

ORF-„Overall-Befragung 2015“

Repräsentativbefragung der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren:
„Overall-Befragung“
Mai/Juni 2015

DATEN ZUR UNTERSUCHUNG

GRUNDGESAMTHEIT

österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren

STICHPROBE

1.000 Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren

SAMPLINGMETHODE

Adress-Random-Sampling

INTERVIEW-METHODE

persönlich/CAPI (Computer-Assisted-Personal-Interviews)

FELDARBEIT

13. Mai 2015 bis 04. Juni 2015

VERGLEICHSZEITRAUM

Overall-Befragung 2014:	15.05.2014 - 18.06.2014
Overall-Befragung 2013:	17.05.2013 - 15.06.2013
Overall-Befragung 2012:	18.05.2012 - 06.06.2012
Overall-Befragung 2011:	26.07.2011 - 08.08.2011
Overall-Befragung 2010:	21.06.2010 - 15.07.2010
Overall-Befragung 2009:	15.06.2009 - 16.07.2009
Overall-Befragung 2008:	03.06.2008 - 26.06.2008
Overall-Befragung 2007:	13.11.2007 - 12.12.2007
Overall-Befragung 2006:	13.06.2006 - 16.07.2006
Overall-Befragung 2005:	14.06.2005 - 18.07.2005
Overall-Befragung 2004:	18.05.2004 - 27.06.2004
Overall-Befragung 2003:	17.06.2003 - 20.07.2003
Imagestudie 2002:	06.08.2002 - 04.09.2002
Imagestudie 2000/2001:	14.11.2000 - 07.01.2001

RESÜMEE (1): STUDIENDESIGN

Die ORF-Overall-Befragung 2015 stellt, was Methode und Inhalt betrifft, eine stringente Fortführung der bisherigen Vorgangsweise dar. Methodisch wird die Overall-Befragung als eine persönliche Befragung (CAPI Interviews) von n=1.000 Österreichern und Österreicherinnen ab 15 Jahren durchgeführt.

Das Befragungsgebiet umfasst das gesamte Bundesgebiet. Die resultierende Netto-Stichprobe (n=1.000) stellt, nach soziodemografischen Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Berufstätigkeit, Bildung sowie Bundesland, Bezirk, Größe des Wohnorts ein verkleinertes repräsentatives Abbild der Gesamtbevölkerung Österreichs ab 15 Jahren dar.

Die Overall-Befragung ist als Bestandteil der ORF-Qualitätssicherung in einem hohen Ausmaß methodisch und inhaltlich standardisiert. Erhebungsmethode, zentrale Erhebungsthemen, vorgegebene Items und Skalierungen sowie die Abfolge der Fragen und der Zeitraum der Feldarbeit folgen dem Muster der Vorjahre.

RESÜMEE (2): HAUPTERGEBNISSE

Interesse an Themenbereichen allgemein

Was sich bereits in den letzten Erhebungsjahren andeutete, wird durch die aktuell vorliegenden Daten bestätigt: ein kontinuierlich zunehmendes Interesse an Unterhaltung. Die Unterhaltung stellt heute jenen Themenbereich dar, der den Aussagen der Befragten folgend am häufigsten von Interesse ist (84 % sehr oder eher an Unterhaltung interessiert). Bislang hat in dieser Hinsicht der Themenbereich Information dominiert knapp vor Unterhaltung und jeweils deutlich vor den Themengebieten Sport und Kultur. Unterhaltung und Information interessieren nahezu jedermann, während sowohl beim Themenbereich Sport als auch beim Bereich Kultur jeweils spezifische Interessentengruppen vorliegen. 83 % sind – den aktuellen Daten folgend – sehr oder eher an Information interessiert, 50 % an Sport und 42 % an Kultur.

Unverändert gilt in diesem Zusammenhang, dass die Themen Sport und Kultur einer gewissen Polarisierung unterliegen, während Unterhaltung und Information mehr oder weniger in der Gesamtbevölkerung auf Interesse treffen. Jenen 50 % der Bevölkerung, die am Themenbereich Sport interessiert sind, stehen nämlich 30 % „Nicht-Interessierte“ gegenüber; beim Themenbereich Kultur ist das entsprechende Verhältnis 42 % zu 32 %. In beiden Fällen gibt es also einen durchaus beträchtlichen Teil der Bevölkerung, welcher kein Interesse (eher nicht / gar nicht interessiert) am jeweiligen Bereich artikuliert. Nimmt man jene hinzu, die bei Sport und/oder Kultur jeweils eine indifferente Haltung (weder interessiert / noch uninteressiert) einnehmen, so stehen den 50 % Sportinteressierten in der österreichischen Bevölkerung 50 % Indifferente/Nicht-Interessierte gegenüber und den 42 % Kulturinteressierten 58 % Indifferente/Nicht-Interessierte. Das bedeutet, dass mediale Sport- oder Kulturinhalte nur bei einem begrenzten Ausschnitt der Bevölkerung von vorneherein auf grundsätzliches Interesse treffen und ein jeweils beträchtlicher Bevölkerungsanteil nur wenig damit anfangen kann. Dies ist folglich auch zu berücksichtigen, wenn die Zufriedenheit mit den Themenbereichen in den Medien zur Sprache kommt.

RESÜMEE (3): HAUPTERGEBNISSE

Sport als Themengebiet ist und bleibt eine präferierte Domäne der männlichen Bevölkerung (Männer: 72 % sehr oder eher an Sport interessiert; Frauen: 30 %), während Kultur als Themengebiet vor allem ältere Personen interessiert sowie Personen, die über Matura oder Universitätsbildung verfügen. 50 % der 50+-Jährigen verglichen mit 27 % der unter 30-Jährigen weisen ein Interesse am Themenbereich Kultur auf. Unter Personen mit Matura oder Universitätsabschluss sind 52 % sehr oder eher an Kultur interessiert; bei den Pflichtschulabsolventen beträgt der entsprechende Anteil 36 %.

Für alle hier abgehandelten Themenbereiche gilt, dass das Interesse daran – im Zeitverlauf gesehen – eher zunimmt; am deutlichsten kommt dies beim Thema Unterhaltung zum Tragen, aber auch die Themenbereiche Information, Sport und Kultur treffen im Vergleich der Erhebungsjahre in zunehmendem Ausmaß auf Interessierte. An Sport waren beispielsweise 2012 45 % sehr oder eher interessiert, während es heute 50 % sind; und an Kultur 37 % (2012) verglichen mit 42 % im Jahr 2015. Bei beiden Themengebieten nimmt der Anteil jener Personen etwas ab, die diesen Inhalten bislang desinteressiert gegenüberstanden.

Interesse an Themenbereichen in den Medien

Betrachtet man das Interesse an Themenbereichen in den einzelnen Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext, so zeigt sich, dass bei den Medien Fernsehen und Radio aktuell das Thema Unterhaltung vom Interesse her an erster Stelle steht (Fernsehen: 63 % sehr, 24 % eher interessiert; Radio: 53 % sehr, 20 % eher interessiert); gefolgt vom Themenbereich Information (Fernsehen: 60 % sehr, 27 % eher interessiert; Radio: 48 % sehr, 25 % eher interessiert). Bei den Medien Internet und Teletext steht hingegen die Information im Vordergrund (Internet: 54 % sehr, 18 % eher interessiert; Teletext: 39 % sehr, 14 % eher interessiert). Vom Interesse her folgt im Internet die Unterhaltung (59 % sehr/eher interessiert) vor Sport (37 %) und Kultur (29 %). Beim Teletext nimmt hingegen das Interesse an Sport den zweiten Platz ein (32 % sehr/eher interessiert) knapp vor Unterhaltung (29 %) und Kultur (20 %).

RESÜMEE (4): HAUPTERGEBNISSE

Nach dem Ausmaß des Interesses gilt folglich

- bei Fernsehen und Radio die Reihenfolge: Unterhaltung → Information → Sport → Kultur;
- beim Internet die Reihenfolge: Information → Unterhaltung → Sport → Kultur;
- und beim Teletext die Reihenfolge: Information → Sport → Unterhaltung → Kultur.

Die unterschiedliche Interessenlage in den einzelnen Medien signalisiert, dass die verschiedenen Medien aus der Perspektive des jeweiligen Publikums mit unterschiedlichen Ansprüchen und Erwartungen zu tun haben.

Das textbasierte Medium Teletext muss in erster Linie den Informationsbedürfnissen gerecht werden; das Internet als Trägermedium und Plattform wiederum kann vom User / der Userin selbstbestimmt und selektiv genutzt werden. Die Medien Fernsehen und Radio stehen demgegenüber vor der Herausforderung, mit ihrem Angebot relativ unspezifischen, aber vielfältigen und oftmals auch situativ geprägten Bedürfnissen und Erwartungen (informieren, unterhalten, sportliche und kulturelle Inhalte bieten) gerecht zu werden.

Interesse an Themenbereichen in den Medien nach Altersgruppen und Geschlecht

Betrachtet man unterschiedliche Altersgruppen, so zeigt sich, dass die Unterhaltung nicht nur, aber vor allem bei jüngeren Bevölkerungssegmenten zahlreiche Interessenten findet. Während bei den unter 50-Jährigen vom Interesse her in den Medien Fernsehen und Radio die Unterhaltung jeweils an erster Stelle steht (64 % sehr an Unterhaltung im Fernsehen, 53 % sehr an Unterhaltung im Radio interessiert); gefolgt von der Information (52 % sehr an Information im Fernsehen, 42 % sehr an Information im Radio interessiert), liegt bei den über 50-Jährigen die Information in Führung (69 % sehr an Information im Fernsehen, 56 % sehr an Information im Radio interessiert) und die Unterhaltung nimmt den zweiten Platz ein (61 % sehr an Unterhaltung im Fernsehen, 53 % sehr an Unterhaltung im Radio interessiert). Auffallend ist überdies, dass 41 % der unter 50-Jährigen sehr an Unterhaltung im Internet interessiert sind, hingegen erst 26 % der 50+-Jährigen.

RESÜMEE (5): HAUPTERGEBNISSE

Interesse an und Zufriedenheit mit den Themenbereichen in den Medien

Zur Gegenüberstellung von Interesse an und Zufriedenheit mit den einzelnen Themenbereichen in den Medien werden die Top-Box-Anteile (sehr interessiert/sehr zufrieden) bzw. die Mittelwerte – jeweils aus einer 5-stufigen Skala (sehr interessiert/zufrieden bis gar nicht interessiert/zufrieden) – herangezogen. Am häufigsten ist man mit dem Thema Information in den betrachteten Medien zufrieden, gefolgt von Unterhaltung, Sport und Kultur. Die Differenz zwischen der Anzahl der am Themenbereich Interessierten und der Anzahl der damit Zufriedenen fällt bei Sport und Kultur deutlich höher aus als bei Information oder Unterhaltung – und zwar in positiver Hinsicht.

Sport interessiert nur einen Teil der Bevölkerung in größerem Ausmaß, und dieser ist zumeist zufrieden damit. An Unterhaltung oder Information ist hingegen die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung interessiert, allerdings sind weniger damit zufrieden. Hierin spiegelt sich auch, dass die Unterhaltungs- und Informationsbedürfnisse von Individuum zu Individuum und Situation zu Situation stark differieren können und Medien, die beispielsweise Unterhaltung bieten, vor der schwierigen Herausforderung stehen, den Bedürfnissen treffgenau zu entsprechen. Dadurch besteht beim Themenbereich Unterhaltung die größte Kluft zwischen dem Anteil der „Interessierten“ und „Zufriedenen“, vor allem in Medien wie TV und Radio, an die vielfältige unterhaltende Ansprüche gestellt werden.

Bei allen betrachteten Medien werden meist jene Themengebiete, die häufiger interessieren, auch häufiger als zufriedenstellend erlebt. So interessiert Information in allen Medien stark und damit ist man auch am häufigsten zufrieden. Unterhaltung interessiert insbesondere im TV und Radio sehr häufig und man ist hier auch häufig zufrieden. Für Sport interessiert man sich am häufigsten im TV und ist hier auch mehrheitlich zufrieden damit. Der Anteil der Personen, der mit dem Themenbereich Kultur in den verschiedenen Medien zufrieden ist, fällt jeweils am geringsten aus. Dies entspricht den Ergebnissen der Vorjahre und hat auch damit zu tun, dass an Kultur als Medieninhalt – verglichen mit den anderen Themenbereichen – der geringste Anteil an Personen Interesse zeigt. An Kultur interessiert erweisen sich vorrangig ältere Personen und aus gehobenen Bildungs- und Sozialschichten, diese wiederum sind oft kritischer oder zumindest kritikbereiter als Personengruppen aus niedrigeren Bildungsschichten.

RESÜMEE (6): HAUPTERGEBNISSE

Mit **Information** im **ORF-Fernsehen** sind 50 % sehr zufrieden, weitere 27 % eher, 13 % weder zufrieden noch unzufrieden und 6 % sind eher nicht oder gar nicht zufrieden. Personen, die sehr an **Information** im Fernsehen interessiert sind, sind zugleich überdurchschnittlich häufig sehr oder eher zufrieden damit sind (70 % sehr, 18 % eher zufrieden). Im Jahresvergleich ist überdies festzuhalten, dass der Anteil der Personen, die mit der Information im ORF-Fernsehen sehr oder eher zufrieden sind, von 2011 bis 2015 konstant bei mehr als 70 % zu liegen kommt und sich der Anteil der damit Unzufriedenen unverändert in engen Grenzen hält (zwischen 5 % und 7 %).

64 % der Befragten sind mit **Unterhaltung** im ORF-Fernsehen zufrieden (37 % sehr, 27 % eher); 20 % sind diesbezüglich unentschieden und 12 % sind nicht zufrieden (8 % eher nicht, 4 % gar nicht). Verglichen mit den Vorjahren hat der Anteil der „sehr Zufriedenen“ zugenommen; von 22 % (2011) auf nunmehr 37 %. Dies stellt einen neuen Höchststand in der Zeitreihenbetrachtung dar.

Mit **Sport** im ORF-Fernsehen sind gegenwärtig 58 % der Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahren sehr oder eher zufrieden (32 % sehr, 26 % eher zufrieden), 12 % sind damit unzufrieden und der verbleibende Rest enthält sich der Stimme (keine Angabe) oder ist indifferent (weder/noch). Wie bei Information und Unterhaltung trifft zu, dass vergleichsweise häufig jene mit dem Sport im ORF-Fernsehen zufrieden sind, die auch ein großes Interesse daran haben (88 %).

Bei **Kultur** liegen die Mittelwerte der Zufriedenheit zwischen 2,4 (2011) und 2,3 (2015). In diesem Zusammenhang gilt dasselbe, was auch für den Themenbereich Sport anzumerken ist, nämlich ein zwar zunehmender Anteil an Personen, die damit zufrieden sind, aber auch ein nahezu konstanter Anteil an „Kritikern“. Die Zufriedenheit mit Kultur im ORF-Fernsehen ist ebenfalls daran gebunden, ob und in welchem Ausmaß Interesse an Kultur besteht; mit zunehmendem Kulturinteresse nimmt auch der Anteil jener Personen zu, die mit Kultur im ORF-Fernsehen zufrieden sind (unter „sehr Interessierten“: 81 % sehr oder eher zufrieden; unter „eher Interessierten“: 66 % sehr oder eher zufrieden).

RESÜMEE (7): HAUPTERGEBNISSE

Der höchste Anteil an Zufriedenen mit dem **ORF-Radio** entfällt auf den Themenbereich Information, gefolgt von Unterhaltung, Sport und Kultur. 69 % der Befragten sind mit der **Information** im ORF-Radio sehr oder eher zufrieden, 11 % sind weder zufrieden noch unzufrieden, 7 % sind eher nicht oder gar nicht zufrieden und 13 % enthalten sich einer Beurteilung (keine Angabe). Das entspricht in etwa der Verteilung der Vorjahre. Im Jahresvergleich sind folglich keine wesentlichen Änderungen anzumerken. Auch die Mittelwerte verweisen auf die hohe Konstanz (zwischen 1,7 in den Jahren 2011, 2012 und 1,8 in den Jahren 2013, 2014, 2015). Im Prinzip trifft dies auch auf den Themenbereich **Unterhaltung** im ORF-Radio zu, der mit 63 % – nach der Information – den zweithöchsten Anteil an Zufriedenen aufweist. Aufrecht bleibt zugleich, dass auch die diesbezüglichen Erwartungen an das Medium Radio beträchtlich ausfallen (hohes Unterhaltungsinteresse).

Mit dem Themenbereich **Sport** im ORF-Radio sind den aktuellen Daten folgend 47 % sehr oder eher zufrieden. Ausgesprochene Unzufriedenheit liegt nur selten vor (8 % eher nicht, 5 % gar nicht zufrieden). Zieht man mehrere Jahre zum Vergleich heran, ist von einer konstanten Datenlage auszugehen. Rund 4 von 10 Personen sind über die Jahre hinweg gesehen mit dem Sport im ORF-Radio sehr oder eher zufrieden und zwischen 8 % und 13 % sind damit unzufrieden. Für das Thema **Kultur** im ORF-Radio kann wie bereits beim Fernsehen diagnostiziert werden, dass die Anzahl der Österreicherinnen und Österreicher, die damit sehr oder eher zufrieden sind, konstant etwas mehr als rund ein Drittel ausmacht. Das entspricht in etwa jenem Anteil, der an Kultur im Radio auch interessiert ist.

Sowohl bei Information als auch bei Unterhaltung, Sport und Kultur im ORF-Radio trifft zu, dass jeweils unter jenen Personen, die am spezifischen Themenbereich im Radio interessiert sind, ein signifikant höherer Anteil damit zufrieden ist, als bei der Gesamtheit der Befragten.

RESÜMEE (8): HAUPTERGEBNISSE

Bei den ORF-Medien Internet und Teletext wurde die Zufriedenheit mit den Themenbereichen bei jenen Personen erhoben, die nicht nur einen prinzipiellen Zugang zum entsprechenden Medium haben, sondern auch die jeweiligen ORF-Medien zumindest selten nutzen. In Bezug auf die **Information** im **ORF-Internet** sind 71 % aktuell sehr oder eher zufrieden. Damit ist im Zeitverlauf gesehen ein neuer Höchststand erreicht (2011: 55 %, 2012: 68 %, 2013: 64 %, 2014: 55 %). 10 % der Nutzer/innen von ORF-Internetseiten sind weder zufrieden noch unzufrieden, weitere 10 % damit eher oder gar nicht zufrieden; der Rest enthält sich der Stimme.

Unterhaltungsangebote im Internet werden grundsätzlich von immer mehr Personen erwartet und genutzt. Dieser Trend ist ungebrochen. Nach den vorliegenden Daten sind 52 % derjenigen, die zumindest selten auch ORF-Sites nutzen, mit dem Thema Unterhaltung im ORF-Internet sehr oder eher zufrieden; 22 % sind diesbezüglich indifferent, 10 % kritisch (eher/sehr unzufrieden) und 17 % geben keine Angabe ab. Auch diese Verteilung stellt im betrachteten Zeitraum (2011 bis 2015) eine Steigerung dar. Dies dokumentieren auch die Mittelwerte, welche von 2,4 (2014), über 2,3 (2011) und 2,2 (2012, 2013) bis hin zum Bestwert 2,2 im laufenden Jahr reichen.

Mit **Sport** im ORF-Internet sind gegenwärtig 50 % derjenigen, die zumindest selten ORF-Sites nutzen, sehr oder eher zufrieden und 13 % unzufrieden; der verbleibende Anteil ist unentschieden oder kann keine Einschätzung abgeben. In etwas abgeschwächter Form treten diese Proportionen auch beim Thema **Kultur** im ORF-Internet auf: 42 % Zufriedene, 16 % Unzufriedene, der Rest ist unentschieden oder gibt keine Beurteilung ab.

RESÜMEE (9): HAUPTERGEBNISSE

78 % der Gesamtbevölkerung bzw. 83 % derjenigen, die über ein oder mehrere TV-Geräte verfügen, haben – ihren Angaben folgend – einen Teletextzugang; jeder Zweite davon nutzt zumindest selten den **ORF TELETEXT**. Am häufigsten ist man als Nutzer und Nutzerin von ORF TELETEXT mit dem Themenbereich Information zufrieden (71 % sehr oder eher zufrieden) gefolgt von Sport (51 %), Unterhaltung (40 %) und Kultur (35 %). Ausgeprägte Unzufriedenheit ist beim ORF TELETEXT selten anzutreffen.

Auch für den Teletext gilt, was bereits bei anderen Medien zutage trat: Die Zufriedenheit mit den einzelnen Themenbereichen im ORF TELETEXT hat gegenüber dem Vorjahr deutlich zugenommen. 71 % sind den aktuellen Daten folgend mit der **Information** im ORF TELETEXT sehr oder eher zufrieden; 15 % sind weder zufrieden noch unzufrieden und 8 % sind sehr oder eher unzufrieden damit. 2012 und 2013 betrug der Anteil der sehr oder eher Zufriedenen jeweils 69 % und 2011 70 % und 2014 62 %. Im Hinblick auf die **Unterhaltung** im ORF TELETEXT sind gegenwärtig 40 % sehr oder eher zufrieden, während es 2014 27 %, 2013 39 %, 2012 32 % und 2011 36 % waren. Beim Themenbereich **Sport** beträgt der Anteil der Zufriedenen aktuell 51 % – verglichen mit 41 % im Vorjahr, 45 % 2013, 46 % 2012 und 49 % im Jahr 2011. Bei **Kultur** im ORF TELETEXT beträgt der Anteil derjenigen, die damit sehr oder eher zufrieden sind, 35 % – verglichen mit 25 % 2014, 30 % 2013, 26 % 2012 und 28 % 2011.

RESÜMEE (10): HAUPTERGEBNISSE

Eigenschaftsbeurteilung

Die dem ORF zugeschriebenen Eigenschaften werden in der Overall-Befragung anhand von 16 vorgegebenen Statements gemessen, für die jeweils anzugeben ist, in welchem Ausmaß sie auf den ORF zutreffen (1,0=trifft völlig zu; 5,0=trifft überhaupt nicht zu). Der Durchschnittswert für die Zustimmung (trifft eher zu / trifft völlig zu) über alle 16 Statements hinweg zeigt, wie stark das Bild insgesamt ausgeprägt ist. Mit einer durchschnittlichen Zustimmungsrate über alle Items hinweg von rund 60 % liegt das Bewertungsniveau deutlich über den Vorjahreswerten (2014: 56 %; 2013: 54 %; 2012: 59 %; 2011: 58 %).

Gereiht nach der Zustimmung (trifft voll/eher zu) stehen die Statements „ist wichtig für Österreich“ und „bietet gute umfassende Informationen“ mit jeweils 70 % Zustimmung gemeinsam an vorderster Stelle, gefolgt von

- bringt viel über Sport und Freizeit (67 %);
- ist seriös und vertrauenswürdig (65 %);
- bietet für jeden etwas (63 %);
- ist mir sympathisch (62 %); sowie
- bringt gute Unterhaltung, unterhaltsame Beiträge (62 %).

RESÜMEE (11): HAUPTERGEBNISSE

Zufriedenheit

Neben der Erfassung der Zufriedenheit mit den Themenbereichen Information, Unterhaltung, Sport und Kultur wird in der Overall-Befragung als Qualitätsmaß auch ein Gesamturteil über den ORF erhoben. Hinzu kommt die Frage, wie sehr man den ORF im hypothetischen Fall einer Auflösung vermissen würde. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Detailzufriedenheiten mit den Themenbereichen in den ORF-Medien positiv ausfallen. Die überwiegende Mehrheit jener, die am Themenbereich interessiert sind, geben jeweils ein positives Urteil ab (sehr zufrieden / eher zufrieden) und der Anteil der Unzufriedenen hält sich weiterhin in engen Grenzen.

Haben im Vorjahr 62 % der Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahren den ORF alles in allem gesehen positiv beurteilt (sehr gut / eher gut), so sind es nach den aktuellen Daten 65 %. 23 % geben ein mittleres Gesamturteil ab (Note 3) und 11 % wählen die Antwortkategorien „eher schlecht“ bzw. „sehr schlecht“ (7 % eher, 4 % sehr schlecht). Dies ist auch in den Mittelwerten der 5-stufigen Skala (1,0= sehr gut; 5,0= sehr schlecht) ablesbar, die zwischen 2,2 und 2,4 liegen; aktuell beträgt der Mittelwert 2,2 (zum Vergleich: 2014: 2,3).

62 % der Befragten (2014: 61 %) würden den ORF im Fall einer hypothetischen Auflösung sehr oder eher vermissen; 20 % wählen die Antwort „halb/halb“; 9 % würden den ORF nach eigenen Angaben nur wenig vermissen und 10 % gar nicht. Die Betrachtung nach Alterssegmenten zeigt erneut, dass ältere Personengruppen den ORF vergleichsweise häufig vermissen würden – bei den 50+-Jährigen würden 74 % den ORF sehr/eher vermissen.

RESÜMEE (12): HAUPTERGEBNISSE

Anspruchsvolle Sendungen*

Die im Programmauftrag festgelegte Aufgabe, im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zwischen 20 und 22 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl zu stellen, wird vom ORF aus Sicht der Mehrheit der Bevölkerung durchwegs erfüllt (25 % voll und ganz, 44 % eher schon).

23 % der Österreicher und Österreicherinnen sind diesbezüglich eher skeptisch (15 % wird eher nicht erfüllt, 8 % wird überhaupt nicht erfüllt). Vor allem gehobene Bildungsschichten sind vergleichsweise oft (28 %) nicht davon überzeugt, dass der ORF diesem Programmauftrag entspricht.

Der Vergleich mit den diesbezüglichen Ergebnissen aus den Jahren 2011, 2012, 2013 und 2014 zeigt, dass die Beurteilung, in welchem Ausmaß der Programmauftrag vom ORF erfüllt wird, im Zeitverlauf gesehen seit dem Vorjahr steigt. 2015 wurde im Verlauf der bisherigen Datenerhebung der diesbezügliche Bestwert erreicht.

**Im Fragebogen war keine Definition von „anspruchsvoll“ vorgegeben. Was konkret unter „anspruchsvoll“ zu verstehen war, blieb dem Interpretationsspielraum der Befragten überlassen. Für die Interviewer gab es diesbezüglich die explizite Anweisung, im Fall von Nachfragen/Rückfragen seitens der befragten Personen auch keine Erklärungen/Hinweise abzugeben, sondern darauf zu verweisen, was der Befragte selbst als „anspruchsvoll“ definiert.*

THEMENINTERESSE, ZUFRIEDENHEIT MIT THEMENBEREICHEN

THEMENINTERESSE IN DEN MEDIEN

F14-F17: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... (Fernsehen/Radio/Internet/Teletext) interessiert?

(Angaben in %)

SPORT

KULTUR

INFORMATION

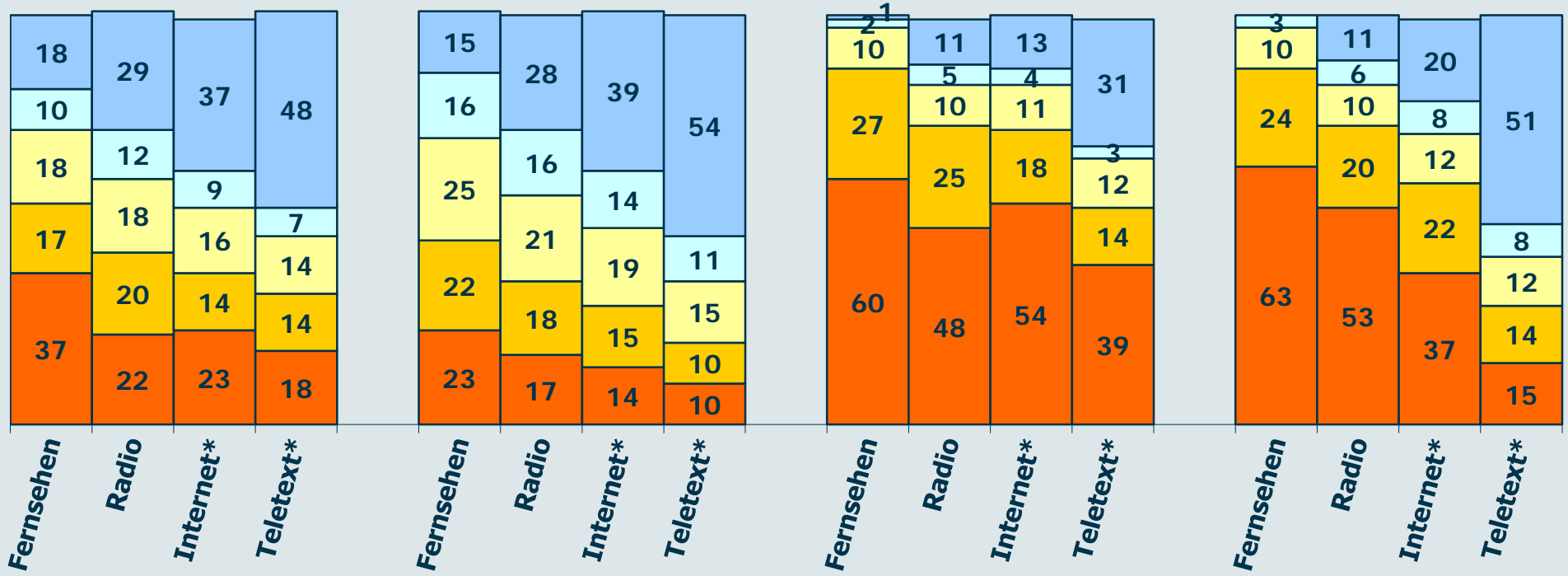
UNTERHALTUNG

MW: 2,6 3,1 3,2 3,5

2,8 3,2 3,5 3,9

1,6 2,1 2,0 2,7

1,5 2,0 2,5 3,7



1,0=sehr interess. 2,0=eher interess. 3,0=weder/noch 4,0=eher nicht int. 5,0=gar nicht int. k.A.

*Basis: hat Zugang

THEMENINTERESSE IN DEN MEDIEN – nach Altersgruppen

Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

F14-F17: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... (Fernsehen/Radio/Internet/Teletext) interessiert?

	im FERNSEHEN		im RADIO		im INTERNET*		im TELETEXT*	
	15-49 J.	50+J.	15-49 J.	50+J.	15-49 J.	50+J.	15-49 J.	50+J.
sehr interessiert an.../im...								
an SPORT	39	35	23	19	25	18	17	18
an KULTUR	20	26	14	20	14	13	10	10
an INFORMATION	52	69	42	56	56	47	37	41
an UNTERHALTUNG	64	61	53	52	41	26	14	17

(TOP-Box: Anteil „sehr interessiert“)

*Basis: hat
Internetzugang: n=691

*Basis: hat
Teletextzugang: n=784

THEMENINTERESSE: nach Alter und Geschlecht

F13-F17: Wie sehr sind Sie an den Themenbereichen ... im Fernsehen/Radio/Internet/Teletext ... interessiert?

(Anteil sehr/eher interessiert)

* Internet: Basis: hat Zugang: 69%; n=691

* Teletext: Basis: hat Zugang: 78%; n=784

Interesse an		TOTAL	Bis 29 J.	30-49 J.	50+ J.	MÄNNER	FRAUEN
SPORT	Allgemein	50	52	54	46	72	30
	Im Fernsehen	54	57	58	49	77	32
	Im Radio	42	42	43	39	57	26
	Im Internet	37	44	38	28	50	24
	Im Teletext	32	32	33	30	46	17
KULTUR	Allgemein	42	27	43	50	36	49
	Im Fernsehen	45	30	44	52	41	50
	Im Radio	35	23	32	43	29	41
	Im Internet	29	28	29	29	25	31
	Im Teletext	20	18	23	19	18	22
INFORMATION	Allgemein	83	74	85	88	84	83
	Im Fernsehen	87	75	89	90	87	86
	Im Radio	73	63	74	78	75	72
	Im Internet	72	75	76	62	73	71
	Im Teletext	53	47	57	54	60	47
UNTERHALTUNG	Allgemein	84	86	84	84	82	87
	Im Fernsehen	87	88	85	88	83	89
	Im Radio	73	68	73	75	73	74
	Im Internet	59	72	60	45	57	62
	Im Teletext	29	28	28	30	27	30

THEMENINTERESSE IN MEDIEN – Vergleich 2007–2015

Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

F14-F17: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... (Fernsehen/Radio/Internet/Teletext) interessiert?

(TOP-Box: Anteil „sehr interessiert“)

Sehr interessiert an.../im...

im FERNSEHEN

im RADIO

An ...	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
SPORT	37	34	32	29	33	34	31	35	31	22	20	21	17	24	19	22	24	20
KULTUR	23	18	23	16	16	17	19	18	12	17	14	18	11	13	12	14	12	10
INFORMATION	60	56	58	57	60	61	64	64	62	48	50	53	51	56	55	58	59	62
UNTERHALTUNG	63	51	59	48	47	54	56	53	56	53	46	49	43	45	44	48	50	50

Sehr interessiert an.../im ..

im INTERNET*

im TELETEXT*

An ...	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
SPORT	23	17	16	17	19	21	18	13	15	18	15	16	15	19	16	17	18	21
KULTUR	14	9	11	10	9	10	10	9	9	10	6	8	6	6	5	6	5	5
INFORMATION	54	53	56	47	55	57	56	57	61	39	33	36	33	36	34	42	40	42
UNTERHALTUNG	37	27	27	23	24	27	24	18	20	15	9	15	11	11	12	11	6	8

*Basis: hat Internetzugang; 69%; n=691

*Basis: hat Teletextzugang; 78%; n=784

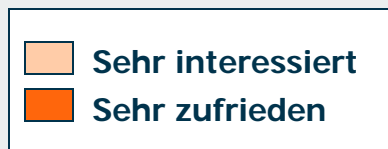
THEMENBEREICHE IN DEN MEDIEN: Interesse und Zufriedenheit

F14-F17, F18-F21: Wie sehr sind Sie an den Themenbereichen im Fernsehen/Radio/Internet/Teletext interessiert? Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen im ORF-Fernsehen/ORF-Radio/ORF-Internet/ORF TELETEXT?

(Mittelwerte)		INTERESSE 1,0=sehr interess., 5,0= gar nicht interess.	ZUFRIEDENHEIT 1,0=sehr zufr., 5,0=überhaupt nicht zufr.
ORF-FERNSEHEN	SPORT	2,6	2,1
	KULTUR	2,8	2,3
	INFORMATION	1,6	1,8
	UNTERHALTUNG	1,5	2,1
ORF-RADIO	SPORT	3,1	2,3
	KULTUR	3,2	2,4
	INFORMATION	2,1	1,8
	UNTERHALTUNG	2,0	2,0
ORF-INTERNET <i>Basis: hat Internet-Zugang (69 %)</i>	SPORT	3,2	2,4
	KULTUR	3,5	2,6
	INFORMATION	2,0	2,1
	UNTERHALTUNG	2,5	2,4
ORF TELETEXT <i>Basis: hat Teletext-Zugang (78 %)</i>	SPORT	3,5	2,4
	KULTUR	3,9	2,6
	INFORMATION	2,7	2,0
	UNTERHALTUNG	3,7	2,5

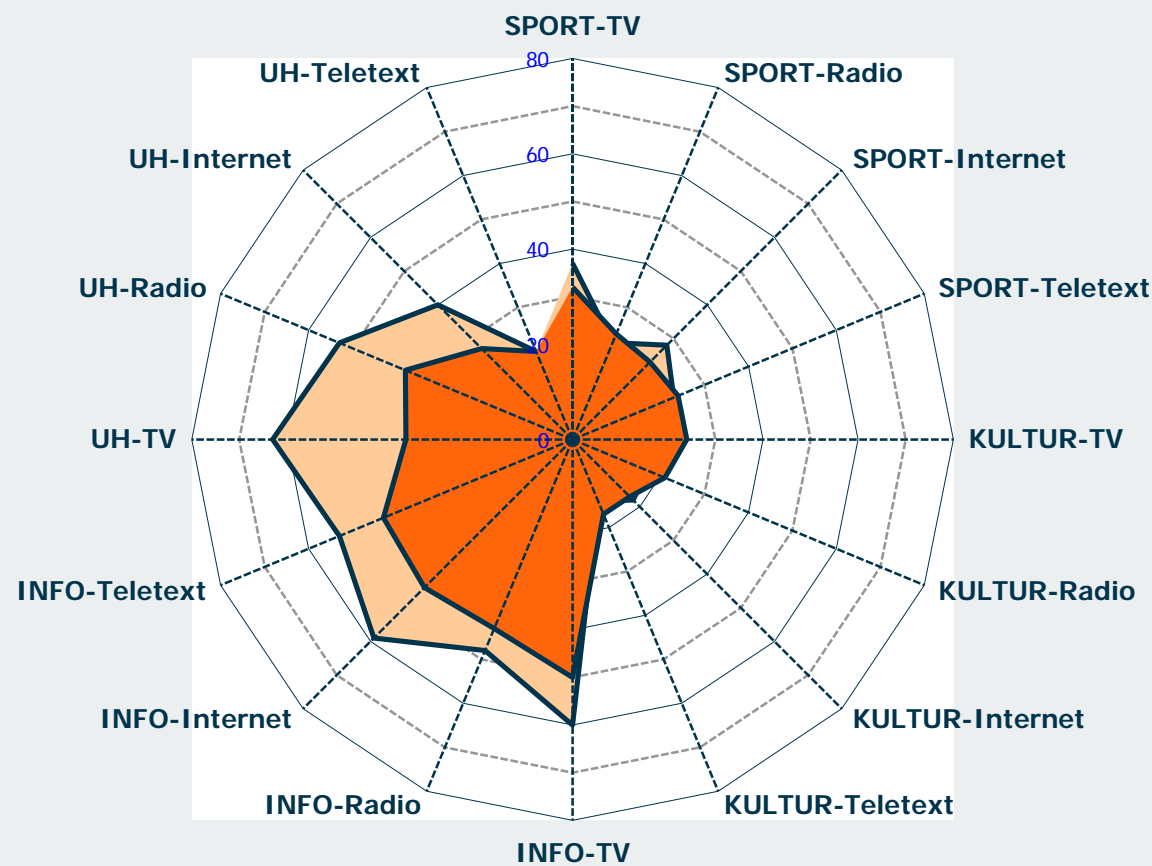
THEMENBEREICHE IN DEN MEDIEN: Interesse und Zufriedenheit

F14-F17, F18-F21: Wie sehr sind Sie an den Themenbereichen im Fernsehen/Radio/Internet/Teletext interessiert? Wie zufrieden sind Sie mit den Bereichen im ORF-Fernsehen/ORF-Radio/ORF-Internet/ORF TELETEXT?



Teletext: Basis: nutzt ORF TELETEXT 50 %

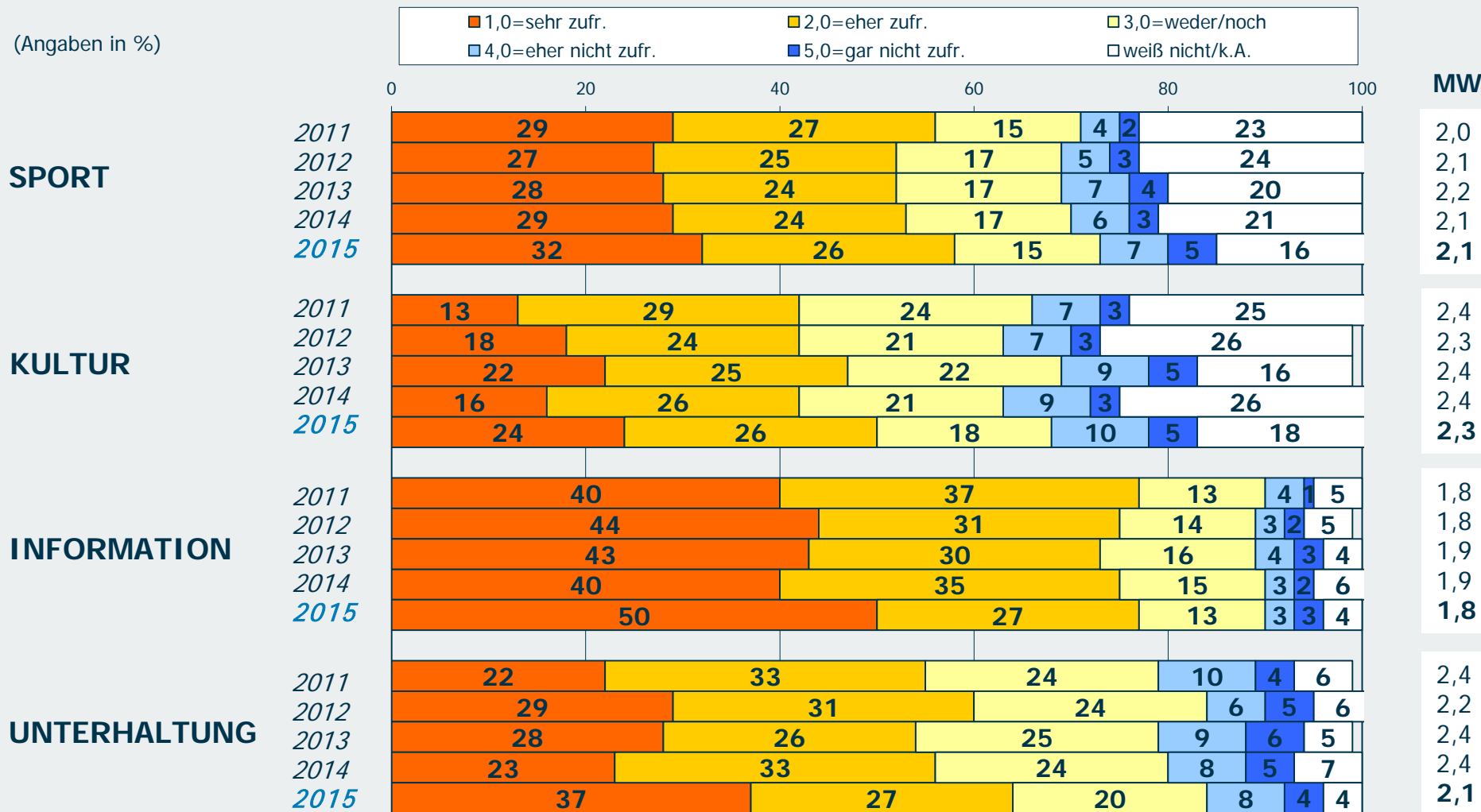
Internet: Basis: nutzt ORF-Internet 36 %



ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Fernsehen: Vergleich 2011–2015

F18: Jetzt würde mich noch interessieren, wie zufrieden Sie da mit dem ORF sind? Beginnen wir mit dem ORF-Fernsehen. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Fernsehen?

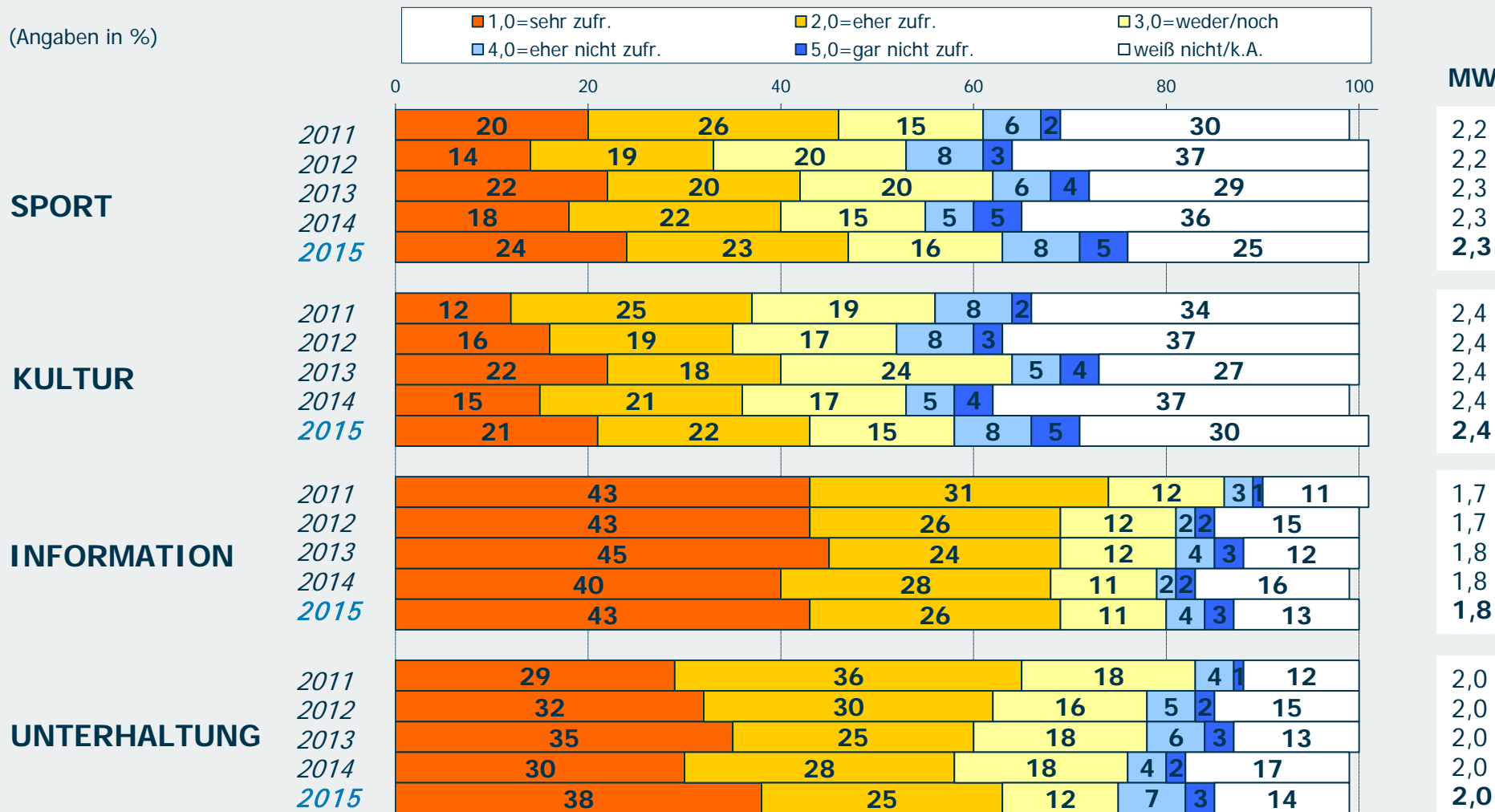
(Angaben in %)



ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Radio: Vergleich 2011–2015

F19: Wie ist das mit dem ORF-Radio. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Radio?

(Angaben in %)

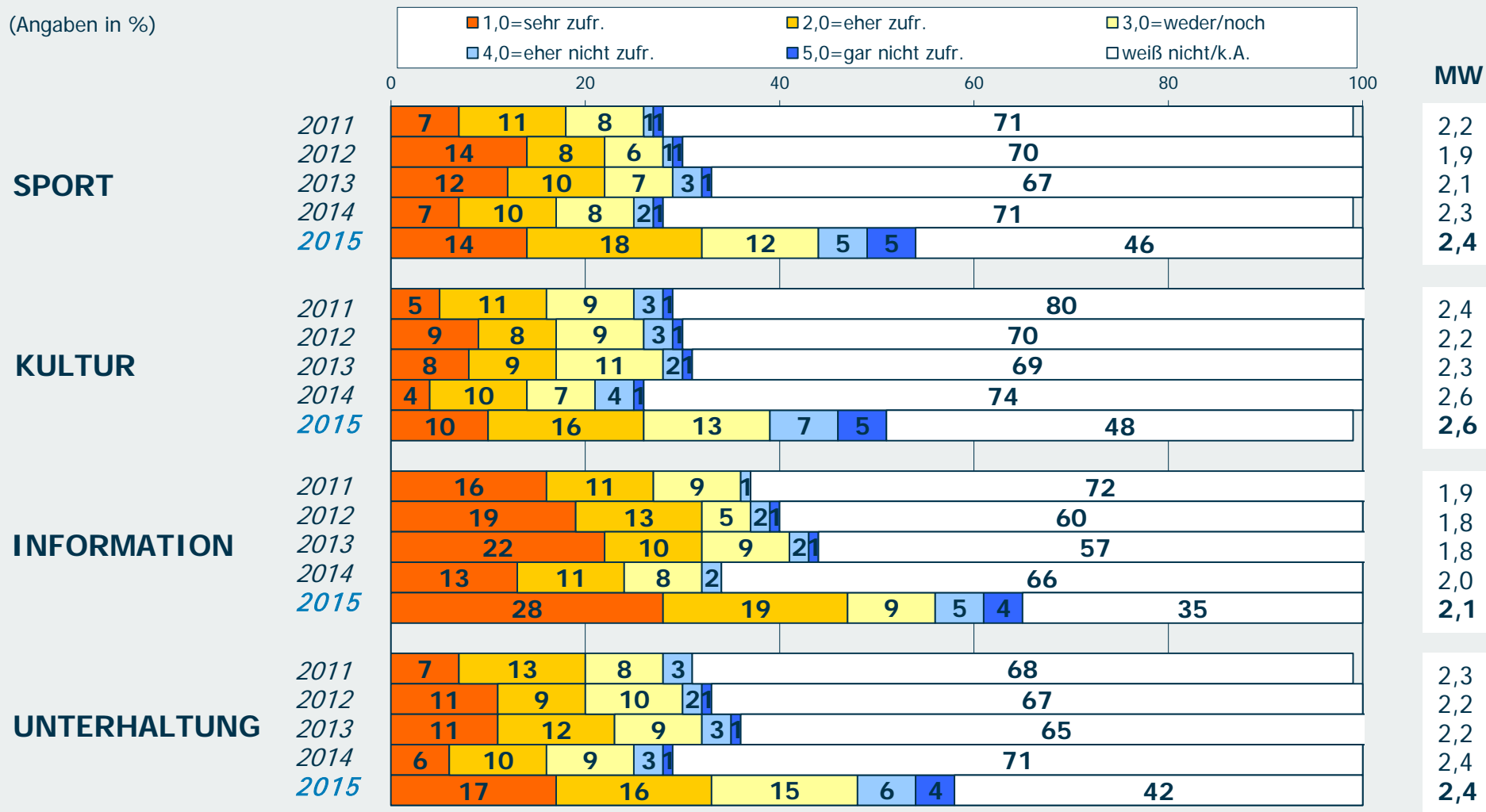


ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2011–2015

Basis: Internetzugang vorhanden (2011: 70 %; 2012: 70 %; 2013: 69 %; 2014: 71 %; 2015: 69 %)

F20: Wie ist das mit dem ORF-Internet. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Internet?

(Angaben in %)

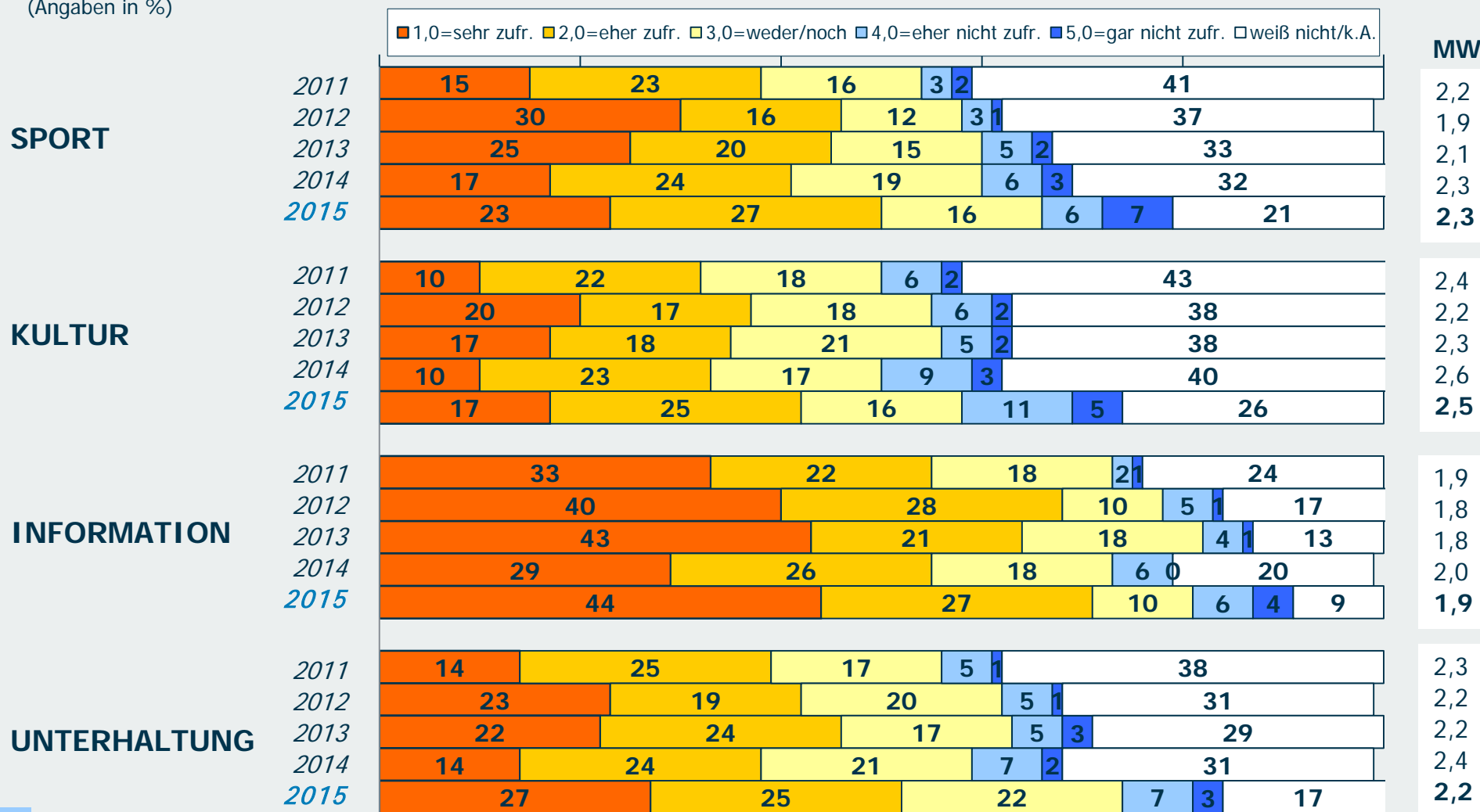


ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2011–2015

Basis: Nutzer von ORF-Internetseiten (2011: 35 %; 2012: 48 %, 2013: 50 %, 2014: 42 %; 2015: 36 %)

F20: Wie ist das mit dem ORF-Internet. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF-Internet?

(Angaben in %)

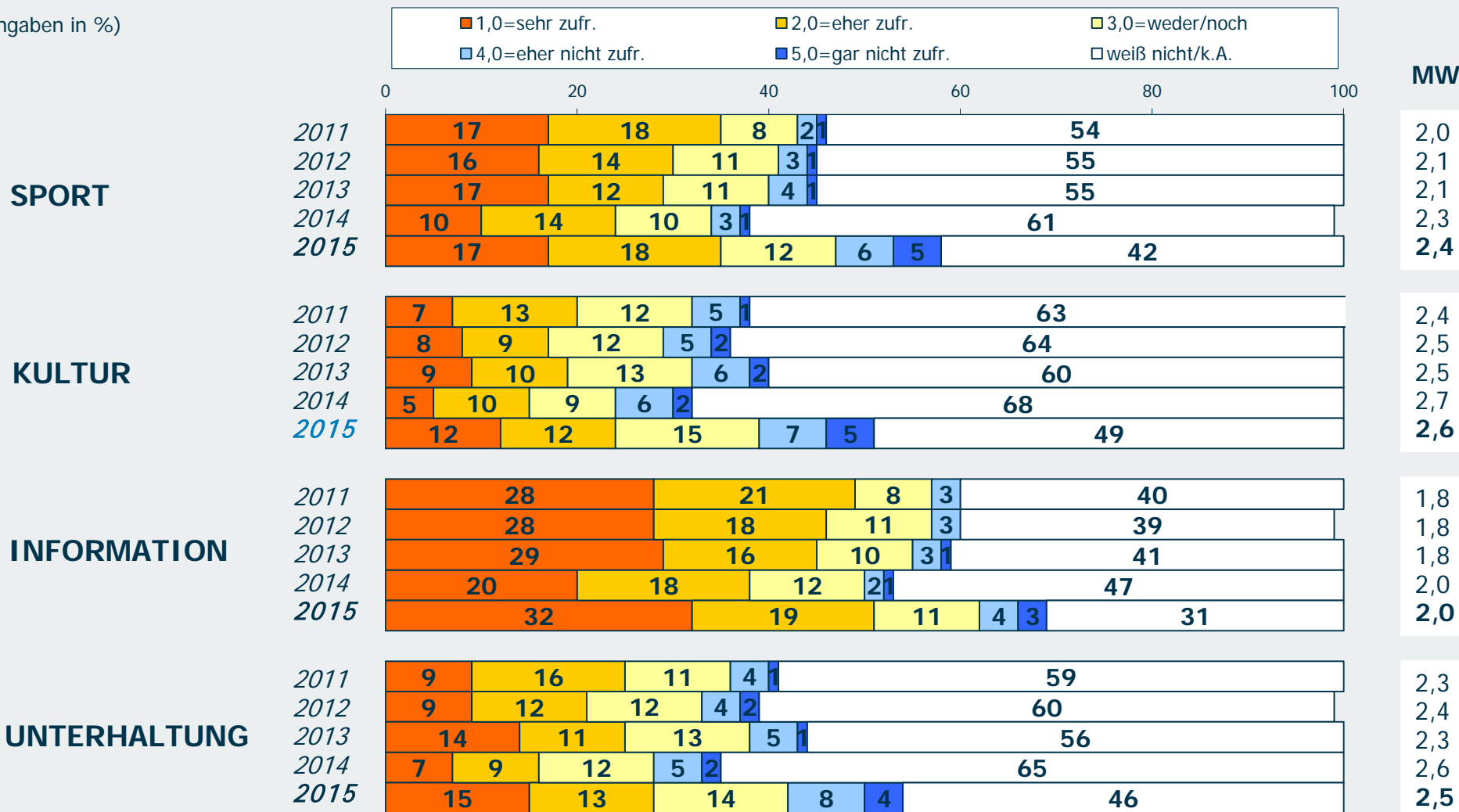


Zufriedenheit mit Themen im ORF TELETEXT: 2011–2015

Basis: Teletextzugang vorhanden (2011: 93 %; 2012: 91 %; 2013: 84 %; 2014: 83 %; 2015: 78 %)

F21: Wie ist das mit dem ORF TELETEXT. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF TELETEXT?

(Angaben in %)

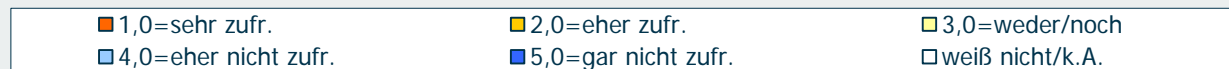


ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF TELETEXT: 2011–2015

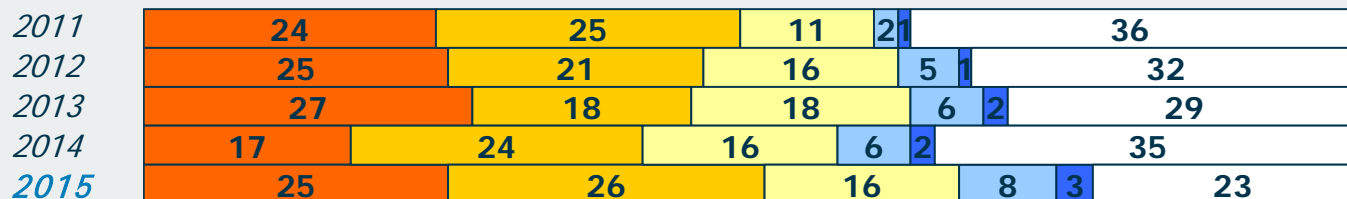
Basis: Nutzer von ORF TELETEXT-Seiten (2011: 63 %; 2012: 67 %; 2013: 63 %; 2014: 60 %; 2015: 50 %)

F22: Wie ist das mit dem ORF TELETEXT. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Themenbereichen im ORF TELETEXT?

(Angaben in %)



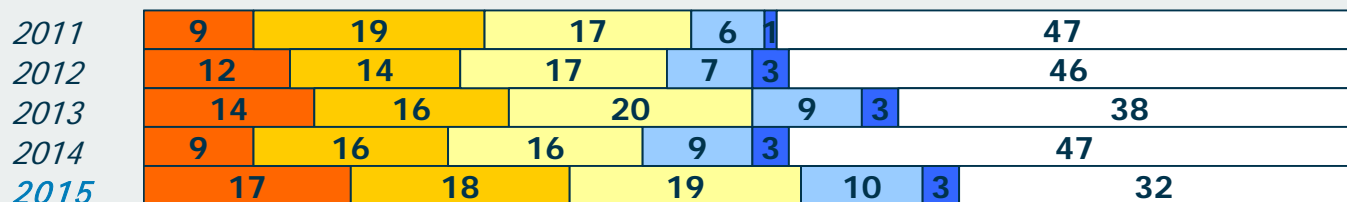
SPORT



MW

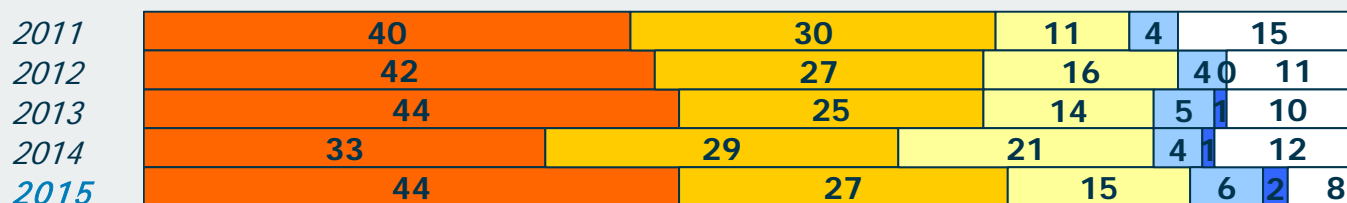
2,0
2,1
2,1
2,3
2,2

KULTUR



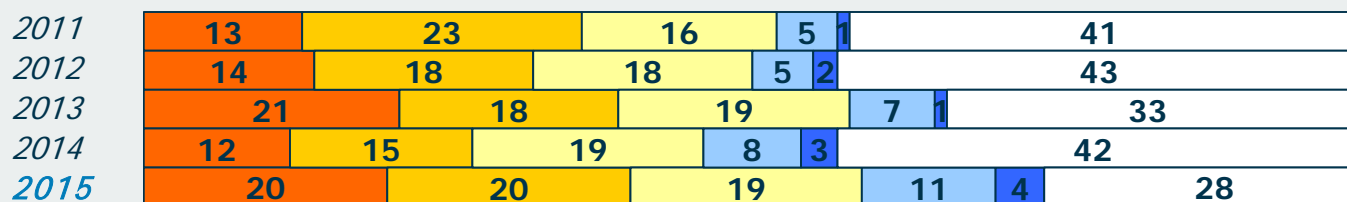
2,4
2,5
2,5
2,7
2,5

INFORMATION



1,8
1,8
1,8
2,0
1,9

UNTERHALTUNG



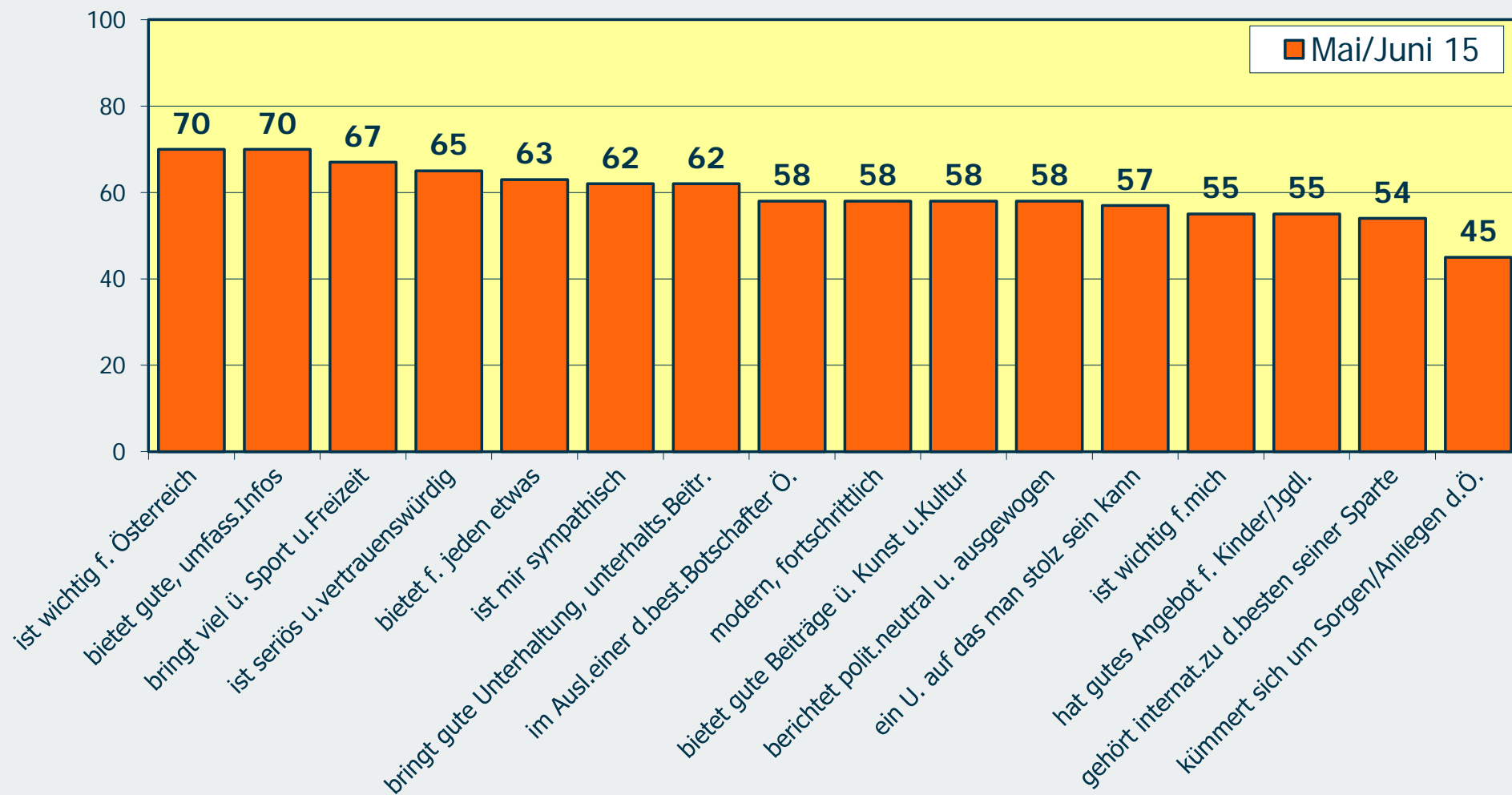
2,3
2,4
2,2
2,6
2,4

EIGENSCHAFTSBEURTEILUNGEN

EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF

(Anteil trifft völlig/eher zu in %)

F22: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.

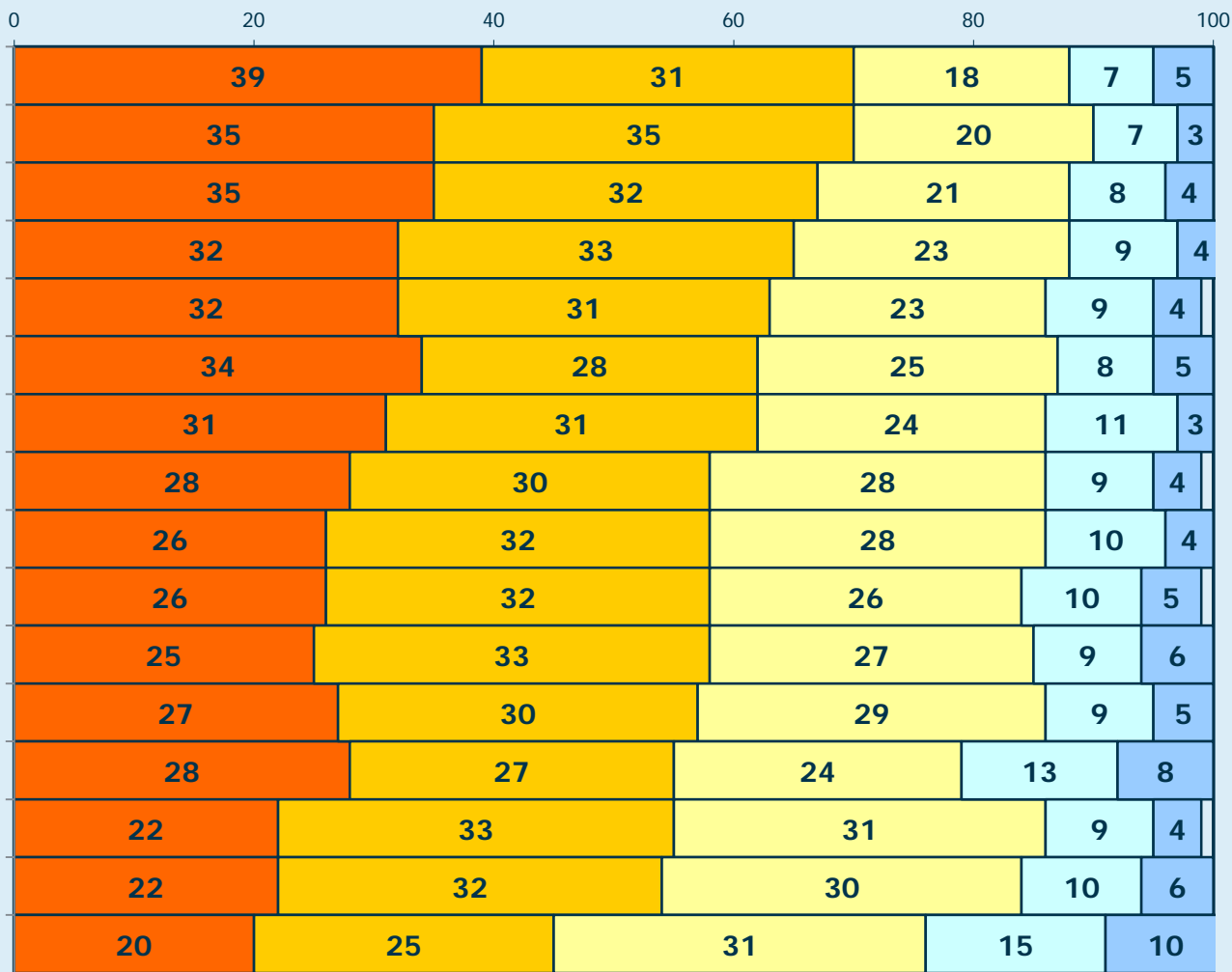


EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF

F22: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.

Angaben in %

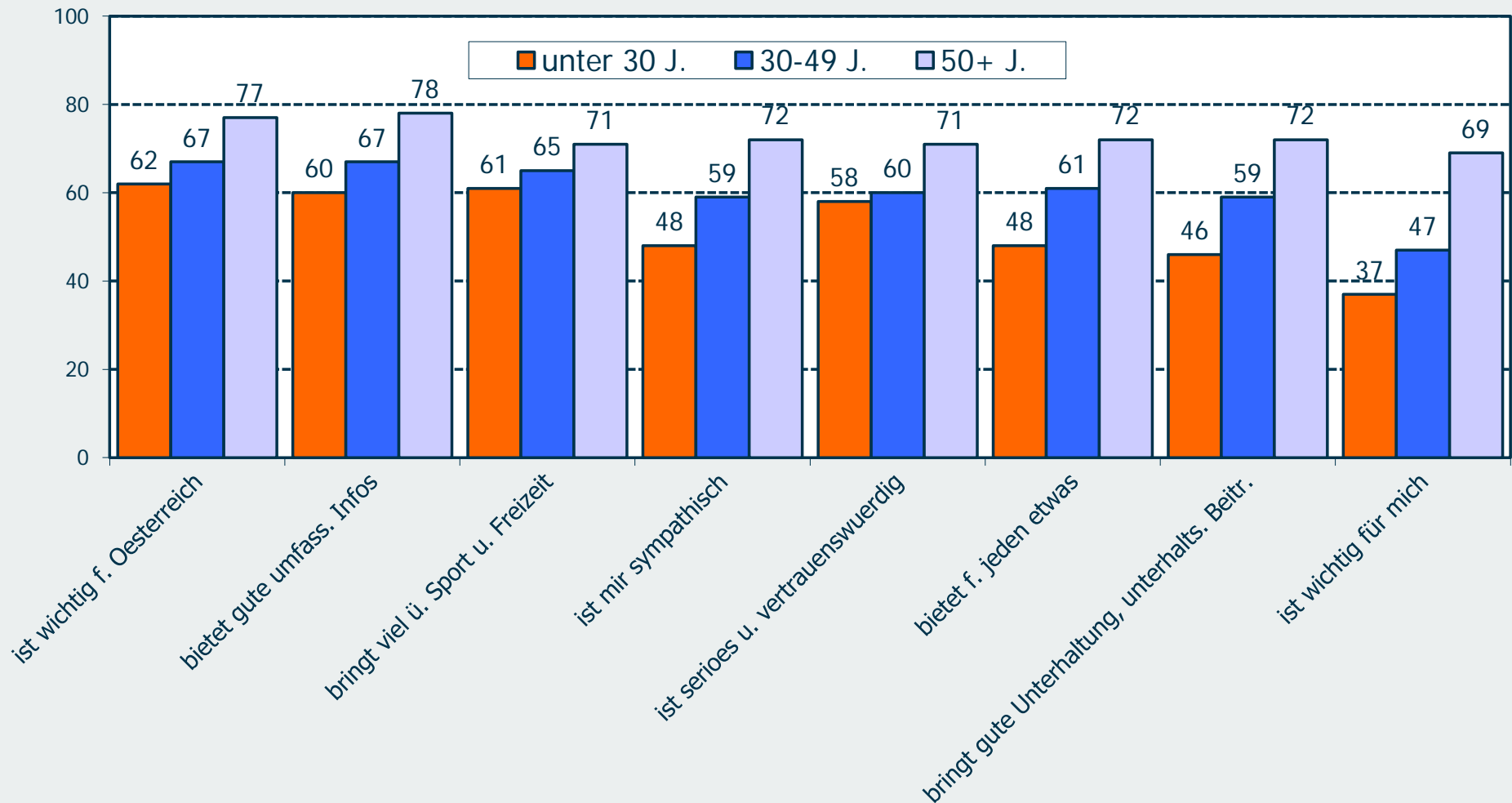
1,0=trifft völlig zu 2 3 4 5,0=trifft gar nicht zu k. A.



EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH ALTER (1)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

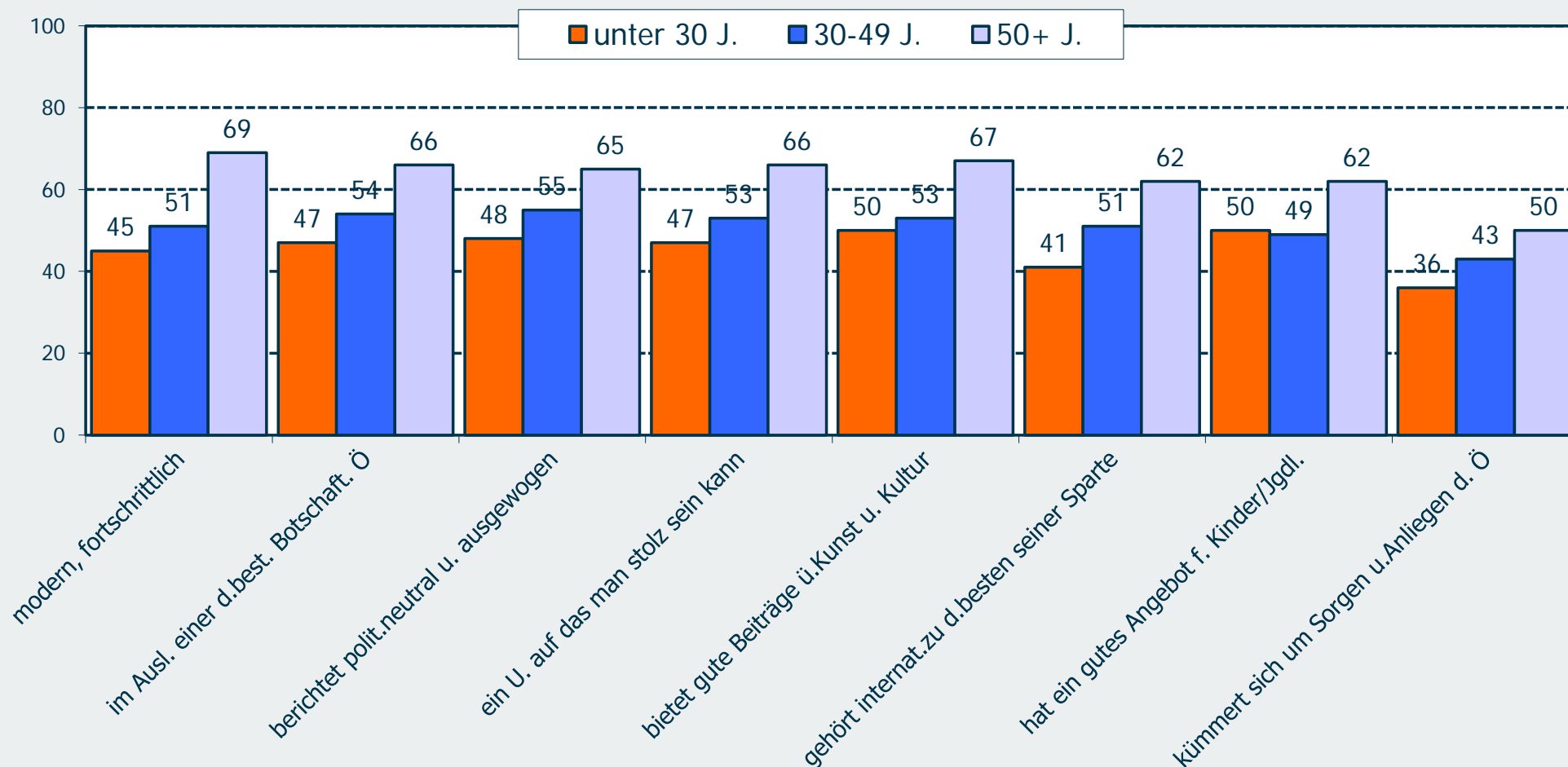
F22: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH ALTER (2)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

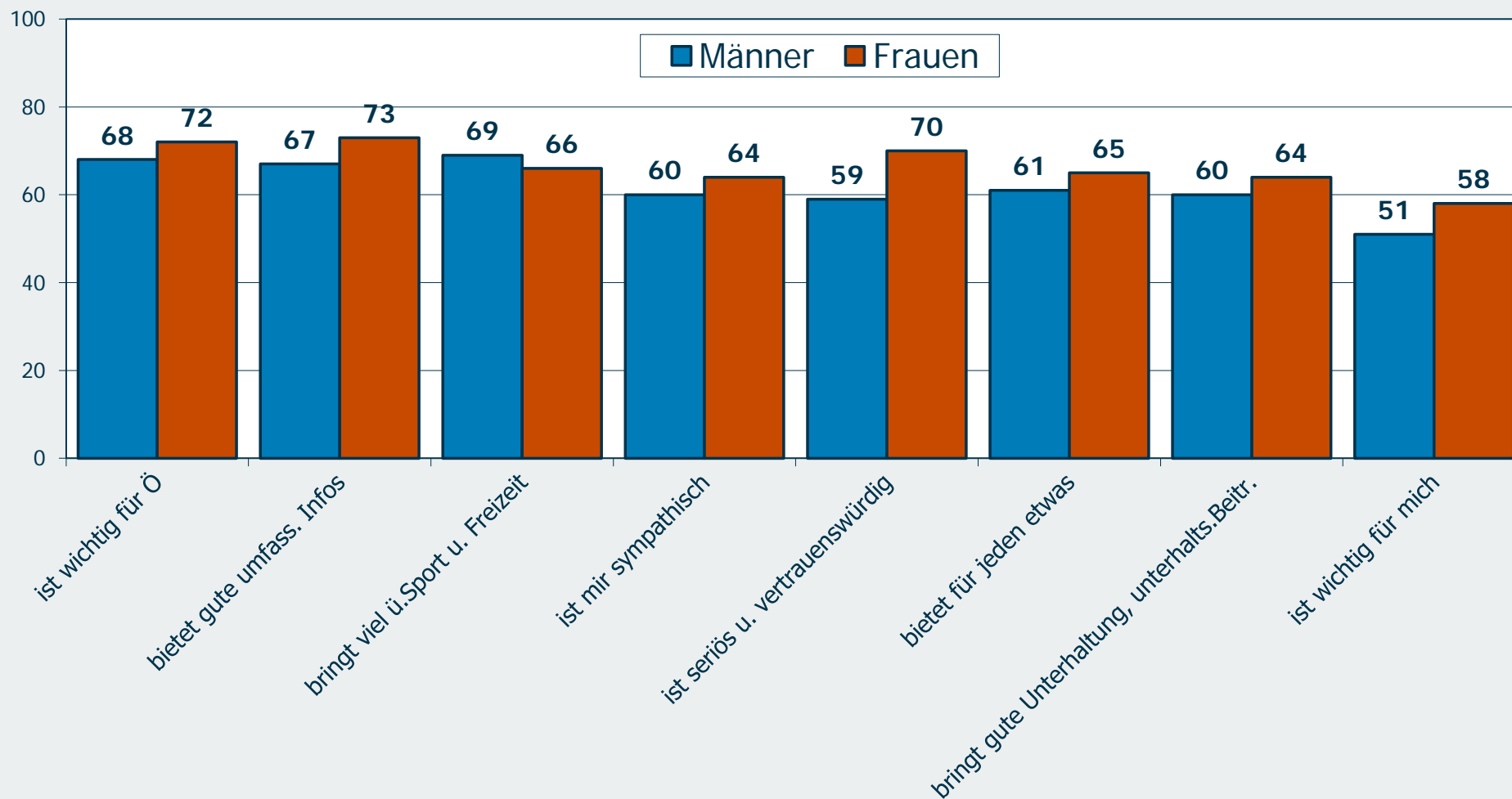
F22: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH GESCHLECHT (1)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

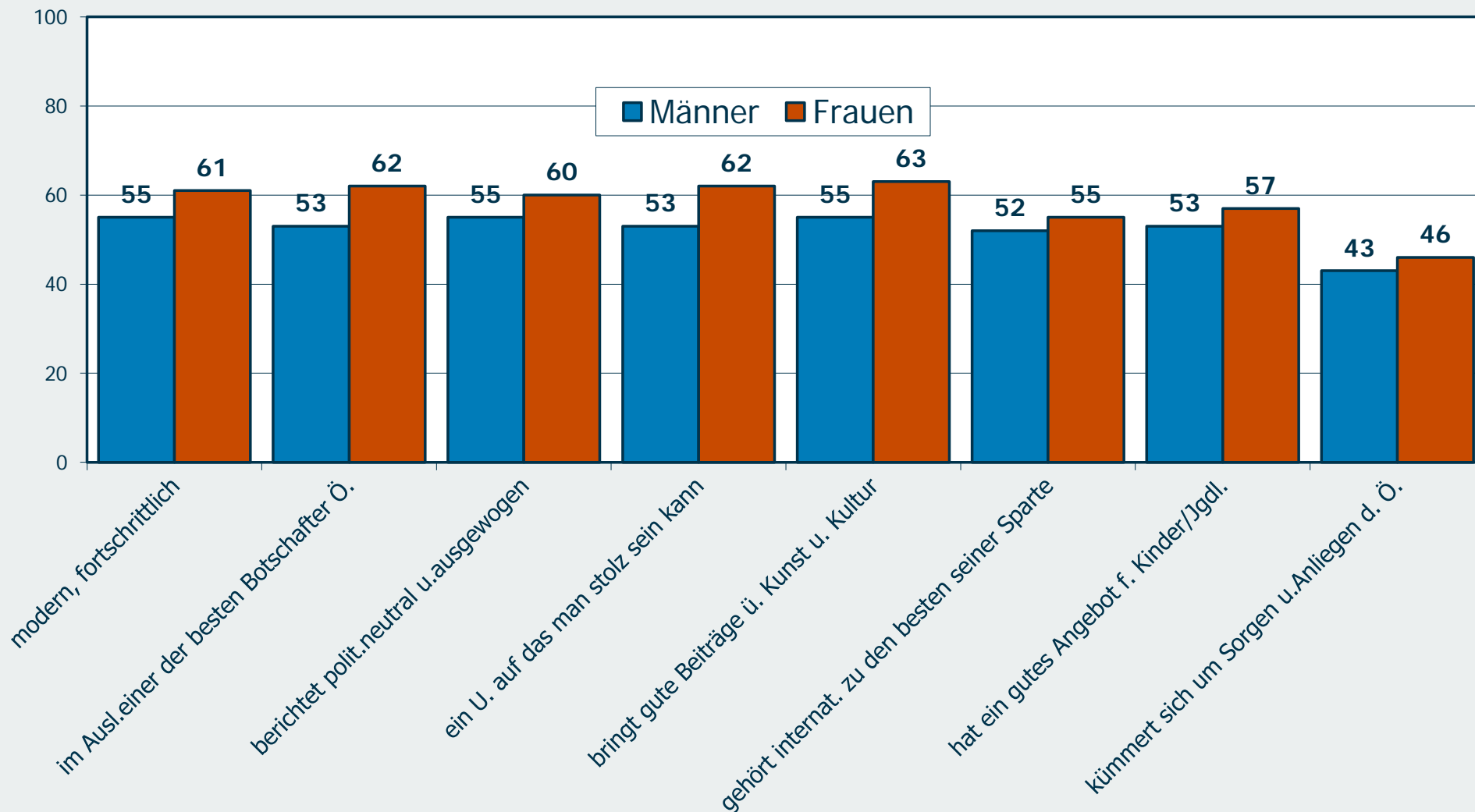
F22: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH GESCHLECHT (2)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.

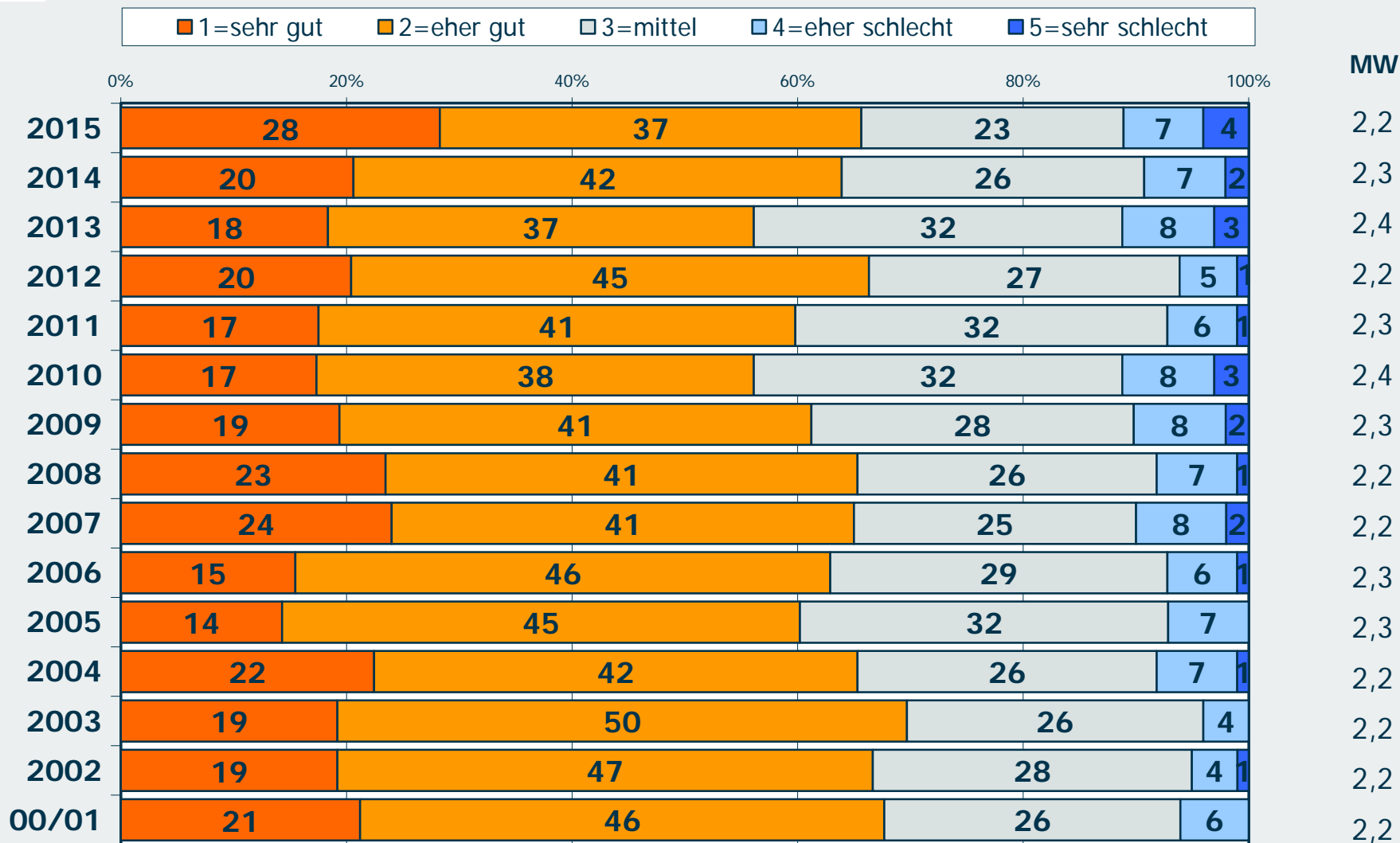


GESAMTZUFRIEDENHEIT UND VERMISSENSFRAGE

GESAMTURTEIL ORF – ZEITVERGLEICH

F23: Was ist Ihr abschließendes Gesamturteil. Macht der ORF alles in allem gesehen seine Sache ...?

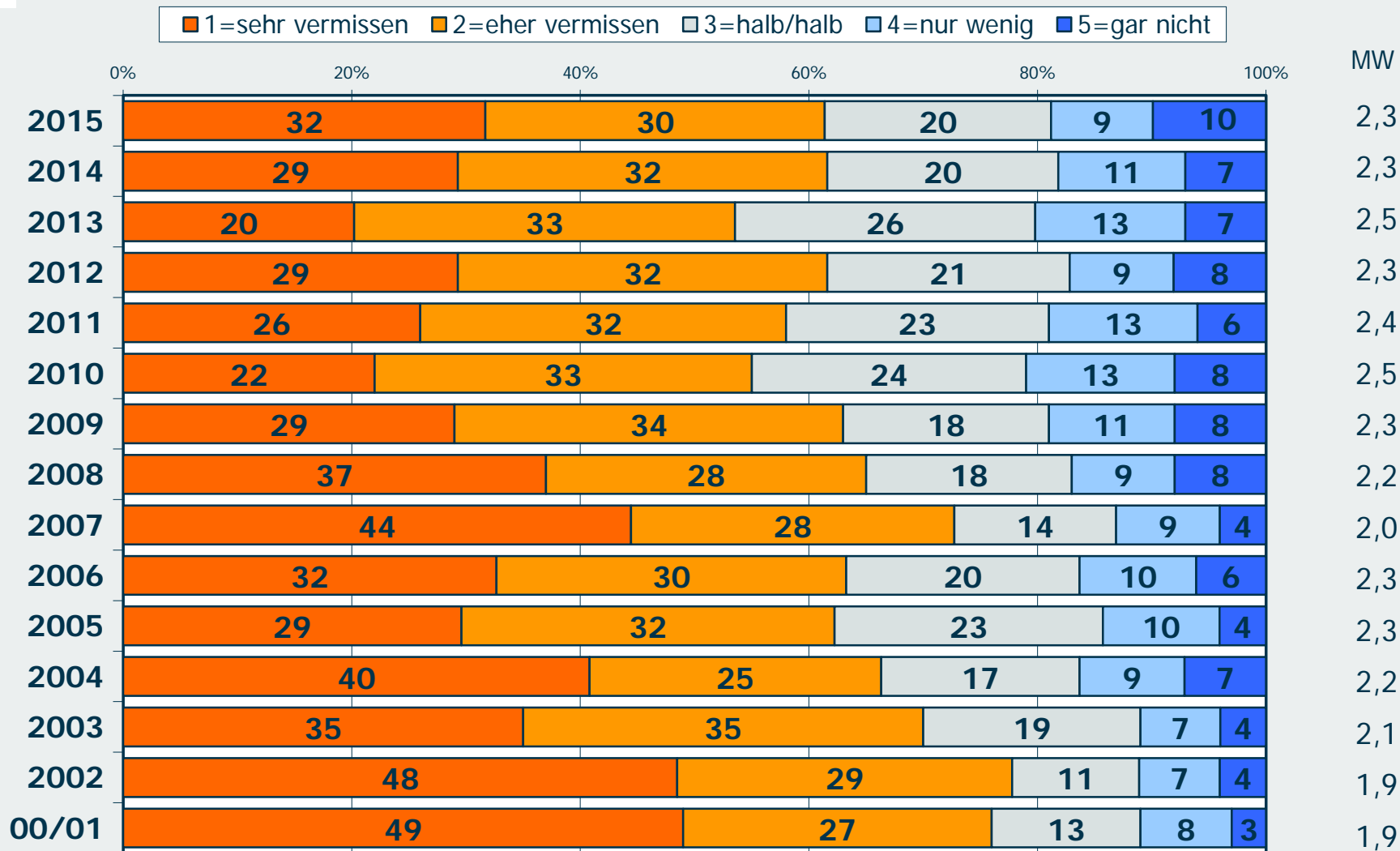
Angaben in %



WIE SEHR WÜRDEN MAN DEN ORF VERMISSEN – ZEITVERGLEICH

F24: Und angenommen, den ORF gäbe es nicht mehr, er würde aufgelöst werden – würden Sie ihn dann ...?

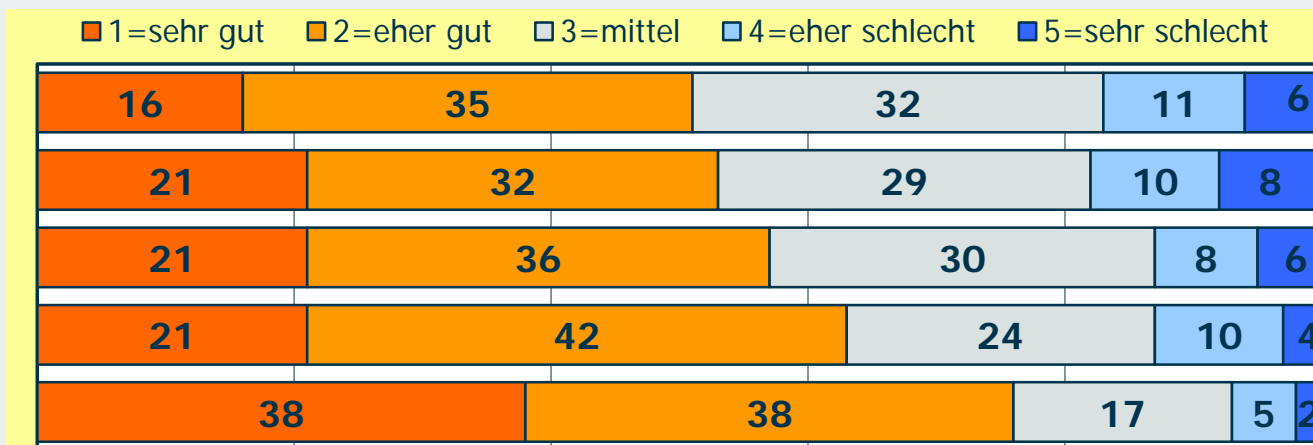
Angaben in %



ORF BEURTEILUNG: GESAMTURTEIL UND VERMISSENSFRAGE NACH ALTERSGRUPPEN

F23: Was ist Ihr abschließendes Gesamturteil. Macht der ORF alles in allem gesehen seine Sache ...?

(Angaben in %)
GESAMT-URTEIL

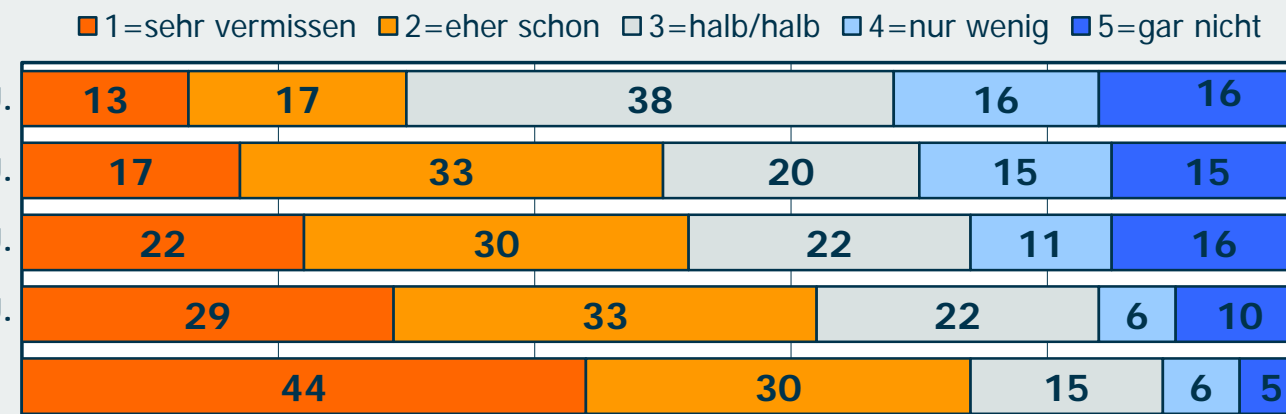


Mittelwert

15-19 J.	2,6
20-29 J.	2,5
30-39 J.	2,4
40-49 J.	2,4
50+ J.	1,9

F24: Und angenommen, den ORF gäbe es nicht mehr, er würde aufgelöst werden – würden Sie ihn dann ...?

VERMISSEN



Mittelwert

15-19 J.	3,0
20-29 J.	2,8
30-39 J.	2,7
40-49 J.	2,4
50+ J.	2,0

ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN

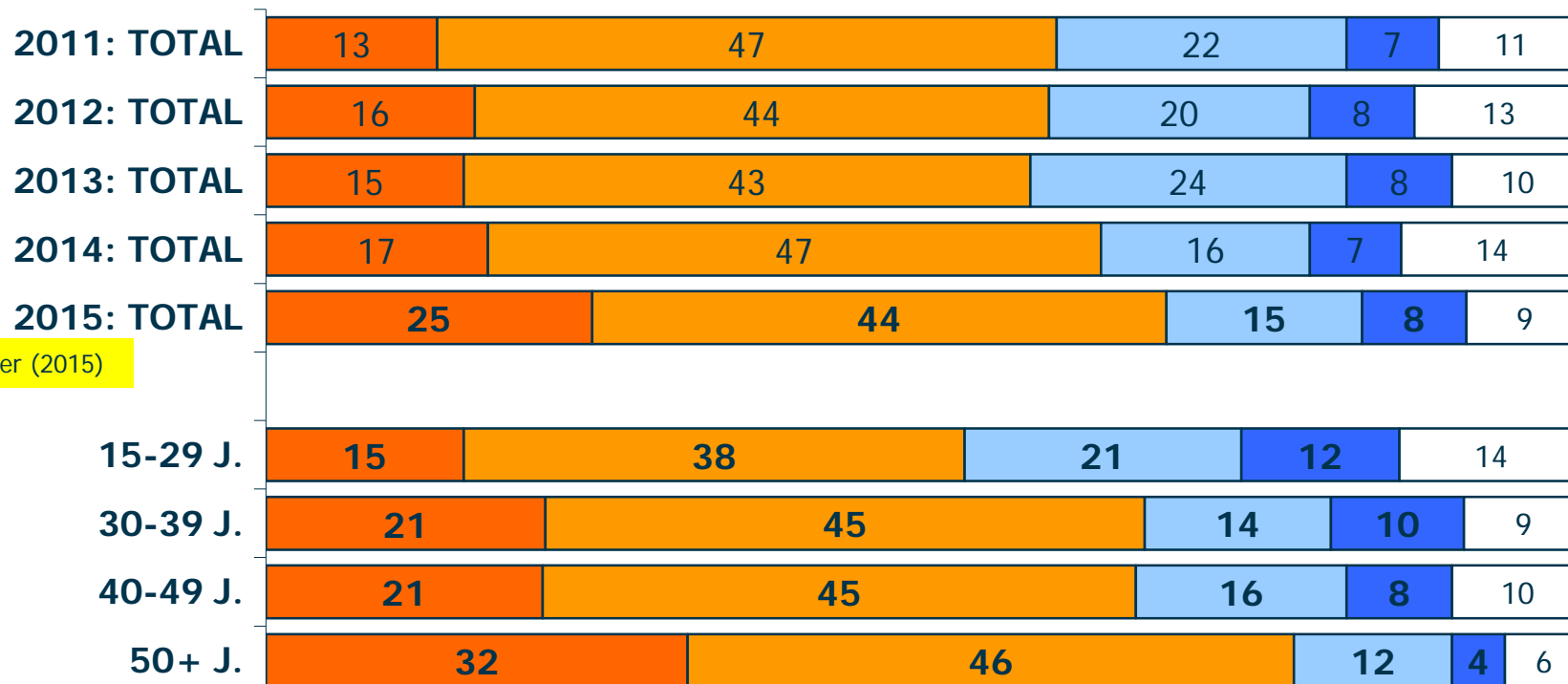
ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN: VERGLEICH 2011–2015

F25: Der Programmauftrag des ORF sieht vor, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zw. 20 und 22 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen. Wie sehr erfüllt der ORF Ihrer Meinung nach diesen Auftrag?

Angaben in %

ERFÜLLUNGSGRAD – ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN

■ voll und ganz
 ■ eher schon
 ■ eher nicht
 ■ überh.nicht
 ■ kann n.beurt./kA



ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN: NACH BILDUNG

F25: Der Programmauftrag des ORF sieht vor, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zw. 20 und 22 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen. Wie sehr erfüllt der ORF Ihrer Meinung nach diesen Auftrag?

Angaben in %

ERFÜLLUNGSGRAD – ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN

