

ORF im September: 30,6 Prozent Marktanteil für Sendergruppe

Wien (OTS) - Mit u. a. den „Liebesg'schichten und Heiratssachen“, den „Sommergesprächen“ aber auch dem Schwerpunkt zum EU-Gipfel erreichte die ORF-Sendergruppe im Fernsehmonat September 2018 einen Marktanteil von 30,6 Prozent und eine Tagesreichweite von 3,566 Millionen Seherinnen und Sehern - das entspricht 47,6 Prozent der TV-Bevölkerung.

Weitere Key-Facts zum September 2018

ORF eins: 1,815 Millionen Seher/innen (8,4 Prozent Marktanteil) ORF 2: 2,751 Millionen Seher/innen (18,9 Prozent MA), ORF eins und ORF 2 gesamt: 27,4 Prozent MA, ORF-Sendergruppe in Kernzone (17.00 bis 23.00 Uhr): 35,9 Prozent MA

Die zehn Topreichweiten

„Bundesland heute“ (3. September)
1,198 Millionen Zuschauer/innen, 52 Prozent Marktanteil

„Zeit im Bild“ (24. September)
1,139 Millionen Zuschauer/innen, 43 Prozent Marktanteil

„Liebesg'schichten und Heiratssachen“, (3. September)
1,096 Millionen Zuschauer/innen, 34 Prozent Marktanteil

„Die Rosenheim-Cops“ (13. September)
902.000 Zuschauer/innen, 33 Prozent Marktanteil

„Nations League: Bosnien/Herzegowina - Österreich, 1. HZ“ (11. September)
819.000 Zuschauer/innen, 27 Prozent Marktanteil

„Sommergespräche“ (10. September)
816.000 Zuschauer/innen, 28 Prozent Marktanteil

„ZiB 2“ (10. September)
781.000 Zuschauer/innen, 32 Prozent Marktanteil

„Am Schauplatz“ (20. September)

720.000 Zuschauer/innen, 24 Prozent Marktanteil

„Thema“ (24. September)

668.000 Zuschauer/innen, 22 Prozent Marktanteil

„Formel 1 GP von Italien“ (2. September)

647.000 Zuschauer/innen, 40 Prozent Marktanteil

Die wichtigsten Details

-- Am 19. und 20. September kamen alle 28 Staats- und Regierungschefs der EU in Salzburg zu einem Gipfel zusammen: Der ORF setzte dazu seine umfassende und trimediale Berichterstattung zur EU-Präsidentschaft im September verstärkt fort und erreichte an diesen beiden Tagen mit seinen Live-Sendungen und Berichten insgesamt 2,031 Millionen (weitester Seherkreis) Österreicherinnen und Österreicher, das sind 27 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren.

-- Die 23. ORF-Initiative „Bewusst gesund“ vom 22. bis 30. September zum Thema „Stressfrei durch Bewegung“ sahen 3, 011 Millionen, das sind 40 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Die höchste Reichweite erzielte „Stöckl live“ am 26. September mit 421.000 bei 15 Prozent Marktanteil.

-- Auch die am 10. September ausgestrahlte letzte Kandidatenfolge der aktuellen ORF-„Liebesg'schichten und Heiratssachen“-Staffel war mit bis zu 1.096.000 Zuseherinnen und Zuseher ein Hit, im Durchschnitt sahen 934.000 bei einem Marktanteil von 34 Prozent zu.

-- „Sommergespräche“: Insgesamt erreichten die traditionellen Gesprächsrunden 2,498 Millionen Österreicherinnen und Österreicher (weitester Seherkreis), das entspricht 33 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren - durchschnittlich sahen 646.000 bei 22 Prozent Marktanteil die fünf Ausgaben, in der jungen Zielgruppe (12 bis 49 Jahre) lag der Marktanteil bei 14 Prozent; der Spitzenwert wurde am 10. September mit bis zu 851.000 erreicht.

-- Der „Runde Tisch“ am 18. September mit Hans Bürger zum Thema „Zerreißprobe in der SPÖ?“ erreichte durchschnittlich 524.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 27 Prozent MA.

-- Das „Eco spezial: Bitcoin - Riskante Geldgeschäfte im Hinterhof“

am 13. September erzielte mit 21 Prozent MA in der Zielgruppe 12-49 Jahre den Topwert seit zehn Jahren.

-- Die hochgelobte „Menschen & Mächte“-Dokumentation „Robert Bernardis, ein vergessener Held“ am 12. September sahen durchschnittlich 226.000 bei 15 Prozent MA.

-- Topwerte auch für drei Show-Events: Das Drei-Länder-Quiz „Ich weiß alles“ sahen am 8. September durchschnittlich 545.000 bei 23 Prozent MA, die „Alpen-Radshow“ mit Verena Scheitz und Stefan Eberharter am 15. September 424.000 bei 16 Prozent MA und die „Starnacht aus der Wachau“ am 22. September 465.000 bei 17 Prozent MA.

-- Guter Serienstart für Ursula Strauss und Co.: Seit 17. September versammelte die neue „Schnell ermittelt“-Staffel im Durchschnitt 553.000 Krimifans bei 18 Prozent MA.

-- Das vom ORF koproduzierte Serienevent „Babylon Berlin“ erreichte am 30. September mit den ersten drei Folgen durchschnittlich bis zu 472.000 bei 15 Prozent MA (15 bzw. 16 Prozent in den jungen Zielgruppen).

-- „The Team II“ verfolgten am 28. September bis zu 307.000 Zuschauerinnen und Zuschauer. Durchschnittlich ließen sich 276.000 (10 Prozent Marktanteil) die erste Folge des europäischen Serienevents nicht entgehen. Damit liegt „The Team II“ über dem Sendeplatzdurchschnitt.

-- Den sportlichen TV-Topwert im September brachte das Nations-League-Spiel Bosnien/Herzegowina - Österreich am 11. September mit bis zu 879.000 Zuschauerinnen und Zuschauern bei 51 Prozent in der Zielgruppe 12-29 Jahre.

-- Laut Online-Bewegt看bild-Messung (AGTT/GfK TELETEST Zensus) wurden die Live-Stream- und Video-on-Demand-Angebote des ORF auch im September 2018 gut genutzt: Im gesamten ORF.at-Netzwerk (ORF-TVthek sowie Video-Angebote auf anderen Seiten inkl. Apps wie sport.ORF.at, iptv.ORF.at, news.ORF.at, Spezialsites zu TV-Events etc.) wurden in Österreich 10,5 Mio. Nettoviews (zusammenhängende Nutzungsvorgänge) und 28,2 Mio. Bruttoviews (registrierte Videostarts einer Sendung / eines Beitrags) verzeichnet. In Summe lag das Gesamtnutzungsvolumen im September bei 119 Mio. Minuten (Vorläufige Zahlen).

Quelle: AGTT/ GfK: TELETEST; Evogenius Reporting, Erwachsene 12+,
Sehbeteiligung in Tausend und Marktanteil in Prozenten, Weitester
Seherkreis: zumindest eine Sendung kurz gesehen, Daten ab 23. Juni
2018 vorläufig gewichtet, ORF

~

Rückfragehinweis:

ORF-Pressestelle

Michael Krause

(01) 87878 - DW 14702

<http://presse.ORF.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/248/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0134 2018-10-01/12:34

011234 Okt 18

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20181001_OTS0134