

ORF.de im Chaos: Nutzer verzweifeln an fehlerhafter Suchfunktion!

ORF kämpft mit Nutzerunzufriedenheit über seine neue Plattform ORF.on und zeigt Probleme bei der Auffindbarkeit von Inhalten.



Nachrichten AG

Österreich - Der ORF steht in der Kritik: Trotz eines Jahresbudgets von rund einer Milliarde Euro, finanziert durch Gebühren und Werbegelder, sind die Nutzer mit der neuen Plattform ORF.on unzufrieden. Besonders die technische Umsetzung, vor allem die Suchfunktion, wird als „unterirdisch“ beschrieben. Nutzer berichten von Schwierigkeiten, den neuen Zweiteiler „Lillys Verschwinden“ zu finden, da die Suchanfragen nur mit dem exakten Titel zum gewünschten Ergebnis führen. Teilweise Eingaben führen zu Frustrationen, insbesondere auf Smart-TVs, wo die Eingabe über die Fernbedienung umständlich ist. Viele fordern umgehende Verbesserungen der App, um die Benutzererfahrung zu optimieren, wie **oe24.at** berichtet.

„Lillys Verschwinden“ ist ein Event-Zweiteiler mit prominenten Darstellern wie Heino Ferch und Jessica Schwarz. Der Film erzählt die dramatische Geschichte eines fünfjährigen Mädchens, das während eines Strandurlaubs verschwindet. Während die Eltern, Robert und Anna Bischoff, verzweifelt nach ihrer Tochter suchen, bleibt Lilly trotz großangelegter Suche unauffindbar. Teil 1 zeigt, wie die Familie in den Urlaub reist und sich auf Erholung freut, bis sie plötzlich mit der Realität konfrontiert wird, als sie feststellen, dass Lillys Bett leer ist. Die Koproduktion von ZDF und ORF bietet auch eine Hörfilmversion und einen zweiten Teil, der noch folgen wird, lautet die Beschreibung auf [tv.ORF.at](https://www.tv.orf.at).

Marktanteile und Zuschauerzahlen im Fokus

Doch die Herausforderungen für den ORF halten nicht an. Laut neuesten Berichten hat der Sender im Jahr 2023 Marktanteile verloren. Täglich nutzen 6,1 Millionen Menschen eines der ORF-Angebote, was einen Marktanteil von 33,8 % für die gesamte ORF-Fernsehflotte bedeutet – ein Rückgang von 34,6 % im Vorjahr. ORF 2 hält konstant bei 21 % Marktanteil, während ORF 1 auf 9,5 % sinkt. Trotz stabiler Zahlen bei ORF III und ORF Sport+ bleibt die durchschnittliche Nutzung pro Tag mit 55 Minuten unter dem Vorjahreswert von 59 Minuten. Die Programmstruktur verändert sich kaum; 66,9 % der Sendezeit sind Produktionen mit Österreich-Bezug, und 98 % der Programme in ORF 2 sind europäische Werke, berichtet die Bundestag-Website [parlament.gv.at](https://www.parlament.gv.at).

- **Marktanteile:**
- ORF-Fernsehflotte: 33,8 % (2023)
- ORF 2: 21 %
- ORF 1: 9,5 %
- ORF III: 2,8 %
- ORF Sport+: 0,4 %

Die Schwierigkeiten des ORF manifestieren sich nicht nur in

sinkenden Zuschauerzahlen, sondern auch in den Meinungen der Nutzer über die App und die Inhalte, die eine zentrale Rolle für die zukünftige Entwicklung des Senders spielen könnten. Die Forderungen nach technischen Verbesserungen und einem besseren Nutzererlebnis sind dringend und notwendig, um auch in Zukunft relevant zu bleiben.

Details	
Ort	Österreich
Quellen	• www.oe24.at • tv.orf.at • www.parlament.gv.at

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at