

ÖWA Plus: Neue Rekordwerte für das ORF.at-Network

ID: LCG19113 | 04.04.2019 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

Österreichs erfolgreichstes Nachrichtennetzwerk mit neuen Rekordwerten auf Tages-, Wochen- und Monatsbasis*.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © ORF-Enterprise

Wien (LCG) – In der aktuellen Österreichischen Web Analyse (ÖWA Plus) für das vierte Quartal 2018 legt Österreichs größtes Nachrichtennetzwerk im Vergleich zum ersten Quartal 2018* weiter zu. Das ORF.at-Network erreicht in der aktuellen ÖWA Plus neue Bestwerte: 3,79 Millionen User pro Monat, 2,40 Millionen User pro Woche und 1,05 Millionen User pro Tag. Auf Monatsbasis erreicht das ORF.at-Network 59,0 Prozent der österreichischen Internet-User (P 14+). Auf Tagesbasis wird abermals die Millionengrenze durchbrochen.

Eine erhöhte Nutzung zeigt sich vor allem bei Usern, die über Apps oder mobile Endgeräte auf das ORF.at-Network zugreifen. Das starke mobile Wachstum führt mittlerweile auch dazu, dass sich die Gesamtnutzung an Werktagen und an Wochenenden zunehmend angleicht: Von Montag bis Freitag greifen pro Tag durchschnittlich 1,07 Millionen User und an den Wochenenden pro Tag 992.000 User auf Österreichs größtes Nachrichtennetzwerk zu.

Besonders erfreulich ist einmal mehr der Erfolgslauf der ORF-TVthek, die gerade einem umfassenden Relaunch unterzogen wurde. Mit monatlich 1,46 Millionen Usern, die 22,7 Prozent der heimischen Internet-User entsprechen, bleibt die ORF-TVthek das mit Abstand erfolgreichste Videoportal Österreichs. Sie ist mit diesem ausgezeichneten Ergebnis bereits der drittstärkste Channel im ORF.at-Angebot nach ORF.at News und den Regionalangeboten.

„Die werbetreibende Wirtschaft profitiert von der ausgezeichneten Performance des ORF.at-Networks. Im qualitativ hochwertigen journalistischen Umfeld bietet das ORF.at-Network absolute Brand Safety und ausgezeichnete Viewability. Die ORF-TVthek ist das stärkste Video-Angebot des Landes und nach dem Relaunch perfekt für werbewirksame Kampagnen aufgestellt. Auf das ORF.at-Network ist durch inhaltliche Qualität Verlass“, betont **Matthias Seiringer**, Head of Sales Digital bei der ORF-Enterprise.

Qualität zieht Qualität an: Die User-Struktur im ORF.at-Network

Zwei Drittel der User auf Monatsbasis entfallen auf die attraktive Aktivgruppe der 14-bis 49-Jährigen. 37 Prozent der ORF.at-Network-User verfügen über Matura oder Universitätsabschluss. Auf Basis der User pro Tag sind es sogar 41 Prozent, die eine hohe formale Bildung auszeichnet. Im Vergleich zum ÖWA-Plus-Universum (Quartalsbasis) liegt der Anteil der ORF.at-Network-User mit Matura oder Universitätsabschluss deutlich höher.

Das ORF.at-Network bietet für fast jede Zielgruppe ein passendes Umfeld. Den höchsten Anteil an jungen Usern im Alter zwischen 14 und 29 Jahren verzeichnen in der Monatsbetrachtung FM4 (35 Prozent) und Ö3 (31 Prozent). Ö3 kann sich in der aktuellen ÖWA Plus über die höchsten Monats- und Wochenreichweiten seit Jahren freuen.

sport.ORF.at verzeichnet mit 72 Prozent einen hohen Anteil an männlichen Usern. Ö3 ist mit 53 Prozent weiblichen Usern ebenso wie Extra tendenziell feminin dominiert. Science (48 Prozent) und Ö1 (51 Prozent) binden User mit einem überdurchschnittlich hohen formalen Bildungsniveau und entsprechend hoher Kaufkraft an sich.

Mobile Nutzung überschreitet wiederum die 2-Millionen-Grenze

Pro Monat haben 2,09 Millionen User zumindest einmal über ein mobiles Endgerät oder eine App auf das ORF.at-Network zugegriffen. Dieser Wert entspricht 32,6 Prozent der heimischen Onliner. Bereits zum zweiten Mal in Folge überschreitet das ORF.at-Network die 2-Millionen-Grenze. Die mobile Nutzung ist an den Wochenenden besonders stark. Pro Monat nutzen 55 Prozent der 3,79 Millionen ORF.at-User das Angebot (auch) über ein mobiles Endgerät oder eine App.

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 Fernsehsender (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Ö1, 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 sowie Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-TOP SPOT, ORF-WERBEHAHN und ORF-ONWARD. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen und Administration, Musik- und Contentverwertung) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns und hält unter anderem Beteiligungen an der Video-on-Demand-Plattform Flimmit. Weitere Informationen auf [https:// enterprise.ORF.at](https://enterprise.ORF.at) , [https:// contentsales.ORF.at](https://contentsales.ORF.at) und [https:// musikverlag.ORF.at](https://musikverlag.ORF.at) .

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im

Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung.
Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf
[http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at). (Schluss)