

Spitzenposition bestätigt: 52 Prozent der heimischen Internet-User nutzen das Angebot von ORF.at – BILD

ID: LCG17006 | 12.01.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien – sterreich | Medieninformation

- **3,21 Millionen User pro Monat machen das ORF.at-Angebot zum beliebtesten Nachrichtennetzwerk des Landes**
- **Intensivnutzung mit 924.000 Usern pro Tag an der Millionenmarke**
- **User-Qualität nimmt weiter zu: 40 Prozent der ORF.at-User verfügen über Matura oder Universitätsabschluss**

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/crossdevice>

Wien (LCG) – Die soeben erschienene ÖWA Plus (Österreichische Web Analyse) für das dritte Quartal 2016, die auch die App-Nutzung erfasst, bestätigt das ORF.at-Angebot als Primus unter allen ÖWA Plus Angeboten. ORF.at verzeichnet in gewohnter Manier die höchsten Reichweiten auf Tages-, Wochen- und Monatsbasis und ist damit der verlässliche Partner für erfolgreiche Digitalkampagnen. In der aktuellen Erhebung steigt auf Tagesbasis sowohl die mobile Nutzung als auch jene über den Desktop gegenüber dem Winterquartal 2016 (2016-I), wobei 52 Prozent der heimischen Internetuser (P 14+) das qualitativ hochwertige Angebot nutzen.

Intensivnutzer nehmen zu

Besonders erfreut zeigt man sich bei der für die Vermarktung zuständigen ORF-Enterprise mit der deutlichen Zunahme der Intensivnutzer auf Tagesbasis: Im Vergleich zum Winterquartal 2016 haben diese um 4,6 Prozent zugenommen und belaufen sich aktuell auf 924.000 pro Tag.

„Auch ohne spektakuläre Großereignisse wie beispielsweise der UEFA EURO 2016 ist das ORF.at-Network der erste Klick für die Österreicherinnen und Österreicher, wenn es um verlässliche Informationen geht. Das starke Wachstum der Intensivnutzer ermöglicht einen raschen Nettoreichweitenaufbau für Kampagnen im ORF.at-Network und ist eine wesentliche, positive Entwicklung für die Kunden der ORF-Enterprise. Ebenso bietet die Entwicklung der User-Qualität die optimale Basis für digitale Werbeerfolge und macht das ORF.at-Network zum unverzichtbaren Partner für die werbetreibende Wirtschaft“, kommentiert **Matthias Seiringer**, Head of Sales bei der ORF-Enterprise, die nun vorliegenden Zahlen für das dritte Quartal 2016.

Das Wochenende holt auf

Die zunehmende Nutzung von mobilen Endgeräten führt zu einem kleineren Abstand zwischen der Nutzung an Wochentagen und Wochenenden. Dieser liegt aktuell bei nur mehr knapp über 100.000 Usern und werde sich weiter verringern, wie Seiringer einschätzt. An Wochentagen greifen durchschnittlich 956.000 User auf die Angebote von ORF.at zu und an den Wochenenden sind es derzeit 843.000 User.

Die stärksten Channels im ORF.at-Angebot

Auf Monatsbasis sind die Regionalangebote mit 2,13 Millionen Usern in der Pole-Position vor news.ORF.at (1,82 Millionen User) und sport.ORF.at (1,12 Millionen User).

Mit einer monatlichen Reichweite von 1,08 Millionen Unique Usern erfreut sich auch die ORF-TVthek höchster Beliebtheit unter den österreichischen Internet-Nutzerinnen und -Nutzern.

User-Qualität nimmt im ORF.at-Network weiter zu

40 Prozent der User der ORF.at-Angebote verfügen über Matura oder Universitätsabschluss, womit dieser Wert deutlich über dem ÖWA Plus-Universum (33 Prozent) liegt. 67 Prozent der User entfallen auf die Altersgruppe der 14-bis 49-Jährigen.

Die Zielgruppen der einzelnen Channels

Überdurchschnittlich viele junge User finden sich in den Channels der nationalen Radiosender radio FM4 und Hitradio Ö3: Auf fm4.ORF.at liegt der Anteil der 14-bis 29-Jährigen User bei 37 Prozent; auf oe3.ORF.at sind es 35 Prozent.

Mit einem Anteil zwischen 70 und 74 Prozent der User verzeichnen sport.ORF.at, teletext.ORF.at und help.ORF.at überdurchschnittlich viele männliche User. teletext.ORF.at erfreut sich durch die Nutzung auf mobilen Endgeräten einer starken Nutzung unter anderem durch den Abruf aktueller Sportinformationen. Den höchsten Anteil an weiblichen Usern verzeichnen extra.ORF.at, der ORF.at sowie oe3.ORF.at.

Höhere Bildungsschichten werden besonders von Channels mit hohem Story-Anteil und ausführlicher Berichterstattung angezogen. Auf fm4.ORF.at, science.ORF.at, help.ORF.at, oe1.ORF.at, iptv.ORF.at und debatte.ORF.at liegt der Anteil der Matura- oder Universitätsabsolventen zwischen 55 und 61 Prozent und damit signifikant über dem ÖWA Plus-Universum mit 33 Prozent.

ORF.at-Network in der stationären und mobilen Nutzung

35,2 Prozent der österreichischen Internet-User oder 2,22 Millionen User haben pro Monat zumindest einmal über ein stationäres Endgerät auf das ORF.at-Network zugegriffen. 27,2 Prozent oder 1,75 Millionen User haben zumindest einmal über ein mobiles Endgerät auf das ORF.at-Angebot zugegriffen. 52 Prozent der ORF.at-User nutzen das Angebot auf Monatsbasis (auch) über mobile Endgeräte beziehungsweise Apps. Die stationäre Nutzung

steigt in der täglichen Betrachtung von 545.000 User im ersten Quartal 2016 auf 583.000 User im dritten Quartal 2016.

Quelle für alle Daten: Österreichische Web Analyse ÖWA Plus für das dritte Quartal 2016

Angaben zu Usern: Österreichische Internetuser ab 14 Jahren

Über die ORF-Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier TV-Sender (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Österreich 1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, die ORF TVthek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing und Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Die ORF-Enterprise ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativ-Festivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-Top Spot, ORF-Werbebahn und ORF-Onward. Die Geschäftsführung der ORF-Enterprise setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen, Administration, Musik- und Contentverwertung, Programmservice) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns und hält unter anderem Beteiligungen an der Video-on-Demand-Plattform Flimmit. Weitere Informationen auf <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 auf [https:// www.leisure.at](https://www.leisure.at) . (Schluss)