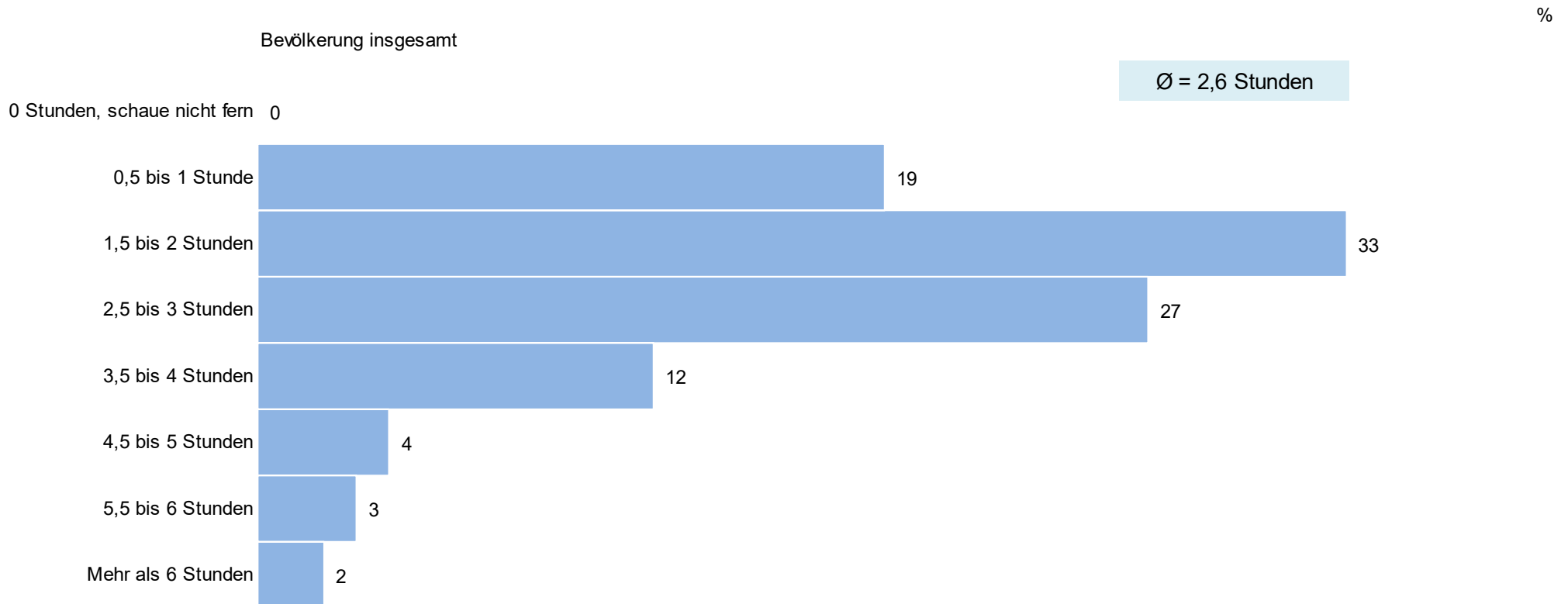


Durchschnittliche Fernsehstunden



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2a: "An einem Tag, an dem Sie fernsehen: Wie viele Stunden schauen Sie da durchschnittlich fern?"

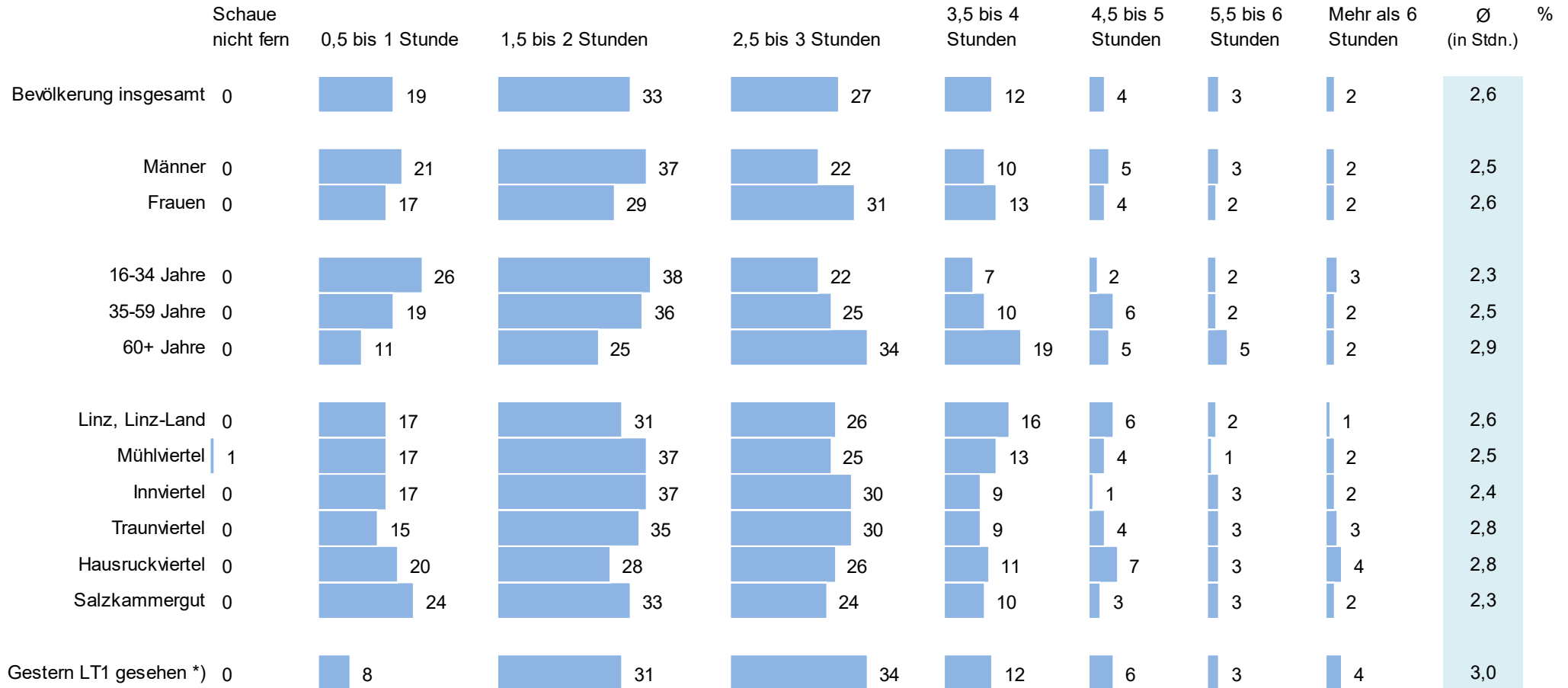


Durchschnittliche Fernsehstunden



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2a: "An einem Tag, an dem Sie fernsehen: Wie viele Stunden schauen Sie da durchschnittlich fern?"



*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

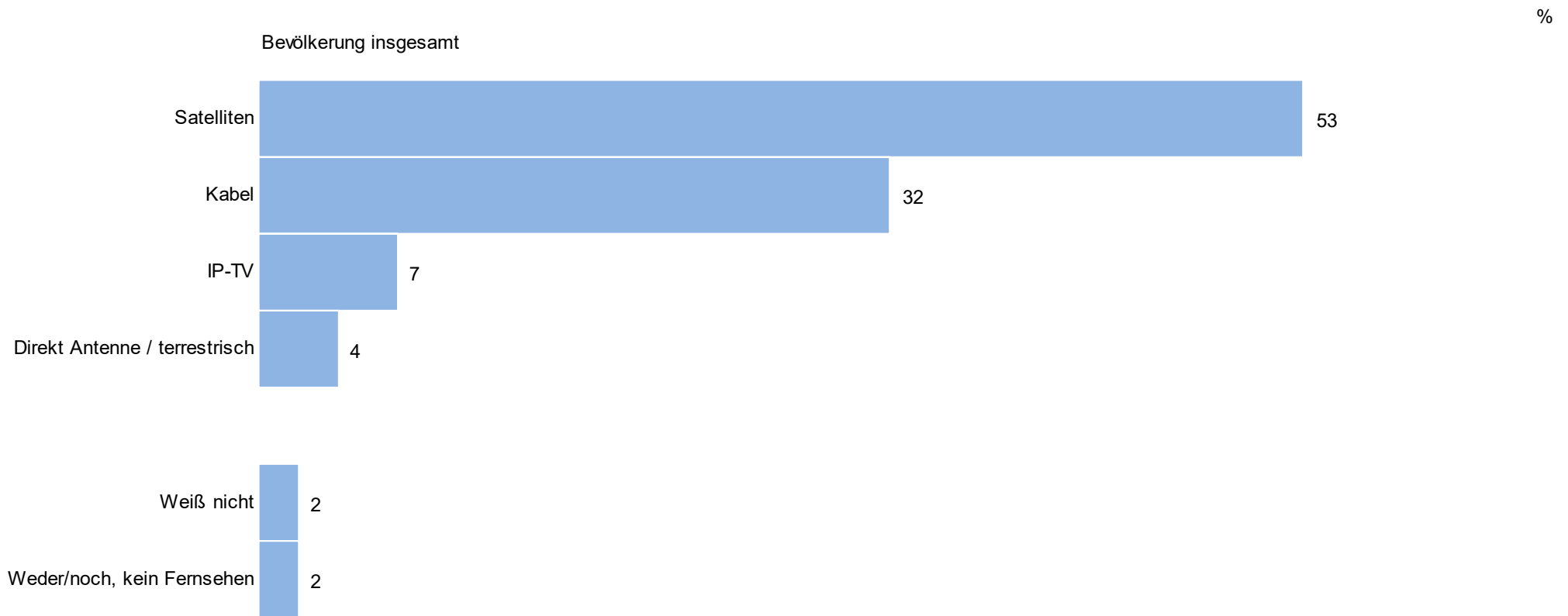
Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Technischer TV-Empfang



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Stat.-Fr. 5: "Wie empfangen Sie zu Hause Fernsehprogramme: über Kabel, über Satelliten, IP-TV (z.B. aonTV) oder direkt über die Antenne terrestrisch?"

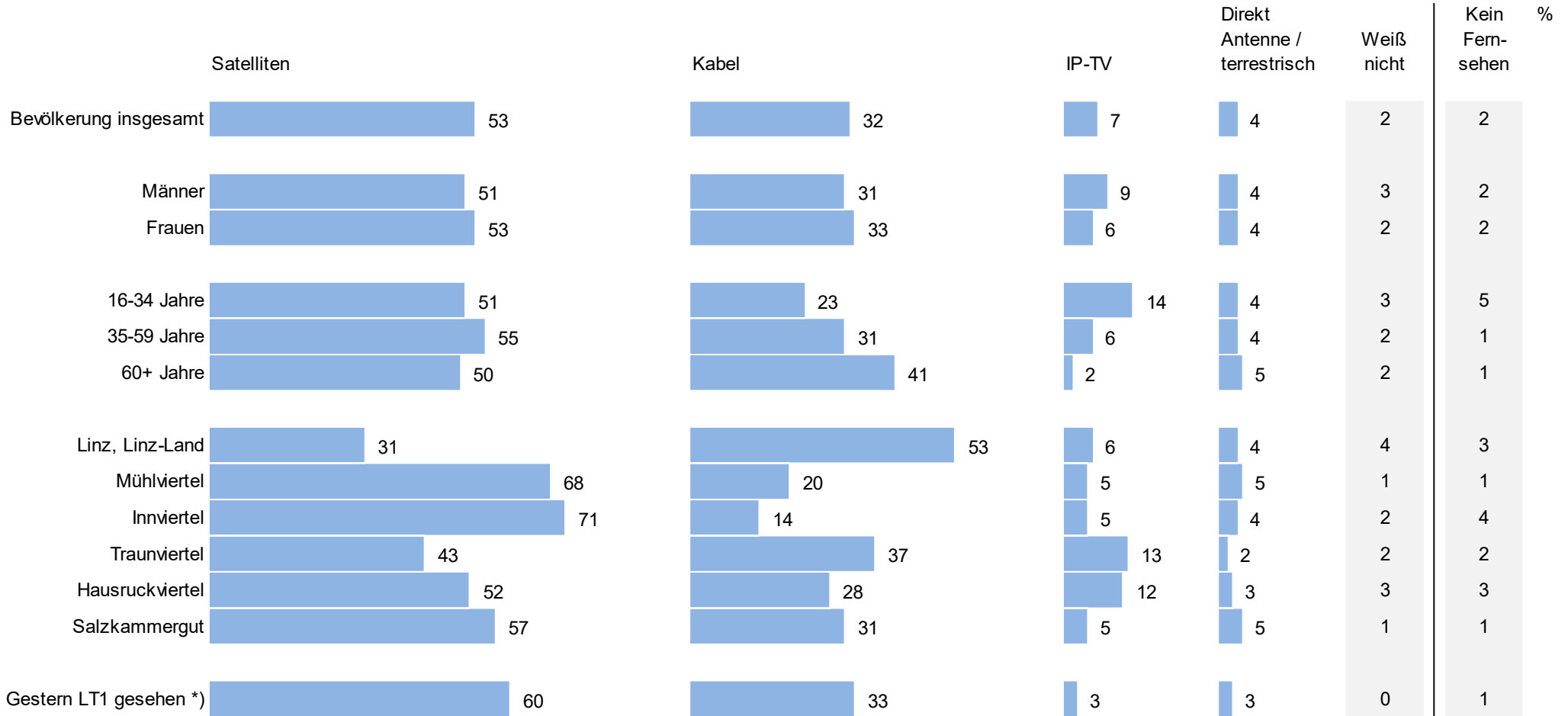


Technischer TV-Empfang



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Stat.-Fr. 5: "Wie empfangen Sie zu Hause Fernsehprogramme: über Kabel, über Satelliten, IP-TV (z.B. aonTV) oder direkt über die Antenne terrestrisch?"



*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

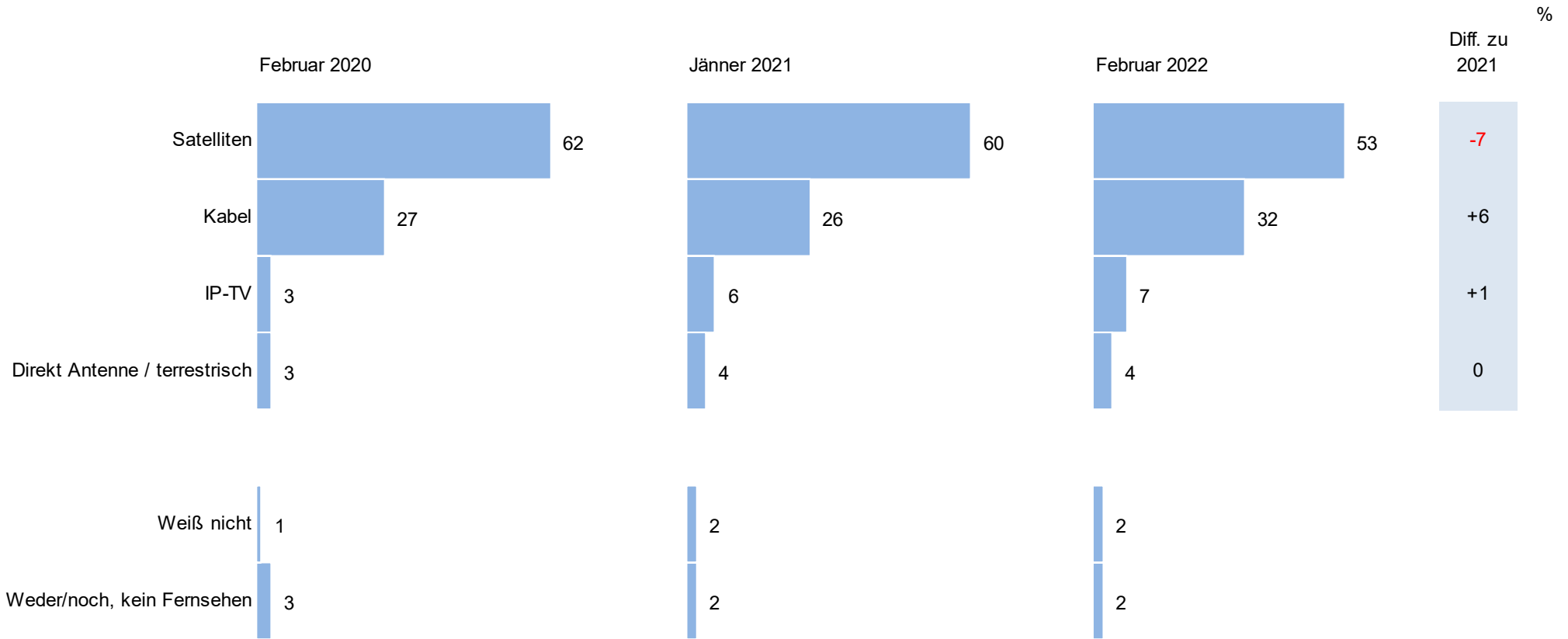
Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Technischer TV-Empfang



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Stat.-Fr. 5: "Wie empfangen Sie zu Hause Fernsehprogramme: über Kabel, über Satelliten, IP-TV (z.B. aonTV) oder direkt über die Antenne terrestrisch?"



Mediengattungen: Klassisches Fernsehen wird weiterhin am häufigsten täglich gesehen

- **63 Prozent der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren** geben im demoskopischen Interview an, **klassisches Fernsehen täglich zu sehen**. Mit deutlichem Abstand in der täglichen Nutzung folgen kostenlose TV-Theken (21%). Zudem geben rund drei Fünftel der Befragten an, nie PAY-TV bzw. kostenpflichtige Bewegtbild- bzw. TV-Angebote in Anspruch zu nehmen. Insgesamt nimmt rund ein Drittel (36%) nur 1 Angebot mindestens mehrmals wöchentlich in Anspruch, ein weiteres Drittel (35%) genau 2 Mediengattungen. Am beliebtesten ist bei den Befragten nur das klassische Fernsehen per se, fast ein Drittel (29%) sieht ausschließlich dies mindestens mehrmals wöchentlich. Als **beliebteste 2er-Kombination** gilt das **klassische Fernsehen mit einer kostenlosen TV-Thek** (14%). Im Trendvergleich zu Jänner 2021 ist die mindestens mehrmals wöchentliche Nutzung von kostenlosen TV-Theken etwas zurückgegangen.
- Im Durchschnitt geben die Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren an, 2,3 Stunden an einem Fernsehtag, fernzusehen. Am häufigsten wird die Kategorie „1,5-2 Stunden“ gewählt. Kaum jemand gibt an, dies länger als 6 Stunden am Tag zu tun.

Technischer Empfang: Die Hälfte der Oberösterreicher:innen empfängt Fernsehprogramme via Satellit; klassisches TV-Gerät ist nach wie vor am weitesten verbreitet

- Grundsätzlich schauen die Oberösterreicher:innen ab 16 Jahre nach wie vor zumindest über ein TV-Gerät fern, im Detail **9 von 10**. Immerhin 21 Prozent der Befragten sehen über ein Smartphone, 17 Prozent über einen Laptop, 13 Prozent anhand eines Tablets und 11 Prozent über einen Stand-PC fern. Insgesamt nutzen zwei Drittel der Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren nur 1 Gerät für das Fernsehen, weitere 19 Prozent genau 2 Geräte. Am häufigsten verwenden die Befragten nur das TV-Gerät zum Fernsehen (62%). Vor allem bei der jungen OÖ Generation werden Smartphone, Laptop, PC und Tablet häufiger als TV-Gerät verwendet. Im Vergleich zur Erhebung im Jänner 2021 zeigen sich nur minimale Veränderungen.
- **Rund die Hälfte** der Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren (53%) gibt zu Protokoll, **Fernsehprogramme über Satellit zu empfangen**. Rund ein Drittel tut dies über Kabel (32%). Vor allem im Mühlviertel und im Innviertel scheint der Empfang von Fernsehprogrammen überdurchschnittlich oft über Satelliten vonstatten zu gehen. Hingegen ist in Linz und Linz-Land das Kabelfernsehen vermehrt verbreitet. Im Trend zu Jänner 2021 ist beim Satellitenempfang ein leichtes Minus und beim Kabelfernsehen ein leichtes Plus zu erkennen.

Forschungsdimension 2

Markenbekanntheit



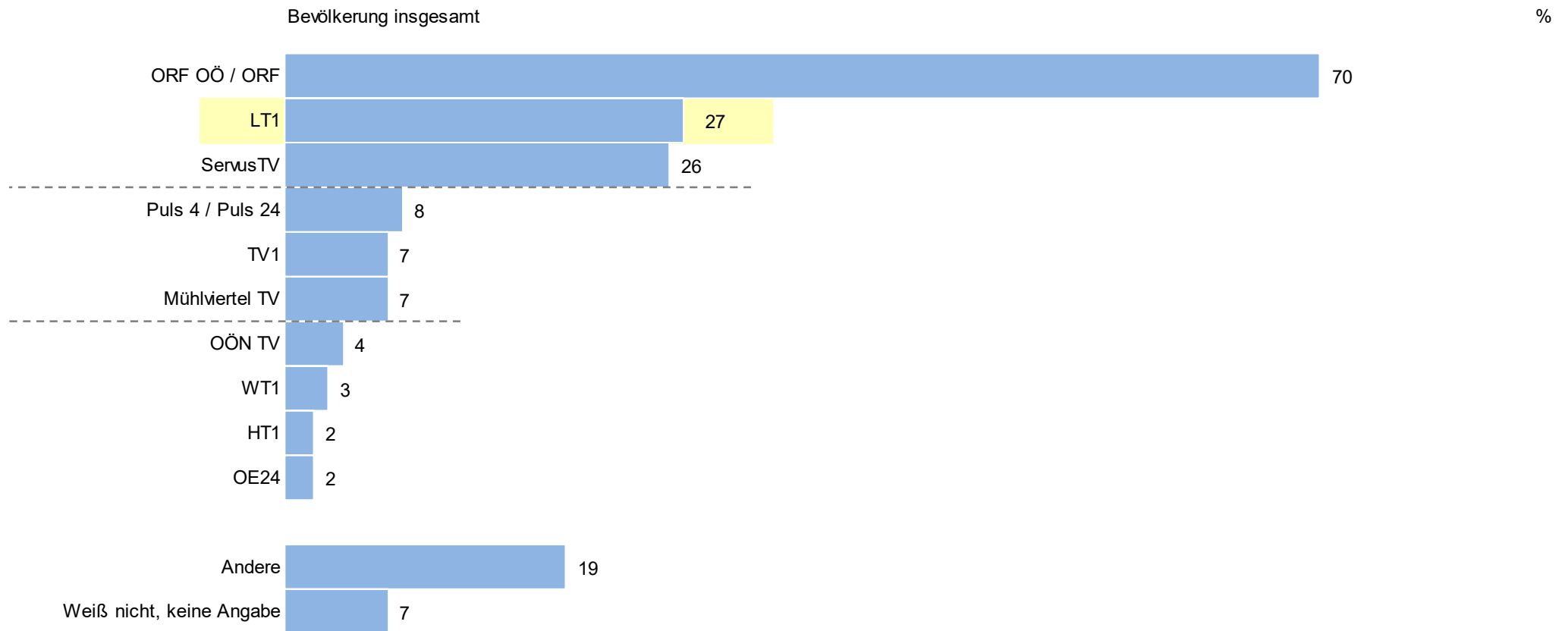
- Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ
- Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ

Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – präcodierte Liste



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten."
(offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

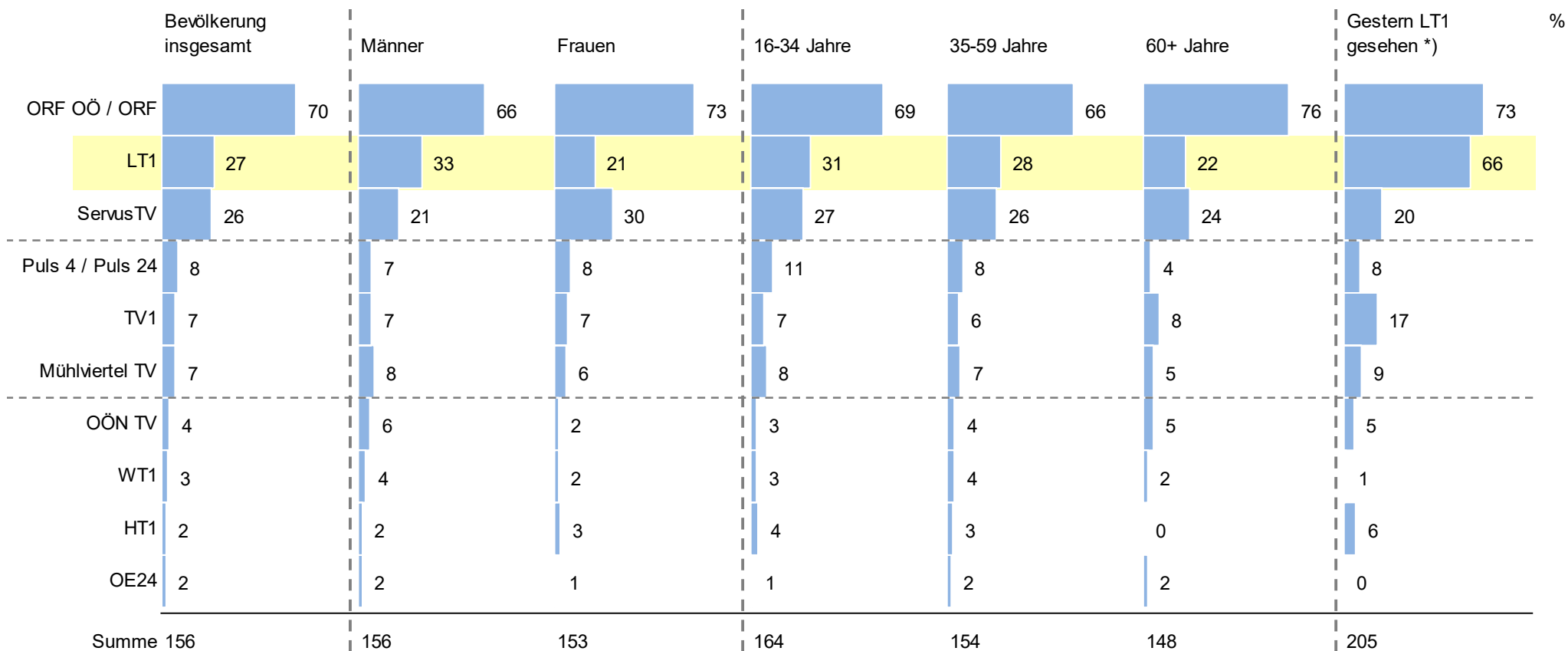


Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – präcodierte Liste



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten."
(offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



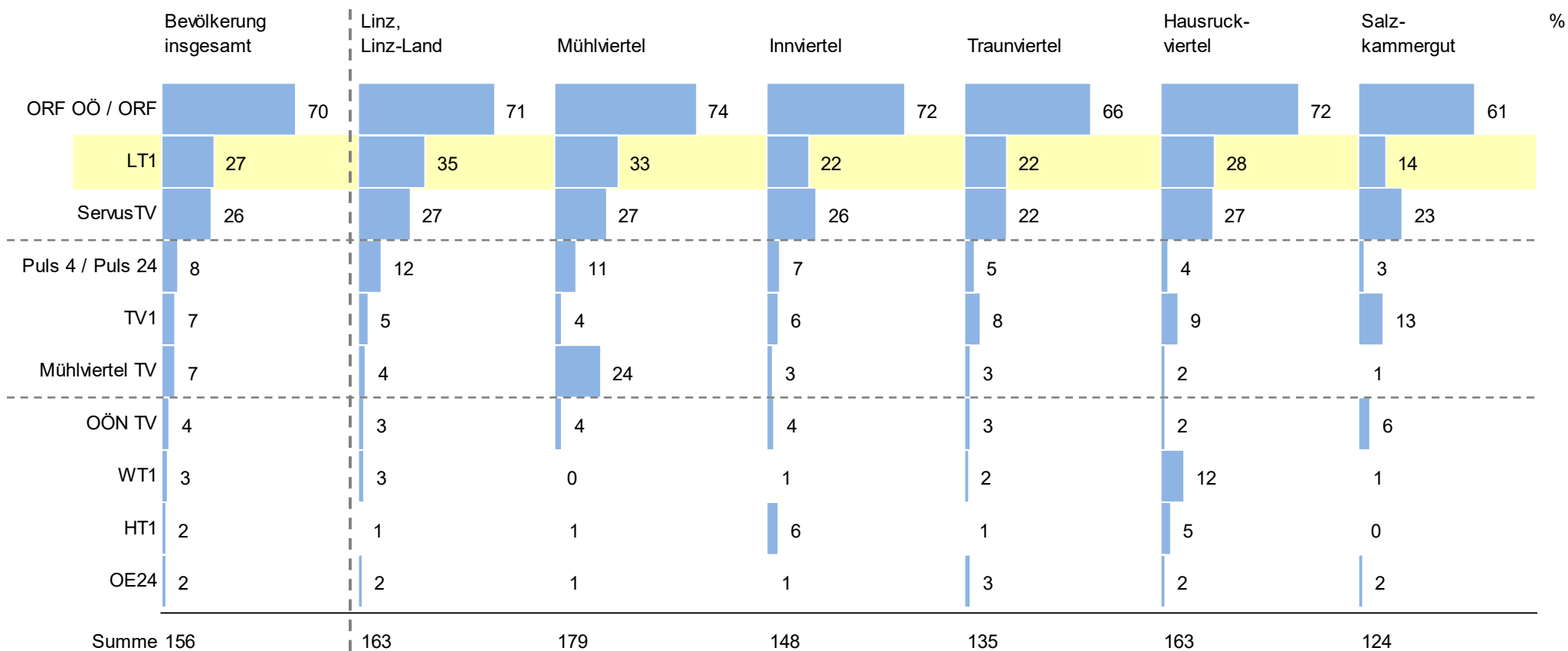
*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – präcodierte Liste



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten."
(offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

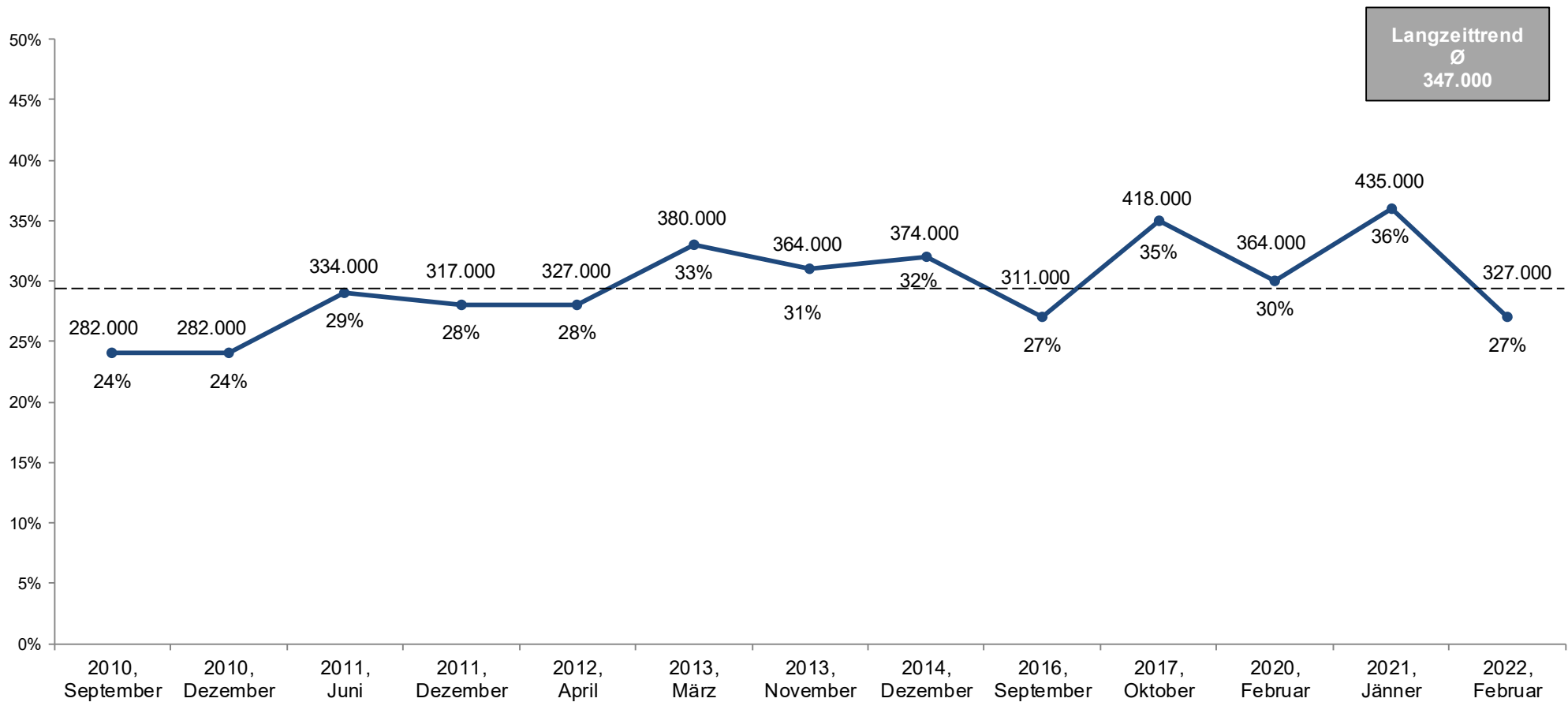


Spontane Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend – präcodierte Liste



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (spontan), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten."
(offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – Trend – präcodierte Liste



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten."
(offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

	Sept. 2010	Dez. 2010	Juni 2011	Dez. 2011	April 2012	März 2013	Nov. 2013	Dez. 2014	Sept. 2016	Okt. 2017	Febr. 2020	Jän. 2021	Febr. 2022	Diff. zu 2021	Langzeitrend Ø	%
ORF / ORF OÖ	82	77	71	81	83	78	73	78	73	69	72	59	70	+11	74,3	
LT1	24	24	29	28	28	33	31	32	27	35	30	36	27	-9	29,5	
ServusTV -	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	-	26,0	
Puls 4 / Puls 24	9	7	6	7	8	10	5	6	6	8	7	5	8	+3	7,1	
TV1 *) -	-	-	3	3	4	3	4	9	12	13	6	5	7	+2	6,3	
Mühlviertel TV -	-	-	3	4	3	4	4	6	5	6	7	5	7	+2	4,9	
OÖN TV -	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	5	4	-1	5,0	
WT1 -	-	-	-	-	-	-	-	-	3	5	3	4	3	-1	3,6	
HT1 -	-	-	2	2	3	5	4	4	6	6	5	5	2	-3	4,0	
OE24 -	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2	0	2,0	

*) bis 2017: B-TV

-) wurde nicht abgefragt!

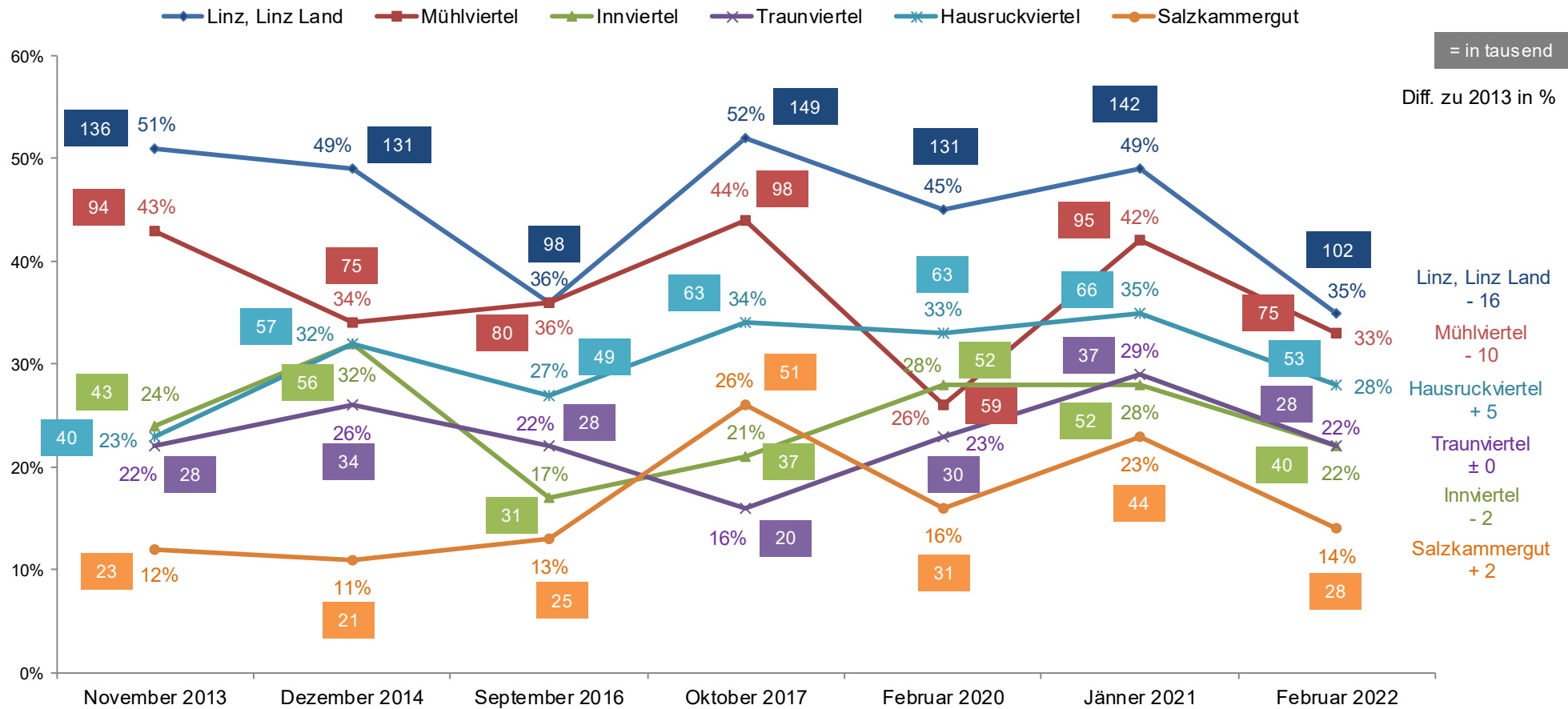
Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Spontane Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend – präcodierte Liste



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (spontan), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten."
(offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

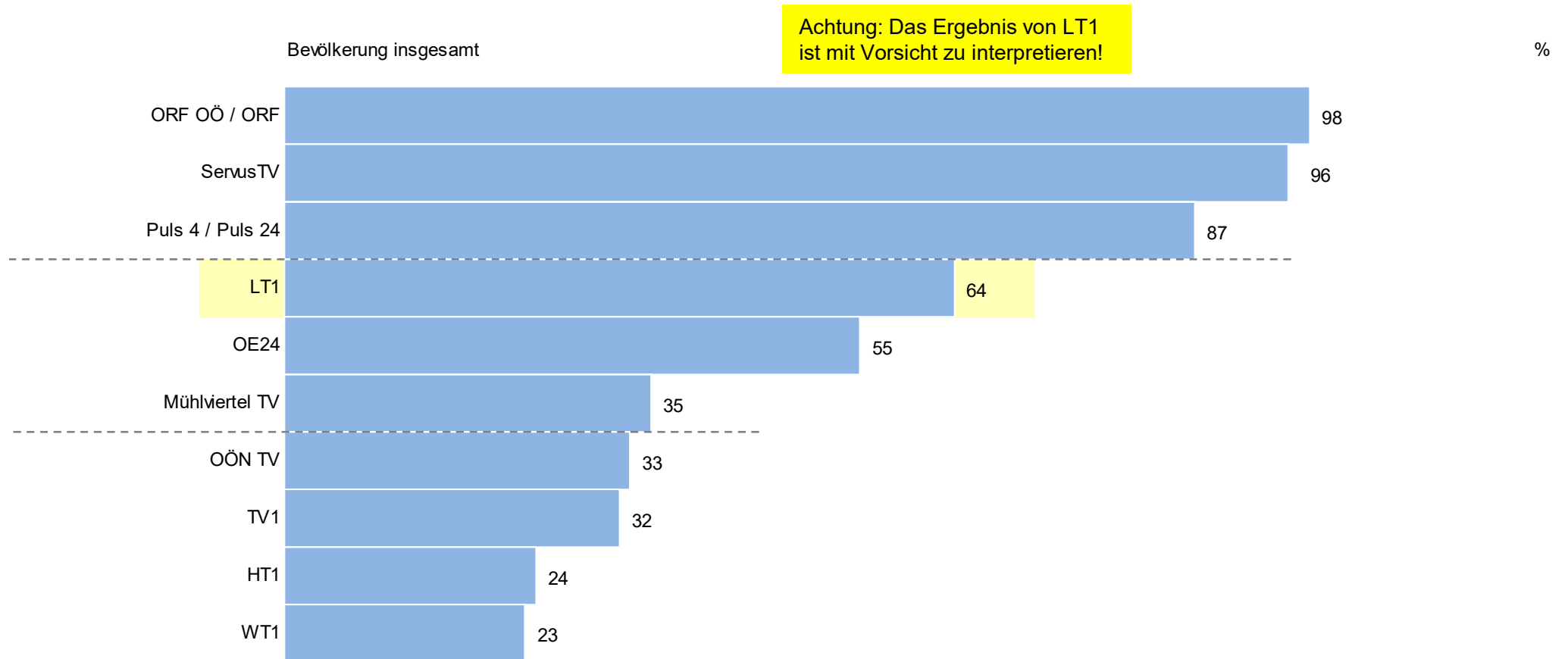


Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."



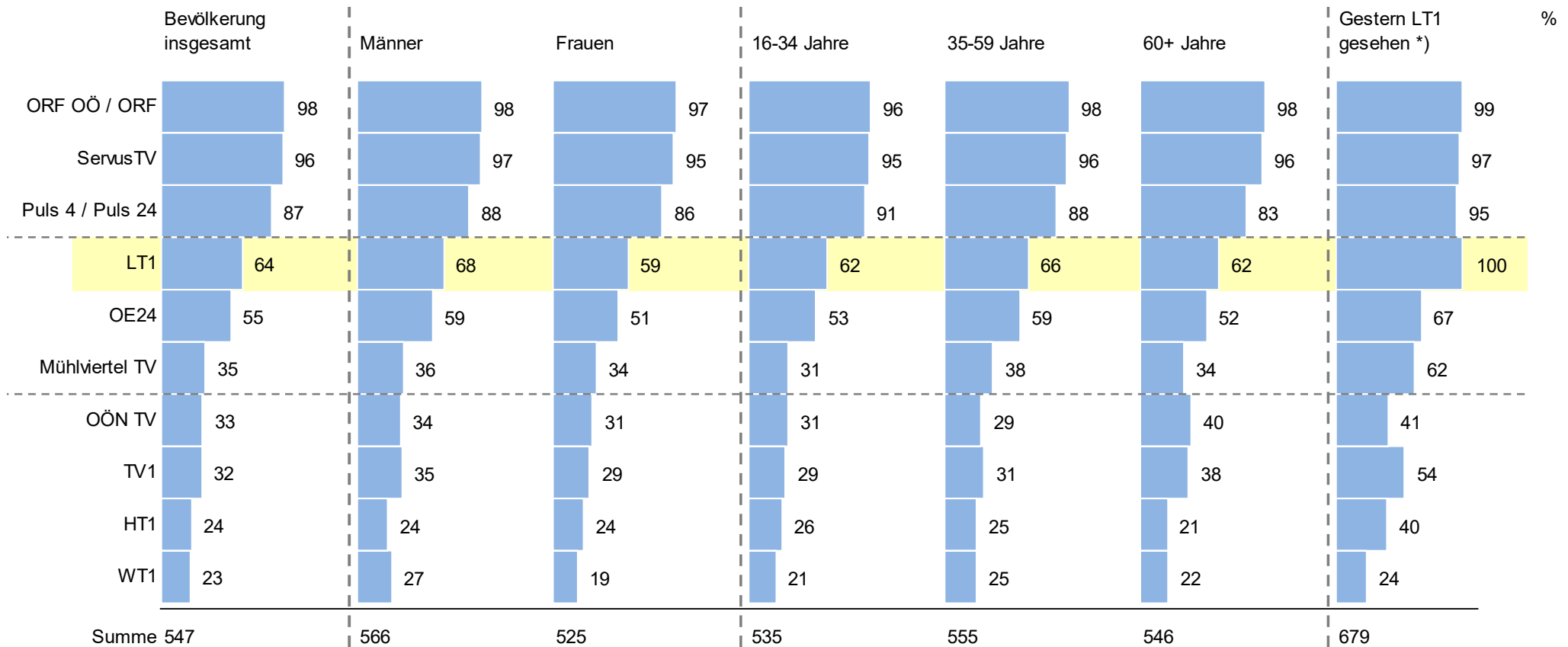
Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."

Achtung: Die Ergebnisse von LT1 ist mit Vorsicht zu interpretieren!



*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

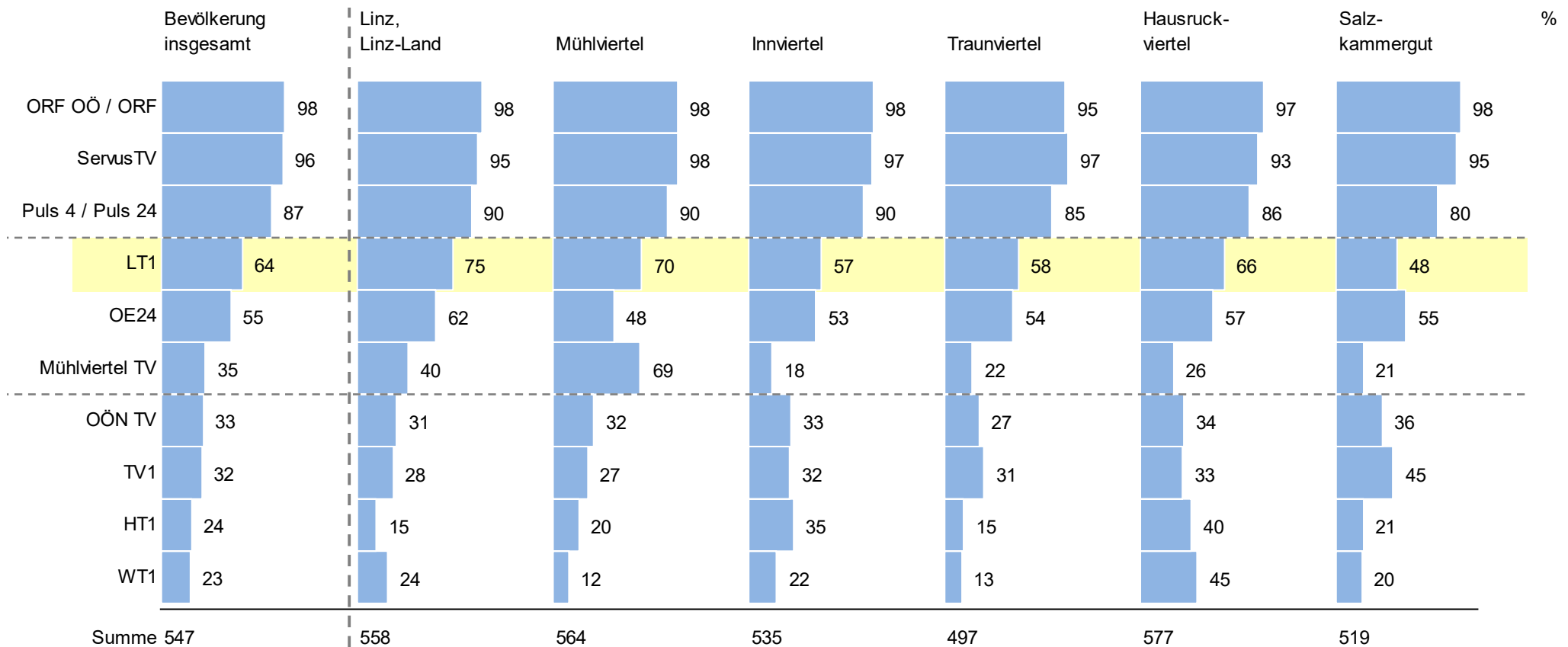
Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."

Achtung: Die Ergebnisse von LT1 ist mit Vorsicht zu interpretieren!

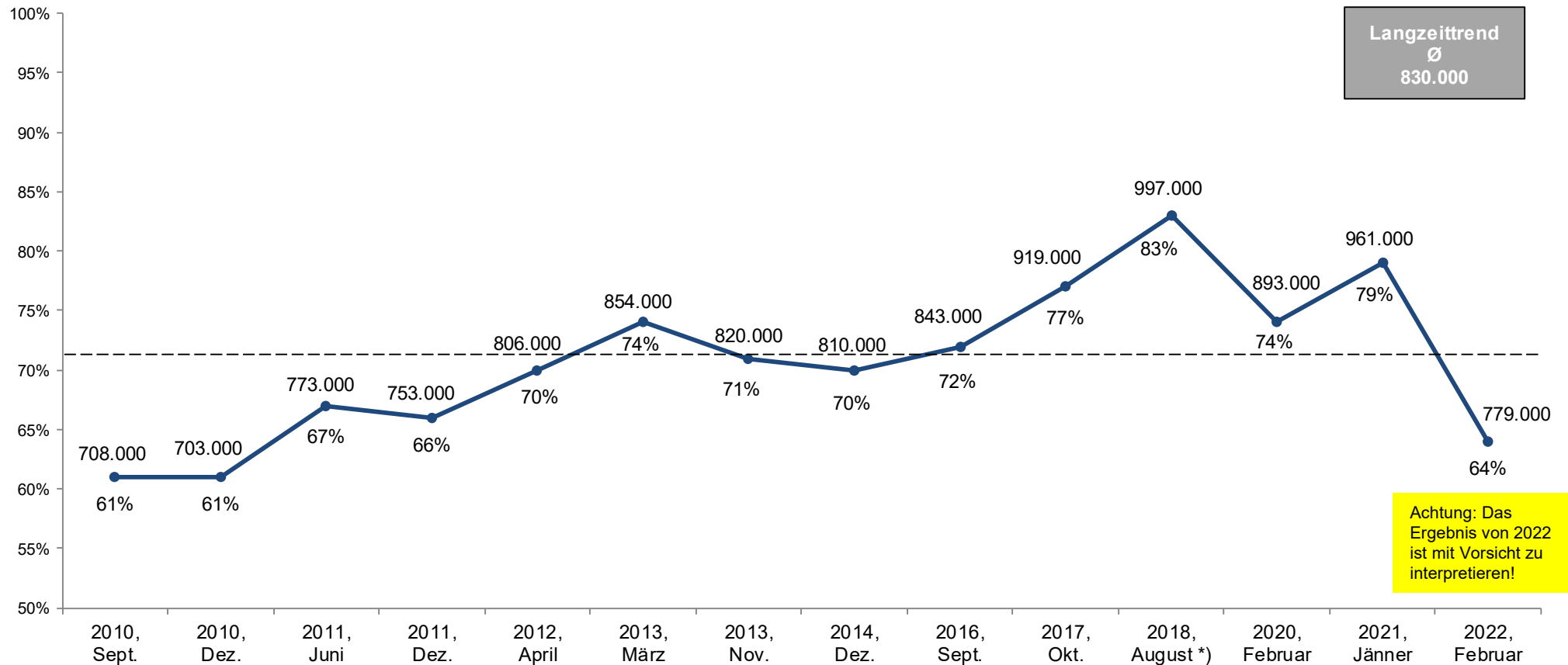


Gestützte Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (gestützt), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."



*) Andere Fragestellung: Es wurde nur die Bekanntheit von LT1 erhoben.

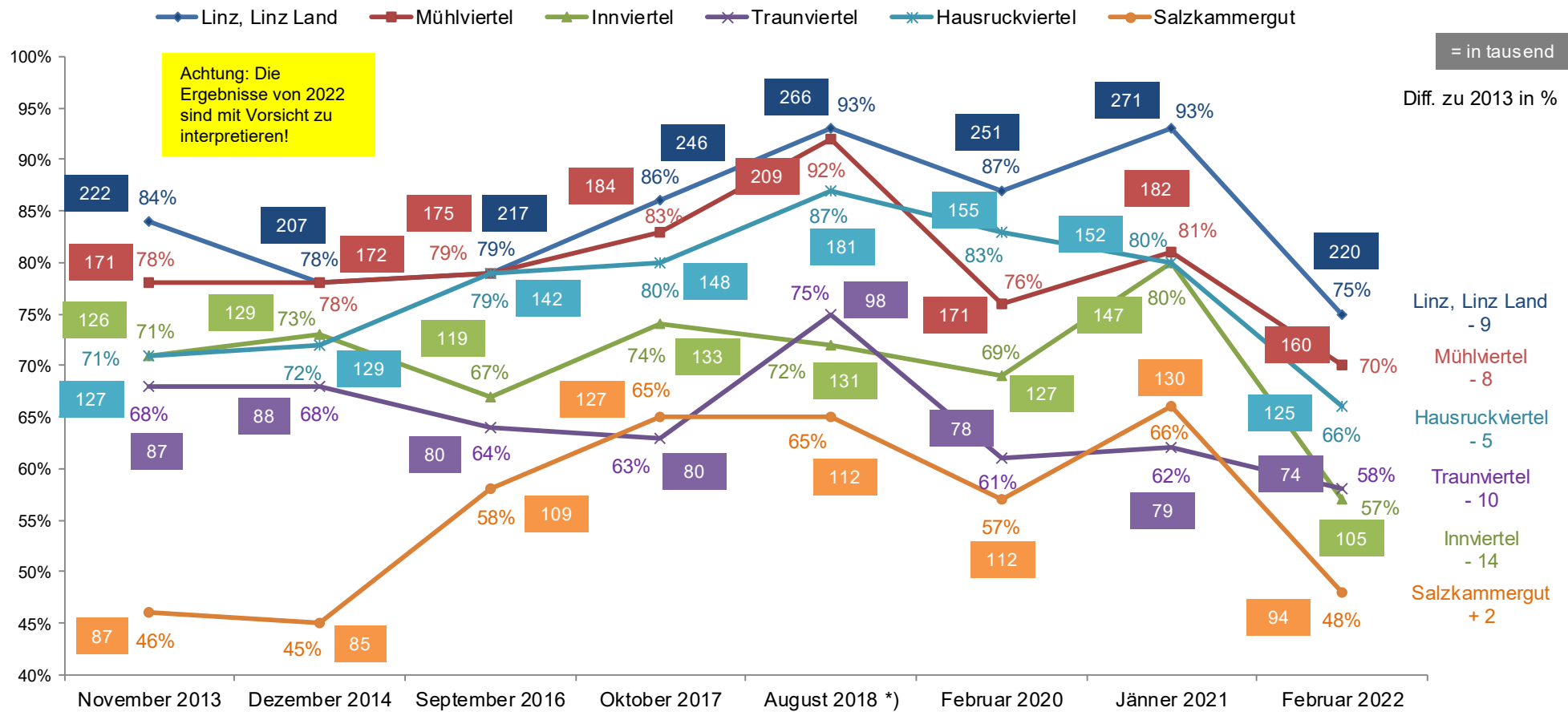
Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Gestützte Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (gestützt), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."



*) Andere Fragestellung: Es wurde nur die Bekanntheit von LT1 erhoben.

Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ:

LT1 an erster Stelle unter den privaten Regionalsendern

- Unter oberösterreichischen Fernsehsendern genießt ORF OÖ nach wie vor die stärkste Präsenz im Bewusstsein der Bevölkerung in Oberösterreich ab 16 Jahren; diesen nennen mehr als zwei Drittel (70%) spontan. **Unter den privaten Regionalsendern steht allerdings LT1 an erster Stelle** mit einem **spontanen Bekanntheitsgrad von 27 Prozent** in der OÖ Bevölkerung, knapp vor ServusTV (26%). Somit kennen **rund 327.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren LT1 spontan**. Mit deutlichem Abstand folgen die Mitbewerber Puls 4/Puls 24, Mühlviertel TV, TV1, OÖN TV, WT1, OE24 und HT1 (max. 8%).
- Somit konnte LT1 den Bestwert der letzten Messung 2021 hinsichtlich der spontanen Bekanntheit nicht halten und verlor 9 Prozentpunkte. Mit einem spontanen Bekanntheitswert von 27 Prozent bzw. rund 327.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren und liegt LT1 etwas **unter dem Durchschnitt im Langzeittrend** seit September 2010. Im Vergleich zur **Nullmessung im September 2010** bedeutet der **aktuelle Wert** aber einen marginalen **Zuwachs**. Im Gegensatz dazu verliert ORF bzw. ORF OÖ.
- Ohne Ausnahme spiegelt sich der Bekanntheitsverlust von LT1 im Vergleich zur letzten Messung in allen OÖ Regionen wider. In der längeren Betrachtung seit November 2013 erzielt LT1 die stärkste Bewusstseinspräsenz weiterhin in Linz bzw. Linz Land, knapp gefolgt vom Mühlviertel.
- Im Hinblick auf die unterschiedlichen soziodemografischen Gruppen ist LT1 weiterhin bei Männern, Personen unter 35 Jahren und naturgemäß „gestrigen“-LT1-Seher:innenn am vergleichsweise stärksten im Bewusstsein verankert.

Die Ergebnisse der gestützten Bekanntheit von LT1 sind in dieser Messung mit Vorsicht zu interpretieren.

Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ:

LT1 an dritter Stelle unter den oö. regionalen Privatsendern

- Bei der **gestützten Abfrage** geben **rund zwei Drittel der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren (64%)** zu Protokoll, schon einmal von LT1 gehört bzw. gelesen zu haben; dies entspricht rund **779.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren**. Unter den abgefragten Sendern erreichen nur ORF OÖ (98%), Servus TV (96%) und Puls 4/Puls 24 (87%) jeweils einen höheren Wert. **Somit liegt LT1 in Sachen gestützter Bekanntheit unter den oö. privaten Regionalsendern an dritter Stelle**. Auf einer späteren Ebene folgt OE24 (55%) und danach ordnen sich – ebenfalls mit großem Abstand – Mühlviertel TV (35%), OÖN TV (33%) und TV1 (32%) ein.
- Nicht nur bei der spontanen, sondern **auch bei der gestützten Bekanntheit, bildet sich bei LT1 insgesamt ein Bekanntheitsverlust seit letzter Messung ab**. Regional betrachtet sind die Entwicklungen großteils ähnlich zur spontanen Bekanntheit, so sind in Linz und Linz Land und im Mühlviertel die höchsten Werte zu verzeichnen.

Forschungsdimension 3 Reichweite



- Reichweite: Gestern bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote
- Struktur der Befragten
- Nicht-Seher:innen – Gründe

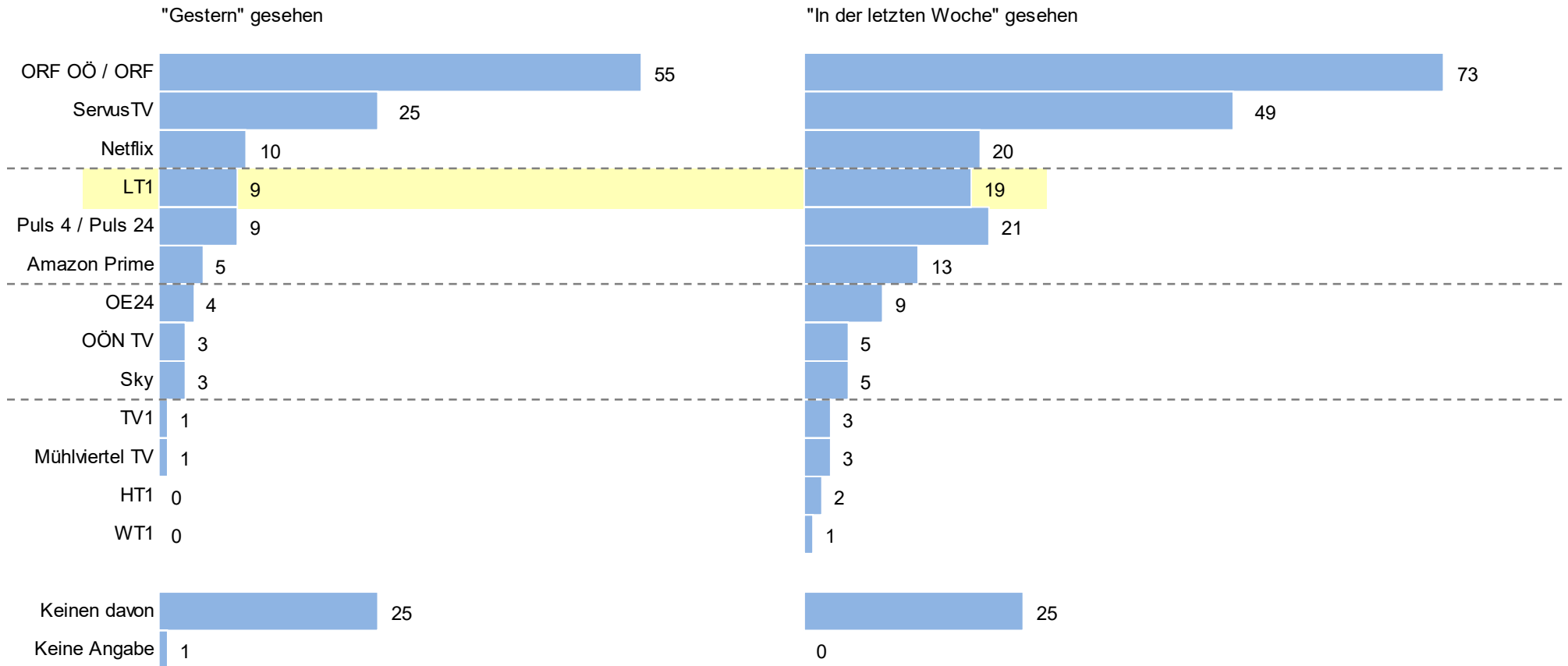
Reichweite: Gestern bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

%

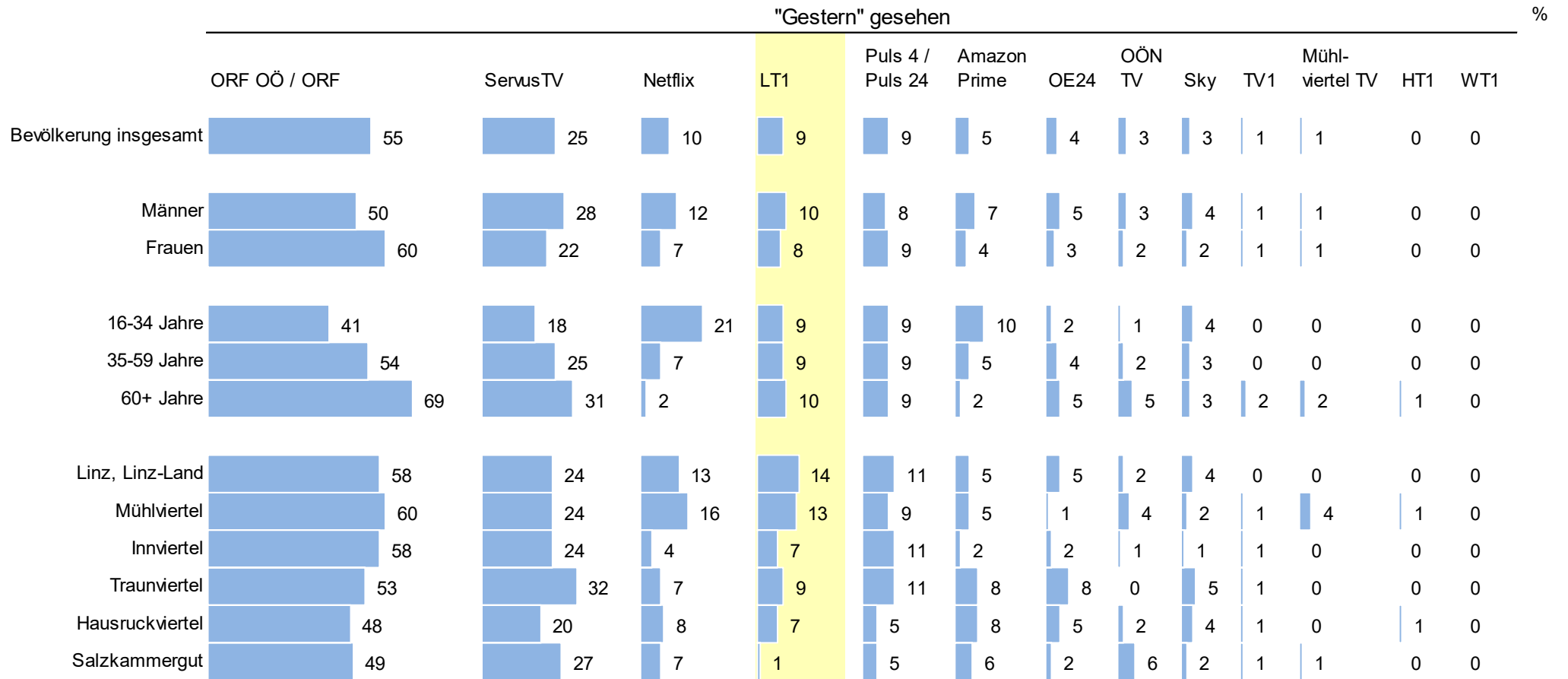


Reichweite 1: Gestern gesehene Sender bzw. TV-Angebote



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

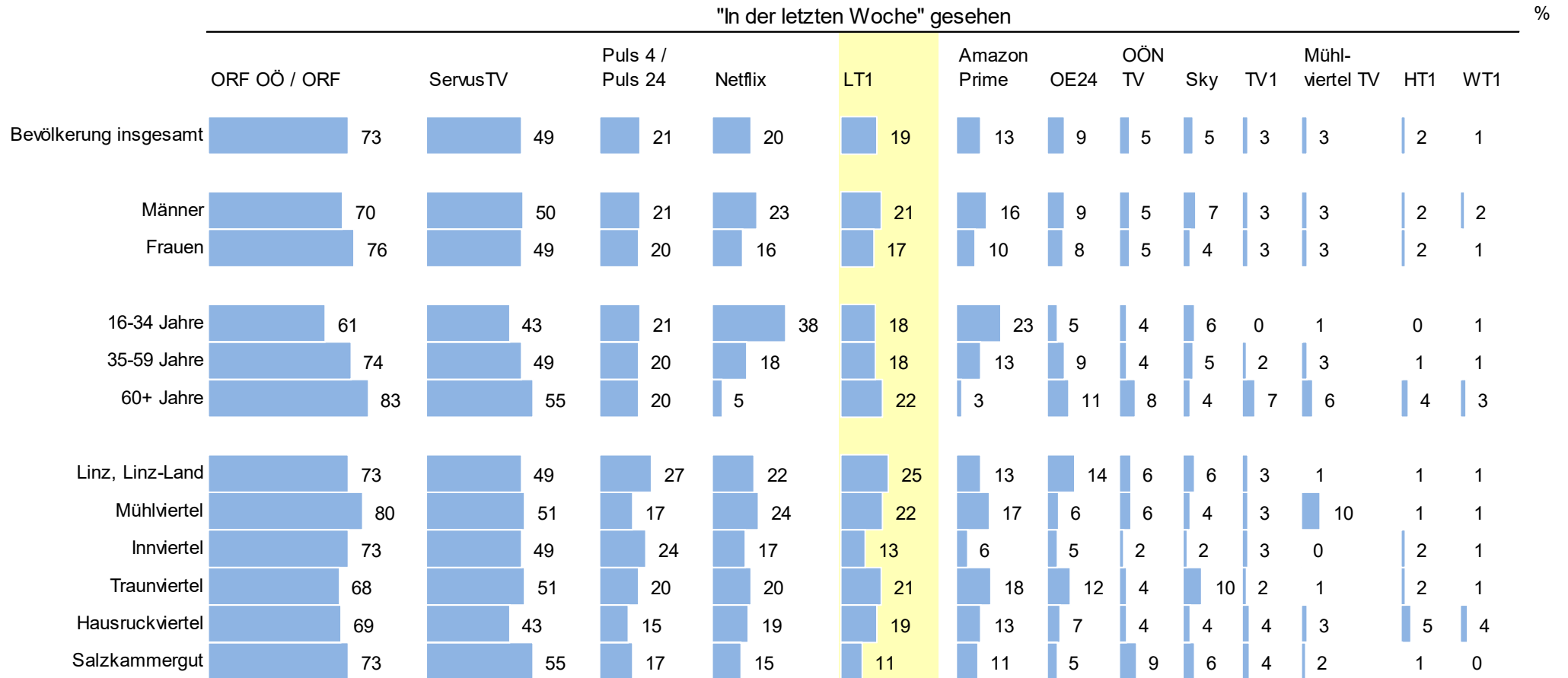


Reichweite 2: Letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

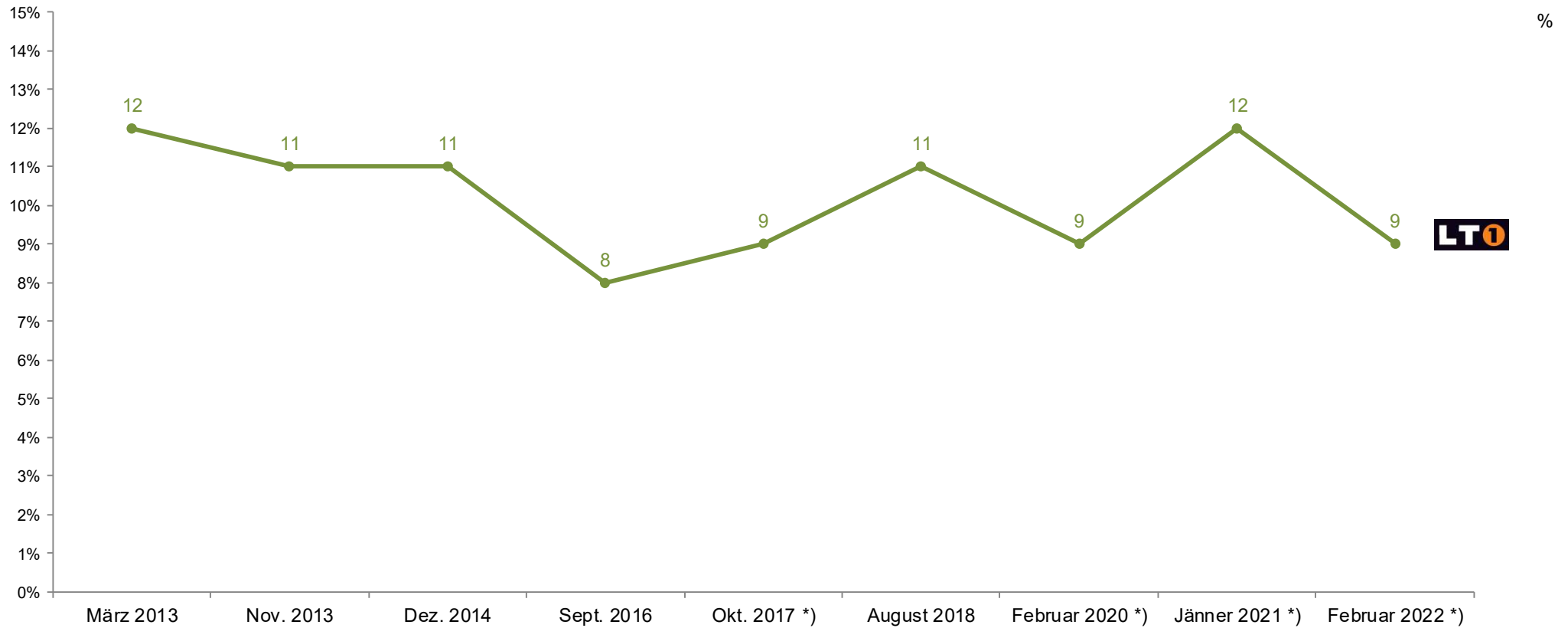


Reichweite 1: Gestern LT1 gesehen? – Trend



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

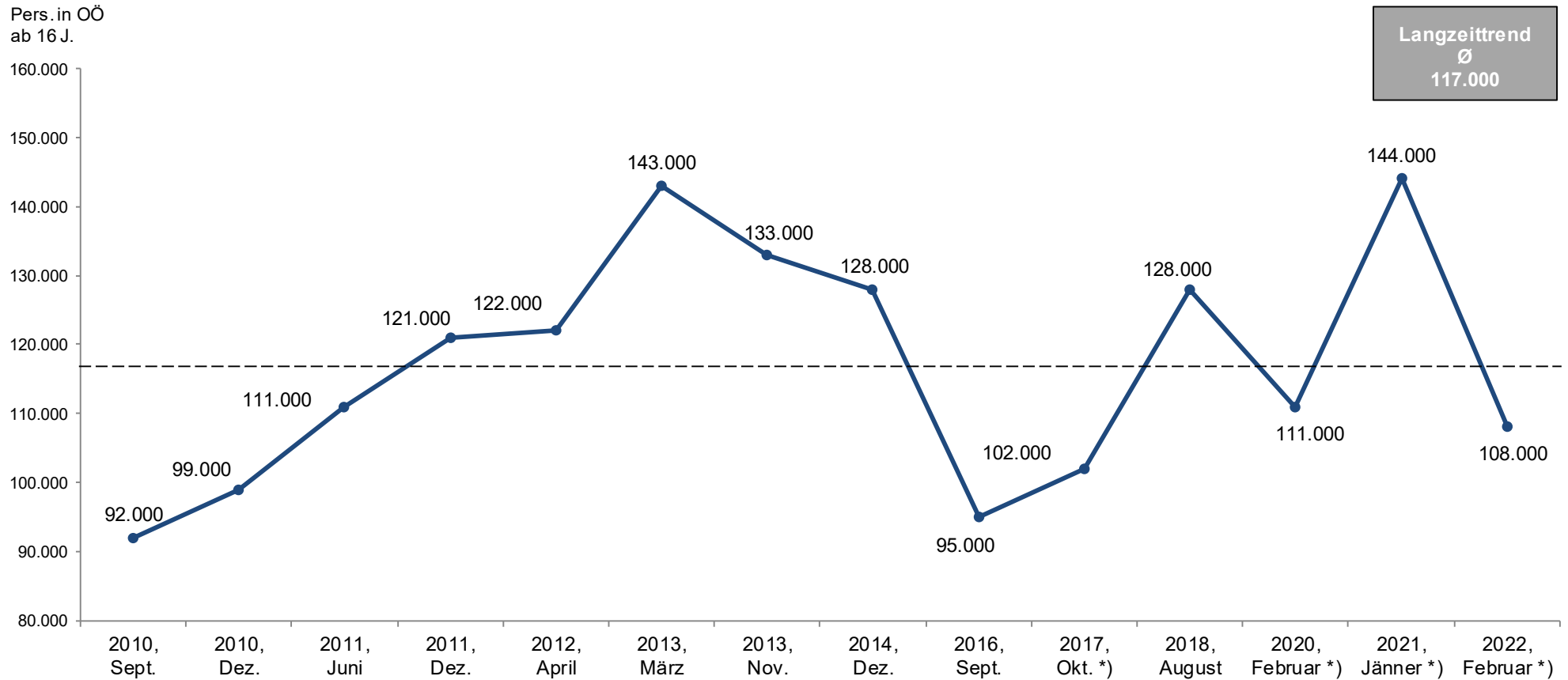


*) Im Oktober 2017, Februar 2020, Jänner 2021 und Februar 2022 wurde die Reichweite auch für die Mitbewerber erhoben. Davor lautete die Fragestellung: "Haben Sie gestern LT1 gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Reichweite 1: Gestern LT1 gesehen? – Trend

Basis: LT1-Seher:innen (gestern), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Langzeittrend
Ø
117.000

*) Im Oktober 2017, Februar 2020, Jänner 2021 und Februar 2022 wurde die Reichweite auch für die Mitbewerber erhoben.

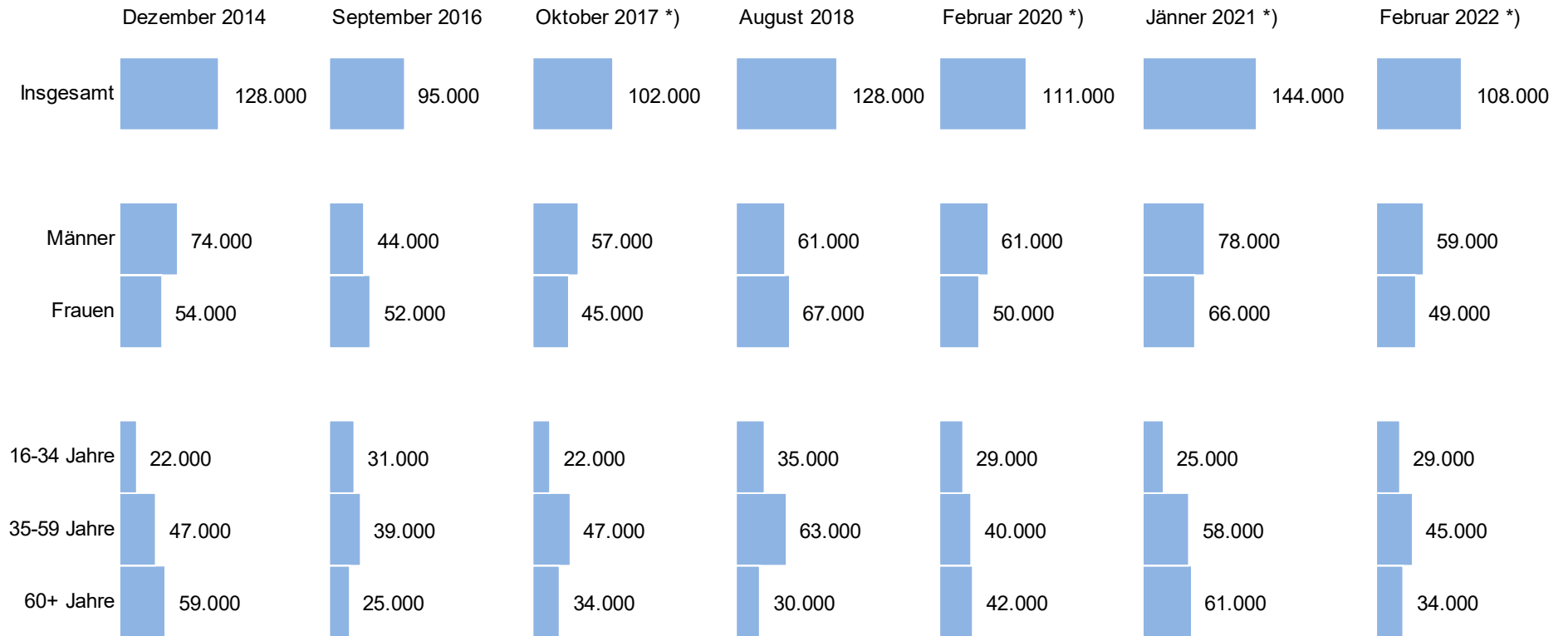
Davor lautete die Fragestellung: "Haben Sie gestern LT1 gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Reichweite 1: Gestern LT1 gesehen? – Trend

Basis: LT1-Seher:innen (gestern), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren bzw. Demogruppen

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



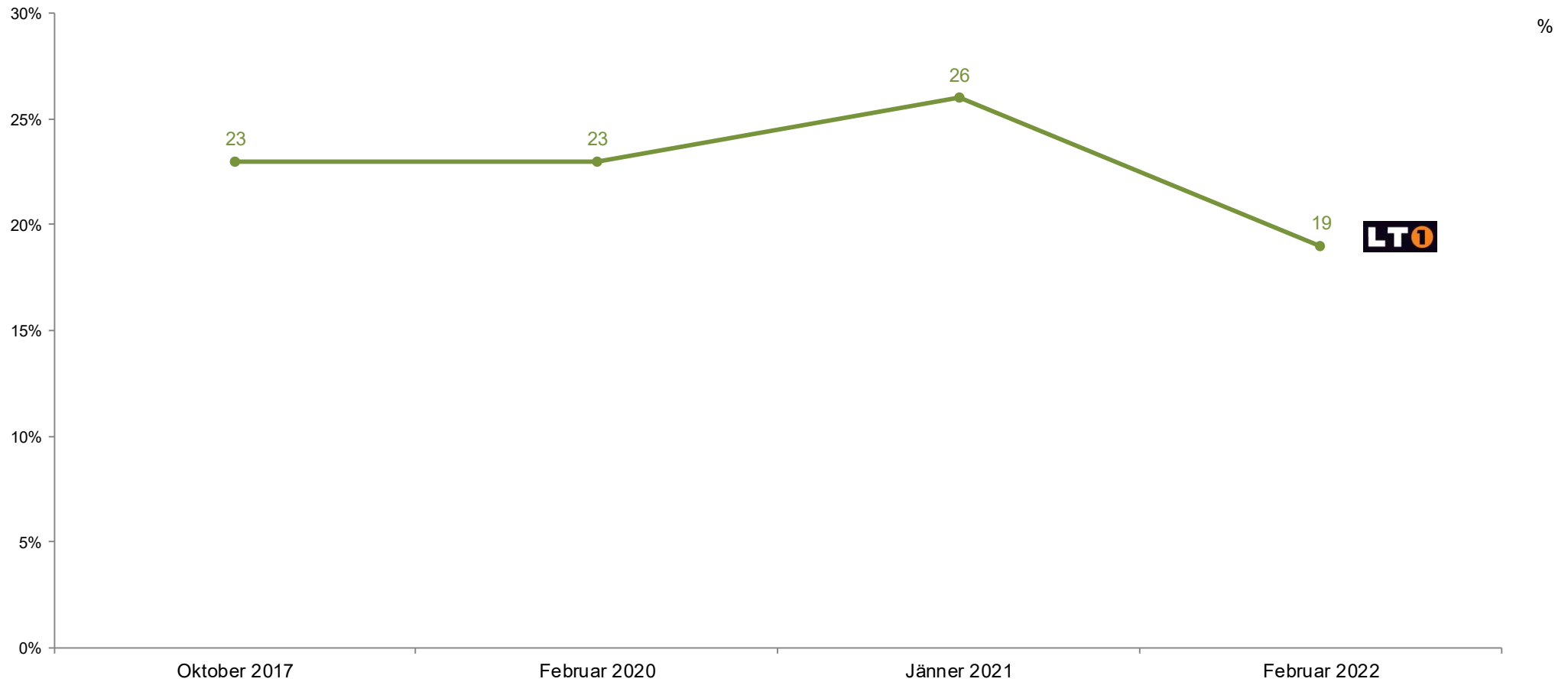
*) Im Oktober 2017, Februar 2020, Jänner 2021 und Februar 2022 wurde die Reichweite auch für die Mitbewerber erhoben. Davor lautete die Fragestellung: "Haben Sie gestern LT1 gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Reichweite 2: Letzte Woche LT1 gesehen? – Trend



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

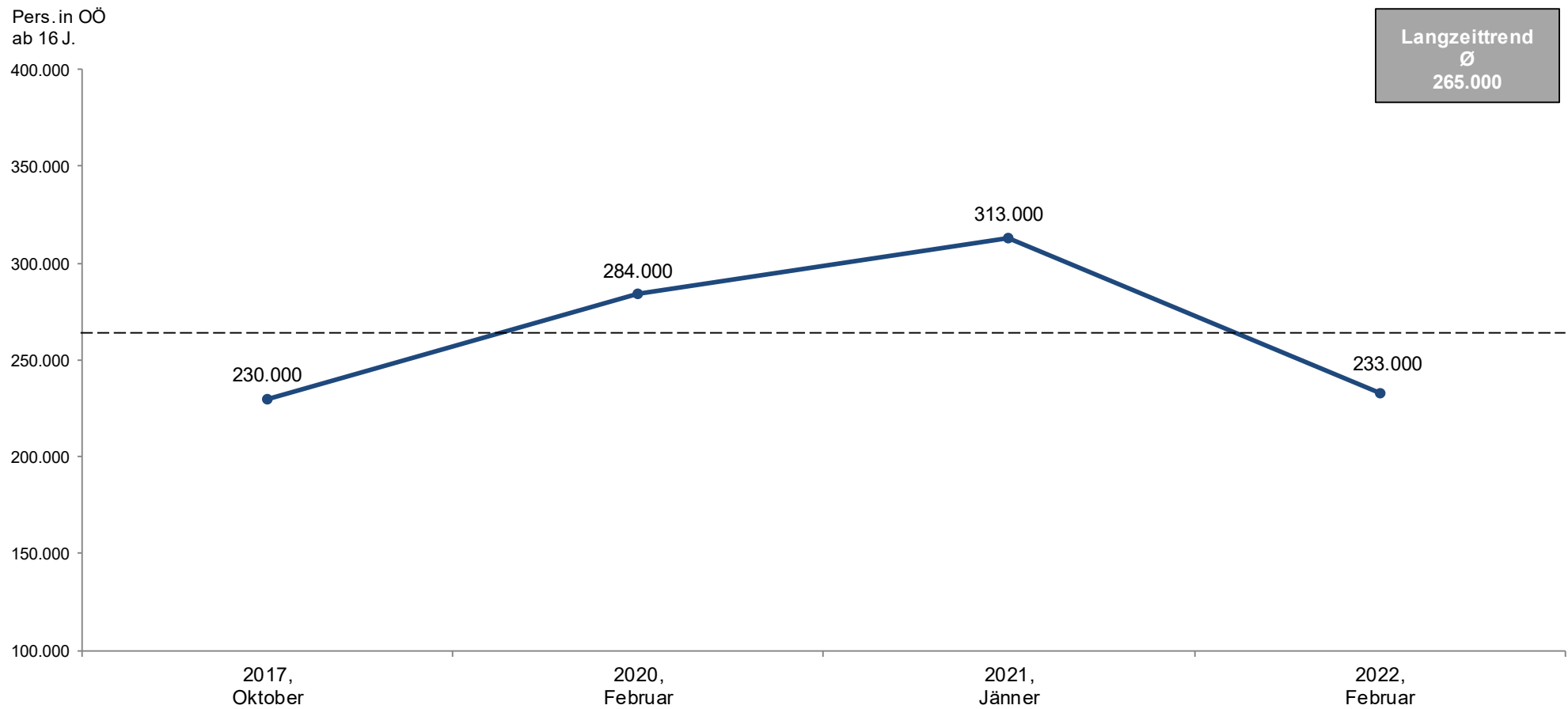


Reichweite 2: Letzte Woche LT1 gesehen? – Trend



Basis: LT1-Seher:innen (letzte Woche), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Projektion der Bekanntheit und der Reichweiten



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / Bevölkerung ab 16 Jahren in den 5 Regionen

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten."
(offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

	Oberösterreich	Linz, Linz-Land	Mühlviertel	Innviertel	Traunviertel	Hausruckviertel	Salzkammergut
<i>in Prozent</i>							
Bekanntheit (spontane Abfrage)	27%	35%	33%	22%	22%	28%	14%
Bekanntheit (gestützte Abfrage)	64%	75%	70%	57%	58%	66%	48%
Wochenreichweite (letzte Woche gesehen)	19%	25%	22%	13%	21%	19%	11%
Tagesreichweite (gestern gesehen)	9%	14%	12%	7%	9%	7%	1%
<i>Bevölkerung ab 16 Jahre (absolut)</i>	1.220.000	293.000	227.000	185.000	128.000	190.000	196.000
Bekanntheit (spontane Abfrage)	327.000	102.000	75.000	40.000	28.000	53.000	28.000
Bekanntheit (gestützte Abfrage)	779.000	220.000	160.000	105.000	74.000	125.000	94.000
Wochenreichweite (letzte Woche gesehen)	233.000	72.000	51.000	24.000	27.000	37.000	22.000
Tagesreichweite (gestern gesehen)	108.000	40.000	28.000	13.000	11.000	14.000	1.000

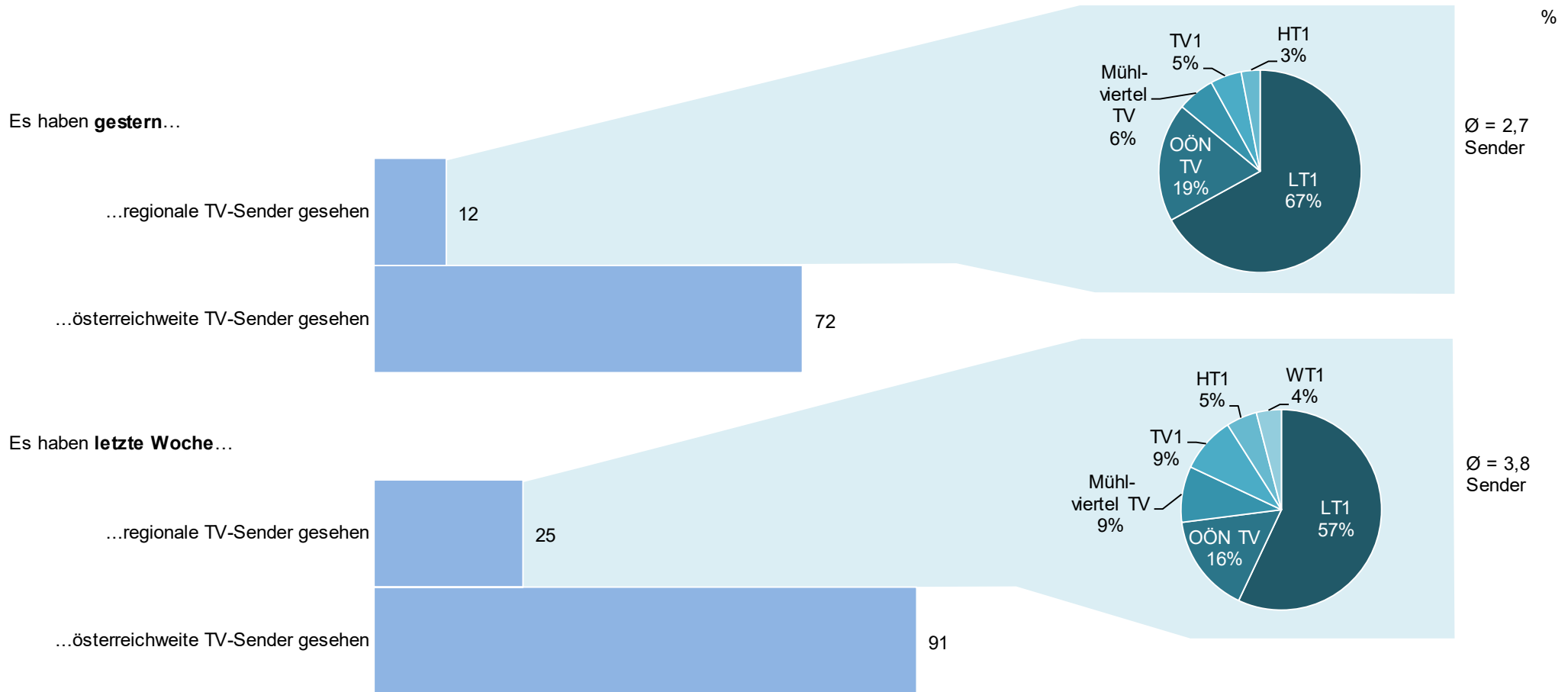
Reichweite: Gestern bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

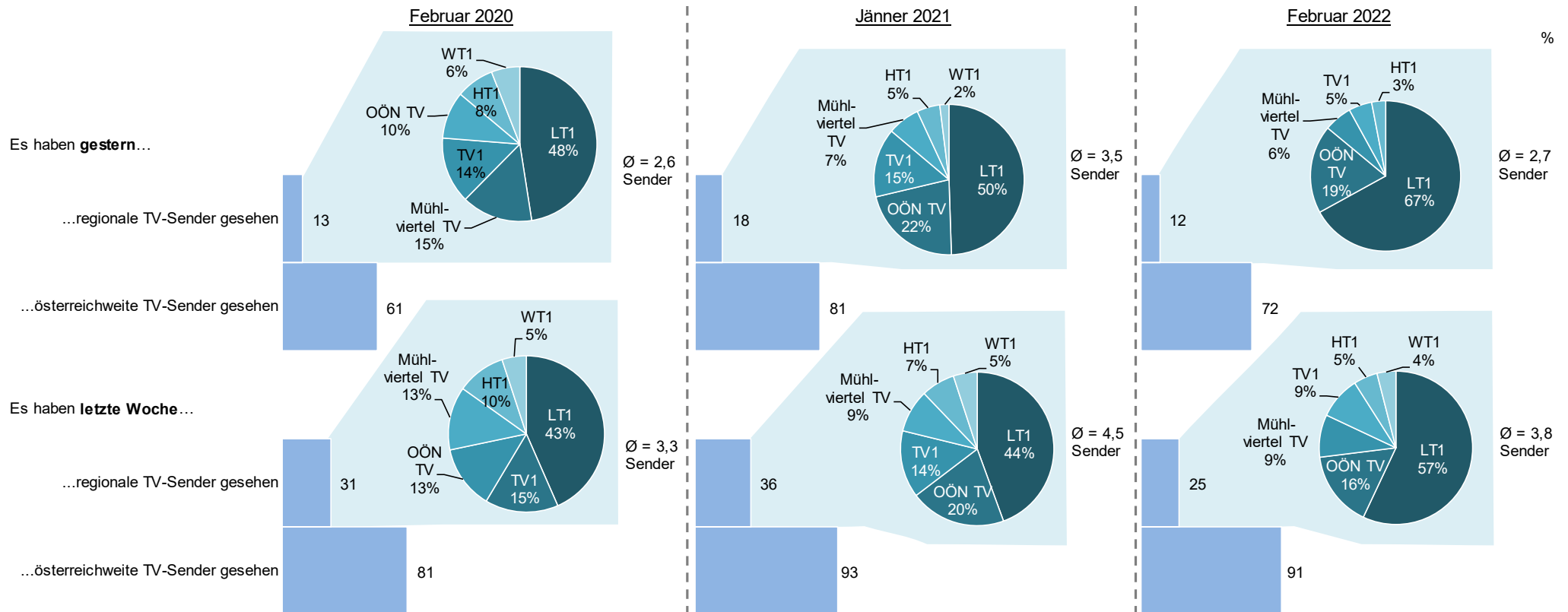


Reichweite: Gestern bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

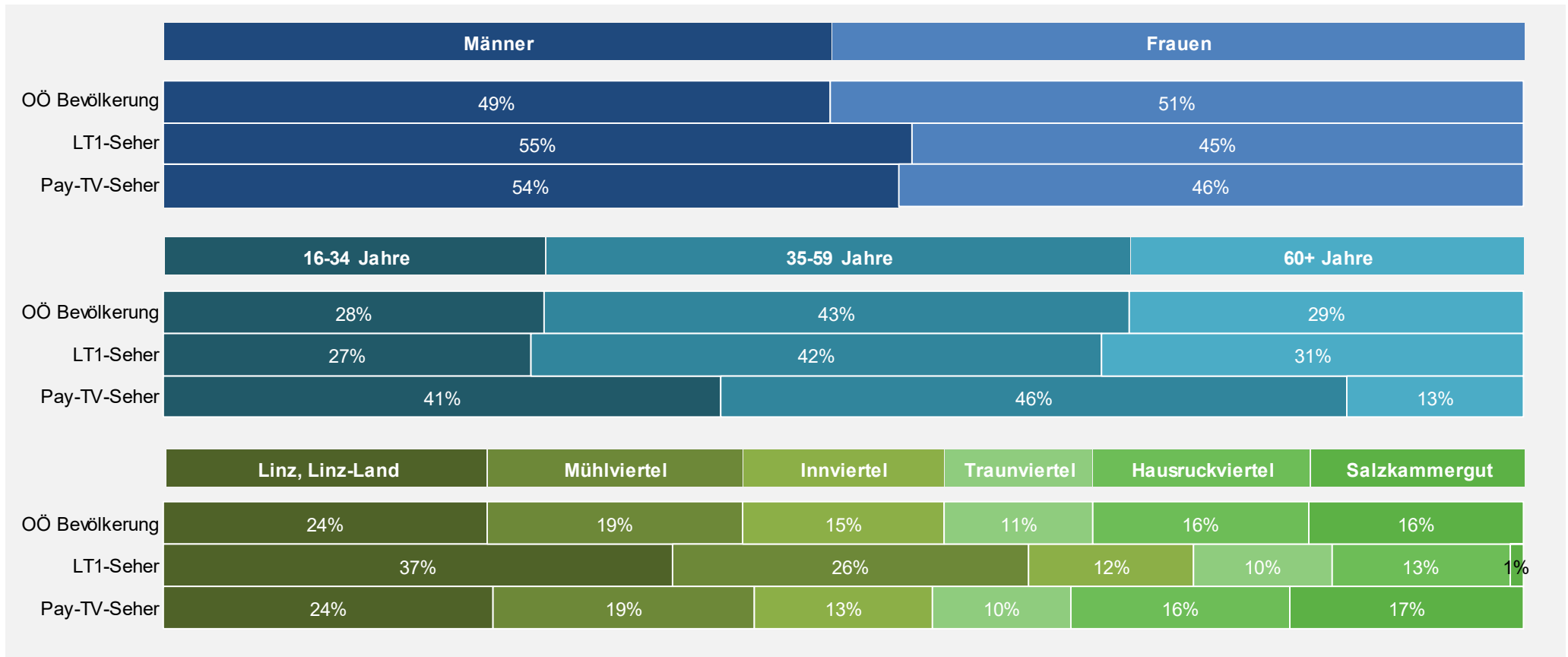
Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Struktur der Befragten



Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Seher:innen / Pay-TV-Seher:innen



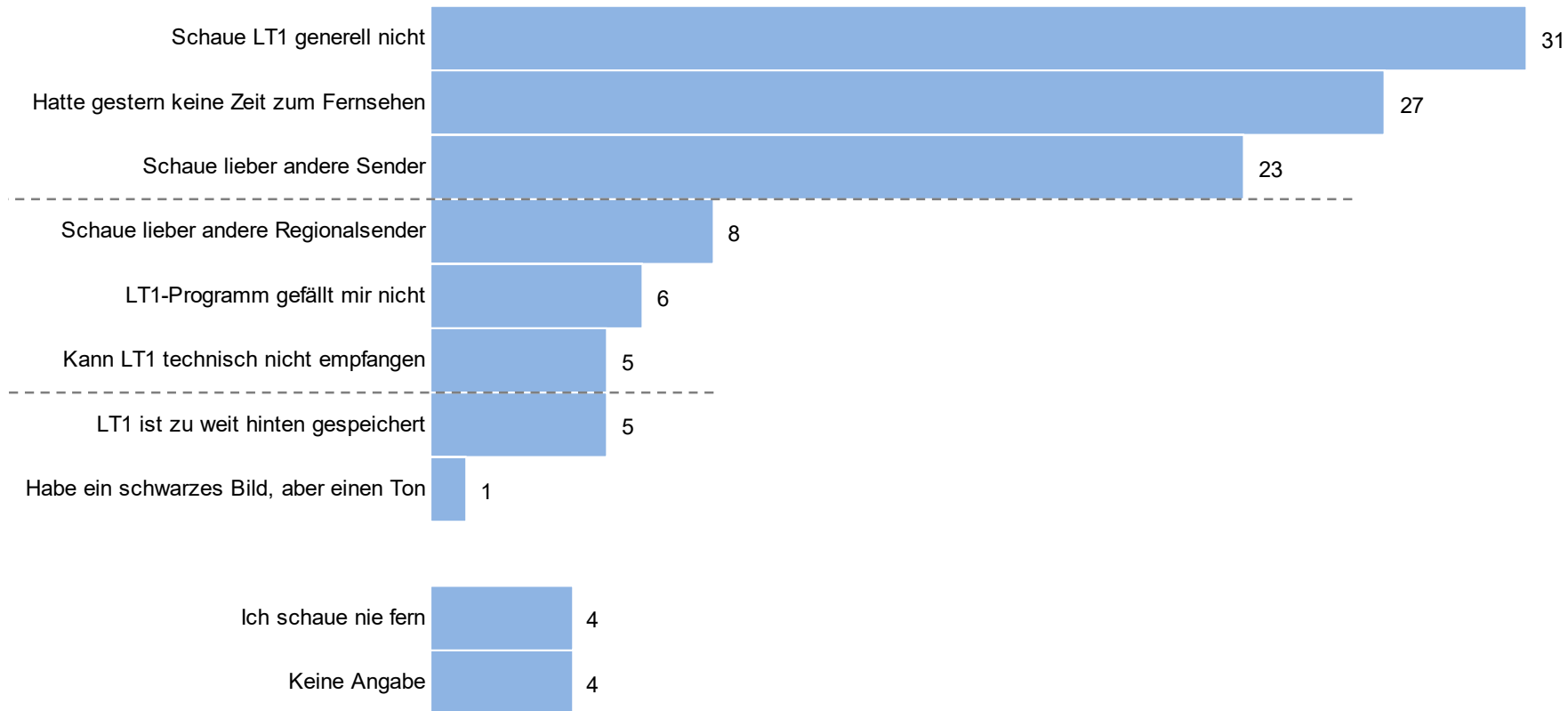
Nicht-Seher:innen – Gründe

Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen (55%=100%)

Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?"

%

Kenner, aber Nicht-Seher von LT1

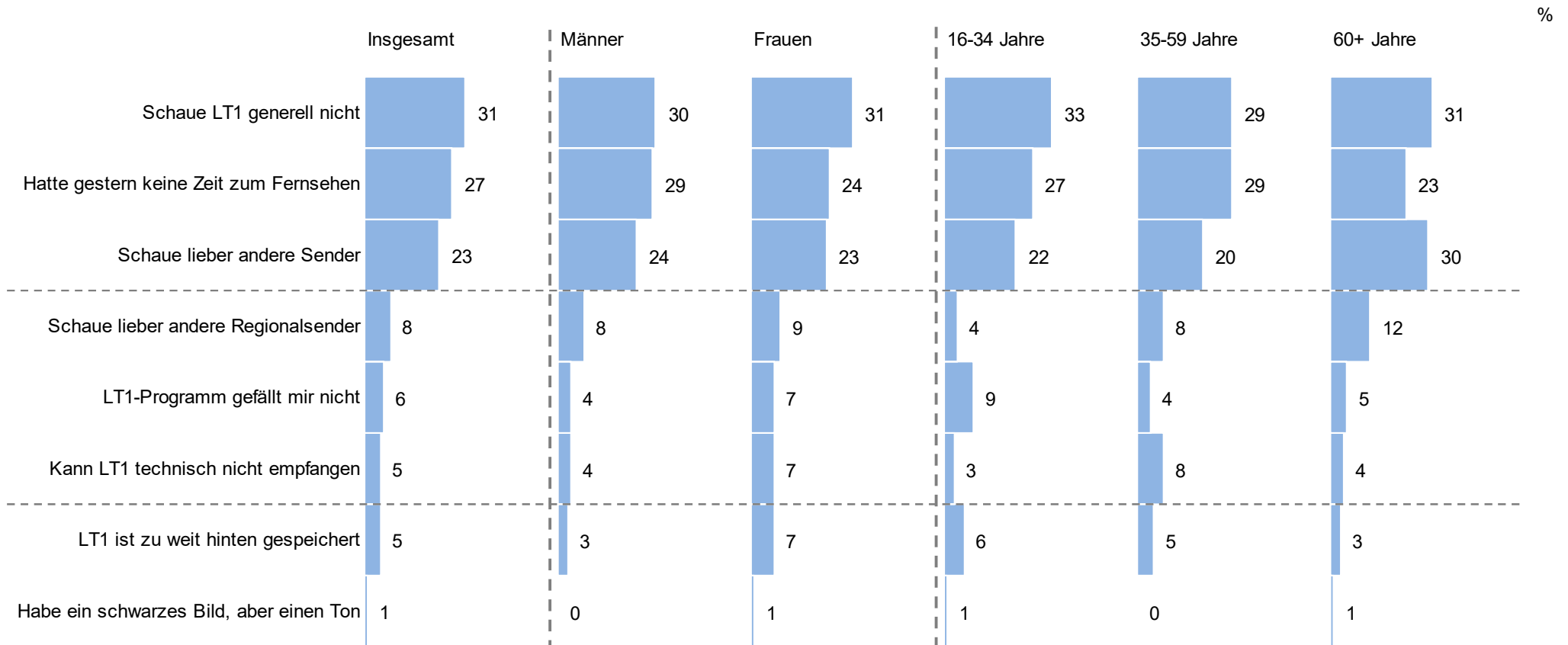


Nicht-Seher:innen – Gründe



Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen (55%=100%)

Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?"

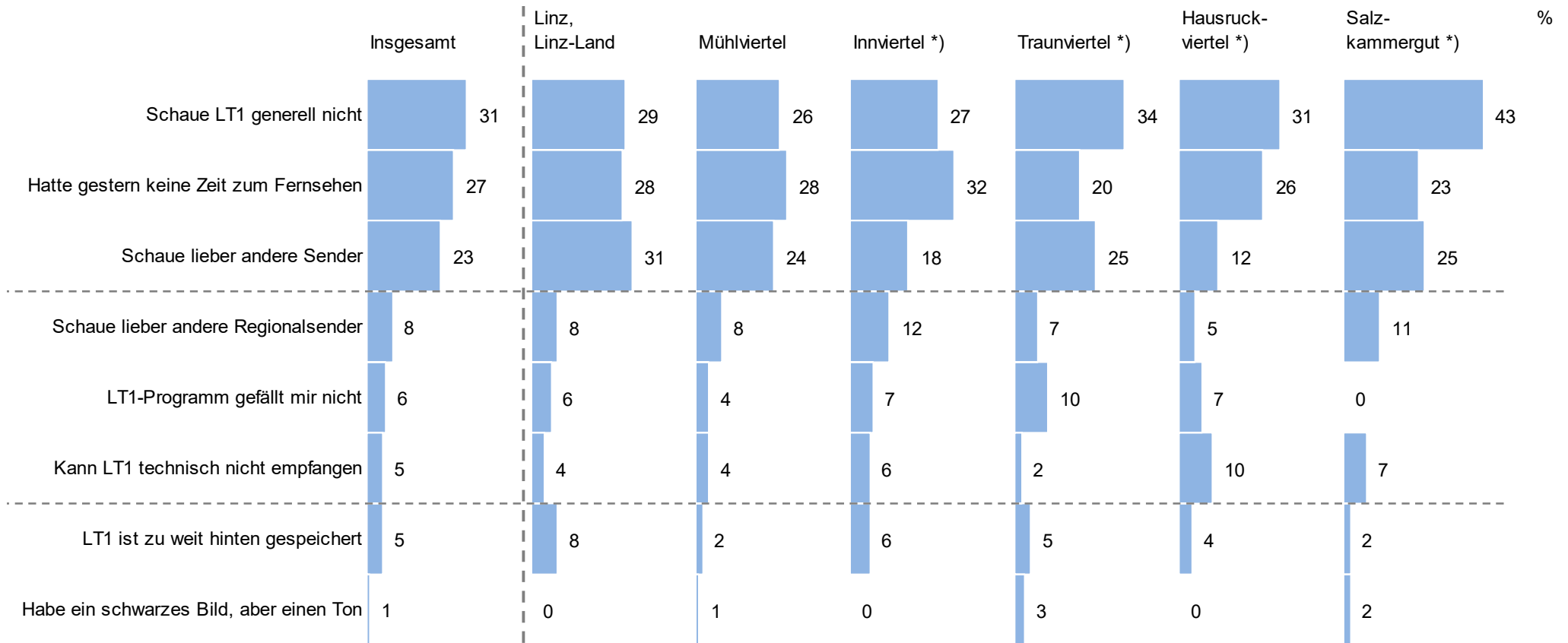


Nicht-Seher:innen – Gründe



Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen (55%=100%)

Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?"



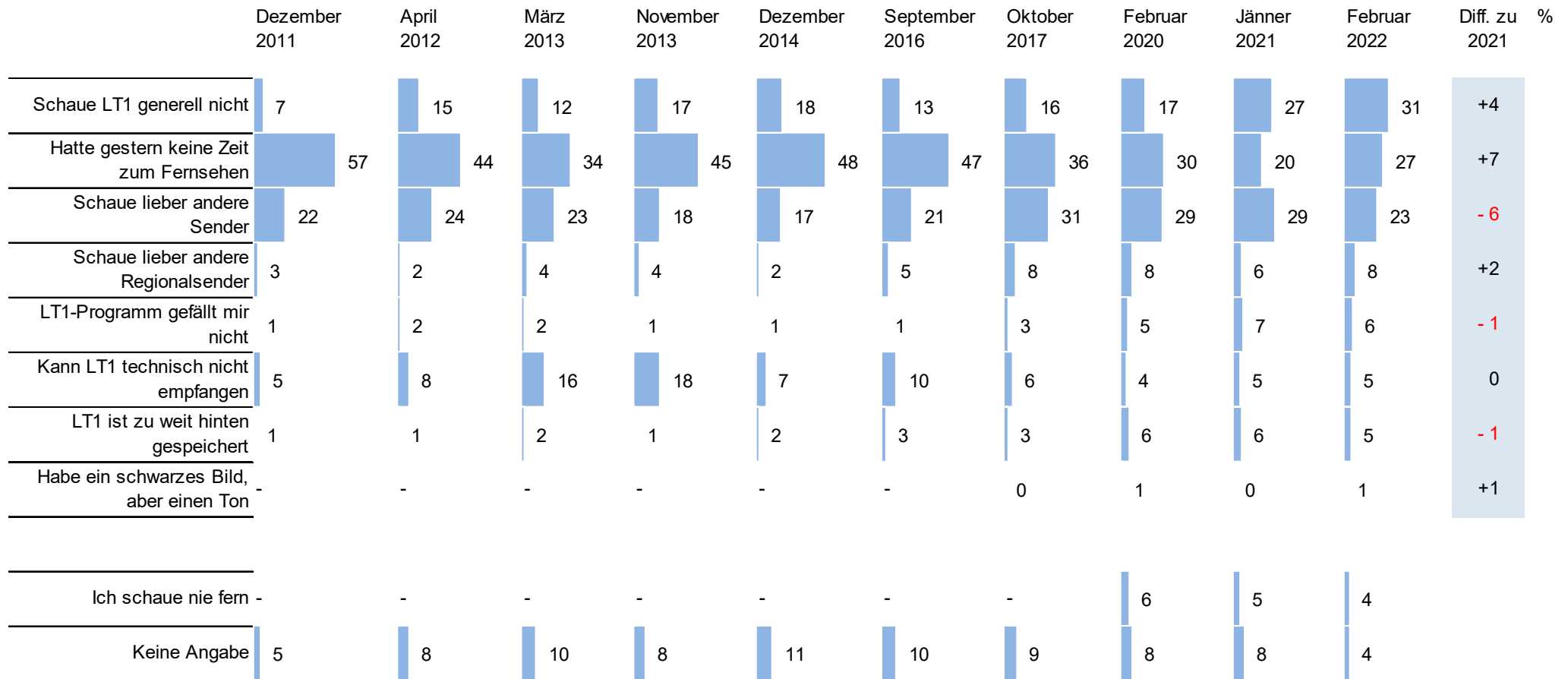
*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Nicht-Seher:innen – Gründe – Trend



Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen

Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?"



-) wurde nicht abgefragt!

Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Reichweite: LT1 liegt nach dem Stichtagsprinzip („gestern“) und der „letzten Woche“ an 2. Stelle im regionalen Wettbewerbsumfeld

- **9 Prozent** der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren geben im demoskopischen Interview an, **am Vortag LT1 gesehen** zu haben. Nach dem Stichtagsprinzip umfasst die Reichweite des Senders somit rund **108.000 Personen ab 16 Jahren in OÖ**.
- Darüber hinaus ergibt sich auf Basis einer Zeitspanne von einer Woche folgendes: In der **letzten Woche** hat **jede fünfte Oberösterreicher:in ab 16 Jahren (19%) LT1 eingeschaltet**, dies entspricht rund **233.000 Personen ab 16 Jahren in OÖ**.
- **Im Wettbewerbsumfeld der privaten Regionalsender** belegt **LT1** damit in **beiden Reichweiten-Dimensionen** den **zweiten Platz** hinter ServusTV.
- Im Zeitverlauf konnte **LT1 beide Bestwerte vom Vorjahr in Bezug auf die Reichweite nach dem Stichtagsprinzip** ("gestern gesehen," und „letzte Woche gesehen“) nicht halten und liegt in beiden Dimensionen wieder **unter dem Durchschnitt im Langzeittrend** seit September 2010.

Nicht-Seher:innen-Gründe: Am häufigsten werden die Gewohnheit, LT1 nicht zu sehen, Zeitmangel und die grundsätzliche Präferenz für andere Sender genannt

- Personen, die am Vortag LT1 nicht eingeschaltet haben, nennen hierfür in erster Linie drei Gründe: LT1 **generell nicht zu schauen, keine Zeit gehabt zu haben** oder **lieber andere Sender** zu sehen.
- Zeitmangel wurde diesmal häufiger als Hindernisgrund angegeben als in der letzten Messung, während die allgemeine Gewohnheit LT1 nicht zu sehen, in dieser Messung im Vergleich zu allen bisherigen Messungen etwas höher ausgeprägt ist. LT1 technisch nicht empfangen zu können, spielt eine vergleichsweise geringe Rolle.

Forschungsdimension 4
Image von LT1



- Image von LT1

Image von LT1



Basis: Kenner:innen von LT1 (64%=100%)

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"

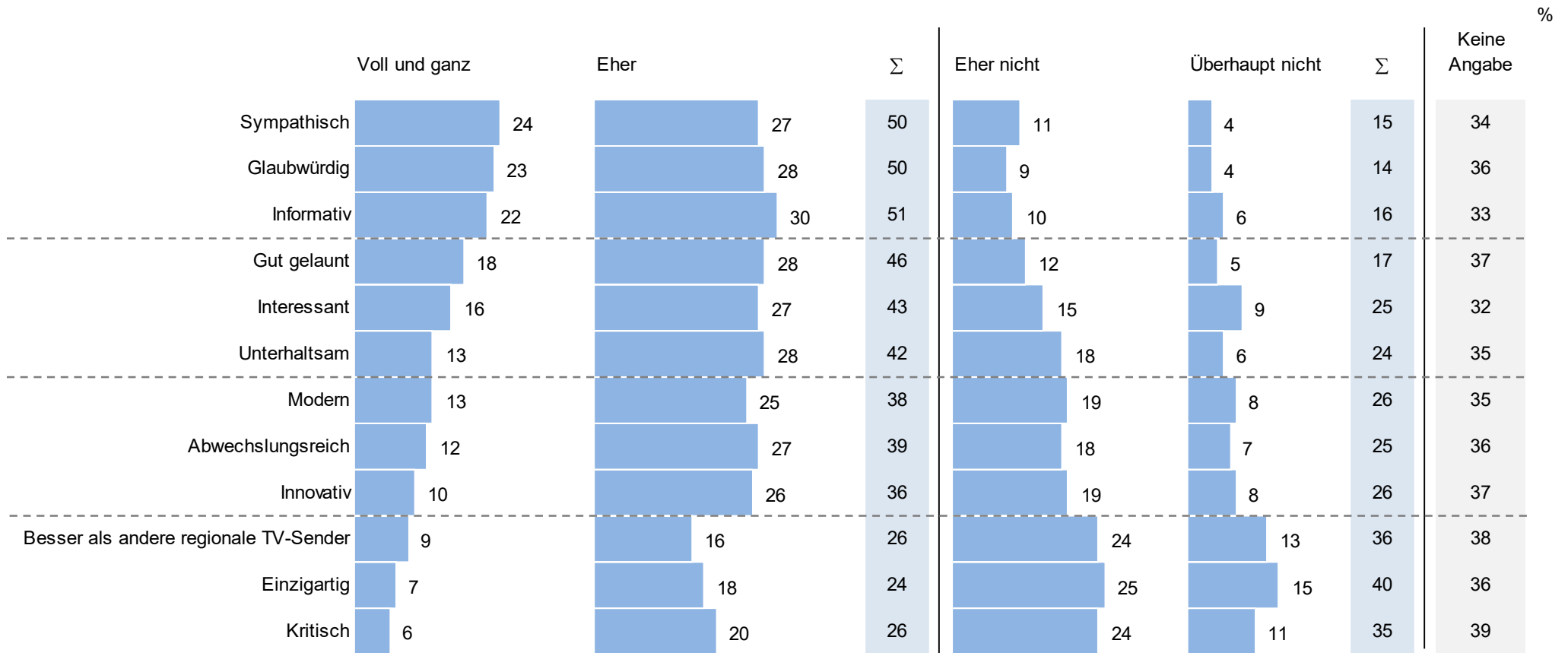
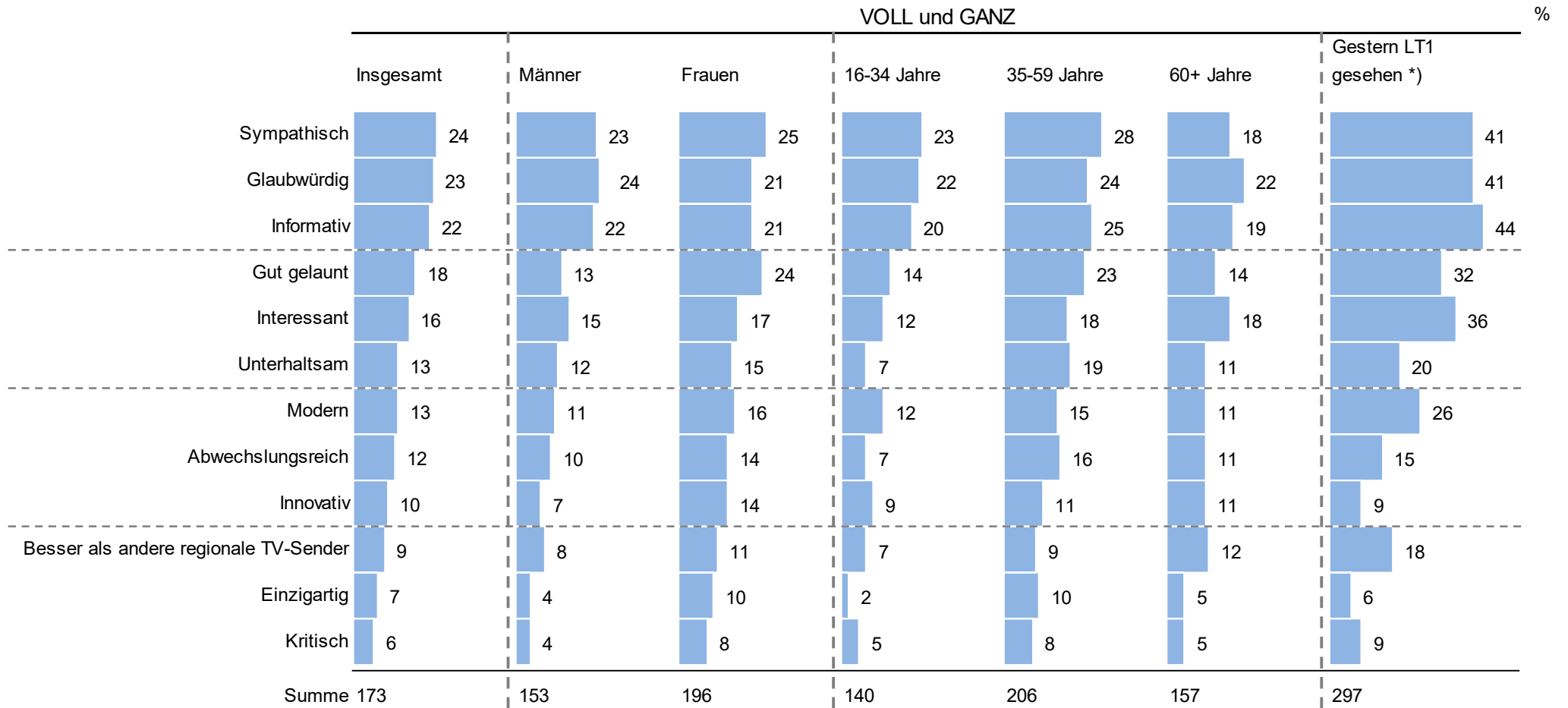


Image von LT1



Basis: Kenner:innen von LT1 (64%=100%)

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"



*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

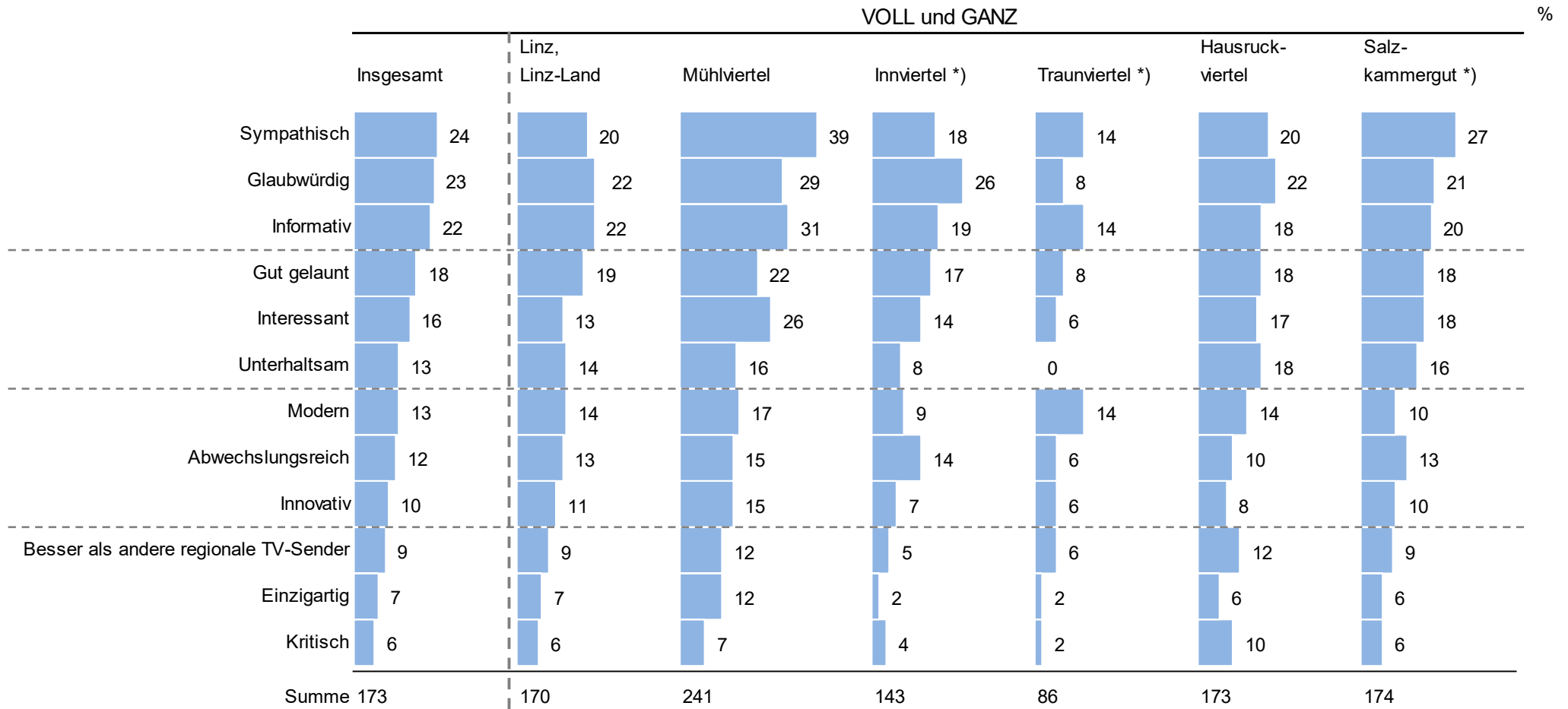
Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

Image von LT1



Basis: Kenner:innen von LT1 (64%=100%)

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"



*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Forschungsdesign: n=800, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Februar 2022, Archiv-Nr. 222070

LT1 gilt als sympathisch, glaubwürdig, informativ

- Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren, die LT1 kennen, beschreiben den Sender vor allem als **sympathisch, glaubwürdig, informativ** und **gut gelaunt**. Auch wird LT1 jeweils von der relativen Mehrheit von dieser Gruppe als interessant, unterhaltsam, modern, abwechslungsreich oder innovativ beschrieben. Weniger zutreffend erachtet diese Zielgruppe Eigenschaften wie kritisch, einzigartig oder besser als andere regionale TV-Sender, die relative Mehrheit kann dem nicht zustimmen.
- **LT1-Kenner:innen**, die nach Stichtagsprinzip am **Vortag LT1 gesehen** haben, schreiben LT1 ein **positiveres Image** zu.

Management Summary Eckpunkte und Ableitungen



- Mediengattungen / TV Quelle und Gerät / Technischer TV-Empfang
- Markenbekanntheit
- Reichweite
- Image von LT1

1

63 Prozent der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren geben im demoskopischen Interview an, **klassisches Fernsehen täglich** zu sehen. Mit deutlichem Abstand in der täglichen Nutzung folgen kostenlose TV-Theken, Videoclips und Pay-TV. **9 von 10 Oberösterreicher:innen** nutzen grundsätzlich ein **TV-Gerät fürs Fernsehen**, 21 Prozent ein Smartphone, 17 Prozent einen Laptop, 13 Prozent ein Tablet und 11 Prozent einen Stand-PC. Im Trend zu Jänner 2021 nimmt die Anzahl der gesehenen Medien etwas zu. Im Durchschnitt schauen die Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren **2,6 Stunden** fern an einem Fernsehtag. **Die Hälfte** der Befragten gibt zu Protokoll, Fernsehprogramme über **Satellit** zu empfangen.

2

LT1 zählt zu den bekanntesten Privatsendern in Oberösterreich: 27 Prozent der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren kennen LT1 spontan und 64 Prozent gestützt (entspricht **rund 779.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren**). Der Spitzenwert vom Vorjahr konnte in der spontanen Bekanntheit nicht gehalten werden, auch in der **gestützten Bekanntheit** liegt LT1 **unter dem Durchschnittswert**.

3

LT1 belegt in beiden Reichweiten-Dimensionen im Wettbewerbsumfeld der privaten Regionalsender den 2. Platz: 9 Prozent der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren haben am Vortag LT1 gesehen, ein Fünftel der Befragten schaltete den Sender in der letzten Woche ein. **Nach dem Stichtagsprinzip "gestern gesehen"** umfasst die **Reichweite von LT1 somit rund 108.000 Personen ab 16 Jahren in OÖ**, im Zeitrahmen der **letzten Woche rund 233.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren**. Im Zeitverlauf konnte LT1 beide Spitzenwerte in der Reichweite nach dem Stichtagsprinzip ("gestern gesehen" und "letzte Woche gesehen") vom Vorjahr nicht halten und liegt damit in beiden Dimensionen **unter dem Durchschnitt im Langzeittrend seit 2010**. Bei den Gründen, warum LT1 am Vortag nicht gesehen wurde, zählt die **Gewohnheit LT1 nicht zu sehen**, gemeinsam mit Zeitmangel und der **generellen Präferenz für andere Sender** weiterhin zu den TOP3-Hindernisgründen.




4

LT1 gilt als sympathisch, glaubwürdig, informativ



KONTAKT

IMAS International
Institut für Markt- und Sozialanalysen GmbH
Gruberstraße 2-6
A-4020 Linz

 +43 / 732 / 77 22 55 – 0
 office@imas.at
 www.imas.at