

ORF-Fernsehen im Jahr 2014: 35,1 Prozent Marktanteil für ORF-Sendergruppe

Wien (OTS) - Im Jahr 2014 hat der ORF u. a. mit großen Programmschwerpunkten wie 100 Jahre Erster Weltkrieg und 20 Jahre EU-Beitritt Österreichs, der umfassendsten EU-Wahl-Berichterstattung, einem höchst erfolgreichen Bundesländer-Abend ("9 Plätze - 9 Schätze"), einem fulminanten Festspielsommer, Reichweitzuwächsen bei den Magazinen, den Sport-Großevents Sotschi, Fußball-WM und Formel 1 in Spielberg, dem Triumph beim Song Contest, preisgekrönten Filmen ("Amour") und hervorragend angenommenen neuen Reihen und Serien ("Landkrimis", "Die Detektive" etc.) seine unangefochtene Marktführerschaft prolongiert. Die Tagesreichweite lag im Schnitt bei 3,620 Millionen Zuseherinnen und Zusehern (d. h. die gesamte Sendergruppe erreichte täglich durchschnittlich zumindest 50 Prozent der österreichischen Fernsehzuschauer/innen). Die Wochenreichweite lag bei 81 Prozent (5,873 Millionen Zuseher/innen). ORF eins erreichte 2,107 Millionen Zuseherinnen und Zuseher bei 13,3 Prozent Marktanteil, ORF 2 erreichte 2,715 Millionen Zuseherinnen und Zuseher bei 20,2 Prozent Marktanteil. Insgesamt erreichten ORF eins und ORF 2 zusammen im Jahr 2014 einen Marktanteil von 33,4 Prozent. In der wichtigen Programm-Kernzone 17.00 bis 23.00 Uhr lag das ORF-Fernsehen in diesem Zeitraum bei 40,6 Prozent Marktanteil.

Im Dezember 2014 erreichten die ORF-TV-Programmangebote einen Marktanteil von 35,1 Prozent. In diesem Zeitraum sahen die ORF-Programme pro Tag durchschnittlich 3,723 Millionen Seherinnen und Seher, das entspricht 51,4 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung. ORF eins kam dabei auf 2,282 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer pro Tag und 13,7 Prozent Marktanteil, ORF 2 auf 2,783 Millionen und auf 19,7 Prozent Marktanteil. In der nutzungsintensivsten Kernzone (17.00 bis 23.00 Uhr) erreichte das ORF-Fernsehen in diesem Monat 40,7 Prozent Marktanteil.

Weiter verschärftes Konkurrenzumfeld

Der Digitalisierungsgrad in den heimischen TV-Haushalten stieg 2014 im Vergleich zum Vorjahr weiter - um fünf Prozentpunkte - an: Ende 2014 verfügten bereits 87 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher über digitalen TV-Empfang. Neben dem grundsätzlichen Anstieg der digitalen TV-Haushalte liegt die durchschnittliche Anzahl der empfangbaren Sender in Digi-Sat-Haushalten heute bei 131, davon

sind 97 in deutscher Sprache. Die Zahl der KaSat-Haushalte liegt bei knapp 95 Prozent. Trotz dieses weiter verschärften Konkurrenzumfelds war das ORF-Fernsehen sowohl mit ORF eins als auch mit ORF 2 auch heuer sowohl bei den jüngeren Zuseherinnen und Zusehern (12-49) als auch in der Zielgruppe 50+ überlegener Marktführer.

36,9 Prozent Marktanteil für ORF-Senderfamilie

Mit der gesamten Senderfamilie von ORF 2 Europe, den Spartensendern ORF III Kultur und Information, ORF SPORT + und 3sat erreichte der ORF heuer 36,9 Prozent Marktanteil. Im europäischen Vergleich ist der ORF damit weiterhin einer der erfolgreichsten öffentlich-rechtlichen Sender.

Spartensender ORF III und ORF SPORT + etabliert

Höchst erfolgreich verlief das dritte komplette Sendejahr der beiden ORF-Spartensender ORF III Kultur und Information und ORF SPORT +, die seit 26. Oktober auch in HD zu sehen sind. Die technische Reichweite von ORF III liegt mittlerweile bei 95 Prozent, jene von ORF SPORT + (auf einer neuen Satellitenfrequenz) ist von zehn Prozent am Starttag mittlerweile auf mehr als 85 Prozent gestiegen, Tendenz weiter steigend. Die durchschnittliche Tagesreichweite von ORF III lag im Jahr 2014 bereits bei 470.000, jene von ORF SPORT + bei 190.000.

ORF-Online-Videoangebot weiter auf Erfolgskurs: 18,6 Millionen Online-Video-Abrufe pro Monat im ORF.at-Netzwerk

Die Live-Streams und Video-on-Demand-Angebote des ORF im Internet wurden vom Publikum im Jahr 2014 so intensiv genutzt wie nie zuvor: Im gesamten ORF.at-Netzwerk (ORF-TVthek sowie Video-Angebote auf anderen Seiten wie iptv.ORF.at, sport.ORF.at, insider.ORF.at etc.) wurden im Monatsschnitt 18,6 Millionen Abrufe von Video-Files (live und on demand) verzeichnet, was einen neuen Höchststand bedeutet. Rekordmonat 2014 und gleichzeitig auch stärkster Monat seit dem Launch der ORF-TVthek insgesamt war der Februar mit 25,1 Millionen Video-Abrufen im gesamten ORF.at-Netzwerk. Die 2014 und auch seit dem Start der TVthek am meisten als Video-on-Demand abgerufene Sendung war das Finale des "Eurovision Song Contest" vom 10. Mai (Sieg von Conchita Wurst) mit 965.501 Abrufen, der Tag mit den bisher meisten Live-Stream-Abrufen war der 19. Februar 2014 (Olympische Spiele Sotschi) mit 556.347.

Reichweiten 2014: Fußball-WM, Song Contest und Olympia

Die Fußball-WM mit gleich drei Spielen (Finale und Semifinale), Olympia in Sotschi mit zwei Übertragungen, der Song Contest mit dem Triumph für Österreich, aber auch die Vierschanzentournee mit dem Sensationssieger aus Niederösterreich waren die meistgesehenen ORF-Sendungen des Jahres 2014.

Die Reichweiten-Top-10 im Jahr 2014:

"Fußball-WM-Finale: Deutschland - Argentinien" (13. Juli)
1,913 Millionen Zuschauer, 58 Prozent Marktanteil

"Vierschanzentournee: Skispringen Bischofshofen" (6. Jänner)
1,631 Millionen Zuschauer, 67 Prozent Marktanteil

"Slalom der Herren, Schladming", 2. DG (28. Jänner)
1,589 Millionen Zuschauer, 50 Prozent Marktanteil

"ESC 2014, Finale - Die Entscheidung" (10. Mai)
1,549 Millionen Zuschauer, 74 Prozent Marktanteil

"Olympia live: Skispringen Normalschanze" (9. Februar)
1,513 Millionen Zuschauer, 47 Prozent Marktanteil

"Fußball-WM: Brasilien - Deutschland" (8. Juli)
1,453 Millionen Zuschauer, 50 Prozent Marktanteil

"Zeit im Bild" (2. Februar)
1,432 Millionen Zuschauer, 52 Prozent Marktanteil

"Olympia live: Slalom der Herren", 2. DG (22. Februar)
1,382 Millionen Zuschauer, 63 Prozent Marktanteil

"Bundesland heute" (2. Februar)
1,368 Millionen Zuschauer, 55 Prozent Marktanteil

"Fußball-WM: Niederlande - Argentinien" (9. Juli)
1,355 Millionen Zuschauer, 48 Prozent Marktanteil

Programm mit Mehrwert: Initiativen, Schwerpunkte und ein besonderer Bundesländer-Abend

Anlässlich des "Gedenkjahres 2014: 100 Jahre Erster Weltkrieg" inszenierte Andreas Prochaska den ORF/ZDF-Historienthriller "Das Attentat Sarajevo 1914", der am 23. April zu sehen war. Bis zu 666.000 Zuschauerinnen und Zuschauer wollten sich die filmische Reise in die Vergangenheit nicht entgehen lassen. Durchschnittlich 622.000 Seherinnen und Seher (23 Prozent Marktanteil) waren dabei, als Florian Teichtmeister als Untersuchungsrichter Leo Pfeffer nach dem Attentat von 1914 die verdächtigen serbischen Revolutionäre vernimmt, die Anklage vorbereitet und dabei immer mehr auf Widersprüche stößt. Robert Gokls "Menschen & Mächte: Der Weg in den Untergang", ein weiteres Programmhilighlight des ORF-Programmschwerpunkts, erreichte am 24. April bis zu 476.000 Zuschauerinnen und Zuschauer, im Schnitt waren 391.000 bei 15 Prozent Marktanteil (10 Prozent in der Zielgruppe 12-49 Jahre) dabei.

Die internationale Koproduktion "14 - Tagebücher des Ersten Weltkriegs", die der ORF ebenfalls im Rahmen seines umfassenden Programmschwerpunkts im Gedenkjahr 2014 zeigte, erzählt den Ersten Weltkrieg 100 Jahre nach seinem Beginn neu. Durchschnittlich 175.000 Seherinnen und Seher verfolgten das vierteilige Dokudrama von Jan Peter und Yury Winterberg, das im Rahmen von "Universum History" am 20. und 23. Mai in ORF 2 gezeigt wurde. Fiktional näherte sich Harald Sicheritz dem Ersten Weltkrieg an und rückte eine Frau in den Mittelpunkt seines ORF/ARD-Historiendramas - "Clara Immerwahr". Sie und ihr Ehemann Fritz Haber, zwei brillante Chemiker, wollen die Welt verändern - und genau an diesem Vorhaben zerbricht schließlich nicht nur ihre Beziehung. Bis zu 562.000 Zuschauerinnen und Zuschauer verfolgten das Leben von "Clara Immerwahr" am Mittwoch, dem 28. Mai, um 20.15 Uhr in ORF 2. Durchschnittlich sahen 515.000 (21 Prozent Marktanteil) den von ORF und ARD koproduzierten Fernsehfilm.

Der ganzjährige ORF-Schwerpunkt anlässlich 100 Jahre Erster Weltkrieg befasste sich weiters rund um den Jahrestag des Attentats von Sarajevo ebenso intensiv wie gut genutzt mit diesem Thema. Die "ZiB 2 History" live aus Schönbrunn am 27. Juni erreichte im Schnitt 317.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 21 Prozent Marktanteil. Das live-zeitversetzt übertragene "Sarajevo Concert 2014 - Gedenkkonzert der Wiener Philharmoniker" am 28. Juni sahen 223.000 Musikbegeisterte bei 10 Prozent Marktanteil. Gemeinsam mit der Übertragung in ORF III (im Schnitt 49.000 Zuschauerinnen und Zuschauer), 3sat (20.000) und im ZDF (17.000) erreichte das Gedenkkonzert einen weitesten Seherkreis (zumindest kurz genutzt) von 761.000 Zuschauerinnen und Zuschauern. In Deutschland kamen zusätzlich weitere 360.000 (ZDF) bzw. 90.000 (3sat) deutsche Seherinnen und Seher dazu.

Bereits am 25. Juni sahen 187.000 Zuschauerinnen und Zuschauer (11

Prozent Marktanteil) Andreas Novaks "Menschen & Mächte"-Doku "Krisen, Morde, Bürgerkriege".

Mit dem Finale der ORF-Chorinitiative "Europe sings" wurden am 9. Mai, dem offiziellen Europatag, die 63. Wiener Festwochen erfolgreich eröffnet. Bis zu 235.000 waren bei der Live-Übertragung in ORF 2 dabei. Durchschnittlich sahen 170.000 Zuseherinnen und Zuseher (8 Prozent Marktanteil) den völkerverbindenden Event, den der ORF im Gedenken an den Beginn des Ersten Weltkriegs vor 100 Jahren als Kooperation mit den Wiener Festwochen, dem Österreichischen Chorverein und der EBU ins Leben gerufen hatte. Das "Sommernachtskonzert" aus Schönbrunn erreichte am 29. Mai um 21.05 Uhr in ORF 2 bis zu 461.000 (im Schnitt 410.000 bei 17 Prozent MA).

Unter dem Motto "Bewusst gesund - leicht gemacht" widmete sich der ORF vom 5. bis 13. April mit seiner gesamten Medienvielfalt dem Thema "Gesundheit/Fitness muss nicht viel kosten". Insgesamt erreichten allein die zahlreichen TV-Sendungen 3,31 Millionen Zuseherinnen und Zuseher, das entspricht einem weitesten Seherkreis von 46 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. "Bewusst gesund - Unser Herz" hieß es dann vom 27. September bis 3. Oktober. Mit seiner gesamten Medienvielfalt widmete sich der ORF dem Thema "Herz-Kreislauf-Erkrankungen" und deren richtiger Diagnose und Therapie. Insgesamt erreichten allein die zahlreichen TV-Sendungen 3,069 Millionen Zuseherinnen und Zuseher, das entspricht einem weitesten Seherkreis von 42 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren.

"Mutter Erde", die gemeinsame Umweltschutzinitiative von ORF und NGOs, ist im Juni erfolgreich gestartet. Insgesamt 4,4 Millionen Österreicherinnen und Österreicher - das entspricht einem weitesten Seherkreis von 61 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren - verfolgten zwischen 29. Mai und 6. Juni den Programmschwerpunkt zum Thema "Wasser", den der ORF als Content-Leader in TV, Radio und Internet präsentierte und darin das relevante Umweltthema aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtete - u. a. in Reportagen, Filmen und Dokus, themenaffiner Berichterstattung in den ORF-TV-Magazinen, im ORF-Kinderprogramm sowie in den Sendungen der ORF-Radios. "Mutter Erde - Die Show" am 6. Juni erreichte bis zu 232.000 Zuschauerinnen und Zuschauer.

Vor 75 Jahren - am 1. September 1939 - begann der Zweite Weltkrieg mit Adolf Hitlers Angriff auf Polen. Zum Auftakt eines umfassenden

ORF-Programmschwerpunkts stand am 29. August die Dokumentation "Der Überfall" auf dem "Universum History"-Programm und erreichte bis zu 200.000 Zeitgeschichte-Interessierte. Gemeinsam mit dem "Menschen & Mächte"-Themenabend am 31. August (mit den "Menschen & Mächte"-Dokumentationen "Hitlers Blitzkriege", "Sterben für Hitler" und "Die Ungehorsamen") erreichte der Schwerpunkt insgesamt 706.000 Zuseherinnen und Zuseher, das entspricht einem weitesten Seherkreis von 10 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren.

Nicht weniger als 4,639 Millionen Österreicherinnen und Österreicher nutzten rund um den Nationalfeiertag die zahlreichen eigenproduzierten ORF-Angebote, die in den Genreclustern Information, Sport, Kultur und Unterhaltung alle Facetten des Landes zeigten und damit einen eindrucksvollen Beweis für die Unverwechselbarkeit der ORF-Angebote erbrachten. Das entspricht 64 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung, die zumindest einen der folgenden ORF-originären Programmpunkte verfolgten:

Die umfangreiche trimediale Wahl des schönsten verborgenen Platzes Österreichs, die in der großen Samstagabendshow "9 Plätze - 9 Schätze" ihren Höhepunkt fand, erreichte im TV insgesamt 3,638 Millionen Österreicherinnen und Österreicher - und damit 50 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung. Die von Armin Assinger moderierte Live-Hauptabendshow verfolgten durchschnittlich 976.000 Zuschauerinnen und Zuschauer (34 Prozent Marktanteil). Der Spitzenwert lag bei 1.052.000 Seherinnen und Seher. Einen Reichweitenrekord gab es für Gernot Lerchers bildgewaltige "Universum"-Dokumentation "Österreich - Land der grünen Grenzen": Bis zu 978.000 Seherinnen und Seher verfolgten am 21. Oktober die 90-minütige Produktion. Im Schnitt erreichte das beeindruckende Porträt Österreichs 935.000 "Universum"-Fans bei 31 Prozent Marktanteil und war damit das erfolgreichste "Universum" seit 2007. Mit 16 Prozent in der Zielgruppe der 12- bis 49-Jährigen bzw. 11 Prozent bei den 12- bis 29-Jährigen stieß der Film auch beim jungen Publikum auf großes Interesse.

Nicht weniger als 823.000 waren am 26. Oktober in ORF 2 bei der ORF-Bewegungsminute dabei, die die gesundheitsfördernden Aspekte des Stiegensteigens veranschaulichte. Insgesamt 1,978 Millionen sahen in ORF eins den Auftakt des alpinen Skiweltcups und damit exklusiv die besten Bilder aktueller sportlicher Höhenflüge von Fenninger, Hirscher und Co. am Rettenbachferner. Den Auftakt der neu aufgelegten zweiten Staffel des generationenprägenden TV-Klassikers "Österreich II" sahen insgesamt 397.000 Österreicherinnen und Österreicher. Bis

zu 943.000 waren zu Beginn der Nationalfeiertagswoche bei der "Promi-Millionenshow" dabei. Zahlreiche ORF-Dokus wurden ebenfalls hervorragend genutzt: "Heimat bist Du großer Töchter und Söhne" sahen im Schnitt 310.000 (17 Prozent Marktanteil), "Rot-weiß-rote Superhelden" verfolgten 227.000 (15 Prozent MA), "Traditionsreiches Österreich" sahen 288.000 (17 Prozent MA) und das "Österreich-Bild" über "Luftwurzler" 317.000 (16 Prozent MA). "Die Presse - Österreicher des Jahres exklusiv" sahen 174.000 (12 Prozent MA) und die "matinee"-Doku über Oskar Werner bis zu 99.000 (im Schnitt 84.000; 10 Prozent MA).

Info-Schwerpunkt zur EU-Wahl 2014, Schule fürs und Städte zum Leben

Insgesamt erreichte der ORF mit seiner EU-Wahlberichterstattung in allen seinen Medien 5,380 Millionen Österreicherinnen und Österreicher, das sind 74 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Den Wahlabend am 25. Mai verfolgten bis zu 1,087 Millionen ("Zeit im Bild" um 19.30 Uhr mit der Interviewrunde mit den Spitzenkandidatinnen und -kandidaten) via ORF 2. Die Sondersendung ab 21.50 Uhr mit u. a. zweimal "Runder Tisch" erreichte bis zu 604.000 Zuseherinnen und Zuseher. Bereits im Vorfeld widmete das ORF-Programm der EU-Wahl zahlreiche Sondersendungen, Konfrontationen und Diskussionen. Trotz starker Konkurrenz durch den Song Contest erreichte am 8. Mai die Programminnovation "Das #tvDuell zur Europawahl" mit Martin Schulz und Jean-Claude Juncker unter der erstmaligen gemeinsamen Diskussionsleitung von Ingrid Thurnher und Peter Frey bis zu 370.000 Zuseherinnen und Zuseher. Die Diskussion der österreichischen Spitzenkandidaten zur EU-Wahl unter der Leitung von Ingrid Thurnher sahen am 22. Mai bis zu 487.000 Zuschauerinnen und Zuschauer. Durchschnittlich waren 397.000 bei 18 Prozent Marktanteil (12 Prozent bei E-49) via ORF 2 live dabei. Auch das ORF-Format "Wahlfahrt Europa" war ein voller Erfolg: Bis zu 267.000 Zuschauerinnen und Zuschauer (Folge 2) und im Gesamtschnitt 227.000 bei 19 Prozent Marktanteil wurden erreicht. Erfreulich hoch war dabei das Interesse des jungen Publikums mit 20 Prozent (E-49) bzw. 13 Prozent Marktanteil (E-29). Der weiteste Seherkreis lag letztlich bei 884.000 Österreicherinnen und Österreichern.

Um 20 Jahre nach der Einigung auf Österreichs EU-Beitritt beispielhaft zu zeigen, welche Auswirkungen EU-geförderte Projekte im regionalen Bereich hatten und heute noch haben, widmeten sich die ORF-Landesstudios in einer Schwerpunktwoche von Montag, dem 10., bis Samstag, den 15. März, dem "Thema Europa". "Bundesland heute"

erreichte mit den insgesamt 45 ausgestrahlten Beiträgen vom "Schüleraustausch in Vorarlberg" bis zum "Verkehr über Grenzen" im Burgenland dabei 2,603 Millionen Zuseherinnen und Zuseher (weitester Seherkreis), das entspricht 36 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren.

Apropos EU: Dem Beitritt Österreichs vor 20 Jahren widmeten sich zwei "Menschen & Mächte"-Ausgaben am 10. und 17. Dezember: Gerhard Jelineks Doku "Der lange Weg nach Europa" erreichte dabei 277.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 18 Prozent Marktanteil, Klaus Unterbergers Film "Vision Possible - Zukunftsprojekt Europa" brachte es auf 202.000 Zuschauer bei 15 Prozent Marktanteil.

Mit bis zu 412.000 Seherinnen und Sehern und einer durchschnittlichen Reichweite von 379.000 bei 22 Prozent Marktanteil war die Reportage "Mein Budapest" von ORF-Osteuropa-Korrespondent Ernst Gelegs am 20. August die bisher reichweitenstärkste Folge der Serie, in der ORF-Korrespondentinnen und -Korrespondenten seit 9. Oktober 2013 "ihre Stadt" auf etwas andere Art porträtieren, als man sie aus den Nachrichten kennt. Apropos Magazine: "Thema", "Report", "Weltjournal", "WELTjournal +", "Am Schauplatz", "Am Schauplatz Gericht" und "Eco" konnten ihre Reichweiten im Vergleich zum Vorjahr ausbauen.

Im Frühjahr und Sommer 2014 beleuchtete die ORF-Initiative "Schule fürs Leben" das Thema Schule vor allem aus der Perspektive der Kinder, Eltern und Lehrer, die tagtäglich mit den realen Auswirkungen von Bildungstheorie, -trends und -politik konfrontiert sind. Welche Chancen sehen Eltern für die Zukunft ihrer Kinder, vor welchen Problemen und Sorgen stehen die Kinder selbst und unter welchem Druck stehen ihre Lehrerinnen und Lehrer, wenn sie aus jedem Kind das Beste herausholen wollen? Damit befassten sich neben "Am Schauplatz", "Weltjournal"/"WELTjournal +" und "heute konkret" vor allem die "Thema"-Reportage-Reihe "Schule fürs Leben - das Experiment", die das Herzstück der Initiative bildete und ein ebenfalls mehrmonatiges thematisches Projekt, das die Sendung "Heimat Fremde Heimat" begleitete. Schwerpunkt dabei: "50 Jahre Gastarbeiter in Österreich". Das "Thema spezial" zum Abschluss der Initiative am 30. Juni sahen 310.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei elf Prozent Marktanteil.

Insgesamt erreichten die diesjährigen "Sommergespräche", die heuer erstmals von Peter Resetarits geführt wurden, 2,929 Millionen Österreicherinnen und Österreicher (weitester Seherkreis), das

entspricht 40,4 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Im Schnitt sahen 640.000 Zuseherinnen und Zuseher bei 24 Prozent Marktanteil die sechs Ausgaben, in der jungen Zielgruppe 12-49 Jahre lag der Marktanteil bei 13 Prozent. Auch im September stark genutzt - die "ZiB 2"-Ausgaben im Anschluss an die "Sommergespräche" mit im Schnitt 704.000 Zuschauern bei 32 Prozent Marktanteil.

Neuland betraten ORF eins und Hanno Settele am 4. Dezember mit der ersten eigenproduzierten TV-Dokumentation in Spielfilmlänge zur Primetime: "Unter Verdacht - Im Visier der Geheimdienste" standen 264.000 Zuschauer bei 10 Prozent Marktanteil (je 13 Prozent in den jungen Zielgruppen).

Hochglanzdokus Marke "Universum" und "Universum History"

Der "Universum"-Zweiteiler "Wildes Baltikum" führte im Februar in die entlegenen Moorwälder im europäischen Nordosten, die vom Menschen seit Jahrhunderten zwar genutzt, aber dennoch naturnah geblieben sind. Die Koproduktion von NDR-Naturfilm, ORF, ARTE und BR beeindruckte mit eindrucksvollen Flugaufnahmen und extremen Zeitlupen von Luchs, Bär oder Prachtlibelle. Einfühlsam porträtiert Tierfilmer Christoph Hauschild die stillen Regionen im Nordosten Europas und gibt seltene Einblicke in eine Natur, die man anderenorts bereits nicht mehr kennt. Im Schnitt 710.000 bei 24 Prozent Marktanteil sahen zu. Auch Herrmann Maier treibt sich weiterhin höchst erfolgreich im ORF-TV-"Universum" herum: "Das Land am Dachstein" erreichte am 25. November bis zu 721.000 Zuseherinnen und Zuseher und 24 Prozent Marktanteil und war damit das am drittmeisten Gesehene in diesem Jahr (inkl. Kauf-Dokus).

"Universum: Engadin - Wildnis der Schweiz" über den ersten Nationalpark der Alpen, der beispielgebend war für viele ähnliche Projekte und Vorbild für Dutzende weitere Nationalparks im alpinen Raum. Kurt Mayer und Judith Doppler haben sich für die ORF-HD-Dokumentation ein Jahr lang dieser faszinierenden Region gewidmet. Der Film entstand als Koproduktion von ORF, ARTE, NDR und Kurt Mayer Film, gefördert von Fernsehfonds Austria, und erreichte im Schnitt 557.000 Zuseherinnen und Zuschauer (20 Prozent MA).

"Universum: Lionsrock - Die Heimkehr des Königs" widmete sich dem weltweit größten Refugium für Löwen - auch jene aus dem früheren Safaripark in Gänserndorf fanden hier ein Zuhause. Die in HD produzierte "Universum"-Dokumentation von Thomas Rilk und Andreas Laschober - eine Koproduktion von ORF, ORF-Enterprise und Rilk Film,

gefördert vom Land Niederösterreich - sahen im Schnitt 611.000. Am 16. Dezember feierte das "Universum: Wildes Venedig" Premiere. Der Film - gedreht in 4K und eine Koproduktion von ORF, epo-film, ARTE, NDR, ORF-Enterprise und BMBF - erforscht das weitgehend unbekannte Venedig der Tiere, begleitet die Falken und Zugvögel der Stadt und entdeckt das Tierleben auf den Laguneninseln abseits des Touristentrubels - 581.000 bei 21 Prozent Marktanteil waren via ORF 2 mit dabei. Das "Universum History" über "Maximilian von Mexiko - Der Traum vom Herrschen", eine Koproduktion von ORF, Interspot Film, Ilona Grundmann Film, ZDF/ARTE, TV UNAM, VRT Belgien und BMBF, gefördert von Fernsehfonds Austria, Filmfonds Wien, Media Programme of the European Union, Friuli Venezia Giulia Film Commission, erreichte am 12. Dezember 174.000 Zuschauer bei 10 Prozent Marktanteil.

Heinz Legers "Universum History spezial" über "Prinz Eugen und das Osmanische Reich", eine Koproduktion von ORF, ARTE, BMBF, Autentic und pre-tv mit Unterstützung von Fernsehfonds Austria, Filmfonds Wien und VAM, gefördert vom Land Niederösterreich, sahen am 28. Dezember 327.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 15 Prozent Marktanteil.

Als Höhepunkt eines Programmschwerpunkts zum Thema Bienen erreichte Markus Imhoofs vielfach preisgekrönter und vom ORF im Rahmen des Film/Fernseh-Abkommens kofinanzierter Dokumentarfilm "More than Honey - Bitterer Honig" am 22. April 682.000 Zuschauer bei 24 Prozent Marktanteil (17 Prozent bei 12-49 Jahre).

Super-Sportjahr 2014

Bis zu 1,663 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer sahen die Entscheidung bei der Vierschanzentournee zugunsten von Thomas Diethart, im Schnitt waren beim zweiten Durchgang in Bischofshofen 1,488 Millionen (bei 63 Prozent Marktanteil, 59 bzw. 48 Prozent in den jungen Zielgruppen E-49 bzw. E-29 Jahre) via ORF eins live dabei. Das bedeutet Vierschanzentournee-Rekord seit Beginn der elektronischen Reichweitenmessung 1991 und Platz zwei im All-Time-Skisprung-Ranking seit Olympia 2002.

Mehr als 430 Stunden haben ORF eins und ORF SPORT + von den Olympischen Winterspielen Sotschi 2014 live berichtet, entsprechend groß ist der Anteil der Österreicherinnen und Österreicher, die dabei erreicht wurden: Insgesamt 5,912 Millionen (weitester Seherkreis) sahen die ORF-Übertragungen, das entspricht rund 82 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Damit erreichte der ORF mit

der Sotschi-Berichterstattung mehr Zuseherinnen und Zuseher als zuletzt in Vancouver 2010 (5,556 Millionen).

Mit 40 Stunden Live-Übertragungen bzw. Highlights in ORF SPORT + und ORF eins die bisher umfangreichste Berichterstattung, mit elf Medaillen für Österreich sportlich erfolgreich und mit insgesamt 1,8 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern (bzw. 25 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung) gut genutzt - bei den Paralympics 2014 in Sotschi rückte der ORF den Behindertensport in den medialen Fokus.

72 Rennen, 250 Stunden Übertragungen und ein Millionenpublikum im ORF: Die mit zwei Gesamtweltcupsiegen überaus erfreuliche Skiweltcup-Saison 2013/14 sahen im ORF 5,9 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (weitester Seherkreis), das sind 82 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren.

Das insgesamt 18-stündige Grand-Prix-Wochenende von Spielberg im ORF brachte nicht nur mit den beiden Mercedes würdige Sieger, sondern dem ORF auch ein Millionenpublikum. 2,270 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer waren vom 19. bis 22. Juni via ORF eins live dabei, das sind 31 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Das Rennen am Sonntag, dem 22. Juni, sahen, zusätzlich zu den knapp 100.000 Zuschauern in Spielberg, in ORF eins bis zu 731.000 Motorsportfans, im Schnitt waren es 638.000 bei 57 Prozent Marktanteil (58 bzw. 60 Prozent in den Zielgruppen 12-49 bzw. 12-29 Jahre). Mit den Marktanteilen stellte der neue GP von Österreich übrigens einige Rekorde auf: Die 57 Prozent bei 12+ bedeuten den Formel-1-Topwert am Sendeplatz seit Abu Dhabi 2010, die 58 Prozent bei 12-49 Jahren sind der beste Wert seit dem bisher letzten Spielberg-Rennen im Jahr 2003 und die 60 Prozent Marktanteil bei E-29 sind Rekord seit dem GP von Großbritannien 2006.

Der ORF kann eine erfreuliche Bilanz der Fußball-WM 2014 in Brasilien ziehen: Knapp zwei Millionen waren beim Finale Deutschland - Argentinien via ORF eins live dabei. Im Schnitt wollten sich die zweite Halbzeit 1,913 Millionen Fußballfans bei 58 Prozent Marktanteil (63 bzw. 65 Prozent in den Zielgruppen E-49 bzw. E-29 Jahre) nicht entgehen lassen. Damit war das WM-Finale nicht nur das im ORF meistgesehene Spiel dieses Turniers, sondern auch das nach Reichweiten erfolgreichste seit dem EURO-2008-Match Österreich - Deutschland. Insgesamt waren 6,327 Millionen Österreicherinnen und Österreicher via ORF eins bei zumindest einem der 64 WM-Spiele - vom ORF in insgesamt 250 Stunden Live-Übertragung eingebettet - dabei,

das entspricht 87 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Bemerkenswert: Im Vergleich zur Fußball-WM 2010 in Südafrika mit ähnlichen Beginnzeiten wurden sowohl bei den Reichweiten (mit einem Plus von 62.000 Seherinnen und Sehern pro Spiel) als auch bei den Marktanteilen zum Teil signifikante Zuwächse erzielt. Besonders stark gestiegen ist dabei das Interesse der jungen Zuschauer (12-29 Jahre) mit einem Marktanteilszuwachs von durchschnittlich 37 auf 44 Prozent.

Ein starkes (Festspiel-)Jahr für die ORF-TV-Kultur

Die 56. ORF-Übertragung des diesmal von Daniel Barenboim dirigierten weltberühmten Klassik-Events aus dem Goldenen Saal des Wiener Musikvereins erreichte bis zu 1.206.000 Zuseherinnen und Zuseher (Spitzenwert des zweiten Teils) und erzielte mit 64 Prozent - nach 2011 - den besten Marktanteil seit 1998). Die durchschnittliche Reichweite des gesamten Konzerts, das heuer von fast 100 Ländern rund um den Globus übernommen wurde, lag bei 1,087 Millionen (63 Prozent Marktanteil) und war damit nach 2013 das meistgesehene seit 2006.

3,019 Millionen Österreicherinnen und Österreicher, das sind 42 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung (weitester Seherkreis), nutzten die TV-Angebote des diesjährigen ORF-Kultursommers von Salzburg, Bregenz, St. Margarethen, Grafenegg und weiteren Festivals. Mit seinen TV-Angeboten zu den Salzburger Festspielen erreichten ORF 2 und ORF III insgesamt 2,055 Millionen Zuseherinnen und Zuseher, das entspricht 28 Prozent der TV-Bevölkerung. Erfolgreichste Übertragung war die umjubelte Neuinszenierung von Giuseppe Verdis "Il trovatore" (15. August, ORF 2; 17. August, ORF III). Insgesamt verfolgten 1,007 Millionen (weitester Seherkreis) den historischen Salzburger Verdi-Hit in ORF 2 und ORF III. Das entspricht 14 Prozent der heimischen TV-Bevölkerung. Die mehr als viereinhalbstündige Salzburg-Neuinszenierung des "Rosenkavaliers" (18. August, ORF 2; 24. August, ORF III) sahen insgesamt 620.000 Opernfans (weitester Seherkreis).

Auf bemerkenswertes Interesse stieß der Zeitgeschichte-Themenabend, den ORF 2 am 14. November präsentierte. Auf die TV-Weltpremiere des im Rennen für eine Oscar-Qualifikation befindlichen Dokumentarfilms "Der Anständige" von Vanessa Lapa, der ein ungewöhnliches Psychogramm Heinrich Himmlers zeichnet, folgte ein Dakapo der "Universum History"-Dokumentation "Hitlers Todesbrigaden" von Andreas Novak und Tom Matzek. Die beiden Filme sahen insgesamt 858.000 Zuseherinnen und Zuseher (weitester Seherkreis), das sind 12 Prozent der

österreichischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Durchschnittlich interessierten sich 284.000 Zuseherinnen und Zuseher bei 13 Prozent Marktanteil für die israelisch-österreichische Produktion "Der Anständige", die der ORF als einziger deutschsprachiger Sender mitfinanzierte. Der Spitzenwert der Sendung lag bei 327.000. "Hitlers Todesbrigaden", in dem die Rolle von Hitlers Waffen-SS mit Heinrich Himmler als deren oberstem Leiter beleuchtet wird, erreichte im Durchschnitt 149.000 Seherinnen und Seher bei 12 Marktanteil.

Elizabeth T. Spira, erfolgreich im 18. Jahr

Bis zu 1.015.000 Zuseherinnen und Zuseher wollten sich am 6. Oktober das große Finale von Elizabeth T. Spiras "Liebesg'schichten und Heiratssachen" im ORF nicht entgehen lassen. Durchschnittlich sahen die zehnte Folge der 18. Staffel, in der Spira und ihr Team Bilanz zogen und die schönsten Erfolge präsentierten, 954.000 bei 32 Prozent Marktanteil. Alle zehn Sendungen der aktuellen Saison verfolgten im Schnitt 887.000 (34 Prozent Marktanteil). Die meistgesehene Ausgabe mit bis zu 1.034.000 Seherinnen und Sehern (durchschnittlich 992.000, 34 Prozent Marktanteil) war jene vom 1. September. Insgesamt 3,508 Millionen Liebesinteressierte verfolgten zumindest kurz eine Folge der 18. Staffel - das entspricht 48 Prozent der österreichischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren (weitester Seherkreis).

Triumphe und Bewährtes auf den Showbühnen

Bis zu 1,429 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer verfolgten am 27. Februar die ORF-2-Übertragung des Wiener Opernballs. "Die Eröffnung" um 21.45 Uhr sahen im Schnitt 1,340 Millionen bei einem Marktanteil von 52 Prozent. Bei den Interviews von Mirjam Weichselbraun und Alfons Haider am "Red Carpet" waren um 21.15 Uhr bis zu 1,302 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (im Schnitt 1,227 Millionen) dabei. Das auf die Eröffnung folgende Fest sahen durchschnittlich 742.000 bei einem Marktanteil von 52 Prozent. Neben der Live-Übertragung konnte ORF 2 auch mit "Der Wiener Opernball - Die guten Geister" um 20.15 Uhr beim Publikum punkten. Bis zu 1,054 Millionen und im Schnitt 848.000 (Marktanteil 28 Prozent) stimmten sich mit Lisbeth Bischoffs Doku auf den glanzvollen Abend ein. "Alles Walzer" hieß es aber nicht nur in Österreich: Via 3sat waren im Schnitt 920.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei der Eröffnung des Wiener Opernballs 2014 live dabei - und damit um 200.000 mehr als im Vorjahr.

Am darauffolgenden Tag waren bis zu 651.000 Zuschauer (im Schnitt

588.000) bei je 23 Prozent Marktanteil gesamt und bei 12-49 via ORF eins dabei, als Kati Bellowitsch "Promis, Prunk und Logentratsch - Das war der Wiener Opernball 2014" präsentierte.

Conchita Wurst sang sich am 10. Mai beim "Eurovision Song Contest" in die Herzen Europas - bis zu 1.623.000 waren live in ORF eins dabei. Im Durchschnitt verfolgten 1.549.000 das Finale - "Die Entscheidung" - des größten Musikwettbewerbs der Welt. Der Marktanteil lag bei 74 Prozent, in der Zielgruppe der 12- bis 49-Jährigen bei 76 Prozent. Bereits beim Halbfinale war die österreichische Teilnehmerin beim heimischen Publikum top: Die Entscheidung verfolgten bis zu 886.000 Zuseherinnen und Zuseher. Im Schnitt waren 836.000 dabei. Der Marktanteil lag bei 45 Prozent, in der Zielgruppe 12-49 sogar bei 47 Prozent. Die umfassende ORF-Berichterstattung danach brachte dem ORF-Fernsehen weiter Topreichweiten - darunter: die live übertragene Pressekonferenz am Flughafen Schwechat am 11. Mai (413.000 bei 40 Prozent Marktanteil), "IM ZENTRUM" unter dem Titel "Das Phänomen Conchita Wurst" (am 11. Mai um 22.00 Uhr; im Schnitt 707.000 bei 32 Prozent Marktanteil), die anschließende Dokumentation "Conchita - Queen of Austria" erreichte mit durchschnittlich 535.000 Zuseherinnen und Zuschauern 31 Prozent Marktanteil. Die monothematische "Thema"-Sendung am 12. Mai samt ausführlichem Live-Interview mit Conchita Wurst erreichte bis zu 985.000 Zuschauerinnen und Zuschauer, im Schnitt waren 835.000 bei 30 Prozent Marktanteil via ORF 2 dabei. Der Überraschungsbesuch von Conchita Wurst in "Willkommen Österreich mit Stermann & Grisseemann" am 13. Mai sorgte mit durchschnittlich 424.000 Zuschauerinnen und Zuschauern (23 Prozent Marktanteil) für die höchste Reichweite seit Beginn des Formats. Das Fan-Konzert am Wiener Ballhausplatz, das der ORF am Sonntag, dem 18. Mai, live übertrug, verzeichnete 498.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei einem Marktanteil von 31 Prozent.

515.168 Euro wurden am 24. November am "Licht ins Dunkel"-Aktionstag gesammelt, der bereits zum siebenten Mal in allen Medien und Landesstudios des ORF stattfand. Im ORF-Fernsehen führten Birgit Fenderl und Andreas Onea bzw. Christiane Wassertheurer (Live-Einstiege in ORF eins) durch den Spendentag mit vielen prominenten Gästen an den Spendentelefonen. Insgesamt erreichte das ORF-Fernsehen am Aktionstag mit allen Sendungen und Beiträgen zum Thema "Licht ins Dunkel" mehr als 2,8 Millionen Österreicherinnen und Österreicher, das sind rund 40 Prozent der österreichischen Bevölkerung in TV-Haushalten (Erw. 12+). "Die Promi-Millionenshow" zugunsten von "Licht ins Dunkel" im Hauptabend von ORF 2 erreichte

bis zu 869.000 Zuschauerinnen und Zuschauer (durchschnittlich 793.000) und 28 Prozent Marktanteil.

Harfonie nutzte ihre "große Chance". Bis zu 1.065.000 Zuschauerinnen und Zuschauer wollten sich am 7. November die finale Live-Show in ORF eins nicht entgehen lassen. Mit durchschnittlich 862.000 und 33 Prozent Marktanteil bei "Die große Chance - Das Finale" und durchschnittlich 963.000 und 43 Prozent Marktanteil bei "Die große Chance - Die Entscheidung" wurden dabei auch die höchsten Reichweiten der vierten Staffel erzielt. Dieses "Große Chance"-Finale war außerdem das meistgesehene seit jenem der ersten Staffel des ORF-eins-Event-Formats im Jahr 2011. Besonders groß war das Interesse einmal mehr beim jungen Publikum: "Das Finale" und "Die Entscheidung" erreichten bei den 12- bis 29-Jährigen einen Marktanteil von 35 bzw. 48 Prozent. Bei den 12- bis 49-Jährigen waren es 34 bzw. 45 Prozent. Die zweite Auflage der "Großen Comedy Chance" sahen im Jänner Schnitt 462.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 18 Prozent Marktanteil und 23 bzw. 29 Prozent in den jungen Zielgruppen E-49 bzw. E-29 Jahre.

Unter dem Motto "Garten der Lüste" stand der 22. Life Ball am 31. Mai - und insgesamt 1,535 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (weitester Seherkreis) waren via ORF eins live dabei - damit erreichte der "Life Ball 2014" eine neue Rekordreichweite. "Die Eröffnung" um 21.30 Uhr hatte bis zu 674.000 und durchschnittlich 598.000 Seherinnen und Seher (27 Prozent Marktanteil). Das ist die mit Abstand höchste Reichweite seit dem Beginn der Live-Übertragungen des Life Ball im ORF im Jahr 2007. Zum "Auftakt" um 20.15 Uhr begrüßte Alice Tumler zahlreiche Stars in der VIP-Lounge. Mit dabei waren durchschnittlich 434.000 Zuseherinnen und Zuseher. Der Marktanteil lag bei 19 Prozent. Beim Einzug der Gäste und dem "Red Carpet" mit Mirjam Weichselbraun und Alfons Haider waren um 21.00 Uhr 529.000 Zuseherinnen und Zuseher (21 Prozent Marktanteil) dabei - ebenfalls beste Reichweite und höchster Marktanteil seit 2007. Am 19. Mai um 20.15 Uhr in ORF 2 traten Lena Hoschek, Alice Tumler, Sonja Kirchberger und Sunnyi Melles in Armins Assingers "Promi-Millionenshow" an und erspielten 160.000 Euro für von Gery Keszlers Life Ball unterstützte Projekte. Hoch war auch das Interesse beim Publikum - durchschnittlich 748.000 Zuschauerinnen und Zuschauer (29 Prozent Marktanteil) verfolgten das Raten für den guten Zweck.

Die große Udo-Jürgens-Geburtstagsshow "Udo Jürgens - Mitten im Leben" (18. Oktober) sahen bis zu 1,119 Millionen Österreicherinnen und Österreicher. Im Schnitt waren bei der Koproduktion von ORF, ZDF und

SRF 988.000 Zuseherinnen und Zuseher bei einem Marktanteil von 38 Prozent mit dabei. In der Zielgruppe 12-49 lag der Marktanteil bei 25 Prozent, bei den 12- bis 29-Jährigen bei 20 Prozent. Sehr erfolgreich war auch die im Anschluss ausgestrahlte ORF-Dokumentation "Udo" von Lisbeth Bischoff: Im Schnitt erreichte diese 416.000 (28 Prozent Marktanteil).

Comedy mit 10-Jahres-Jubiläum

Seit nunmehr zehn Jahren begeistern Oliver Baier und sein "Was gibt es Neues?"-Rateteam die Zuschauerinnen und Zuschauer. Das "10 Jahre Was gibt es Neues? - Spezial" am 5. September erreichte 375.000 Zuschauer bei 20 Prozent Marktanteil (23 bzw. 24 Prozent in den jungen Zielgruppen). Die regulären Ausgaben sahen im September im Schnitt 428.000 bei 24 Prozent Marktanteil (und 27 bzw. 29 Prozent in den jungen Zielgruppen).

Nicholas Ofczarek und Robert Palfraders "BÖsterreich"ischer Parforceritt durch die "DIE NACHT" erreichte zwischen April und Juni im Schnitt 231.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 18 Prozent Marktanteil (23 bzw. 18 Prozent in den jungen Zielgruppen). Apropos Palfrader: Die erste Audienz des Jahres von "Wir sind Kaiser" am 28. Februar erreichte mit 544.000 Zuschauern und 22 Prozent Marktanteil (12-49: 26 Prozent) den Bestwert seit März 2012.

Im März ging die neunteilige "DIE.NACHT"-Reihe "Herr Ostrowski sucht das Glück" zu Ende - und was die Reichweiten betrifft, hat Michael Ostowski sein Glück gefunden: Im Schnitt waren (inklusive Best-of) 142.000 bei 12 Prozent Marktanteil (16 bzw. 12 Prozent in den jungen Zielgruppen) via ORF eins dabei.

Serienweise Reichweitenerfolge für Fiction made in Austria

Insgesamt knapp drei Millionen Seherinnen und Seher bzw. 41 Prozent der österreichischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren folgten Kristina Sprenger vom 7. Jänner bis 18. März jeweils Dienstag in ORF eins bei ihren 13 Finalfällen. Ihr allerletzter Diens(t)tag bescherte der "Soko Kitzbühel"-Kommissarin sogar Rekordwerte: Mit bis zu 784.000 und durchschnittlich 749.000 Sehern sowie einem Marktanteil von 26 Prozent (Doppelfolge um 20.15 und 21.05 Uhr) konnten die besten Werte in dieser 13. Staffel erzielt werden. Durchschnittlich waren bei den insgesamt 13 Folgen 614.000 Seherinnen und Seher dabei. Der Marktanteil beträgt 22 Prozent.

Am 30. September startete "Soko Donau" mit im Schnitt 658.000 Zuschauerinnen und Zuschauern bei 23 Prozent Marktanteil (20 bzw. 17 Prozent in den jungen Zielgruppen) und damit dem Topwert seit 2013 in neue Fälle der neunten Staffel sowie die "CopStories" mit bis zu 414.000 Zuschauern bei 14 Prozent Marktanteil (15 bzw. 10 Prozent in den jungen Zielgruppen) in die zweite Staffel. Die drei 90-Minuten-Ausgaben von "Schnell ermittelt" erreichten im September bis zu 637.000 Austrokrimi-Fans bei 23 Prozent Marktanteil (22 bzw. 17 Prozent in den jungen Zielgruppen). Rekorde auch im Dezember: Mit bis zu 728.000 und durchschnittlich 682.000 Sehern erzielte die "Soko Donau" einen Bestwert für 2014. Der Marktanteil liegt bei 23 Prozent bzw. 18 (E-49) und 11 Prozent (E-29) beim jüngeren Publikum. Bereits etabliert sind die "CopStories" mit durchschnittlich 399.000 Zuseherinnen und Zusehern bei den zehn Folgen der Staffel zwei. Bis zu 417.000 Zuschauerinnen und Zuschauer und 15 Prozent Marktanteil erreichte die Serie im November. Staffelrekord gab es beim Finale mit 446.000 Zuschauerinnen und Zuschauern.

Bis zu 728.000 und durchschnittlich 698.000 Seherinnen und Seher bescherten den legendären "Vier Frauen" am 9. Dezember zum Staffel-Auftakt einen Quotenrekord seit April 2012 (Finale vierte Staffel). Das Kult-Krimiquartett um Adele Neuhauser, Miriam Stein, Brigitte Kren und Martina Poel erreichte zum Auftakt der aktuellen sechsten Saison einen Marktanteil von 24 bzw. 16 Prozent beim jungen Publikum (E-29).

Mit bis zu 18 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe 12-49 bilanzierte die neue komödiantische ORF-Krimireihe "Die Detektive" erfolgreich. Im Schnitt ließen sich 343.000 Zuseherinnen und Zuseher die zehn Fälle der beiden ungleichen Ermittler Johannes Zirner und Serkan Kaya in ORF eins nicht entgehen - bei 12 Prozent Marktanteil (15 bzw. 14 Prozent in den Zielgruppen E-49 bzw. E-29 Jahre).

Bis zu 880.000 Zuseherinnen und Zuseher waren am 2. März dabei, als Harald Krassnitzer und Adele Neuhauser in ihrem achten gemeinsamen "Tatort" tiefe "Abgründe" aufdecken mussten. Mit einer durchschnittlichen Reichweite von 857.000 Seherinnen und Sehern (27 Prozent Marktanteil) belegt dieser Austrokrimi Platz eins seit September 2013 (ORF-Premiere von "Tatort - Angezählt") und liegt damit auf diesem Sendeplatz unter den Top drei seit April 2012. "Tatort - Abgründe" ist eine Produktion des ORF, hergestellt von Cult Movies und gefördert vom Land Niederösterreich.

Ein "Tatort", der nicht nur mitten im vermeintlichen "Paradies" liegt, sondern dem Sonntagabend auch paradiesische Quoten und einen Reichweitenrekord bescherte: Bis zu 1.136.000 Seherinnen und Seher waren am 31. August in ORF 2 dabei, als ein hochkarätiges Schauspielerensemble um das Ermittlerduo Harald Krassnitzer und Adele Neuhauser die "Tatort"-Saison einläutete. Mit einer durchschnittlichen Reichweite von 1.080.000 Sehern erzielte der Sicheritz-Krimi "Paradies" sogar einen Rekordwert seit 2004. Der Marktanteil liegt bei 35 Prozent. Topquoten verzeichnete der Austro-"Tatort" auch in Deutschland mit 8,96 Millionen Zusehern bzw. einem Marktanteil von 27 Prozent.

Die ORF-Premiere von "Amour - Liebe", dem vom ORF im Rahmen des Film/Fernseh-Abkommens kofinanzierten Oscar-gekrönten Film von Michael Haneke am 5. März, sahen im Schnitt 497.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 17 Prozent Marktanteil (11 Prozent bei E-49 Jahren). Die ebenfalls am 5. März im Rahmen eines Haneke-Schwerpunkts ausgestrahlte "Così fan tutte" in einer Inszenierung des Oscar-Regisseurs erreichte 36.000 Opernfans bei fünf Prozent Marktanteil.

"Bester internationaler Film" in Santa Barbara, "Publikumspreis für den beliebtesten Film des Festivals" in Montreal sowie Darstellerpreise für Karl Merkatz in Montreal und beim Österreichischen Filmpreis - das sind nur einige der Auszeichnungen, die dem österreichischen Kinofilm "Anfang achtzig", der vom ORF im Rahmen des Film/Fernseh-Abkommens kofinanziert wurde, verliehen wurden. Am 22. Jänner feierte der berührende Film von Sabine Hiebler und Gerhard Ertl (Buch und Regie) über eine junge Liebe im hohen Alter im Rahmen des ORF-Schwerpunkts zum Österreichischen Filmpreis TV-Premiere. Im Schnitt 686.000 Zuschauerinnen und Zuschauer sahen die von Christine Ostermayer und Karl Merkatz superb gespielten Rosa und Bruno in einem bewegenden Film über ein ganz besonderes Paar in einer Gesellschaft, die das Alter ausgrenzt und verdrängt. Der Spitzenwert lag bei 727.000, der Marktanteil bei 25 Prozent, in der Zielgruppe 12-49 bei 15 Prozent.

Von Bundesland zu Bundesland, quer durch Österreich zieht die neue ORF-Landkrimi-Reihe. Im Dezember starteten - jeweils um 20.15 Uhr in ORF eins - die ersten drei Landkrimis. Den Beginn machte Niederösterreich: Nina Proll und Karl Fischer begaben sich am 18. Dezember auf die Suche nach der "Frau mit einem Schuh" und bis zu 753.000 Zuschauer (im Schnitt 684.000 bei 26 Prozent Marktanteil, 28

bzw. 26 Prozent in den jungen Zielgruppen) waren dabei. Bis zu 675.000 sahen am 20. Dezember Wolfgang Murnbergers Krimi "Steirerblut", im Schnitt waren 651.000 bei 23 Prozent Marktanteil (23 bzw. 14 Prozent Marktanteil in den jungen Zielgruppen 12-49 bzw. 12-29) dabei.

"Alles Fleisch ist Gras" hieß es am 27. Dezember für Tobias Moretti und Wolfgang Böck im Vorarlberg-Landkrimi - bis zu 822.000 Zuschauerinnen und Zuschauer und im Schnitt 778.000 bei 27 Prozent Marktanteil ließen sich diese Krimispannung made in A nicht entgehen.

Insgesamt 1,3 Millionen Seherinnen und Seher bzw. 18 Prozent der österreichischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren waren am 8. Dezember dabei, als ORF 2 die bevorstehende Verleihung des Friedensnobelpreises und den Abschluss des Gedenkjahres 2014 würdigte. Bis zu 668.000 und durchschnittlich 642.000 Seherinnen und Seher folgten um 20.15 Uhr Birgit Minichmayr und Sebastian Koch, die als Bertha von Suttner und Alfred Nobel "Eine Liebe für den Frieden" einte. Die ORF-Premiere des gleichnamigen ORF/ARD-Historiendramas erreichte einen Marktanteil von 21 Prozent. Edith Stohls anschließende "Universum History"-Dokumentation "Bertha von Suttner, Friedensnobelpreisträgerin aus Österreich" ließen sich bis zu 450.000 bzw. durchschnittlich 427.000 Seherinnen und Seher nicht entgehen. Der Marktanteil beträgt 20 Prozent.

Ein dunkles Familiengeheimnis, Hochspannung - und ein Publikumserfolg: Bis zu 869.000 Zuseherinnen und Zuseher waren dabei, als Henriette Confurius, Manuel Rubey, Max von Thun, Franziska Weisz und August Schmörlzer am 16. April eine dramatische Familiengeschichte erzählten. Mit einer durchschnittlichen Reichweite von 805.000 Seherinnen und Sehern ist der topbesetzte ORF/ZDF-Heimatfilm "Die Fremde und das Dorf" der meistgesehene Mittwoch-Hauptabendfilm seit Dezember 2012. Der Marktanteil lag bei 30 Prozent.

Musikalische Höchstwerte, bewährte Faschingsspiele

Die musikalisch-besinnliche Show "Zauberhafte Weihnacht im Land der 'Stillen Nacht'" mit den Gastgeber Harald Krassnitzer und Sonja Weissensteiner sowie Topstars wie José Feliciano, Rainhard Fendrich, Jonas Kaufmann, Paul Potts oder Semino Rossi erreichte am 20. Dezember bis zu 661.000 Zuseherinnen und Zuseher. Im Schnitt waren 636.000 bei 23 Prozent Marktanteil mit dabei.

Jubiläum am Wörthersee - Erfolg beim Publikum! Die 15. "Starnacht am

Wörthersee" sorgte am 19. Juli für einen Musikevent der besonderen Art. Insgesamt 1,5 Millionen Zuseherinnen und Zuseher bzw. 20 Prozent der österreichischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren (weitester Seherkreis, d. h. mindestens eine Minute konsekutiv genutzt) verfolgten den "Starnacht"-Abend (Von "Hits und Stars am Wörthersee" bis "Helene Fischer: Farbenspiel") in ORF 2. Bis zu 637.000 Zuschauerinnen und Zuschauer (Bestwert seit 2006) wollten sich das Open-Air-Konzert am Wörthersee nicht entgehen lassen. Durchschnittlich 575.000 Seherinnen und Seher bei 31 Prozent Marktanteil verfolgten die Auftritte von Stars wie Helene Fischer, Conchita Wurst, Peter Kraus und Roland Kaiser. Besonders hoch war das Interesse der jungen Zuschauerinnen und Zuschauer (12-29 Jahre) mit 17 Prozent - damit erreichte die "Starnacht" in dieser Zielgruppe den Bestwert seit 2001. Für einen guten Auftakt sorgte auch Petra Frey um 20.15 Uhr mit "Hits und Stars am Wörthersee": Durchschnittlich 456.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 27 Prozent Marktanteil ließen sich den Rückblick auf die Erfolgsgeschichte der "Starnacht" nicht entgehen.

Einmal mehr ein Millionenpublikum für den "Villacher Fasching": Am 4. März wollten sich bis zu 1,341 Millionen (im Schnitt 1,199 Millionen bei 42 Prozent Marktanteil, 23 Prozent bei 12-49) das TV-Highlights der Faschingssaison nicht entgehen lassen. Bis zu 1.051.000 Zuschauerinnen und Zuschauer wollten sich den zweiten Teil von "Narrisch guat" am 1. März nicht entgehen lassen. Im Durchschnitt sahen 990.000 (Marktanteil 35 Prozent) das ORF-Faschingshighlights. Bei den "Stehaufmandln" waren im Anschluss noch 538.000 (MA 25 Prozent) dabei. Ebenfalls im Zeichen der fünften Jahreszeit stand am 3. März die "Faschings-Millionenshow" - im Schnitt 772.000 bei 26 Prozent Marktanteil waren via ORF 2 dabei.

Stark präsentierte sich im März auch die Musik - von der Volksmusik bis zur volkstümlichen Musik. Der "Musikantenstadl" in Wiener Neustadt am 8. März erreichte 614.000 Zuschauerinnen und Zuschauer bei 25 Prozent Marktanteil, "Mei liabste Weis" in Naturns (Südtirol) am 15. März 618.000 bei 22 Prozent Marktanteil und Florian Silbereisens "Das große Fest zum Jubiläum" am 22. März 486.000 bei 20 Prozent Marktanteil.

"Ziemlich beste"-Quoten

Mit der Filmpremiere des französischen Welterfolgs "Ziemlich beste

Freunde" und einer Durchschnittsreichweite von 649.000 und 26 Prozent Marktanteil (Spitzenwert: 834.000) erzielte der ORF am 7. Juli einen Topwert. Auch die im ORF-eins-Spätabend folgende Dokumentation zum Film "Ziemlich beste Freunde - Was im Leben wirklich zählt" erfreute sich hohen Zuspruchs: Durchschnittlich 451.000 Zuseherinnen und Zuseher (22 Prozent Marktanteil, Spitzenwert 466.000) interessierten sich dafür. Mit "Ziemlich beste Freunde" verzeichnete der ORF außerdem höchst beachtliche Marktanteile in den jungen Zielgruppen: So erreichte der Erfolgswelt mit 39 Prozent in der Zielgruppe 12-49 den besten Marktanteil eines ORF-eins-Films auf diesem Sendeplatz seit 2005; in der Zielgruppe 12-29 war es mit 41 Prozent der beste Marktanteil eines ORF-eins-Films am Sendeplatz seit 2010.

Quelle: AGTT / GfK Austria / TELETEST, Basis: Erwachsene 12+ Jahre, alle Ebenen, mindestens eine Minute durchgehend gesehen.

~

Rückfragehinweis:

ORF-Pressestelle

Markus Wibmer

Tel.: (01) 87878 - DW 14076

<http://presse.ORF.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/248/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0075 2015-01-02/13:31

021331 Jän 15

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20150102_OTS0075