

## **Die klare Nummer 1: Mehr als 50 Prozent der Internet-User nutzen das ORF.at-Network – BILD**

ID: LCG17284 | 13.07.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Medien – sterreich | Medieninformation

### **Aktuelle Österreichische Web Analyse (ÖWA Plus 2017-I) bestätigt ORF.at erneut als Marktführer im Web.**

Bilder zur Meldung auf [http:// presse.leisuregroup.at/ orf-enterprise/ seiringer](http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/seiringer)

Wien (LCG) – Mit 3,267 Millionen Usern pro Monat geht das ORF.at-Network erneut als der klare Sieger aus der Österreichischen Web Analyse (ÖWA Plus) für das erste Quartal 2017 hervor. 51,9 Prozent der Internet-User (P 14+) nutzen das Digital-Angebot des ORF. Auf Basis der User pro Tag kann sich ORF.at im Vergleich zum Vorjahresquartal um fünf Prozent auf 925.000 User steigern und verzeichnet damit deutlich mehr Intensiv-User des Nachrichten- und Serviceangebots. Die stärksten Channels sind nach den Regionalangeboten mit 2,072 Millionen Usern pro Monat news.ORF.at (1,918 Millionen User pro Monat), sport.ORF.at (1,332 Millionen User pro Monat) und tvthek.ORF.at (1,271 Millionen User pro Monat). Damit setzt die ORF-TVthek ihren Höhenflug weiter fort und kann im Vergleich zum letzten Quartal (Q4/2016) um 7,8 Prozent zulegen.

Bei den Usern des ORF.at-Networks dominieren Männer mit 55 Prozent (pro Monat). 67 Prozent der User entfallen auf die Aktivgruppe der 14-bis 49-Jährigen. Das ORF.at-Network verfügt über einen deutlich erhöhten Anteil an Personen mit hoher formaler Bildung: 45 Prozent der User auf Tagesbasis verfügen über Matura oder Universitätsabschluss, während der Durchschnittswert im gesamten ÖWA Plus-Universum bei 32 Prozent liegt.

„Das ORF.at-Network ist das Qualitätsflaggschiff in der österreichischen Digital-Landschaft und damit das optimale Umfeld für wirksame Kampagnen, die auf Brand Safety und hochwertigen Content setzen. Die Zunahme der Intensivuser auf Tagesbasis ist eine weitere Bestätigung für die Zugkraft von ORF.at als verlässlichen Partner für Werbeerfolge“, kommentiert **Matthias Seiringer**, Head of Sales bei der ORF-Enterprise.

## Channels für Werbeerfolge in allen Zielgruppen

FM4 und Ö3 sind die Channels mit dem höchsten Anteil an jungen Usern: Bei FM4 entfallen 41 Prozent auf die Altersgruppe der 14-bis 29-Jährigen und bei Ö3 sind es 33 Prozent. Die männliche Zielgruppe lässt sich mit einem Anteil zwischen 65 und 75 Prozent besonders gut über teletext.ORF.at, sport.ORF.at und science.ORF.at erreichen.

Besonders positiv entwickelt sich auch der Anteil weiblicher Userinnen in den Channels extra.ORF.at mit mittlerweile 59 Prozent sowie der.ORF.at mit 54 Prozent. Höhere Bildungsschichten klicken gerne auf fm4.ORF.at, science.ORF.at, und oel.ORF.at: Hier liegt der Anteil an Maturanten und Universitäts-Absolventen zwischen 50 und 53 Prozent. Der Durchschnitt im ÖWA Plus Universum liegt im Vergleich dazu bei nur 32 Prozent.

## 51 Prozent der User nutzen das ORF.at-Angebot über mobile Devices oder Apps

Pro Monat haben im ersten Quartal 2017 bereits 1,679 Millionen User zumindest einmal über ein mobiles Endgerät oder eine App auf das ORF.at-Network zugegriffen, das entspricht 51 Prozent der 3,267 Millionen ORF.at-User. 686.000 User beziehungsweise 21 Prozent nutzen das beliebteste Nachrichtennetzwerk Österreichs dabei sogar parallel, also sowohl über stationäre als auch über mobile Devices.

## 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>. (Schluss)

