

Studie

Bewegtbildnutzung im Tagesverlauf 2026

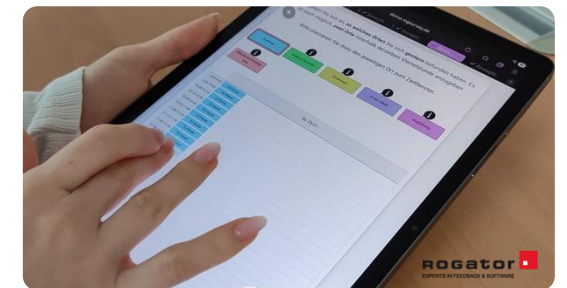


Neuerungen bei der Bewegtbildstudie 2026

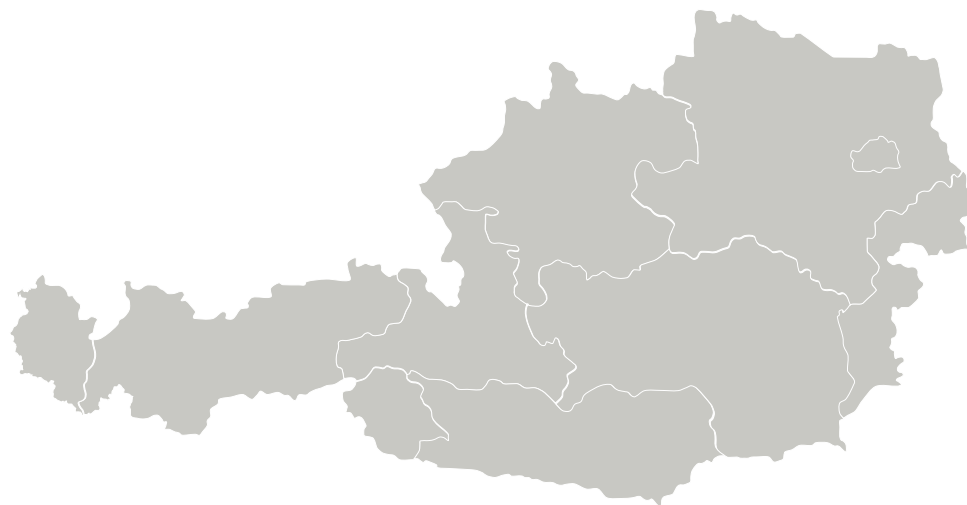
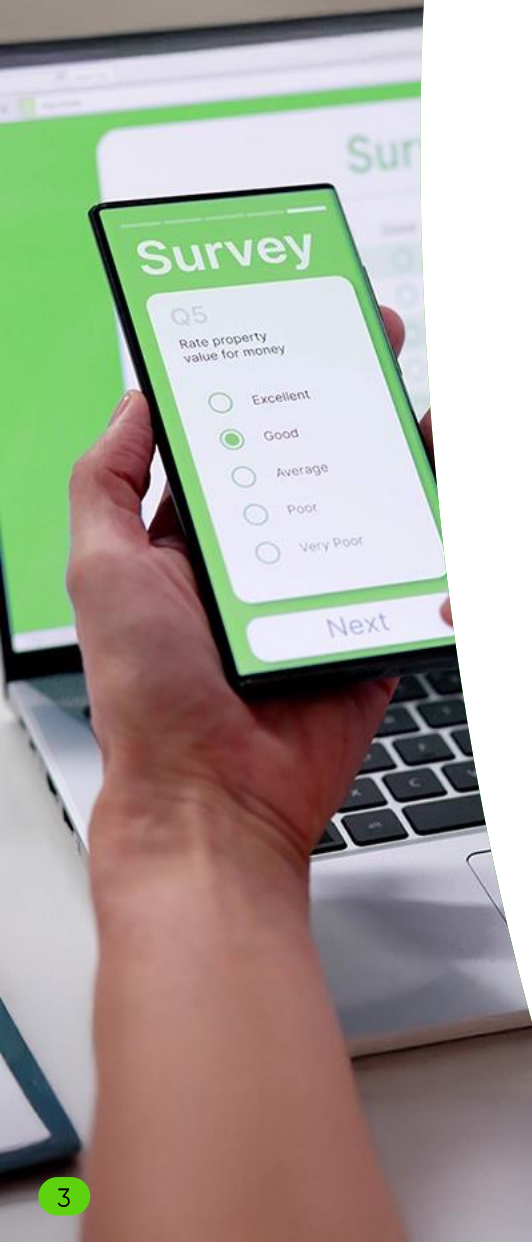
Im aktuellen Durchgang der **Bewegtbildstudie 2026** wurden **grundlegende methodische und inhaltliche Anpassungen** vorgenommen, um den veränderten Mediennutzungsrealitäten Rechnung zu tragen. Der Fragebogen wurde erstmals in Zusammenarbeit mit der Rogator AG vollständig für die **mobile Nutzung optimiert und technisch umgesetzt**, sodass die Teilnahme sowohl über mobile Endgeräte (Smartphones und Tablets) als auch weiterhin über Desktop-Computer und Laptops möglich war. Im Rahmen dieser methodischen Erhebung zeigte sich, dass 60 % der Interviews über mobile Endgeräte durchgeführt wurden, während 40 % auf Desktop- oder Laptop-Systemen abgeschlossen wurden.




Darüber hinaus erfolgte eine grundlegende **Überarbeitung der Fragelogik** und der **verwendeten Begrifflichkeiten** hinsichtlich der Bewegtbildnutzung. Zielsetzung dieser Neuerungen war es, eine präzisere und zeitgemäßere Erfassung der Nutzung unterschiedlicher Bewegtbildangebote – einschließlich digitaler Plattformen und neuer Verbreitungswege – zu ermöglichen und die Zuordnung für die Befragten zu erleichtern. Neben klassischen und non-linearen TV-Angeboten wurden insbesondere digitale Formate und interaktive Formen der Bewegtbildnutzung detaillierter abgebildet.

Es ist zu beachten, dass die vorgenommenen Änderungen in Methodik, Fragegestaltung und Kategorien dazu führen, dass die Ergebnisse **aus der Studie 2026 nicht direkt mit den Ergebnissen der Vorjahre vergleichbar** sind. Die erhobenen Daten stellen somit eine eigenständige Analysebasis dar.



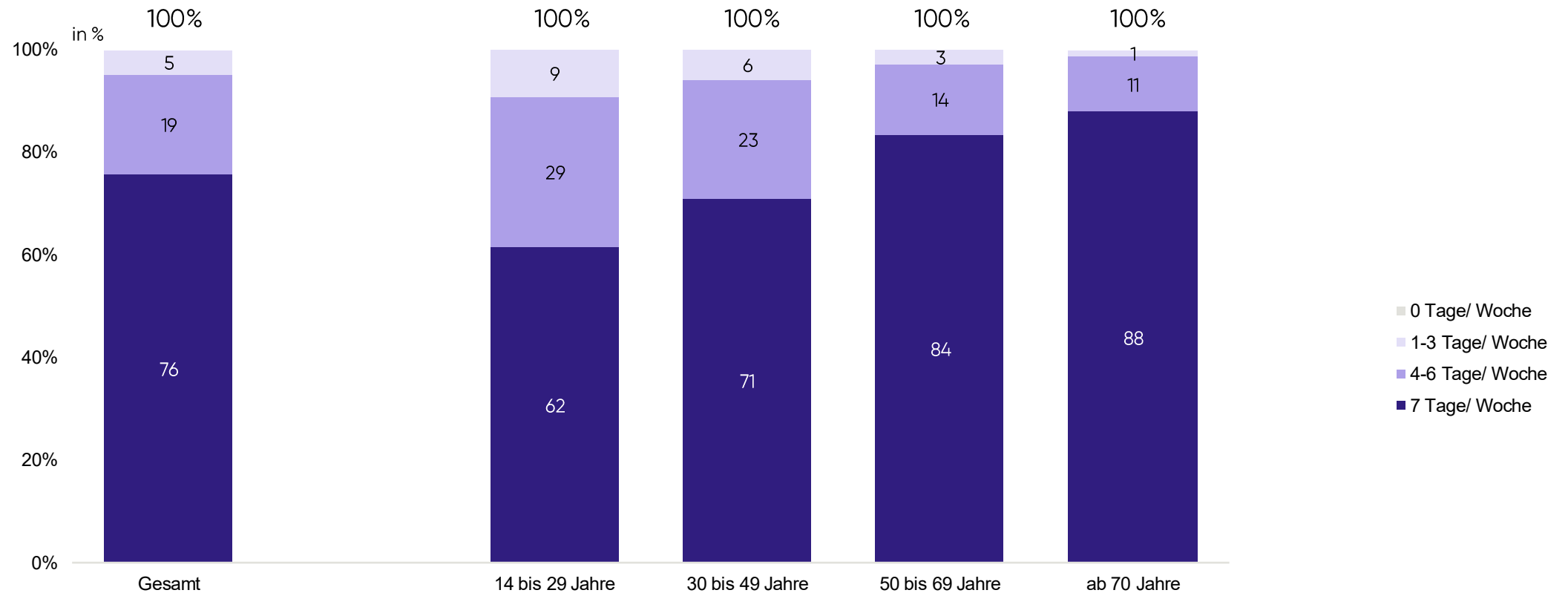
Studiendesign



-  **repräsentativ für Österreich**
ab 14 Jahren (Alter, Geschlecht, Bildung, Region)
-  4.000 Interviews mit einer durchschnittlichen Dauer von 30 Minuten
-  Online Access Panel Interviews, durchgeführt im Februar 2026

Alle Altersgruppen nutzen Bewegtbildangebote

Nutzungsfrequenz Bewegtbild nach Altersgruppen



n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026

"Wie häufig nutzen Sie in einer durchschnittlichen Woche Bewegtbildangebote, d.h. alles, was mit Fernsehen, Film / Serie, Videos oder Clips zu tun hat, 'bewegte Bilder' also?"

Bewegtbildklassifizierung

TV

TV klassisch

Klassischer TV-Empfang über Kabel, Satellit, Terrestrik oder IPTV – einschließlich der Möglichkeit, Sendungen zeitversetzt bis zu 7 Tage nach der Ausstrahlung anzusehen

TV: Live- & On Demand-Streaming

TV-Empfang über Streaming/Mediathek-App eines TV-Senders, Mobile TV, HbbTV, etc.

Social Media

TV-Inhalte über Social Media

Inhalte die von TV-Sendern produziert wurden (z. B. Ausschnitte von Nachrichtensendungen, TV-Shows, Sportsendungen von TV-Sendern); Social Media Plattformen / Apps (inkl. YouTube)

Social Media (ohne TV-Inhalte)

Inhalte, die ausschließlich von Nutzern oder Social Media-Plattformen selbst erstellt und verbreitet werden; Social Media Plattformen / Apps (inkl. YouTube)

Videoportale

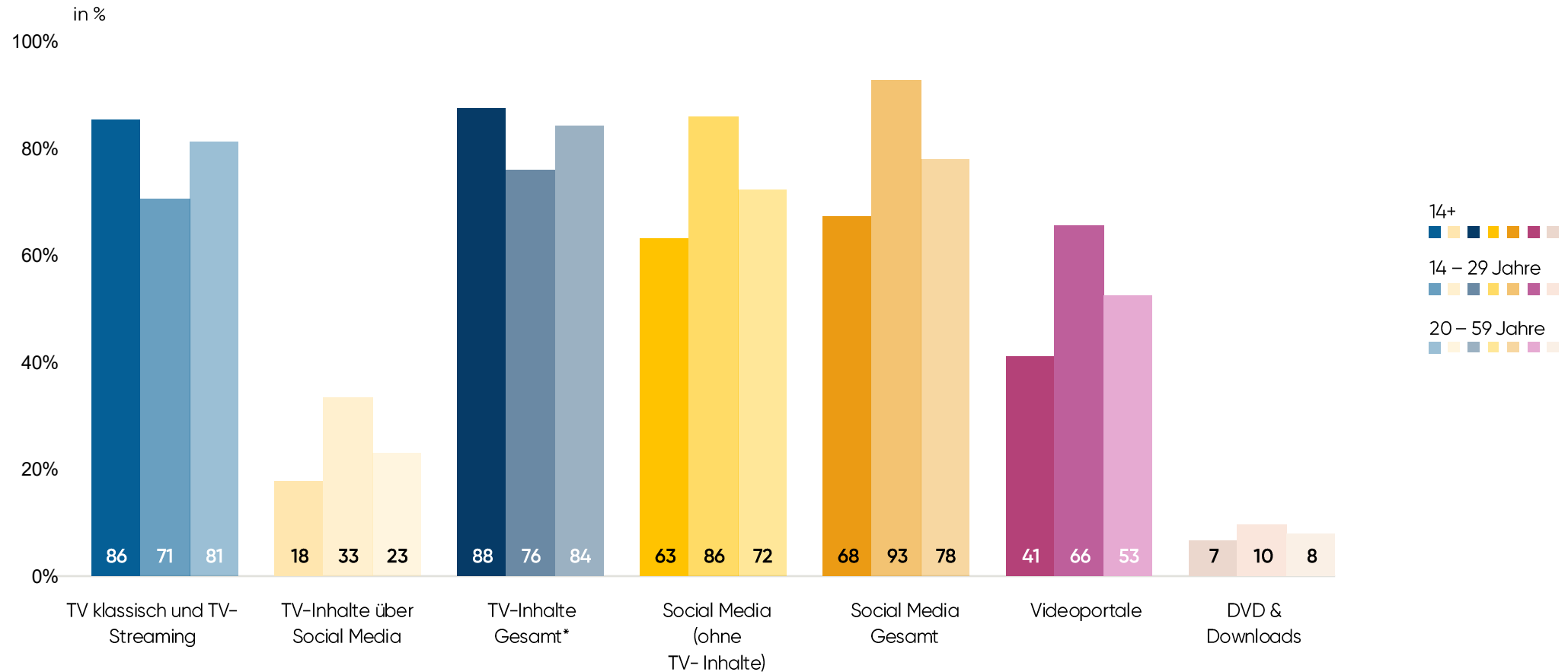
Nicht-lineare Plattformen, über die Serien, Filme, Videos oder Shows unabhängig von festen Sendezeiten per Streaming abgerufen werden können.

DVD & Downloads

Heruntergeladene/aufgenommene/gekaufte Videos (inkl. DVDs, Blu-ray, VHS-Video)

Die Nutzung verschiedener Bewegtbildangebote variiert deutlich nach Altersgruppen

Tagesreichweiten der Bewegtbildnutzung

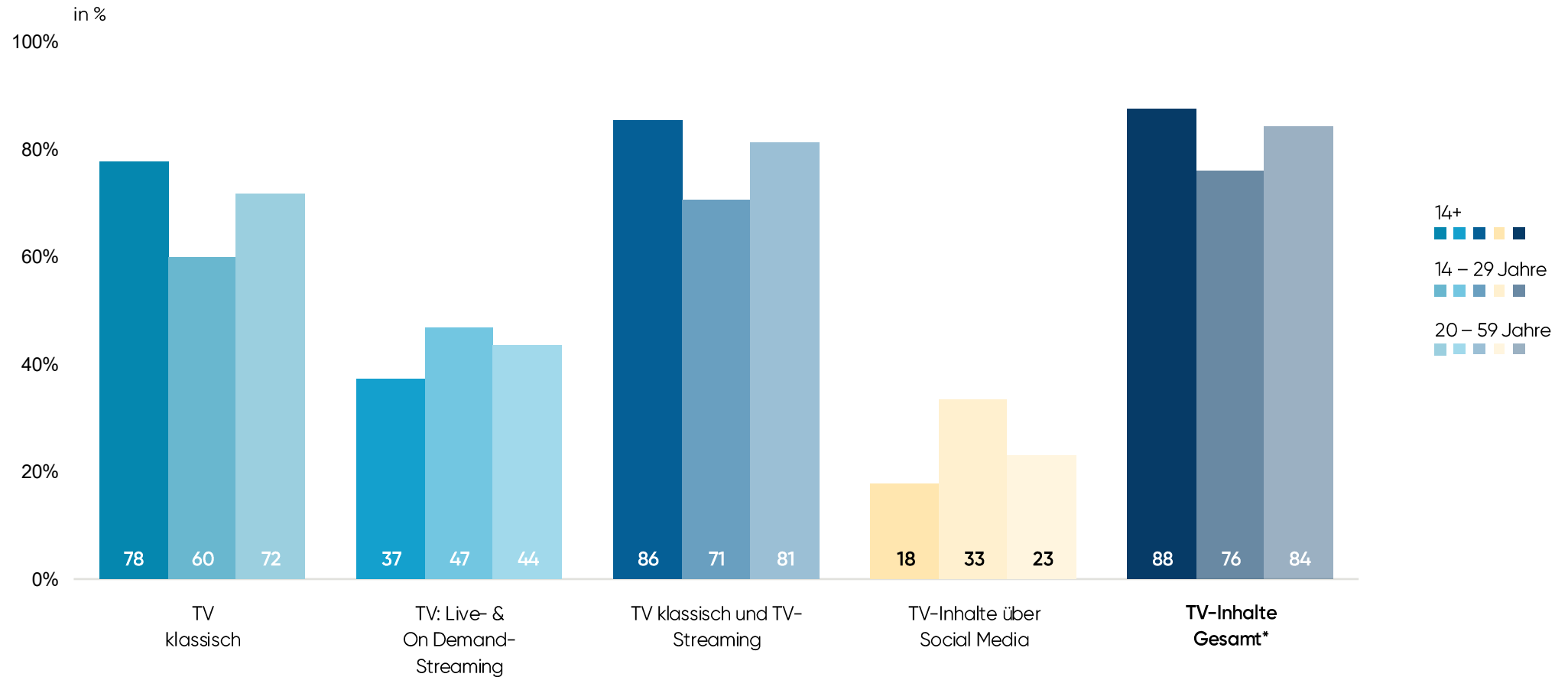


n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026

* TV-Inhalte Gesamt: „TV klassisch und TV-Streaming“ inkl. „TV-Inhalte über Social Media“

TV-Inhalte sind in jeder Altersgruppe fest im Medienalltag verankert

Tagesreichweiten der Bewegtbildnutzung

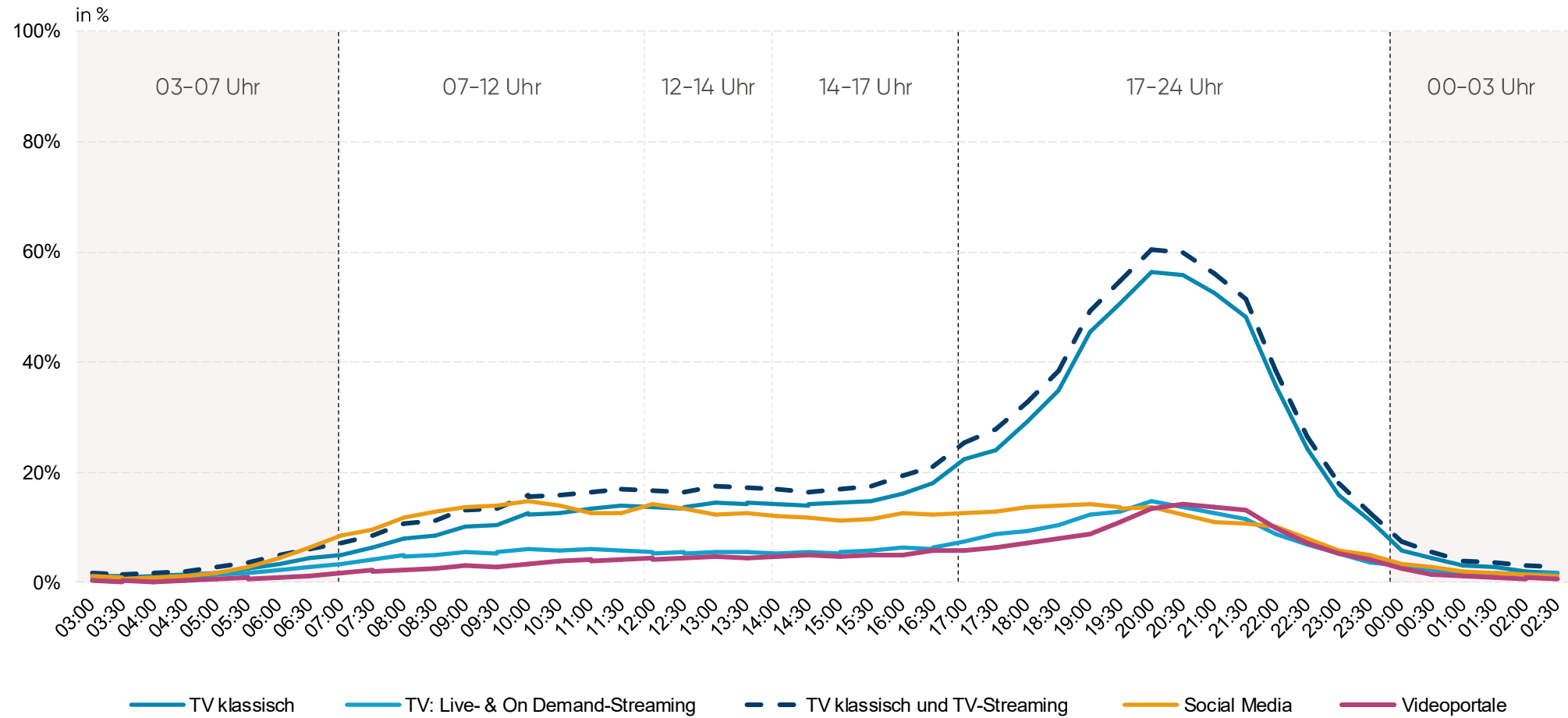


n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026

* TV-Inhalte Gesamt: „TV klassisch und TV-Streaming“ inkl. „TV-Inhalte über Social Media“

Prime Peak am stärksten bei TV; konstante Social Media Nutzung im Tagesverlauf

Reichweiten im Tagesverlauf, 14+ Jahre, in %

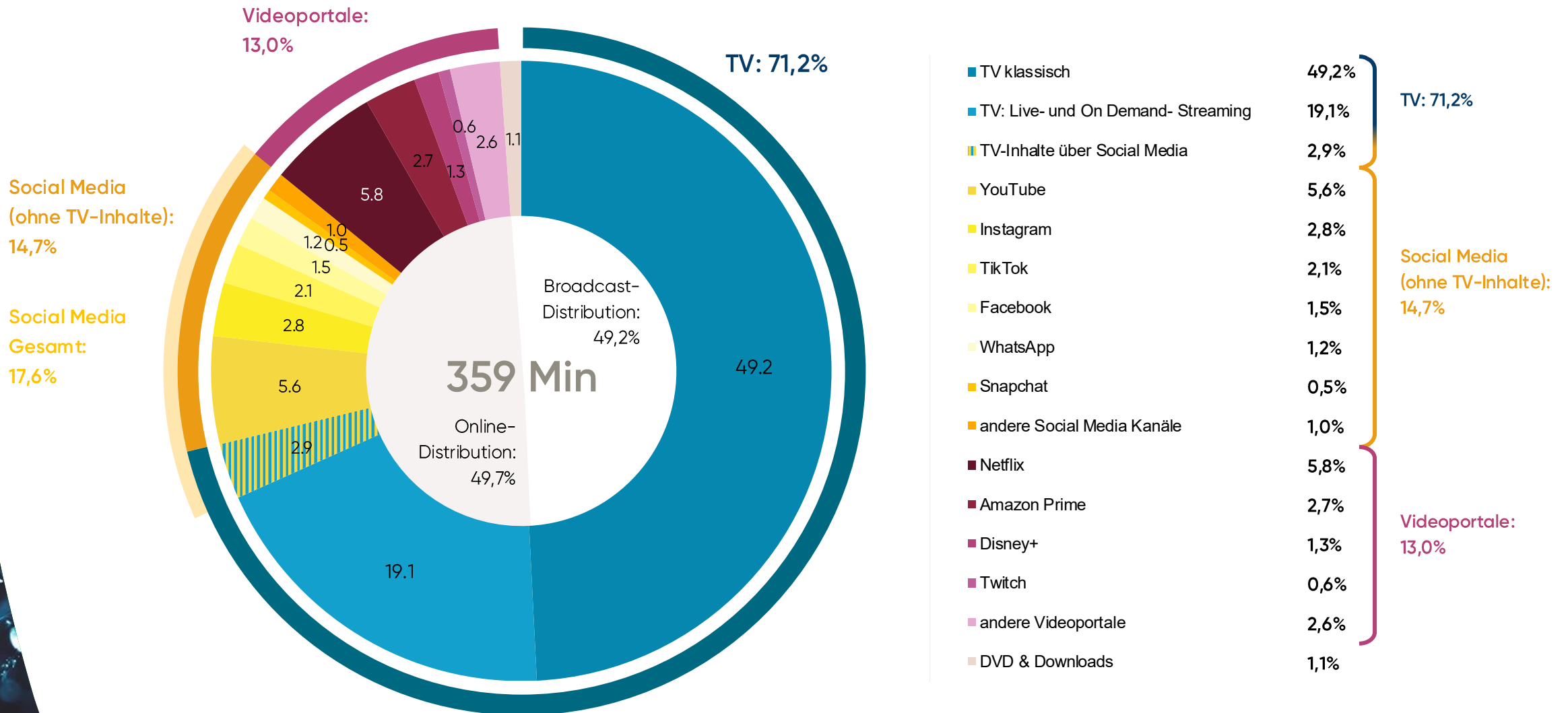


n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026



Klassisches und gestreamtes Fernsehen bestimmen das Bewegtbildangebot

Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote, 14+ in %

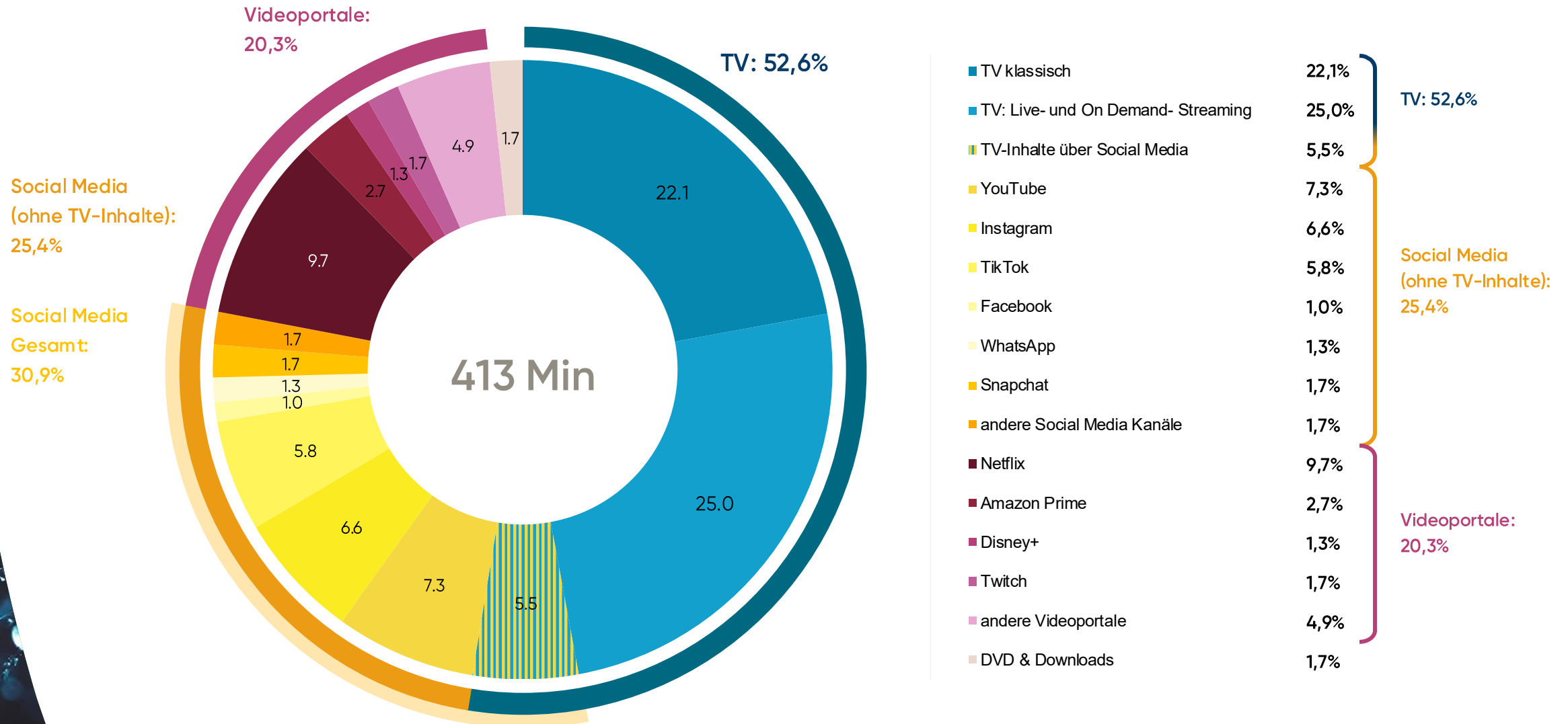


n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026

TV und Social Media/Videoportale mit jeweils rd. 3,5 h Nutzung bei den Jungen

Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote, 14 – 29 Jahre in %

14 – 29

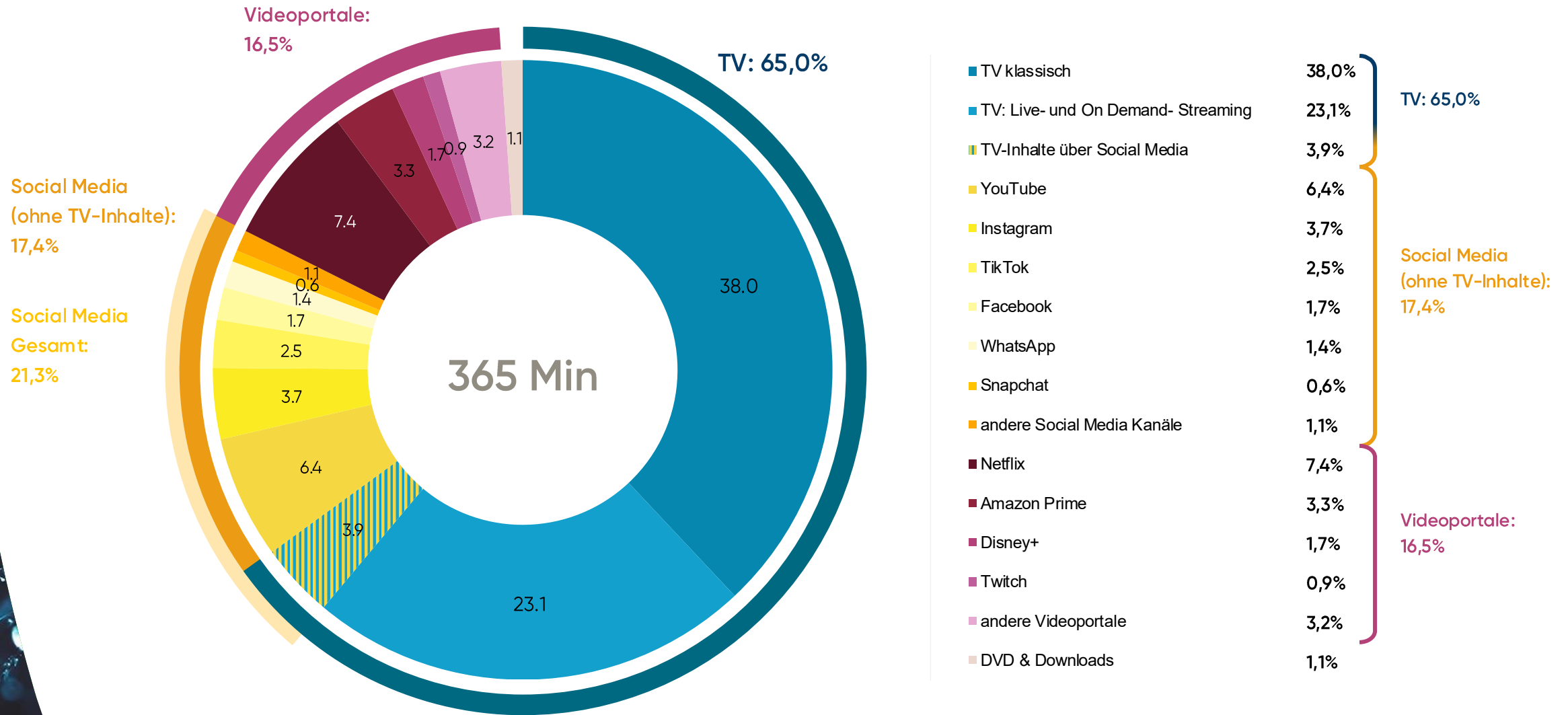



n = 840, repräsentativ für die Bevölkerung 14 – 29 Jahre, Befragungszeitraum Februar 2026

TV führend, Social Media und Videoportale fast gleichauf als Ergänzung

Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote, 20 – 59 Jahre in %

20 – 59

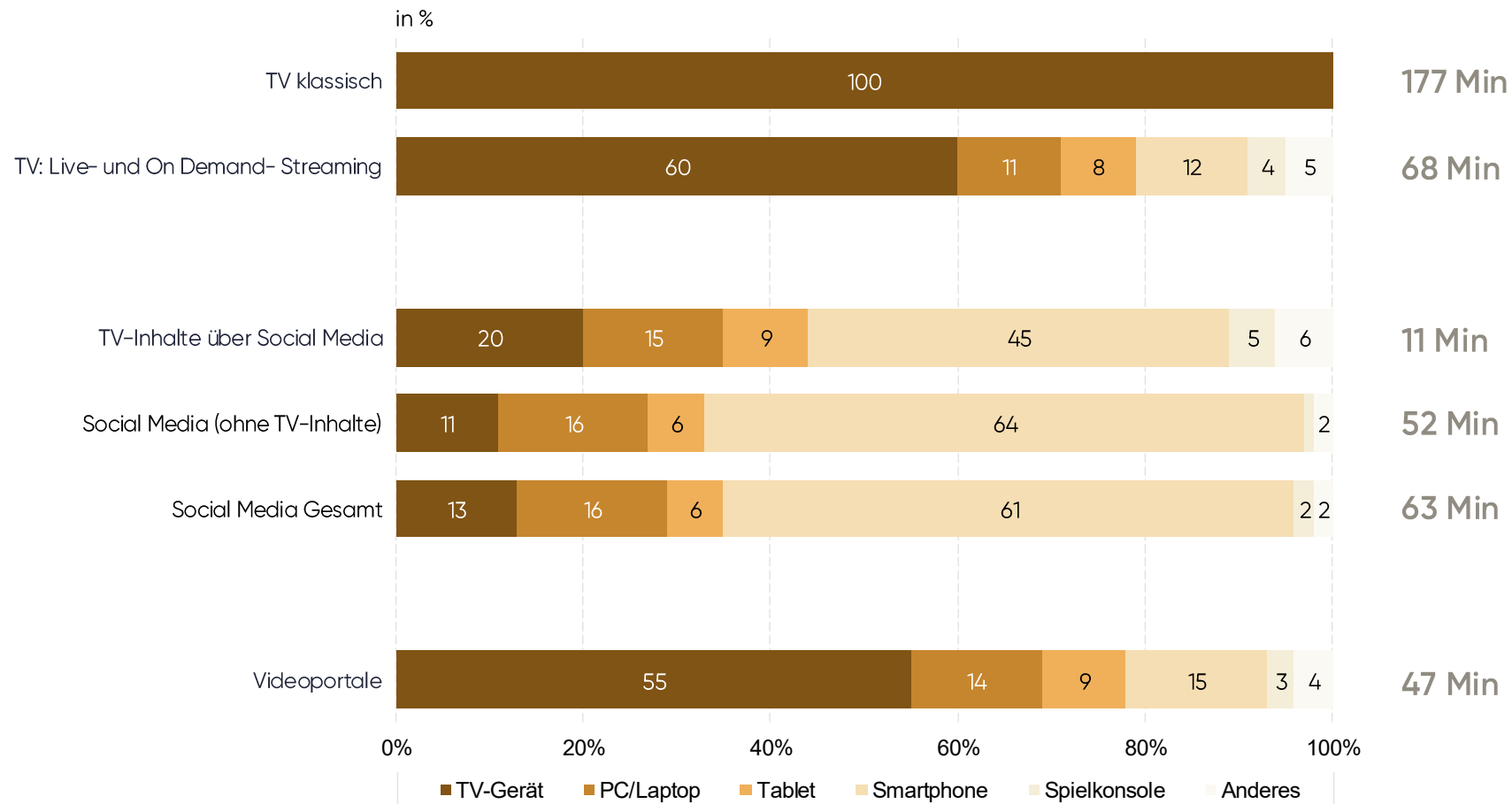


n = 2502, repräsentativ für die Bevölkerung 20 – 59 Jahre, Befragungszeitraum Februar 2026



Klassische und Streaming-Inhalte bevorzugt am TV

Verteilung der Bewegtbildnutzung auf Devicetypen, 14+ in %

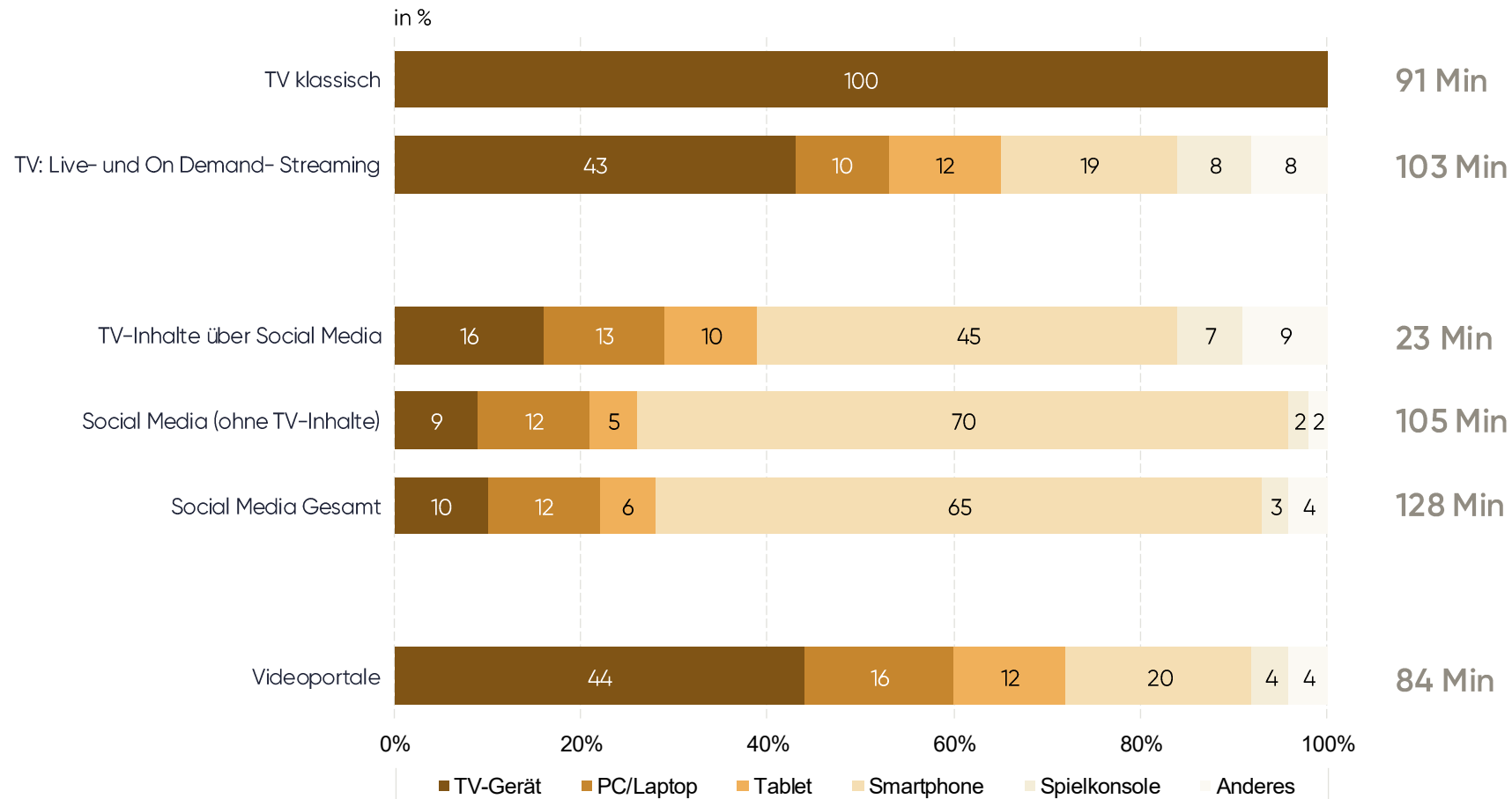


n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026



Junge Zielgruppe nutzt Bewegtbild vielfältig

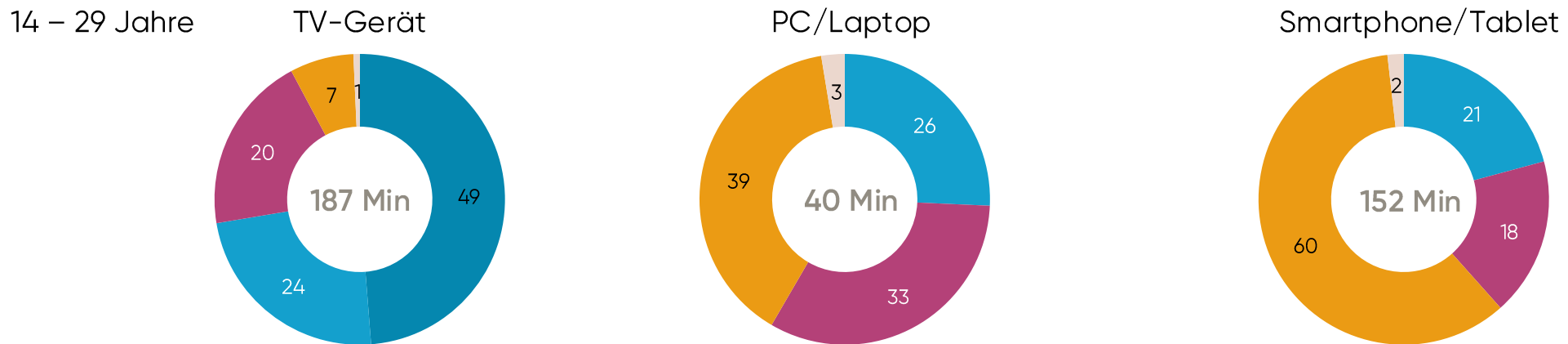
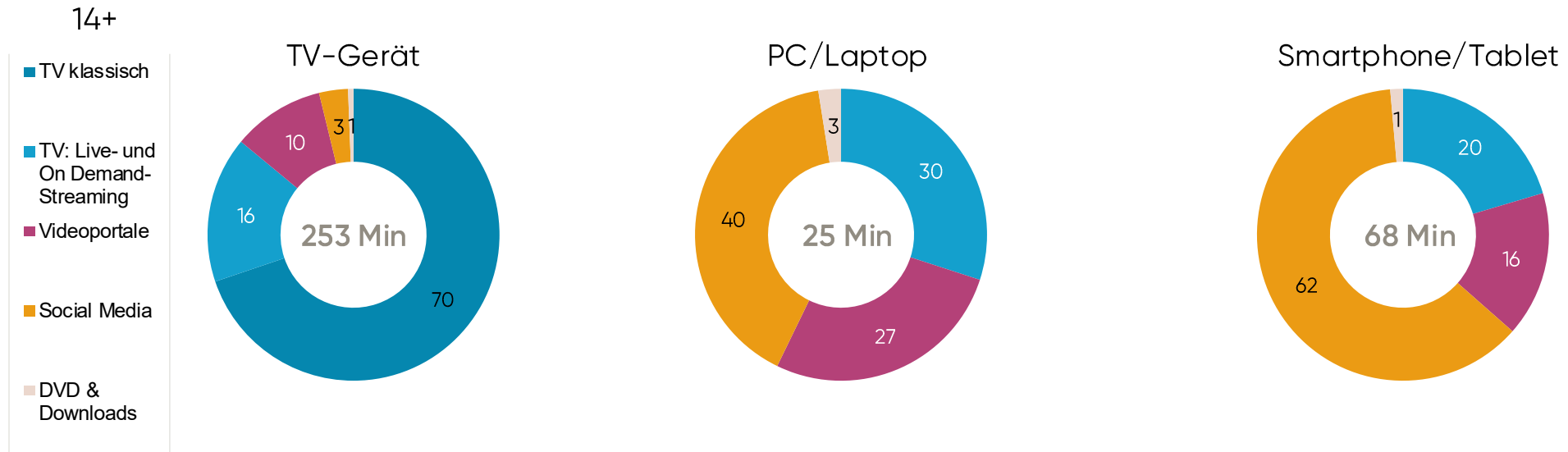
Verteilung der Bewegtbildnutzung auf Devicetypen, 14 – 29 Jahre in %



n = 840, repräsentativ für die Bevölkerung 14 – 29 Jahre, Befragungszeitraum Februar 2026

TV-Inhalte dominieren am TV-Gerät, Social Media auf mobilen Geräten

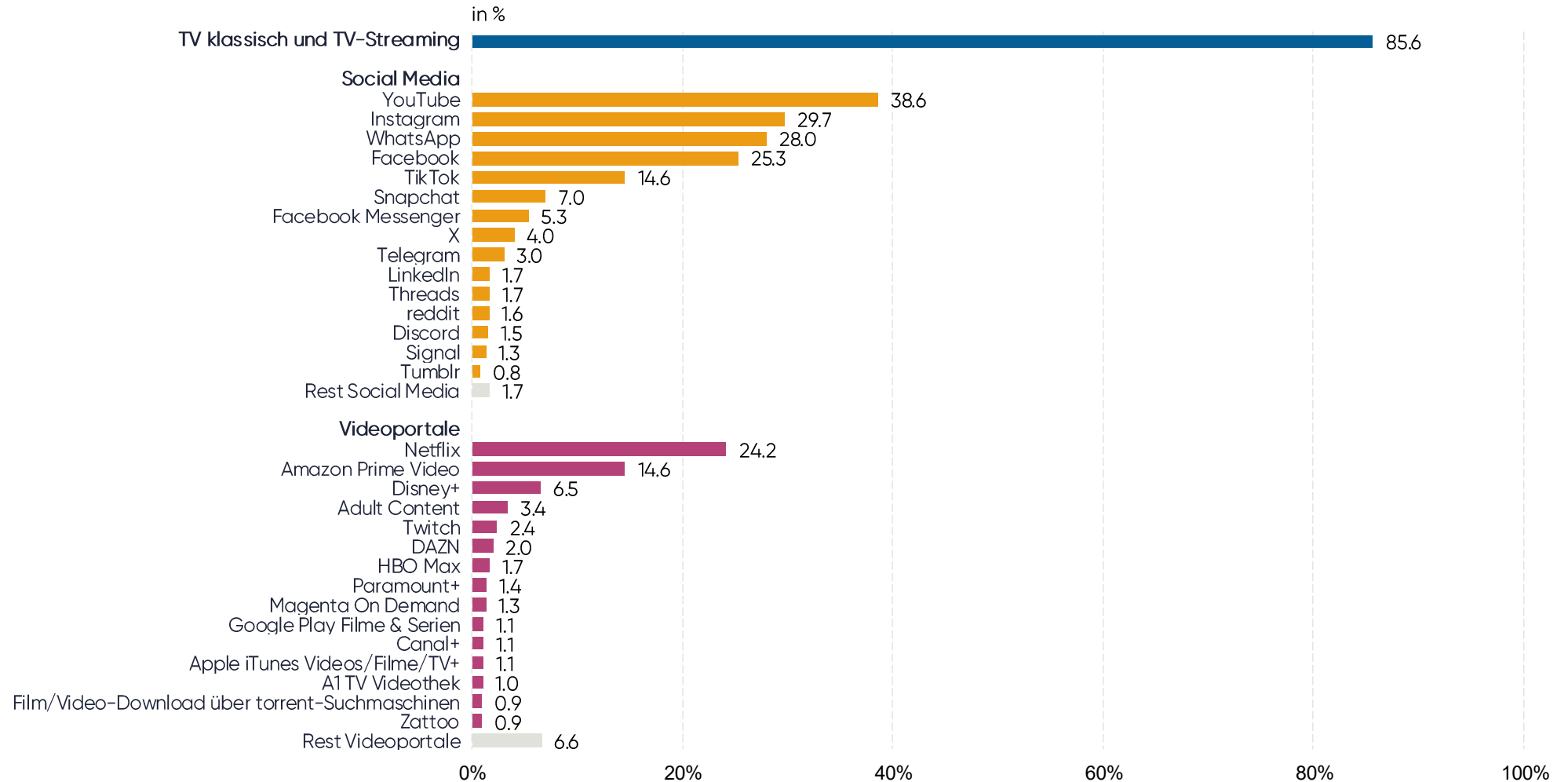
Verteilung der Bewegtbildnutzung auf Devicetypen, 14+ in %



n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026

TV-Tagesreichweiten in Gesamtbevölkerung sehr hoch

Tagesreichweiten, 14+ in %

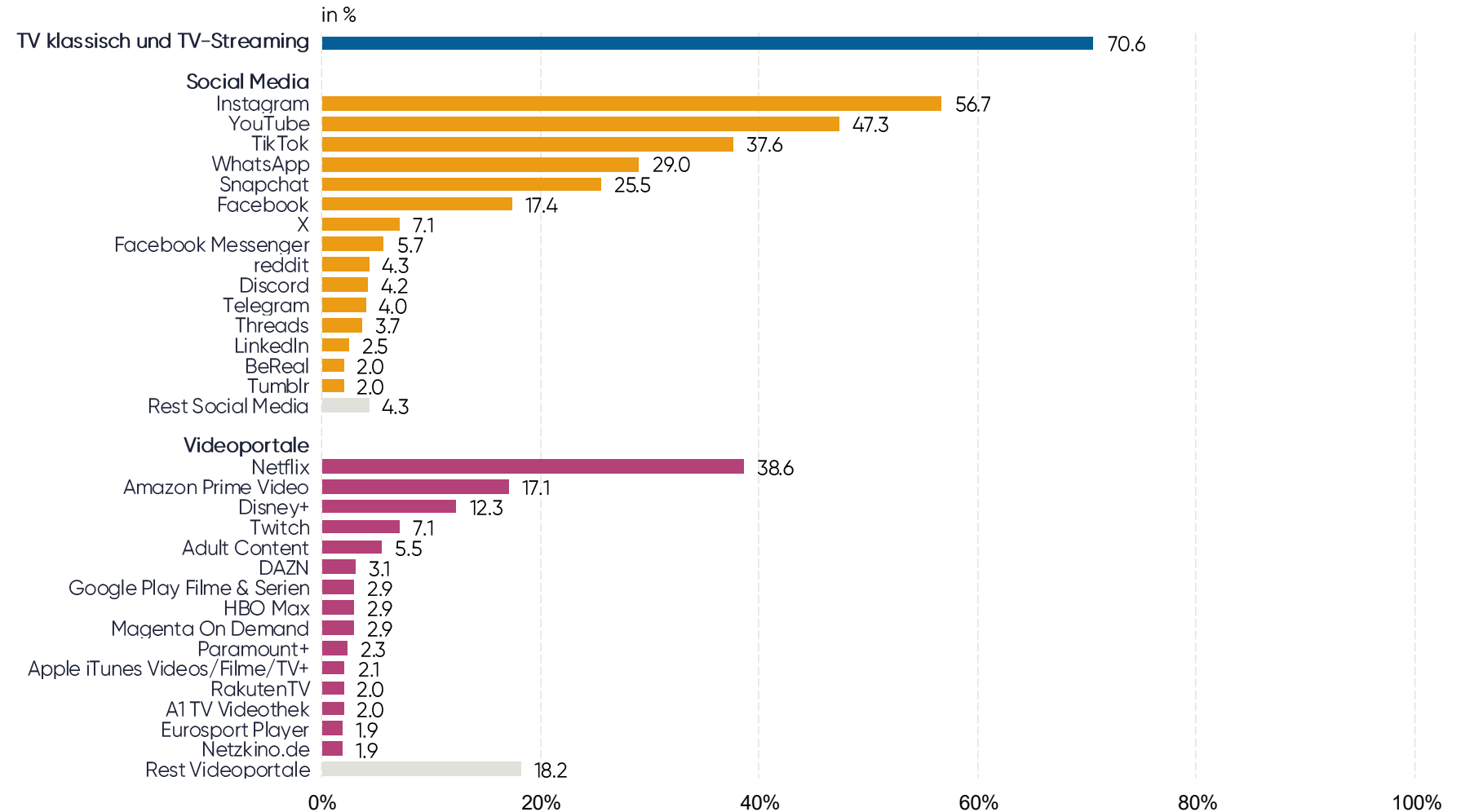


n = 4000, repräsentativ für die Bevölkerung 14+, Befragungszeitraum Februar 2026

Social Media und Videoportale jeweils inkl. TV-Inhalten

Höhere Reichweiten für Social Media- und Videoportale bei Jungen, TV führend

Tagesreichweiten, 14 – 29 Jahre in %

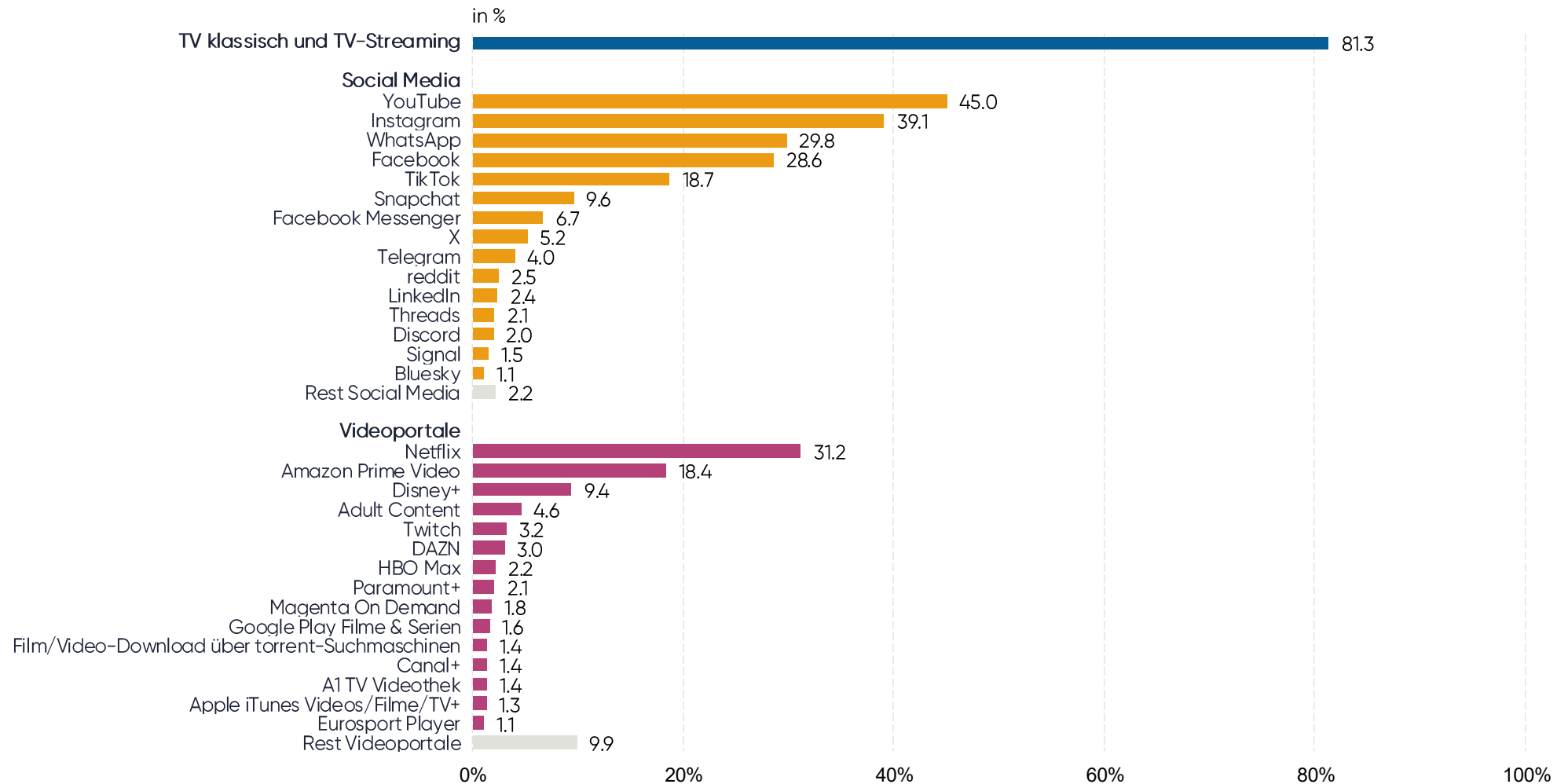


n = 840, repräsentativ für die Bevölkerung 14 – 29 Jahre, Befragungszeitraum Februar 2026

Social Media und Videoportale jeweils inkl. TV-Inhalten

TV reichweitenstark, Social Media und Videoportale ergänzen den digitalen Medienmix

Tagesreichweiten, 20 – 59 Jahre in %



n = 2502, repräsentativ für die Bevölkerung 20 – 59 Jahre, Befragungszeitraum Februar 2026

Social Media und Videoportale jeweils inkl. TV-Inhalten

Bewegtbildstudie 2026 – Key Findings

1. Bewegtbildnutzung mit rd. 6 Stunden täglich (über alle Plattformen) auf einem hohen Niveau. Quer über alle Altersgruppen nutzen alle ÖsterreicherInnen zumindest wöchentlich Bewegtbild.
2. Innerhalb der Bewegtbildnutzung nimmt TV mit 71% klar Platz 1 ein. Neuere Verbreitungsformen sind für TV relevant – knapp ein Drittel der TV-Inhalte werden online konsumiert.
3. Je jünger, desto mehr wird online geschaut.
4. Auch bei den Geräten zeigt sich eine Diversifizierung – Long-Form-Inhalte von TV-Sendern oder Videoplattformen werden bevorzugt am TV-Gerät geschaut, Kurzformen an mobilen Geräten.

