

ORF

OVERALL 2024

IFES – INSTITUT FÜR EMPIRISCHE
SOZIALFORSCHUNG GMBH

IFES

Daten zur Studie

Titel der Studie

Overall 2024

Auftraggeber

ORF Markt- und
Medienforschung

Anmerkung: Bis 2021 wurde *Internet* gesamt abgefragt, seit 2022 werden *Internet* und *Social Media* getrennt erhoben. Vergleiche zu den Vorjahren bei *Internet* sind daher nur eingeschränkt möglich.

Stichprobe

n=1.006, Bevölkerung ab 16
Jahren in Österreich

Methode

Telefonisch (CATI) & Online
(CAWI)

Erhebungszeitraum

08.05. bis 06.06.2024

Projektleitung

Mag.^a Christine Schuster-
Himmel

Dr.ⁱⁿ Eva Zeglovits

Wissenschaftliche Mitarbeit

Julia Birke, MA

Auswertung und Statistik

Thomas Kehl, BA

Programmierung

Mag.^a Claudia Pflügl

Management Summary

Themeninteresse

Wie auch in der Vorwelle sind es die Sparten Information und Unterhaltung, an denen die österreichische Bevölkerung am meisten Interesse zeigt: 8 von 10 Befragten begeistern sich für den Themenbereich **Information** (sehr/eher interessiert 81 %), knapp 7 von 10 bekunden Interesse am Themenbereich **Unterhaltung** (sehr/eher interessiert 69 %).

Die Themen **Kultur** und **Sport** bewegen sich mit jeweils 44 % deutlich dahinter.

Beim Themeninteresse nach Medien zeigt sich, dass **Fernsehen** in allen Bereichen das wichtigste Medium darstellt, in drei von vier Kategorien gefolgt vom Medium **Internet** - im Bereich der Information ist das Internet nahezu gleichauf. Bei der Unterhaltung ist das **Radio** das zweitwichtigste Medium.

Am Thema **Information** im **Fernsehen** sind aktuell rund 7 von 10 Österreicherinnen und Österreichern sehr bzw. eher interessiert (71 %), knapp gefolgt vom Internet (70 %) und dem Medium Radio (68 %). Das Thema **Unterhaltung** interessiert im Fernsehen 67 % der Befragten. Im Radio sind 6 von 10 Befragten an entsprechenden Inhalten interessiert, gefolgt von Internet mit 56 %. **Sport** interessiert im Fernsehen 43 % und im Internet 34 % der österreichischen Bevölkerung. Beim Thema **Kultur** liegt das **Fernsehen** (38 % sehr/eher interessiert) an erster Stelle, Internet und Radio folgen mit 35 % und 29 % dahinter.

Differenziert nach **Geschlecht** fällt auf, dass Männer über alle Medien hinweg eher sport- und Frauen eher kulturinteressiert sind. Im Bereich der Information sind sich die Geschlechter ähnlicher, wobei sich Frauen für Informationen eher im Fernsehen und im Radio interessieren, wohingegen Männer bei Internet und Teletext größeres Interesse bekunden. Im Bereich der Unterhaltung zeigen Frauen in den Medien Fernsehen, Radio und Social Media ein etwas stärkeres Interesse als Männer.

Mit zunehmendem **Alter** steigt das Interesse an Informationen aus TV und Radio, wohingegen es bei Social Media abnimmt. Jüngere Befragte bekunden Interesse an Unterhaltung zu großen Anteilen im Internet und via Social Media. Kultur ist im Fernsehen und Radio eher für die ältere Generation von Interesse, jüngere Befragte interessiert Kultur verstärkt über das Internet und Social Media.

Management Summary

Zufriedenheit

Bei der Zufriedenheit mit dem **ORF-Fernsehen** kann der Bereich Unterhaltung (47 % eher bis sehr zufrieden) bei den Nutzerinnen und Nutzern leicht zulegen – Information (64 %), Kultur (42 %) und Sport (39 %) bleiben stabil.

Auch beim **ORF-Radio** steigt bei den Nutzerinnen und Nutzern im Vergleich zum Vorjahr insbesondere die Zufriedenheit mit der Unterhaltung (56 %). Am insgesamt zufriedensten ist man – wie beim Fernsehen – mit dem Bereich Information (64 %).

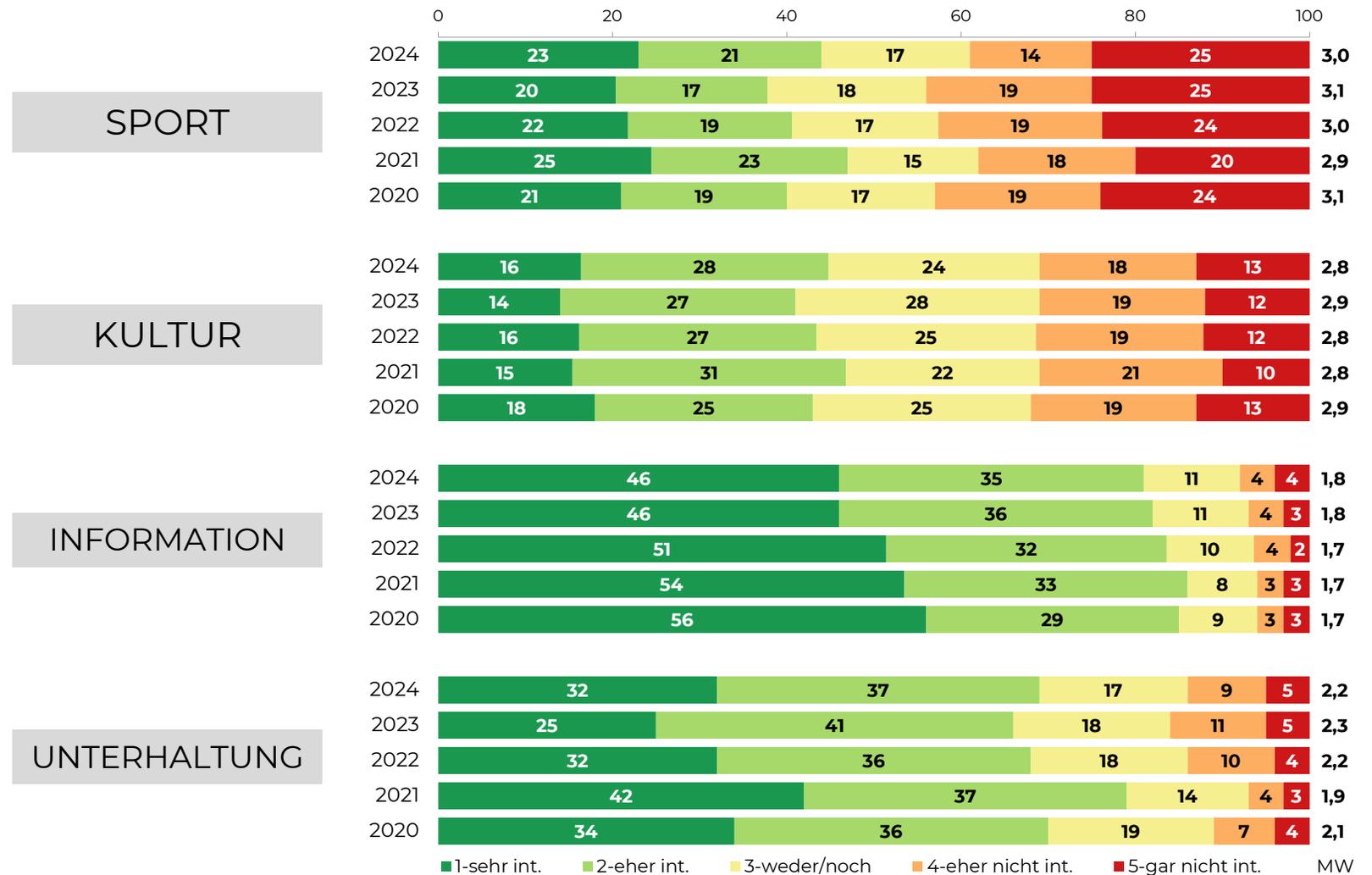
Beim **ORF-Internet** besteht die höchste Zufriedenheit bei den Nutzerinnen und Nutzern mit dem Bereich Information (52 %), ebenso bei **ORF Social Media** (42 %) und dem **ORF TELETEXT** (49 %).

Anspruchsvolle Sendungen

44 % geben an, dass der ORF ihrer Meinung nach den Programmauftrag bezüglich der Ausstrahlung anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm erfüllt. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich hier nun eine leicht positive Entwicklung (+4 Prozentpunkte).

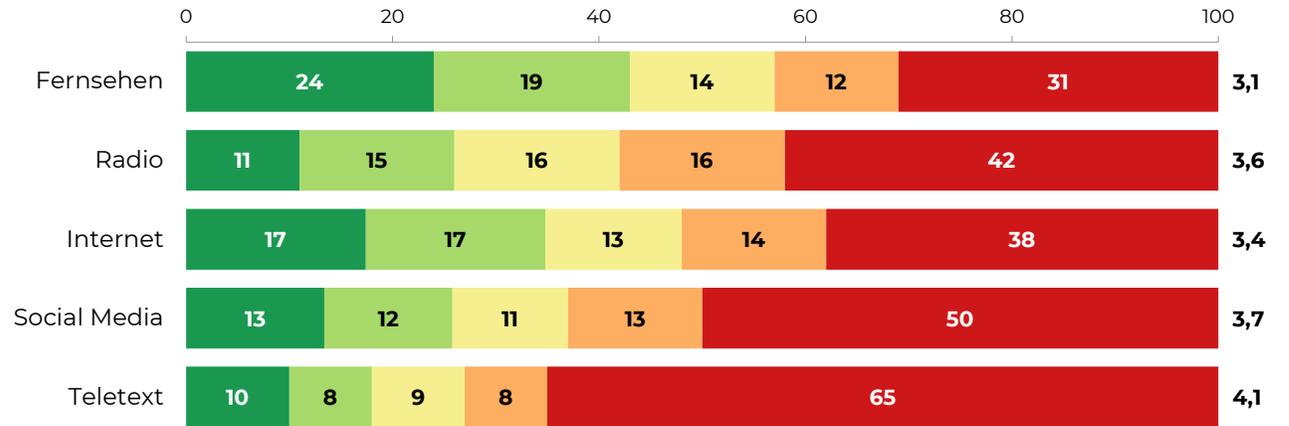
Themeninteresse allgemein im Zeitvergleich

Frage 11: Denken Sie jetzt an die Inhalte von Medien. Diese kann man grob in 4 Bereiche einteilen: nämlich Sport, Kultur, Information und Unterhaltung. Geben Sie bitte an, wie sehr Sie persönlich an diesen Themenbereichen interessiert sind? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert; dazwischen können Sie Ihr Urteil fein abstufen) [in Prozent]
Basis: Gesamt, n=1.006

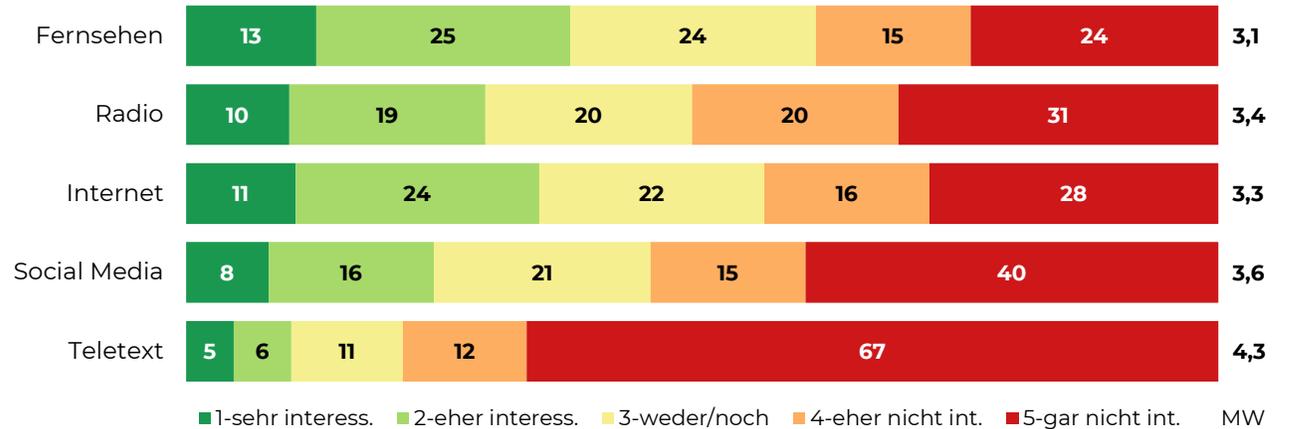


Themeninteresse in den Medien (1/2)

SPORT



KULTUR

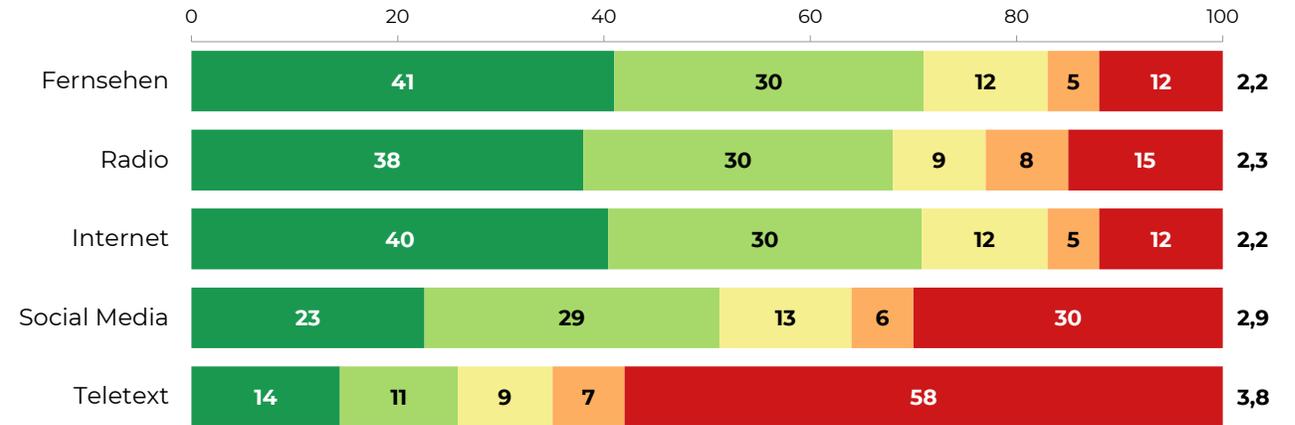


F12-F16: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... Fernsehen/Radio/Internet/Social Media/Teletext ... interessiert? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert) [in Prozent]

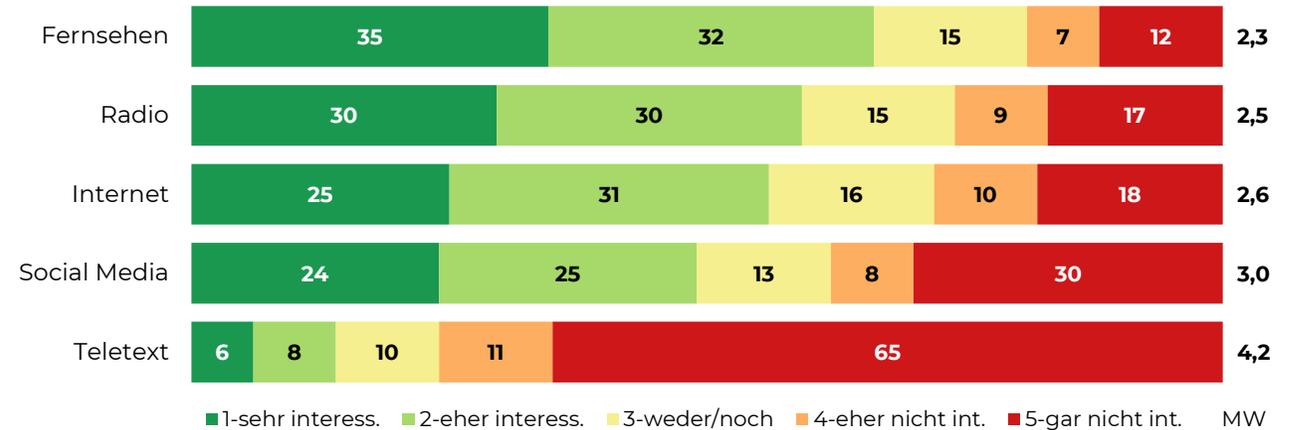
Basis: Gesamt, n=1.006

Themeninteresse in den Medien (2/2)

INFORMATION



UNTERHALTUNG



F12-F16: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... Fernsehen/Radio/Internet/Social Media/Teletext ... interessiert? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert) [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.006

Themeninteresse in den Medien nach Alter

Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

sehr interessiert	im FERNSEHEN		im RADIO		im INTERNET		in SOCIAL MEDIA		im TELETEXT	
	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.
an SPORT	22	25	12	11	20	14	19	7	8	12
an KULTUR	8	18	7	13	13	9	10	6	4	5
an INFORMATION	28	55	33	44	41	40	28	16	11	17
an UNTERHALTUNG	34	36	29	30	35	14	39	8	7	4

F12-F16: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... Fernsehen/Radio/Internet/Social Media/Teletext ... interessiert? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert) [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.006

Themeninteresse in den Medien nach Geschlecht und Alter

Anteil „sehr/eher interessiert“ je Themenbereich und Medium

		GESAMT	bis 29 J.	30-49 J.	50+ J.	MÄNNER	FRAUEN
Sport	Allgemein	44	46	42	46	61	29
	im Fernsehen	43	46	39	44	58	29
	im Radio	26	27	26	26	37	16
	im Internet	34	40	39	29	48	21
	in Social Media	25	39	30	18	34	17
	im Teletext	18	11	18	20	26	10
Kultur	Allgemein	44	45	32	51	39	49
	im Fernsehen	38	33	24	49	33	44
	im Radio	29	23	21	37	25	32
	im Internet	35	41	37	31	30	39
	in Social Media	24	36	25	19	21	27
	im Teletext	11	12	7	11	10	10
Information	Allgemein	81	70	81	87	79	83
	im Fernsehen	71	52	65	83	69	74
	im Radio	68	55	67	75	66	70
	im Internet	70	69	80	66	74	68
	in Social Media	52	65	61	39	51	52
	im Teletext	25	19	22	30	29	22
Unterhaltung	Allgemein	69	72	72	66	65	72
	im Fernsehen	67	61	66	70	61	73
	im Radio	60	52	63	60	55	64
	im Internet	56	72	71	40	56	56
	in Social Media	49	72	66	28	46	52
	im Teletext	14	15	15	13	14	14

F12-F16: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... Fernsehen/Radio/Internet/Social Media/Teletext ... interessiert? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert) [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.006

Themeninteresse in den Medien im Zeitvergleich

Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

sehr interessiert an:	im FERNSEHEN											im RADIO										
	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
SPORT	24	20	23	25	23	34	30	33	30	37	34	11	11	12	15	14	20	15	20	18	22	20
KULTUR	13	13	15	14	16	18	19	20	19	23	18	10	9	10	12	13	12	11	16	15	17	14
INFORMATION	41	40	44	50	52	59	58	60	56	60	56	38	39	43	48	50	53	52	52	46	48	50
UNTERHALTUNG	35	29	36	44	39	57	55	52	47	63	51	30	23	30	38	31	49	48	51	39	53	46

sehr interessiert an:	im INTERNET											im TELETEXT										
	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
SPORT	17	18	16	19	18	22	17	18	18	23	17	10	8	11	15	17	16	14	16	16	18	15
KULTUR	11	10	9	10	13	11	9	13	15	14	9	5	3	5	5	7	6	6	8	7	10	6
INFORMATION	40	40	40	52	50	60	48	56	54	54	53	14	16	18	26	31	29	28	31	30	39	33
UNTERHALTUNG	25	23	25	32	31	32	34	38	37	37	27	6	5	7	7	9	8	8	11	11	15	9

auf SOCIAL MEDIA			
sehr interessiert an:	2024	2023	2022
SPORT	13	12	10
KULTUR	8	7	6
INFORMATION	23	21	22
UNTERHALTUNG	24	21	21

F12-F16: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... Fernsehen/Radio/Internet/Social Media/Teletext ... interessiert? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert) [in Prozent]

Anmerkung: Die Medienabfrage wurde 2022 um ‚Social Media‘ als eigenständiges Medium erweitert.

Basis: Gesamt, n=1.006

* Anm.: Internet und Teletext wurden bis 2021 auf Basis „Zugang zum Internet/Teletext“ ausgewiesen

Themeninteresse in den Medien: Interesse und Zufriedenheit

		INTERESSE (Medien allgemein) 1 = sehr interessant, 5 = gar nicht interessant Mittelwerte	ZUFRIEDENHEIT (ORF-Medien) 1 = sehr zufrieden, 5 = gar nicht zufrieden Mittelwerte
(ORF)-FERNSEHEN	Sport	3,1	2,7
	Kultur	3,1	2,7
	Information	2,2	2,4
	Unterhaltung	2,3	2,8
(ORF)-RADIO	Sport	3,6	2,9
	Kultur	3,4	2,7
	Information	2,3	2,2
	Unterhaltung	2,5	2,4
(ORF)-INTERNET	Sport	3,4	2,8
	Kultur	3,3	2,8
	Information	2,2	2,4
	Unterhaltung	2,6	2,7
(ORF)-SOCIAL MEDIA	Sport	3,7	2,9
	Kultur	3,6	2,9
	Information	2,9	2,6
	Unterhaltung	3,0	2,8
(ORF)-TELETEXT	Sport	4,1	2,8
	Kultur	4,3	3,0
	Information	3,8	2,6
	Unterhaltung	4,2	2,9

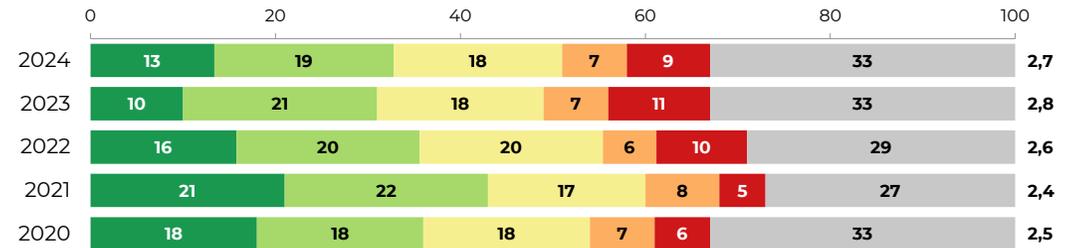
F12-F16: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... Fernsehen/Radio/Internet/Social Media/Teletext ... interessiert? [in Prozent]

F17-F21: Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen ORF-Fernsehen/ORF-Radio/ORF-Internet/ORF-Social Media/ORF-Teletext? [in Prozent]

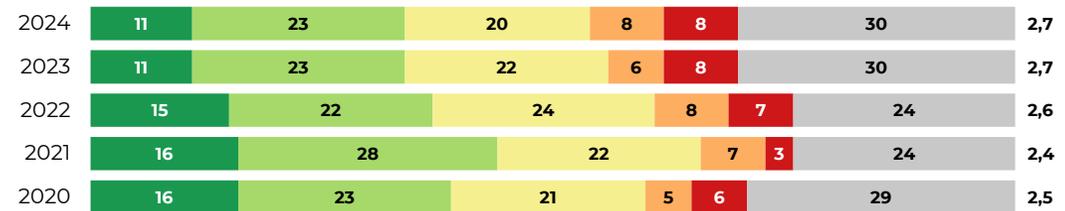
Basis: Gesamt, n=1.006

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Fernsehen im Zeitvergleich

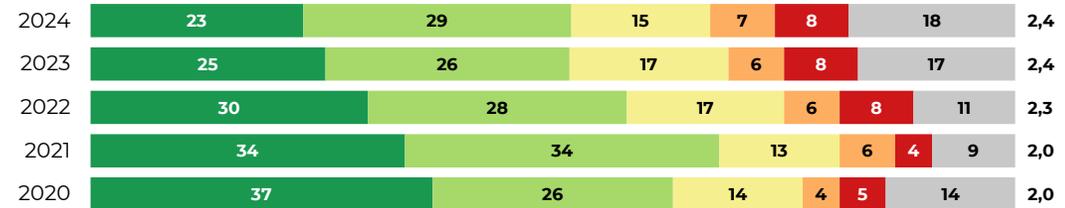
SPORT



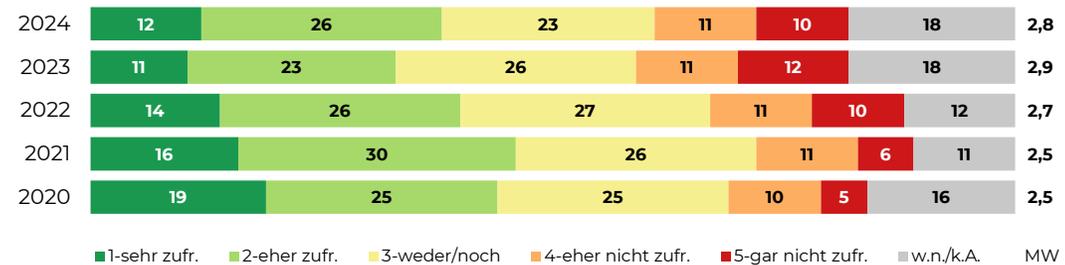
KULTUR



INFORMATION



UNTERHALTUNG



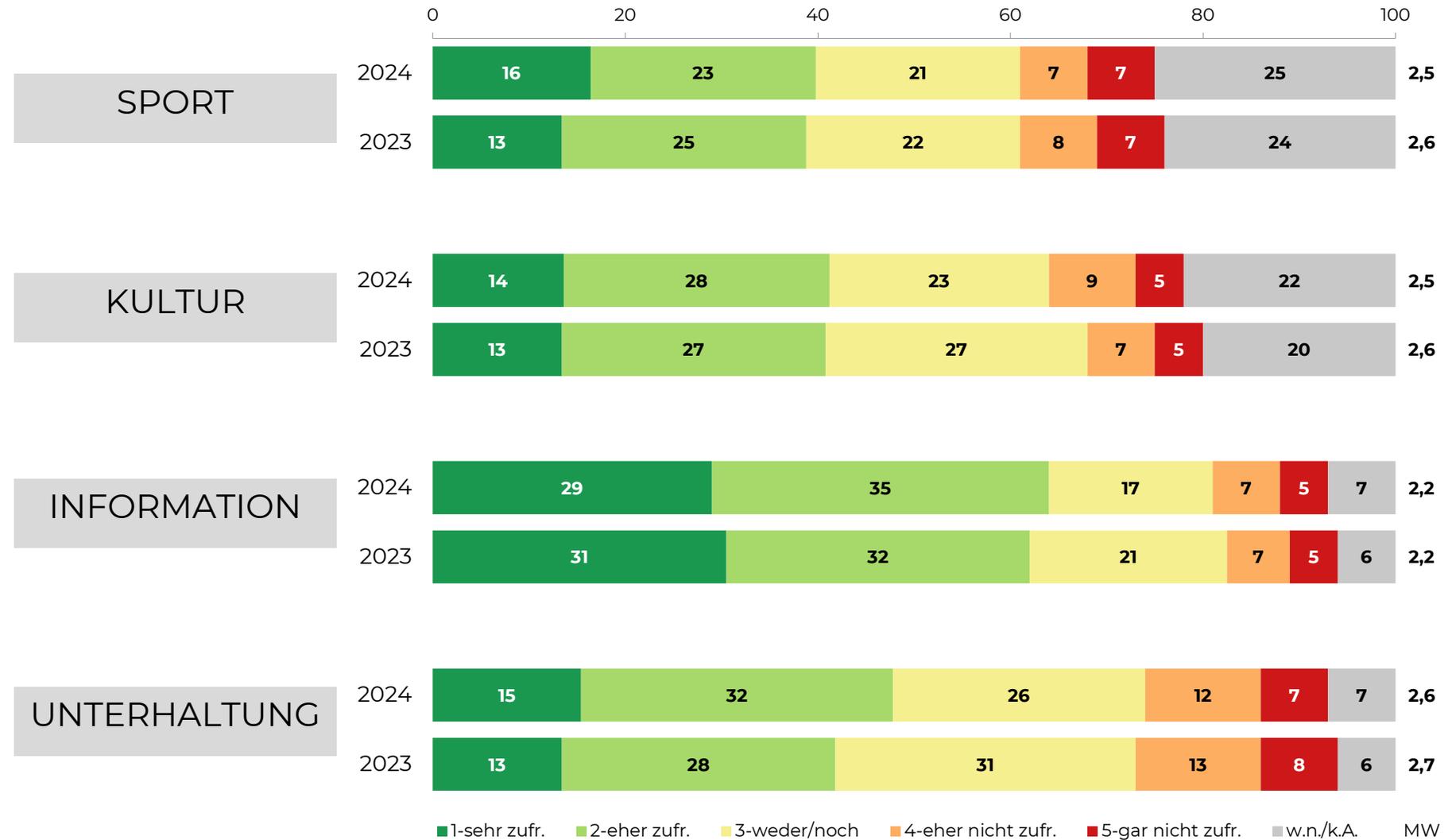
■ 1-sehr zufr. ■ 2-eher zufr. ■ 3-weder/noch ■ 4-eher nicht zufr. ■ 5-gar nicht zufr. ■ w.n./k.A. MW

F17: Sie haben nun angegeben, wie sehr Sie an den einzelnen Themenbereichen interessiert sind. Jetzt würde uns noch interessieren, wie zufrieden Sie da mit dem ORF sind. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Fernsehen? [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.006

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Fernsehen im Zeitvergleich

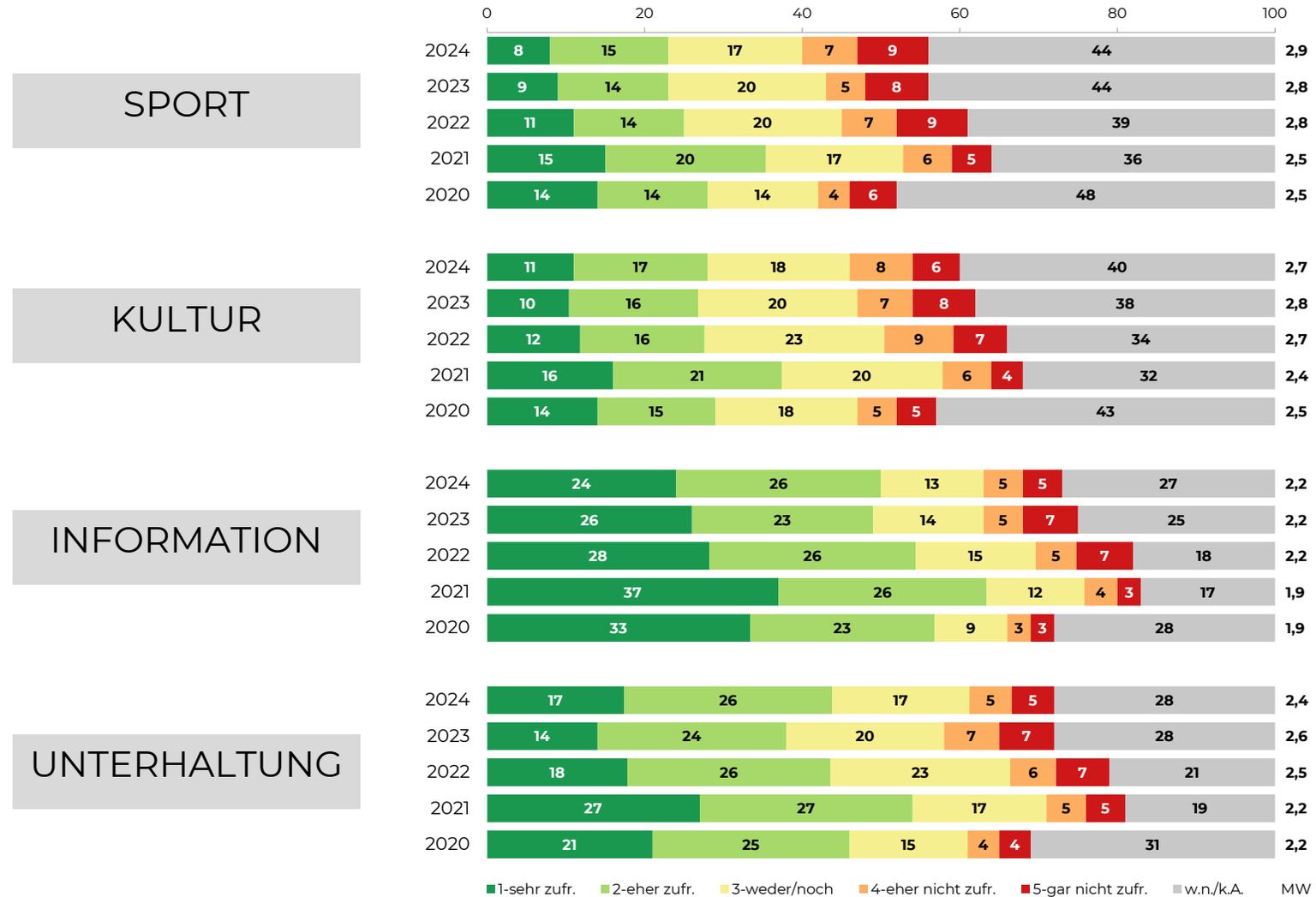
Basis: Nutzung



F17: Sie haben nun angegeben, wie sehr Sie an den einzelnen Themenbereichen interessiert sind. Jetzt würde uns noch interessieren, wie zufrieden Sie da mit dem ORF sind. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Fernsehen? [in Prozent]

Basis: Nutzung von ORF-Fernsehen, n=785

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Radio im Zeitvergleich

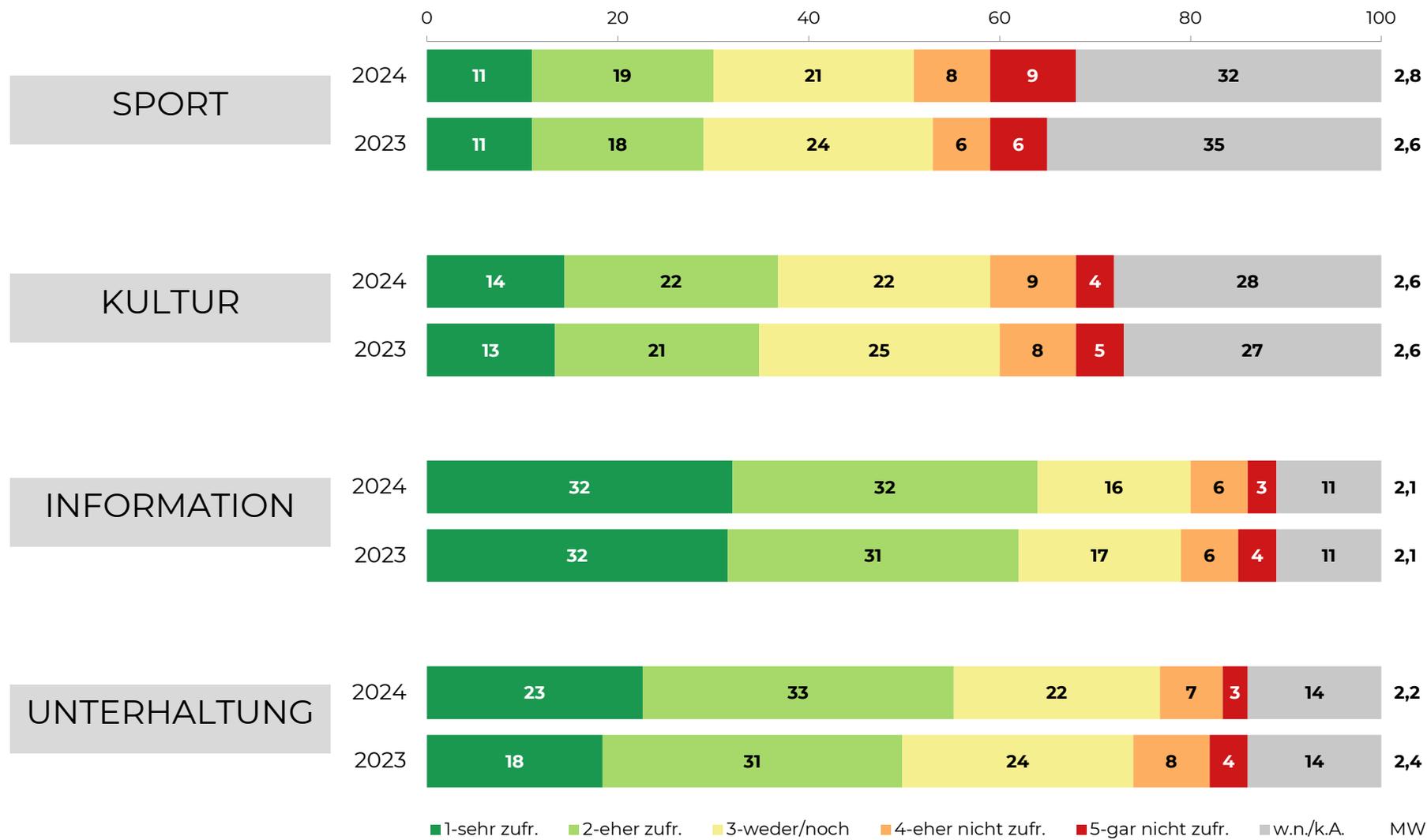


F18: Wie ist das mit dem ORF-Radio. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Radio? [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.006

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Radio im Zeitvergleich

Basis: Nutzung

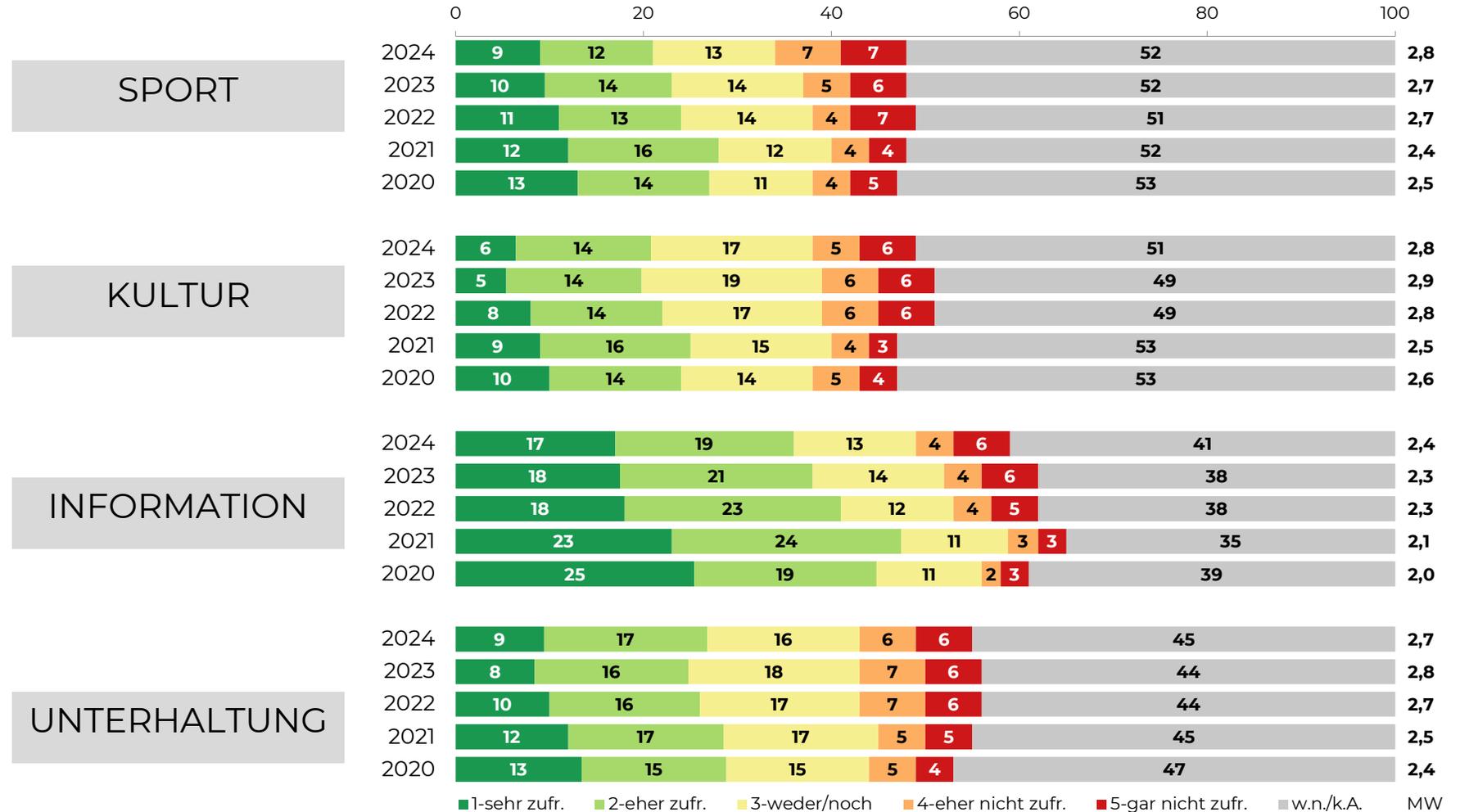


F18: Wie ist das mit dem ORF-Radio. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Radio? [in Prozent]

Basis: Nutzung von ORF-Radio, n=724

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Internet* im Zeitvergleich

Anmerkung: Bis 2021 wurde nur *Internet* gesamt abgefragt, seit 2022 werden *Internet* und *Social Media* getrennt erhoben.



F19: Wie ist das mit den Internetseiten des ORF?
Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen im ORF-Internet?
[in Prozent]

* Anm.: Internet wurde bis 2021 auf Basis „Zugang zum Internet“ ausgewiesen

Basis: Gesamt, n=1.006

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Internet im Zeitvergleich

Basis: Nutzung

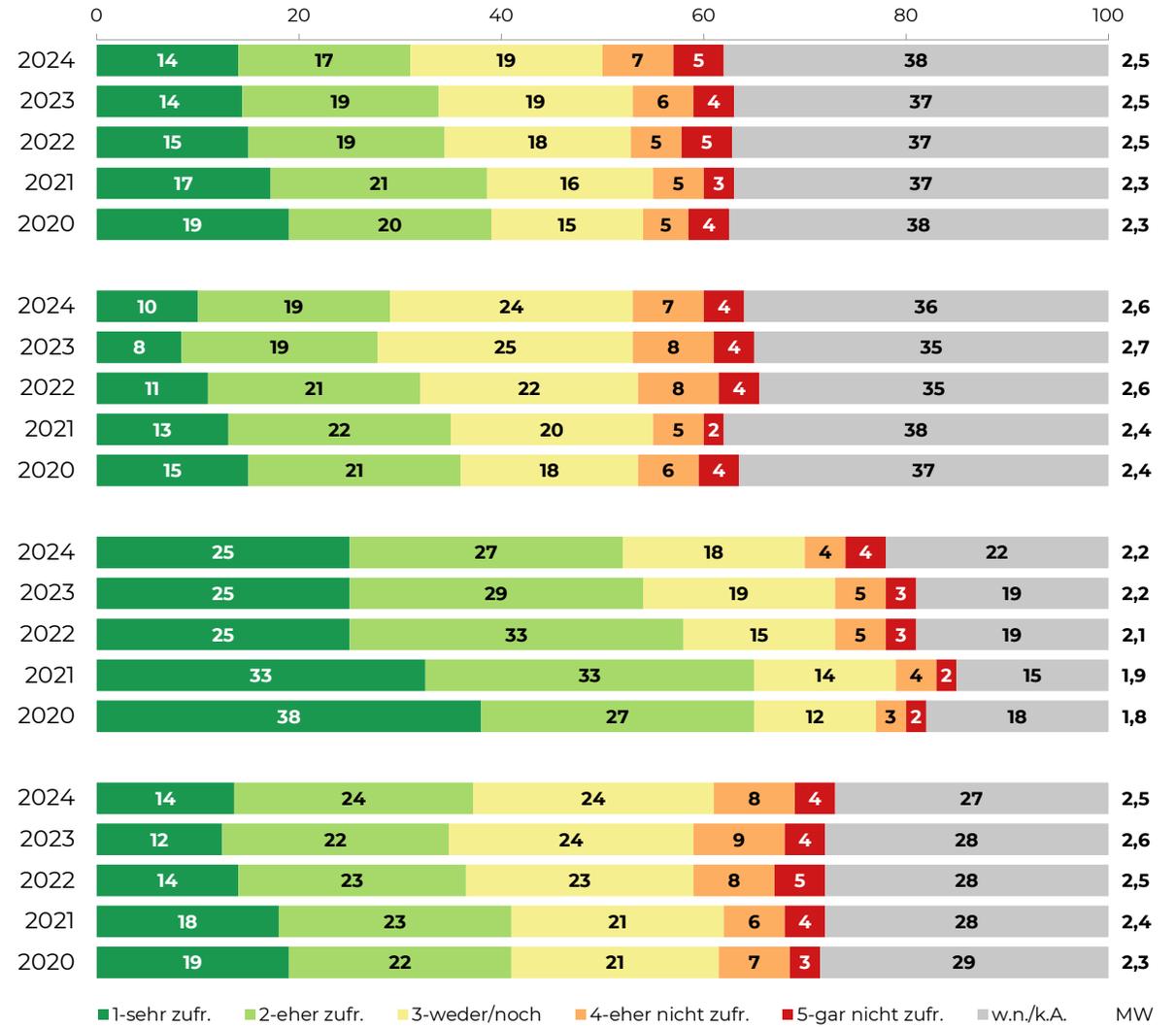
Anmerkung: Bis 2021 wurde nur *Internet* gesamt abgefragt, seit 2022 werden *Internet* und *Social Media* getrennt erhoben.

SPORT

KULTUR

INFORMATION

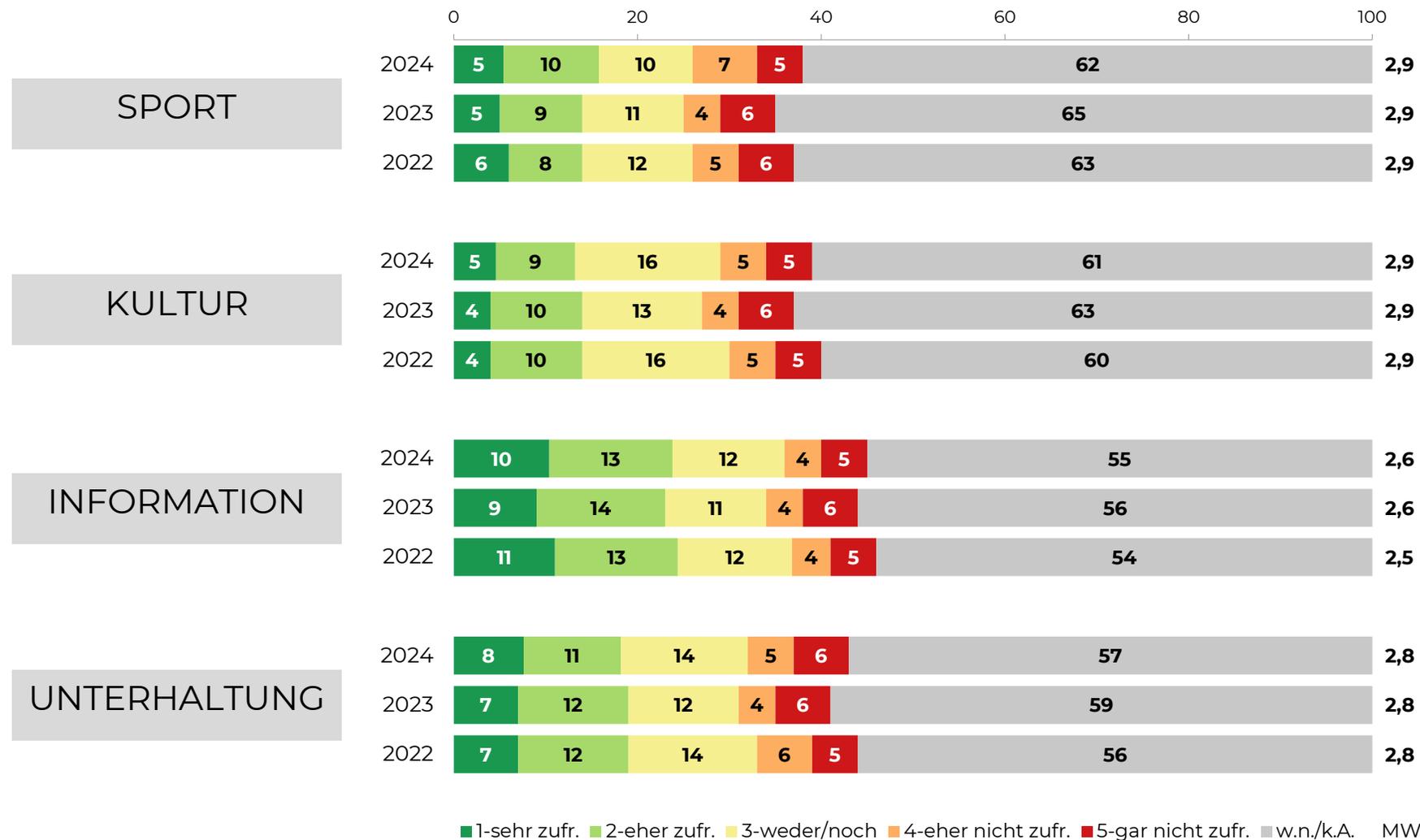
UNTERHALTUNG



F19: Wie ist das mit den Internetseiten des ORF?
Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen im ORF-Internet? [in Prozent]

Basis: Nutzung von ORF-Internetseiten, n=599

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Social-Media im Zeitvergleich

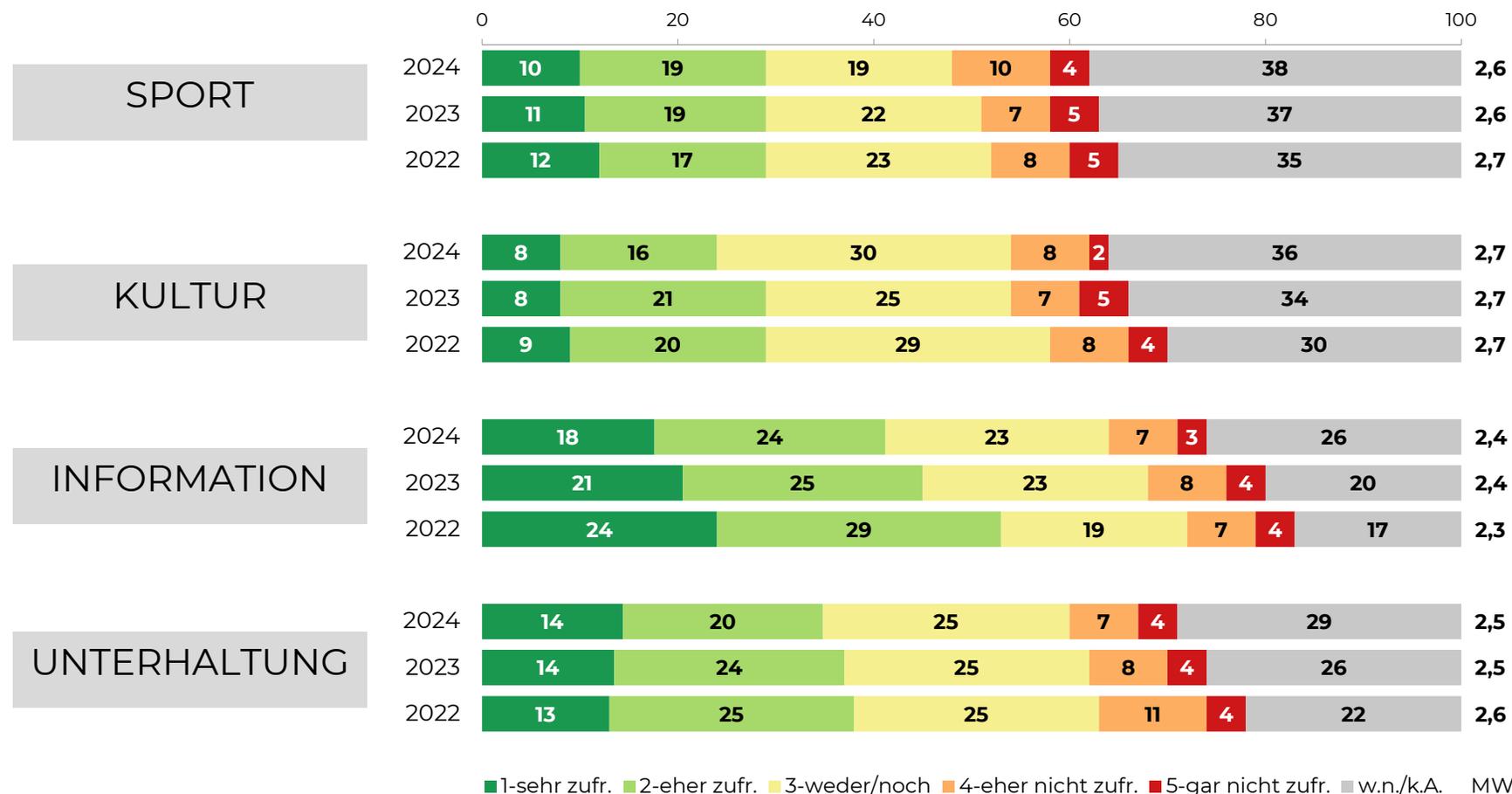


F20: Wie ist das bei den Social-Media-Angeboten des ORF?
 Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen auf ORF-Social-Media? [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.006

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Social-Media im Zeitvergleich

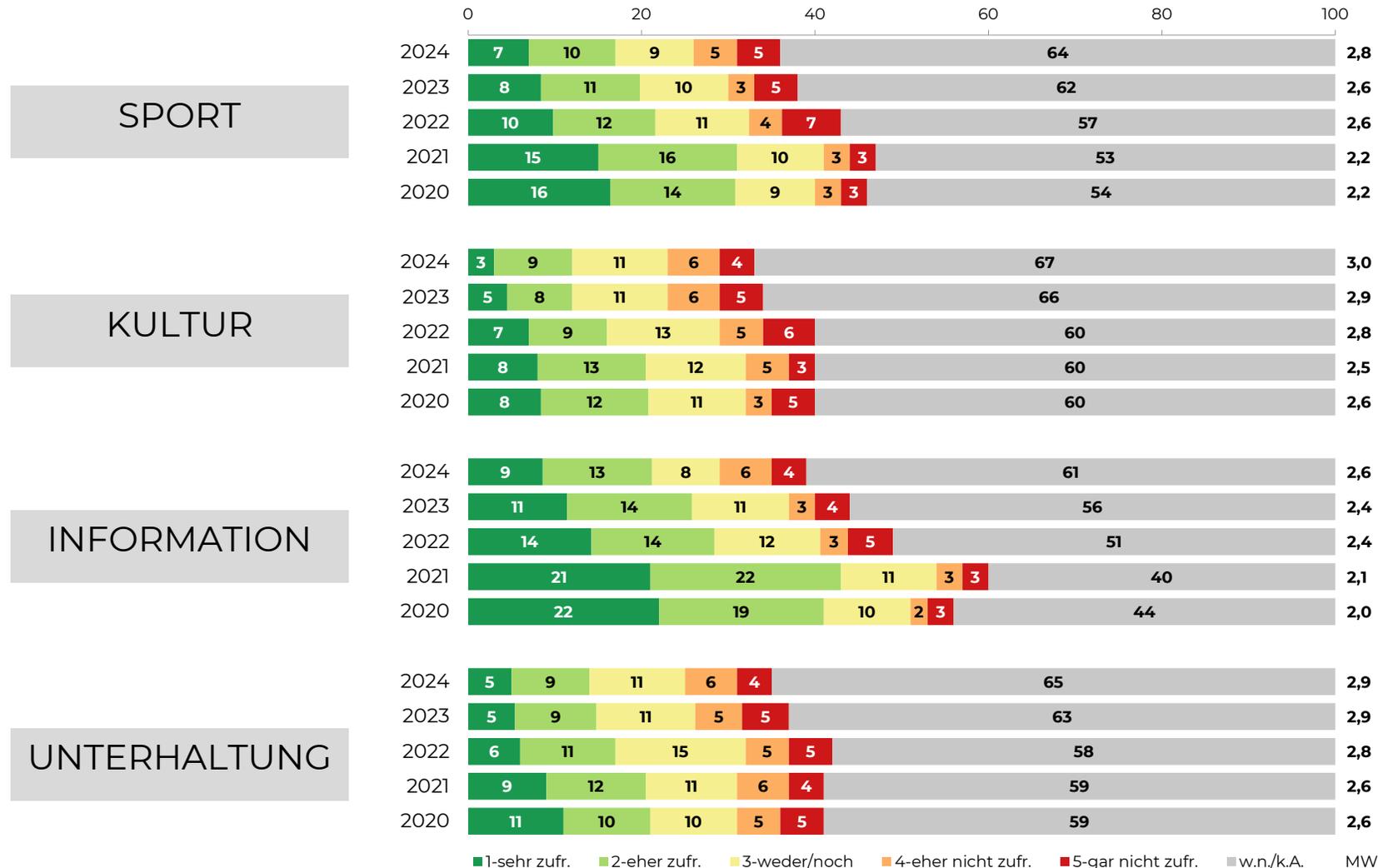
Basis: Nutzung



F20: Wie ist das bei den Social-Media-Angeboten des ORF?
Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen auf ORF-Social-Media? [in Prozent]

Basis: Nutzung von ORF-Social Media, n=423

Zufriedenheit mit Themenbereichen : ORF-Teletext* im Zeitvergleich



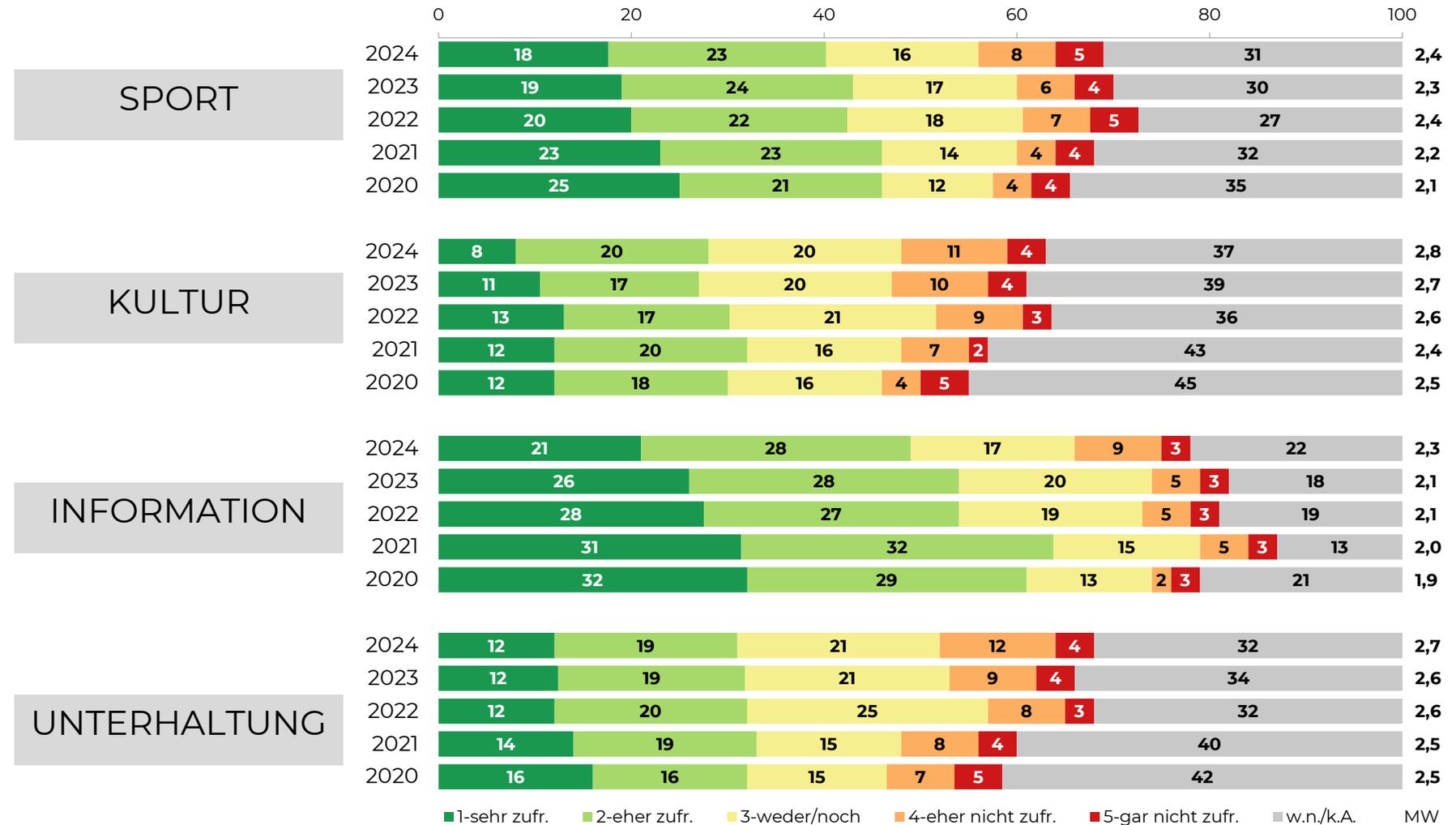
F21: Denken Sie jetzt bitte an den ORF-Teletext. Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen im ORF-Teletext? [in Prozent]

* Anm.: Teletext wurde bis 2021 auf Basis „Zugang zum Teletext“ ausgewiesen

Basis: Gesamt, n=1.006

Zufriedenheit mit Themenbereichen : ORF-Teletext im Zeitvergleich

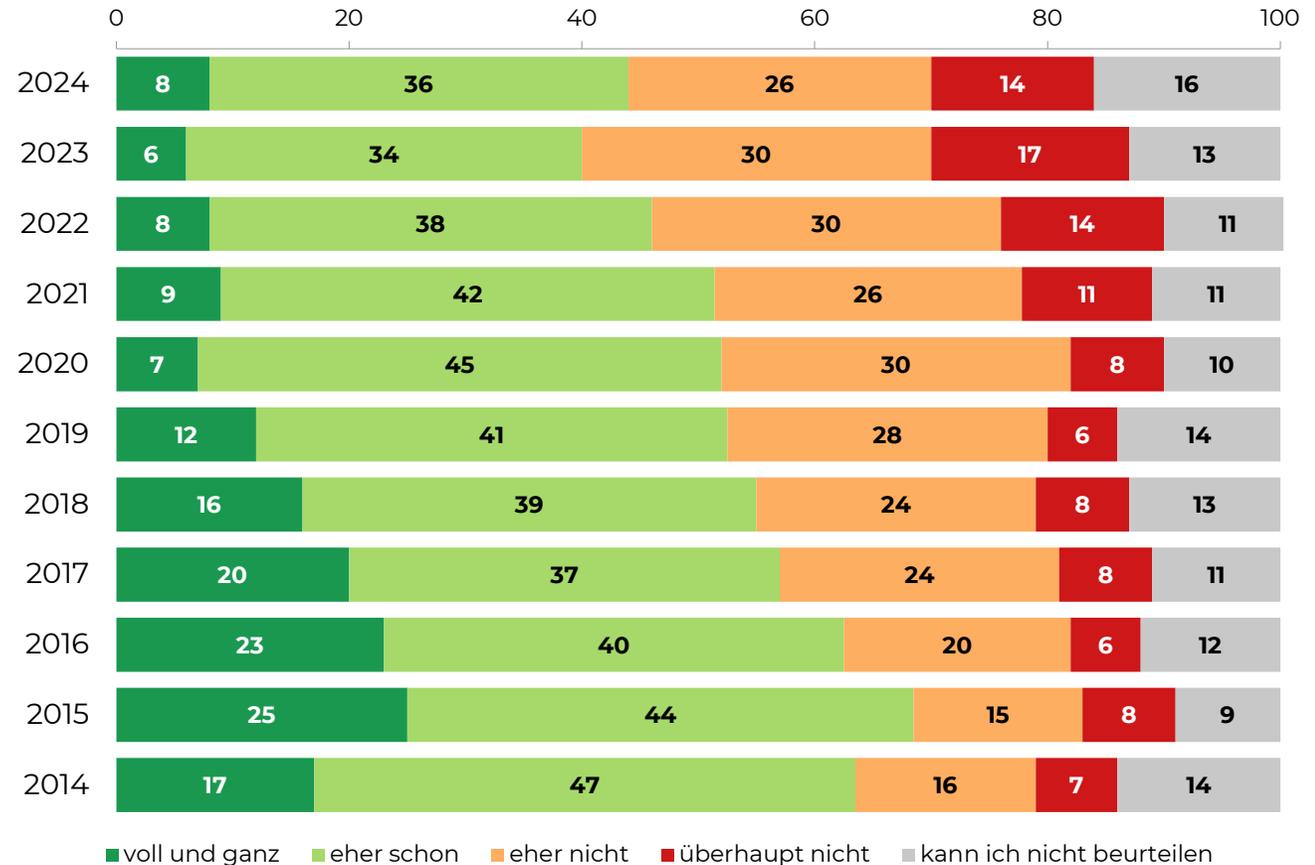
Basis: Nutzung



F21: Denken Sie jetzt bitte an den ORF-Teletext. Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen im ORF-Teletext? [in Prozent]

Basis: Nutzung von ORF-Teletextseiten, n=378

Anspruchsvolle Sendungen* im Hauptabendprogramm



*anspruchsvolle Sendungen:

Im Fragebogen war keine Definition von „anspruchsvoll“ vorgegeben. Was konkret unter „anspruchsvoll“ zu verstehen war, blieb dem Interpretationsspielraum der Befragten überlassen. Für die Interviewer/innen gab es diesbezüglich die explizite Anweisung, im Fall von Nachfragen/Rückfragen seitens der befragten Personen auch keine Erklärungen/Hinweise abzugeben, sondern darauf zu verweisen, was der/die Befragte selbst als „anspruchsvoll“ definiert.

F25: Der Programmauftrag des ORF sieht vor, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zwischen 20h und 22h in der Regel anspruchsvolle Sendungen* zur Wahl stehen. Wie sehr erfüllt der ORF Ihrer Meinung nach diesen Auftrag? [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.006