

PULS 4 Brandtracker 2024

Einleitung:

Die Empfangs-Möglichkeiten von TV-Inhalten haben sich enorm gesteigert.

Neben Live-Nutzung über klassische Vertriebskanälen werden immer mehr OnDemand Nutzungs-Möglichkeiten über Streaming-Anbieter wichtiger.

Welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf unsere TV-Marken und die Sendungs-Marken vor allem auch vor dem Hintergrund des Launches von Joyn als Streamer wo alle Inhalte von PULS 4 abrufbar sind.

Durch ein kontinuierliches Tracking können diese Entwicklungen analysiert werden.

Methode: Online-Interviews (CAWI)

Statistik

Basis: 15+ Jahre | Verteilung ungewichtet (Fallzahl / in %)

Geschlecht

Männlich	1 534	50%
Weiblich	1 546	50%

Alter

15-29 Jahre	845	27%
30-39 Jahre	712	23%
40-49 Jahre	682	22%
50-59 Jahre	841	27%

Bundesland

Wien	700	23%
Niederösterreich	581	19%
Burgenland	95	3%
Steiermark	434	14%
Kärnten	184	6%
Oberösterreich	492	16%
Salzburg	185	6%
Tirol	260	8%
Vorarlberg	149	5%

Ortsgröße

Bis 5.000 Einwohner	968,0	31%
5.001 - 10.000 Einwohner	468,0	15%
10.001 - 50.000 Einwohner	479,0	16%
50.001 - 1 Million Einwohner	465,0	15%
Mehr als 1 Million Einwohner	700,0	23%

Bildung

Pflichtschule	200	6%
Berufsschule, Lehre, Fach-, Handelsschule (ohne Matura)	1 088	35%
Matura	935	30%
Fachhochschule/Universität	857	28%

HH-Größe

1 Person (ich selbst)	715	23%
2 Personen	1 010	33%
3 Personen	620	20%
4 Personen	504	16%
5 Personen und mehr	231	8%

Berufstätigkeit

Voll berufstätig (od. Frauen in Karenz) m..	2 060	67%
Teilweise berufstätig (weniger als halbz..	296	10%
Lehrling	32	1%
Einkommen OHNE Berufsausübung (Alim..	16	1%
Witwe OHNE eigenen Beruf; Pension od. ..	5	0%
Schüler (= Haupttätigkeit)	96	3%
Student (= Haupttätigkeit)	204	7%
Arbeitslos	161	5%
Eigene Pension/Rente	143	5%
Im Haushalt tätig OHNE eigenes Einkom..	49	2%
Mithelfende Familienangehörige	18	1%

HH-führend

Ja, ich bin für die Haushaltsführu..	1 486	48%
Ja, ich bin für die Haushaltsführu..	1 379	45%
Nein, ich bin nicht für die Hausha..	215	7%

Haupteinkommensbezieher

Ja	1 929	63%
Nein	1 151	37%

Geburtsland

In Österreich	2 715	88%
Nicht in Österreich	365	12%

Geburtsland Mutter

Österreich	2 521	82%
anderes Land	559	18%

Geburtsland Vater

Österreich	2 526	82%
anderes Land	554	18%

Migrationshintergrund

beide Elternteile	120	4%
ein Elternteil	193	6%
selbst	365	12%
kein Migrationshintergrund	2 402	78%

Genre nach den häufigsten Nutzungsquellen

Basis: 15-59 Jahre und Seher des Genre | Top 1-“am häufigsten“ bis “am 5-häufigsten genutzt“ | Reihung nach “am häufigsten“, Top 20 Nennungen

News/Newsmagazine

	am häufigsten	am zweithäufi..	am dritthäufig..	am vierthäufi..	am fünfhäufi..	Top1-5
ORF 1	27%	14%	8%	4%	6%	15%
ORF 2	20%	16%	8%	6%	4%	13%
SERVUS TV	8%	10%	10%	7%	11%	9%
YouTube	10%	6%	6%	7%	8%	8%
PULS 4	2%	6%	6%	6%	4%	4%
ZDF	1%	5%	6%	7%	6%	4%
ATV	1%	4%	3%	6%	9%	4%
ORF-TVthek	5%	3%	4%	3%	3%	4%
ARD	2%	4%	6%	6%	2%	4%
RTL	2%	3%	5%	4%	5%	3%
PRO 7	2%	2%	3%	5%	2%	3%
PULS 24	2%	3%	3%	5%	2%	3%
Netflix	3%	3%	3%	1%	2%	3%
Amazon Prime Video	1%	3%	4%	3%	1%	2%
Oe24 TV	2%	2%	3%	1%	3%	2%
N-TV	1%	1%	4%	3%	1%	2%
ORF III	1%	2%	2%	2%	4%	2%
SAT.1	1%	1%	1%	2%	3%	1%
JOYN	1%	0%	2%	4%	3%	1%
Disney+	1%	1%	1%	1%	2%	1%
KABEL 1	1%	0%	1%	2%	2%	1%
VOX	1%	1%	1%	1%	1%	1%
RTL II	1%	1%	1%	1%	1%	1%
ATV 2	0%	0%	1%	1%	2%	1%
Sky	1%	1%	0%		1%	1%
Twitch	0%	1%	1%	1%	1%	1%
DMAX	1%	0%	1%	0%	2%	1%
ZDF NEO	0%	0%	0%	2%	1%	1%
KABEL 1 DOKU	0%	0%	0%	1%		0%
SUPER RTL	0%	0%	0%	1%	1%	0%
SAT.1 GOLD	0%	1%	0%		0%	0%
Magenta TV	0%	1%		1%	0%	0%

Reality TV

	am häufigsten	am zweithäufi..	am dritthäufi..	am vierthäufi..	am fünfhäufi..	Top1-5
Netflix	14%	7%	6%	4%	4%	9%
ATV	11%	7%	4%	5%	5%	7%
YouTube	9%	8%	7%	5%	7%	7%
RTL	9%	8%	7%	5%	5%	7%
JOYN	10%	8%	5%	3%	3%	7%
Amazon Prime Video	3%	7%	7%	6%	4%	5%
RTL II	6%	4%	5%	4%	3%	5%
PRO 7	3%	3%	5%	8%	6%	4%
VOX	3%	3%	5%	4%	6%	4%
SAT.1	1%	3%	5%	4%	6%	3%
RTL+	6%	2%	1%	2%	2%	3%
ORF 1	3%	2%	3%	5%	2%	3%
ORF 2	2%	2%	1%	3%	3%	2%
Disney+	1%	4%	3%	3%	2%	2%
ATV 2	2%	3%	3%	1%	4%	2%
SERVUS TV	2%	2%	2%	3%	3%	2%
PULS 4	1%	3%	2%	2%	2%	2%
DMAX	2%	3%	3%	1%	1%	2%
SIXX	1%	2%	2%	3%	2%	2%
KABEL 1	1%	1%	2%	2%	4%	2%
ZDF	0%	1%	2%	4%	1%	1%
SUPER RTL	1%	1%	2%	2%	2%	1%
KABEL 1 DOKU	0%	1%	2%	2%	2%	1%
PRO 7 MAXX	1%	2%	0%	1%	2%	1%
ORF III	0%	1%	2%		2%	1%
SAT.1 GOLD	1%	1%	1%	1%	2%	1%
ZDF NEO	1%	1%	1%	1%	1%	1%
PULS 24	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Twitch	1%	1%	1%	1%	0%	1%
ARD	0%	1%	1%	1%	2%	1%
SkyX	0%	0%	1%	2%	1%	1%
Oe24 TV	0%	1%	1%	0%	0%	1%

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Genre nach den häufigsten Nutzungsquellen

Basis: 15-59 Jahre und Seher des Genre | Top 1-“am häufigsten“ bis “am 5-häufigsten genutzt “ | Reihung nach “am häufigsten“, Top 20 Nennungen

Wahlsendungen

	am häufigsten	am zweithäufi..	am dritthäufig..	am vierthäufi..	am fünfthäufi..	Top1-5
ORF 1	27%	14%	12%	8%	3%	17%
ORF 2	22%	18%	7%	10%	3%	15%
SERVUS TV	8%	9%	11%	6%	12%	9%
YouTube	7%	6%	11%	8%	4%	7%
PULS 4	5%	7%	7%	5%	3%	5%
ORF-TVthek	4%	4%	4%	4%	7%	4%
ATV	2%	4%	4%	5%	6%	4%
Netflix	4%	4%	2%	4%		3%
PULS 24	2%	4%	3%	4%	6%	3%
ORF III	2%	3%	4%	1%	8%	3%
Amazon Prime Video	1%	5%	2%	5%	3%	3%
Oe24 TV	4%	3%	1%	4%	1%	3%
ZDF	1%	2%	5%	4%	4%	3%
ARD	1%	2%	5%	4%	1%	2%
Disney+	1%	1%	4%	3%	2%	2%
RTL	1%	2%	1%	2%	2%	2%
KABEL 1	0%	1%	2%	2%	4%	1%
PRO 7	1%	1%	1%	3%	1%	1%
SAT.1	0%	2%	1%	3%	2%	1%
JOYN	0%	0%	1%	3%	5%	1%
ATV 2	0%	1%	1%	3%	1%	1%
N-TV	0%	1%	0%	3%	2%	1%
Twitch	1%	1%	2%	2%	1%	1%
VOX	0%	0%	1%	1%	2%	1%
Sky	0%	0%	0%	1%	2%	1%
AXplore TV	0%	0%	0%	1%		0%
Apple TV	1%	0%			1%	0%
ZDF NEO	0%	0%		1%	1%	0%
SkyX	0%	0%	1%	1%	1%	0%
DMAX	0%	0%	0%		2%	0%
KABEL 1 DOKU	0%	0%		1%		0%
PRO 7 MAXX			1%	1%	1%	0%

Spielfilme

	am häufigsten	am zweithäufi..	am dritthäufig..	am vierthäufig..	am fünfthäufi..	Gesamt
Netflix	30%	12%	6%	4%	3%	13%
Amazon Prime Vid..	13%	20%	12%	6%	5%	12%
Disney+	5%	10%	11%	5%	2%	7%
ORF 1	10%	6%	5%	6%	4%	7%
YouTube	5%	5%	5%	5%	5%	5%
PRO 7	3%	4%	4%	6%	5%	4%
ORF 2	3%	4%	3%	3%	4%	3%
ZDF	2%	3%	3%	3%	4%	3%
SERVUS TV	2%	2%	2%	3%	4%	2%
JOYN	1%	2%	4%	2%	3%	2%
RTL	2%	1%	3%	4%	3%	2%
VOX	1%	1%	2%	3%	4%	2%
SAT.1	1%	2%	2%	2%	2%	2%
ARD	1%	2%	2%	3%	2%	2%
KABEL 1	1%	1%	3%	2%	2%	2%
ORF-TVthek	1%	1%	2%	2%	3%	2%
ATV	1%	2%	2%	2%	2%	2%
RTL II	1%	1%	1%	2%	2%	1%
SkyX	1%	1%	2%	0%	1%	1%
PULS 4	0%	1%	1%	2%	2%	1%
ZDF NEO	1%	1%	1%	1%	2%	1%
Paramount+	1%	1%	1%	2%	1%	1%
SAT.1 GOLD	0%	1%	1%	1%	2%	1%
Apple TV	1%	1%	1%	1%	1%	1%
RTL+	1%	0%	1%	1%	2%	1%
NITRO	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Sky	1%	0%	0%	1%	1%	1%
Magenta TV	0%	1%	0%	0%	1%	1%
Twitch	0%	1%		1%	1%	0%
Oe24 TV	0%	0%	0%	0%	1%	0%
PULS 24	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Drei TV App	0%	0%	1%	0%	0%	0%
Torrent/ Fileshari..	0%	0%	0%	0%	0%	0%
AXplore TV	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Pluto TV		0%	0%	0%	0%	0%
Google Play Filme ..	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Canal+ First	0%	0%		0%	1%	0%
Zattoo	0%	0%		0%	0%	0%
RTLup (vormals R..	0%	0%		0%	0%	0%
Express TV	0%	0%		0%		0%
Krone TV	0%		0%			0%

Quelle: Brandtracker 2024| n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Sendungen Bekanntheit / Nutzer

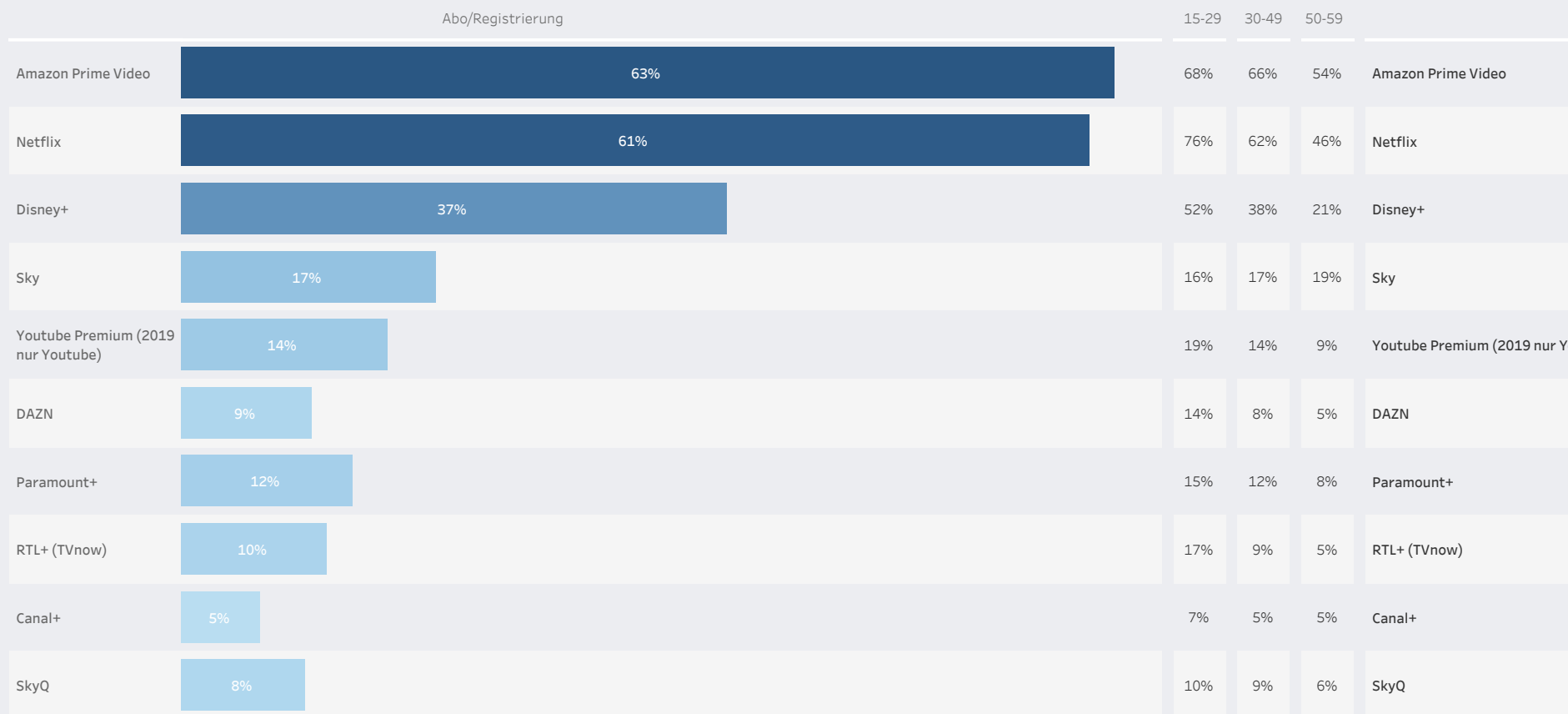
Basis: 15-59 Jahre

	Nutzer				Kenner				15-29			Kenner			15-29			Nutzer			
	15-29	30-49	50-59	Gesamt	15-29	30-49	50-59	Gesamt	15-29	30-49	50-59	15-29	30-49	50-59	15-29	30-49	50-59	15-29	30-49	50-59	
Gesamtsumme	21%			45%					35%	47%	51%	18%	23%	23%							
Pfusch am Bau	44%			80%					64%	84%	91%	26%	53%	53%							Durchschnitt
Wachzimmer Ottakring	19%			48%					34%	46%	67%	14%	18%	18%							
2 Minuten 2 Millionen	44%			79%					67%	83%	84%	39%	49%	49%							
Cafe Puls – Das Frühstücksfernsehen	39%			73%					60%	77%	81%	27%	45%	45%							Pfusch am Bau
Die PULS 24 Sommergespräche	29%			64%					42%	74%	72%	18%	35%	35%							
Die Temmers - Reich wie Scheich	12%			30%					29%	31%	30%	15%	12%	12%							Wachzimmer Ottakring
Ein Leben für die Schönheit	15%			35%					28%	37%	40%	17%	15%	15%							
Grätzlpolizei	12%			40%					30%	34%	57%	10%	12%	12%							
Immo Queens	9%			24%					24%	24%	24%	14%	8%	8%							Ein Leben für die Schönheit
Pro & Contra	27%			50%					35%	54%	58%	19%	29%	29%							

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Abonnement / Registrierung

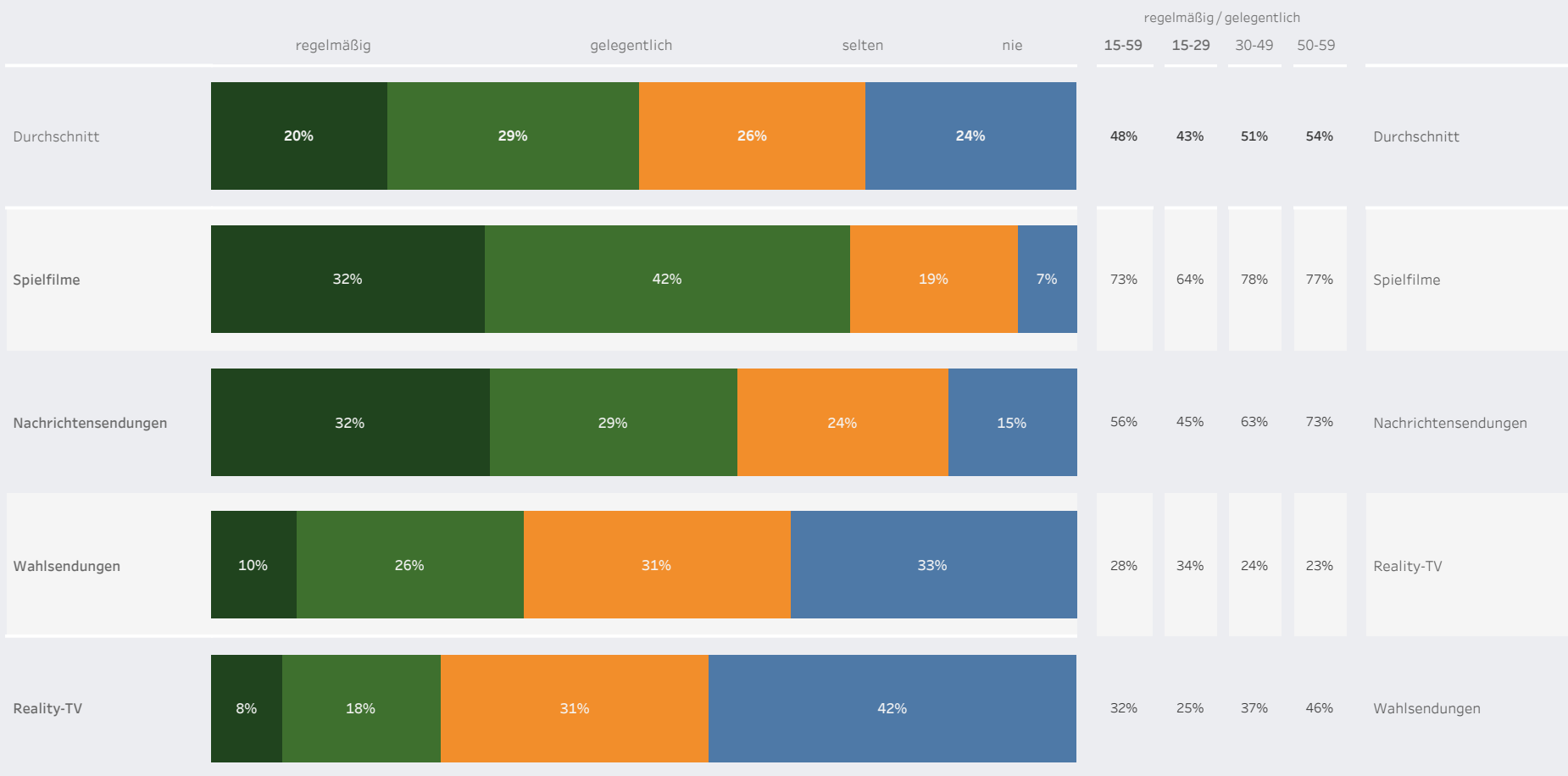
Basis: 15-59 Jahre



Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Genrenutzung

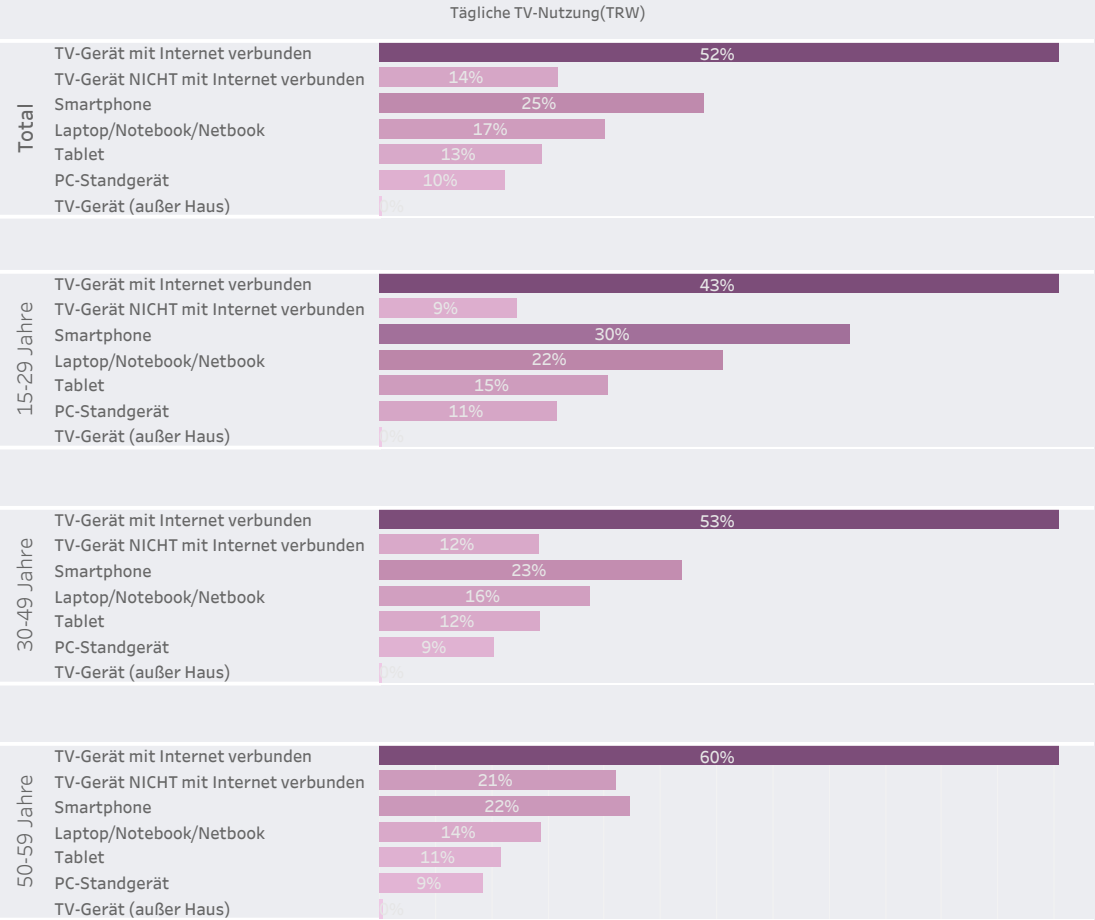
Basis: 15-59 Jahre | Skala: 1-regelmäßig, 2-gelegentlich, 3-selten, 4-nie



Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Auf welchen Geräten und wie oft schauen Sie sich Sendungen von TV-Sendern an, unabhängig davon ob zu Hause oder anderswo?

Basis: 15-59 Jahre | Skala: 1 von 7 Tagen bis 7 von 7 Tagen, einmal in den letzten 4 Wochen | TRW=Tagesreichweite | WSK M=Weitester Seherkreis Monat | WSK W=Weitester Seherkreis Woche | n von 7
MW=durchschnittliche Anzahl gesehener Tage pro Woche



	vorhanden ..	WSK M % na..	WSK W % n..	TRW % nach..	MW Tage
TV-Gerät mit Internet..	85%	72%	68%	52%	5,4
TV-Gerät NICHT mit I..	30%	22%	20%	14%	4,9
Smartphone	99%	43%	37%	25%	4,7
Laptop/Notebook/Ne..	88%	37%	30%	17%	4,1
Tablet	66%	27%	22%	13%	4,0
PC-Standgerät	45%	19%	16%	10%	4,3
TV-Gerät (außer Haus)	6%	1%	0%	0%	3,2

	vorhanden..	WSK M % ..	WSK W % ..	TRW % nac..	MW Tage
TV-Gerät mit Internet ..	87%	71%	63%	43%	4,8
TV-Gerät NICHT mit In..	26%	17%	15%	9%	4,1
Smartphone	100%	52%	45%	30%	4,7
Laptop/Notebook/Net..	92%	47%	38%	22%	4,1
Tablet	65%	31%	26%	15%	4,0
PC-Standgerät	46%	24%	19%	11%	4,2
TV-Gerät (außer Haus)	8%	2%	1%	0%	1,7

	vorhande..	WSK M % ..	WSK W % ..	TRW % na..	MW Tage
TV-Gerät mit Internet ver..	86%	73%	69%	53%	5,3
TV-Gerät NICHT mit Inter..	28%	20%	18%	12%	4,9
Smartphone	99%	43%	36%	23%	4,6
Laptop/Notebook/Netbook	88%	35%	29%	16%	3,9
Tablet	68%	27%	22%	12%	4,0
PC-Standgerät	43%	17%	14%	9%	4,4
TV-Gerät (außer Haus)	5%	1%	0%	0%	4,1

	vorhande..	WSK M % ..	WSK W % ..	TRW % na..	MW Tage
TV-Gerät mit Internet ver..	82%	74%	72%	60%	5,9
TV-Gerät NICHT mit Inter..	38%	30%	27%	21%	5,4
Smartphone	98%	35%	30%	22%	5,2
Laptop/Notebook/Netbook	85%	29%	24%	14%	4,3
Tablet	65%	23%	18%	11%	4,1
PC-Standgerät	47%	18%	15%	9%	4,3
TV-Gerät (außer Haus)	5%	1%	1%	0%	4,0

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Senderperformance nach Altergruppen



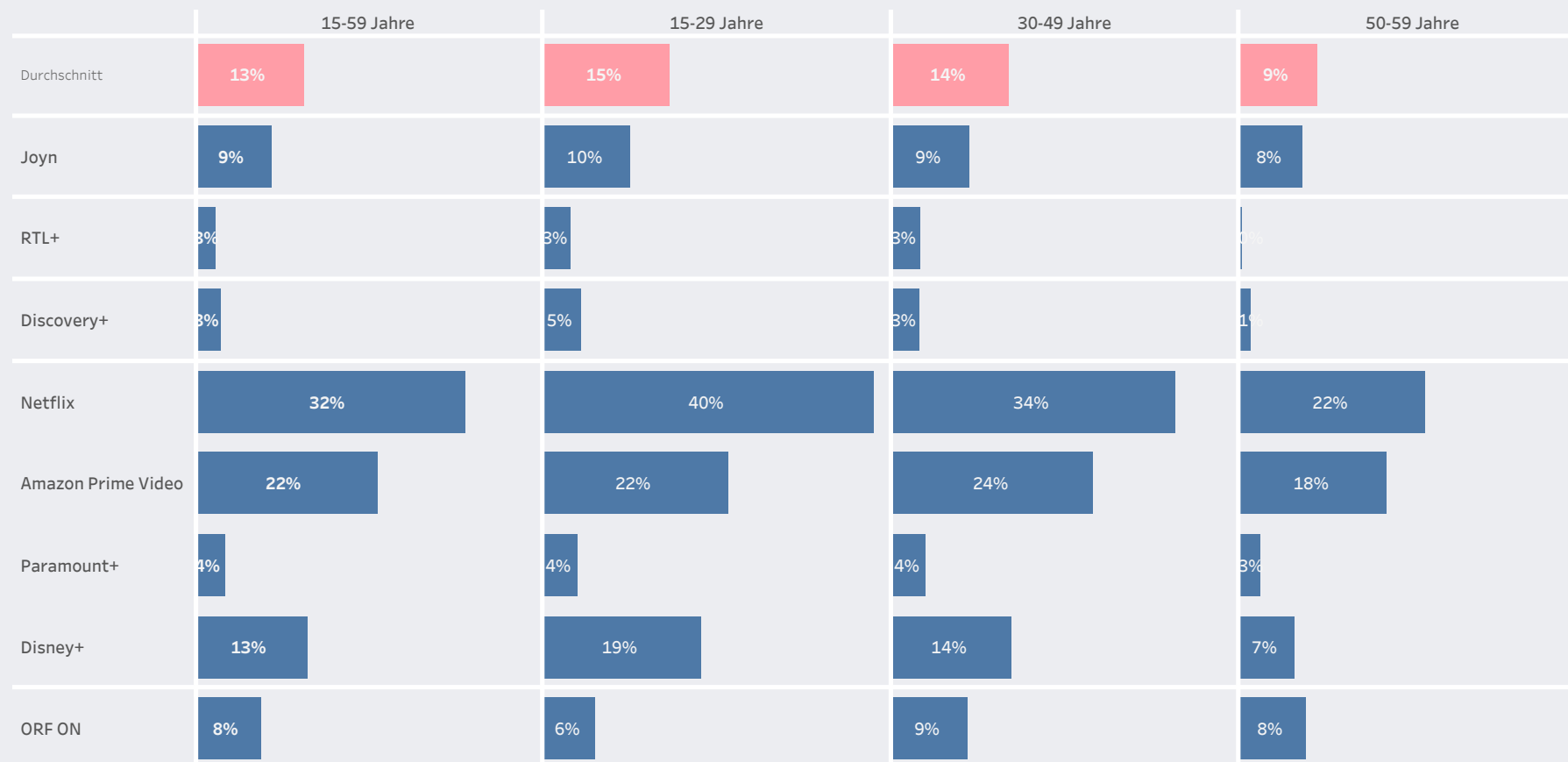
Basis: 15-59 Jahre | Skala: "1 von 7 Tagen" bis "7 von 7 Tagen", "einmal in den letzten 4 Wochen" | TRW=Tagesreichweite

	15-59 Jahre	15-29 Jahre	30-49 Jahre	50-59 Jahre
Durchschnitt	10%	7%	10%	14%
PRO 7	18%	13%	18%	22%
PULS 4	15%	10%	14%	21%
SAT.1	14%	9%	13%	19%
ATV	14%	9%	14%	19%
KABEL 1	12%	7%	12%	16%
KABEL 1 DOKU	8%	5%	8%	12%
ATV 2	9%	5%	9%	12%
SIXX	7%	6%	7%	8%
PRO 7 MAXX	7%	6%	7%	7%
SAT.1 GOLD	7%	5%	6%	10%
PULS 24	9%	7%	9%	13%
ORF 1	28%	18%	27%	38%
ORF 2	26%	14%	23%	42%
ORF III	10%	5%	9%	16%
RTL	17%	11%	16%	24%
VOX	14%	9%	14%	20%
RTL II	11%	9%	10%	14%
SUPER RTL	9%	7%	9%	10%
N-TV	6%	4%	7%	7%
NITRO	7%	4%	7%	9%
RTL UP (RTL plus)	5%	4%	4%	5%
SERVUS TV	17%	9%	16%	26%
DMAX	8%	6%	9%	10%
COMEDY CENTRAL	5%	5%	5%	4%
oe24	6%	4%	6%	9%
ZDF	13%	8%	11%	19%
ARD	11%	6%	11%	18%
ZDF NEO	8%	5%	7%	11%
Kurier TV	3%	4%	3%	3%
Laola1	2%	3%	3%	2%
Nickelodeon	4%	6%	5%	2%
Sport1	5%	5%	5%	5%
TLC	5%	4%	5%	5%

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Videoportale nach Altergruppen

Basis: 15-59 Jahre | Skala: "1 von 7 Tagen" bis "7 von 7 Tagen", "einmal in den letzten 4 Wochen" | TRW=Tagesreichweite



Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

SVOD nach Altergruppen

Basis: 15-59 Jahre | Skala: "1 von 7 Tagen" bis "7 von 7 Tagen", "einmal in den letzten 4 Wochen" | TRW=Tagesreichweite| WSK M=Weitester Seherkreis Monat | WSK W=Weitester Seherkreis Woche
 | n von 7 MW=durchschnittliche Anzahl gesehener Tage pro Woche

	Total					15-29 Jahre					30-49 Jahre					50-59 Jahre					
	bekannt % nach ..	WSK M % nach ..	WSK W % nach ..	TRW % nach Ze..	MW Tage	bekannt % nach ..	WSK M % nach ..	WSK W % nach ..	TRW % nach Ze..	MW Tage	bekannt % nach ..	WSK M % nach ..	WSK W % nach ..	TRW % nach Ze..	MW Tage	bekannt % nach ..	WSK M % nach ..	WSK W % nach ..	TRW % nach Ze..	MW Tage	
YouTube	98%	82%	64%	42%	4,5	98%	87%	74%	52%	4,9	98%	83%	66%	42%	4,5	97%	73%	52%	31%	4,2	YouTube
Netflix	97%	62%	51%	32%	4,4	98%	77%	63%	40%	4,4	98%	62%	53%	34%	4,5	95%	46%	37%	22%	4,1	Netflix
Amazon Prime Video	96%	60%	43%	22%	3,6	97%	66%	46%	22%	3,3	97%	64%	45%	24%	3,7	92%	49%	34%	18%	3,6	Amazon Prime Video
Apple iTunes Video/Filme	73%	10%	7%	3%	3,0	82%	14%	10%	5%	3,1	74%	11%	7%	3%	3,1	61%	4%	3%	1%	2,4	Apple iTunes Video/Filme
DAZN	70%	11%	8%	4%	3,0	72%	16%	12%	5%	2,8	71%	11%	7%	3%	3,1	67%	8%	6%	2%	2,9	DAZN
Spox	26%	5%	4%	2%	3,1	31%	10%	8%	3%	3,1	27%	5%	4%	2%	3,1	21%	2%	2%	1%	2,6	Spox
Sky	92%	18%	14%	9%	4,3	93%	14%	8%	4%	3,7	94%	19%	16%	10%	4,4	90%	20%	18%	12%	4,5	Sky

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Senderperformance nach Altergruppen

Basis: 15-59 Jahre | Skala: "1 von 7 Tagen" bis "7 von 7 Tagen", "einmal in den letzten 4 Wochen" | TRW=Tagesreichweite| WSK M=Weitester Seherkreis Monat | WSK W=Weitester Seherkreis Woche | n von 7 MW=durchschnittliche Anzahl gesehener Tage pro Woche

	Total					15-29 Jahre					30-49 Jahre					50-59 Jahre			
	bekannt % nach..	WSK M % nach..	WSK W % nach..	TRW % nach Z..	MW Tage	bekannt % nach..	WSK M % nach..	WSK W % nach..	TRW % nach Z..	MW Tage	bekannt % nach..	WSK M % nach..	WSK W % nach..	TRW % nach Z..	MW Tage	bekannt % nach Frage	WSK M % nach Frage	WSK W % nach Frage	TRW % nach Zelle
PRO 7	97%	54%	39%	18%	3,2	95%	48%	33%	13%	2,9	98%	51%	38%	18%	3,3	98%	59%	40%	19%
PULS 4	96%	47%	32%	15%	3,2	93%	37%	24%	10%	2,8	96%	47%	31%	14%	3,3	91%	42%	28%	12%
SAT.1	97%	47%	32%	14%	3,0	94%	35%	23%	9%	2,7	97%	46%	30%	13%	2,9	97%	52%	37%	16%
ATV	94%	47%	33%	14%	3,0	88%	35%	24%	9%	2,5	96%	48%	33%	14%	3,0	89%	40%	27%	12%
KABEL 1	94%	40%	27%	12%	3,0	89%	26%	18%	7%	2,8	96%	41%	27%	12%	3,0	98%	63%	46%	22%
KABEL 1 DOKU	85%	29%	19%	8%	3,0	80%	19%	12%	5%	2,7	87%	29%	19%	8%	3,1	84%	29%	19%	7%
ATV 2	87%	31%	21%	9%	2,9	82%	21%	14%	5%	2,6	88%	30%	20%	9%	3,0	97%	57%	42%	21%
SIXX	88%	27%	17%	7%	2,8	88%	23%	16%	6%	2,7	89%	26%	16%	7%	2,9	91%	41%	30%	13%
PRO 7 MAXX	86%	26%	17%	7%	2,8	86%	23%	14%	6%	3,0	86%	26%	18%	7%	2,8	99%	61%	43%	19%
SAT.1 GOLD	85%	23%	16%	7%	3,1	82%	16%	13%	5%	2,9	87%	21%	14%	6%	3,1	86%	32%	21%	10%
PULS 24	90%	33%	22%	9%	3,0	89%	25%	16%	7%	2,8	91%	32%	21%	9%	2,9	87%	31%	19%	8%
ORF 1	98%	65%	50%	28%	3,8	98%	55%	38%	18%	3,2	98%	65%	50%	27%	3,8	100%	74%	63%	38%
ORF 2	98%	57%	44%	26%	4,1	97%	45%	31%	14%	3,1	98%	54%	42%	23%	3,9	100%	73%	61%	42%
ORF III	94%	37%	24%	10%	2,8	93%	24%	14%	5%	2,6	94%	34%	22%	9%	2,7	96%	55%	37%	16%
RTL	98%	51%	35%	17%	3,4	97%	42%	27%	11%	2,9	98%	49%	34%	16%	3,4	88%	30%	18%	7%
VOX	96%	45%	31%	14%	3,2	93%	33%	22%	9%	2,8	97%	44%	31%	14%	3,1	84%	30%	20%	9%
RTL II	96%	39%	26%	11%	2,9	95%	32%	22%	9%	2,8	97%	38%	25%	10%	2,9	99%	62%	46%	24%
SUPER RTL	97%	33%	21%	9%	2,9	96%	26%	17%	7%	2,9	97%	32%	21%	9%	3,0	97%	49%	33%	14%
N-TV	82%	22%	15%	6%	2,9	67%	13%	9%	4%	2,8	88%	23%	16%	7%	3,1	97%	40%	26%	10%
NITRO	80%	23%	16%	7%	2,9	70%	15%	11%	4%	2,8	84%	22%	16%	7%	2,9	98%	58%	40%	20%
SERVUS TV	97%	52%	36%	17%	3,3	95%	37%	22%	9%	2,9	97%	53%	35%	16%	3,2	99%	67%	51%	26%
DMAX	85%	28%	19%	8%	3,2	79%	23%	15%	6%	2,9	89%	30%	20%	9%	3,2	65%	12%	8%	4%
COMEDY CENTRAL	74%	15%	10%	5%	3,2	74%	18%	12%	5%	3,0	79%	16%	11%	5%	3,3	85%	30%	21%	10%
oe24	83%	21%	14%	6%	3,2	80%	17%	12%	4%	2,7	84%	19%	13%	6%	3,1	86%	28%	18%	9%
ZDF	97%	46%	30%	13%	2,9	95%	34%	21%	8%	2,7	97%	44%	28%	11%	2,7	99%	58%	42%	18%
ARD	94%	40%	28%	11%	2,9	86%	25%	16%	6%	2,7	96%	39%	26%	11%	2,9	99%	62%	43%	19%
ZDF NEO	85%	29%	19%	8%	2,9	80%	19%	13%	5%	2,8	87%	27%	18%	7%	2,9	88%	41%	27%	11%

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Senderperformance nach Altergruppen

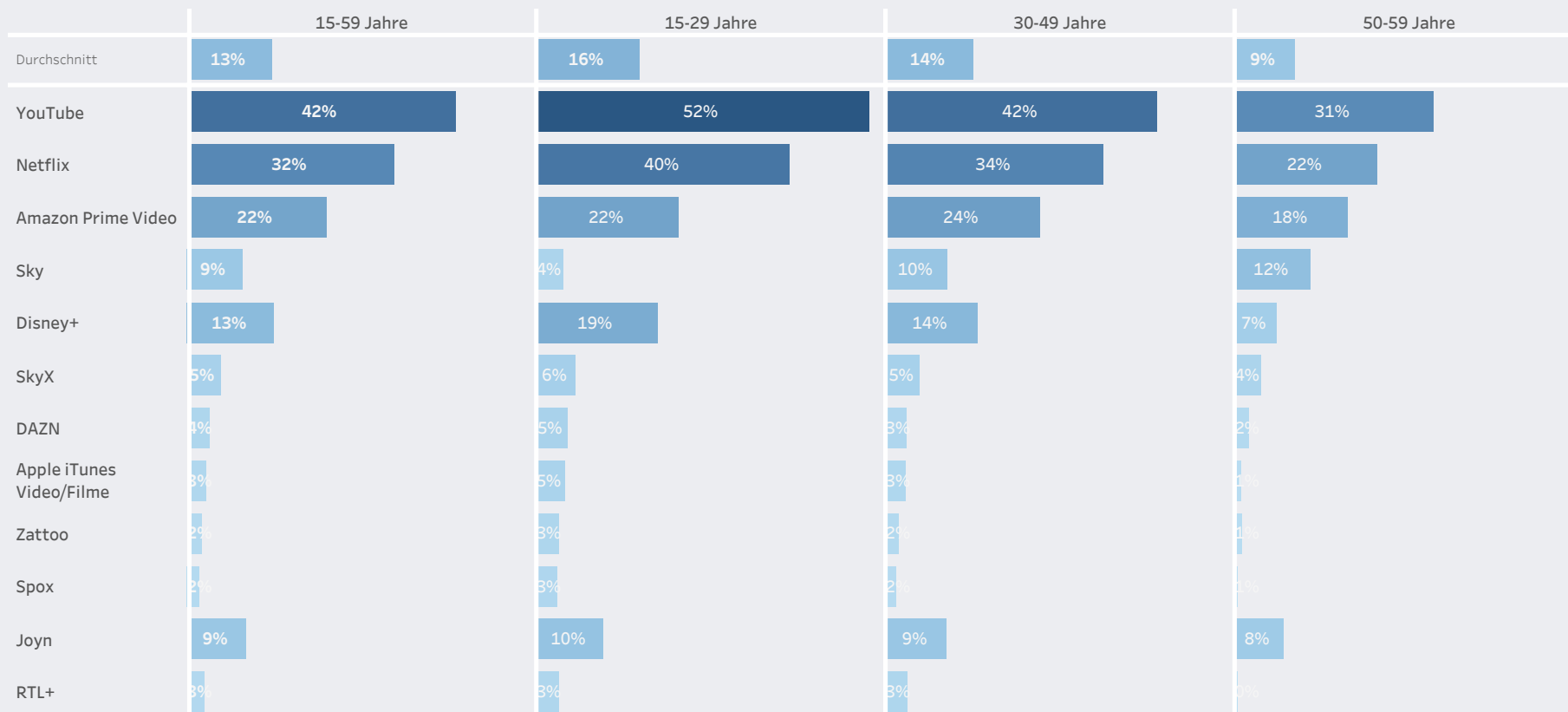
Basis: 15-59 Jahre | Skala: "1 von 7 Tagen" bis "7 von 7 Tagen", "einmal in den letzten 4 Wochen" | TRW=Tagesreichweite



Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

A-/SVOD nach Altergruppen

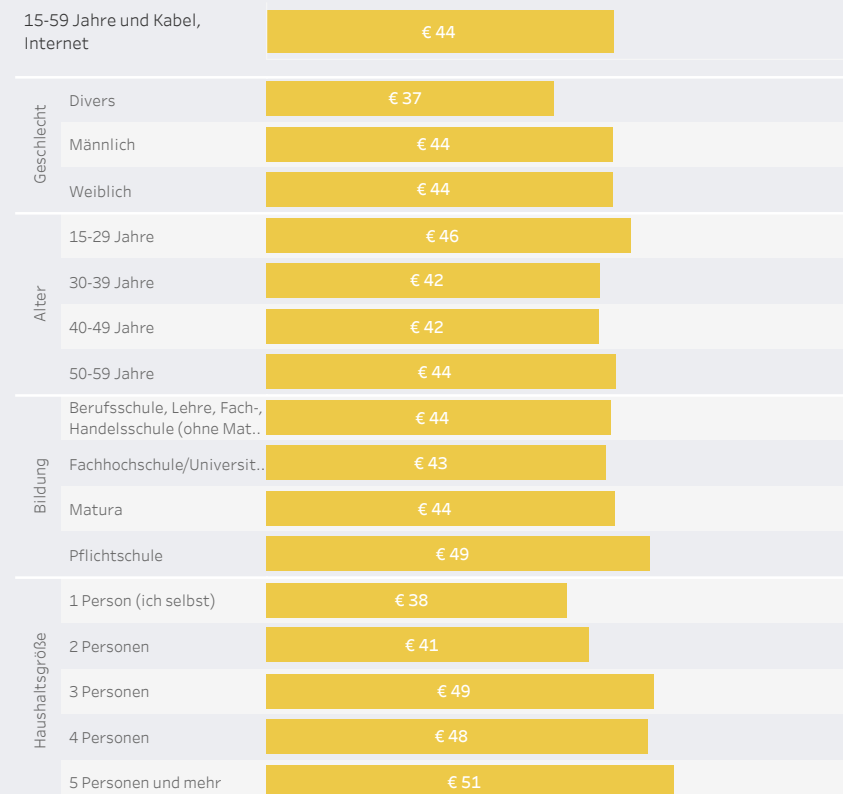
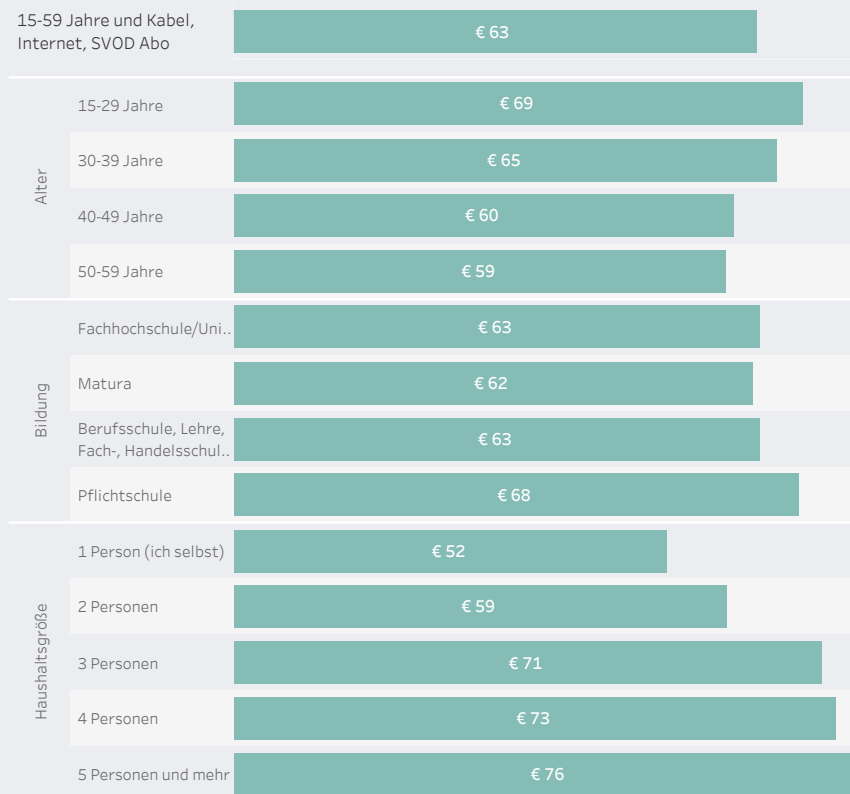
Basis: 15-59 Jahre | Skala: "1 von 7 Tagen" bis "7 von 7 Tagen", "einmal in den letzten 4 Wochen" | TRW=Tagesreichweite



Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Monatliches Bewegtbildbudget

Basis: 15-59 Jahre und Kabel/Internet/SVOD Abo vorhanden | Mittelwert (ohne Null)



Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Monatliches Bewegtbildbudget

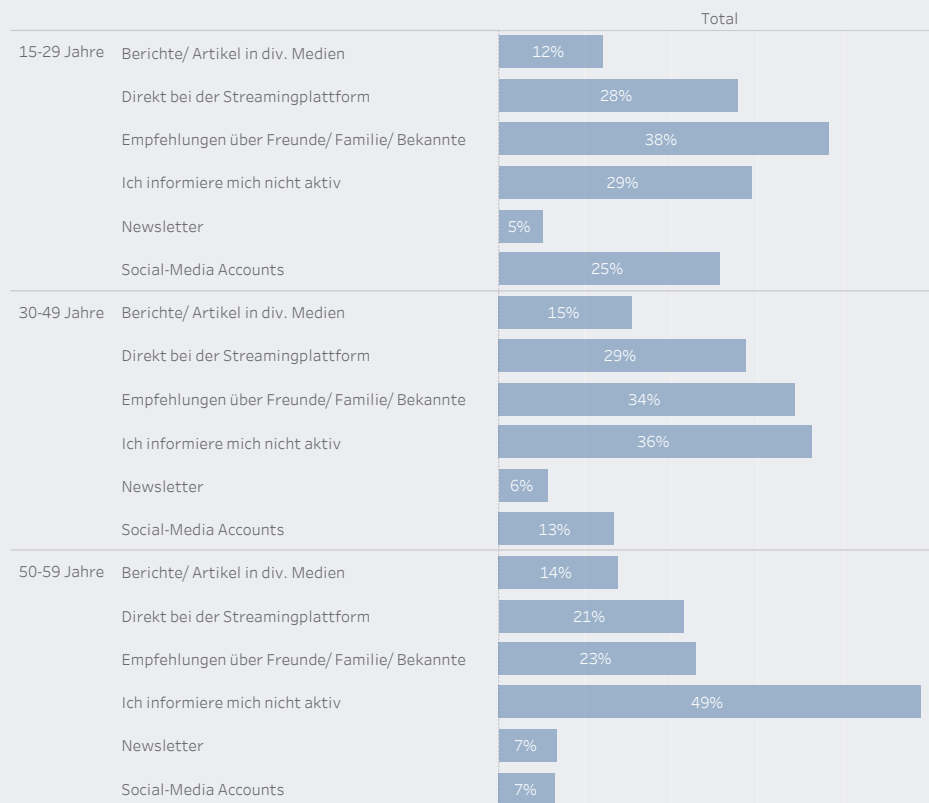
Basis: 15-59 Jahre und Kabel/Internet/SVOD Abo vorhanden | Mittelwert (ohne Null)

15-59 Jahre und Kabel, Internet, SVOD Abo		€ 63	15-59 Jahre und Kabel, Internet		€ 44		Frauen	Männer	15-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre		
Alter	15-29 Jahre	€ 69	Geschlecht	Divers	€ 37	Medienbudget	€ 63	€ 64	€ 69	€ 65	€ 60	€ 59		
	30-39 Jahre	€ 65		Männlich	€ 44									
	40-49 Jahre	€ 60		Weiblich	€ 44		Kosten gew. Kabel/Internet	€ 44	€ 44	€ 46	€ 42	€ 42	€ 44	
	50-59 Jahre	€ 59	Alter	15-29 Jahre	€ 46	30-39 Jahre		€ 42	Durchschn. Kosten gew. Sky	€ 25	€ 28	€ 18	€ 28	€ 25
Bildung	Fachhochschule/Uni...	€ 63		40-49 Jahre	€ 42	Durchschn. Kosten gew. Netflix		€ 13		€ 14	€ 13	€ 14	€ 13	€ 13
	Matura	€ 62		Bildung	50-59 Jahre	€ 44	Durchschn. Kosten gew. RTL+	€ 7	€ 8	€ 8	€ 7	€ 7	€ 6	
	Berufsschule, Lehre, Fach-, Handelsschul...	€ 63			Berufsschule, Lehre, Fach-, Handelsschule (ohne Mat..	€ 44	Durchschn. Kosten gew. Youtube Premium	€ 11	€ 12	€ 12	€ 13	€ 9	€ 10	
	Pflichtschule	€ 68	Fachhochschule/Universit..		€ 43	Durchschn. Kosten gew. Amazon		€ 11	€ 11	€ 11	€ 11	€ 12	€ 11	
Haushaltsgröße	1 Person (ich selbst)	€ 52	Haushaltsgröße		Matura	€ 44	Durchschn. Kosten gew. Dazn	€ 12	€ 16	€ 13	€ 16	€ 14	€ 16	
	2 Personen	€ 59		Pflichtschule	€ 49									
	3 Personen	€ 71		1 Person (ich selbst)	€ 38									
	4 Personen	€ 73		2 Personen	€ 41									
	5 Personen und mehr	€ 76		3 Personen	€ 49									
				4 Personen	€ 48									
		5 Personen und mehr	€ 51											

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Informationsquellen für OnDemand/Streaming Nutzung

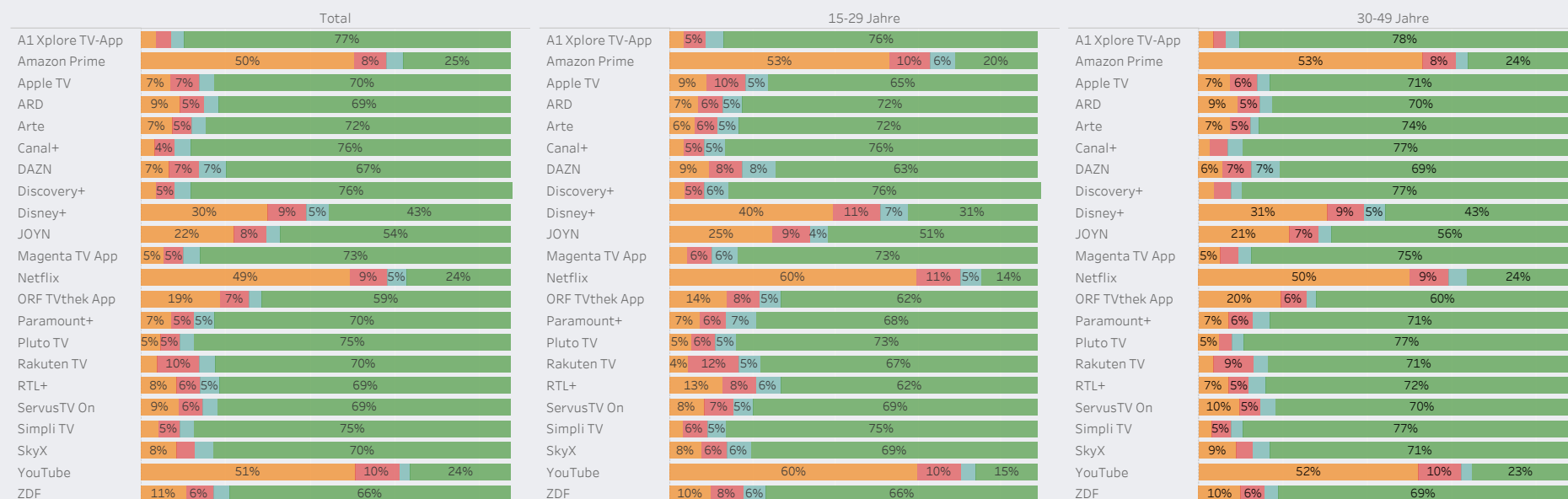
Welche Quellen nutzen Sie um sich über Streaming-Dienste zu informieren?



Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

Welche Apps sind am TV-Gerät installiert ?

15-59 Jahre



Ausprägungen

- Nie auf Ihrem TV-Gerät installiert
- Früher auf Ihrem TV-Gerät installiert aber inzwischen wieder deinstalliert
- App auf dem TV-Gerät installiert und nicht mehr genutzt
- App auf dem TV-Gerät installiert und genutzt

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

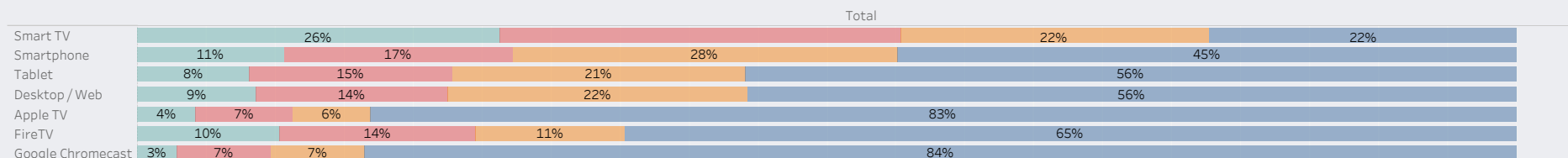
Streamer Device

15-59 Jahre



Joyn Device 15-59

Auf welchen Geräten nutzen Sie "JOYN"?



Ausprägungen

- Nie
- Selten
- Häufig
- Sehr häufig

Quelle: Brandtracker 2024 | n = 3 080 | Feldzeit: 31.05.2024 bis 23.01.2025

FAZIT (1):

Präferierte Quellen nach Programm-Genres

Bei den bevorzugten Nutzungsquellen zeigt sich bei Spielfilmen mittlerweile die Stärke von SVOD-Diensten – allen voran Netflix gefolgt Amazon. Bei Reality TV liegt Netflix auf einer Höhe mit JOYN. Hier wird auch die Sendermarke ATV explizit genannt.

Beim Genre Reality-TV liegt ATV bei der TopBox ganz vorne – auf Augenhöhe mit Netflix. Das spiegelt auch sehr gut die starke Position von ATV auf diesem Gebiet wider. PULS 4 hingegen liegt beim Genre News und Wahlsendungen unter den Top 5 deutlich vor ATV. Langjährige Berichterstattung mit Diskussionen (Pro & Contra) zeigen hier ihre Wirkung.

Sendungs-Bekanntheiten

Die bekanntesten Formate sind bei PULS 4 "2 Minuten 2 Millionen" mit rd 80% - ebenso "Pfusch ab Bau", das seit einiger Zeit von ATV zu PULS 4 gewechselt ist. 3/4 der Befragten kennen auch "Café Puls" - auch bei der Nutzerschaft liegt "Café Puls" unter den Top 3 - ein Topwert für die eher nutzungsschwache Zeit morgens. Neue Formate wie "Immo Queens" oder "Die Temners" haben nach kurzer Zeit einen Bekanntheitswert von rund 30%.

SVOD-Penetration in Österreich

Die starke Position der SVOD-Dienste kommt nicht zuletzt von der mittlerweile starken Penetration in Österreich. Gerade bei jüngeren Zielgruppen, so liegen wir mittlerweile bei Registrierung/Abo Abdeckungen von rund 60% bei Netflix u Amazon. Bei den 15-29 Jährigen liegt Netflix bei 77 %.

Auf welchen Endgeräten wird TV Content genutzt?

Das TV-Gerät ohne Internet-Verbindung liegt mit 17% mittlerweile hinter Smartphone (29%) und Laptop Nutzung (22%). Das mit Abstand am meisten genutztes Endgerät ist mittlerweile ganz klar ein Smart-TV Gerät (mit Internet verbunden). Je jünger die Zuschauer, je stärker ist der Anteil des Smartphones, aber auch hier dominiert Smart-TV mit 50%.

VOD Nutzung nach Plattformen

Im Jahr 2023 wurde Joyn gelauncht und hat die App „Zappn“ abgelöst und im Vergleich zu Zappn massiv ausgebaut und mit weist deutlich mehr Angebot (sowohl live als auch OnDemand).

In der Befragung wurde nach Launch wurden die Marken Zappn und Joyn weiterhin abgefragt – in den Ergebnissen sind bei Zappn auch Joyn-Meldungen (nach Launch) inkludiert.

Die Werte von JOYN zeigen eine hohe Bekanntheit, die Tagesreichweite liegt 2024 deutlich stärker als 2023 ist aber noch hinter den SVOD-Platzhirschen wie Netflix oder Amazon und vor allem YouTube.

FAZIT (2):

Senderbekanntheiten:

PULS 4 hat eine Bekanntheit von 96%. Im Umfeld der österreichischen Privaten Vollprogramme liegt man auf dem Niveau von ATV oder ServusTV. Die ORF-Programme erreichen einen Wert von 98%.

Monatliches Bewegtbild/Internet-Budget:

Basis sind jene Personen, die Kabel, Internet bzw. SVOD Abo nutzen.

Das monatliche Bewegtbild/Internet-Budget liegt mittlerweile bei beachtlichen 65 € und liegt bei jüngeren Zielgruppen über dem Schnitt.

Die Zahlungsbereitschaft für Internet und Bewegtbild-Unterhaltung liegt daher höher als vielleicht noch einigen Jahren angenommen. Die Bildungs-Situation spielt hier nicht zwingend einen kausalen Zusammenhang wider.

JOYN Streaming nach Device:

Der große Bildschirm in Form von Smart-TVs liegt bei den JOYN-Usern klar an erster Position.

Die Positionierung von PULS 4 unterscheidet sich vor allem hinsichtlich der Genrepräferenz zu ATV. ATV ist der Spezialist für Reality TV. PULS 4 steht für erfolgreiche Service/News Formate wie "Café Puls", "2 Minuten 2 Millionen", oder die langjährige Info-Kompetenz mit dem Aushängeschild Corinna Milborn. Die Schwerpunkt-Setzung auf Service-Formate und News und Infotainment zeigt sich auch bei den Ergebnissen des Brandtrackers.