

Funkanalyse Ostdeutschland 2013

Lokal-TV in Mecklenburg-Vorpommern

Inhalt

- Untersuchungsdesign
- Begriffsklärung
- Auswertungsgruppen
- Summary
- Ergebnisse
- Soziodemographie

Untersuchungsdesign

Auftraggeber:	Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (mmv)
Institut:	INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung, Berlin
Methode:	Telefonische Befragung (CATI = Computer Assisted Telephone Interview)
Zielgruppe:	Potenzielle Nutzer von Lokal-TV/Bürgermedien (= Personen ab 14 Jahren in Haushalten, in denen Lokal-TV/Bürgermedien 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 = 2.657
Feldzeit:	6. September 2013 - 2. Dezember 2013

Begriffsklärung

Potenzielle Nutzer:	Personen, die Lokal-TV in ihrem Haushalt empfangen können
Nutzer gesamt:	Personen, die Lokal-TV schon einmal gesehen haben
Nutzer in den letzten 2 Wochen:	Personen, die Lokal-TV innerhalb der letzten 2 Wochen gesehen haben („Weitester Seherkreis“, „WSK“)
Nutzer gestern:	Zuschauer, die Lokal-TV am Tag vor der Befragung gesehen haben
Hochrechnung:	Übertragung der ermittelten Prozentwerte auf die Bevölkerungszahlen in Mecklenburg-Vorpommern. Grundlage hierfür sind die Angaben des Mecklenburg-Vorpommerschen Landesamtes für Statistik auf Basis einer unterjährigen Sonderzählung (Stand: 31.12.2013).
Screening(interview):	Der eigentlichen Befragung vorgeschaltetes Verfahren zur telefonischen Ermittlung der Haushalte, die zur Zielgruppe gehören

Auswertungsgruppen

	ungewichtete Fallzahl	gewichtete Fallzahl
alle Befragten (inkl. Screening)	n = 2.657	n = 2.044
potenzielle Nutzer	n = 868	n = 711
Nutzer gestern	n = 173	n = 133
Weitester Seherkreis (WSK)	n = 482	n = 361

Summary

Summary

- Insgesamt 0,50 Millionen Personen ab 14 Jahre kennen mindestens einen Lokal-TV-Sender und können gleichzeitig mindestens einen dieser Sender empfangen („potenzielle Nutzer“).
- 90% der potenziellen Nutzer haben irgendwann schon einmal einen lokalen TV-Sender eingeschaltet. Etwas mehr als die Hälfte der Empfänger ist dem Weitesten Seherkreis (2 Wochen) zuzurechnen und etwa jeder fünfte Empfänger ist ein „Seher gestern“.
- Der Weisteste Seherkreis entspricht ca. 0,25 Mio. Personen ab 14 Jahren, der „Seherkreis gestern“ 0,09 Mio. Personen.
- Insgesamt 13 Prozent des Weitesten Seherkreises (WSK) sehen die Lokal-TV-Sender an fünf oder mehr Tagen, etwas weniger als jeder zweite schaltet solch einen Sender an einem oder zwei Tagen pro Woche ein.

Summary

- Mehr als neun von zehn Nutzer (WSK) sehen die Lokal-TV-Sender an den Werktagen, am Wochenende etwa ein Drittel des WSK. Die Hauptnutzungszeit der Sender ist zwischen 18 und 20 Uhr.
- An einem durchschnittlichen Werktag wird ein Lokal-TV-Sender durchschnittlich 32 Minuten eingeschaltet. Am Wochenende werden die Sender etwas länger genutzt (35 Minuten am Samstag bzw. 36 Minuten am Sonntag).
- Die Lokal-TV-Sender erhalten von ihren Zuschauern insgesamt eine mittlere Bewertung (2,8 auf einer Skala von 1 „sehr gut“ bis 6 „sehr schlecht“) und werden damit weder besonders positiv noch besonders negativ bewertet. Jedoch nehmen die Zuschauer insgesamt ein größeres Verbesserungspotenzial wahr.

Ergebnisse

Zugang zu Lokal-TV – Hochrechnung der Empfangssituation

	bezogen auf Einwohner			bezogen auf Haushalte	
	Anteile	Einwohner gesamt	Personen ab 14 Jahre	Anteile	Haushalte gesamt
Mecklenburg-Vorpommern gesamt	100%	1.618.500	1.435.500	100%	852.000
TV-Empfang über Kabel, Satellit oder Internet	98%	1.585.000	1.405.500	98%	833.500
Lokal-TV Mecklenburg- Vorpommern bekannt	54%	870.000	771.500	52%	447.000
Lokal-TV Mecklenburg- Vorpommern im Haushalt empfangbar (Zugang)	35%	562.500	499.000 = potenzielle Nutzer	35%	300.500

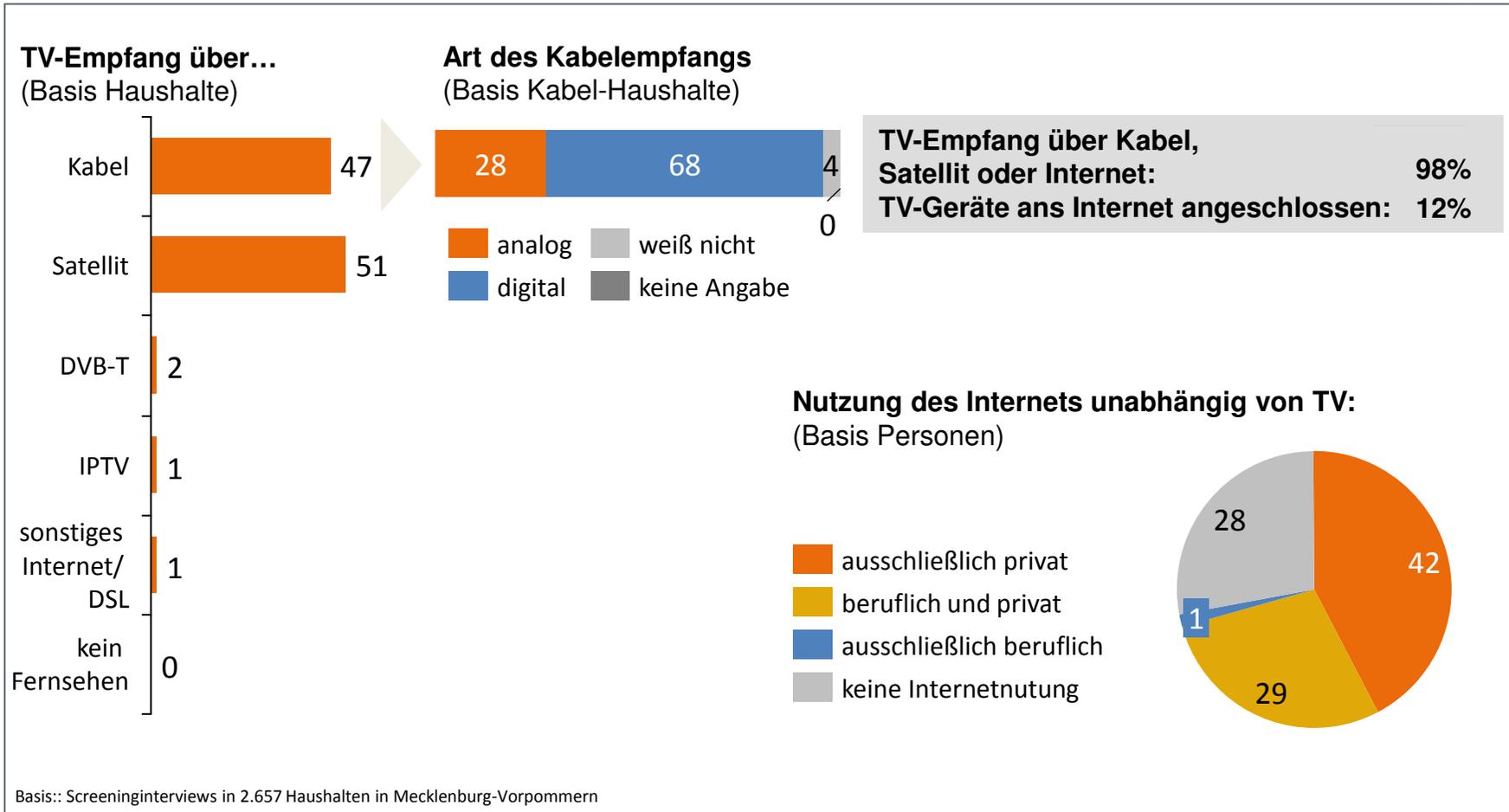
Hochrechnungsdaten gerundet

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Screenings in 2.657 Haushalten in Mecklenburg-Vorpommern. Basis für die Bestimmung der Bevölkerungszahlen sind die kleinräumigen Angaben des Statistischen Bundesamtes und des Statistischen Landesamtes Mecklenburg-Vorpommern auf Basis einer unterjährigen Sonderzählung (Stand: 31.12.2013).

- Frage 6: Empfangen Sie Fernsehen in Ihrem Haushalt über Kabel, Satellit, Haus-/Zimmerantenne oder Internet/DSL?
 8. Kennen Sie den lokalen Fernsehsender (Sender), wenn auch nur dem Namen nach?
 9. Können Sie (Sender) in Ihrem Haushalt empfangen?

TV-Empfang und Internetnutzung

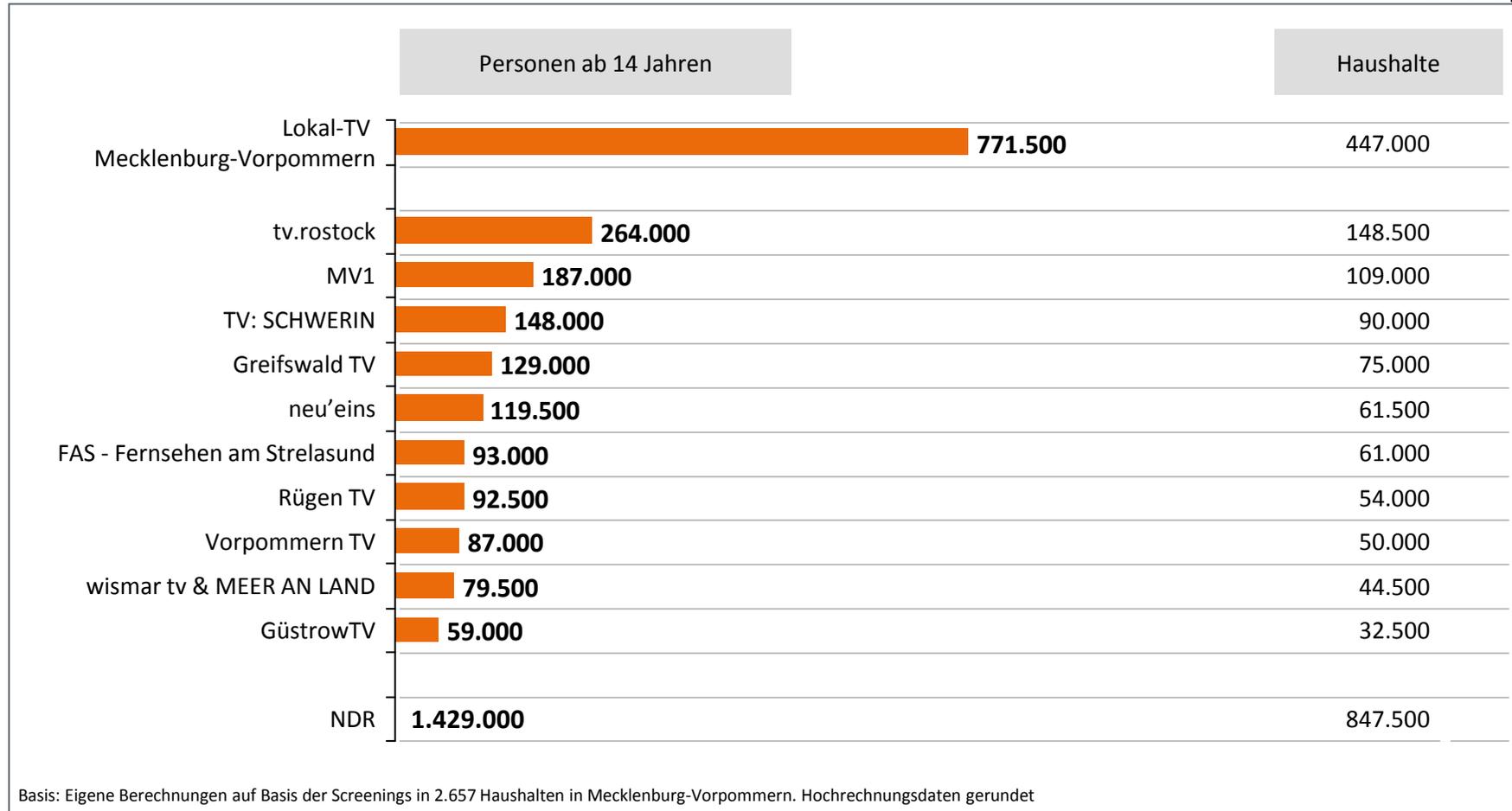
Anteile in %



- 6. Empfangen Sie Fernsehen in Ihrem Haushalt über Kabel, Satellit, Haus-/Zimmerantenne oder Internet/DSL?
- 7b. Wie viele dieser TV-Geräte sind ans Internet angeschlossen?
- S1x. Nutzen Sie privat oder beruflich das Internet?

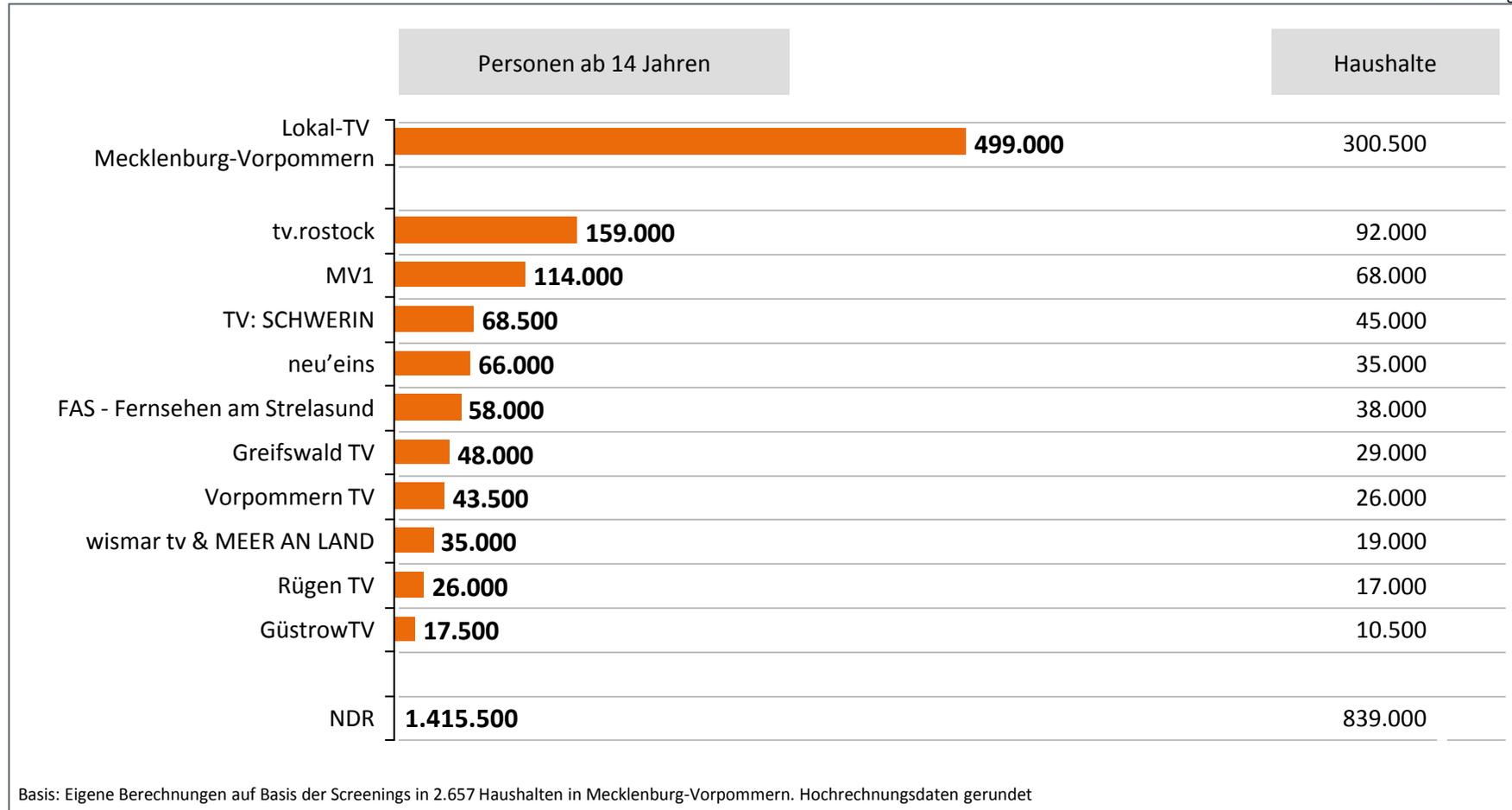
Die Grundgesamtheit – Bekanntheit von Lokal-TV

Hochrechnung



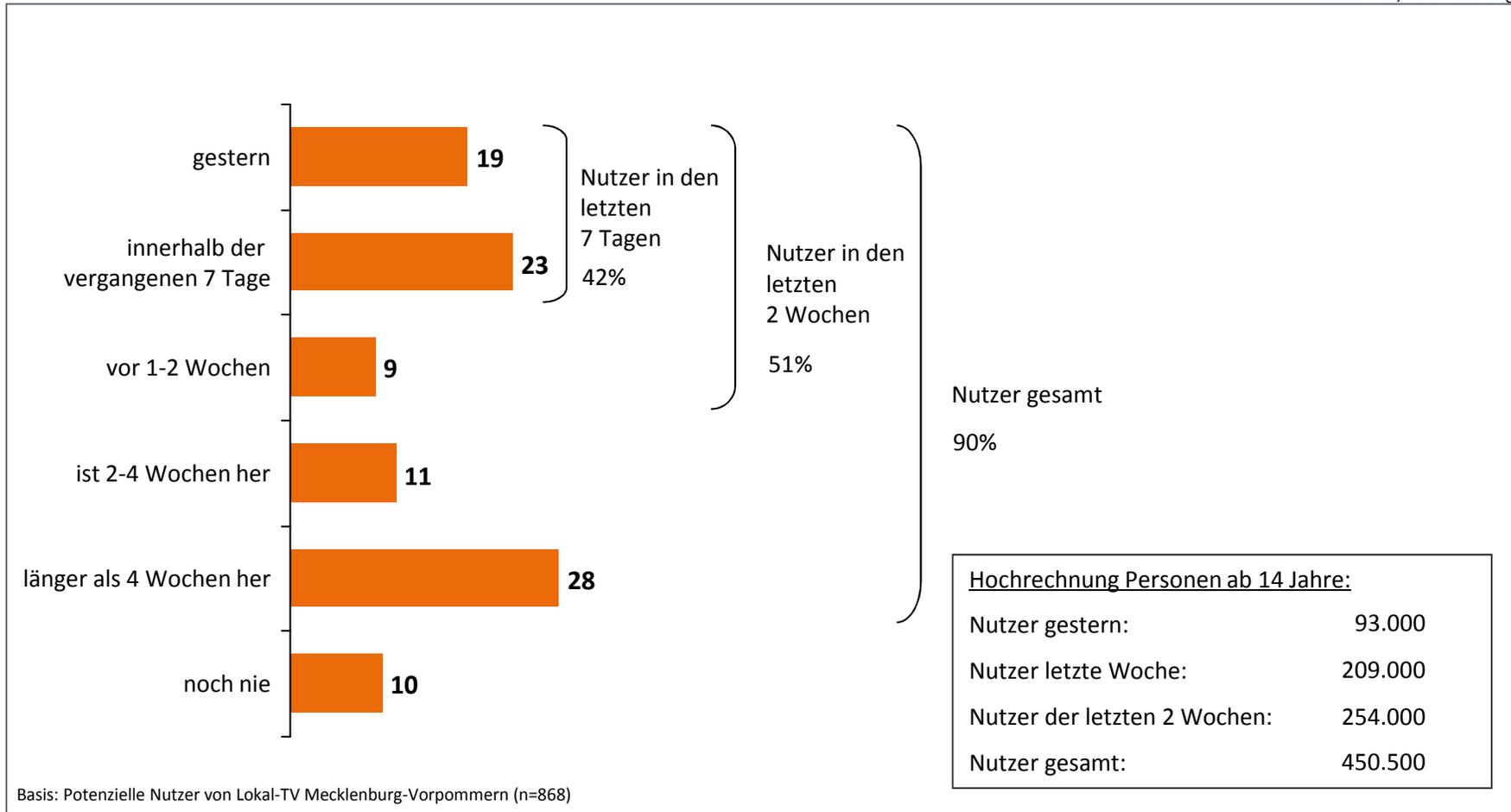
Die Grundgesamtheit – Zugang zu Lokal-TV (= Sender im Haushalt empfangbar)

Hochrechnung



Nutzerkreise

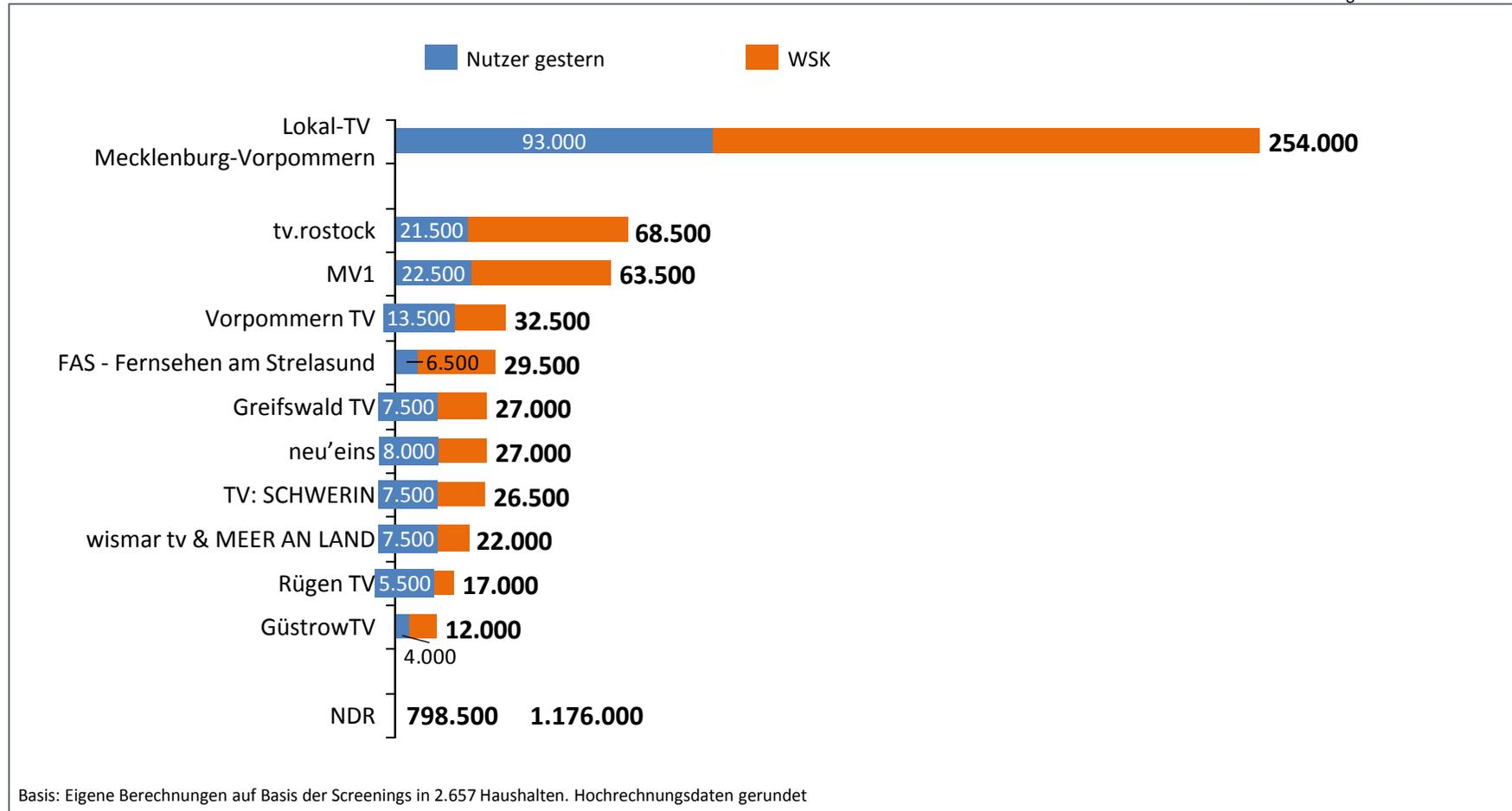
Anteile in %, Hochrechnung



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

Nutzung von Lokal-TV

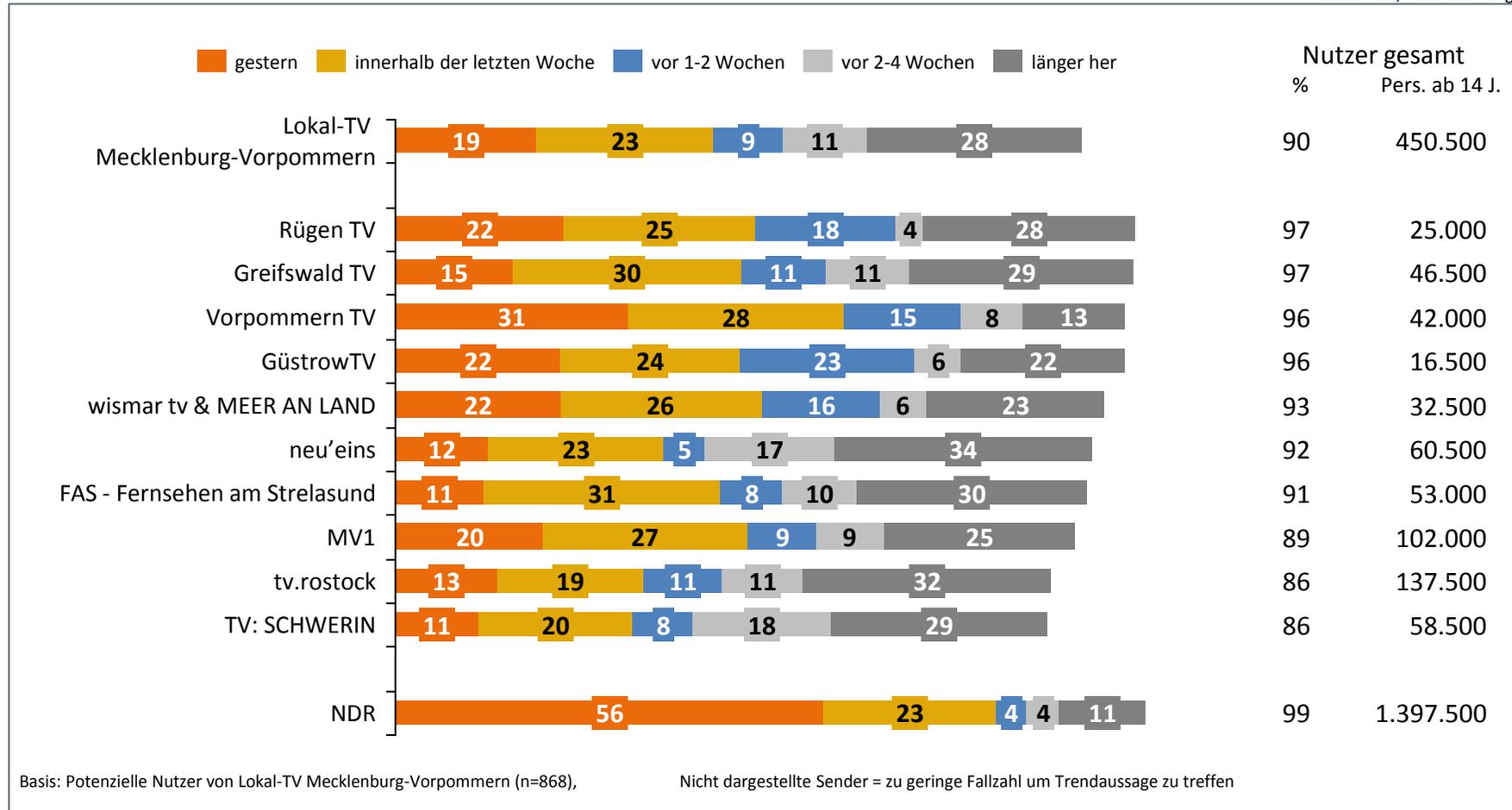
Hochrechnung Personen ab 14 Jahre



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

Nutzer gesamt

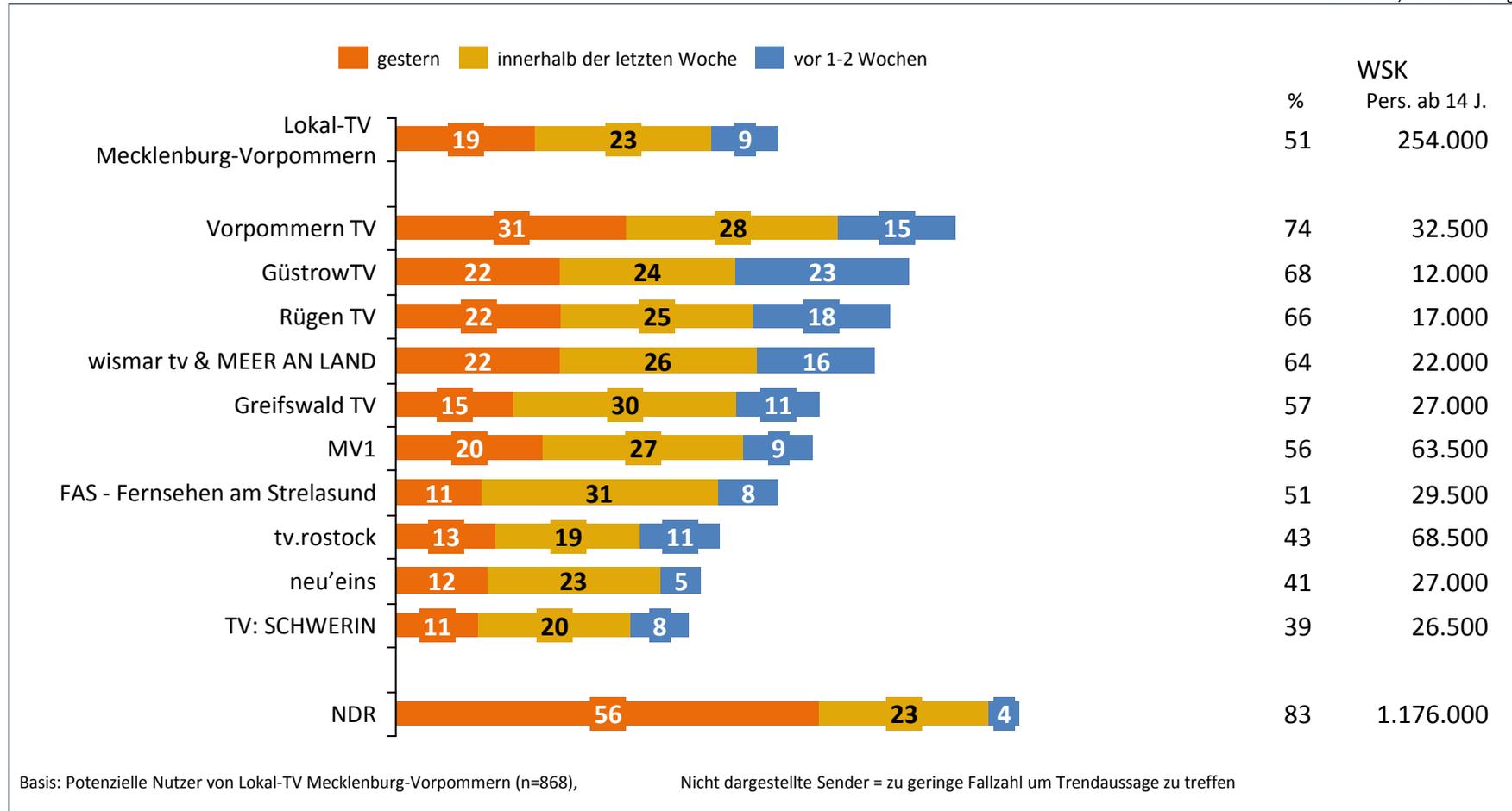
Anteile in %, Hochrechnung



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

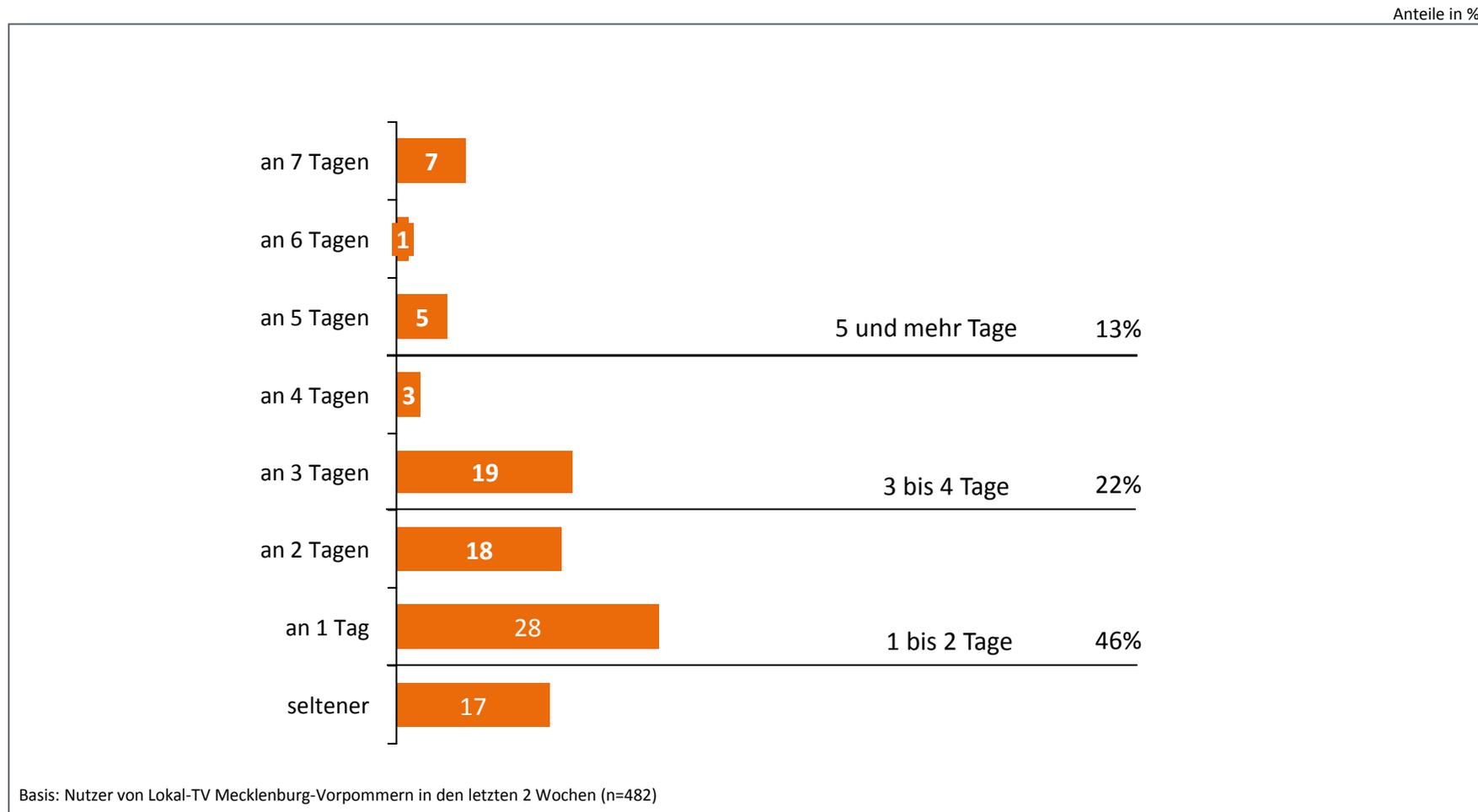
Nutzer in den letzten 2 Wochen (WSK)

Anteile in %, Hochrechnung



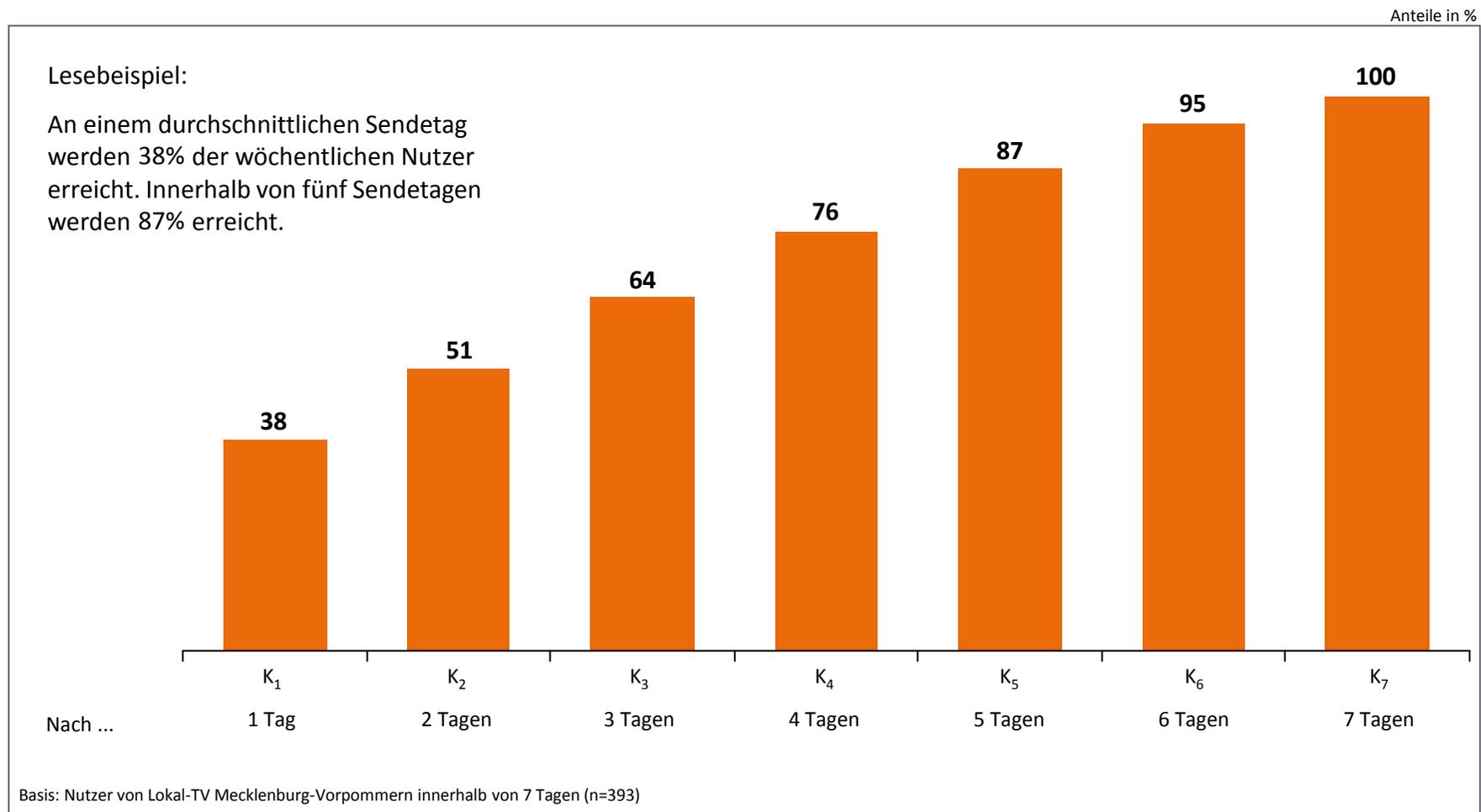
Frage 10: Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen?

Nutzungshäufigkeit



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

Kumulierte Reichweiten bei wöchentlichen Nutzern



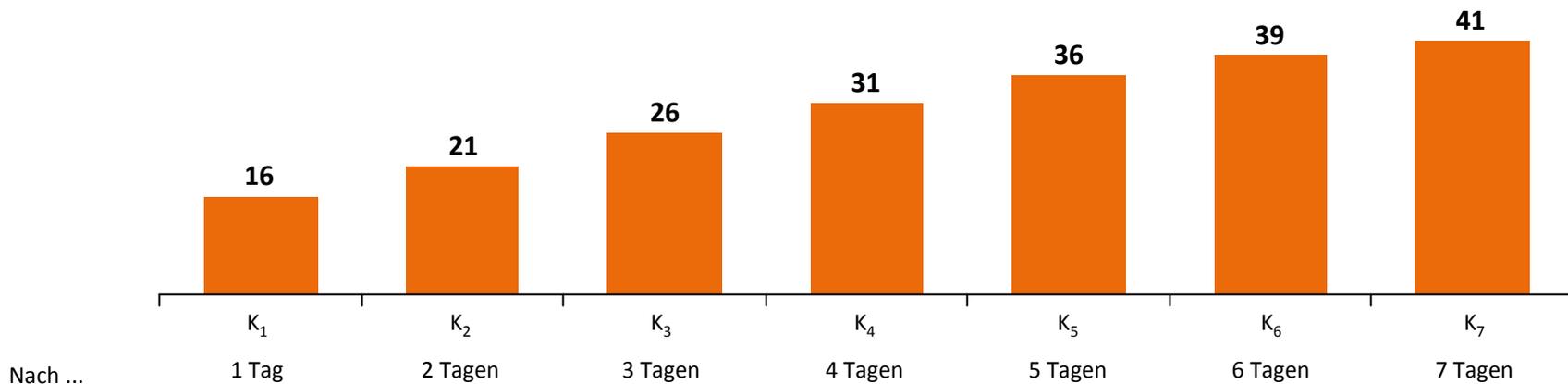
Frage 11: Wenn Sie an eine normale Woche in der letzten Zeit denken: An wie vielen Tagen von Montag bis Sonntag sehen Sie da (Sender) im Allgemeinen?

Kumulierte Reichweiten bei potenziellen Nutzern

Anteile in %

Lesebeispiel:

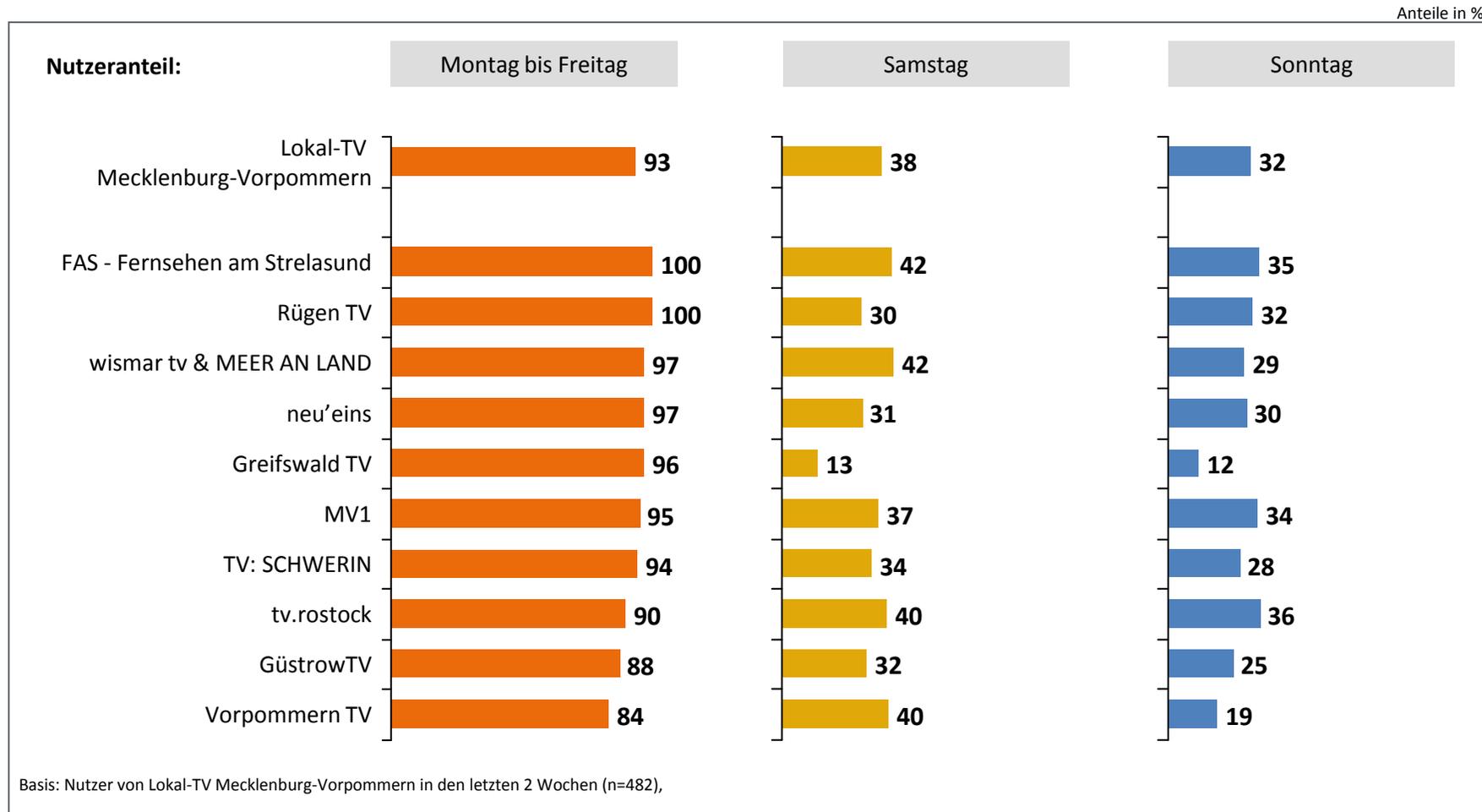
An einem durchschnittlichen Sendetag werden 16% der potenziellen Nutzer erreicht. Innerhalb von fünf Sendetagen werden 36% erreicht.



Basis: Potenzielle Nutzer von Lokal-TV Mecklenburg-Vorpommern (n=868)

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

Nutzung von Lokal-TV (Mo-Fr und am Wochenende)

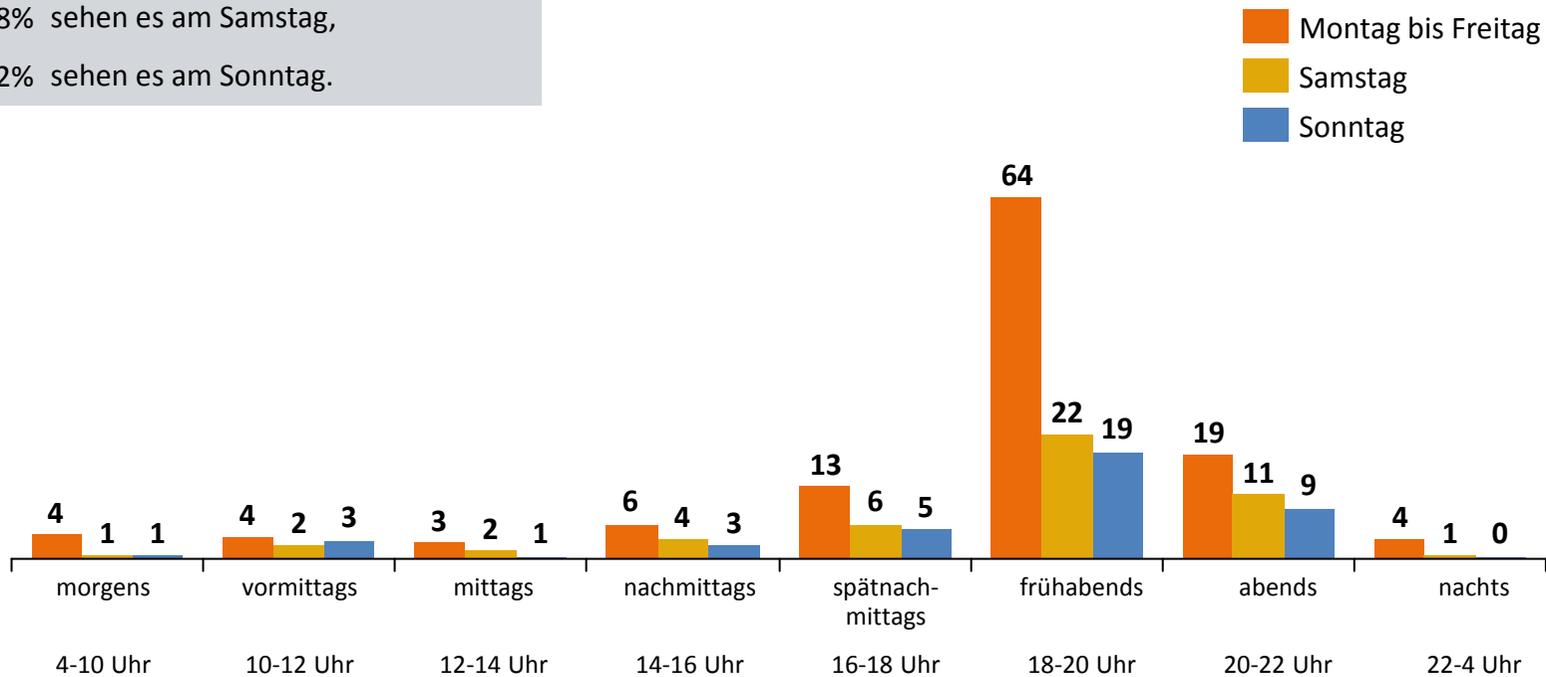


Frage 12: Bitte denken Sie jetzt einmal an eine normale Woche in der Sie (Sender) sehen: An welchen Wochentagen sehen Sie ... da im Allgemeinen?

Einschaltzeiten (Mo-Fr und am Wochenende)

Anteile in %

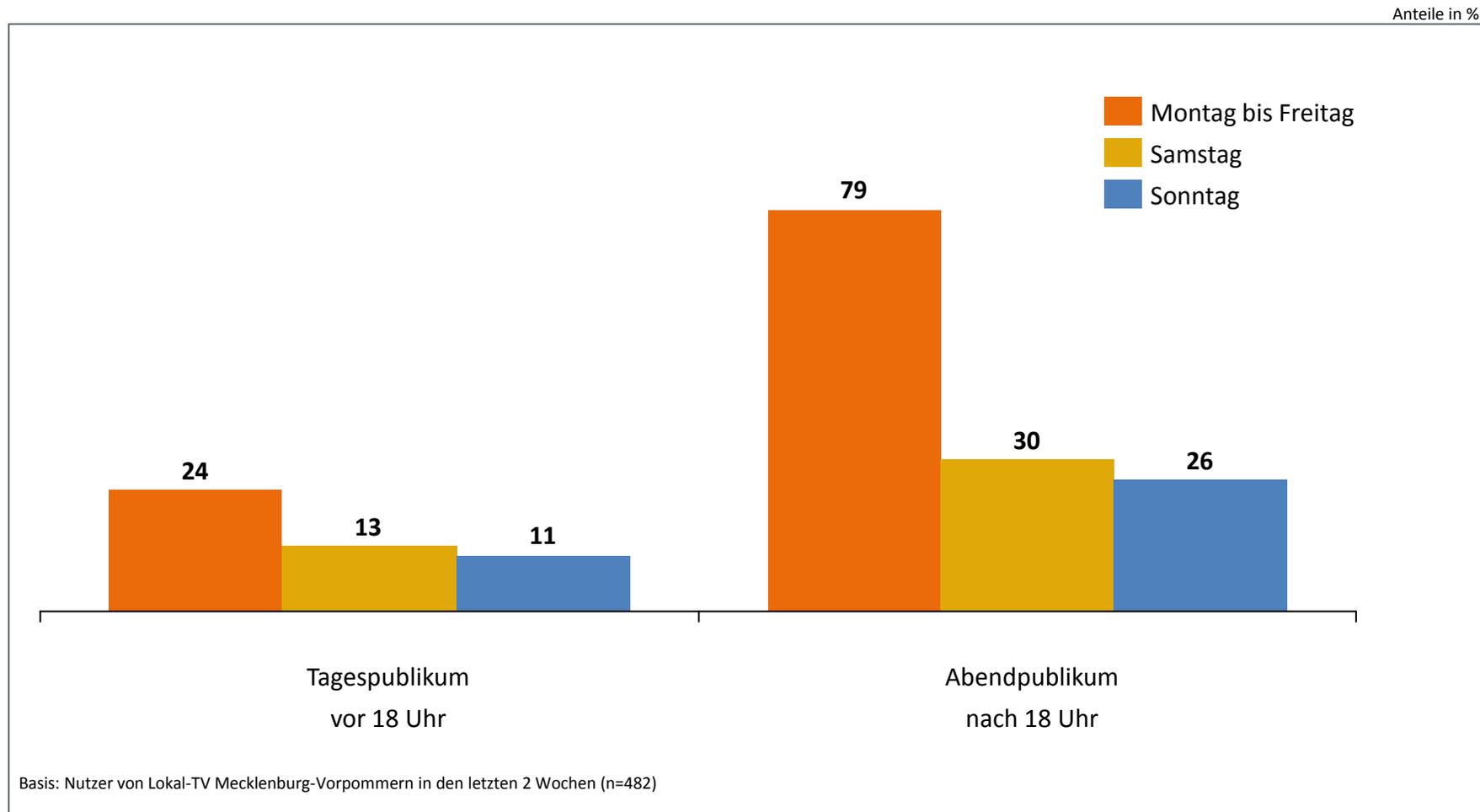
93% der Nutzer der letzten 2 Wochen
sehen Lokal-TV unter der Woche,
38% sehen es am Samstag,
32% sehen es am Sonntag.



Basis: Nutzer von Lokal-TV Mecklenburg-Vorpommern in den letzten 2 Wochen (n=482)

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

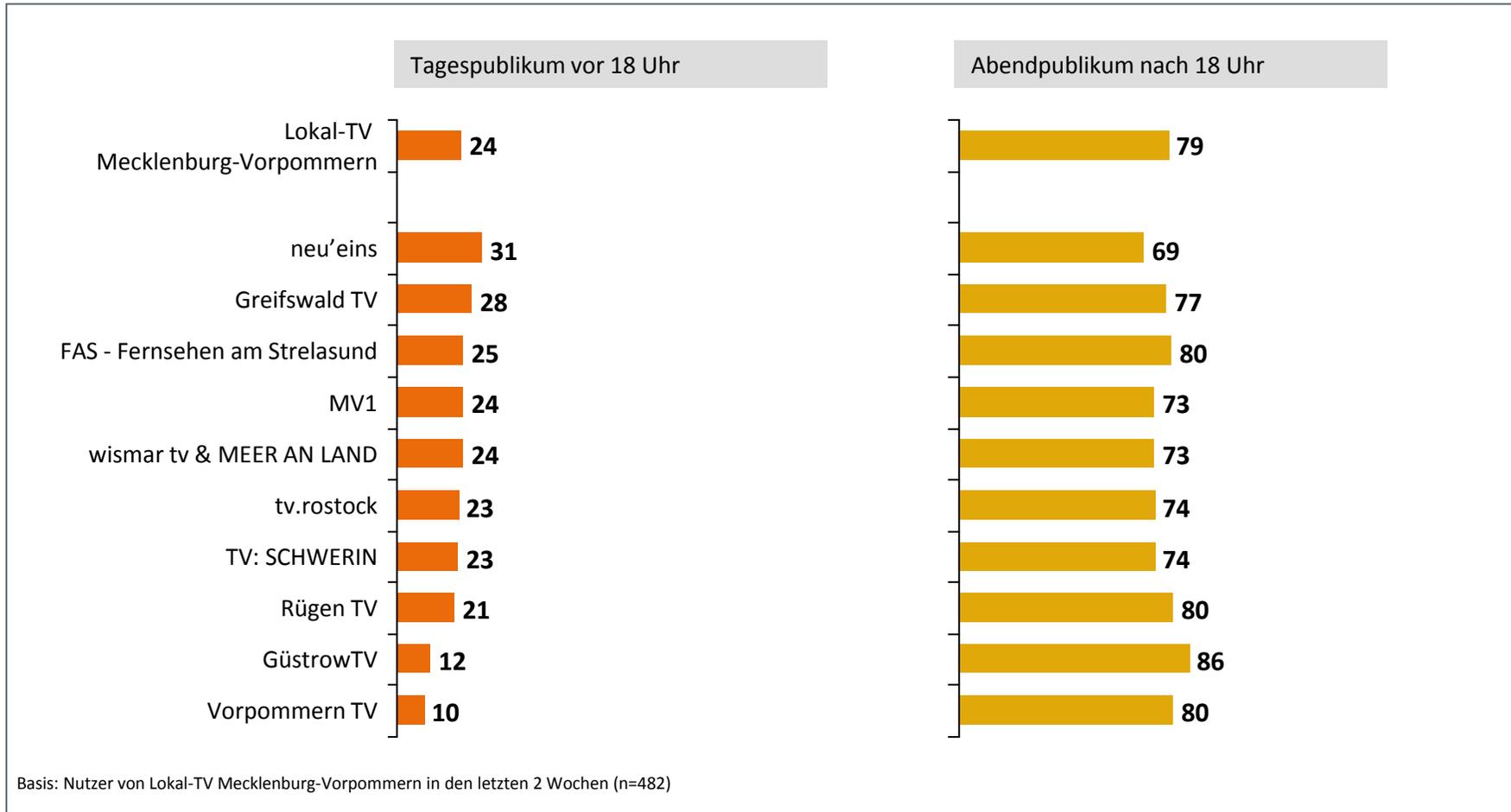
Einschaltzeiten (Mo-Fr und am Wochenende)



Frage 12a/13a/13c: Zu welchen Zeiten sehen 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)

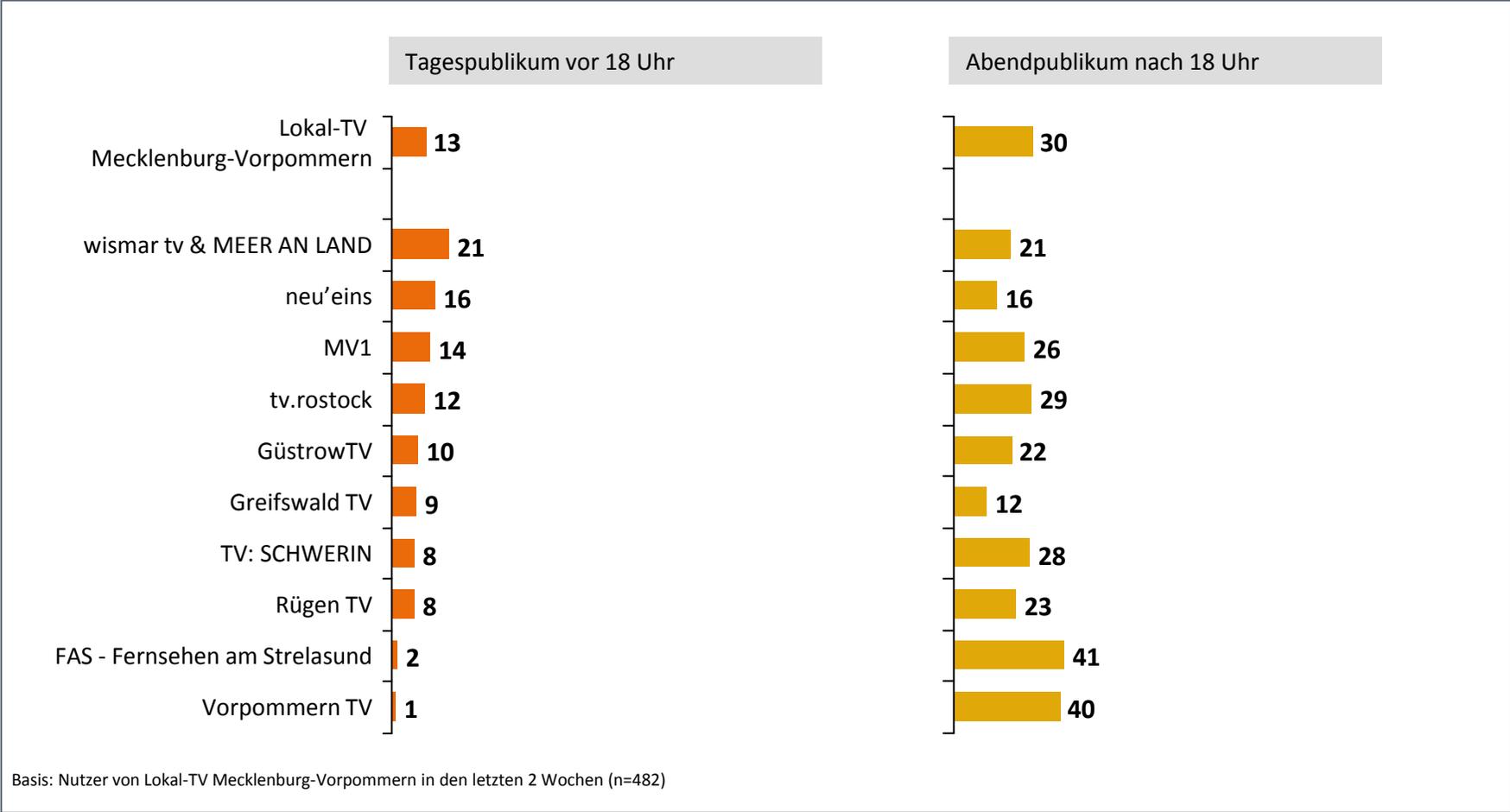
Anteile in %



Frage 12a: Zu welchen Zeiten sehen Sie (Sender) an einem normalen Wochentag zwischen Montag und Freitag im Allgemeinen? (Mehrfachnennungen möglich)

Einschaltzeiten (am Samstag)

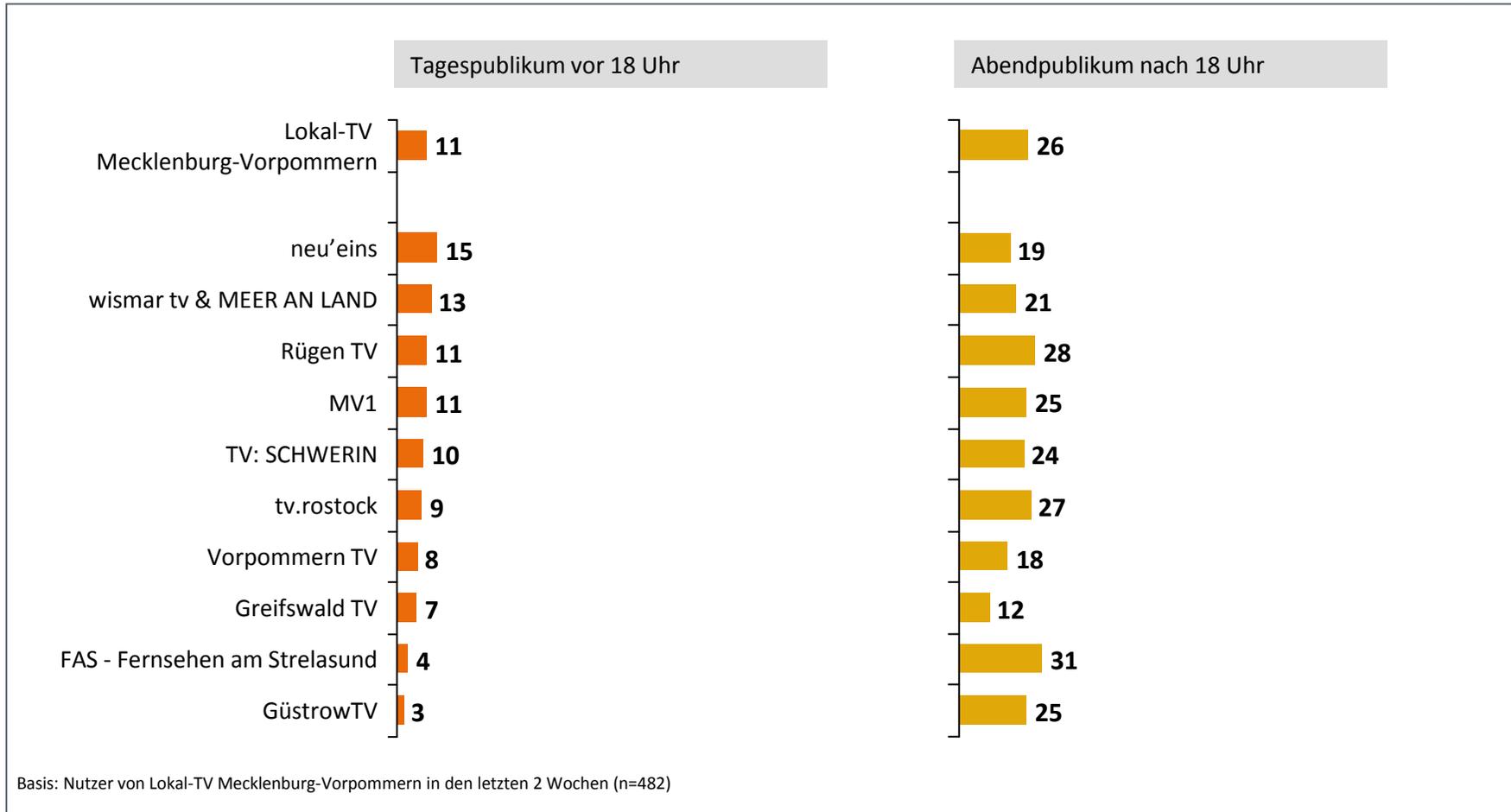
Anteile in %



Frage 13a: Zu welchen Zeiten sehen Sie (Sender) an einem normalen Samstag im Allgemeinen? (Mehrfachnennungen möglich)

Einschaltzeiten (am Sonntag)

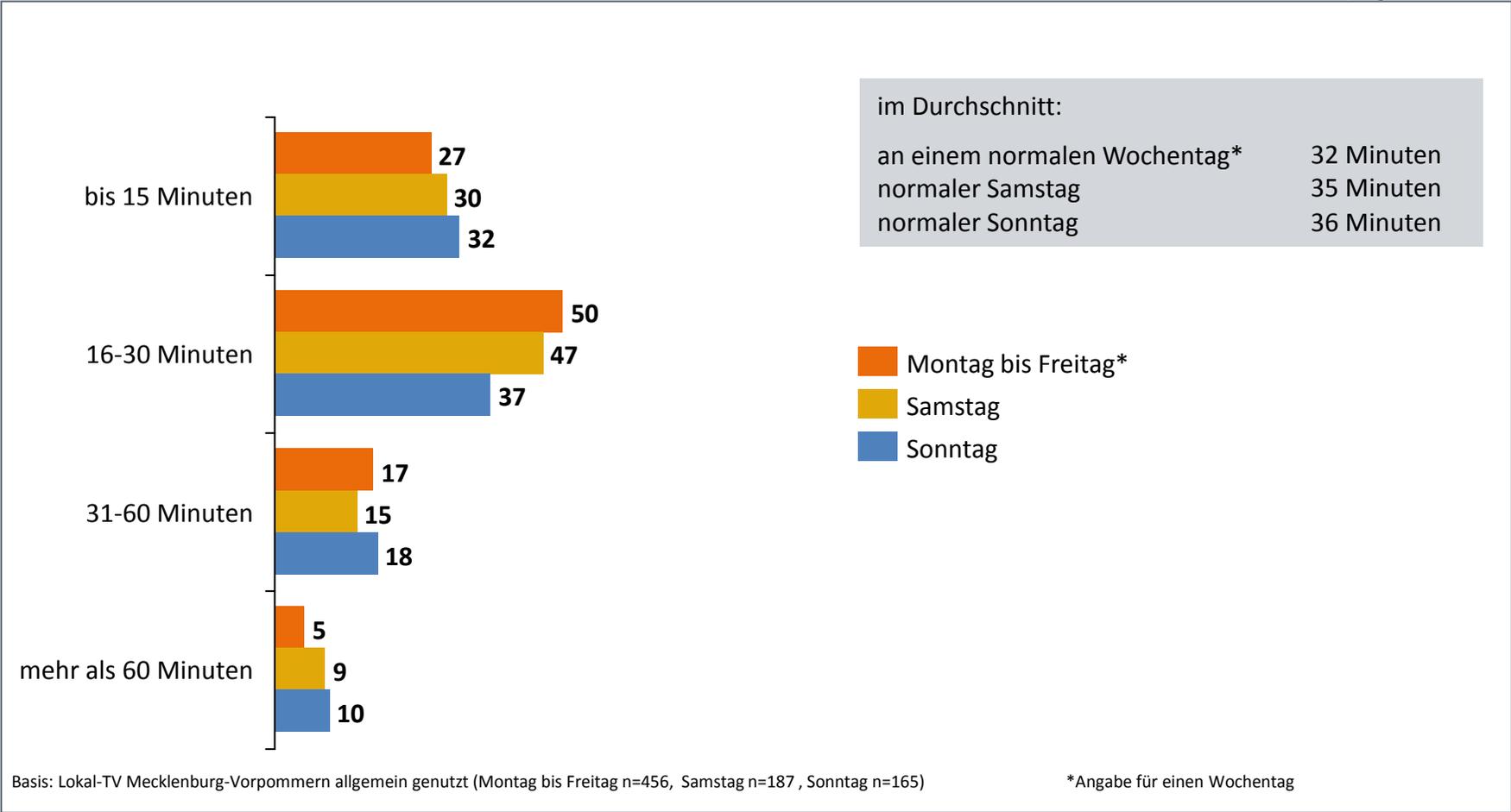
Anteile in %



Frage 13c: Zu welchen Zeiten sehen Sie (Sender) an einem normalen Sonntag im Allgemeinen? (Mehrfachnennungen möglich)

Sehdauer eines Senders (Mo-Fr und am Wochenende)

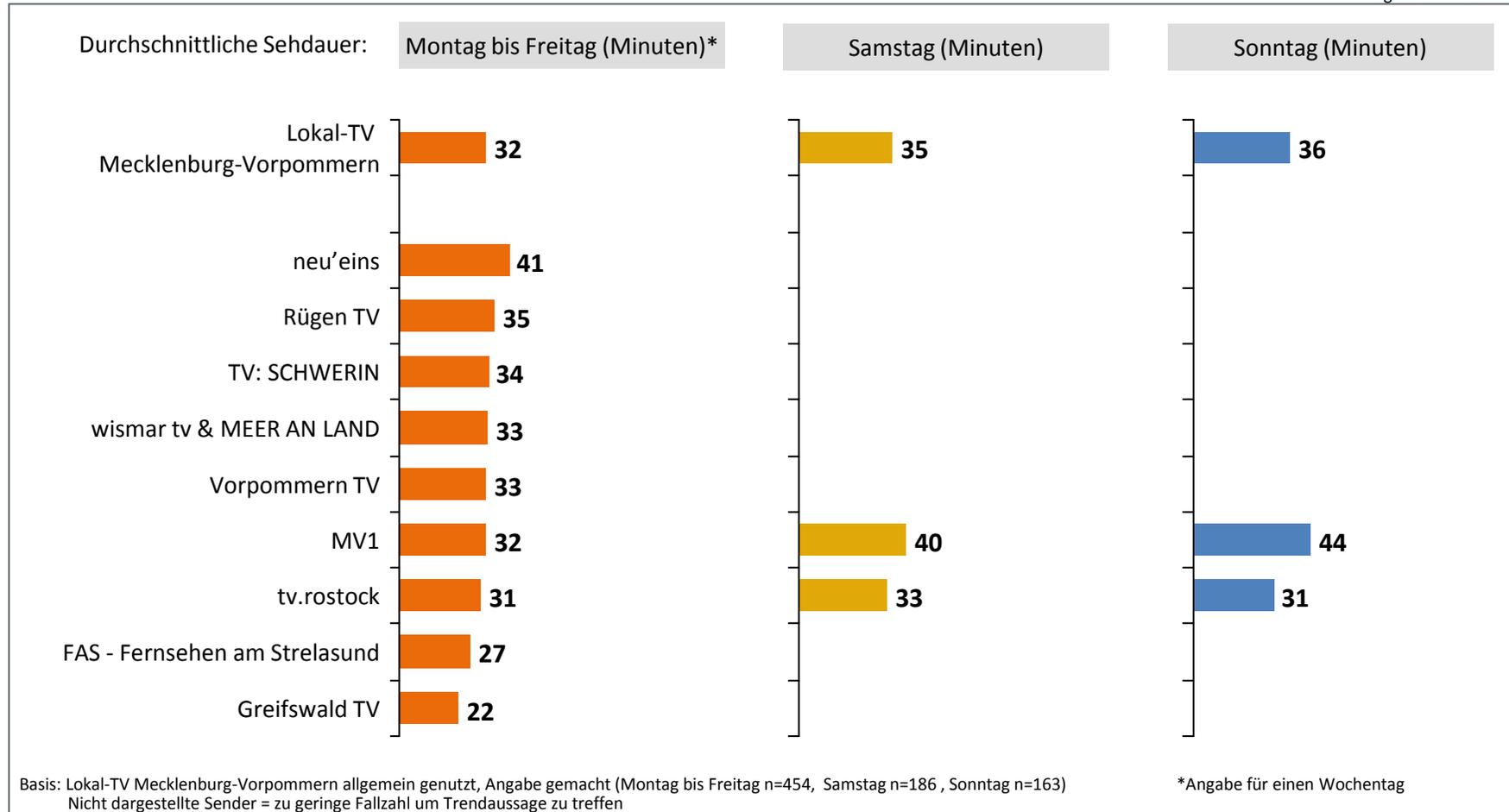
Anteile in %, Angaben in Minuten



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

Sehdauer eines Senders (Mo-Fr und am Wochenende)

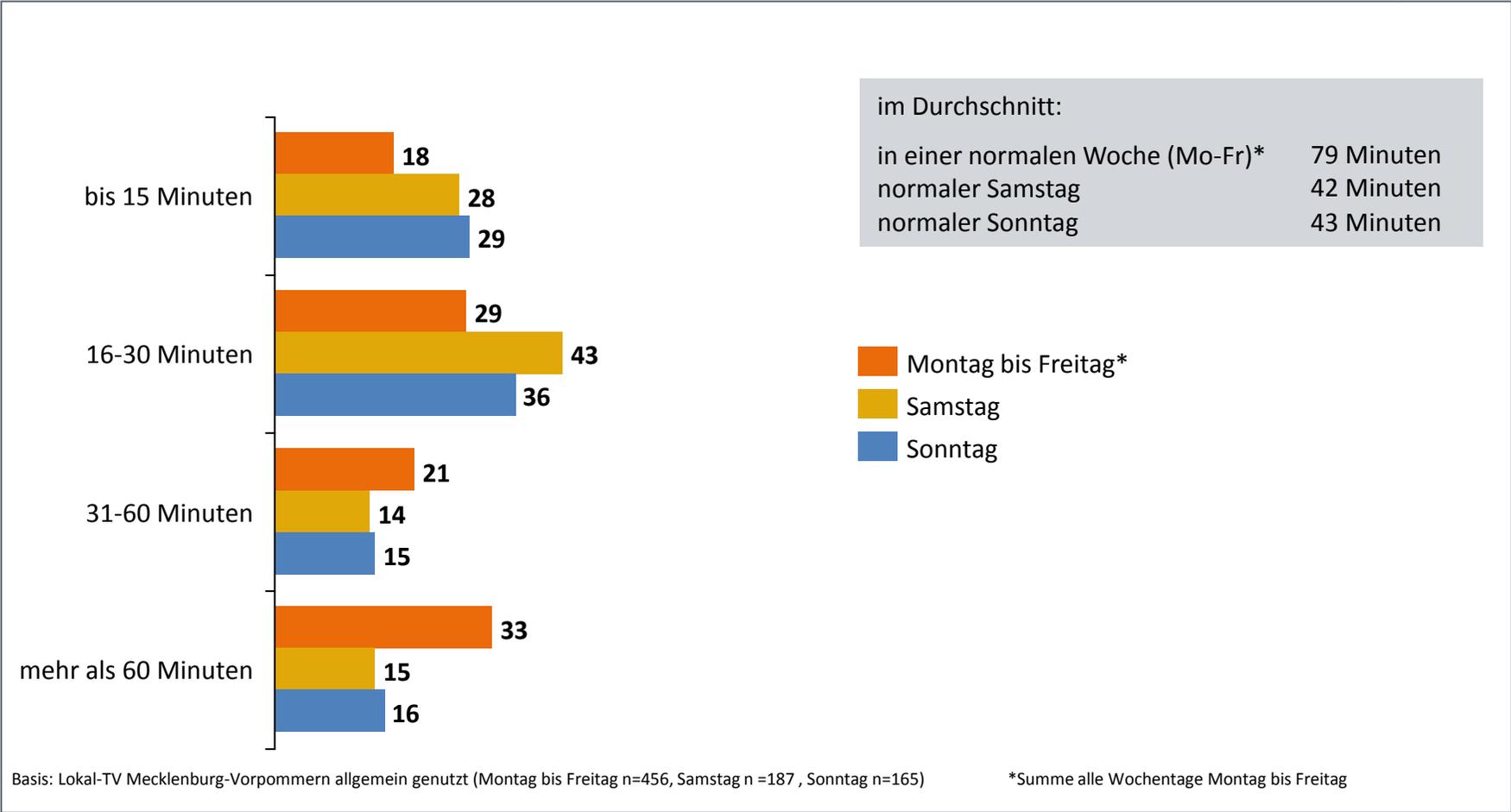
Angaben in Minuten



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

Gesamt-Sehdauer (Mo-Fr und am Wochenende)

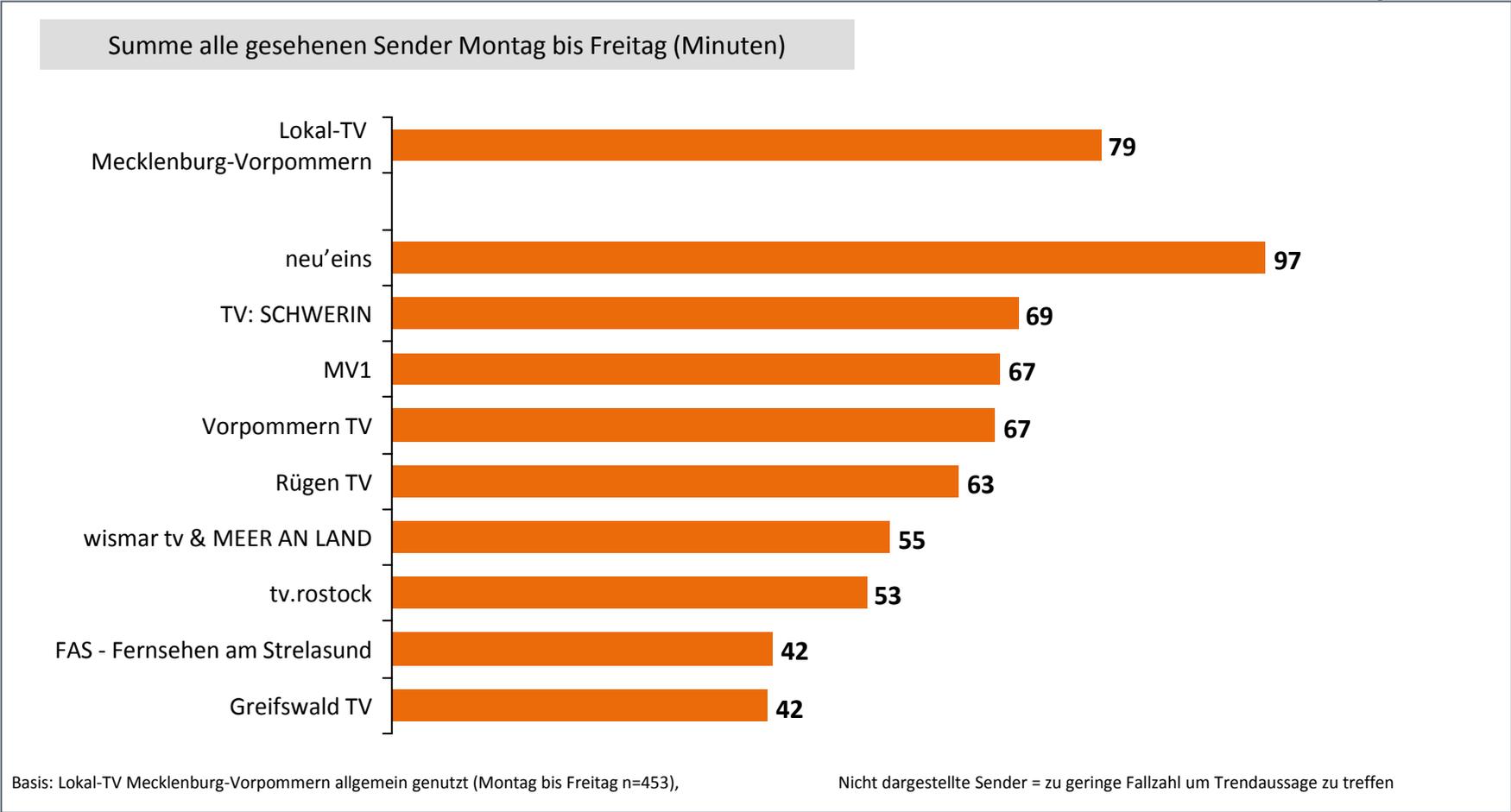
Anteile in %, Durchschnitt



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

Gesamt-Sehdauer (Mo-Fr)

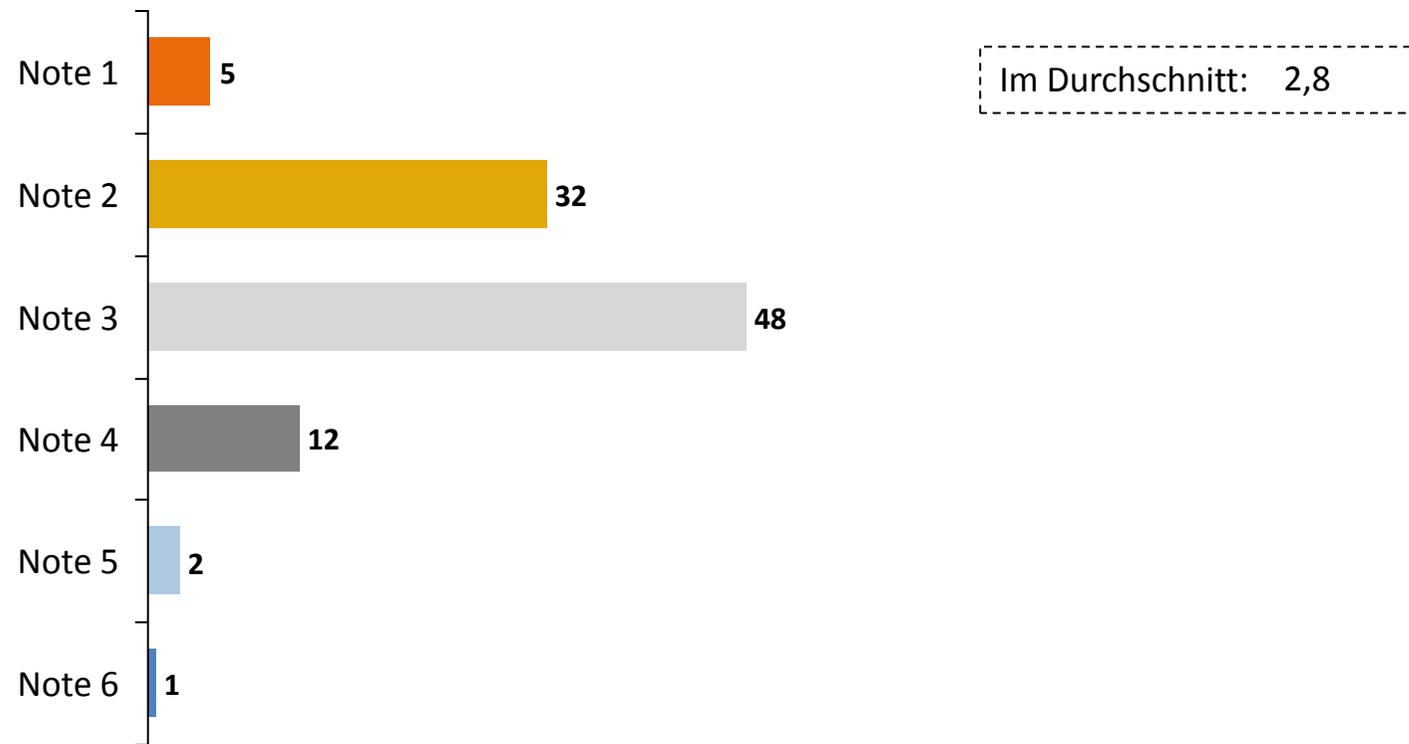
Angaben in Minuten



Frage 12b: Wenn Sie (Sender) [an einem normalen Wochentag, also Montag bis Freitag einschalten: Wie lange sehen Sie (Sender) dann in der Regel?

Bewertung von Lokal-TV

Anteile in %, Durchschnitt

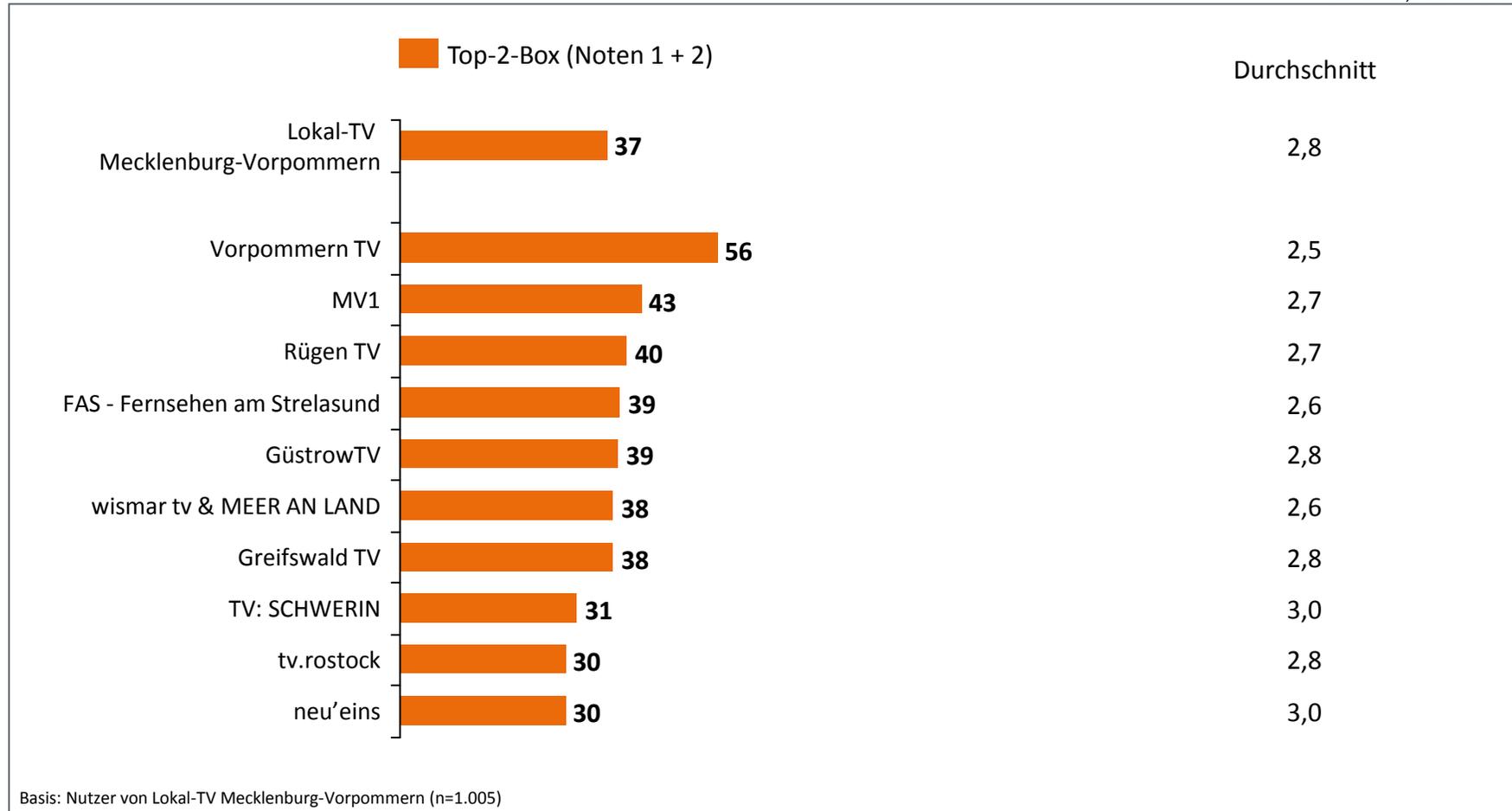


Basis: Nutzer von Lokal-TV Mecklenburg-Vorpommern (n=1.005)

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?

Bewertung von Lokal-TV

Anteile in %, Durchschnitt

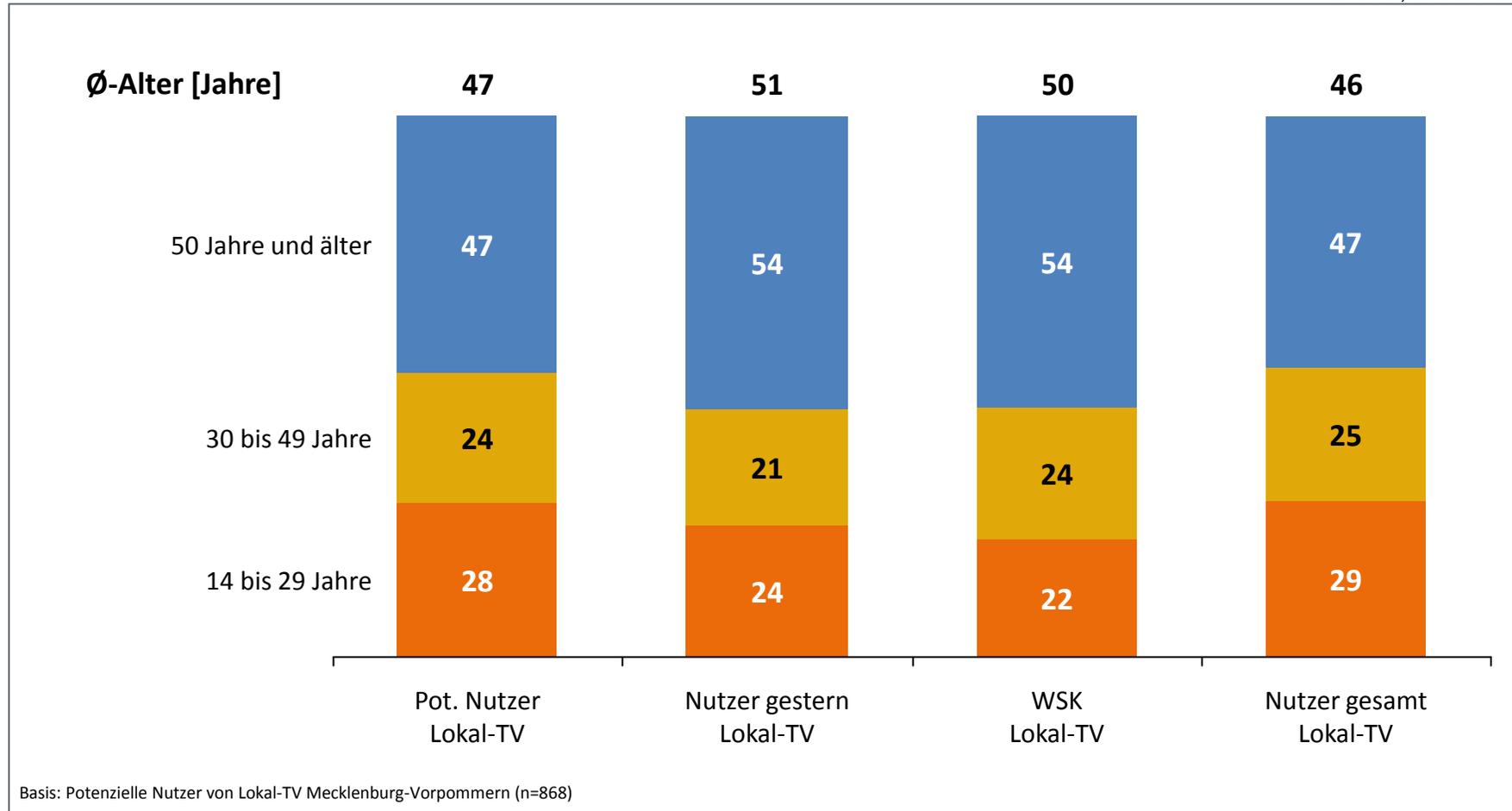


Frage 15: Wenn Sie (Sender) insgesamt betrachten, mit welcher Note von 1=sehr gut bis 6=sehr schlecht würden Sie diesen Sender – alles in allem gesehen – bewerten?

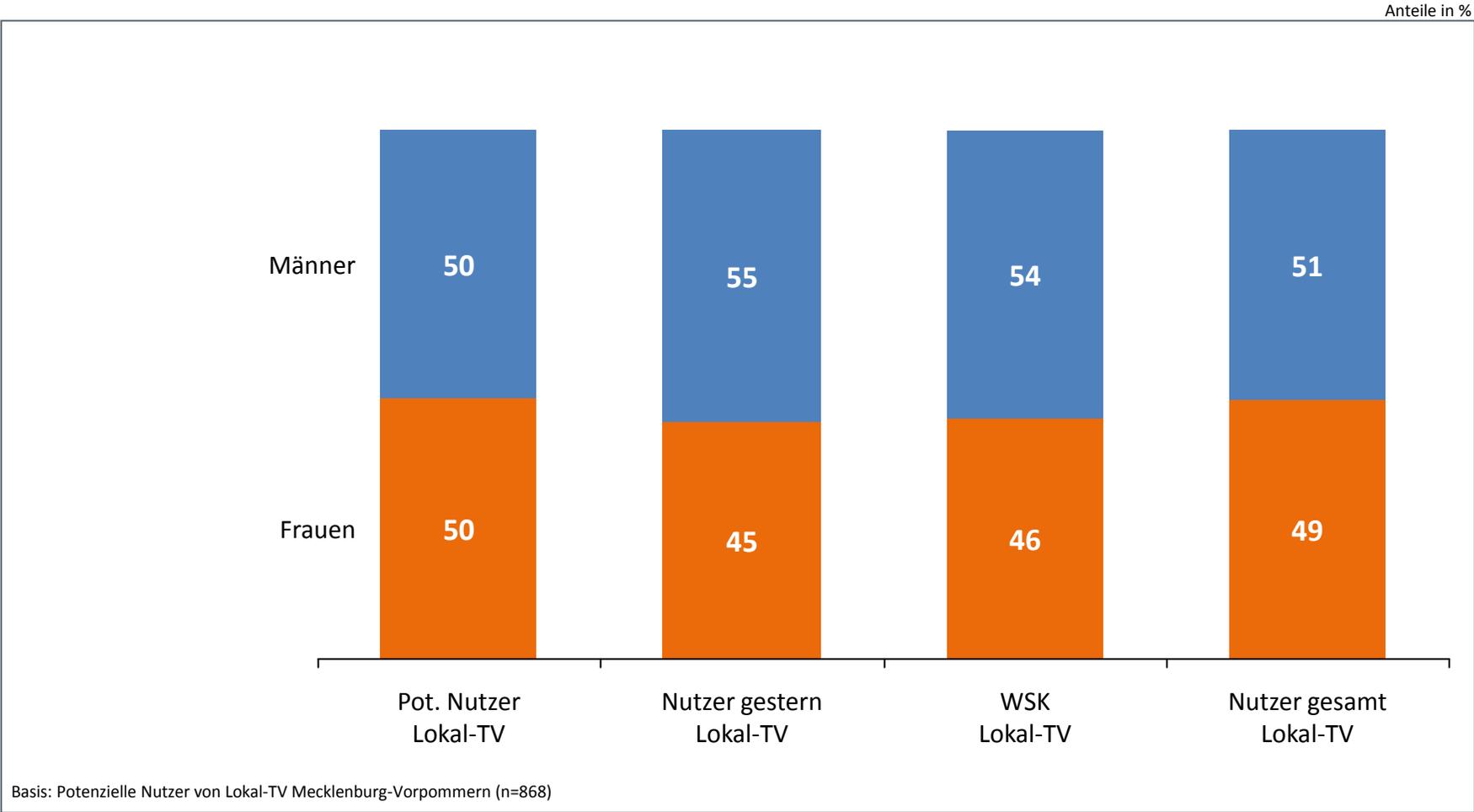
Soziodemographie

Alter

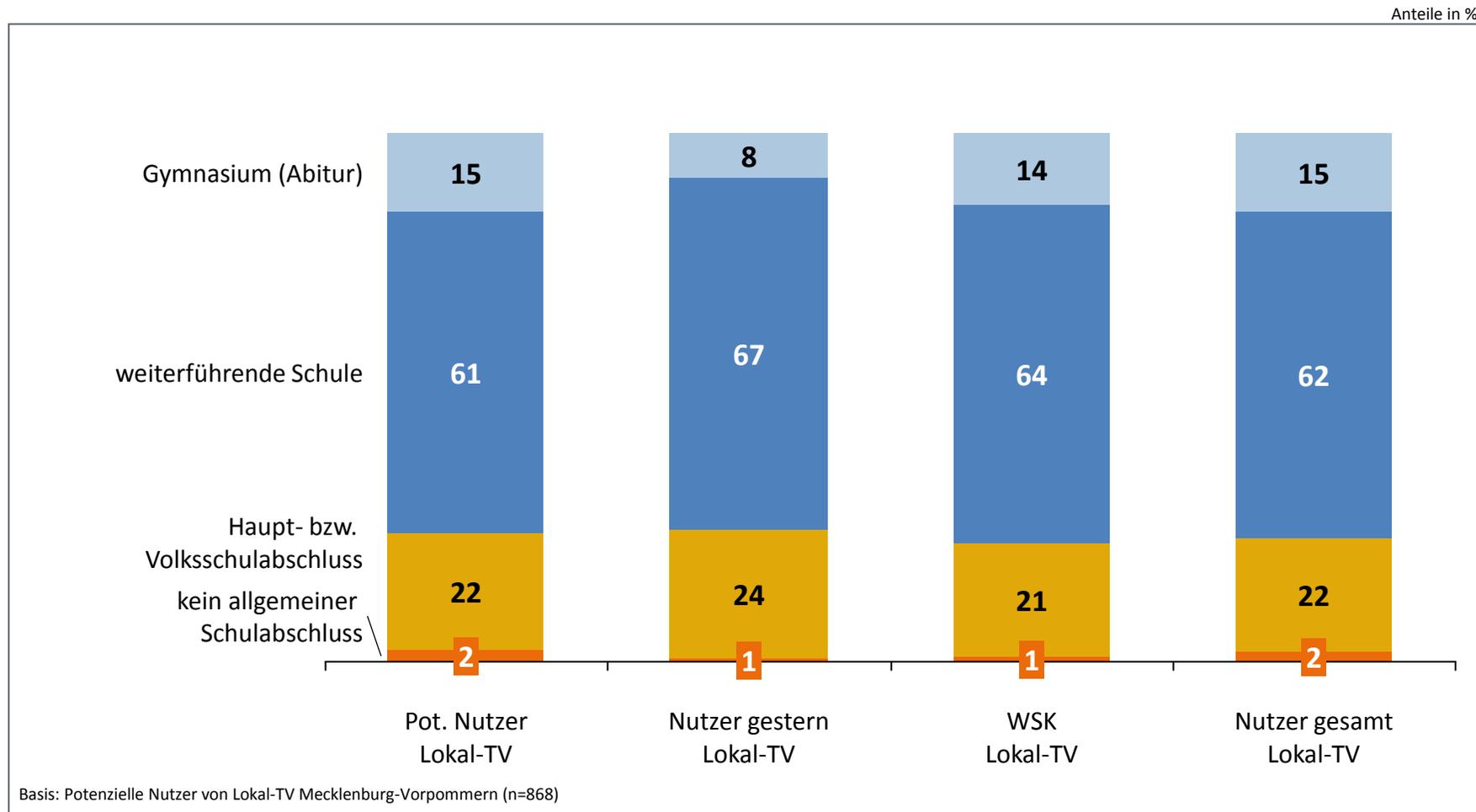
Anteile in %, Durchschnitt



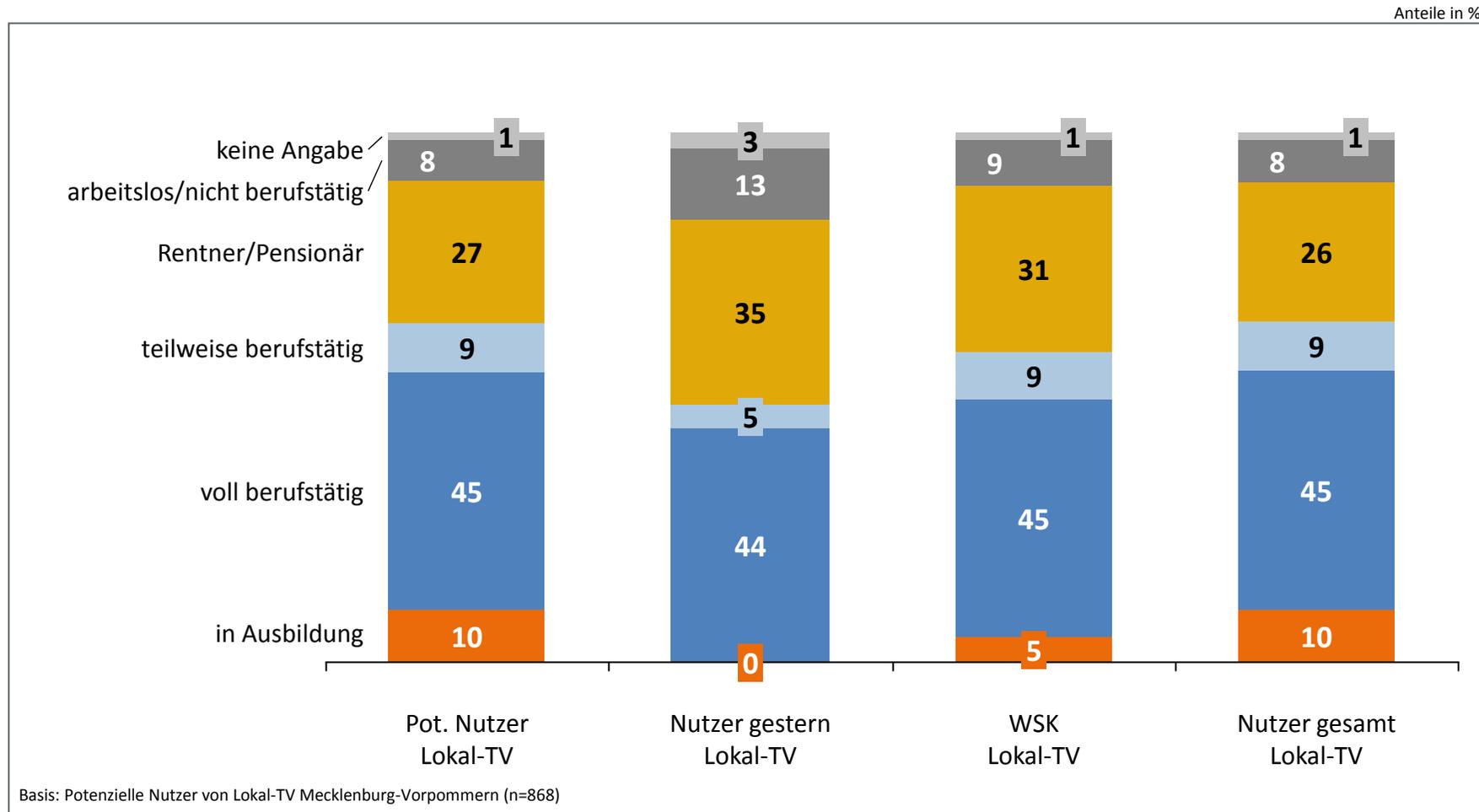
Geschlecht



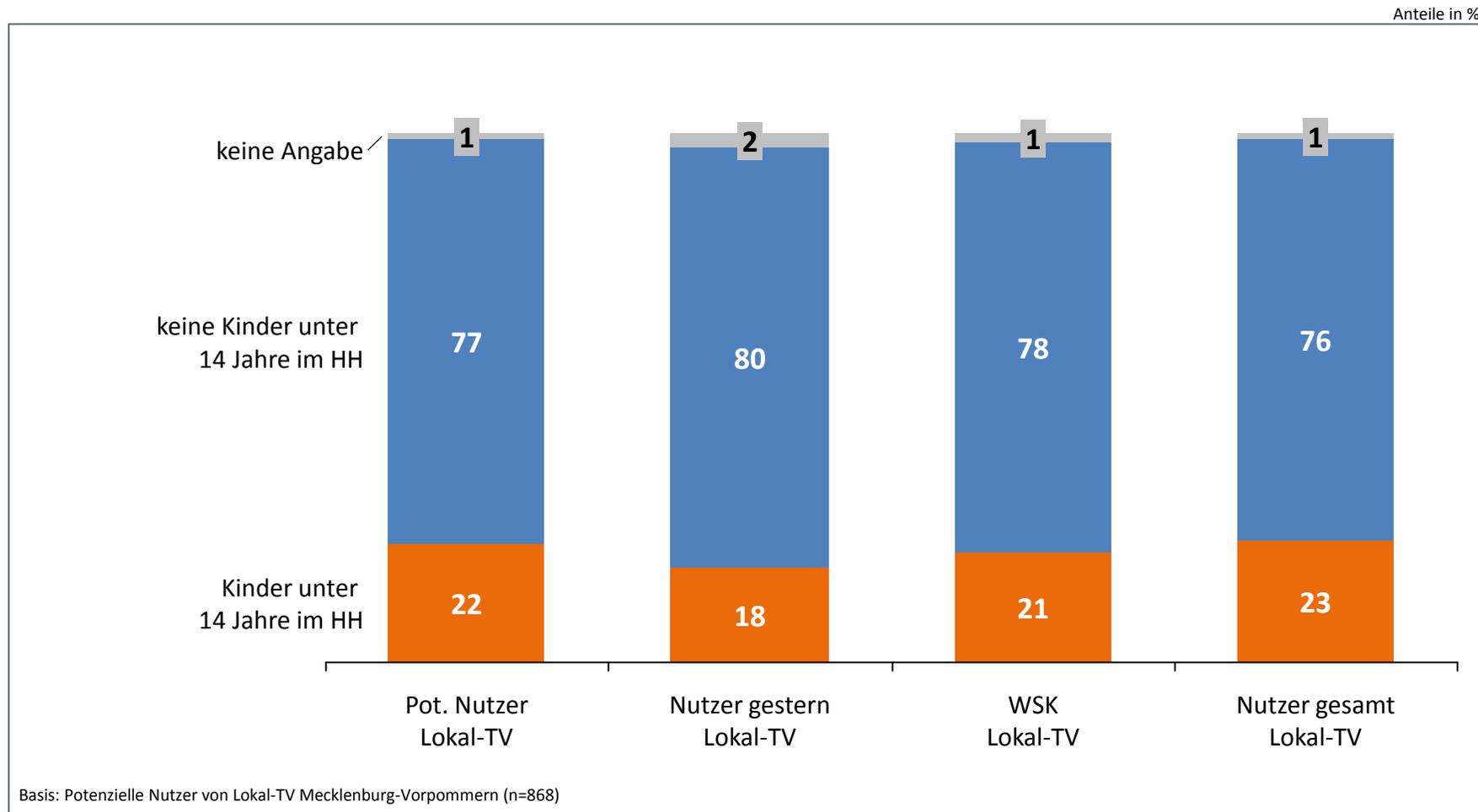
Schulbildung



Berufstätigkeit

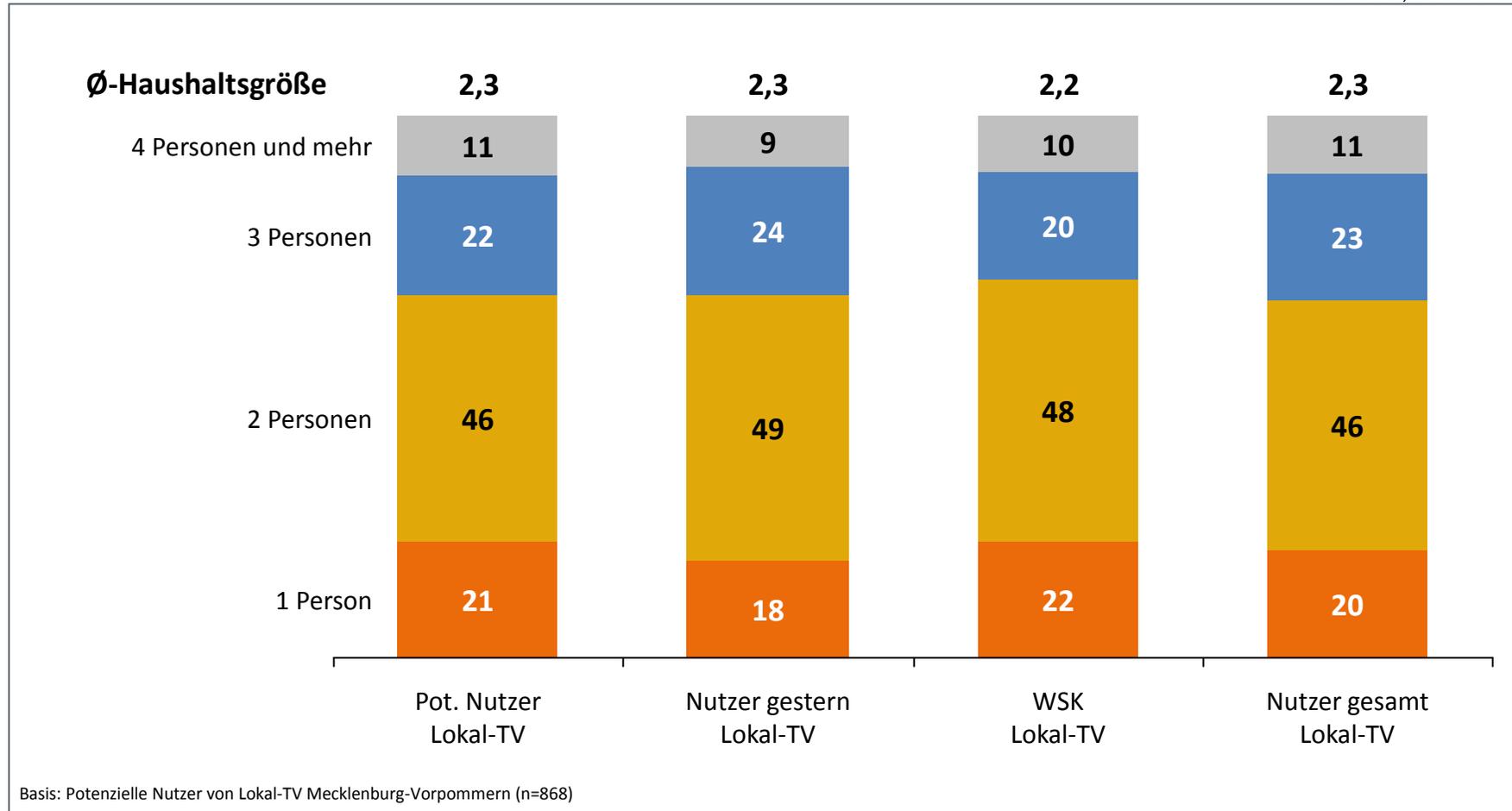


Kinder unter 14 Jahre im Haushalt

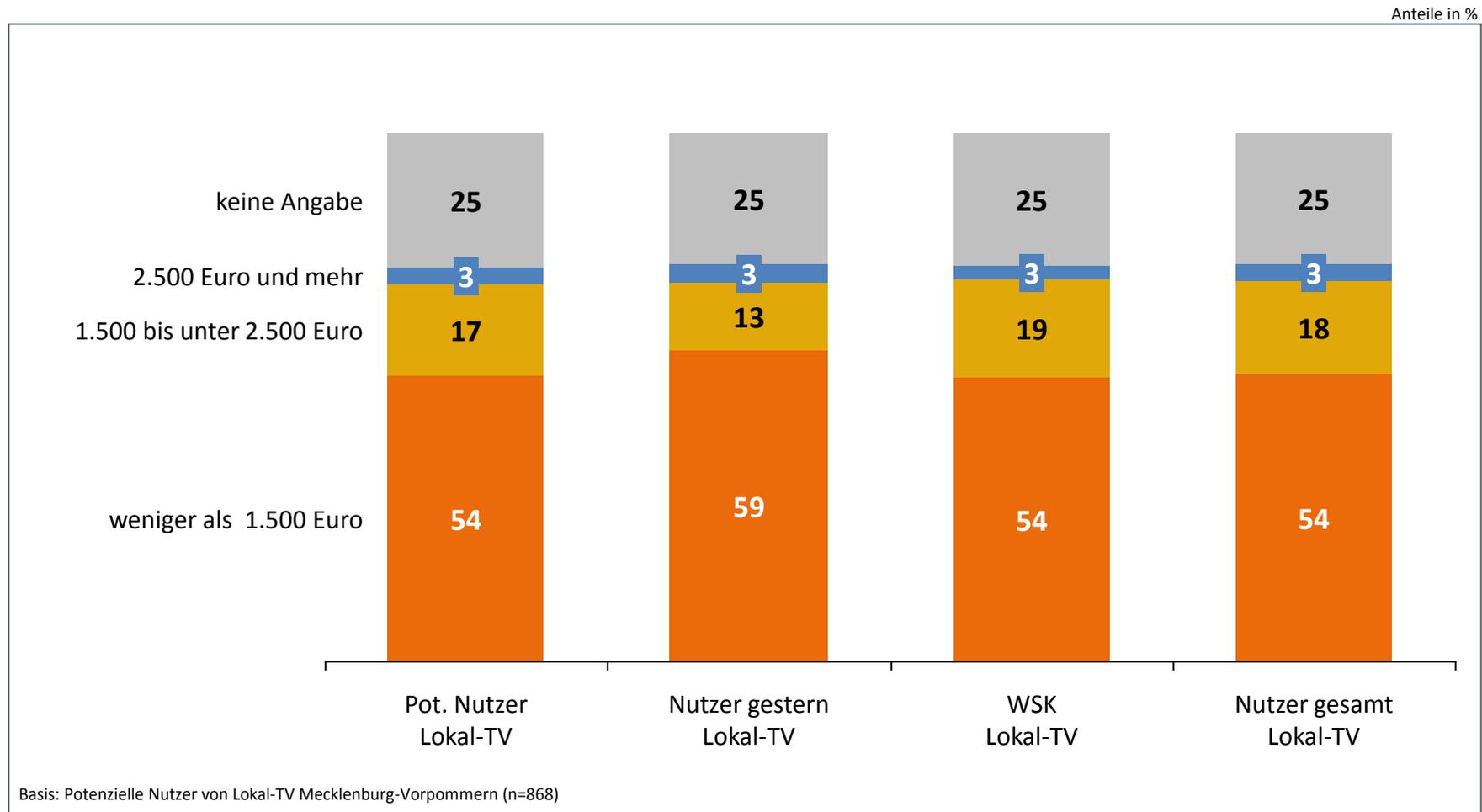


Haushaltsgröße

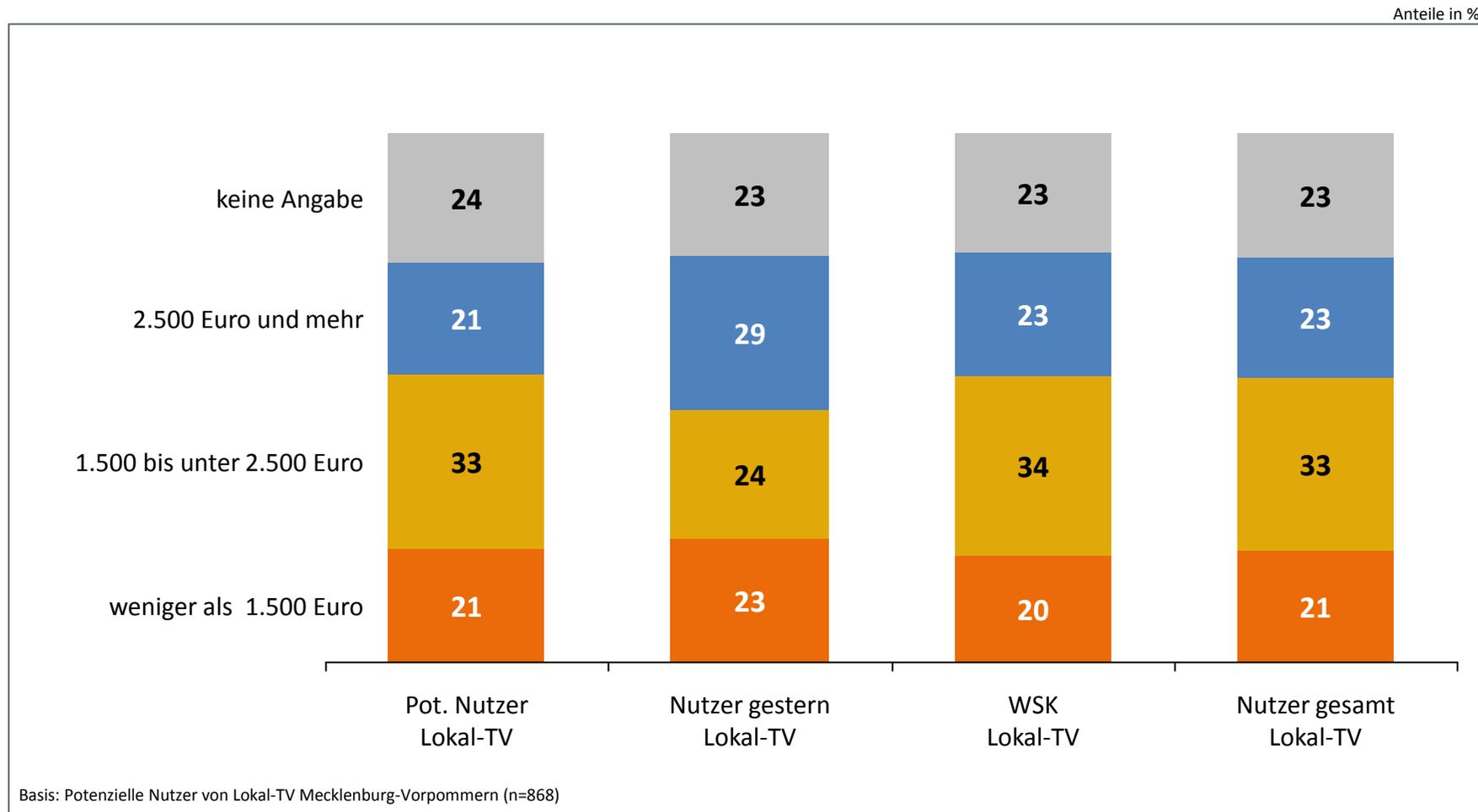
Anteile in %, Durchschnitt



Eigenes Nettoeinkommen



Haushaltsnettoeinkommen



Kontakt

INFO GmbH



Dr. Holger Liljeberg



Sindy Krambeer

Tel. 030/49001-300

Fax 030/49001-499

liljeberg@infogmbh.de

www.infogmbh.de