

■ Executive Summary

Lokalfernsehen in Niederösterreich

Studie von **plaiknerpublic** medienarbeit im Auftrag von **P3tv**

(April | Mai 2013)

1. ■	Zentrale Ergebnisse	2
2. ■	Ergebnisse im Detail	3
3. ■	Rückschlüsse und Empfehlungen	8

plaiknerpublic medienarbeit hat im Auftrag von P3tv eine Studie über Lokalfernsehen in Niederösterreich durchgeführt, die an eine thematische ähnliche Untersuchung vom Juni 2011 anschließt. Ziel der neuerlichen telefonischen Befragung war es, nach den damals erhobenen Basisdaten nun detailliertere Auskünfte über die TV-Nutzungsgewohnheiten der niederösterreichischen Bevölkerung ab 16 Jahren im Zentralraum des Bundeslandes zu erhalten, wobei dieses Mal die Rolle des Internet für Empfang und Sehgewohnheiten im Mittelpunkt standen. Die Feldarbeit wurde von Telemark Marketing zwischen 29. April und 22. Mai 2013 durchgeführt, insgesamt wurden 500 NiederösterreicherInnen ab 16 Jahren im Zentralraum befragt – in den Bezirken St. Pölten (250), Melk (150) und Krems (100).

büro **west**
A-6060 Hall bei Innsbruck | Eugenstraße 4/1b

büro **ost**
A-1050 Wien | Margaretenhof 2/12

büro **süd**
A-9020 Klagenfurt | Beethovenstraße 25/II

Die Stichprobe ist repräsentativ für die niederösterreichische Gesamtbevölkerung im Zentralraum. Die maximale Schwankungsbreite beträgt +/- 4,4 Prozent.

1. ■ Zentrale Ergebnisse

- **Fernsehen** erreicht im niederösterreichischen Zentralraum zwischen Melk/Krems/St. Pölten nahezu die **gesamte Bevölkerung**. Nur einer von zwanzig sagt, er nutze grundsätzlich kein TV-Angebot. Erst jeder Zehnte nutzt hier die Möglichkeit, regionale Fernsehangebote **auch im Internet** anzusehen.
- **P3tv** erzielt in diesem Gebiet nicht nur den **höchsten Bekanntheitsgrad** aller privaten regionalen Fernsehsender. Es liegt nach ATV und nur knapp hinter Puls 4 noch vor Servus TV auf dem dritten Rang. Mehr als **jeder fünfte Befragte** nennt P3tv spontan auf die offene Frage nach einem privaten regionalen Fernsehsender. Die unmittelbaren Wettbewerber erreichen bei der nicht gestützten Abfrage einen Bekanntheitsgrad von höchstens einem Prozent.
- Dieses Bild einer **sektoralen Marktführerschaft** wird bestätigt durch die gestützte Nachfrage, welche der jeweils bekannten Sender denn von diesem potenziellen Publikum auch genutzt werden: Jeder Zweite, der **P3tv** kennt, schaut auch seine Programme – das ist **insgesamt jeder Dritte** im niederösterreichischen Zentralraum. Zum Vergleich: Der beste Mitbewerber bringt es nur auf die Hälfte der Bekanntheit, wird aber bei dieser Gruppe nur zu einem Drittel genutzt – also total bloß von jedem zehnten **im NÖ-Zentralraum**.
- Bei der **Internetnutzung** von regionalen TV-Sendungen liegt **P3tv** unangefochten auf dem zweiten Platz hinter dem ORF. Während das öffentlich-rechtliche Angebot noch von jedem Zweiten **Online-Fern-Seher** konsumiert wird, schaut bereits **jeder Vierte dieser Gruppe** im Zentralraum Niederösterreich P3tv. Die in der Frage nach den „regionalen privaten Fernsehsendern“ vor P3tv platzierten ATV und Puls4 dagegen bringen es auf jeweils nur vier Prozent (Achtung: nur Tendenz mit begrenzter Aussagekraft wegen geringer Fallzahl).

2. ■ Ergebnisse im Detail

- Die Frage nach einem „privaten regionalen Fernsehsender“ **überfordert** erwartungsgemäß einen **Großteil der Befragten**. Denn unter den zehn meistgenannten Antworten findet sich neben P3tv lediglich dessen Kooperationspartner Tirol TV, dessen regionale Inhalte für das Publikum im Zentralraum Niederösterreich kaum relevant sind. Ansonsten werden unter dem Begriff **zuerst private nationale, dann der ORF und schließlich private deutsche Anbieter** genannt. Umso bemerkenswerter erscheint der Wert von 21,8 Prozent für P3tv; auch angesichts eines Ergebnisses von 38,8 Prozent für den – sachlich falsch – Erstgereihten.
- Der bereits vor zwei Jahren ermittelte grundsätzliche **P3tv-Bekanntheitsgrad** von wenigstens 60 Prozent erhält durch diese spezifischere Abfrage zumindest eine **Bestätigung im Vergleich mit dem Marktumfeld**. Denn alle anderen – sachlich richtig eingeordneten – „privaten regionalen Fernsehsender“ kommen auf weniger als ein Zwanzigstel dieser Bekanntheit im niederösterreichischen Zentralraum.
- Kein anderer – der aufgrund einer gestützten Abfrage – deutlich weniger bekannten „privaten regionalen Fernsehsender“ erreicht hier, dass mehr als ein Drittel von jenen, die ihn kennen, auch schauen. P3tv dagegen kommt dabei auf eine **Bekanntheits-/ Nutzungs-Quote von mehr als 50 Prozent**. Der bereits 2011 festgestellte Umstand, dass damals schon rund ein Viertel der Befragten mehr als zwei Stunden pro Tag das **Internet** nutzen, bildet sich im Fernsehen auf diese Weise aber noch nicht ähnlich stark ab. Erst jeder zehnte Befragte verwendet diese Möglichkeit für den TV-Konsum – von diesen wiederum das Gros nur „ein paarmal im Monat“. P3tv ist in dieser wachsenden Zielgruppe beim regionalen Angebot jedoch **die klare Nr. 2 hinter dem ORF**, ohne wirklichen weiteren Wettbewerber. Mehr als zwei Drittel der Internet-Fern-Seher widmen sich dieser Tätigkeit übrigens erst nach 17 Uhr.
- Dabei teilt sich das derart erreichbare Publikum im niederösterreichischen Zentralraum noch zu über **90 Prozent auf Stand-PC- und Notebook-Nutzer**. Smartphones und Tablets spielen für diesen Empfang bisher kaum eine Rolle. Das gilt noch mehr für die

Website des Senders. Keine zehn Prozent der Befragten beurteilten deshalb den **Internet-Auftritt von P3tv**. Von diesen allerdings hatten knapp 90 Prozent einen guten Eindruck von dieser Homepage.

- Erst jeder vierte der Befragten sagt, er könne **P3tv zu Hause sehen**. Nicht viel höher ist die Zahl jener, die anzugeben vermochte, wie sie P3tv empfängt – davon sind wiederum mehr als die Hälfte **Kunden der Kabelplus**. Knapp zwei Drittel davon wiederum sehen P3tv „seit es den Sender gibt“.
- Da die Zahl der Internet-Nutzer für Fernsehen insgesamt und somit auch P3tv im niederösterreichischen Zentralraum noch gering ist, lassen sich auch **kaum Aussagen** über die **Rangordnung der einzelnen Sendungsangebote** treffen. Die Fallzahl ist auch für Trendangaben, die über die bekannten Vorlieben für „Aktuell“, „Regional“ und „Leute“ hinausgehen, zu gering.

3. ■ **Rückschlüsse und Empfehlungen**

- Zwar sagen noch vergleichsweise wenige Befragte, dass sie sich von einer **App** ansprechen ließen, dennoch wäre die **Programmierung eines solchen Tools** in Betracht zu ziehen. Denn angesichts der aktuell geringen Zahl der Internet-Fern-Seher gibt es da noch viel Spielraum nach oben, und **Smartphones wie Tablets** werden sich in den nächsten Jahren ebenso wie die mobile Internetnutzung stark vermehren. Man könnte zusätzlich überlegen, **was diese App an Mehrwert liefern könnte**, also jenseits der „einfachen“ Wiedergabe der Sendungen (z. B. eine eigene „Zentralraum-App“ die angefangen vom Wetter bis hin zu sehr lokalen Service-Informationen sich ganz auf St. Pölten/Melk/Krems beschränkt).
- Eine andere Möglichkeit wäre, dem Internet-Auftritt eine Art **Online-First-Mehrwert** zu spendieren: Wenn also der Großteil der Menschen im Internet erst ab 17 Uhr schaut, könnte man jene Sendungen, die im Fernsehen erst am Folgetag kommen, bereits am Vorabend online stellen (im Grunde **wie bei einem Printmagazin-Abo**, bei dem der

Kunde die Zeitschrift schon am Vorabend des Freiverkaufs bekommst). Diese Variante hat allerdings nur dann Sinn, wenn sie sich mit der **grundsätzlichen strategischen Ausrichtung von P3tv** verträgt – dieses also wirklich das Internet als Konsumplattform stärken soll (weil ein Internet-First-System natürlich die normalen Seher benachteiligt).

- P3tv ist schon auf **Facebook** präsent. Für die einzelnen Journalisten wäre darüber hinaus **Twitter** interessant, um die jeweils eigenen Beiträge zu bewerben (wenn das nicht schon geschieht). Das müsste allerdings relativ konsequent und systematisch geschehen.

- Durch die spezifische **Bewerbung der mobilen Möglichkeiten** via Smartphone und Tablet könnten einerseits junge bzw. jugendlich orientierte Zielgruppen sehr spezifisch angesprochen werden, andererseits würde dadurch eine **Alternative für alle** präsentiert, **für die P3tv daheim noch nicht empfangbar ist**. Gerade in Kombination mit einer App könnte der Grundtenor einer solchen Kommunikationsoffensive die Alternative zum Zeitunglesen sein. Letztlich unter dem strategischen Ziel, dass bei einer **Verschiebung von Printmedien- zur Tablet-Nutzung** die Hitparade der regionalen Informationsanbieter insgesamt neu geordnet wird.

Impressum:

plaiknerpublic medienarbeit

Eugenstraße 4/1b
6060 Hall in Tirol

Margaretenhof 2/12
1050 Wien

Beethovenstraße 25/II
9020 Klagenfurt

Tel. +43 (0) 664 / 35 88 234

Fax +43 (0) 660 / 33 68 68 040

pp@plaiknerpublic.com

<http://plaiknerpublic.com>