

understanding why



PRIVATE TELEVISION Research

IMAS Positions- und Reichweitenanalyse

LT1 in den Augen der Bevölkerung



Forschungsdesign

	Auftraggeber:in	LT1
	Forschungsziel	Ziel dieser Untersuchung war es, die Position des LT1-Privatfernsehens in Oberösterreich zu ermitteln und die Entwicklung des Senders während der letzten Monate und Jahre nachzuzeichnen. Fokus lag dabei neben der Bekanntheit und Reichweite von OÖ-TV Sendern bzw. TV-Angeboten vor allem auf dem Profil des LT1 Publikums und dem Empfang von Fernsehprogrammen. Es handelt sich bereits um die 16. Trendmessung seit September 2010.
	Methode	Computergestützte telefonische Interviews (CATI)
	Sample	n=801 ; repräsentativ für die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, Quotaauswahl, Quoten wurden auf Alter, Geschlecht und Region gesetzt Die gendergerechte Sprache wird in diesem Bericht angewandt und soll alle Geschlechter und Identitäten sichtbar machen und somit den klaren Willen zur Gleichbehandlung zum Ausdruck bringen. In den Grafiken und Fragestellungen wird aber aus methodischen und grafischen Gründen nicht gegentert. Aber auch hier sollen alle personenbezogenen Ausdrücke alle Geschlechter und Identitäten gleichermaßen umfassen.
	Schwankungsbreite	Die maximale Schwankungsbreite für diese Gruppe beträgt +/- 3,5 Prozentpunkte bei einem Signifikanzniveau von 95,45 Prozent. Summen von Prozentwerten, die nicht genau 100% ergeben, resultieren aus Rundungsdifferenzen.
	Befragungszeitraum	Die Interviews wurden von 13. bis 20. Jänner 2025 erhoben.

Forschungsdesign



Forschungsziel

- Bekanntheit von OÖ-TV Sendern
- Reichweite von OÖ-TV Sendern
- TV-Angebote
- Profil des LT1-Publikums
- etc.



Methode

- Computergestützte telefonische Interviews (CATI)



Sample

- **n=801**
- repräsentativ für die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren
- Quoten auf Alter, Geschlecht, Region



Befragungszeitraum

- 13. bis 20. Jänner 2025
- maximale Schwankungsbreite: +/- 3,5 Prozentpunkte bei Signifikanzniveau von 95,45 Prozent



Trend / Auftraggeber

- Trend seit 2010
- LT1





Forschungsdimension 1:

Mediengattungen / TV Quelle und Gerät / Technischer TV-Empfang

Seite 4



Forschungsdimension 2:

Markenbekanntheit

Seite 25



Forschungsdimension 3:

Reichweite

Seite 40



Forschungsdimension 4:

Image von LT1

Seite 62



Management Summary

Eckpunkte und Ableitungen

Seite 69

Forschungsdimension 1

Mediengattungen / TV Quelle und Gerät / Technischer TV-Empfang

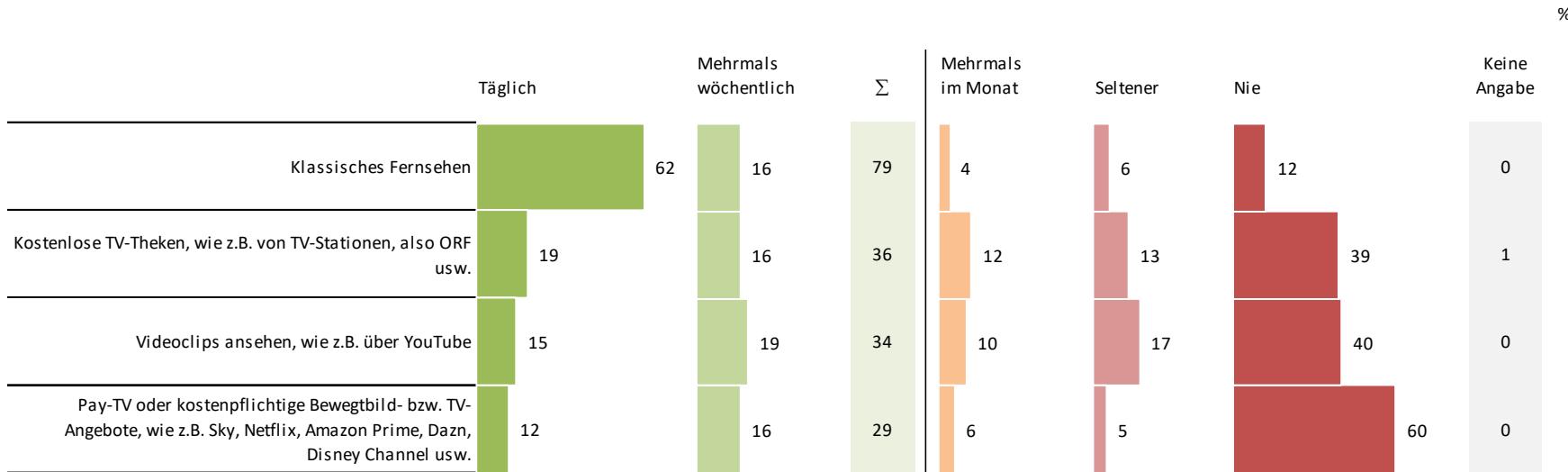


- Mediengattungen
- TV Quelle und Gerät
- Durchschnittliche Fernsehstunden
- Technischer TV-Empfang

Nutzungshäufigkeit ausgewählter Mediengattungen

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

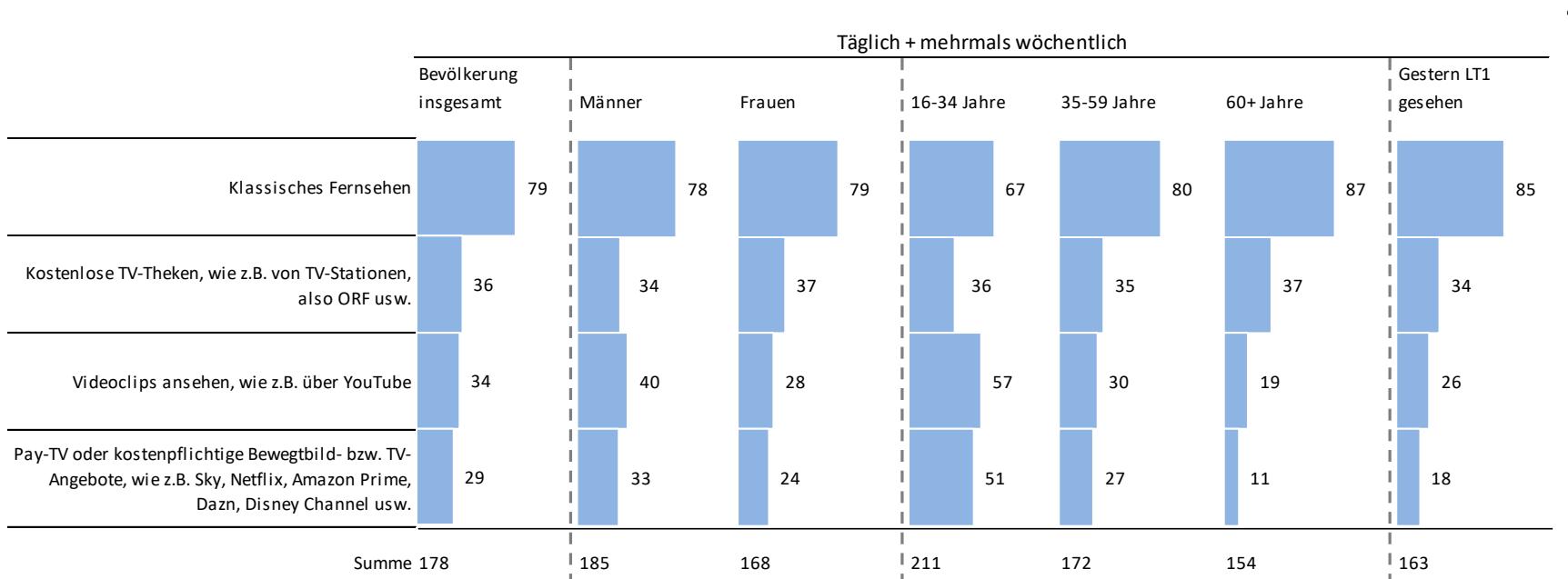
Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"



Nutzungshäufigkeit ausgewählter Mediengattungen

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

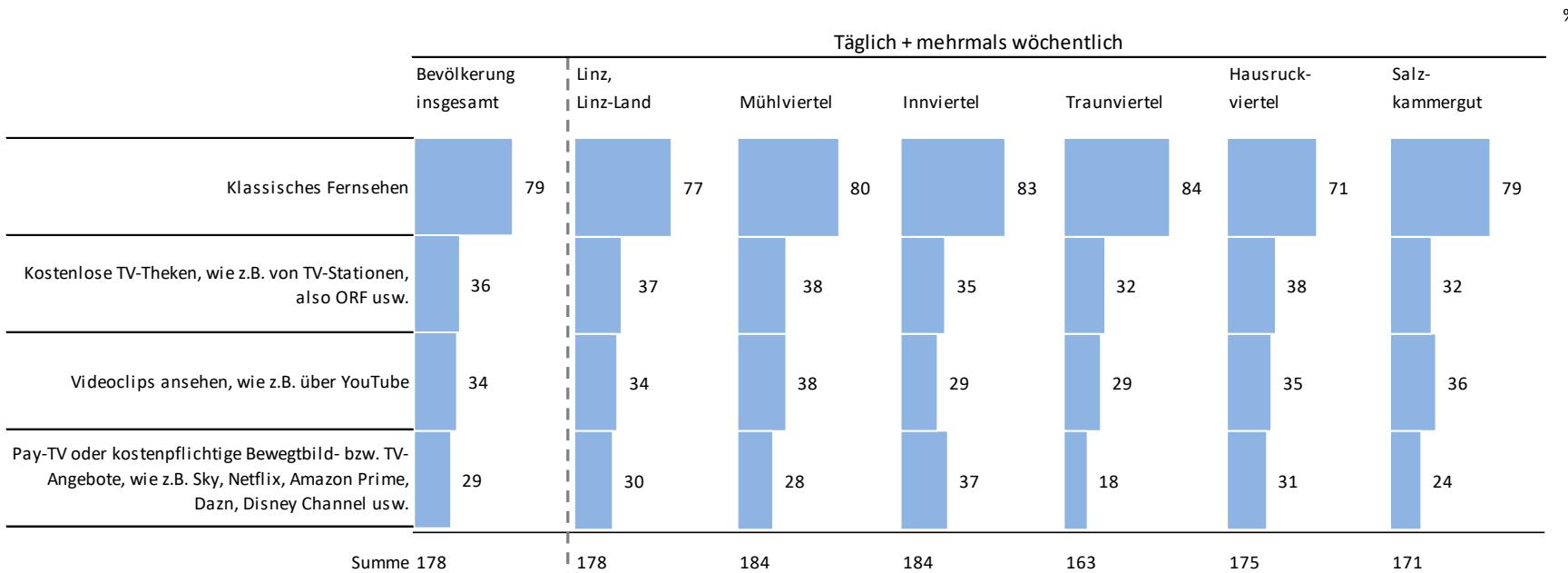
Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"



Nutzungshäufigkeit ausgewählter Mediengattungen

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

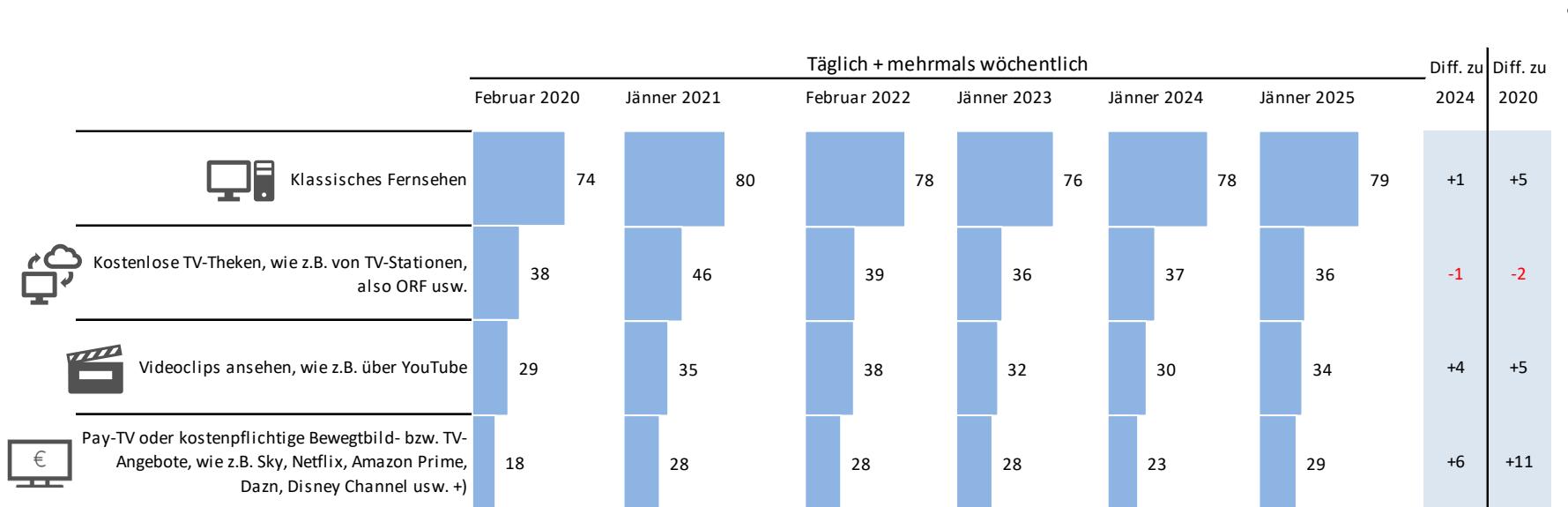
Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"



Nutzungshäufigkeit ausgewählter Mediengattungen – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

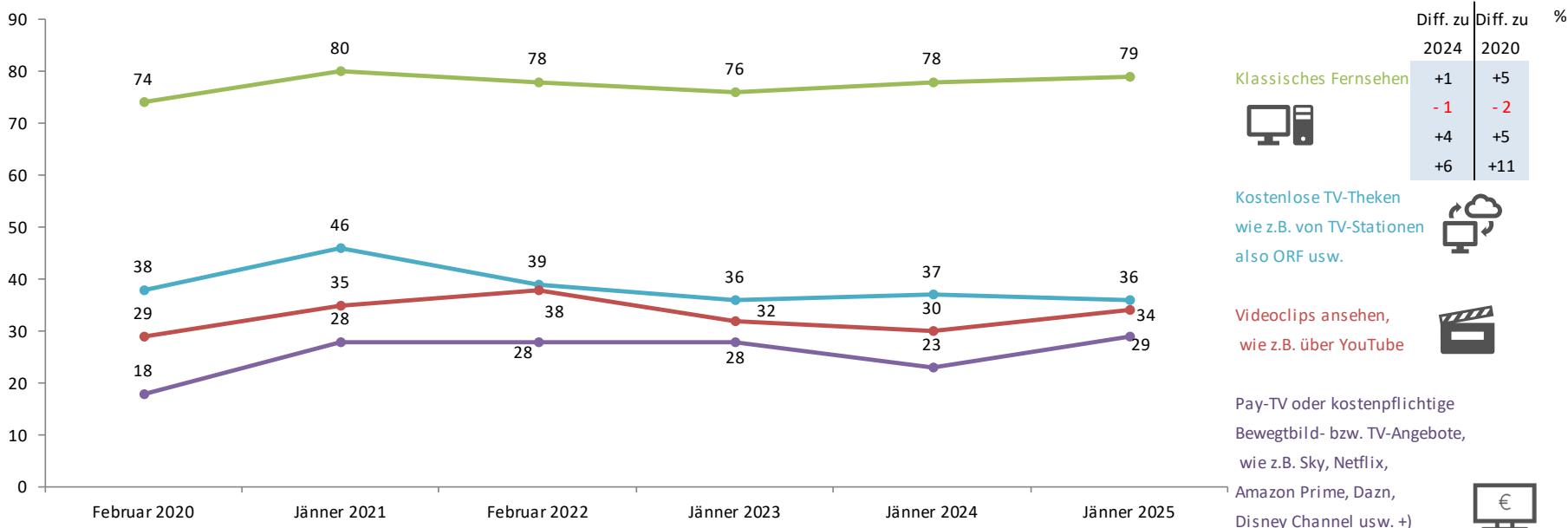


+) Achtung: andere Formulierung im Februar 2020 ('...Maxdome usw.' statt '...Dazn, Disney Channel usw.')!

Mindestens mehrmals wöchentliche Nutzung ausgewählter Mediengattungen – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

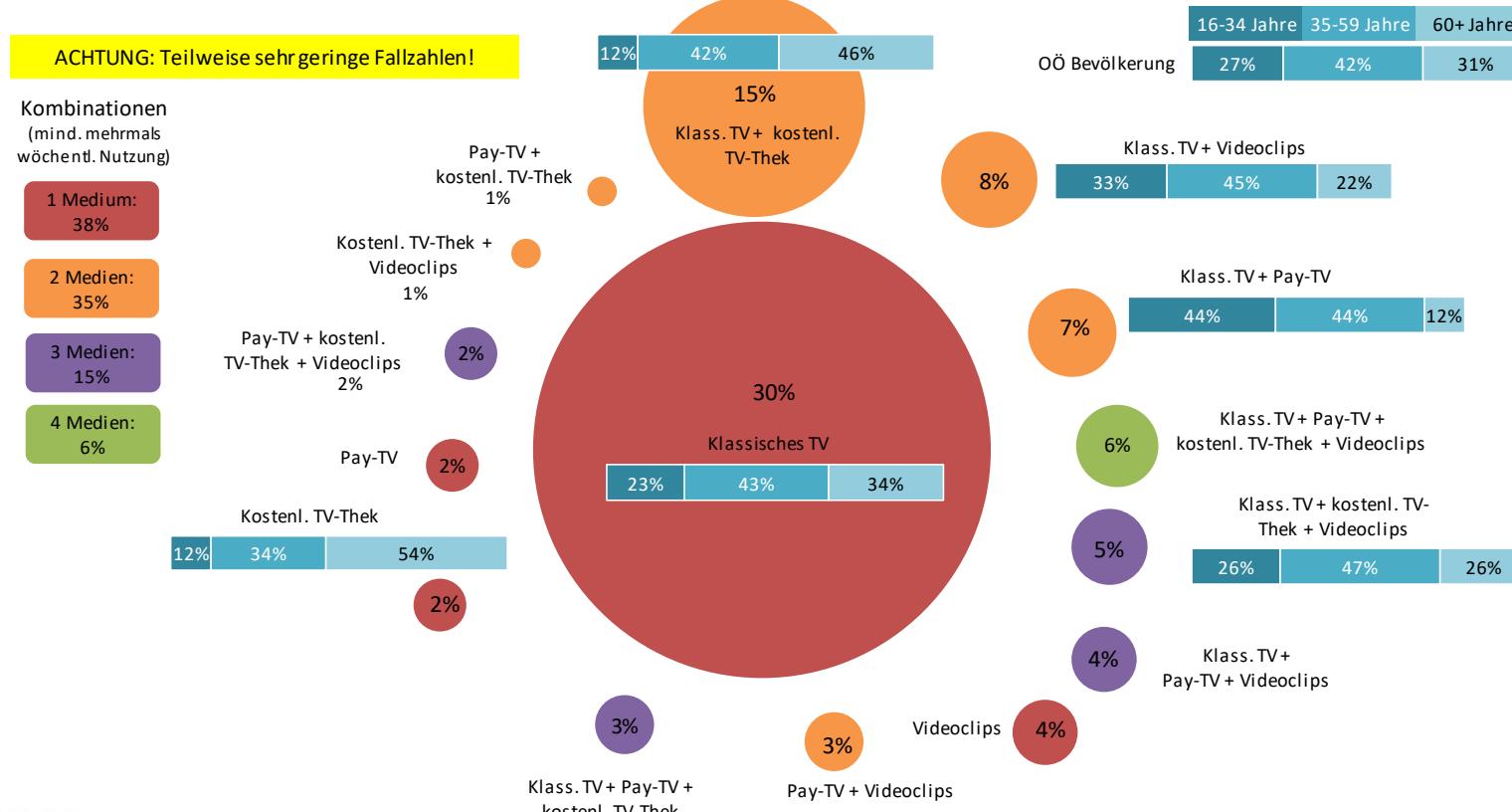


+) Achtung: andere Formulierung im Februar 2020 ('...Maxdome usw.' statt '...Dazn, Disney Channel usw.')!

Nutzungshäufigkeit ausgewählter Mediengattungen – Kombinationen (mind. mehrmals wöchentl. Nutzung)

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

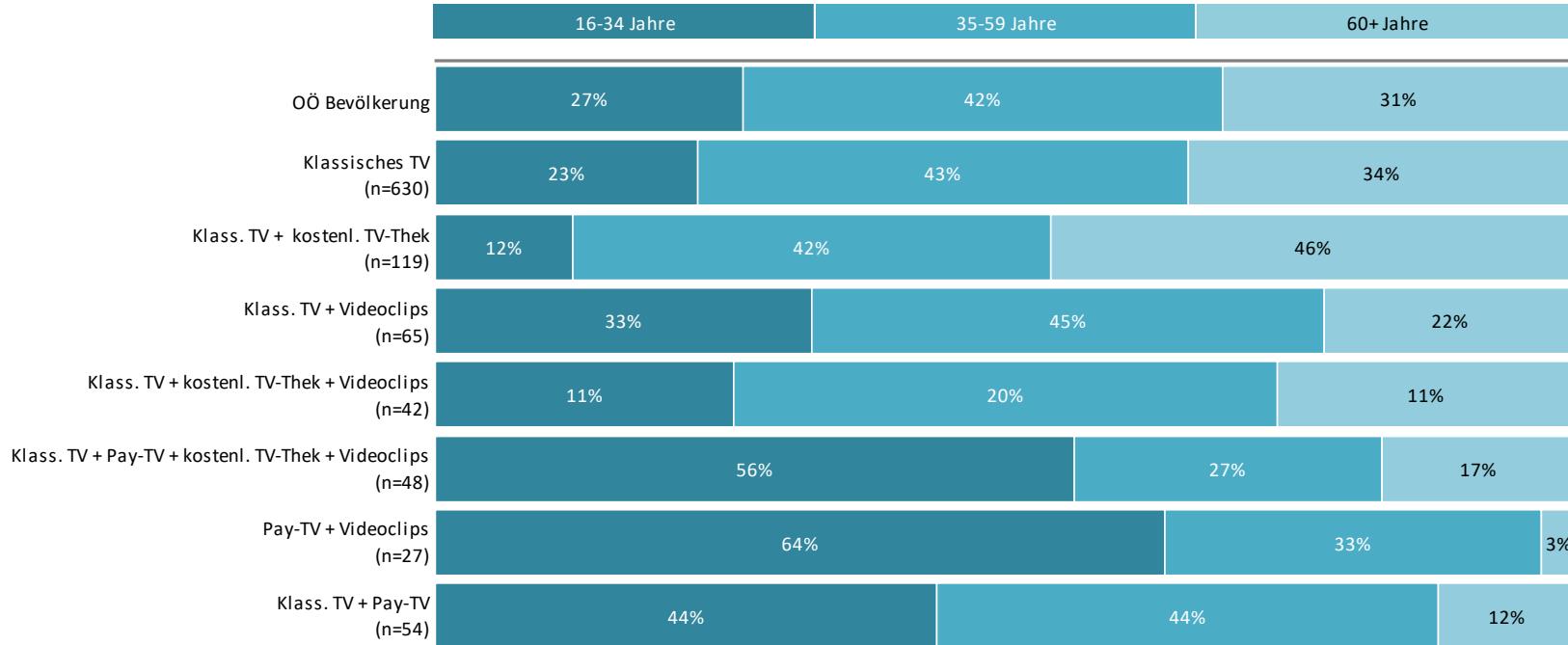


Nutzungshäufigkeit ausgewählter Mediengattungen – Häufigste Kombinationen – Altersstruktur

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 1: "Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Mediengattungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder einzelnen Mediengattung, wie oft Sie diese normalerweise nutzen. Ist das täglich, mehrmals wöchentlich, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?"

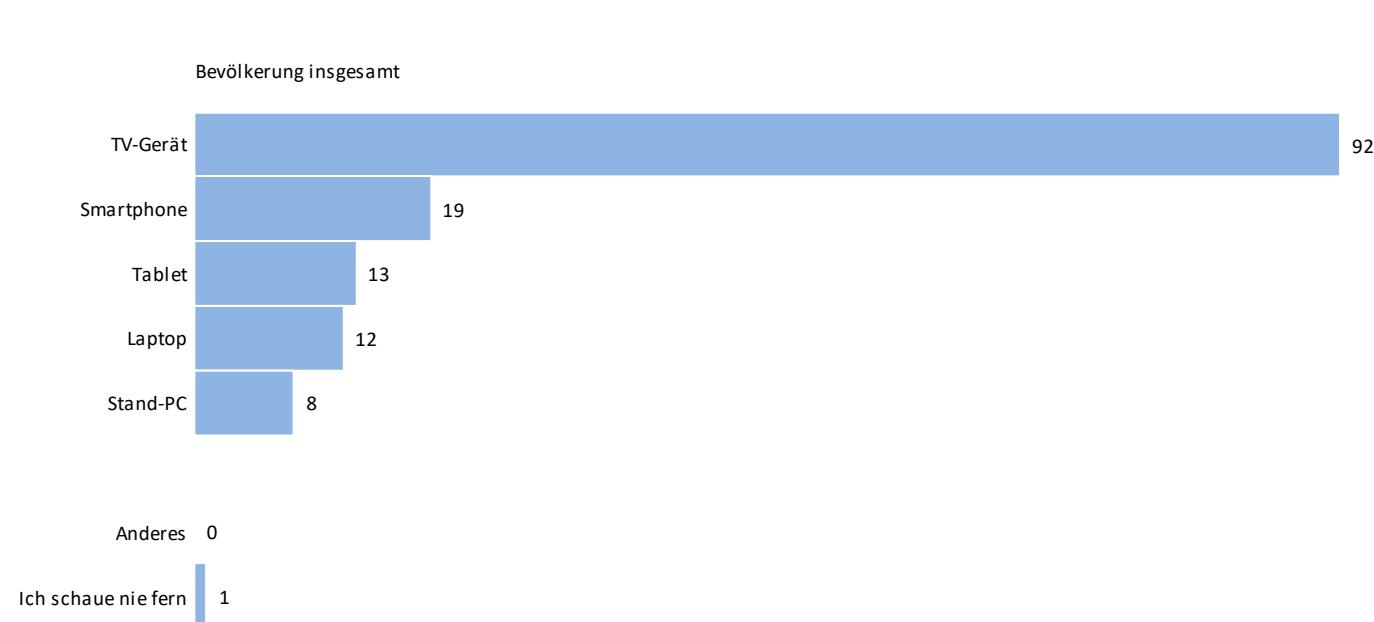
ACHTUNG: Teilweise sehr geringe Fallzahlen!



Technische Geräte fürs Fernsehen

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

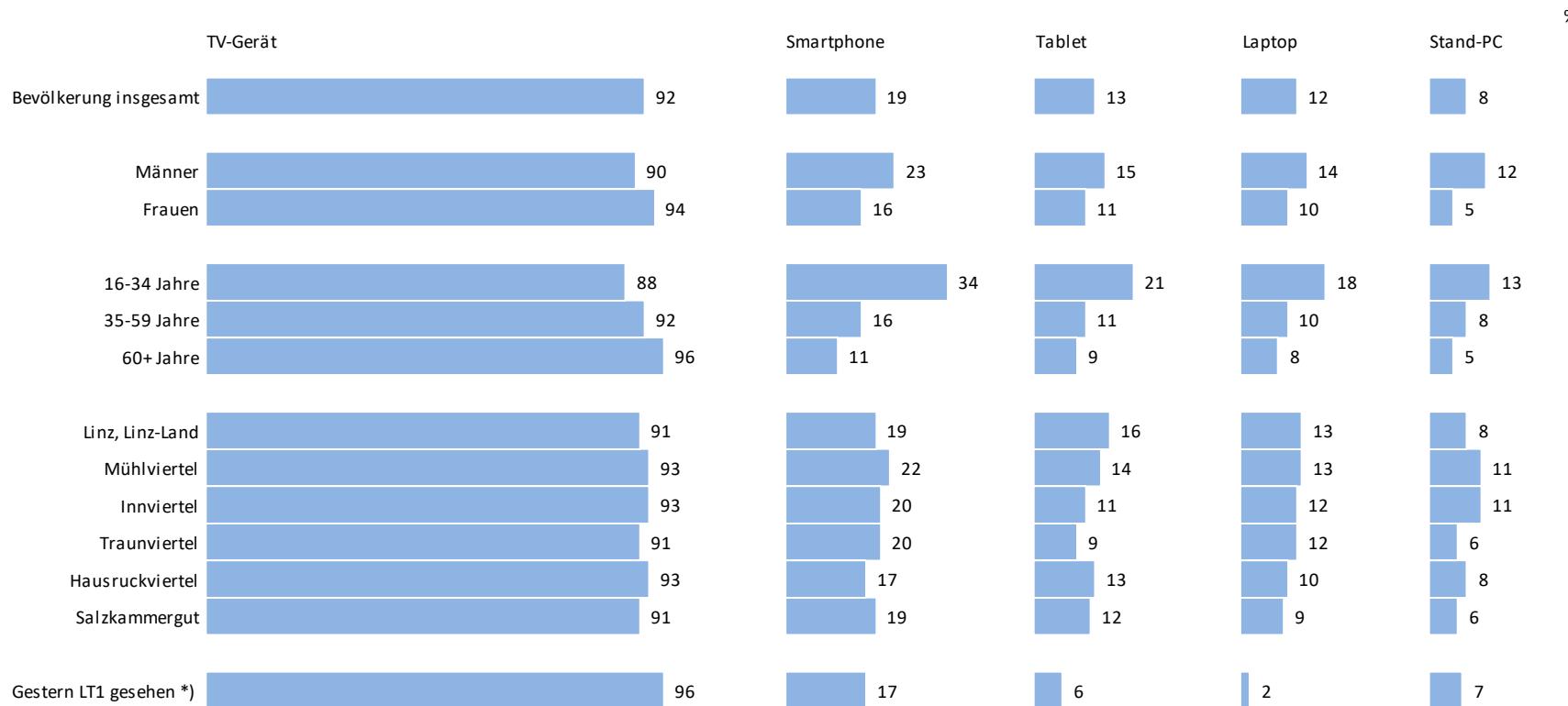
Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"



Technische Geräte fürs Fernsehen

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"

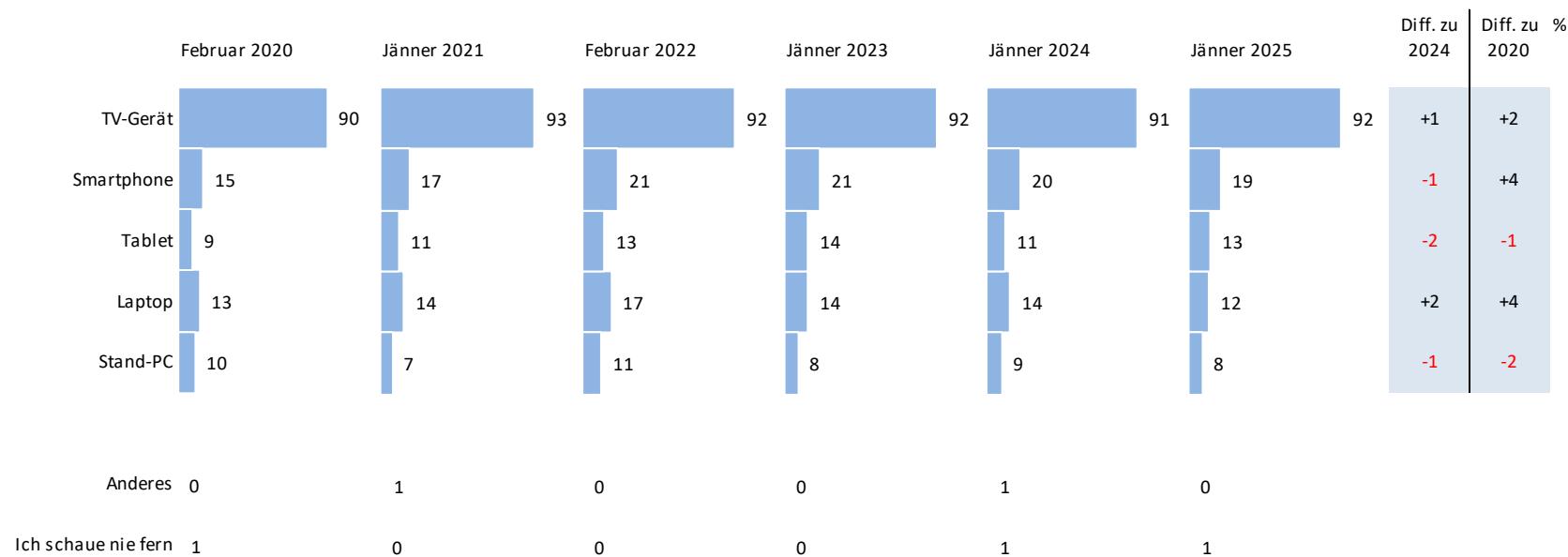


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Technische Geräte fürs Fernsehen – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

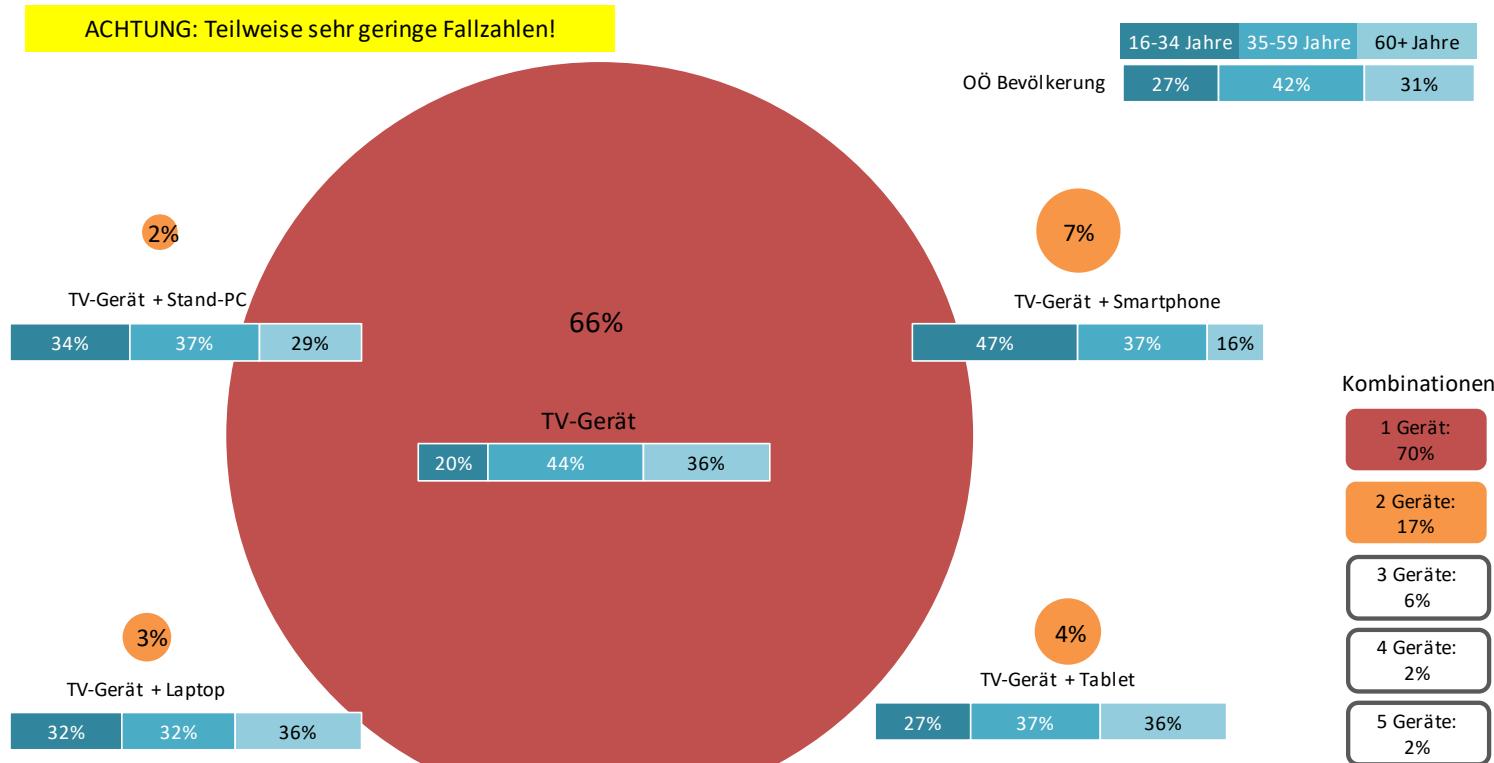
Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"



Technische Geräte fürs Fernsehen – Häufigste Kombinationen

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"

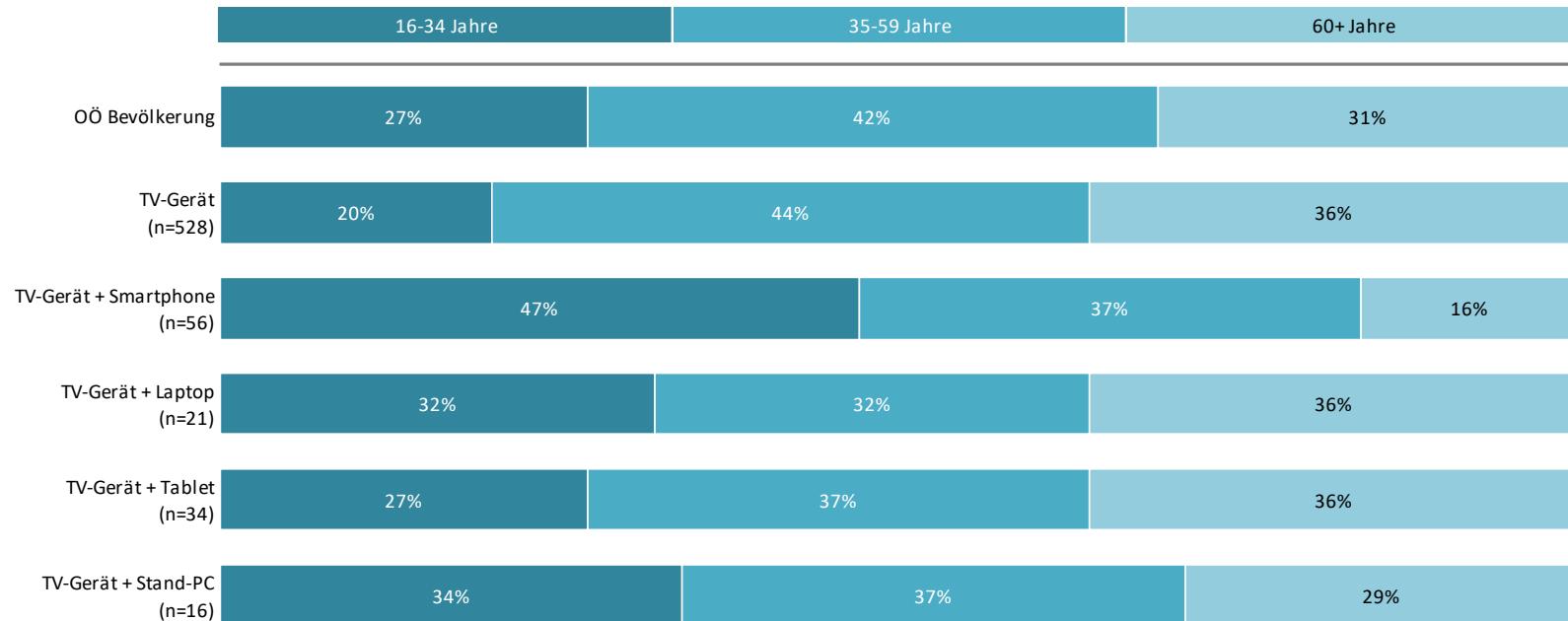


Technische Geräte fürs Fernsehen – Häufigste Kombinationen – Altersstruktur

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Über welche technischen Geräte schauen Sie grundsätzlich fern: Ist das über ein TV-Gerät, über das Smartphone, über ein Tablet oder über einen Laptop oder Stand-PC?"

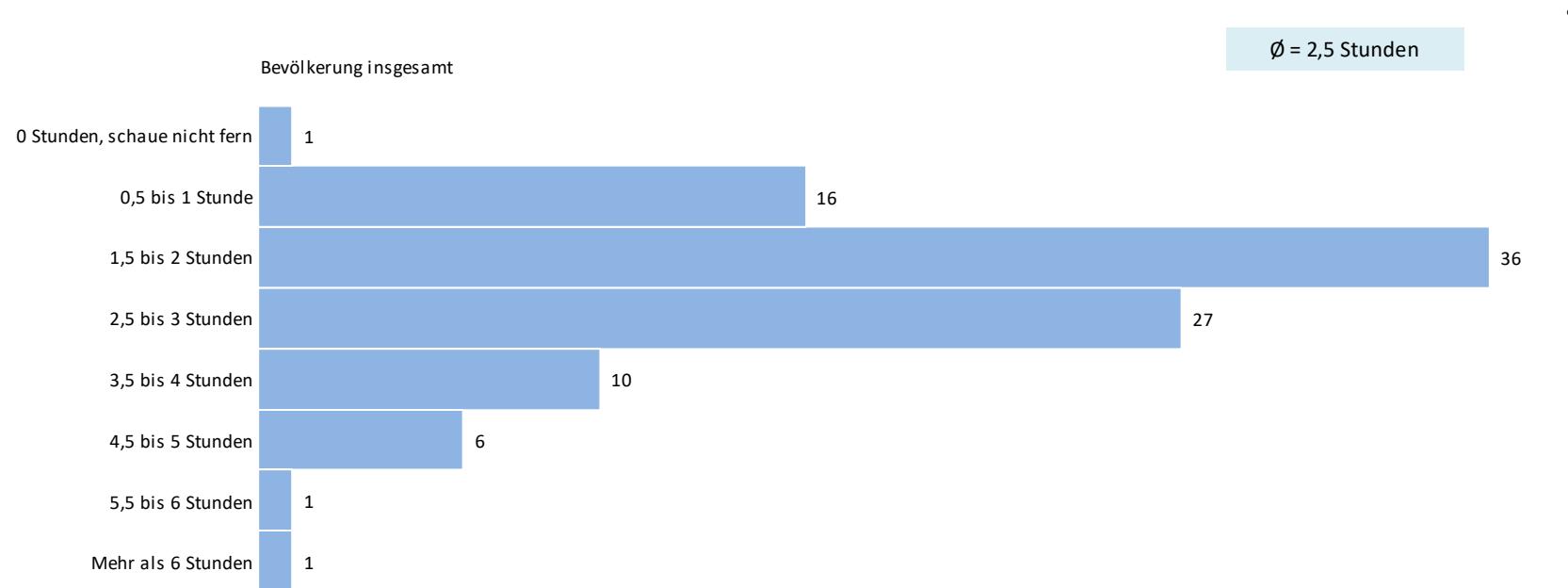
ACHTUNG: Teilweise sehr geringe Fallzahlen!



Durchschnittliche Fernsehstunden

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

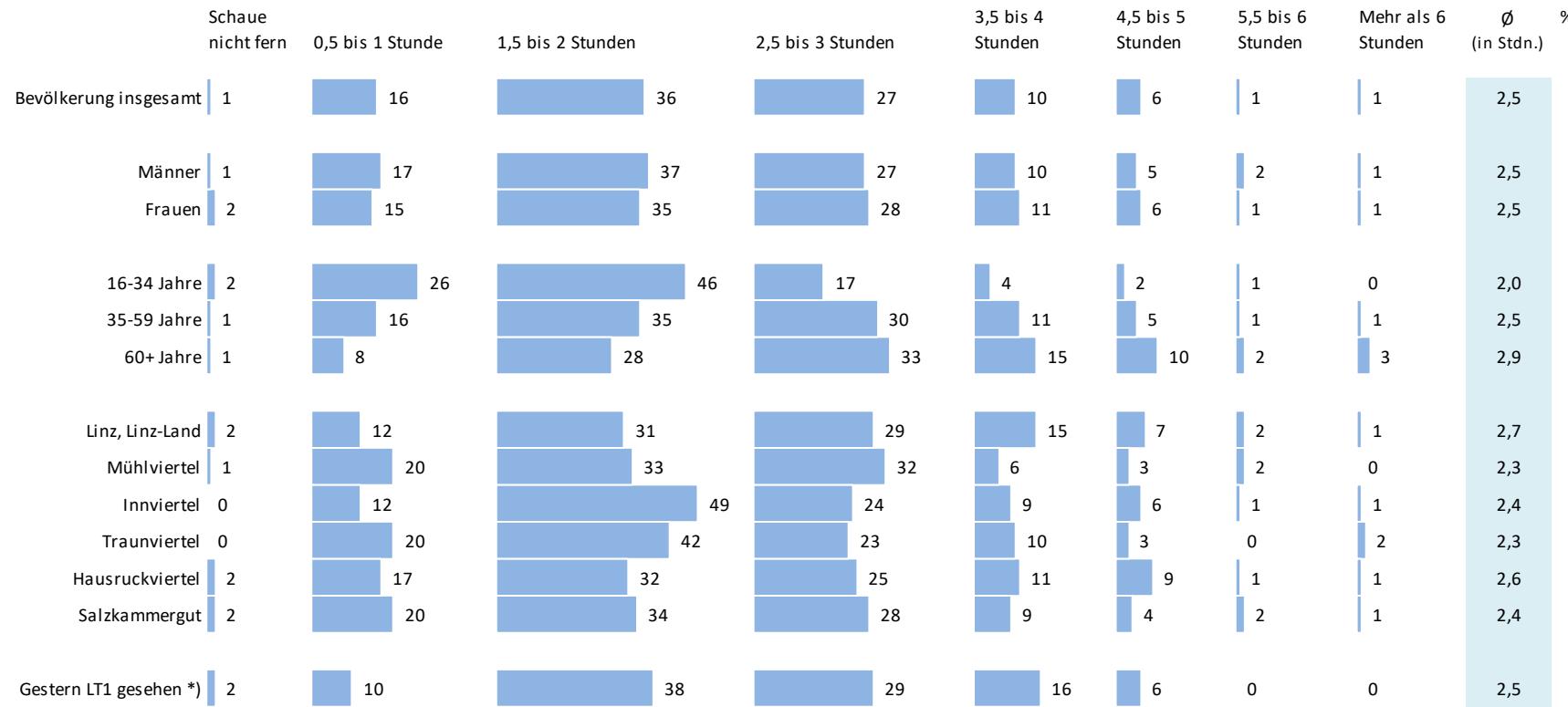
Frage 2a: "An einem Tag, an dem Sie fernsehen: Wie viele Stunden schauen Sie da durchschnittlich fern?"



Durchschnittliche Fernsehstunden

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2a: "An einem Tag, an dem Sie fernsehen: Wie viele Stunden schauen Sie da durchschnittlich fern?"

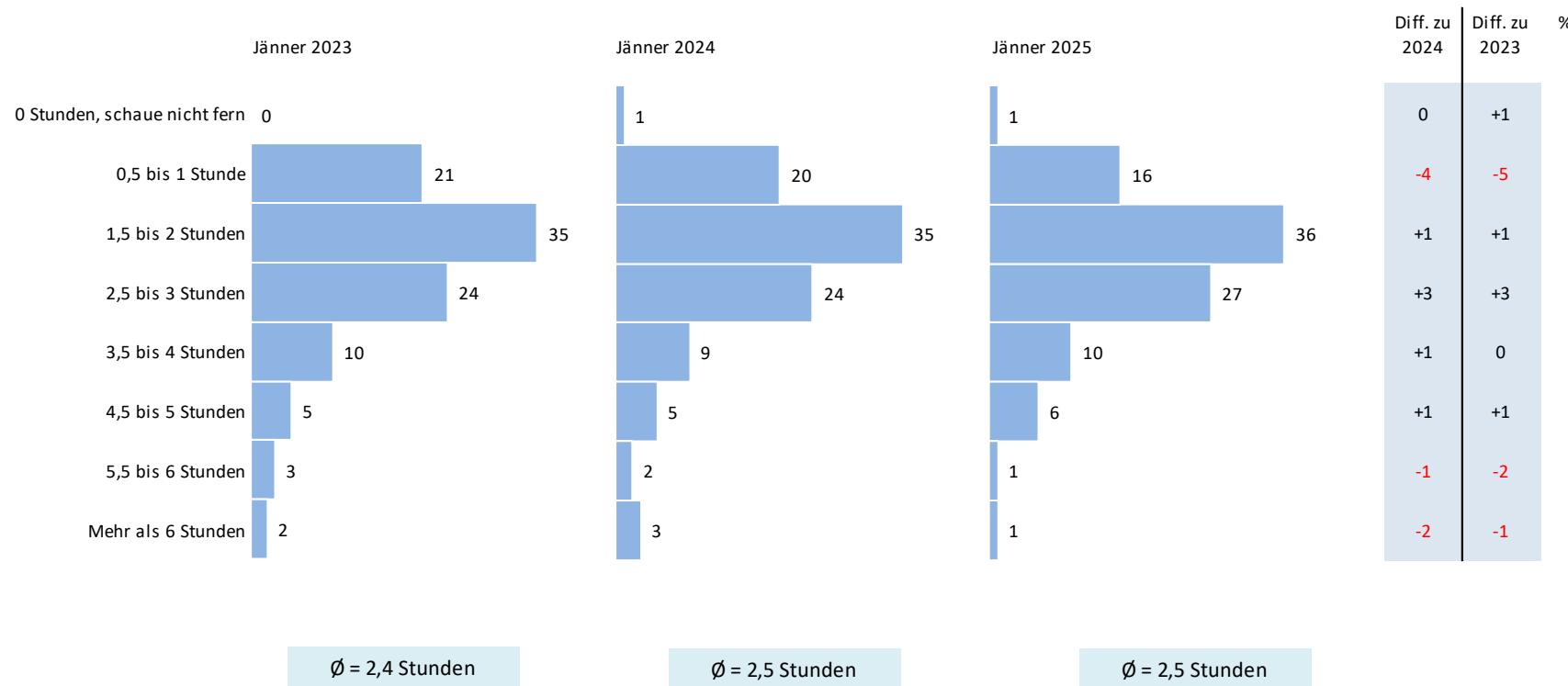


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Durchschnittliche Fernsehstunden – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

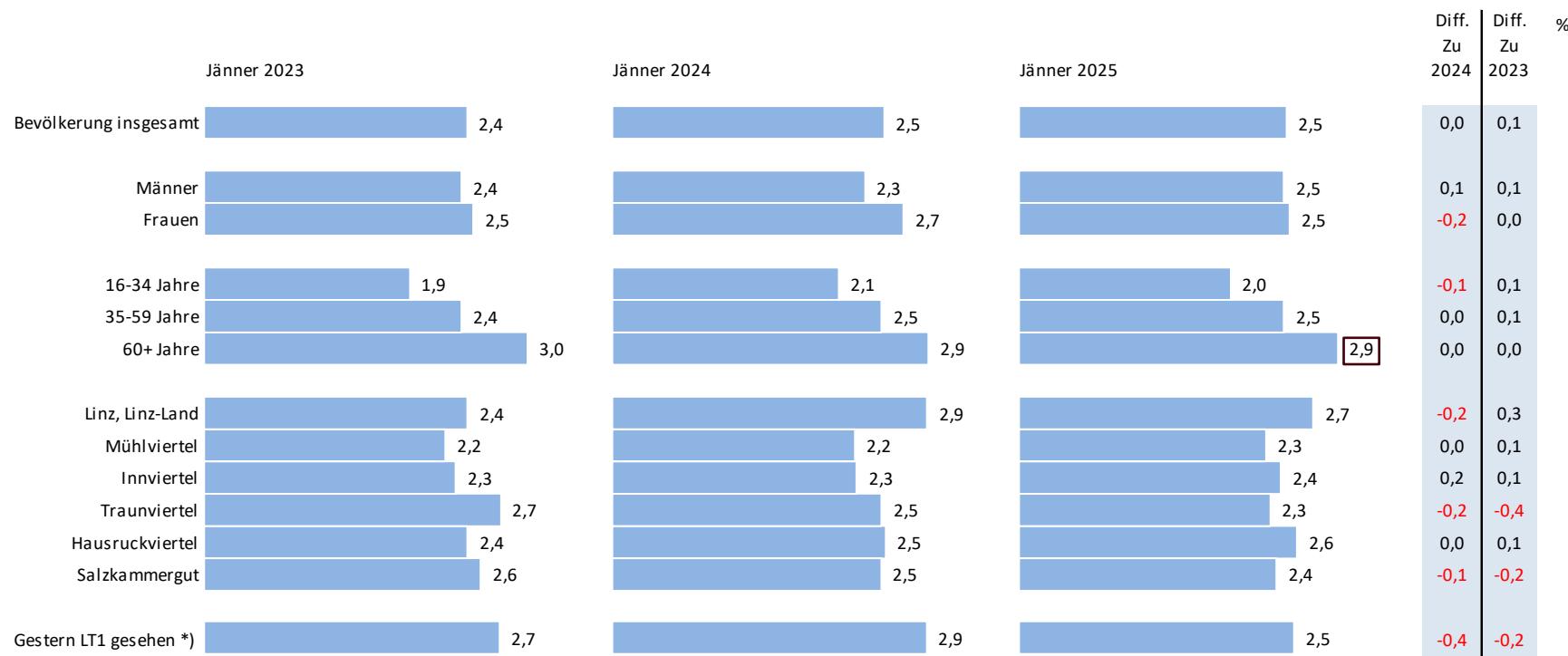
Frage 2a: "An einem Tag, an dem Sie fernsehen: Wie viele Stunden schauen Sie da durchschnittlich fern?"



Durchschnittliche Fernsehstunden – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2a: "An einem Tag, an dem Sie fernsehen: Wie viele Stunden schauen Sie da durchschnittlich fern?"

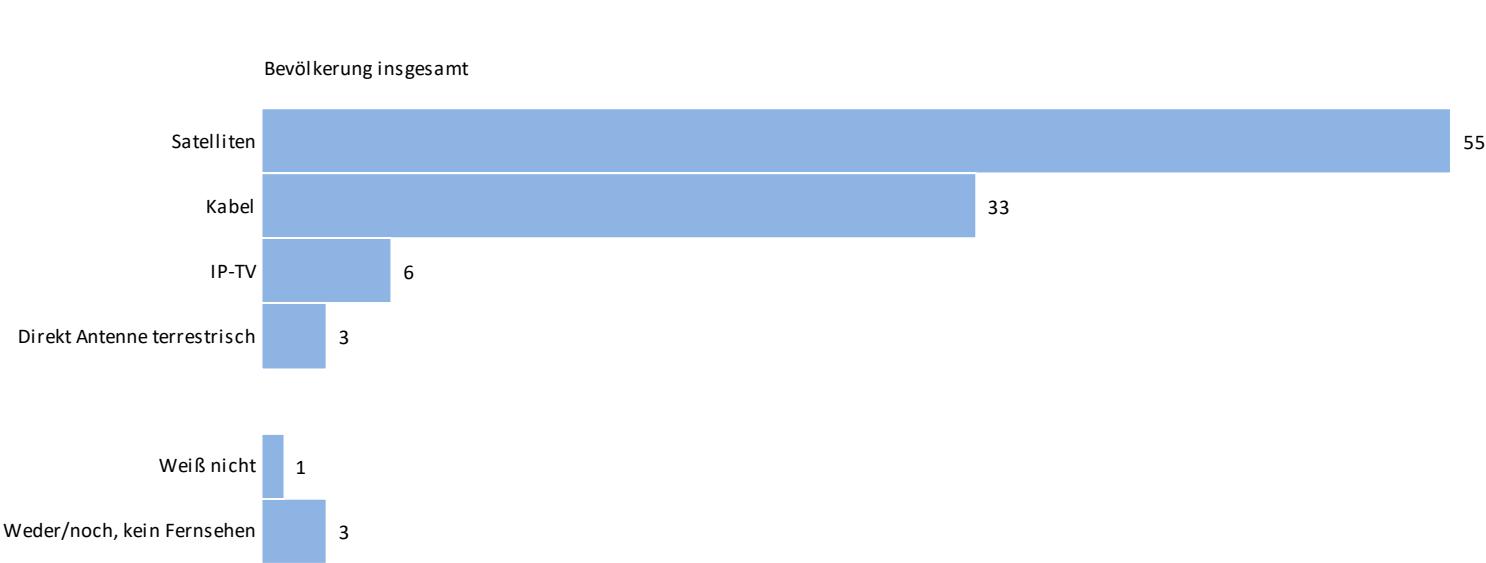


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

TV-Empfang

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

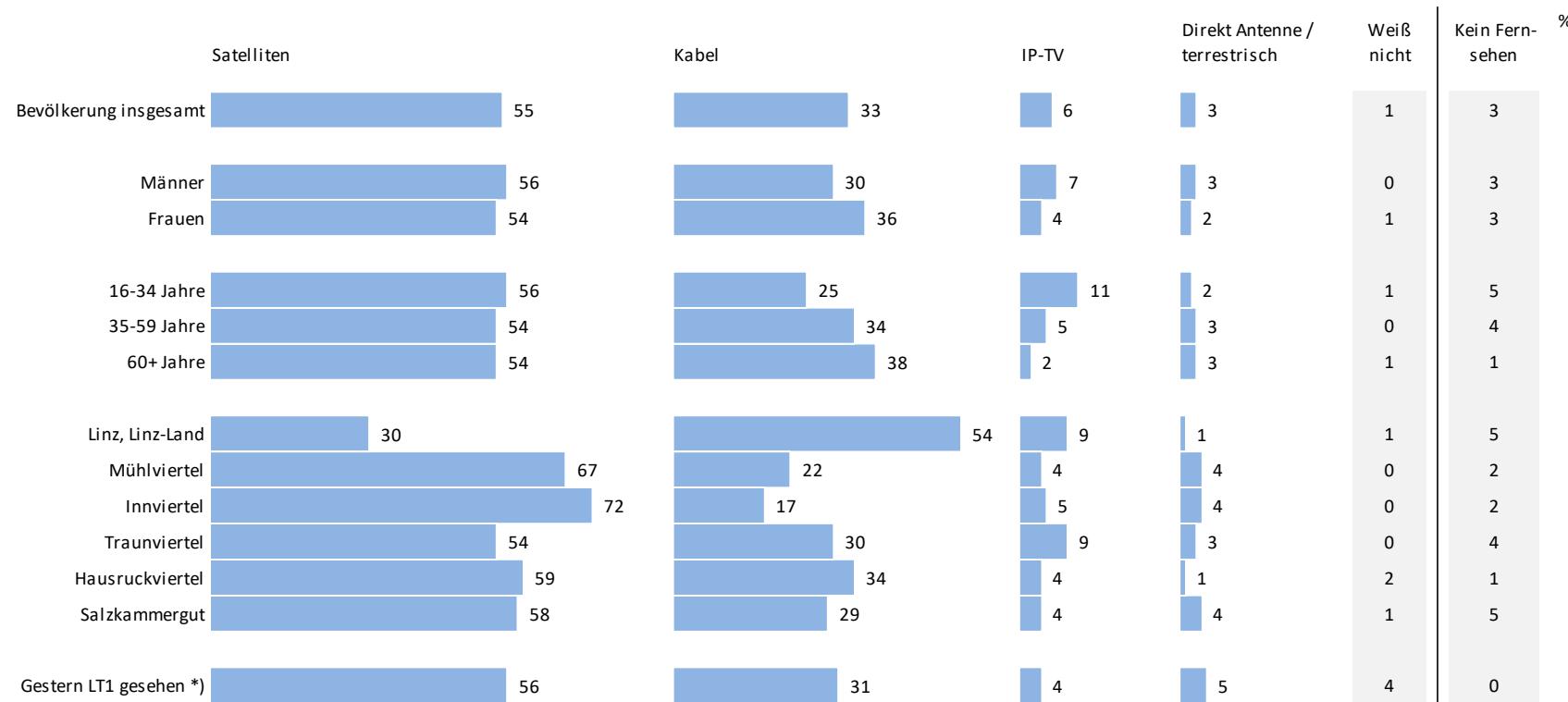
Stat.-Fr. 5: "Wie empfangen Sie zu Hause Fernsehprogramme: über Kabel, über Satelliten, IP-TV (z.B. aonTV) oder direkt über die Antenne terrestrisch?"



TV-Empfang

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Stat.-Fr. 5: "Wie empfangen Sie zu Hause Fernsehprogramme: über Kabel, über Satelliten, IP-TV (z.B. aonTV) oder direkt über die Antenne terrestrisch?"

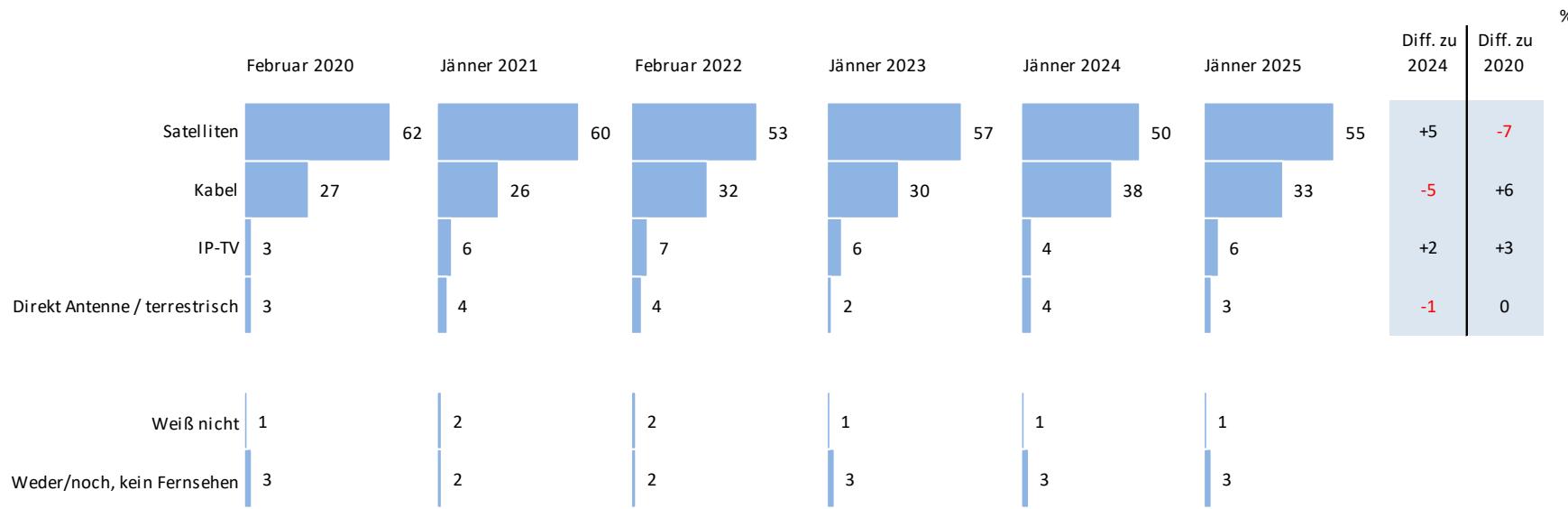


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

TV-Empfang – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Stat.-Fr. 5: "Wie empfangen Sie zu Hause Fernsehprogramme: über Kabel, über Satelliten, IP-TV (z.B. aonTV) oder direkt über die Antenne terrestrisch?"



Management Summary – Forschungsdimension 1

Mediengattungen: Klassisches Fernsehen wird weiterhin am häufigsten täglich gesehen

- Rund 3 von 5 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren geben im demoskopischen Interview an, klassisches Fernsehen täglich zu sehen. Mit deutlichem Abstand in der täglichen Nutzung folgen kostenlose TV-Theken (19%). Zudem geben drei Fünftel der Befragten an, nie PAY-TV bzw. kostenpflichtige Bewegtbild- bzw. TV-Angebote in Anspruch zu nehmen. Insgesamt nehmen rund zwei Fünftel (38%) nur 1 Angebot mindestens mehrmals wöchentlich in Anspruch, ein weiteres Drittel (35%) genau 2 Mediengattungen. Am beliebtesten ist bei den Befragten nur das klassische Fernsehen per se, rund ein Drittel (30%) sieht ausschließlich dies mindestens mehrmals wöchentlich. Als beliebteste 2er-Kombination gilt das klassische Fernsehen mit einer kostenlosen TV-Thek (15%). Im Trendvergleich zu Jänner 2024 sind die Ergebnisse dazu stabil geblieben.

Klassisches TV-Gerät ist nach wie vor am weitesten verbreitet

- Grundsätzlich schauen die Oberösterreicher:innen ab 16 Jahre nach wie vor zumindest über ein TV-Gerät fern, im Detail rund 9 von 10. Immerhin 19 Prozent der Befragten sehen über ein Smartphone, 13 Prozent über ein Tablet, 12 Prozent über einen Laptop und 8 Prozent über einen Stand-PC fern. Insgesamt nutzen 70 Prozent der Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren nur 1 Gerät für das Fernsehen, knapp ein weiteres Fünftel genau 2 Geräte. Am häufigsten verwenden die Befragten nur das TV-Gerät zum Fernsehen (66%). Vor allem bei der jungen OÖ Generation werden Smartphone, Laptop, PC und Tablet häufiger als TV-Gerät verwendet. Im Vergleich zur Erhebung im Jänner 2024 sind die Ergebnisse stabil.

Durchschnittliche Fernsehdauer: 2,5 Stunden pro Fernsehtag

- Im Durchschnitt geben die Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren an, 2,5 Stunden an einem Fernsehtag, fernzusehen. Am häufigsten wird die Kategorie „1,5-2 Stunden“ gewählt. Kaum jemand gibt an, 5,5 Stunden oder länger am Tag fernzusehen. Die durchschnittliche Anzahl der Fernsehstunden hat sich seit der letzten Messung 2024 nicht verändert.

Technischer Empfang: Die Hälfte der Oberösterreicher:innen empfängt Fernsehprogramme via Satellit

- Mehr als die Hälfte der Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren (55%) gibt zu Protokoll, Fernsehprogramme über Satellit zu empfangen. Ein Drittel tut dies über Kabel (33%). Vor allem im Mühlviertel und Innviertel scheint der Empfang von Fernsehprogrammen überdurchschnittlich oft über Satelliten vonstatten zu gehen. Hingegen ist in Linz und Linz-Land das Kabelfernsehen vermehrt verbreitet. Im Trend zu Jänner 2024 ist beim Satellitenempfang ein leichtes Plus zu erkennen, wogegen das Kabelfernsehen leicht abnimmt.

Forschungsdimension 2 Markenbekanntheit

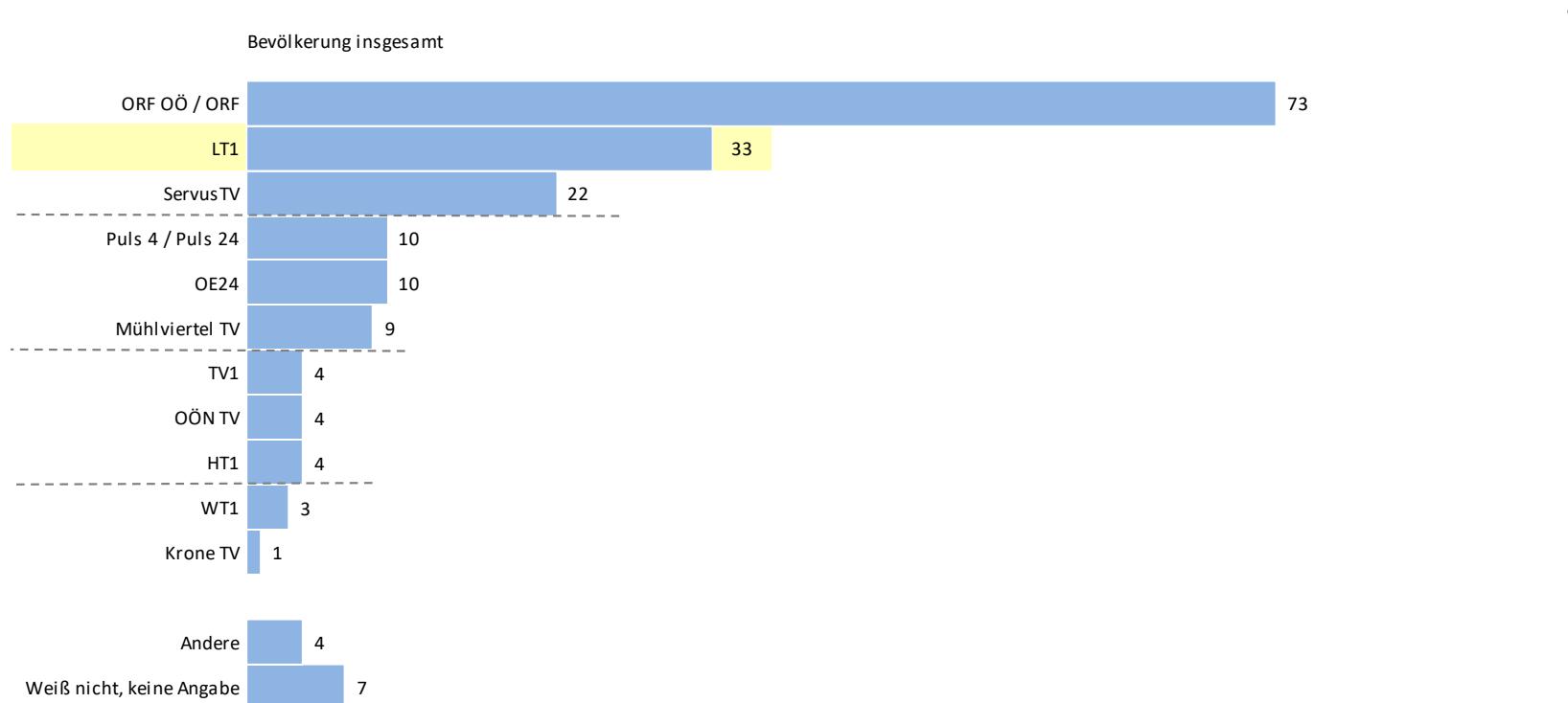


- Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ
- Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ

Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – präcodierte Liste

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

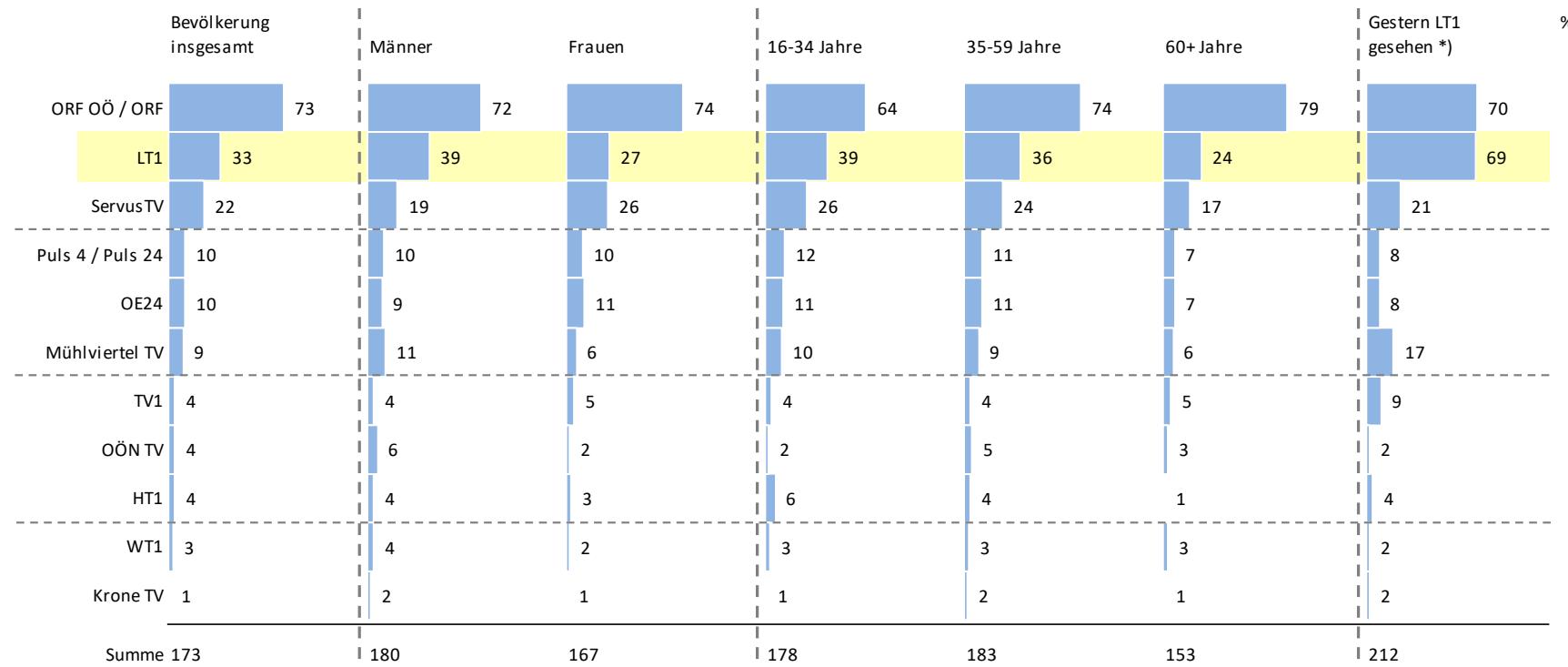
Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – präcodierte Liste

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

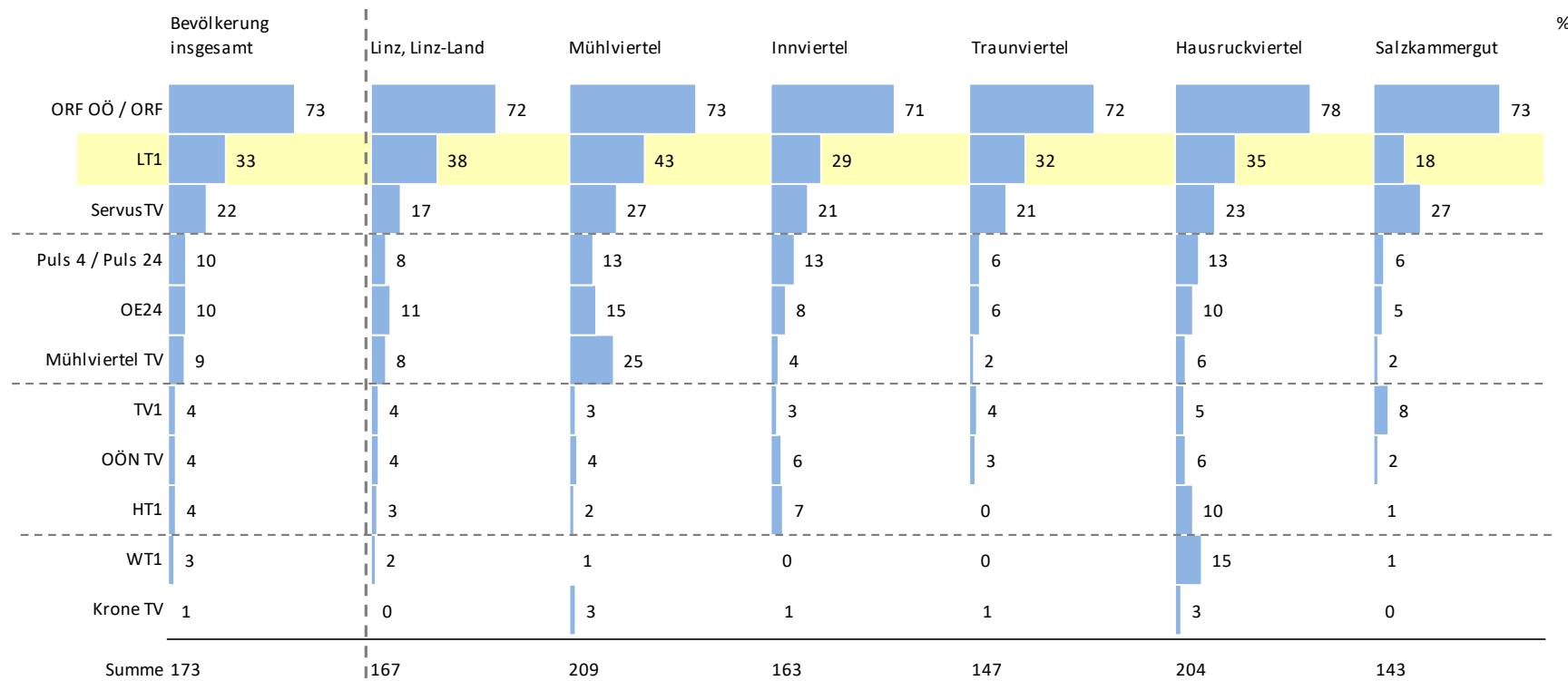


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – präcodierte Liste

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

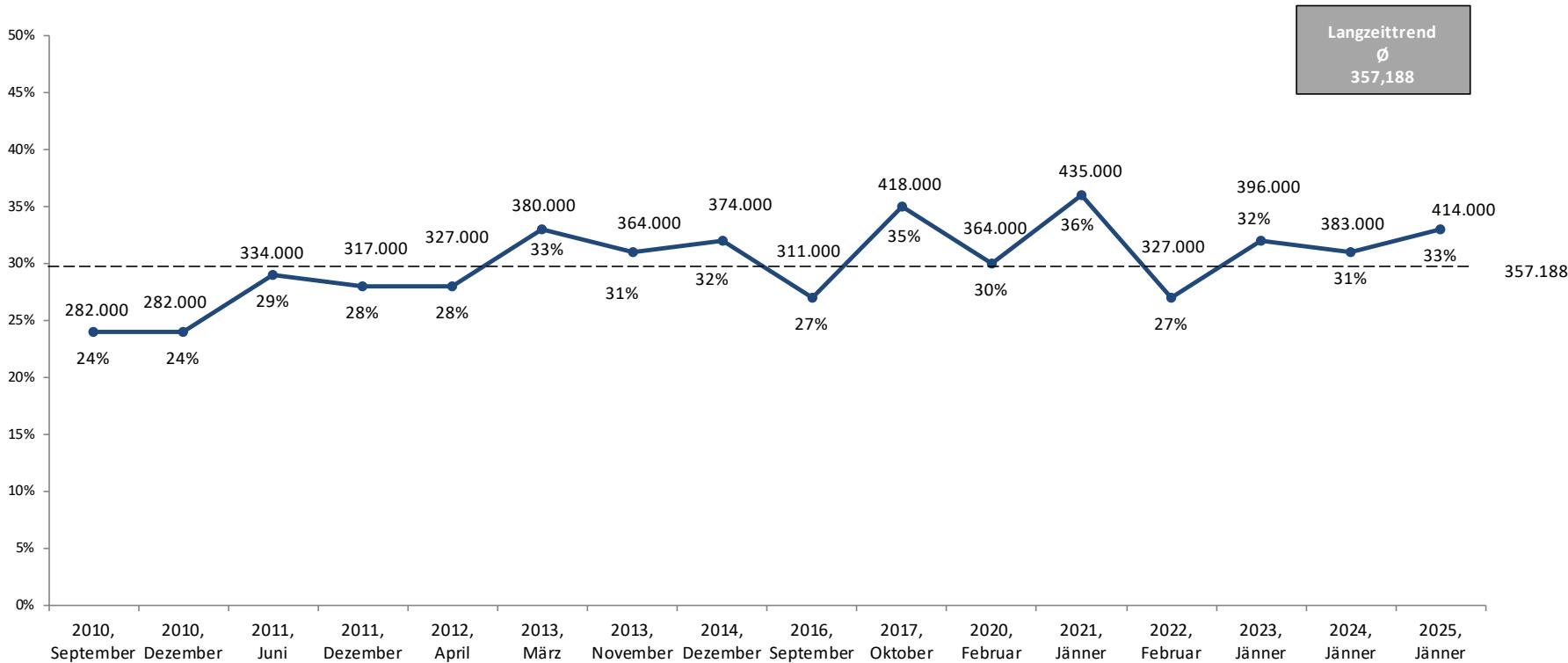
Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Spontane Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend – präcodierte Liste

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (spontan), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

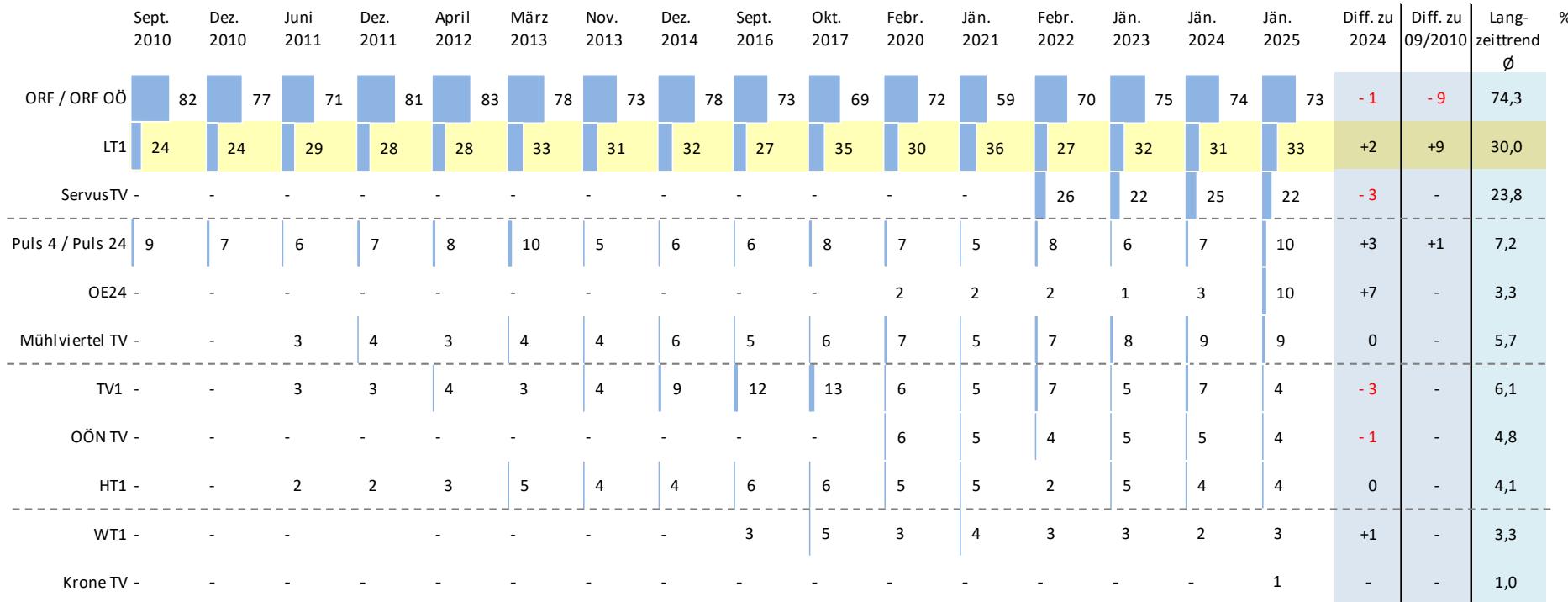
Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ – Trend – präcodierte Liste

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



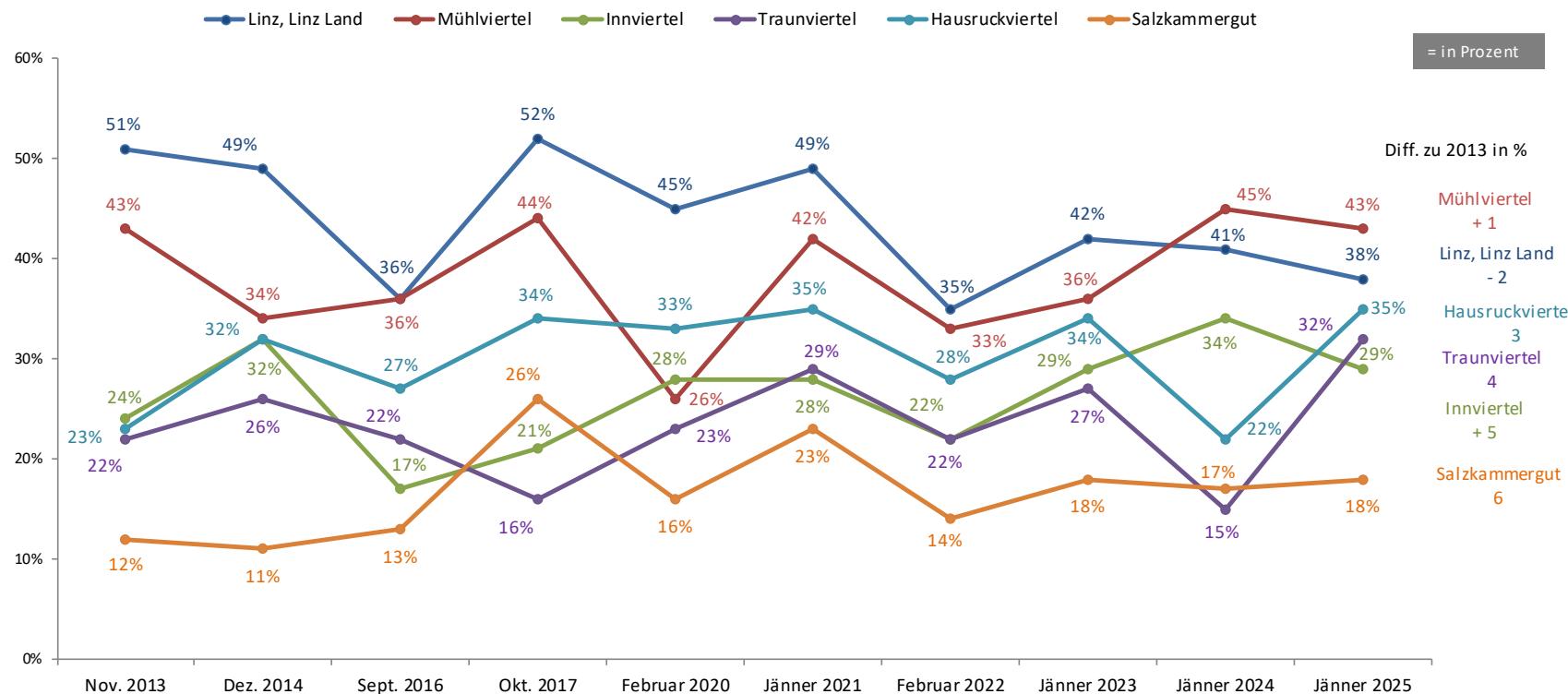
*) bis 2017: B-TV

-) wurde nicht abgefragt!

Spontane Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend – präcodierte Liste

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (spontan), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

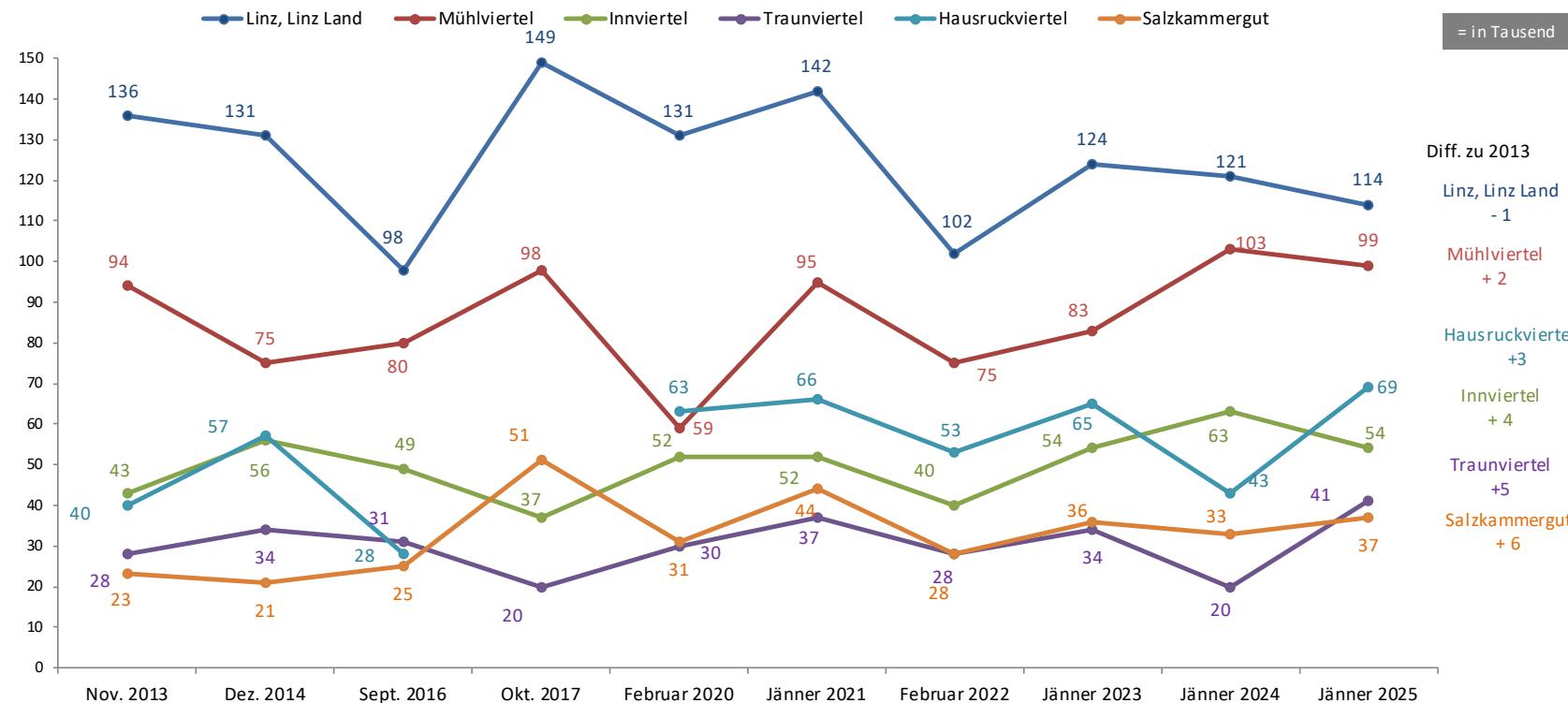
Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Spontane Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend – präcodierte Liste

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (spontan), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

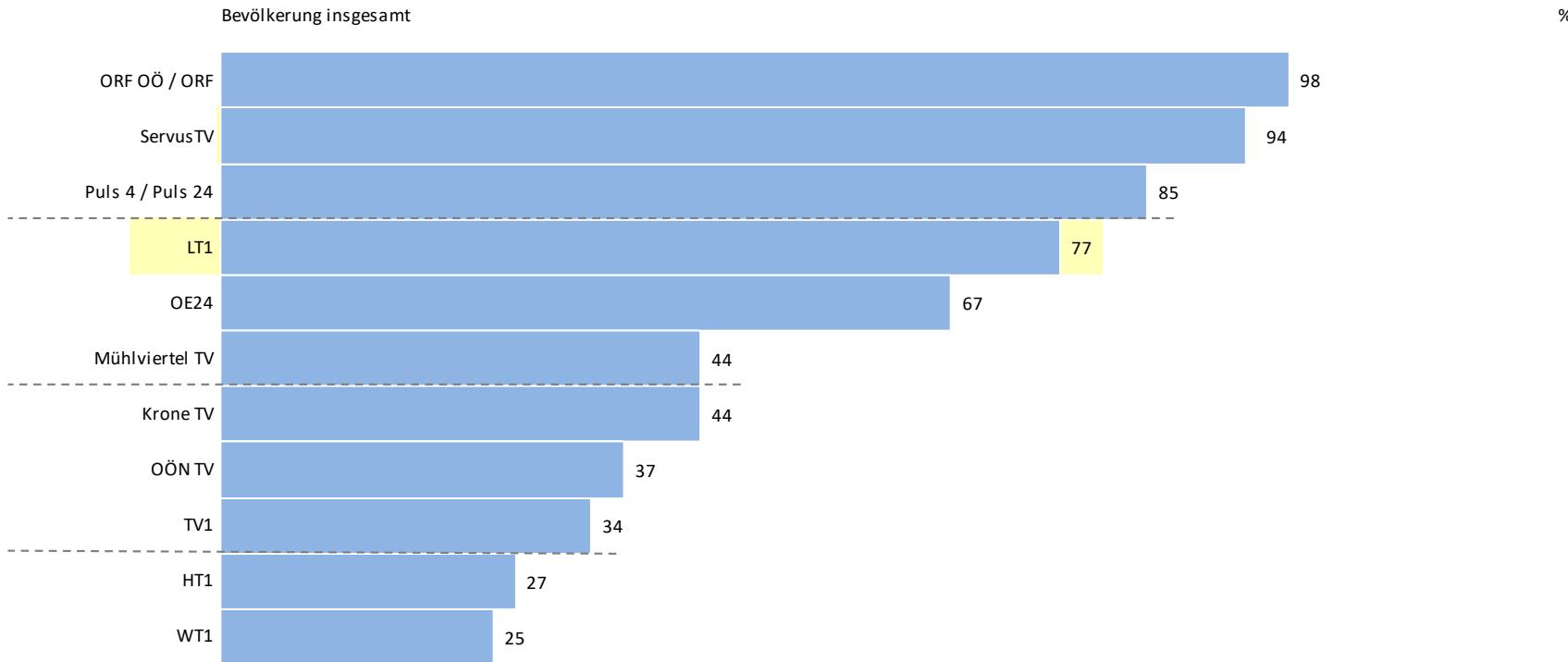
Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

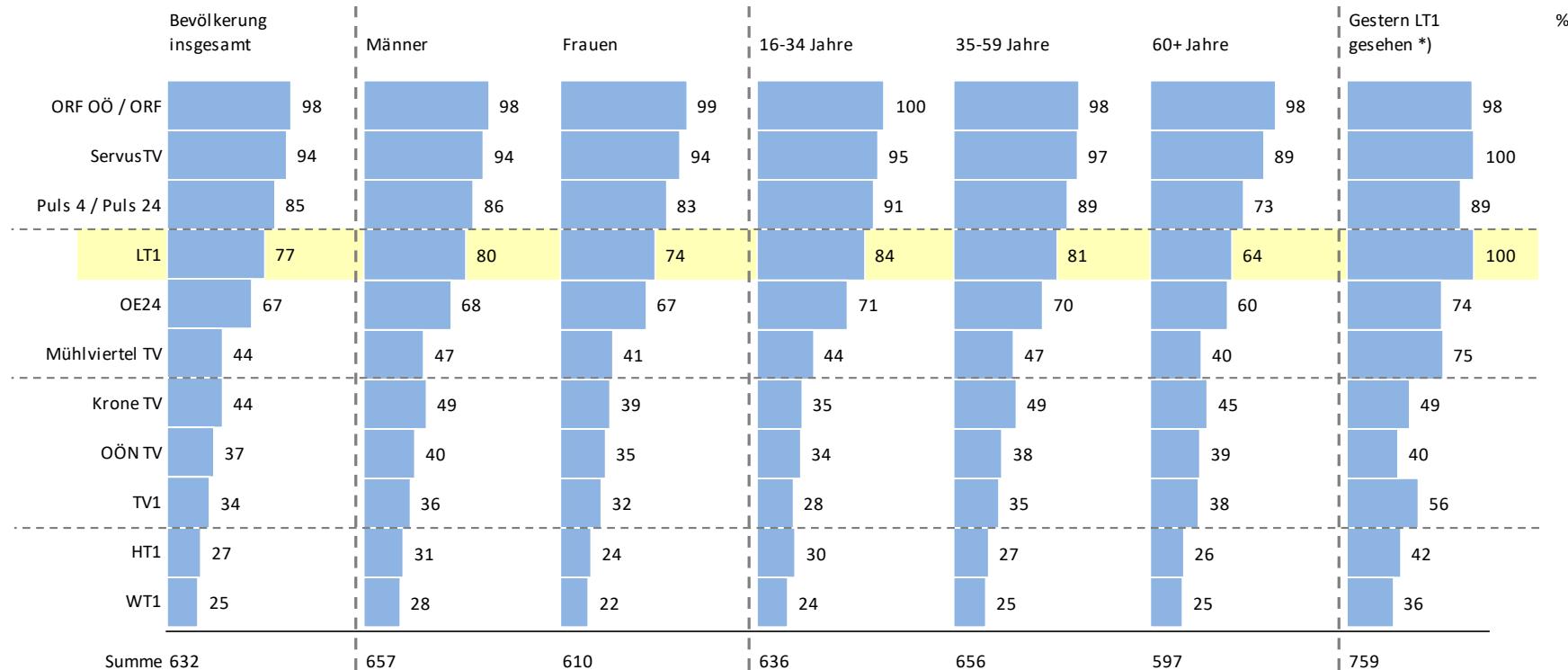
Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."



Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."

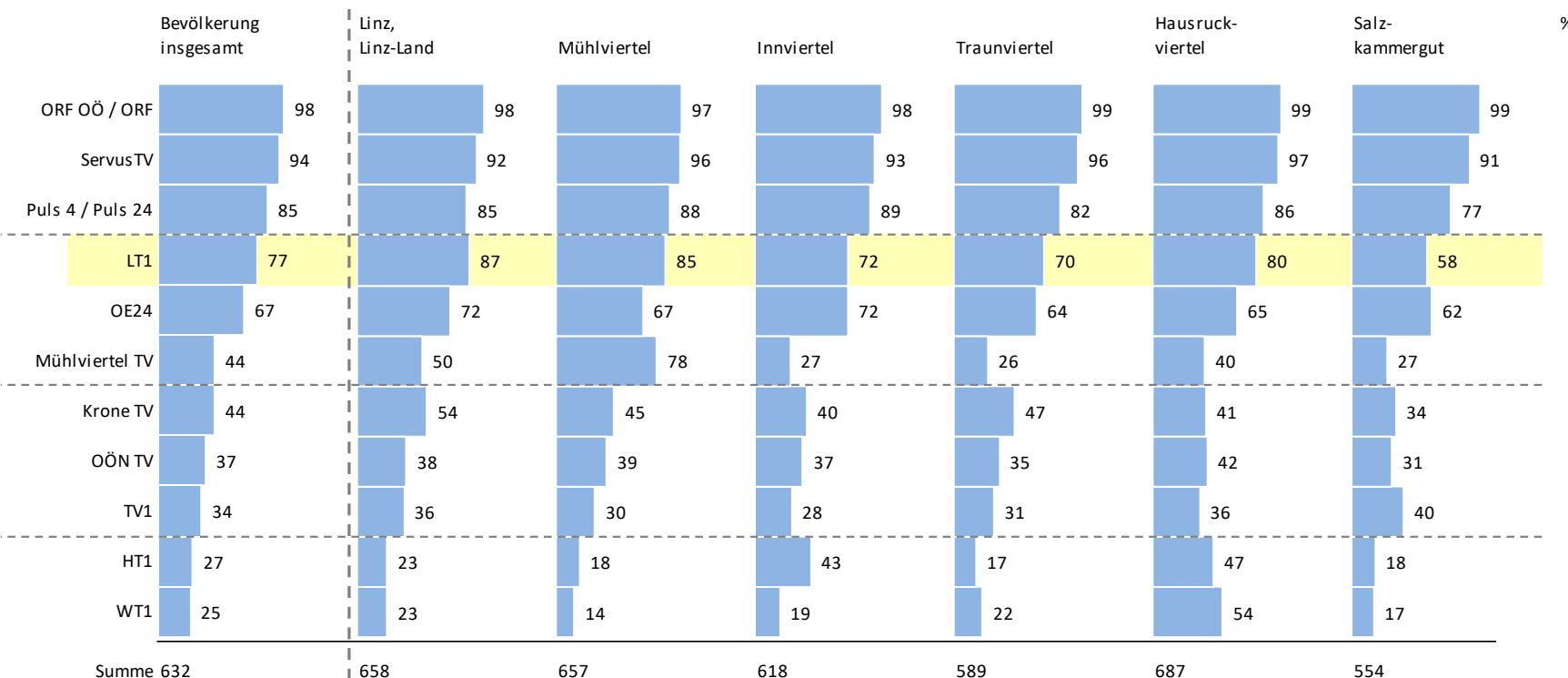


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

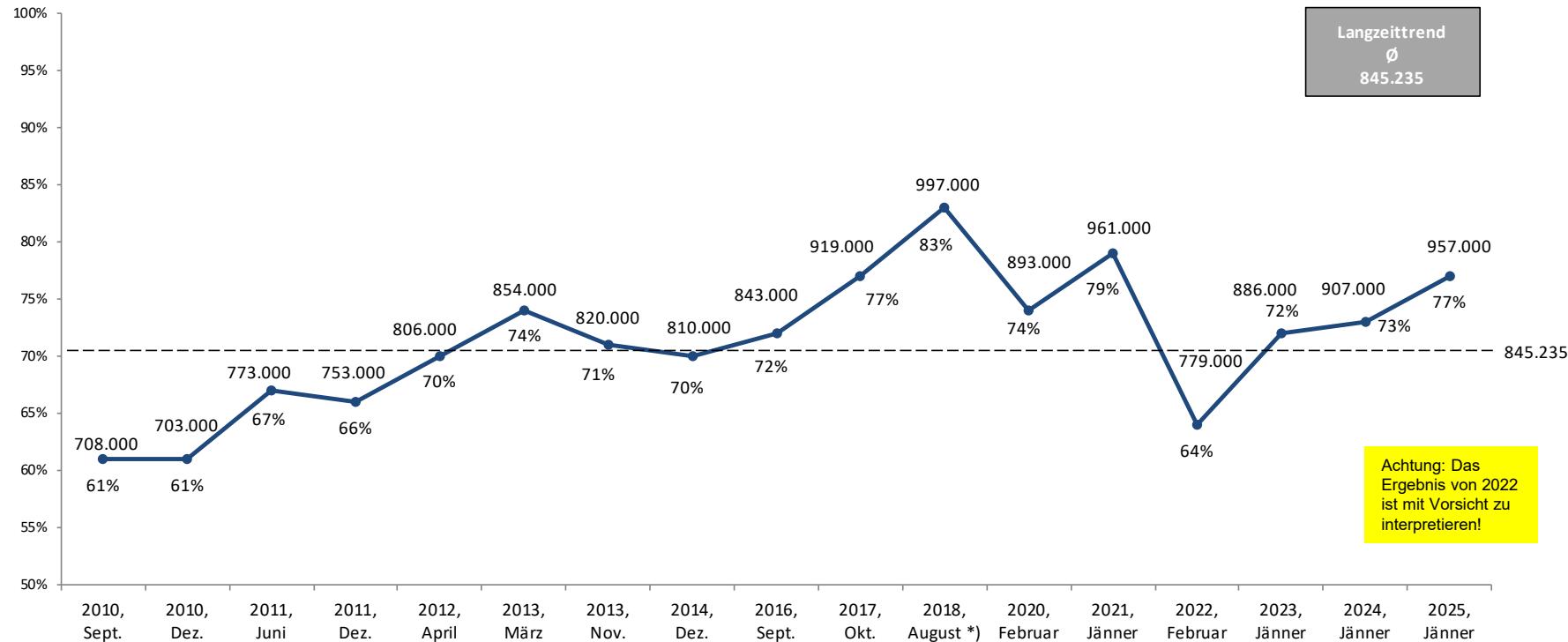
Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."



Gestützte Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (gestützt), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."

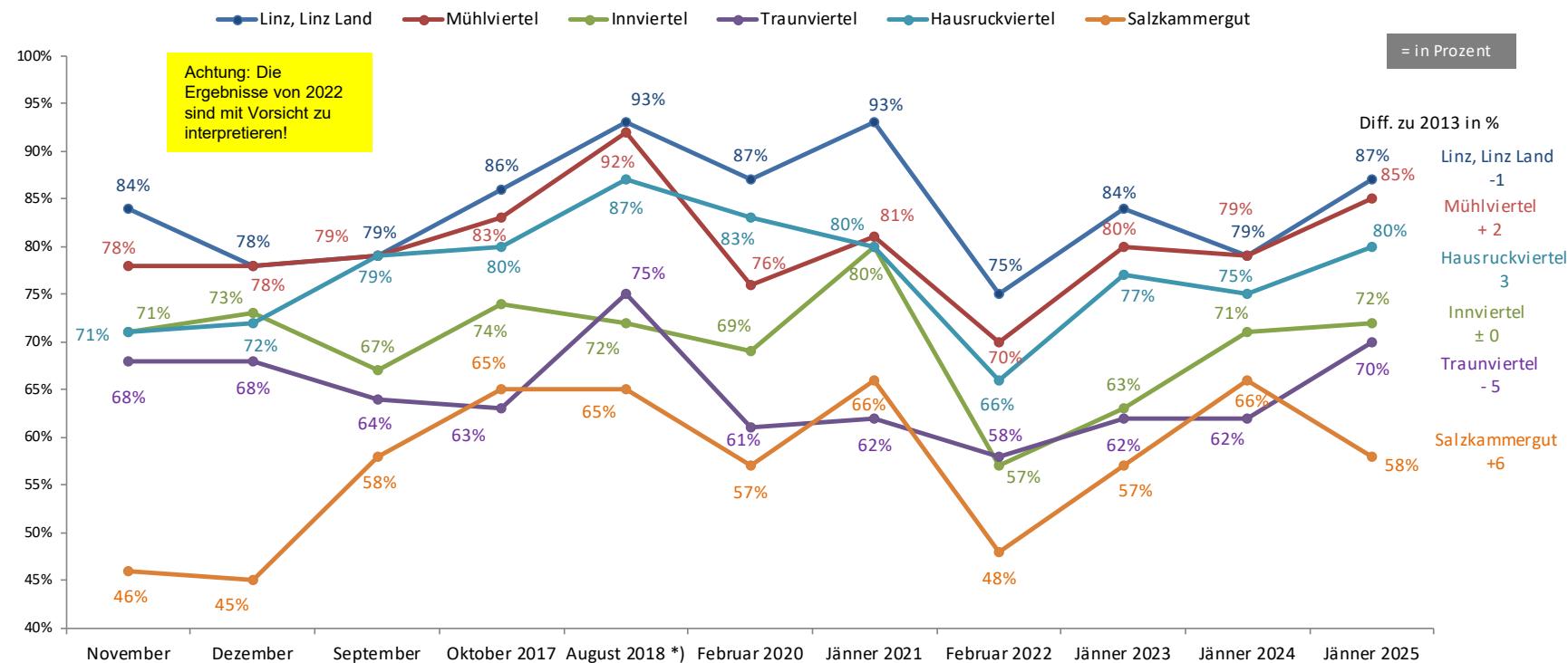


*) Andere Fragestellung: Es wurde nur die Bekanntheit von LT1 erhoben.

Gestützte Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (gestützt), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."

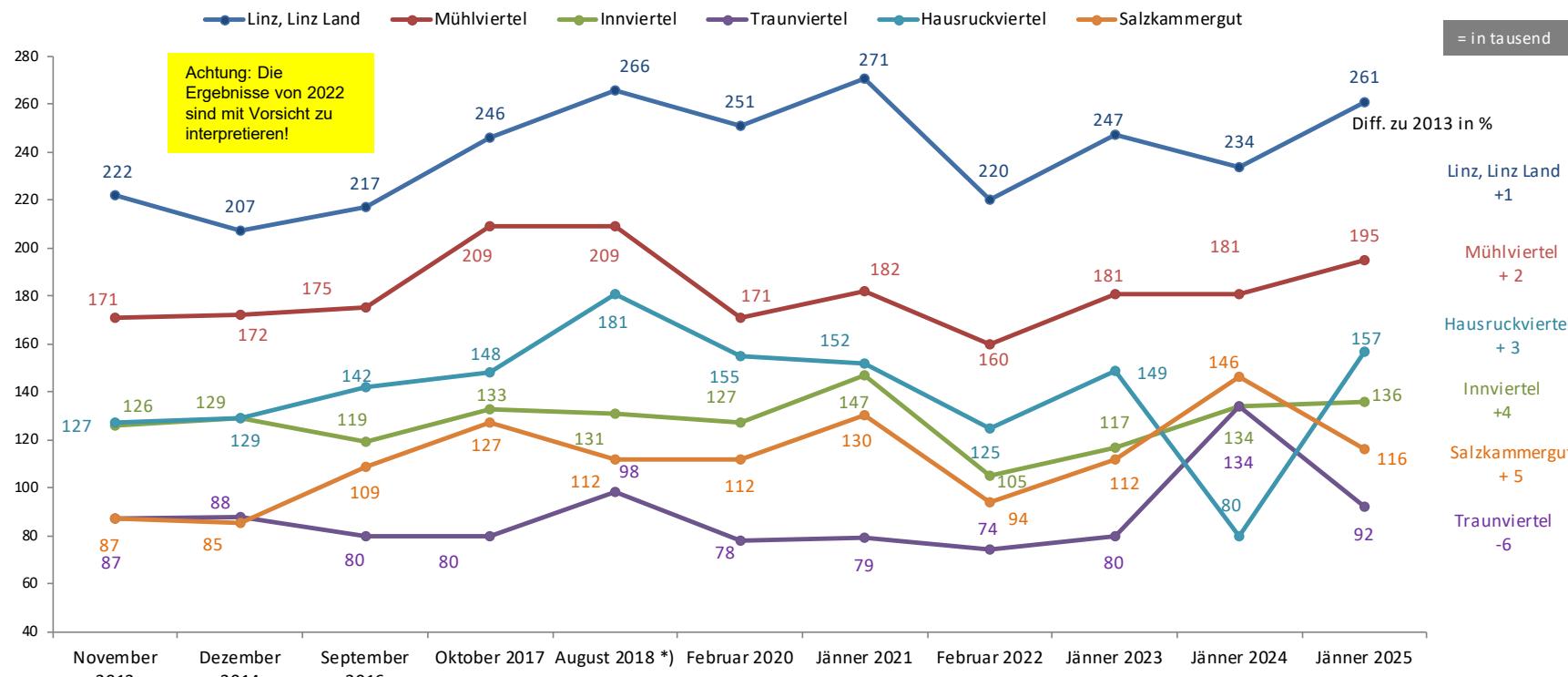


*) Andere Fragestellung: Es wurde nur die Bekanntheit von LT1 erhoben.

Gestützte Bekanntheit LT1 in OÖ – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Kenner:innen (gestützt), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."



Management Summary – Forschungsdimension 2

Spontane Bekanntheit TV-Sender in OÖ: LT1 an erster Stelle unter den privaten Regionalsendern

- Unter oberösterreichischen Fernsehsendern genießt ORF/ORF OÖ nach wie vor die stärkste Präsenz im Bewusstsein der Bevölkerung in Oberösterreich ab 16 Jahren; diesen nennen rund drei Viertel spontan. Unter den privaten Regionalsendern steht allerdings LT1 an erster Stelle mit einem spontanen Bekanntheitsgrad von 33 Prozent in der OÖ Bevölkerung, deutlich vor ServusTV (22%). Somit kennen rund 414.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren LT1 spontan. Mit deutlichem Abstand folgen die Mitbewerber Puls 4/Puls 24, OE24, Mühlviertel TV, TV1, OÖN TV, HT1, WT1 und Krone TV (max. 10%).
- Somit konnte LT1 zwar den Bestwert von 2021 hinsichtlich der spontanen Bekanntheit nicht erreichen, erzielt aber einen stabilen Wert. Mit einem spontanen Bekanntheitswert von 33 Prozent bzw. rund 414.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren liegt LT1 etwas über dem Durchschnitt im Langzeitrend seit September 2010. Im Vergleich zur Nullmessung im September 2010 bedeutet der aktuelle Wert aber einen Zuwachs.
- Ein Bekanntheitsgewinn von LT1 im Vergleich zur letzten Messung ist im Hausruck- und im Traunviertel erkennbar. Im Innviertel nimmt die Bekanntheit von LT1 dagegen ab.
- Im Hinblick auf die unterschiedlichen soziodemografischen Gruppen ist LT1 weiterhin bei Männern, Personen unter 35 Jahren und naturgemäß „gestrigen“-LT1-Seher:innen am vergleichsweise stärksten im Bewusstsein verankert.

Gestützte Bekanntheit TV-Sender in OÖ: LT1 an vierter Stelle unter den oö. regionalen Privatsendern

- Bei der gestützten Abfrage geben knapp drei Viertel der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren (77%) zu Protokoll, schon einmal von LT1 gehört bzw. gelesen zu haben; dies entspricht rund 957.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren. Unter den abgefragten Sendern erreichen nur ORF OÖ / ORF (98%), Servus TV (94%) und Puls 4/Puls 24 (85%) jeweils einen höheren Wert. Somit liegt LT1 in Sachen gestützter Bekanntheit unter den oö. privaten Regionalsendern an dritter Stelle. Auf einer späteren Ebene folgt OE24 (67%) und danach ordnen sich – ebenfalls mit großem Abstand – Mühlviertel TV, Krone TV (je 44%), OÖN TV (37%), TV1 (34%), HT1 (27%) und WT1 (25%) ein.
- Im Trend zur letzten Erhebung im Jänner 2024 ist die gestützte Bekanntheit von LT1 leicht gestiegen. Regional betrachtet sind die Zunahmen im Traunviertel und in Linz und Linz-Land am größten. In Linz und Linz Land und im Mühlviertel sind die höchsten Werte zu verzeichnen.

Forschungsdimension 3 **Reichweite**

- Reichweite: Gestern bzw. am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote
- Struktur der Befragten
- Nicht-Seher:innen – Gründe



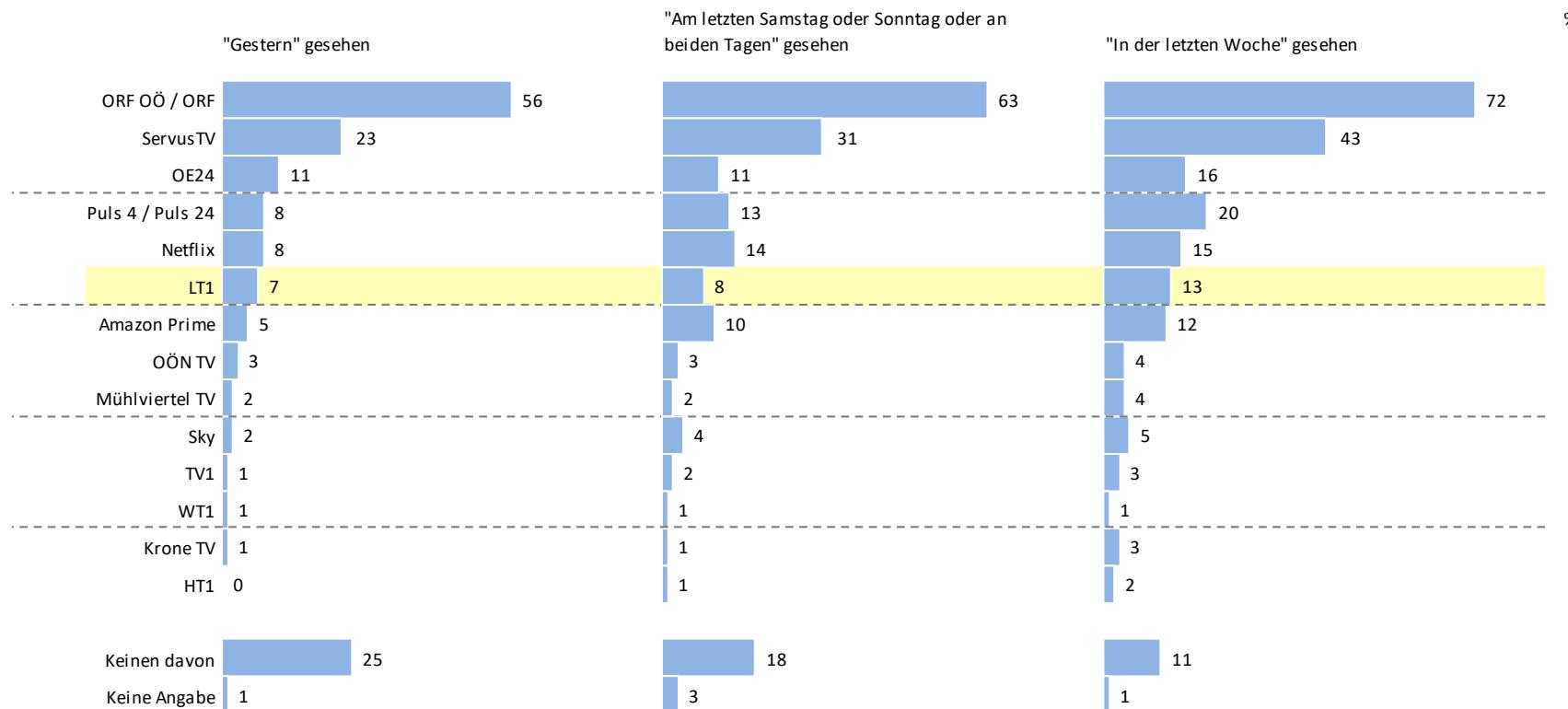
Reichweite: Gestern bzw. letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5c: "Und welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

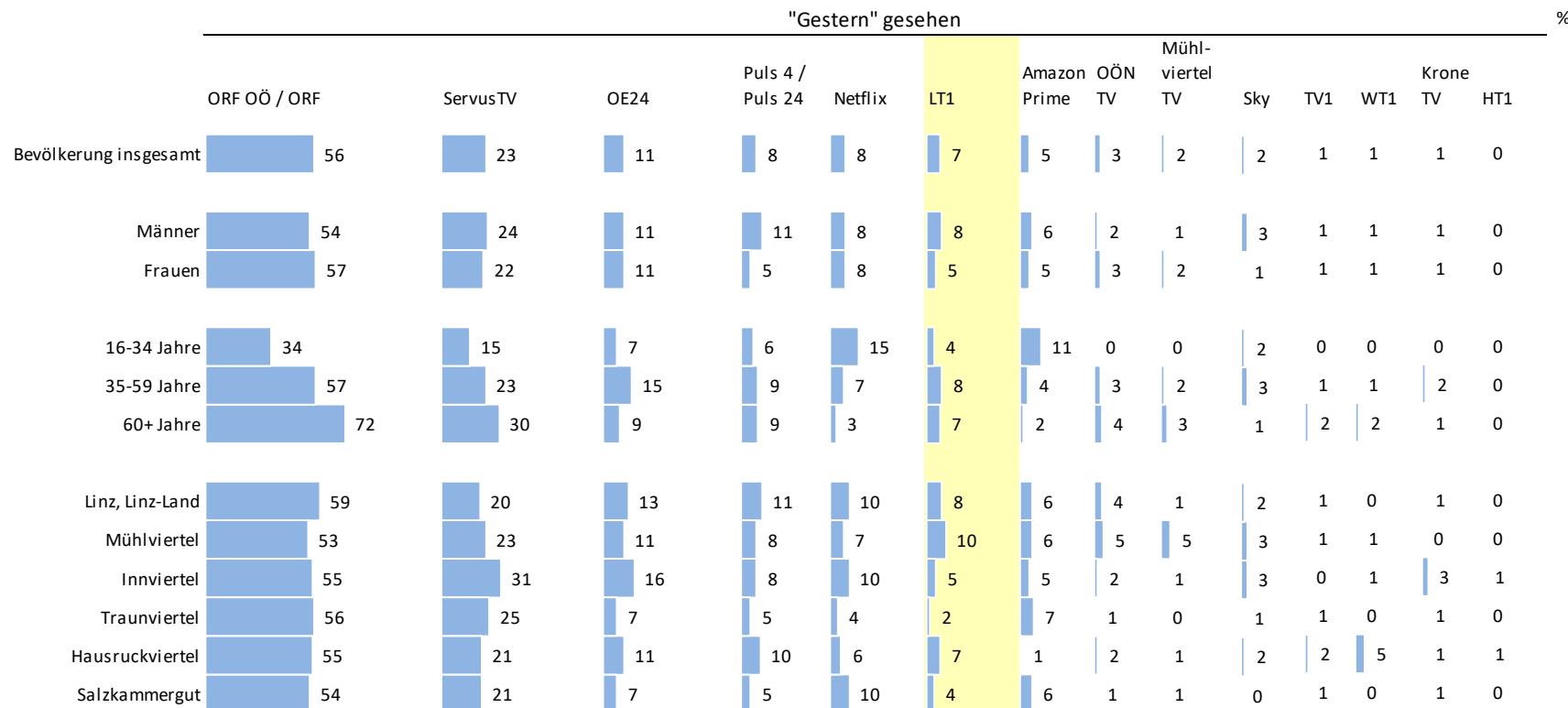
Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Reichweite 1: Gestern gesehene Sender bzw. TV-Angebote

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

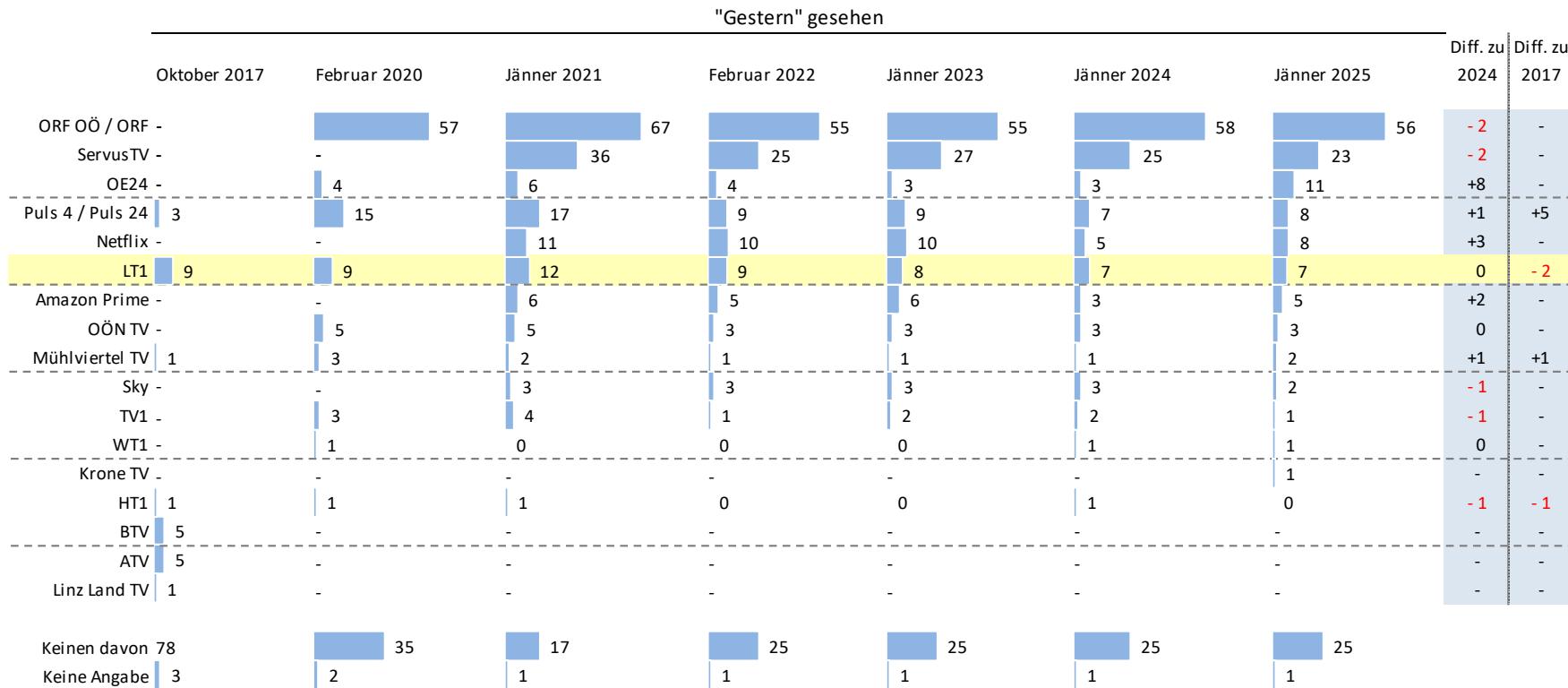
Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Reichweite 1: Gestern gesehene Sender bzw. TV-Angebote – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

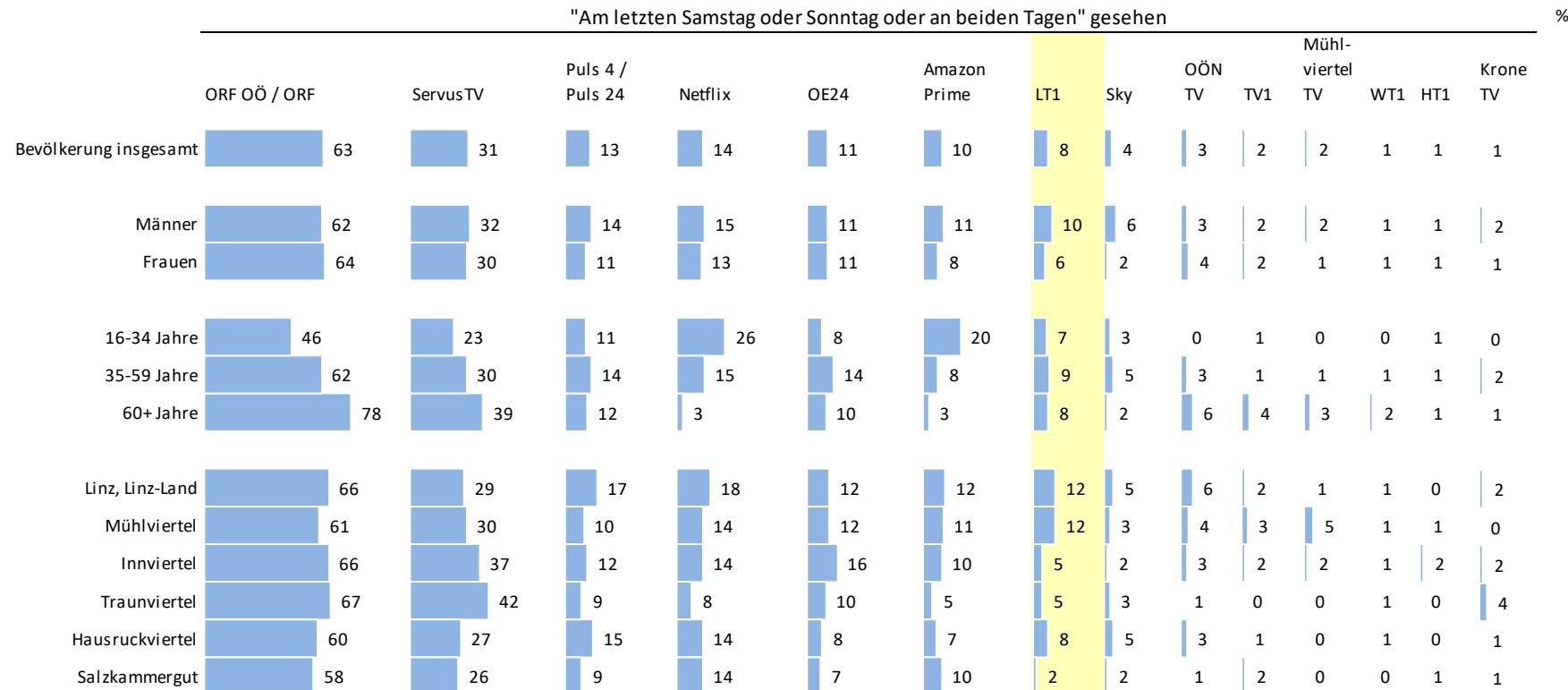


-) wurde nicht abgefragt!

Reichweite 2: Am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen bzw. TV-Angebote

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

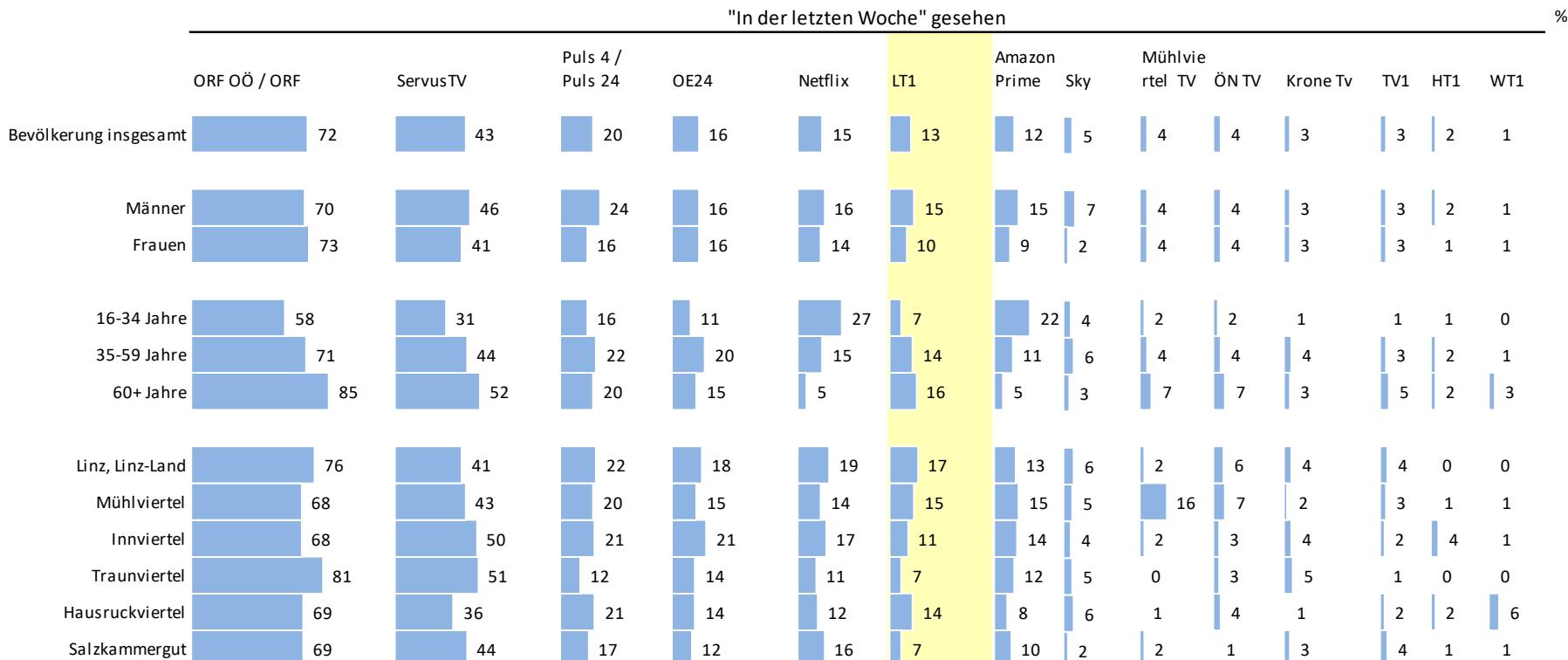
Frage 5c: "Und welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Reichweite 3: Letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

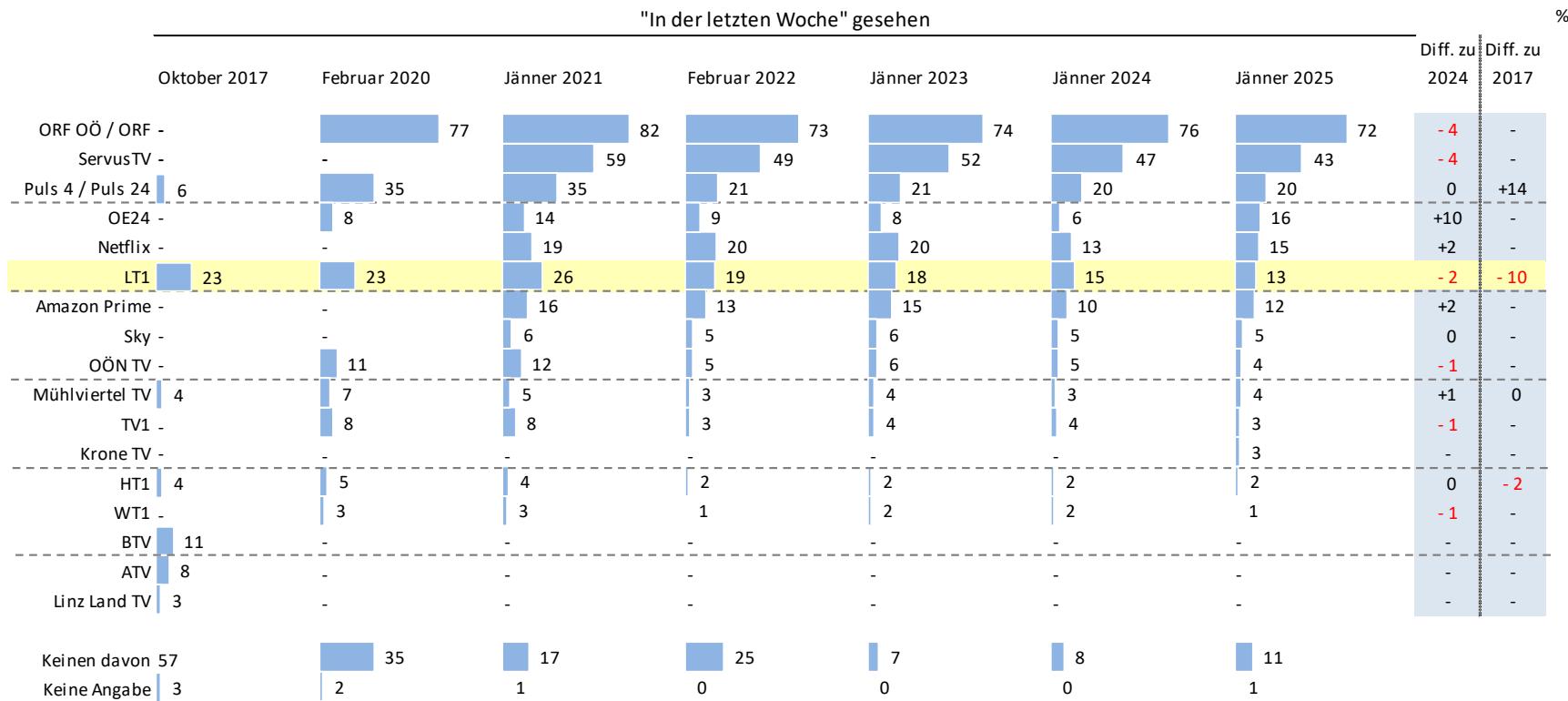
Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Reichweite 3: Letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

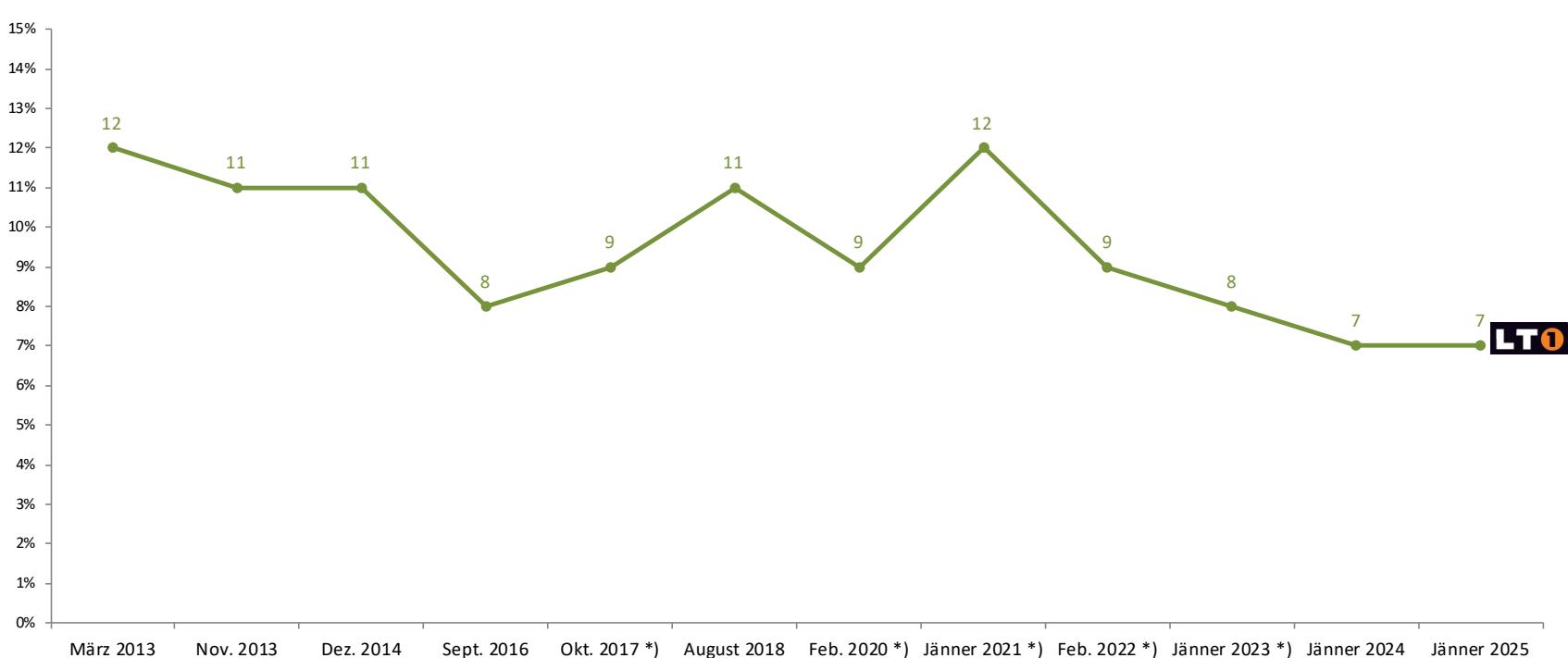


-) wurde nicht abgefragt!

Reichweite 1: Gestern LT1 gesehen? – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



*) Im Oktober 2017, Februar 2020, Jänner 2021, Februar 2022 und Jänner 2023 wurde die Reichweite auch für die Mitbewerber erhoben.

Davor lautete die Fragestellung: "Haben Sie gestern LT1 gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

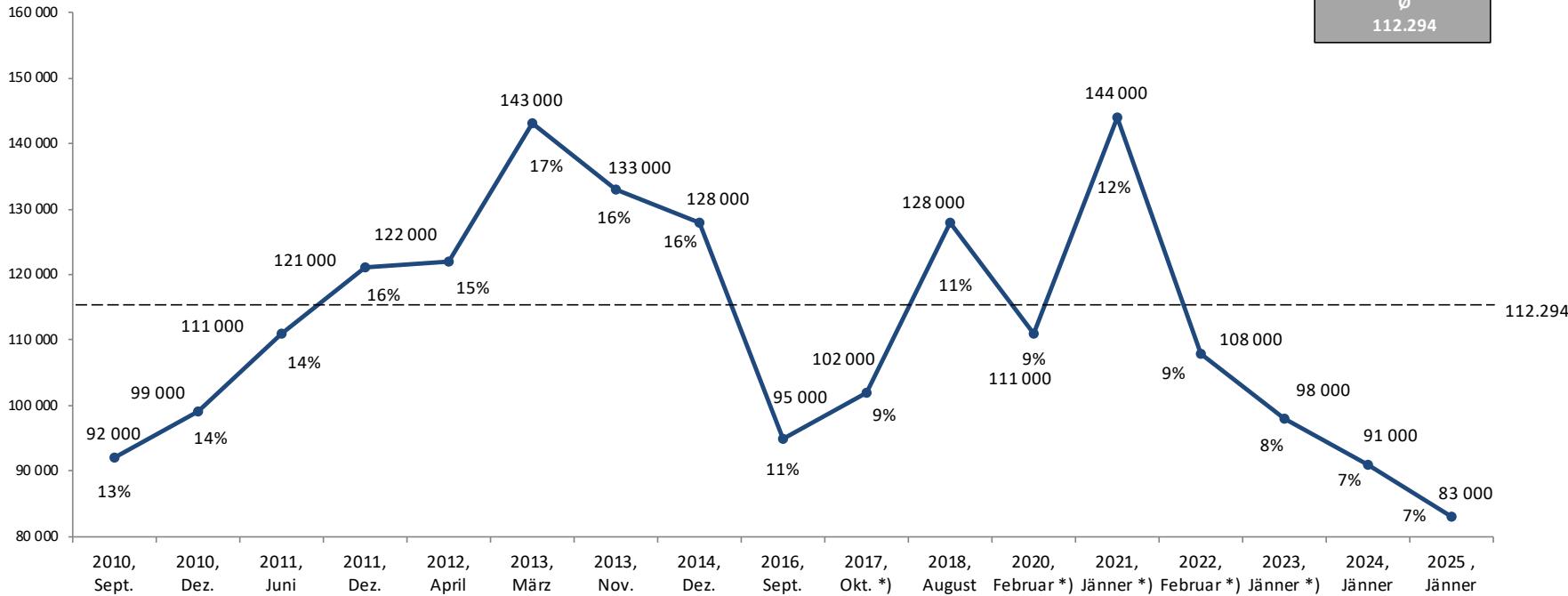
Reichweite 1: Gestern LT1 gesehen? – Trend

Basis: LT1-Seher:innen (gestern), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Pers. in OÖ
ab 16 J.

Langzeittrend
Ø
112.294



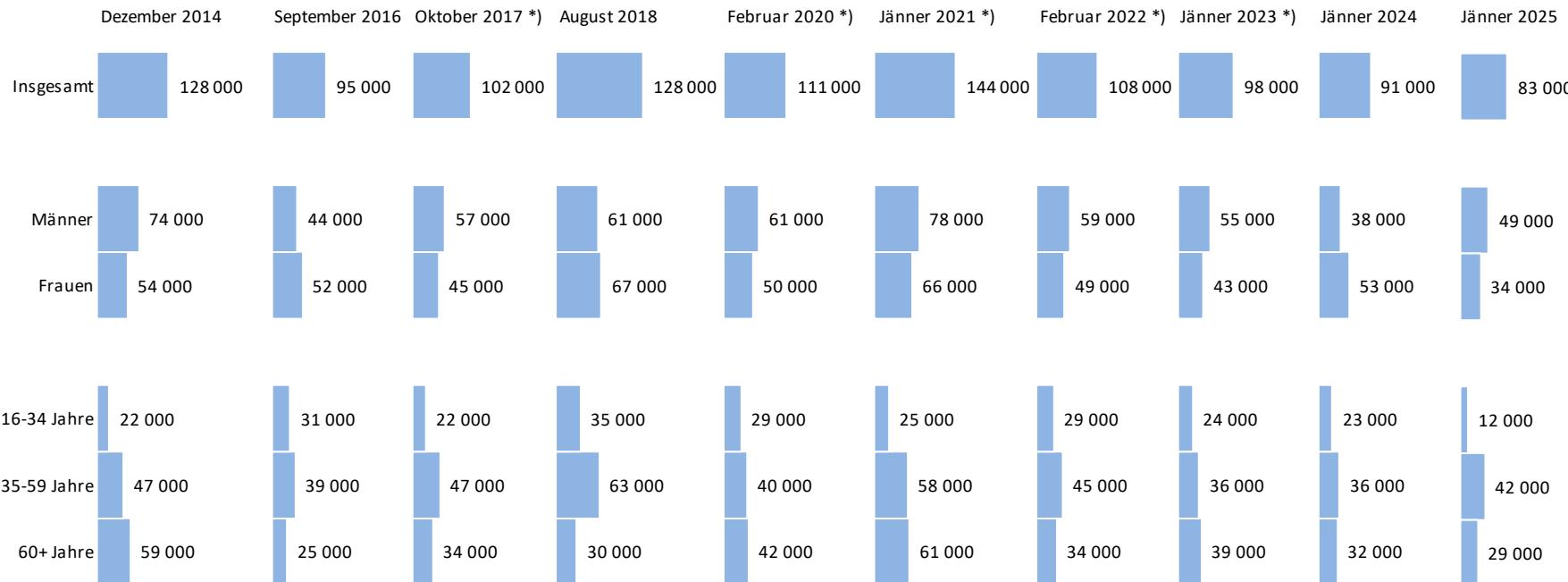
*) Im Oktober 2017, Februar 2020, Jänner 2021, Februar 2022 und Jänner 2023 wurde die Reichweite auch für die Mitbewerber erhoben.

Davor lautete die Fragestellung: "Haben Sie gestern LT1 gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Reichweite 1: Gestern LT1 gesehen? – Trend

Basis: LT1-Seher:innen (gestern), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren bzw. Demogruppen

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



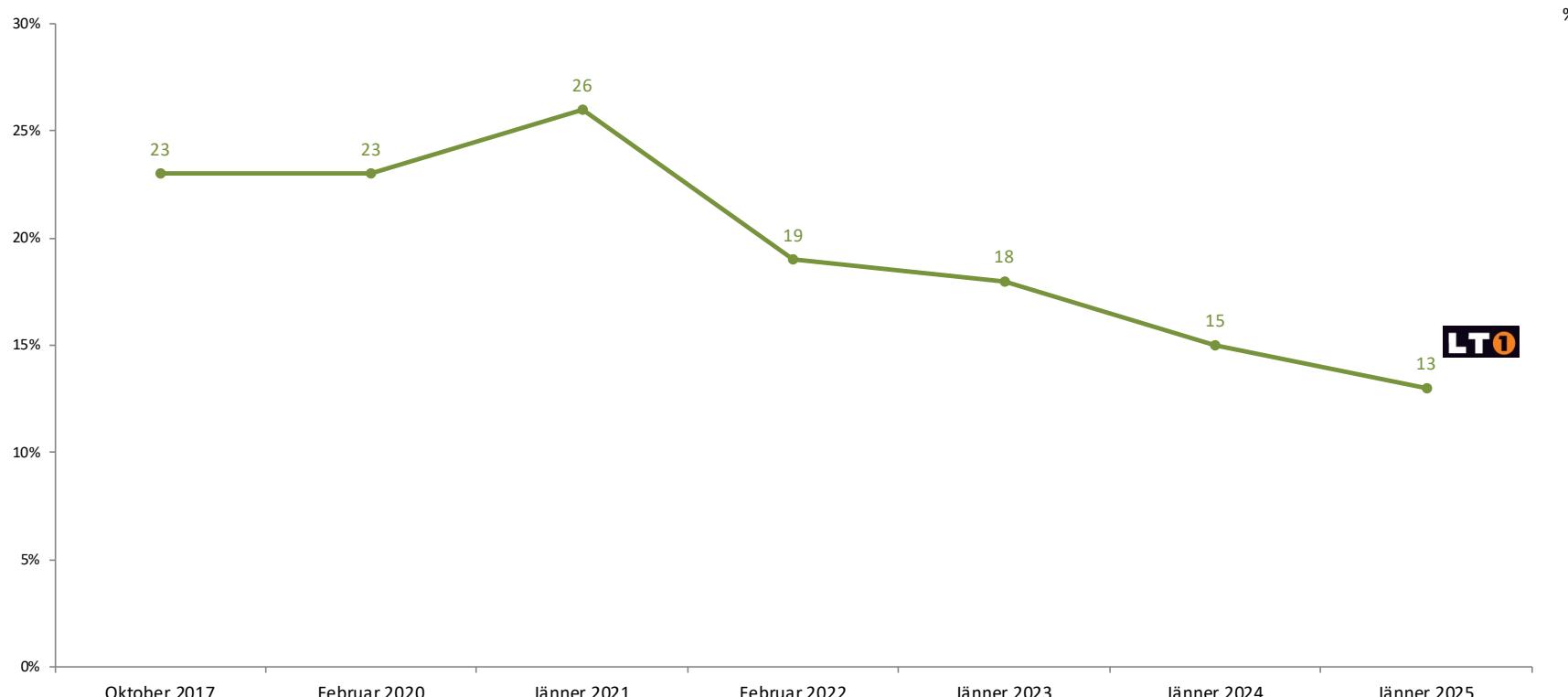
*) Im Oktober 2017, Februar 2020, Jänner 2021, Februar 2022 und Jänner 2023 wurde die Reichweite auch für die Mitbewerber erhoben.

Davor lautete die Fragestellung: "Haben Sie gestern LT1 gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Reichweite 3: Letzte Woche LT1 gesehen? – Trend

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

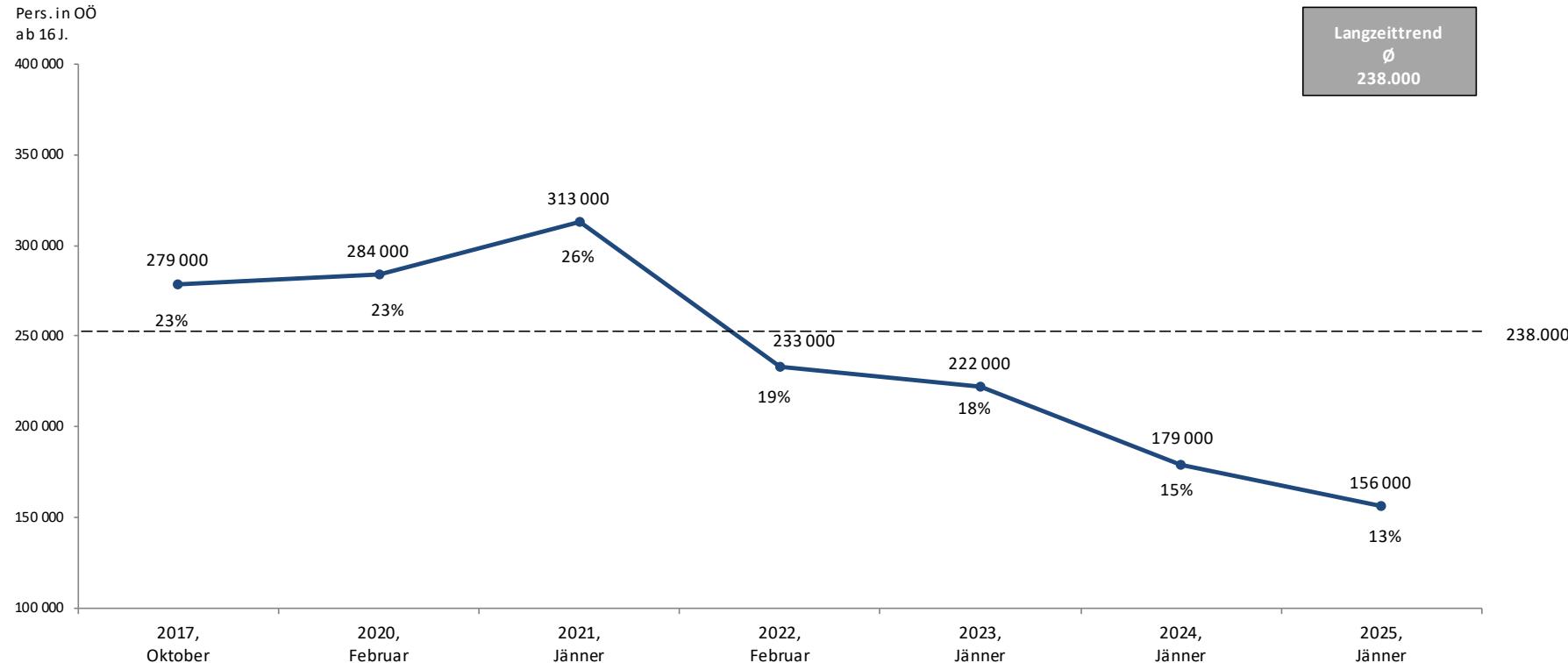
Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Reichweite 3: Letzte Woche LT1 gesehen? – Trend

Basis: LT1-Seher:innen (letzte Woche), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"



Reichweite: LT1 Seher:innen gesamt – Trend

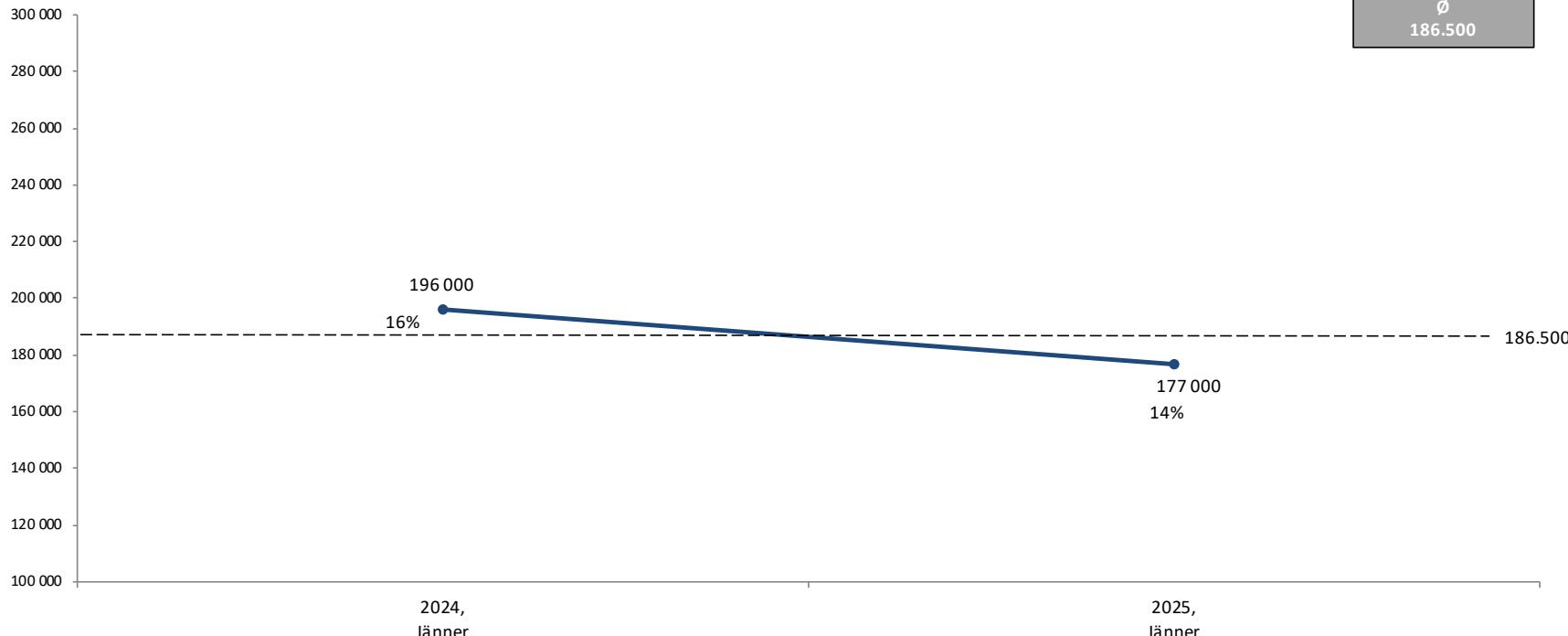
Basis: LT1-Seher:innen (gesamt), projiziert auf die OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5c: "Und welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Pers. in OÖ
ab 16 J.



Projektion der Bekanntheit und der Reichweiten

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / Bevölkerung ab 16 Jahren in den 5 Regionen

Frage 3: "Welche oberösterreichischen regionalen Fernsehsender fallen Ihnen spontan ein? Ich meine dabei alle Fernsehsender, die vor allem über oberösterreichische Ereignisse und Nachrichten berichten." (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

Frage 4: "Ich lese Ihnen nun einige TV-Sender aus Oberösterreich vor. Bitte sagen Sie mir, von welchen Sie schon einmal gehört oder gelesen haben."

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5c: "Und welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

	Oberöster- reich	Linz, Linz- Land	Mühl- viertel	Innviertel	Traun- viertel	Hausruck- viertel	Salzkammer- gut
<i>in Prozent</i>							
Bekanntheit (spontane Abfrage)	33%	38%	43%	29%	32%	35%	18%
Bekanntheit (gestützte Abfrage)	77%	87%	85%	72%	70%	80%	58%
Wochenreichweite (letzte Woche gesehen)	13%	17%	15%	11%	7%	14%	7%
Reichweite Wochenende (am letzten Sa oder So gesehen)	8%	12%	12%	5%	5%	8%	2%
Tagesreichweite (gestern gesehen)	7%	8%	10%	5%	2%	7%	4%
LT1- Seher gesamt (weiterer Seherkreis)	14%	19%	18%	11%	8%	15%	8%
Bevölkerung ab 16 Jahre (absolut)	1 248 000	299 000	231 000	190 000	131 000	196 000	201 000
Bekanntheit (spontane Abfrage)	414 000	141 000	99 000	54 000	41 000	69 000	37 000
Bekanntheit (gestützte Abfrage)	957 000	261 000	195 000	136 000	92 000	157 000	116 000
Wochenreichweite (letzte Woche gesehen)	156 000	51 000	34 000	20 000	9 000	27 000	14 000
Reichweite Wochenende (am letzten Sa oder So gesehen)	100 000	37 000	27 000	9 000	7 000	15 000	15 000
Tagesreichweite (gestern gesehen)	83 000	24 000	24 000	10 000	3 000	14 000	8 000
LT1- Seher gesamt (weiterer Seherkreis)	177 000	57 000	42 000	20 000	11 000	30 000	16 000

Reichweite: Gestern bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote

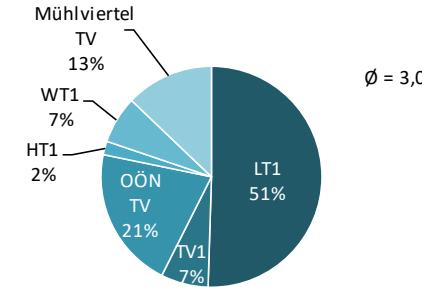
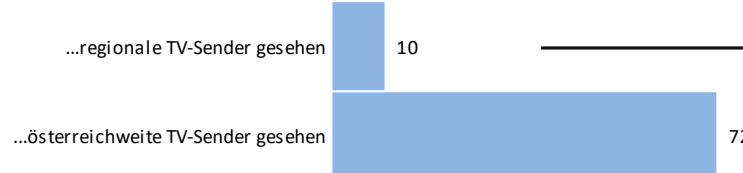
Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

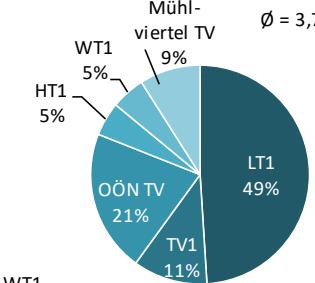
Frage 5c: "Und welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

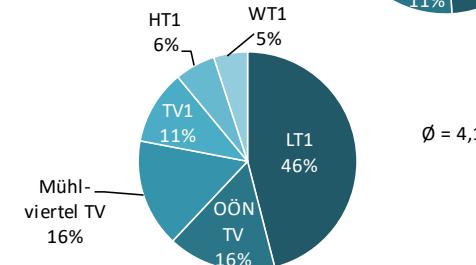
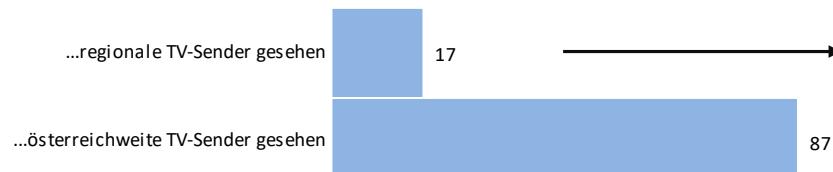
Es haben **gestern...**



Es haben **letzten Samstag und Sonntag...**



Es haben **letzte Woche...**

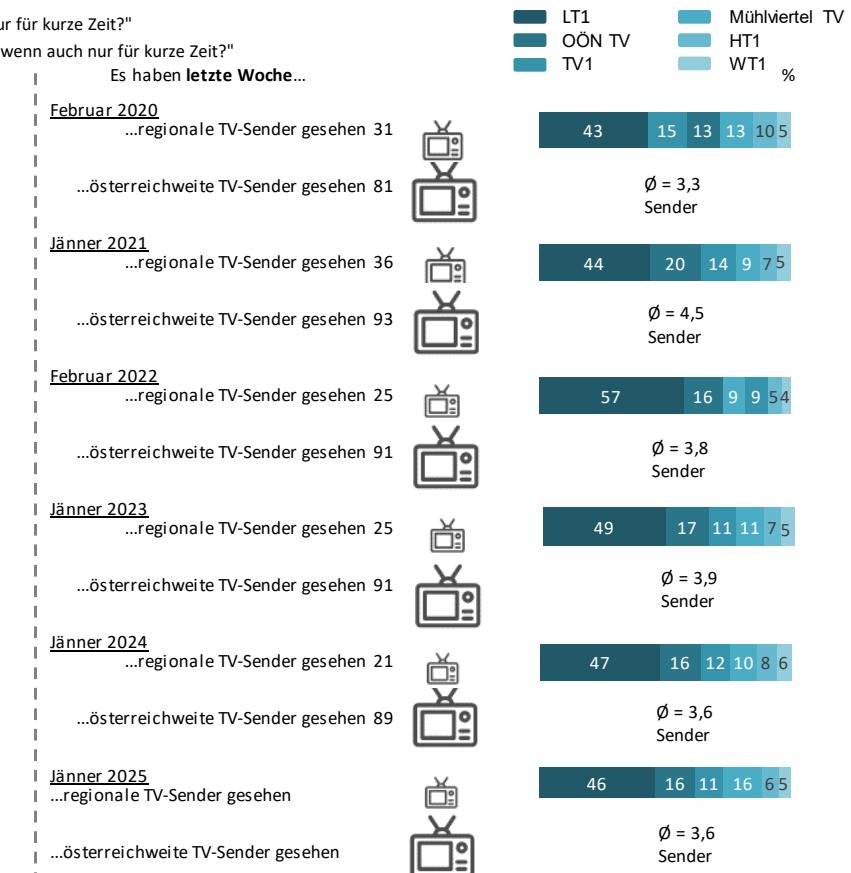
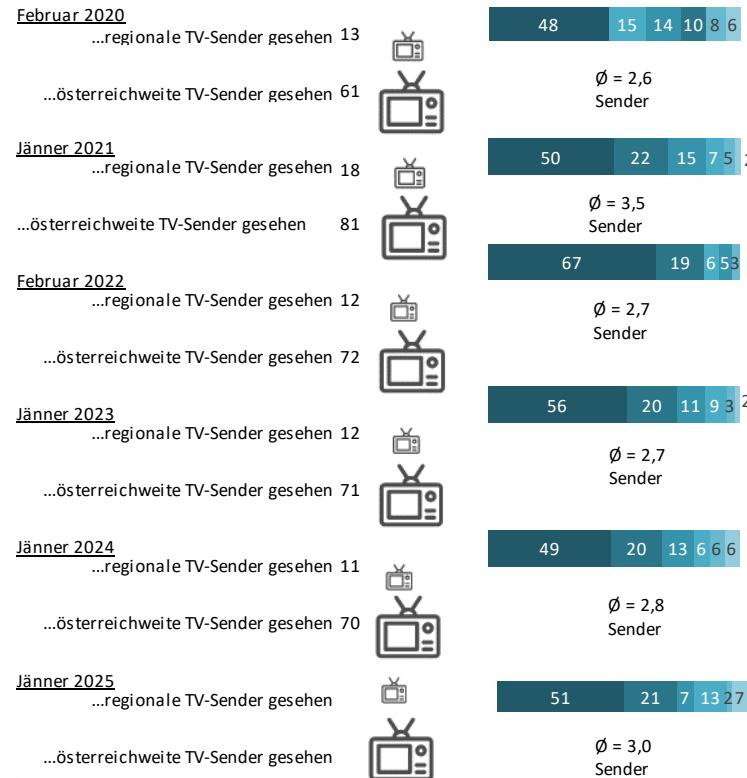


Reichweite: Gestern bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote

Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

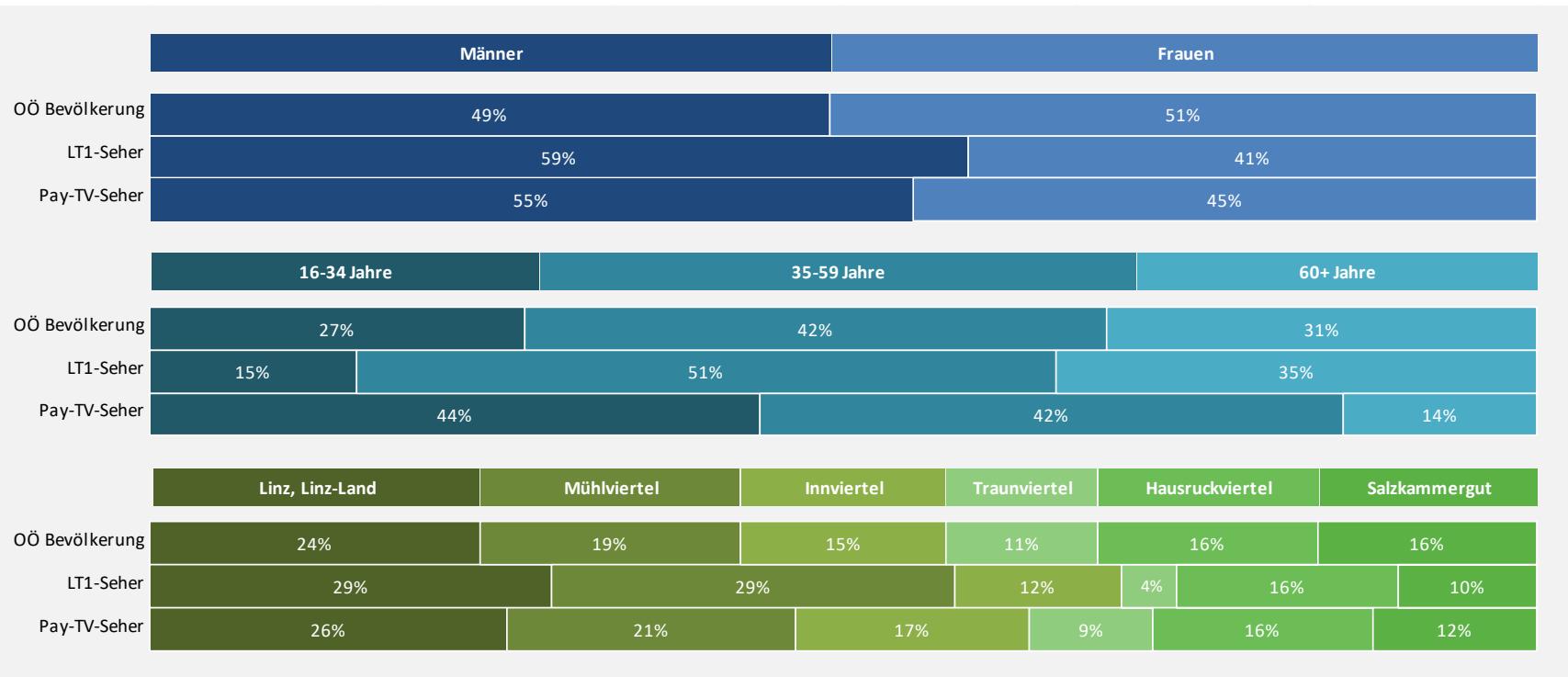
Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"
Es haben gestern...



Forschungsdesign: n=801, OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren, CATI, Jänner 2025, Archiv-Nr. 225070

Struktur der Befragten

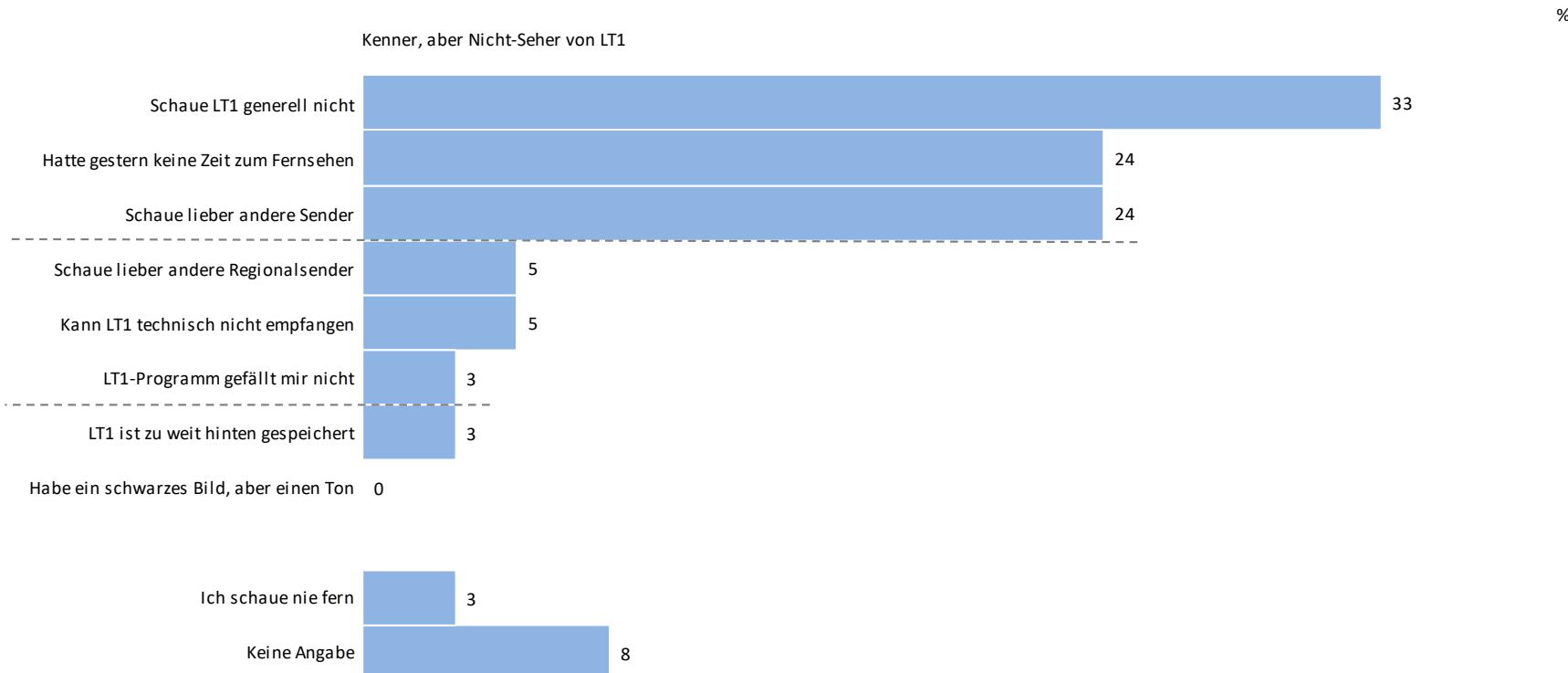
Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren / LT1-Seher:innen (gestern)/ Pay-TV-Seher:innen



Nicht-Seher:innen – Gründe

Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen (70%=100%, n=561)

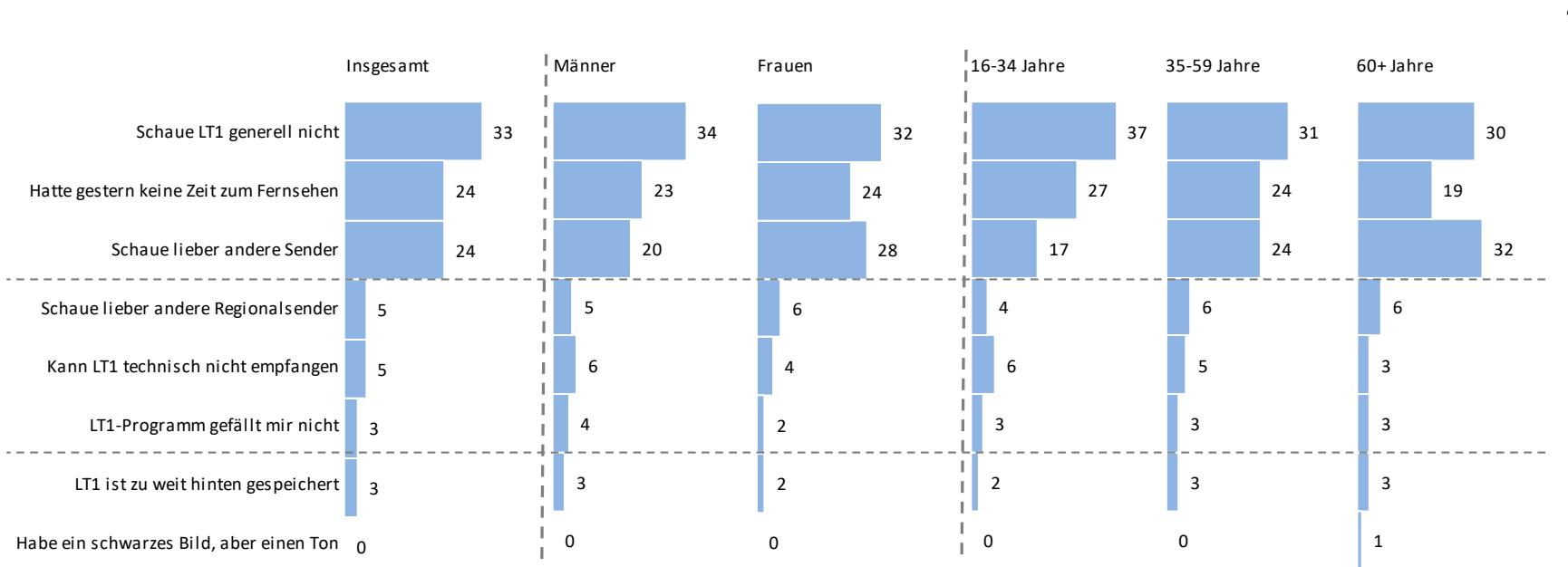
Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?" (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Nicht-Seher:innen – Gründe

Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen (70% = 100%, n=561)

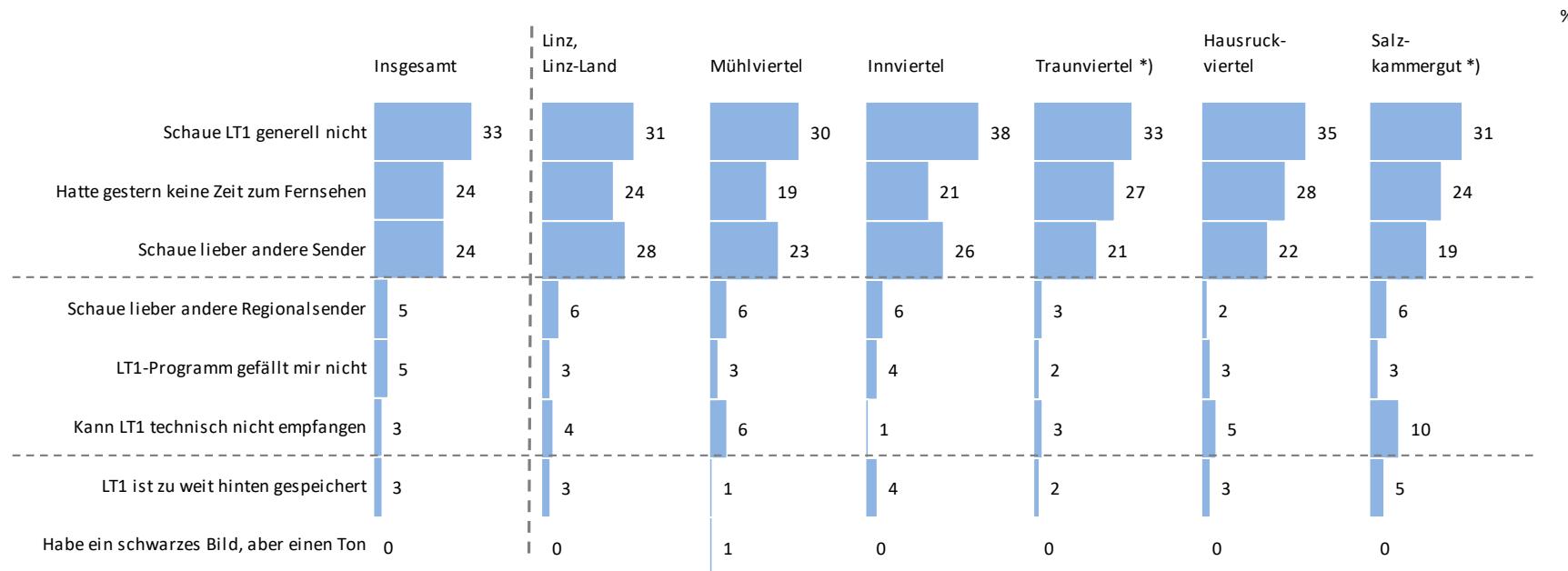
Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?" (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)



Nicht-Seher:innen – Gründe

Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen (70%=100%, n=561)

Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?" (offene Fragestellung mit präcodierter Liste)

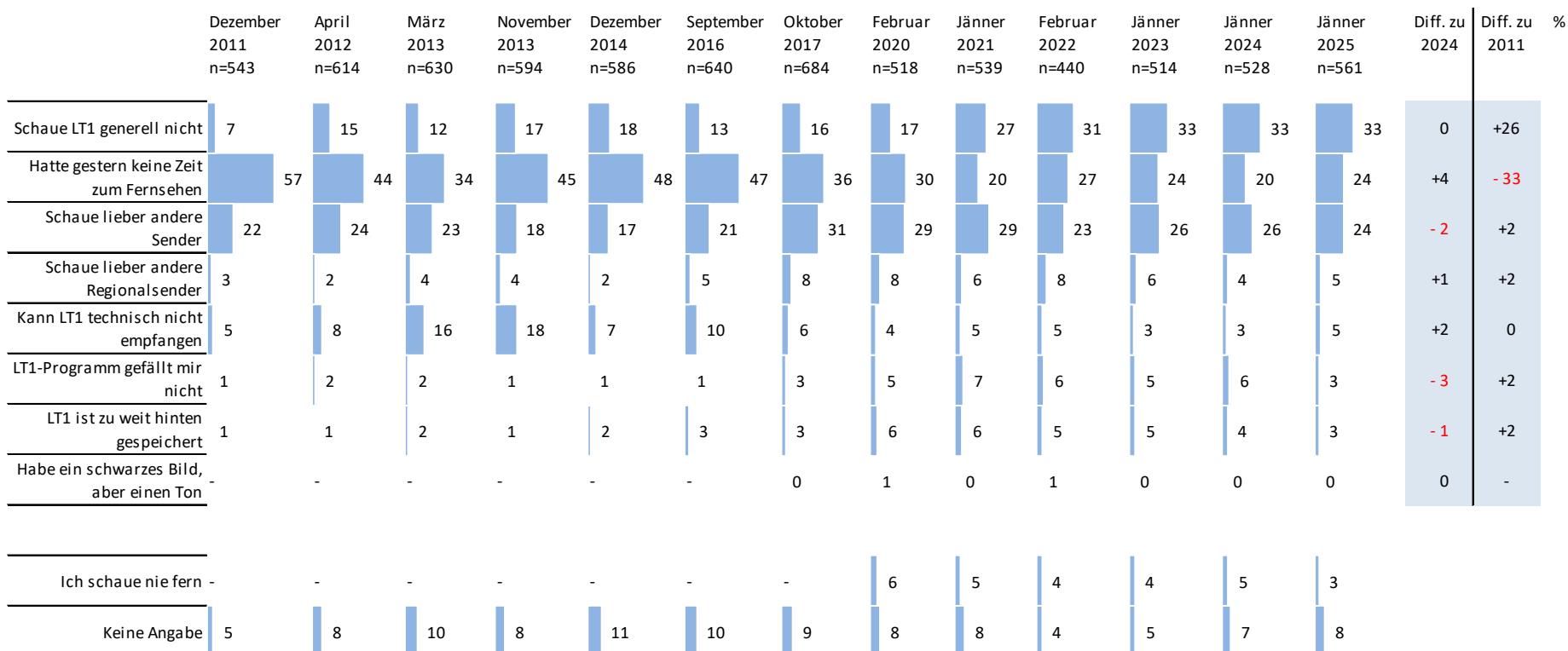


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Nicht-Seher:innen – Gründe – Trend

Basis: Kenner:innen von LT1, aber Nicht-Seher:innen

Frage 6: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 gestern nicht gesehen haben. Können Sie mir sagen, warum Sie gestern LT1 nicht gesehen haben?"



-) wurde nicht abgefragt!

Management Summary – Forschungsdimension 3

Reichweite: LT1 liegt nach dem Stichtagsprinzip („gestern“) und der „letzten Woche“ an 4. Stelle im privaten regionalen Wettbewerbsfeld

- 7 Prozent der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren geben im demoskopischen Interview an, am Vortag LT1 gesehen zu haben. Nach dem Stichtagsprinzip umfasst die Reichweite des Senders somit rund 83.000 Personen ab 16 Jahren in OÖ.
- Ähnlich sieht es bei der zeitlichen Dimension "am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen" aus. Hier erreicht LT1 einen Wert von 8 Prozent.
- Darüber hinaus ergibt sich auf Basis einer Zeitspanne von einer Woche folgendes: In der letzten Woche haben 13 Prozent der Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren LT1 eingeschaltet, dies entspricht rund 156.000 Personen ab 16 Jahren in OÖ.
- Im Wettbewerbsfeld der privaten Regionalsender belegt LT1 damit in der Reichweiten-Dimensionen "gestern gesehen" den vierten Platz hinter ServusTV und in der Dimension "in der letzten Woche gesehen" ebenfalls den vierten Platz.
- Im Zeitverlauf konnte LT1 beide Bestwerte von 2021 in Bezug auf die Reichweite nach dem Stichtagsprinzip ("gestern gesehen," und „letzte Woche gesehen“) nicht erreichen.

Nicht-Seher:innen-Gründe: Am häufigsten werden die Gewohnheit, LT1 nicht zu sehen, Zeitmangel und die grundsätzliche Präferenz für andere Sender genannt

- Personen, die am Vortag LT1 nicht eingeschaltet haben, nennen hierfür in erster Linie drei Gründe: LT1 generell nicht zu schauen, keine Zeit gehabt zu haben oder lieber andere Sender zu sehen. LT1 technisch nicht empfangen zu können, spielt eine vergleichsweise geringe Rolle.
- Das Ergebnis ist sehr ähnlich zum Vorjahr.

Forschungsdimension 4 **Image von LT1**



- Image von LT1 unter Kenner:innen von LT1

Image von LT1 unter Kenner:innen von LT1

Basis: Kenner:innen von LT1 (77%=100%, n=614)

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"

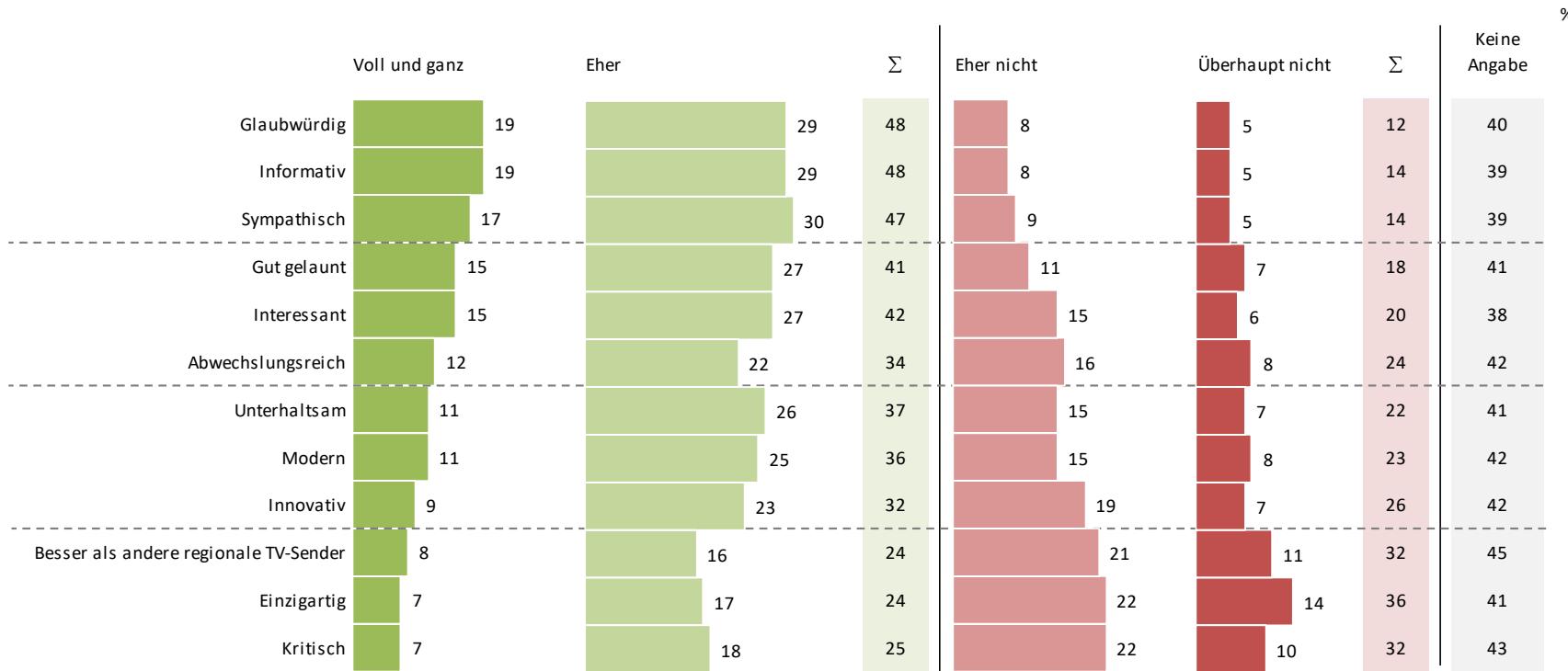


Image von LT1 unter Kenner:innen von LT1

Basis: Kenner:innen von LT1 (47% = 100%, n=374)

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"

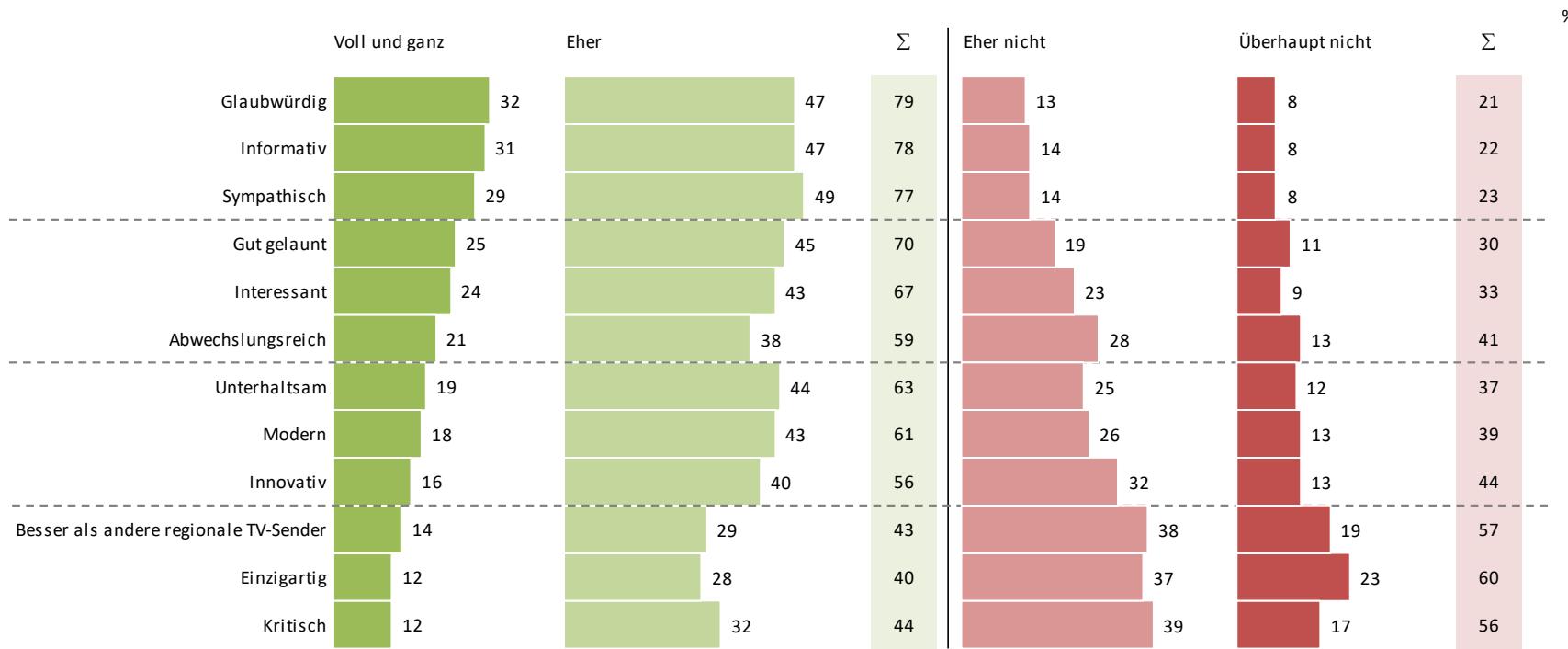
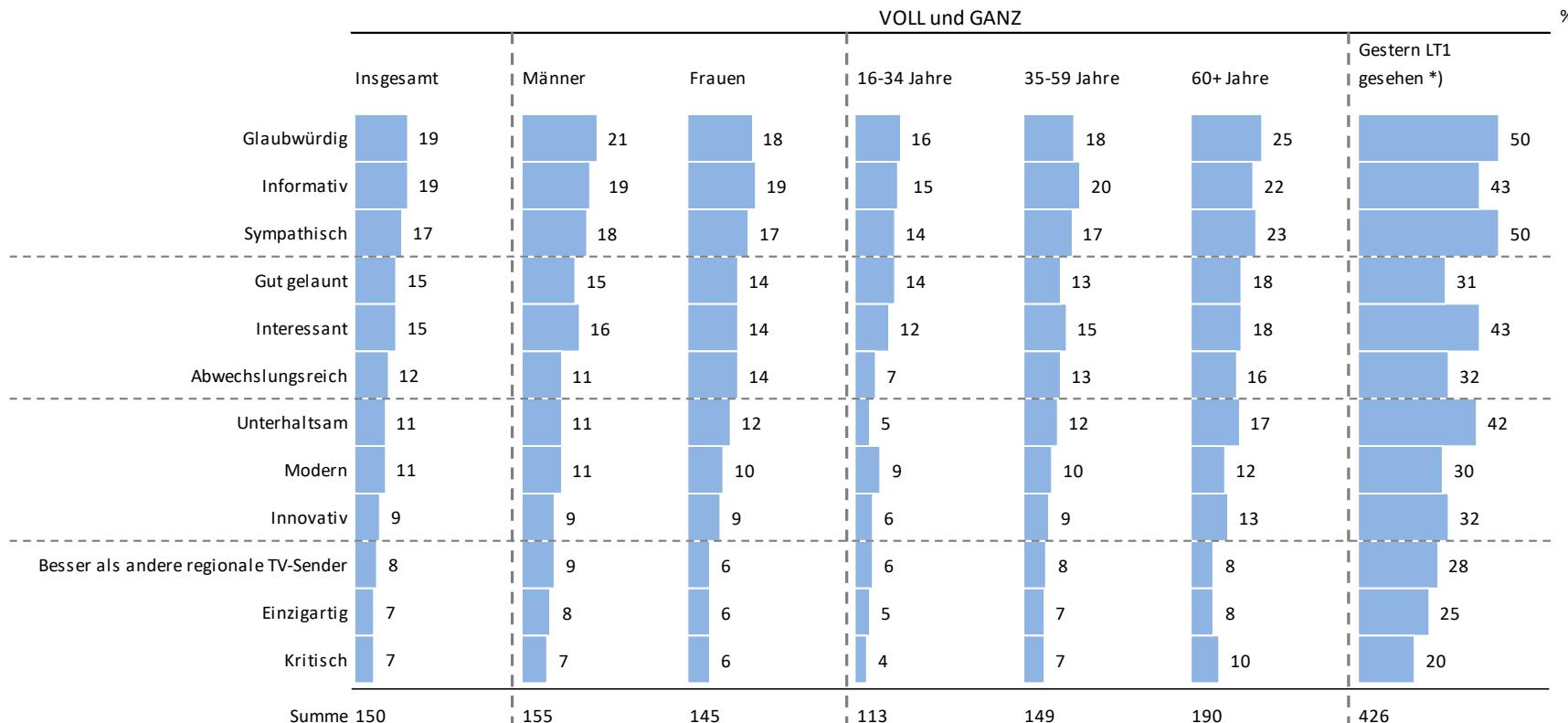


Image von LT1 unter Kenner:innen von LT1

Basis: Kenner:innen von LT1 (77%=100%, n=614)

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"



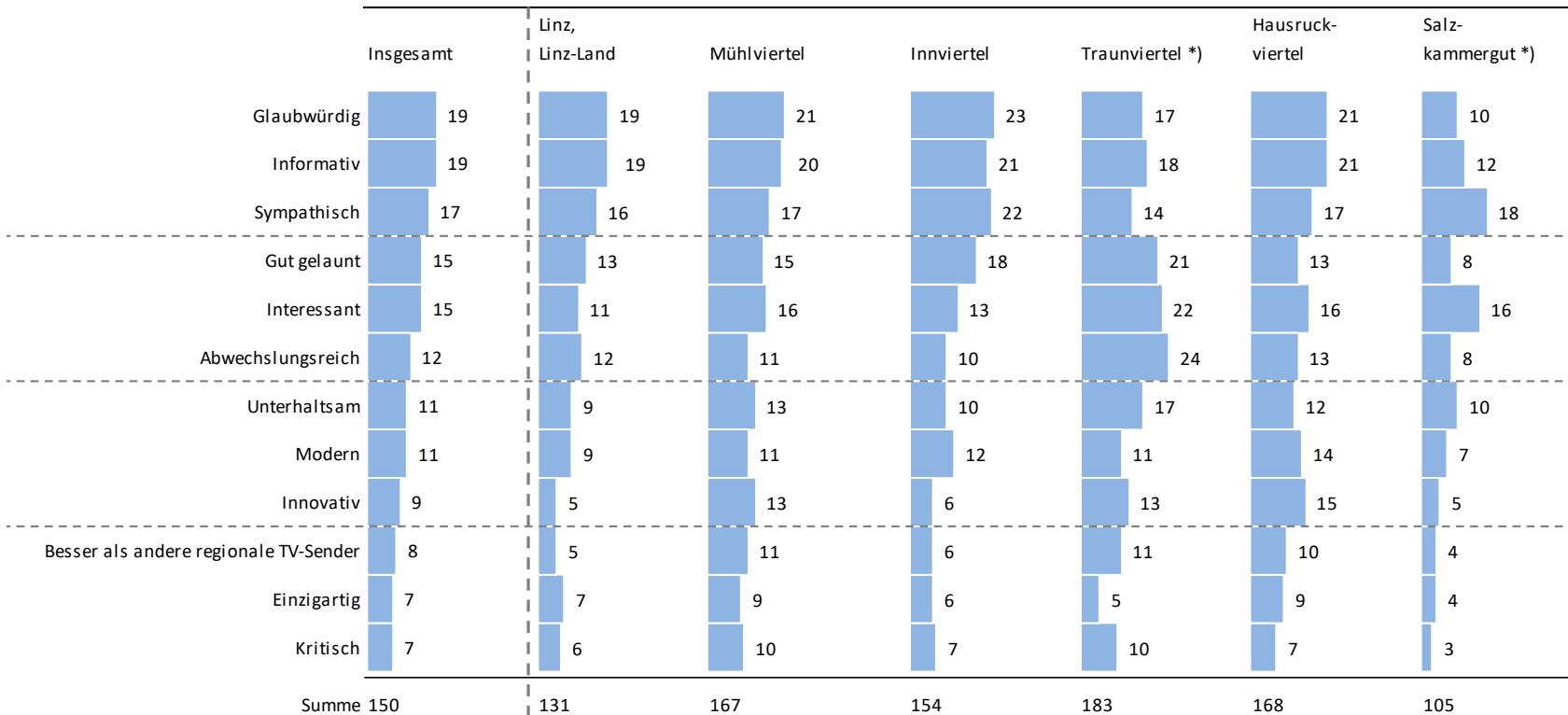
*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Image von LT1 unter Kenner:innen von LT1 – konkrete Nennungen

Basis: Kenner:innen von LT1, konkrete Nennungen (n=359)

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"

VOLL und GANZ

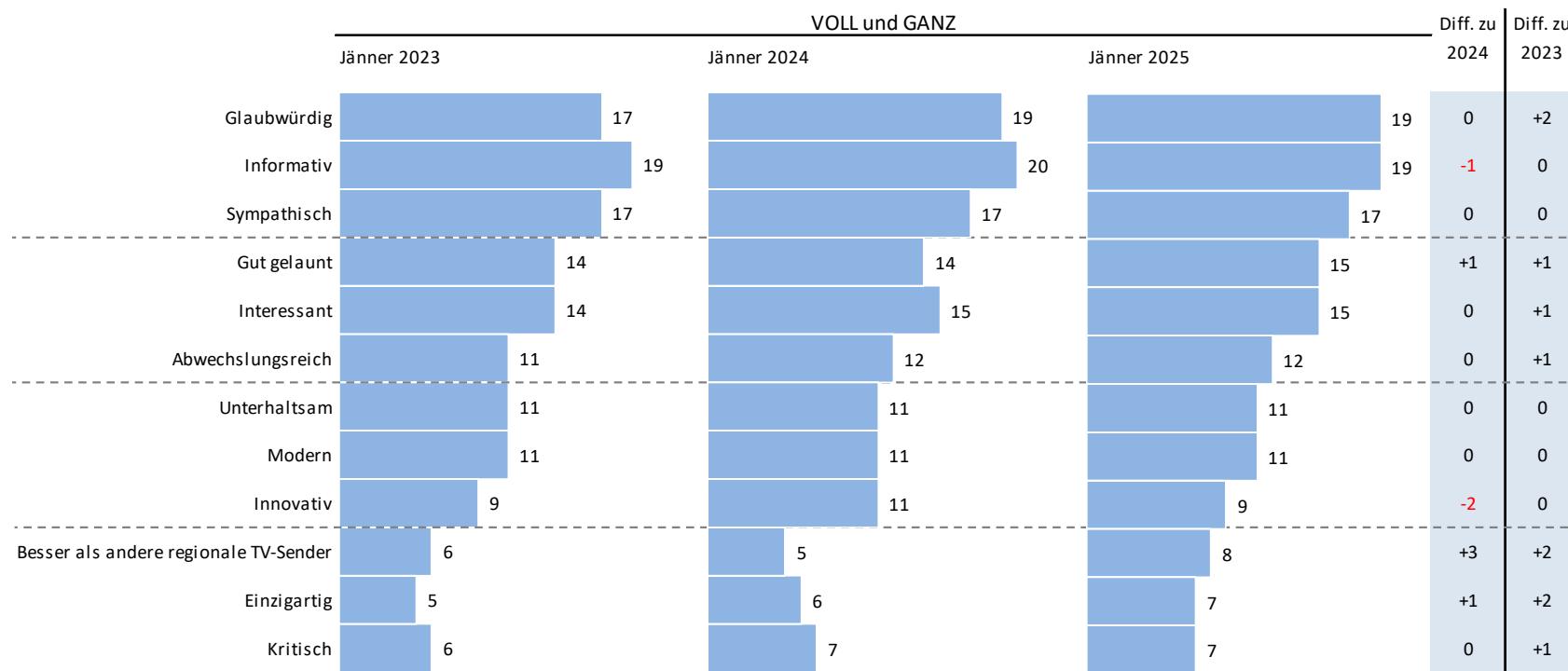


*) Richtwerte, da die Zahl der Befragten unter 80 liegt!

Image von LT1 unter Kenner:innen von LT1 – Trend

Basis: Kenner:innen von LT1

Frage 7: "Sie haben gesagt, dass Sie LT1 kennen. Welche der folgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf LT1 voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zu?"



Management Summary – Forschungsdimension 4

LT1 gilt als glaubwürdig, informativ und sympathisch

- Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren, die LT1 kennen, beschreiben den Sender vor allem als glaubwürdig, informativ und sympathisch. Auch wird LT1 jeweils von der relativen Mehrheit von dieser Gruppe als gut gelaunt, interessant, abwechslungsreich, unterhaltsam, modern oder innovativ beschrieben. Weniger zutreffend erachtet diese Zielgruppe Eigenschaften wie kritisch, einzigartig oder besser als andere regionale TV-Sender, die relative Mehrheit kann diesen Eigenschaften nicht zustimmen.
- LT1-Kenner:innen, die nach Stichtagsprinzip am Vortag LT1 gesehen haben, schreiben LT1 ein positiveres Image zu.
- Das Image von LT1 hält sich im Vergleich zu 2024 stabil.

Management Summary Eckpunkte und Ableitungen



- Mediengattungen / TV Quelle und Gerät / Technischer TV-Empfang
- Markenbekanntheit
- Reichweite
- Image von LT1

Management Summary – Eckpunkte und Ableitungen

1

- **62 Prozent** der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren geben im demoskopischen Interview an, **klassisches Fernsehen täglich** zu sehen. Mit deutlichem Abstand in der täglichen Nutzung folgen kostenlose TV-Theken, Videoclips und Pay-TV. Rund **9 von 10 Oberösterreicher:innen** nutzen grundsätzlich ein **TV-Gerät fürs Fernsehen**, 19 Prozent ein Smartphone, 13 Prozent ein Tablet, 12 Prozent einen Laptop und 8 Prozent einen Stand-PC. Im Durchschnitt schauen die Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren **2,5 Stunden** fern an einem Fernsehtag. Rund **die Hälfte** der Befragten gibt zu Protokoll, Fernsehprogramme über **Satellit** zu empfangen.

2

- **LT1 zählt zu den bekanntesten Privatsendern in Oberösterreich:** 33 Prozent der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren kennen LT1 spontan und 77 Prozent gestützt (entspricht **rund 957.000 Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren**). Der Spitzenwert in der spontanen bzw. gestützten Bekanntheit von 2021 konnte nicht erreicht werden.

3

- **7 Prozent** der OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren geben im demoskopischen Interview an, **am Vortag LT1 gesehen** zu haben.
- Ähnlich sieht es bei der zeitlichen Dimension "**am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen**" aus. Hier erreicht LT1 einen Wert von **8 Prozent**.
- Darüber hinaus ergibt sich auf Basis einer Zeitspanne von einer Woche folgendes: **In der letzten Woche haben 13 Prozent** der Oberösterreicher:innen ab 16 Jahren LT1 eingeschaltet, dies entspricht rund 156.000 Personen ab 16 Jahren in OÖ.
- Bei den Gründen, warum LT1 am Vortag nicht gesehen wurde, zählt die **Gewohnheit LT1 generell nicht zu sehen**, zudem Zeitmangel und die **generelle Präferenz für andere Sender** weiterhin zu den TOP3-Hindernisgründen.

4

- LT1 gilt als glaubwürdig, informativ und sympathisch

understanding why



KONTAKT

IMAS International
Institut für Markt- und Sozialanalysen GmbH
Gruberstraße 6
A-4020 Linz

+43 / 732 / 77 22 55 – 0
 office@imas.at
 www.imas.at