

# Funkanalyse Thüringen 2012

## Ortsnahes Fernsehen in Thüringen

– Bürgermedien –

# Inhalt

- Untersuchungsdesign
- Begriffsklärung
- Summary
- Ergebnisse

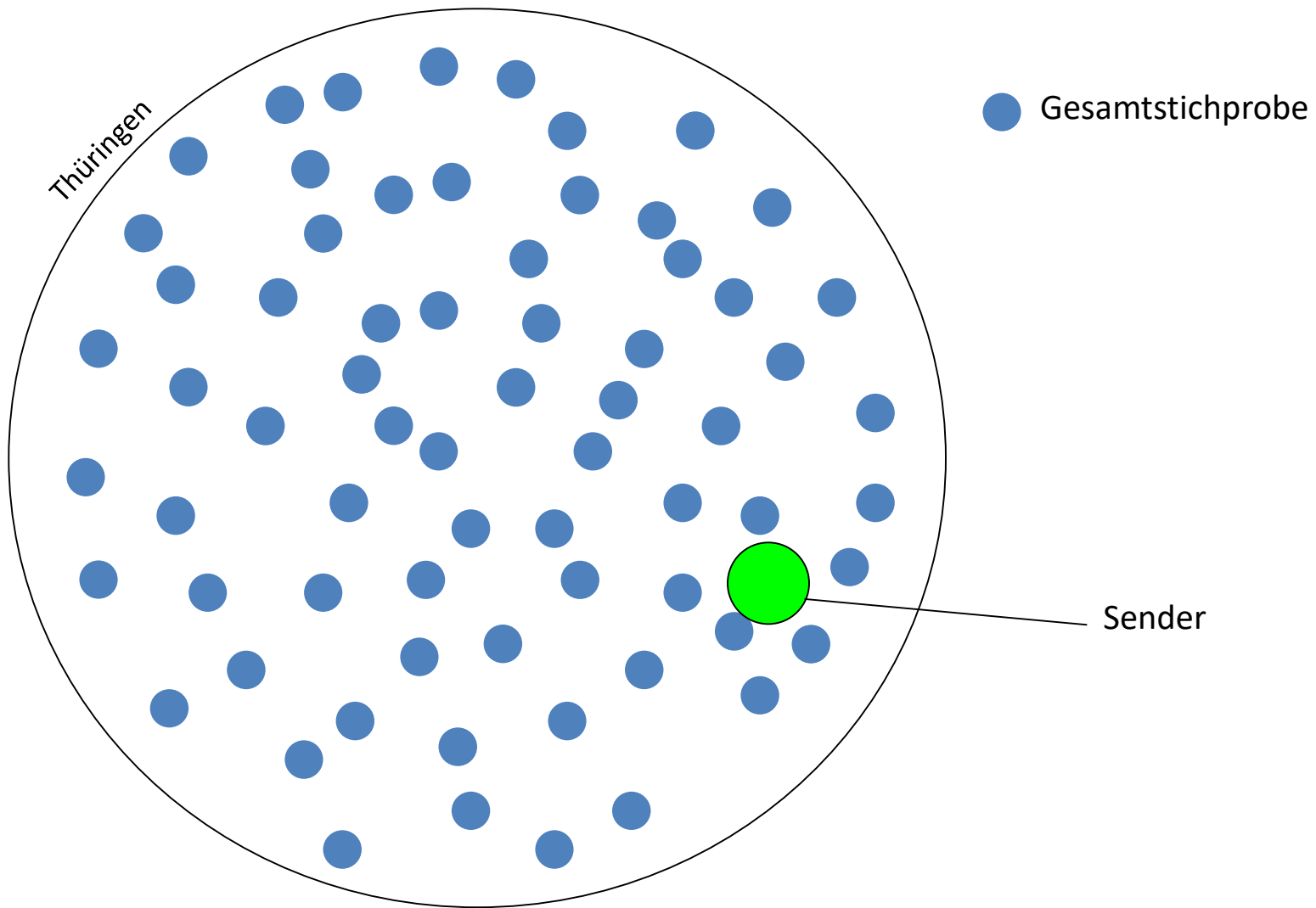
# Untersuchungsdesign

Auftraggeber:	Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)
Institut:	Unabhängiges Meinungsforschungsinstitut INFO GmbH, Berlin
Methode:	Telefonische Befragung (CATI = Computer Assisted Telephone Interview)
Zielgruppe:	Potenzielle Nutzer von Lokal-TV (= Personen ab 14 Jahren in Haushalten, in denen ortsnahe Fernsehen bekannt ist und empfangen werden kann)
Auswahlverfahren:	<p>Zur Bildung der Stichproben wurde eine repräsentative Haushaltsstichprobe auf Basis des ADM-Telefonstichprobensystems gezogen. Dabei werden nicht nur die in veröffentlichten Verzeichnissen gelisteten Telefonnummern verwendet, sondern nach einem bestimmten Prinzip weitere Nummern generiert.</p> <p>Innerhalb des ausgewählten Haushalts wurde die eigentliche Befragungsperson mit Hilfe des Schwedenschlüssels bestimmt. Damit wird sichergestellt, dass jedes relevante Haushaltsmitglied die gleiche Chance hat, für die Befragung ausgewählt zu werden.</p>
Anzahl der Interviews:	n = 2.814
Feldzeit:	7. März bis 27. März 2012

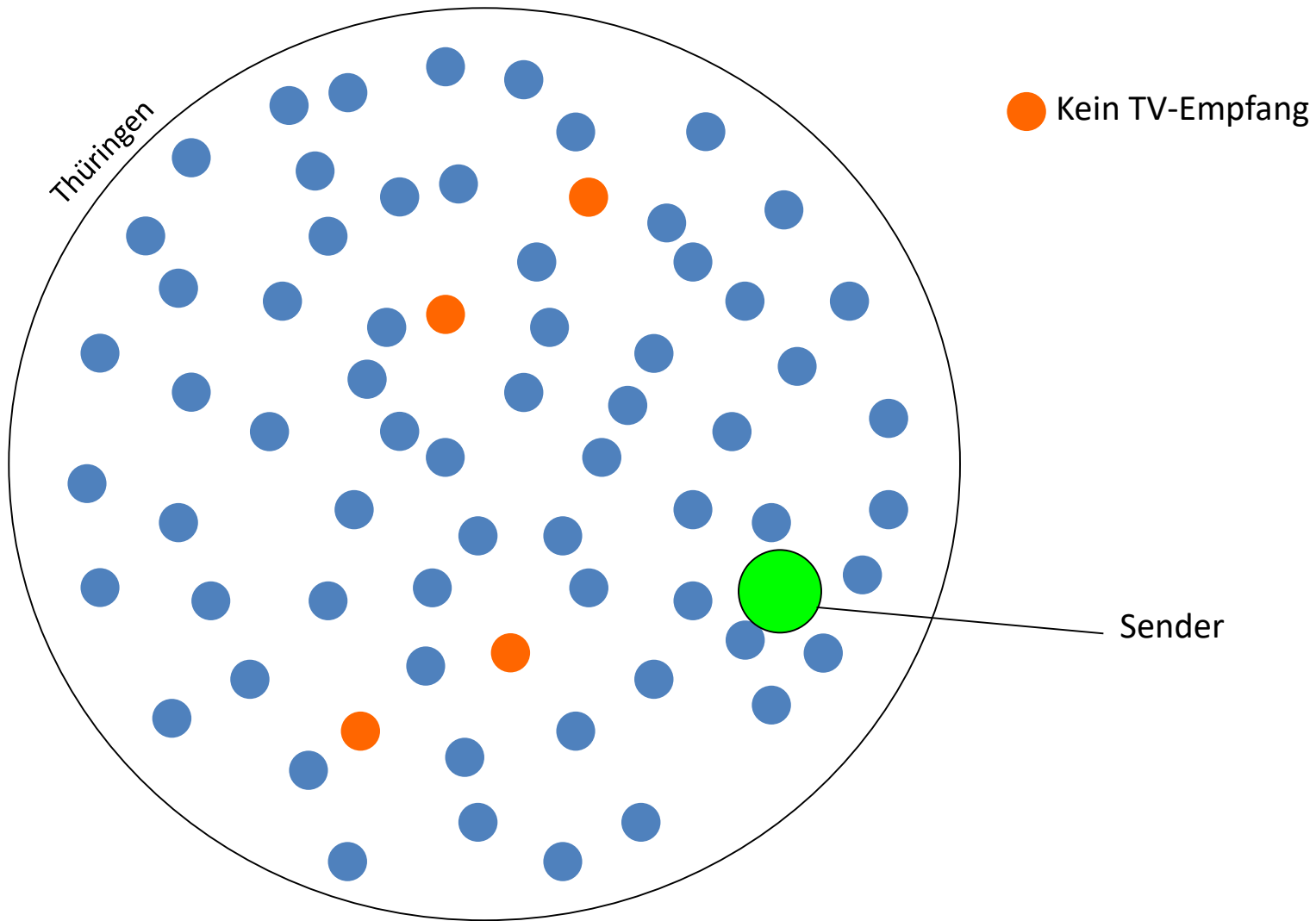
# Begriffsklärung

Potenzielle Nutzer:	Personen, die Bürgermedien (Radio und TV) kennen und in ihrem Haushalt empfangen können
Nutzer in den letzten 2 Wochen:	Personen, die Bürgermedien innerhalb der letzten 2 Wochen gesehen bzw. gehört haben („Weitester Seher-/Hörerkreis“, „WSK“, „WHK“)
Nutzer gestern:	Zuschauer, die Bürgermedien am Tag vor der Befragung gesehen bzw. gehört haben
Hochrechnung:	Übertragung der ermittelten Prozentwerte auf die Bevölkerungszahlen in Thüringen. Grundlage hierfür sind die Angaben des Thüringer Landesamtes für Statistik auf Basis einer unterjährigen Sonderzählung (Stand: 31.12.2010).
Screening(interview):	Der eigentlichen Befragung vorgeschaltetes Verfahren zur telefonischen Ermittlung der Haushalte, die zur Zielgruppe gehören

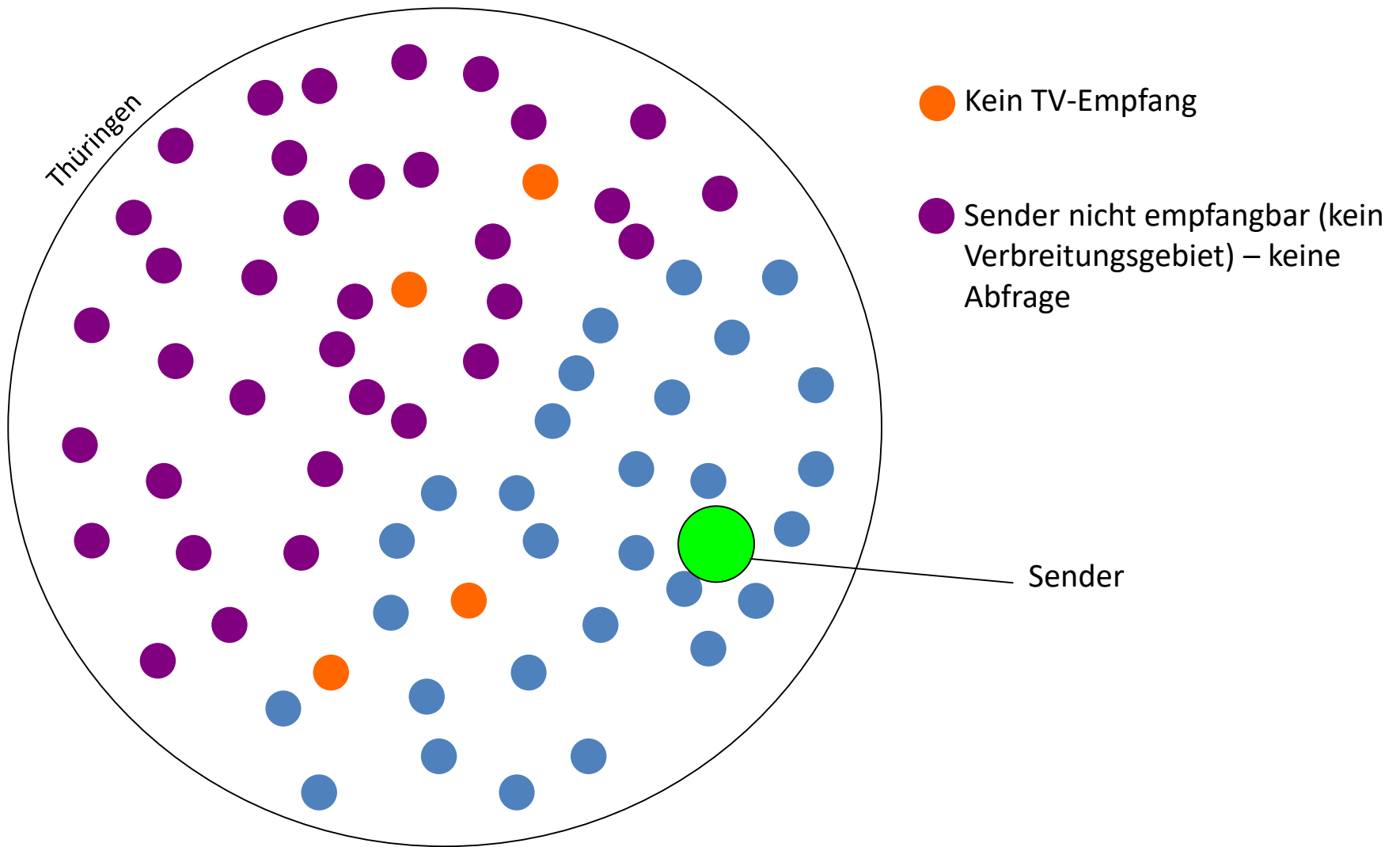
# Stichprobe und Reichweitenermittlung



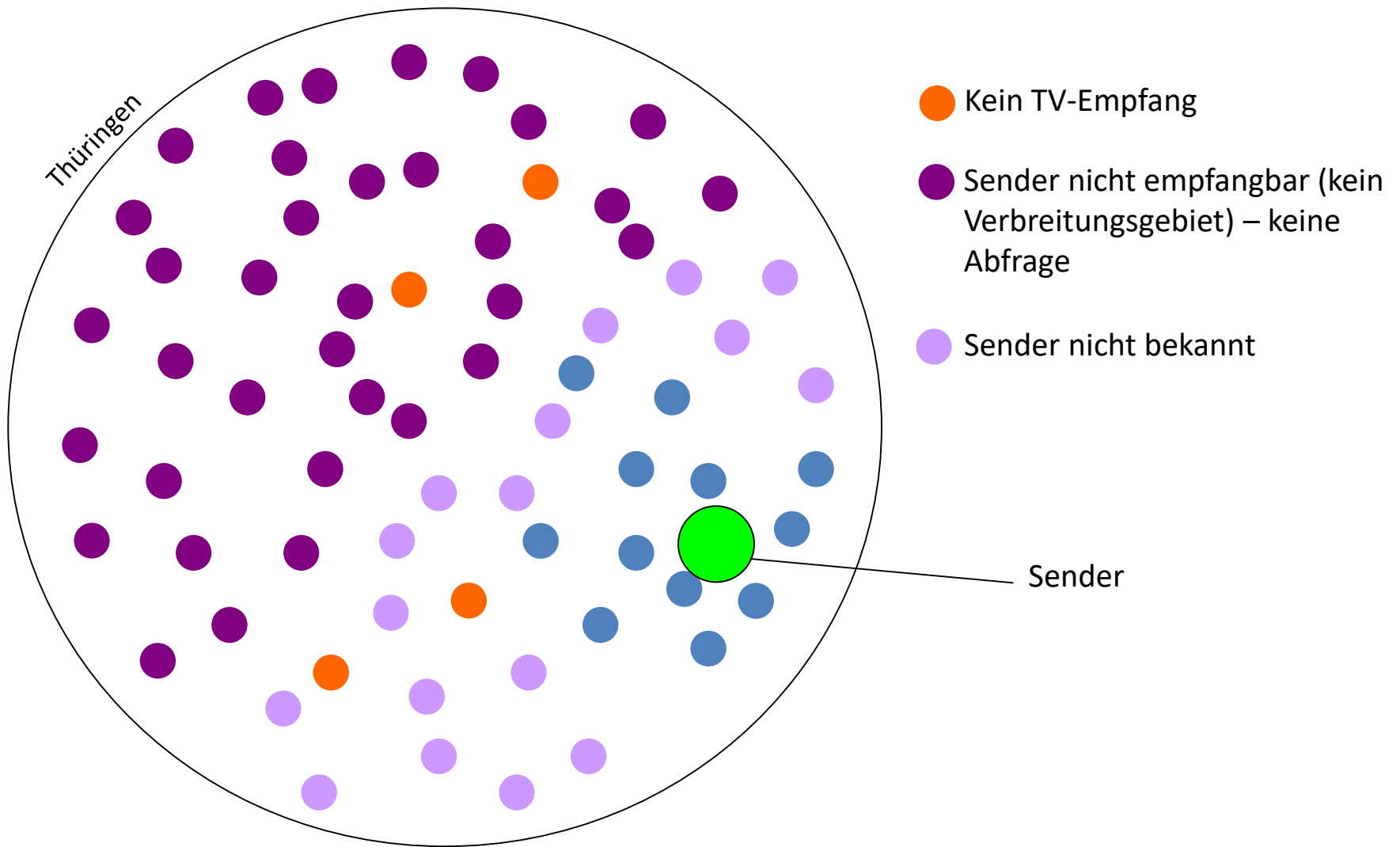
# Stichprobe und Reichweitenermittlung



# Stichprobe und Reichweitenermittlung

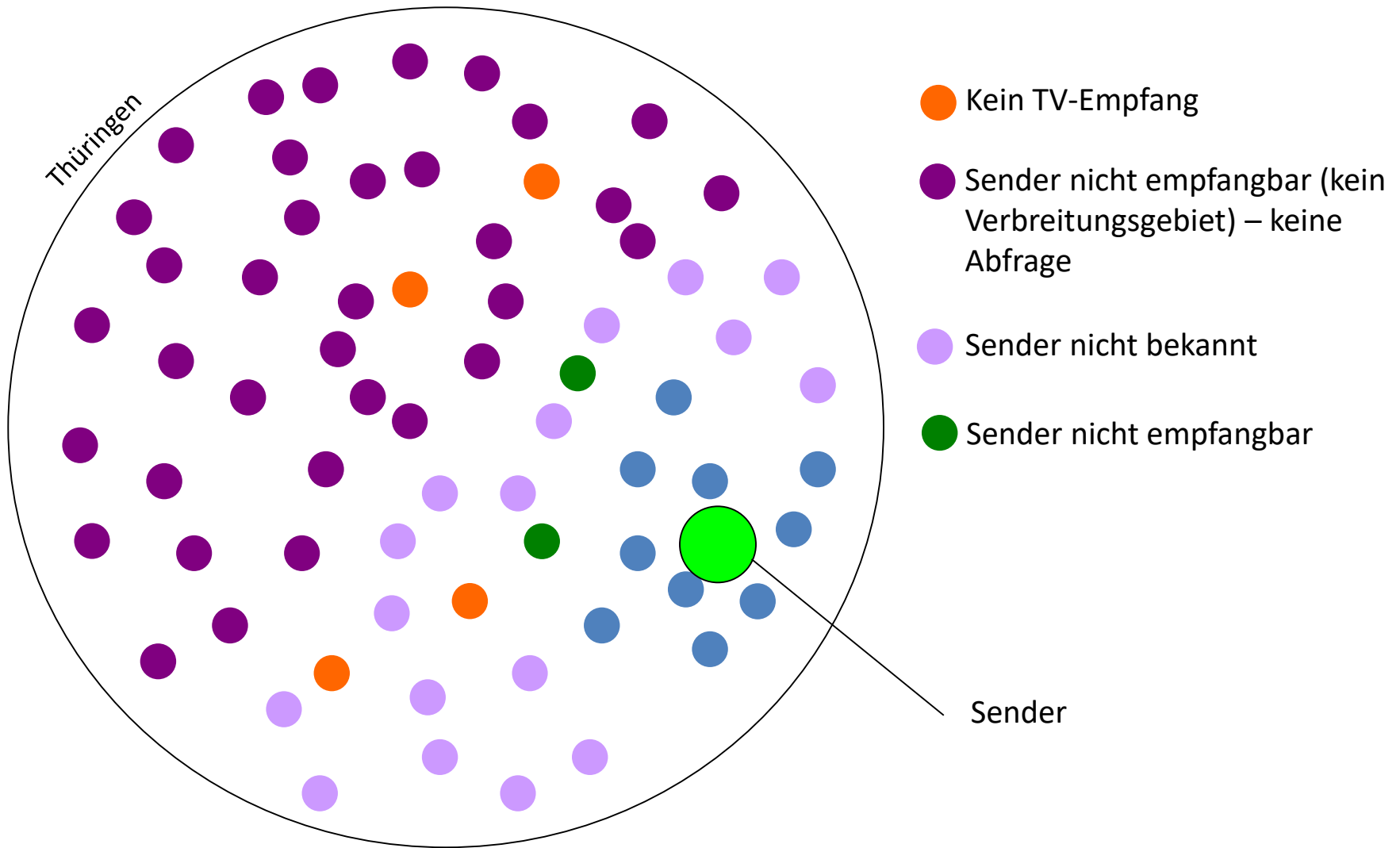


# Stichprobe und Reichweitenermittlung

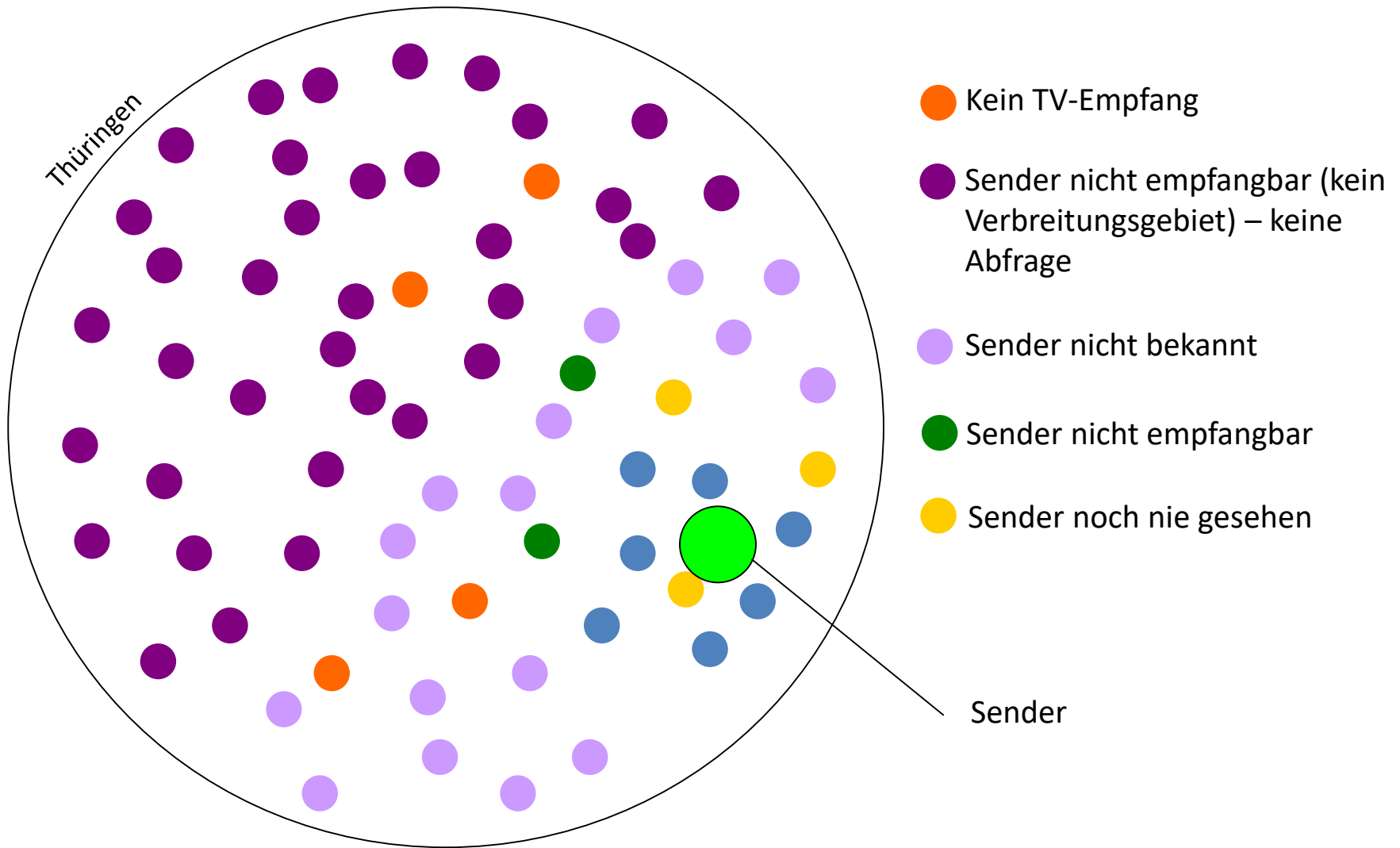




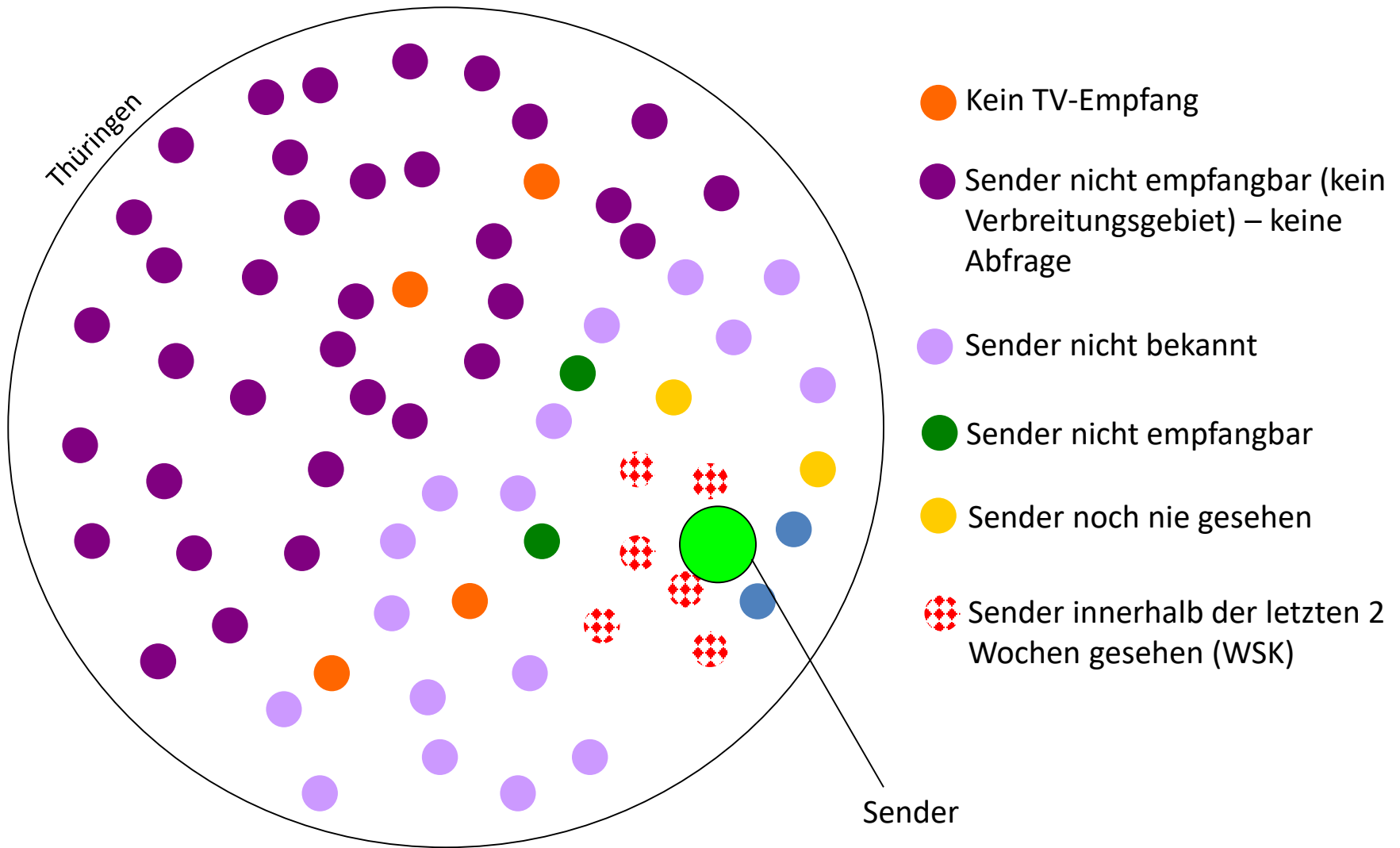
# Stichprobe und Reichweitenermittlung



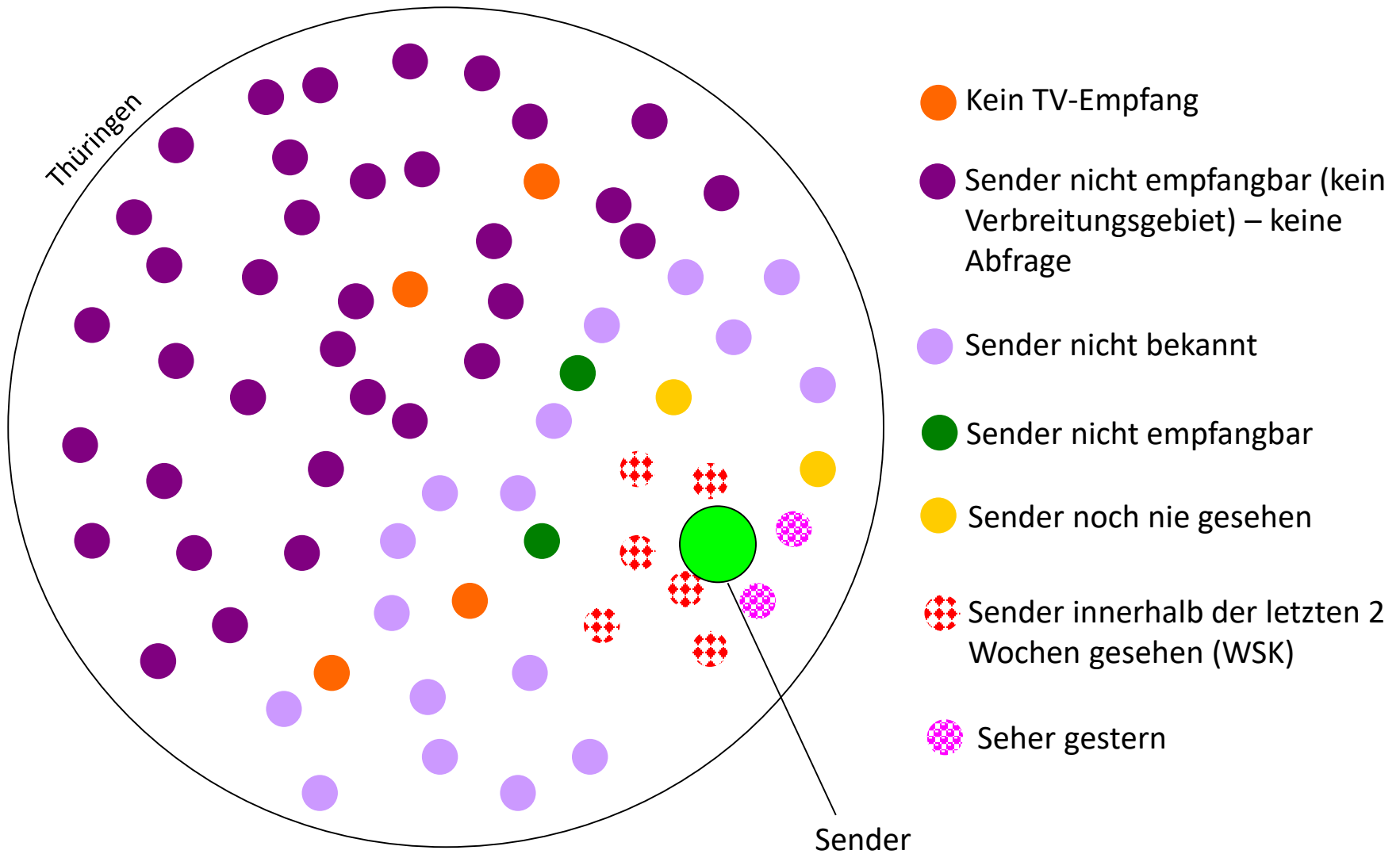
# Stichprobe und Reichweitenermittlung



# Stichprobe und Reichweitenermittlung



# Stichprobe und Reichweitenermittlung



# Auswertungsgruppen

	ungewichtete Fallzahl	gewichtete Fallzahl
alle Befragten (inkl. Screening)	n = 2.814	n = 4.704
potenzielle Nutzer	n = 634	n = 817
Nutzer gestern	n = 74	n = 71
Weitester Seher-/Hörerkreis (WSK/WHK)	n = 247	n = 295

# Summary

# Summary Bürgermedien

- 0,34 Millionen Personen ab 14 Jahre kennen mindestens einen Radio- bzw. TV-Sender der abgefragten Bürgermedien und können gleichzeitig mindestens einen dieser Sender empfangen („potenzielle Nutzer“).
- 91% der Empfänger, ca. 0,31 Mio. Personen ab 14 Jahre haben die Bürgermedien bereits genutzt. Etwas mehr als ein Drittel der Empfänger ist dem Weitesten Seher- bzw. Hörerkreis (2 Wochen) zuzurechnen.
- Fast alle Nutzer (WSK/WHK) schauen bzw. hören das Programm der Bürgermedien unter der Woche, etwa ein Drittel des WSK/WHK am Wochenende. Tagsüber werden die abgefragten Bürgermedien häufiger genutzt als in den Abendstunden.
- Im Mittel werden die Bürgermedien als neutral, d.h. mit der Note 3 auf einer Skala von 1 („sehr gut“ bis 6 („sehr schlecht“) bewertet. Drei Viertel des WSK vergeben die Noten sehr gut bzw. gut.
- Die Nutzer der Bürgermedien (WSK/WHK) sind im Durchschnitt 50 Jahre alt. Mehr als jeder Zweite ist berufstätig, nur jeder Dritte ist Rentner.
- Auf der Basis des Stichprobenumfangs von 2.814 Interviews (davon 634 Interviews mit potenziellen Nutzern von Bürgermedien) liefert diese Befragung verlässliche Daten zum Empfang und zur Nutzung von Bürgermedien insgesamt. Detaillierte Auswertungen für einzelne Sender sind aufgrund geringer Fallzahlen nur eingeschränkt möglich.

# Ergebnisse Landesdurchschnitt



# Zugang zu Bürgermedien – Hochrechnung der Empfangssituation

	bezogen auf Einwohner			bezogen auf Haushalte	
	Anteile	Einwohner gesamt	Personen ab 14 Jahre	Anteile	Haushalte gesamt
<b>Befragungsgebiet gesamt</b>	<b>100%</b>	2.195.100	1.955.600	<b>100%</b>	<b>1.097.650</b>
Bürgermedien bekannt	33%	720.900	642.300	32%	348.950
Bürgermedien bekannt und im Haushalt empfangbar (potenzielle Nutzer)	17%	381.400	339.800	17%	183.050

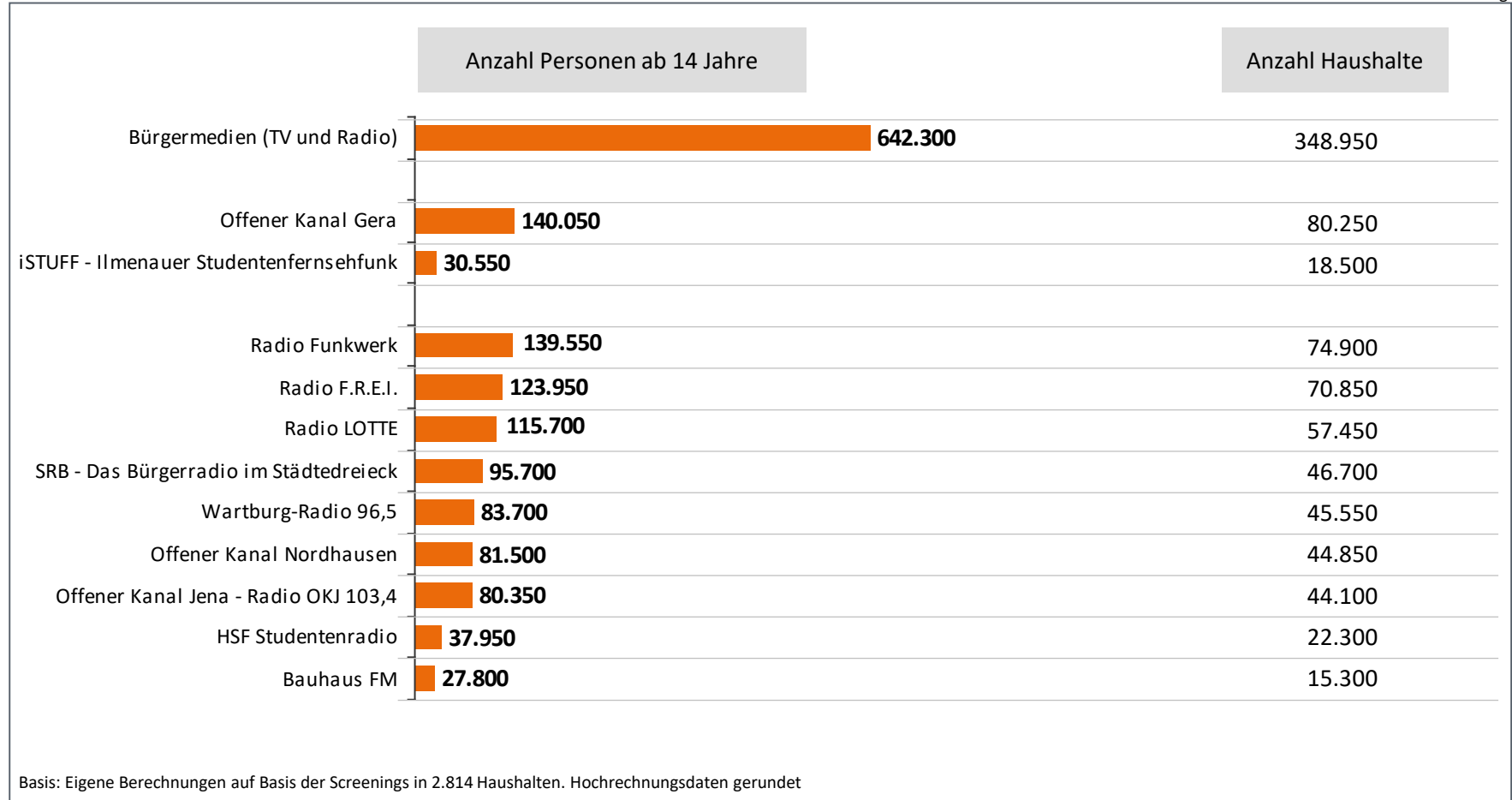
Hochrechnungsdaten gerundet

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Screenings in 2.814 Haushalten. Basis für die Bestimmung der Bevölkerungszahlen sind die kleinräumigen Angaben des Statistischen Landesamtes Thüringen auf Basis einer unterjährigen Sonderzählung (Stand: 31.12.2010).

Frage 8. Kennen Sie den Sender, wenn auch nur dem Namen nach?  
9. Können Sie (Sender) in Ihrem Haushalt empfangen?

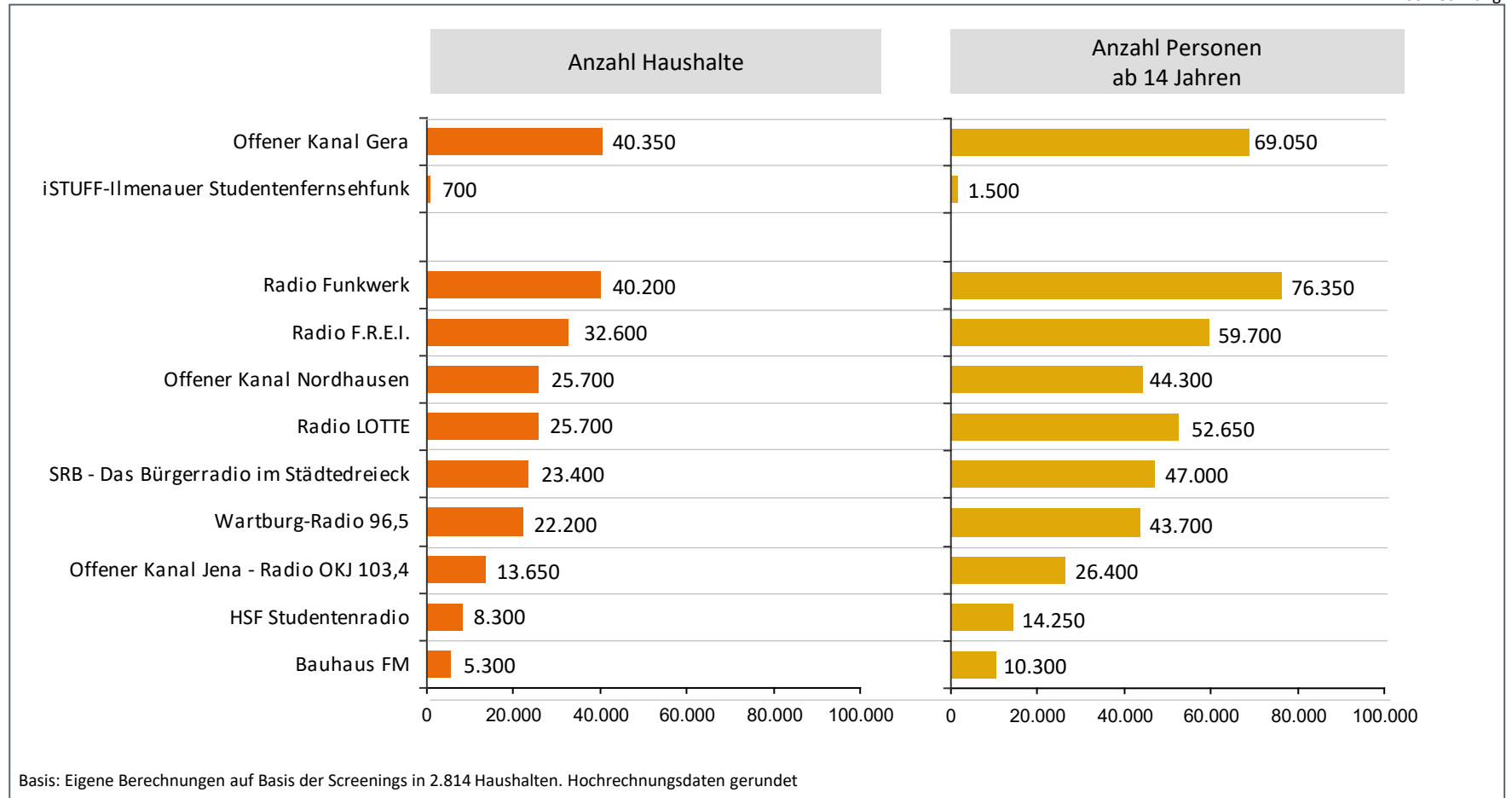
# Bekanntheit von Bürgermedien

Hochrechnung



# Potenzielle Nutzer von Bürgermedien

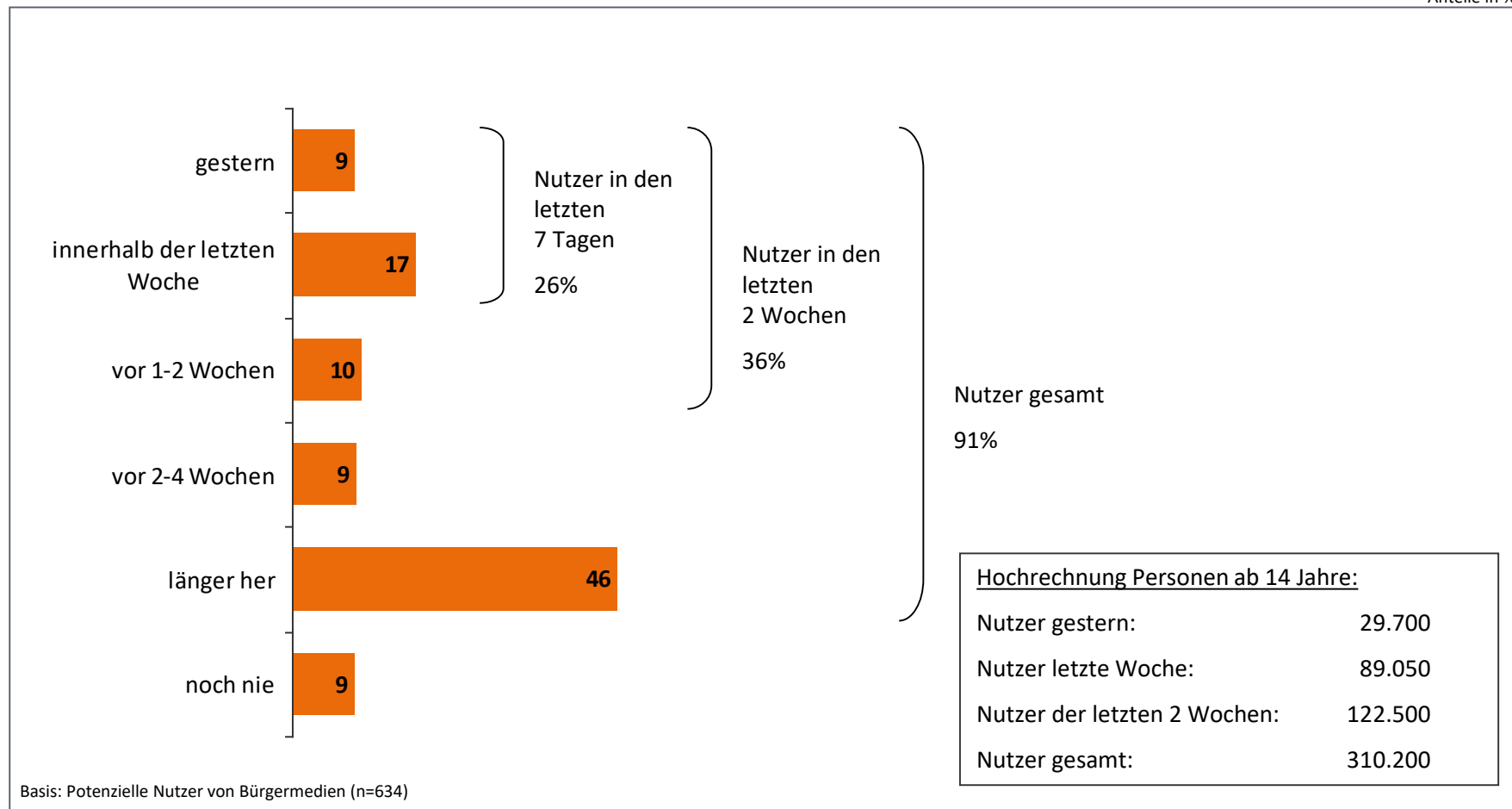
Hochrechnung



Frage 8. Kennen Sie den Sender, wenn auch nur dem Namen nach?  
 9. Können Sie (Sender) in Ihrem Haushalt empfangen?

# Nutzerkreise (Bürgermedien)

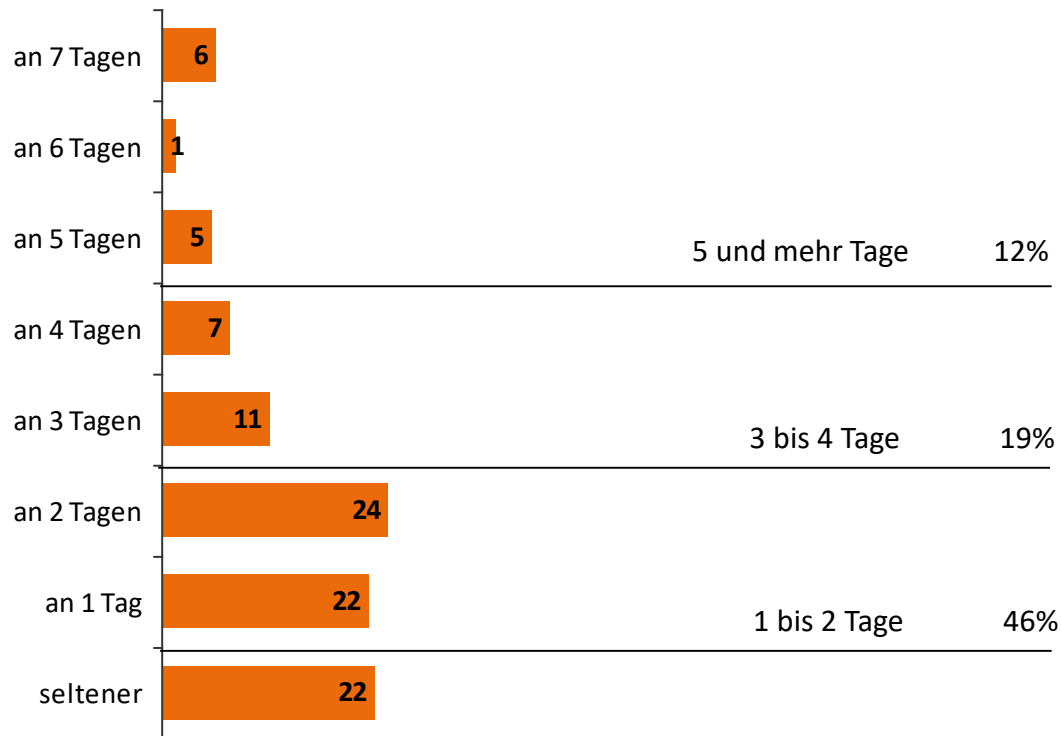
Anteile in %



Frage 10: Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen/gehört?

# Nutzungshäufigkeit (Bürgermedien)

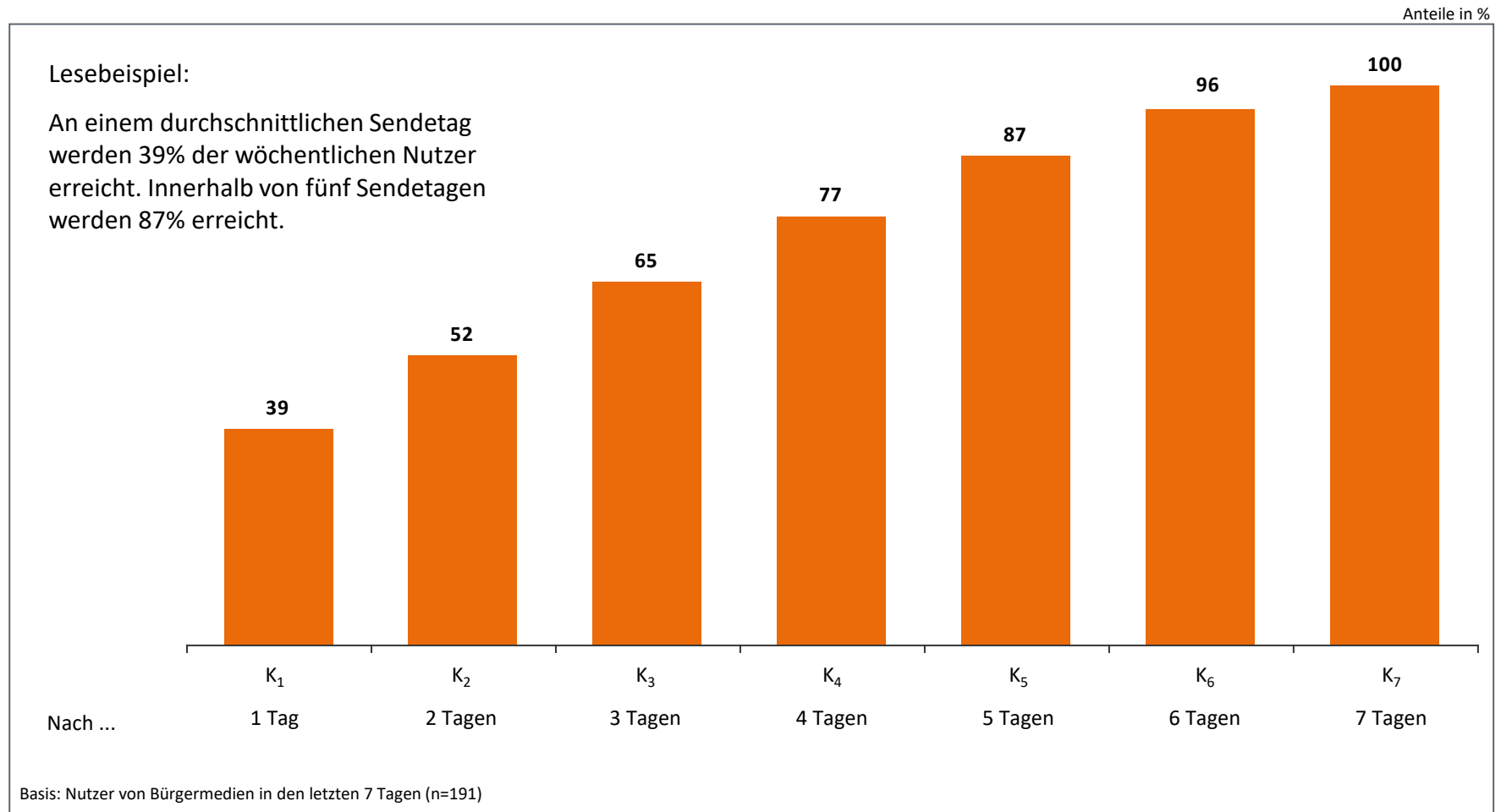
Anteile in %



Basis: Nutzer von Bürgermedien in den letzten 2 Wochen (n=247)

Frage 11: Wenn Sie an eine normale Woche in der letzten Zeit denken: An wie vielen Tagen von Montag bis Sonntag sehen/hören Sie da (Sender) im Allgemeinen?

# Kumulierte Reichweiten bei wöchentlichen Nutzern (Bürgermedien)



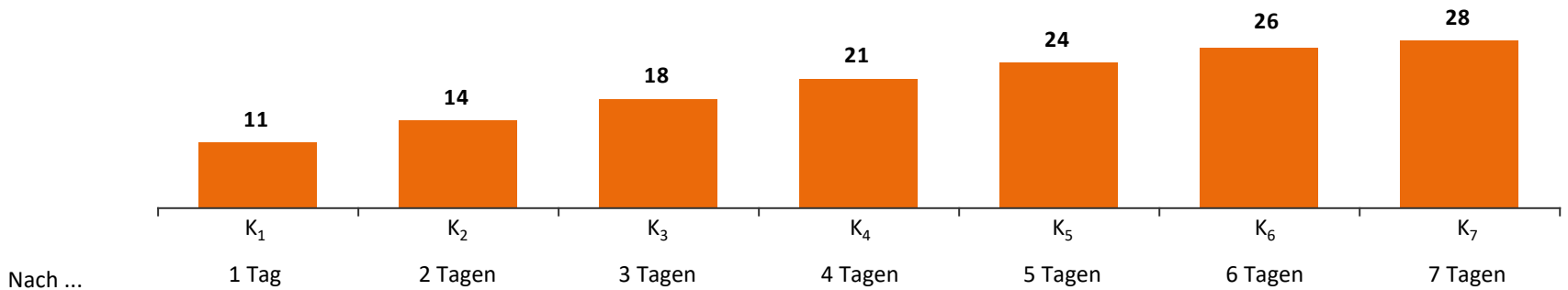
Frage 11: Wenn Sie an eine normale Woche in der letzten Zeit denken: An wie vielen Tagen von Montag bis Sonntag sehen/hören Sie da (Sender) im Allgemeinen?

# Kumulierte Reichweiten bei potenziellen Nutzern (Bürgermedien)

Anteile in %

Lesebeispiel:

An einem durchschnittlichen Sendetag werden 11% der potenziellen Nutzer erreicht. Innerhalb von fünf Sendetagen werden 24% erreicht.



Basis: Potenzielle Nutzer von Bürgermedien (n=634)

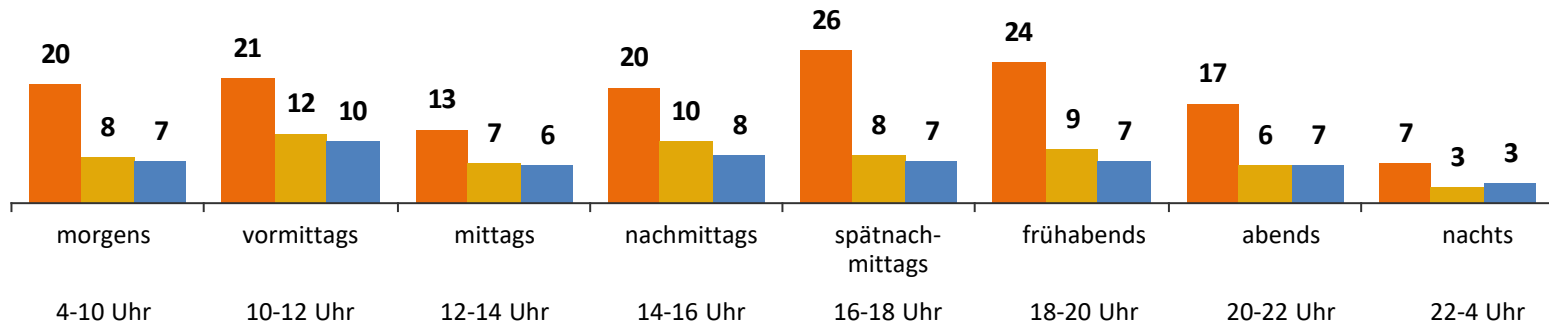
Frage 11: Wenn Sie an eine normale Woche in der letzten Zeit denken: An wie vielen Tagen von Montag bis Sonntag sehen/hören Sie da (Sender) im Allgemeinen?

# Einschaltzeiten (Mo-Fr und am Wochenende) (Bürgermedien)

Anteile in %

96% der Nutzer der letzten 2 Wochen  
sehen/hören Bürgermedien unter der Woche,  
34% sehen/hören sie am Samstag,  
29% sehen/hören sie am Sonntag.

Montag bis Freitag  
Samstag  
Sonntag



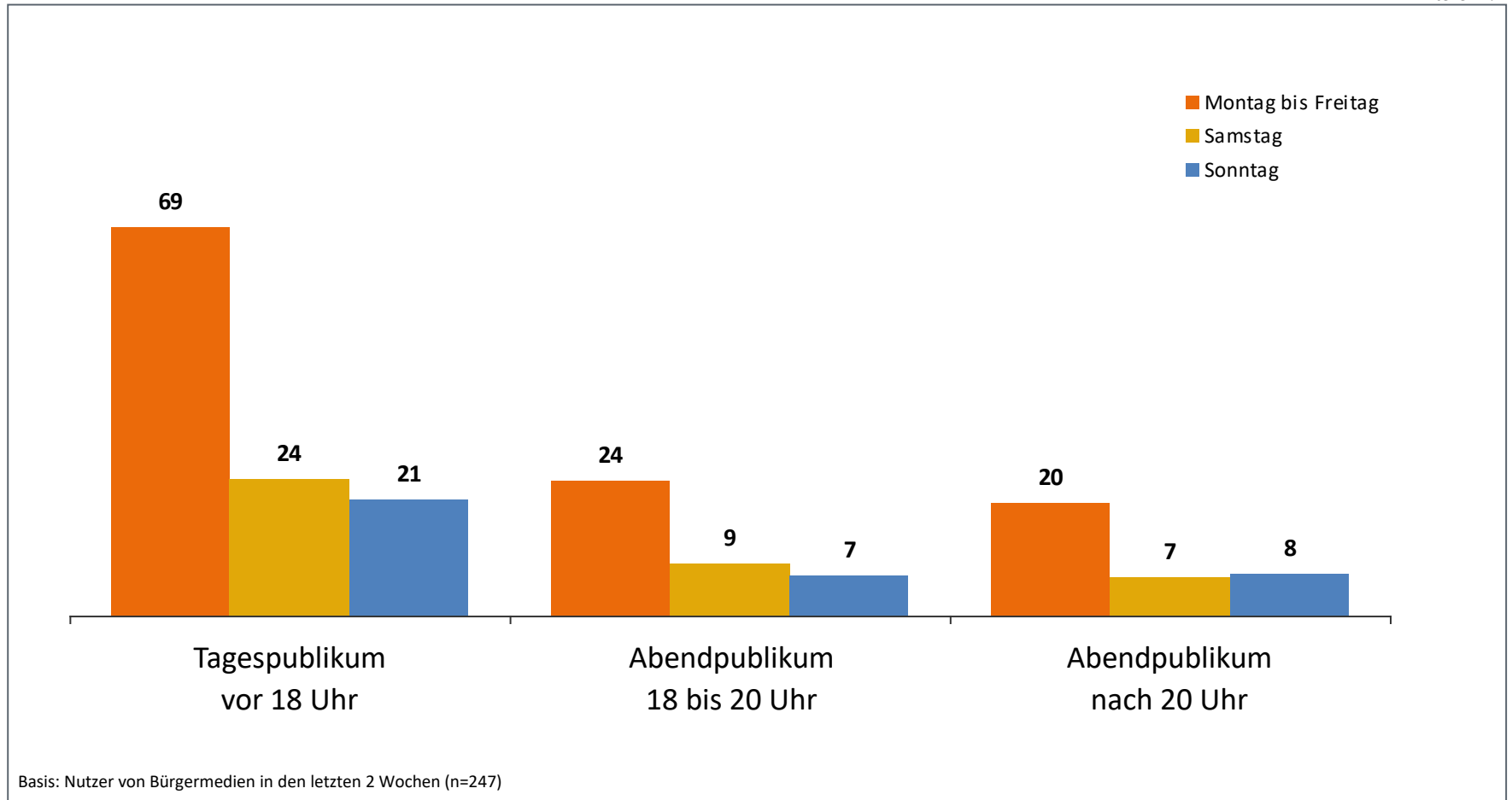
Basis: Nutzer von Bürgermedien in den letzten 2 Wochen (n=247)

Frage 12a/13a/13c: Zu welchen Zeiten sehen/hören Sie (Sender) [an einem normalen Wochentag zwischen Montag und Freitag/ an einem normalen Samstag/ an einem normalen Sonntag] im Allgemeinen? (Mehrfachnennungen möglich)



# Einschaltzeiten (Mo-Fr und am Wochenende) (Bürgermedien)

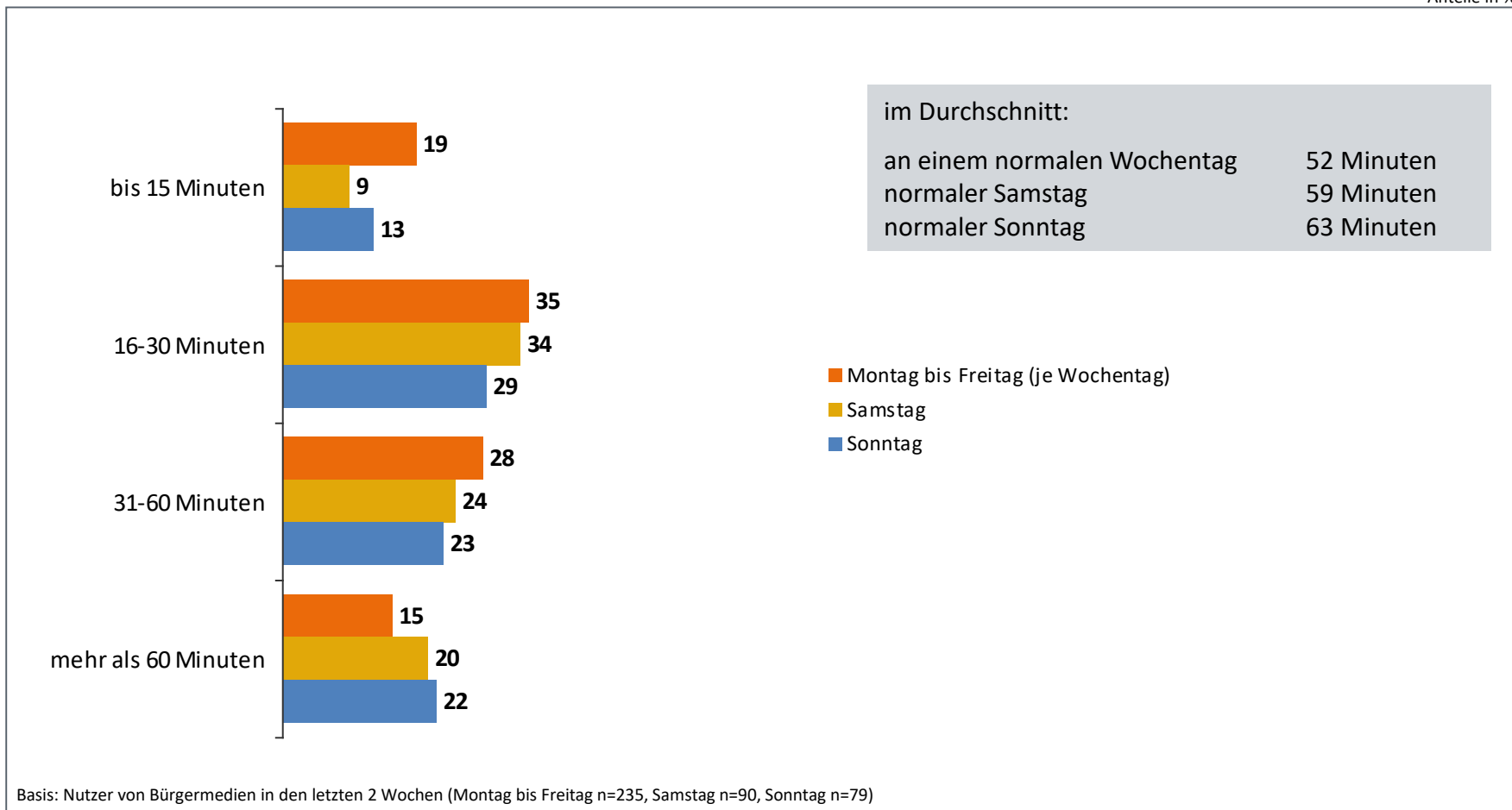
Anteile in %



Frage 12a/13a/13c: Zu welchen Zeiten sehen/hören Sie (Sender) [an einem normalen Wochentag zwischen Montag und Freitag/ an einem normalen Samstag/ an einem normalen Sonntag] im Allgemeinen? (Mehrfachnennungen möglich)

# Durchschnittliche tägliche Seh-/Hördauer eines Senders (Mo-Fr und am Wochenende) (Bürgermedien)

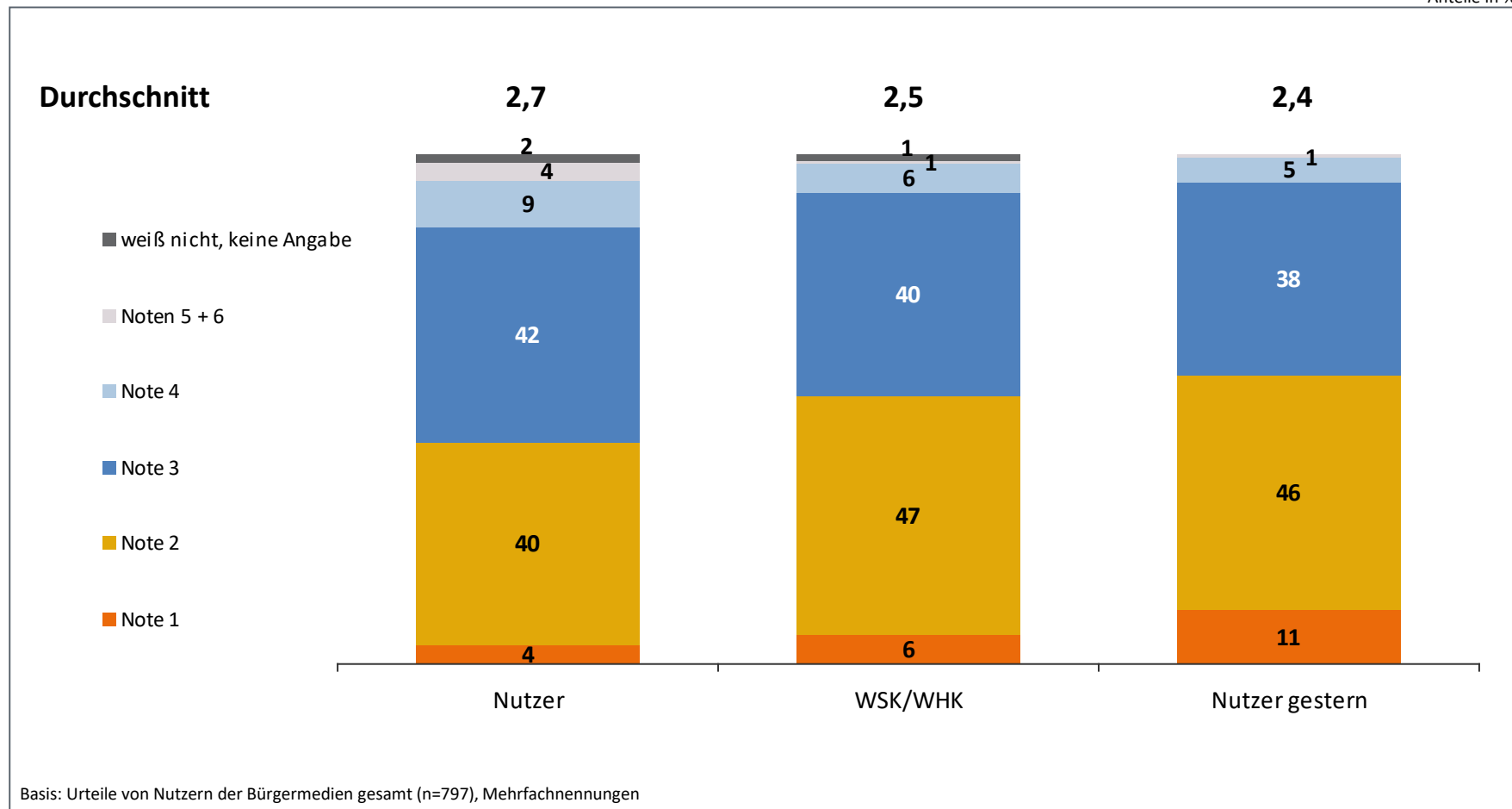
Anteile in %



Frage 12b/13b/13d: Wenn Sie (Sender) [an einem normalen Wochentag, also Montag bis Freitag/ am Samstag/ am Sonntag] einschalten: Wie lange sehen/hören Sie (Sender) dann in der Regel?

# Bewertung der Bürgermedien

Anteile in %

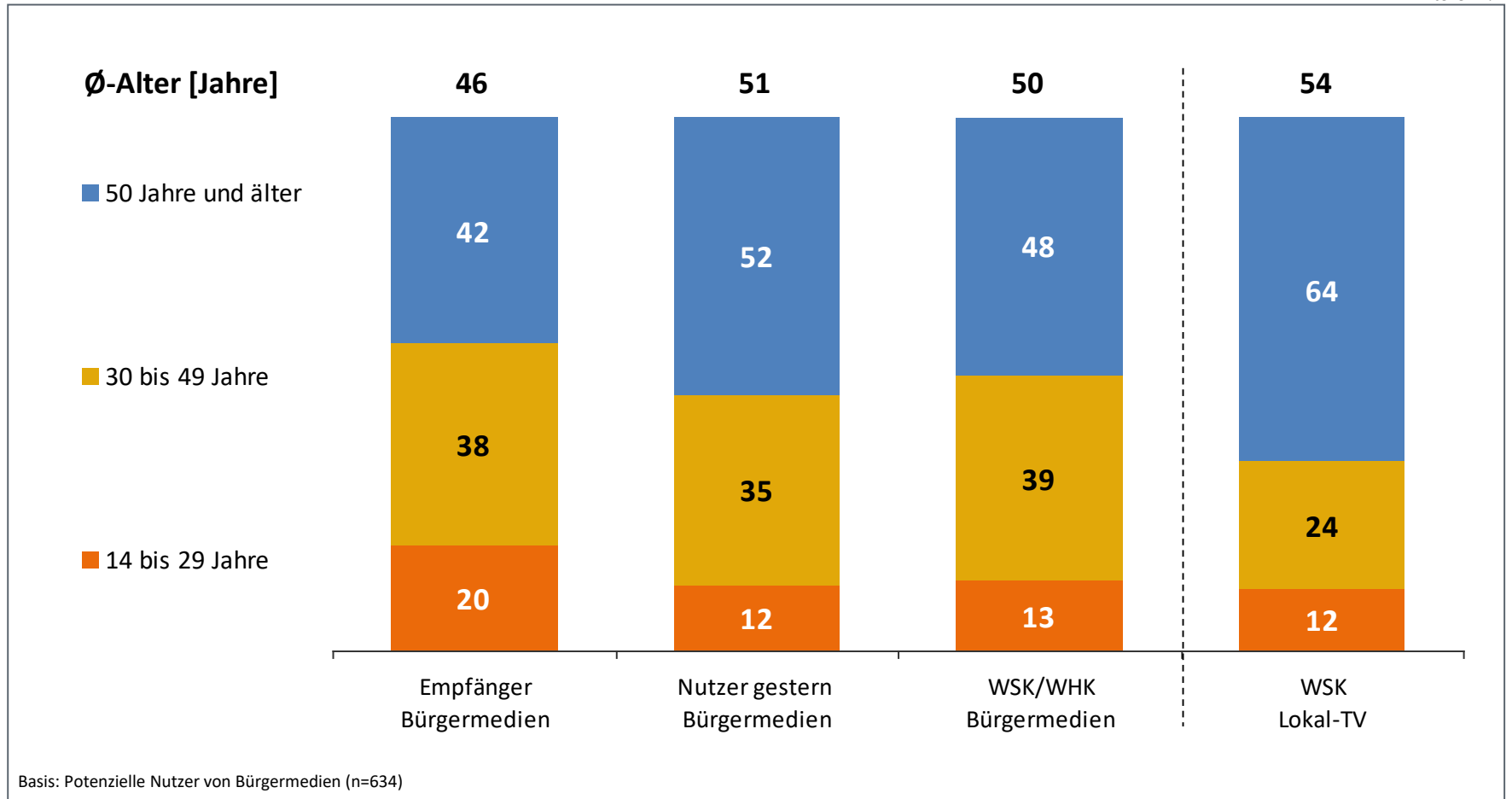


Frage 15: Wenn Sie (Sender) insgesamt betrachten, mit welcher Note von 1=sehr gut bis 6=sehr schlecht würden Sie diesen Sender – alles in allem gesehen – bewerten?

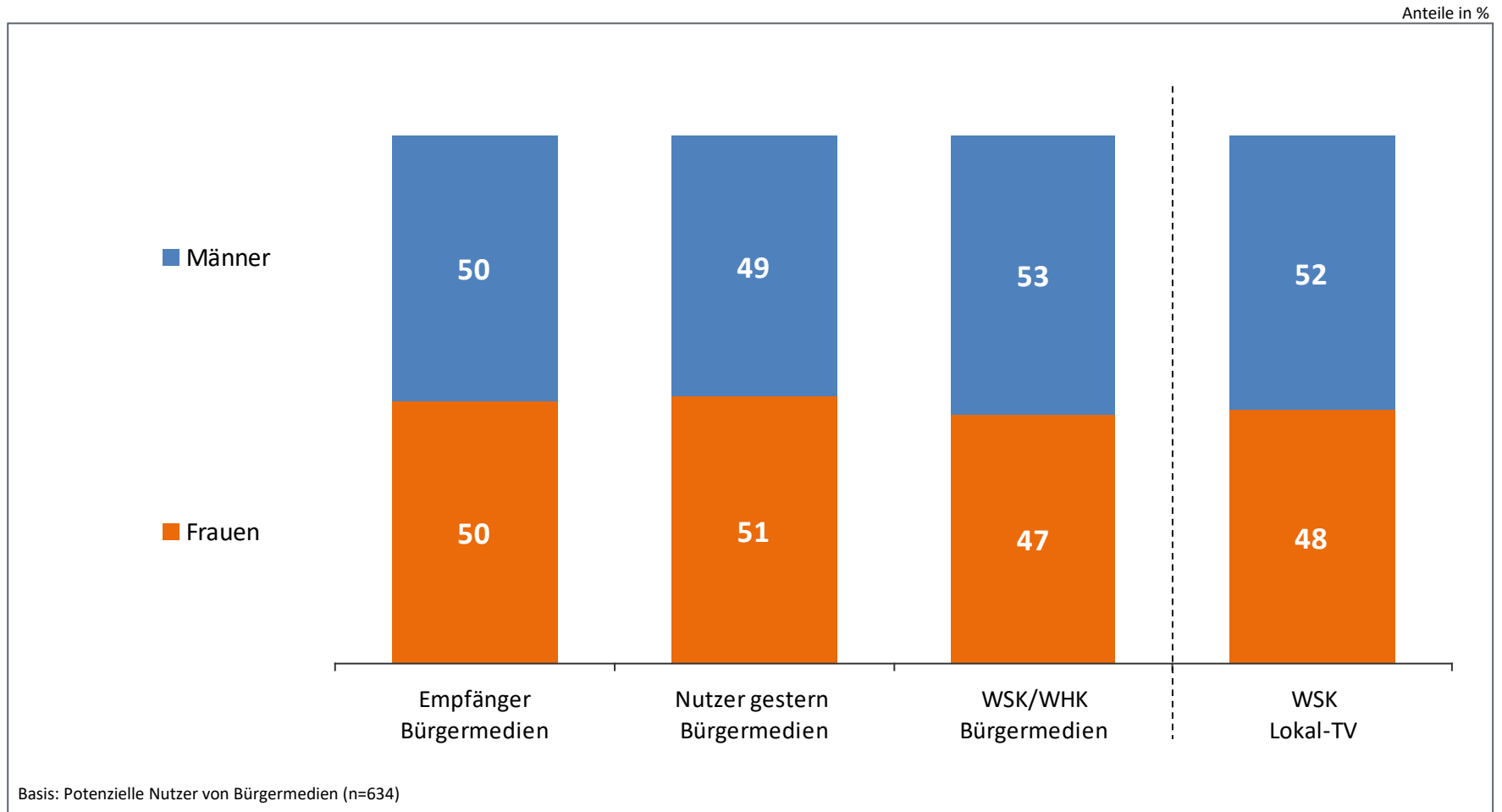
# Soziodemographie

# Alter

Anteile in %

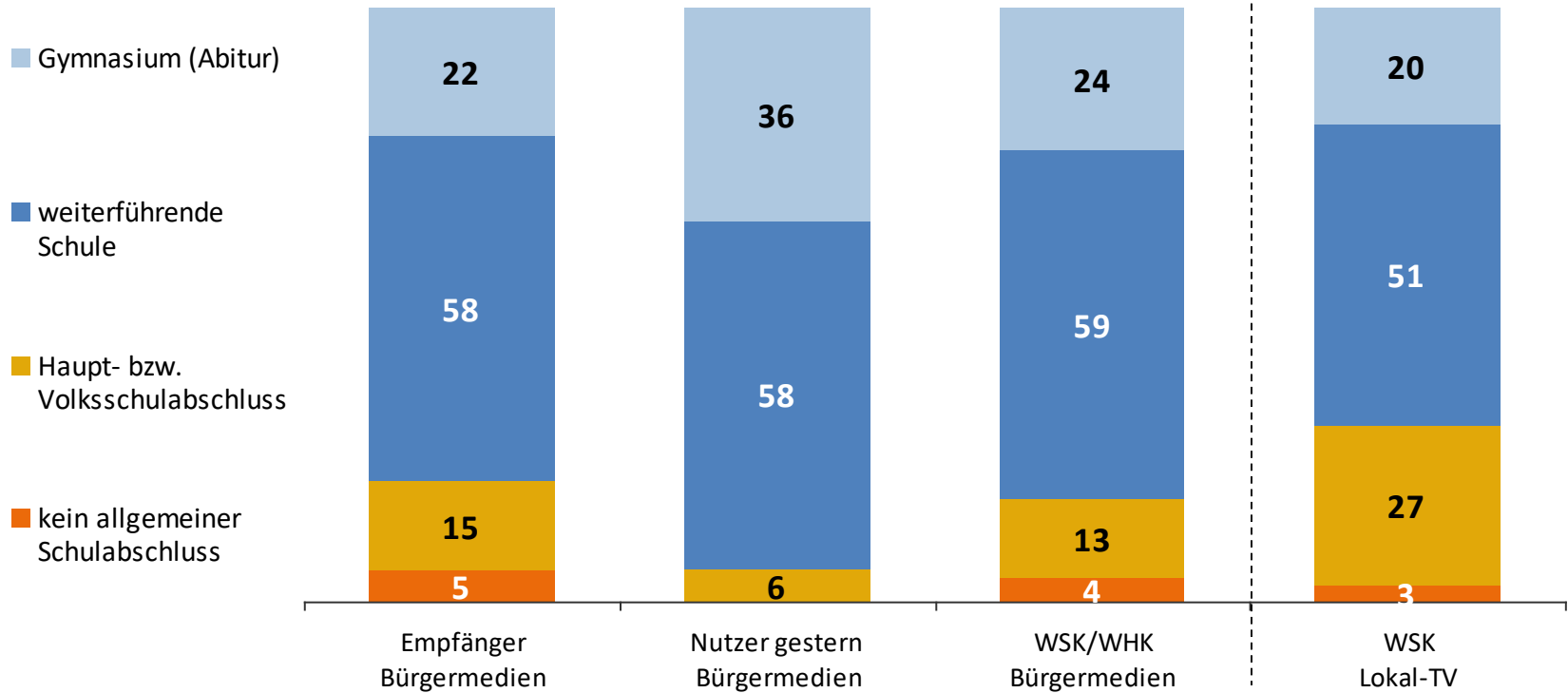


# Geschlecht



# Schulbildung

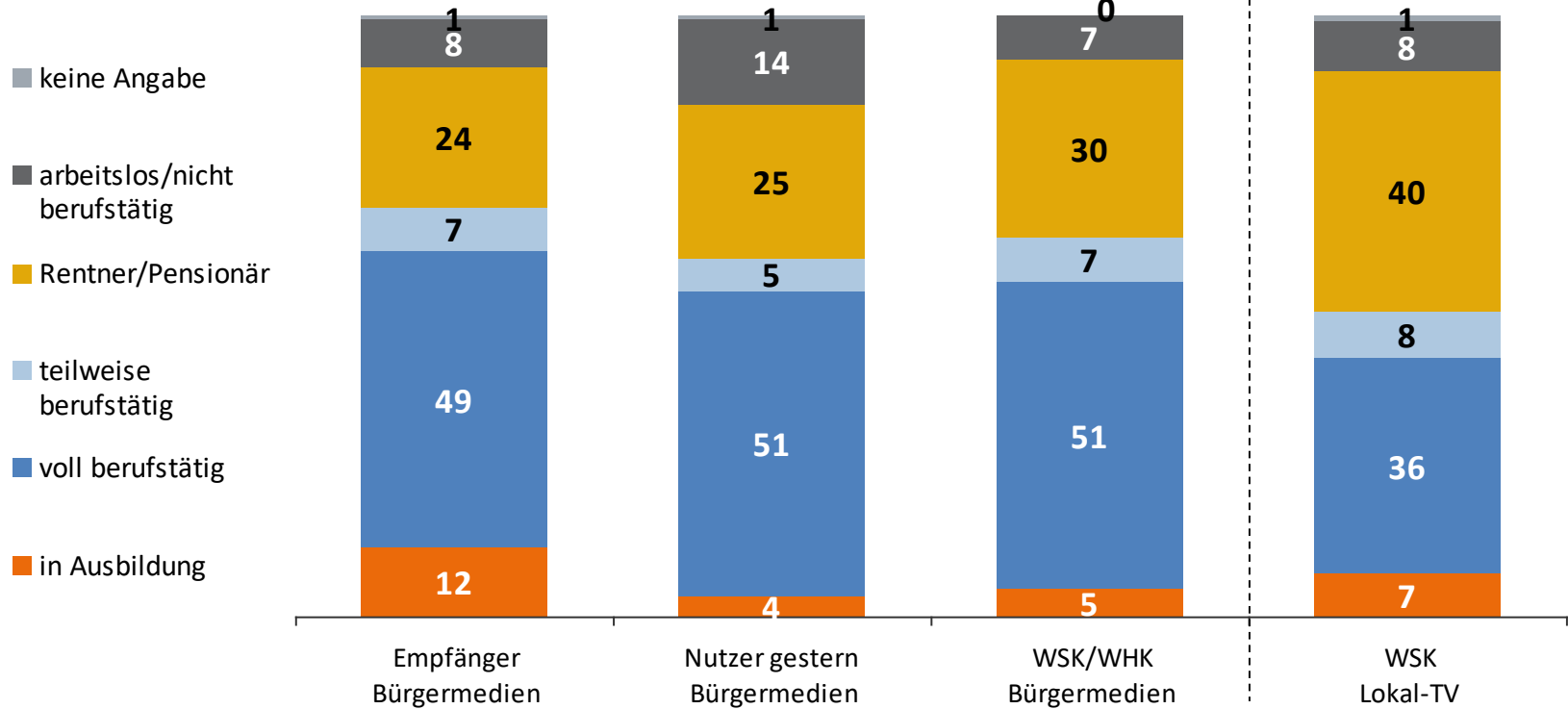
Anteile in %



Basis: Potenzielle Nutzer von Bürgermedien (n=634)

# Berufstätigkeit

Anteile in %



Basis: Potenzielle Nutzer von Bürgermedien (n=634)

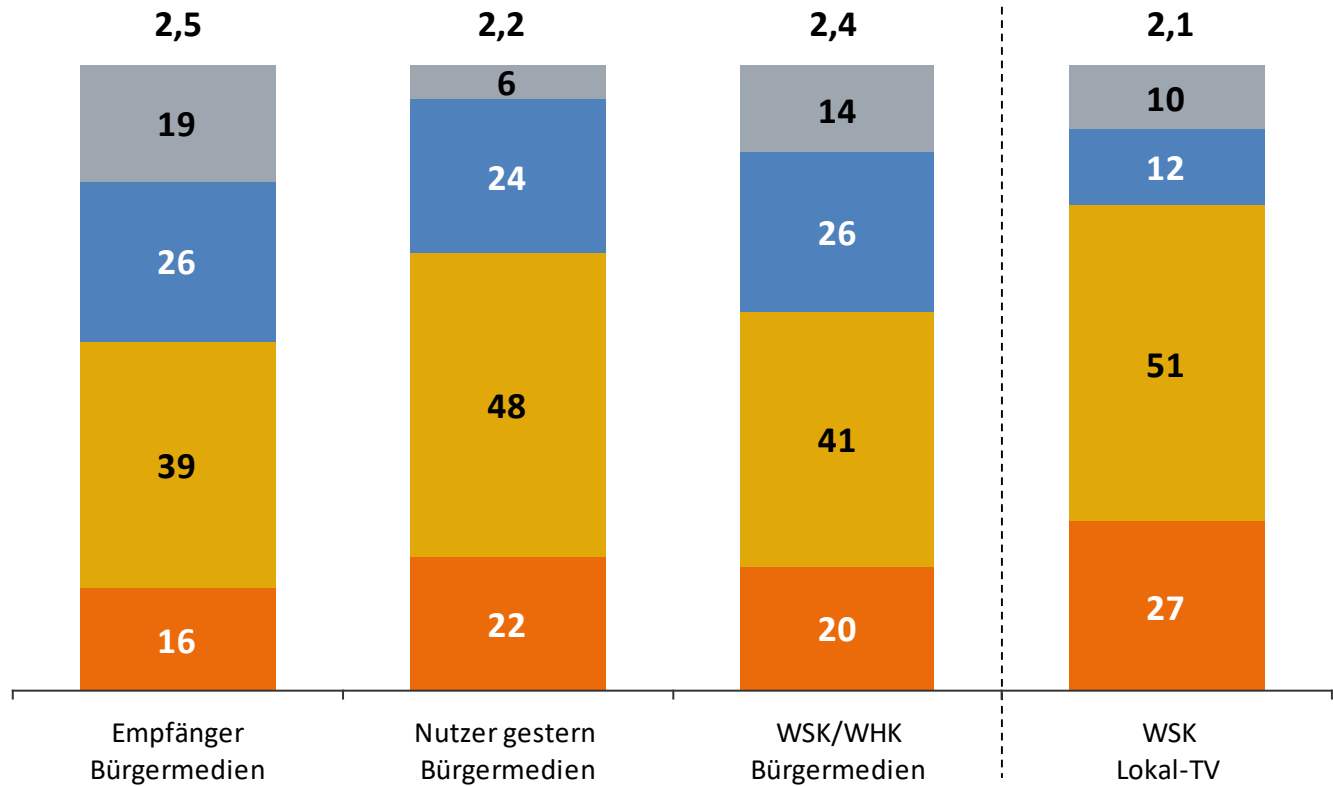


# Haushaltsgröße

Anteile in %

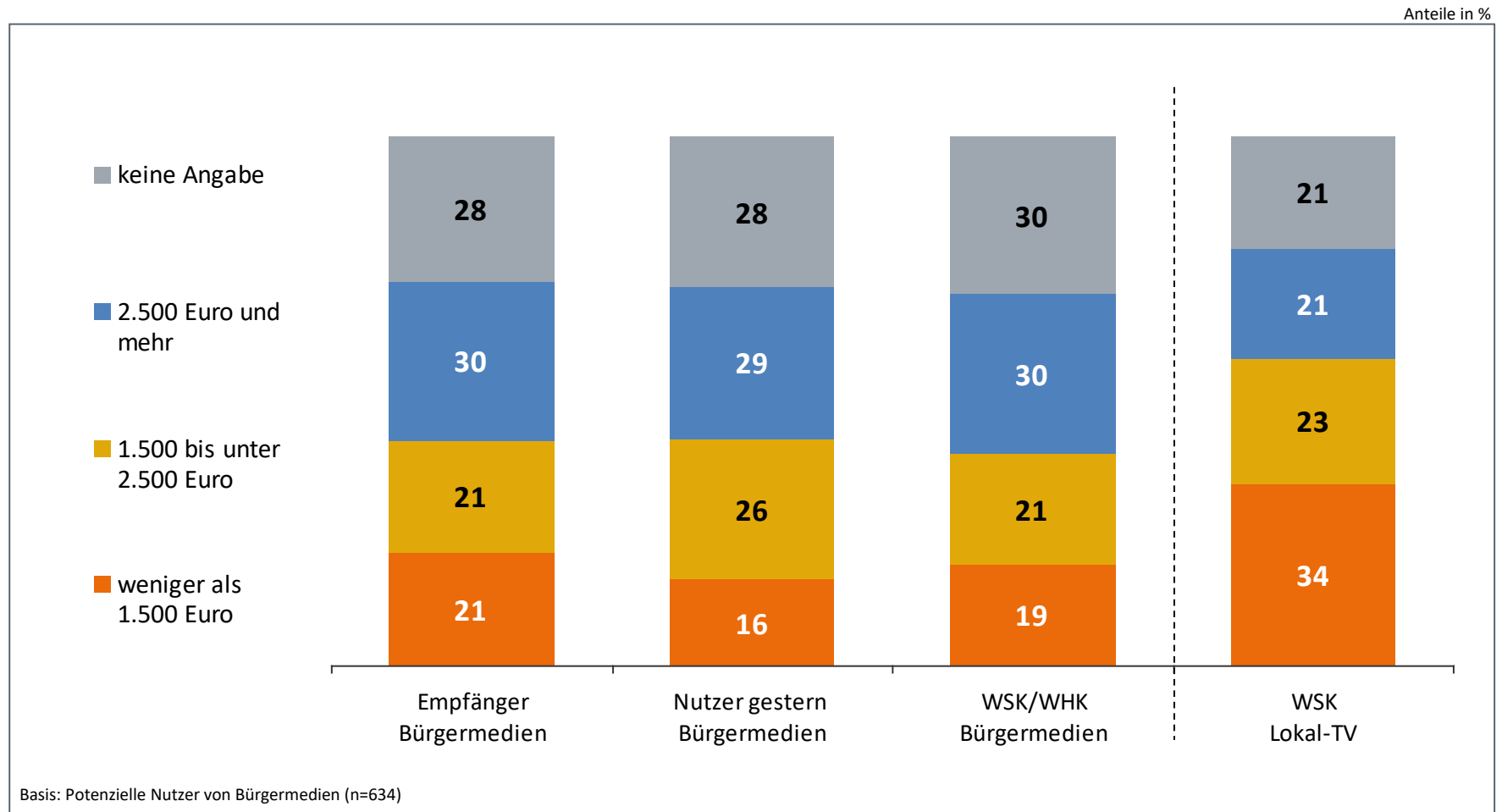
## Ø-Haushaltsgröße

- 4 Personen und mehr
- 3 Personen
- 2 Personen
- 1 Person



Basis: Potenzielle Nutzer von Bürgermedien (n=634)

# Haushaltsnettoeinkommen

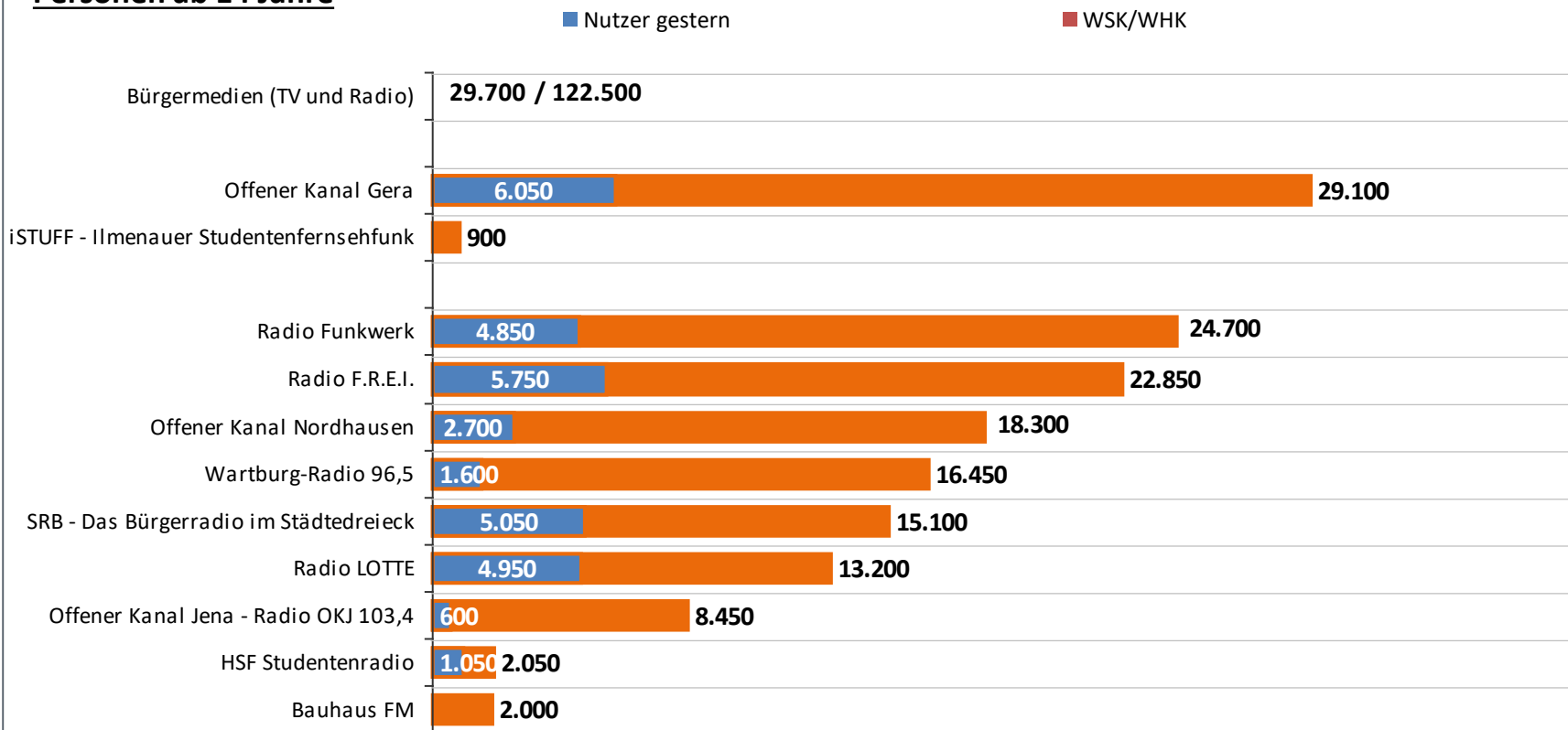


# Ergebnisse einzelner Veranstalter

# Nutzung von Bürgermedien

Hochrechnung

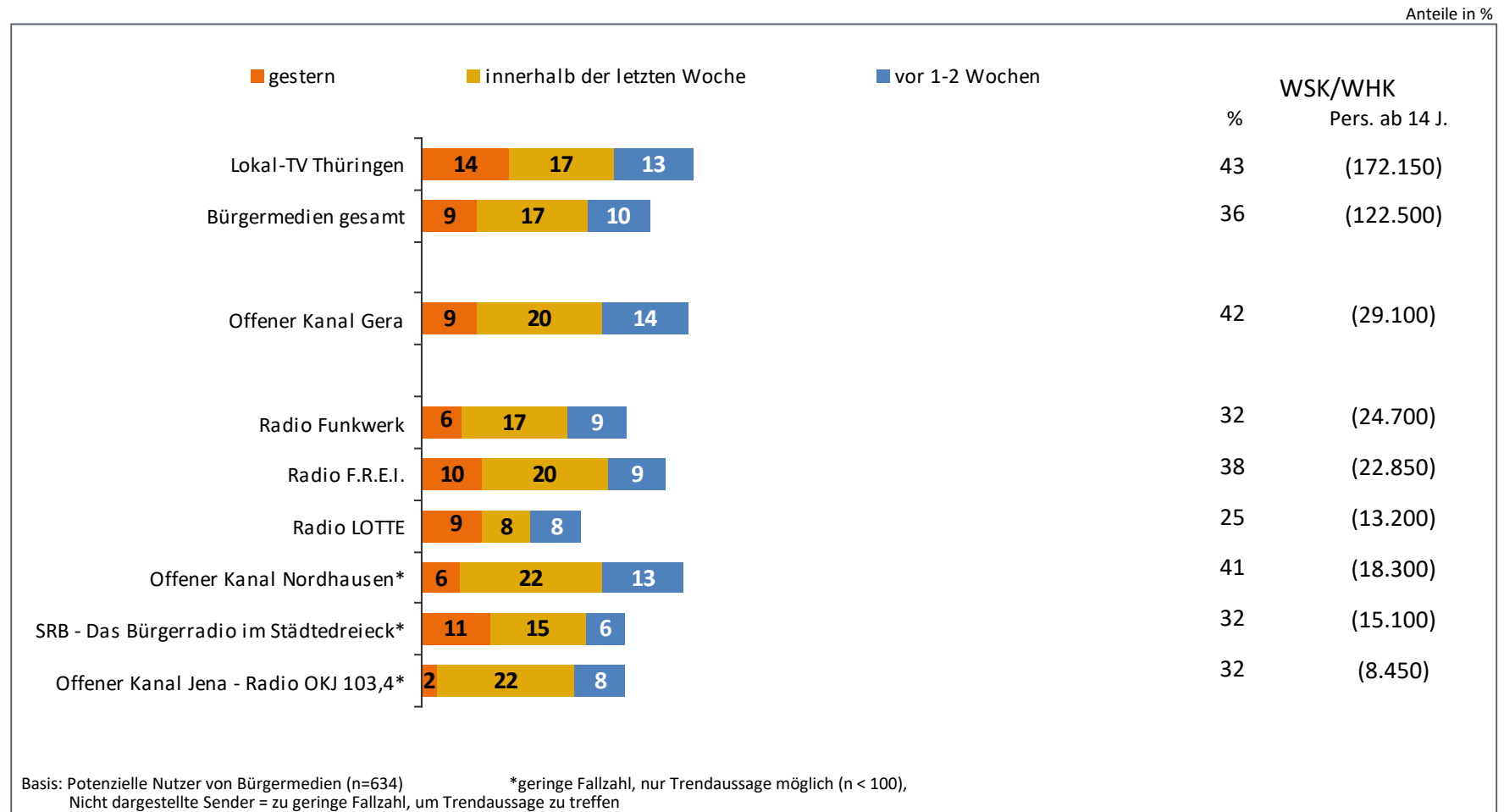
## Personen ab 14 Jahre



Basis: Eigene Berechnungen auf Basis der Screenings in 2.814 Haushalten. Hochrechnungsdaten gerundet

Frage 10: Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen?

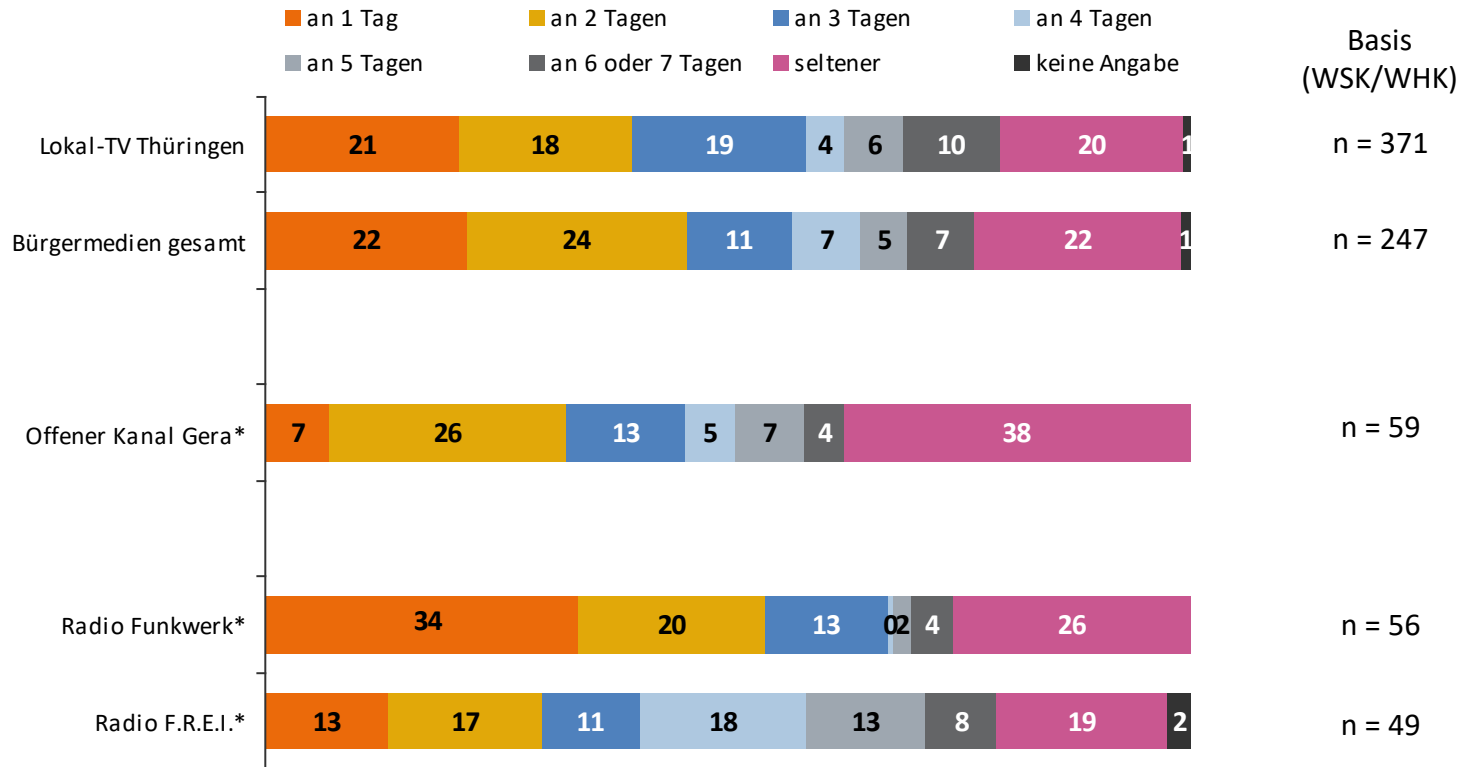
# Nutzer in den letzten 2 Wochen (WSK/WHK) (Bürgermedien)



Frage 10: Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen/gehört?

# Nutzungshäufigkeit (Bürgermedien)

Anteile in %

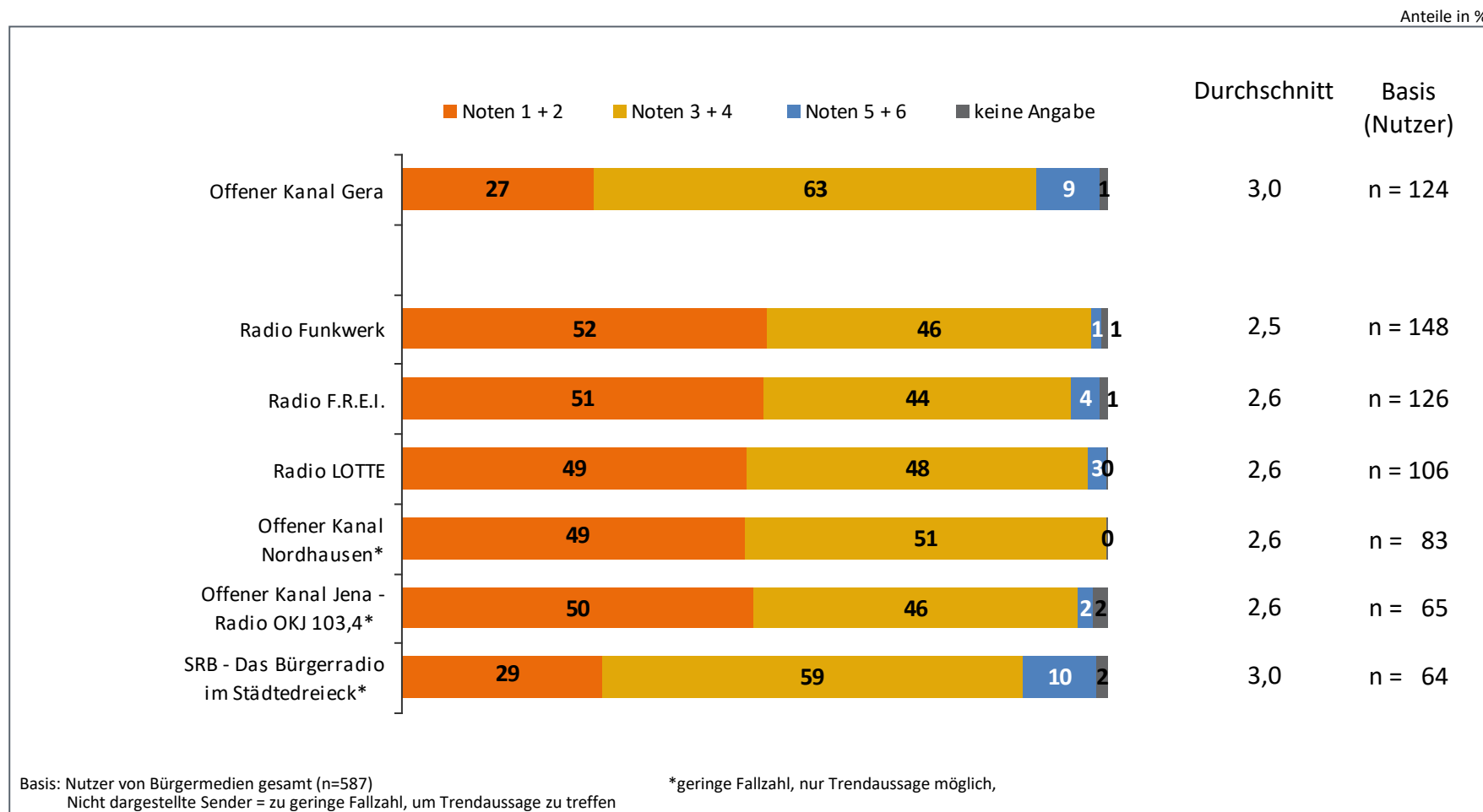


Basis: Nutzer von Bürgermedien in den letzten 2 Wochen (n=247)  
Nicht dargestellte Sender = zu geringe Fallzahl, um Trendaussage zu treffen

\*geringe Fallzahl, nur Trendaussage möglich,

Frage 11: Wenn Sie an eine normale Woche in der letzten Zeit denken: An wie vielen Tagen von Montag bis Sonntag sehen/hören Sie da (Sender) im Allgemeinen?

# Bewertung von Bürgermedien



Frage 15: Wenn Sie (Sender) insgesamt betrachten, mit welcher Note von 1=sehr gut bis 6=sehr schlecht würden Sie diesen Sender – alles in allem gesehen – bewerten?

# Kontakt

INFO GmbH



**Dr. Holger Liljeberg**



**Sindy Krambeer**

**Tel. 030/49001-300**

**Fax 030/49001-499**

**[liljeberg@infogmbh.de](mailto:liljeberg@infogmbh.de)**

**[www.infogmbh.de](http://www.infogmbh.de)**