



**Das Qualitätssicherungssystem des ORF
im Jahr 2025
Gutachten zur Bewertung der
Gesamtleistung**

Ingrid Deltenre
Mai 2026

Vorbemerkung

Es sind anspruchsvolle Zeiten für öffentlich-rechtliche Medien. Auf Druck von bürgerlichen Parteien wurde die Finanzierung der SRG in der Schweiz um 20 % gekürzt.

In Deutschland stehen die ARD und das ZDF wegen fehlender journalistischer Sorgfalt und Ausgewogenheit in der Berichterstattung massiv in der Kritik.

Auch das einstige Flagship der öffentlich-rechtlichen Medien, die BBC, steht im scharfen Gegenwind. Auch sie wird wegen fehlender Ausgewogenheit, wegen ihrer Gaza-Berichterstattung und für das Wegschauen bei internen Skandalen heftiger denn je kritisiert.

Und jetzt – obschon man beim ORF auch im Berichtsjahr sehr viel in die Compliance investiert und den Verhaltenskodex überarbeitet hat – fegt gerade ein kleiner Sturm über den ORF hinweg. Bisher konnte das Publikum immer unterscheiden zwischen der Governance, die auch schon früher kritisiert wurde, und dem eigentlichen publizistischen Angebot des ORF. Man kann nur hoffen, dass das so bleibt.

In den quantitativen und qualitativen Umfragen im Rahmen der Qualitätssicherung wird dem ORF eine hohe Glaubwürdigkeit attestiert. Man vertraut dem ORF, weil er faktentreu, fundiert, kompetent und gleichermaßen verständlich informiert. Das Publikum ist sich einig: Es sind die Stärken des ORF, die es zu bewahren gilt.

Ingrid Deltenre, im Mai 2026

Inhalt

Vorbemerkung	2
1 Executive Summary	4
2 Das Qualitätssicherungssystem des ORF	9
2.1 Die gesetzliche Grundlage	9
2.2 Verfahren und Methoden 2025	9
3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten	14
4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags	16
4.1 ORF-Hörfunk	17
4.2 Die Regionalradios des ORF	21
4.3 ORF-Fernsehen	24
4.4 Internet	29
4.5 Kooperationen des ORF	31
4.6 Barrierefreie Angebote im ORF	32
4.7 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF	34
5 Die ORF-Overall-Befragung 2025	36
6 Evaluation des Qualitätsprofils Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe 2025	38
7 Publikumsgespräche zum Sport-, Informations- und Unterhaltungsangebot	42
8 Expertinnen-/Expertengespräche 2025: «Kultur, Religion und Ethik»	47
9 ORF-Publikumsratsstudie 2025: Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die ORF-Angebote für verschiedene Zielgruppen	50
10 Public-Value-Berichte	52
11 Fazit	55

1 Executive Summary

Das vorliegende Gutachten untersucht, ob und inwiefern der ORF mit seinem publizistischen Angebot **den Vorgaben des Gesetzes entsprochen** hat. Die Grundlage für diese Beurteilung bildet das vom ORF-Stiftungsrat beschlossene Qualitätssicherungssystem. Dieses System beinhaltet Repräsentativ-Befragungen, Publikumsgespräche, Inhaltsanalysen, Diskurse mit Expertinnen und Experten, Public-Value-Berichte, Public-Value-Studien sowie den Jahresbericht des ORF. Die **Erwartungen des Stiftungsrates** gehen über die eigentliche Prüfung des Qualitätssicherungssystems hinaus. Er erwartet Einsichten darüber, ob es Schwachstellen in den Prozessen der Qualitätssicherung gibt und wo möglicherweise etwas verbessert werden kann.

Zum Vorgehen

Wo im ORF-Gesetz **konkrete Zielvorgaben** genannt werden, wurde untersucht, ob diese Zielvorgaben erreicht worden sind. Darüber hinaus sind implizit weitere Kriterien in die Beurteilung eingeflossen, die für einen öffentlich-rechtlichen Sender wichtig sind. Zum einen ist es die **Relevanz** des publizistischen Angebots, die sich in Marktanteilen und Reichweiten äußert. Weitere wichtige Kriterien sind die **Glaubwürdigkeit** der Information und die **Originalität** vor allem in den Bereichen Unterhaltung, Kultur und Sport. Eine weitere implizite Anforderung an den ORF ist eine hohe **technische Qualität** der Produktionen. Nachdem gerade das jüngere Publikum bevorzugt das Internet und Social Media nutzt, wird auch das Kriterium der **Auffindbarkeit** und der **Nutzerführung** auf den ORF-Streamingplattformen immer wichtiger. Diese Themen werden vor allem in den Publikumsgesprächen und im Dialog mit den Expertinnen und Experten angesprochen.

Für die konzeptionelle Beurteilung des ORF-Qualitätssicherungssystems wird untersucht, inwiefern die Ergebnisse **valide und reliabel** sind und ob sie auch von den wichtigen **Akteuren des ORF zur Kenntnis** genommen werden.

Methode und Prozesse des Qualitätssicherungssystems

Innerhalb des ORF werden der Prozess der Qualitätssicherung sowie die Berichterstattung darüber vom Public-Value-Team unter der Leitung von Dr. Klaus Unterberger sowie von der Marktforschungsabteilung unter der Leitung von Mag. Eva Sassmann betrieben. Im Rahmen der jährlichen Workshops mit allen Beteiligten werden Verbesserungsmöglichkeiten diskutiert und allenfalls beschlossen. Das Qualitätssicherungssystem wird somit laufend angepasst.

Es besteht eine **hohe Kontinuität** bei den mit der Qualitätsmessung beauftragten Instituten und den verantwortlichen Projektleiterinnen und Projektleitern. Die angewendeten Methoden und Verfahren sind über Jahre erprobt und verfeinert worden.

Die **Overall-Befragung sowie die Publikumsratsstudie** wurden auch im Jahr 2025 per Telefon bzw. schriftlich, via Online-Fragebogen, gemacht. An dieser Stelle kann

festgehalten werden, dass die Studien und Analysen methodisch korrekt durchgeführt worden sind und den höchsten Anforderungen entsprechen.

In den **Publikumsgesprächen** wurden die Programmsäulen Information, Unterhaltung und Sport diskutiert.

Die **ORF-Macherinnen und -Macher** beteiligen sich aktiv an den Gesprächen mit dem Publikum sowie mit den Expertinnen und Experten. Sie bringen sich ein, nutzen die Gespräche, um Ideen zu vertiefen, geplante Programmneuerungen anzukündigen, aber auch um allfällige rechtliche Rahmenbedingungen des ORF zu erläutern. Vom Publikum wird dieser Austausch sehr geschätzt, was auch in den Nachbefragungen zu den Publikumsgesprächen immer wieder betont wird.

Im **ORF-Jahresbericht** werden sämtliche inhaltlichen und technischen Anforderungen des Kernauftrags laut ORF-Gesetz abgearbeitet und wenn immer möglich mit quantitativen Aussagen untermauert oder mit Programm-Beispielen illustriert.

Die Mehrjahresvergleiche der **empirischen Studien**, die **Evaluation des Qualitätsprofils** «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» und die jährlichen Inhaltsanalysen illustrieren die hohe Validität und Reliabilität der Ergebnisse. Die Studien ergänzen sich und erlauben die Beurteilung der Erfüllung des gesetzlichen Auftrags aus ganz verschiedenen Perspektiven.

Die **Public-Value-Berichte** leisten einen wichtigen Beitrag zur **Transparenz** des Unternehmens und mit der **Public-Value-Studie** werden auch Themen vertieft, die prospektiv von größerer Bedeutung sein werden. Im Berichtsjahr werden im Rahmen dieser Studie die Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz von öffentlich-rechtlichen Medien, auch vom ORF, vorgestellt.

Der Leistungsauftrag

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein **differenziertes Gesamtprogramm** von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Diese Vorgabe wird mit Inhaltsanalysen der Radio- und Fernsehprogramme ermittelt. Sie basieren seit Jahren auf den gleichen inhaltlichen Kategorien und Zuordnungsschemata und erlauben deshalb ohne Weiteres den Vergleich zu den Vorjahren.

Die Inhaltsanalyse für das ORF-Fernsehen basiert auf der Analyse des gesamten Fernsehprogramms. Im Vergleich zum Vorjahr gibt es Verschiebungen bedingt durch das Fehlen der großen Sportanlässe wie die Fußball-Europameisterschaft 2024 und die Olympischen Sommerspiele. Der Sportanteil ist kleiner geworden, und der Unterhaltungsanteil ist im Berichtsjahr größer geworden. Insgesamt kann dem ORF attestiert werden, dass die Programmanteile in einem **ausgewogenen Verhältnis** zueinander stehen.

Auf der Basis von einer Musterwoche im Herbst kann festgehalten werden, dass auch die Programmanteile bei den meisten **ORF-Radios** sehr stabil geblieben sind. Bei **Hitradio Ö3** und einigen **Regionalradios** kam es zu nachvollziehbaren Verschiebungen im Vergleich zum Vorjahr, weil damals die Berichterstattung rund um die Hochwasserkatastrophe stark ausgebaut worden war. Mit Blick auf das **ORF-Radio gesamt** sind im Vier-Jahres-Schnitt die Abweichungen alle im Rahmen der vorgesehenen Schwankungsbreite von +/- 5 Prozentpunkten. **Dem ORF kann attestiert werden, diese gesetzliche Vorgabe erfüllt zu haben.**

Gemäß ORF-Gesetz muss der ORF einen hohen Anteil **europäischer Werke** im Programm haben. Im Berichtsjahr betrug der Anteil europäischer Programme rund **85,1 %** (Vorjahr: 80,9 %). **59,1 %** (Vorjahr: 55,7 %) wurden von **unabhängigen europäischen Produzenten** hergestellt. Der Anteil **neuer Werke europäischer unabhängiger Hersteller** auf ORF 1 und ORF 2 beträgt 33,8 % (Vorjahr: 31,1 %). **Damit hat der ORF auch diese gesetzlichen Vorgaben gut erfüllt.**

Auch im Berichtsjahr hat sich der ORF als wichtiger und verlässlicher Partner in der Zusammenarbeit mit **ARTE, 3sat und ARD alpha** erwiesen und hat seine **vertraglichen Verpflichtungen erfüllt.**

Des Weiteren soll der ORF einen wichtigen Beitrag zur **Förderung der österreichischen Identität** leisten. Dies wird zum einen mit der Zielvorgabe an einen hohen Anteil österreichischer Produktionen in den Fernsehprogrammen umschrieben. Bezogen auf den ganzen Tag betrug dieser Anteil bei ORF 1 und ORF 2 rund 70,4 % (Vorjahr: 69,5 %). Diese Produktionen waren entweder inhaltlich dazu geeignet, die österreichische Identität zu fördern, und/oder wurden in Österreich produziert und trugen somit zur Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion bei. In der Primetime betrug der Anteil an **Sendungen mit Österreichbezug sogar 88,5 %** (Vorjahr: 87,9 %). Der ORF hat diese gesetzliche Vorgabe ebenfalls erfüllt.

Der ORF hat im Hauptabend auch **«anspruchsvolle» Sendungen** zur Wahl zu stellen. Dieser Auftrag wird am Beispiel von zwei Musterwochen überprüft. Die publizierten Musterwochen im Jahresbericht illustrieren die Vielfalt des Programms und können als Beleg dafür dienen, dass im **Hauptabend anspruchsvolle Programme gesendet werden.** Diesem Befund stimmen in diesem Jahr, laut Overall-Befragung 2025, auch die Mehrheit der befragten Personen zu.

Der ORF hat sein **barrierefreies Angebot** wiederum deutlich ausgebaut und ist auf gutem Weg, die Zwischenziele des Aktionsplans, aber auch das langfristige Ziel 2030 zu erreichen, nicht zuletzt durch den Einsatz von KI, so dass auch alle Live-Programme, mit Untertitelung angeboten werden sollen. Der ORF hat seine **kommunizierten Ziele für 2025 deutlich übertroffen.**

Die Qualitätswahrnehmung

Mit einer wöchentlichen **Reichweite von gut 90 %** bei der Bevölkerung ab 14 Jahren über all seine Medien gehört der ORF zu den erfolgreichsten Medien in Europa überhaupt. Das **ORF-Fernsehen** erzielte im Berichtsjahr einen – im Vergleich zum Vorjahr – höheren Marktanteil von 34,6 % (Vorjahr: 34,2 %). Es erreichte täglich rund 3,645 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer, was 43,9 % aller Personen in TV-Haushalten ab drei Jahren entspricht. Zugelegt hat insbesondere ORF 1. **Diese Nutzungszahlen sind eindrucklich,** weil im Berichtsjahr große Sportevents wie die EURO 2024 und die Olympischen Spiele, die oft große Quotengaranten sind, fehlten. Neben der Ski-WM im heimischen Saalbach dürfte die erfolgreiche Lancierung vieler neuer Sendungen in allen Programmsäulen und der Ausbau der österreichischen fiktionalen Eigenproduktionen maßgeblich zu diesem Erfolg beigetragen haben.

Das **ORF-Radio** erzielte in der Bevölkerung ab zehn Jahren wie schon im Vorjahr einen Marktanteil von 60 %. Die Tagesreichweite der Radioprogramme betrug 55,1 %, damit erreichen die ORF-Radios täglich rund 4,5 Millionen Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren.

Ebenfalls beeindruckend, aber wenig überraschend, sind die Nutzungszahlen von **ORF ON bzw. des ORF-Videostreaming-Angebots**. Die Nettoviews der ORF-Videostreams sind von im Schnitt 14,5 Millionen im Monat auf 15,5 Millionen gestiegen, das Gesamtnutzungsvolumen von durchschnittlich 387 Mio. Minuten auf 465 Mio. Minuten. Diese starke Zunahme der Nutzung ist unter anderem auf neue Features auf ORF ON – etwa die zeitversetzte Nutzung des gesamten Programms –, das attraktive Unterhaltungs- und Sportprogramm sowie das aufgrund der längeren Abrufbarkeit umfassendere Angebot zurückzuführen.

Die insgesamt sehr hohen Nutzungswerte der ORF-Programme illustrieren die hohe **Relevanz**, die der ORF für die österreichische Bevölkerung hat. In der diesjährigen Evaluation des Qualitätsprofils Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe wird die hohe **Glaubwürdigkeit** des ORF besonders hervorgehoben. Die höchsten Zustimmungsraten erzielten unter anderem Qualitätsmerkmale wie **vertrauenswürdig, respektvoll, sachliche und kompetente Programmschaffende und Verständlichkeit**.

Auch im Rahmen der Publikumsgespräche zum Informations-, Unterhaltungs- und Sportangebot wurden die hohe **Qualität der tagesaktuellen Informationsmagazine** und Sondersendungen, die **kompetente und ausführliche Live-Berichterstattung im Sport** und die große **Vielfalt, Attraktivität** sowie die guten **fiktionalen Eigenproduktionen als ORF-Stärken** genannt.

Im Rahmen der Gespräche mit Expertinnen und Experten zu **Kultur** wie auch zur **Religion und Ethik** erhielt der ORF viel Lob für die Qualität, Vielfalt und Diversität des Kulturangebots. Der ORF schaffe mit seinem Angebot auf allen Kanälen Orientierung, durch Denkfreudigkeit, hohe Professionalität, Neugier und Kompetenz seiner Medienschaffenden.

Es sollte jedoch beachtet werden, dass einige Gesprächsteilnehmer:innen sich eine stärkere **Ausgewogenheit**, mehr Distanz und Unabhängigkeit von Parteipolitik, eine bessere Trennung von Fakten und Meinungen sowie eine **größere Meinungsvielfalt** wünschen. Immer wieder wurde auch der Wunsch nach **mehr Originalität und Kreativität in allen Programmbereichen** (siehe Kapitel 7 und 8) geäußert.

Im Zeitreihenvergleich der qualitativen Studien stellt man fest, dass das Thema **Vertrauen in der Diskussion mit dem Publikum über die Jahre wichtiger geworden ist**. Die relevanten Pfeiler für das Vertrauen sind die **Zuverlässigkeit** der redaktionellen Berichterstattung aufgrund **professioneller Recherchen**, die **sachliche Vermittlung** von Inhalten, die **Ausgewogenheit** sowie die **redaktionelle Unabhängigkeit**.

Im Vergleich zu den Vorjahren blieb im Berichtsjahr die **Kritik am Auftritt von ORF ON** praktisch aus, was auf die komplette Überarbeitung des Auftritts und auf die längeren Abrufzeiten der Sendungen zurückzuführen ist.

In der **Publikumsratsstudie** wurden rund 1.000 Personen befragt, wie zufrieden sie mit dem ORF-Angebot im Hinblick auf die Gleichberechtigung von Frauen und Männern, die Berücksichtigung aller Altersgruppen und die Anliegen von Familien und

Kinder sind. Die Ergebnisse dieser Studie legen nahe, dass diese **Programmaufträge vom ORF insgesamt gut erfüllt werden**. Die Frage, ob der ORF mit seinem Programm Alt und Jung gleichermaßen gut berücksichtigt, wurde von der Mehrheit der Befragten positiv beantwortet.

Mit den **Public-Value-Berichten und der Public-Value-Jahresstudie**, die zusammen mit vielen weiteren Informationen, unter anderem in Form von Podcasts, Interviews, DialogForen und weiteren Publikationen, auf der Website <https://zukunft.ORF.at> zugänglich sind, leistet das Public-Value-Team einen wichtigen Beitrag zur Transparenz des Unternehmens ORF.

Der **Public-Value-Bericht** gibt dieses Jahr Antworten auf die Frage: Wem nützt der ORF und wie? Anhand von 19 Fragen werden Projekte und Programme des ORF vorgestellt, die Impulse verleihen, Anregungen und auch Antworten auf aktuelle Fragen bieten.

In der Public-Value-Studie 2025/2026 werden die On-Air- und Off-Air-Initiativen zur **Förderung der Medienkompetenz von öffentlich-rechtlichen Medien** vorgestellt. Auch die vom ORF im Berichtsjahr lancierte Initiative wird im geplanten Berichtsband vorgestellt und wissenschaftlich ausgewertet.

Insgesamt ist dem ORF zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Vorgehen die Maßnahmen des Qualitätssicherungssystems effektiv umgesetzt hat. Der ORF hat die inhaltlichen Vorgaben des ORF-Gesetzes auch im Jahr 2025 erfüllt.

2 Das Qualitätssicherungssystem des ORF

2.1 Die gesetzliche Grundlage

Gemäß ORF-Gesetz hat der Generaldirektor bzw. die Generaldirektorin ein Qualitätssicherungssystem zu erstellen, das unter besonderer Berücksichtigung der Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeitenden die Kriterien und Verfahren zur Sicherstellung der Erfüllung des Kernauftrags des ORF definiert.

Der ORF-Stiftungsrat hat am 11. Mai 2011 ein adaptiertes Qualitätssicherungssystem beschlossen, das zusätzliche Maßnahmen vorsieht, mit denen die Angebote des ORF sowohl angebots- als auch publikumsorientiert evaluiert werden sollen. Die Ergebnisse dieser Studien fließen zusammen mit den Informationen aus dem Jahresbericht in das Gutachten ein. In der Sitzung vom 20. November 2014 wurden Anpassungen eingebracht und vom Stiftungsrat beschlossen, die die Analyse der Programmstruktur des ORF-Fernsehens insgesamt betreffen. Eine Ergänzung zur Programmstruktur des ORF-Radios wurde am 15. September 2022 durch den Stiftungsrat genehmigt, zur Programmstruktur Fernsehen im November 2025.

2.2 Verfahren und Methoden 2025

Das ORF-Qualitätssicherungssystem setzte auch im Jahr 2025 auf die bewährten Verfahren und Instrumente der Repräsentativbefragung, Publikumsbefragungen, Experten- und Expertinnen-Befragung, Programmstrukturanalysen, den Public-Value-Bericht, die Public-Value-Jahresstudie, die Publikumsratsstudie sowie den ORF-Jahresbericht.

Das Qualitätssicherungssystem wird laufend optimiert. Dazu organisiert der ORF jährlich einen Workshop mit allen beteiligten Personen und Instituten. Dieser Workshop fand am 26. September 2025 statt.

Im Rahmen dieses Workshops wurden die Forschungserkenntnisse zum Thema der «anspruchsvollen» Sendungen im Hauptabend besprochen.

Ferner wurde diskutiert, wie mit **KI** das Qualitätssicherungssystem weiter verbessert werden könnte. Naheliegend wäre der Einsatz für die Inhaltsanalysen und für die Programmstrukturanalyse, die Möglichkeiten werden laufend geprüft. Aber aufgrund der hohen Kosten ist eine Umsetzung im Moment noch nicht geplant.

Auf Wunsch des **Publikumsrats** wird seine Studie für die Beurteilung der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den ORF-Programmaufträgen aus Sicht des Publikums genutzt. Im Berichtsjahr wurden die Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die ORF-Angebote hinsichtlich der Gleichberechtigung von Frauen und Männern, der Berücksichtigung aller Altersgruppen und der Anliegen der Familien und Kinder untersucht.

Der ORF-Jahresbericht

Laut Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk betreibt der ORF drei österreichweit und neun bundeslandweit empfangbare Programme des Hörfunks und zwei österreichweit empfangbare Programme des Fernsehens. Hinzu kommen im Rahmen von besonderen Aufträgen ein TV-Sportspartenprogramm, ein TV-Informations- und Kulturspartenprogramm, ein Fernsehprogramm für das europäische Publikum, ein Online-TV-Programm für Kinder sowie das Online- und Teletextangebot. Für die Programme wurden im ORF-Gesetz spezifische inhaltliche wie technische Anforderungen festgehalten. Der ORF hat deshalb jedes Jahr bis zum 31. März dem Bundeskanzler sowie der Regulierungsbehörde einen Bericht über die Erfüllung der Aufträge vorzulegen. Dieser Jahresbericht soll entsprechend den Programmaufträgen sowie den inhaltlichen Anforderungen gegliedert sein und soll eine detaillierte Darstellung der entsprechend den Aufträgen unternommenen Maßnahmen und Tätigkeiten insbesondere zum jeweiligen Vorjahr dokumentieren. Der Bericht soll auch die Reichweiten, die erzielten kommerziellen Einnahmen sowie die Anwendung und Einhaltung des Qualitätssicherungssystems festhalten. Die Ergebnisse der Programmstrukturanalysen des ORF-Fernseh- und -Radioprogramms bilden ebenfalls einen festen Bestandteil des Jahresberichts.

Die Programmstrukturanalyse

Zur Überprüfung der Ausgewogenheit des Inhaltsangebots wird für das Fernseh- und das Radioprogramm jeweils eine Programmstrukturanalyse durchgeführt.

Für die **Fernsehprogramme** des ORF wird das Programmangebot eines gesamten Jahres ausgewertet. Die für dieses Gutachten vorliegende Analyse wurde von der APA-Comm unter der Leitung von Dr. Mira Mayrhofer und Mag. Friederike Kopf durchgeführt. Es wird u. a. nach vier Kategorien ausgewertet: Information, Unterhaltung, Kultur und Sport.

Die Festlegung der Programmanteile für die Gesamtkategorisierung über alle TV-Programme erfolgte erstmals 2014. Ende 2025 wurde diese aufgrund des neu hinzugekommenen Kanals ORF KIDS aktualisiert.

Die **Programmstrukturanalyse Radio** erfolgt als Stichproben-Erhebung einer typischen Woche («Musterwoche») im Herbst. Seit dem Berichtsjahr 2018 wird die Erhebung von der APA-Comm durchgeführt. Auch dieses Analyseschema ist über die Jahre gleichgeblieben. Als Musterwoche wurde die Woche vom 8. bis 14. September 2025 bestimmt. Sie fällt in dieselbe Kalenderwoche wie im Vorjahr.

Ergänzend zur Analyse nach Wort- und Musikanteilen wird seit 2022 für alle ORF-Radioprogramme gemeinsam auch eine Zuordnung von ganzen Sendungen nach den vier Kategorien Information, Unterhaltung, Kultur und Sport gemacht. Diese Auswertung wurde im Berichtsjahr ebenfalls von der APA-Comm durchgeführt. Dafür wurde die gleiche Musterwoche vom 8. bis 14. September 2025 genutzt.

Laut ORF-G müssen die einzelnen Programmanteile in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen. Die Abweichungen von der vorgegebenen Struktur sollen im Vier-Jahres-Durchschnitt nicht mehr als +/- 5 Prozentpunkte betragen.

Die Evaluation der Qualitätsprofile

Im Berichtsjahr wurde die Programmsäule «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» evaluiert.

Ein Qualitätsprofil beinhaltet ein spezifisches Anforderungsprofil an die Programme, das anhand von Leistungskriterien beschrieben wird. Bei den Leistungskriterien handelt es sich um Auftragswerte, die aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden. Das diesjährige Qualitätsprofil wird mit 21 Qualitätsmerkmalen operationalisiert und stellt somit das Soll-Bild eines Leistungsauftrags dar, das mittels standardisierter Interviews beim Publikum validiert wird. Im Anschluss an diese Validierung wird überprüft, inwiefern der «Ist-Zustand» des Programms diesem Soll-Bild tatsächlich entspricht. Mit dieser Befragung wird festgestellt, ob der ORF seinem gesetzlichen Auftrag in der Beurteilung der Befragten nachkommt.

Die Studie wurde – wie schon in den Vorjahren – von FORESIGHT in Wien durchgeführt. Verantwortlich für die Durchführung waren Dr. Florian Oberhuber und Dr. Saskja Schindler.

Für die Studie wurden österreichweit 320 Personen, die älter als 15 Jahre alt sind, via Telefon bzw. online im Zeitraum vom 17. Oktober bis 19. November 2025 befragt. Die Befragten wurden auf der Basis eines anspruchsvollen und differenzierten Stichprobenplans ausgewählt. In diesen Interviews wurde zunächst evaluiert, ob das vom ORF definierte Qualitätsprofil von den Befragten überhaupt als relevant und wichtig eingestuft wird. In einem zweiten Schritt wurde dann erhoben, inwieweit der ORF mit seinem Programmangebot in den Augen der Befragten diese Anforderungen auch erfüllt hat. Zusätzlich wurden am 12. November 2025 im Rahmen einer Fokusgruppe mit neun Personen explorativ Argumente und Einstellungen zur Programmsäule «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» diskutiert.

Die ORF-Overall-Befragung

Die Zufriedenheit mit dem ORF und die Qualitätswahrnehmung des Inhaltsangebots durch das Publikum wurde mittels einer repräsentativen Befragung der österreichischen Bevölkerung ab 16 Jahren im Zeitraum vom 5. Mai bis zum 20. Juni 2025 ermittelt. Es wurden insgesamt 1.012 Personen telefonisch (CATI) oder mittels Online-Fragebogen (CAWI) befragt. In einem ersten Teil der Befragung wurde ermittelt, wie hoch das Interesse für Information, Unterhaltung, Kultur und Sport jeweils in den verschiedenen Medien wie Fernsehen, Radio, Teletext, Internet und Social Media ist. Anschließend wurde abgefragt, wie hoch jeweils die Zufriedenheit mit dem Angebot des ORF ist. Wie schon im Vorjahr waren Mag. Christine Schuster-Himmel und Dr. Eva Zeglovits für die korrekte Durchführung des Projekts verantwortlich.

Die ORF-Publikumsratsstudie

Auf Wunsch des Publikumsrats wird seit 2022 die Wichtigkeit der und Zufriedenheit mit den gesetzlich vorgeschriebenen ORF-Programmaufträgen aus Sicht des Publikums erhoben. Im Berichtsjahr wollte man mehr über die Anforderungen und Erwartungen

des Publikums an die ORF-Angebote hinsichtlich der Gleichberechtigung von Frauen und Männern, der Berücksichtigung aller Altersgruppen und der Anliegen der Familien und Kinder erfahren.

Insgesamt wurden 1.002 Personen ab 14 Jahren zwischen dem 26. November und 19. Dezember 2025 telefonisch und via Online-Fragebogen befragt. Mit der Durchführung der Studie wurde das Institut FORESIGHT beauftragt. Dr. Florian Oberhuber hatte die Projektleitung.

Im ersten Teil des Interviews wurde evaluiert, wie wichtig es für die Befragten ist, dass der ORF ein Angebot für die unterschiedlichen Zielgruppen anbietet. Im zweiten Teil wurde dann evaluiert, wie gut der ORF diese Gruppen mit seinen Programmen erreicht. Im dritten Teil wollte man erfahren, wie man das Angebot für die entsprechenden Zielgruppen noch verbessern könnte.

Die Publikumsgespräche

Wie schon im Vorjahr wurden drei Gesprächsrunden mit Vertreterinnen und Vertretern aus dem Publikum sowie mit Programmschaffenden des ORF durchgeführt, diesmal zu den Programmsäulen «Unterhaltung», «Sport» und «Information». Dabei wurde das publizistische Angebot jeweils für alle Medien (Fernsehen, Radio, Internet, Teletext, Social Media) evaluiert. Am Verfahren für die Auswahl der Personen und am Gesprächsformat mit den ORF-Programmverantwortlichen hat sich nichts verändert.

Das erste Gespräch fand online am 7. Mai mit 29 Personen aus Oberösterreich und den Programmverantwortlichen zum **«Sport»** statt. Am 1. Oktober trafen sich 35 Vertreterinnen und Vertreter aus dem Publikum aus dem Burgenland mit Programmschaffenden des ORF, um über die **«Information»** im ORF zu diskutieren. Die letzte Gesprächsrunde mit 36 Personen aus Wien mit Interesse am Thema **«Unterhaltung»** fand am 25. November statt.

Mit der Rekrutierung der Teilnehmenden wurde das Marktforschungsinstitut SENSOR unter der Leitung von Mag. Daniela Heininger beauftragt. Die Gesprächsteilnehmenden waren zwischen 18 und 70 Jahre alt, nutzten das entsprechende ORF-Angebot zum jeweiligen Thema (Unterhaltung, Sport oder Information) mindestens gelegentlich. Es gab ferner Quoten für Geschlecht, Bildung und Nutzungsverhalten.

Die Moderation der Gespräche übernahm wie schon in den Vorjahren Konrad Mitschka vom ORF-Public-Value-Team. Für die Projektkoordination zeichnete die ORF-Marktforschung verantwortlich.

Die Expertinnen- und Expertengespräche

Komplementär zu den Publikumsgesprächen sucht der ORF auch den Austausch mit Expertinnen und Experten. Im Berichtsjahr wurden zwei Gesprächsrunden durchgeführt. Das erste Gespräch über die Programmsäule «Kultur» fand am 14. März 2025 statt. Eingeladen wurden 15 hochrangige Vertreterinnen und Vertreter wichtiger österreichischer Institutionen wie beispielsweise der Wiener Symphoniker, von Festivals und Festwochen, Universitäten, Theater, Museen sowie Autorinnen und Autoren. Seitens ORF nahmen sieben Programmschaffende aus Radio und Fernsehen teil. Moderiert wurde das Gespräch von Klaus Unterberger und Konrad Mitschka.

Die zweite Gesprächsrunde zum Thema «Religion und Ethik» fand am 20. November 2025 statt. Der ORF hat zu diesem Thema Vertreterinnen und Vertreter der österreichischen Glaubensgemeinschaften, der Theologie und diverser Hochschulen eingeladen. Seitens ORF nahmen die Leiterin der Hauptabteilung «Religion und Ethik», der Leiter des Ressorts «Dokumentationen» sowie die Leiterin des Ressorts «Glaubensthemen und Spiritualität» am Gespräch teil. Moderiert wurde der Dialog von Konrad Mischka vom ORF-Public-Value-Team.

Beide Gespräche drehten sich um drei Fragestellungen: Was sind die Stärken und Schwächen des ORF-Programmangebots, wie kann der Programmauftrag zeitgemäß interpretiert und umgesetzt werden und welche Verbesserungen wären möglich und sinnvoll?

Als Gesprächsleitfaden dienten die Qualitätskategorien des Public-Value-Konzepts: Vertrauen und Orientierung, Österreichische und internationale Perspektive, Vielfalt sowie Innovation und Kompetenz. Aus Sicht der Diskussionsteilnehmenden wurden abschließend Handlungsempfehlungen an den ORF formuliert, die auch ORF-intern diskutiert worden sind.

Public-Value-Bericht und Public-Value-Jahresstudie

Das Public-Value-Konzept des ORF beschreibt den gesetzlich geforderten Leistungsauftrag des ORF in fünf Dimensionen, die wiederum in 18 Leistungskriterien gegliedert werden können. Dem Konzept liegt die Idee zugrunde, dass – im Austausch zum ORF-Beitrag – der ORF mit seinem publizistischen Angebot einen gemeinwohlorientierten Wert schaffen muss. Danach sollte der ORF einen Wert für alle, für die Gesellschaft, für Österreich, für Österreich im internationalen Kontext sowie auch für die österreichische Wirtschaft schaffen. Dieses Konzept des Public Value fließt jeweils in die Überprüfung der Qualitätsprofile der ORF-Programme ein und bildet den Gesprächsleitfaden für die Expertengespräche.

Darüber hinaus sucht das Public-Value-Kompetenzzentrum des ORF auch den Austausch mit anderen öffentlich-rechtlichen Sendern und der Wissenschaft und beschäftigt sich mit Fragen, die die Zukunft des ORF betreffen.

Im Berichtsjahr wurden wiederum diverse Publikationen zum Public Value des ORF auf <https://zukunft.ORF.at> publiziert. Die zentrale Fragestellung des Public-Value-Berichts in diesem Jahr ist: Wem nützt der ORF und wie? Welche Probleme und Herausforderungen thematisiert der ORF und wie könnten Lösungen dafür aussehen? Thematisiert werden Fake News, Mental Health und Handy-Sucht, aber es wird auch illustriert, was der Mehrwert des ORF für die Gesellschaft ist.

Die Public-Value-Berichterstattung erschöpft sich längst nicht mehr nur mit dieser Printausgabe, sie wird durch Podcasts, Videos, Interviews, DialogForen und Konferenzen ergänzt, die allesamt auf <https://zukunft.ORF.at> publiziert werden.

Im Fokus der Public-Value-Jahresstudie 2025/2026 steht das Thema «Medienkompetenz und öffentlich-rechtliche Medien». Die wissenschaftliche Leitung und Koordination für diese Publikation obliegt Mag. Dr. Dimitri Prandner von der Johannes Kepler Universität Linz. Er wurde beauftragt, die jeweils unterschiedlichen Aspekte der beteiligten Studienpartner miteinander zu verbinden.

3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten

Der Pflichtenkanon des ORF, so wie er im ORF-Gesetz definiert ist, ist der Leitfaden dieses Gutachtens. Dieser Pflichtenkanon hat sich in den letzten Jahren inhaltlich nicht maßgeblich verändert. Der ORF ist seit 2024 verpflichtet, auch ein Kinderprogramm online zu produzieren und es gelten neue Auflagen für das Online-Angebot.

Geprüft wird in diesem Gutachten, inwieweit der ORF im abgelaufenen Jahr den vom ORF-Gesetz und von den Gremien vorgeschriebenen Aufgabenkatalog und die Zielvorgaben zur Qualitätssicherung inhaltlich korrekt, methodisch sauber und strukturell umfassend erfüllt hat.

Für die Beurteilung des Leistungsauftrags des ORF werden jedes Jahr, wie im Kapitel 2 dargelegt, Inhaltsanalysen der Programme, Umfragen zur Qualitätswahrnehmung, vertiefende Gespräche mit dem Publikum und mit Expertinnen und Experten durchgeführt.

Im ausführlichen Jahresbericht des ORF sind die wichtigsten Daten festgehalten und dokumentieren den Grad der Erfüllung des gesetzlichen Auftrags. Mit Befragungen der Nutzerinnen und Nutzer hält der ORF fest, inwiefern er sein Qualitätsversprechen einlöst und seinen gesellschaftlichen Auftrag erfüllt. Diese Einschätzung des Publikums wird mit den ORF-Public-Value-Berichten ergänzt. Mit der Public-Value-Jahresstudie, die auch internationale Beiträge umfasst, werden Zukunftsthemen beleuchtet, die für den ORF relevant sind und die Angebotsentwicklung inspirieren.

Für das Gutachten sind diese genannten Berichte die wesentlichen Quellen. Je nach Bedarf wurden auch Informationen der European Broadcasting Union für die Beurteilung beigezogen.

Der Prüfungsansatz:



Das vorliegende Gutachten prüft sowohl das ORF-Qualitätssicherungssystem als auch die Erreichung der vom Gesetzgeber formulierten Ziele. Für die konzeptionelle Beurteilung der Qualitätssicherung werden die folgenden Kriterien verwendet:

- **Validität:** Wird die zentrale Fragestellung korrekt gemessen?
- **Reliabilität:** Dazu werden, wenn möglich, die Befragungsergebnisse im Vergleich zum Vorjahr betrachtet und unterschiedliche Studienansätze zum gleichen Thema im Hinblick auf die Konsistenz der Hauptaussagen geprüft.
- **Risiken:** Besteht ein Risiko, dass es bei den Befragungen zu Verzerrungen gekommen ist?
- **Akzeptanz und Nutzen:** Ist das Verfahren bei den Beteiligten akzeptiert? Werden die Ergebnisse von den Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern wahrgenommen und fließen sie allenfalls auch in Entscheidungen ein?

Wo **konkrete Zielvorgaben seitens des Gesetzgebers** vorliegen oder wo Qualitätsvorgaben in einem Soll-Bild festgehalten werden, wird die Erreichung der Zielvorgabe geprüft, entweder basierend auf den Programmstatistiken oder auf den Zustimmungsraten von abgefragten Sätzen in empirischen Studien. Bei eher qualitativen Vorgaben wird analysiert, ob die Ausführungen zur Zielerreichung nachvollziehbar sind. Wo aufgrund von Diskussionen mit dem Publikum und Expertinnen bzw. Experten konkrete Handlungsanleitungen formuliert worden sind, ist es wichtig, dass diese vom Generaldirektor bzw. der Generaldirektorin oder auch von Programmschaffenden zur Kenntnis genommen werden. Die «Quality-Checks» leisten dazu einen wichtigen Beitrag. Sie werden im Gutachten nicht berücksichtigt.

Auch wenn **keine konkreten Zielsetzungen** vorliegen, sind die Relevanz, die Glaubwürdigkeit, die Originalität, die Benutzerfreundlichkeit (Auffindbarkeit der Programme, Navigation) und die technische Qualität (Produktion, Abspielgeschwindigkeit, etc.) wichtige Qualitätskriterien.

Die Relevanz wird aufgrund der quantitativen Nutzungsdaten beurteilt. Die **Glaubwürdigkeit, Originalität, Usability sowie die technische Qualität** werden in den Publikums-, Expertinnen- und Expertengesprächen, in der Overall-Studie und in der Evaluation der Qualitätsprofile eruiert.

Für die Qualitätssicherung ist es wichtig, dass auch **zukunftsorientierte Themen** reflektiert werden, die von Bedeutung für die anstehenden Herausforderungen sind. In den Befragungen des Publikums wird deshalb systematisch nach Möglichkeiten für **Programmverbesserungen und Anregungen** für die Verbesserungen gefragt.

Die Public-Value-Berichte schaffen **Transparenz** und erklären die Prozesse, die Programme des ORF einem breiten Publikum. Die **Public-Value-Studien** beschäftigen sich auch vorausschauend mit Themen, die für die **publizistische Arbeit** relevant sein werden. Österreichische und internationale Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Expertinnen und Experten stellen dazu ihre Forschungsarbeiten vor.

Viele weitere Maßnahmen des ORF zur Qualitätssicherung, wie beispielsweise die **KI-Richtlinien**, der **Ethik-Kodex**, die **Aus- und Weiterbildung**, regelmäßige **Sendekritiken** sowie weitere zusätzliche **Publikumsanalysen** und die «**Quality-Checks**» sind nicht Bestandteil dieses Gutachtens. Ebenfalls nicht Bestandteil dieses Gutachtens sind bestimmte gesetzliche Auflagen, wie beispielsweise bezüglich der **Gleichstellung der Geschlechter**, oder Auflagen bezüglich der **Nachhaltigkeit**.

4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags

Anlässlich der Umstellung von der GIS-Gebühr auf eine Haushaltsabgabe hatte der ORF im Vorjahr unter dem Motto «ORF FÜR ALLE» eine Innovationsoffensive lanciert. Dieser Schwung der Programmerneuerung fand im Berichtsjahr ihren Niederschlag. Mit programmlichen Maßnahmen und Innovationen in praktisch allen Programmbereichen ist es dem ORF insgesamt gelungen, seine hohen Akzeptanzwerte des Vorjahres sogar noch weiter auszubauen. So schauen, hören und klicken knapp **über 90 %** der Österreicherinnen und Österreicher ab 14 Jahren jede Woche die Angebote des ORF.

Das **ORF-Fernsehen** erzielte im Berichtsjahr eine Tagesreichweite von 43,9 % bei der Bevölkerung ab einem Alter von drei Jahren. Die Zuseherinnen und Zuseher verbrachten täglich durchschnittlich 153 Minuten mit Fernsehen (Vorjahr 157 Minuten). Die Nutzung der ORF-Sendergruppe blieb stabil bei durchschnittlich 53 Minuten. Im Berichtsjahr erzielte der ORF mit seinen vier TV-Kanälen bei der TV-Bevölkerung über zwölf Jahren einen durchschnittlichen Marktanteil von 34,6 %, was im Vergleich zum Vorjahr eine Erhöhung von 0,4 Prozentpunkten entspricht.

Die **Radio-Nutzungsdaten** für das Jahr 2025 sind im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben. Wie schon im Vorjahr entfallen sechs von zehn gehörten Radiominuten auf die ORF-Radios, was einem Marktanteil von 60 % entsprach. Sie erzielten zusammen eine Tagesreichweite von 55,1 % (Vorjahr 55,5 %) bei der Bevölkerung ab zehn Jahren.

Rund 670.000 Personen (Vorjahr: 710.000) nutzten den **ORF TELETEXT** täglich. Allerdings nimmt die Teletext-Nutzung im Vergleich zu den Vorjahren kontinuierlich ab.

Das **ORF.at-Network** haben 2025 pro Woche 3,181 Mio. Userinnen und User genutzt.

Die **Live-Streams und Videos-on-Demand** wurden so stark genutzt wie nie zuvor. Die Nutzungszeit stieg durchschnittlich pro Monat von 387 Millionen Minuten auf 465 Millionen Minuten, was einer Steigerung von 20 % entspricht. Eine starke Zunahme verzeichnen auch die Videoaufrufe. Im Durchschnitt wurden jeden Monat 96,3 Millionen Bruttoviews und 15,5 Millionen Nettoviews gemessen.

Dies sind eindruckliche Zahlen für den ORF, sie illustrieren aber auch deutlich die veränderten Ansprüche des Publikums. Die Interessen und Bedürfnisse des Publikums sind zwar mehr oder weniger gleichgeblieben, aber die Inhalte werden viel individueller genutzt (On-Demand).

Der ORF passt sich im Rahmen seiner gesetzlichen Möglichkeiten an diese Verhältnisse an und ist deshalb auch im Berichtsjahr das **geschätzte Leitmedium der Österreicherinnen und Österreicher geblieben**. Das schafft ein Sender nur mit einem relevanten, unabhängigen, vielfältigen und glaubwürdigen publizistischen Angebot. **Die Nutzungszahlen des ORF sind in einigen Bereichen sogar höher als im Vorjahr.** Dies ist auf den weiteren Ausbau von erfolgreichen österreichischen Sendungen in jeder Programmsäule zurückzuführen. Mit dem Ausbau von ORF ON und

mit der längeren Abrufzeit für Sendungen entspricht der ORF einem großen Anliegen des Publikums.

Die hohe publizistische Qualität wird dem ORF nicht nur vom Publikum attestiert. Im Beitragsjahr erhielten 130 ORF-Produktionen oder -Mitarbeitende **Auszeichnungen**. Darunter gingen auch drei «New York Festival International Radio Awards» an Ö1-Produktionen. Darüber hinaus wurde der ORF zum 14. Mal von einer Fachjury zur **«Redaktion des Jahres»** gekürt.

4.1 ORF-Hörfunk

Der ORF hat drei nationale sowie neun regionale Radioprogramme, die täglich rund um die Uhr Programme anbieten. Darüber hinaus bietet der ORF täglich acht Stunden slowenischsprachiges Programm auf Radio Agora an.

Die Tagesreichweite der ORF-Radioprogramme betrug im Berichtsjahr 55,1 % (Vorjahr: 55,5 %). Sie erreichten zusammen täglich rund 4,5 Millionen Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren.

Durchschnittlich hörte das Radiopublikum insgesamt **195 Minuten Radio pro Tag**. Das sind vier Minuten weniger als im Vorjahr. 117 Minuten (Vorjahr: 119 Minuten) entfielen auf die **ORF-Radios**. Sie erzielten wie schon im Vorjahr einen Marktanteil von 60 % bei den Personen ab zehn Jahren.

Hitradio Ö3 blieb auch im Berichtsjahr klarer Reichweitesieger und erreichte täglich fast 2,5 Millionen Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren (Vorjahr 2,4 Millionen) bei einem Marktanteil von 27 % (Vorjahr: 25 %).

Der Kultur- und Informationssender **Ö1** wurde im Berichtsjahr von durchschnittlich 754.000 Personen (Vorjahr: 763.000) pro Tag gehört. Bei der Bevölkerung ab zehn Jahren lag die Tagesreichweite bei 9,2 % (Vorjahr: 9,4 %). In der Gesamtbevölkerung erreichte Ö1 einen Marktanteil von 6 % (Vorjahr: 7 %).

Die **ORF-Regionalradios** erreichten wie schon im Vorjahr täglich durchschnittlich rund 2 Millionen Hörerinnen und Hörer. Die Tagesreichweite lag bei 24,2 % (Vorjahr: 24,8 %) und sie erzielten einen Marktanteil von 25 % (Vorjahr: 26 %). Im Vergleich zum Vorjahr konnte Radio Wien den Marktanteil von 14 % auf 15 % und Radio Niederösterreich von 23 % auf 24 % erhöhen. Die größten Marktanteilsverluste musste Radio Kärnten verbuchen (von 45 % auf 39 %), gefolgt von Radio Salzburg und Radio Steiermark, die je 4 % Marktanteil in ihrer Zielgruppe verloren haben. Diese Marktanteilsverluste gehen zum Teil auf die Erweiterung von Sendungsgebieten von Privatsendern zurück.

FM4 erzielte eine Tagesreichweite von 311.000 Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren (Vorjahr: 316.000). Dies entspricht einer Tagesreichweite von 3,8 %. Der Sender erreichte eine Tagesreichweite von 5,4 % (Vorjahr: 5,6 %) bei der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen und einen Marktanteil in dieser Zielgruppe von 3 %.

Im Rahmen des Qualitätssicherungssystems wird das publizistische Angebot des ORF-Hörfunks jedoch nicht nur aufgrund der effektiven Radionutzung und mit Publikumsbefragungen evaluiert, es wird zusätzlich auch jährlich eine **Programmstrukturanalyse durchgeführt**, mit der festgestellt werden soll, ob die einzelnen Programmkategorien in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen.

Im Unterschied zum ORF-Fernsehen kann nicht das vollständige Radioprogramm inhaltsanalytisch erfasst werden, die Programmstrukturanalyse erfolgt als Stichproben-Erhebung. Anhand einer ausgewählten Musterwoche wird seit 2018 die Inhaltsanalyse von der APA-Comm durchgeführt.

Das Analyseschema hat sich seither nicht verändert. Der Wortanteil der einzelnen Sender wird nach acht, der Musikanteil nach sechs Hauptkategorien ausgewertet. Für die Inhaltsanalyse wurden die Radioprogramme in der **Musterwoche vom 8. bis 14. September 2025** untersucht.

Die **Programmanteile der ORF-Radiosender** wurden gemäß den acht Kategorien Information, Kultur, Religion/Ethik, Wissenschaft/Bildung, Service/Wetter/Verkehr, Sport, Familie/Gesellschaft sowie Unterhaltung untersucht.

Der Anteil des Informationsangebots von **Ö1** beträgt rund 34,0 %. Der Anteil Kultur beträgt neu 31,1 % (Vorjahr 32,7 %), der Anteil Wissenschaft/Bildung ging von 20,9 % auf 13,0 % zurück. Der Anteil Service/Verkehr/Wetter beträgt 11,9 %, während der Anteil Familie/Gesellschaft von 3,7 % auf 6,7 % zugelegt hat.

Bei **Hitradio Ö3** wurde der Anteil Service/Verkehr/Wetter wieder kleiner, von 45,0 % auf 36,5 %. Der Anteil Information nahm leicht zu und beträgt im Berichtsjahr 30,5 %. Der Unterhaltungsanteil beträgt neu 20,0 % (Vorjahr: 16,4 %). Der Sport hat einen Anteil von 4,3 % und Familie/Gesellschaft 3,4 %.

Weil sich von Jahr zu Jahr die Nachrichtenlage stark ändern kann, was sich wiederum auf die Programmstruktur beziehungsweise auf die inhaltliche Kategorisierung der Wortanteile auswirken kann, ist beim Vorjahresvergleich immer Vorsicht geboten. Das ORF-Gesetz sieht denn auch vor, dass man für den Vergleich den **Vierjahreshorizont** in Betracht ziehen soll. Laut ORF-Gesetz sind Schwankungsbreiten von jeweils **+/- 5 Prozentpunkten im Durchschnitt von vier Jahren** festgelegt worden. Für den Zeitraum vom 2022–2025 zeigen die Berechnungen, dass die Programmanteile überwiegend stabil geblieben sind.

Es kann deshalb festgehalten werden, dass die Programmanteile in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen.

Seit 2022 wird eine zusätzliche **Output-Analyse für die Hörfunk-Programme** gemacht. Für die Betrachtung des ORF-Radioangebots gesamt wurde das gesamte Wort- und Musikprogramm einer Musterwoche analysiert. Als Bezugsgröße wurde die einzelne «Sendung» herangezogen. Diese Auswertung wurde ebenfalls von der APA-Comm durchgeführt. Als Basis diente dieselbe Musterwoche wie für die Inhaltsanalyse nach Wort- bzw. Musikanteilen (8. bis 14. September 2025).

Aufgrund dieser Analyse beträgt der Anteil Information 19 % (Vorjahr: 20 %), Kultur 22 % (Vorjahr: 22 %), Unterhaltung 58 % (Vorjahr: 57%). Und wie schon im Vorjahr produzierten die ORF-Radios in der gewählten Musterwoche nur in geringem Ausmaß eigenständige Sendungen zum Sport. Der Sport-Anteil beträgt deshalb 0 %.

Die aktuelle Programmstruktur ist ausgewogen. Weil nur ganze Sendungen den vier Inhaltskategorien zugeordnet werden, ist davon auszugehen, dass diese Struktur **auch in Zukunft voraussichtlich keine großen Schwankungen** zeigen wird.

Das Programm von Ö1

Im Zentrum der Berichterstattung der **Newsformate** standen die Regierungsbildung in Österreich, die Angelobung des neuen US-Präsidenten, seine Zollpläne und seine außenpolitische Linie. Aber auch weltpolitische Ereignisse wie der Krieg in der Ukraine und im Nahen Osten sowie die Bundestagswahl in Deutschland waren ständige Themen in den Nachrichtenformaten.

Wichtige **Thementage** waren unter anderem der «Ö1 Jazztag», der «Ö1 Space Day» (50 Jahre europäische Raumfahrt), der Gedenktag zum 100. Geburtstag von Ernst Jandl sowie der Schwerpunkt zum 200. Geburtstag von Johann Strauss.

Ganzjähriges Thema in der **Wissenschaft** waren unter anderem auch die Einschnitte und Budgetkürzungen in den USA und die Auswirkungen auf Europa. Darüber hinaus haben Klimaerwärmung und diverse medizinische Themen die Wissenschaftsredaktion beschäftigt. Dank einer Kooperation mit dem sehr erfolgreichen Instagram-Kanal der ZIB konnte die Wissenschaftsredaktion ein deutlich jüngeres Publikum erreichen. Die Sendung «Matrix» behandelte die Chancen und Risiken von KI, die Rolle von Social Media in der Gesellschaft, neue digitale Trends sowie ethische und rechtliche Fragen. Erstmals wurde von der «Science Arena»-Redaktion eine Smart-TV-Produktion gemacht – aus der Türkei anlässlich des 130-Jubiläums der österreichischen Grabung in Ephesos.

Der **Ö1 Festspielsommer** brachte wieder zahlreiche Übertragungen u. a. von den Salzburger Festspielen, Glatt&Verkehrt, Jazzfestival Saalfelden und vielen weiteren. Mit zusätzlichen Sommerserien wie beispielsweise «Lieblingsstücke» sorgte Ö1 für Überraschungen, weil prominente Kulturschaffende ihre liebsten Musikstücke präsentierten. Und in der neuen Reihe «Ö1 Kulturtalk» wurde mit Kulturjournalistinnen und -journalisten jeweils am Sonntag kritisch und konstruktiv über das aktuelle Festspielgeschehen diskutiert.

Einer der Höhepunkte im Ressort **«Zeitgeschehen und Geschichte»** war die Oral-History-Aktion zum 80-jährigen Jubiläum der Gründung der Zweiten Republik. Unter dem Titel «gemeinsam erinnern» startete im März ein Radiokolleg über den Alltag 1945. Mit einer Telefonaktion wurden die Hörerinnen und Hörer gebeten, ihre Erinnerungen, Fotos, Texte, Film und Audio-Aufnahmen auf eine Erinnerungsplattform hochzuladen – insgesamt mehr als 400 Beiträge. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Flüchtlingskrise und die Frage, wie sich in den letzten zehn Jahren die Gesellschaft, die Migrationspolitik und damit auch die Willkommenskultur verändert haben.

Die **Ö1-Musikabteilung** sendete allein im Rahmen des Festivalsommers in Österreich mehr als 200 Konzerte. Der besondere Schwerpunkt dieses Jahres galt dem Jahresjubiläum «Johann Strauss 2025 Wien». Insgesamt entstanden 2025 rund 450 gesendete Ö1-Konzert- und -Musiktheaterproduktionen. Der EBU wurden 117 Mitschnitte angeboten, die 913-mal bestellt und bis Jahresende 591-mal ausgestrahlt worden sind.

Literatur & Hörspiel punktete mit Neuproduktionen und Auszeichnungen. Das Hörspiel «Die Bagage» erhielt im Rahmen der «Ö1 Hörspiel-Gala» nicht nur den begehrten Publikumspreis sowie den Preis für das beste Sounddesign, sondern steht auch auf der Shortlist für das «BBC Best European Radio Drama of the Year 2026».

Die Religionsabteilung berichtet ausführlich über den Tod von Papst Franziskus, die Wahl von Leo XIV. sowie neue Kirchenleitungen in Österreich.

Ö1 ist zudem Kooperationspartner von über 600 Kulturinstitutionen in ganz Österreich.

Im **ORF-Jahresbericht** werden viele spannende Schwerpunkte des Jahres 2025 aufgeführt, die an dieser Stelle nicht alle erwähnt werden können. Die obigen Beispiele dienen nur zur Illustration des breiten Programmspektrums.

Das Programm von Hitradio Ö3

Hitradio Ö3 blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Wichtige Sendungsformate wie der «Ö3 Wecker» wurden erneuert, andere wurden auf neue Sendeplätze gelegt oder erhielten mehr Raum für Vertiefung. Im Oktober ging das neue Magazin «**Ö3 Mental Health Talk**» an den Start. Jeden Dienstag ab 22.00 Uhr kommen Expertinnen und Experten zu Wort, die psychische Gesundheit alltagsnah und wissenschaftlich fundiert erklären. Begleitet wurde diese Neulancierung mit dem programmlichen Wochenschwerpunkt Mental Health und mit dem Mental Health Festival in Wien.

Von Juni bis September berichtete **Ö3 von den großen Festivals** in ganz Österreich und sendete live von Konzerten. Regionalität und Publikumsbindung standen hier im Zentrum. Die Ö3-Konzertreporterin in Zusammenarbeit mit der Online-Redaktionen punktete vor allem bei der jungen «Digital-First»-Zielgruppe. Im Berichtsjahr setzte Ö3 mehr als 50 Konzertkooperationen mit österreichischen Musikerinnen und Musikern um. Darüber hinaus fanden über 15 Studio Sessions mit österreichischen Künstlerinnen und Künstlern statt.

Ö3 hat die einzige **24-Stunden-Radio-Nachrichtenredaktion** in ganz Österreich. Ihr kommt die zentrale Aufgabe zu, zum einen die Bevölkerung rund um die Uhr zu informieren und im Krisenfall zu alarmieren. Sie kann sowohl das eigene Programm wie auch das Programm anderer ORF-Radiosender bei Bedarf unterbrechen. Die Redaktion fungiert zudem als Anlaufstelle für Behörden im Katastrophenfall und leitet im Ernstfall die interne Alarmierung weiterer ORF-Redaktionen ein.

Erfreulich ist auch, dass die **Jugendstudie**, an der in diesem Jahr mehr als 28.000 Jugendliche teilgenommen haben, weitergeführt wurde. Ähnlich erfolgreich war die Initiative und Tour zu «**Frag das ganze Land**», wo in Schulen die Turn- oder Festsäle zu Pop-up-Talk-Arenas umfunktioniert wurden, so dass in ganz Österreich jeweils rund 200 Schülerinnen und Schüler im Alter zwischen 16 und 18 Jahren die aus ihrer Sicht wichtigen aktuellen Themen diskutieren konnten.

Der fünfte Ö3-Podcast-Award erzielte rund 60.000 Votings, etwa 1.400 Podcasts wurden nominiert, was einem neuen Höchstwert entspricht.

Das Programm von FM4

FM4 setzte im Berichtsjahr zwei thematische Schwerpunkte: die «Screen Time Challenge» in Kooperation mit der Universität für Weiterbildung Krems und «Geld

verstehen» – ausgespielt als Podcast, TikTok-Kanal und Radio-Content. Dies weil sich über 80 % der unter 25-Jährigen das Fach Finanzbildung als Schulfach wünschten.

Für die Berichterstattung rund um den Eurovision Song Contest konnten Jan Böhmermann und Olli Schulz gewonnen werden, was zu einer deutlichen Steigerung der Social-Media-Nutzung beigetragen hat.

Im Dember lancierte FM4 eine Plakatkampagne im Stil politischer Protestplakate der 1970er Jahre mit dem Claim «Listen to each Oida!». Mit der Kampagne wollte man das Senderprofil als Stimme für ein junges, manchmal überhörtes, Publikum schärfen.

FM4 bekräftigte außerdem sein Engagement für einen «ORF für alle» durch englischsprachige, international ausgerichtete Information sowie als wichtiger medialer Unterstützer der österreichischen Musik- und Veranstaltungsszene – inklusive der Förderung heimischer Talente.

Die Programmstruktur hat sich leicht verändert. Der Wortanteil von FM4 verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Programmsäulen: Den größten Anteil hatte die Information mit 25,0 % (Vorjahr: 27,2 %), gefolgt von Kultur 23,3 % (Vorjahr: 24,7 %). Service/Wetter/Verkehr folgt mit 22,5 % (Vorjahr 18,6 %). Die Unterhaltung hatte einen Anteil von 20,9 % (Vorjahr: 22,8 %), Wissenschaft und Bildung trugen noch 3,7 % (Vorjahr: 5,8 %) zur Programmstruktur bei.

Der Musikmix ist stabil geblieben. Rund 92,6 % der ausgespielten Musik werden dem Genre «Alternative» zugerechnet. Im Vorjahr waren es 91,4 %.

4.2 Die Regionalradios des ORF

Das publizistische Angebot der **neun Regionalradios** richtet sich in seiner Kernzielgruppe an Erwachsene ab 35 Jahren. Sie waren auch im Berichtsjahr in ihren Gebieten in dieser Zielgruppe jeweils Marktführer, in Wien mit einem Marktanteil von 15 % (Vorjahr: 14 %), in Kärnten mit einem Marktanteil von 39 % (Vorjahr: 45 %). Alle anderen Regionalradios haben Marktanteile von 24 % bis 33 %.

Zusammen erreichen die Regionalradios wie schon im Vorjahr täglich rund 2 Millionen Personen ab zehn Jahren. Sie produzieren ihre Programme überwiegend selbst. Fallweise werden Programme wie beispielsweise Gottesdienste von einem Landesstudio oder von der Hauptabteilung Religion und Ethik produziert und den Regionalradios zur Übernahme zur Verfügung gestellt.

Alle Sender sowie auch deren Podcasts sind auf den Sites der ORF-Landesstudios, auf der Plattform ORF Sound, wo sie auch 30 Tage nach Ausstrahlung abgerufen werden können. Die Apps der ORF-Regionalradios bieten zusätzlich zur Live- und On-Demand-Funktion die Möglichkeit, Push-Meldungen der neuen Nachrichten zu erhalten. Seit 2022 senden alle neun ORF-Regionalradios einen täglichen Informationsblock mit «Nachrichten in Einfacher Sprache».

Die Folgen der Nationalratswahl sowie der Wahlkampf zur Landtagswahl standen im Mittelpunkt der Informationsberichterstattung von **Radio Burgenland**. In den Newsformaten wurden vermehrt Live-Schaltungen und Reportergespräche eingesetzt. Einen Schwerpunkt bildete auch die Förderung österreichischer Musikerinnen und Musiker, etwa mit dem «Radio Burgenland Musikmärz», der mit attraktiven Wohnzimmerkonzerten weiterentwickelt wurde. Höhepunkt der Off-Air-Aktivitäten war die ORF-Burgenlandwanderung, an der insgesamt 5.200 Wanderfans teilgenommen haben. Das «ORF Burgenland Sommerfest» wurde von mehr als 10.000 Gästen besucht.

Programmschwerpunkte von **Radio Niederösterreich** waren die Wahlen der Gemeinderäte im Januar. Eigene Schwerpunkte setzte die Redaktion mit Live-Schaltungen aus Skigebieten oder aus Gemeinden mit dem Format «Love is in the Air», in dem Hörerinnen und Hörer ihre Liebsten mit besonderen Aktionen überraschen konnten.

Unter dem Titel «So lacht, lebt und liebt Oberösterreich» präsentierte **Radio Oberösterreich** während einem ganzen Monat mit Spezialsendungen die Resultate einer umfangreichen Umfrage unter Hörerinnen und Hörer. Im Innviertel fand im Juni das größte Blasmusikfestival Europas statt, das «Woodstock der Blasmusik», das mit täglichen Live-Sendungen und Vor-Ort-Präsenz begleitet wurde. Zudem öffnete das Landesstudio wieder mit «Treffpunkt-Veranstaltungen» seine Türen. Im Herbst wanderten wieder Tausende Wanderfans mit Radio Oberösterreich.

Neu im Programm von **Radio Kärnten** ist die Sendung «Funkensprünge», eine Gesprächssendung zu relevanten gesellschaftspolitischen Themen. Zur Plattform für die Musikschaaffenden wurde die Sendung «Start up», wo einmal im Monat Nachwuchsmusikerinnen und Nachwuchsmusiker vorgestellt werden. In der Sendung «Wiener Melange» analysieren aus Kärnten stammende und in Wien tätige Journalistinnen und Journalisten zusammen mit Politexperten das bundespolitische Geschehen. Auch die Sportfans kamen auf ihre Rechnung. Alle Bundesligaspiele der beiden Fußballclubs Austria Klagenfurt und WAC wurden live übertagen, ebenso alle Spiele der beiden Eishockeyclubs KAC und VSV. Radio Kärnten berichtete ebenfalls live von allen alpinen und nordischen Weltcup-Entscheidungen mit heimischer Beteiligung.

Radio Salzburg führte das bereits bei anderen Regionalradios beliebte und erprobte Format «Ein Ort Am Wort» ein. Mit der «Bezirkstour» setzte man ebenfalls eigene Akzente und berichtete über jeweils einen der fünf Salzburger Gaue und dessen Besonderheiten. Die Redaktion setzte mit ihren Aktiv- und Schwerpunkt-Tagen sowie mit der neuen Sendung «Hier bei der Arbeit» eigene Akzente, die sie mit Social-Media-Posts begleitete.

Die redaktionellen Schwerpunkte von **Radio Steiermark** bildeten u. a. der Amoklauf am Grazer BORG Dreierschützengasse und die Gemeinderatswahlen im März. «Wurlitzer», die «Jukebox», «Forchers Zeitmaschine» und «Rock und Pop in Weiß-Grün» sorgte für einen ausgewogenen Mix aus Austropop, internationalen Tophits, Klassikern, Schlagern und Oldies. Das Angebot an Volkskultur war ebenfalls beachtlich, unter anderem mit Sendungen wie «Was i gern hör» oder «Unser Steirerland». Die vom ORF Steiermark mitinitiierte Umweltaktion «Der große steirische Frühjahrsputz» gab es in ihrer 17. Auflage mit mehr als 70.000 Teilnehmenden. Tausende Besucherinnen und Besucher folgten der Einladung zum «Gipfeltreffen» in Ramsau am Dachstein oder zum «Frühshoppen» im ganzen Land.

Radio Tirol hat im Berichtsjahr einen stärkeren Fokus auf Außen- und Live-Sendungen gesetzt und diese deutlich ausgebaut. Mit zusätzlichen Publikumsbindungsaktionen wie dem «Team des Tages» stärkte die Redaktion ihre Nähe zu den Hörerinnen und Hörern. Ein Anliegen, das sie auch in ihrer Eigenwerbung mit den Claims «Tirol – wo wir zu Hause sind» und «Gemeinsam sind wir Tirol» unterstrich. Regionalität war auch ein wichtiges Element der Musikgestaltung. Mit Sendungsformaten wie «Tirol am Beat», der «Radio Tirol Musiktruch'n» oder «Kraut und Ruabm» bot Radio Tirol ein breites Angebot an heimischer Musik, auch abseits der klassischen Hörgewohnheiten. Mit «Marmor, Stein und Evergreens» erfüllte Radio Tirol den Wunsch nach mehr Schlager- und Oldies-Klassikern. Die neue «Radio Tirol Saturday Night» bringt die größten Party-Hits der 1970 und 1980er Jahre am Samstagabend. Auch die Wortsendung «Bei die Leut'» wurde einem Relaunch unterzogen.

Im Berichtsjahr hat **Radio Vorarlberg** sein Podcast-Angebot erweitert. In «Schritt für Schritt» geht es beispielsweise um das Thema psychische Gesundheit. Die Live-Berichterstattung vor allem rund um große kulturelle Events und Sportveranstaltungen wurde deutlich ausgebaut, auch die Gemeinderatswahlen wurden mit Publikumsdiskussionen mit den Kandidatinnen und Kandidaten, Reportagen und Live-Sondersendungen begleitet. Die «Fasnat-Sause für zu Hause» brachte eine jeweils sechsstündige Abend-Faschingsparty zu den Feiernden. Auch der Weltfrauentag wurde eine Woche lang mit zahlreichen Sondersendungen und einem Live-Podcast zu den Themen Familie, Care-Arbeit, New Work und Diversity ein redaktionelles Schwerpunkt-Thema.

Radio Wien hat sein Musikwunsch-Format «Tanzmusik auf Bestellung» neu aufgelegt, mit On-Air- wie auch Off-Air-Veranstaltungen rückte auch die Welt des Tanzsports stärker in den Vordergrund. Anfang Dezember feierte außerdem die Radio-Wien-Tanzveranstaltung «5-Uhr-Tee» ihre Premiere. Begleitend zu den «Dancing Stars» im ORF stellte Radio Wien im Mai den Ball «Tanzen wie ein Dancing Star» auf die Beine. In den Wochen davor konnte man die Tanzpaare der Show als Studiogäste in der Sendung «Guten Morgen Wien» besser kennenlernen und schließlich auch am so gut wie ausverkauften Ball persönlich erleben. Ein weiteres neues Format war die Radio-Wien-Gesundheitsstunde. Einmal pro Monat wird ein bestimmtes Gesundheitsthema von einem Facharzt erläutert, der auch für Fragen der Hörerschaft zur Verfügung steht. Nach dem Vorbild anderer Bundesländer wurde neu auch «Ein Ort am Wort» mittlerweile multimedial aufbereitet.

Die ORF-Landesstudios produzierten ein vielfältiges Hörfunk- und Fernsehangebot für die **sechs autochthonen Volksgruppen**, für die im Bundeskanzleramt ein Volksgruppenbeirat besteht. Das Kompetenzzentrum für alle im Osten Österreichs lebenden Volksgruppen ist das Landesstudio Burgenland. Das Burgenland produziert in Burgenlandkroatisch, Romanes, Ungarisch, Tschechisch und Slowakisch. Die Landesstudios Kärnten und Steiermark produzieren Programm für die slowenische Volksgruppe. Produziert werden sowohl tagesaktuelle Nachrichtensendungen wie auch Magazinsendungen. Der thematische Bogen reicht von Berichten über das politische Geschehen, kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, Kinder- und Jugendsendungen bis zu Interviews mit für die jeweilige Volksgruppe interessanten Persönlichkeiten.

Der ORF-Jahresbericht beinhaltet eine weit umfangreichere Liste der Aktivitäten der verschiedenen Regionalradios. Sie können hier nur anekdotisch wiedergegeben werden. Die aufgeführten Beispiele illustrieren die Programm-Vielfalt und den Stellenwert von Live- und multimedial produzierten Sendungen.

Die Programmstruktur der meisten Regionalradios hat sich im Vergleich zum Vorjahr grundsätzlich nicht verändert. Der Programmanteil «Service/Verkehr/Wetter», der im Vorjahr bei Radio Nieder- und Oberösterreich sowie bei Radio Salzburg, Radio Steiermark und Radio Wien aufgrund der Hochwasser-Katastrophe stark ausgebaut wurde, hat in der Musterwoche im Berichtsjahr wieder abgenommen. Dafür haben praktisch alle anderen Programmanteile bei diesen Radios wieder etwas zugelegt. Den höchsten Programmanteil Information hat Radio Oberösterreich mit 41,6 %. Den niedrigsten Anteil Information hat Radio Wien mit immer noch 31,4 %.

Der Musikmix der Regionalradios ist im Vergleich zum Vorjahr überwiegend stabil geblieben.

4.3 ORF-Fernsehen

Laut TELETEST erzielte der ORF 2025 mit der gesamten Sendergruppe eine durchschnittliche **Tagesreichweite von beachtlichen 3,645 Millionen** Zuschauerinnen und Zuschauern (Vorjahr: 3,638 Mio.) ab einem Alter von drei Jahren. Damit erzielte der ORF eine Tagesreichweite von **43,9 %** wie schon im Vorjahr.

Es wurde durchschnittlich **153 Minuten** pro Tag ferngesehen, was vier Minuten weniger war als noch im Vorjahr. Davon entfielen **53 Minuten**, genau gleich viele Minuten wie im Vorjahr, auf die Programme des ORF, was auch den Marktanteilsgewinn erklärt. Es sind eindrückliche Nutzungszahlen, weil gerade die unter 50-Jährigen Inhalte aus den Bereichen Information und Unterhaltung vermehrt im Internet abrufen, wo die Konkurrenz groß und international ist mit Plattformen wie Netflix, Amazon und YouTube.

Mit seinen vier TV-Kanälen erzielte der ORF bei der Bevölkerung ab zwölf Jahren einen im Vergleich zum Vorjahr sogar noch leicht höheren durchschnittlichen **Marktanteil von 34,6 % (Vorjahr: 34,2 %)**. Das ist ein hervorragendes Ergebnis, das unter anderem dem Programmangebot von ORF 1 zuzuschreiben ist. Die erfolgreichen neuen fiktionalen Eigenproduktionen so wie auch die Ski-WM in Saalbach konnten die fehlenden großen internationalen Sportanlässe wie die EURO 2024 und die Olympischen Sommerspiele des Vorjahres kompensieren.

Hinzu kommt, dass auch die **Nutzung des ORF-Video-Streaming-Angebots** im Vergleich zum Vorjahr nochmals um **20 %** zugelegt hat. Die Kennzahlen für die Brutto- und Nettoviews sind beachtlich und machen ersichtlich, dass der ORF im Berichtsjahr außerordentlich erfolgreich war. Das Motto «ORF für alle» scheint zu greifen.

Die hohen Nutzungszahlen bestätigen die positive Beurteilung des Programmangebots in der Overall-Befragung (siehe Kapitel 5), durch die Expertinnen und Experten (siehe Kapitel 8) und in den Publikumsgesprächen (siehe Kapitel 7).

ORF 1 und ORF 2

ORF 1 und ORF 2 kamen 2025 gemeinsam auf insgesamt 3,513 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (3+). Das entsprach einer Tagesreichweite von **42,3 %, sie war praktisch gleich hoch wie im Vorjahr.**

Das Publikum ab drei Jahren verbrachte täglich insgesamt 153 Minuten mit Fernsehen. Auf ORF 1 und 2 entfielen wie schon im Vorjahr rund **48 Minuten.** Davon entfielen knapp 17 Minuten auf ORF 1 und 32 Minuten auf ORF 2.

Die Analyse der täglichen Nutzungsdauer von ORF 1 und ORF 2 illustriert, wie eklatant sich die Mediennutzung nach Altersgruppen unterscheidet. So schauen **über 50-jährige** Personen ORF 1 im Schnitt 27 Minuten (Vorjahr: 25 Minuten) pro Tag und ORF 2 63 Minuten (Vorjahr: 65 Minuten). Bei den 12- bis 49-Jährigen war das Verhältnis mit je neun Minuten ausgewogen.

Im Vergleich zum Vorjahr sind die **Marktanteile** der beiden ORF-Sender **stabil.** In der Bevölkerung ab zwölf Jahren erzielte ORF 1 einen Marktanteil von 10,8 % (Vorjahr: 10,1 %) und ORF 2 einen Marktanteil von 20,8 % (Vorjahr: 20,9 %).

Die **ZIB um 19.30 Uhr** war, mit durchschnittlich 1,1 Millionen Zuseherinnen und Zusehern (Marktanteil 53 %), die meistgesehene Informationssendung. Von den rund 70 Spezialausgaben der ZIB wurde jene am 4. Jänner zum Scheitern der Koalitionsgespräche am meisten genutzt (1,2 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer, 46 % Marktanteil). Weitere Spezialausgaben gab es etwa zur Papstwahl, zur Wahl in Deutschland und zur Angelobung Donald Trumps.

Im Berichtsjahr wurden diverse neue Informationssendungen eingeführt, unter anderem «Das Gespräch» mit Susanne Schnabl, der «ZIB Talk», «betrifft: uns», «Akte Betrug» sowie «Daheim – Das Volksgruppenmagazin» als Nachfolge von «Heimat Fremde Heimat».

Beim Informationsangebot setzte der ORF auch mit Thementagen zu zeitgeschichtlichen Ereignissen und relevanten gesellschaftspolitischen Themen eigene Akzente.

Im Berichtsjahr wollte der ORF wissen, wie es Österreich geht. Als Teil der ORF-Dialog-Offensive, die schon im Vorjahr lanciert wurde, waren alle Menschen in Österreich eingeladen, an der Online-Umfrage ORF FRAGT mitzumachen und ihre Meinungen abzugeben. Die Ergebnisse wurden in einem «ORF 1 Spezial» präsentiert.

Das **Kulturangebot** war geprägt vom Johann-Strauss-Jubiläum (200. Geburtstag) und einem umfangreichen Kultursommer, insgesamt 5,2 Mio. Zuseherinnen und Zuseher verfolgten die zahlreichen Hochkultur-Übertragungen. Highlights über das gesamte Jahr hinweg reichten vom Neujahrskonzert (952.000 Zuseher:innen, 55 % MA, Teil 2) über Dokus wie ein Rainhard-Fendrich-Porträt (610.000 Zuseher:innen) bis zu starken Kabarett-Sendungen, allen voran Klaus Eckel (549.000 Zuseher:innen). Und im Bereich **Unterhaltung** gewann Österreich im Berichtsjahr den Eurovision Song

Contest mit JJ und „Wasted Love“ – seinen Auftritt beim Finale verfolgten rund 1,2 Mio. Zuseherinnen und Zuseher.

Das wichtigste Ereignis für die **Religionsabteilung** war der Tod von Papst Franziskus und die Wahl von Papst Leo XIV. Den TV-Abend zur Papstwahl verfolgten insgesamt 3,1 Mio. Zuseherinnen und Zuseher (41 % der TV-Bevölkerung ab 12 Jahren). Die Sendung „Orientierung“ wurde nach 56 Jahren eingestellt und durch neue „kreuz & quer“-Formate ersetzt.

Das **Wissenschafts- und Bildungsformat** „Universum“ erreichte mit „Mythos Großglockner“ 610.000 Zuseherinnen und Zuseher (23 % MA) und damit die größte Nutzung im Berichtsjahr. Starke Quoten verzeichneten u. a. auch „Mayrs Magazin“ (309.000 Zuseher:innen), „konkret“ (344.000 Zuseher:innen) und der „Bürgeranwalt“ (336.000 Zuseher:innen).

Die **sportlichen Highlights** waren vor allem die Ski-Weltmeisterschaften in Saalbach (4,6 Mio. weitester Seherkreis), die Formel 1 (5,4 Mio. weitester Seherkreis), die Vierschanzentournee mit dem Springen in Bischofshofen am 6. Jänner (1,5 Mio., 57 % MA im 2. DG) sowie das historische U17-Fußball-WM-Finale (bis zu 1,25 Mio. Zuseher:innen). Es war das meistgesehene Nachwuchsspiel der ORF-Geschichte. Und besonders erfreulich ist natürlich, dass sich das Nationalteam für die WM 2026 qualifizierte.

Bei den **fiktionalen Formaten** erzielte der ORF große Erfolge unter anderem auch mit seinen neuen eigenproduzierten Krimis und Komödien und historischen Literaturverfilmungen.

Der ORF-Jahresbericht legt ausführlich Rechenschaft über das große und vielfältige Programmangebot des ORF ab. Diese Vielfalt kann an dieser Stelle nicht einfach in ein paar Sätzen zusammengefasst werden. Die obigen Beispiele sind nur anekdotisch zu verstehen.

ORF KIDS

Zum bislang im ORF-Gesetz definierten Versorgungsauftrag hat der Gesetzgeber zusätzlich zu den bereits bestehenden linearen Programmen ein neues – ausschließlich online verbreitetes – Programm für Kinder beauftragt. **ORF KIDS** besteht aus einem Streaming-Kanal sowie aus einer zeitunabhängigen Video-on-Demand-Abrufmöglichkeit der ausgestrahlten Sendungen. Der Kanal ist auf ORF ON auffindbar und auch direkt ansteuerbar auf <https://kids.ORF.at> oder mit der entsprechenden App.

ORF Kids bringt Information, Wissen, Service, Orientierung und Unterhaltung in einem 50:50-Mix zwischen Eigenproduktionen und eingekauften beliebten Filmen und Serien für die junge Zielgruppe. Das tägliche Programmangebot auf ORF 1 richtet sich an Kinder im Alter von drei bis elf Jahren, ist gewaltfrei, werbefrei und vollständig barrierefrei (Untertitel, Gebärdensprache, Audiodeskription).

Im Berichtsjahr brachte der ORF in ORF 1 **810 Stunden Kinderprogramm** (Vorjahr: 860 Stunden). **Die eigenproduzierten Sendungen** decken ein breites Themenspektrum ab: Nachrichten für Kinder („ZIB Zack Mini“), Wissenssendungen („Knall genial“, „Das Wunder DU“), Berufsreportagen („Hallo, was machst du?“), Kochen („Schmatzo“), Natur und Garten („Die Gartenpiraten“, „Tolle Tiere“), Verkehrssicherheit („Helmi“), Mentaltraining für Kinder („Was geht?“) und

Unterhaltung/Spiel („Tom Turbo“, „1000 Tricks“, „Die Superklasse“) sowie Sportformate («Yoga Kids», «Sport ABC»).

Traditionsformate wie „Servus Kasperl“ (seit 1957) und „Tom Turbo“ blieben auch im Berichtsjahr fixer Programmbestandteil. Mit „**Die Superklasse**“ wurde eine neue Spielshow eingeführt, in der Volksschulklassen aus allen Bundesländern gegeneinander antreten. Neu ist die Sendung «**Cyberkids**», in der ein Blick hinter die Kulissen des Web geworfen wird, thematisiert werden beispielsweise Deepfakes, Computerviren, Coding und unser digitaler Fußabdruck. In «**Demokratino**» wird den Kids auf unterhaltsame Weise Politik-Wissen vermittelt.

Die Animationsserien sind die attraktivsten fiktionalen Formate für die jungen Zuseher:innen. Die Serienformate werden altersgerecht angeboten mit Vorschulserien, Jugend- und Familienserien, die dem jeweiligen Entwicklungsstand der Altersgruppen entsprechen sollen.

Die Marktanteile in der Zielgruppe 3–11 Jahre lagen werktags in der Frühzone auf ORF 1 bei 8 % MA, am Wochenende bei 10 % MA.

ORF III Kultur und Information ist ein Spartenprogramm. Die vier Programmsäulen (Kultur, Zeitgeschichte, Information, Kunst- und Kulturschaffen) bilden das Grundgerüst für das Programmschema. Im Berichtsjahr wurde das Programmschema weiter angepasst, um das Programmprofil der einzelnen Wochentage (vor allem Montag, Mittwoch und Freitag) zu schärfen. Die Anpassungen sind vom Publikum gut aufgenommen worden, was sich unter anderem darin äußert, dass sich die Nutzungszahlen für die beiden verschobenen Sendungen «Zur Sache» (Mittwoch) und «ORF III Wissenschaft» (Montag) verbessert haben.

Das Programmschema bietet jedoch weiterhin die Flexibilität, dass aus aktuellem Anlass und bei außerordentlichen Ereignissen die entsprechenden Themen mit Dokumentationen und Gesprächsrunden vertieft werden können.

„**ORF III AKTUELL**“ berichtete werktags mehrstündig live über Innen- und Außenpolitik. Bedeutende Themenschwerpunkte auf ORF III im Jahr 2025 waren: Tag der Befreiung (8. Mai), Novemberpogrome 1938, Jahrestag des Ukraine-Kriegs, Tod von Papst Franziskus sowie die Wiener Gemeinderatswahl. Die Dokureihe „Österreich – Die ganze Geschichte“ wurde fortgesetzt.

„**Erlebnis Bühne**“ bot das gesamte Jahr hochkarätige Opern-, Konzert- und Musiktheater-Übertragungen – von den Salzburger Festspielen über die Bregenzer Festspiele bis zum „Wiener Staatsopern-Air“ mit Jonas Kaufmann und Elīna Garanča. Ein ganztägiger Schwerpunkt widmete sich dem 200. Geburtstag von Johann Strauss. Kabarett, Kleinkunst und der NESTROY-Preis rundeten das Kulturangebot ab.

ORF III ehrte zahlreiche **Persönlichkeiten** mit Programmschwerpunkten, darunter Viktor Gernot, Rainhard Fendrich, Iris Berben, Peter Weck und Marianne Mendt. Verstorbene wie Otto Schenk und Harald Serafin wurden mit Nachrufsendungen gewürdigt.

ORF SPORT + ist der 24-Stunden-Sportkanal des ORF, der gesetzlich verpflichtet ist, Randsportarten mit Österreichbezug zu fördern. Veranstaltungen und Sportarten, die es sonst nicht auf die große Bühne schaffen, erhalten eine eigene Plattform. Ins

Programm aufgenommen werden regionale und nationale Veranstaltungen und Wettbewerbe, bei denen österreichische Sportlerinnen und Sportler bzw. Teams antreten.

2025 sendete der Kanal insgesamt **8.747 Stunden Sportprogramm über mehr als 80 Sportarten**, bei einem **konstanten Marktanteil von 0,4 %** und täglich rund 214.000 Zuseherinnen und Zusehern.

Die meistgesendeten Sportarten waren Fußball (1.325 Std.), Volleyball (548 Std.), Yoga (465 Std.), Eishockey (437 Std.) und Handball (434 Std.).

Das Herzstück des Programmangebots bilden rund 1.850 Live-Stunden pro Jahr, ein Fixpunkt ist die tägliche Sendung „SPORT 20“ um 20.00 Uhr.

Zu den sportlichen Highlights zählten u. a. die Handball-WM der Männer, der Viertelfinale-Einzug des Eishockey-Nationalteams (größter Erfolg seit 31 Jahren) bei der Eishockey-WM, acht Medaillen bei der Paracycling-WM sowie die Synchronschwimm-WM mit Gold für die Alexandri-Schwestern.

Neben Spitzensport widmet sich der Kanal ausdrücklich dem Breitensport, Behindertensport (Paralympics, Special Olympics) sowie gesundheitlichen Aspekten des Sports.

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Die aktuelle Programmstrukturanalyse von ORF 1, ORF 2 inklusive Lokalausgaben, ORF III, ORF SPORT + und ORF KIDS basiert auf dem von Prof. Dr. Hannes Haas, Universität Wien, im Jahr 2013 entwickelten Zuordnungsschema. Die APA-Comm unter der Leitung von Dr. Mira Mayrhofer und Mag. Friederike Kopf war für die Inhaltsanalyse im Berichtsjahr verantwortlich. Als Basis für die Auswertung nach den vier Programmkategorien wurden alle Sendungen/Sendungsteile des gesamten ORF-TV-Programms exkl. Werbung, Programmtrailer/Promotion, Moderation/Hinweisen herangezogen.

Die **Programmstruktur 2025** hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verändert. So ist – wenig überraschend – **der Anteil Sport von 31 % auf 26 %** zurückgegangen, was vor allem auf die fehlenden internationalen Großveranstaltungen wie die EURO 2024 und die Olympischen Sommerspiele zurückzuführen ist. Der Anteil Information am Gesamtangebot beträgt 20 % (Vorjahr: 19 %), Unterhaltung 38 % (Vorjahr: 32 %), Kultur 16 % (Vorjahr: 19 %). Diese Veränderungen sind nachvollziehbar. Der Gesetzgeber hat denn auch vorgesehen, dass für die Beurteilung der Ausgewogenheit des Programms ein Vierjahres-Horizont gelten soll. **In diesen vier Jahren sind die Programmanteile stabil innerhalb der Schwankungsbreite geblieben.**

Dem ORF kann deshalb attestiert werden, dass die Programmanteile in einem ausgewogenen und angemessenen Verhältnis zueinander stehen.

Der ORF TELETEXT feierte im Berichtsjahr sein 45-jähriges Jubiläum. Mit eigens gestalteten Sonderseiten erinnerte die Redaktion an seine Entstehungsgeschichte und die Weiterentwicklungen der vergangenen Jahrzehnte. Er bleibt nach wie vor für täglich 670.000 Österreicherinnen und Österreicher (Vorjahr: 710.000) ein etablierter und beliebter Informations- und Servicekanal, auch wenn die

Zahl der täglichen Nutzer:innen von Jahr zu Jahr abnimmt. Rund 9 % der Österreicherinnen und Österreicher im Alter ab 14 Jahren schauen sich täglich diverse Beiträge an, vor allem am Fernsehgerät, aber auch über digitale Abspielwege. Schwerpunkte der Seitenbelegung sind denn auch jedes Jahr die Information, Sportresultate, Informationen zum Radio- und Fernsehprogramm sowie Serviceinformationen.

Der Gesamtumfang des ORF TELETEXT belief sich am Stichtag 31. März 2025 auf insgesamt 1.531 Seiten (etwas mehr als im Vorjahr: 1.461 Seiten).

Die Nutzerinnen und Nutzer des Teletexts schätzen den einfachen Zugriff auf für sie wichtige Informationen und die Übersichtlichkeit. Die Qualität des visuellen Auftritts spielt dabei keine Rolle.

Die «**Nachrichten leicht verständlich**» wurden im Berichtsjahr weiter ausgebaut mit zahlreichen Specials, die thematisch vom Programm der neuen Bundesregierung, über den Tod von Papst Franziskus bis zur alpinen Ski-WM oder den Eurovision Song Contest reichten.

Im Oktober präsentierte die Teletext-Redaktion in Kooperation mit ARD Text und der Künstlergruppe TeleNFT mit «**Weltgeschehen**» **wieder ein Medienkunstprojekt**, bei dem 15 international renommierte Künstlerinnen und Künstler speziell für das Medium Teletext gestaltete Kunstwerke in einer On-Air-Ausstellung zeigten.

Das gesamte Angebot des ORF TELETEXT ist auch im Internet, über eine kostenlose App und im Rahmen des ORF-HbbTV-Angebots abrufbar.

Die ORF TELETEXT-Redaktion gestaltet außerdem das Breaking-News-Angebot des ORF auf X (vormals Twitter), das rund um die Uhr über die wichtigsten nationalen und internationalen Ereignisse informiert.

4.4 Internet

Laut ÖWA vom vierten Quartal 2025 verzeichnete das **ORF.at-Network** im Schnitt rund 5,356 Millionen Unique User (14+) im Verlauf eines Monats. Das entspricht einer **Monatsreichweite von 74,2 % in der österreichischen Online-Bevölkerung 14+**. Prozentuiert man die Anzahl Unique User auf die österreichische Gesamtbevölkerung, dann beträgt die Monatsreichweite 67,5 %. Eher mit der Fernsehreichweite vergleichbar sind die Werte für die tägliche Reichweite des ORF.at-Networks. Und auch diese ist beachtlich mit 1,388 Millionen Unique Usern, was einer Tagesreichweite von 19,2 % (bzw. 17,5% prozentuiert auf die Gesamtbevölkerung 14+) entspricht. Diese Zahlen sind etwa auf dem Niveau des Vorjahres geblieben.

Das **ORF-Video-Streamingangebot wurde im Berichtsjahr so intensiv genutzt wie noch nie** zuvor. Laut der Online-Bewegt看ld-Messung der Arbeitsgemeinschaft TELETEST erzielten die Live-Streams und Video-on-Demand-Angebote des ORF monatlich rund 15,5 Millionen Nettoviews, im Vorjahr waren es noch monatlich 14,5 Millionen Nettoviews. Das Gesamtnutzungsvolumen lag im Berichtsjahr bei durchschnittlich 465 Millionen Nutzungsminuten pro Monat, was einer Steigerung von 20 % entspricht. Das ORF-Video-Streaming-Angebot erzielte bei allen wichtigen

Kennzahlen das bisher beste Jahresergebnis seit Einführung der Online-Bewegtbild-Messung im Jahr 2017.

Das gute Ergebnis ist dennoch **keine Überraschung**. Der Ausbau von ORF ON entspricht einem lang gehegten Wunsch der Zuseherinnen und Zuseher. Die deutliche Nutzungssteigerung ist auch darauf zurückzuführen, dass am 1. Januar 2024 das neue ORF-Gesetz in Kraft getreten ist, das unter anderem neue Vorgaben an das digitale Angebot und **die Ausweitung der zeitlichen Limits für die Bereitstellung der Programme** beinhaltet. Diese neuen Rahmenbedingungen sorgten dafür, dass die bereits früher gut genutzten Onlineangebote, angefangen von der damaligen ORF-TVthek, über news.ORF.at und sport.ORF.at bis hin zu ORF Sound, den neuen Möglichkeiten und gesetzlichen Anforderungen entsprechend erneuert wurden.

Auf der Basis des neuen ORF-Gesetzes wurde per 1. Juli im Berichtsjahr die Integration der Live-Streams von **16 österreichischen Privatradios** in das Angebot von ORF Sound umgesetzt. Es handelt sich um eine erstmalige Öffnung eines ORF-Angebots für private Medienanbieter. Die Live-Streams der Privatradios werden in einer eigenen Lane analog zu jenen der ORF-Radios direkt auf der Startseite bereitgestellt. In ORF Sound wurde außerdem ein neuer erweiterter Player ausgerollt, der viele zusätzliche Informationen wie Sendungsinhalte oder Transkripte zum laufenden Audio liefert.

Das neue ORF-Gesetz legt ferner eine Obergrenze für die Überblicksberichterstattung in Form von Textbeiträgen in **ORF.at** und ein zu erfüllendes Verhältnis von audiovisuellen Beiträgen zu Textbeiträgen fest. Im ORF-Jahresbericht 2025 werden deshalb die Textbeiträge für news.ORF.at und für sport.ORF.at gesondert ausgewiesen und nach inhaltlichen Kategorien dargestellt.

Im November des Berichtsjahres wurde das Angebot suedtirol.ORF.at gelauncht, das erstmals sendungsbegleitende Inhalte zu **«Südtirol heute»** und anderen Sendungen mit Südtirol-Bezug sowie Informationen über die Südtirol-Aktivitäten des ORF zugänglich und leichter auffindbar macht.

Der **barrierefreie Zugang** zu ORF-Sendungen via Streaming wurde mit modernster Technik weiter ausgebaut. Die «Bundesland heute»-Sendungen sowie «Südtirol heute» und Sendungen von ORF SPORT + werden mithilfe künstlicher Intelligenz live Untertitelt.

Wichtige **Bestandteile des ORF-Online-Angebots** bleiben nach wie vor – neben der Überblicksberichterstattung – das Live- und On-Demand-Streaming in den Abrufdiensten und begleitende Angebote zu den Radio- und Fernsehsendungen des ORF. Hinzu kommen die Informationen über das Unternehmen selbst, über seine Programme und über Aktionen aus dem Bereich Humanitarian Broadcasting.

In den **Publikumsgesprächen** wurde das Angebot von ORF ON ausdrücklich für die Vielfalt, Qualität und die Flexibilität bei der Programmnutzung gelobt. Die Modernität des Auftritts und die Usability, beide wurden in der Vergangenheit immer wieder moniert, wurden nicht einmal mehr erwähnt oder aber positiv beurteilt. Vereinzelt wünscht man sich noch eine bessere Suchfunktion und noch mehr Inhalte. Aber im Vergleich zum Vorjahr wurde eine markante Verbesserung erreicht.

4.5 Kooperationen des ORF

Seit vielen Jahren bestehen Kooperationen mit den deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sendern. Zum einen werden gemeinsame Sendungen, Dokumentationen, Filme und Serien produziert, die zeitgleich ausgestrahlt werden, zum anderen betreibt man ganze Sender zusammen.

Die längste Kooperation besteht mit ZDF, ARD und SRF. Zusammen mit dem ORF betreiben sie den Sender **3sat**. 3sat ist eine festverankerte Marke im deutschen Sprachraum und bietet ein internationales Schaufenster vor allem für Sendungen im Bereich der Kultur und attraktiven Dokumentationen. 3sat blieb auch im Berichtsjahr seinem publizistischen Motto **«anders fernsehen»** treu und bot ein abwechslungsreiches und anspruchsvolles Programm, gewissermaßen ein «Best-of» der hochwertigen Produktionen aus den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz. 2025 betrug der Marktanteil in Österreich 1,3 % und lag damit 0,2 Prozentpunkte unter dem Wert des Vorjahrs.

Am Gesamtprogramm von 3sat ist der ORF mit etwas über 25 % (gleich wie im Vorjahr) beteiligt. **2025 lieferte der ORF insgesamt 130.850 Minuten Programm zu und produzierte 30 Dokumentationen.**

Der ORF steuerte neben vielen Beiträgen für die Nachrichten-, Wissenschafts- und Kulturmagazine auch Konzert- und Opernaufzeichnungen bei. Exklusiv für 3sat werden «nano» und «kulturzeit» produziert, die täglich von Montag bis Freitag ausgestrahlt werden. Die Thementage bilden jeweils die wichtigsten Programmschwerpunkte und erreichen durchschnittlich auch ein größeres Publikum. Im Berichtsjahr gab es insgesamt 30 Thementage. Der ORF programmierte vier Thementage, darunter «Tirol zwischen Himmel und Erde», einer der erfolgreichsten Thementage. Des Weiteren zeichnete der ORF federführend verantwortlich für drei weitere Thementage. Die erfolgreichste Neu-Eigenproduktion war «Triest – Stadt der vielen Namen» mit einem Marktanteil von 4 %. Neue Reihen wie «Königliche Gärten» und «Österreichs schönste Täler» ergänzten das Angebot. Kulturell setzten der Bachmann-Wettbewerb, Festspielübertragungen aus Salzburg und Bregenz und Konzerthighlights wie die Sommernachtsgala Grafenegg wichtige Akzente.

Der ORF ist ein assoziiertes Mitglied des deutsch-französischen Kultursenders **ARTE** und ist somit in den ARTE-Lenkungs- und -Leitungskonferenzen mit einer wichtigen beratenden Stimme vertreten. Die Zusammenarbeit zwischen ORF und ARTE gestaltete sich 2025 trotz Spardrucks auch in Frankreich weiterhin intensiv. Der ORF bleibt der assoziierte Partnersender mit dem größten Kooperationsvolumen bei ARTE. Ein hochrangiges Treffen mit ZDF-ARTE zielte zusätzlich darauf ab, weitere deutsche ARTE-Mittel für den ORF zu erschließen.

Inhaltlich deckte die Kooperation wieder ein breites Spektrum ab. Im **Kulturbereich** standen das Strauss-Jahr und österreichische Jubiläen im Vordergrund. Drei **klassische Musikhighlights** – das Osterkonzert der Wiener Philharmoniker aus Triest, das große «Staatsopern-Air» im Burggarten und «Christmas in Vienna» prägten die musikalische Zusammenarbeit.

Weitere Schwerpunkte lagen bei **Literaturverfilmungen** (die «Stinatz Krimis» von Thomas Stipsits), Gesellschaftsdokumentationen sowie Naturfilmen.

Es würde hier den Rahmen sprengen, alle Produktionen zu nennen, aber so viel sei festgehalten: Der ORF ist ein wichtiger Partner, der wertvolle Produktionen zum Programm von ARTE beisteuert. Gleichzeitig profitiert der ORF auch stark von dieser Partnerschaft, indem Produktionen realisiert werden können, die der ORF allein kaum stemmen könnte.

Für den ORF bietet die Kooperation mit ARTE wie auch mit 3sat die Möglichkeit, die Stimme Österreichs in Europa zu verstärken und als Kulturproduzent aufzutreten.

Eine weitere wichtige Partnerschaft verbindet den ORF mit der ARD über das Programm **ARD alpha**. Das Programm von ARD alpha deckte ein breites thematisches Spektrum ab. Inhaltliche Schwerpunkte lagen auf konsumkritischen und gesellschaftlichen Themen. Greenwashing, Lebensmitteltrends, E-Mobilität, Klimawandel und die hohen Lebenshaltungskosten zogen sich als roter Faden durch das Jahr. Künstliche Intelligenz wurde gleich in mehreren Dokumentationen beleuchtet, ebenso Gesundheitsthemen von Schlaf über Demenz bis hin zur wenig erforschten Krankheit ME/CFS.

Einen weiteren Schwerpunkt bildeten die österreichische Geschichte und Kultur: Die zweite Staffel von «Österreich – Die ganze Geschichte» wurde abgeschlossen, dazu kamen zahlreiche Dokumentationen zu Habsburger-Themen, Wiener Stadtgeschichte und historischen Persönlichkeiten wie Eugenie Schwarzwald.

Geopolitische Themen – NATO statt Neutralität, Atomkraft, Wasserversorgung – ergänzten das Angebot ebenso wie Beiträge aus dem Bereich Religion und Spiritualität. Regelmäßige Formate wie «treffpunkt medizin», «Meryns Sprechzimmer», «Mayrs Magazin – Wissen für alle», «Fit aktiv für Junggebliebene», «Prisma» und das neu eingeführte «kreuz & quer nah dran» sorgten für kontinuierliche Präsenz des ORF im Programm von ARD alpha.

Es würde auch hier zu weit führen, alle Produktionen aufzuführen. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass **alpha Österreich im Berichtsjahr insgesamt 282 deutsche Erstspielungen beim bayrischen Partnersender eingebracht hat. Dieser hat sein vertragliches Plansoll wie schon im Vorjahr übererfüllt.**

4.6 Barrierefreie Angebote im ORF

Mit dem Inkrafttreten der Gesetzesnovelle am 1. Januar 2021 wurde der ORF gesetzlich verpflichtet, den Anteil seiner barrierefrei zugänglichen Sendungen in TV und Online gegenüber dem Stand 2020 kontinuierlich weiter zu erhöhen. Jedenfalls die Informationssendungen müssen so gestaltet sein, dass Menschen mit Seh- und/oder Hörbeeinträchtigung sowie Menschen mit einer intellektuellen Beeinträchtigung das Verfolgen der Sendung erleichtert wird. Der ORF soll zudem täglich eine Sendung in Einfacher Sprache in einem seiner Programme ausstrahlen. Die jährlichen Steigerungen müssen getrennt nach den inhaltlichen Kategorien Information, Kunst und Kultur, Unterhaltung, Bildung und Sport sowie teilweise mit der Vorgabe fester Mindestquoten erfolgen.

Für die Umsetzung dieser gesetzlichen Vorgabe hat der ORF einen Aktionsplan erstellt, der nicht nur die Programme von ORF 1 und ORF 2 umfasst, sondern auch jene von ORF III, ORF SPORT + und ORF KIDS. Laut diesem Aktionsplan sollen **bis 2030 alle Sendungen mit Sprachinhalten barrierefrei sein. Die Zwischenziele werden jährlich überprüft und allenfalls angepasst.**

Als Zwischenziel strebt der ORF an, die Untertitelungsquote bis 2028 auf insgesamt 80 % zu steigern. Die Angebote mit Audiodeskription sollen ebenfalls bis 2028 auf mehr als 4.000 Stunden erhöht werden. Die Angebote in Einfacher Sprache sollen weiterentwickelt werden und auch die Barrierefreiheit der Online-Angebote soll weiter ausgebaut werden.

Der Aktionsplan mit seinen Jahres- und Zwischenzielen wird im ORF-Jahresbericht publiziert. Die Zielerreichung kann problemlos nachvollzogen werden.

Der ORF hat 2025 beim Ausbau barrierefreier Angebote deutliche Fortschritte erzielt. Insgesamt waren 69,8 % des gesamten Fernsehprogramms (2024: 63 %) barrierefrei zugänglich. Der Anteil der mit Untertiteln versehenen Sendungen wurde in allen Programmsparten markant ausgebaut. **Die Ziele für das Berichtsjahr 2025 wurden deutlich übertroffen, vor allem in den Programmbereichen Information und Sport, was auf eine Innovation zurückzuführen ist.**

Die wichtigste Neuerung war der Start der **KI-gestützten Live-Untertitelung** Ende September 2025 – als erster TV-Sender im deutschen Sprachraum. Damit werden u. a. alle „Bundesland heute“-Sendungen und ORF SPORT + erfasst. Die Auswirkungen werden erst 2026 voll zum Tragen kommen, aber sie führten bereits im Berichtsjahr zu einem deutlichen Anstieg der Gesamtquote. Die UT-Quote stieg auf ORF 1 und ORF 2 auf 91,3 % (Vorjahr: 88,4 %), auf ORF III auf 77,3 % (Vorjahr: 68 %). Den markantesten Anstieg verzeichnete ORF SPORT + von 2,2 % auf 26 %. ORF KIDS war wie schon im Vorjahr praktisch zu 100 % Untertitelt.

Erstmals wurden über 1.000 Stunden in **Österreichischer Gebärdensprache** ausgestrahlt (1.089 Stunden, +28 % gegenüber 2024). Neu hinzugekommen ist die Sendung „Report“. Es wurden auch zahlreiche Sondersendungen mit Gebärden gesendet, wie beispielsweise rund um das Gedenken an das Kriegsende vor 80 Jahren und die Republikgründung, ebenso die Berichterstattung zu den Landtagswahlen im Burgenland und in Wien, die «Sommergespräche 2025», die Serie «Unser Österreich» und rund um den Tod und die Wahl des Papstes.

Auch das **Angebot für blinde und sehbehinderte Menschen** stieg zügig auf 3.860 Stunden (2024: 3.120). Das sind über zehn Stunden täglich mit akustischer Bildbeschreibung. Die Priorität ist der Ausbau im Hauptabend von ORF 1 und ORF 2. In den nächsten Jahren wird hier ein Vollausbau angestrebt. Für 2026 wird eine Gesamtquote von 9,2 % angestrebt.

Nachrichten in Einfacher Sprache sind im Teletext, in ORF III, allen Regionalradios und auf news.ORF.at verfügbar. Seit Februar 2025 wird ein Wissenspodcast «Einfach erklärt» von der inklusiven Lehrredaktion gemeinsam mit Radio FM4 gestaltet.

Fazit: Der ORF hat die Anzahl Untertitelter Sendungen, Sendungen mit Gebärdensprache und Sendungen mit Audiodeskription deutlich ausgebaut und hat die kommunizierten Jahresziele übertroffen.

4.7 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF

Der ORF ist laut ORF-Gesetz zur **Förderung der österreichischen Identität** im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration verpflichtet. Des Weiteren muss der ORF die österreichische künstlerische und kreative Produktion angemessen berücksichtigen.

Die Umsetzung dieser gesetzlichen Vorgabe ist gleichzeitig das Alleinstellungs- und Qualitätsmerkmal so wie auch ein wichtiger Faktor, der zum Erfolg des ORF beiträgt. 2025 war der Programmanteil von ORF 1 und ORF 2, der diesen gesetzlichen Vorgaben entspricht, mit 70,4 % noch höher als im Vorjahr (69,5 %). In der Primetime von 18.00 bis 22.00 Uhr war der Anteil mit 88,5 % ebenfalls leicht höher als noch im Vorjahr (87,9 %). **Mit diesem hohen Anteil an österreichischen Produktionen im Gesamtprogramm wie auch im Hauptabend hat der ORF diese Zielsetzung erfüllt.**

Der ORF ist laut ORF-Gesetz dazu verpflichtet, im Fernsehen in den Hauptabendprogrammen in der Regel **«anspruchsvolle Sendungen» zur Wahl** zu stellen. Dieser besondere Auftrag wird im Gesetz nicht näher definiert. Damit überlässt es der Gesetzgeber dem ORF zu definieren, was als «anspruchsvolle» Sendung zu gelten hat. In der Folge wurde der Begriff «anspruchsvoll» auf der Grundlage gesetzlicher Wertungen und im Rahmen eines Diskussionsprozesses mit dem ORF-Stiftungsrat und dem ORF-Publikumsrat definiert. Der ORF verwendet für die Definition einer «anspruchsvollen» Sendung gestalterische, technische sowie inhaltliche Kriterien. Auf der Basis dieser Definition kann als «anspruchsvolle» Sendung beispielsweise eine gelungene fiktionale Eigen- oder Koproduktion, ein Dokumentarfilm zu einem komplexen Thema, eine anspruchsvolle Quiz-Sendung oder eine technisch herausfordernde Sport-Live-Übertragung bezeichnet werden.

Für die Analyse des Hauptabendprogramms wurden zwei exemplarische Wochen bestimmt, eine im Frühling (24.–30. März 2025) und eine im Herbst (22.–28. September 2025). Die beiden Wochen werden als repräsentativ für die Jahresprogrammierung gesehen. Die Programme dieser Wochen sind im Jahresbericht aufgeführt. Als Beispiele für anspruchsvolle Sendungen wurden beispielsweise die eigenproduzierte Serie «Biester», die Informationssendungen «Thema», «Universum» und «Report», «Dok 1: Zeitumstellung», «Chronobiologie – Wie tickt der Mensch?», «Akte Betrug», «Am Schauplatz», «Weltweit», «Kafka», «Tatort» und «Dancing Stars» und «Der weiße Kobold» aufgeführt.

Im Jahresbericht kann klar nachvollzogen werden, dass auf der Basis der Definition, was als «anspruchsvolle Sendung» gilt, tatsächlich auch «anspruchsvolle» Sendungen zur Hauptsendezeit zur Wahl standen.

Zusätzlich wurde im Rahmen der Overall-Befragung auch das Publikum gefragt, ob es der Meinung sei, dass der ORF im Hauptabend in der Regel anspruchsvolle Sendungen im Angebot hat. Rund 45 % der Befragten bejahten diese Auffassung, und rund 41 % der Befragten waren der Meinung, dass dies (eher) nicht der Fall sei. **Eine Mehrheit der Befragten ist somit ebenfalls der Meinung, dass der ORF diesem Anspruch genügt.**

Gemäß dem ORF-Gesetz hat der ORF dafür Sorge zu tragen, dass der Hauptanteil der Sendezeit seiner Fernsehprogramme und seiner Sendungen in Abrufdiensten, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen bestehen, **europäischen Werken** vorbehalten bleiben soll.

Im linearen Fernsehprogramm von ORF 1 und ORF 2 wurden 2025 europäische Werke im Gesamtumfang von 12.307 Stunden gesendet (Vorjahr: 11.638 Stunden). Gemessen an der Quotenbasis entfielen **dabei 85,1 %** (Vorjahr: 80,9 %) der Sendezeit auf europäische Programme. **Der Anteil der europäischen Werke entsprach damit auch im Jahr 2025 mehr als ausreichend den Vorgaben des ORF-Gesetzes.**

Ferner hat der ORF gemäß den gesetzlichen Vorgaben Sorge dafür zu tragen, dass mindestens 10 % der Sendezeit seiner Fernsehprogramme, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, für europäische **Produzenten** vorbehalten werden, die von Fernsehveranstaltern **unabhängig** sind. Diese Vorgabe hat der ORF erfüllt. **2025 wurden 8.551 Sendestunden** (Vorjahr: 8.010) in den beiden linearen Hauptprogrammen von unabhängigen europäischen Herstellern produziert. Dies entspricht rund **59,1 %** (Vorjahr: 55,7 %).

Um sicherzustellen, dass nicht nur Wiederholungen von Werken europäischer unabhängigen Produzenten ausgestrahlt werden, wurde im Gesetz festgehalten, dass ein angemessener Anteil für **«neuere Werke»** berücksichtigt werden muss. Dabei handelt es sich um Produktionen, die innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden müssen. Im Jahr 2025 betrug dieser Anteil der neueren europäischen Werke unabhängiger Produzenten, die in ORF 1 und ORF 2 ausgestrahlt wurden, **33,8 %** (Vorjahr: 31,1 %). Der ORF hat im Jahr 2025 seine Verpflichtung aus der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste mehr als erfüllt.

Es kann somit bestätigt werden, dass der ORF insgesamt seine Verpflichtungen laut ORF-Gesetz und laut der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste im Jahre 2025 erfüllt hat.

5 Die ORF-Overall-Befragung 2025

Insgesamt 1.012 Personen im Alter ab 16 Jahren wurden gefragt, welche inhaltlichen Interessen für sie bei der Mediennutzung ausschlaggebend sind und wie sie diesbezüglich das publizistische Angebot der ORF-Medien beurteilen. Die Umfrage wurde vom 5. Mai bis 20. Juni 2025 durchgeführt.

Wie schon in den Vorjahren wurden die Interviews telefonisch und online durchgeführt. Auch sonst hat sich an der Studienanordnung im Vergleich zu den Vorjahren nichts verändert. Der Vergleich der Ergebnisse ist daher mit den beiden Vorjahren problemlos möglich.

Wenn es ganz generell um die Nutzung von Medien geht, steht das **Interesse an Information** beim Publikum seit vielen Jahren mit großem Vorsprung an erster Stelle (85 %), gefolgt von Unterhaltung (68 %), Sport (49 %) und Kultur (47 %).

Unabhängig vom jeweiligen Themeninteresse ist insgesamt immer noch das Fernsehen das wichtigste Medium, gefolgt von Internet und Radio. Das gilt allerdings nicht mehr für die Altersgruppe der **unter 50-Jährigen**. In dieser Altersgruppe interessiert «sehr» nur noch der Sport am meisten im Fernsehen, ansonsten steht das Internet an erster Stelle.

Am auffälligsten ist die Reihenfolge der bevorzugten Medien für das Interesse an der Information bei den **unter 30-Jährigen**. So nutzt diese Altersgruppe für die Information bevorzugt das Internet (77 %, Vorjahr: 69%), gefolgt von Social Media (72 %, Vorjahr: 65 %). Auch die **30- bis 49-Jährigen** interessiert Information in erster Linie im Internet (82 %, Vorjahr: 80 %), gefolgt von Radio (73 %, Vorjahr: 67 %) und TV (71 %, Vorjahr: 65 %). Nur bei den über **50-Jährigen** bleibt das Fernsehen für alle Interessengebiete das dominante Medium.

Grundsätzlich ist die Mediennutzung nach Interessengebieten in den letzten drei Jahren sehr stabil geblieben. Nur **Social Media** hat über die letzten Jahre insbesondere für die **unter 50-Jährigen** an Bedeutung gewonnen, in erster Linie für die Information, aber auch für die Unterhaltung.

Insgesamt waren die Befragten **zufrieden mit dem Programmangebot des ORF**. Die Werte für alle ORF-Medien **sind im Vergleich zum Vorjahr leicht besser geworden**. Bei allen Befragten beträgt die Programmmzufriedenheit für alle ORF-Medien und -Programmsäulen im Schnitt zwischen 2,2 (Information im ORF-Radio oder ORF-TV) bis 3,0 (Kultur im ORF TELETEXT). Die Werte sind gemessen an einer 5er-Skala.

Schaut man sich nur die Beurteilung der effektiven **Nutzerinnen und Nutzer der ORF-Medien an**, dann fallen alle Beurteilungen, nicht überraschend, sogar noch etwas positiver aus.

Das Informationsangebot des **ORF-Fernsehens** wird von den Nutzerinnen und Nutzern mit 2,1 (2024: 2,2) am besten beurteilt, gefolgt von Sport mit 2,5 und Kultur und Unterhaltung mit je 2,6.

Ähnlich verhält es sich beim **ORF-Hörfunk**. Die Radionutzerinnen und -nutzer beurteilen das Informationsangebot wie schon in den Vorjahren mit 2,1. Die Unterhaltung wurde mit 2,4, Kultur mit 2,6 und Sport mit 2,7 beurteilt.

Auch im **Internet** erhält das Informationsangebot des ORF von den eigentlichen Nutzerinnen und Nutzern die beste Beurteilung – wie schon im Vorjahr mit 2,2. Das Sport- und das Unterhaltungsangebot werden mit je 2,5 und das Kulturangebot mit 2,7 beurteilt.

Das **Social-Media-Angebot** wird von den Nutzerinnen und Nutzern im Bereich Information mit einem Mittelwert von 2,3 beurteilt, gefolgt von der Unterhaltung und Sport mit je 2,5 und der Kultur mit 2,6. Die Beurteilungen fallen im Vergleich zum Vorjahr leicht positiver aus.

Die Zufriedenheit mit dem **Teletext** ist im Vergleich zum Vorjahr auch leicht gestiegen. Die Nutzerinnen und Nutzer beurteilen das Informationsangebot am besten (2,2), gefolgt vom Sport (2,3), Unterhaltung (2,6) und Kultur (2,7).

Fazit: Die Nutzerinnen und Nutzer beurteilen das Programmangebot des ORF insgesamt wieder sehr positiv. Am besten wird bei allen Kanälen das Informationsangebot bewertet. Insgesamt wird das ORF-Angebot im Vergleich zum Vorjahr zum Teil leicht besser beurteilt.

In der Overall-Befragung wurden die Befragten auch aufgefordert, zu beurteilen, ob es im Hauptabendprogramm des ORF auch anspruchsvolle Sendungen gibt. **45 % der Befragten** waren der Meinung, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zwischen 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel auch **anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen**. Diese Zustimmung ist etwas höher als im Vorjahr (44 %). Der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass der ORF diesen Auftrag (eher) nicht erfüllt, liegt **bei 41 %**, im Vorjahr waren es 40 %. Gleichzeitig ist der Anteil der Befragten, die diese Frage nicht beantworten können, von 16 % auf 14 % gesunken.

6 Evaluation des Qualitätsprofils Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe 2025

Die ORF-Qualitätsprofile definieren Leistungskriterien für das Angebot des ORF, die durch externe Evaluierung überprüft werden. Diese Profile setzen sich aus zwei Hauptkomponenten zusammen: 1. Auftragswerte: Diese basieren auf gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag und den Programmrichtlinien sowie den Public-Value-Leistungskategorien. 2. Genrespezifische Eigenschaften: Diese beziehen sich auf die verschiedenen Bedingungen und Anforderungen der einzelnen Medien und Programmkategorien.

Von 2011 bis 2017 wurden erstmals die Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellt und evaluiert. Der zweite Evaluationszyklus fand von 2018 bis 2022 statt, gefolgt von einer dritten Runde ab dem Jahr 2023.

Über die Jahre wurde die Erhebungsmethode von Face-to-Face- auf Telefon- und inzwischen teilweise auch Online-Befragungen umgestellt und die Stichprobengröße wurde deutlich angehoben (von 120 auf über 300 Befragte). Aber auch die Rahmenbedingungen für den ORF und die Mediennutzung des Publikums haben sich in diesem Zeitraum markant verändert, deshalb ist ein direkter Vergleich der Zeitreihen nur mit Vorbehalt möglich, nichtsdestotrotz ist ein Vergleich der Ergebnisse interessant.

In einem zweistufigen Verfahren wurde 2025 zum einen das ORF-Angebot zu «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» evaluiert und überprüft, inwiefern das vom ORF definierte Soll-Bild für diesen Programmauftrag für das Publikum überhaupt relevant ist und inwiefern der ORF diesem Soll-Bild auch tatsächlich entspricht. Zum anderen wurde im Rahmen von offenen Fragen mit einer Fokusgruppe nach den Stärken und dem Verbesserungspotenzial für das Angebot in den ORF-Medien im Bereich «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» diskutiert.

Die Fokusgruppe von neun Personen wurde am 12. November online durchgeführt. Das Gespräch dauerte rund 90 Minuten. Von 17. Oktober bis 19. November 2025 fand die österreichweite telefonische und Online-Befragung von 320 Personen statt.

Die Ergebnisse der österreichweiten Befragung wurden jeweils auf Kohärenz und Plausibilität überprüft, indem die Antworten auf die offenen Fragen im Interview mit den Antworten der standardisierten Fragen verglichen wurden. Die Antworten der offenen Fragen wurden nicht nur inhaltsanalytisch erfasst, sondern es wurde mittels einer Valenzanalyse auch noch ermittelt, ob die Antwort eher positiv, neutral oder negativ zu bewerten ist. Die inhaltsanalytische Auswertung wurde mittels der Software MAXQDA gemacht, entlang eines zuvor festgelegten Codier-Schemas.

Die Befragung war nicht auf die statistisch gesicherte Repräsentanz der Antworten für die Gesamtheit der österreichischen Bevölkerung angelegt, sondern auf die gesicherte Abbildung der gesamten Spannweite der Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsanforderungen.

Es wurde – wie in der qualitativen Forschung üblich – mit einem differenzierten Stichprobenplan gearbeitet. Zum einen wurden nur Personen befragt, die das

publizistische Angebot zumindest hin und wieder nutzen und kennen (höchstens 10 % seltene Nutzerinnen und Nutzer), und zum anderen wurden die Befragten entsprechend der Verteilung in der Wohnbevölkerung nach Bundesländern sowie aufgrund von wichtigen soziodemografischen Kriterien ausgewählt.

Mit der Durchführung der Studie wurde – wie schon in den Vorjahren – das Institut FORESIGHT in Wien beauftragt. Das Institut hat alle bisherigen Analysen zu den Qualitätsprofilen für den ORF durchgeführt. Die Methode der **Studie ist anspruchsvoll, aber ausgereift** und entspricht dem geforderten hohen Qualitätsstandard. Das Projekt wurde wie schon in den Vorjahren von Dr. Florian Oberhuber und Dr. Saskja Schindler durchgeführt.

Der ORF hat für die Überprüfung des Programmauftrags für den Bereich der «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» schon im ersten Zyklus der Studie ein Konzept mit Leistungskriterien entlang der Dimensionen Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus sowie Kompetenz und Innovation entwickelt. Anhand dieser Kriterien wurden 21 relevante Merkmale ausformuliert, die insgesamt ein Soll-Bild für das Leistungsprofil dieser Programmsäule darstellen. Ergänzend wurde je Leistungskriterium auch offen nach Stärken und Schwächen der ORF-Angebote gefragt.

Aufgrund der Befragungsergebnisse kann festgehalten werden, dass das vom ORF definierte Qualitätsprofil für den Bereich «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» den Wertvorstellungen und Erwartungen des Publikums entspricht (Soll).

Die Zustimmungsraten für die einzelnen Aussagen zu den Soll-Werten lagen bei sehr **hohen 66 % bis 96 %**. Die höchsten Werte erzielten die Qualitätsmerkmale **vertrauenswürdig, respektvoll / führt die Menschen nicht vor, sachlich, kompetente Moderator:innen und Journalist:innen, gut verständlich**. Die relativ niedrigsten Werte erzielten Kriterien wie **immer etwas Neues / innovativ** (73 %), **unterhaltsam** (68 %) und **bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben** (66 %). Diese insgesamt hohen Werte illustrieren, dass eigentlich alle formulierten Qualitätsmerkmale aus Sicht des Publikums wichtig sind.

Im Anschluss an diese erste Frage wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie sehr diese Eigenschaften **auch tatsächlich auf den ORF beim Angebot zu Wissenschaft, Bildung, Service, Lebenshilfe zutreffen**. Hier punktete der ORF praktisch in allen Kategorien. Analysiert man die Antwortkategorien «trifft sehr zu / trifft eher zu» (Bewertung 1 und 2 auf einer 5er-Skala), dann liegt die Zustimmungsraten bei praktisch allen Qualitätskriterien bei über 60 %. Den niedrigsten Wert mit immer noch hohen 58 % erzielt das Kriterium «bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben».

Das sind sehr **hohe Zustimmungsraten, die für die Qualität des Programmangebots des ORF sprechen**.

Der Zeitreihenvergleich illustriert eindrücklich die ausgeprägte **Kontinuität in der Qualitätswahrnehmung** sowie eine breite Akzeptanz und hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte. Im manifesten Qualitätsbewusstsein hat die Relevanz der Leistungskriterien **Vertrauen und Orientierung** an Bedeutung gewonnen, während die Kompetenz der Protagonisten weniger im Vordergrund steht.

Die **qualitative Befragung** bestätigt die Bedeutung der vertrauenswürdigen Berichterstattung, die einhergeht mit einer hohen **Fakentreue** und der Fähigkeit, **fundierte, kompetent und gleichermaßen verständlich** über Hintergründe und Zusammenhänge aktueller Themen zu berichten. Diese Merkmale werden denn auch als die zentralen Stärken des ORF hervorgehoben, die es auch in der Zukunft zu bewahren gilt.

Einzelne Befragte wünschen sich eine **größere Unabhängigkeit von Parteipolitik**, die bessere **Trennung von Fakten und Meinungen** und eine größere **Vielfalt der Meinungen** und Perspektiven **auch jenseits des Mainstreams**, mehr **Kreativität und Innovation** und ganz grundsätzliche mehr frischen Wind. Trotz des Angebots von ORF ON bleibt der Wunsch nach besseren Sendezeiten für die Befragten ein wichtiges Thema.

Für die Erfüllung des Leistungsauftrags «Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe» steht das **Fernsehen** bei den Befragten klar im Vordergrund. Genannt werden tagesaktuelle Formate, Dokumentationen und Sendungen wie «Bürgeranwalt», «Science Busters» und «konkret». Spezifische auf das Fernsehen bezogene Verbesserungsmerkmale beziehen sich insbesondere auf Vielfalt sowie Kompetenz der Protagonistinnen und Protagonisten. Dies schließt auch die Wahl der Studiogäste mit ein.

Beim Radio wird insbesondere der Umfang und die Qualität der Berichterstattung von **Ö1** als herausragend wahrgenommen. Nur sehr wenige Verbesserungsmöglichkeiten wurden genannt. So wünschte man sich einen weiteren Ausbau des Angebotes, die **Stärkung der Objektivität** und allenfalls auch die **Erhöhung des Unterhaltungswertes**.

Bei der Beurteilung **der ORF-Angebote im Internet** standen die Aktualität, die Breite des Angebots sowie dessen ansprechende Gestaltung im Fokus. Die Präsenz auf Social-Media-Plattformen wird ebenfalls positiv beurteilt, weil dies ermöglicht, Inhalte spezifisch für junge Zielgruppen aufzubereiten und zu verbreiten. Die Nutzerinnen und Nutzer wünschen sich auch die Weiterführung des Teletextes, dessen Wert primär dank der kompakten und aktuellen Informationsaufbereitung sehr geschätzt wird.

Laut diesen Umfrageergebnissen ist die **wichtigste Währung des ORF das Vertrauen**. Der ORF kann und soll auch weiterhin zu einem besseren Verständnis aktueller Probleme und deren Zusammenhänge beitragen. Dabei ruhe das Vertrauen auf vier Säulen: der Zuverlässigkeit aufgrund **professioneller Recherchen**, der **sachlichen Vermittlung** von Inhalten, der **Ausgewogenheit** sowie der **Unabhängigkeit** des ORF von politischer oder wirtschaftlicher Einflussnahme. Dies ist zugleich die Basis für die vertrauenswürdige Orientierungsleistung. Dabei haben die Befragten auch Vergleiche mit anderen Medien erwähnt und halten fest, dass der ORF im Vergleich beispielsweise zu den Privatsendern vertrauenswürdiger ist.

Für die **Zukunft** wünschen sich die Befragten, dass der ORF das Vertrauen sichert, indem er **seine Neutralität stärkt**, eine **anregende Programmvietfalt** bietet und **ein Programmangebot für alle hat**, für die Jüngeren wie auch für Zielgruppen mit niedriger formaler Bildung.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Anforderungsprofil an das Programmangebot des ORF in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums entspricht (Soll). Das Qualitätsprofil wird vom Publikum

verstanden und wird als maßgeblich für ein hochwertiges öffentlich-rechtliches Programm angesehen. **Die Abfrage der 21 Merkmale zeigt hohe bis sehr hohe Zustimmungsraten.** Im Zeitreihenvergleich sind nur geringfügige Veränderungen bezüglich der Bedeutung der Qualitätsmerkmale feststellbar. **Die Relevanz des Leistungskriteriums «Vertrauen» ist größer geworden.** Während die Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren sowie Journalistinnen und Journalisten weniger im Vordergrund steht als früher.

Die definierten Auftragswerte für das Programmangebot des ORF **werden vom Publikum als erfüllt angesehen. Es ist zufrieden mit dem publizistischen Angebot des ORF auf allen Kanälen (Ist).**

7 Publikumsgespräche zum Sport-, Informations- und Unterhaltungsangebot

Der ORF führt jedes Jahr drei Gesprächsrunden mit Vertreterinnen und Vertretern des Publikums und mit den jeweils verantwortlichen Programmschaffenden durch, um die Zufriedenheit und die Beurteilung der Qualität mit den Programmsäulen, im Berichtsjahr mit «**Information**», «**Unterhaltung**» und «**Sport**», in der Tiefe zu diskutieren. Die Programmsäule «Kultur, Ethik und Religion» wurde im Berichtsjahr zusammen mit Expertinnen und Experten diskutiert.

Die Vertreterinnen und Vertreter des Publikums werden nach einem telefonischen Screening-Interview eingeladen. Sie erarbeiten zunächst in kleinen Gruppen die Stärken und Schwächen der jeweiligen Programmsäule. Die Gruppenarbeiten werden sodann den Programmschaffenden präsentiert und in der Tiefe diskutiert. Im Nachgang werden die Teilnehmenden zum Erlebnis der Veranstaltung befragt.

Die gewählte Form der Diskussion zwischen Publikum und Programmschaffenden hat verschiedene positive Aspekte. Die ORF-Verantwortlichen erhalten ein direktes und ungefiltertes Feedback aus dem Publikum. Die Vertreterinnen und Vertreter des Publikums wiederum lernen die Überlegungen der Programmverantwortlichen kennen und verstehen auch die Sachzwänge besser, die vielen Programmentscheidungen zugrunde liegen. Sie erfahren hin und wieder – im Sinne eines Primeurs – auch, welche Programmneuerungen geplant sind. Dieses Vertrauen wird von den Publikumsvertreterinnen und -vertretern enorm geschätzt und zeigt, welche Wertschätzung man ihnen – dem Publikum – entgegenbringt.

Mit der Durchführung der Gespräche wurde, wie schon in den Vorjahren, das Institut SENSOR beauftragt. Projektleiterin war Mag. Daniela Heininger. Konrad Mitschka vom ORF-Public-Value-Team moderierte die Gespräche. Die Koordination aller Gespräche wurde von der Marktforschungsabteilung des ORF wahrgenommen.

Bei der Zusammenstellung der Gruppe wurde darauf geachtet, dass die Teilnehmenden ein gewisses Interesse an der jeweiligen Thematik haben und das entsprechende ORF-Angebot mindestens gelegentlich nutzen. Es wurde quotiert nach Geschlecht, Bildung und Nutzungsverhalten.

Die erste Gesprächsrunde zur Programmsäule «Sport» fand am 7. Mai 2025 online statt. Es nahmen insgesamt 29 Personen aus Oberösterreich im Alter von 18 bis 70 Jahren daran teil sowie die Programmverantwortlichen des ORF Sport und Vertreter des Landesstudios Oberösterreich.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Publikumsgesprächs erarbeiteten zunächst in Kleingruppen Stärken und Optimierungsmöglichkeiten für die ORF-Programmsäule «Sport». Die Ergebnisse wurden im Anschluss mit den ORF-Programmverantwortlichen diskutiert.

Die sportinteressierten Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer sind insgesamt sehr zufrieden mit dem Sportangebot des ORF. Besonders geschätzt wird die **kompetente und ausführliche** Live-Berichterstattung in erster Linie im Fernsehen, aber auch im Radio. Man schätzt die Berichterstattung über die alpinen Sportarten,

Formel 1 und Fußball. Gelobt werden die **Hintergrundberichte, ansprechende Analysen** und gut geführte **Interviews**. Speziell erwähnt werden die kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren, insbesondere der alpinen Sportarten und des Biathlons sowie von Ö3. Letztere vermitteln die Atmosphäre vor Ort mitreißend und spannend.

Allerdings polarisiert die Rolle der Moderatorinnen und Moderatoren. Einige wünschen sich eine sachliche Moderation, andere wiederum schätzen die lockere Herangehensweise. Aber charakteristisch für den ORF sei schließlich der **Österreichbezug und der Humor**. Man schätzt es, dass mittlerweile auch mehr Frauensportarten, zahlreiche regionale und auch Randsportarten den Weg ins Programm von ORF SPORT + gefunden haben.

Wenn sich die Befragten mehr von etwas wünschen, dann ist es **Fußball**. Einige nannten auch Handball, Volleyball oder Radrennen. Auch im Radio könne man für einige mehr machen. So könnte man beispielsweise mehr Fußballspiele (auch Champions League) live kommentieren, und wenn man schon live berichtet, dann solle man nah dranbleiben und bei einem Tor das Programm sofort unterbrechen.

Als zusätzliches Angebot könnte der ORF auch vermehrt **Sport-Podcasts** produzieren. Im Radio wünschen sich einige bei Radio Oberösterreich einen fixen Termin für Sportnachrichten und mehr Infos über regionale Sportanlässe und über junge Sportlerinnen und Sportler aus Oberösterreich.

Mit dem **Online-Sportangebot** sind die Befragten mehrheitlich ebenfalls sehr zufrieden. Gelobt wird auch hier die Vielfalt, der einfache und schnelle Zugriff und die Qualität ganz allgemein, auch im Vergleich zu anderen Sportportalen. Allerdings sei ORF-Online stark auf die Premium-Sportarten ausgerichtet. Dabei könnte man doch auch mehr über die Randsportarten berichten und auch mehr Zusatzinformationen bieten.

Im Gespräch konnten die Programmverantwortlichen die zahlreichen Einschränkungen für Sportübertragungen, in erster Linie die teilweise **limitierten Sportrechte**, aber auch gesetzliche Vorgaben bezüglich der **Sport-Programmierung von ORF SPORT +** und für sport.ORF.at (im Hinblick auf mehr Statistiken, mehr Tiefe) darlegen.

Das Publikumsgespräch wurde stark genutzt, um auch die finanziellen Aspekte rund um den Erwerb von Sportrechten zu erklären, was sehr geschätzt wurde. Die Beurteilung des ORF-Angebots vor und nach dem Gespräch war mit einem Mittelwert von jeweils **2,0** hoch. Positiv wurde von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern hervorgehoben, dass die Programmverantwortlichen auf alle Fragen und Anregungen eingegangen sind.

Das zweite Gespräch zur Programmsäule «Information» fand am 1. Oktober 2025 im Landesstudio Burgenland statt. Insgesamt wurden 35 Personen im Alter zwischen 18 und 70 Jahren aus dem Burgenland für das Gespräch rekrutiert. Seitens ORF nahmen die Hörfunkdirektorin – inzwischen auch Generaldirektorin – sowie die Programmverantwortlichen aus dem Newsroom, der Programmdirektion, von ORF III und ORF ON am Gespräch teil.

Auch diese Gruppe bereitete das Gespräch mit den Programmverantwortlichen vor. So wurden in Kleingruppen die Stärken und Optimierungsmöglichkeiten des Informationsangebots erarbeitet, die dann im Anschluss mit den Programmverantwortlichen vertieft diskutiert wurden.

Als besondere Stärken werden das **tagesaktuelle Informationsangebot** sowie auch die **Sondersendungen** zu aktuellen Ereignissen genannt. Man fühle sich gut und verlässlich informiert. Auch Dokumentationen und Wissenssendungen kamen zur Sprache, allerdings auch oft im Kontext der (zu) späten Sendezeiten. Einige wünschen sich mehr **Wissenschaftssendungen, mehr Formate zu Technik und Innovation**. Es müssten auch nicht immer Eigenproduktionen sein. Als Verbreitung würde sich auch ORF ON anbieten, wo man gewisse Sendungen oder auch nur Beiträge möglicherweise bereits nutzen könnte, bevor sie im linearen Programm ausgestrahlt werden.

Ein wichtiges Thema war die **Qualität der Gäste und Expertinnen und Experten**. Und bei den Interviews insbesondere mit Politikerinnen und Politikern solle man verstärkt auch immer wieder nachfragen.

Zu reden geben die vielen negativen Schlagzeilen und der Fokus der Berichterstattung auf Donald Trump. Weiters würde man sich mehr kritische Berichterstattung auf regionaler Ebene wünschen.

Ö3 vermittelt mit seinem Informationsangebot einen guten Überblick über das Tagesgeschehen und über regionale Ereignisse. Das Informationsangebot von **Ö1** wird von den Befragten als seriös, informativ und verlässlich geschätzt. Und bei FM4 werden die Nachrichten in englischer Sprache erwähnt, die eine andere Perspektive auf die Welt vermitteln. Positiv erwähnt werden auch die Nachrichten in kroatischer Sprache im Radio Burgenland, allerdings wundert man sich vereinzelt, dass diese um 18.00 Uhr, zur abendlichen Hauptsendezeit, gesendet werden.

ORF.at wird als sehr übersichtlich und bedienungsfreundlich erlebt. Auch die Stärke und die Art der Gestaltung von Information auf **Social Media** werden positiv hervorgehoben. Der ORF sei inhaltlich schnell und auf allen Kanälen präsent. Die Befragten nutzen auch **ORF ON** und erwähnen die Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit. Das gilt auch für den Teletext. Allerdings sei die ORF ON-App technisch weniger stabil, als man es mittlerweile vom Fernsehen gewohnt sei.

Die Verlässlichkeit von Informationen und Nachrichten ist ein Thema, das die Befragten sehr beschäftigt. Es wird deshalb angeregt, dass der ORF ein Fakten-Check-Magazin machen könnte.

Insgesamt wurde der Austausch sowohl von den Programmverantwortlichen wie auch von den Vertreterinnen und Vertretern des Publikums sehr geschätzt. Die Diskussion wurde als sehr informativ, interessant und auch als anregend erlebt. Der Austausch mit den Programmverantwortlichen wurde als konstruktiv und offen erlebt. Das Gesprächsklima war sachlich und anregend.

Die Programmschaffenden nutzten das Gespräch um redaktionelle Arbeitsabläufe, die redaktionellen Konzepte von diversen Sendungen und die rechtlichen Rahmenbedingungen wie auch die technischen Herausforderungen bezüglich ORF ON zu erklären.

Diese Erläuterungen waren hilfreich. Während im Vorgespräch das ORF-Angebot **insgesamt im Schnitt mit 2,3 benotet wurde, verbesserte sich die Beurteilung**

nach dem Gespräch auf 1,7. Man habe sehr viel Neues erfahren, viel gelernt und man schätzte die Möglichkeit, selbst Anregungen einzubringen.

Das dritte und letzte Publikumsgespräch des Jahres fand am 25. November 2025 zur Programmsäule «Unterhaltung» im ORF in Wien statt. Es diskutierten 36 Personen aus Wien zusammen mit den Verantwortlichen der ORF-Programmdirektion, von Ö3, FM4 und ORF ON.

Im Bereich der Unterhaltung wurde besonders das **vielfältige und abwechslungsreiche** Programm und die Vielfalt der Formate im Fernsehen als Stärke des ORF bezeichnet. Kabarettssendungen, Quizsendungen, Shows und die fiktionalen **Eigenproduktionen mit Österreichbezug** werden besonders hervorgehoben. Dass der ORF Unterhaltungsprogramme auch barrierefrei anbietet, wird ebenfalls als Stärke gesehen.

Im Gespräch wird angeregt, dass insbesondere die ORF-TV-Kanäle ein **eigenständigeres Profil** im Sinne einer Programmfamilie erhalten sollten. Auch wird moniert, dass es zu viele Wiederholungen vor allem von Filmen und Serien im TV-Programm, aber auch von Songs im Radioprogramm gibt.

Einige haben zudem festgestellt, dass es früher mehr Möglichkeiten gab, die Filme und Serien auch in der **Originalsprache mit Untertiteln** zu sehen. Offenbar plant ORF ON diesbezüglich einige Neuerungen, beim Fernsehkanal gibt es aber anscheinend nur eine zusätzliche Audiospur, die dann für Audiodeskription genutzt wird.

Auch das **Kinderprogramm** wurde angesprochen, wo man sich mehr anspruchsvolle Sendungen für Kinder wünscht. ORF-seitig wurde an dieser Stelle der Relaunch des Kinderprogramms vertieft erläutert.

Die breite Palette an unterhaltenden Programmen **von Ö3** und **bei FM4** auch die Zweisprachigkeit werden als Stärken gesehen. **Bei Ö1** vermutet man, dass sich der Sender eher an ein informationsinteressiertes Publikum richte, das nicht nur unterhalten werden möchte. Vor allem bei Ö3 wird kritisiert, dass die Songs zu oft wiederholt werden und einige stören sich an der Werbung. **Bei FM4** scheine es, als hätten manche Moderatorinnen und Moderatoren nicht mehr die Leichtigkeit von früher. Sie seien mit dem Sender älter geworden und deshalb vermissen einige Befragte den Jugendgeist und regen an, mehr jüngere Moderatorinnen und Moderatoren einzustellen.

ORF.at sei praktisch und gut strukturiert. Der Auftritt von **ORF ON** wird gelobt. Das Angebot funktioniere auf den verschiedensten Endgeräten, sei einfach und unkompliziert und erlaube es, viele Sendungen, die man früher verpasst habe, doch noch anzusehen. Allerdings wünschen sich einige, dass man besser kennzeichnet, wie lange die Programme abrufbar bleiben. Das scheint man zwar zu machen, aber das ist nicht allen Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmern bekannt. Die Tatsache, dass der ORF sein Online-Unterhaltungsangebot kuratiert, wird ebenfalls als Stärke gesehen. Auch die interaktiven Formate und Möglichkeiten der Beteiligung werden geschätzt. Einige wünschen sich noch mehr Filme und Serien, auch internationale Produktionen, auf ORF ON.

Als verbesserungswürdig wird die Navigation zwischen ORF.at und ORF ON gesehen. Außerdem könne die Suchfunktion noch weiter verbessert werden. Manche Befragte wünschen sich **mehr ORF-Angebote auf YouTube**, wo der ORF nur spärlich präsent sei. Es seien oft Privatpersonen, die etwas vom ORF hochladen, aber nicht der ORF selber.

Grundsätzlich sind die Befragten alles in allem aber sehr zufrieden mit dem Unterhaltungsangebot. Die Diskussion mit den ORF-Programmschaffenden wird als informativ, interessant und auch als anregend erlebt. Der Austausch sei konstruktiv und offen gewesen.

Viele Sachzwänge konnten erklärt werden, was zu einem besseren Verständnis für gewisse Programmentscheide bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern geführt hat.

Die bessere Beurteilung des ORF-Angebots (von der Note **2,3 zu 2,1**) kann auch als Gradmesser für die Qualität des Gesprächs gewertet werden.

Fazit der drei Publikumsgespräche: Das Programmangebot des ORF wurde in allen drei Gesprächsrunden sehr positiv beurteilt. Der Dialog mit den Programmverantwortlichen wurde außerordentlich geschätzt. Gelobt wurden die konstruktive und offene Haltung und die Tatsache, dass man auf alle Fragen eingegangen ist.

8 Expertinnen-/Expertengespräche 2025: «Kultur, Religion und Ethik»

Im Berichtsjahr hat der ORF zwei Gesprächsrunden mit Expertinnen und Experten zu den Programmsäulen «Kultur» sowie «Religion und Ethik» organisiert.

Das erste Gespräch zum Kulturangebot fand am 14. März 2025 in Wien statt. Insgesamt wurden 15 Expertinnen und Experten eingeladen, die wichtige Institutionen der österreichischen Kultur vertreten, angefangen von den Wiener Philharmonikern, Intendanten diverser Festivals, Festwochen, Museen und Theater sowie Wissenschaftler und Kommunikationsspezialisten. Seitens ORF nahmen insgesamt sieben Programmverantwortliche von Radio und Fernsehen teil. Moderiert wurde dieses Gespräch von Klaus Unterberger und Konrad Mitschka.

Das zweite Gespräch zum Thema «Religion und Ethik» fand am 20. November 2025 ebenfalls in Wien statt. Eingeladen wurden Vertreterinnen und Vertreter der österreichischen Glaubensgemeinschaften, der Theologie und verschiedener Universitäten. Seitens ORF nahmen die Leiterin der Hauptabteilung «Religion und Ethik», der Leiter des Ressorts «Dokumentationen» sowie die Leiterin des Ressorts «Glaubensthemen und Spiritualität» teil. Konrad Mitschka vom Public-Value-Team moderierte dieses Gespräch.

In beiden Gesprächen wurde über die Stärken und Schwächen des ORF-Programmangebots in den jeweiligen Bereichen sowie über die zeitgemäße Interpretation des jeweiligen Programmauftrags diskutiert. Im Verlauf des Gesprächs wurden auch konkrete Anregungen und Empfehlungen zu Programmverbesserungen angesprochen.

Der Dialog mit den Expertinnen und Experten wurde entlang der Public-Value-Kategorien «Vertrauen und Orientierung», «Österreichische und internationale Perspektive», «Vielfalt» sowie «Innovation und Kompetenz» geführt.

An dieser Stelle soll und kann nicht der ganze Verlauf der beiden Gespräche zusammengefasst werden, zumal ein detaillierter Bericht vorliegt. Es geht letztlich darum zu evaluieren, **wie die Expertinnen und Experten die Erfüllung des Leistungsauftrags** durch den ORF beurteilen und welche **Verbesserungswünsche** diskutiert worden sind.

Von den **Kulturschaffenden** wird die Zusammenarbeit mit dem ORF als Partner gelobt. Sie schätzen die Vielfalt und Diversität des Kulturangebots. Dem ORF wird ein großes kulturelles Engagement, eine hohe Kompetenz sowohl bezüglich der inhaltlichen Berichterstattung wie auch bei der Produktion von Live-Übertragungen attestiert. Und ganz wichtig: Der ORF sei für jüngere Künstlerinnen und Künstler ein wichtiges Karriere-Sprungbrett.

Allerdings sei es nicht immer einfach, herauszufinden, wer beim ORF für was zuständig sei. Einige wünschten sich außerdem eine Art Plattform für den Austausch zwischen Journalistinnen/Journalisten und Künstlerinnen/Künstlern. Andere gingen noch weiter und wünschten sich eine Plattform, die den Überblick bietet, was gerade kulturell im Lande läuft und wie man zu den entsprechenden Tickets kommt.

Die Landesstudios spielen eine wichtige Rolle für die regionale Kulturszene. Einige Expertinnen und Experten befürchten allerdings, dass aufgrund des Sparzwangs beim ORF diese Rolle geschmälert werden könnte. Wichtig sei, dass der ORF – insbesondere auch mit seinem Angebot der Hochkultur– nicht nur die gut gebildeten und eher älteren Personen anspreche, sondern beispielsweise auch Kinder und Jugendliche. Diverse Zielgruppen sollten anders angesprochen werden, dabei könnten Social Media, Podcasts und Streaming-Angebote diese Anliegen unterstützen.

Gelobt wird die Flexibilität von **ORF ON sowie FM4**. Nicht nur das **Flaggschiff Ö1**, sondern der Radiosender FM4 wurde sogar als Best Practice für das Kulturangebot des ORF bezeichnet, weil dieser Sender frischer daherkomme und den Begriff der Kultur neu und anders interpretiere.

Die Expertinnen und Experten wünschen sich in diesem Kontext mehr **Kreativität und Originalität**. Die bloße Abbildung eines Konzerts sei einfach nicht mehr State of the Art. Der ORF solle auch vermehrt wieder selber «Kulturelles» auf die Welt bringen und nicht nur darüber berichten. Unter anderem könne man auch mit Podcasts und mit einer vermehrten Präsenz der Kulturformate auf sozialen Medien Konventionen aufsprengen und Neues ausprobieren.

Im Anschluss an das Gespräch schickten zwei Experten dem ORF noch je eine Liste mit Feststellungen, Forderungen sowie konkreten Programmideen. Dies illustriert, wie wichtig dieser Austausch mit Expertinnen und Experten ist und wie stark diese sich mit dem ORF identifizieren.

Im zweiten sehr gehaltvollen Gespräch mit den Expertinnen und Experten zur Programmsäule «**Religion und Ethik**» wurde dem ORF attestiert, dass er ernsthaft den Dialog mit den Religionsgemeinschaften suche. Der interreligiöse Austausch funktioniere in Österreich wirklich gut.

Der ORF schaffe mit seinem Angebot auf allen Kanälen Orientierung, durch Denkfrequenz, hohe Professionalität, Neugier und Kompetenz seiner Medienschaffenden. Es sind die wichtigsten Voraussetzungen für die hohe Vertrauenswürdigkeit des ORF. Eine der Kernfragen, die diskutiert wurde, war, wie gut der ORF die religiösen / nicht religiösen Affiliationen der Menschen in Österreich tatsächlich abbildet und wie vor allem klischeehafte Darstellungen vermieden werden können. Diese Aufgabe ist tatsächlich anspruchsvoller als man meint, weil die interne Vielfalt religiöser Gemeinschaften selbst für die Gemeinden oder auch Communities eine große Herausforderung darstellt.

Einige Experten sind sehr vertraut mit den Programmangeboten der deutschen, englischen und auch israelischen öffentlich-rechtlichen Medien. Sie bestätigen die hohe Qualität, Professionalität und Vielfalt des ORF-Programmangebots auch im internationalen Vergleich und regten an, sich gerade bezüglich neuer innovativer Formate für Facebook, TikTok und YouTube beim israelischen Sender Kan inspirieren zu lassen.

Für die Zukunft wünschen sich die Expertinnen und Experten nicht nur klassische neue Sende-Formate, sondern auch ein kurzes audiovisuell aufbereitetes «ABC für Religionen», das für Kinder und Schulen attraktiv sein könnte. Neue Formate zu Religion, Ethik und Lebenshilfe auf Plattformen wie YouTube und TikTok wurden angesprochen, die zusätzlich mit einem Podcaster vertieft werden könnten.

Auch KI und Chatbots waren ein Thema. So wurde beispielsweise vorgeschlagen, einen Chatbot für eine Schriftauslegung zu kreieren. Nutzerinnen und Nutzer könnten mit diesem Chatbot Persönlichkeiten aus verschiedenen religiösen Traditionen kennenlernen und dank Chatbot mit einem herausragenden Kirchenvater über wesentliche Sinnfragen sprechen.

Natürlich kam auch zur Sprache, was der ORF zu aktuellen Kontroversen beitragen könnte, wie beispielsweise die aktuelle Debatte zu «Antisemitismus» oder die «Diskussion rund um das Kopftuchverbot».

Fazit: Beide Gesprächsrunden waren äußerst konstruktiv. Dem ORF wurde von den Expertinnen und Experten eine hohe Glaubwürdigkeit, Fachkompetenz und ein hohes Engagement für ihre Bereiche attestiert. Seitens des ORF wurde offen über Verbesserungsmöglichkeiten und attraktive neue Angebote diskutiert. Auch in diesen Gesprächsrunden wurde deutlich, wie wichtig der Aspekt des «Vertrauens» in den ORF sei.

9 ORF-Publikumsratsstudie 2025: Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die ORF-Angebote für verschiedene Zielgruppen

Die diesjährige Publikumsratsstudie beschäftigte sich mit den Anforderungen und Erwartungen des Publikums an das ORF-Angebot hinsichtlich der Gleichberechtigung der Geschlechter, der Berücksichtigung aller Altersgruppen und der Anliegen der Familien und Kinder.

Dazu wurden 1.002 Personen, jeweils die Hälfte online bzw. telefonisch, befragt. Sie wurden so ausgewählt, dass sie die österreichische Wohnbevölkerung ab 14 Jahren repräsentativ abbilden. Die Befragung dauerte vom 26. November bis zum 19. Dezember 2025 und wurde vom Institut FORESIGHT durchgeführt. Dr. Florian Oberhuber hatte die Projektleitung.

In einem ersten Schritt wurde evaluiert, wie wichtig es für die Befragten ist, dass der ORF **ein Programm für alle Altersgruppen** anbietet. 75 % der Befragten finden das (sehr) wichtig. Wobei das Anliegen von Frauen und Befragten über 50 Jahren als wichtiger eingestuft wird als beispielsweise von den Jungen unter 29 Jahren (69 %).

Mit seinem **Informations- und Sportangebot scheint der ORF die Bedürfnisse von Jung und Alt gleichermaßen am besten zu erreichen**. Es ist in der Natur der Sache, dass die unterschiedlichen Interessen beim Kultur- und Unterhaltungsangebot sowie bei der Auswahl der Studiogäste je nach Altersgruppe am stärksten variieren. Doch auch bei diesen Themen findet jeweils eine Mehrheit der Befragten, auch bei den unter 30-Jährigen, dass der ORF Alt und Jung sehr bzw. ziemlich gut berücksichtigt. Diese Einschätzung teilen auch die über 50-Jährigen.

Insgesamt ist die Mehrheit der Befragten der Auffassung, dass **die Abdeckung der verschiedenen Zielgruppen** in den ORF-Programmen, wie beispielsweise Kinder, Jugendliche, Familien oder ältere Generationen, insgesamt richtig sei. Schaut man sich die Antworten etwas detaillierter an, dann sind es in erster Linie Personen mit Kindern im Haushalt, die sich einen Ausbau des Angebots für Kinder, Jugendliche und Familien wünschen (zwischen 43 % und 47 %).

Bezüglich der Themenwünsche für ältere Personen unterscheiden sich die Antworten der Gesamtpopulation nicht wesentlich von den Antworten der Befragten in Pension. In erster Linie werden Gesundheit/medizinische Versorgung, der Umgang mit dem Handy/digitale Kompetenzen und Themen zur Pflege und Betreuung genannt.

Ähnlich homogen verhält es sich bei den **Themenwünschen für Familien/Kinder**. Auch hier unterscheiden sich die Nennungen der Gesamtpopulation wenig von den Antworten von Familien. Die Top-5-Nennungen bei allen sind Umgang mit dem Handy/digitale Kompetenz, Demokratiebildung/Mitbestimmung, Schule/Bildung, Medienkompetenz sowie Gesundheit/psychisches Wohlbefinden von Kindern.

Die Wünsche der unter 30-Jährigen und die **Themenwünsche von Familien mit Kindern** unterscheiden sich nur bezüglich der Reihenfolge der Wünsche leicht von der Gesamtpopulation. An erster Stelle nannten sie Gesundheit/psychisches Wohlbefinden

von Kindern, gefolgt von Kinderrechte/Kinderschutz, Schule/Bildung, Umgang mit dem Handy/digitale Kompetenz sowie Demokratiebildung/Mitbestimmung.

77 % der Befragten erachten das **Thema Gleichberechtigung** generell als sehr bzw. ziemlich wichtig. Das Thema wird von Frauen insgesamt als wichtiger eingestuft als von Männern (82 % versus 72 %). Die Männer bewerten jeweils auch die Qualität, wie die Gleichberechtigung von Frauen und Männern im ORF-Programm umgesetzt wird, deutlich besser als die Frauen.

Insgesamt wird diese Qualität jedoch als sehr gut beurteilt. 71 % der Befragten sind der Meinung, dass in den ORF-Angeboten Frauen und Männer gleichberechtigt in unterschiedlichen Rollen vorkommen. 70 % sind der Auffassung, dass der ORF allen Altersgruppen etwas bietet. 62 % sind der Auffassung, dass der ORF die Vielfalt der älteren Generationen abbildet. 55 % stimmen zu, dass der ORF vielfältige Inhalte für Kinder bietet und 54 % unterstützen die Aussage, wonach der ORF die Vielfalt der jungen Generationen darstellt. Die höchsten Zustimmungsraten erzielt der ORF jeweils überwiegend bei den Familien mit Kindern.

Fazit: Aufgrund dieser Studie kann insgesamt festgehalten werden, dass der ORF mit seinem Angebot die Anforderungen und Erwartungen des Publikums hinsichtlich der Gleichberechtigung von Frauen und Männern und der Berücksichtigung aller Altersgruppen erfüllt. Für die Redaktionen bietet die Studie Anregungen bezüglich der Themenwünsche insbesondere für Familien mit Kindern.

10 Public-Value-Berichte

Transparenz ist eine wichtige Voraussetzung, um das Vertrauen der Öffentlichkeit in den ORF zu stärken. Die Studien und Analysen des Qualitätssicherungssystems, der Geschäftsbericht, der Nachhaltigkeitsbericht, der ORF-Ethikkodex, die KI-Richtlinien des ORF für redaktionelle Inhalte, Informationsinhalte und für nicht-redaktionelle Bereiche sowie die zahlreichen weiteren ORF-Richtlinien, die alle im Internet abrufbar sind, zeugen vom Bemühen des ORF, eine größtmögliche Transparenz über seine Aktivitäten herzustellen.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil zur Herstellung von **Transparenz** sind **die Public-Value-Berichte des ORF**. Diese Publikationen des Public-Value-Kompetenzzentrums leisten einen wertvollen Beitrag, um das Unternehmen und die Abläufe innerhalb des ORF einem breiten Publikum zu erklären.

Es gehört ebenfalls zum Selbstverständnis des Public-Value-Teams, den Blick in die Zukunft zu richten und Themen zu vertiefen, die **erwartbar zu Herausforderungen** für den ORF werden, die sich aber noch nicht unmittelbar auf das Programm niederschlagen. Diese **Zukunftsperspektive** wird von vielen öffentlich-rechtlichen Medien geteilt und gemeinsam diskutiert. Im Laufe der Jahre ist es gelungen, die wesentlichen Erkenntnisse dieser Gespräche in einer jährlichen **ORF-Public-Value-Studie** zu publizieren. Die EBU, SRG, die regionalen Rundfunkanstalten der ARD, ZDF, sowie zahlreiche Universitäten im In- und Ausland beteiligen sich regelmäßig an der Studie.

Die Public-Value-Berichterstattung wird durch Podcasts, Videos, Interviews, DialogForen und Konferenzen ergänzt, die allesamt auf [zukunft.ORF.at](https://www.zukunft.orf.at) publiziert werden.

Die Public-Value-Jahresstudie

Wie bereits seit einigen Jahren auch in der ORF-Overall-Befragung (siehe Kapitel 5) klar ersichtlich ist, beziehen Jugendliche die **Nachrichten und Informationen** in erster Linie online, sei es über **TikTok, Instagram oder andere Social-Media-Plattformen**. Im besten Fall treffen sie dort auf die News von Ö3 oder von anderen glaubwürdigen Informationsquellen. Aber es ist davon auszugehen, dass viele die Information zunächst einmal von Influencern und aus dem Freundeskreis erhalten.

Die emotionale Ansprache und das attraktive Storytelling sind Markenzeichen erfolgreicher Influencer und erfolgreicher Medien auf Social Media. Der Unterschied ist, dass viele Influencer nicht nach journalistischen Kriterien arbeiten, sondern mit viel Engagement ihre persönliche Sichtweise verbreiten. In einer idealen Welt setzt dies voraus, dass die Nutzerinnen und Nutzer über genügend **«Medienkompetenz»** verfügen, um ihre Informationsquellen zu beurteilen und einschätzen zu können.

Genau dieses Thema steht im Fokus der **Public-Value-Studie** im Jahr 2025/2026. Am Studienband beteiligen sich die EBU, der belgische Sender VRT sowie die folgenden Universitäten: Universität Zürich, Universität Leipzig, Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation, Katholische Universität Leuven, Johannes Kepler Universität Linz und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen. Mag. Dr. Dimitri Prandner von der Johannes Kepler Universität Linz

leitet dieses Projekt und wurde damit beauftragt, die jeweils unterschiedlichen Aspekte der beteiligten Studienpartner miteinander zu verbinden. Die Ergebnisse werden im Herbst 2026 präsentiert.

Im Folgenden sollen einige der geplanten Beiträge kurz vorgestellt werden.

Die öffentlich-rechtlichen Medien sind zur verlässlichen Information verpflichtet. Darüber hinaus haben die meisten eigenständige Programme on air und off air in Zusammenarbeit mit Schulen entwickelt, um diese zu unterstützen, die Medienkompetenz der Jugendlichen zu fördern. Im Beitrag der **EBU** wird dargelegt, **welche Programme rund 56 öffentlich-rechtliche Medien on air und off air** entwickelt haben.

Ein weiterer Beitrag widmet sich dem **«Creator Room» des Hessischen Rundfunks**. Der «Creator Room» ist ein Lern- und Erlebnisraum, in dem die Schülerinnen und Schüler eigene Social-Media-Beiträge nach journalistischen Kriterien herstellen. Sie lernen im Verlauf des Workshops zwischen vertrauenswürdigen Informationen und Desinformation zu unterscheiden. Im Anschluss an die Veranstaltung werden die Schülerinnen und Schüler mittels Online-Fragebogen zu diesem Angebot befragt. Die Resultate scheinen sehr positiv zu sein.

Der **Flämische Rundfunk VRT stellt seine EDUboxen** vor, die den Jugendlichen helfen sollen, ihr Zeitmanagement im Umgang mit Social Media besser zu kontrollieren, aber auch das kritische Denken zu fördern und zu verstehen, wie die Plattform-Dynamiken funktionieren. In der wissenschaftlichen Begleitstudie wird überprüft, ob diese Toolbox im Schuleinsatz tatsächlich den gewünschten Impact erzielt.

Einige Beiträge von Universitäten beschreiben unterschiedliche **medienpädagogische Konzepte und Modelle** für die Förderung der Medienkompetenz. Es wird im Beitrag dargelegt werden, welche Medienkompetenz-Initiativen den größtmöglichen Impact erzeugen.

Im Beitrag von Dimitri Prandner wird zunächst der empirische Wissensstand über die **Medienkompetenz der Österreicherinnen und Österreicher** beschrieben. Darauf aufbauend wird die Medienkompetenz-Initiative des ORF untersucht und gemessen, welchen Impact er damit erzielt. Grundlage der Studie bilden qualitative Gespräche mit den involvierten Programmschaffenden des ORF. Der Beitrag schließt mit einer Diskussion und Reflexion, welche Potenziale und Grenzen sich für die Förderung von Medienkompetenz durch öffentlich-rechtliche Medien ergeben.

Der Public-Value-Bericht

Die zentrale Frage des Public-Value-Berichts in diesem Jahr ist: Wem nutzt der ORF und wie? Welche Probleme und Herausforderungen thematisiert der ORF und wie könnten Lösungen dafür aussehen? Frei nach dem Motto «Tue Gutes und sprich darüber» hat das Public-Value-Team gesellschaftspolitisch relevante Fragestellungen aufgegriffen und dokumentiert, welchen Beitrag der ORF on air und off air zu diesen Themen leistet. Der Bericht umfasst insgesamt rund 19 Fragestellungen. An dieser Stelle sollen zu Illustrationszwecken nur drei Beispiele herausgegriffen werden.

«Wer wird gerne belogen»? Das Public-Value-Team nutzt diese Thematik, um die **Medienkompetenz-Initiative des ORF** vorzustellen. Zum Auftakt der Initiative veranstaltete der ORF eine **«faktencheck»-Schwerpunkt-Woche** für rund 800

Schülerinnen und Schüler am ORF-Mediencampus. Mit dem **«ORF-Fakten-Freitag»** wurde ein wöchentliches Workshop-Programm entwickelt, in dem Schülerinnen und Schüler lernen, Nachrichtenquellen zu prüfen und zu bewerten und KI-generierte Inhalte zu erkennen. Darüber hinaus erwerben sie praktische journalistische Fertigkeiten. Der ORF hat dazu in Zusammenarbeit mit Schulen Erklärvideos und E-Learning-Materialien entwickelt, die online abrufbar sind.

In Zusammenarbeit mit «Lie Detectors» und «Digitaler Kompass» bietet der ORF altersgerechte **Medien-Kompetenz-Workshops** für Schulklassen in ganz Österreich an. On air wurden im November das neue ORF-1-Format «ZIB Magazin Media» und der Podcast «ZIB Magazin Media Wissen» lanciert.

Ein weiteres Thema, das im Public-Value-Bericht vorgestellt wird, ist **«Mental Health»**. Es wird die Frage gestellt: **Wie kann der ORF psychische Gesundheit fördern?** Eine Befragung von 7.000 Schülerinnen und Schülern ergab, dass 67 % depressive Symptome und 27 % suizidale Gedanken haben. Laut der Ö3-Jugendstudie 2025 würden 69 % der Befragten nicht zögern, sich Unterstützung und Hilfe zu holen. Aber immer noch 31 % denken, dass sie mit psychischen Problemen allein fertig werden müssen. **Der Ö3 «Mental Health Talk» am Dienstagabend** spricht genau diese Thematik an. Gemeinsam mit Psychologinnen und Psychologen wird über Stress, innere Leere, Angst, ADHS, Zwänge, Sucht und weitere Themen gesprochen.

Offenbar neigen viele Personen zur **Handysucht**. In einem weiteren Beitrag wird das Experiment **«21 Tage ohne Handy»** vorgestellt. **«Dok 1»** begleitete das Projekt einer Schule in Gänserndorf. Viele Schülerinnen und Schüler verzichteten freiwillig während drei Wochen aufs Smartphone. «Dok 1» begleitete die Schülerinnen und Schüler in dieser Zeit. Das Ergebnis ist eindrücklich: Die depressiven Verstimmungen der Jugendlichen nahmen ab und das psychische Wohlbefinden nahm zu.

Der Versuch wurde im Jahr 2026 wiederholt. Es haben sich mehr als 72.000 Jugendliche angemeldet, die das ausprobieren wollen. Sie freuen sich, wenn der ORF vorbeikommt. In eine ähnliche Richtung ging das Projekt **«Screentime Challenge»**, das **FM4** zusammen mit der **Donau-Universität Krems** umgesetzt hat. Es ging darum, dass die tägliche Bildschirmzeit während drei Wochen auf unter zwei Stunden reduziert werden sollte. Das Ergebnis war auch hier positiv: weniger Stress, weniger Schlafprobleme, weniger depressive Symptome.

Der Public-Value-Bericht illustriert, wie der ORF Impulse vermittelt zu wichtigen Themen und welchen Nutzen er hat für die Gesellschaft, für die Wirtschaft und für jeden Einzelnen.

Fazit:

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird in ganz Europa zunehmend in Frage gestellt. Das Public-Value-Kompetenzzentrum des ORF leistet einen wichtigen Beitrag, den ORF einem breiten Publikum zu **erklären und Transparenz zu schaffen**. Zusätzlich beschäftigt sich das Team mit relevanten zukunftsweisenden Themen und schafft **Raum für Inspiration und Reflexion**.

Allein schon die Tatsache, dass ein so breit abgestützter Diskurs mit wichtigen Stakeholdern im In- und Ausland stattfindet, der sich mit relevanten und zukunftsorientierten Fragen beschäftigt, ist äußerst positiv zu werten.

11 Fazit

Die grundsätzliche Frage, die im Qualitätsmonitoring des ORF gestellt wird, heißt: Wird der ORF mit seinem Programm den Vorgaben des Gesetzes, den konkreten Auflagen der Gremien, den Erwartungen des Publikums sowie dem eigenen Anspruch zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags gerecht?

Mit dem **Qualitätssicherungssystem** kommt der ORF dem gesetzlichen Anspruch nach, seinen Leistungsauftrag und die gewünschte Programmqualität jährlich zu überprüfen und darzulegen, ob die hoch gesteckten Anforderungen des Gesetzgebers und Erwartungen des Publikums erfüllt werden.

Aufgrund der Daten und Fakten im ORF-Jahresbericht kann festgehalten werden, dass **die formalen, inhaltlichen und technischen Anforderungen an das publizistische Angebot gemäß dem ORF-Gesetz erfüllt sind.**

Die Qualität des ORF wird letztlich durch eine Kombination vieler Faktoren bestimmt. Der Kern der Qualitätssicherung ist der **Dialog** zwischen den Programmschaffenden und dem Publikum sowie den Expertinnen und Experten. Das befragte Publikum wie auch die Expertinnen und Experten bescheinigen dem ORF sowohl in empirischen Umfragen als auch im direkten Diskurs **eine hohe Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Objektivität, eine große Programmvietfalt und hohe Professionalität, sie äußern sich insgesamt überaus zufrieden mit der publizistischen Leistung des ORF.**

In der Publikumsratsstudie über die Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die ORF-Angebote hinsichtlich der **Gleichberechtigung** von Frauen und Männern, der **Berücksichtigung aller Altersgruppen** und der **Anliegen von Familien** attestiert die Mehrheit der Befragten, **dass der ORF seinen Programmauftrag erfüllt.**

Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Verfahren mit qualitativen und quantitativen Auswertungen den Vorgaben des Gesetzes einer umfassenden Qualitätssicherung gerecht geworden ist. Er hat das geforderte Qualitätsmanagement im Jahr 2025 effektiv und erfolgreich umgesetzt.

Ingrid Deltenre

Mai 2026