

Point Of View



TV

Media und Coronavirus in Österreich:
Veränderung der TV-Nutzung im Verlauf der letzten Wochen



Der **TELETEST** ist für den österreichischen Fernsehmarkt das Messinstrument und die Branchenwährung.

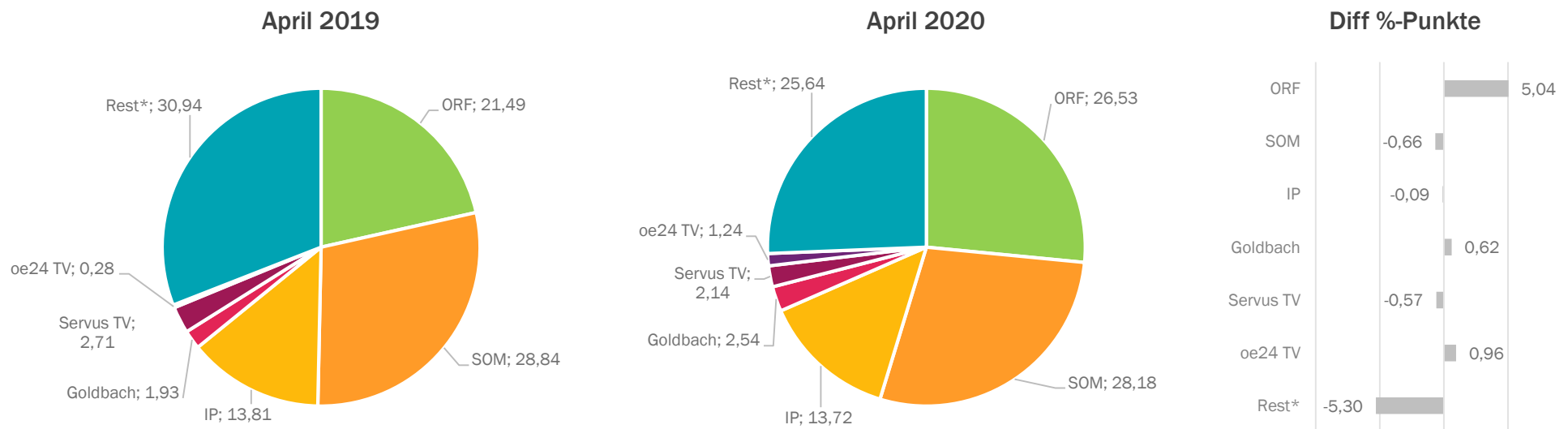
In Auftrag gegeben wird dieser von der Arbeitsgemeinschaft Teletest (AGTT), der alle großen österreichischen TV-Vermarkter angehören. Ausführendes Marktforschungsinstitut ist GfK Austria.

Gemessen wird in einem **Panel von 3.571 Personen in 1.659 Haushalten**.

Sendern und Agenturen stehen Daten für den Vortag (Overnight-Data) zur Verfügung. Diese Daten verändern sich jedoch aufgrund von Nachgewichtungen und zeitversetzter Nutzung noch, ehe sie 8 Tage nach Erfassung als endgültig zu betrachten sind. Die vorliegenden **Daten** sind also zum Teil noch „**vorläufig gewichtet**“.

Verschiebung in den Marktanteilen

ORF gewinnt gegen den langjährigen Trend deutlich Marktanteile hinzu. Auffallend ist, dass ORF vor allem **zulasten nicht buchbarer Sender** gewinnt. Österreichische Inhalte erhalten in der Krise größere Bedeutung.



Der Marktanteil gibt den **relativen Anteil der Sehdauer** eines Senders an der Gesamtsehdauer aller Sender an.

$$\text{Nutzungszeit ORF} / \text{Nutzungszeit TV gesamt} \times 100 = \text{Marktanteil ORF in \%}$$

Top Sendungen der letzten 4 Wochen im Vergleich zum Vorjahr – E 12–49 ORF

2020

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW Tsd.	DRW %	MA %	Aff.
1	ORF-2	Zeit im Bild 1	07.04.2020	19:30	521	12,8	40,8	53
2	ORF-2	Zeit im Bild 1	06.04.2020	19:30	510	12,5	39,9	50
3	ORF-2	Zeit im Bild 1	08.04.2020	19:30	491	12,0	37,0	48
4	ORF-2	Zeit im Bild 1	14.04.2020	19:29	480	11,7	37,0	50
5	ORF-2	Zeit im Bild 1	13.04.2020	19:30	470	11,5	36,2	46
6	ORF-2	Zeit im Bild	22.04.2020	19:30	468	11,4	39,9	51
7	ORF-2	Zeit im Bild 1	19.04.2020	19:30	462	11,3	38,0	44
8	ORF-2	Zeit im Bild 1	12.04.2020	19:30	460	11,3	39,0	45
9	ORF-2	Zeit im Bild 1	09.04.2020	19:30	451	11,0	36,2	50
10	ORF-2	Bundesland heute	07.04.2020	19:00	445	10,9	47,2	45

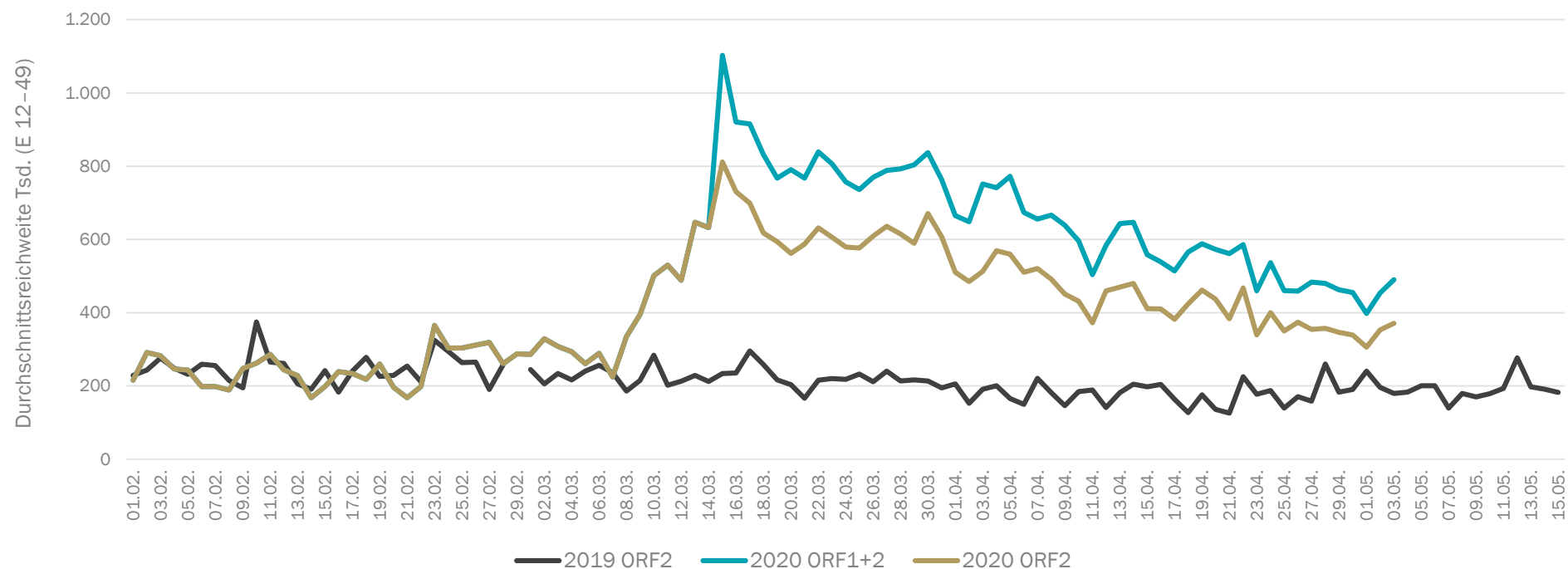
In den letzten 4 Wochen schaffen es nur Nachrichten in die Top 10 des ORF. Im Vorjahr waren 3 News-Sendungen unter den 10 reichweitenstärksten Programmen.

2019

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW Tsd.	DRW %	MA %	Aff.
1	ORF-1	Inferno	28.04.2019	20:15	324	7,9	24,7	101
2	ORF-1	Passengers	05.05.2019	20:15	302	7,3	22,7	119
3	ORF-1	Dancing Stars – die Entscheidung	03.05.2019	22:08	268	6,5	26,2	49
4	ORF-2	Zeit im Bild 1	28.04.2019	19:29	260	6,3	26,1	43
5	ORF-1	Bullyparade – Der Film	22.04.2019	20:15	256	6,2	20,2	124
6	ORF-1	Doctor Strange	14.04.2019	20:15	252	6,1	18,9	116
7	ORF-2	Zeit im Bild 1	01.05.2019	19:30	240	5,8	28,8	40
8	ORF-2	Bundesland heute	29.04.2019	19:00	231	5,6	32,0	35
9	ORF-1	Was gibt es Neues?	03.05.2019	22:30	230	5,6	27,6	61
10	ORF-1	Dancing Stars	03.05.2019	20:15	228	5,5	22,7	50

Zeit im Bild 1 nach wie vor stark

Die Zeit im Bild Reichweite **sinkt stetig**, die Sendung zieht jedoch nach wie vor deutlich mehr Zuseher an als vor der Corona-Pandemie.



Die **Durchschnittsreichweite** gibt an, wie viele Personen innerhalb eines bestimmten Zeitintervalls im Durchschnitt ferngesehen haben.

Top Sendungen der letzten 4 Wochen im Vergleich zum Vorjahr – E 12–49 ORF (ohne News)

2020

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW Tsd.	DRW %	MA %	Aff.
1	ORF-1	Fack ju Göhnte III	10.04.20	20:14	410	10,0	28,6	140
2	ORF-1	Jumanji: Willkommen im Dschungel (USA 2017)	12.04.20	20:13	327	8,0	21,3	117
3	ORF-1	Shape of Water – Das Flüstern des Wassers	03.05.20	20:15	291	7,1	22,7	115
4	ORF-1	Das Pubertier – Der Film	06.04.20	20:15	291	7,1	19,8	97
5	ORF-2	Feierabend	10.04.20	20:03	260	6,4	20,3	41
6	ORF-1	Willkommen Österreich mit Stermann & Grisseemann	21.04.20	22:00	255	6,3	21,0	101
7	ORF-1	Klein gegen Groß – Das unglaubliche Duell	11.04.20	20:15	239	5,8	18,4	82
8	ORF-1	Passengers	13.04.20	20:15	237	5,8	15,7	126
9	ORF-1	Die Unfassbaren – Now You See Me	25.04.20	20:14	237	5,8	19,3	124
10	ORF-1	Türkisch für Anfänger – Der Film (DEU 2012)	10.04.20	22:04	231	5,7	21,5	141

2019

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW Tsd.	DRW %	MA %	Aff.
1	ORF-1	Inferno	28.04.19	20:15	324	7,9	24,7	101
2	ORF-1	Passengers	05.05.19	20:15	302	7,3	22,7	119
3	ORF-1	Dancing Stars – die Entscheidung	03.05.19	22:08	268	6,5	26,2	49
4	ORF-1	Bullyparade – Der Film	22.04.19	20:15	256	6,2	20,2	124
5	ORF-1	Doctor Strange	14.04.19	20:15	252	6,1	18,9	116
6	ORF-1	Was gibt es Neues?	03.05.19	22:30	230	5,6	27,6	61
7	ORF-1	Dancing Stars	03.05.19	20:15	228	5,5	22,7	50
8	ORF-1	Fußballcup – Pause	01.05.19	17:26	212	5,2	40,3	80
9	ORF-1	Formel 1 GP Aserbaidschan Warm-up	28.04.19	14:04	209	5,1	36,7	65
10	ORF-1	Grey's Anatomy	15.04.19	21:11	208	5,0	17,5	126

Betrachtet man die reichweitenstärksten Programme des ORF ohne Informations- und Nachrichtensendungen, zeigen sich viele Unterhaltungsprogramme mit zumeist höheren Reichweiten als im Vorjahr.

Top Sendungen der letzten 4 Wochen im Vergleich zum Vorjahr – E 12–49 Privatsender

2020

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW Tsd.	DRW %	MA %	Aff.
1	PRO7 A	Germany's next Topmodel	09.04.20	20:17	288	7,0	20,0	139
2	PRO7 A	Germany's next Topmodel	23.04.20	20:16	284	6,9	21,1	133
3	PRO7 A	Germany's next Topmodel	16.04.20	20:17	271	6,6	19,1	134
4	PRO7 A	The Masked Singer	28.04.20	20:15	198	4,9	18,6	129
5	PRO7 A	Germany's next Topmodel	30.04.20	20:16	186	4,6	16,0	119
6	PULS 4	2 Minuten 2 Millionen	07.04.20	20:15	176	4,3	12,8	118
7	ATV	Das Geschäft mit der Liebe	22.04.20	20:15	176	4,3	13,5	120
8	PRO7 A	The Masked Singer	14.04.20	20:14	165	4,0	12,8	139
9	PRO7 A	The Masked Singer	21.04.20	20:14	154	3,8	11,7	134
10	PRO7 A	Geostorm	19.04.20	20:17	153	3,7	10,7	136

Wie im Vorjahr liegen auch heuer **GNTM** und **2 Minuten 2 Millionen** in den **Top 10**.

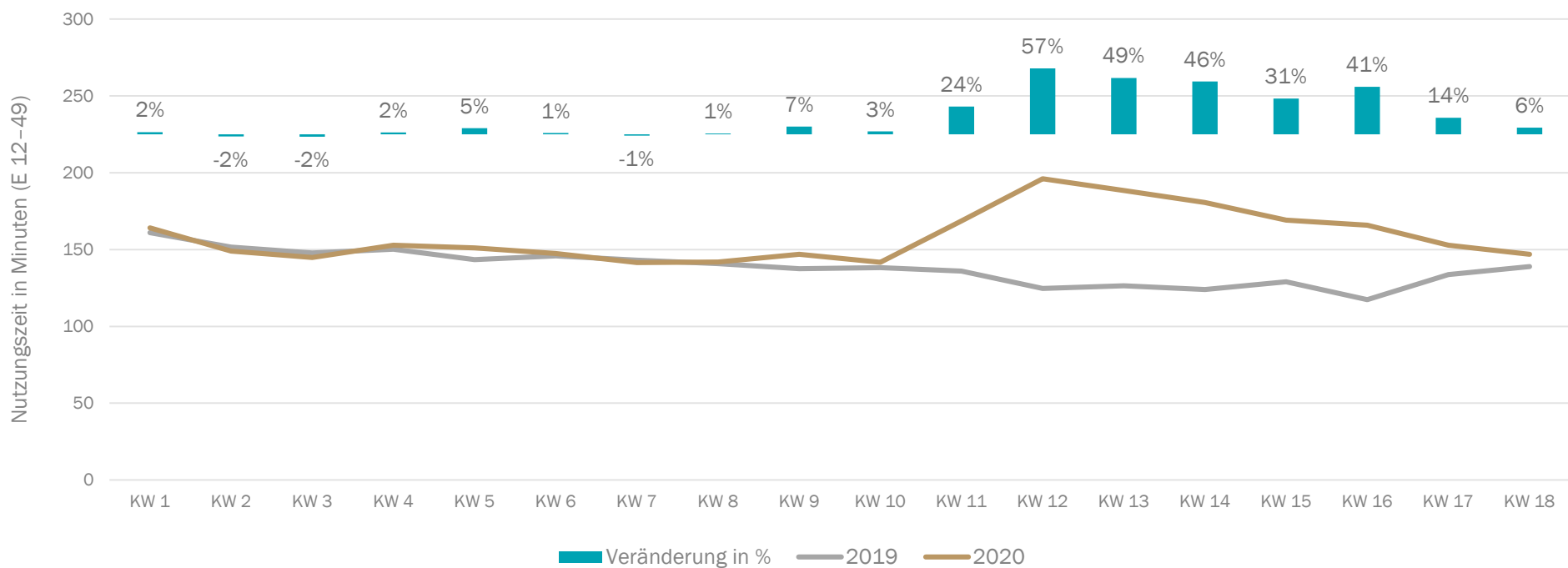
Die diesjährigen Reichweiten übertreffen allerdings jene von 2019.

2019

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW Tsd.	DRW %	MA %	Aff.
1	PRO7 A	Germany's next Topmodel	02.05.19	20:16	192	4,7	16,8	140
2	PRO7 A	Germany's next Topmodel	11.04.19	20:16	191	4,6	16,8	130
3	PRO7 A	Germany's next Topmodel	18.04.19	20:15	171	4,2	16,0	133
4	PRO7 A	Baywatch (USA 2017)	19.04.19	20:16	171	4,2	17,5	151
5	PRO7 A	Germany's next Topmodel	25.04.19	20:17	165	4,0	15,2	128
6	PULS 4	2 Minuten 2 Millionen	16.04.19	20:14	146	3,5	13,9	110
7	PULS 4	2 Minuten 2 Millionen	30.04.19	20:14	143	3,5	13,5	104
8	ATV	Pfusch am Bau	18.04.19	20:15	130	3,2	12,8	116
9	PULS 4	2 Minuten 2 Millionen	23.04.19	20:14	130	3,2	11,1	97
10	ATV	Mein Recht! Ich geb nicht auf	11.04.19	21:21	127	3,1	11,1	119

TV-Nutzung in Österreich noch leicht überdurchschnittlich

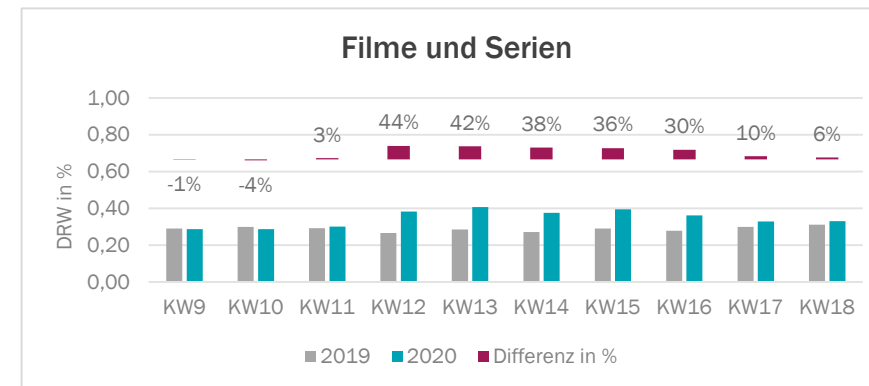
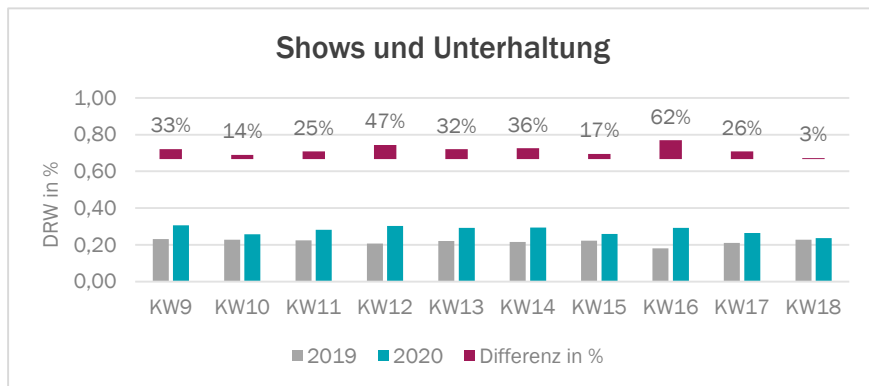
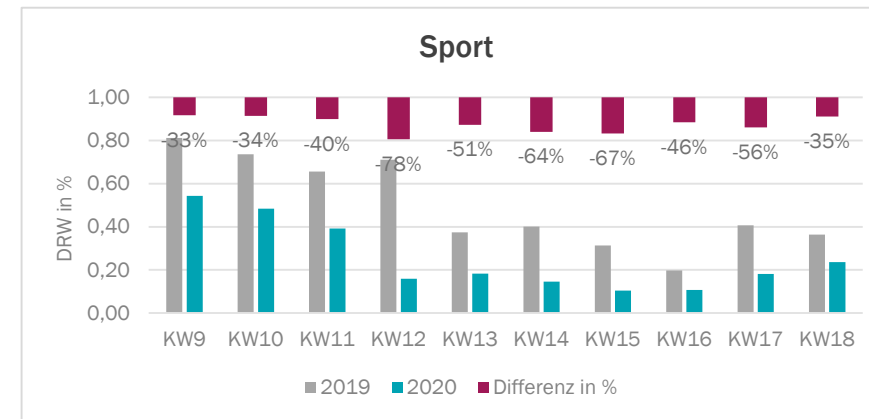
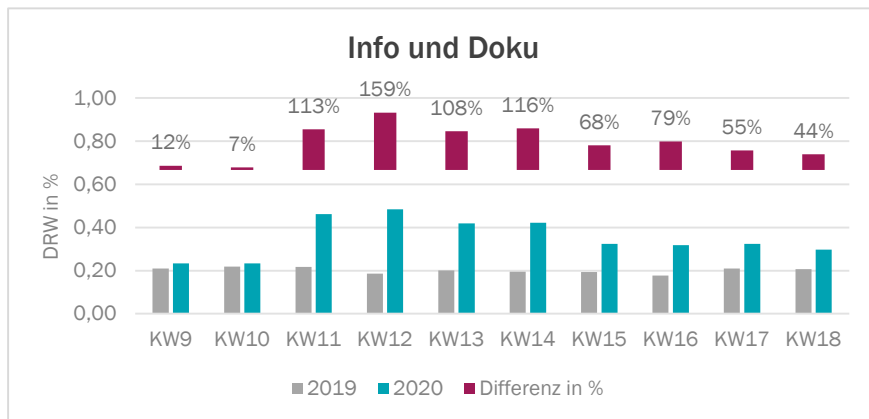
Die **Nutzungszeit** in KW 18 liegt nur noch 6% bzw. 8 Minuten über dem Vorjahreswert. Damit ist ein deutlicher Trend zur Normalität in der TV-Nutzung festzustellen.



Die **Nutzungszeit in Minuten** gibt an, wie lange eine Person einer Zielgruppe pro Tag durchschnittlich Fernsehen konsumiert.

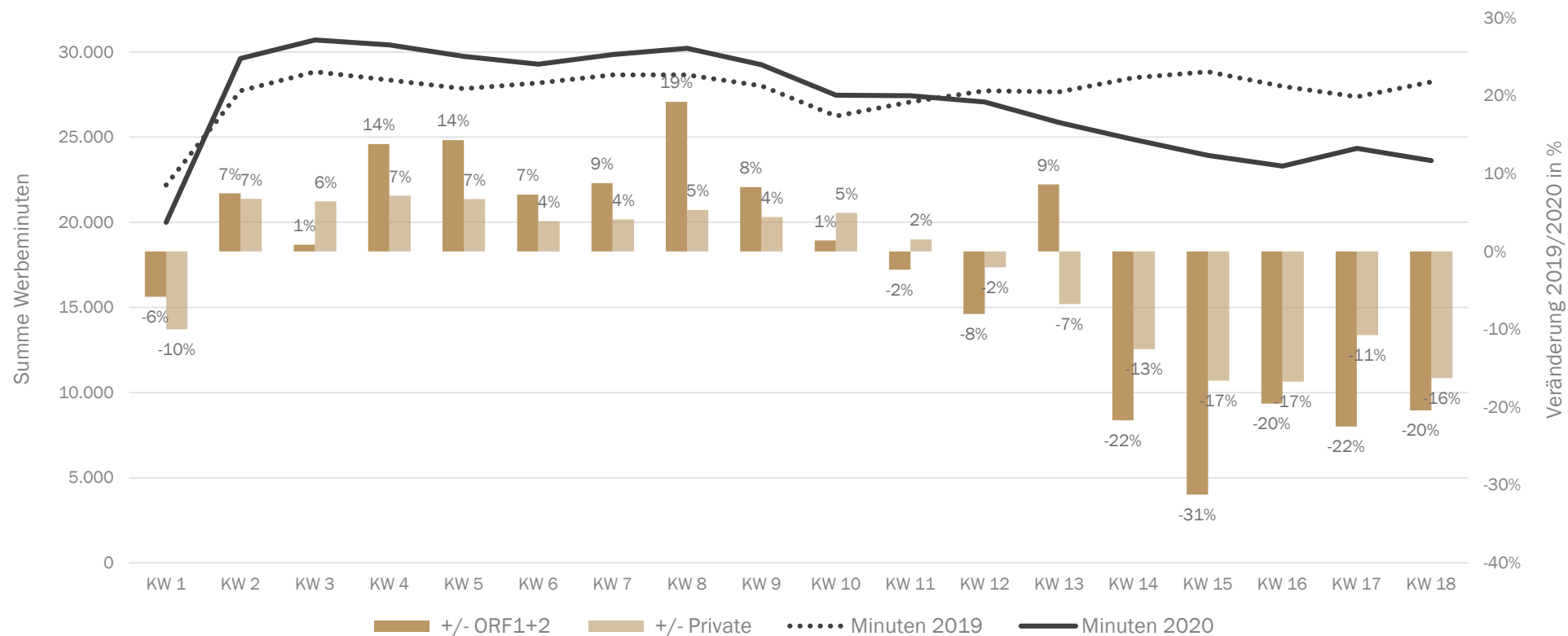
Auch Genrenutzung nähert sich Nutzungsnormalität an

Info und Doku profitiert nach wie vor am meisten, aber auch Shows/Fiction werden noch immer vermehrt gesehen.



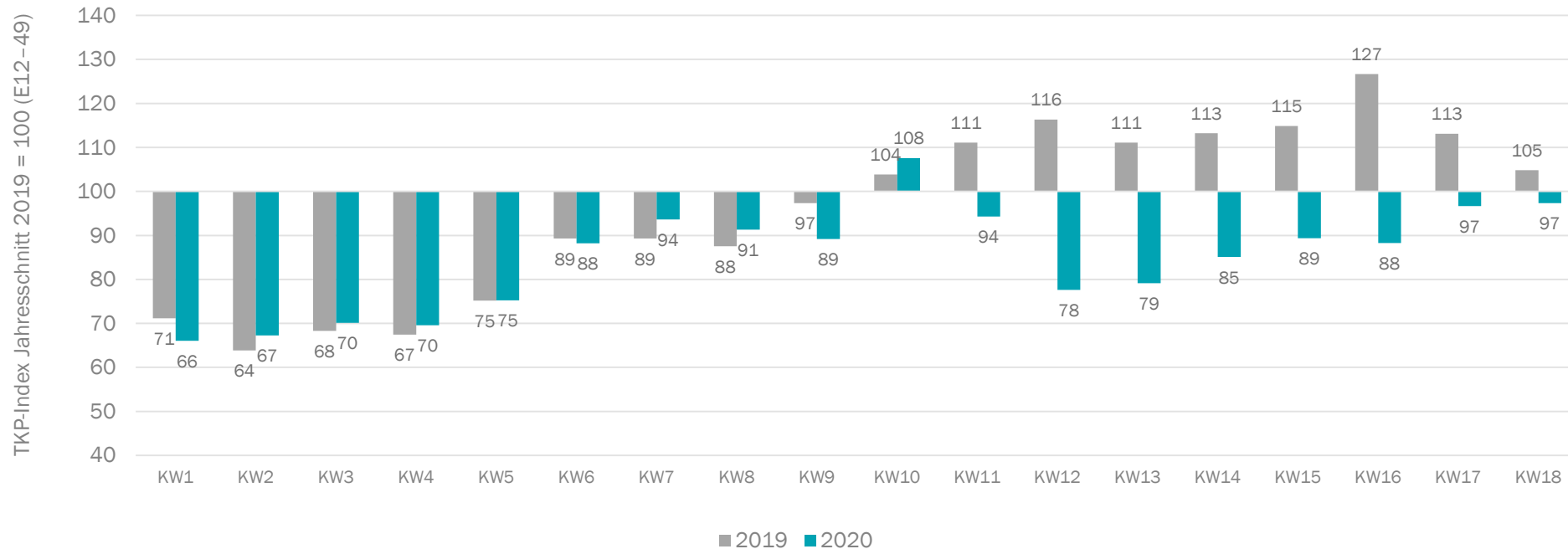
Clutter nah wie vor gering

Seit den Ausgangsbeschränkungen nehmen die Werbeminuten auf den in Österreich buchbaren Sendern ab. In den Wochen ab der KW 14 ist der Rückgang deutlich bemerkbar. Bisher ist noch kein Aufwärtstrend beobachtbar.



Ungewöhnlicher Verlauf der TKP Saisonalität

Während der TKP-Index in den März- und Aprilwochen üblicherweise über dem Jahresschnitt liegt, fällt er im Jahr 2020 in besagten Monaten unter Jahresschnitt. Wie auch die Nutzung nähert sich der TKP aktuell wieder der Normalität an.



Key Learnings und Implikationen für Werbetreibende

KEY LEARNINGS	IMPLIKATIONEN
<p>Verschiebung in den Marktanteilen: ORF gewinnt vor allem auf Kosten nicht buchbarer (ausländischer) Sender</p>	<p>Aktuell ist ein größerer Anteil der TV-Nutzung buchbar. Österreichischer Content ist jetzt umso wichtiger denn je, vor allem bei Informationssendungen.</p>
<p>Nach wie vor Zuwächse der Nutzungszeit, allerdings nicht mehr auf dem Niveau der Vorwochen.</p>	<p>Die Freizeitbeschränkung bietet Marken im Moment die Chance, verstärkt im Wohnzimmer mit ihren potenziellen Konsumenten in Berührung zu kommen. Relevante und empathische Kommunikation kann ganz neue Verbindungen schaffen.</p>
<p>Mit Fortdauer der Beschränkungen nehmen Reichweiten im Info- und Dokubereich ab, liegen jedoch noch immer deutlich über dem Vorniveau. Auch Unterhaltung nähert sich dem Vorjahresniveau an.</p>	<p>Die Newslage hat sich beruhigt, Ausgangsbeschränkungen ihre Wirkung gezeigt. Dennoch ist das Freizeitverhalten in Österreich nach wie vor eingeschränkt, was sich im Hunger auf Entertainment widerspiegelt. Bewegtbild leistet da einen sehr großen Beitrag, der zum einen durch klassische Werbung und zum anderen durch creative Content-Ideen für Markenkommunikation genutzt werden kann.</p>
<p>Seit den Ausgangsbeschränkungen nehmen die Werbeminuten auf den in Österreich buchbaren Sendern ab. Gleichzeitig sind Werbebuchungen aktuell mit einem unterdurchschnittlichen TKP zu erstehen.</p>	<p>Der Clutter geht nach wie vor stark zurück – noch ist kein Aufwärtstrend in diesem Bereich zu bemerken. Für Marken mit relevanten Angeboten und Inhalten eine große Chance, auf sich aufmerksam zu machen.</p>