

ORF.at-Network ist erneut die klare Nummer 1 am Österreichischen Digitalmarkt: Von Montag bis Freitag surft bereits über eine Million Unique User im beliebtesten Nachrichtennetzwerk des Landes

ID: LCG17106 | 06.04.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

- **Österreichs beliebtestes Nachrichtennetzwerk verzeichnet 3,43 Millionen User pro Monat**
- **Top Wert von 1,18 Millionen Unique User pro Monat für die ORF-TVthek**

Wien (LCG) – In der soeben veröffentlichten Österreichischen Web Analyse (ÖWA Plus) für das vierte Quartal 2016 kann sich das ORF.at-Network über einen Zuwachs im Vergleich zum dritten Quartal 2016 von 6,7 Prozent auf 3,43 Millionen User pro Monat beziehungsweise 54,5 Prozent der österreichischen Internet-User freuen und wird damit als das beliebteste Nachrichtennetzwerk des Landes klar bestätigt. Die Zahl der User an einem durchschnittlichen Wochentag (Montag bis Freitag) überschreitet mit 1,01 Millionen erneut die Millionengrenze. An einem Wochenendtag nutzen bereits 942.000 User das ORF.at-Angebot, wobei sich der Wert durch die fortschreitende Entwicklung mobiler Zugriffe kontinuierlich an die Zahl der Wochentage annähert.

„Mit einer abermals gesteigerten Reichweite bestätigt das ORF.at-Network seine Pole-Position als die erste Adresse für Werbeerfolge. Die wachsende Nutzung ist die optimale Voraussetzung für einen schnellen Aufbau von Reichweite in einem hoch qualitativen Umfeld.

Erfolgreiche Digitalwerbung profitiert von der Kraft des beliebtesten Nachrichtennetzwerks mit seinen hohen Qualitäts- und Visibility-Standards“, fasst **Matthias Seiringer**, Head of Sales bei der ORF-Enterprise, die Ergebnisse zusammen.

ORF-TVthek ist weiter im Höhenflug

Die ORF-TVthek kann ihren Höhenflug weiter fortsetzen und verzeichnet in der aktuellen ÖWA Plus monatlich 1,18 Millionen User, die sich via Web und App über ORF-Sendungen, aktuelle Nachrichten und Sport-Highlights informieren. Im Vergleich zum dritten Quartal 2016 wächst die Userzahl um mehr als neun Prozent.

Mobile Nutzung nimmt zu

Pro Monat greifen 1,75 Millionen (51 Prozent der ORF.at-User) zumindest einmal auch über ein mobiles Endgerät beziehungsweise über eine App auf das ORF.at-Network zu; das sind knapp vier Prozent mehr als noch im dritten Quartal. An einem durchschnittlichen Wochenendtag liegt der Anteil mobiler Nutzer mit 41 Prozent etwas höher als an einem mittleren Wochentag mit 36 Prozent.

Qualitative Inhalte sorgen für hohe User-Qualität

Von den täglichen ORF.at-Nutzern verfügen 43 Prozent über die Matura oder einen Hochschul-Abschluss. Damit liegt die formale Bildung deutlich über dem Schnitt des ÖWA-Plus Universums mit 32 Prozent.

68 Prozent der ORF.at-User entfallen in der Monatsbetrachtung auf die Aktivgruppe der 14-bis 49-Jährigen und 54 Prozent der User sind männlich. Ein besonders hoher Anteil männlicher User entfällt auf die Channels sport.ORF.at und news.ORF.at. Besonders viele junge User im Alter zwischen 14 und 29 Jahren werden auf oe3.ORF.at und fm4.ORF.at erreicht. Auf den Channels extra.ORF.at, tv.ORF.at und oe3.ORF.at fällt der Anteil weiblicher Userinnen mit 48 bis 60 Prozent der User am höchsten aus. Hohe Anteile an Personen mit Matura oder Hochschulabschluss finden sich in den Channels fm4.ORF.at, oe1.ORF.at und science.ORF.at.

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, 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-Werbeahn 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>.

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

Angaben zu Usern: Österreichische Internetuser ab 14 Jahren

+ + + 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>. (Schluss)

