



# Media & Coronavirus in Österreich: TV Reichweiten unter der Lupe

---

Von Publicis Media Austria



A long-exposure photograph of a road at night, showing bright, curved light trails from cars. The trails are primarily yellow and white, curving from the bottom left towards the top right. The background is dark blue and black, suggesting a night sky or distant lights.

## TV Messung in Österreich

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.

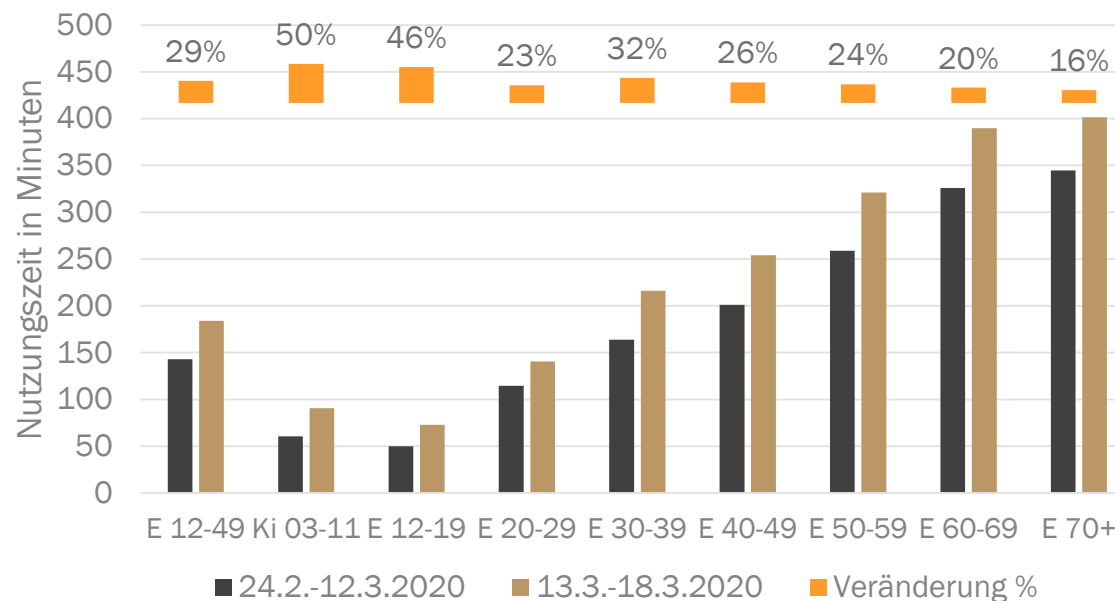
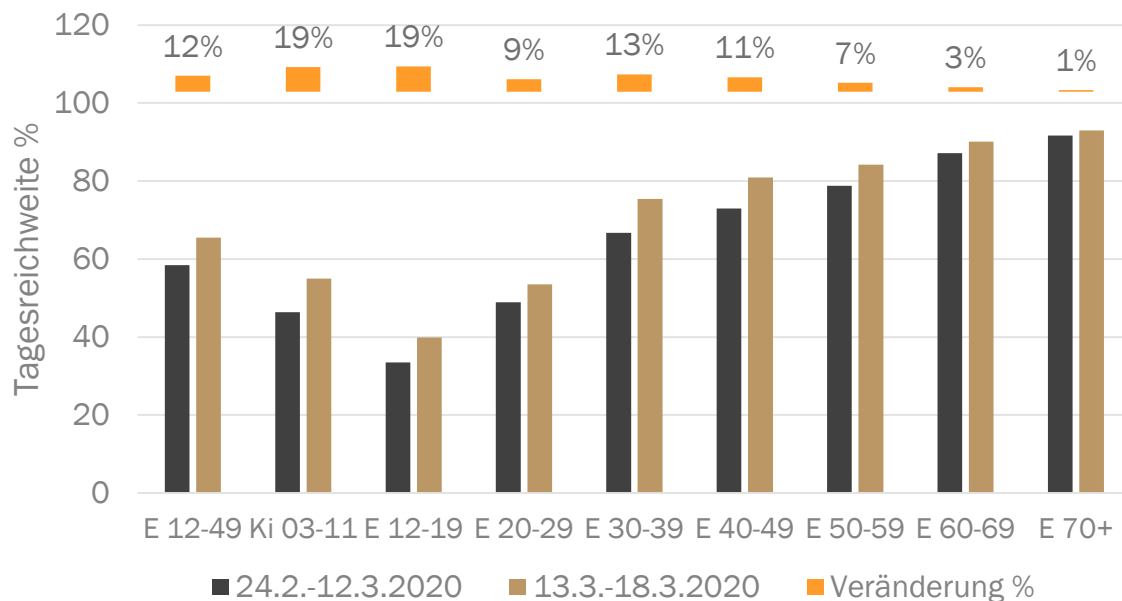
Gemessen wird in einem Panel von 3.571 Personen in 1.659 Haushalten.

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“.

Für die folgenden Vergleiche wurden Daten der letzten 4 Wochen herangezogen und unterschieden zwischen dem Zeitraum vor und nach der Bekanntmachung des Maßnahmenpaketes der Regierung am 13.3.2020.

# Steigende TV-Nutzung in Österreich

Fernsehen erreicht derzeit insgesamt mehr und vor allem mehr jüngere Personen als üblich. Die erreichten Personen schauen im Schnitt auch länger fern. Die Nutzungszeit steigt in der Zielgruppe der 12-49 Jährigen um 29%.



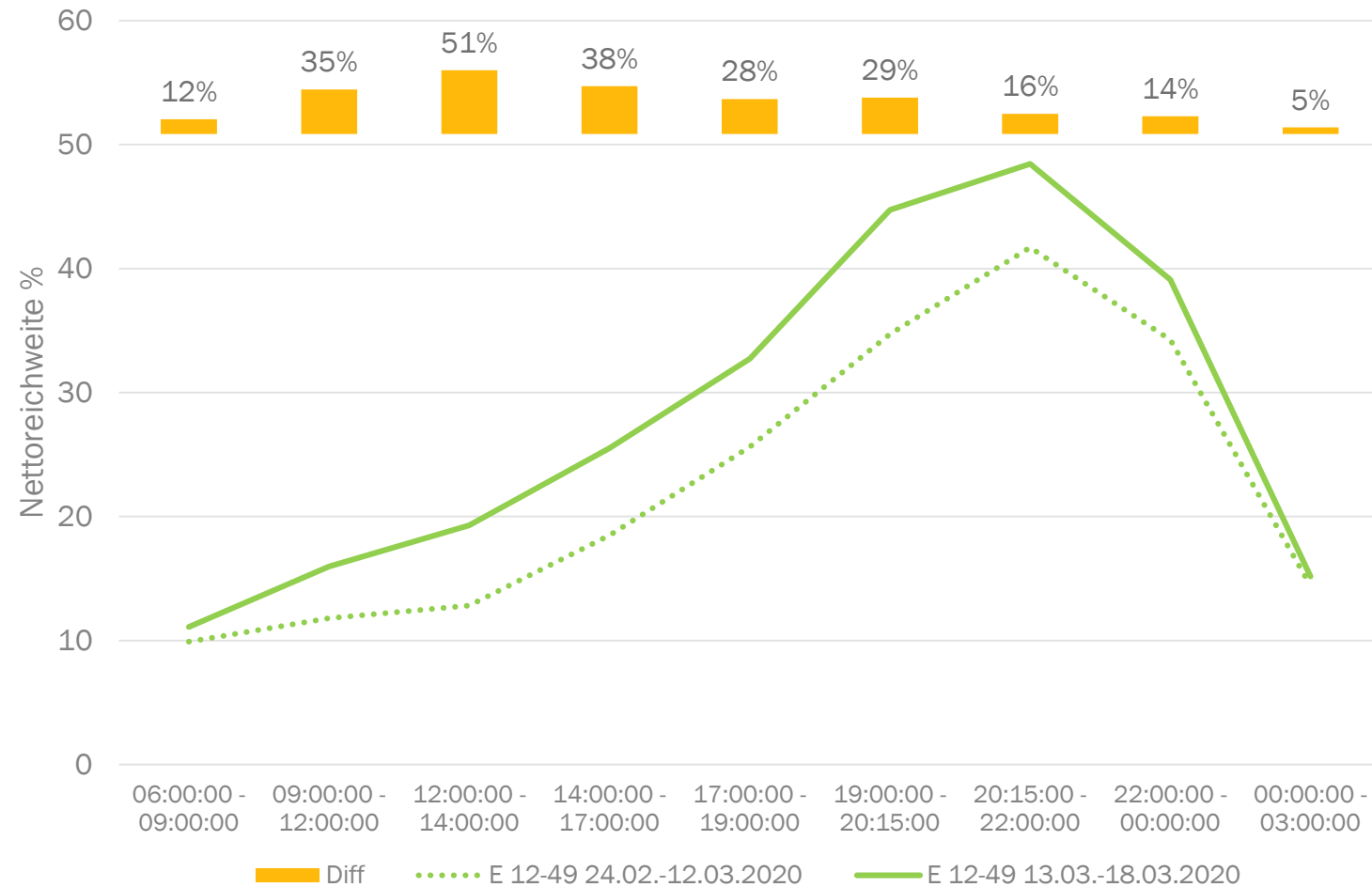
Die Tagesreichweite gibt an, wieviele Personen an einem Tag zumindest 1 Minute lang ferngesehen haben.

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

Die Fernsehnutzung nimmt über den ganzen Tag gesehen zu. Am stärksten profitieren Zeitschienen in der Daytime.

## Nettoreichweite im Tagesverlauf

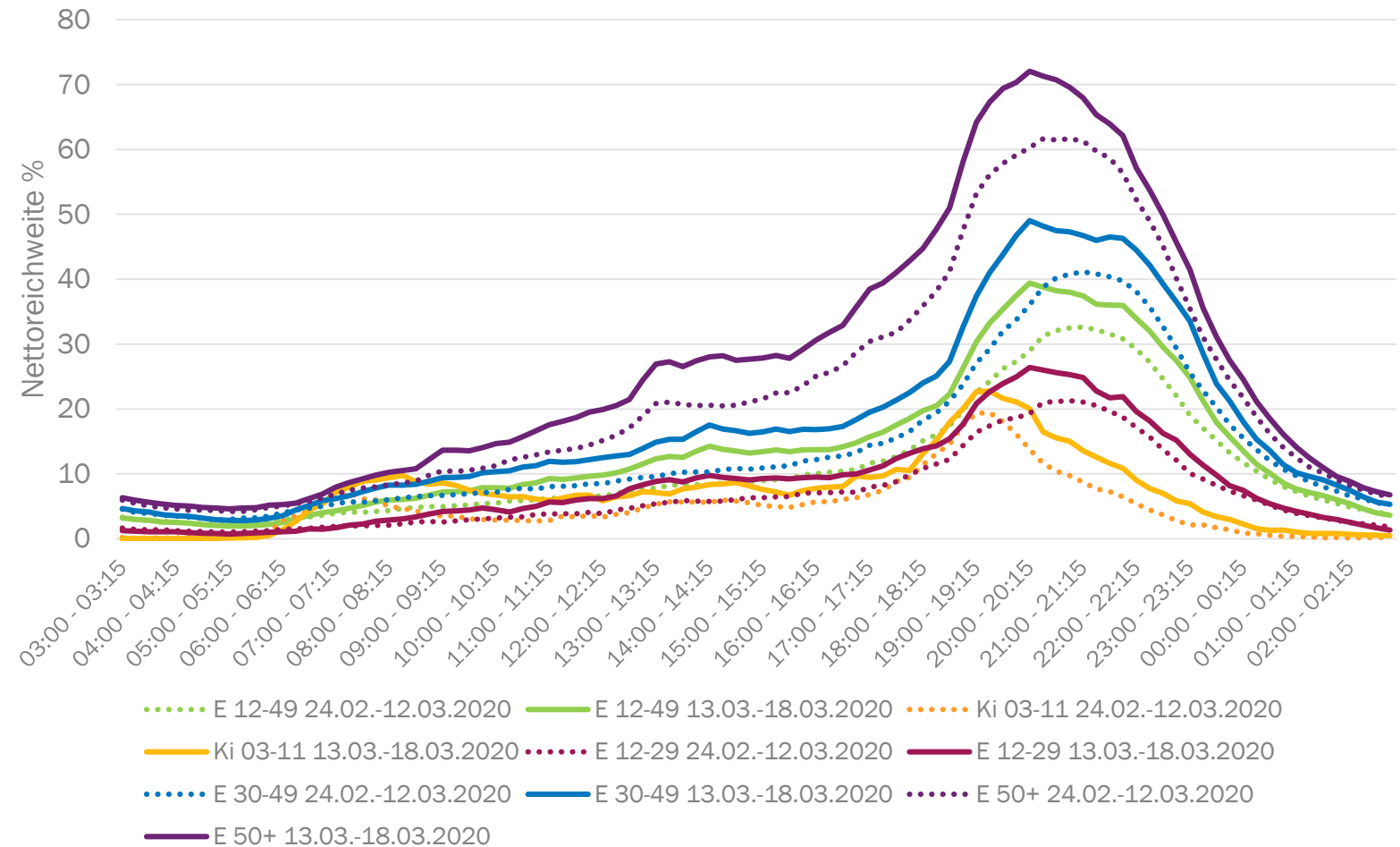
Die Nettoreichweite gibt an, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum mindestens eine Minute lang ferngesehen haben.



Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; Fernsehen Gesamt; NRW%, 3h-3h (Zeitschiene), ab 11.3. vorläufig gewichtet, E 12-49

Die Reichweite ist über den ganzen Tag gesehen erhöht. Auffällig ist, dass der Peak aktuell einige Minuten früher liegt als gewohnt. Das liegt an der gestiegenen Bedeutung von Nachrichtensendungen.

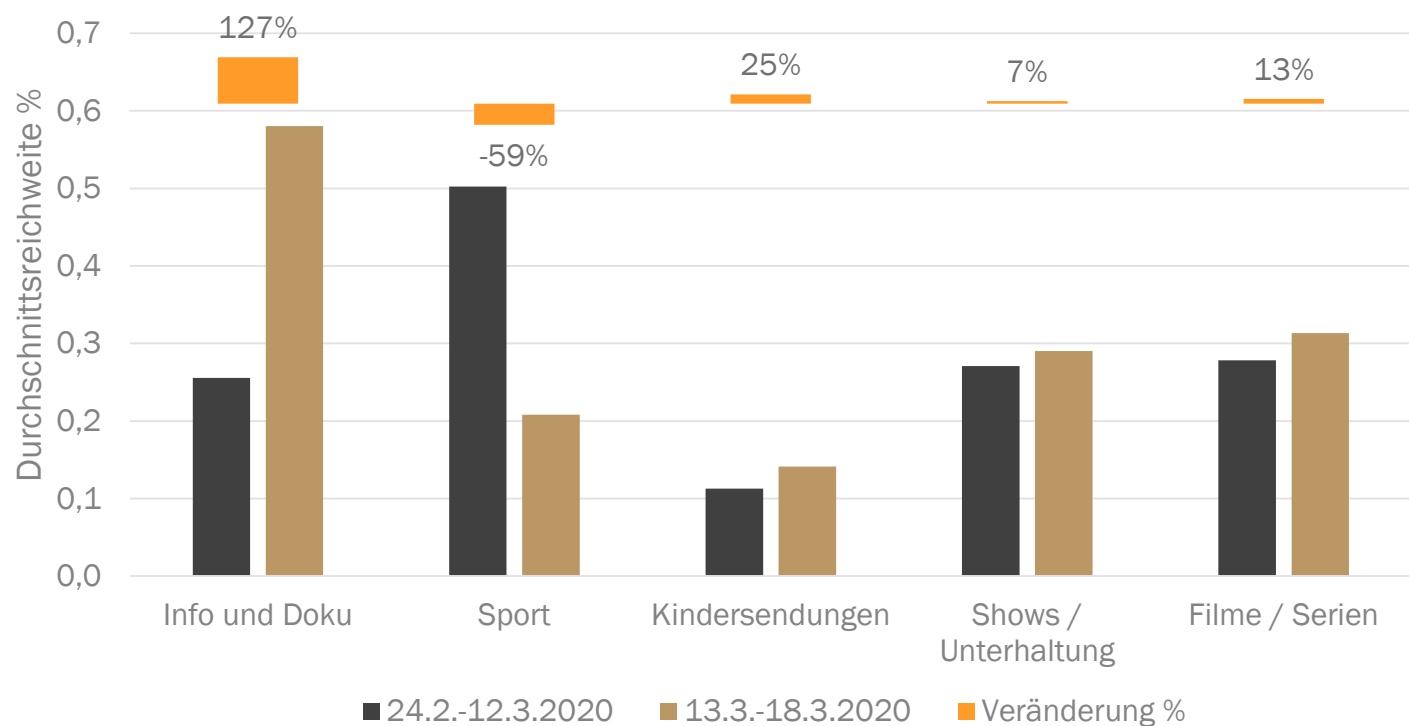
## Nettoreichweite im Tagesverlauf, nach Zielgruppen



Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; Fernsehen Gesamt; NRW%, 3h-3h (Zeitschiene), Intervall=15 Min, ab 11.3. vorläufig gewichtet

# Veränderte Genrenutzung

Infosendungen legen stark zu, während Sport verliert. Der Zuwachs bei Kindersendungen liegt bei beachtlichen +25%. Shows, sowie Filme und Serien können ebenso an Reichweite gewinnen.



Die Durchschnittsreichweite in % gibt an, wie hoch die tatsächliche Sehdauer innerhalb eines Zeitraumes im Vergleich zur maximal möglichen Sehdauer in diesem Zeitraum liegt.

Beispiel: Eine Zielgruppe besteht aus einer Person. Diese Person schaut eine Sendung, die genau 1 Minute dauert, für 30 Sekunden. Die DRW% liegt demnach bei 50%.

# Top 10 Sendungen ORF

24.02.-12.03.

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW 000	DRW %	MA%	Aff. E12+
1	ORF-2	ZEIT IM BILD	11.03.2020	19:29	530	13,0	47,4	55
2	ORF-2	ZEIT IM BILD 1	10.03.2020	19:29	501	12,2	41,4	55
3	ORF-2	ZEIT IM BILD SPEZIAL	10.03.2020	20:15	497	12,1	34,9	78
4	ORF-2	ZEIT IM BILD 1	12.03.2020	19:29	440	10,7	39,3	50
5	ORF-2	BUNDESLAND HEUTE	11.03.2020	19:00	432	10,5	49,2	48
6	ORF-2	BUNDESLAND HEUTE	10.03.2020	19:00	429	10,5	44,7	45
7	ORF-2	ZIB SPEZIAL	12.03.2020	20:15	421	10,3	30,6	61
8	ORF-2	ZEIT IM BILD 1	09.03.2020	19:29	395	9,6	39,2	46
9	ORF-2	BUNDESLAND HEUTE	09.03.2020	19:00	375	9,2	41,8	43
10	ORF-2	ZEIT IM BILD 2	11.03.2020	21:59	373	9,1	34,1	65

Schon vor der Corona-Krise waren Bundesland heute und die ZIB die meistgesehen Formate auf den ORF-Sendern. Deutliche Unterschiede sind jedoch in der Höhe der Reichweiten und Marktanteile sichtbar.

13.03.-19.03.

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW 000	DRW %	MA%	Aff. E12+
1	ORF-2	BUNDESLAND HEUTE	15.03.2020	19:04	786	19,20	56,83	62
2	ORF-2	ZEIT IM BILD	15.03.2020	19:30	784	19,16	45,76	64
3	ORF-2	BUNDESLAND HEUTE SPEZIAL	15.03.2020	20:15	732	17,88	40,46	77
4	ORF-2	ZEIT IM BILD	16.03.2020	19:30	688	16,81	45,78	57
5	ORF-2	ZEIT IM BILD	17.03.2020	19:30	659	16,10	42,62	62
6	ORF-2	BUNDESLAND HEUTE	16.03.2020	19:00	650	15,89	51,99	53
7	ORF-2	BUNDESLAND HEUTE	17.03.2020	19:00	639	15,62	49,33	53
8	ORF-2	PRESSEKONFERENZ AUS DEM BUNDESKANZLERAMT ZU CORONA	13.03.2020	14:05	606	14,81	71,63	82
9	ORF-2	ZEIT IM BILD 1	13.03.2020	19:29	596	14,57	50,06	57
10	ORF-2	ZEIT IM BILD	18.03.2020	19:30	582	14,23	41,59	53

# Top 10 Sendungen Privat TV

24.02.-12.03.

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW 000	DRW %	MA%	Aff. E12+
1	PRO7 A	GERMANYS NEXT TOPMODEL	27.02.2020	20:16	224	5,5	18,6	137
2	PRO7 A	GERMANYS NEXT TOPMODEL	05.03.2020	20:16	213	5,2	17,1	130
3	ATV	TEENAGER WERDEN MUETTER	05.03.2020	20:14	173	4,2	13,7	160
4	RTL A	POCHER VS WENDLER SCHLUSS MIT LUSTIG	01.03.2020	20:14	173	4,2	14,0	136
5	PRO7 A	GERMANYS NEXT TOPMODEL	12.03.2020	20:17	171	4,2	12,7	125
6	Servus TV	MONIKA GRUBER WAHNSINN	29.02.2020	20:14	159	3,9	15,1	60
7	ATV	TEENAGER WERDEN MUETTER	27.02.2020	20:15	159	3,9	12,4	146
8	RTL A	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR	07.03.2020	20:15	159	3,9	13,8	118
9	RTL A	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR	29.02.2020	20:15	158	3,9	15,2	119
10	PRO7 A	THE MASKED SINGER	10.03.2020	20:14	155	3,8	13,4	141

In der Krise finden sich auch Infosendungen in den Top10. Dennoch punktet Entertainment mit unverändert hohen Reichweiten.

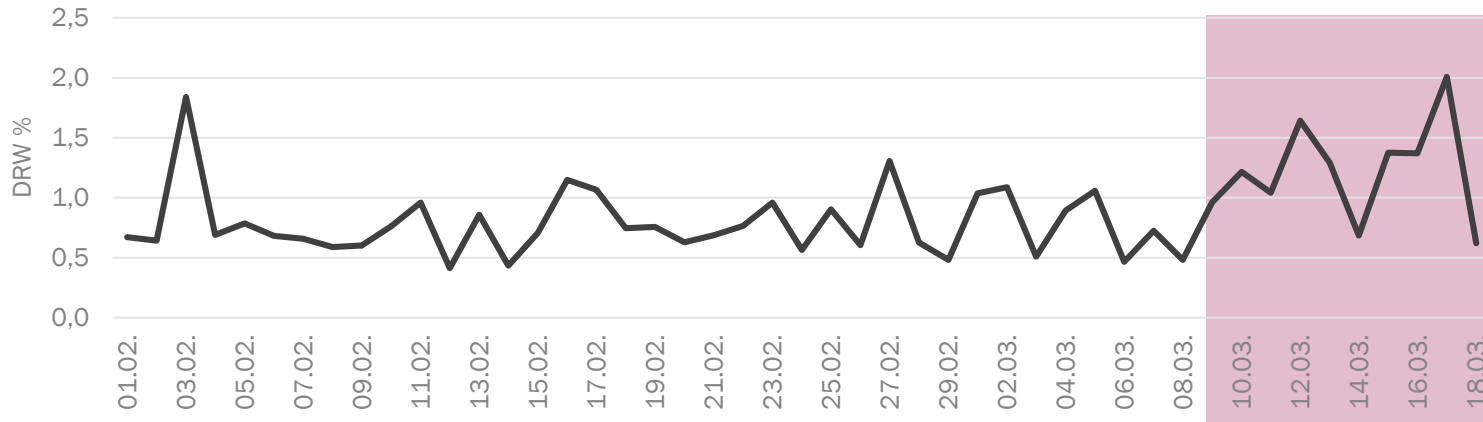
13.03.-19.03.

Rang	Sender	Titel	Datum	Uhrzeit	DRW 000	DRW %	MA%	Aff. E12+
1	PULS 4	THE MASKED SINGER AUSTRIA	14.03.2020	20:15	236	5,8	18,3	140
2	PRO7 A	GERMANYS NEXT TOPMODEL	19.03.2020	20:16	218	5,3	15,5	125
3	PRO7 A	THE MASKED SINGER	17.03.2020	20:14	175	4,3	13,2	139
4	PULS 4	PULS 24 NEWS	13.03.2020	20:15	153	3,7	12,3	118
5	ATV	TEENAGER WERDEN MUETTER	19.03.2020	20:15	141	3,5	9,2	143
6	PRO7 A	YOUNG SHELDON	16.03.2020	20:16	120	2,9	7,7	166
7	PULS 4	2 MINUTEN 2 MILLIONEN	17.03.2020	20:14	100	2,5	7,0	101
8	RTL A	RTL AKTUELL	15.03.2020	18:45	92	2,2	7,6	103
9	PULS 4	X MEN APOCALYPSE	13.03.2020	21:01	91	2,2	8,2	134
10	PRO7 A	YOUNG SHELDON	16.03.2020	20:45	88	2,1	5,7	157

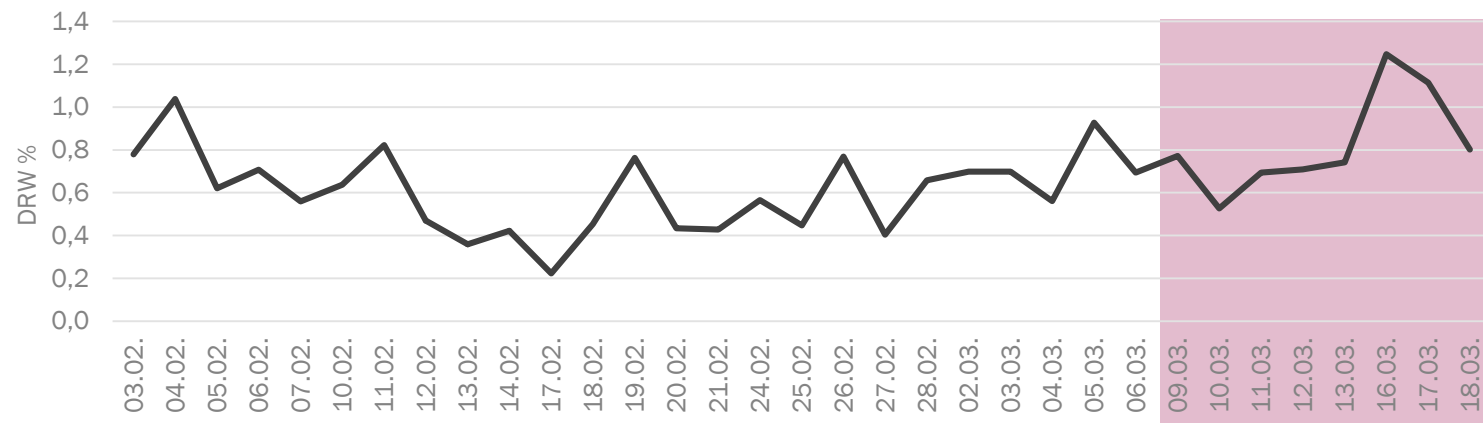


# Beispiele zu News auf Privatsendern

Puls 4 - Puls 24 News 18:45



RTL A - Punkt Zwölf 12:00



Nicht nur die Informationsschiene des ORF, auch die News-Formate auf den Privatsendern verzeichnen Zuwächse.



# Key Learnings und Implikationen für Werbetreibende

---

Fernsehen erreicht derzeit insgesamt mehr und vor allem mehr jüngere Personen als üblich. Die erreichten Personen schauen im Schnitt auch länger fern.

Am stärksten profitieren Zeitschienen in der Daytime.

Infosendungen legen stark zu, während Sport verliert. Der Zuwachs bei Kindersendungen liegt bei beachtlichen +25%. Shows, sowie Filme und Serien können ebenso an Reichweite gewinnen.

Die Ausgangsbeschränkung 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.

Für die Mediaplanung ist die PrimeTime (meist mit zwischen 19 und 22 Uhr definiert) ein stark betonter KPI, wenn auch diese oft weniger effizient einzukaufen ist als andere Zeitschienen. Mit einer stärkeren TV-Nutzung untertags lässt sich nun (auch im Non-News-Umfeld) effizient Reichweite aufbauen.

Umfelder im Info & News erreichen aktuell enorme Reichweiten. Nicht zu vergessen ist jedoch, dass auch andere Umfelder an Reichweiten gewinnen.