



Funkanalyse Ostdeutschland 2013

Bürgermedien 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 Bürgermedien in ihrem Haushalt empfangen können
Nutzer gesamt:	Personen, die Bürgermedien schon einmal gesehen haben
Nutzer in den letzten 2 Wochen:	Personen, die Bürgermedien innerhalb der letzten 2 Wochen gesehen haben („Weitester Seherkreis“, „WSK“, „Weitester Hörerkreis“, „WHK“)
Nutzer gestern:	Zuschauer, die Bürgermedien 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 BM

	ungewichtete Fallzahl	gewichtete Fallzahl
alle Befragten (inkl. Screening)	n = 2.657	n = 2.044
potenzielle Nutzer	n = 417	n = 344
Nutzer gestern	n = 49	n = 54
Weitester Seherkreis (WSK)	n = 160	n = 136

Summary

Summary

- Insgesamt 0,24 Millionen Personen ab 14 Jahren kennen eine der abgefragten Bürgermedien und bestätigen, solch einen Sender empfangen zu können („potenzielle Nutzer“). Das Zuschauerpotenzial des Bürgerfernsehens beträgt 0,14 Mio. Personen, der potenzielle Hörerkreis des Bürgerradios (NB-Radiotreff 88,0) 0,10 Mio. Personen.
- Drei Viertel der potenziellen Nutzer der Bürgerfernsehsender haben solch einen Sender irgendwann schon einmal genutzt. Zum Weitesten Seherkreis (WSK) gehört etwa ein Drittel des Potenzials bzw. 0,05 Mio. Personen ab 14 Jahren. Der „Seherkreis gestern“ umfasst 11% des Potenzials bzw. 0,02 Mio. Personen.
- Bürgerradio (NB-Radiotreff 88,0) wurde von etwas mehr als jedem achten potenziellen Hörer schon einmal genutzt. 48% bzw. 0,05 Mio. Personen ab 14 Jahren gehören zum Weitesten Hörerkreis (WHK). Der Hörerkreis gestern umfasst 0,02 Mio. Personen und entspricht 22% des Potenzials.
- Im Vergleich kann das Bürgerradio sein Potenzial besser ausschöpfen als die Bürgerfernsehsender. Der Zuschauer- bzw. Hörerkreis ist bei beiden Gattungen mengenmäßig jedoch ähnlich groß.

Summary

- Jeder zehnte im WSK sieht einen Bürgerfernsehsender an fünf oder mehr Tagen. Einen deutlichen größeren Stammhöreranteil hat das Radio, das von 26% der Nutzer an fünf oder mehr Tagen eingeschaltet wird. Jeweils drei von zehn Personen im WSK bzw. WHK nutzen diese Sender an einem oder zwei Tagen.
- Wie das Lokal-TV werden die Bürgermedien vor allem an den Werktagen eingeschaltet. Am Wochenende beträgt der Nutzeranteil bei beiden Gattungen etwa ein Drittel des WSK bzw. WHK. Während die Bürgerfernsehsender vor allem in den Abendstunden genutzt werden, wird das Bürgerradio erwartungsgemäß hauptsächlich am Vormittag genutzt.
- An Werktagen wird ein Bürgerfernsehsender im Durchschnitt etwa eine halbe Stunde genutzt, am Wochenende mit über 40 Minuten etwas länger.
- Im Urteil der Zuschauer bzw. Zuhörer werden auch die Bürgermedien mit einem neutralen Urteil versehen, das jedoch im Mittel etwas schlechter ausfällt als für die Lokal-TV-Sender. Das Bürgerradio wird tendenziell besser bewertet als die Bürgerfernsehsender.

Ergebnisse

Zugang zu Bürgermedien – 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
Bürgermedien Mecklenburg- Vorpommern bekannt	28%	459.500	407.500	27%	232.500
Bürgermedien Mecklenburg- Vorpommern im Haushalt empfangbar (Zugang)	17%	272.500	241.500 = potenzielle Nutzer	16%	138.500

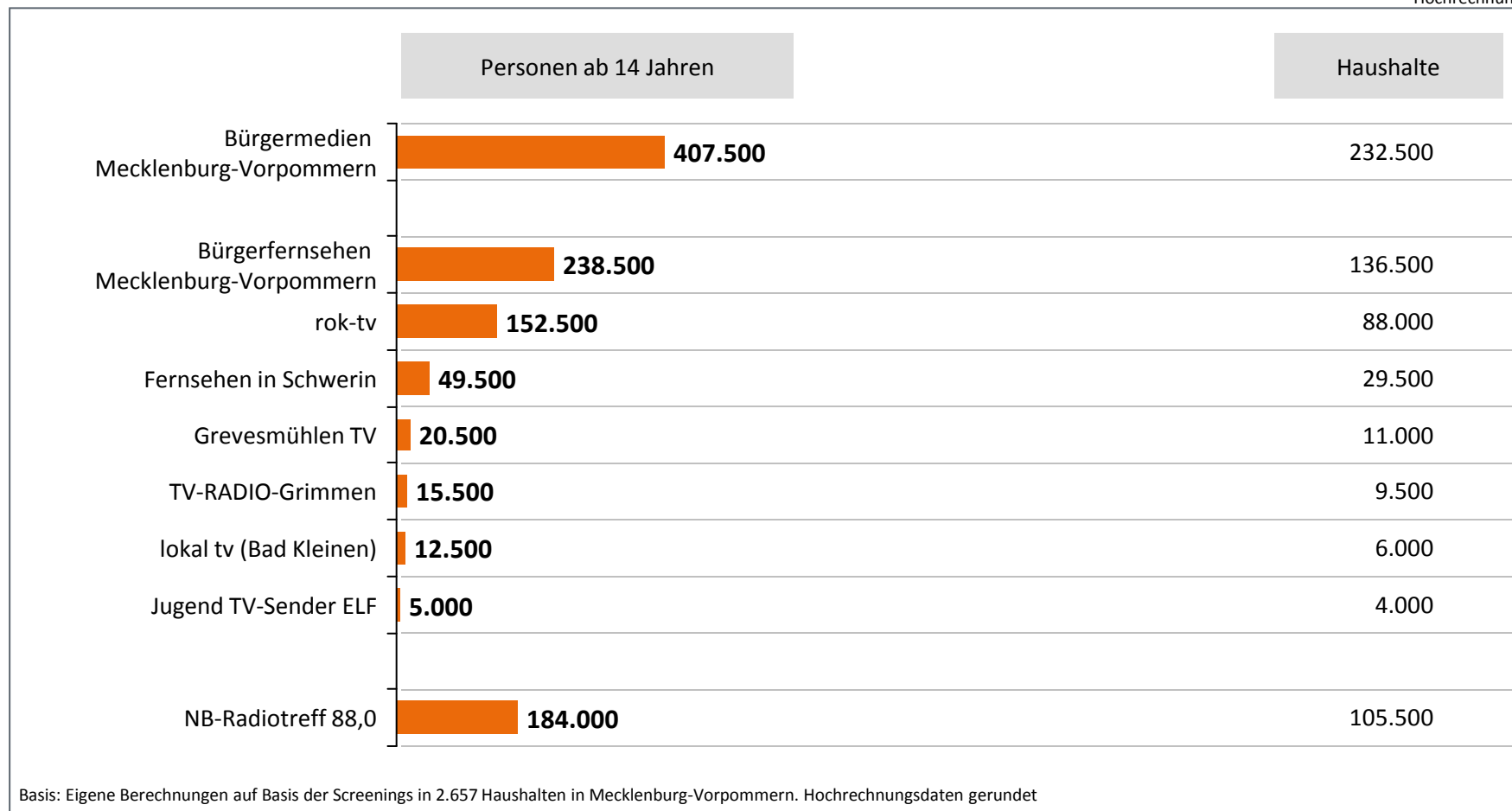
Hochrechnungsdaten gerundet

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?

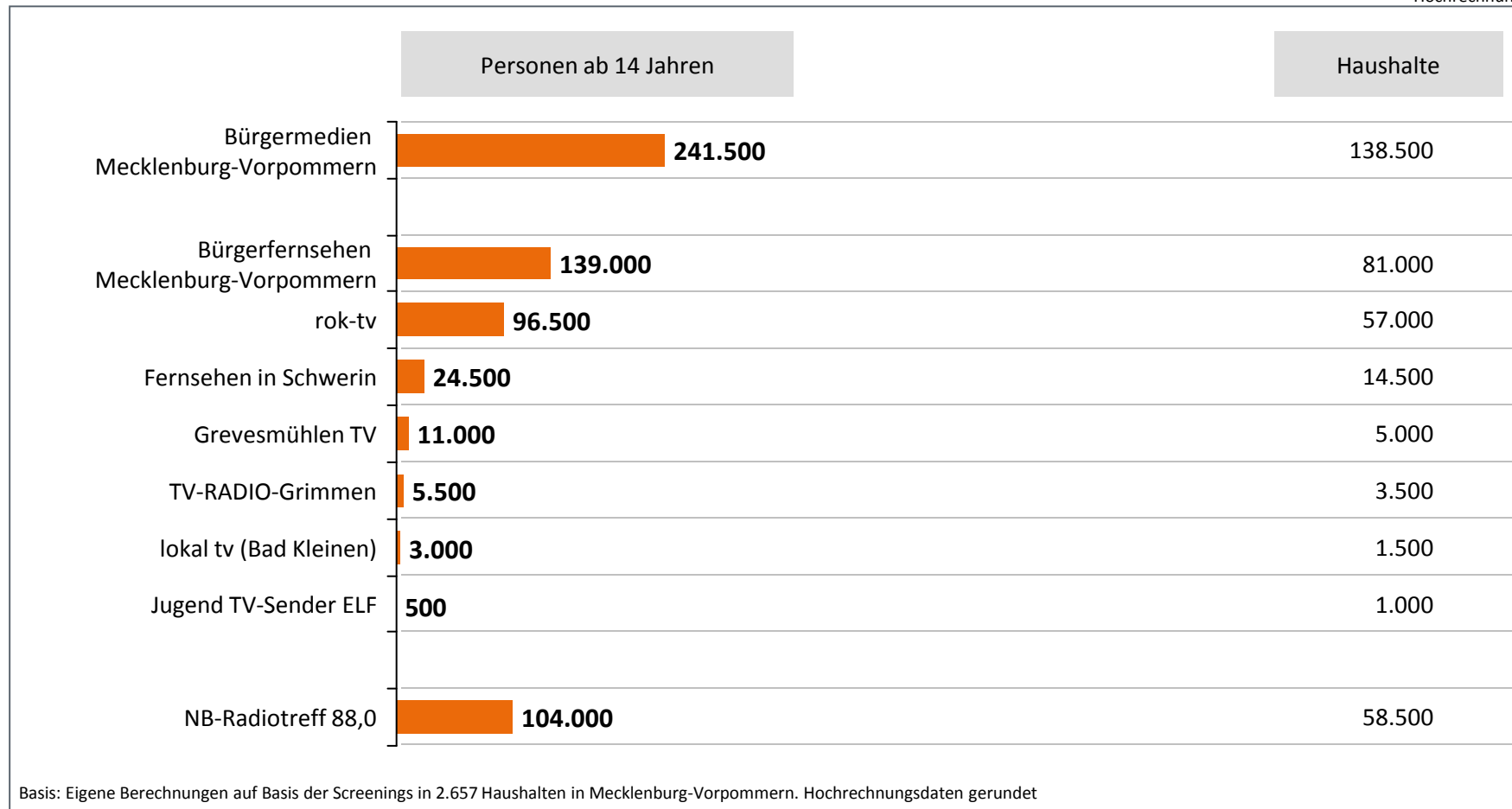
Die Grundgesamtheit – Bekanntheit von Bürgermedien

Hochrechnung



Zugang zu Bürgermedien (= Sender im Haushalt empfangbar)

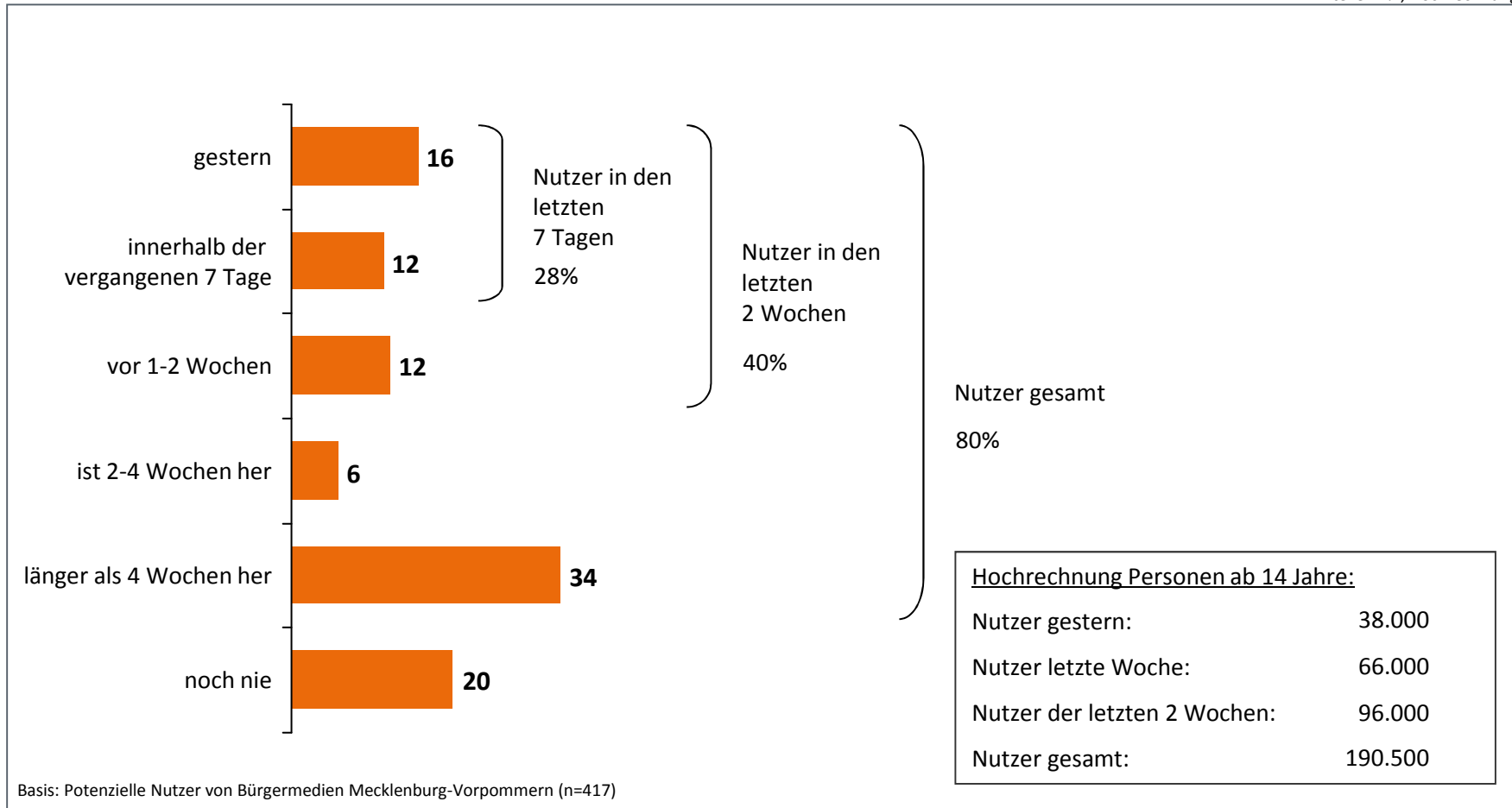
Hochrechnung



Nutzerkreise Bürgermedien

Rundungen

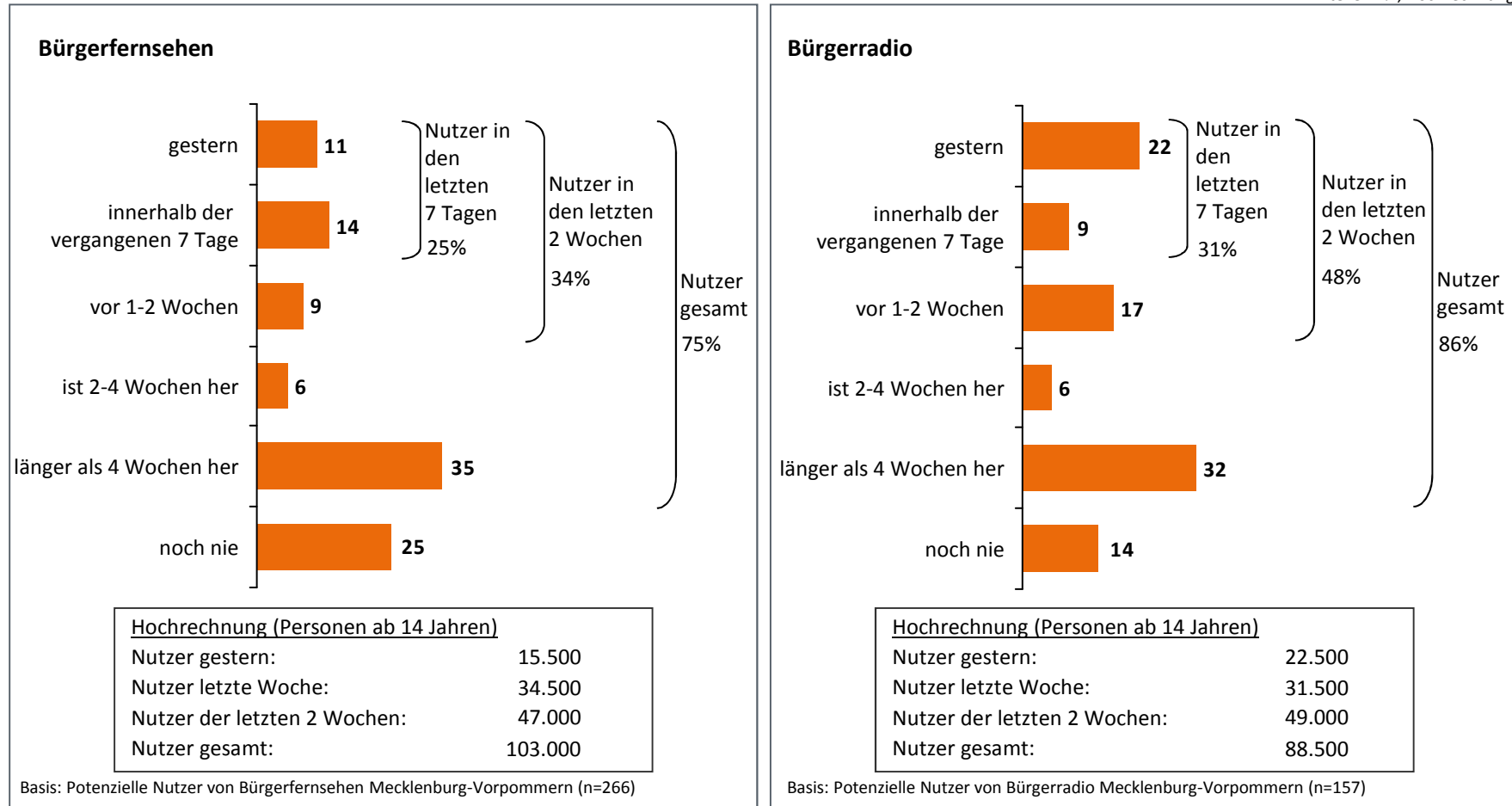
Anteile in %, Hochrechnung



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

Nutzerkreise von Bürgermedien

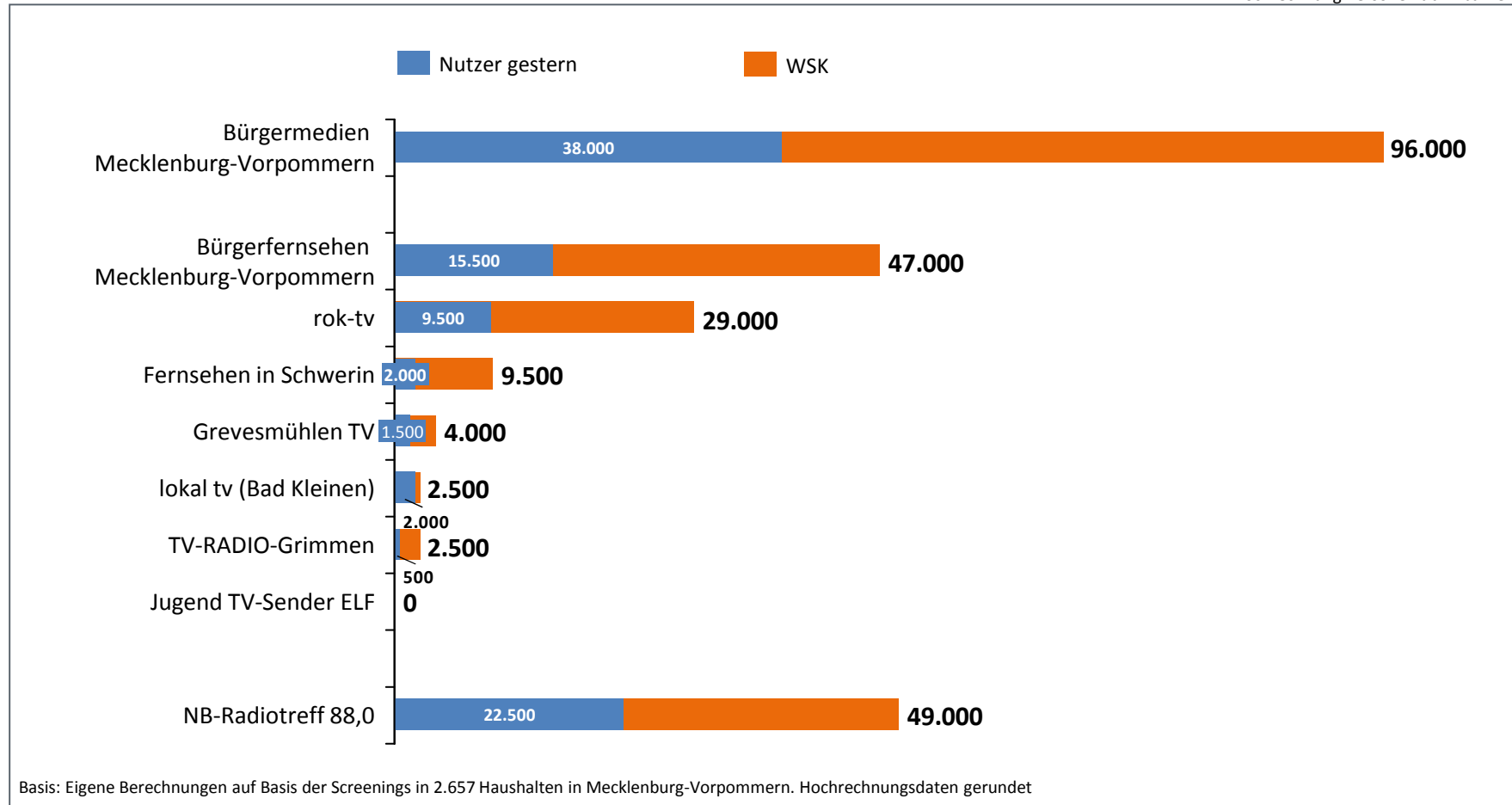
Anteile in %, Hochrechnung



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

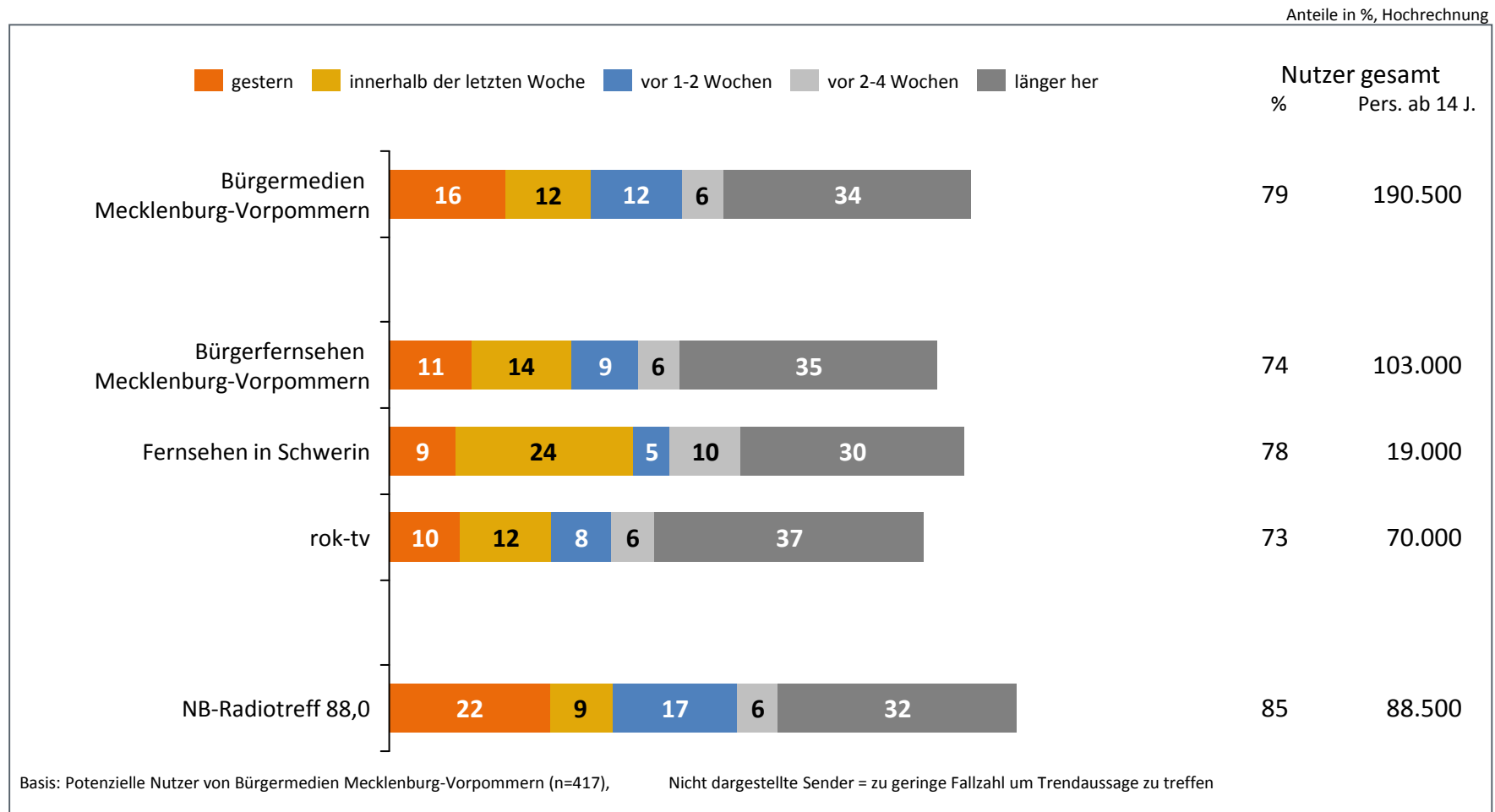
Nutzung von Bürgermedien

Hochrechnung Personen ab 14 Jahren



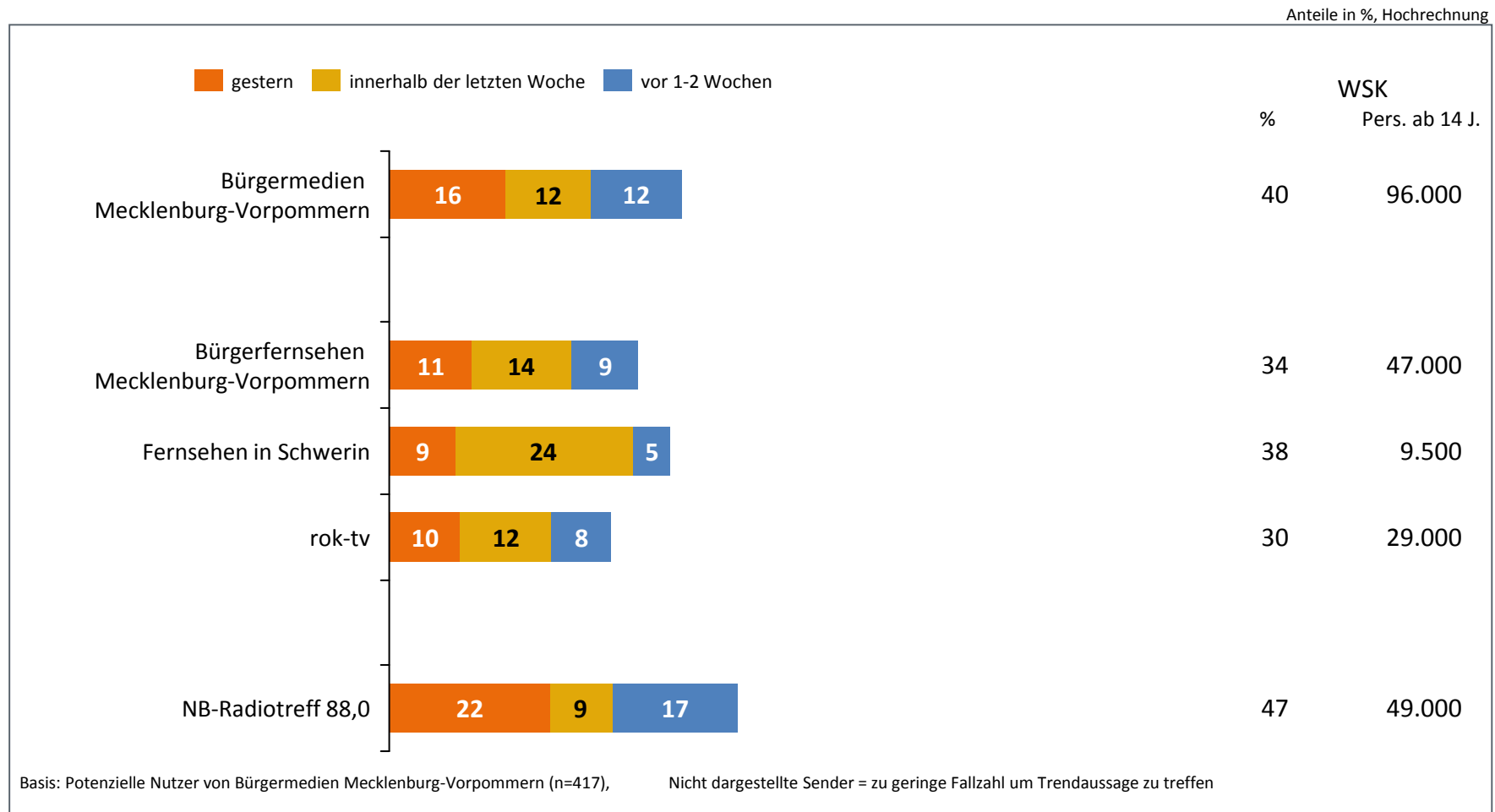
Frage 10: Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen?

Nutzer gesamt Bürgermedien



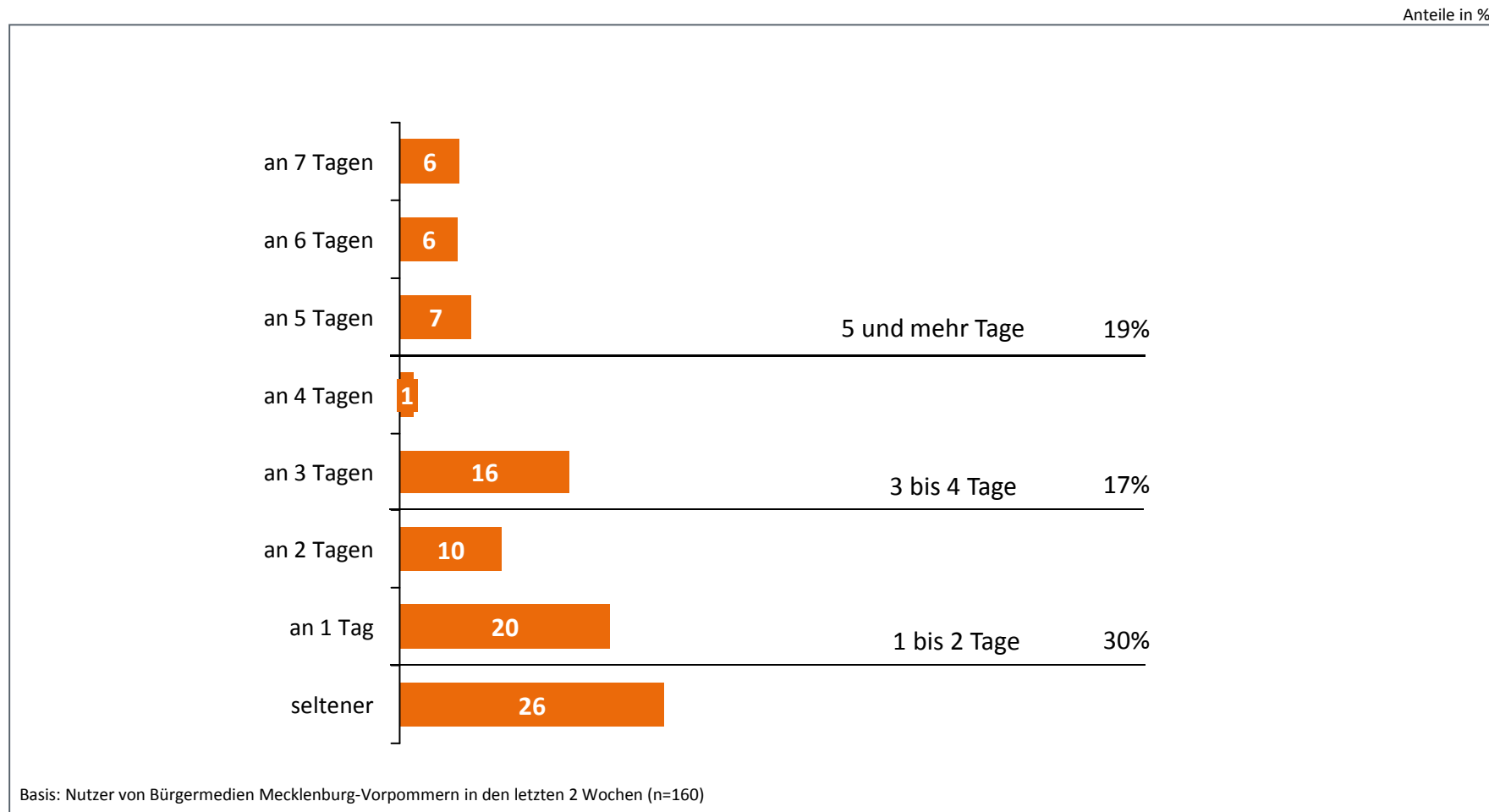
Frage 10: Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen?

Nutzer in den letzten 2 Wochen (WSK) Bürgermedien



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

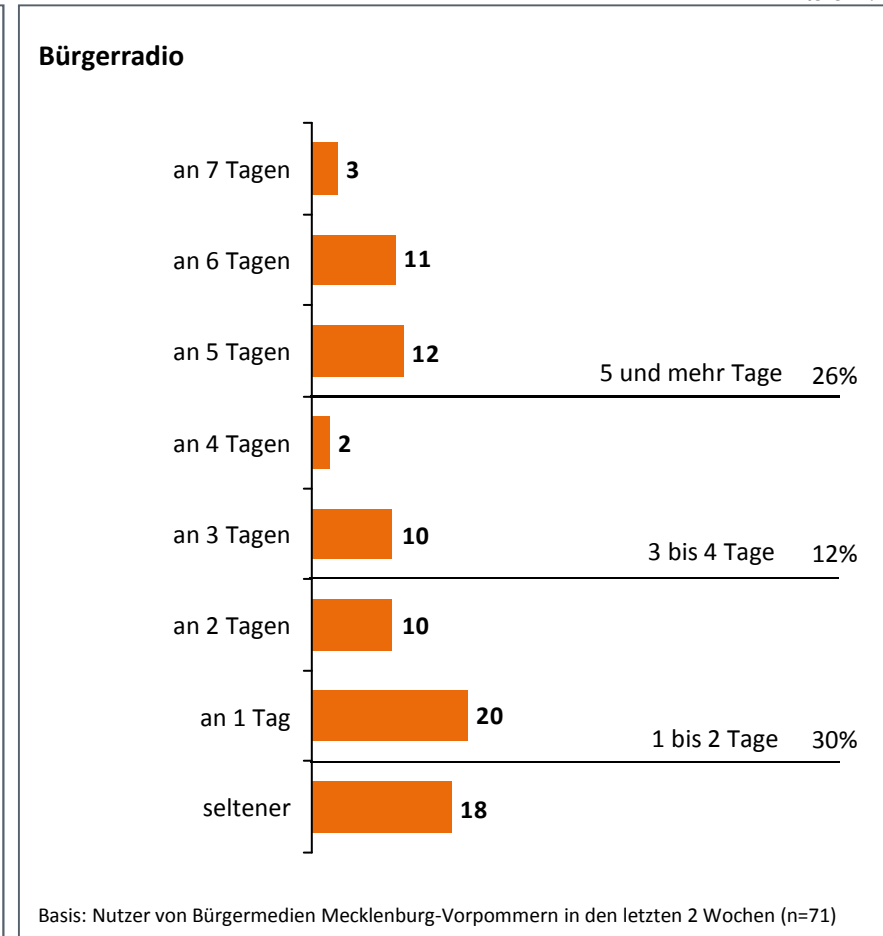
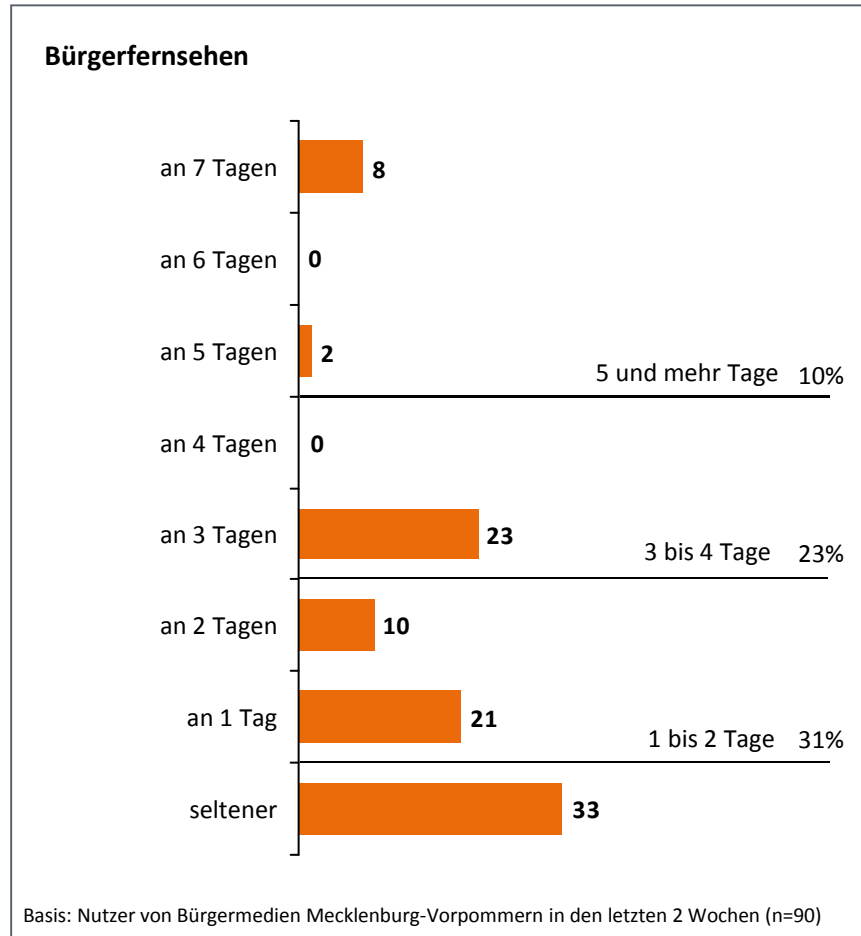
Nutzungshäufigkeit Bürgermedien



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?

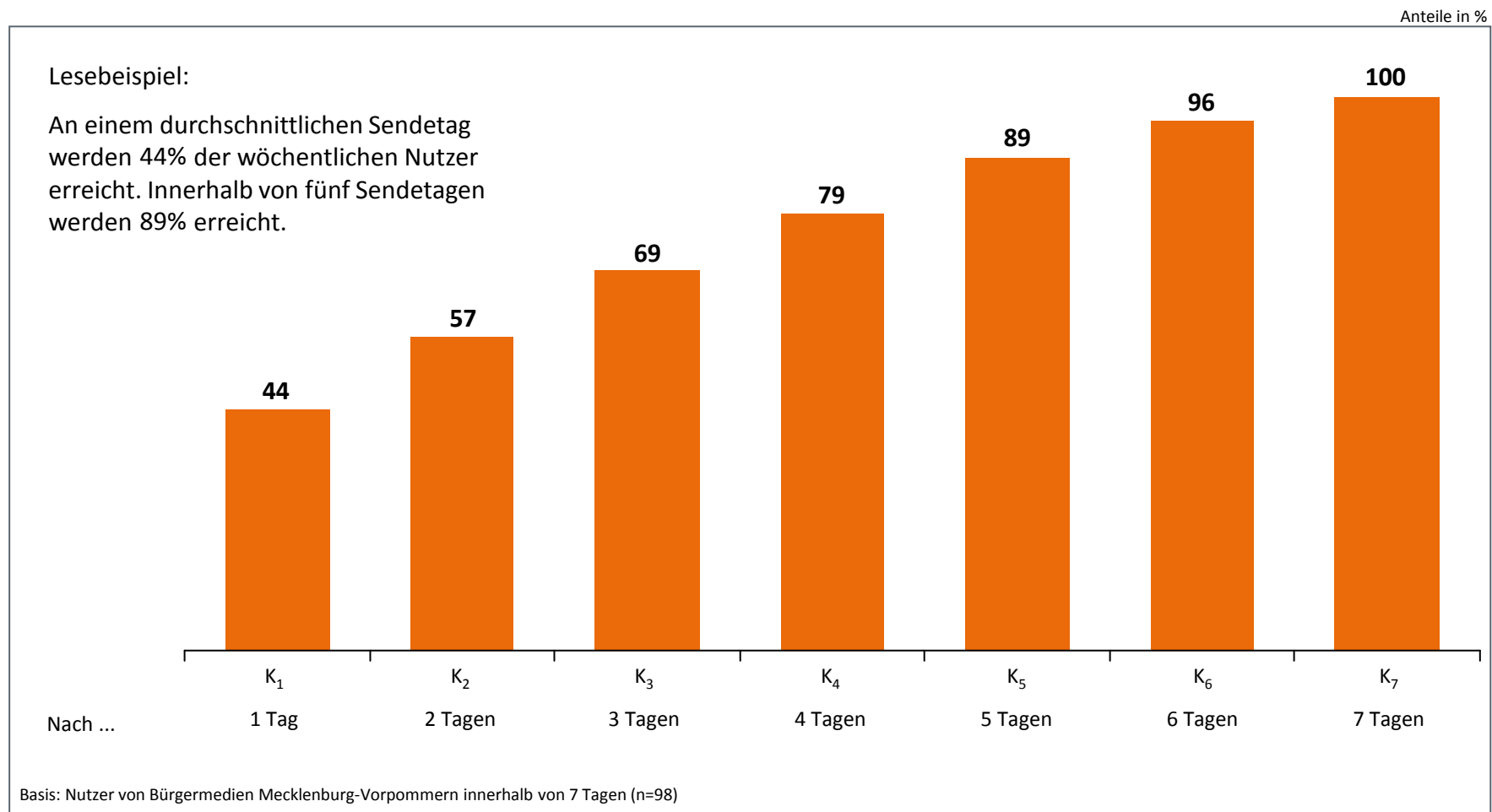
Nutzungshäufigkeit von Bürgermedien

Anteile in %



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 Bürgermedien



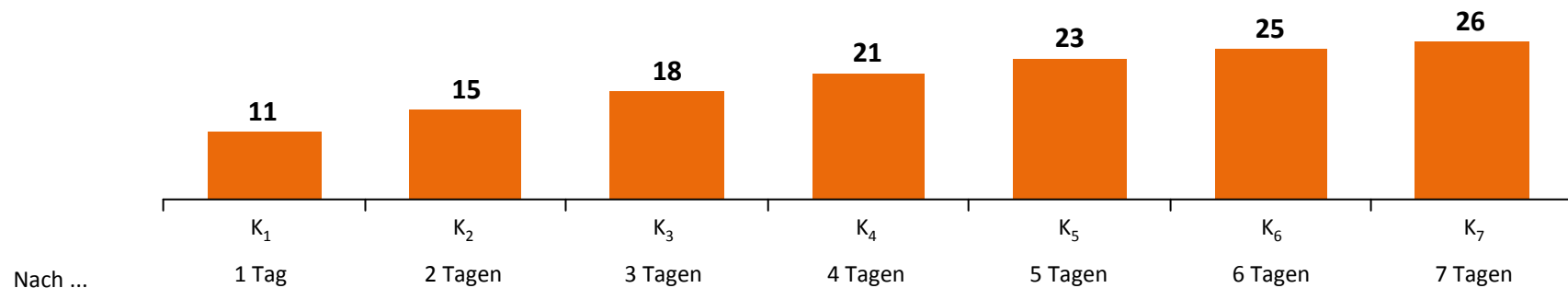
Frage 11: Wenn Sie an eine normale Woche in der letzten Zeit denken: An wie vielen Tagen von Montag bis Sonntag sehen Sie da (Sender) im Allgemeinen?

Kumulierte Reichweiten bei potenziellen Nutzern Bürgermedien

Anteile in %

Lesebeispiel:

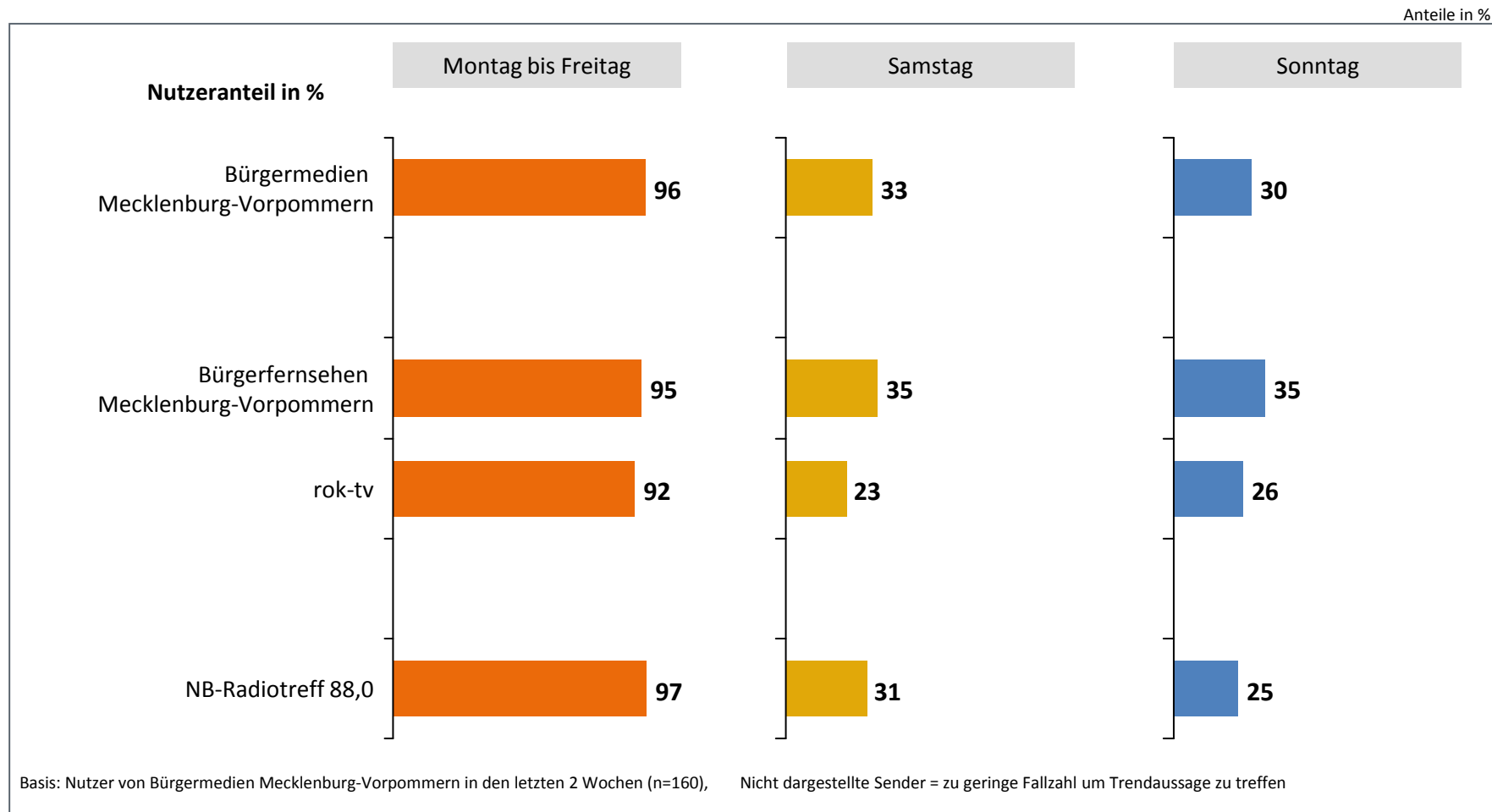
An einem durchschnittlichen Sendetag werden 11% der potenziellen Nutzer erreicht. Innerhalb von fünf Sendetagen werden 23% erreicht.



Basis: Potenzielle Nutzer von Bürgermedien Mecklenburg-Vorpommern (n=417)

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 Bürgermedien (Mo-Fr und am Wochenende)

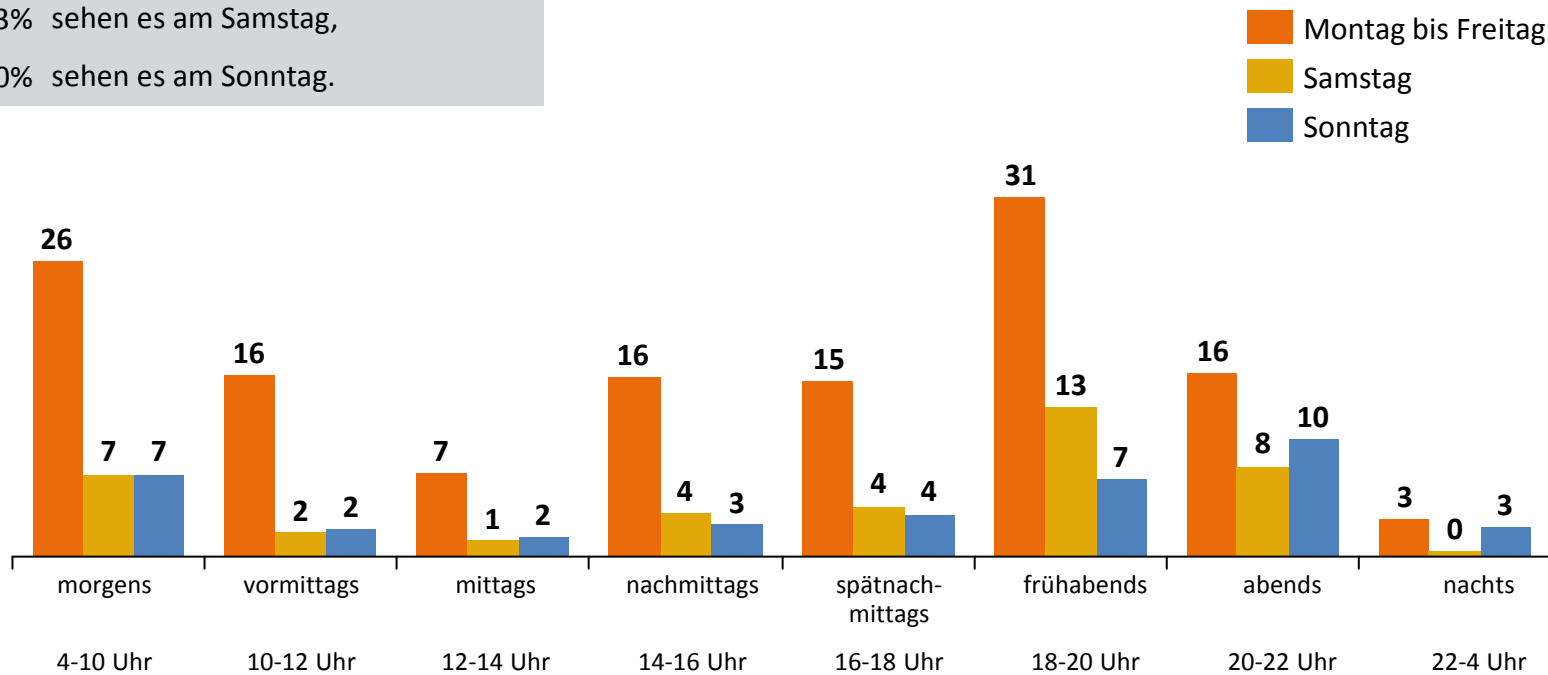


Frage 12: Bitte denken Sie jetzt einmal an eine normale Woche in der Sie (Sender) sehen: An welchen Wochentagen sehen Sie ... da im Allgemeinen?

Einschaltzeiten Bürgermedien (Mo-Fr und am Wochenende)

Anteile in %

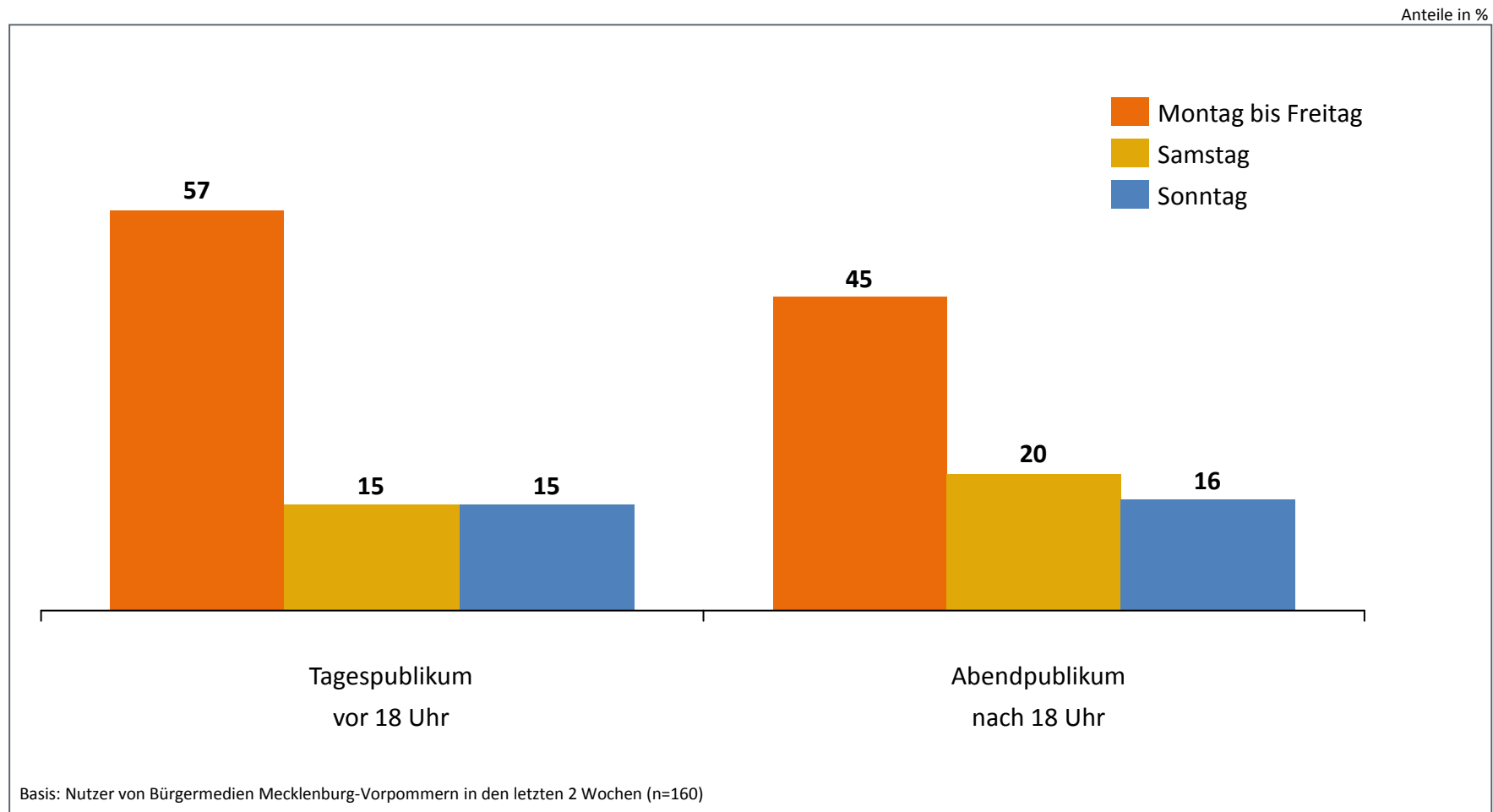
96% der Nutzer der letzten 2 Wochen
sehen Lokal-TV unter der Woche,
33% sehen es am Samstag,
30% sehen es am Sonntag.



Basis: Nutzer von Bürgermedien Mecklenburg-Vorpommern in den letzten 2 Wochen (n=160)

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)

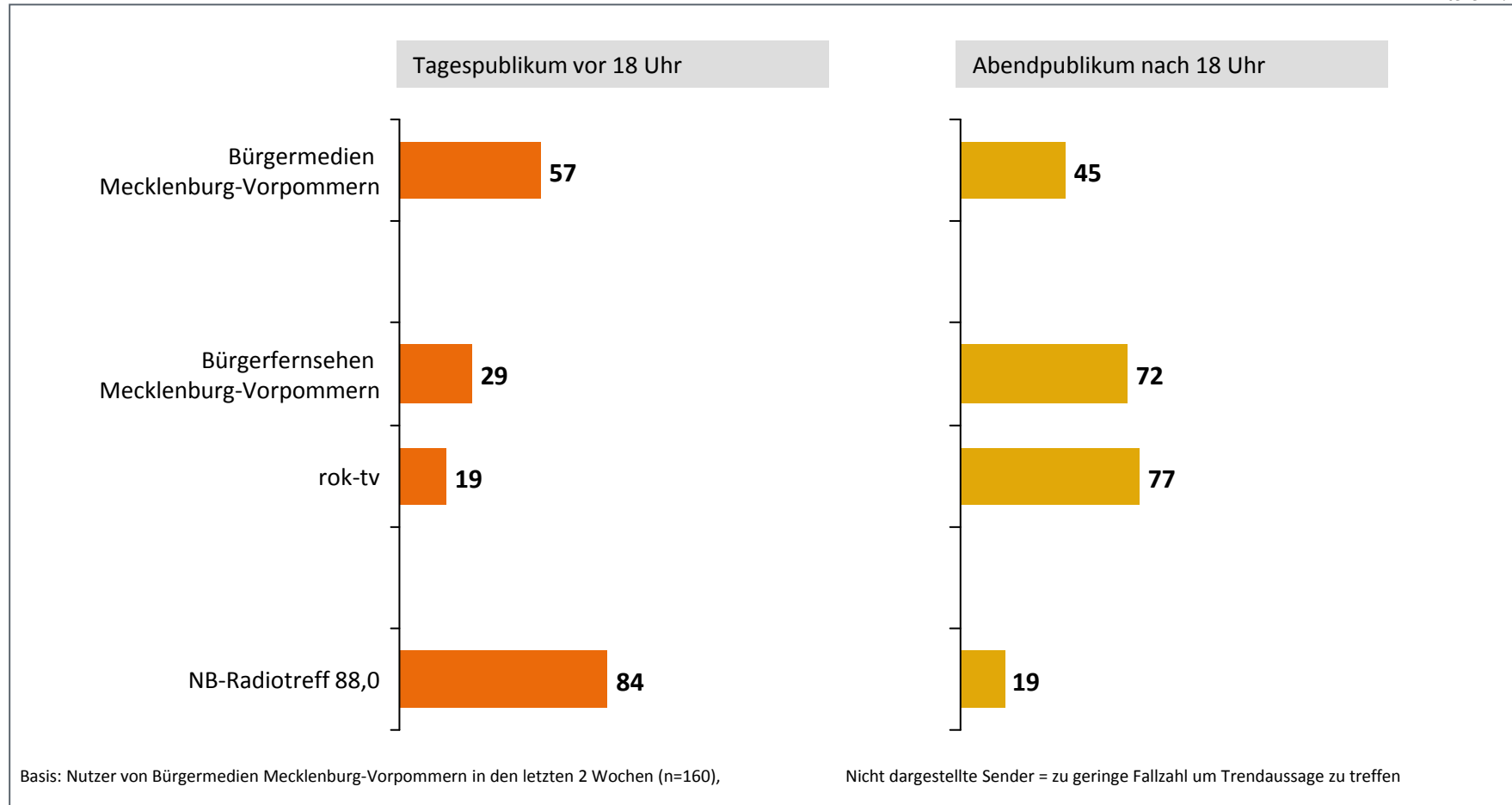
Einschaltzeiten Bürgermedien (Mo-Fr und am Wochenende)



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 Bürgermedien (Mo-Fr)

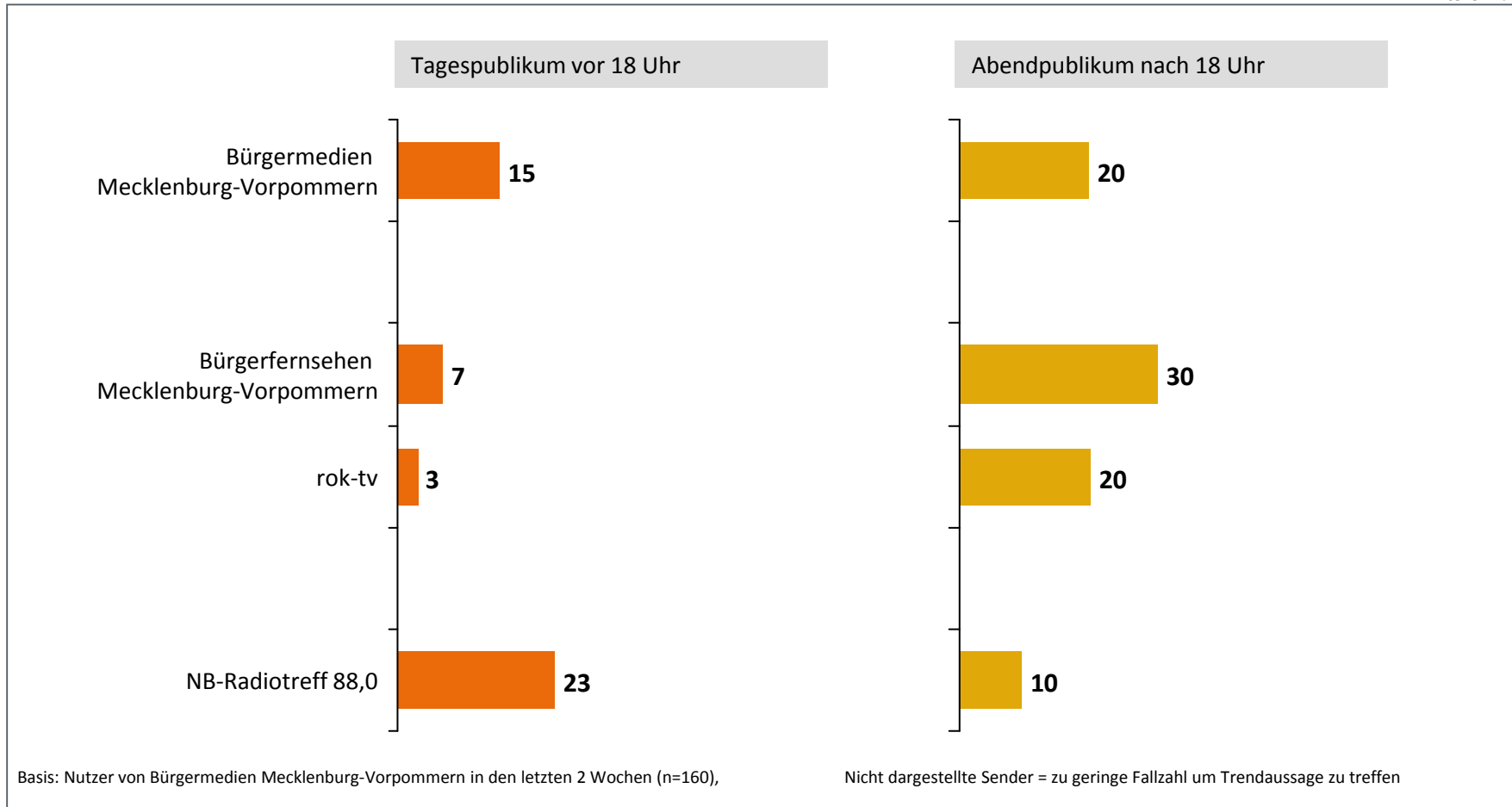
Anteile in %



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

Einschaltzeiten Bürgermedien (am Samstag)

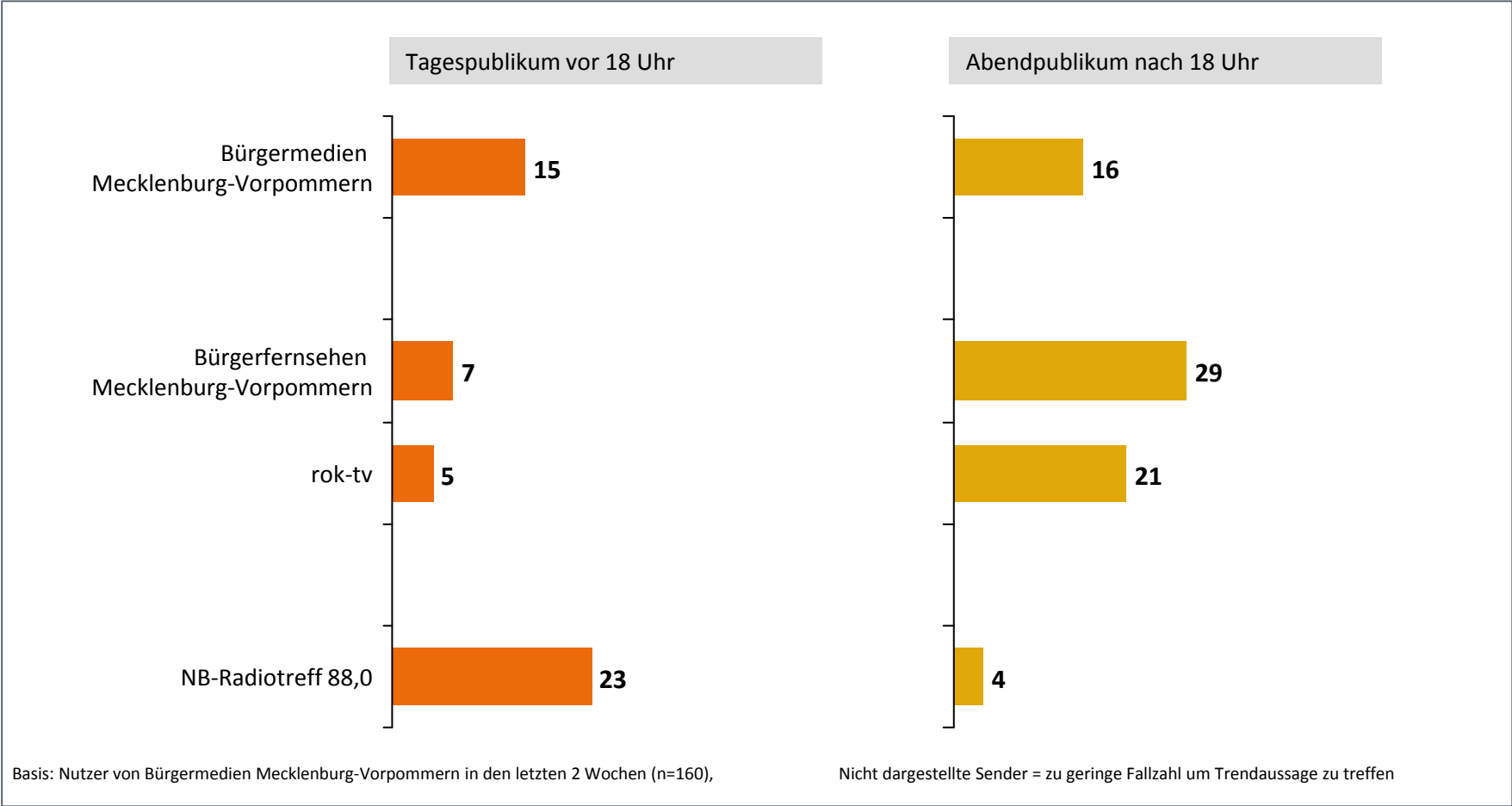
Anteile in %



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

Einschaltzeiten Bürgermedien (am Sonntag)

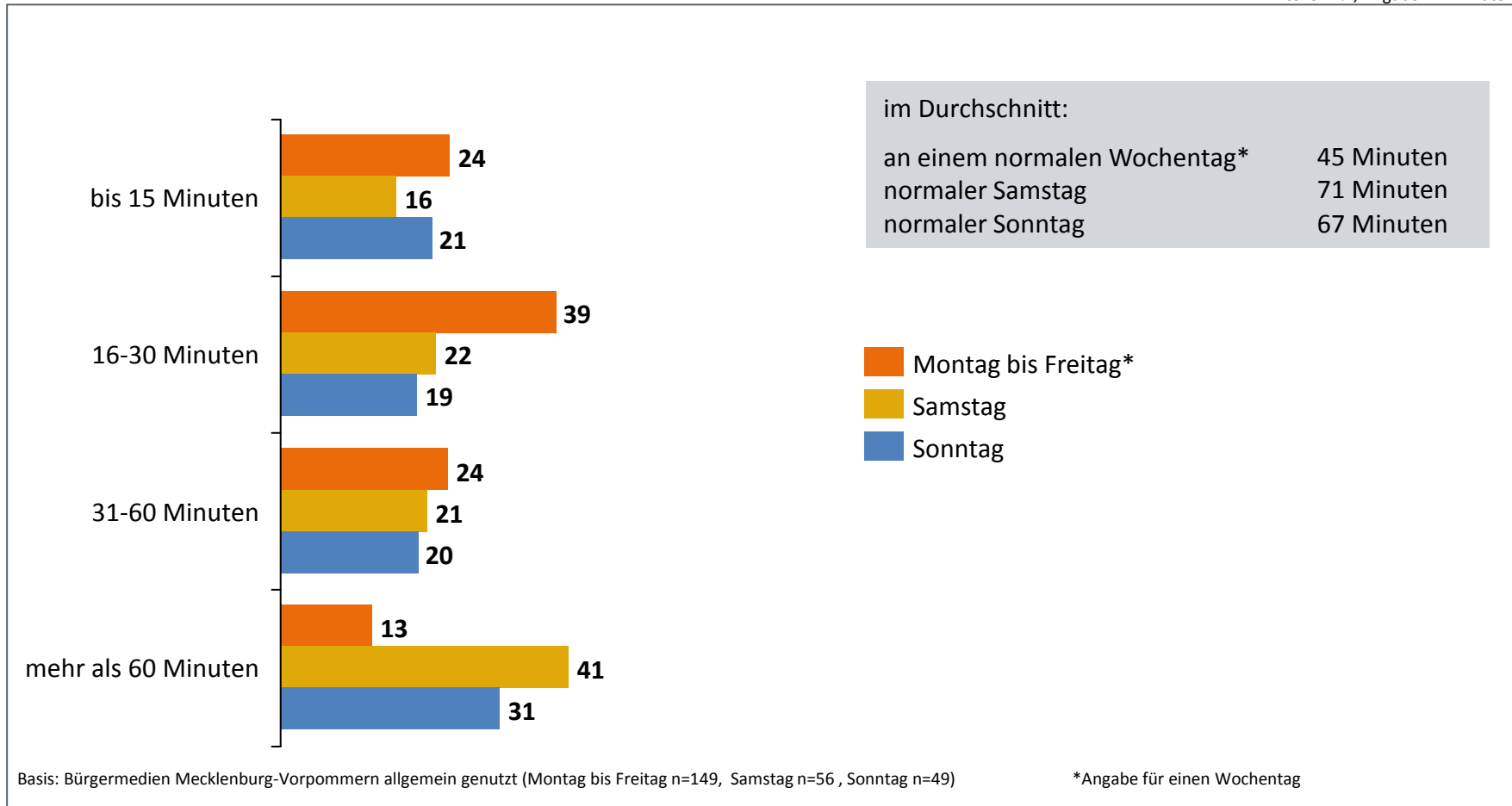
Anteile in %



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

Nutzungsdauer eines Senders Bürgermedien (Mo-Fr und am Wochenende)

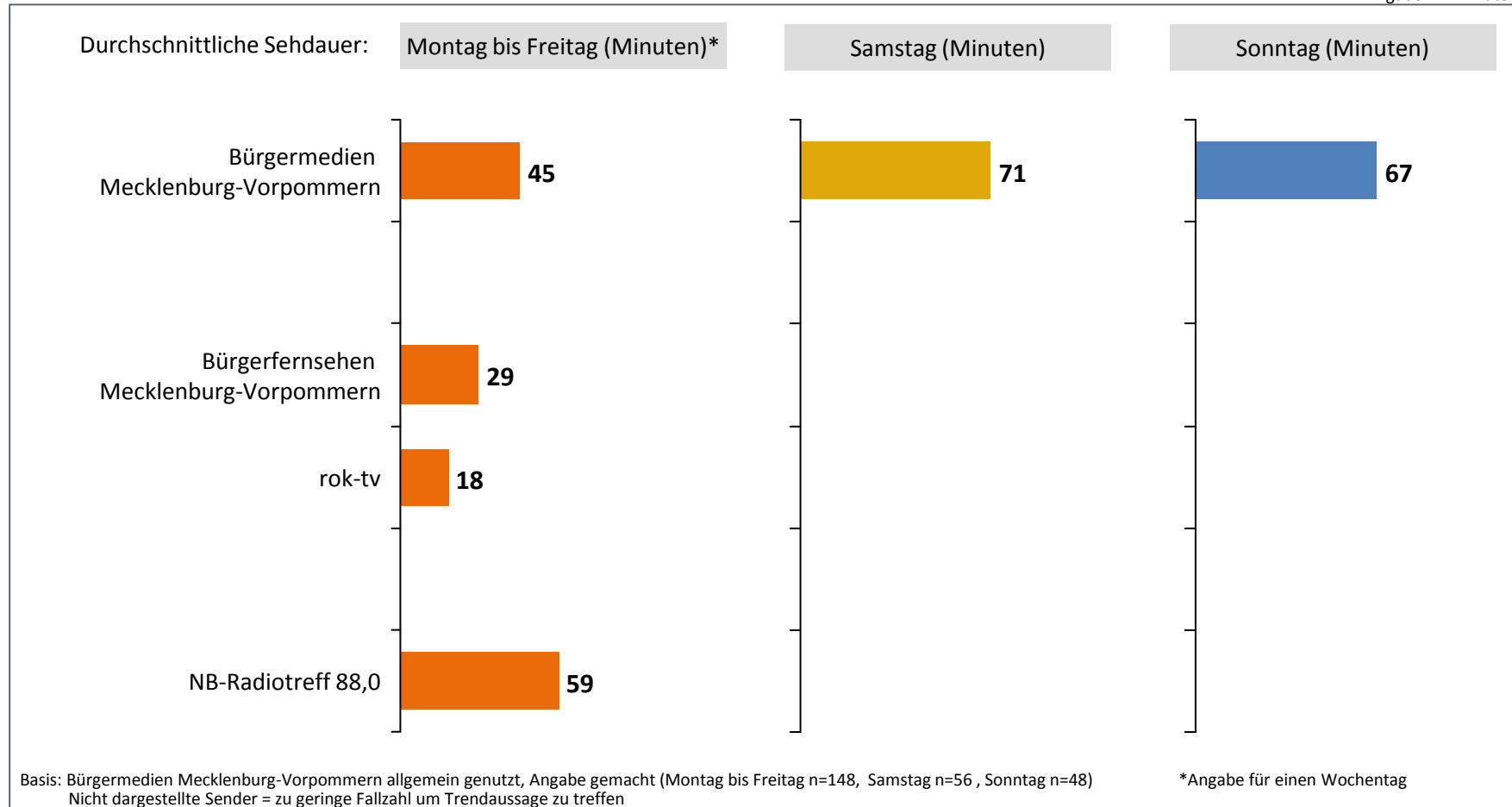
Anteile in %, Angaben in Minuten



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?

Nutzungsdauer eines Senders Bürgermedien (Mo-Fr und am Wochenende)

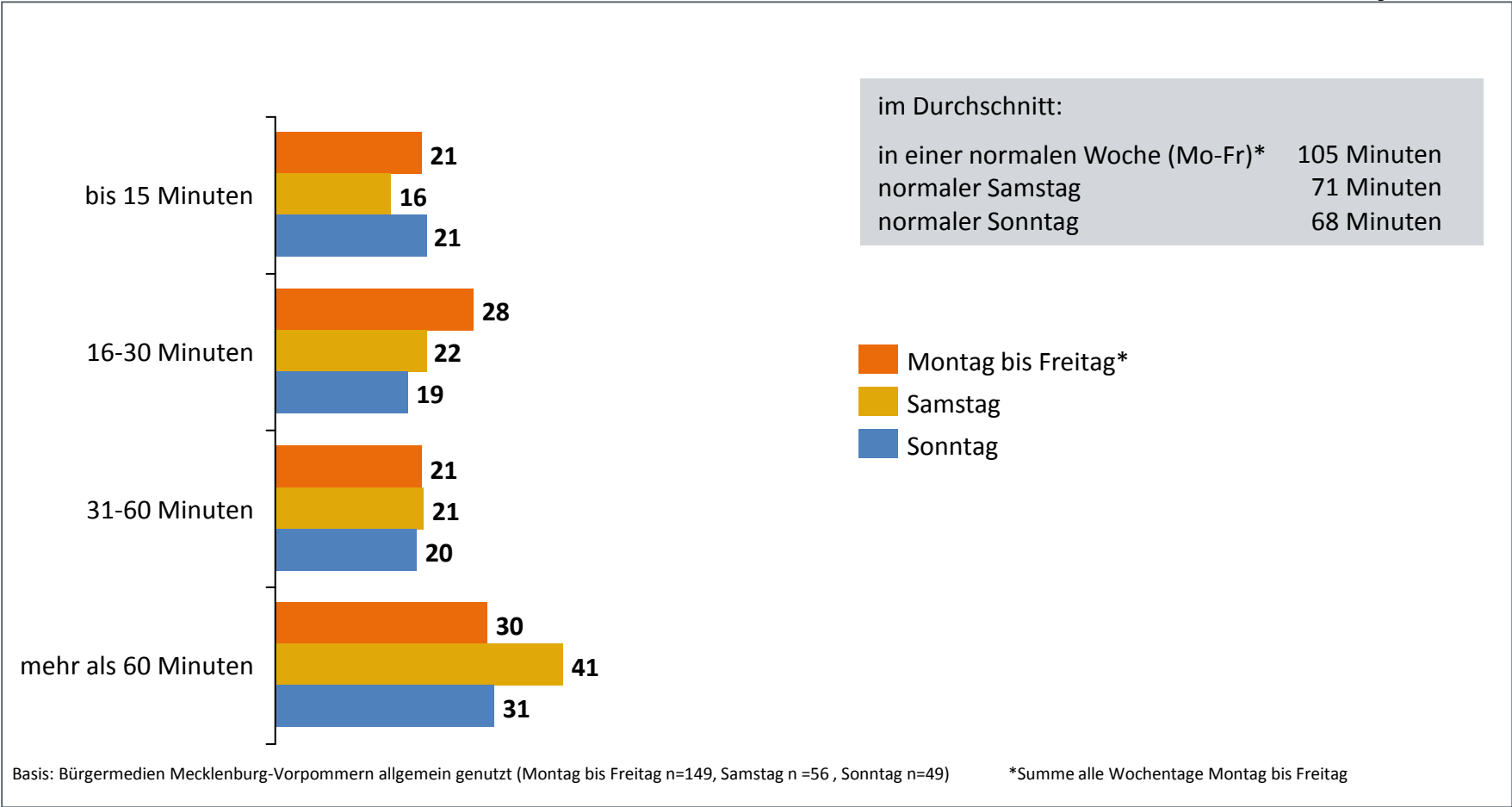
Angaben in Minuten



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-Nutzungsdauer Bürgermedien (Mo-Fr und am Wochenende)

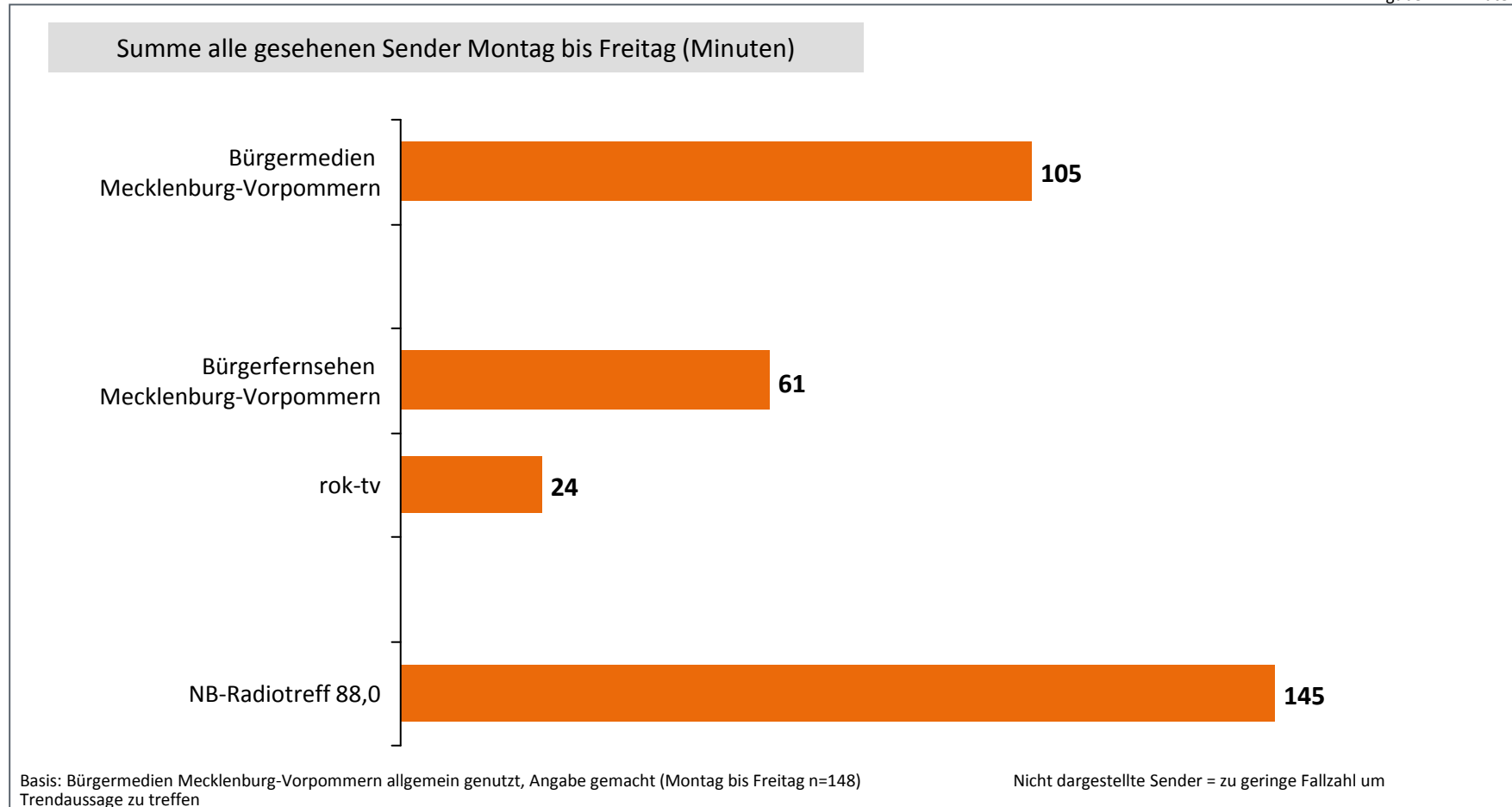
Anteile in %, Angaben in Minuten



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?

Gesamt-Nutzungsdauer Bürgermedien (Mo-Fr)

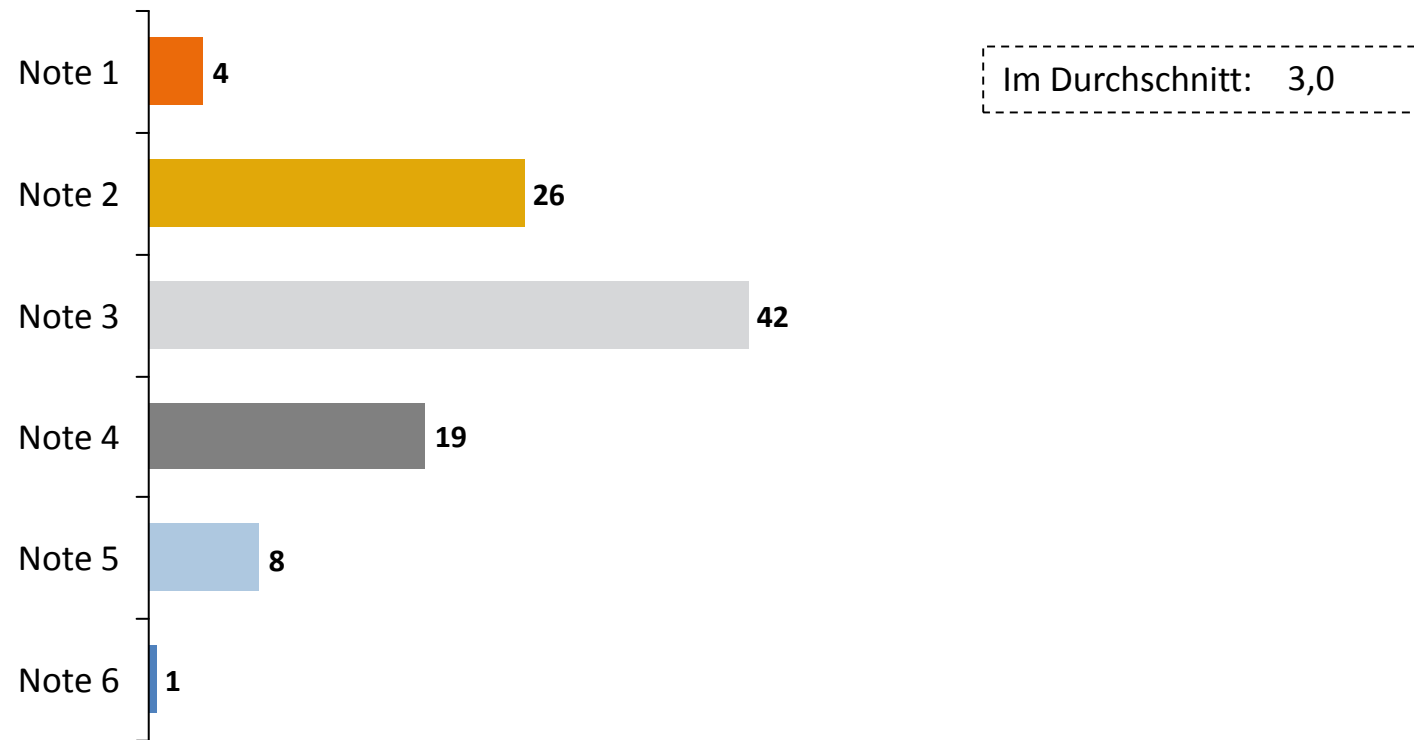
Angaben in Minuten



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 Bürgermedien

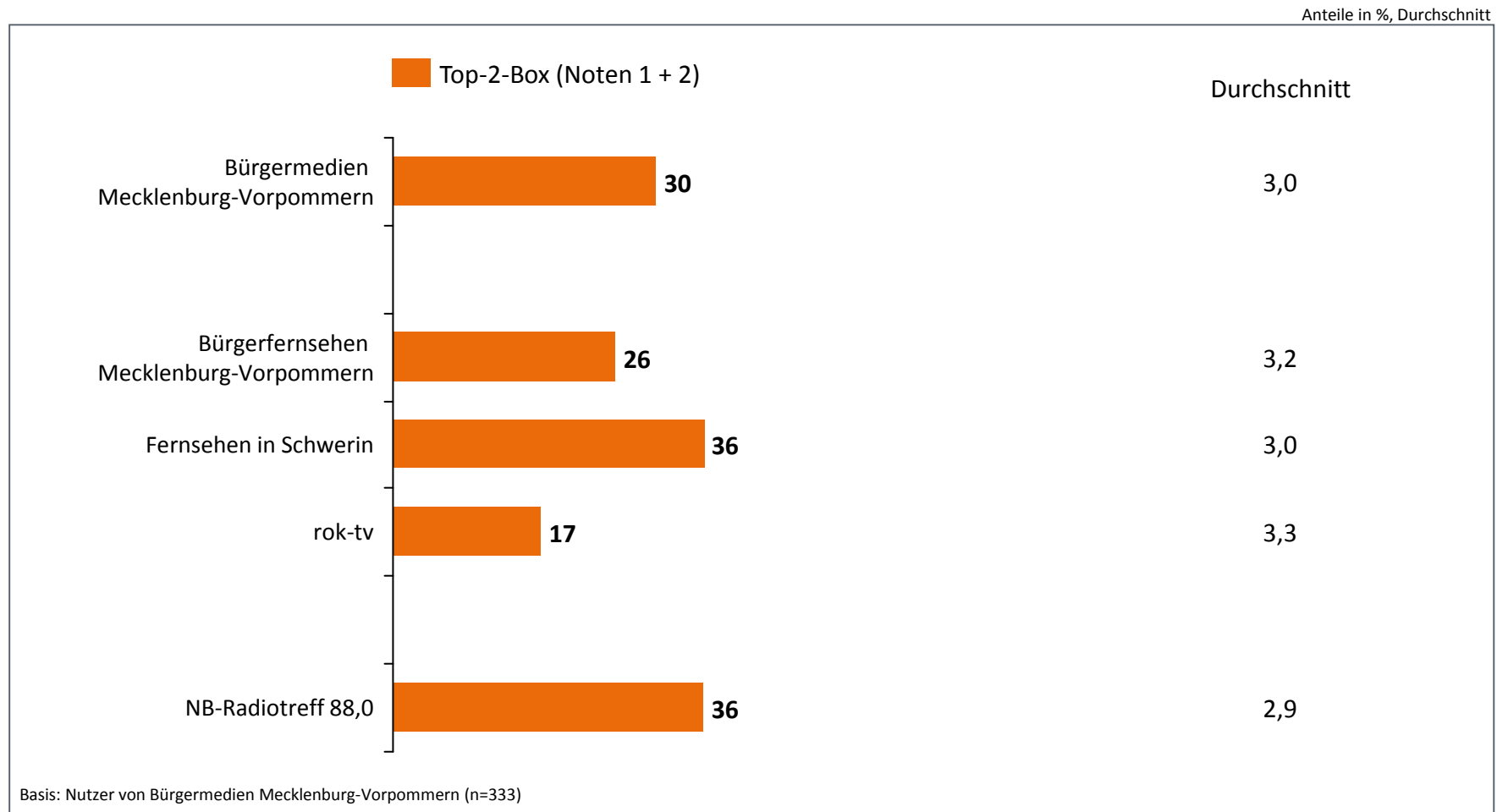
Anteile in %, Durchschnitt



Basis: Nutzer von Bürgermedien Mecklenburg-Vorpommern (n=333)

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 Bürgermedien

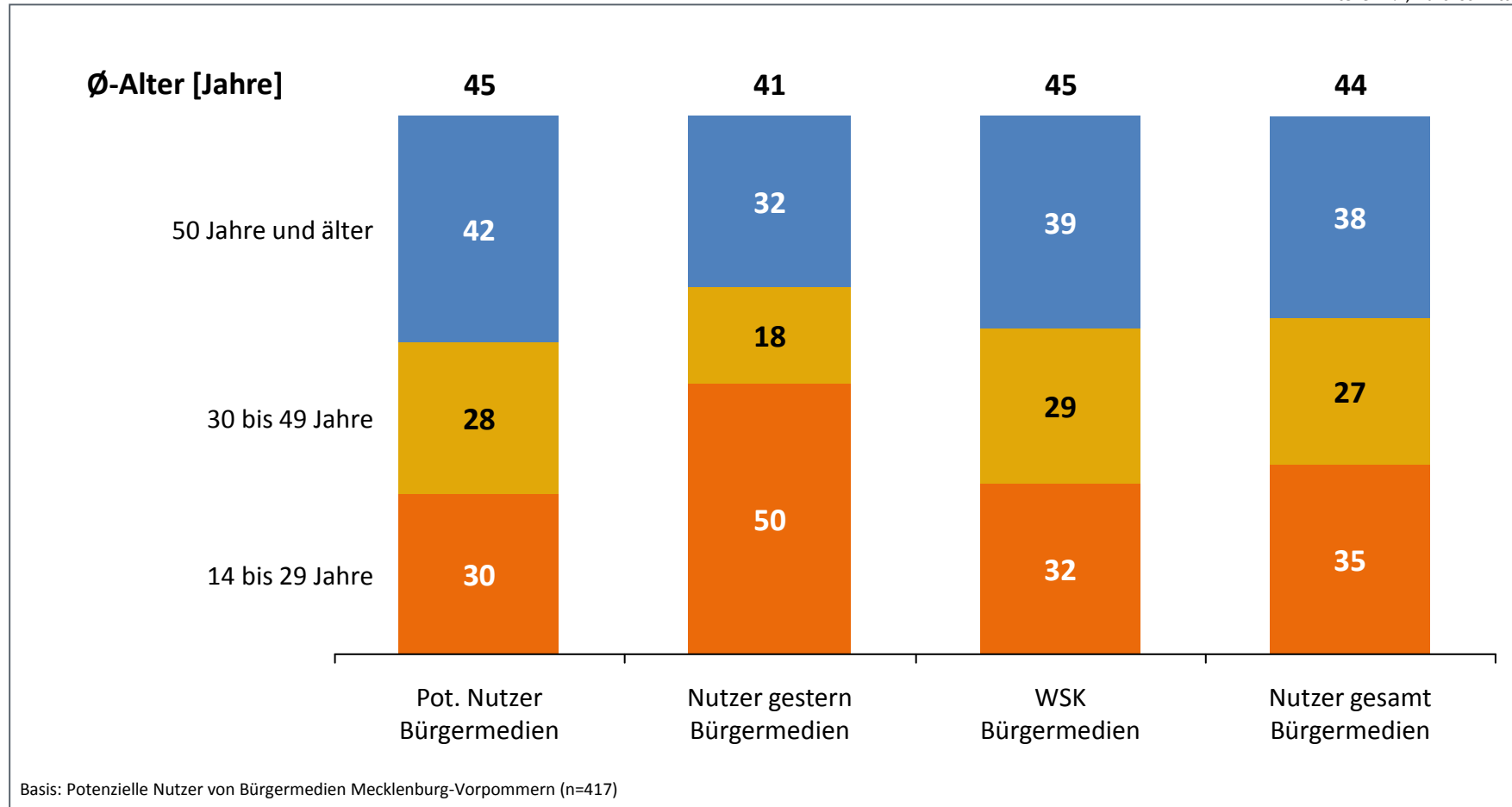


Frage 15: Wenn Sie (Sender) insgesamt betrachten, mit welcher Note von 1=sehr gut bis 6=sehr schlecht würden Sie diesen Sender – alles in allem gesehen – bewerten?

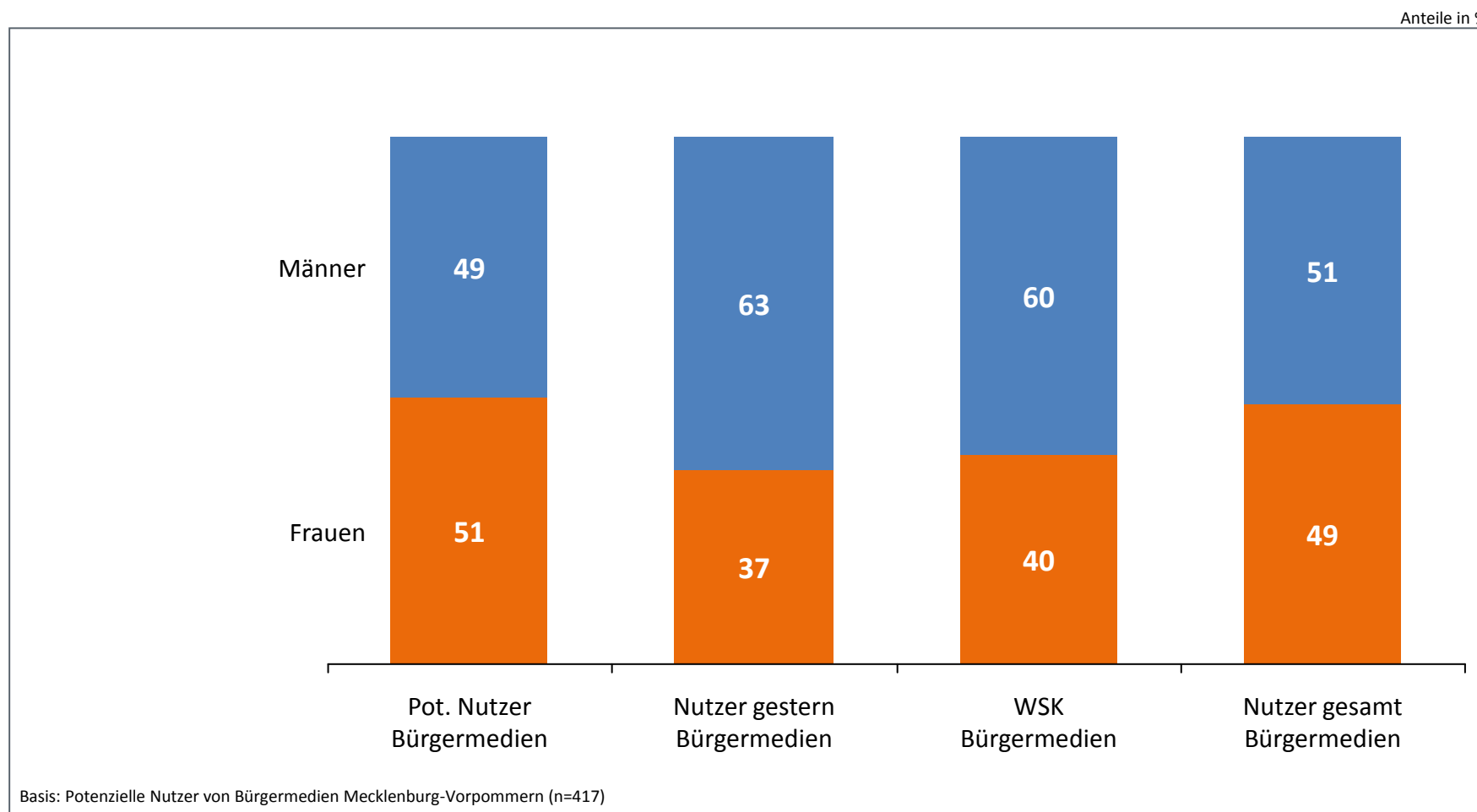
Soziodemographie

Alter (Bürgermedien)

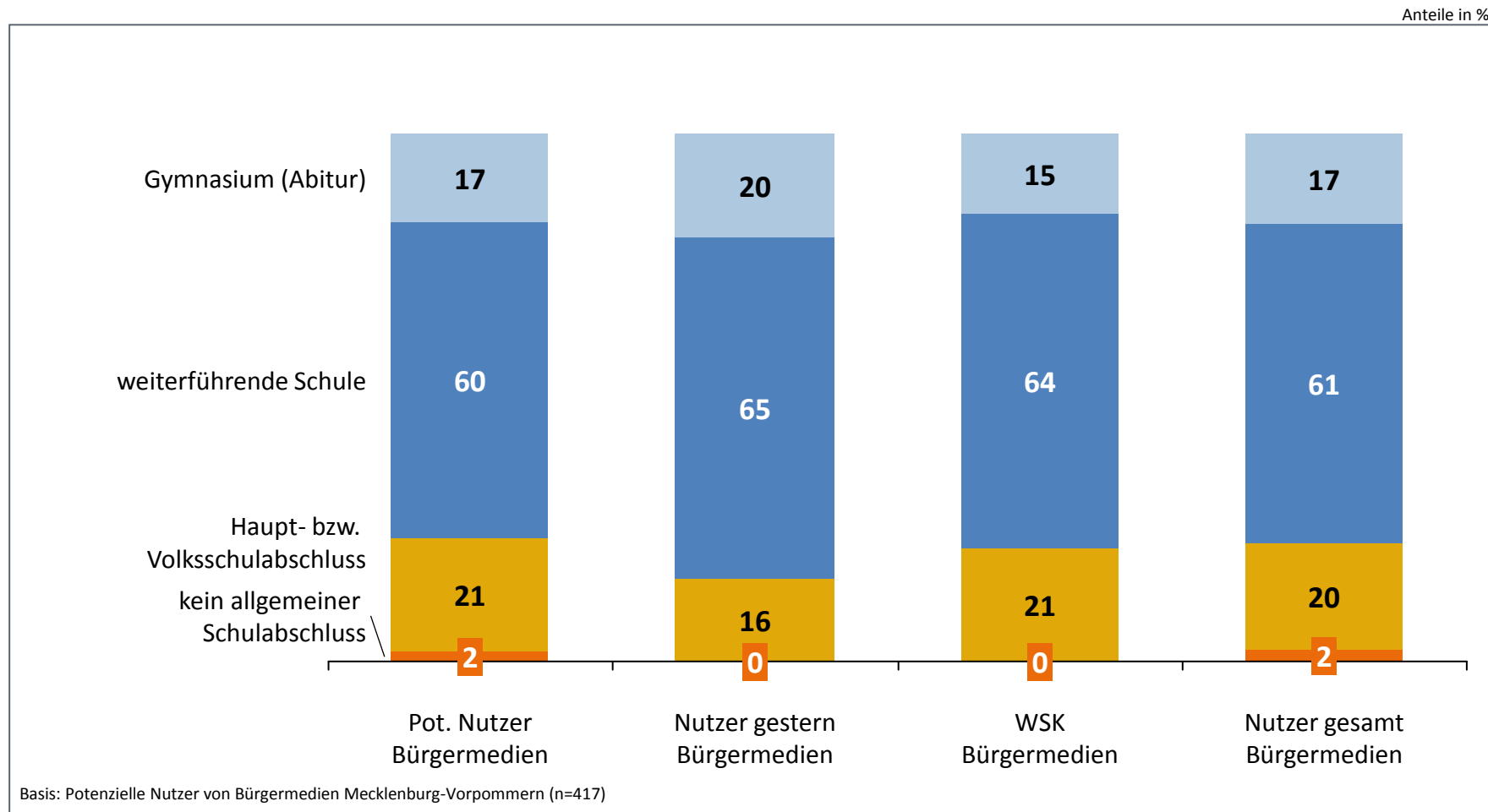
Anteile in %, Durchschnitt



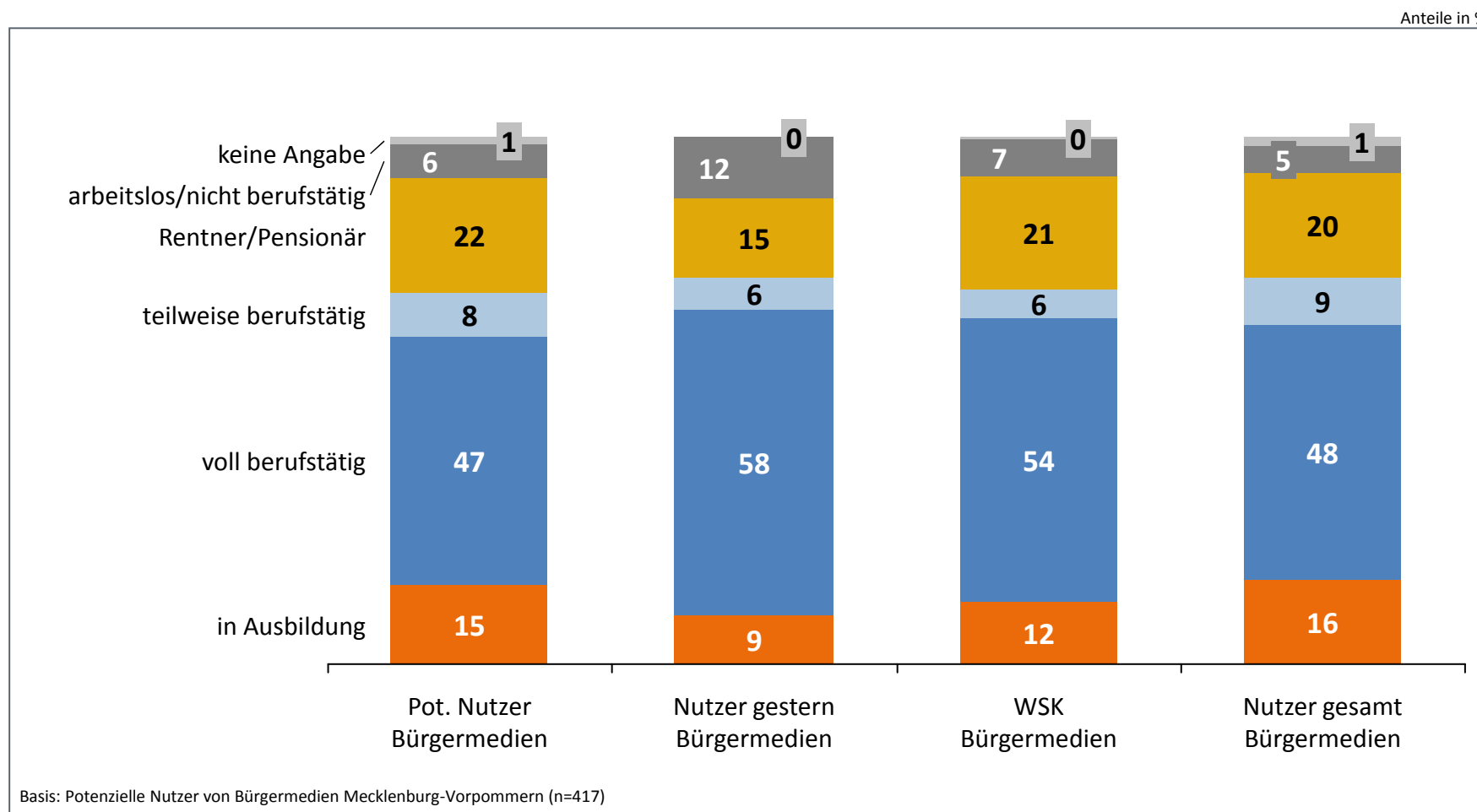
Geschlecht (Bürgermedien)



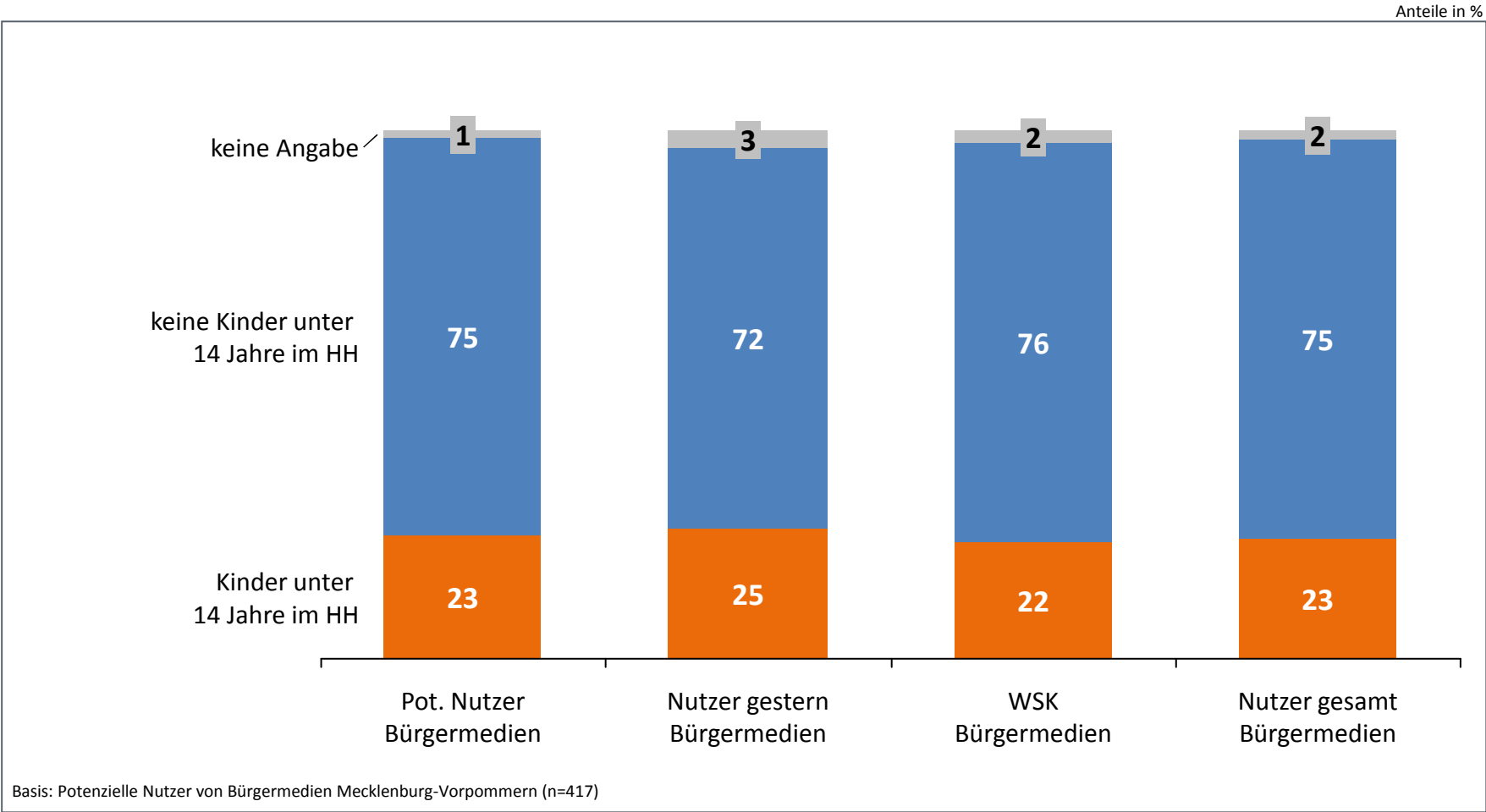
Schulbildung (Bürgermedien)



Berufstätigkeit (Bürgermedien)

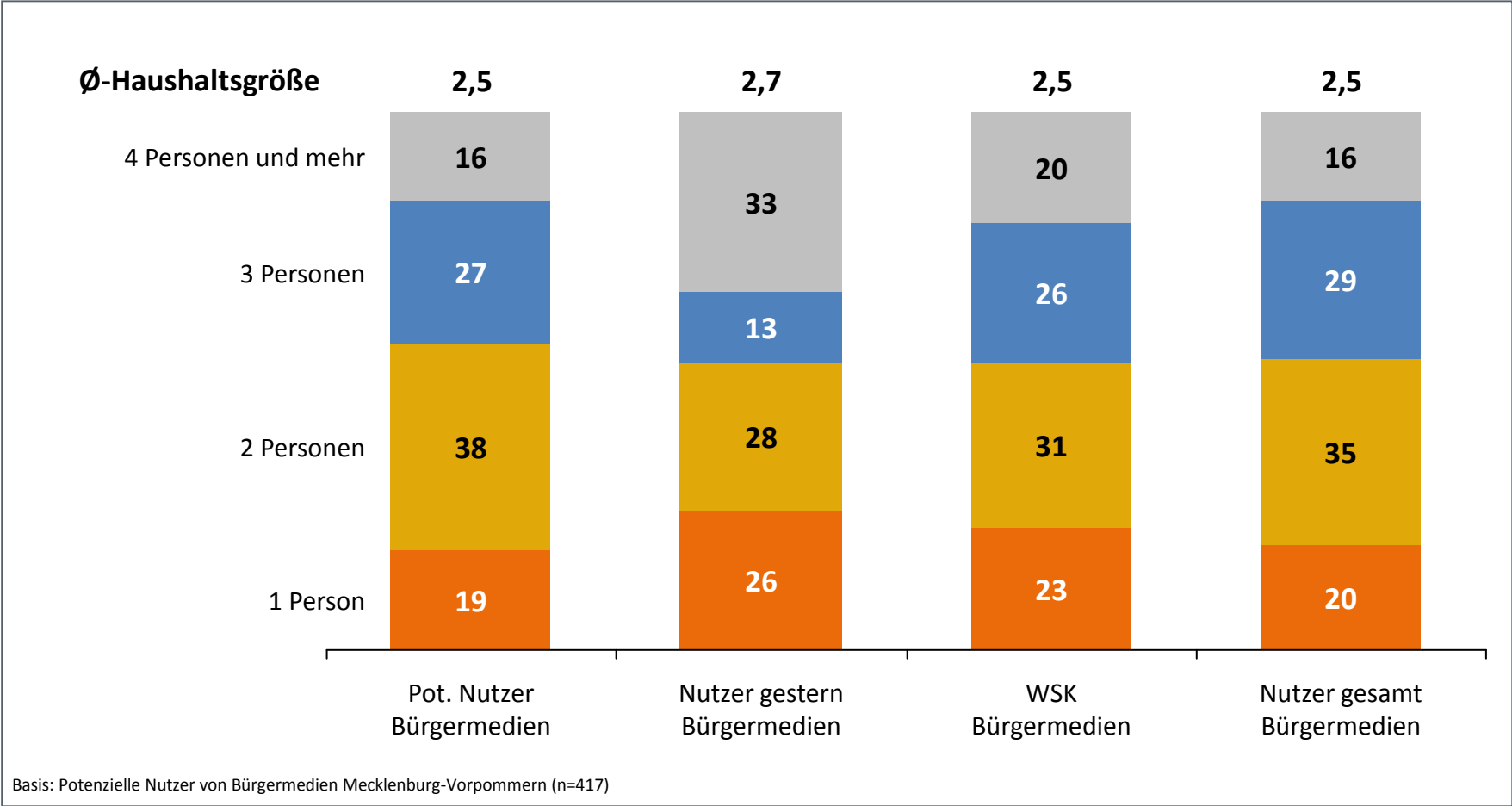


Kinder unter 14 Jahre im Haushalt (Bürgermedien)

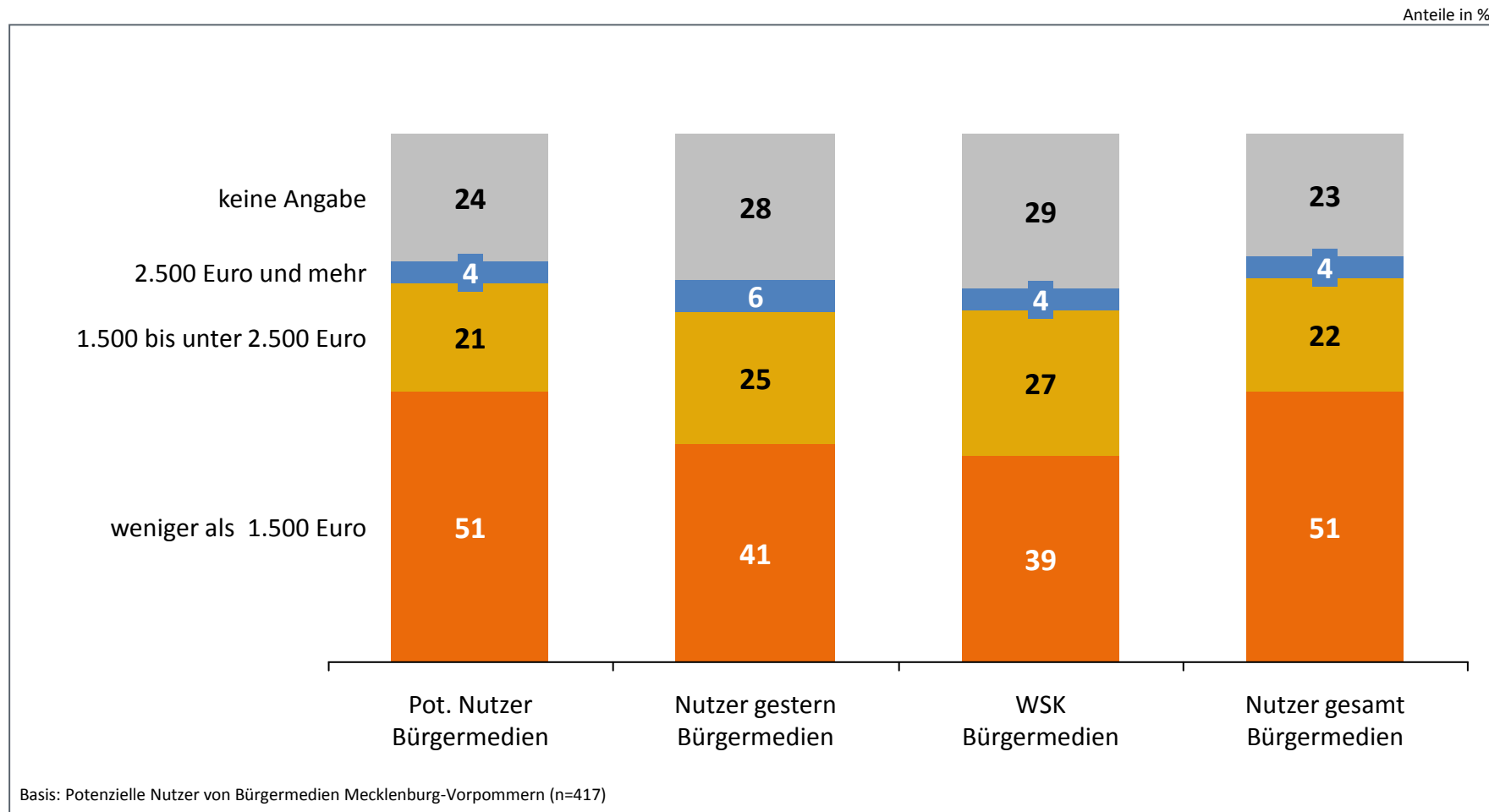


Haushaltsgröße (Bürgermedien)

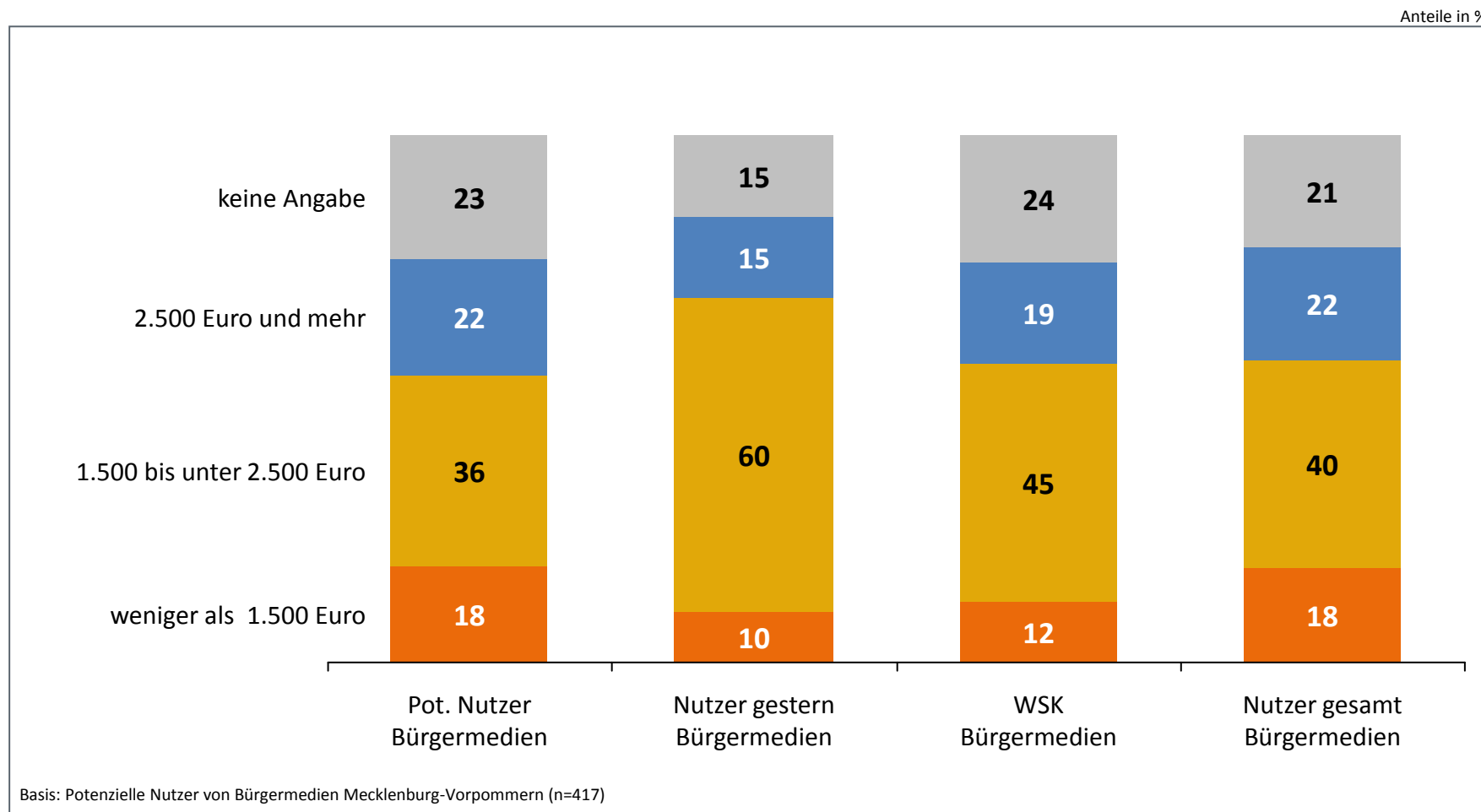
Anteile in %, Durchschnitt



Eigenes Nettoeinkommen (Bürgermedien)



Haushaltsnettoeinkommen (Bürgermedien)



Kontakt

INFO GmbH



Dr. Holger Liljeberg



Sindy Krambeer

Tel. 030/49001-300

Fax 030/49001-499

liljeberg@infogmbh.de

www.infogmbh.de