



Growth  
from  
Knowledge

# Studie Bewegtbildnutzung im Tagesverlauf

## 2025

im Auftrag von RTR Medien und  
Arbeitsgemeinschaft Teletest

Media Measurement GfK Austria



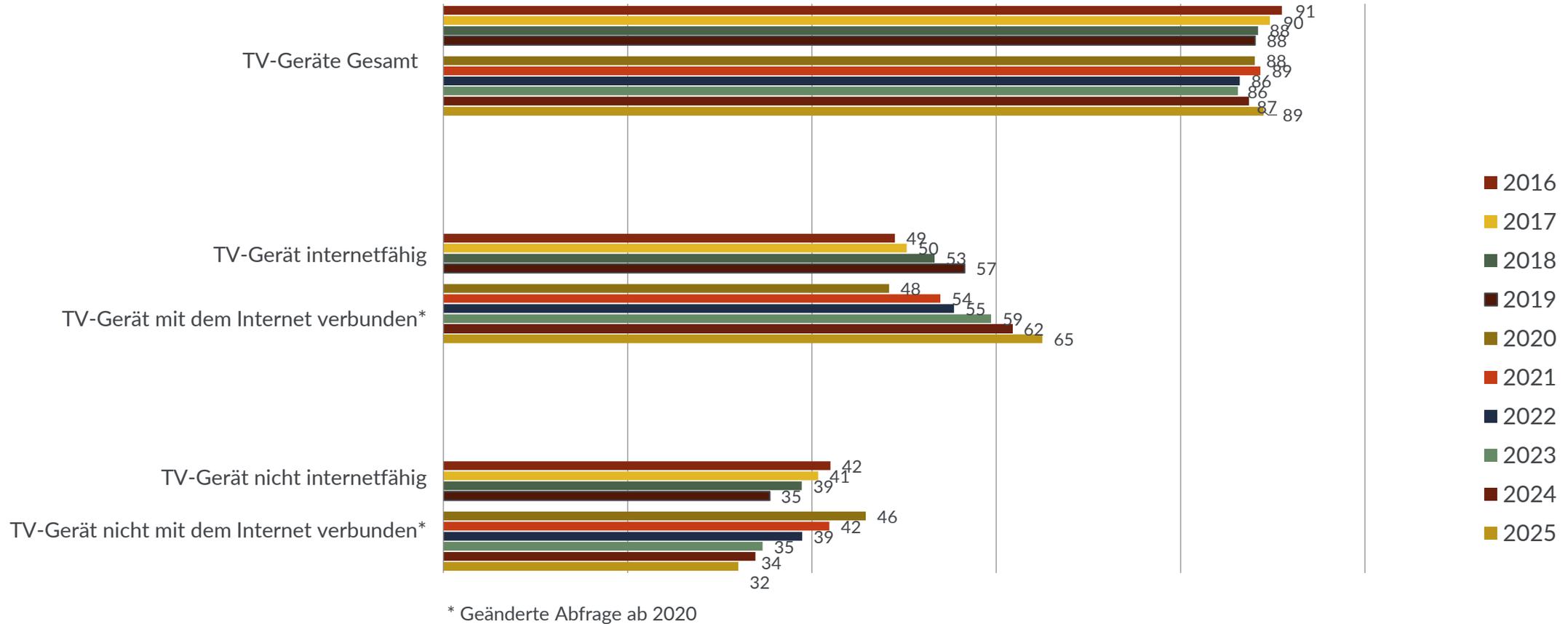
# Studiendesign



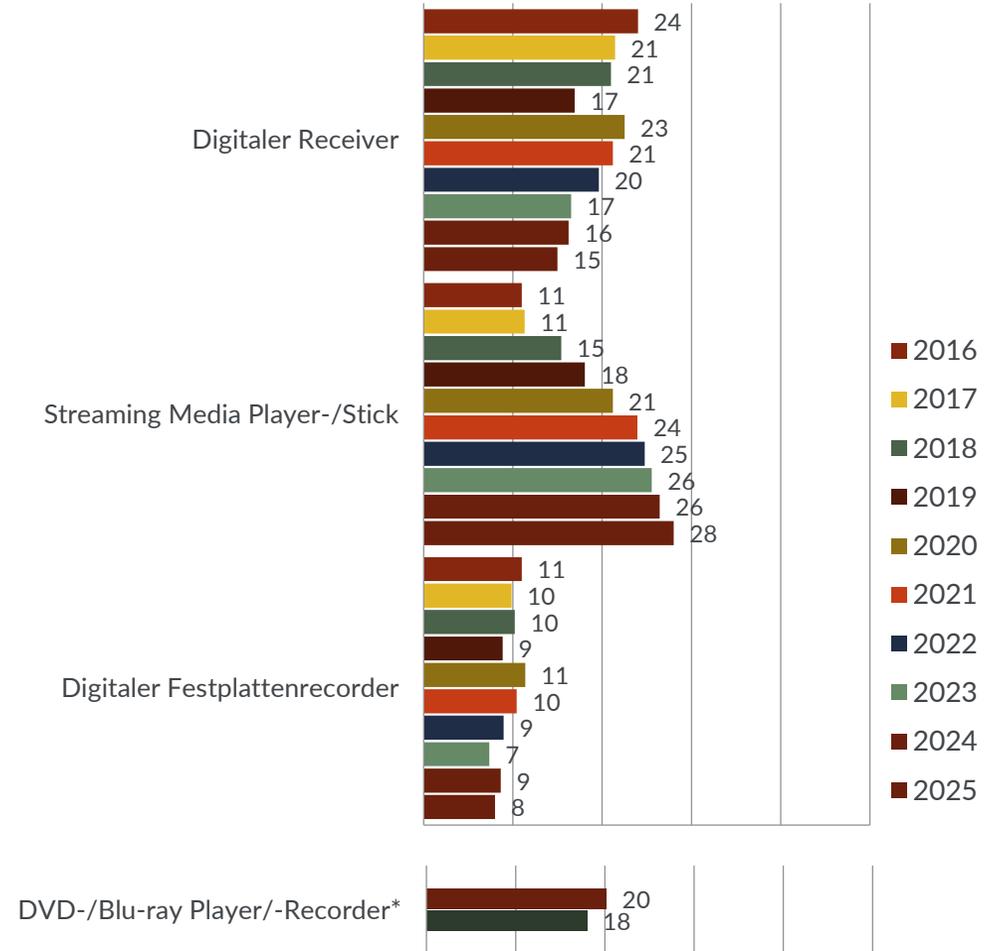
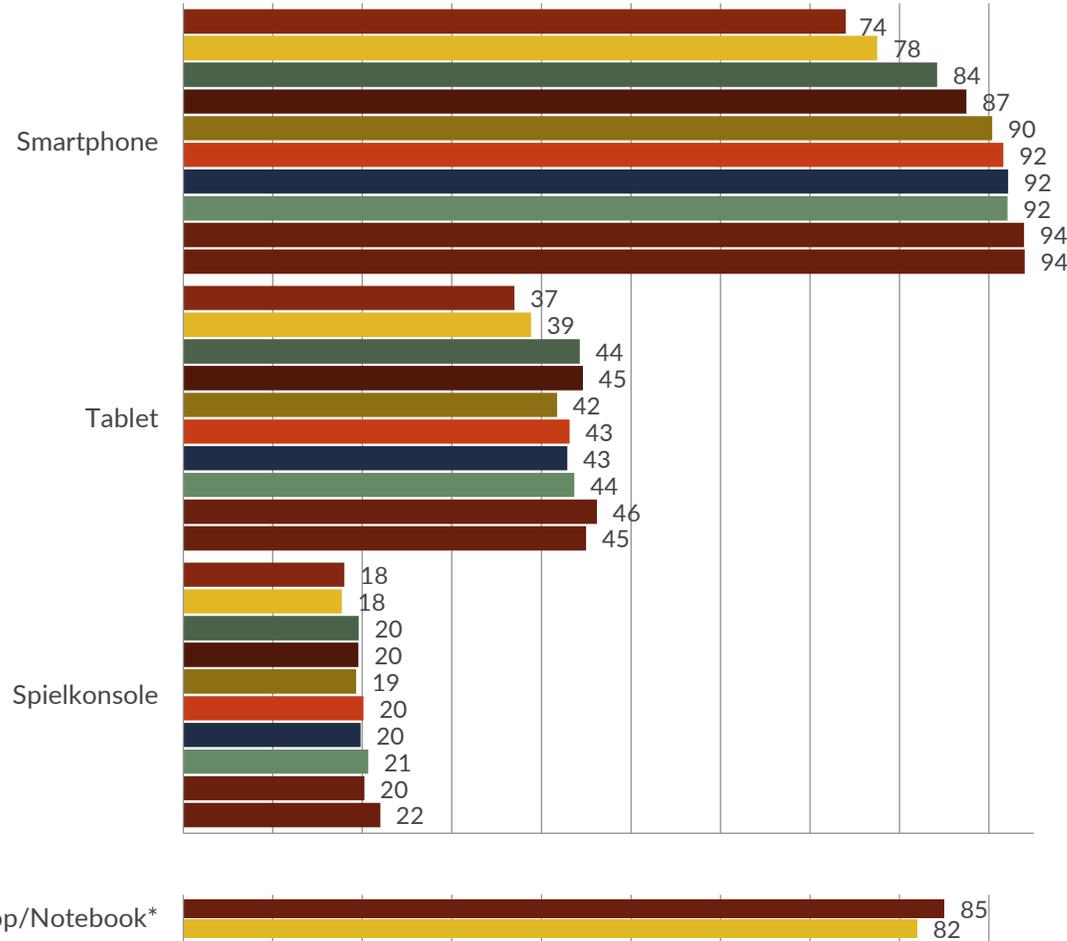
Grundgesamtheit	Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren
Stichprobengröße	n=4.000 Interviews
Methode	CAWI (Computer Assisted Web Interviews)
Feldzeit	01.02.-28.02.2025

# Bewegtbildnutzung allgemein (*Profiling*)

# Persönliche Nutzung von Geräten – TV-Geräte



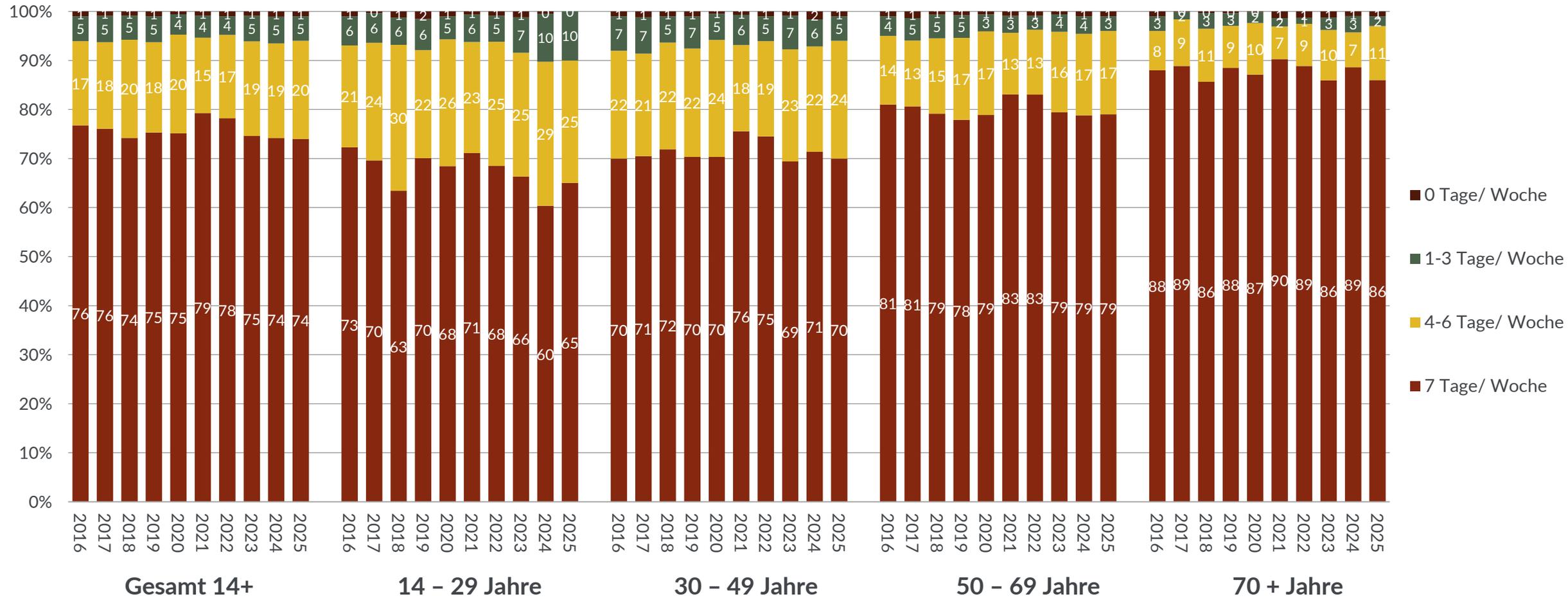
# Persönliche Nutzung von Geräten – weitere Geräte



\* Geänderte Abfrage ab 2024

# Allgemeine Bewegungsbildnutzung

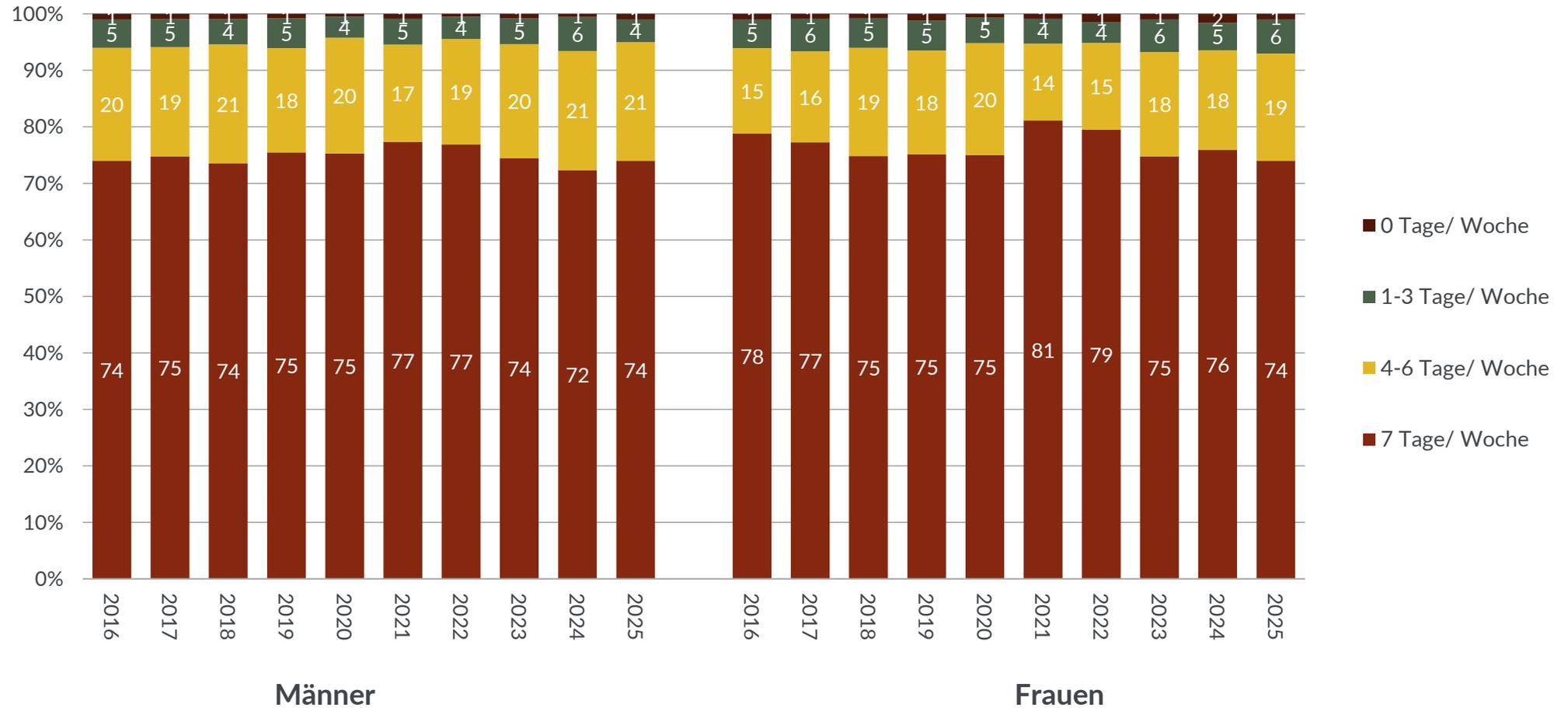
## Gruppiert nach Altersgruppen



Basis 2025: Gesamt 14+, n= 4.000, Personen 14-29 Jahre, n=823/ Personen 30-49 Jahre, n=1.256/ Personen 50-69 Jahre, n=1.290/ Personen 70+ Jahre, n= 630; Angaben in %

# Allgemeine Bewegtbildnutzung

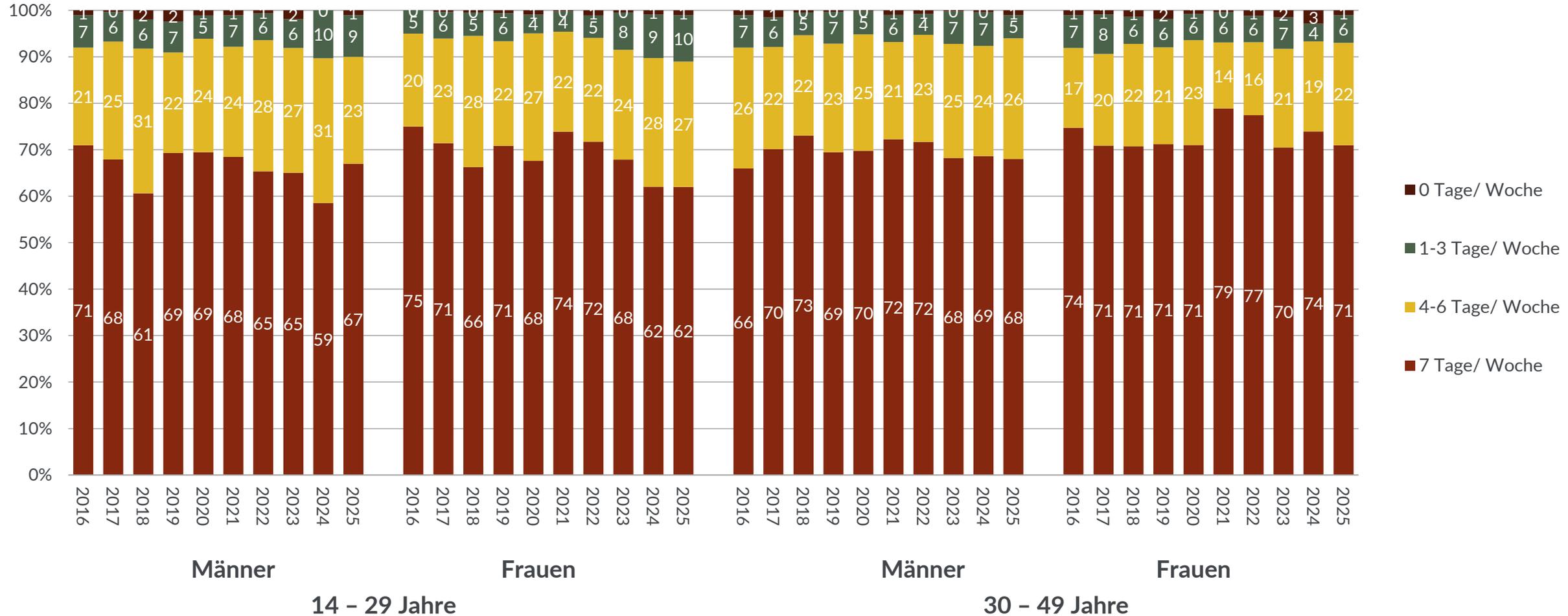
Gruppiert nach Geschlecht



Basis 2025: Männer, n=1.958 / Frauen, n = 2.036/ Angaben in %

# Allgemeine Bewegtbildnutzung

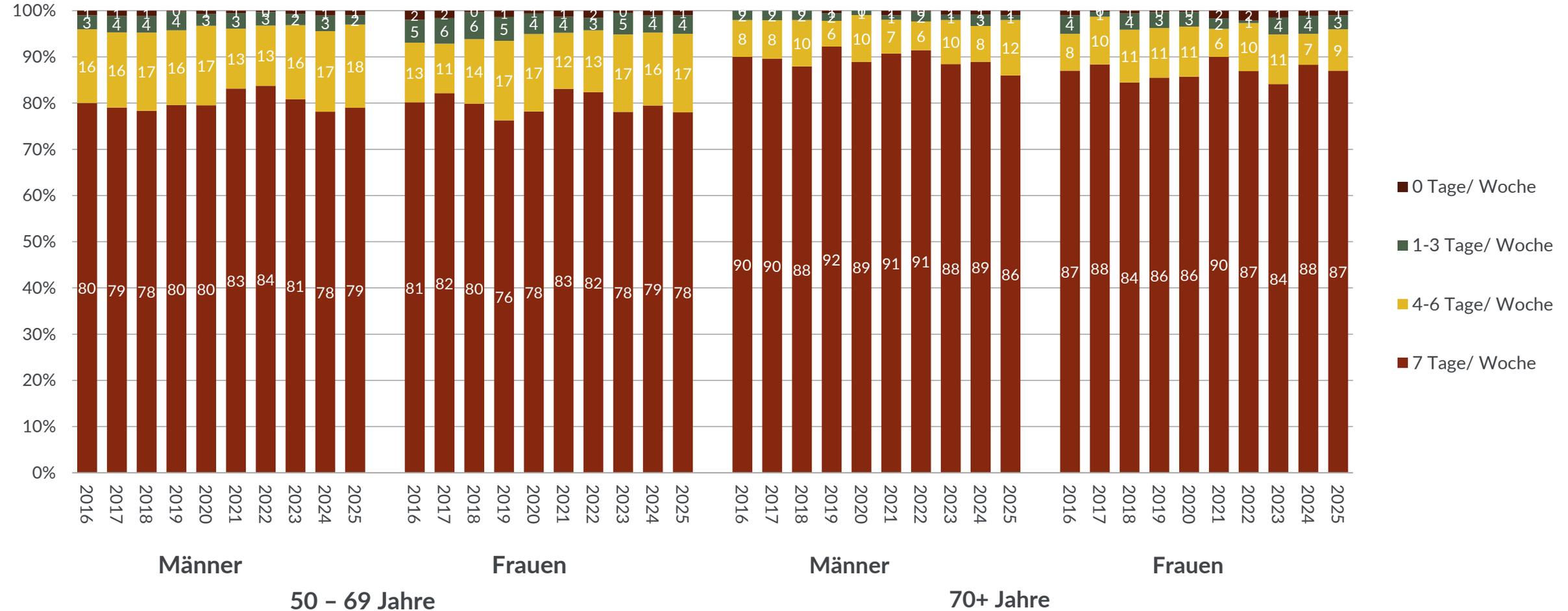
Gruppirt nach Altersgruppen und Geschlecht (1/2)



Basis 2025: Männer 14-29 Jahre, n=423/ Männer 30-49 Jahre, n=630/ / Frauen 14-29 Jahre, n=398/ Frauen 30-49 Jahre, n=623/; Angaben in %

# Allgemeine Bewegtbildnutzung

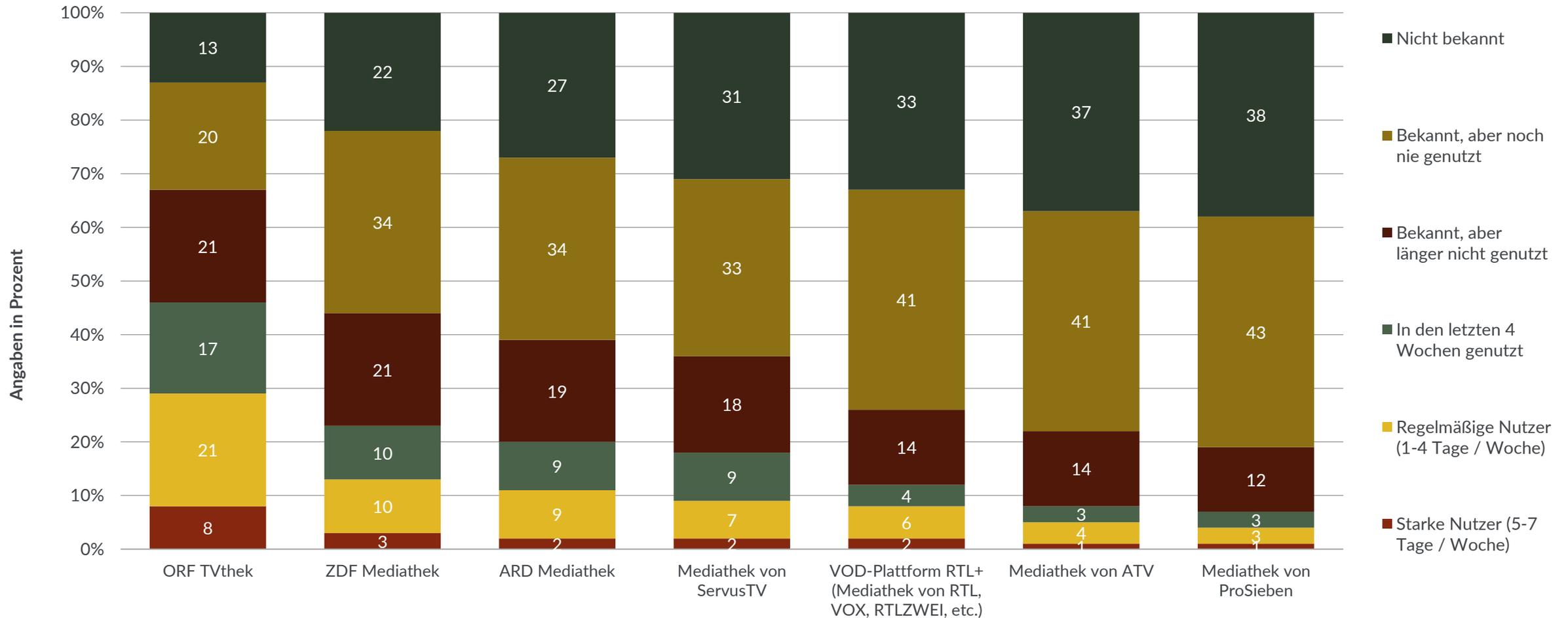
Gruppirt nach Altersgruppen und Geschlecht (2/2)



Basis 2025: Männer 50-69 Jahre, n=632/ Männer 70+ Jahre, n= 271// Frauen 50-69 Jahre, n=657/ Frauen 70+ Jahre, n= 358; Angaben in %

# Nutzung Mediatheken

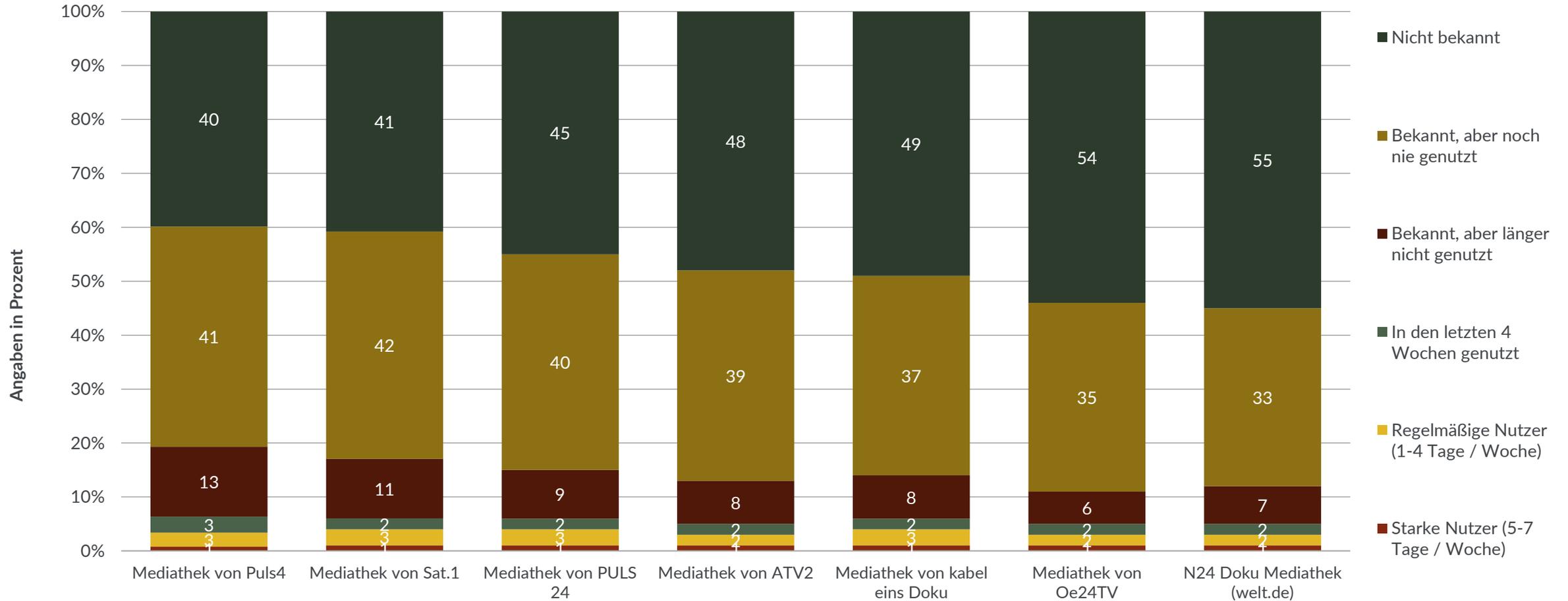
## Häufigkeit der Nutzung von Mediatheken (1/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Mediatheken

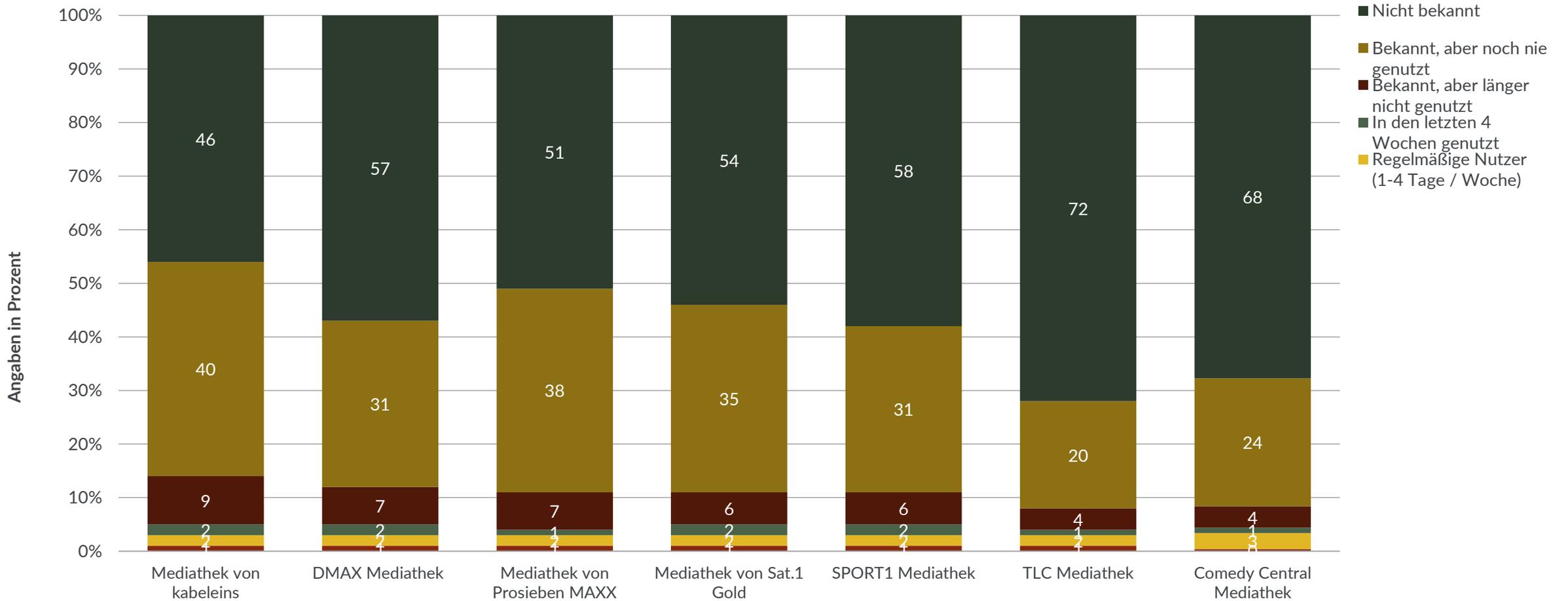
## Häufigkeit der Nutzung von Mediatheken (2/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Mediatheken

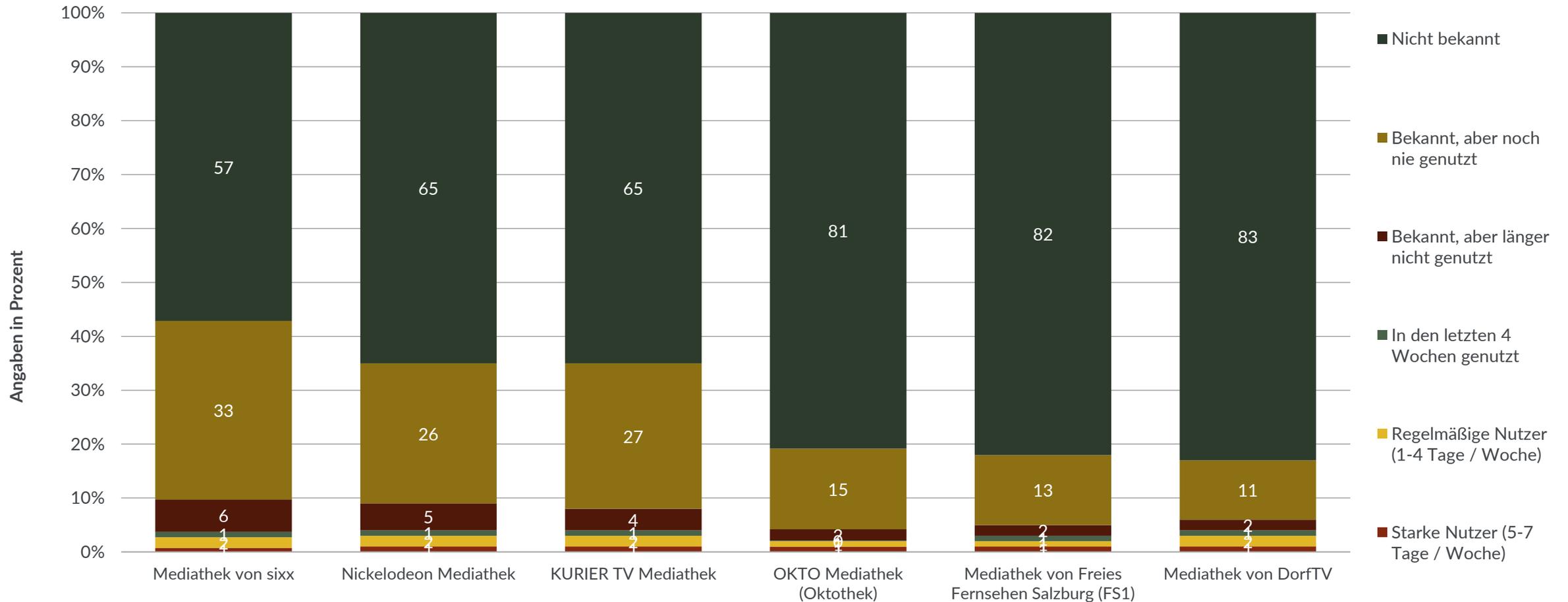
## Häufigkeit der Nutzung von Mediatheken (3/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Mediatheken

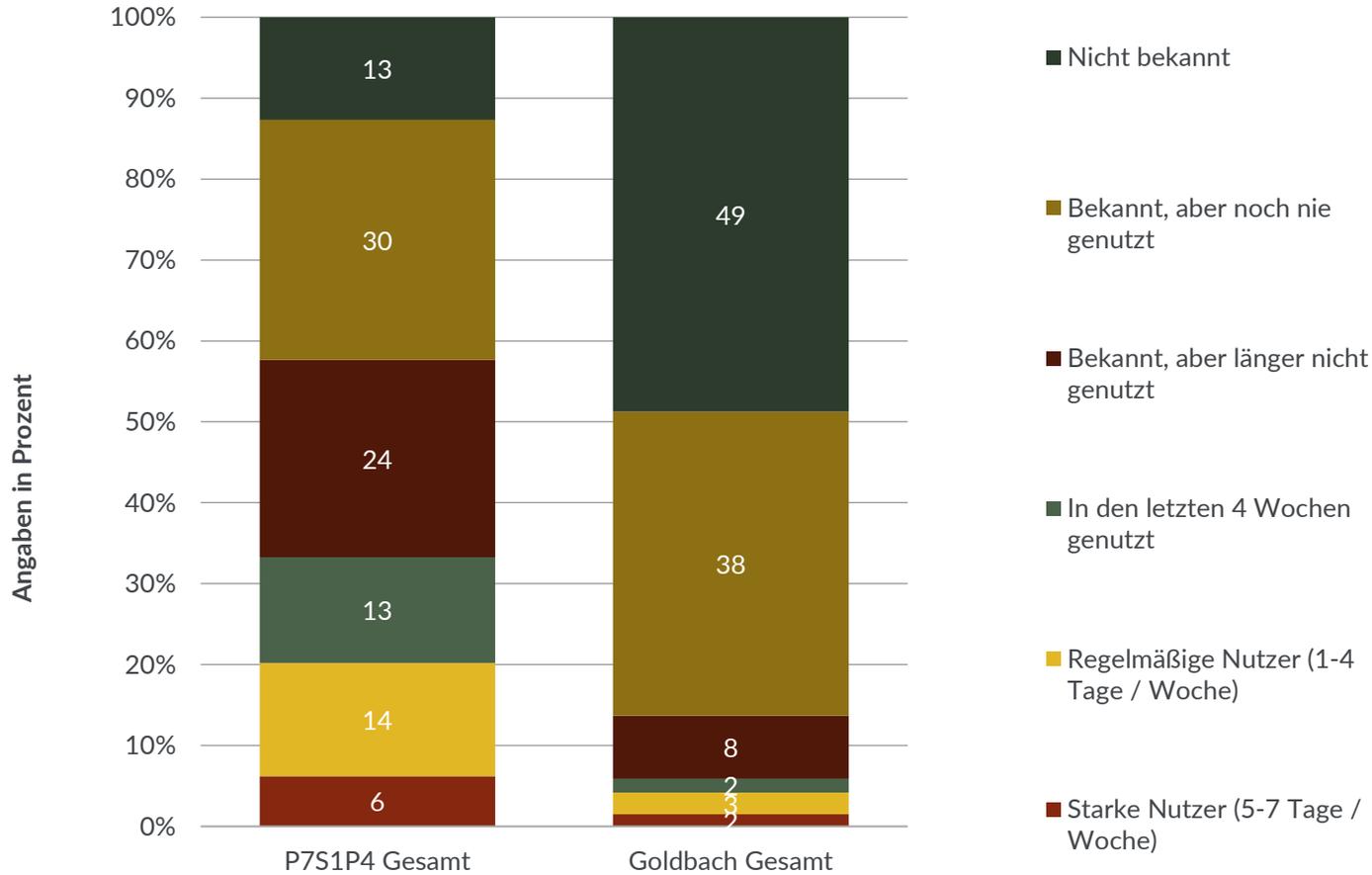
## Häufigkeit der Nutzung von Mediatheken (4/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Mediatheken Gesamtwerte

## Häufigkeit der Nutzung von Mediatheken



### P7S1P4 Gesamt = Nettowert aus:

- Mediathek von ATV
- Mediathek von ProSieben
- Mediathek von PULS 4
- Mediathek von Sat.1
- Mediathek von kabel eins
- Mediathek von PULS 24
- Mediathek von kabel eins Doku
- Mediathek von ATV2
- Mediathek von ProSieben MAXX
- Mediathek von Sat.1 Gold
- Mediathek von sixx
- Joyn

### Goldbach Gesamt = Nettowert aus:

- Comedy Central Mediathek
- Nickelodeon Mediathek
- KURIER TV Mediathek

# Nutzung Mediatheken

## Nutzergruppen (1/2)



Mediatheken	Starke Nutzer (5-7 Tage / Woche)	Regelmäßige Nutzer (1-4 Tage / Woche)	In den letzten 4 Wochen genutzt	Nutzer Gesamt (zumindest in den letzten 4 Wochen genutzt)
Mediathek von ORF (ORF ON)	8,0	21,3	17,0	46,4
ZDF Mediathek	2,7	9,9	9,9	22,5
ARD Mediathek	2,2	8,6	9,2	20,0
Mediathek von ServusTV (ServusTV On)	1,6	6,7	9,1	17,4
RTL+ (Mediathek von RTL, VOX, RTLZWEI, etc.)	2,4	6,0	3,9	12,3
Mediathek von ATV	0,9	4,1	3,2	8,1
Mediathek von ProSieben	0,9	3,3	2,6	6,8
Mediathek von PULS 4	0,9	3,1	2,4	6,3
Mediathek von Sat.1	0,8	3,2	2,3	6,3
Mediathek von PULS 24	1,0	2,6	2,3	5,9
Mediathek von Oe24TV	1,0	2,3	2,2	5,5
N24 Doku Mediathek (welt.de)	1,0	2,3	2,2	5,5
Mediathek von kabel eins Doku	0,9	2,7	1,6	5,2
Mediathek von ATV2	0,9	2,5	1,6	5,0

Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Mediatheken

## Nutzergruppen (2/2)



Mediatheken	Starke Nutzer (5-7 Tage / Woche)	Regelmäßige Nutzer (1-4 Tage / Woche)	In den letzten 4 Wochen genutzt	Nutzer Gesamt (zumindest in den letzten 4 Wochen genutzt)
Mediathek von kabel eins	0,8	2,3	1,7	4,9
Mediathek von Sat.1 Gold	0,8	2,3	1,6	4,8
SPORT1 Mediathek	0,8	2,3	1,6	4,8
DMAX Mediathek (Videothek)	0,9	1,9	1,6	4,4
Mediathek von ProSieben MAXX	0,8	2,1	1,4	4,3
Comedy Central Mediathek	0,4	2,3	1,0	3,7
TLC Mediathek	0,7	2,0	1,0	3,7
Mediathek von sixx	0,7	1,9	0,8	3,5
KURIER TV Mediathek	0,9	1,5	1,0	3,4
Nickelodeon Mediathek	0,9	1,7	0,8	3,4
Mediathek von DorfTV	0,9	1,6	0,6	3,1
Mediathek von Freies Fernsehen Salzburg (FS1)	0,9	1,5	0,5	2,9
OKTO Mediathek (Oktothek)	0,7	1,4	0,5	2,5

# Nutzung Mediatheken Gesamtwerte

## Nutzergruppen



Mediatheken	Starke Nutzer (5-7 Tage / Woche)	Regelmäßige Nutzer (1-4 Tage / Woche)	In den letzten 4 Wochen genutzt	Nutzer Gesamt (zumindest in den letzten 4 Wochen genutzt)
P7S1P4 Gesamt	6,2	14	13,1	33,3
Goldbach Gesamt	1,5	2,7	1,7	5,9

**P7S1P4 Gesamt** = Nettowert aus:

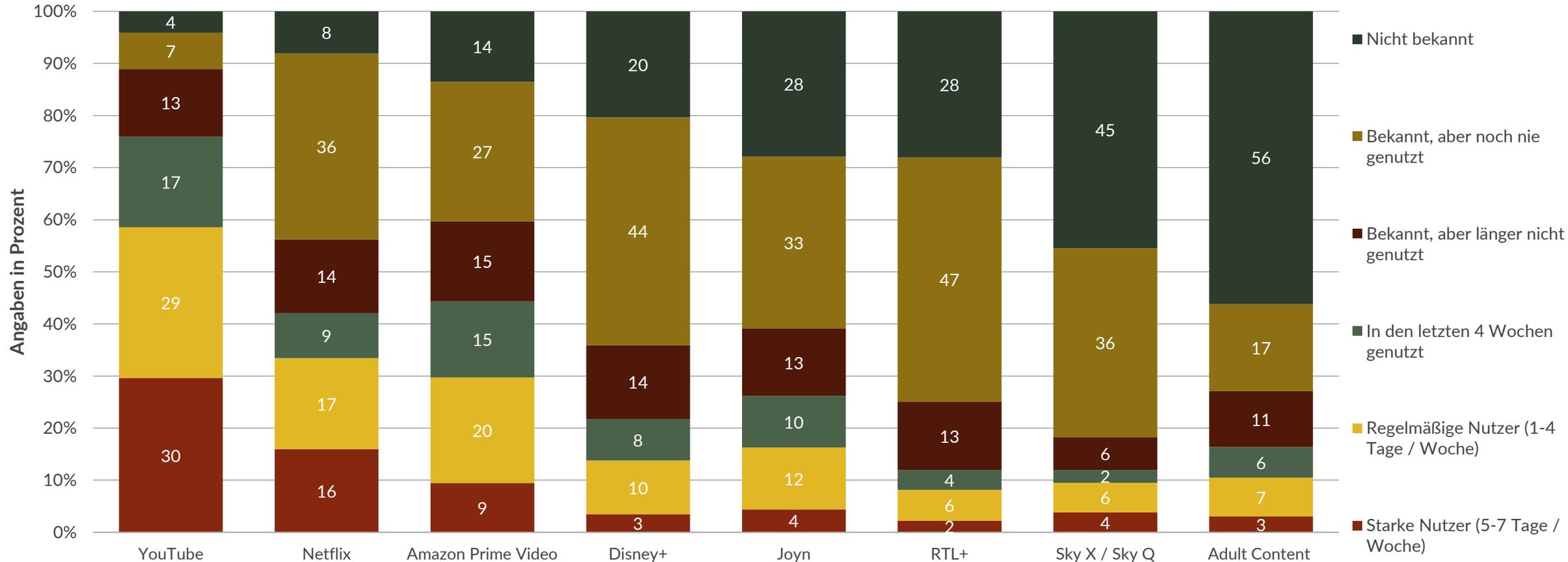
- Mediathek von ATV
- Mediathek von ProSieben
- Mediathek von PULS 4
- Mediathek von Sat.1
- Mediathek von kabel eins
- Mediathek von PULS 24
- Mediathek von kabel eins Doku
- Mediathek von ATV2
- Mediathek von ProSieben MAXX
- Mediathek von Sat.1 Gold
- Mediathek von sixx
- Joyn

**Goldbach Gesamt** = Nettowert aus:

- Comedy Central Mediathek
- Nickelodeon Mediathek
- KURIER TV Mediathek

# Nutzung Videoportale

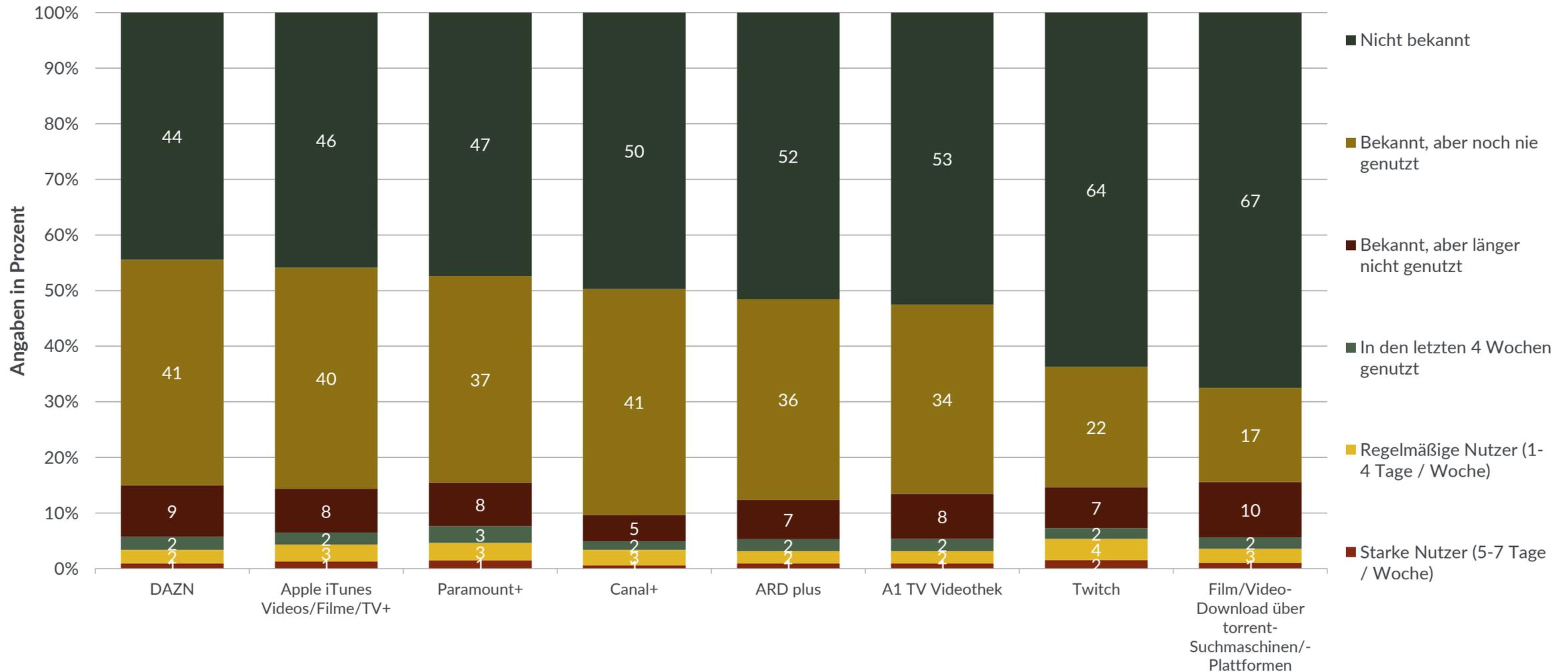
## Häufigkeit der Nutzung von Videoportalen (1/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Videoportale

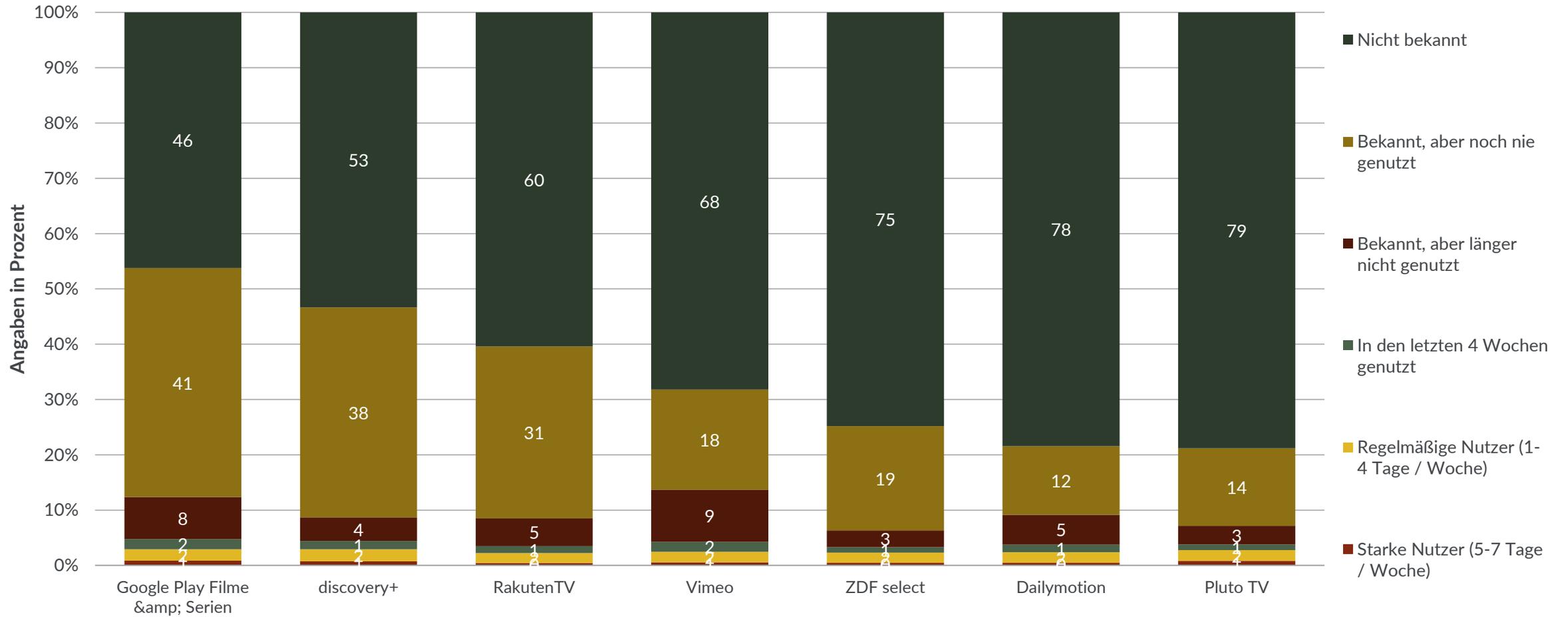
## Häufigkeit der Nutzung von Videoportalen (2/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Videoportale

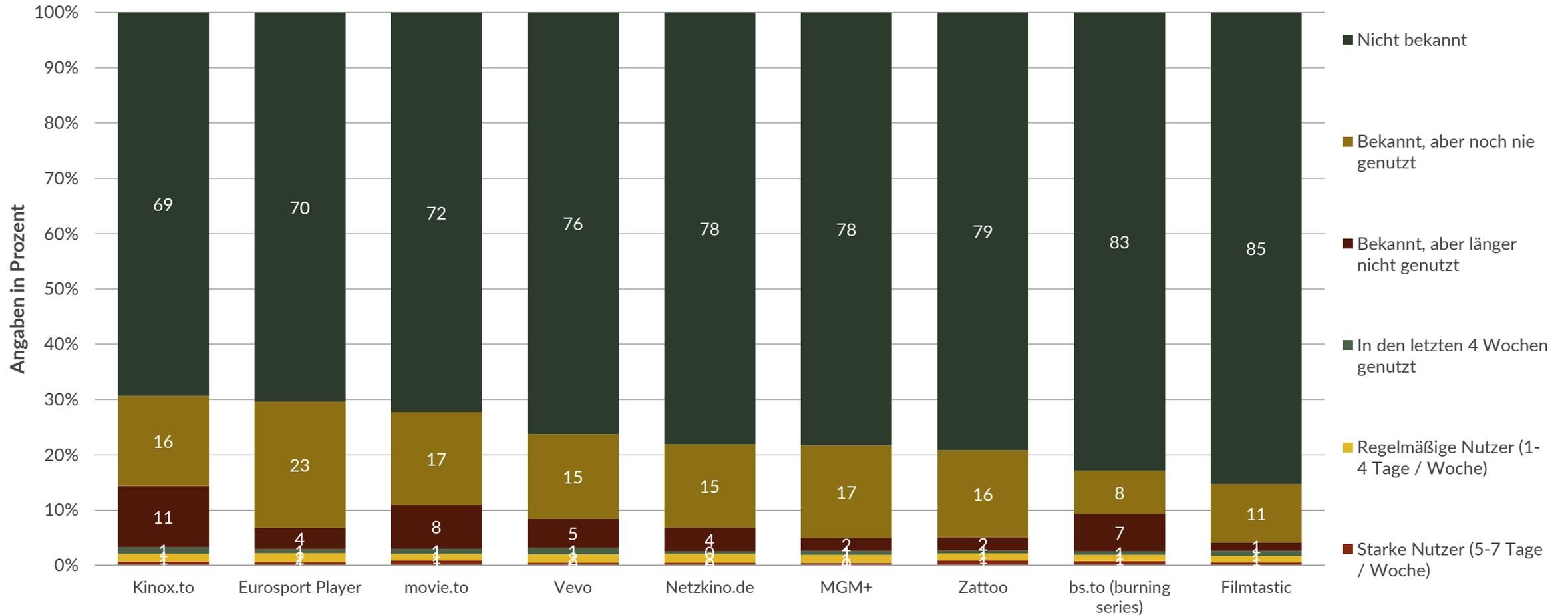
## Häufigkeit der Nutzung von Videoportalen (3/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Videoportale

## Häufigkeit der Nutzung von Videoportalen (4/4)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Videoportale

## Häufigkeit der Nutzung von Videoportalen – Nutzergruppen (1/2)



Videoportale	Starke Nutzer (5-7 Tage / Woche)	Regelmäßige Nutzer (1-4 Tage / Woche)	In den letzten 4 Wochen genutzt	Nutzer Gesamt (zumindest in den letzten 4 Wochen genutzt)
YouTube	29,6	28,9	17,3	75,9
Amazon Prime Video	9,5	20,3	14,6	44,3
Netflix	16,0	17,5	8,6	42,1
Joyn	4,4	11,9	9,9	26,2
Disney+	3,4	10,4	8,0	21,8
Adult Content (Youporn, PornHub, Brazzers, Xvideos, Xhamsters etc.)	3,1	7,4	5,9	16,4
Sky X / Sky Q	3,9	5,7	2,5	12,0
RTL+	2,2	5,9	3,8	11,9
Paramount+	1,5	3,2	3,0	7,6
Twitch	1,5	3,8	1,9	7,3
Apple iTunes Videos/Filme/TV+	1,3	3,0	2,2	6,5
DAZN	0,9	2,4	2,4	5,7
Film/Video-Download über torrent- Suchmaschinen/-Plattformen	1,0	2,5	2,1	5,7
A1 TV Videothek	0,9	2,3	2,2	5,4
ARD plus	0,9	2,2	2,2	5,3

# Nutzung Videoportale

## Häufigkeit der Nutzung von Videoportalen – Nutzergruppen (2/2)



Videoportale	Starke Nutzer (5-7 Tage / Woche)	Regelmäßige Nutzer (1-4 Tage / Woche)	In den letzten 4 Wochen genutzt	Nutzer Gesamt (zumindest in den letzten 4 Wochen genutzt)
Canal+	0,6	2,8	1,5	4,9
Google Play Filme & Serien	0,9	2,1	1,8	4,8
discovery+	0,8	2,2	1,5	4,4
Vimeo	0,5	1,9	1,8	4,3
Pluto TV	0,8	2,0	1,0	3,8
Dailymotion	0,5	1,9	1,4	3,8
RakutenTV	0,5	1,8	1,3	3,5
Magenta On Demand	0,5	1,9	1,1	3,5
ZDF select	0,5	1,9	1,0	3,3
Kinox.to	0,7	1,4	1,2	3,3
Vevo	0,5	1,5	1,1	3,1
movie.to	0,9	1,2	0,9	3,0
Eurosport Player	0,6	1,6	0,7	2,9
Zattoo	0,9	1,3	0,5	2,7
Filmtastic	0,5	1,2	0,9	2,6

# Nutzung Videoportale

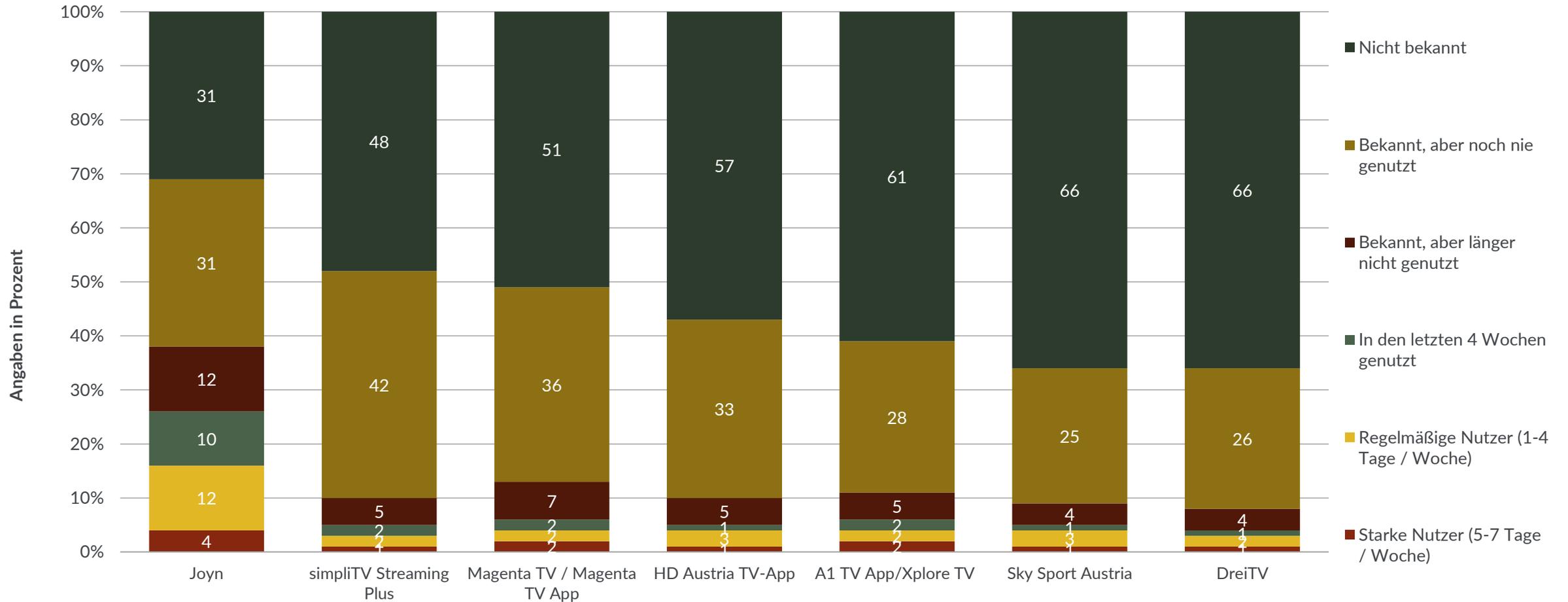
## Häufigkeit der Nutzung von Videoportalen – Nutzergruppen (2/2)



Videoportale	Starke Nutzer (5-7 Tage / Woche)	Regelmäßige Nutzer (1-4 Tage / Woche)	In den letzten 4 Wochen genutzt	Nutzer Gesamt (zumindest in den letzten 4 Wochen genutzt)
MGM+	0,4	1,4	0,7	2,6
bs.to (burning series)	0,7	1,1	0,7	2,6
Netzkino.de	0,5	1,6	0,5	2,5

# Nutzung TV Aggregatoren

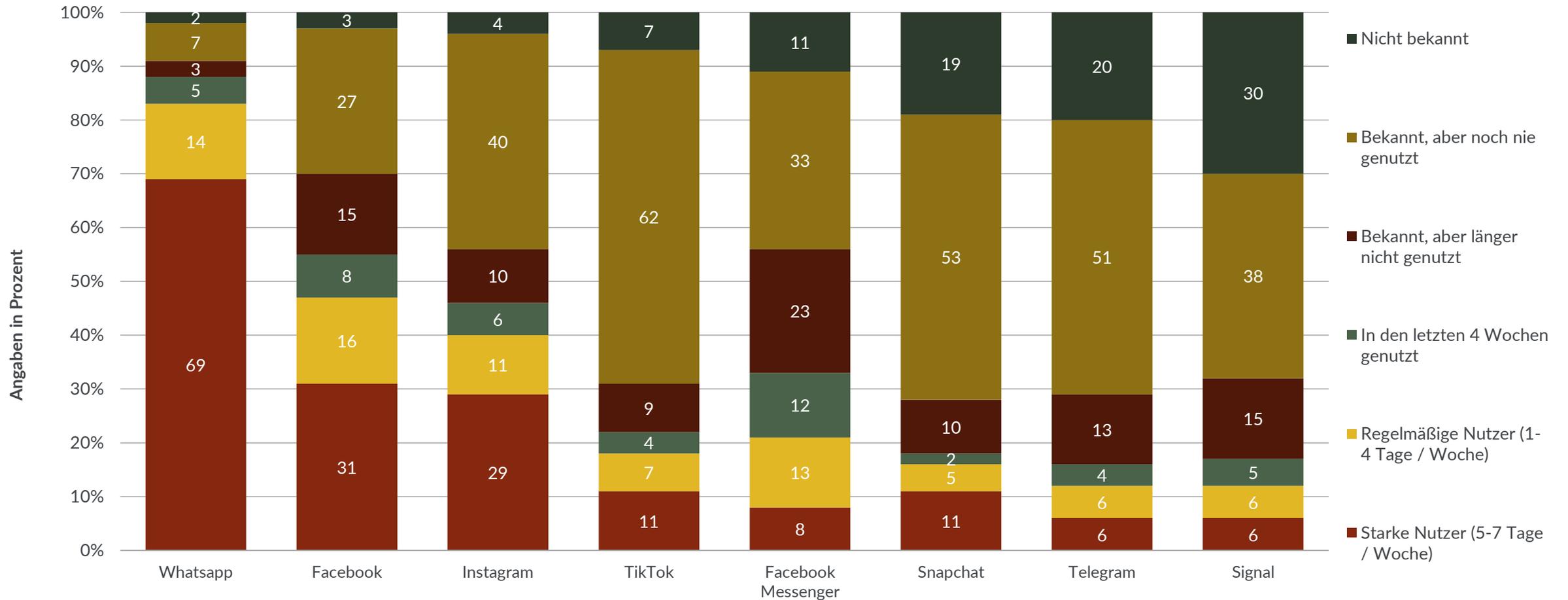
## Häufigkeit der Nutzung von Angeboten für TV Aggregatoren



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Bewegtbildinhalte auf Social Media/Messaging Plattformen

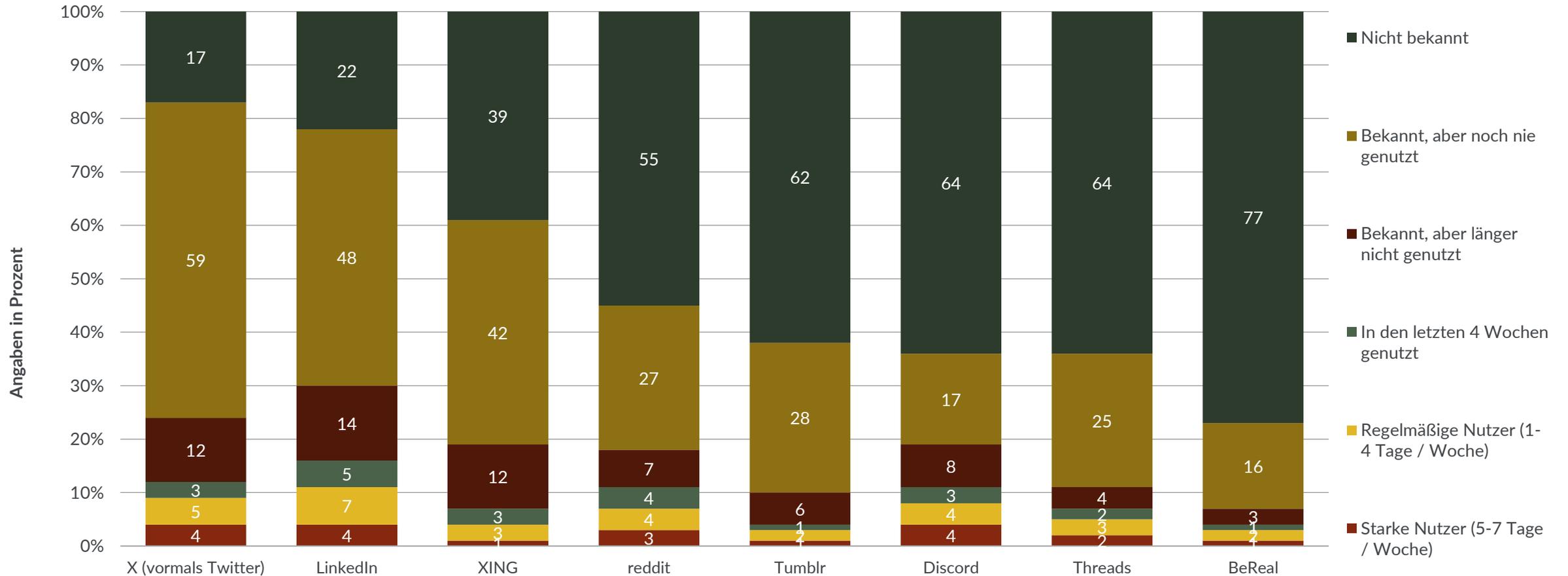
Häufigkeit der Nutzung von Bewegtbildinhalten auf Social Media/Messaging Plattformen (1/2)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung Bewegtbildinhalte auf Social Media/Messaging Plattformen

Häufigkeit der Nutzung von Bewegtbildinhalten auf Social Media/Messaging Plattformen (2/2)



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000; Angaben in %

# Nutzung TV Aggregatoren & Social Media Plattformen

## Nutzergruppen

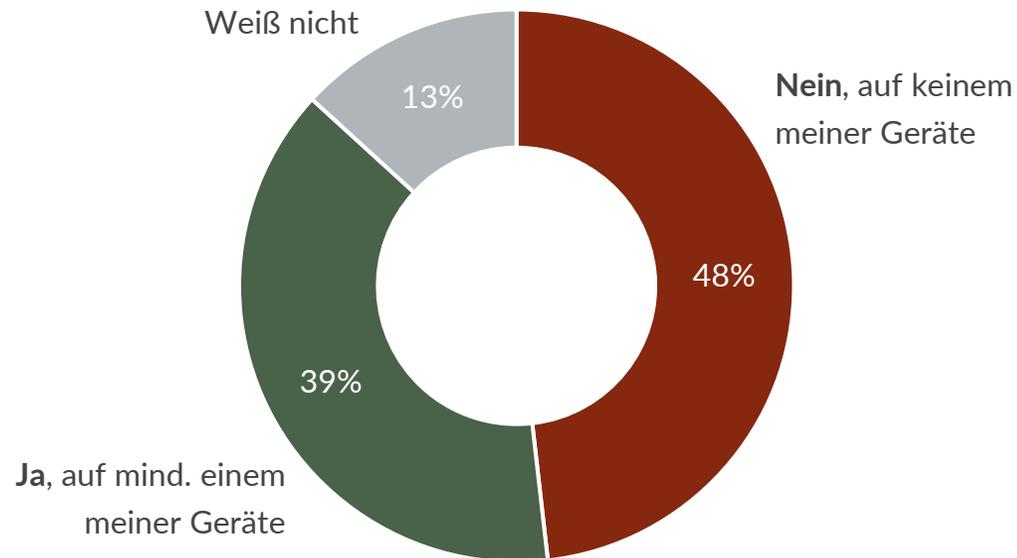


	Starke Nutzer (5-7 Tage / Woche)	Regelmäßige Nutzer (1-4 Tage / Woche)	In den letzten 4 Wochen genutzt	Nutzer Gesamt (zumindest in den letzten 4 Wochen genutzt)
<b>Angebote für TV Aggregatoren</b>				
Joyn	3,8	11,7	10,1	25,7
Magenta TV / Magenta TV App	2,3	2,3	1,6	6,1
A1 TV App/Xplore TV	2,0	2,2	1,4	5,6
simpliTV App / Streaming	1,4	2,4	1,6	5,4
HD Austria TV-App	1,3	2,6	1,3	5,3
skysportaustria.at Mediathek	0,9	2,6	1,5	5,0
DreiTV	0,8	2,1	0,7	3,5
<b>Social Media Plattformen</b>				
WhatsApp	68,8	14,0	5,4	88,2
Facebook	30,8	15,7	7,7	54,3
Instagram	28,6	11,0	5,9	45,5
Facebook Messenger	8,1	13,0	11,7	32,7
TikTok	10,5	6,8	4,2	21,6
Snapchat	11,4	5,1	2,1	18,7
Signal	6,1	7,0	4,3	17,3
Telegram	5,8	5,7	4,3	15,8
LinkedIn	3,5	7,4	4,7	15,6
X (vormals Twitter)	3,9	4,7	2,7	11,3
Discord	3,8	4,3	3,0	11,1
reddit	2,8	4,2	3,4	10,4
XING	0,8	3,4	3,0	7,1
Threads	1,5	3,3	1,8	6,5
BeReal	1,2	2,1	0,8	4,1
Tumblr	0,9	1,8	0,8	3,5

# Adblocker

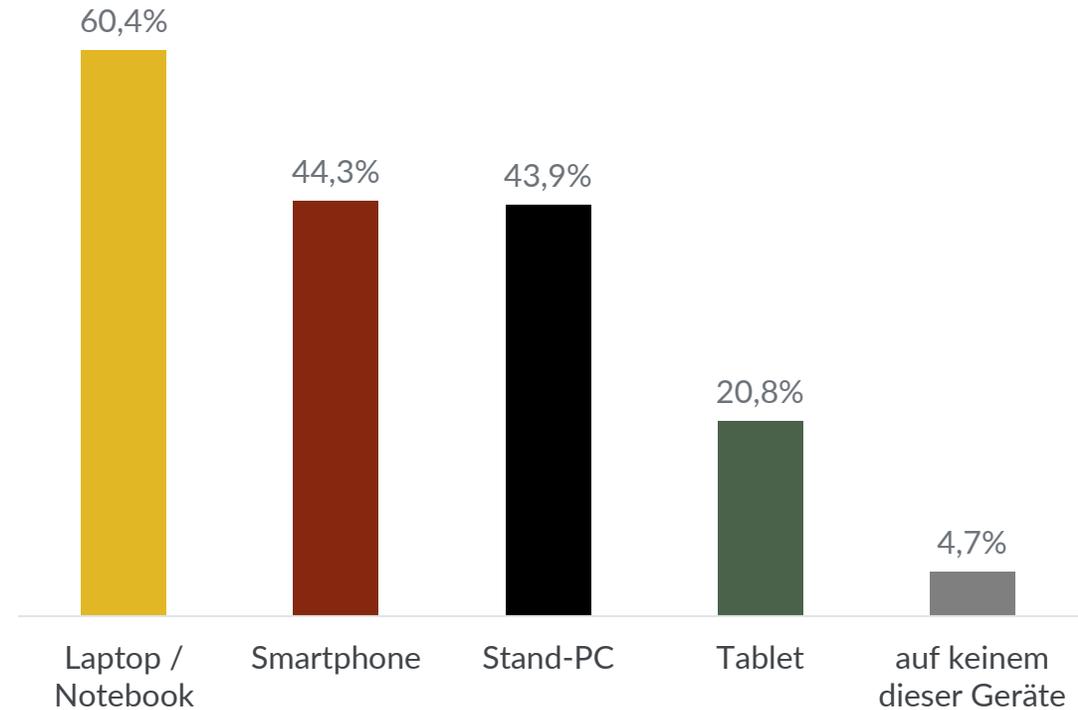
„Haben Sie auf Ihren Geräten mit Web-Browsern (z.B. Stand-PC, Laptop / Notebook, Tablet, Smartphone, usw.) einen Werbeblocker (Ad Blocking) aktiviert?“

Basis: Mind. 1 Gerät im HH vorhanden (n=3.940)



„Auf welchen der folgenden Geräte haben Sie einen Werbeblocker aktiviert?“

Basis: „Ja, auf mind. einem meiner Geräte“ & Gerät im HH vorhanden (n=1.570)



# Bewegtbildnutzung gestern (*Tagesablauf*)

# Bewegtbildklassifizierung im Tagesablauf

		TV-Sender/TV-Programm				Videos und andere Bewegtbildinhalte		Sonstiges
		Laufendes Fernsehen	Zeitversetztes Fernsehen	Livestream TV	On Demand TV	Livestream Video	On Demand Video / Heruntergeladene Videos	DVD, Blu-ray, VHS-Video
WAS		Laufendes TV-Programm im Fernsehen	Aufgenommenes oder heruntergeladenes Fernsehprogramm	Onlineübertragung von TV-Inhalten, die zeitgleich zum gezeigten TV-Programm zur Verfügung stehen	TV-Inhalte, die zu jeder beliebigen Zeit online abgerufen werden können und nicht zeitgleich zum gezeigten TV-Programm stattfinden.	Online-Videos, die zeitgleich zum gezeigten Ereignis zur Verfügung stehen	Videos, die zu jeder beliebigen Zeit abgerufen werden können und nicht zeitgleich zum gezeigten Ereignis stattfinden	Gekaufte Inhalte (Filme, Serien, etc.), keine selbst aufgenommenen Inhalte
WIE		z.B. über Kabel, Satellit, Terrestrik, IPTV, etc.	z.B. über Timeshift, Festplattenrecorder, Replay-Funktion, A1 View Control, etc.	z.B. über Mediathek/Mediathek-App eines TV-Senders, Mobile TV, HbbTV, etc.	z.B. über Mediathek/Mediathek-App eines TV-Senders, Mobile TV, HbbTV, etc.	z.B. über Videoportale (wie YouTube, Twitch, etc.), Social Media Plattformen (wie Facebook, X (vormals Twitter), etc.) oder Apps (wie YouNow, etc.)	z.B. über Videoportale (wie YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, Magenta On Demand, etc.), Social Media Plattformen (wie Facebook, X (vormals Twitter), Instagram etc.), Apps oder auch das Abspielen eines auf einem Gerät gespeicherten Videos	z.B. ein Film auf DVD

# Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

14+ Jahre (n = 4.000), in %



Tagesreichweiten	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbildnutzung Gesamt
14-29 Jahre	31,6%	8,9%	11,9%	16,0%	50,0%	47,3%	5,0%	77,2%
30-49 Jahre	47,3%	7,8%	7,5%	14,4%	62,8%	35,6%	4,4%	82,4%
50+ Jahre	79,0%	10,6%	4,2%	6,4%	86,4%	16,7%	1,5%	91,1%
14-49 Jahre	41,1%	8,2%	9,3%	15,0%	57,7%	40,2%	4,7%	80,3%
14-59 Jahre	48,4%	8,3%	8,6%	13,3%	63,6%	36,2%	3,8%	82,6%
20-59 Jahre	50,2%	8,5%	8,0%	12,7%	64,9%	33,9%	3,4%	82,5%
<b>14+ Jahre</b>	<b>59,3%</b>	<b>9,4%</b>	<b>6,8%</b>	<b>10,9%</b>	<b>71,5%</b>	<b>28,9%</b>	<b>3,1%</b>	<b>85,5%</b>

# Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

14+ Jahre (n = 4.000), in %



Tagesreichweiten 14+ Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt
2016	81,2%	6,9%	3,2%	3,6%	84,9%	23,5%	4,5%	92,1%
2017	78,4%	6,8%	3,4%	4,6%	82,6%	24,5%	5,0%	91,1%
2018	76,2%	9,4%	4,3%	6,2%	81,5%	26,3%	4,2%	90,7%
2019	74,4%	9,1%	4,5%	6,6%	80,0%	29,5%	3,5%	91,0%
2020	72,1%	9,4%	4,9%	7,5%	78,7%	28,4%	3,8%	91,4%
2021	73,6%	11,0%	6,6%	8,0%	81,2%	30,7%	4,0%	93,1%
2022	67,6%	10,3%	6,3%	8,1%	76,2%	31,3%	3,5%	90,9%
2023	64,9%	10,4%	6,2%	7,5%	74,1%	31,4%	3,4%	89,6%
2024	62,4%	9,8%	5,6%	8,8%	71,9%	30,0%	4,1%	87,1%
2025	59,3%	9,4%	6,8%	10,9%	71,5%	28,9%	3,1%	85,5%

# Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

14-29 Jahre (n = 823), in %



Tagesreichweiten 14-29 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt
2016	66,6%	5,8%	5,0%	5,3%	72,8%	43,0%	7,3%	89,2%
2017	62,3%	4,0%	7,2%	8,8%	70,6%	46,3%	7,8%	90,3%
2018	56,7%	9,9%	11,0%	14,2%	66,7%	47,1%	8,0%	86,1%
2019	51,6%	8,8%	8,5%	12,0%	62,2%	54,6%	7,4%	87,1%
2020	46,6%	8,9%	10,8%	11,5%	59,8%	53,9%	5,9%	87,7%
2021	46,9%	10,9%	11,2%	13,9%	60,3%	57,9%	7,3%	87,7%
2022	39,0%	8,5%	10,8%	12,4%	52,2%	54,0%	6,6%	85,2%
2023	37,0%	10,5%	11,5%	12,3%	52,2%	55,9%	6,7%	85,3%
2024	34,7%	7,1%	8,4%	11,8%	48,1%	52,2%	7,3%	80,1%
<b>2025</b>	<b>31,6%</b>	<b>8,9%</b>	<b>11,9%</b>	<b>16,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>47,3%</b>	<b>5,0%</b>	<b>77,2%</b>

# Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

30-49 Jahre (n = 1.256), in %



Tagesreichweiten 30-49 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt
2016	78,3%	7,8%	3,7%	5,3%	82,9%	26,6%	5,5%	91,4%
2017	75,2%	8,3%	2,6%	4,7%	79,6%	26,4%	6,2%	89,0%
2018	71,4%	8,8%	3,4%	5,8%	76,5%	29,7%	4,1%	87,7%
2019	70,4%	10,6%	5,1%	7,9%	77,3%	34,0%	3,4%	90,7%
2020	66,7%	9,0%	4,4%	9,8%	73,7%	34,6%	4,0%	89,8%
2021	66,7%	8,9%	8,2%	10,3%	76,6%	38,2%	3,9%	92,2%
2022	58,1%	7,9%	7,1%	11,7%	69,6%	40,6%	3,2%	89,5%
2023	55,6%	8,2%	7,3%	10,7%	66,7%	40,4%	3,1%	87,4%
2024	52,8%	9,0%	7,5%	12,2%	66,3%	37,3%	5,0%	85,8%
2025	47,3%	7,8%	7,5%	14,4%	62,8%	35,6%	4,4%	<b>82,4%</b>

# Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

50+ Jahre (n = 1.920), in %



Tagesreichweiten 50+ Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt
2016	91,0%	6,8%	1,8%	1,6%	92,5%	11,1%	2,5%	94,1%
2017	88,8%	7,1%	2,1%	2,3%	90,9%	12,2%	2,7%	93,1%
2018	89,4%	9,5%	1,6%	2,5%	92,6%	13,5%	2,3%	95,2%
2019	88,3%	8,2%	2,3%	3,1%	90,6%	14,1%	1,6%	93,2%
2020	87,9%	9,9%	2,5%	3,9%	91,0%	12,1%	2,7%	94,2%
2021	90,5%	12,5%	3,3%	3,8%	93,7%	13,2%	2,5%	96,2%
2022	86,6%	12,8%	3,7%	3,8%	91,2%	15,0%	2,3%	94,3%
2023	83,2%	11,7%	3,3%	3,4%	88,5%	14,8%	2,2%	92,8%
2024	80,6%	11,4%	3,2%	5,4%	85,8%	15,7%	2,0%	91,1%
2025	79,0%	10,6%	4,2%	6,4%	86,4%	16,7%	1,5%	<b>91,1%</b>

# Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

14-49 Jahre (n = 2.080) in %



Tagesreichweiten 14-49 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt
2016	73,6%	7,0%	4,2%	5,3%	78,9%	33,2%	6,2%	90,5%
2017	70,2%	9,1%	5,4%	7,9%	76,7%	31,7%	4,9%	88,9%
2018	65,4%	9,3%	6,5%	9,2%	72,5%	36,8%	5,7%	87,1%
2019	62,8%	9,9%	6,5%	9,6%	71,2%	42,4%	5,0%	89,2%
2020	58,5%	9,0%	7,0%	10,5%	68,1%	42,4%	4,8%	89,0%
2021	58,7%	9,7%	9,4%	11,8%	70,1%	46,1%	5,3%	90,4%
2022	50,5%	8,1%	8,6%	12,0%	62,7%	46,0%	4,6%	87,8%
2023	48,2%	9,1%	9,0%	11,3%	60,9%	46,5%	4,5%	86,6%
2024	45,6%	8,3%	7,9%	12,0%	59,1%	43,2%	5,9%	83,5%
2025	41,1%	8,2%	9,3%	15,0%	57,7%	40,2%	4,7%	<b>80,3%</b>

# Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

14-59 Jahre (n = 2.784) in %



Tagesreichweiten 14-59 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt
2016	76,6%	6,7%	3,7%	4,5%	81,0%	28,7%	5,4%	90,7%
2017	73,6%	6,7%	4,1%	5,5%	79,0%	30,0%	6,0%	90,1%
2018	70,2%	9,1%	5,4%	7,9%	76,7%	31,7%	4,9%	88,9%
2019	67,9%	9,2%	5,6%	8,4%	75,0%	36,0%	4,2%	89,6%
2020	64,8%	9,2%	6,3%	9,3%	73,1%	36,1%	4,5%	90,1%
2021	65,6%	9,9%	8,0%	10,1%	75,2%	39,5%	5,0%	91,5%
2022	57,8%	9,1%	8,2%	10,3%	68,8%	39,8%	4,1%	89,0%
2023	55,2%	9,6%	7,6%	9,4%	66,8%	40,7%	4,1%	87,9%
2024	52,4%	8,9%	6,8%	11,1%	64,4%	38,3%	5,0%	84,9%
2025	48,4%	8,3%	8,6%	13,3%	63,6%	36,2%	3,8%	<b>82,6%</b>

# Marktanteile der Bewegtbildnutzung gestern

14+ Jahre (n = 4.000), in %



Marktanteile	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbildnutzung Gesamt (Minuten)
14-29 Jahre	26,8%	7,3%	6,9%	10,4%	51,4%	46,7%	1,9%	184
30-49 Jahre	44,8%	3,9%	5,6%	10,5%	64,8%	33,0%	2,2%	183
50+ Jahre	80,1%	5,3%	2,6%	3,2%	91,1%	8,3%	0,6%	270
14-49 Jahre	37,7%	5,2%	6,1%	10,5%	59,5%	38,4%	2,1%	184
14-59 Jahre	47,8%	5,2%	5,7%	8,7%	67,4%	30,9%	1,6%	197
20-59 Jahre	50,5%	4,7%	5,5%	8,6%	69,3%	29,3%	1,5%	196
14+ Jahre	62,1%	5,2%	4,1%	6,3%	77,7%	21,1%	1,2%	225

# Marktanteile der Bewegtbildnutzung gestern

14+ Jahre (n = 4.000), in %



Marktanteile 14+ Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt (Minuten)
2016	83,2%	3,2%	1,4%	1,8%	89,6%	7,8%	2,7%	223
2017	81,2%	3,4%	1,4%	2,2%	88,2%	9,4%	2,3%	234
2018	76,7%	4,6%	2,1%	2,8%	86,2%	11,6%	2,2%	225
2019	76,0%	4,2%	2,1%	3,1%	85,4%	13,1%	1,6%	219
2020	69,1%	4,4%	2,7%	3,3%	79,5%	18,7%	1,9%	248
2021	69,1%	4,3%	2,7%	3,6%	79,7%	18,5%	1,8%	281
2022	65,0%	5,0%	3,0%	4,3%	77,4%	20,8%	1,8%	261
2023	63,8%	5,6%	3,8%	3,8%	77,0%	21,1%	1,9%	246
2024	64,1%	5,1%	3,1%	4,7%	77,0%	21,4%	1,5%	223
2025	62,1%	5,2%	4,1%	6,3%	77,7%	21,1%	1,2%	225

# Marktanteile der Bewegtbildnutzung gestern

14-29 Jahre (n = 823), in %



Marktanteile 14-29 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt (Minuten)
2016	66,4%	3,5%	2,3%	2,7%	74,9%	19,4%	5,7%	208
2017	59,3%	2,3%	2,9%	5,7%	70,2%	25,6%	4,2%	211
2018	48,0%	4,1%	5,9%	7,8%	65,8%	30,1%	4,1%	212
2019	45,6%	4,1%	3,8%	6,7%	60,2%	36,2%	3,6%	196
2020	33,3%	4,0%	6,5%	5,9%	49,7%	46,8%	3,4%	240
2021	31,9%	4,3%	4,8%	7,3%	48,3%	48,0%	3,7%	250
2022	30,5%	4,2%	5,2%	6,9%	46,8%	49,0%	4,3%	232
2023	25,9%	6,0%	8,0%	6,9%	46,9%	48,9%	4,1%	229
2024	27,9%	3,6%	3,9%	7,4%	42,9%	53,7%	3,4%	184
2025	26,8%	7,3%	6,9%	10,4%	51,4%	46,7%	1,9%	184

# Marktanteile der Bewegtbildnutzung gestern

30-49 Jahre (n = 1.256), in %



Marktanteile 30-49 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt (Minuten)
2016	79,2%	3,8%	1,9%	2,9%	87,8%	8,9%	3,2%	202
2017	79,4%	4,7%	1,5%	2,1%	87,7%	9,5%	2,8%	213
2018	73,5%	5,9%	1,7%	2,4%	83,5%	13,5%	3,0%	193
2019	70,5%	5,1%	3,1%	4,2%	82,9%	15,2%	1,9%	191
2020	62,2%	5,1%	2,7%	5,1%	75,1%	22,9%	2,0%	210
2021	59,3%	3,8%	4,6%	5,5%	73,2%	24,4%	2,4%	231
2022	52,3%	5,2%	3,7%	6,8%	68,0%	30,5%	1,5%	221
2023	52,4%	4,6%	4,7%	6,9%	68,6%	29,5%	1,9%	206
2024	50,5%	5,6%	5,1%	7,3%	68,5%	29,4%	2,1%	187
<b>2025</b>	<b>44,8%</b>	<b>3,9%</b>	<b>5,6%</b>	<b>10,5%</b>	<b>64,8%</b>	<b>33,0%</b>	<b>2,2%</b>	<b>183</b>

# Marktanteile der Bewegtbildnutzung gestern

50+ Jahre (n = 1.920), in %



Marktanteile 50+ Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbildnutzung Gesamt (Minuten)
2016	92,9%	2,8%	0,6%	0,6%	96,9%	2,0%	1,0%	247
2017	91,3%	3,1%	0,8%	0,9%	96,1%	2,6%	1,3%	261
2018	90,4%	4,1%	0,7%	0,9%	96,1%	2,9%	1,0%	254
2019	90,5%	3,7%	0,9%	1,1%	96,2%	3,1%	0,6%	250
2020	87,1%	4,1%	1,2%	1,4%	93,8%	5,0%	1,2%	278
2021	86,8%	4,5%	1,1%	1,4%	93,8%	5,3%	0,9%	328
2022	83,1%	5,2%	2,0%	2,1%	92,4%	6,5%	1,1%	301
2023	82,8%	5,9%	1,9%	1,3%	91,8%	7,1%	1,0%	279
2024	81,4%	5,4%	2,0%	2,7%	91,4%	7,9%	0,7%	262
2025	80,1%	5,3%	2,6%	3,2%	91,1%	8,3%	0,6%	270

# Marktanteile der Bewegtbildnutzung gestern

14-49 Jahre (n = 2.080), in %



Marktanteile 14-49 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt (Minuten)
2016	74,0%	3,7%	2,1%	2,9%	82,6%	13,2%	4,2%	204
2017	71,3%	3,7%	2,1%	3,5%	80,6%	16,0%	3,3%	212
2018	62,6%	5,1%	3,5%	4,7%	75,9%	20,6%	3,5%	201
2019	60,2%	4,7%	3,4%	5,3%	73,5%	23,8%	2,6%	193
2020	49,6%	4,6%	4,3%	5,5%	64,0%	33,3%	2,6%	222
2021	47,7%	4,0%	4,7%	6,2%	62,7%	34,4%	2,9%	239
2022	43,3%	4,8%	4,3%	6,9%	59,3%	38,1%	2,6%	226
2023	41,2%	5,2%	6,1%	6,9%	59,4%	37,8%	2,8%	215
2024	41,6%	4,8%	4,6%	7,3%	58,4%	39,0%	2,6%	186
2025	37,7%	5,2%	6,1%	10,5%	59,5%	38,4%	2,1%	184

# Marktanteile der Bewegtbildnutzung gestern

14-59Jahre (n = 2.784), in %



Marktanteile 14-59 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild- nutzung Gesamt (Minuten)
2016	78,0%	3,5%	1,8%	2,5%	85,7%	10,7%	3,6%	208
2017	75,2%	3,7%	1,8%	3,0%	83,7%	13,3%	3,0%	217
2018	69,1%	4,9%	2,9%	3,9%	80,8%	16,4%	2,8%	208
2019	67,3%	4,4%	2,9%	4,4%	79,1%	18,9%	2,1%	198
2020	58,2%	4,7%	3,6%	4,7%	71,2%	26,4%	2,4%	231
2021	57,1%	4,2%	3,7%	5,0%	70,0%	27,4%	2,6%	252
2022	52,1%	4,9%	4,4%	6,0%	67,4%	30,5%	2,2%	238
2023	50,8%	5,1%	5,2%	5,4%	66,6%	31,1%	2,3%	224
2024	50,1%	5,0%	4,1%	6,7%	65,9%	32,1%	2,1%	196
2025	47,8%	5,2%	5,7%	8,7%	67,4%	30,9%	1,6%	197

# Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Person gestern

14+ Jahre (n = 4.000), in Minuten



Ø Nutzungsdauer	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbildnutzung Gesamt
14-29 Jahre	49	13	13	19	95	86	4	184
30-49 Jahre	82	7	10	19	119	60	4	183
50+ Jahre	216	14	7	9	246	22	2	270
14-49 Jahre	69	10	11	19	109	71	4	184
14-59 Jahre	94	10	11	17	133	61	3	197
20-59 Jahre	99	9	11	17	136	57	3	196
14+ Jahre	140	12	9	14	175	47	3	225

# Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Person gestern

14+ Jahre (n = 4.000), in Minuten



Ø Nutzungsdauer 14+ Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbildnutzung Gesamt
2016	185	7	3	4	199	17	6	223
2017	190	8	3	5	206	22	5	234
2018	172	10	5	6	193	26	5	225
2019	166	9	5	7	187	29	3	219
2020	171	11	7	8	197	46	5	248
2021	194	12	8	10	224	52	5	281
2022	170	13	8	11	202	54	5	261
2023	157	14	9	9	189	52	5	246
2024	143	11	7	10	171	48	3	223
2025	140	12	9	14	175	47	3	225

# Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Person gestern

14-29 Jahre (n = 823), in Minuten



Ø Nutzungsdauer 14-29 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegbildnutzung Gesamt
2016	138	7	5	6	156	40	12	208
2017	125	5	6	12	148	54	9	211
2018	102	9	13	16	140	64	9	212
2019	90	8	7	13	118	71	7	196
2020	80	10	16	14	120	112	8	240
2021	80	11	12	18	121	120	9	250
2022	71	10	12	16	109	114	10	232
2023	59	14	18	16	107	112	9	229
2024	52	7	7	14	79	99	6	184
2025	49	13	13	19	95	86	4	184

# Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Person gestern

30-49 Jahre (n = 1.256), in Minuten



Ø Nutzungsdauer 30-49 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegbildnutzung Gesamt
2016	160	8	4	6	178	18	6	202
2017	169	10	3	5	187	20	6	213
2018	142	11	3	5	161	26	6	193
2019	135	10	6	8	159	29	4	191
2020	131	11	6	11	159	48	4	210
2021	137	9	11	13	169	57	6	231
2022	116	12	8	15	151	68	3	221
2023	108	9	10	14	142	61	4	206
2024	94	10	10	14	128	55	4	187
2025	82	7	10	19	119	60	4	183

# Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Person gestern

50+ Jahre (n = 1.920), in Minuten



Ø Nutzungsdauer 50+ Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegbildnutzung Gesamt
2016	229	7	2	2	240	5	3	247
2017	238	8	2	2	250	7	3	261
2018	230	10	2	2	244	7	2	254
2019	226	9	2	3	240	8	2	250
2020	242	11	3	4	260	14	3	278
2021	284	15	3	5	307	17	3	328
2022	250	16	6	6	278	19	3	301
2023	231	16	5	4	257	20	3	279
2024	213	14	5	7	240	21	2	262
2025	216	14	7	9	246	22	2	270

# Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Person gestern

14-49 Jahre (n = 2.080), in Minuten



Ø Nutzungsdauer 14-49 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegbild-nutzung Gesamt
2016	151	8	4	6	169	27	9	204
2017	152	8	4	8	171	34	7	212
2018	126	10	7	10	152	41	7	201
2019	116	9	7	10	142	46	5	193
2020	110	10	10	12	142	74	6	222
2021	114	10	11	15	150	82	7	239
2022	98	11	10	15	134	86	6	226
2023	89	11	13	15	128	81	6	215
2024	77	9	9	14	108	72	5	186
2025	69	10	11	19	109	71	4	184

# Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Person gestern

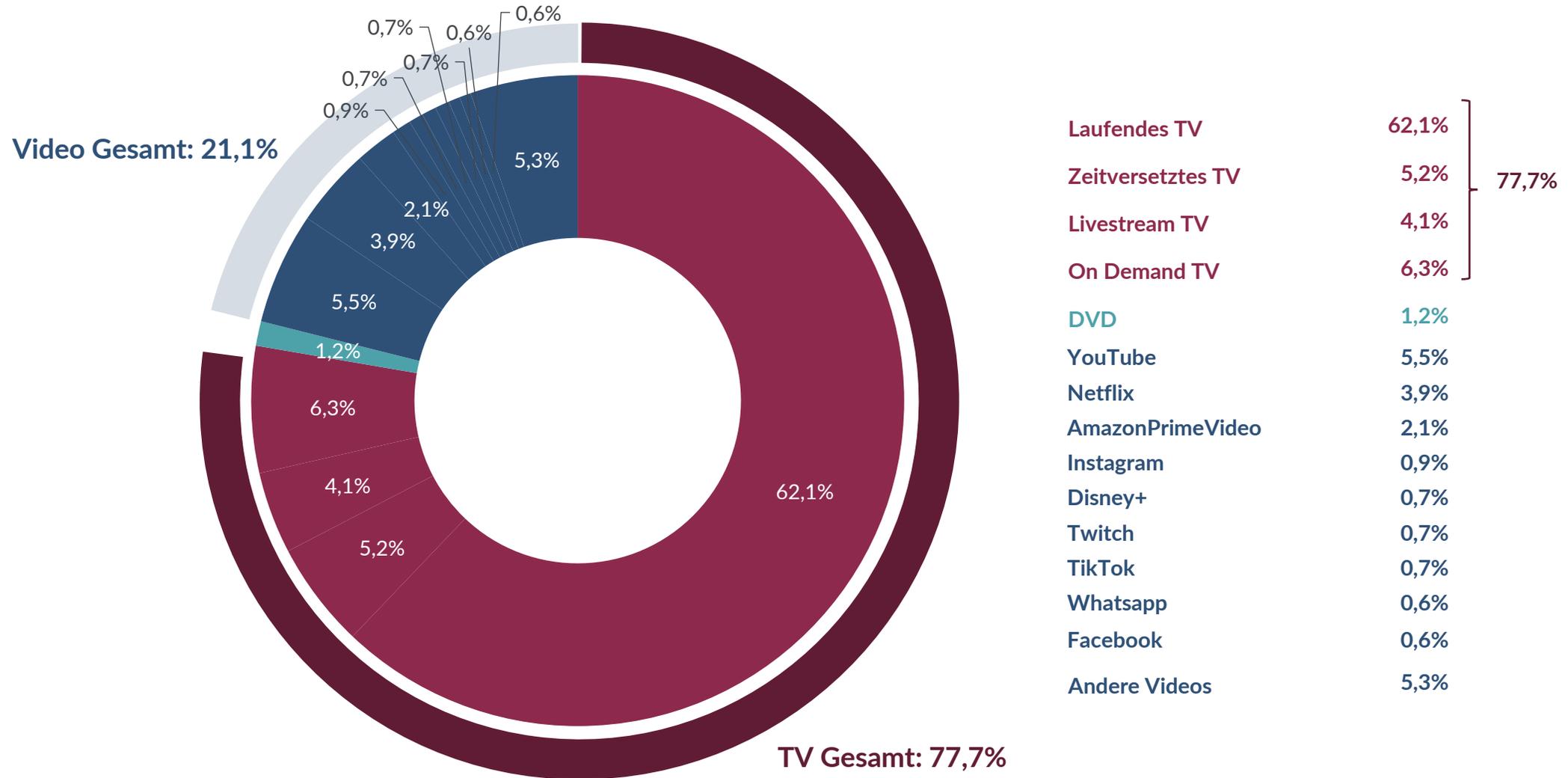
14-59 Jahre (n = 2.784), in Minuten



Ø Nutzungsdauer 14-59 Jahre	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbildnutzung Gesamt
2016	162	7	4	5	178	22	7	208
2017	163	8	4	7	182	29	7	217
2018	144	10	6	8	168	34	6	208
2019	134	9	6	9	157	37	4	198
2020	135	11	8	11	165	61	6	231
2021	144	11	9	13	177	69	6	252
2022	124	12	10	14	160	72	5	238
2023	114	11	12	12	149	70	5	224
2024	98	10	8	13	129	63	4	196
2025	94	10	11	17	133	61	3	197

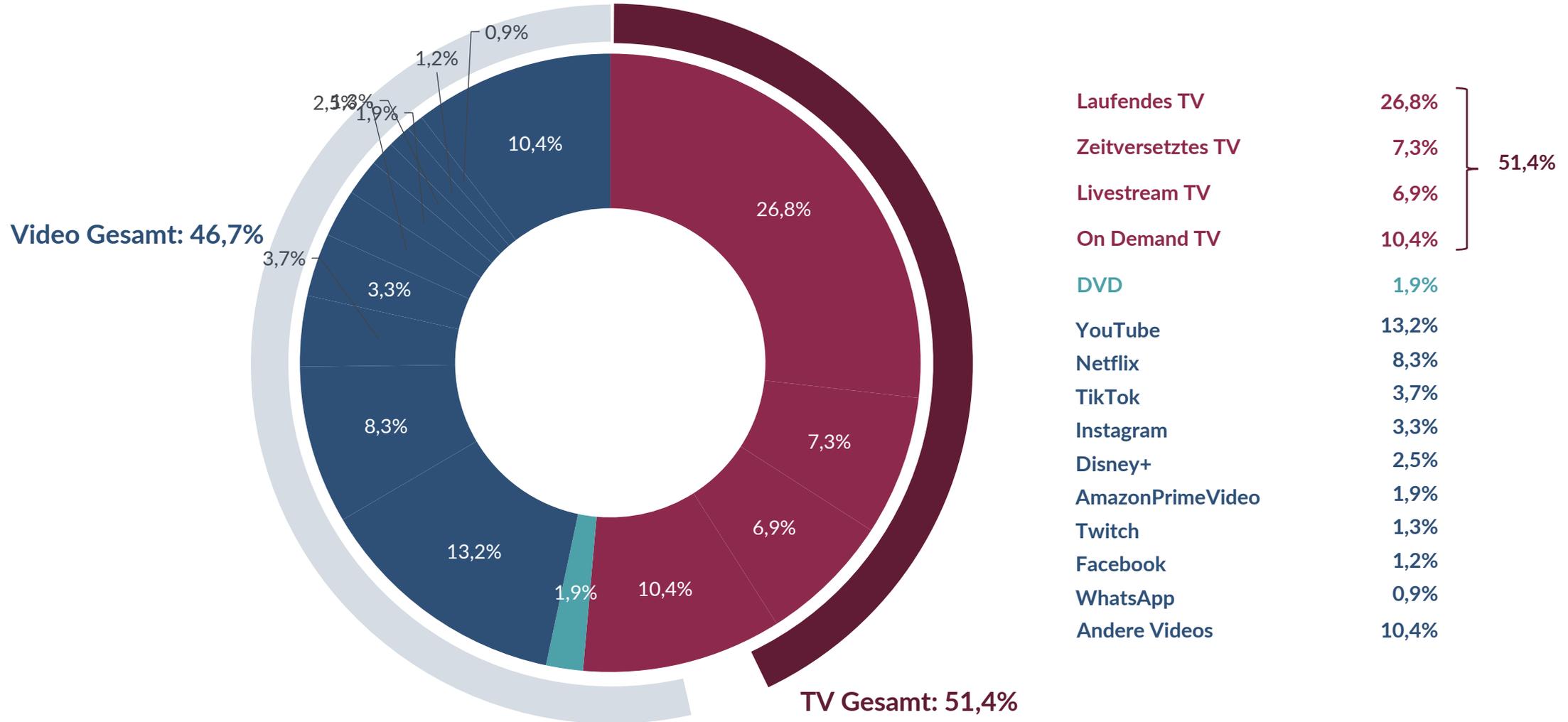
# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14+ Jahre (n = 4.000), in %



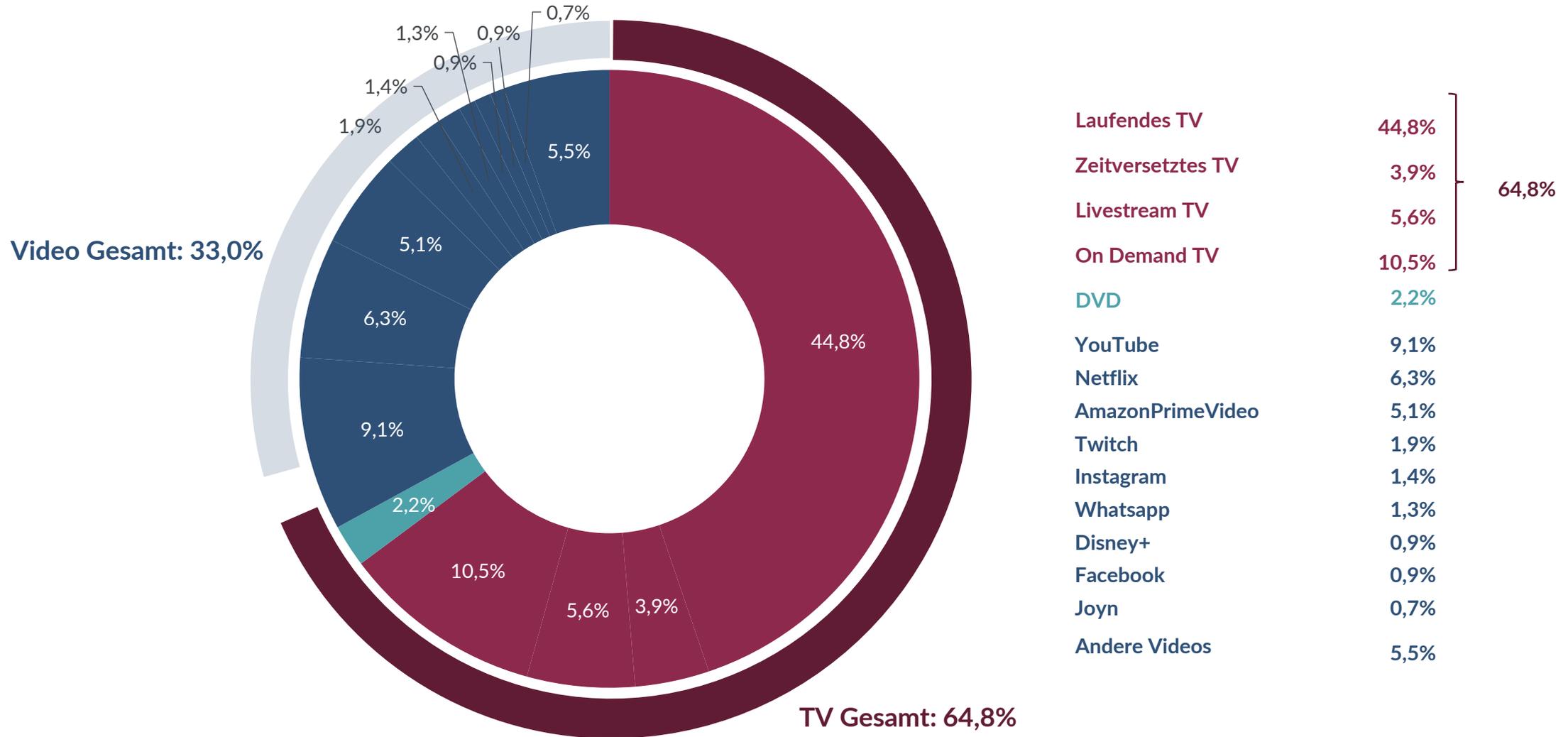
# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-29 Jahre (n = 823), in %



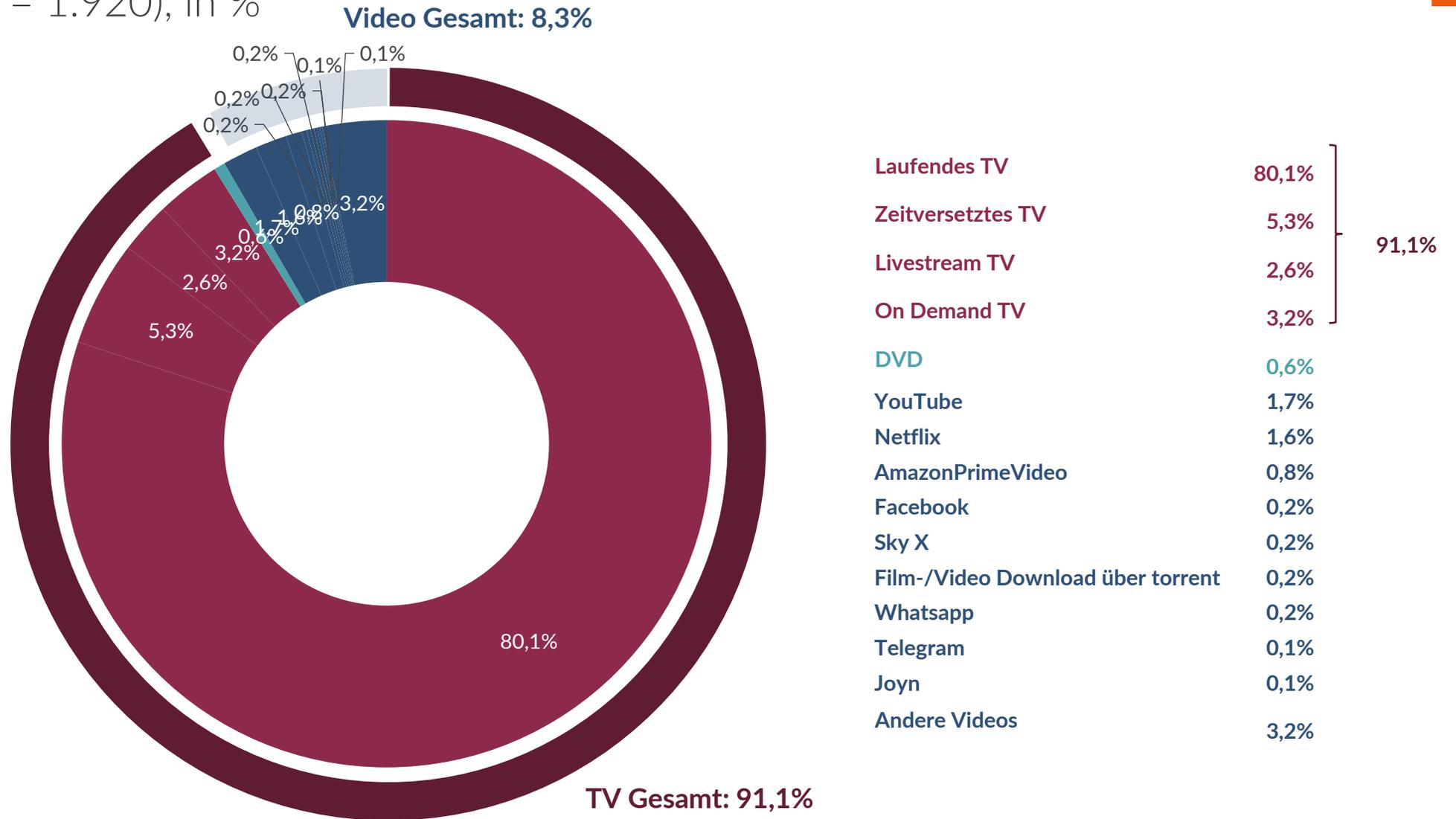
# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

30-49 Jahre (n = 1.256), in %



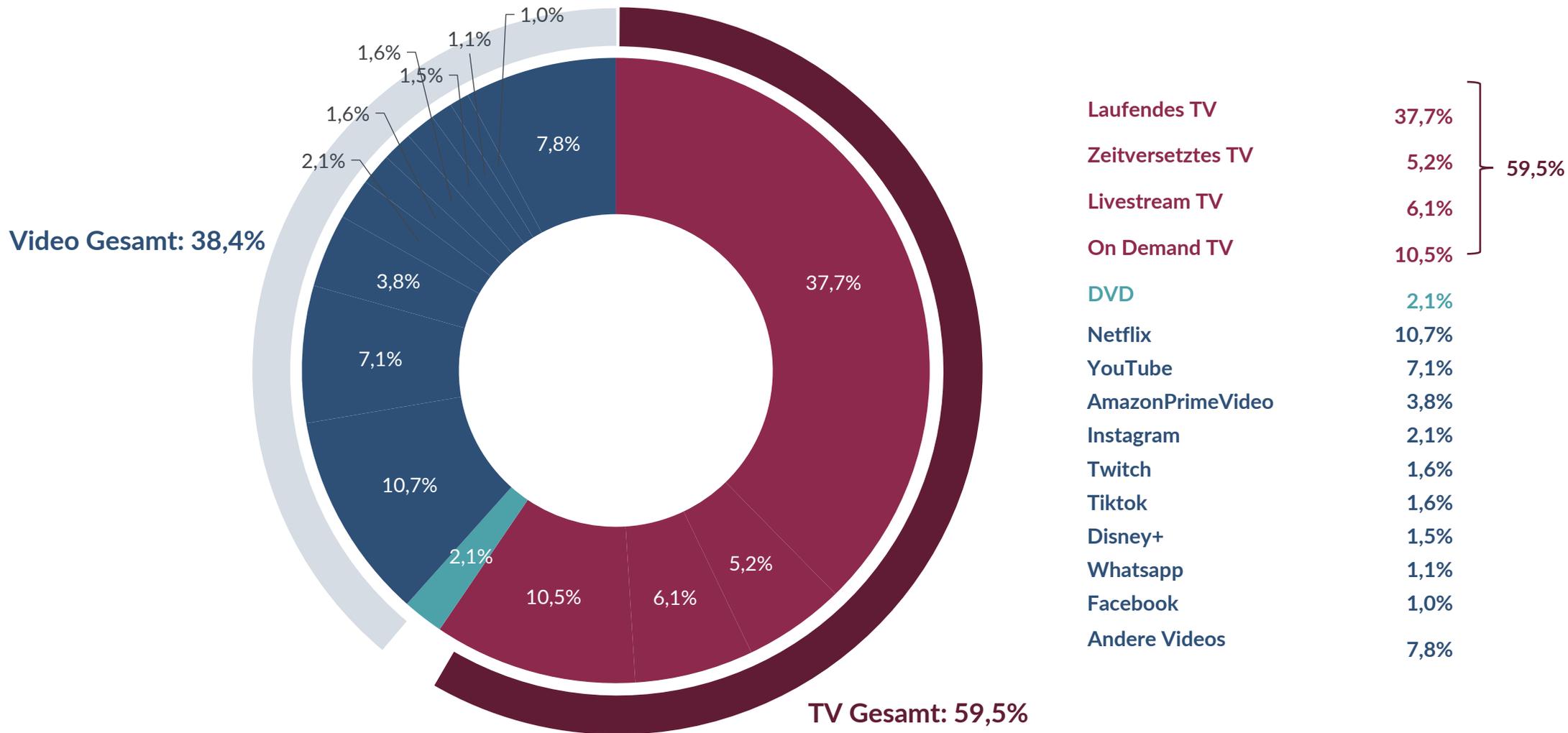
# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

50+ Jahre (n = 1.920), in %



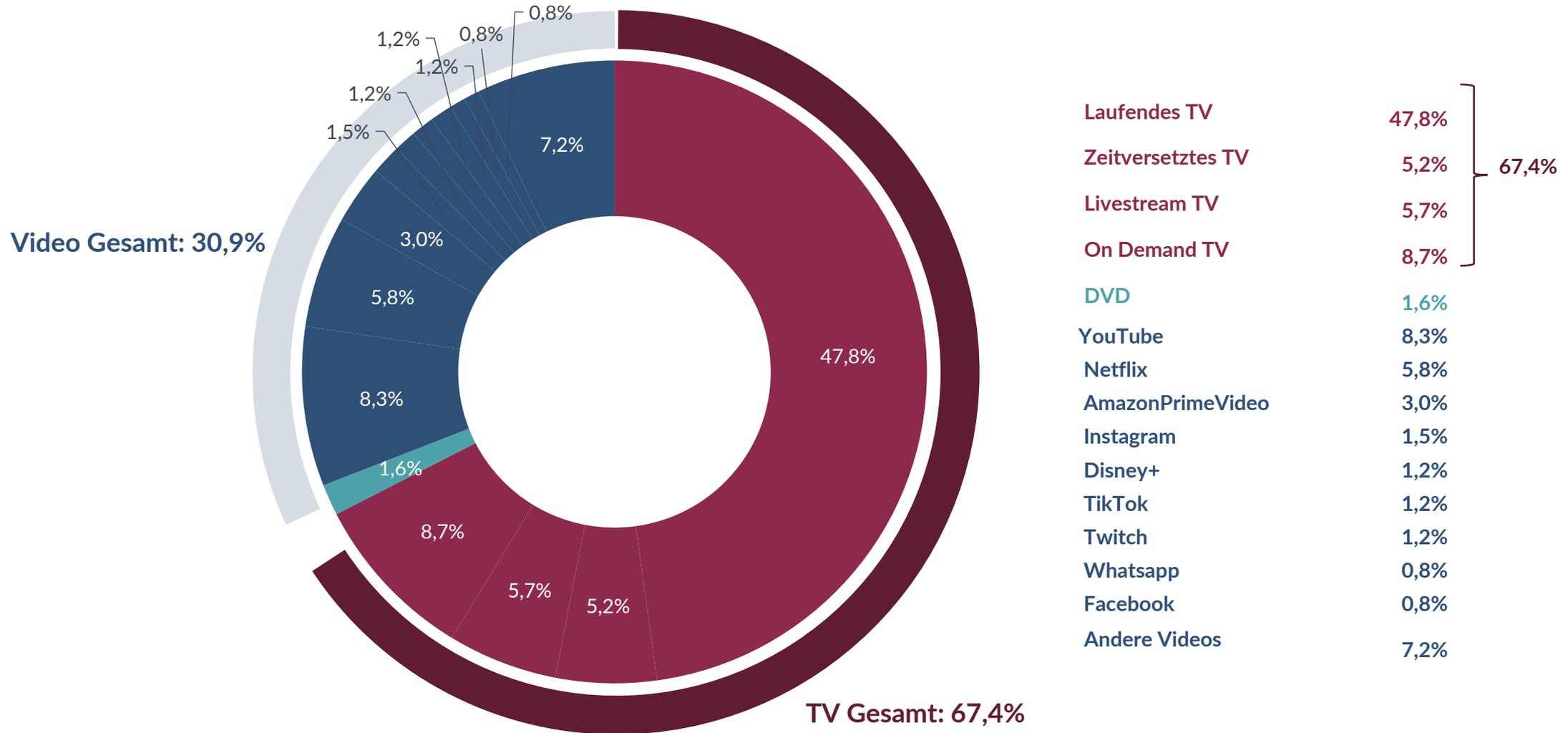
# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-49 Jahre (n = 2.080), in %



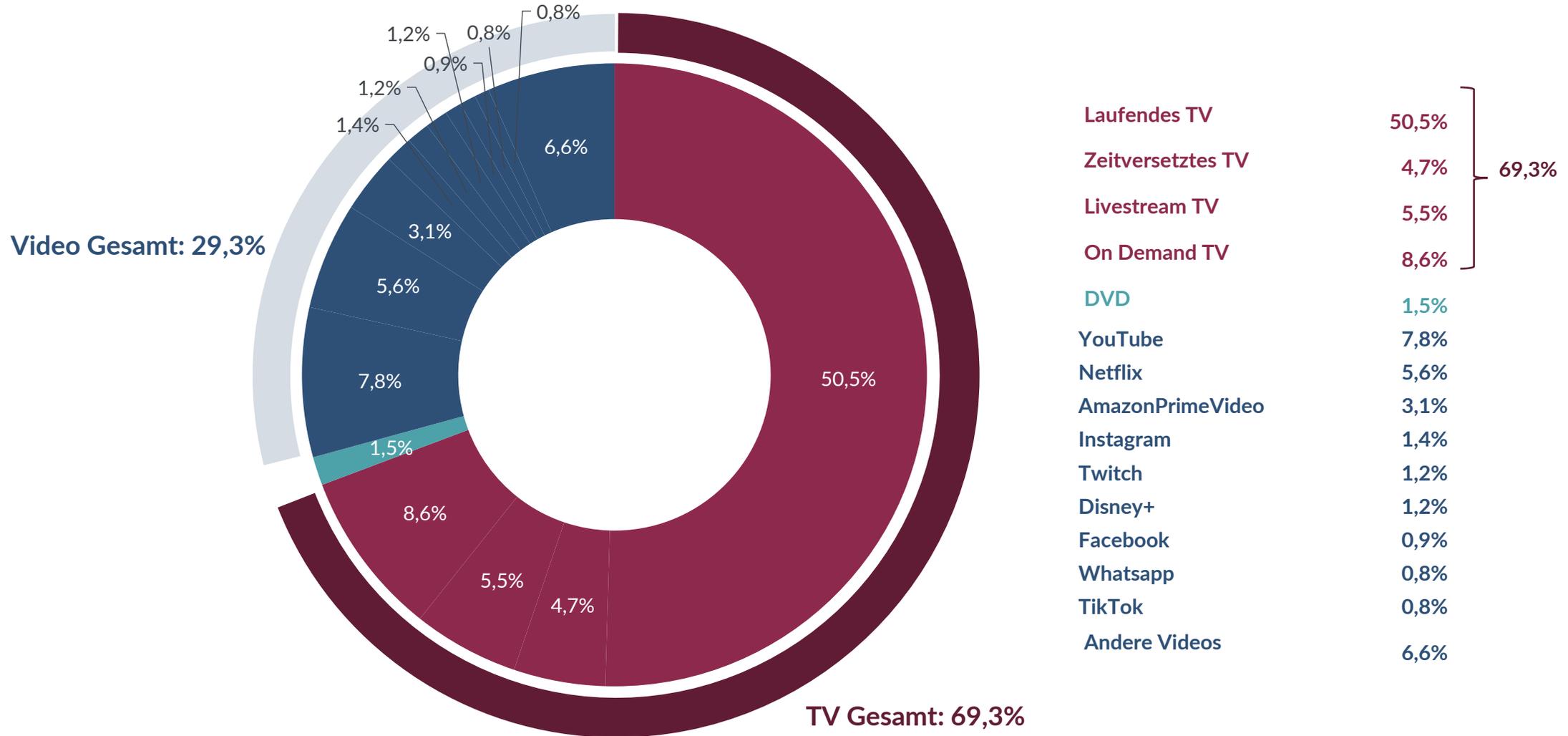
# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-59 Jahre (n = 2.784), in %



# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

20-59 Jahre (n = 2.511), in %

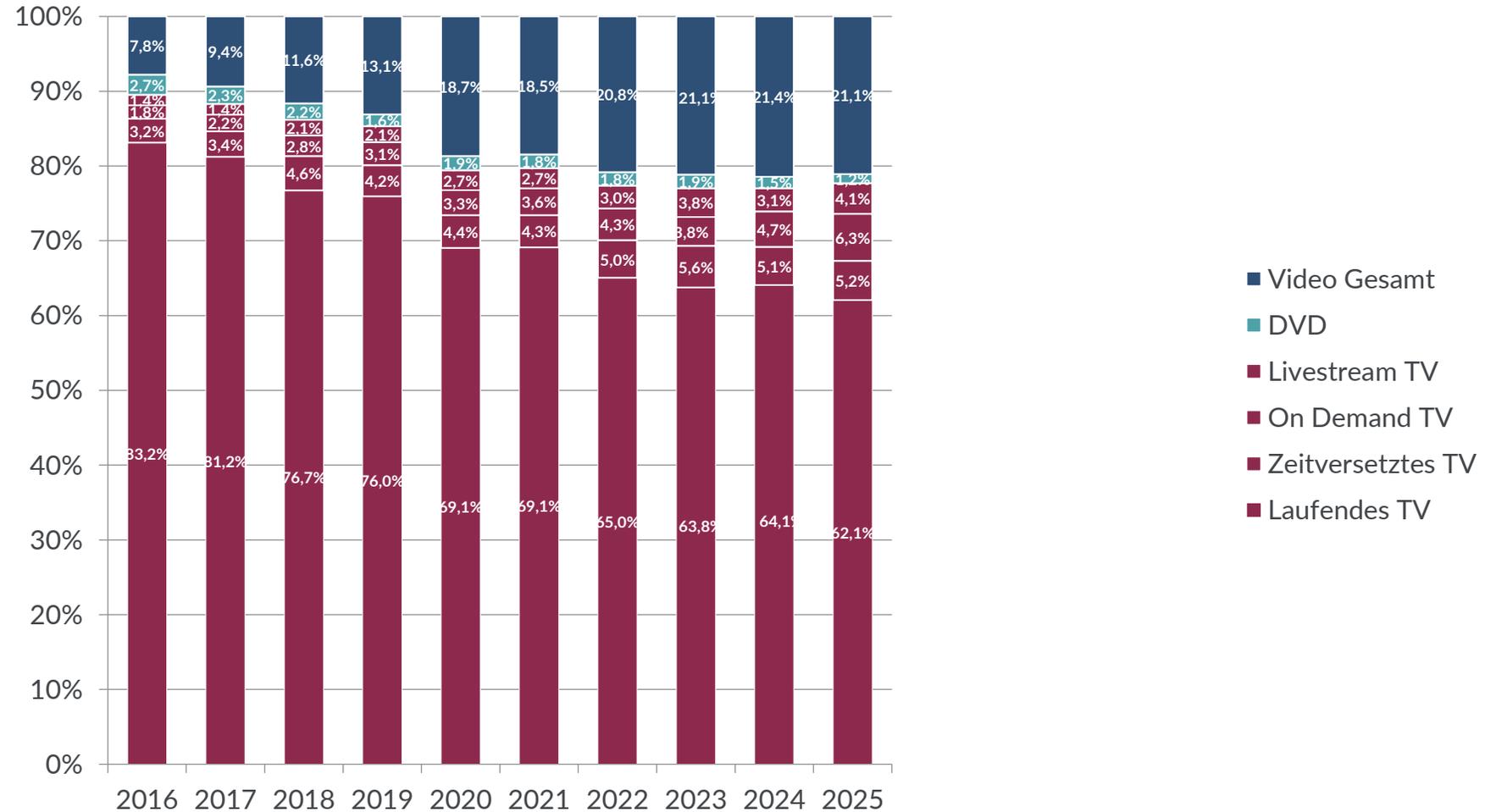


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14+ Jahre (n = 4.000), in %



Jahresvergleich



# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14+ Jahre (n = 4.000), in %



Jahresvergleich

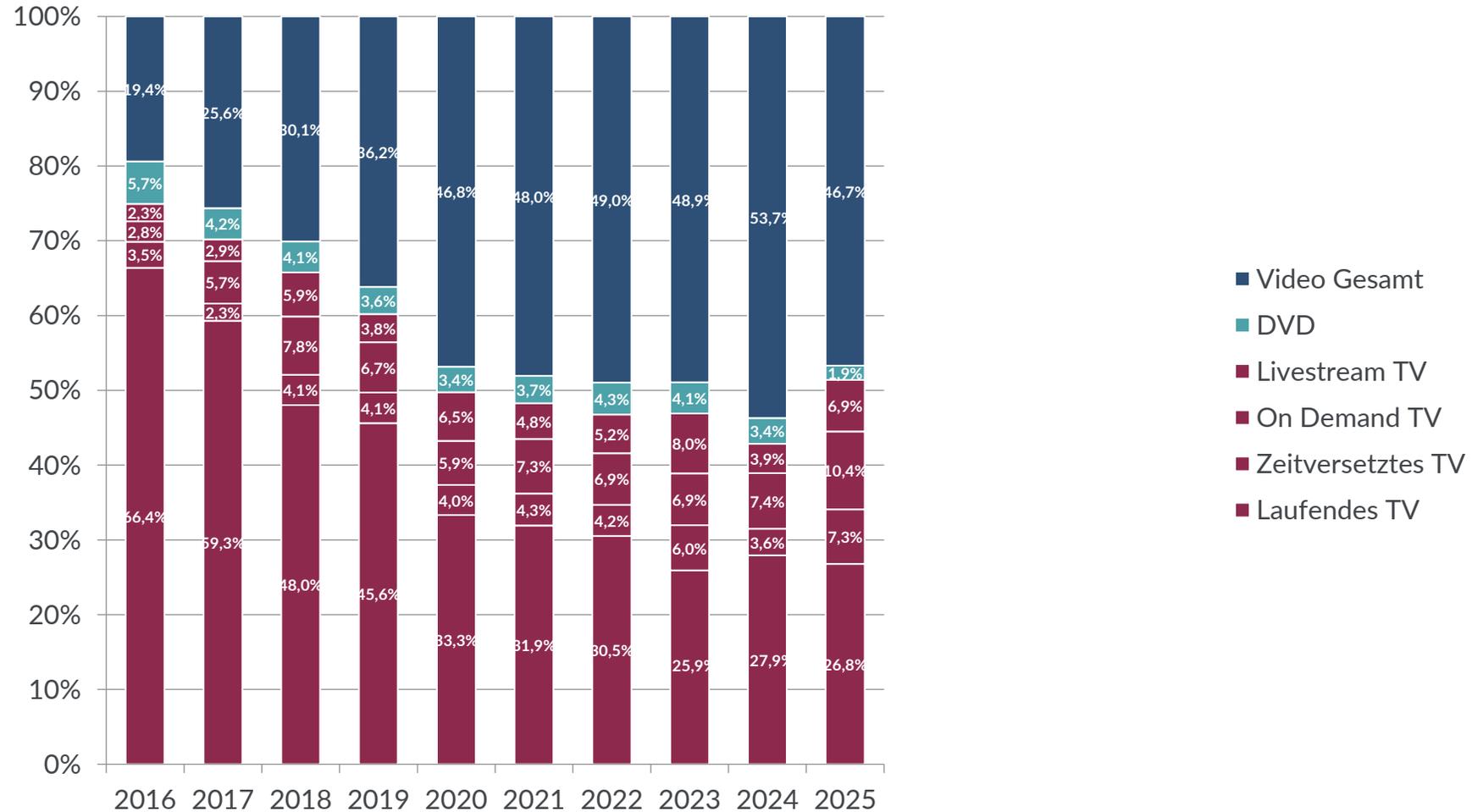


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-29 Jahre (n = 823), in %



Jahresvergleich

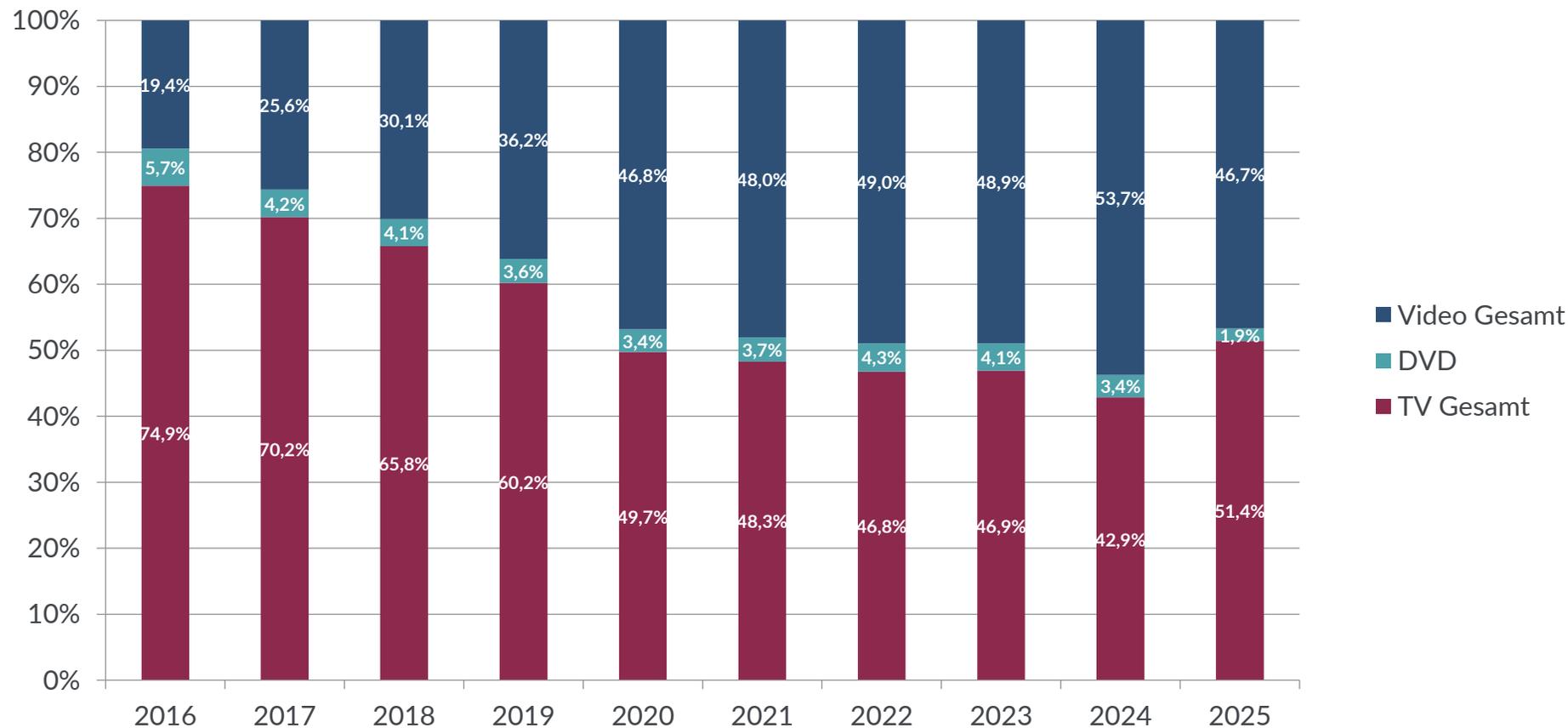


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-29 Jahre (n = 823), in %



Jahresvergleich

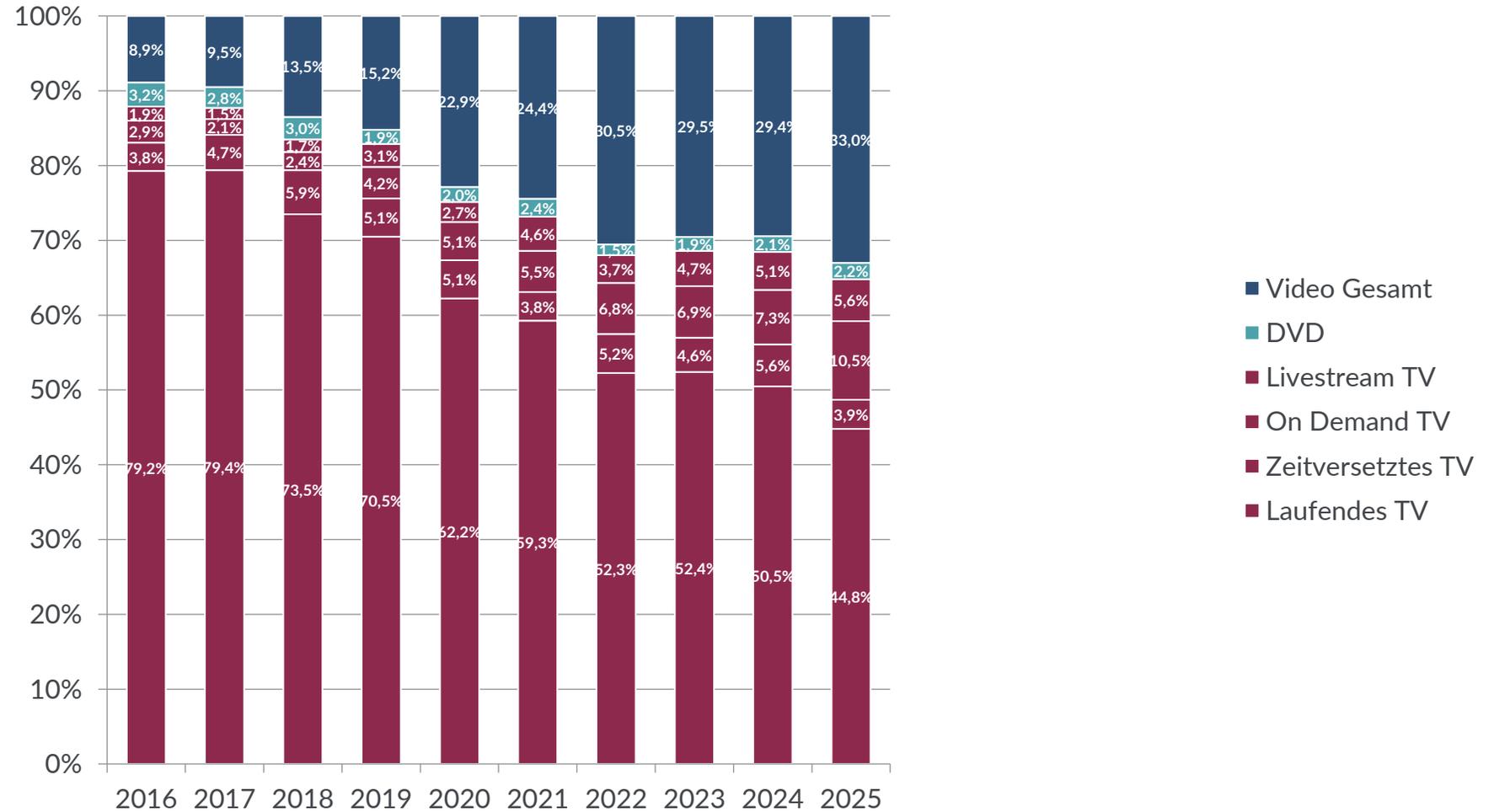


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

30-49 Jahre (n = 1.256), in %



Jahresvergleich

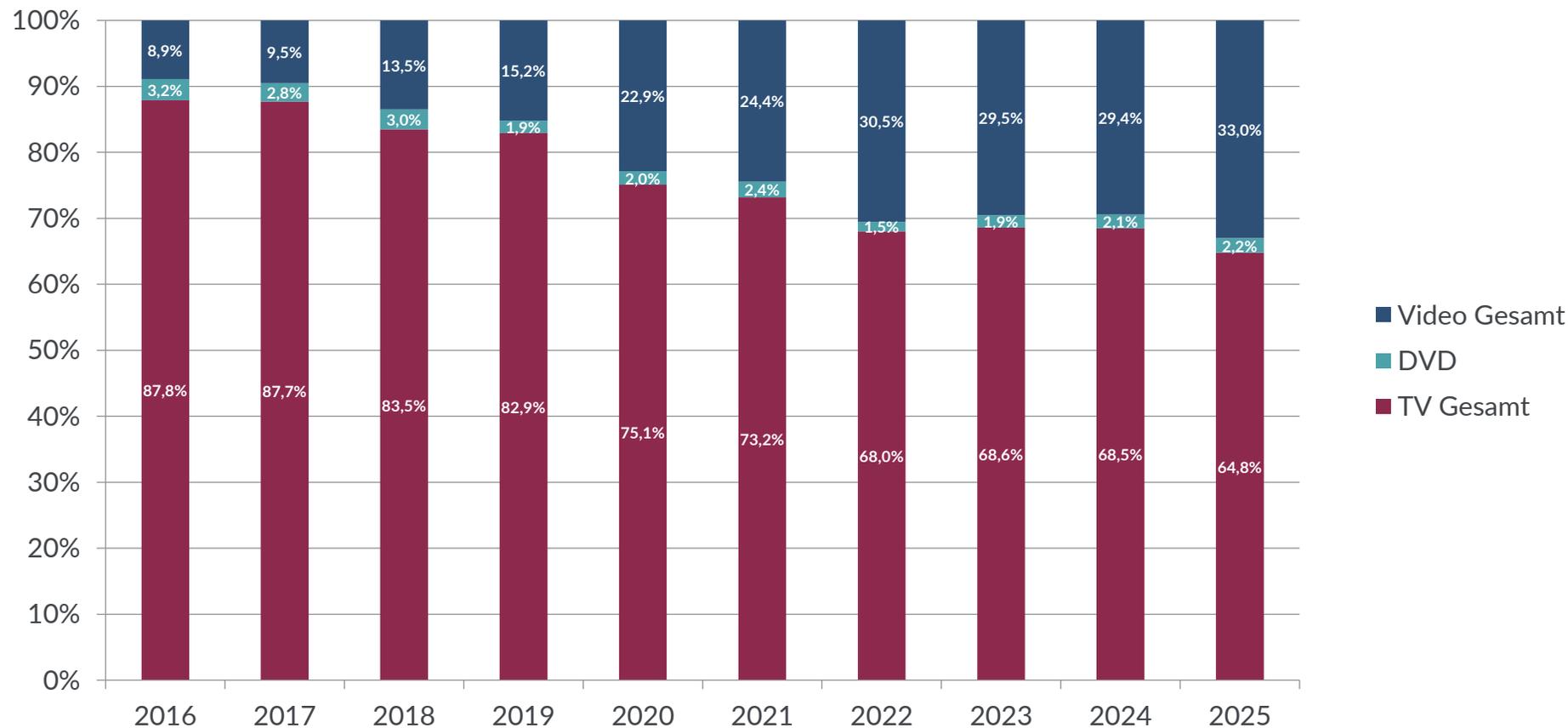


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

30-49 Jahre (n = 1.256), in %



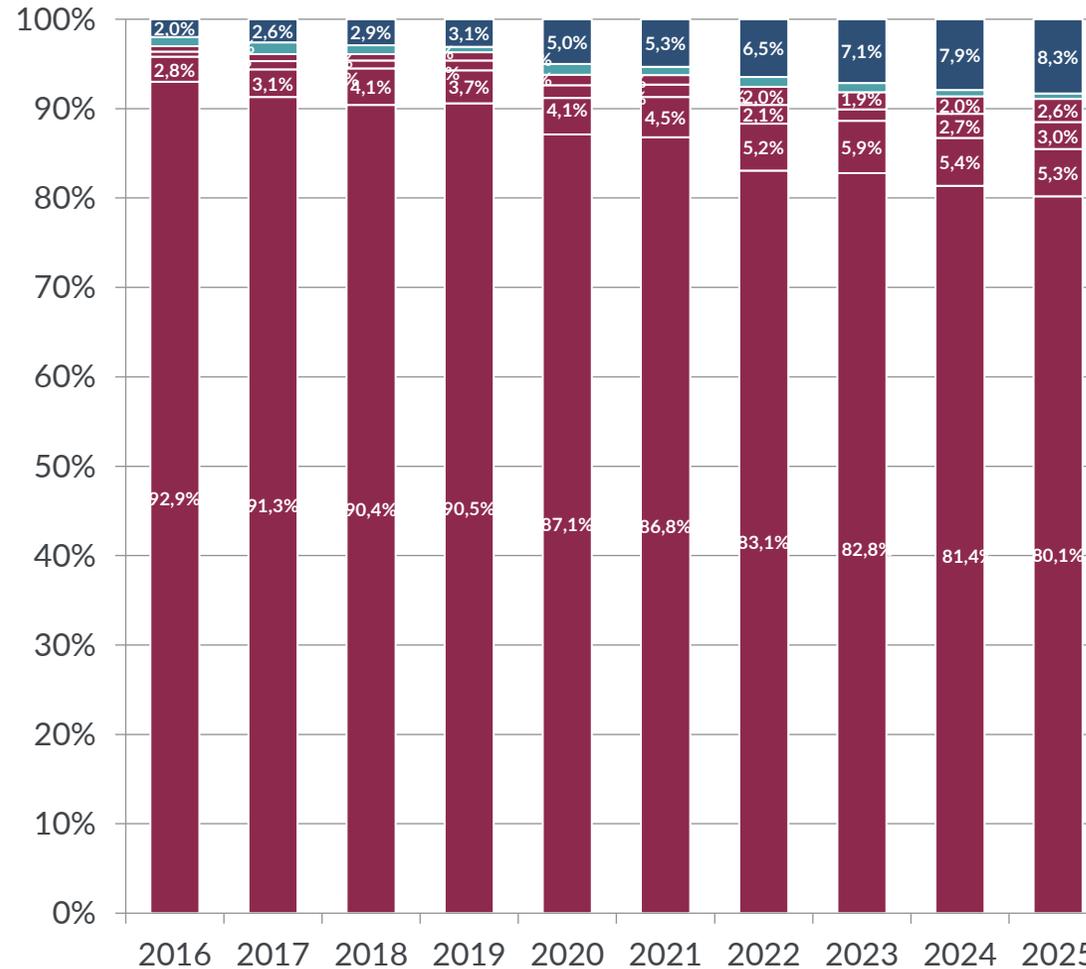
Jahresvergleich



# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

50+ Jahre (n = 1.920), in %

Jahresvergleich

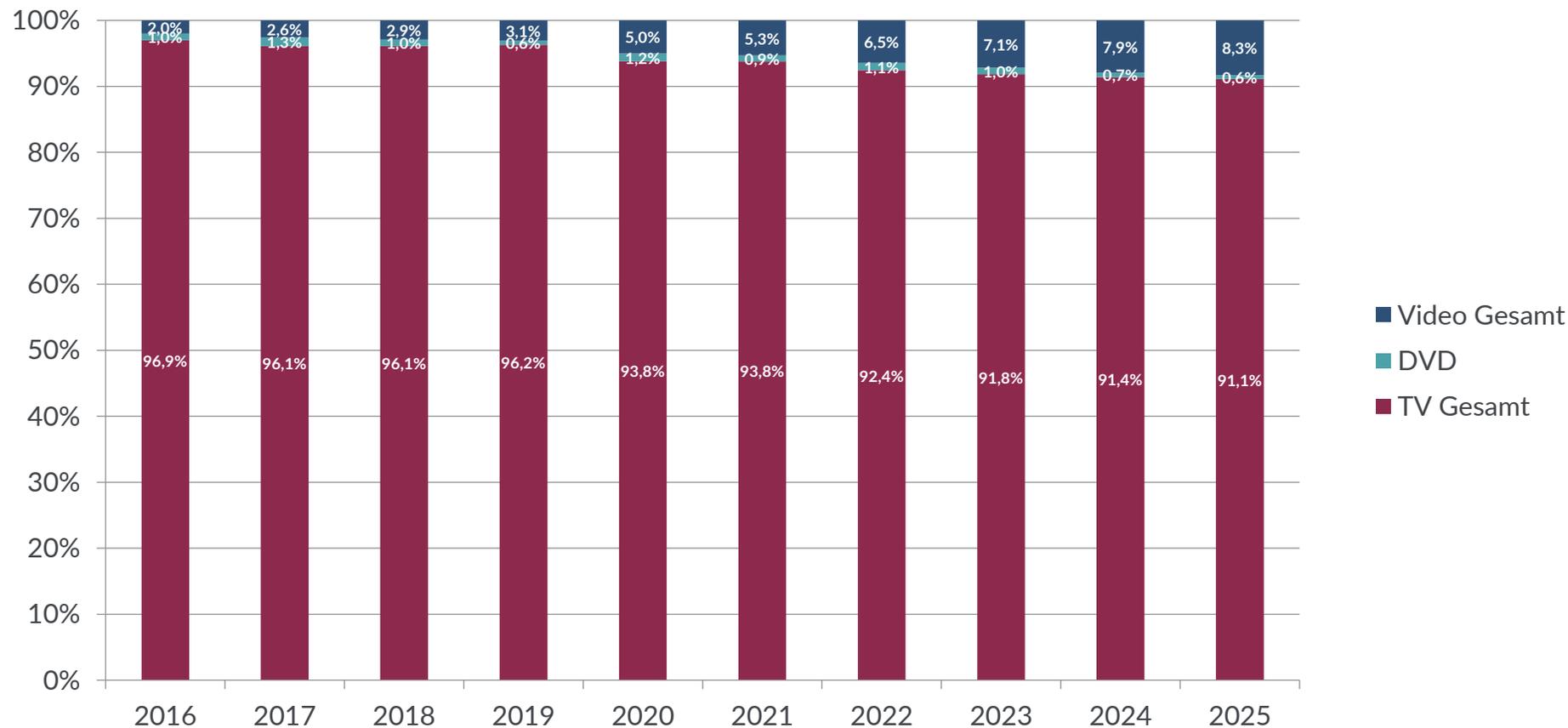


- Video Gesamt
- DVD
- Livestream TV
- On Demand TV
- Zeitversetztes TV
- Laufendes TV

# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

50+ Jahre (n = 1.920), in %

Jahresvergleich

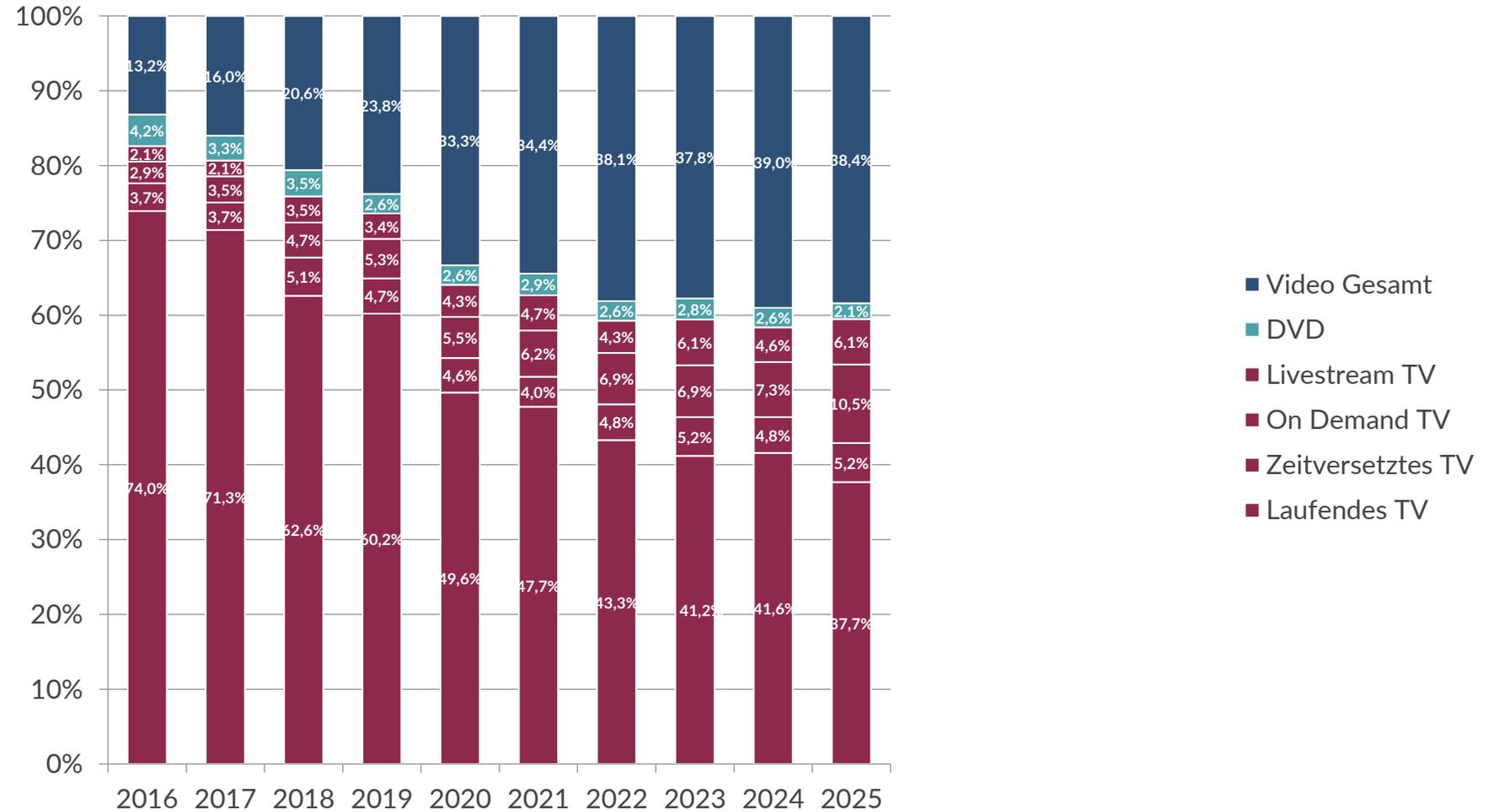


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-49 Jahre (n = 2.080), in %



Jahresvergleich

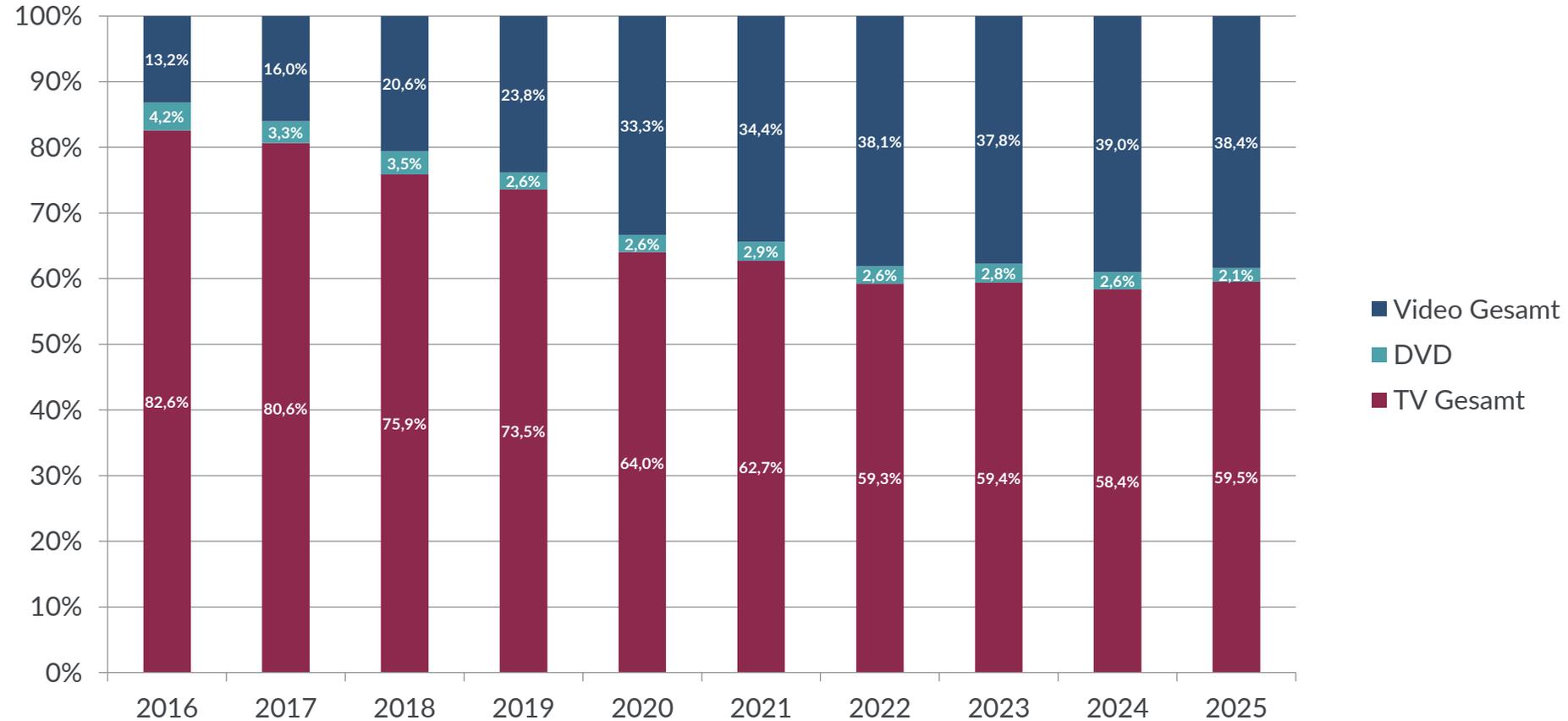


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-49 Jahre (n = 2.080), in %



Jahresvergleich

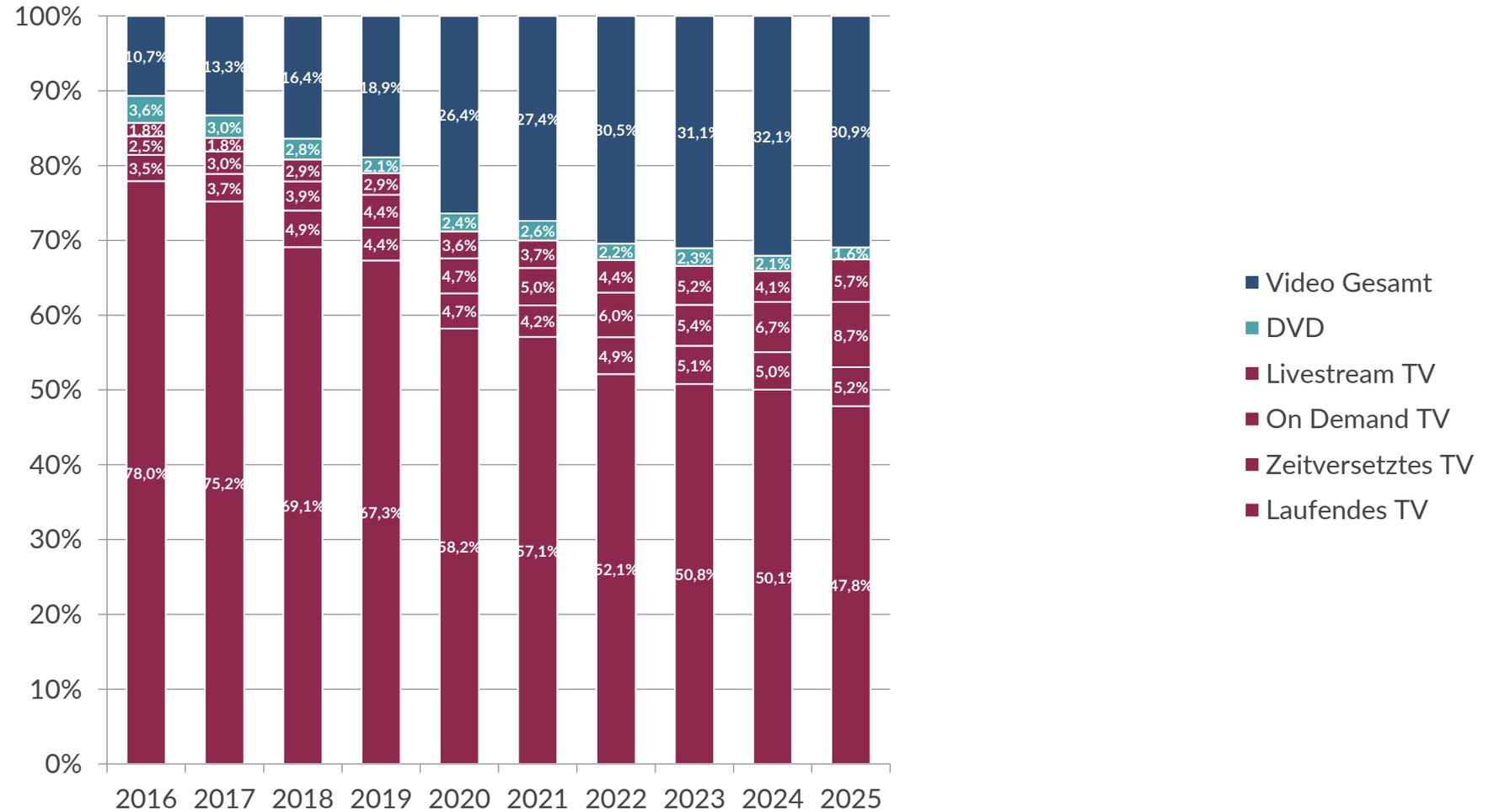


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-59 Jahre (n = 2.784), in %



Jahresvergleich

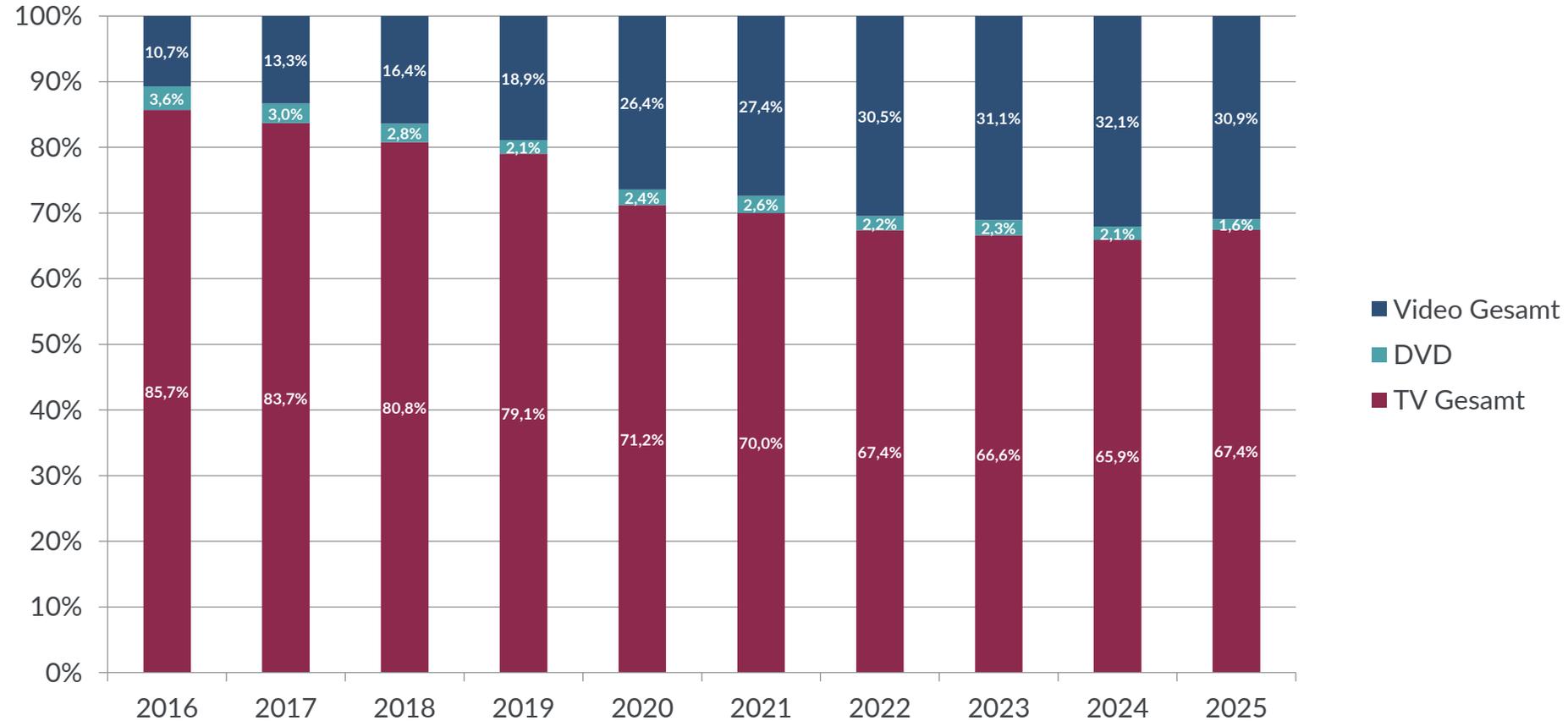


# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14-59 Jahre (n = 2.784), in %

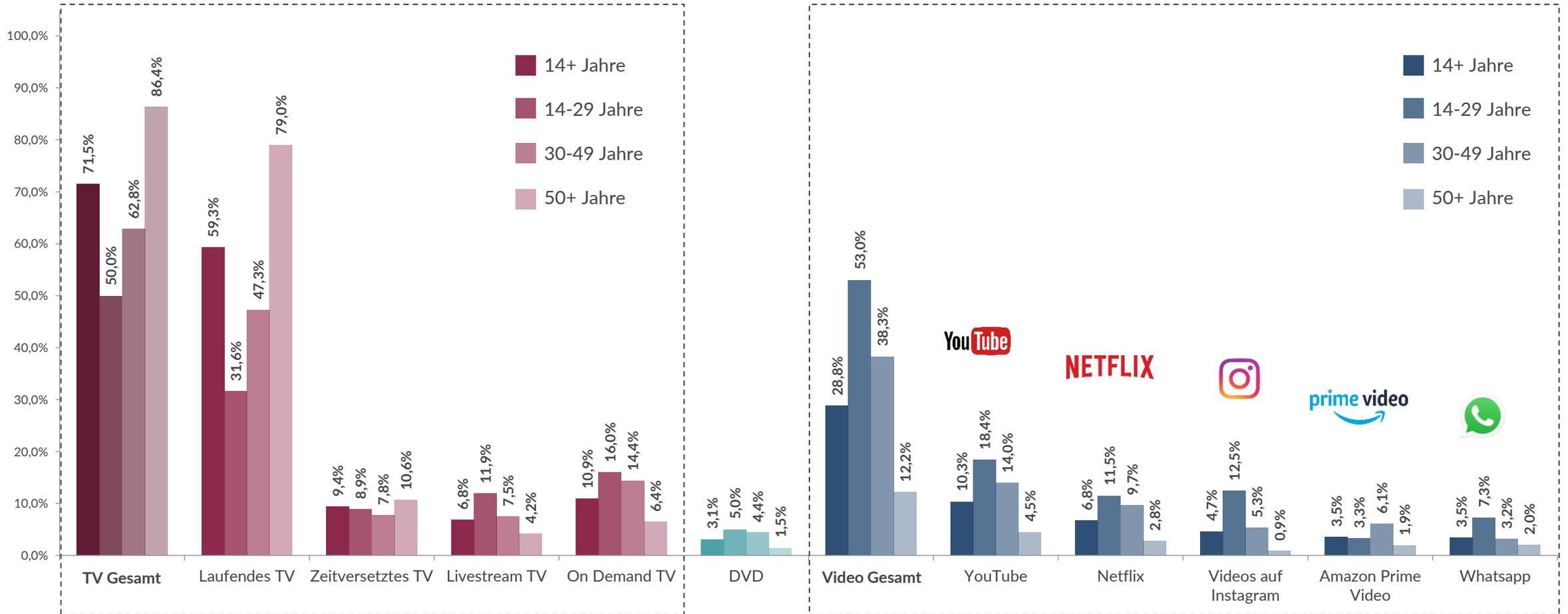


Jahresvergleich



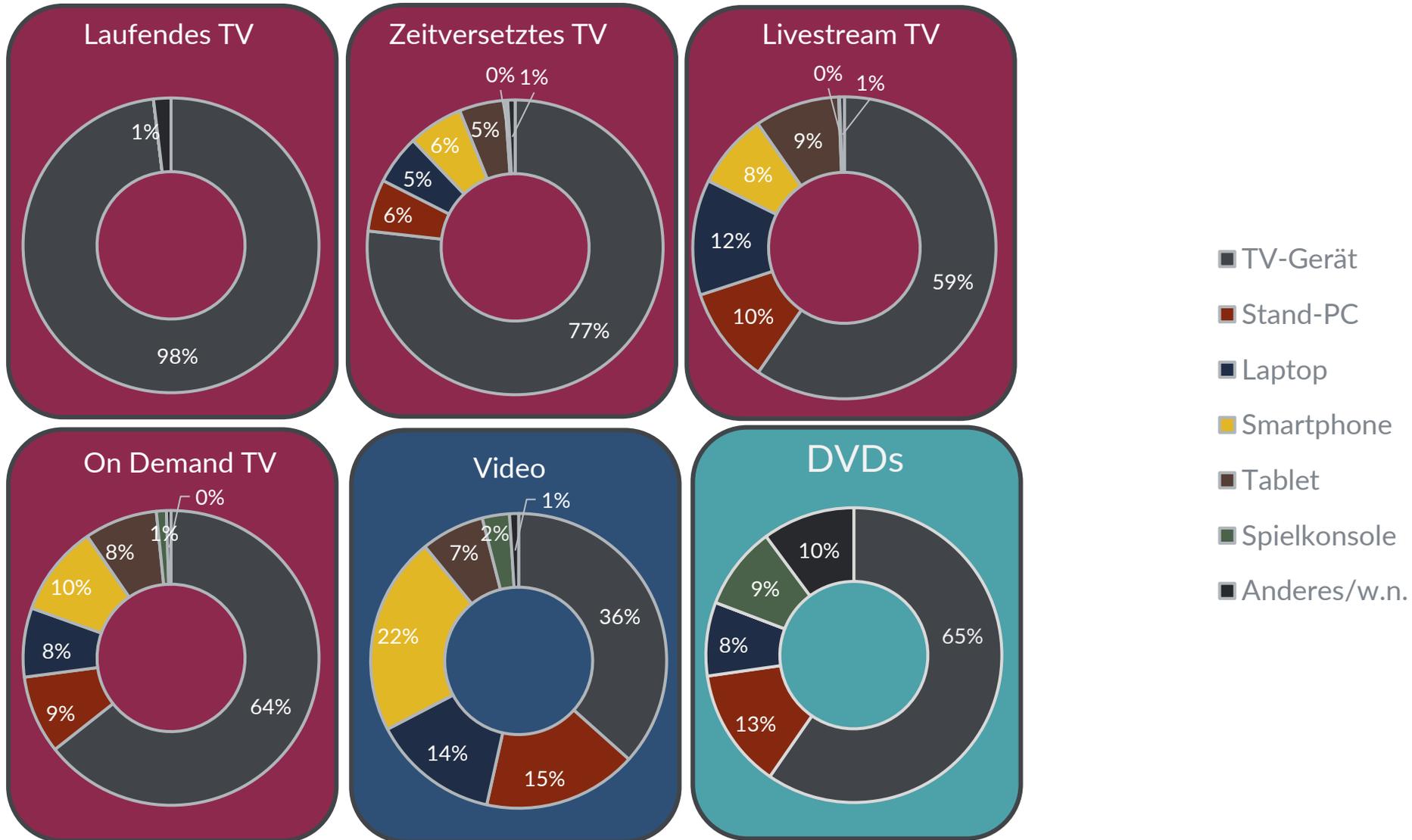
# Tagesreichweiten Videoplattformen

14+ Jahre (n = 4.000), in %



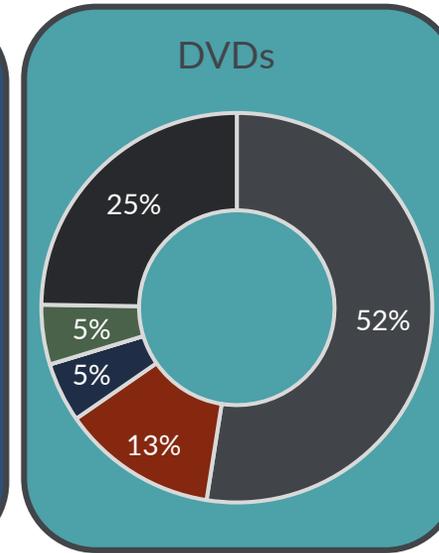
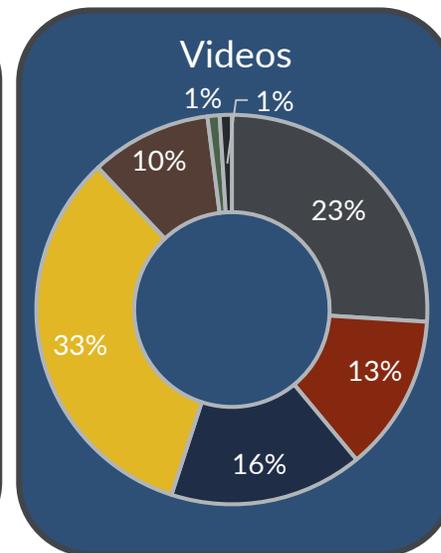
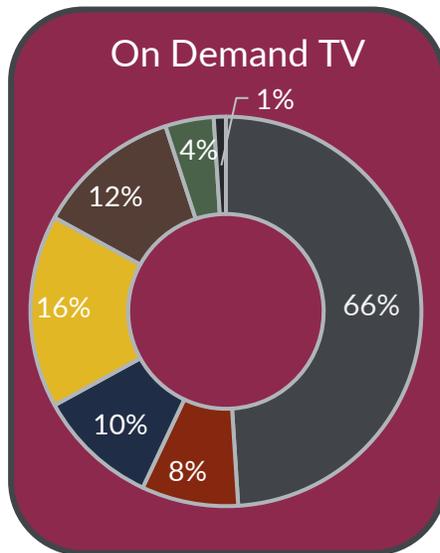
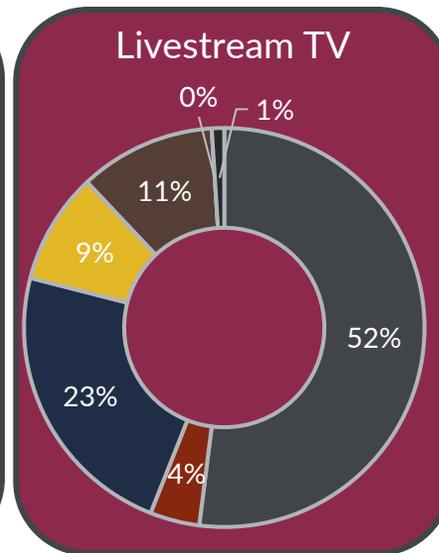
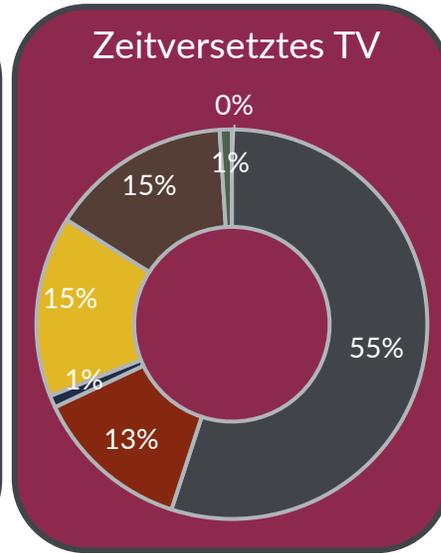
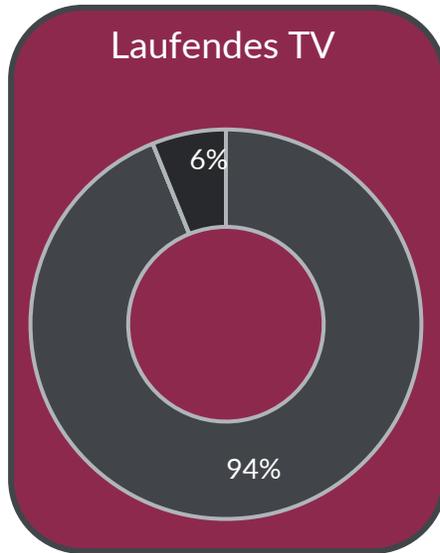
# Devices

Verteilung der Bewegtbildnutzung auf Devicetypen, 14+ in %



# Devices

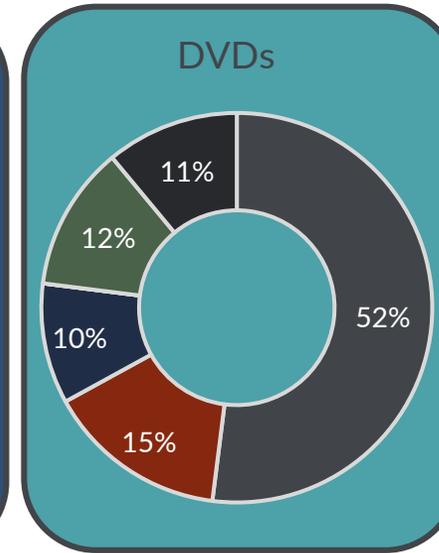
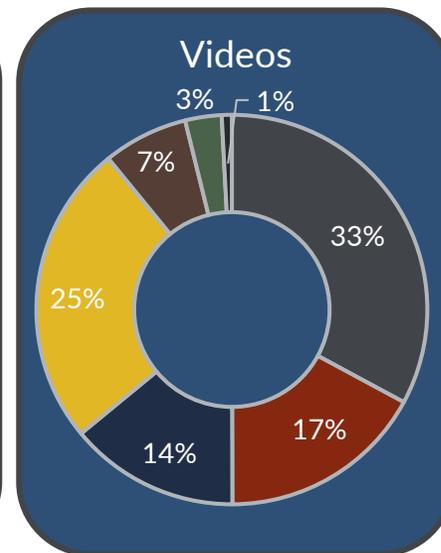
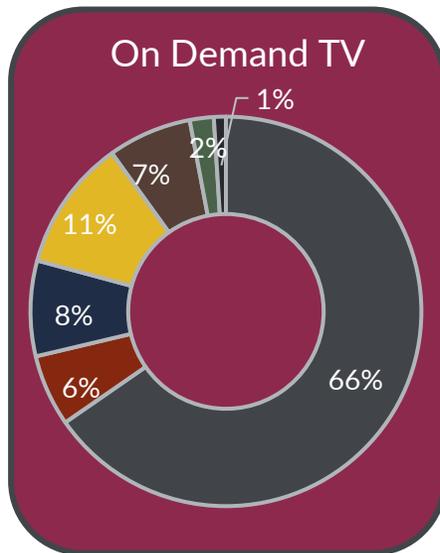
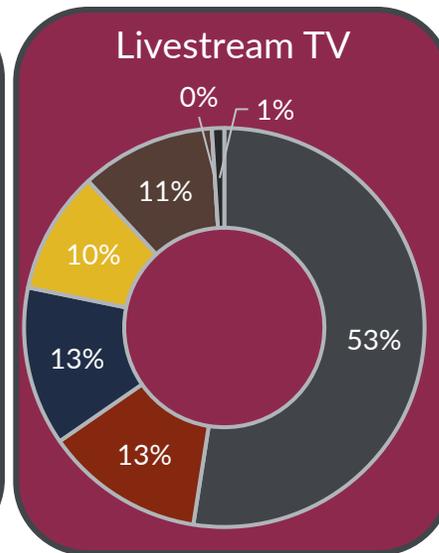
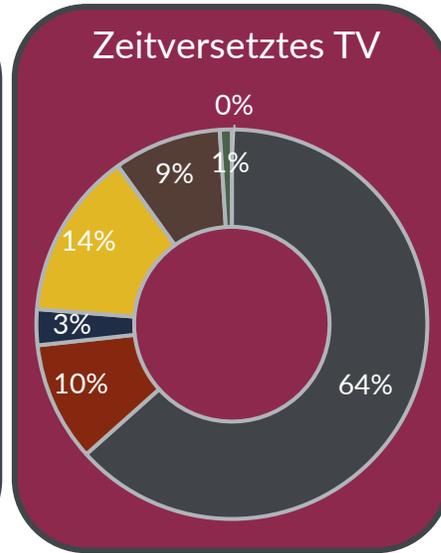
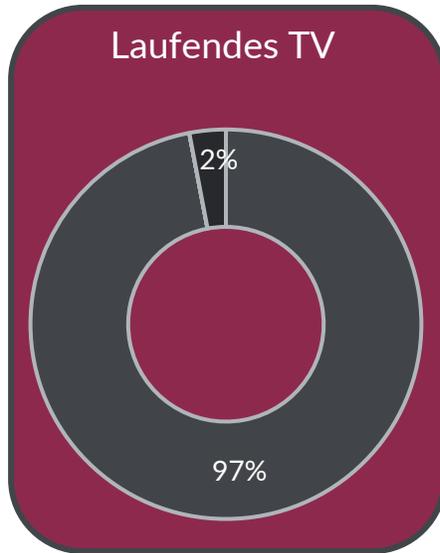
Verteilung der Bewegtbildnutzung auf Devicetypen, 14-29 Jahre in %



- TV-Gerät
- Stand-PC
- Laptop
- Smartphone
- Tablet
- Spielkonsole
- Anderes/w.n.

# Devices

Verteilung der Bewegtbildnutzung auf Devicetypen, 14-49 Jahre in %



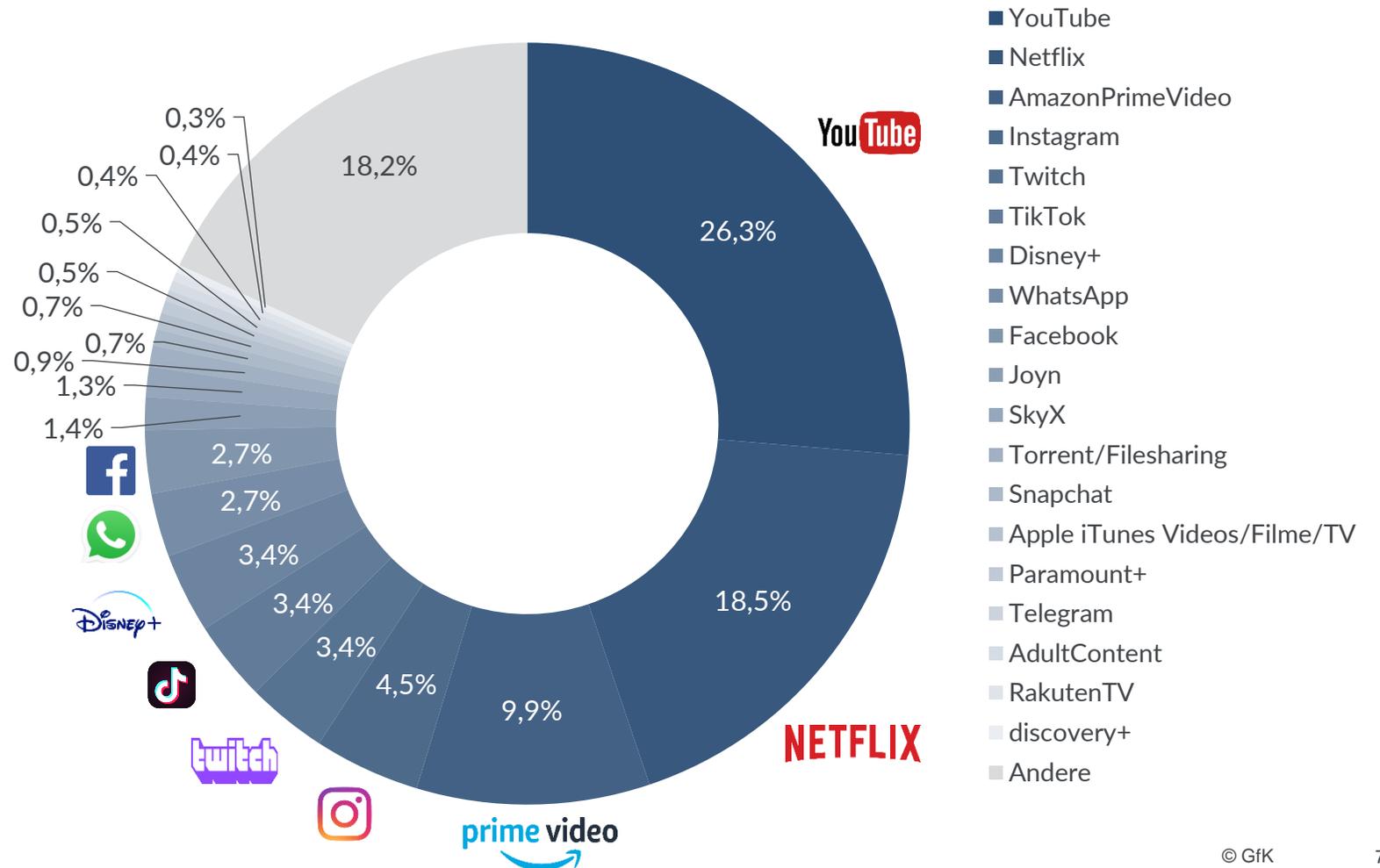
- TV-Gerät
- Stand-PC
- Laptop
- Smartphone
- Tablet
- Spielkonsole
- Anderes/w.n.

# Bewegtbildnutzung auf Videoplattformen

Verteilung der Videonutzung gestern gesamt 14+, in %

Plattform	Prozent
YouTube	26,3%
Netflix	18,5%
AmazonPrimeVideo	9,9%
Instagram	4,5%
Twitch	3,4%
TikTok	3,4%
Disney+	3,4%
WhatsApp	2,7%
Facebook	2,7%
Joyn	1,4%
SkyX	1,3%
Torrent/Filesharing	0,9%
Snapchat	0,7%
Apple iTunes Videos/Filme/TV	0,7%
Paramount+	0,5%
Telegram	0,5%
AdultContent	0,4%
RakutenTV	0,4%
discovery+	0,3%
Andere/w.n.	18,2%
<b>Summe</b>	<b>100%</b>

Durchschnittliche Videonutzung pro Tag: 47 Minuten

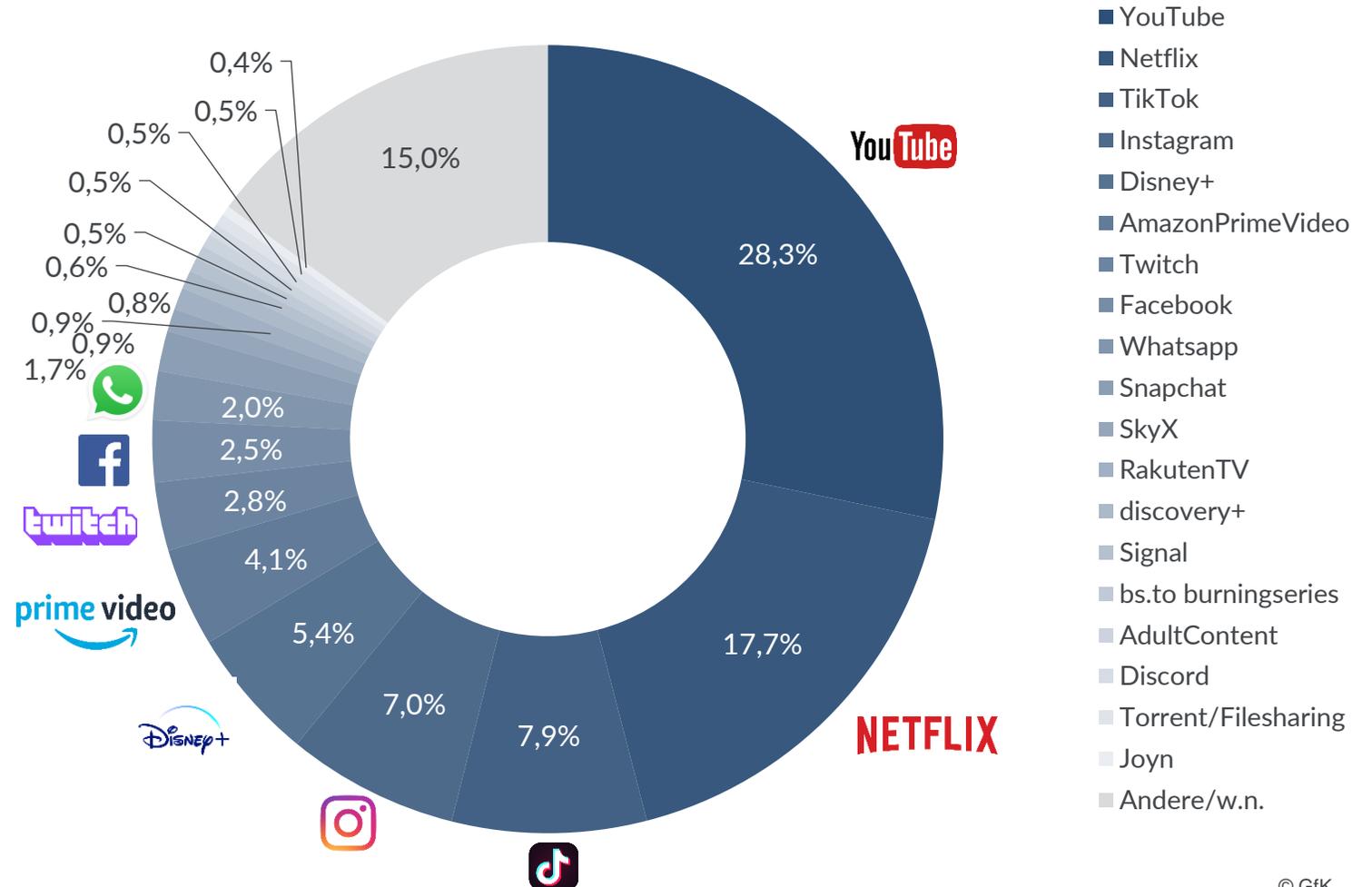


# Bewegtbildnutzung auf Videoplattformen

Verteilung der Videonutzung gestern gesamt 14-29 Jahre, in %

Plattform	Prozent
YouTube	28,3%
Netflix	17,7%
TikTok	7,9%
Instagram	7,0%
Disney+	5,4%
AmazonPrimeVideo	4,1%
Twitch	2,8%
Facebook	2,5%
Whatsapp	2,0%
Snapchat	1,7%
SkyX	0,9%
RakutenTV	0,9%
discovery+	0,8%
Signal	0,6%
bs.to burningseries	0,5%
AdultContent	0,5%
Discord	0,5%
Torrent/Filesharing	0,5%
Joyn	0,4%
Andere/w.n.	15,0%
<b>Summe</b>	<b>100%</b>

Durchschnittliche Videonutzung pro Tag: 86 Minuten

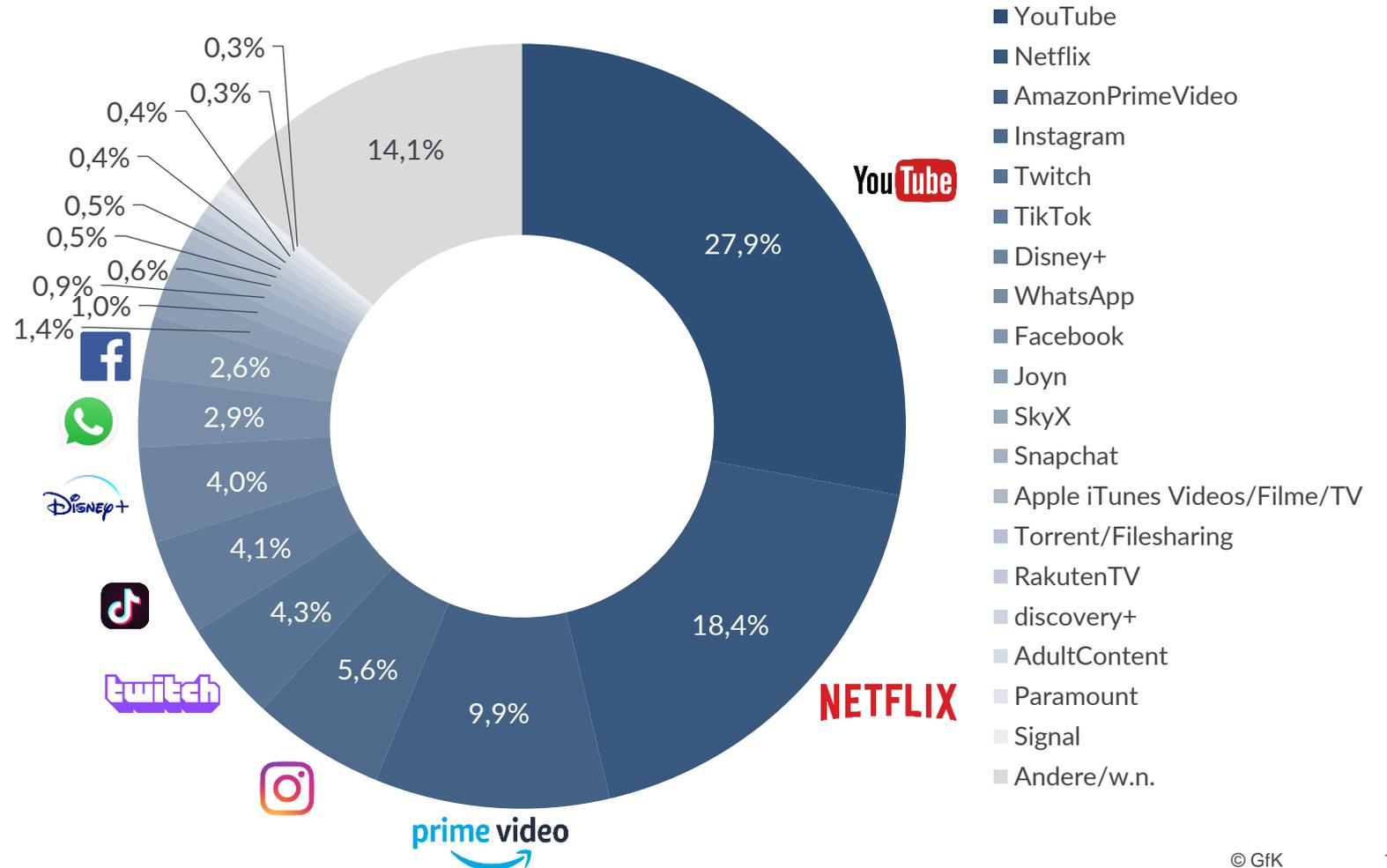


# Bewegtbildnutzung auf Videoplattformen

Verteilung der Videonutzung gestern gesamt 14-49 Jahre, in %

Plattform	Prozent
YouTube	27,9%
Netflix	18,4%
AmazonPrimeVideo	9,9%
Instagram	5,6%
Twitch	4,3%
TikTok	4,1%
Disney+	4,0%
WhatsApp	2,9%
Facebook	2,6%
Joyn	1,4%
SkyX	1,0%
Snapchat	0,9%
Apple iTunes Videos/Filme/TV	0,6%
Torrent/Filesharing	0,5%
RakutenTV	0,5%
discovery+	0,4%
AdultContent	0,4%
Paramount	0,3%
Signal	0,3%
Andere/w.n.	14,1%
<b>Summe</b>	<b>100%</b>

Durchschnittliche Videonutzung pro Tag: 71 Minuten



# Feldbericht

# Feldbericht

## Samplestruktur



Geschlecht	Ist	Soll
Männlich	55,2%	48,9%
Weiblich	44,7%	50,9%
Divers*	0,2%	0,2%

Alter	Ist	Soll
14-29 Jahre	15%	21%
30-49 Jahre	29%	31%
50-69 Jahre	37%	32%
70+ Jahre	19%	16%

Schulbildung	Ist	Soll
ohne Matura	42%	65%
AHS/BHS	27%	17%
Uni/Hochschule	30%	18%

Wochentag	Ist	Soll
Montag	14,7%	14,3%
Dienstag	14,2%	14,3%
Mittwoch	14,2%	14,3%
Donnerstag	14,3%	14,3%
Freitag	14,5%	14,3%
Samstag	13,4%	14,3%
Sonntag	14,6%	14,3%

Ortsgröße	Ist	Soll
9	23%	22%
8	15%	13%
5-7	29%	28%
3-4	21%	23%
1-2	12%	14%

Bundesland	Ist	Soll
Vbg	4%	4%
T	7%	8%
Sbg	5%	6%
OÖ	15%	17%
Ktn	6%	6%
Stmk	14%	14%
Bgld	4%	3%
NÖ	21%	19%
Wien	23%	22%

\*ohne Gewichtungsvorgaben

# Feldbericht

## Abbruchstatistik



Gestartete Interviews

n = 7.346 Interviews



Abgeschlossene Interviews

n = 4.182 Interviews (57%)



Abgebrochene Interviews

n = 3.164 Interviews (43%)

### Top 3 Abbrüche (prozentuiert auf die abgebrochenen Interviews):

- 1) Geräteumstieg Tagesablauf (31%)
- 2) Devicefrage im Tagesablauf (16%)
- 3) Einstieg Tagesablauf/Tutorial (10%)

# Feldbericht



## Feedback der Respondenten

Feedback gesamt

n = 2.607 Interviews (62% der abgeschlossenen Interviews)

Bewertung auf einer Skala von 1 (niedrigste Bewertung) bis 10 (höchste Bewertung)

Gesamtbewertung

MW 7,5

	1 - Sehr zutreffend	2	3	4	5 - Überhaupt nicht zutreffend
Interessant	38%	33%	21%	6%	2%
Klar verständlich	53%	28%	14%	4%	1%
Zu lang	12%	20%	24%	21%	23%
Wiederholend	8%	13%	22%	23%	34%



Growth  
from  
Knowledge