

Über drei Millionen Unique User surfen im ORF.at-Network. Neue Rekord-Reichweite von 50,4 Prozent laut aktueller ÖWA Plus

ID: LCG14379 | 09.10.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

Neue Höchstwerte auch bei Wochen- und Tagesreichweiten. Nutzung über mobile Endgeräte hat deutlich zugenommen: 22,8 Prozent der österreichischen Onliner greifen auch über mobile Endgeräte auf das ORF.at-Network zu.

Bilder zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/werbungapp>

Wien (LCG) – „Binnen eines Jahres konnte das ORF.at-Network die Reichweite nicht nur um 5,2 Prozent steigern, sondern auch die magische 50-Prozent-Hürde überschreiten: 50,4 Prozent der österreichischen Internetuser surfen auf ORF.at. Mit 3.055.000 Usern pro Monat erreicht das ORF.at-Network einen neuen Rekord und bestätigt sich damit als performantes Umfeld für effiziente Kampagnen“, betont **Matthias Seiringer**, Head of Sales Online bei ORF-Enterprise, anlässlich der soeben erschienenen ÖWA Plus für das zweite Quartal 2014. Besonders erfreut ist man beim trimedialen Marktführer auch über die Entwicklung der Tages- und Wochenreichweite: Die Wochenreichweite stieg von 28,8 auf 30,1 Prozent und täglich frequentieren 781.000 User das ORF.at-Network; um 56.000 User mehr als noch vor einem Jahr. Als positive Einflussfaktoren für die signifikant gestiegene Nutzerzahl nennt Seiringer einerseits die Fußball-WM 2014 in Brasilien und die Berichterstattung rund um den Song Contest. „Die plattformübergreifenden Werbemöglichkeiten im ORF.at-Network sind die ideale Voraussetzung, um von den gestiegenen Reichweiten im vollen Ausmaß zu profitieren. Vor allem junge Zielgruppen, die verstärkt über mobile Endgeräte und Apps zugreifen, können durch

das neue Angebot optimal erreicht werden“, unterstreicht Seiringer.

Zwtl.: sport.ORF.at auf der Überholspur

Zu den erfolgreichsten Channels im ORF.at-Network zählen die Angebote von [oesterreich.ORF.at](#), [news.ORF.at](#), [sport.ORF.at](#), [wetter.ORF.at](#) und [tvthek.ORF.at](#), die allesamt die höchste Anzahl an Unique Usern pro Monat und pro Woche in der Geschichte der Österreichischen Web Analyse (ÖWA) erzielen. Österreichs erfolgreichste Sportseite, [sport.ORF.at](#), konnte ihre Reichweite binnen eines Jahres um 13 Prozent auf aktuell 1.274.000 User im Alter von 14 Jahren und älter ausbauen.

Mit einem Anteil von 55 Prozent kommt das ORF.at-Network besonders gut bei männlichen Usern an. 53 Prozent aller Nutzerinnen und Nutzer befinden sich im Alter zwischen 14 und 39 Jahren: Das gesamte ÖWA Plus-Universum verzeichnet in dieser Altersschicht nur 46 Prozent der User. Auch beim Bildungsabschluss liegt das ORF.at-Network deutlich über dem ÖWA-Schnitt: 37 Prozent der User verfügen über Matura oder Universitätsabschluss; im gesamten ÖWA Plus-Universum sind es nur 30 Prozent.

Zwtl.: Channels mit hohem Content-Anteil ziehen gehobene Bildungsschichten an

Die junge Zielgruppe im Alter zwischen 14 und 29 Jahren klickt besonders gerne auf [fm4.ORF.at](#) (45 Prozent), [oe3.ORF.at](#) sowie [teletext.ORF.at](#) (je 40 Prozent). Mit einem Anteil zwischen 70 und 74 Prozent zählen [teletext.ORF.at](#), [sport.ORF.at](#) und [debatte.ORF.at](#) zu den stark männlich dominierten Channels. [kundendienst.ORF.at](#) und [dancingstars.ORF.at](#) verzeichnen mit jeweils 56 Prozent einen etwas höheren Frauenanteil, während das Geschlechterverhältnis bei [oe3.ORF.at](#) mit je 50 Prozent ausgeglichen ist.

User mit Matura oder Hochschulabschluss sind auf contentlastigen Channels wie [science.ORF.at](#), [religion.ORF.at](#), [fm4.ORF.at](#), [oe1.ORF.at](#) und [help.ORF.at](#) mit einem Anteil von über 50 Prozent besonders stark vertreten.

Zwtl.: Mobile Nutzung deutlich gestiegen

1.382.000 User greifen zumindest einmal pro Monat auch über ein mobiles Endgerät auf das ORF.at-Network zu, wobei in der ÖWA Plus ausschließlich Small Screen Devices und Smartphones jedoch keine Tablets dieser Kategorie zugerechnet werden. Damit nutzen 22,8 Prozent der Onliner im Alter 14 Jahre und älter das ORF.at-Onlineangebot auch von mobilen Endgeräten aus. Binnen nur eines halben Jahres ist dieser Wert um 16,9 Prozent gestiegen. Besonders hoch ist der Anteil männlicher User, der bei der mobilen Nutzung 59 Prozent ausmacht. 41 Prozent der Nutzer, die mit dem mobilen Endgerät auf ORF.at surfen, befinden sich im Alter zwischen 14 und 29 Jahren.

Zwtl.: Über ORF-Enterprise

ORF-Enterprise ist der führende Werbezeitenvermarkter in Österreich und als eigenständige 100-prozentige ORF-Tochter exklusiv für den Werbezeitenverkauf aller überregionalen Medien des ORF verantwortlich. Unter der Geschäftsführung von **Oliver Böhm** (Werbezeitenvermarktung, CEO) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (Finanzen, Administration und Internationale Content Verwertung, CFO) werden die heimischen Marktführer der drei elektronischen Mediensegmente TV (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur & Information, ORF SPORT +), Radio (Hitradio Ö3, radio FM4) und Internet (ORF.at, ORF TVthek) vermarktet. Zum Portfolio zählen auch TV-und Hörfunk-Sponsoring, Cross-Media-Kooperationen, Off-Air-Events, Gewinnspiele, Licensing & Merchandising, der internationale Contentverkauf und der ORF-Musikverlag. ORF-Enterprise ist die offizielle Repräsentanz führender internationaler Kommunikations-Festivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Eurobest Festival. Informationen unter <http://www.canneslions.com>. National werden die Kreativbewerbe ORF-Tops Spot, ORF-Werbeahn und ORF-Onward vergeben. Weitere Informationen unter <http://enterprise.ORF.at>, <http://contentsales.ORF.at> und <http://musikverlag.ORF.at>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter [http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at). (Schluss)