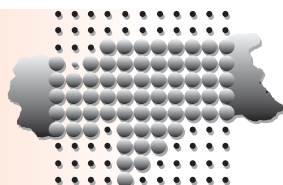


- Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Riproduzione parziale o totale autorizzata con la citazione della fonte (titolo ed edizione)
 - Sped. in a.p. - Art. 2, comma 20/c legge 662/96 (Bolzano)
 - Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nummer 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortlicher Direktor: Dr. Alfred Aberer
Gedruckt auf Recyclingpapier - Druck: PRINTEAM, BZ
- Pubblicazione quindicinale iscritta al Tribunale di Bolzano al n. 10 del 06.04.89
Direttore responsabile: Dr. Alfred Aberer
Stampato su carta riciclata - Stampa: PRINTEAM, BZ

E-mail: astat@provinz.bz.it
astat@provincia.bz.it

1980-2005
25 Jahre • anni



astat

information
rmazioni

Nr. 19 September / Settembre 2005

Radio- und Fernsehgewohnheiten in Südtirol - 2005

Indagine sull'ascolto radiotelevisivo in Alto Adige - 2005

1. FERNSEHEN

Fernsehgewohnheiten im Allgemeinen

Fast drei Viertel der Südtiroler (73,1%) sehen täglich oder fast täglich fern, 9,8% vier- bis fünfmal in der Woche, 10,3% zwei- bis dreimal in der Woche; nur eine Minderheit schaltet den Fernsehapparat höchstens an einem Tag in der Woche (3,0%) oder überhaupt nie (3,8%) ein.

1. TELEVISIONE

Abitudini sull'ascolto televisivo in generale

Quasi drei Viertel (73,1%) degli altoatesini guardano la televisione giornalmente o quasi giornalmente, 9,8% da quattro a cinque volte la settimana, il 10,3% la guarda due a tre volte la settimana. Solo una minoranza (3,0%) accende il televisore al massimo una volta alla settimana o mai (3,8%).

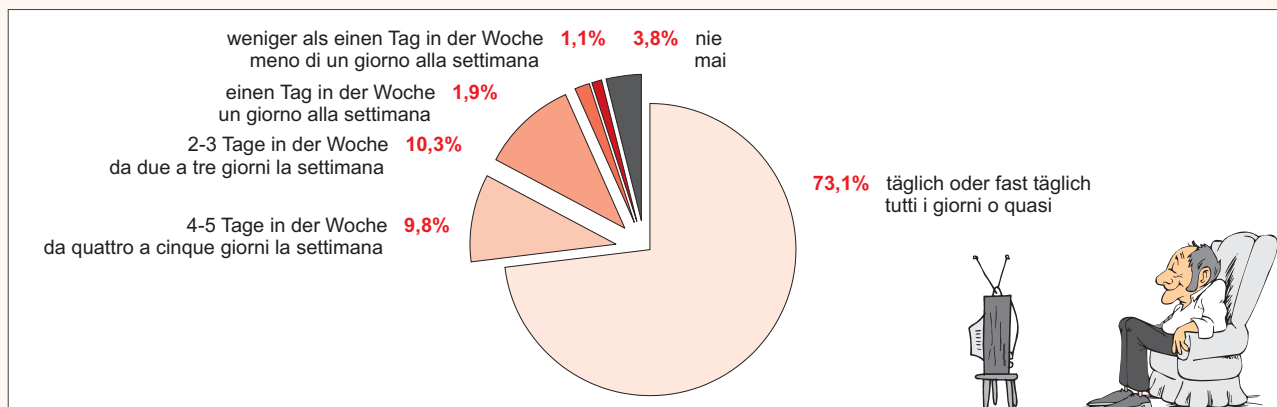
Graf. 1

Wie oft sehen Sie normalerweise fern?

Prozentuelle Verteilung

Normalmente, con quale frequenza Lei guarda la televisione?

Composizione percentuale



Wie aber unterscheiden sich die Fernsehgewohnheiten in den nach soziodemografischen Merkmalen unterteilten Bevölkerungsgruppen? Darüber gibt die folgende Tabelle Aufschluss:

Come si distinguono le abitudini televisive in relazione alle diverse variabili sociodemografiche? La seguente tabella da alcuni chiarimenti.

Tab. 1.1

Fernsehgewohnheiten nach soziodemografischen Gruppen

Personen im Alter von 15 Jahren und mehr

Abitudini nei confronti della televisione per gruppi sociodemografici

Persone in età da 15 anni in poi



SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Wie oft sehen Sie normalerweise fern? Normalmente, con quale frequenza Lei guarda la televisione?						Bevölkerung in 1.000 (a) Popolazione in 1.000 (a) N	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
	täglich oder fast täglich	4-5 Tage in der Woche	2-3 Tage in der Woche	einen Tag in der Woche	weniger als einen Tag in der Woche	nie		
	tutti i giorni o quasi	4-5 giorni la settimana	2-3 giorni la settimana	un giorno alla settimana	meno di un giorno alla settimana	mai		
	%	%	%	%	%	%		
Geschlecht								Sesso
Männer	71,4	11,5	9,7	1,3	1,2	4,9	191	Maschi
Frauen	74,8	8,1	10,7	2,4	1,0	2,8	199	Femmine
Alter (Jahre)								Età (anni)
15-24	62,9	16,4	16,1	2,5	..	2,1	53	15-24
25-34	62,6	12,6	14,3	3,1	0,5	6,9	69	25-34
35-44	65,4	10,3	14,7	2,5	2,7	4,5	82	35-44
45-54	73,1	11,1	8,9	1,1	1,5	4,3	59	45-54
55-64	85,2	6,5	4,6	1,4	0,7	1,6	53	55-64
65 und mehr	89,9	3,2	2,8	0,7	0,8	2,7	75	65 e oltre
Schulbildung								Titolo di studio
Ohne Abschluss/Grundschule	89,2	3,7	3,7	0,6	0,8	2,1	71	Nessun titolo/Scuola elemen.
Mittelschule	75,4	7,9	10,7	2,1	1,5	2,5	97	Scuola media
Lehre/Fachdiplom	71,3	11,4	12,4	2,2	0,7	2,0	98	Apprendistato/Dipl. di qualifica
Matura/Doktorat	63,7	13,4	12,0	2,2	1,3	7,4	125	Maturità/Laurea
Sprachgruppe								Gruppo linguistico
Deutsch	71,8	11,1	10,7	2,3	2,3	2,8	257	Tedesco
davon:								di cui:
Deutsch Landgemeinden	72,0	11,3	11,0	2,4	1,1	2,2	203	Tedesco (comuni rurali)
Deutsch Stadtgemeinden	70,9	10,3	9,6	2,1	2,1	5,0	54	Tedesco (città)
Italienisch	77,4	6,3	9,0	1,0	0,9	5,5	115	Italiano
Ladinisch	72,8	10,6	11,4	2,0	..	3,2	13	Ladino
Erwerbsstellung								Condizione professionale
Erwerbspersonen	66,2	12,6	12,7	2,4	1,7	4,5	205	Forze di lavoro
Nicht-Erwerbspersonen	80,8	6,7	7,6	1,4	0,5	3,1	185	Non forze di lavoro
davon:								di cui:
Student/in	61,3	14,0	18,3	1,5	..	5,0	38	studenti/esse
Hausfrau/mann	82,3	4,1	8,0	2,0	0,7	2,9	48	casalinghe/i
Pensionist/in	88,8	4,8	3,3	0,6	0,6	1,9	95	pensionati
Wohngebiet								Zona abitativa
Landgemeinden	72,3	11,0	10,4	2,3	1,1	2,9	240	Comuni rurali
Stadt (Bozen, Brixen, Bruneck, Leifers, Meran)	74,5	7,7	10,0	1,2	1,1	5,4	150	Città (Bolzano, Bressanone, Brunico, Laives, Merano)
Bezirksgemeinschaften								Comunità comprensoriali
Vinschgau	75,0	7,6	11,1	1,8	0,9	3,6	28	Val Venosta
Burggrafenamt	70,4	8,9	12,0	3,8	2,0	2,9	75	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	70,9	10,1	11,2	0,4	1,9	5,5	54	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	76,0	8,0	8,8	1,0	0,2	5,9	83	Bolzano
Salten-Schlern	72,6	12,4	9,1	1,9	0,7	3,4	39	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	71,0	13,9	11,0	0,6	1,6	2,0	52	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	75,9	8,7	8,9	3,4	0,6	2,5	59	Val Pusteria
Insgesamt	73,1	9,8	10,3	1,9	1,1	3,8	390	Totale

(a) Aufgrund der Auf- und Abrundungen auf Tausend oder des Weglassens einiger Kategorien entspricht die Summe der einzelnen Posten bei einigen soziodemografischen Gruppen nicht der Gesamtzahl von 390.000.
A causa degli arrotondamenti alle migliaia oppure dell'omissione di alcune categorie, in alcuni gruppi sociodemografici la somma delle singole voci non corrisponde al totale di 390.000.

Auffallende Unterschiede zeigen sich in der Analyse nach Altersklassen, Bildungsgrad und Sprachgruppe. Ausserdem ist der Fernsehkonsum unter Nicht-Erwerbspersonen erwartungsgemäß deutlich höher. Allgemein gilt:

Nell'analisi fra classi di età, titolo di studio e gruppo linguistico, si possono notare evidenti differenze. Inoltre, come prevedibile, il consumo televisivo è nettamente superiore per le persone non attive. In generale si osserva che:

- der tägliche Fernsehkonsum steigt mit zunehmendem Alter (insbesondere ab dem 45. Lebensjahr)
- der tägliche Fernsehkonsum sinkt mit steigendem Bildungsgrad
- die italienische Sprachgruppe verbringt mehr Zeit vor dem Fernseher als die deutsche und ladinische Sprachgruppe.

- il consumo televisivo giornaliero aumenta con l'età (in particolare dopo i 45 anni);
- il consumo televisivo diminuisce con l'aumento del titolo di studio;
- il gruppo linguistico italiano trascorre più tempo davanti alla televisione del gruppo tedesco e ladino.

Die beliebtesten Programmarten

Nachrichtensendungen (97,0%), Informationssendungen (85,2%), Spielfilme (81,3%) sowie Dokumentationen zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen (78,1%) sind die Spitzenreiter in der Beliebtheitsskala der verschiedenen Programmarten, welche auf öffentlich-rechtlichen Sendern verfolgt werden.

Le trasmissioni più seguite

Telegiornali (97,0%) programmi di informazione (85,2%), film (81,3%) e documentari culturali e scientifici (78,1%) sono i programmi più gettonati seguiti su emittenti pubbliche.

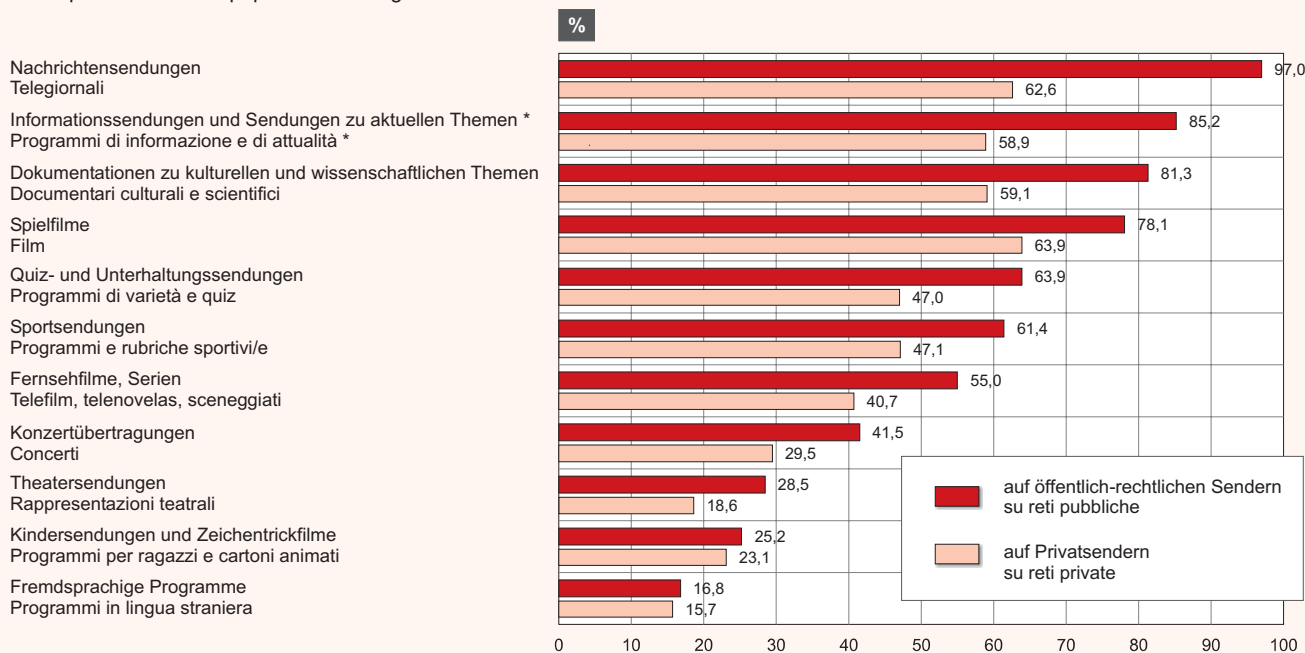
Graf. 2

Fernsehsendungen, welche auf öffentlich-rechtlichen und Privatsendern gesehen werden

Prozentueller Anteil aller Personen, welche zumindest gelegentlich fern sehen

Trasmissioni televisive seguite su emittenti pubbliche e private

Valori percentuali sulla popolazione che guarda la televisione almeno saltuariamente



* z.B. Diskussionsrunden, Reportagen
p.es. dibattiti, reportage

© astat 2005 - Ir



Einige Daten über die Fernsehsender

Bevor auf die Seherzahlen der einzelnen Sender eingegangen wird, werden die Schätzungen in absoluten Werten über den allgemeinen Fernsehkonsum in Südtirol angegeben:

- 375.000 Personen mit 15 und mehr Jahren sehen zumindest gelegentlich fern;
- 285.000 davon sind *tägliche Seher*;
- 371.000 sind *wöchentliche Seher*;
- die *Tagesreichweite* beläuft sich auf 297.000 Personen.

Alcuni dati sulle emittenti televisive

Prima di considerare i dati di ascolto delle singole emittenti si riportano le stime, in valori assoluti, relative alla televisione in generale:

- sono 375.000 le persone di 15 anni e più, che guardano la televisione almeno saltuariamente;
- tra questi 285.000 sono *utenti giornalieri*;
- 371.000 sono gli *utenti settimanali*;
- l'*utenza media giornaliera* ammonta a 297.000 persone.

Tab. 1.2

Konsumenten der öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsender nach Einschaltquoten

Werte in Tausend und Prozentanteile aller Personen, die zumindest gelegentlich fernsehen

**Utenti delle emittenti televisive pubbliche e private per frequenza di ascolto**

Valori in migliaia e in % sulla popolazione che guarda la televisione almeno saltuariamente

FERNSEHSENDER EMITTENTI TELEVISIVE		Bekannt- heitsgrad Grado di conoscenza	Tägliche Seher Utenti giornalieri	Wöchentliche Seher Utenti settimanali	Tages- reichweite Utenza media giornaliera	Tagesreichweite Utenza media giornaliera
Fernsehen insgesamt Televisione in generale	N %		285 76,1	371 98,8	297 79,1	
Öffentlich-rechtliche Fernsehsender Emittenti televisive pubbliche						
RAI Sender Bozen - Sendungen in deutscher Sprache	N	324	161	271	182	182
RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua tedesca	%	86,4	42,8	72,1	48,5	
RAI Sender Bozen - Sendungen in italienischer Sprache	N	287	57	149	81	81
RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua italiana	%	76,4	15,1	39,6	21,6	
RAI Sender Bozen - Sendungen in ladinischer Sprache	N	252	50	113	67	67
RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua ladina	%	67,2	13,4	30,0	17,9	
RAI 1	N %	351 93,6	94 25,0	207 55,2	122 32,4	122
RAI 2	N %	344 91,7	75 19,9	194 51,8	110 29,2	110
RAI 3 (nationales Programm) RAI 3 (programma nazionale)	N %	326 86,8	95 25,4	200 53,4	120 32,0	120
ORF 1	N %	330 87,9	101 26,9	264 70,2	150 39,9	150
ORF 2	N %	324 86,4	104 27,7	249 66,5	147 39,1	147
ARD	N %	242 64,5	34 9,1	156 41,6	72 19,1	72
ZDF	N %	324 86,4	74 19,7	246 65,5	128 34,2	128
SF1 (Schweizer Fernsehen) SF1 (Televisione Svizzera)	N %	172 45,8	20 5,3	79 21,2	38 10,1	38
Private Fernsehsender Emittenti televisive private						
RTTR	N %	149 39,6	10 2,8	52 13,9	25 6,7	25
LA 9	N %	67 18,0	** **	19 5,1	9 2,4	9
TCA	N %	136 36,3	9 2,5	47 12,5	22 6,0	22
TELE PACE	N %	103 27,3	7 1,8	25 6,7	12 3,2	12
TV3	N %	117 31,3	16 4,2	42 11,1	23 6,2	23
VIDEOLANZANO 33	N %	204 54,4	30 8,1	94 25,0	50 13,3	50
ANTENNA TRE VENETO	N %	53 14,1	** **	16 4,3	7 1,8	7
andere deutschsprachige Sender altre emittenti in lingua tedesca	N %	199 53,0	69 18,3	165 43,9	98 26,0	98
andere italienischsprachige Sender altre emittenti in lingua italiana	N %	215 57,3	66 17,6	139 37,1	88 23,4	88

** Die in der Stichprobe erhobenen Angaben zu den Einschaltquoten reichen für statistisch gültige Schlussfolgerungen nicht aus
 Le indicazioni di ascolto rilevate nel campione non sono sufficienti per trarre conclusioni statisticamente valide

Zieht man die Tagesreichweite als Vergleichsmaßstab heran, so stehen bei den Fernsehsendern die Sendungen in deutscher Sprache des RAI Sender Bozen (182.000 Zuschauer an einem durchschnittlichen Wochentag) an erster Stelle, gefolgt von ORF 1 (150.000), ORF 2 (147.000) und ZDF (128.000). Danach folgen die drei gesamtstaatlichen Kanäle RAI 1 (122.000), RAI 3 (120.000) und RAI 2 (110.000).

Prendendo come confronto l'utenza media giornaliera, le trasmissioni in lingua tedesca della RAI Sender Bozen si assestano sul primo posto dei canali televisivi (182.000 spettatori al giorno medio settimanale), seguito da ORF 1 (150.000), ORF 2 (147.000) e ZDF (128.000). Seguono poi le emittenti nazionali RAI 1 (122.000), RAI 3 (120.000) e RAI 2 (110.000).

Empfang

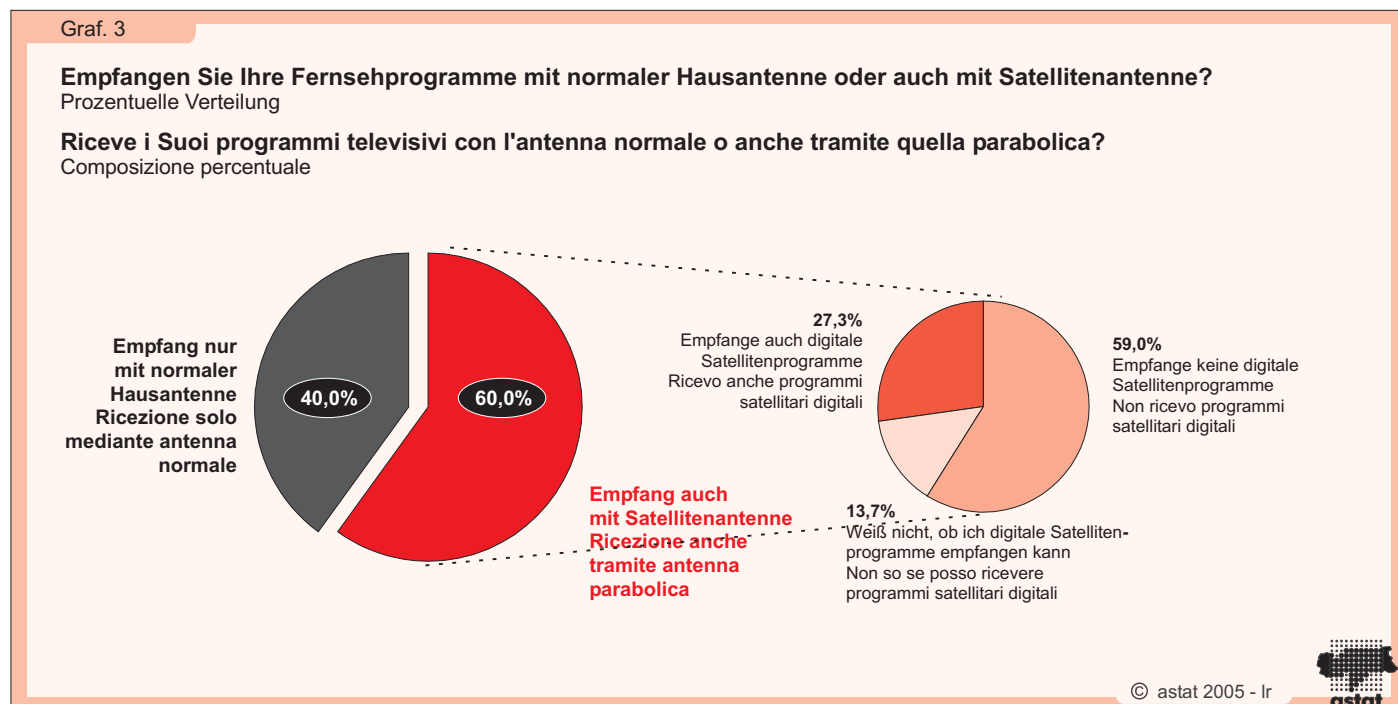
40,0% der Fernsehgerätbesitzer empfangen ihre Programme mit normaler Hausantenne, 60,0% auch mit Satellitenantenne (im Jahr 2001 betrug dieser Prozentsatz 49,3%). 27,3% der Besitzer von Satellitenantennen können damit auch digital ausgestrahlte Programme empfangen, 59,0% nur analoge und 13,7% konnten dazu keine Auskunft geben.

Auf die Frage, ob ein Empfang zusätzlicher Programme über die normale Hausantenne erwünscht wäre, antworteten vier Fünftel der befragten Personen, sie wären mit dem derzeitigen Angebot zufrieden. Jeder fünfte hingegen würde den Empfang weiterer Sender begrüßen. Spitzenreiter der Wunschliste sind in der deutschen Sprachgruppe die Sender des Schweizer Fernsehens und des ARD, welche nicht flächendeckend in Südtirol empfangen werden können, sowie RTL; in der italienischen Sprachgruppe die Sender MTV und Eurosport.

Ricezione

Il 40,0% di chi possiede un televisore, riceve i programmi tramite l'antenna normale, il 60,0% anche tramite un'antenna satellitare (nel 2001 questa percentuale era del 49,3%). Il 27,3% di chi ha un'antenna satellitare, tramite questa, può ricevere anche programmi digitali, il 59,0% solo analogici, il 13,7% non era in grado di rispondere.

Alla domanda sul desiderio di ricevere ulteriori emittenti tramite la normale antenna analogica, quattro persone su cinque affermano di essere soddisfatte dell'attuale offerta. Uno su cinque vorrebbe ricevere altre emittenti. Ai primi posti dei canali desiderati, si ritrovano, per il gruppo linguistico tedesco, il canale svizzero e ARD, che non coprono del tutto il territorio provinciale, ma anche RTL. Per il gruppo linguistico italiano si trovano i canali MTV e Eurosport.



Digitales terrestrisches Fernsehen

Es gibt grundsätzlich vier mögliche Verteilersysteme der Fernsehübertragung:

- via Kabel,
- via Telefonnetz/Internet,
- via Äther, von den Übertragungsantennen zu den Antennen der Häuser (das so genannte terrestrische System im Gegensatz zum Satellitensystem)
- via Äther, vom Satelliten zur Parabolantenne.

Die Option via Kabel existiert in Italien praktisch nicht und auch die Verteilung via Internet ist noch in Diskussion und wird erst getestet. Die Übertragung via Äther ist das klassische System, das von den öffentlichen Sendern und den großen Privatsendern verwendet wird, sei es in terrestrischer Form als auch via Satellit.

Der Begriff „digital“ bezieht sich auf die technologische Entwicklung in der Übertragung von Audiosignalen, visuellen Signalen und Datensignalen, im Gegensatz zur analogen Technologie.

Natürlich verlangt die Digitaltechnik neue Geräte. Der Zuschauer muss sich deshalb allerdings nicht gleich ein komplettes neues Fernsehgerät kaufen: wie beim Satellitenempfang kann ein vorhandener Fernseher mit einer so genannten DVB-t-Zusatzbox (DVB-T = Digital Video Broadcasting Terrestrial), Decoder genannt, digitaltauglich gemacht werden. Durch Umstellung auf digitale Übertragungstechnik gewinnt man eine ganze Reihe von Vorteilen:

- eine größere Anzahl von verfügbaren Programmen/Kanälen (mindestens ein Fünffaches der zur Zeit verfügbaren);
- eine bessere audio-visuelle Qualität: die digitale Übertragung ist im Falle von Signalstörungen (Echo, Interferenzen, usw.) viel widerstandsfähiger;
- die Möglichkeit der aktiven und direkten Teilnahme an Fernsehprogrammen (Ausdruck der eigenen Präferenzen, Auswahl von Produkten, usw.) mit einfacher Betätigung der Fernbedienung, anstelle von Telefonanrufen und SMS-Nachrichten;
- die Möglichkeit, das Fernsehen für Informationsdienste und Dienste von öffentlichem Nutzen zu verwenden, die zurzeit nur über „komplexere“ Medien zugänglich sind, wie einem Internetzugang über den PC;
- Geringere elektromagnetische Umweltbelastung: die Übertragungskräfte beim digitalen System sind geringer als jene des analogen.

Die vollständige Umstellung auf DVB-T, also die Abschaffung der analogen Ausstrahlung von Fernsehprogrammen, ist in Italien innerhalb 31. Dezember 2006 vorgesehen. Zum jetzigen Zeitpunkt wären lediglich 22,4% der Fernsehgerätbesitzer bereit, sich eine solche Zusatzbox zu kaufen (für deren Anschaffung staatliche Beiträge vorgesehen sind), 61,9% lehnen dies ab und 15,7% sind noch unschlüssig.

Il digitale terrestre

Esistono sostanzialmente quattro possibili sistemi di diffusione delle trasmissioni televisive:

- via cavo,
- via rete telefonica/internet,
- via etere, dalle antenne di trasmissione alle antenne delle case (il cosiddetto sistema "terrestre", in contrapposizione al sistema "satellitare"),
- via etere, dal satellite all'antenna parabolica.

La soluzione via cavo è praticamente inesistente in Italia e la soluzione via internet è ancora in discussione ed in fase sperimentale. La trasmissione via etere è il sistema classico utilizzato dalle reti pubbliche e dalle grandi reti private italiane, sia nella formula "terrestre", sia tramite satellite.

Il vocabolo "digitale" si riferisce all'evoluzione tecnologica nella trasmissione dei segnali audio/video/dati, in contrapposizione con l'attuale tecnologia "analogica".

Ovviamente la nuova tecnica digitale richiede nuove attrezzature. Per questo lo spettatore non deve necessariamente acquistare un nuovo televisore, ma, come per la ricezione satellitare, può adattare il proprio apparecchio grazie ad un box digitale terrestre (box DVB-T = Digital Video Broadcasting Terrestrial, comunemente detto "decoder"). Grazie al passaggio alla trasmissione digitale, si hanno una serie di vantaggi:

- un maggior numero di programmi disponibili (almeno il quintuplo di quelli attuali);
- una migliore qualità audio-visiva: la trasmissione digitale è molto più resistente rispetto a quella analogica in caso di disturbi del segnale (echi, interferenze, ecc.);
- la possibilità di partecipazione attiva e immediata ai programmi televisivi (espressione di preferenze, selezione di prodotti, ecc.) con semplici azioni sul telecomando, invece che con l'effettuazione di telefonate o l'invio di SMS;
- la possibilità di usare il mezzo televisivo per l'utilizzo di servizi di informazione e di pubblica utilità, ora accessibili solo con mezzi più "complessi", quale l'accesso ad internet tramite il personal computer;
- un minore inquinamento elettromagnetico: le potenze di trasmissione del sistema digitale sono inferiori rispetto a quelle dell'analogico.

Il completo passaggio alla trasmissione digitale terrestre, e quindi l'abolizione della trasmissione analogica, è prevista in Italia entro il 31 dicembre del 2006. Al momento solo il 22,4% di chi possiede un apparecchio televisivo sarebbe disposto ad acquistare un box per il digitale terrestre, che ricordiamo è coperto da contributi statali, 61,9% si dice non disposto e un 15,7% è indeciso.

Teletext

Mehr als ein Viertel der Teletextnutzer nimmt diesen Dienst täglich oder fast täglich in Anspruch (26,5%). Hauptmotiv dafür sind die Konsultation der Fernsehprogramme (53,9%), das Einholen von Informationen zu aktuellen Meldungen (50,9%) und zu Sportergebnissen (43,2%). Weitere Motive sind das Nachschlagen der Wettervorhersagen (28,8%), der Lottozahlen, der Börsenkurse und der Verkehrsinformationen.

Televideo

Più di un quarto delle persone che utilizzano televideo, lo fa giornalmente o quasi (26,5%). I motivi principali per l'utilizzo sono per ottenere informazioni sui programmi televisivi (53,9%), per consultare le ultime notizie (50,9%) e i risultati sportivi (43,2%). Ulteriori motivi sono le previsioni meteorologiche (28,8%), il controllo dei numeri del lotto, dei titoli di borsa e le informazioni sul traffico.

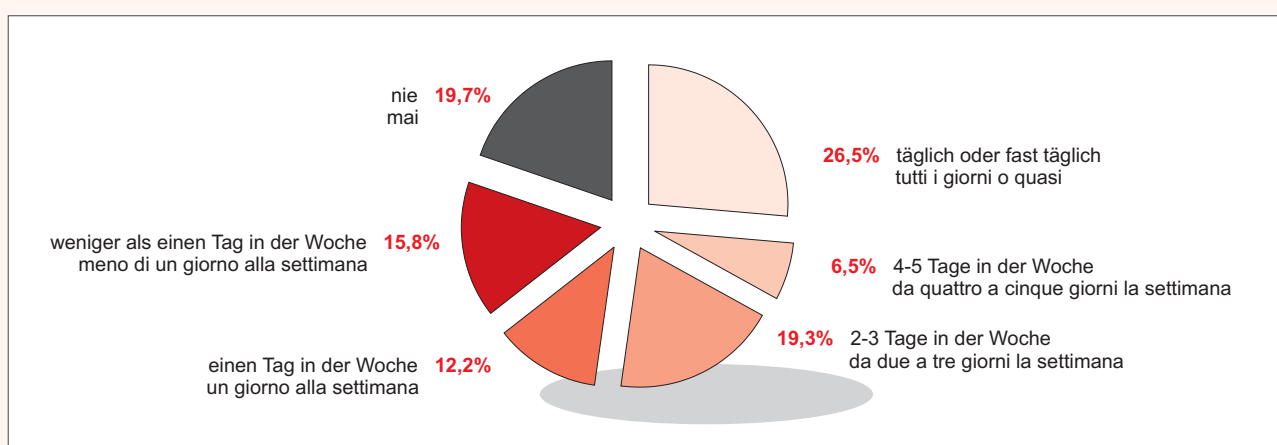
Graf. 4

Wie oft benutzen Sie den Teletext?

Prozentuelle Verteilung

Con quale frequenza Lei utilizza il televideo?

Composizione percentuale



© astat 2005 - Ir



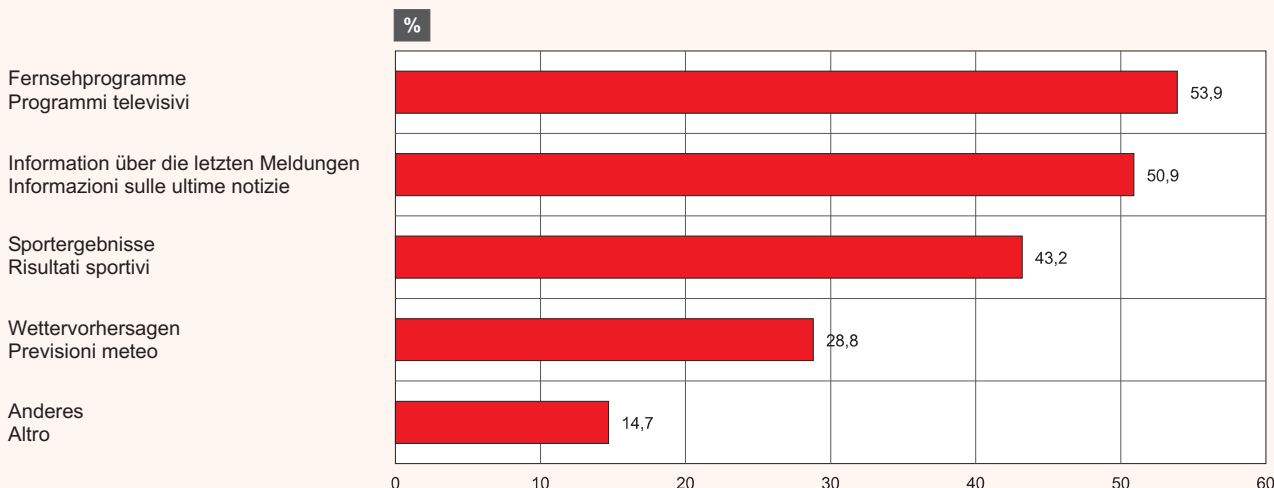
Graf. 5

Wozu benutzen Sie den Teletext?

Prozentwerte; Mehrfachnennungen möglich

Per cosa utilizza televideo?

Valori percentuali; possibili più risposte



© astat 2005 - Ir



2. RADIO

Radiogewohnheiten im Allgemeinen

Der überwiegende Teil der Bevölkerung hört täglich oder fast täglich Radio (66,3%), 17,7% zumindest ein Mal in der Woche und 16,0% schalten das Radio selten oder überhaupt nie ein.

2. RADIO

Abitudini sull'ascolto radio in generale

La maggior parte della popolazione ascolta la radio giornalmente o quasi (66,3%), il 17,7% ascolta la radio almeno una volta la settimana e il 16,0% accende la radio raramente o mai.

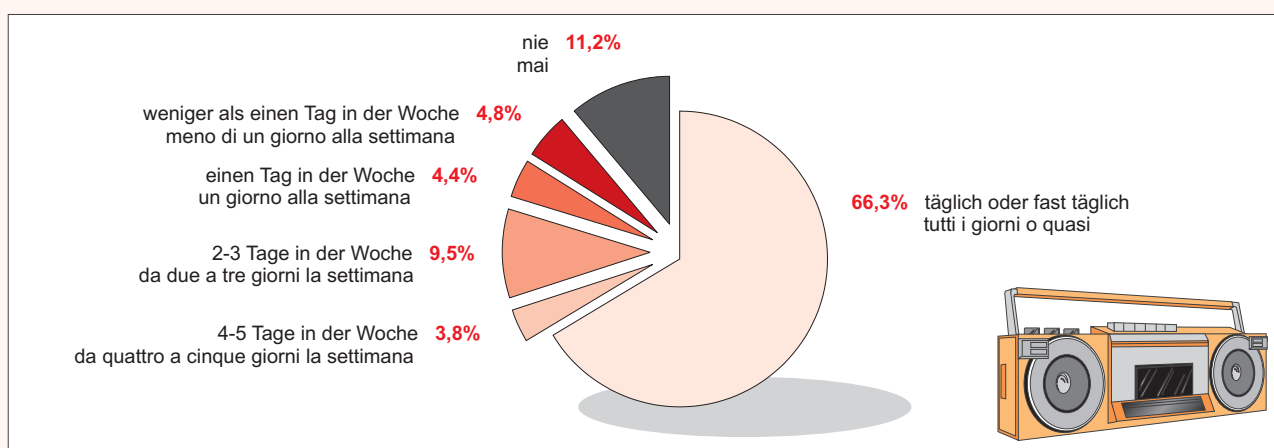
Graf. 6

Wie oft hören Sie normalerweise zu Hause oder anderswo Radio?

Prozentuelle Verteilung

Con quale frequenza ascolta la radio a casa o altrove?

Composizione percentuale



© astat 2005 - Ir



Eine genauere Analyse ermöglicht folgende Tabelle:

La tabella successiva permette un'analisi più dettagliata.

Tab. 2.1

Radiogewohnheiten nach soziodemografischen Gruppen

Abitudini nei confronti della radio per gruppi sociodemografici



SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Wie oft hören Sie normalerweise zu Hause oder anderswo Radio? Normalmente, con quale frequenza Lei ascolta la radio in casa o altrove?						Bevölkerung in 1.000 (a) Popolazione in 1.000 (a)	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
	täglich oder fast täglich tutti i giorni o quasi	4-5 Tage in der Woche 4-5 giorni la settimana	2-3 Tage in der Woche 2-3 giorni la settimana	einen Tag in der Woche un giorno alla settimana	weniger als einen Tag in der Woche meno di un giorno alla settimana	nie mai		
	%	%	%	%	%	%		
Geschlecht								Sesso
Männer	65,5	4,5	10,0	4,6	4,2	11,2	191	Maschi
Frauen	67,0	3,1	9,1	4,2	5,3	11,2	199	Femmine
Alter (Jahre)								Età (anni)
15-24	51,0	4,2	20,0	7,9	6,8	10,0	53	15-24
25-34	73,0	4,5	11,0	2,2	3,3	6,0	69	25-34
35-44	70,9	5,7	8,1	5,0	4,0	6,3	82	35-44
45-54	67,4	2,5	10,7	3,9	5,4	10,2	59	45-54
55-64	69,5	2,7	4,4	4,3	4,3	14,7	53	55-64
65 und mehr	62,7	2,5	5,1	3,7	5,4	20,6	75	65 e oltre
Schulbildung								Titolo di studio
Ohne Abschluss/Grundschule	66,8	2,4	4,9	3,8	4,1	18,0	71	Nessun titolo/Scuola elemen.
Mittelschule	60,4	3,5	12,0	4,3	7,3	12,6	97	Scuola media
Lehre/Fachdiplom	72,1	4,6	8,1	4,4	3,0	7,8	98	Apprendistato/Dipl. di qualifica
Matura/Doktorat	66,1	4,1	11,4	4,8	4,6	9,0	125	Maturità/Laurea

Radiogewohnheiten nach soziodemografischen Gruppen

Abitudini nei confronti della radio per gruppi sociodemografici



SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Wie oft hören Sie normalerweise zu Hause oder anderswo Radio? Normalmente, con quale frequenza Lei ascolta la radio in casa o altrove?						Bevölkerung in 1.000 (a) Popolazione in 1.000 (a)	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
	täglich oder fast täglich	4-5 Tage in der Woche	2-3 Tage in der Woche	einen Tag in der Woche	weniger als einen Tag in der Woche	nie		
	tutti i giorni o quasi	4-5 giorni la settimana	2-3 giorni la settimana	un giorno alla settimana	meno di un giorno alla settimana	mai		
	%	%	%	%	%	%	N	
Sprachgruppe								Gruppo linguistico
Deutsch	73,5	3,2	9,1	3,5	4,1	6,5	257	Tedesco
davon:								di cui:
Deutsch Landgemeinden	74,9	2,8	9,5	3,3	3,7	5,8	203	Tedesco (comuni rurali)
Deutsch Stadtgemeinden	68,2	4,4	7,7	4,5	5,8	9,4	54	Tedesco (città)
Italienisch	50,0	5,3	11,1	6,3	6,4	20,9	115	Italiano
Ladinisch	74,2	3,9	6,8	3,7	4,5	6,8	13	Ladino
Erwerbsstellung								Condizione professionale
Erwerbspersonen	70,6	4,4	9,0	4,0	3,6	8,3	205	Forze di lavoro
Nicht-Erwerbspersonen	61,4	3,0	10,1	4,8	6,1	14,5	185	Non forze di lavoro
davon:								di cui:
Student/in	41,6	3,0	24,8	8,4	9,4	12,8	38	studenti/esse
Hausfrau/mann	67,2	4,2	8,2	4,2	5,2	10,9	48	casalinghe/i
Pensionist/in	66,2	2,4	5,0	3,8	5,1	17,5	95	pensionati
Wohngebiet								Zona abitativa
Landgemeinden	73,0	3,0	9,0	3,4	4,0	7,6	240	Comuni rurali
Stadt (Bozen, Brixen, Bruneck, Leifers, Meran)	55,4	5,1	10,4	6,0	6,0	17,1	150	Città (Bolzano, Bressanone, Brunico, Laives, Merano)
Bezirksgemeinschaften								Comunità comprensoriali
Vinschgau	68,6	2,5	8,4	7,1	3,4	9,9	28	Val Venosta
Burggrafenamt	66,2	3,1	8,4	5,4	6,5	10,4	75	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	65,4	3,5	10,7	3,1	3,9	13,5	54	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	52,5	7,4	11,2	5,1	5,6	18,2	83	Bolzano
Salten-Schlern	76,4	3,5	6,0	3,4	3,7	7,0	39	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	76,8	2,4	9,0	1,8	3,5	6,4	52	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	69,7	1,8	11,0	4,9	4,7	7,9	59	Val Pusteria
Insgesamt	66,3	3,8	9,5	4,4	4,8	11,2	390	Totale

(a) Aufgrund der Auf- und Abrundungen auf Tausend oder des Weglassens einiger Kategorien entspricht die Summe der einzelnen Posten bei einigen soziodemografischen Gruppen nicht der Gesamtzahl von 390.000

A causa degli arrotondamenti alle migliaia oppure dell'omissione di alcune categorie, in alcuni gruppi sociodemografici la somma delle singole voci non corrisponde al totale di 390.000

Die deutlichsten Differenzen zeigen sich hier bezüglich Wohnort, Sprachgruppe und Alter. Allgemein gilt:

- Die Einwohner von Landgemeinden sind fleißigere Radiohörer als ihre in den Stadtgemeinden wohnenden Mitbürger;

Analizzando gli utenti per caratteristiche sociodemografiche, si può notare quanto segue:

- gli abitanti dei comuni rurali ascoltano la radio con più frequenza rispetto ai concittadini dei comuni urbani;

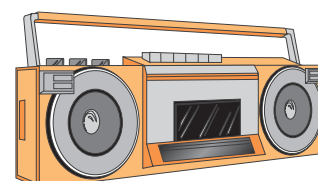
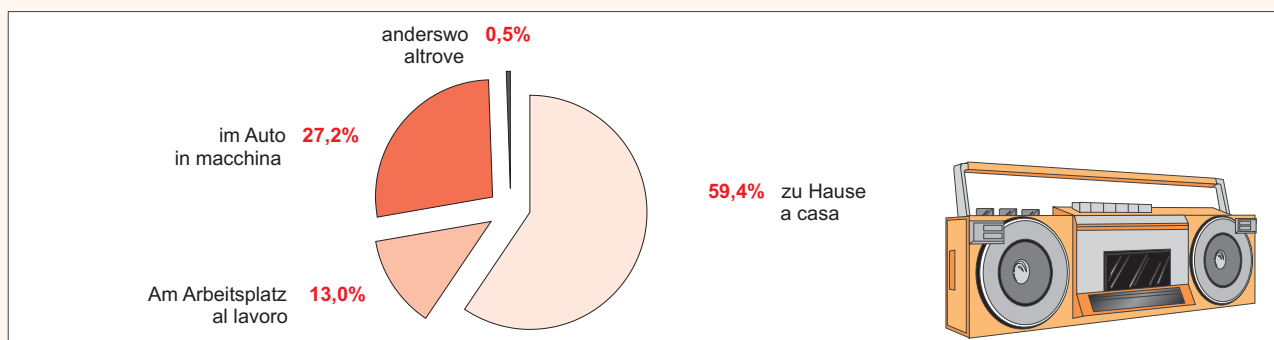
Graf. 7

Wo hören Sie vorwiegend Radio?

Prozentuelle Verteilung

Dove ascolta prevalentemente la radio?

Composizione percentuale



- Deutsch- und ladinischsprachige Bürger hören weitaus öfter Radio als italienischsprachige;
- Der Radiokonsum nimmt mit dem Alter ab.

Radio wird vorwiegend zu Hause (in 59,4% der Fälle) gehört, sehr oft aber auch im Auto (27,2%). Dort erweisen sich auch die Vorteile des DAB Rundfunks am nützlichsten. Hatten 2001 erst 15,8% der Befragten von dieser neuen Ausstrahlungstechnik gehört, sind es 4 Jahre später bereits 27,6%. In etwa unverändert geblieben ist hingegen der Prozentsatz derjenigen Personen, die auch in der Lage sind, DAB Sender zu empfangen (2001: 12,6%; 2005: 11,8%).

Die beliebtesten Programmarten

Auch beim Radio zählen Nachrichten zu den bevorzugtesten Sendungen: 87,2% der Radiohörer verfolgen Nachrichten. Sendungen zu aktuellen Themen/Diskussionen (56,3%), Musikprogramme mit aktuellen Hits (56,1%) sowie Schlager und Unterhaltungsmusikprogramme (54,6%) erfreuen sich ebenfalls großer Beliebtheit auf öffentlich-rechtlichen Sendern.

- i gruppi linguistici tedesco e ladino ascoltano la radio con maggiore frequenza rispetto a quello italiano;
- l'ascolto radio diminuisce con l'aumento dell'età.

La radio viene ascoltata prevalentemente a casa (nel 59,4% dei casi) e molto spesso anche in auto (27,2%). In quest'ultimo caso si hanno anche i maggiori vantaggi della trasmissione digitale (DAB). Mentre nel 2001 solo il 15,8% degli intervistati aveva sentito parlare di questa nuova tecnica di trasmissione, quattro anni dopo sono già il 27,6%. È rimasta, invece, pressoché invariata la percentuale di persone che sono in grado di ricevere emittenti tramite ricezione DAB (2001: 12,6%; 2005: 11,8%).

Le trasmissioni più seguite

Come per la televisione, anche per la radio le trasmissioni più seguite sono i notiziari: l'87,2% dei radioascoltatori segue giornali radio. Anche trasmissioni su temi di attualità e discussioni (56,3%), hitparade (56,1%) e programmi di musica leggera (54,6%) godono di grande popolarità sulle emittenti pubbliche.

Graf. 8

Sendungen, welche auf öffentlich-rechtlichen und Privatsendern gehört werden

Prozentueller Anteil aller Personen, welche zumindest gelegentlich Radio hören

Trasmissioni radiofoniche seguite su emittenti pubbliche e private

Valori percentuali sulla popolazione che ascolta la radio almeno saltuariamente

Nachrichtensendungen
Giornale radio e notiziari

Sendungen zu aktuellen Themen / Diskussionen
Programmi e rubriche di attualità / dibattiti

Musikprogramme mit aktuellen Hits
Hitparade

Schlager- und Unterhaltungsmusikprogramme
Programmi di musica leggera

Sendungen zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen, z.B. Fachvorträge
Programmi culturali e scientifici, p.es. conferenze

Volksmusikprogramme
Programmi di musica popolare e folcloristica

Sportsendungen
Programmi e rubriche sportive

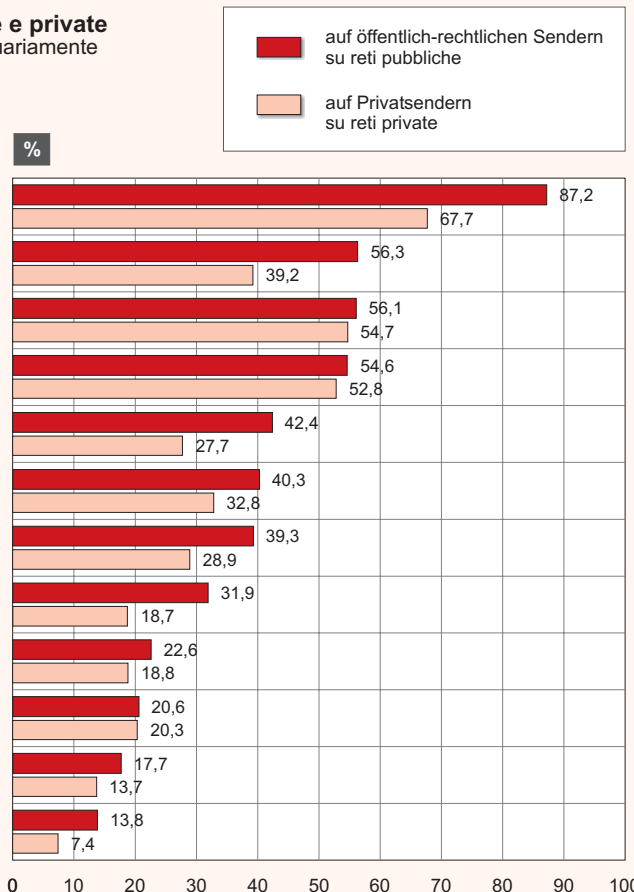
Programme mit klassischer Musik, Opernmusik und Konzertübertragungen
Programmi di musica classica, lirica e concerti

Quiz- und Unterhaltungssendungen
Programmi di varietà, giochi e quiz

Sendungen mit religiösem Inhalt
Programmi a contenuto religioso

Jazzmusikprogramme
Programmi di musica jazz

Hörspiele
Sceneggiati radiofonici



Einige Daten über die Radiosender

Bevor auf die Hörerzahlen der einzelnen Sender eingegangen wird, werden die Schätzungen in absoluten Werten über den allgemeinen Radiokonsum in Südtirol wiedergegeben:

- 346.000 Personen mit 15 und mehr Jahren hören zumindest gelegentlich Radio;
- 259.000 davon sind *tägliche Hörer*;
- 328.000 sind *wöchentliche Hörer*;
- die *Tagesreichweite* beläuft sich auf 259.000 Personen.

Alcuni dati sulle emittenti radiofoniche

Prima di considerare i dati di ascolto delle singole emittenti si riportano le stime, in valori assoluti, relative alla radio in generale.

- sono 346.000 le persone di 15 anni e più, che ascoltano la radio almeno saltuariamente;
- tra questi 259.000 sono *utenti giornalieri*;
- 328.000 sono gli *utenti settimanali*;
- l'*utenza media giornaliera* ammonta a 259.000 persone.

Tab. 2.2

Hörer der öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosender nach Einschaltquoten

Werte in Tausend und Prozentanteile aller Personen, die zumindest gelegentlich Radio hören

Utenti delle emittenti radiofoniche pubbliche e private per frequenza di ascolto

Valori in migliaia e in % sulla popolazione che ascolta la radio almeno saltuariamente



RADIOSENDER EMITTENTI RADIOFONICHE		Bekannt- heitsgrad Grado di conoscenza	Tägliche Hörer Utenti giornalieri	Wöchentliche Hörer Utenti settimanali	Tages- reichweite Utenza media giornaliera	Tagesreichweite Utenza media giornaliera
Radio insgesamt	N		259	328	259	
Radio in generale	%		74,7	94,6	74,9	
Öffentlich-rechtliche Radiosender						
Emittenti radiofoniche pubbliche						
RAI Sender Bozen - Sendungen in deutscher Sprache	N	260	104	177	118	
RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua tedesca	%	75,1	30,1	51,1	34,0	
RAI Sender Bozen - Sendungen in italienischer Sprache	N	207	25	73	40	
RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua italiana	%	59,6	7,2	21,2	11,5	
RAI Sender Bozen - Sendungen in ladinischer Sprache	N	137	12	34	19	
RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua ladina	%	39,6	3,6	10,0	5,4	
RAI - Radio 1	N	167	22	60	34	
	%	48,1	6,4	17,4	9,7	
RAI - Radio 2	N	154	19	59	32	
	%	44,4	5,5	17,0	9,3	
RAI 3 (nationales Programm)	N	149	18	49	28	
RAI 3 (programma nazionale)	%	43,0	5,3	14,2	8,1	
Ö1	N	176	15	57	30	
	%	50,9	4,5	16,5	8,6	
Ö2 - Radio Tirol	N	214	25	87	44	
	%	61,7	7,2	25,0	12,8	
Ö3	N	240	86	180	109	
	%	69,3	24,7	51,8	31,5	
DRS (Schweiz)	N	47	**	11	4	
DRS (Svizzera)	%	13,5	**	3,3	1,3	
Private Radiosender						
Emittenti radiofoniche private						
Radio Tirol (Dorf Tirol)	N	202	17	81	38	
	%	58,3	4,9	23,5	10,9	
Radio 2000	N	193	25	82	43	
	%	55,6	7,2	23,8	12,3	
Südtirol 1	N	194	49	112	67	
	%	56,1	14,2	32,2	19,3	
Die Antenne	N	182	18	82	38	
	%	52,5	5,2	23,7	11,0	

Tab. 2.2 - Fortsetzung / Segue

Hörer der öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosender nach Einschaltquoten

Werte in Tausend und Prozentanteile aller Personen, die zumindest gelegentlich Radio hören

Utenti delle emittenti radiofoniche pubbliche e private per frequenza di ascolto

Valori in migliaia e in % sulla popolazione che ascolta la radio almeno saltuariamente



RADIOSENDER EMITTENTI RADIOFONICHE		Bekannt- heitsgrad Grado di conoscenza	Tägliche Hörer Utenti giornalieri	Wöchentliche Hörer Utenti settimanali	Tages- reichweite Utenza media giornaliera	Tagesreichweite Utenza media giornaliera
NBC Rete Regione - la Radio delle alpi	N	122	17	54	28	28
	%	35,2	4,8	15,5	8,0	
Radio Holiday	N	183	9	62	27	27
	%	52,8	2,5	17,9	7,8	
Radio Sonnenschein/sunshine	N	119	10	38	20	20
	%	34,2	2,9	10,9	5,8	
Radio 2000 SM	N	111	6	30	14	14
	%	32,1	1,9	8,7	4,0	
Kirchen- und Pfarrsender Radio Grüne Welle	N	181	10	46	22	22
	%	52,2	2,9	13,2	6,3	
Radio Dolomiti	N	129	**	28	12	12
	%	37,1	**	8,0	3,6	
TRV - Tele Radio Vinschgau	N	84	7	27	13	13
	%	24,2	1,9	7,9	3,8	
Stadtradio Meran	N	68	**	17	7	7
	%	19,7	**	4,8	2,0	
Radio Gherdeina - Radio Gröden	N	89	7	25	13	13
	%	25,8	2,1	7,2	3,6	
Radio Nord	N	55	**	7	3	3
	%	15,8	**	2,1	0,9	
Radio Radicale	N	66	**	11	5	5
	%	19,0	**	3,1	1,5	
Radio Sacra Famiglia	N	52	**	10	5	5
	%	14,9	**	3,0	1,5	
Radio Tandem Popolare Network	N	34	**	9	3	3
	%	9,8	**	2,6	0,9	
Radio Gherdeina 2	N	22	**	6	3	3
	%	6,3	**	1,7	0,9	
Radio Südtirol	N	158	9	51	22	22
	%	45,7	2,5	14,7	6,3	
Radio Italia anni 60	N	85	13	41	22	22
	%	24,7	3,7	11,8	6,2	
Radio Italia Network	N	89	8	30	14	14
	%	25,5	2,2	8,6	4,2	
Radio Maria una voce cristiana nella mia casa	N	101	4	18	9	9
	%	29,1	1,3	5,1	2,5	
RTL 102,5 - Hit Radio	N	122	16	54	27	27
	%	35,1	4,6	15,6	7,9	
Radio Maria Südtirol	N	161	5	31	13	13
	%	46,4	1,5	9,0	3,9	
ERF Südtirol	N	81	**	17	8	8
	%	23,5	**	4,8	2,2	
RTT - la radio del Trentino	N	71	**	18	8	8
	%	20,4	**	5,3	2,2	
andere deutschsprachige Sender altre emittenti in lingua tedesca	N	22	**	8	4	4
	%	6,2	**	2,4	1,1	
andere italienischsprachige Sender altre emittenti in lingua italiana	N	79	30	55	37	37
	%	22,8	8,6	15,8	10,6	

** Die in der Stichprobe erhobenen Angaben zu den Einschaltquoten reichen für statistisch gültige Schlussfolgerungen nicht aus
Le indicazioni di ascolto rilevate nel campione non sono sufficienti per trarre conclusioni statisticamente valide

Unter den Radiosendern sind die Sendungen in deutscher Sprache des Senders Bozen (RAI) und des Ö3 die eindeutigen Favoriten mit mehr als 100.000 Zuhörern täglich; auf den nächsten Plätzen folgen Südtirol 1 (67.000), Ö2-Radio Tirol (44.000) und Radio 2000 (43.000).

Tra le emittenti radio in lingua tedesca le più favorite sono le trasmissioni in lingua tedesca del RAI Sender Bozen e Ö3, con più di 100.000 ascoltatori al giorno; seguono Südtirol 1 (67.000), Ö2-Radio Tirol (44.000) e Radio 2000 (43.000).

Fernseh- und Radiogewohnheiten am Durchschnittstag

Wie viel Zeit verbringen die Südtiroler durchschnittlich vor dem Fernseh- und Radiogerät?

An einem durchschnittlichen Wochentag sehen die Südtiroler etwa 1 Stunde und 40 Minuten fern und hören etwa gleich lang Radio. Unter den Männern hat das Radiohören in den letzten Jahren etwas abgenommen, während das Fernsehen hingegen generell einen leichten Anstieg verzeichnen konnte.

Tempo medio giornaliero di ascolto radiotelevisivo

Quanto tempo passano gli altoatesini davanti alla TV e alla radio?

Gli altoatesini guardano mediamente al giorno la televisione per ca. 1 ora e 40 minuti e ascoltano la radio per lo stesso tempo. Tra gli uomini l'ascolto della radio negli ultimi cinque anni è diminuito, mentre il tempo trascorso a guardare la televisione in generale ha subito un leggero incremento.

Tab. 2.3

Durchschnittliche tägliche Seh- und Hördauer nach soziodemografischen Gruppen

Tempo medio giornaliero di visione ed ascolto per gruppi sociodemografici

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Minuten Minuti		GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
			
Geschlecht			Sesso
Männer	103	106	Maschi
Frauen	100	108	Femmine
Alter (Jahre)			Età (anni)
15-24	107	70	15-24
25-34	97	144	25-34
35-44	74	141	35-44
45-54	91	104	45-54
55-64	126	90	55-64
65 und mehr	124	71	65 e oltre
Familienstand			Stato civile
Ledig	102	99	Nubile/celibe
Verheiratet	98	114	Sposato/a
Getrennt/geschieden, verwitwet	119	96	Separato/a-divorziato/a, vedovo/a
Schulbildung			Titolo di studio
Ohne Abschluss/Grundschule	115	70	Nessun titolo/scuola elementare
Mittelschule	107	98	Scuola media
Lehre/Fachdiplom	92	145	Apprendistato/Diploma di qualifica
Matura/Doktorat	98	104	Maturità/Laurea
Sprachgruppe			Gruppo linguistico
Deutsch	84	110	Tedesco
davon:			di cui:
Deutsch Landgemeinden	80	113	Tedesco (comuni rurali)
Deutsch Stadtgemeinden	98	98	Tedesco (città)
Italienisch	143	98	Italiano
Ladinisch	104	121	Ladino
Erwerbsstellung			Condizione Professionale
Erwerbspersonen	87	123	Forze di lavoro
Nicht-Erwerbspersonen	118	88	Non forze di lavoro
davon:			di cui:
Student/in	120	62	studenti/esse
Hausfrau/mann	95	117	casalinghe/i
Pensionist/in	130	85	pensionati
Wohngebiet			Zona abitativa
Landgemeinden	87	115	Comuni rurali
Stadtgemeinden (Bozen, Brixen, Bruneck, Leifers, Meran)	127	93	Città (Bolzano, Bressanone, Brunico, Laives, Merano)
Bezirksgemeinschaften			Comunità comprensoriali
Vinschgau	75	98	Val Venosta
Burggrafenamt	96	83	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	101	102	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	138	95	Bolzano
Salten-Schlern	90	130	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	90	140	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	92	116	Val Pusteria
Insgesamt	102	107	Totale

Untersucht man diese Angaben noch etwas genauer, so lassen sich folgende Details feststellen:

- Mit zunehmendem Alter steigt der Fernsehkonsum, während das Radio an Wichtigkeit verliert.
- Die Ladinier hören am längsten Radio: täglich etwa 2 Stunden.
- Je höher der Bildungsgrad, desto mehr wird Radio gehört und umso weniger wird ferngesehen.
- In den Stadtgemeinden wird mehr ferngesehen als Radio gehört; in den Landgemeinden verhält es sich genau umgekehrt.

Analizzando questi comportamenti più in dettaglio, si possono rilevare le seguenti osservazioni:

- il consumo televisivo aumenta con il crescere dell'età mentre contemporaneamente perde di importanza l'ascolto della radio;
- i ladini ascoltano la radio più a lungo: ca. due ore al giorno;
- più alto è il titolo di studio, più si ascolta la radio e meno si guarda la televisione;
- nei comuni urbani si guarda più la televisione che ascoltare la radio; nei comuni rurali si può osservare l'esatto contrario.

Einschaltfrequenz nach Tageszeit

Grafik 9 stellt die Reichweite des Mediums Fernsehen jener des Radios im Tagesverlauf gegenüber. Unter Reichweite versteht man den Prozentanteil der Fernseh- bzw. Radioteilnehmer zu einer bestimmten Tageszeit, gemessen an jenem Teil der Bevölkerung, die zumindest gelegentlich fernsieht bzw. Radio hört. Am Vormittag überwiegen bei weitem die Radiohörer, ebenso - wenn auch nicht mehr so deutlich - am Nachmittag. Ab 18.30 Uhr dreht sich das Verhältnis um: Das Fernsehen überwiegt bis in die Morgenstunden. Spitzenquoten erreichen die Radio-Einschaltungen um 12.00 Uhr (mit 23,3% der Radiohörer), die Fernseh-Einschaltungen hingegen zwischen 20.00 und 21.00 Uhr, wo nahezu 44% der Bevölkerung vor dem Bildschirm sitzen. Ab 23.00 Uhr nimmt die Anzahl der Fernsehzuschauer deutlich ab.

Visione della televisione per fasce orarie

Il grafico 9 mostra la penetrazione nel giorno medio del mezzo televisivo, in confronto a quello della radio nell'arco della giornata. Per penetrazione si intende la percentuale di telespettatori e/o radioascoltatori in un certo momento della giornata, sul totale della popolazione che, almeno saltuariamente, guarda la televisione o rispettivamente ascolta la radio. Al mattino, così come al pomeriggio, anche se con valori più bassi, prevalgono gli ascoltatori radiofonici. A partire dalle ore 18.30, invece, la radio cede il passo alla televisione. Si registra un picco di ascolto della radio alle 12.00 (con il 23,3% di radioascoltatori), della televisione dalle 20.00 alle 21.00 (con quasi il 44% di telespettatori). Dalle 23.00 in poi la quota di telespettatori scende velocemente.

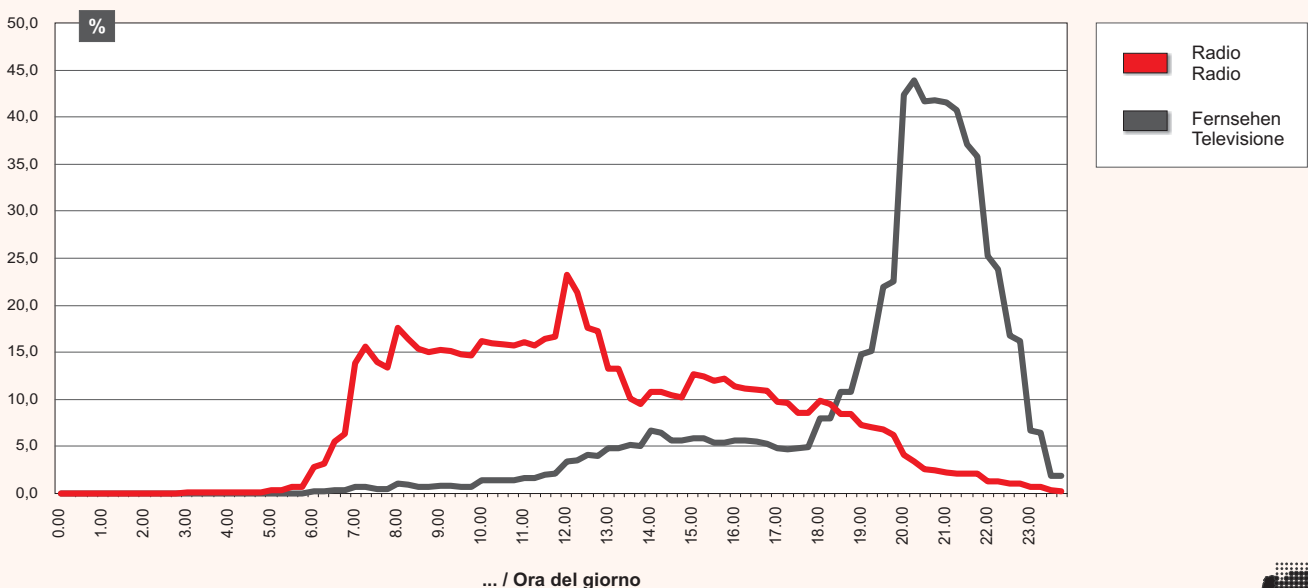
Graf. 9

Viertelstundenreichweiten im Tagesverlauf

Prozentuelle Anteile aller Personen, die in der jeweiligen Viertelstunde wenigstens 5 Minuten ferngesehen oder Radio gehört haben

Ascolto medio nell'arco della giornata, per quarto d'ora

Valori percentuali sulla popolazione, che nel quarto d'ora guarda la televisione oppure ascolta la radio per almeno 5 minuti



3. INTERNETBENUTZUNG ZU HAUSE

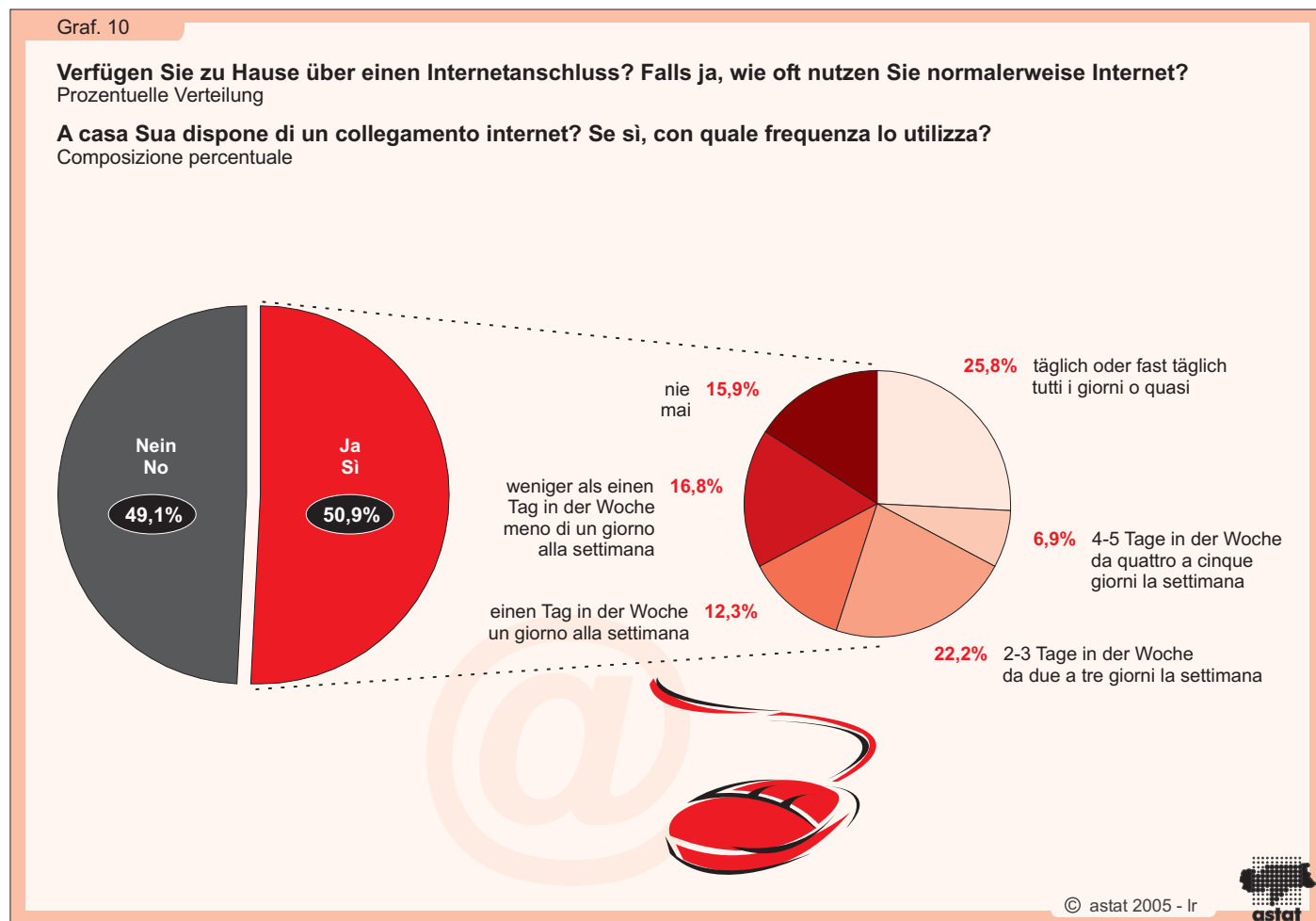
Internetgewohnheiten im Allgemeinen

Der Aufwärtstrend der Internetnutzung ist im zeitlichen Verlauf deutlich zu erkennen. 1998 verfügten 15,8% der Südtiroler über einen Internetanschluss, 2001 waren es bereits 26,9% und 2005 wurde die 50%-Marke überschritten (50,9%). Den größten Anteil bilden die täglichen Benutzer.

3. INTERNET USO DOMESTICO

Abitudini internet in generale

Si può chiaramente notare l'aumento nel tempo dell'utilizzo di internet. Nel 1998 il 15,8% degli altoatesini disponeva di collegamento internet, nel 2001 era già salita al 26,9% e nel 2005 ha superato il 50% (50,9%). La maggior parte di questi utilizza internet giornalmente.



Allgemein kann gesagt werden, dass die Tagesreichweite des Internet

- in der jüngsten Altersklasse am größten und
- bei Männern höher ist als bei Frauen.
- Die italienische Sprachgruppe nutzt das Internet im Vergleich zur ladinischen und deutschen häufiger.

Der überwiegende Teil der Südtiroler bevorzugt die Abendstunden für das Surfen im Internet. Drei Viertel der wöchentlichen Internetnutzer halten sich am liebsten zwischen 18 und 21 Uhr im Web auf, ca. 60% nach 21.00.

In generale può essere constatato che:

- l'utenza media giornaliera è più alta nella classe d'età più giovane;
- lo stesso vale per gli uomini rispetto alle donne;
- il gruppo linguistico italiano utilizza internet più di quello ladino o tedesco.

La maggior parte degli altoatesini, per navigare, predilige le ore serali. Tre quarti di chi utilizza internet con frequenza settimanale preferiscono navigare dalle 18 alle 21, ca. il 60% dopo le 21.

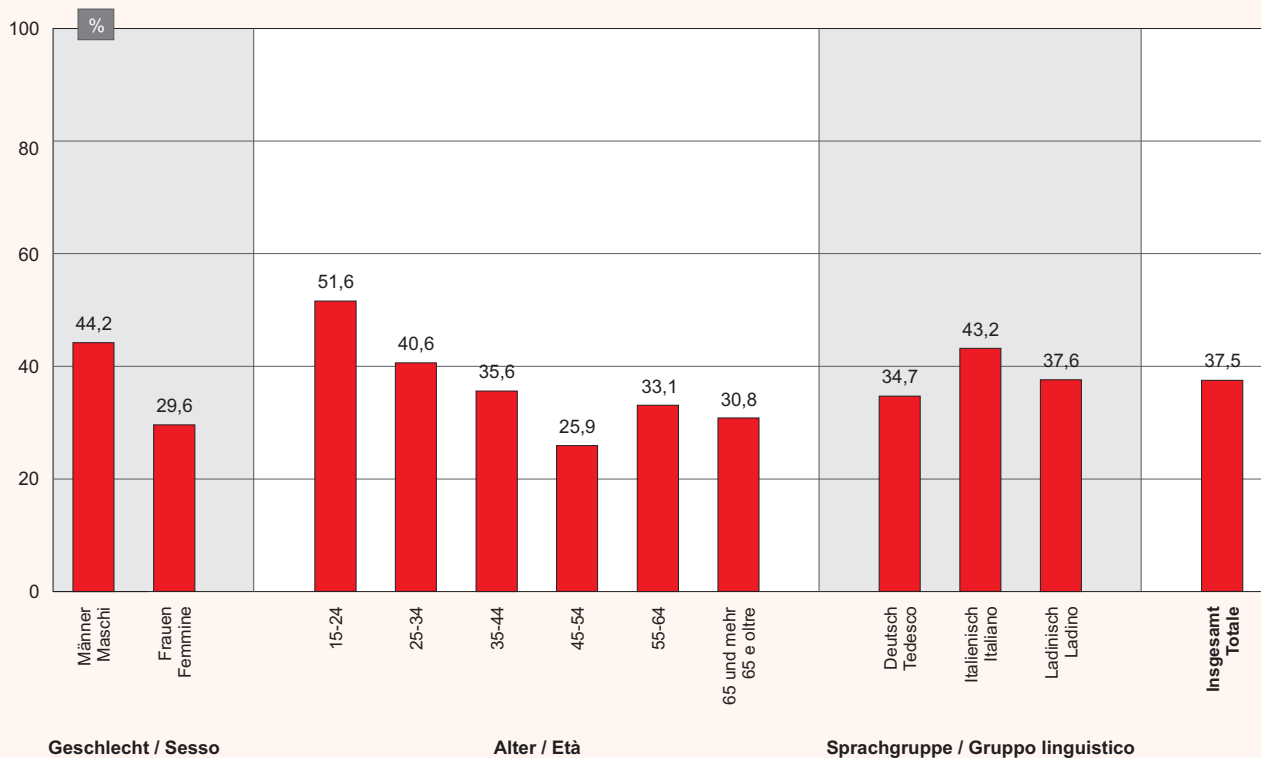
Graf. 11

Tagesreichweite Internet

Prozentueller Anteil aller Personen, welche über einen privaten Internetanschluss verfügen

Utilizzo media giornaliera di internet

Valori percentuali sulle persone, che dispongono di un collegamento internet a casa



© astat 2005 - Ir



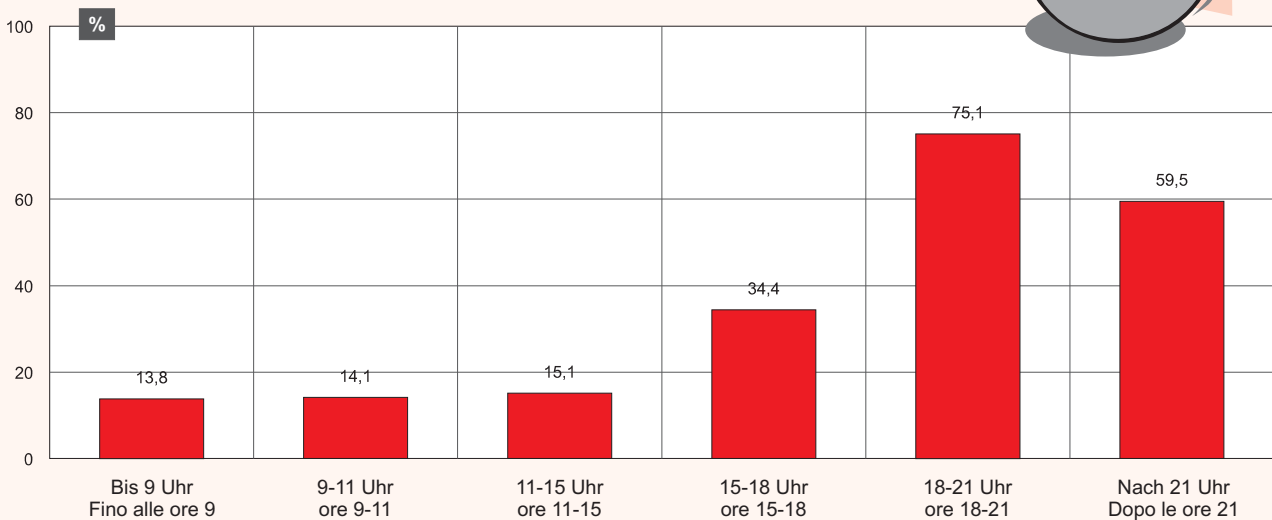
Graf. 12

Zu welcher Tageszeit benutzen Sie normalerweise Internet?

Prozentwerte; Mehrfachnennungen möglich

In quali momenti della giornata usa normalmente internet?

Valori percentuali; possibili più risposte



© astat 2005 - Ir



Nur 6,9% der Befragten erklären, das Internet auch zum Webfernsehen/Webhören zu nutzen.

Solo il 6,9% degli intervistati afferma di guardare la televisione o ascoltare la radio in internet.

Stichprobenziehung und Methodik

Im Mai dieses Jahres wurde vom Landesinstitut für Statistik (ASTAT) eine Umfrage zu den Fernseh- und Radiogewohnheiten der Südtiroler durchgeführt. Ähnliche Erhebungen fanden bereits 1994, 1998 und 2001 statt. Ziel der Untersuchung war hauptsächlich die Erhebung der Hörer- und Seherzahlen der öffentlich-rechtlichen und privaten lokalen Rundfunksender. Außerdem galt es, Informationen über die allgemeinen Fernseh- und Radiogewohnheiten der Bevölkerung, über etwaige Wünsche nach dem Empfang zusätzlicher Programme und schlussendlich auch über die Internetnutzung zu erhalten.

Die Grundgesamtheit bildet die Bevölkerung Südtirols mit einem Mindestalter von 15 Jahren (ausgenommen die ständigen Mitglieder von Gemeinschaftseinrichtungen): Nach den Bevölkerungsregistern der Gemeinden zum 31.12.04 handelt es sich um rund 390.000 Personen. Das Konzept der Stichprobenziehung sieht eine Schichtung des Gebietes nach Bezirksgemeinschaften vor. Aus Gründen der Einheitlichkeit wurden die Bezirksgemeinschaften Eisacktal und Wipptal zusammengelegt.

Nachdem man Südtirol in sieben „Schichten“ unterteilt hatte, wurden in jeder Schicht 450 Haushalte mittels einer proportionalen Stichprobenziehung ausgewählt. Da die Daten nach Sprachgruppen und insbesondere für die ladinische Sprachgruppe differenziert ausgewertet werden mussten, wurden für die acht Gemeinden der ladinischen Talschaften mehr Befragungen vorgesehen (200 mehr als bei der proportionalen Verteilung). Auf diese Weise wurde auch in der ladinischen Sprachgruppe eine ausreichende Anzahl von Befragungen durchgeführt, sodass eine korrekte statistische Auswertung gewährleistet werden konnte.

14 eigens geschulte Interviewer und -innen führten im Zeitraum 8.5.-29.5.2005 die telefonischen Befragungen unter Verwendung des CATI-Systems (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) mit einem zufällig ausgewählten Mitglied der gezogenen Haushalte durch. Insgesamt wurden 2.087 Interviews getätigt.

Mit Hilfe einer Gewichtung wurden die erhobenen Daten auf die gesamte Südtiroler Bevölkerung hochgerechnet. Die Stichprobe kann als repräsentativ bezüglich der Grundgesamtheit angesehen werden, da die Zusammensetzung der Befragten hinsichtlich der wichtigsten soziodemografischen Daten (Geschlecht, Alter, Erwerbsstellung, Sprachgruppe, Wohnort) in hohem Maße jener der gesamten Südtiroler Bevölkerung entspricht.

Um die Daten korrekt zu interpretieren, ist jedoch zu berücksichtigen, dass

- nur jene Sender erhoben wurden, welche sich ausdrücklich mit ihrem Einbezug in die statistische Erhebung und mit der anschließenden Veröffentlichung der Daten einverstanden erklärt haben;

Campionamento e metodologia

Nel mese di maggio di quest'anno l'Istituto provinciale di statistica (ASTAT) ha eseguito un'indagine demoscopica sull'ascolto radiotelevisivo in Provincia di Bolzano. Indagini simili sono già state svolte negli anni 1994, 1998 e 2001. Obiettivo dell'indagine è stato soprattutto la rilevazione dei dati principali riguardanti l'ascolto e la visione delle emittenti radiotelevisive pubbliche e private locali. Inoltre si proponeva di conoscere le abitudini della popolazione altoatesina nei confronti della radio e della televisione, eventuali desideri di ulteriori programmi ed infine l'utilizzo di internet.

Nella presente ricerca l'universo di riferimento è formato da tutte le persone residenti in Alto Adige che abbiano compiuto i 15 anni di età (esclusi i membri permanenti delle convivenze): secondo i registri anagrafici dei comuni al 31.12.04 si tratta di ca. 390.000 persone. Il disegno di campionamento prevede una stratificazione del territorio per comunità comprensoriali. Per motivi di uniformità sono stati uniti i comprensori Valle Isarco e Alta Valle Isarco.

Dopo aver diviso la provincia in sette "strati" si procede all'estrazione di 450 famiglie per ogni strato, applicando un campionamento di tipo proporzionale. La necessità di elaborare i dati differenziati per gruppo linguistico, e in particolare per il gruppo linguistico ladino, ha indotto a programmare un maggior numero di interviste (200 in più rispetto alla distribuzione proporzionale) negli otto comuni delle valli ladine. In questo modo, anche il gruppo linguistico ladino è risultato essere in numero rappresentativo al fine di garantire la correttezza delle elaborazioni statistiche.

Nel periodo 8.5.-29.5.2005 14 intervistatori appositamente istruiti hanno intervistato telefonicamente, utilizzando il sistema CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*), un componente della famiglia scelto casualmente.

Un calcolo di ponderazione ha permesso di riportare i dati rilevati all'intera popolazione altoatesina. Il campione realizzato nell'ambito dell'indagine è rappresentativo per la collettività di riferimento, vale a dire presenta valori analoghi rispetto all'intera popolazione altoatesina sopra i 15 anni, rispettandone le caratteristiche sociodemografiche principali come sesso, età, condizione professionale, gruppo linguistico e luogo di residenza.

Per una corretta interpretazione dei dati bisogna tuttavia considerare che:

- sono state rilevate solo quelle emittenti che si sono espressamente dichiarati d'accordo con la rilevazione statistica e la pubblicazione dei dati;

- nicht alle Sender Südtirol flächendeckend versorgen;
- die Sprache, in der die Programme ausgestrahlt werden, eine ausschlaggebende Wirkung auf den Bekanntheitsgrad und die Reichweite der Sender ausübt.
- das Astat die Feldphase aufgrund der Vorgaben des Landesstatistikprogramms in einem begrenzten Zeitraum durchführen muss. Deshalb ist es geradezu unmöglich, einen „neutralen“ Zeitrahmen zu finden, in dem keine Werbemaßnahmen/Gewinnspiele von Seiten der Sender veranstaltet werden. Je intensiver eine Werbemaßnahme zur Bevölkerung „durchdringt“, desto stärker ist die Beeinflussung des Hör-/Sehverhaltens.

Es wird darauf hingewiesen, dass die Ergebnisse der einzelnen Sender (Bekanntheitsgrad und Tagesreichweite) nicht kumuliert werden können. Demzufolge kann nicht die Summe der Tagesreichweite zweier oder mehrerer Sender gebildet werden.

Genauigkeit der Daten in Stichprobenerhebungen

Ergebnisse aus Stichprobenerhebungen sind immer mit dem so genannten „Stichprobenfehler“ behaftet. Diese möglichen Abweichungen werden mittels „Vertrauensintervallen“ abgeschätzt: Beispielsweise haben 73,1% der Befragten ausgesagt, „täglich oder fast täglich“ fernzusehen (vgl. Graphik 1). In Wirklichkeit liegt dieser Prozentsatz bei $73,1\% \pm 1,9\%$, also zwischen 71,2% und 75,0%. Bei der Datenanalyse muss man sich immer vor Augen halten, dass nur größere Unterschiede zwischen zwei vergleichbaren Ergebnissen als „signifikant“, d.h. als real vorhanden gelten können. Auch wenn die prozentuellen Daten in der vorliegenden Publikation immer mit einer Dezimalstelle angegeben werden, soll damit nicht eine Genauigkeit der Angaben vorgetäuscht werden: Diese Form wurde vielmehr aus drucktechnischen Gründen gewählt, um ohne Auf- und Abrundungen immer auf die Gesamtsumme von 100% zu kommen.

Im Erhebungszeitraum haben einige Sender Gewinnspiele veranstaltet. Diese Gewinnspiele könnten einen Einfluss auf den kurzfristigen Medienkonsum gehabt haben, der in diesen Fällen vom langfristigen Konsum abweichen kann.

Glossar

Für jeden Sender wurden folgende Indikatoren berechnet, welche in Tausend und in Prozentanteilen, gemessen an der Bevölkerung, die zumindest gelegentlich fernsieht bzw. Radio hört, angegeben werden:

der **Bekanntheitsgrad**, das heißt alle, die angegeben haben, den Sender zu kennen, und sei es auch nur vom Hörensagen;

- non tutte le emittenti coprono tutta la provincia;
- la lingua in cui vengono trasmesse le trasmissioni ha un effetto decisivo sul livello di conoscenza e di espansione delle emittenti;
- l'Astat a causa delle direttive del programma provinciale di statistica deve svolgere la fase sul campo in un periodo di tempo limitato. Per questo è praticamente impossibile trovare un lasso di tempo "neutrale", durante il quale le emittenti non intraprendono campagne pubblicitarie o giochi a premi. L'influenza sulle abitudini radio-telesive è maggiore quanto più intense sono le campagne pubblicitarie.

Si fa presente, che i risultati delle singole emittenti (grado di conoscenza e utenza media giornaliera) non possono essere cumulati. Quindi non può essere sommata l'utenza media giornaliera di due e più emittenti.

Precisione dei dati nelle indagini campionarie

È necessario ricordare che i risultati di indagini campionarie sono sempre da leggere alla luce del cosiddetto "errore campionario". Questi possibili scarti sono stimati attraverso "intervalli di confidenza": per esempio il 73,1% degli intervistati ha risposto che guarda la televisione "tutti i giorni o quasi" (cfr. grafico 1). In realtà questa percentuale si trova nell'intervallo $73,1\% \pm 1,9\%$, vale a dire tra il 71,2% e il 75,0%. Nell'analisi dei dati bisogna perciò sempre tenere presente che solo differenze di una certa entità tra due valori comparabili possono essere considerate "significative" ovvero realmente esistenti. Pur comparando i dati percentuali nella presente pubblicazione sempre con una cifra decimale, non si vuole con ciò simulare una precisione dei valori: si tratta semplicemente di una scelta tipografica per fare in modo che il totale risulti sempre 100% senza dovere ricorrere ad arrotondamenti.

Nel periodo dell'indagine alcune emittenti hanno effettuato giochi a premi, che possono aver influito sull'ascolto audiovisivo a breve. I risultati potrebbero in questi casi differenziarsi dall'ascolto a lungo termine.

Glossario

Per ogni emittente sono stati elaborati i seguenti indicatori, riportati in migliaia e in valori percentuali sulla popolazione che guarda la televisione e/o ascolta la radio almeno saltuariamente:

il **grado di conoscenza**, ovvero tutti coloro che hanno dichiarato di conoscere l'emittente, anche solo avendola sentita nominare;

die **täglichen Seher/Hörer**, das heißt alle, die angegeben haben, den Sender „täglich oder fast täglich“ einzuschalten;

die **wöchentlichen Seher/Hörer**, das heißt alle, die angegeben haben, den Sender zumindest einmal wöchentlich einzuschalten, einschließlich der täglichen Seher/Hörer;

die **Tagesreichweite**: hierbei handelt es sich um einen Index, mit dem die Anzahl von Personen geschätzt werden kann, die den Sender an einem durchschnittlichen Wochentag einschalten.

Für die Ermittlung der Tagesreichweite wird allen Personen, die den betreffenden Sender einschalten, ein nach Einschaltfrequenz gestaffeltes Gewicht zugeteilt. Die Summe dieser Gewichte ergibt die Tagesreichweite.

gli **utenti giornalieri**, ovvero coloro che hanno dichiarato di seguire l'emittente "tutti i giorni o quasi";

gli **utenti settimanali**, ovvero coloro che si sintonizzano almeno una volta alla settimana sull'emittente, compresi gli utenti giornalieri;

L'utenza media giornaliera, ovvero la stima di quante persone nel giorno medio si sintonizzano sull'emittente.

Per il calcolo dell'utenza media giornaliera viene attribuito a tutte le persone che guardano/ascoltano l'emittente in questione un peso, differenziato in base alla frequenza di ascolto. La somma di tale pesi determina l'utenza media giornaliera.

Angegebene Häufigkeit	Gewicht / Peso	Frequenza di ascolto
Täglich oder fast täglich	0,86	tutti i giorni o quasi
4 - 5 Tage in der Woche	0,64	da quattro a cinque giorni la settimana
2 - 3 Tage in der Woche	0,36	da due a tre giorni la settimana
Einen Tag in der Woche	0,14	un giorno alla settimana
Weniger als einen Tag in der Woche	0,07	meno di un giorno alla settimana
Nie	0	mai

Irene Ausserbrunner

Irene Ausserbrunner