

ORF

OVERALL 2025

WIEN, JULI 2025

IFES – INSTITUT FÜR EMPIRISCHE
SOZIALFORSCHUNG GMBH

IFES

Daten zur Studie

Titel der Studie

Overall 2025

Auftraggeber

ORF Markt- und
Medienforschung

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

Stichprobe

n=1.012, Bevölkerung ab 16
Jahren in Österreich

Methode

Telefonisch (CATI) & Online
(CAWI)

Erhebungszeitraum

05.05. bis 20.06.2025

Projektleitung

Mag.^a Christine Schuster-
Himmel
Dr.ⁱⁿ Eva Zeglovits

Wissenschaftliche Mitarbeit

Alexander Brenn, BA

Auswertung und Statistik

Theresa Schmid, BSc

Programmierung

Mag.^a Claudia Pflügl

Management Summary

Themeninteresse

Wie zuletzt sind es die Sparten Information und Unterhaltung, an denen die österreichische Bevölkerung am meisten Interesse zeigt: 85 % der Befragten begeistern sich für den Themenbereich **Information** (sehr/eher interessiert), knapp 7 von 10 bekunden Interesse am Themenbereich **Unterhaltung** (sehr/eher interessiert 68 %).

Die Themen **Sport** und **Kultur** bewegen sich mit 49 % bzw. 47 % deutlich dahinter.

Beim Themeninteresse nach Medien zeigt sich, dass **Fernsehen** in allen Bereichen das wichtigste Medium darstellt, gefolgt vom Medium **Internet** – im Bereich der Information ist das Internet nahezu gleichauf mit dem Fernsehen. Bei der Unterhaltung sind **Radio** und **Internet** praktisch gleichauf an zweiter Stelle.

Am Thema **Information** im **Fernsehen** sind aktuell drei Viertel der Österreicherinnen und Österreicher sehr bzw. eher interessiert (75 %), knapp gefolgt vom Internet (72 %) und dem Medium Radio (70 %). Das Thema **Unterhaltung** interessiert im Fernsehen 68 % der Befragten. Im Radio sind knapp 6 von 10 Befragten (57 %) an entsprechenden Inhalten interessiert, gefolgt von Internet mit 56 %. **Sport** interessiert im Fernsehen 47 %, im Internet 39 % und im Radio 32 % der österreichischen Bevölkerung. Beim Thema **Kultur** liegt das **Fernsehen** (42 % sehr/eher interessiert) an erster Stelle, Internet und Radio folgen mit 35 % und 33 % dahinter.

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

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

Management Summary

Zufriedenheit

Bei der Zufriedenheit mit dem **ORF-Fernsehen** können die Bereiche Information (57 % eher bis sehr zufrieden) und Sport (37%) zulegen – Unterhaltung (39 %) und Kultur (34 %) bleiben stabil.

Auch beim **ORF-Radio** steigt im Vergleich zum Vorjahr insbesondere die Zufriedenheit mit Sport (28 %) sowie Information (53 %) – Unterhaltung (43 %) sowie Kultur (30 %) bleiben stabil bzw. haben sich leicht verbessert.

Das **ORF-Internet** liegt in den Bereichen Kultur (21 %), Unterhaltung (28 %) sowie Information (38 %) stabil bzw. hat sich leicht verbessert. Bei Sport (26 %) ist die Zufriedenheit gestiegen.

Die Zufriedenheit mit der **ORF-Präsenz auf Social Media** ist in allen Bereichen gegenüber 2024 gestiegen. Im Bereich der Information (29 %) hat die Zufriedenheit am deutlichsten zugenommen, gefolgt von Sport (20 %), Unterhaltung (23 %) und Kultur (18 %).

Die Zufriedenheit mit dem **ORF TELETEXT** hat insbesondere beim Themenbereich Information zugenommen.

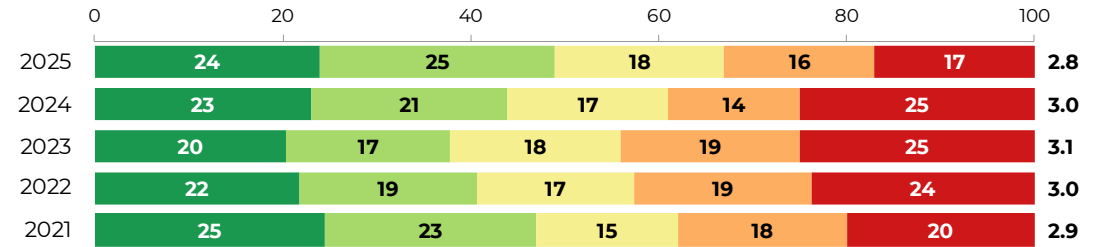
Bei allen ORF-Medien wird der Themenbereich Information wieder am besten bewertet.

Anspruchsvolle Sendungen

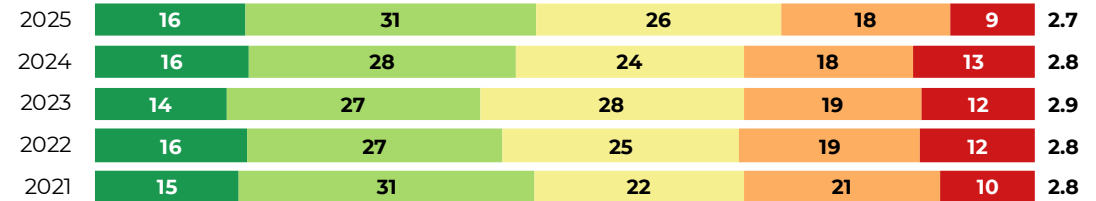
45 % geben an, dass der ORF ihrer Meinung nach den Programmauftrag bezüglich der Ausstrahlung anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm erfüllt. Im Vergleich zum Vorjahr (44 %) bleibt das Ergebnis stabil.

Themeninteresse allgemein im Zeitvergleich

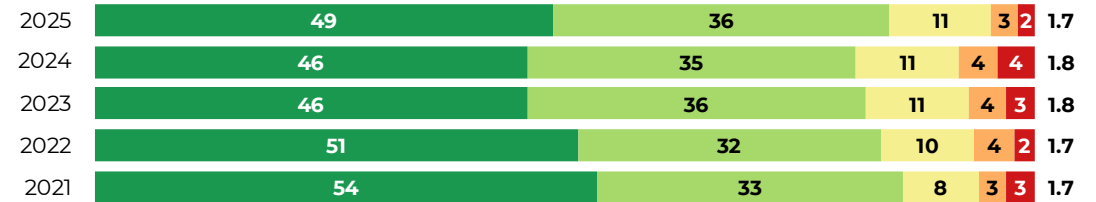
SPORT



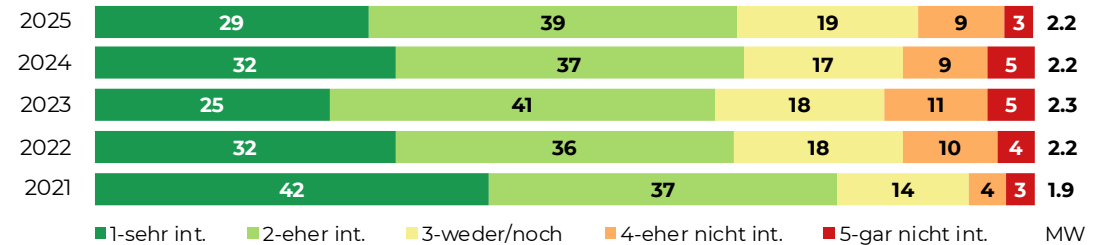
KULTUR



INFORMATION



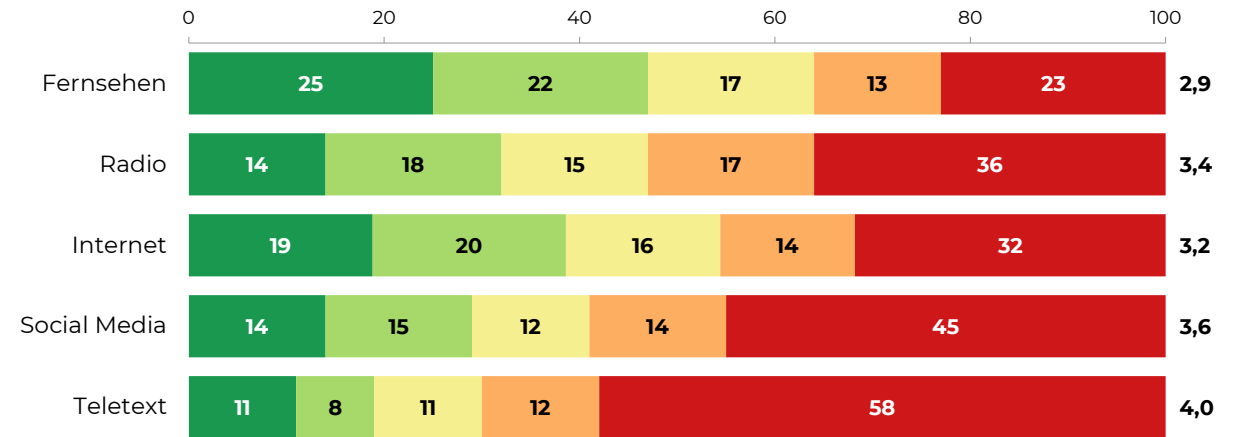
UNTERHALTUNG



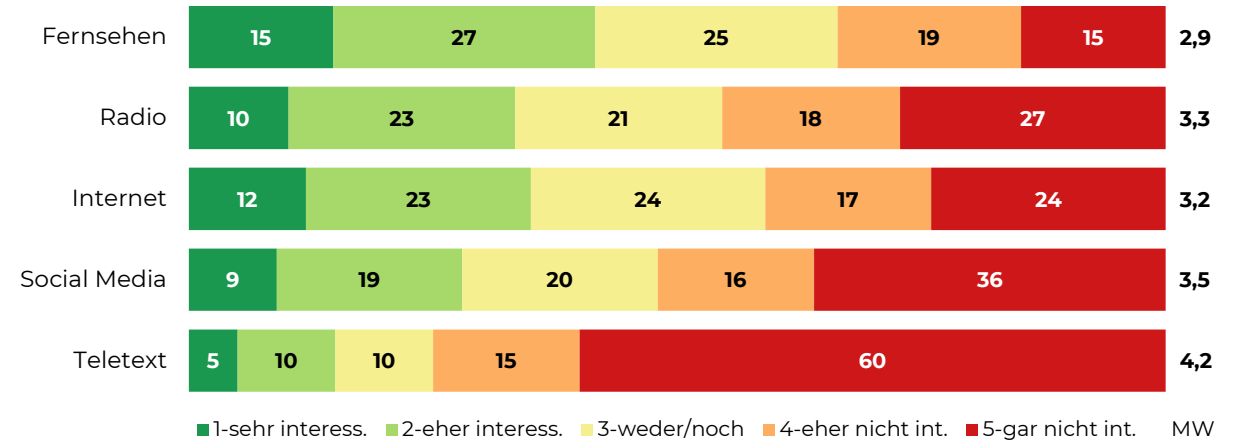
Frage 11: Denken Sie jetzt an die Inhalte von Medien. Diese kann man grob in 4 Bereiche einteilen: nämlich Sport, Kultur, Information und Unterhaltung. Geben Sie bitte an, wie sehr Sie persönlich an diesen Themenbereichen interessiert sind? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert; dazwischen können Sie Ihr Urteil fein abstufen) [in Prozent]
Basis: Gesamt, n=1.012

Themeninteresse in den Medien (1/2)

SPORT



KULTUR

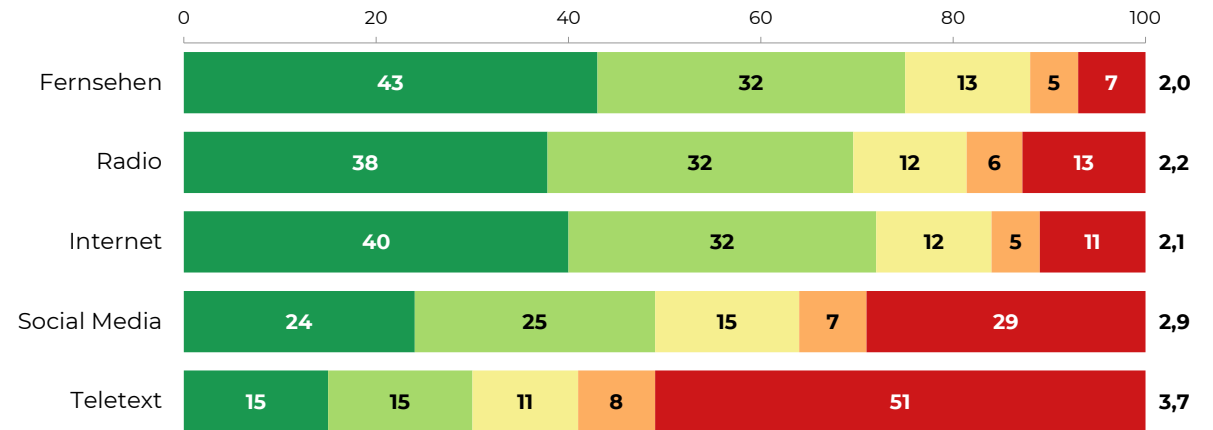


F12-F16: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... Fernsehen/Radio/Internet/Social Media/Teletext ... interessiert? (1=sehr interessiert; 5=gar nicht interessiert) [in Prozent]

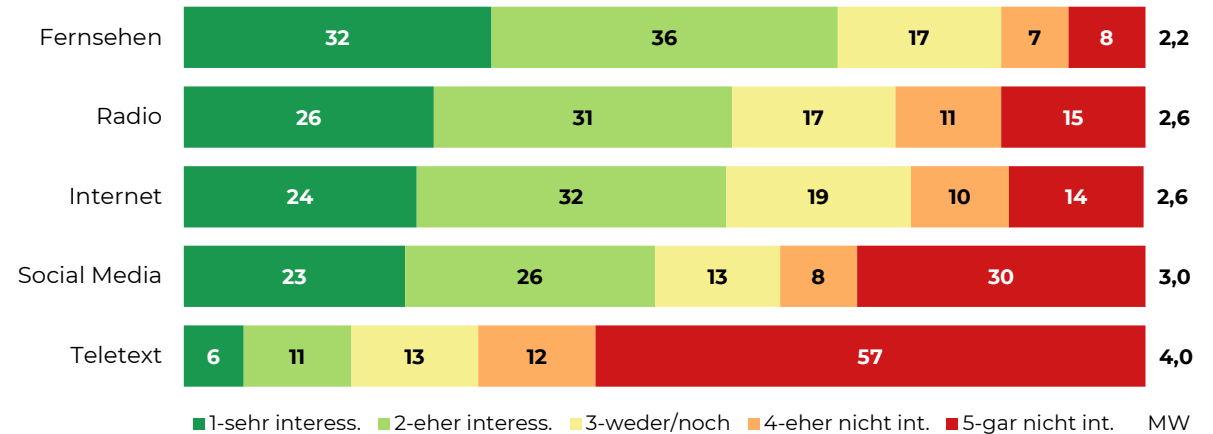
Basis: Gesamt, n=1.012

Themeninteresse in den Medien (2/2)

INFORMATION



UNTERHALTUNG



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

Basis: Gesamt, n=1.012

Themeninteresse in den Medien nach Alter

Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

sehr interessiert	im FERNSEHEN		im RADIO		im INTERNET		in SOCIAL MEDIA		im TELETEXT	
	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.	16-49 J.	50+J.
an SPORT	27	24	14	13	22	15	21	7	12	10
an KULTUR	13	16	10	11	14	10	12	6	5	4
an INFORMATION	32	54	31	44	44	36	29	18	12	18
an UNTERHALTUNG	32	32	26	26	33	16	32	13	5	6

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

Basis: Gesamt, n=1.012

Themeninteresse in den Medien nach Geschlecht und Alter

Anteil „sehr/eher interessiert“ je Themenbereich und Medium

		GESAMT	bis 29 J.	30-49 J.	50+ J.	MÄNNER	FRAUEN
Sport	Allgemein	49	61	47	45	65	33
	im Fernsehen	47	57	46	45	61	34
	im Radio	32	31	35	30	43	22
	im Internet	39	51	46	28	53	25
	in Social Media	29	51	36	16	38	21
	im Teletext	19	24	20	17	27	12
Kultur	Allgemein	47	45	41	52	43	51
	im Fernsehen	42	36	35	46	37	45
	im Radio	33	29	36	33	32	34
	im Internet	35	44	37	31	36	35
	in Social Media	28	44	31	20	24	32
	im Teletext	15	21	15	12	17	13
Information	Allgemein	85	78	83	89	88	82
	im Fernsehen	75	64	71	82	75	75
	im Radio	70	57	73	72	70	69
	im Internet	72	77	82	64	77	67
	in Social Media	49	72	56	35	47	51
	im Teletext	30	24	30	32	33	27
Unterhaltung	Allgemein	68	74	75	63	66	71
	im Fernsehen	68	69	70	66	65	70
	im Radio	57	46	66	55	57	57
	im Internet	56	71	73	41	57	56
	in Social Media	49	77	62	29	46	51
	im Teletext	17	18	20	15	17	17

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

Basis: Gesamt, n=1.012

Themeninteresse in den Medien im Zeitvergleich

Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

im FERNSEHEN												im RADIO										
sehr interessiert an:	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
SPORT	25	24	20	23	25	23	34	30	33	30	37	14	11	11	12	15	14	20	15	20	18	22
KULTUR	15	13	13	15	14	16	18	19	20	19	23	10	10	9	10	12	13	12	11	16	15	17
INFORMATION	43	41	40	44	50	52	59	58	60	56	60	38	38	39	43	48	50	53	52	52	46	48
UNTERHALTUNG	32	35	29	36	44	39	57	55	52	47	63	26	30	23	30	38	31	49	48	51	39	53

im INTERNET												im TELETEXT										
sehr interessiert an:	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
SPORT	19	17	18	16	19	18	22	17	18	18	23	11	10	8	11	15	17	16	14	16	16	18
KULTUR	12	11	10	9	10	13	11	9	13	15	14	5	5	3	5	5	7	6	6	8	7	10
INFORMATION	40	40	40	40	52	50	60	48	56	54	54	15	14	16	18	26	31	29	28	31	30	39
UNTERHALTUNG	24	25	23	25	32	31	32	34	38	37	37	6	6	5	7	7	9	8	8	11	11	15

auf SOCIAL MEDIA				
sehr interessiert an:	2025	2024	2023	2022
SPORT	14	13	12	10
KULTUR	9	8	7	6
INFORMATION	24	23	21	22
UNTERHALTUNG	23	24	21	21

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

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

Basis: Gesamt, n=1.012

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

Themeninteresse in den Medien: Interesse und Zufriedenheit

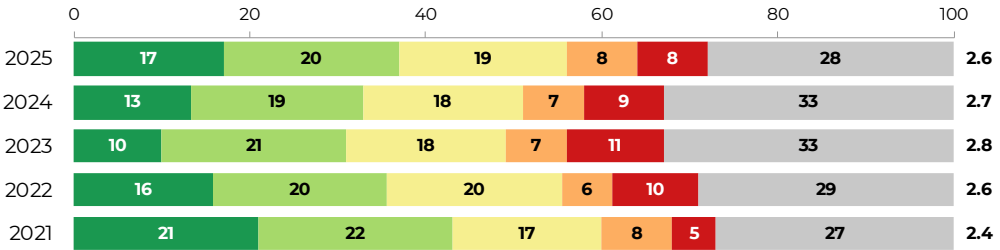
		INTERESSE (Medien allgemein) 1 = sehr interessant, 5 = gar nicht interessant Mittelwerte	ZUFRIEDENHEIT (ORF-Medien) 1 = sehr zufrieden, 5 = gar nicht zufrieden Mittelwerte
(ORF)-FERNSEHEN	Sport	2.9	2.6
	Kultur	2.9	2.7
	Information	2.0	2.2
	Unterhaltung	2.2	2.7
(ORF)-RADIO	Sport	3.4	2.8
	Kultur	3.3	2.7
	Information	2.2	2.2
	Unterhaltung	2.6	2.5
(ORF)-INTERNET	Sport	3.2	2.7
	Kultur	3.2	2.8
	Information	2.1	2.4
	Unterhaltung	2.6	2.7
(ORF)-SOCIAL MEDIA	Sport	3.6	2.7
	Kultur	3.5	2.9
	Information	2.9	2.6
	Unterhaltung	3.0	2.7
(ORF)-TELETEXT	Sport	4.0	2.7
	Kultur	4.2	3.0
	Information	3.7	2.5
	Unterhaltung	4.0	2.9

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

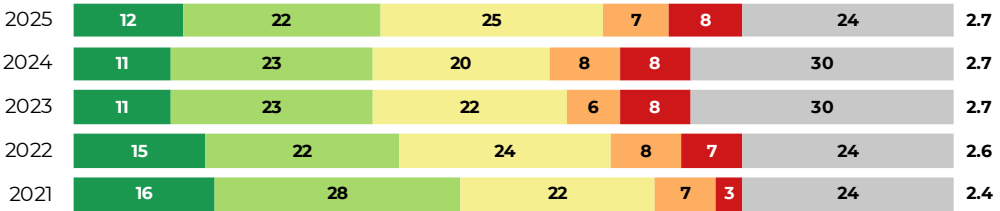
F17-F21: Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen ORF-Fernsehen/ORF-Radio/ORF-Internet/ORF-Social Media/ORF-Teletext? [in Prozent]
Basis: Gesamt, n=1.012

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Fernsehen im Zeitvergleich

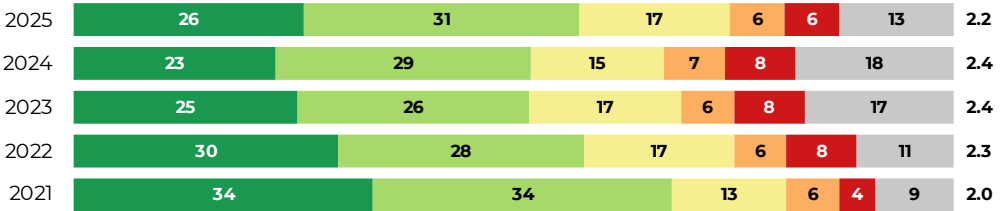
SPORT



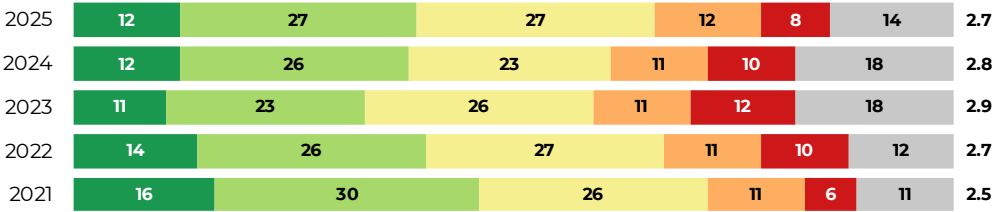
KULTUR



INFORMATION



UNTERHALTUNG



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

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

Basis: Gesamt, n=1.012

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Fernsehen im Zeitvergleich

Basis: Nutzung

SPORT

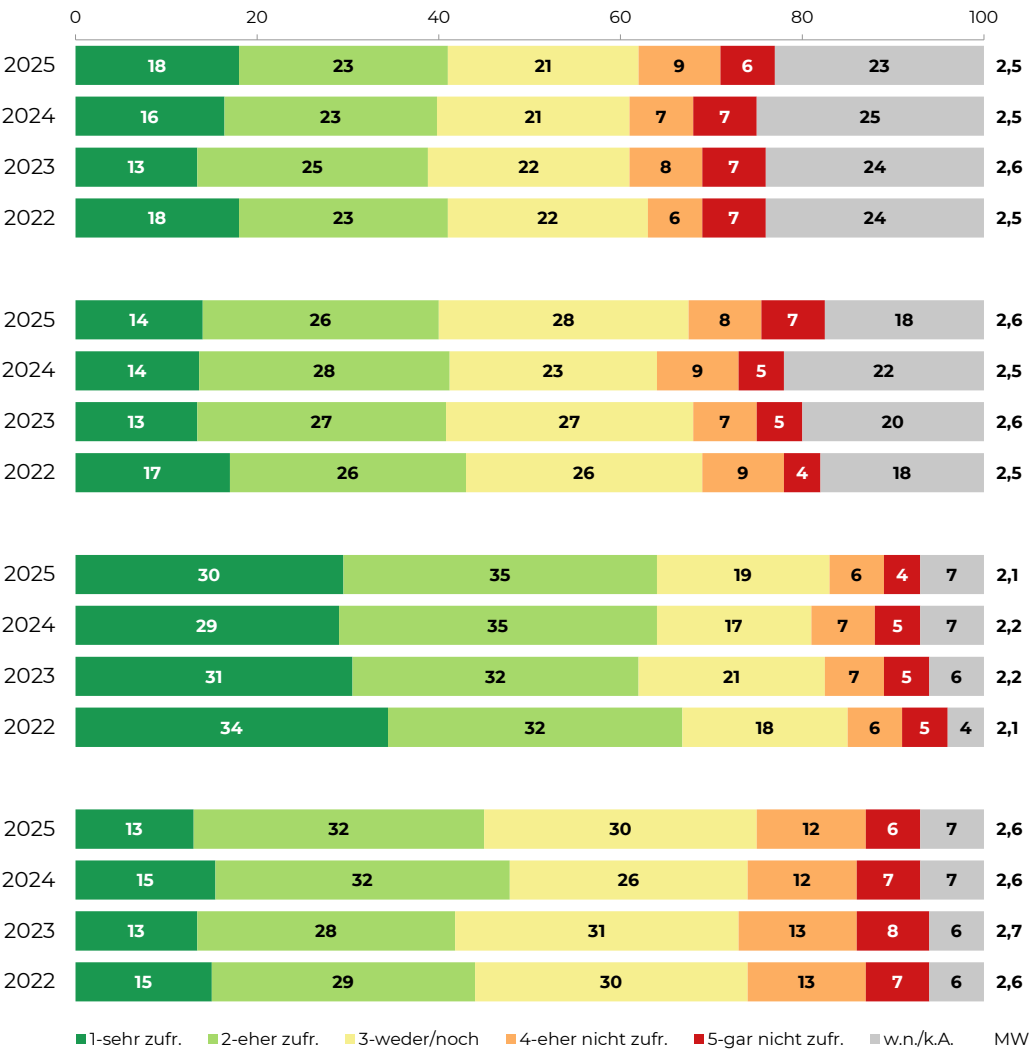
KULTUR

INFORMATION

UNTERHALTUNG

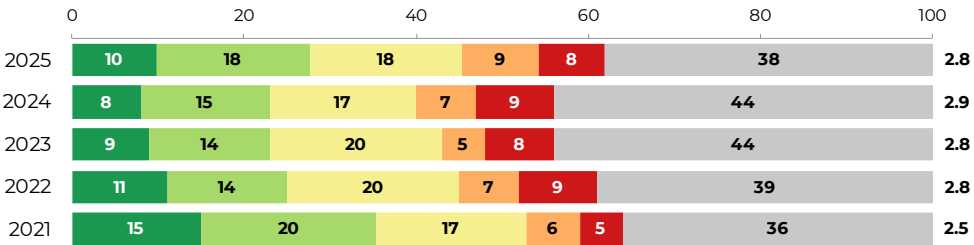
F17: Sie haben nun angegeben, wie sehr Sie an den einzelnen Themenbereichen interessiert sind. Jetzt würde uns noch interessieren, wie zufrieden Sie da mit dem ORF sind. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Fernsehen? [in Prozent]

Basis: Nutzung von ORF-Fernsehen, n=785

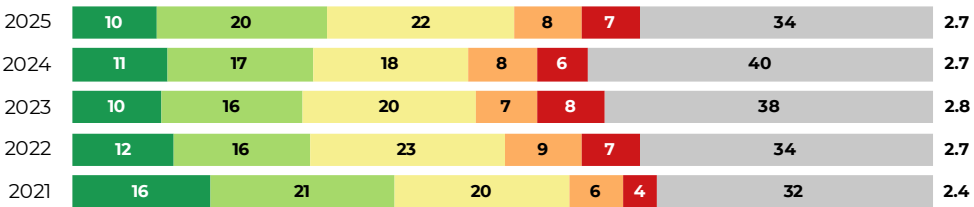


Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Radio im Zeitvergleich

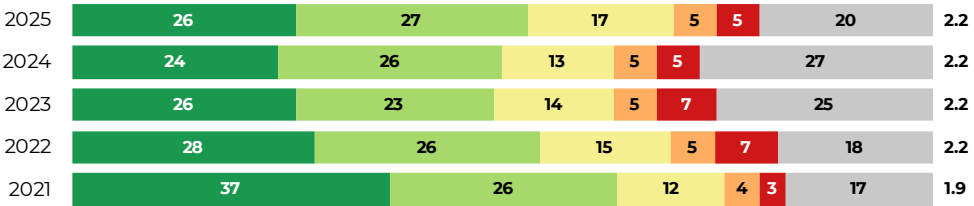
SPORT



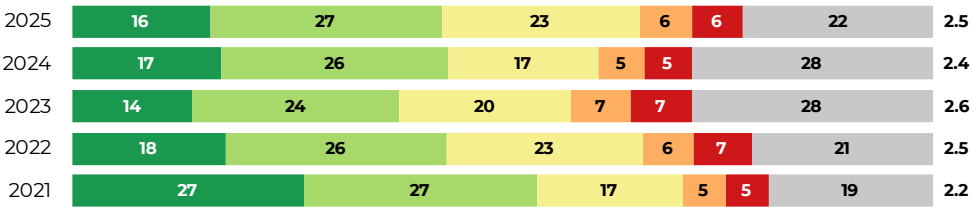
KULTUR



INFORMATION



UNTERHALTUNG



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

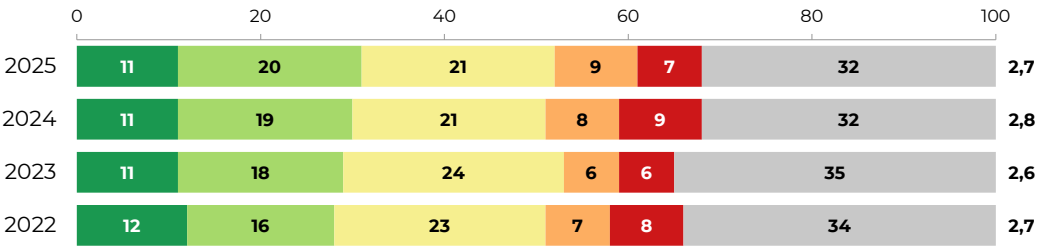
F18: Wie ist das mit dem ORF-Radio. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Radio? [in Prozent]

Basis: Gesamt, n=1.012

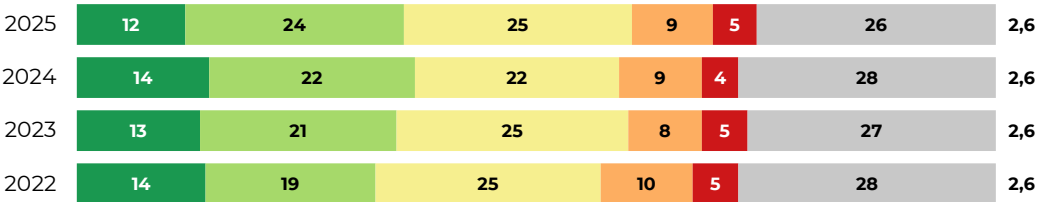
Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Radio im Zeitvergleich

Basis: Nutzung

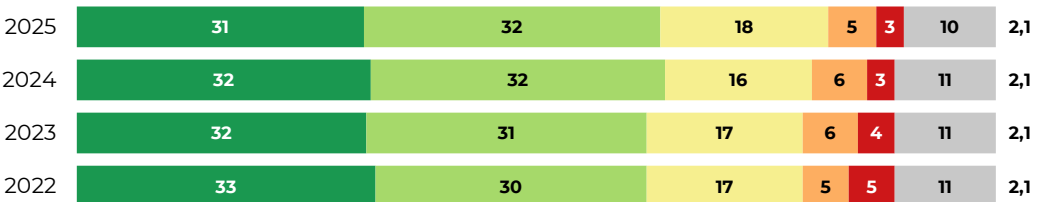
SPORT



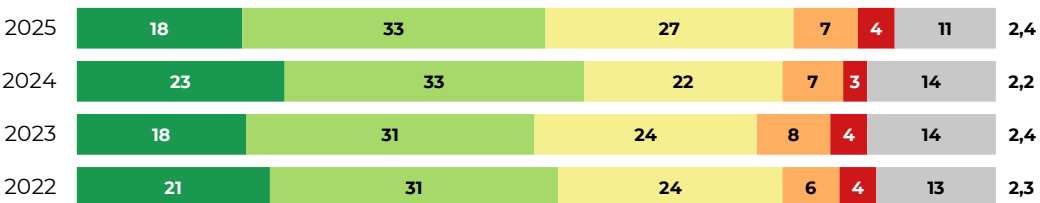
KULTUR



INFORMATION



UNTERHALTUNG



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

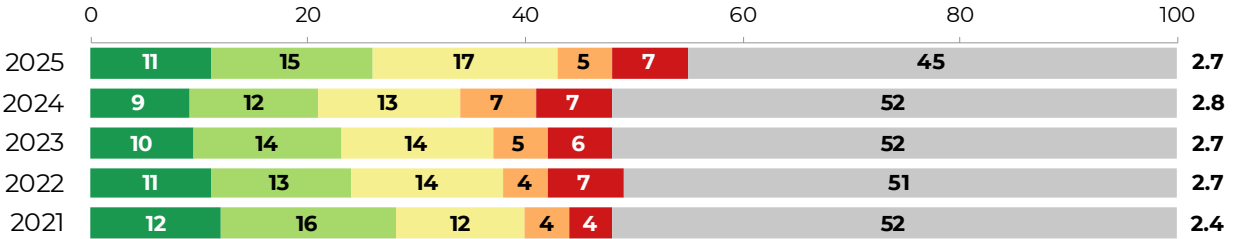
Basis: Nutzung von ORF-Radio, n=724

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

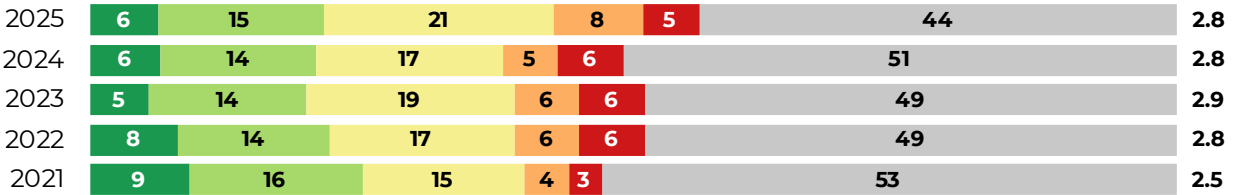
Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Internet* im Zeitvergleich

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

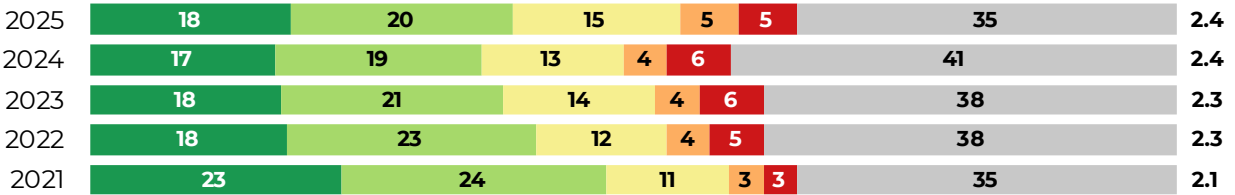
SPORT



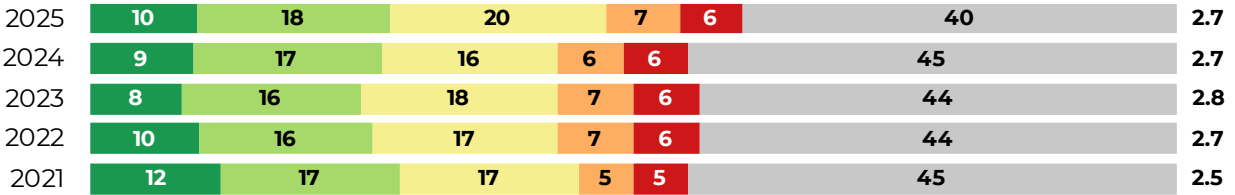
KULTUR



INFORMATION



UNTERHALTUNG



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

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

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

Basis: Gesamt, n=1.012

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Internet im Zeitvergleich

Basis: Nutzung

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

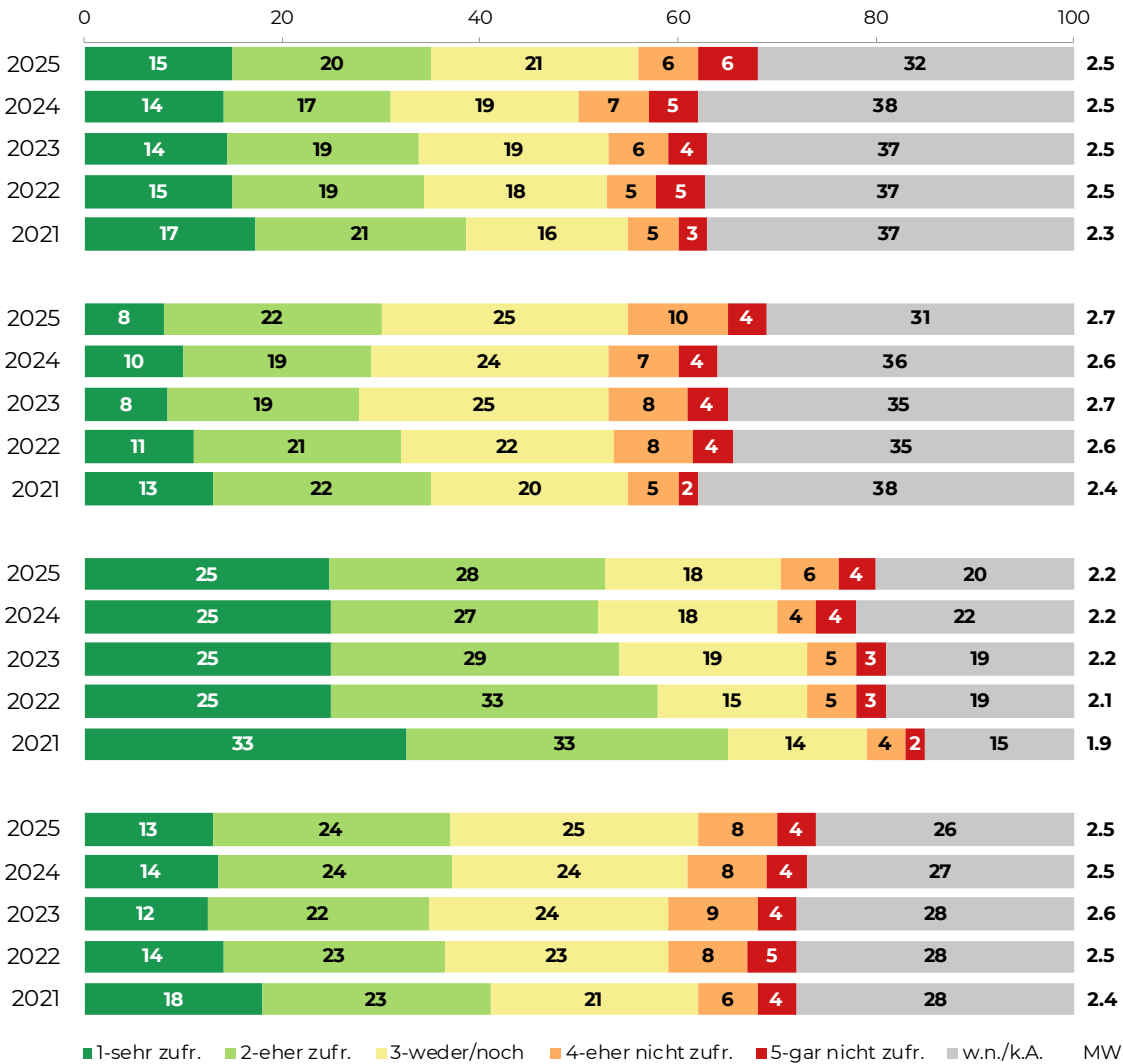
SPORT

KULTUR

INFORMATION

UNTERHALTUNG

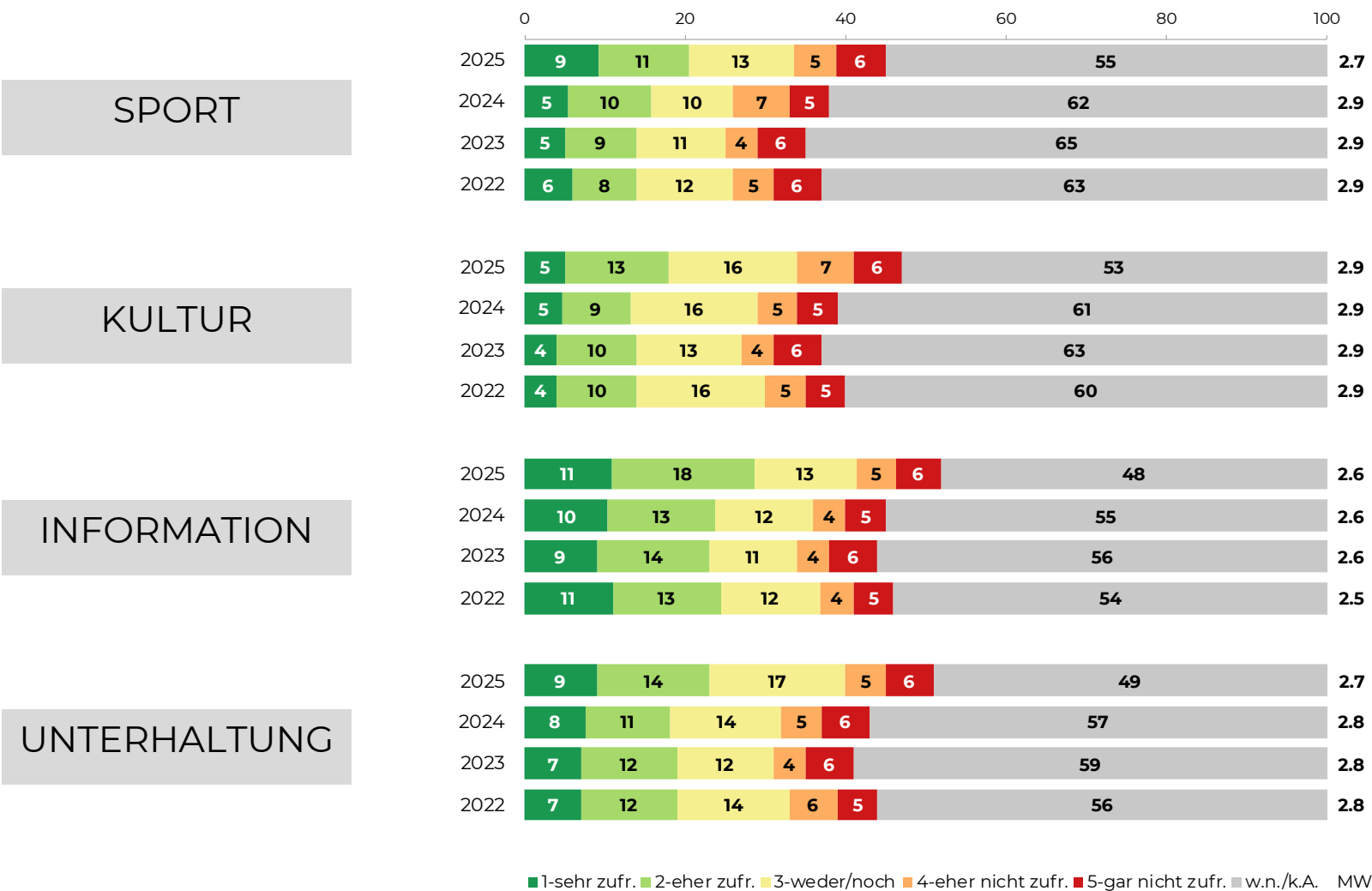
F19: Wie ist das mit den Internetseiten des ORF? Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen im ORF-Internet? [in Prozent]



Basis: Nutzung von ORF-Internetseiten, n=599

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Social-Media im Zeitvergleich

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



Basis: Gesamt, n=1.012

Zufriedenheit mit Themenbereichen: ORF-Social-Media im Zeitvergleich

Basis: Nutzung

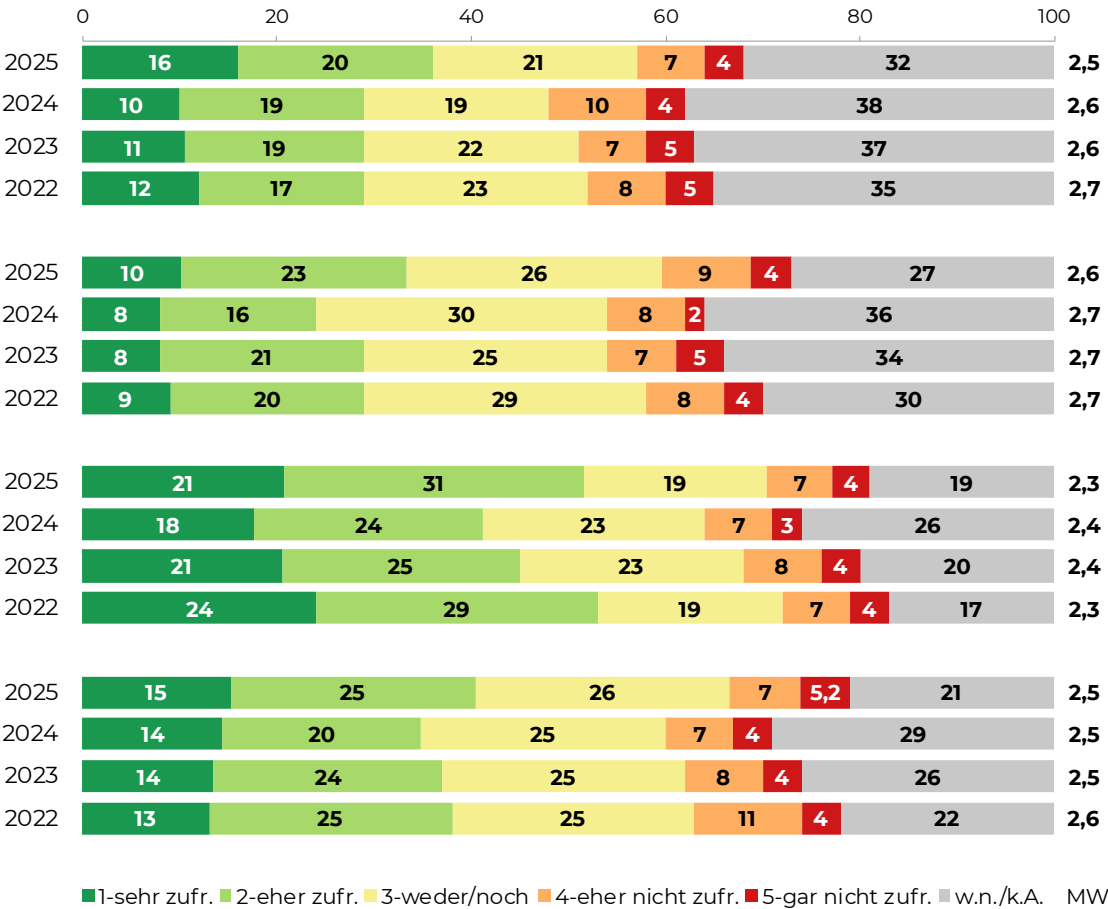
SPORT

KULTUR

INFORMATION

UNTERHALTUNG

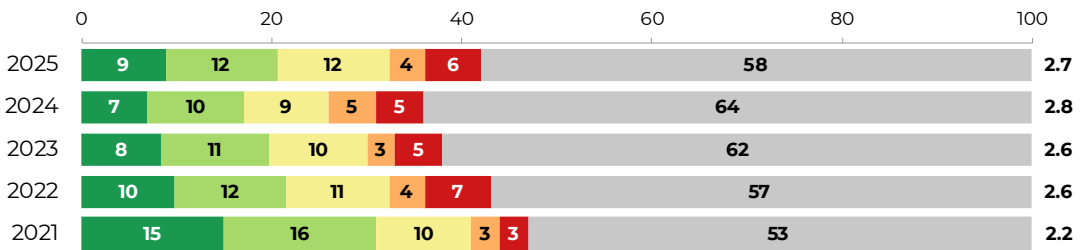
F20: Wie ist das bei den Social-Media-Angeboten des ORF?
Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen auf ORF-Social-Media? [in Prozent]



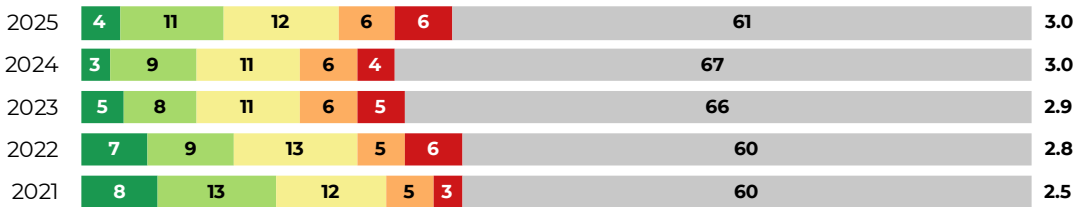
Basis: Nutzung von ORF-Social Media, n=423

Zufriedenheit mit Themenbereichen : ORF-Teletext* im Zeitvergleich

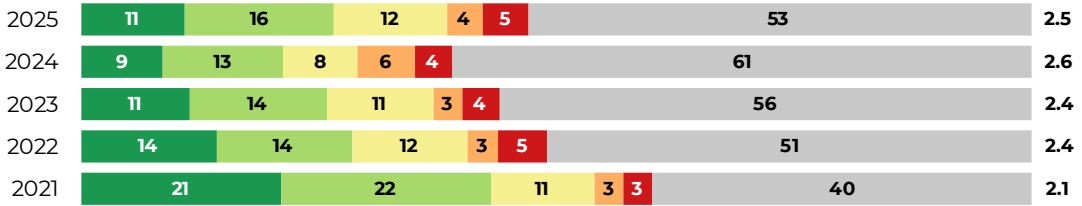
SPORT



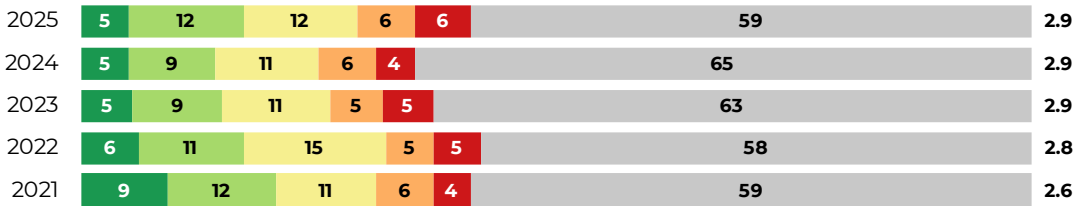
KULTUR



INFORMATION



UNTERHALTUNG



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

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

Basis: Gesamt, n=1.012

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

Zufriedenheit mit Themenbereichen : ORF-Teletext im Zeitvergleich

Basis: Nutzung

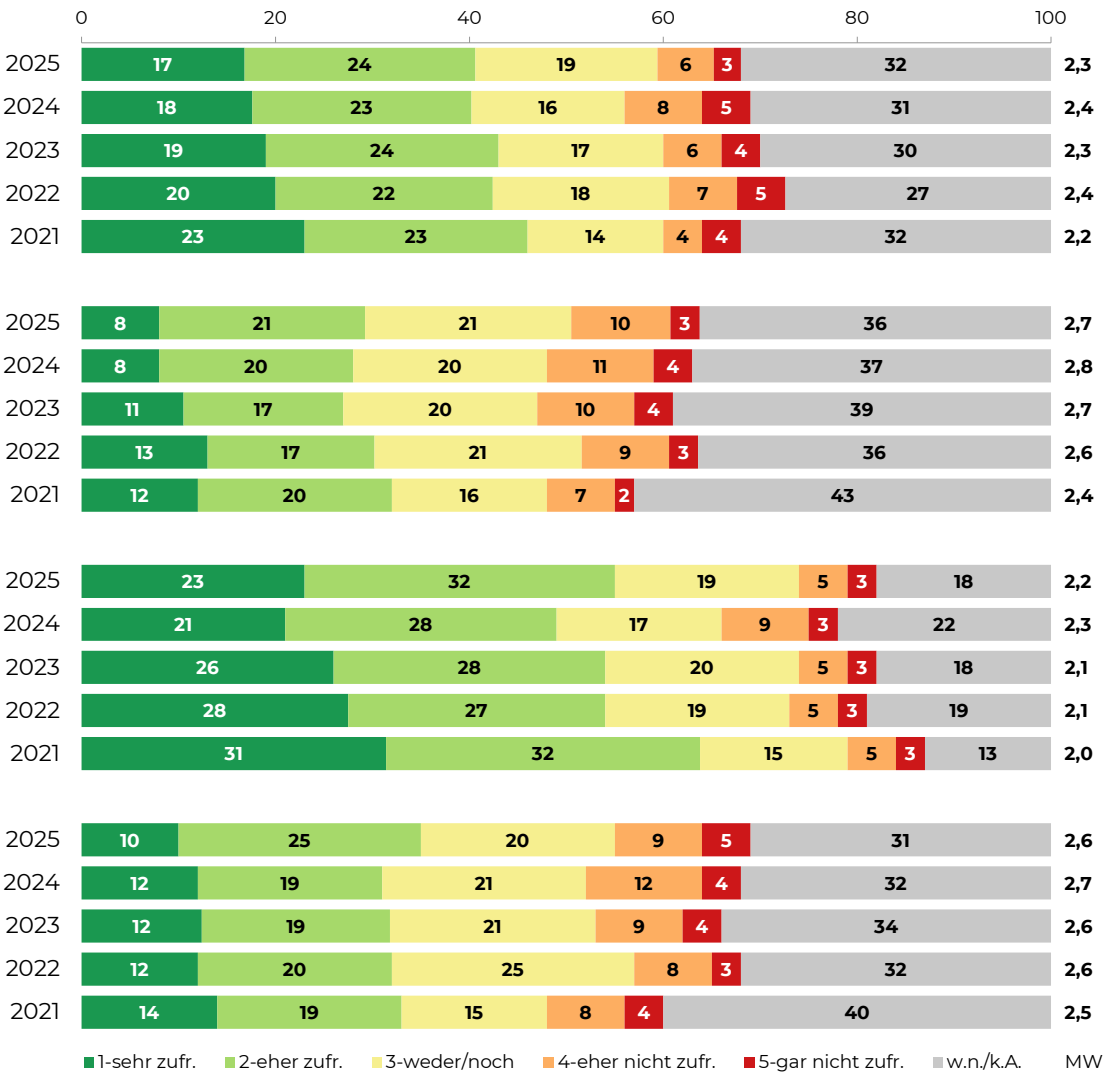
SPORT

KULTUR

INFORMATION

UNTERHALTUNG

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



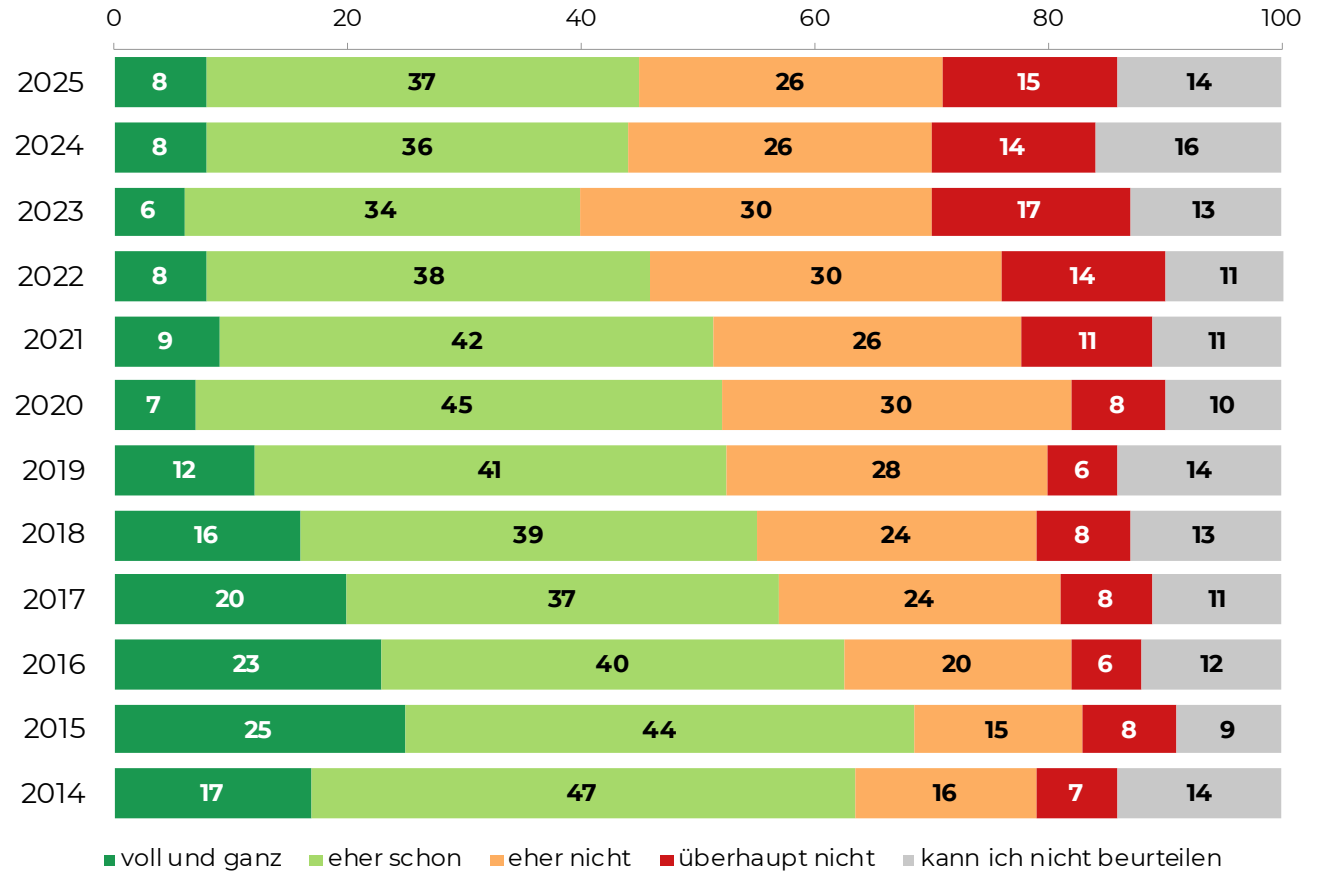
Basis: Nutzung von ORF-Teletextseiten, n=378

Anspruchsvolle Sendungen* im Hauptabendprogramm

*anspruchsvolle Sendungen:

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

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



Basis: Gesamt, n=1.012