

# ORF-Qualitätsmonitoring 2011

**Repräsentativbefragung der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren:  
„Overall-Befragung“  
Juli/August 2011**

# DATEN ZUR UNTERSUCHUNG

<b>GRUNDGESAMTHEIT</b>	<b>österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren</b>																						
<b>STICHPROBE</b>	<b>1.000 Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren</b>																						
<b>SAMPLINGMETHODE</b>	<b>Adress-Random-Sampling</b>																						
<b>INTERVIEW-METHODE</b>	<b>persönlich/CAPI (Computer-Assisted-Personal-Interviews)</b>																						
<b>FELDDARBEIT</b>	<b>26. Juli 2011 bis 8. August 2011</b>																						
<b>VERGLEICHSZEITRAUM</b>	<table> <tr> <td>Overall-Befragung 2011:</td> <td>26.07.2011 - 08.08.2011</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2010:</td> <td>21.06.2010 - 15.07.2010</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2009:</td> <td>15.06.2009 - 16.07.2009</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2008:</td> <td>03.06.2008 - 26.06.2008</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2007:</td> <td>13.11.2007 - 12.12.2007</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2006:</td> <td>13.06.2006 - 16.07.2006</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2005:</td> <td>14.06.2005 - 18.07.2005</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2004:</td> <td>18.05.2004 - 27.06.2004</td> </tr> <tr> <td>Overall-Befragung 2003:</td> <td>17.06.2003 - 20.07.2003</td> </tr> <tr> <td>Imagestudie 2002:</td> <td>06.08.2002 - 04.09.2002</td> </tr> <tr> <td>Imagestudie 2000/2001:</td> <td>14.11.2000 - 07.01.2001</td> </tr> </table>	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
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 Overall-Befragung des ORF stellt eine persönliche Befragung (Face-to-Face-Interviews) der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren dar. Insgesamt werden 1.000 per Zufall ausgewählte Österreicher/innen aus dem gesamten Bundesgebiet befragt. Die Stichprobe stellt somit ein verkleinertes Abbild der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren dar. Die Zufallsauswahl gewährleistet, dass die Befragten in ihren soziodemografischen Merkmalen der Gesamtbevölkerung Österreichs ab 15 Jahren entsprechen und dass die statistische Schwankung der Ergebnisse berechenbar ist. Dies ermöglicht es, die Ergebnisse der Stichprobe auf die Grundgesamtheit aller Österreicher/innen ab 15 Jahren, die in Privathaushalten wohnen, zu übertragen. Bei 1.000 Interviews beträgt die statistische Schwankungsbreite im ungünstigsten Fall rund  $\pm 3,2$  Prozentpunkte.

Diese Studie wird im jährlichen Rhythmus bereits seit 2003 durchgeführt, wobei darauf geachtet wird, dass der Kern der Fragen (Gesamtzufriedenheit usw.) jeweils konstant bleibt.

Die Overall-Befragung ist als kontinuierlicher Bestandteil der ORF-Qualitätssicherung konzipiert. Dies erfordert, dass auch die Durchführungsmethode unverändert bleibt. Inhaltlich steht die kontinuierliche Messung der Zufriedenheit der Bevölkerung mit den ORF-Angeboten hinsichtlich Sport, Kultur, Information und Unterhaltung in den ORF-Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext im Mittelpunkt. Zusätzlich wird auch die Beurteilung des ORF bei der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren erfasst.

## RESÜMEE (2): ERHEBUNGSTHEMEN

Inhaltlich wird die Overall-Befragung standardisiert durchgeführt. Befragungsthemen und die Frageabfolge sind fixiert. Zu den Inhalten zählen:

- das grundsätzliche Interesse an den Themenbereichen Information, Unterhaltung, Sport und Kultur;
- die Zufriedenheit mit den einzelnen Themenbereichen in den ORF-Medien Fernsehen, Radio, Internet, und Teletext,
- das ORF-Image nach Eigenschaften; und
- die Gesamtzufriedenheit mit dem ORF;

und wie 2009 wieder die Frage, wie sehr das ORF-Fernsehen aus Bevölkerungssicht den Programmauftrag im Hinblick auf den Anteil anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm erfüllt\*.

*\*In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass im Fragebogen keine Definition von „anspruchsvoll“ vorgegeben war. 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.*

## RESÜMEE (3): HAUPTERGEBNISSE

### Interesse an Themenbereichen in den Medien

Information, gefolgt von Unterhaltung, Sport und Kultur steht ungebrochen im Vordergrund des thematischen Interesses an Medieninhalten; und zwar nahezu unabhängig davon, welches Medium betrachtet wird. Auszunehmen davon ist das textbasierte Medium Teletext, das primär zwecks Information genutzt wird. Dem Interesse an Informationen (54 % sehr oder eher an Informationen im Teletext interessiert) folgt im Teletext das Interesse an Sport (32% sehr oder eher an Sport im Teletext interessiert); Unterhaltung kommt an dritter Stelle (25 % Interessierte) und Kultur an vierter Stelle (16 % Interessierte) zu liegen.

Information und Unterhaltung prägen das subjektive Interesse an Medieninhalten; Sport und Kultur sind demgegenüber für spezifische Gruppierungen innerhalb der Bevölkerung relevant; Sport beispielsweise interessiert in allen betrachteten Medien eher die jüngere, männliche Population und Kultur wiederum ein eher älteres und gebildeteres Publikum. Dies ist im Zeitverlauf relativ stabil. Beachtenswert ist lediglich, dass sich das Internet im Verlauf der Entwicklung und Verbreitung vom reinen Informationsmedium immer stärker auch hin zur Plattform für unterhaltende Zwecke entwickelt hat.

Das Interesse an Themenbereichen in den Medien ist somit ein Hinweis dafür, dass an die einzelnen Medien unterschiedliche Erwartungen gerichtet werden; Erwartungen, deren Erfüllungsgrad wiederum die Zufriedenheit bestimmt. Je bunter und vielfältiger im Allgemeinen die Erwartungen sind, desto schwieriger ist es, auf Angebotsseite angemessen zu reagieren, und desto schwieriger ist es demnach auch, umfassende Zufriedenheit zu erzielen. Dies ist der Rahmen, vor dem das hier erhobene Themeninteresse zu sehen ist. Fernsehen und Radio müssen vielfältigen Ansprüchen entsprechen; sie müssen hochwertig informieren, hinreichend unterhaltend sein, und ausreichend Sport- und Kulturangebote bieten. Das unterscheidet die beiden Medien beispielsweise vom Teletext. Der Teletext als ein textbasiertes Medium hat für das Gros der Nutzer/innen vor allem informativen Wert; dies allerdings auch im Zusammenhang mit sportlichen und – etwas seltener – kulturellen Ereignissen.

## RESÜMEE (4): HAUPTERGEBNISSE

### Interesse an Themenbereichen in den Medien nach Altersgruppen und Geschlecht

SPORT als Medieninhalt ist – wie bereits erwähnt – ein Thema, das insbesondere jüngere Personen und Männer interessiert, und zwar vor allem im Medium Fernsehen (77 % der Männer sind sehr/eher an Sport im Fernsehen interessiert). Allerdings werden auch an die anderen Medien diesbezüglich Anforderungen gestellt; wenn auch nicht so häufig wie ans Fernsehen. An Sport im Radio sind 41 %; an Sport im Internet 35 % und an Sportinhalten im Teletext 32 % der Österreicher/innen interessiert. Im Medium Fernsehen beträgt der entsprechende Anteil 52 %. Bei den unter 30-Jährigen und bei den Männern sind diese Prozentwerte signifikant höher.

Der Themenbereich KULTUR trifft bei 42 % der Befragten auf grundsätzliches Interesse. Kultur im Fernsehen interessiert 40 % der Befragten; Kultur im Radio 30 %; Kultur im Internet 25 %; und Kultur im Teletext 16 %. Zu beachten ist, dass der Anteil der Kulturinteressierten mit zunehmendem Alter wächst. Beispielsweise ist ein Drittel der unter 30-Jährigen an Kultur im Fernsehen interessiert; bei den 50+-Jährigen äußert hingegen jeder Zweite Interesse daran. Des Weiteren gilt, dass Frauen signifikant häufiger an Kultur allgemein sowie an Kulturinhalten in den einzelnen Medien interessiert sind als das männliche Publikum. 47 % der Frauen – verglichen mit 35 % der Männer – sind den eigenen Angaben folgend sehr oder eher am Thema Kultur interessiert. Ähnlich fallen auch die Relationen aus, wenn man das Kulturinteresse im Zusammenhang mit den einzelnen Medien betrachtet.

INFORMATION stellt die zentrale Funktion von Massenmedien dar. An INFORMATION ist auch nahezu jeder interessiert. In dieser Hinsicht unterscheiden sich die einzelnen Alterssegmente sowie männliche und weibliche Rezipienten kaum voneinander. 80 % der unter 30-Jährigen sind an Information im Fernsehen interessiert; ebenso viele an Information im Internet (81 %); 73 % interessieren sich für Information im Radio und 54 % der unter 30-Jährigen für Information im Teletext. Bei den höheren Altersgruppen fallen die Interessenquoten durchaus vergleichbar aus.

## RESÜMEE (5): HAUPTERGEBNISSE

### Interesse an Themenbereichen in den Medien nach Altersgruppen und Geschlecht

Unterschiede in Bezug auf den Informationsanspruch in den einzelnen Medien betreffen am ehesten das Internet. An Information im Internet sind 81 % der unter 30-Jährigen; 72 % der 30- bis 49-Jährigen und 68 % der 50+-Jährigen interessiert. Und ebenso haben Männer öfters ein Interesse an Information im Internet (79 %) als Frauen (68 %). Allerdings sind die Unterschiede nach Alter und Geschlecht relativ gering und haben primär damit zu tun, dass das Internet bei jüngeren Personen längst eine den Alltag bestimmende und vielseitig genutzte Plattform darstellt, während Ältere einen gezielteren Umgang damit pflegen.

Das zweithäufigste Interesse nach der Information betrifft den Themenbereich UNTERHALTUNG. Drei Viertel der Österreicher/innen sind grundsätzlich sehr oder eher an Unterhaltung interessiert. Nach den einzelnen Medien betrachtet, trifft insbesondere die Unterhaltung in Fernsehen und Radio häufig auf Interesse. 77 % der Befragten interessieren sich für Unterhaltung im Fernsehen und 74 % für Unterhaltung im Radio. Bei Internet und Teletext fällt das Unterhaltungsinteresse mit 45 % (an Unterhaltung im Internet interessiert) und 25 % (an Unterhaltung im Teletext interessiert) deutlich geringer aus. Unterhaltung ist generell ein Themenbereich, der für jüngere Personen eine große Rolle spielt und mehr oder weniger von allen hier betrachteten Medien eingefordert wird. 86 % der unter 30-Jährigen äußern ein Interesse an Unterhaltung im Fernsehen; 75 % sind an Unterhaltung im Radio interessiert; 66 % an Unterhaltung im Internet und immerhin 29 % der unter 30-Jährigen an Unterhaltung im Teletext. Zum Vergleich: Bei den über 50-Jährigen interessiert die Unterhaltung im Internet etwa ein Viertel der Befragten (27 %) und die Unterhaltung im Teletext etwa ein Fünftel (23 %).

Im Hinblick auf das Geschlecht sind im Zusammenhang mit dem Themenbereich Unterhaltung keine Unterschiede auszumachen. Männer und Frauen sind gleichermaßen an Unterhaltung interessiert (je 75 %). Auch die diesbezüglichen Ansprüche an die Medien fallen vergleichbar aus; rund drei Viertel interessieren sich jeweils für Unterhaltung im Fernsehen und Radio; knapp zwei Viertel für Unterhaltung im Internet; und etwa je ein Viertel für Unterhaltung im Teletext.

## RESÜMEE (6): HAUPTERGEBNISSE

### Interesse an und Zufriedenheit mit den Themenbereichen in den Medien

Nach dem Interesse an Themenbereichen je Medium wurde im Fragebogen erhoben, wie die subjektive Zufriedenheit mit den einzelnen Themen in den ORF-Medien beschaffen ist. In Anlehnung an eine „Gap-Analyse“ wurden nun Interessenwerte und Zufriedenheitswerte gegenübergestellt; zum einen in Form der Durchschnittswerte und zum anderen in Form der Top-Box-Werte (sehr interessiert/sehr zufrieden). Vom Interesse her gesehen liegt die Information vor der Unterhaltung; gefolgt von Sport und Kultur. Abgesehen vom Teletext, bei dem der Bereich Sport nach dem Interessengrad an zweiter Stelle liegt, trifft diese Reihenfolge auf alle betrachteten Medien zu. Geht man von den Zufriedenheitswerten aus, lautet das Ranking: Information – Sport – Unterhaltung – Kultur. Am häufigsten sind die Befragten also mit der Information in den einzelnen Medien zufrieden; am zweithäufigsten mit dem Bereich Sport; am dritthäufigsten mit der Unterhaltung und am vierthäufigsten mit der Kultur. Eine Ausnahme nimmt hier das Radio ein, denn im Medium Radio liegt die Unterhaltung wie bei der Interessenfrage hinter der Information an zweiter Stelle. Hier decken sich die Rangplätze nach dem Anteil der Interessierten und dem Anteil der Zufriedenen vollständig.

Im Allgemeinen gilt, und das ist positiv zu vermerken, dass die Österreicher/innen ab 15 Jahren jene Themenbereiche, die sie am häufigsten interessieren, auch am häufigsten als zufriedenstellend beurteilen: Information interessiert am häufigsten und mit diesem Themenbereich sind die Befragten auch am häufigsten zufrieden; sowohl im Fernsehen als auch in den Medien Radio, Internet und Teletext.

## RESÜMEE (7): HAUPTERGEBNISSE

### Eigenschaftsbeurteilung

Im unmittelbaren Vergleich mit den Eigenschaftsbeurteilungen des Vorjahres erzielen fünf von insgesamt 16 Parametern signifikant höhere Zustimmungsraten. Die deutlichste Verbesserung geht mit dem Statement einher, dass der ORF „ein gutes Angebot für Kinder und Jugendliche hat“. Dieser Aussage stimmen nach den aktuellen Daten 53 % der Österreicher/innen ab 15 Jahren zu; 2010 waren es 43 %. Die zweitgrößte Zuwachsrate betrifft die Aussage „ist wichtig für Österreich“ (2011: 72 %; 2010: 66 %); gefolgt von den Aussagen

- „gehört international zu den besten seiner Sparte“ (2011: 47 %; 2010: 42 %);
- „bietet gute, umfassende Informationen“ (2011: 76 %; 2010: 72 %); und
- „ist wichtig für mich“ (2011: 56 %; 2010: 52 %).

## RESÜMEE (8): HAUPTERGEBNISSE

### Zufriedenheit

Aus der aktuellen Overall-Befragung geht hervor, dass die Detailzufriedenheiten mit den einzelnen Themenbereichen in den jeweiligen ORF-Medien zunehmen, ebenso die Gesamtzufriedenheit mit dem ORF, sowie die Antworten auf die Frage, ob man den ORF im Fall einer Auflösung vermissen würde.

58 % verglichen mit 55 % des Vorjahres meinen, dass der ORF alles in allem gesehen seine Sache sehr gut oder eher gut macht; 32 %, und damit ebenso viele wie 2010, sind diesbezüglich indifferent; und 7 % – im Vergleich zu 11 % des Vorjahres – haben einen negativen Gesamteindruck (sehr oder eher schlecht). Diese Verschiebungen sind zwar eher geringer Natur, aber an beiden Skalenenden vorhanden. Mit anderen Worten: Zum einen nimmt der Anteil jener Personen, die einen positiven Eindruck vom ORF haben, etwas zu, und zum anderen nimmt die Zahl der Kritiker etwas ab. Dies trifft auch auf die Frage zu, ob man den ORF vermissen würde. 58 % würden den ORF im Fall einer Auflösung derzeit sehr oder eher vermissen; 2010 waren dies 55 %. 19 % haben nur geringe oder gar keine Vermissensängste; im Vorjahr waren dies mit 21 % geringfügig mehr.

## RESÜMEE (9): HAUPTERGEBNISSE

### Anspruchsvolle Sendungen\*

Die im Programmauftrag festgelegte Aufgabe, im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zwischen 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl zu stellen, wird vom ORF aus Sicht der Mehrheit der Bevölkerung durchwegs erfüllt (13 % voll und ganz; 47 % eher schon).

29 % der Österreicher/innen sind diesbezüglich eher skeptisch (22 % wird eher nicht erfüllt; 7 % wird überhaupt nicht erfüllt). Vor allem gehobene Bildungsschichten sind vergleichsweise oft nicht davon überzeugt, dass der ORF diesem Programmauftrag entspricht.

Verglichen mit der Erhebung von 2009 ist anzumerken, dass gegenwärtig tendenziell mehr Personen die Erfüllung des diesbezüglichen Programmauftrags anerkennen, als dies vor zwei Jahren der Fall war (2009: 58 % ORF erfüllt diesen Programmauftrag; 2011: 60 %).

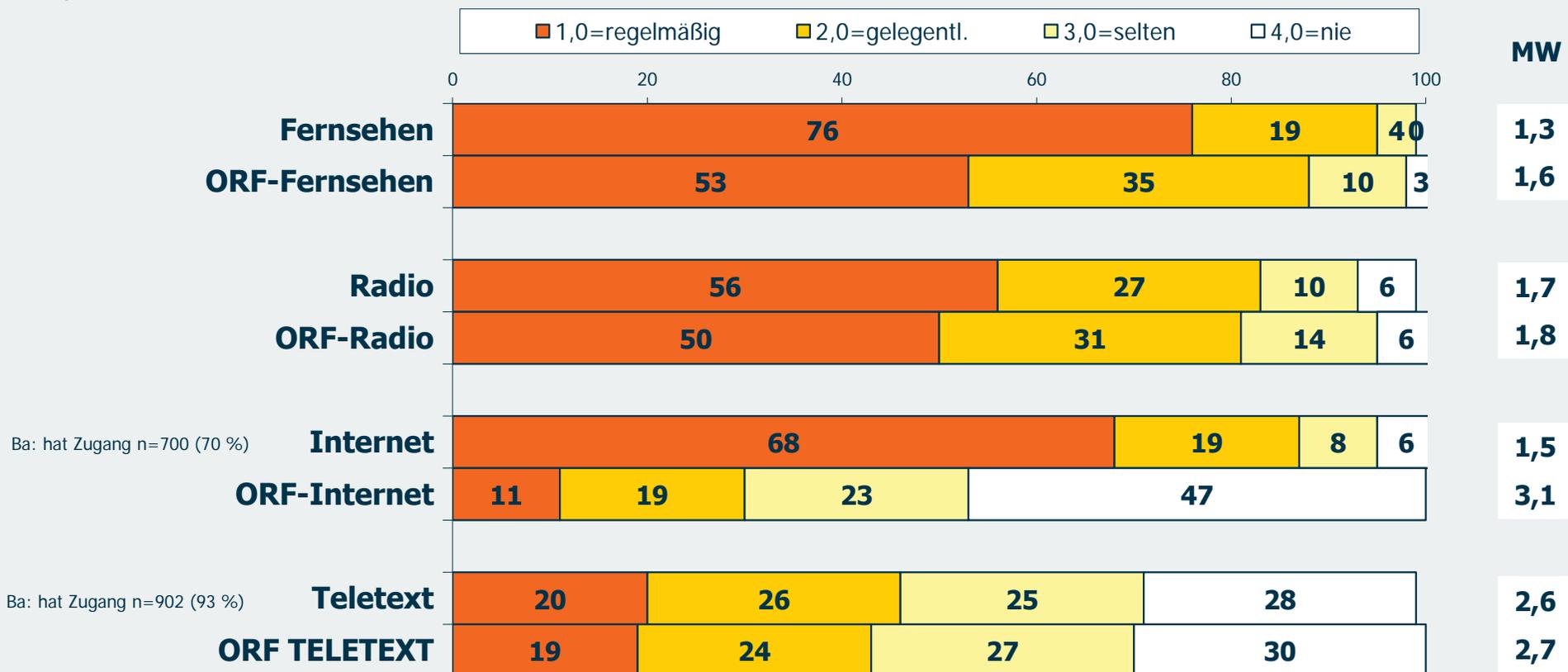
*\*Im Fragebogen war keine Definition von „anspruchsvoll“ vorgegeben. Was konkret unter „anspruchsvoll“ zu verstehen war, blieb dem Interpretationsspielraum der Befragten überlassen. Für die Interviewer gab es diesbezüglich die explizite Anweisung, im Fall von Nachfragen/Rückfragen seitens der befragten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

# **THEMENINTERESSE, ZUFRIEDENHEIT MIT THEMENBEREICHEN**

# MEDIENNUTZUNGSVERHALTEN: Frequenz der Nutzung

F4-F13: Denken Sie an die Nutzung von ... (Fernsehen, Radio, Internet, Teletext). Ganz allgemein gesehen, was würden Sie sagen, sehen/hören/nutzen Sie ... regelmäßig, gelegentlich, selten oder nie? Und wie sieht das mit dem ORF- ... (Fernsehen, Radio, Internet, Teletext) aus. Sehen/hören/nutzen Sie das ORF-Fernsehen/-Radio/-Internet-/Teletext regelmäßig, gelegentlich, selten oder nie?

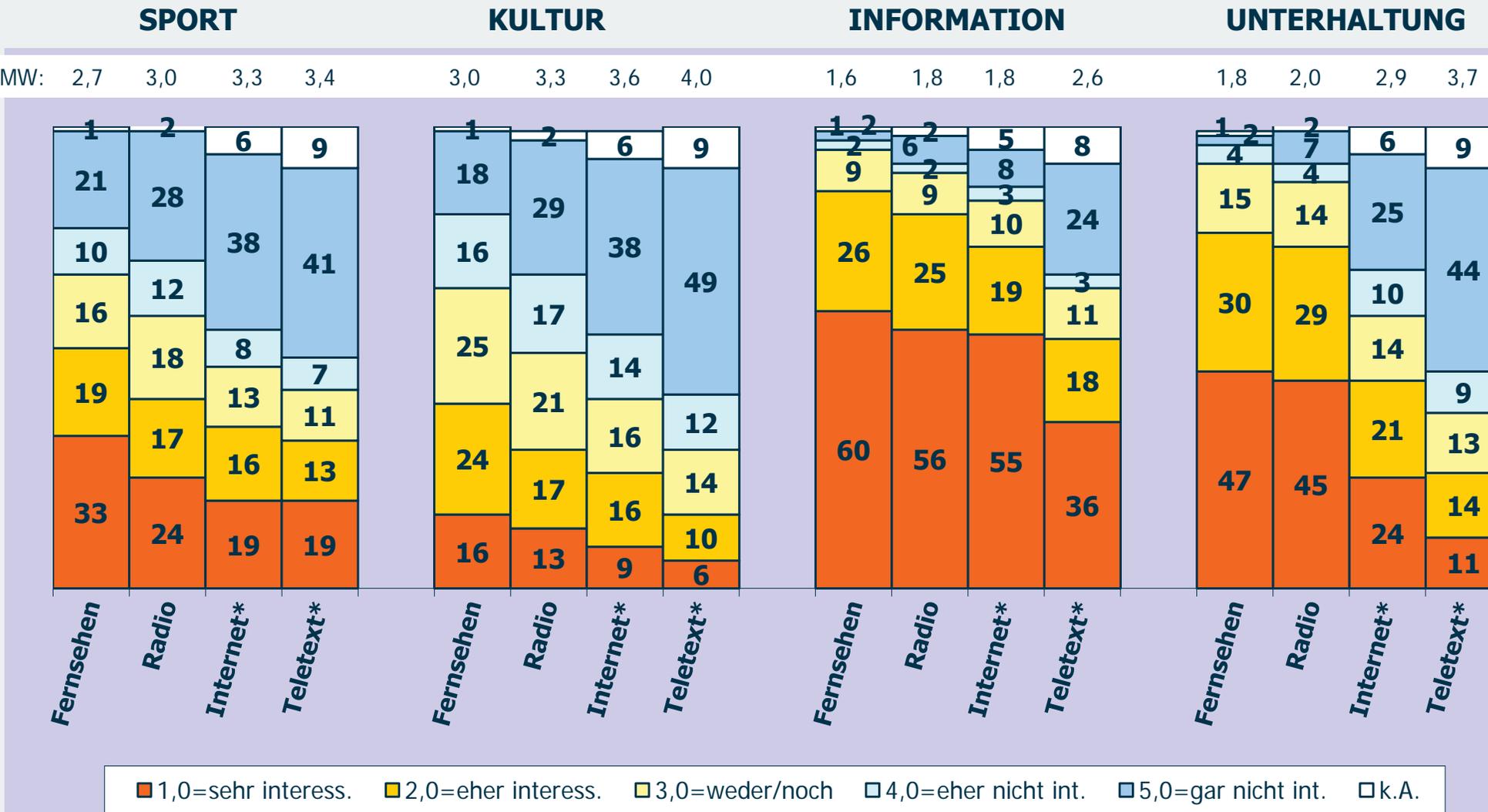
(Angaben in %)



# THEMENINTERESSE IN DEN MEDIEN

F15-F18: Wie sehr sind Sie an den Themen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung im ... (Fernsehen/Radio/Internet/Teletext) interessiert?

(Angaben in %)



\*Basis: hat Zugang

# THEMENINTERESSE IN MEDIEN – Vergleich 2004–2011

## Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

F15-F18: 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							
	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
an SPORT	33	34	31	35	31	30	26	30	24	19	22	24	20	21	18	19
an KULTUR	16	17	19	18	12	13	10	19	13	12	14	12	10	10	8	12
an INFORMATION	60	61	64	64	62	60	59	65	56	55	58	59	62	60	53	60
an UNTERHALTUNG	47	54	56	53	56	51	44	49	45	44	48	50	50	45	40	42

Sehr interessiert an .../im ...	im INTERNET*								im TELETEXT*							
	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
an SPORT	19	21	18	13	15	13	13	13	19	16	17	18	21	18	17	19
an KULTUR	9	10	10	9	9	7	6	7	6	5	6	5	5	4	3	5
an INFORMATION	55	57	56	57	61	53	43	49	36	34	42	40	42	41	37	44
an UNTERHALTUNG	24	27	24	18	20	13	16	14	11	12	11	6	8	7	5	7

\*Basis: hat Internetzugang; 70 %; n=700

\*Basis: hat Teletextzugang; 93 %; n=902

## THEMENINTERESSE IN DEN MEDIEN – nach Altersgruppen

### Anteil „sehr interessiert“ je Themenbereich und Medium

D3-D6: 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 ...								
<b>an SPORT</b>	<b>37</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>22</b>	<b>14</b>
<b>an KULTUR</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
<b>an INFORMATION</b>	<b>54</b>	<b>69</b>	<b>51</b>	<b>64</b>	<b>55</b>	<b>53</b>	<b>37</b>	<b>35</b>
<b>an UNTERHALTUNG</b>	<b>48</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>44</b>	<b>29</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>10</b>

**(TOP-Box: Anteil „sehr interessiert“)**

\*Basis: hat  
Internetzugang: n=700

\*Basis: hat  
Teletextzugang: n=902

# THEMENINTERESSE: nach Alter und Geschlecht

F15-F18: Wie sehr sind Sie an den Themenbereichen ... im Fernsehen/Radio/Internet/Teletext ... interessiert?

(Anteil sehr/eher interessiert)

\* Internet: Basis: hat Zugang: 70 %; n=700

\* Teletext: Basis: hat Zugang: 93 %; n=902

Interesse an		TOTAL	Bis 29 J.	30-49 J.	50+ Jahre	MÄNNER	FRAUEN
<b>SPORT</b>	Allgemein	51	62	54	44	77	27
	Im Fernsehen	52	60	53	48	77	30
	Im Radio	41	47	44	35	59	24
	Im Internet	35	44	32	27	49	18
	Im Teletext	32	36	35	26	48	16
<b>KULTUR</b>	Allgemein	42	33	39	48	35	47
	Im Fernsehen	40	33	36	48	35	46
	Im Radio	30	25	28	34	26	33
	Im Internet	25	28	24	26	21	30
	Im Teletext	16	10	19	17	15	17
<b>INFORMATION</b>	Allgemein	88	81	89	92	89	87
	Im Fernsehen	86	80	85	91	88	85
	Im Radio	81	73	80	86	81	80
	Im Internet	74	81	72	68	79	68
	Im Teletext	54	54	57	52	61	48
<b>UNTERHALTUNG</b>	Allgemein	75	78	78	71	75	75
	Im Fernsehen	77	86	78	72	77	79
	Im Radio	74	75	77	71	75	73
	Im Internet	45	66	43	27	48	42
	Im Teletext	25	29	26	23	27	24

Quelle: Overall-Befragung 2011, CAPI, n = 1000, Erw. 15+, 26.07.-08.08.11

## THEMENBEREICHE IN DEN MEDIEN: Interesse und Zufriedenheit

F15-F18, F19-F22: 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)		<b>INTERESSE</b> 1,0=sehr interess., 5,0= gar nicht interess.	<b>ZUFRIEDENHEIT</b> 1,0=sehr zufr., 5,0=überhaupt nicht zufr.
<b>ORF-FERNSEHEN</b>	<b>SPORT</b>	<b>2,7</b>	<b>2,0</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>3,0</b>	<b>2,4</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>1,6</b>	<b>1,8</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>1,8</b>	<b>2,4</b>
<b>ORF-RADIO</b>	<b>SPORT</b>	<b>3,0</b>	<b>2,2</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>3,3</b>	<b>2,4</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>
<b>ORF-INTERNET</b> <i>Basis: hat Internet-Zugang (70 %)</i>	<b>SPORT</b>	<b>3,3</b>	<b>2,2</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>3,6</b>	<b>2,4</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>2,9</b>	<b>2,3</b>
<b>ORF TELETEXT</b> <i>Basis: hat Teletext-Zugang (93 %)</i>	<b>SPORT</b>	<b>3,4</b>	<b>2,0</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>4,0</b>	<b>2,4</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>2,6</b>	<b>1,8</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>3,7</b>	<b>2,3</b>

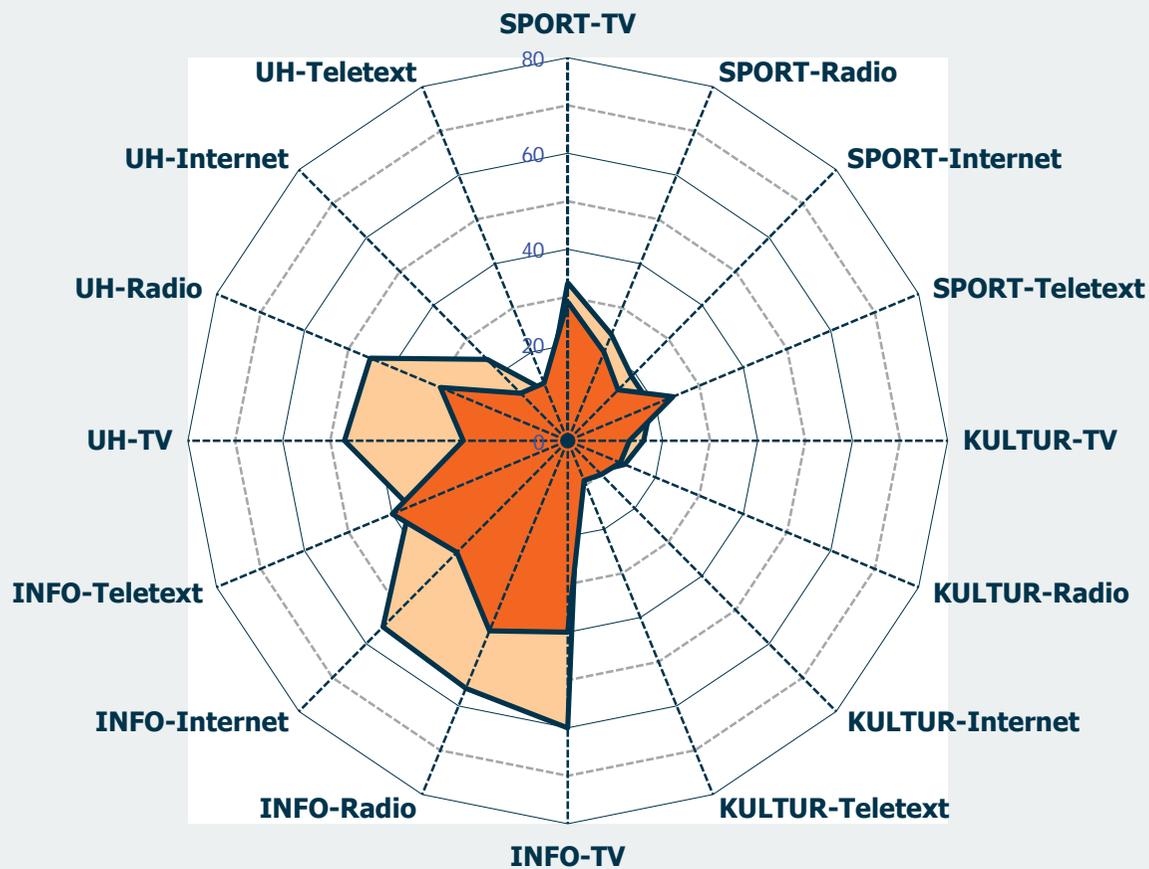
# THEMENBEREICHE IN DEN MEDIEN: Interesse und Zufriedenheit

F15-F18, F19-F22: 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 63 %

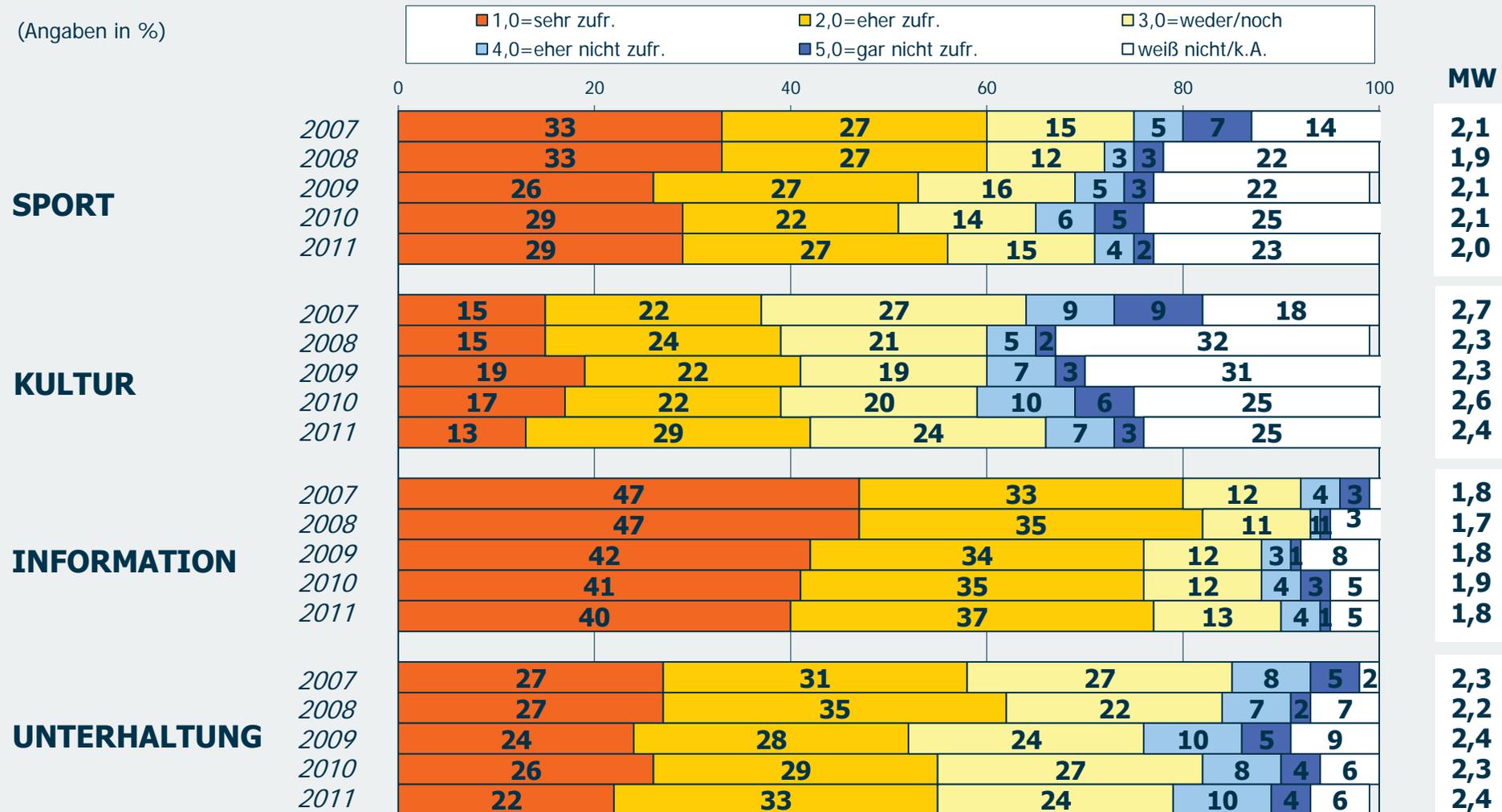
Internet: Basis: nutzt ORF-Internet 35 %



# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Fernsehen: Vergleich 2007–2011

F19: 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?

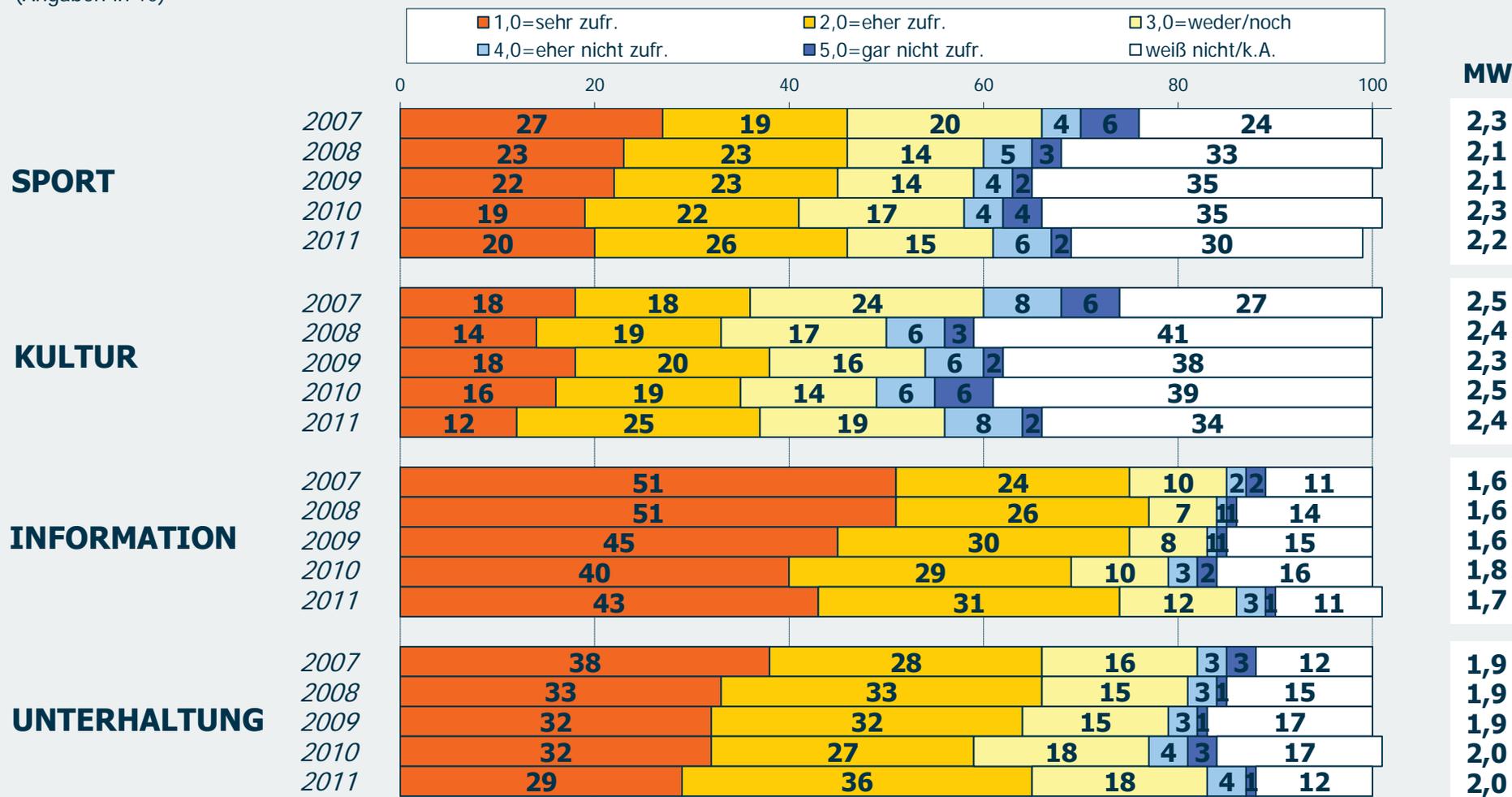
(Angaben in %)



# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Radio: Vergleich 2007–2011

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

(Angaben in %)

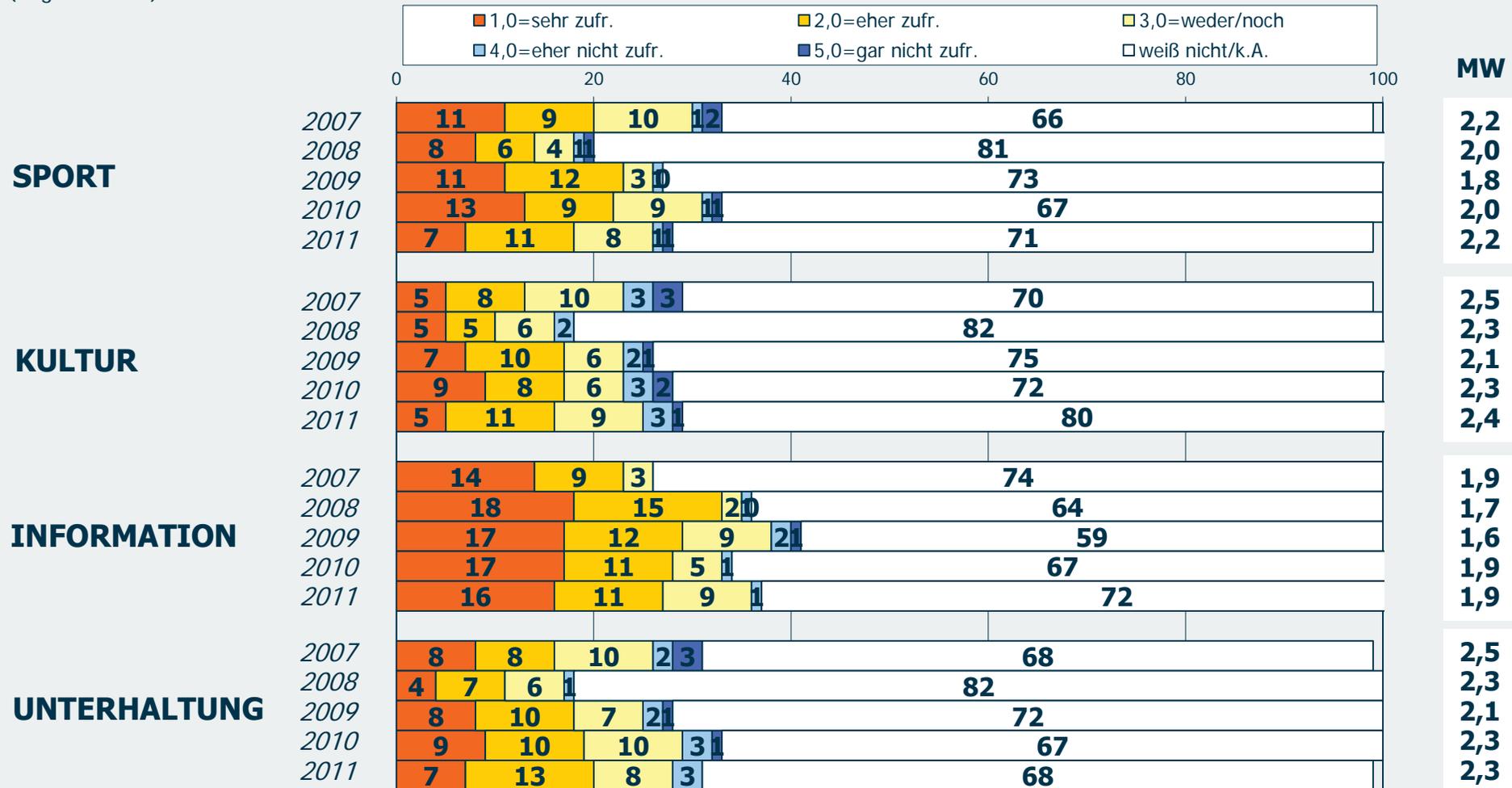


# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2007–2011

Basis: **Internetzugang vorhanden** (2006: 59 %, 2007: 56 %, 2008: 64 %, 2009: 67 %, 2010: 63 %, 2011: 70 %)

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

(Angaben in %)

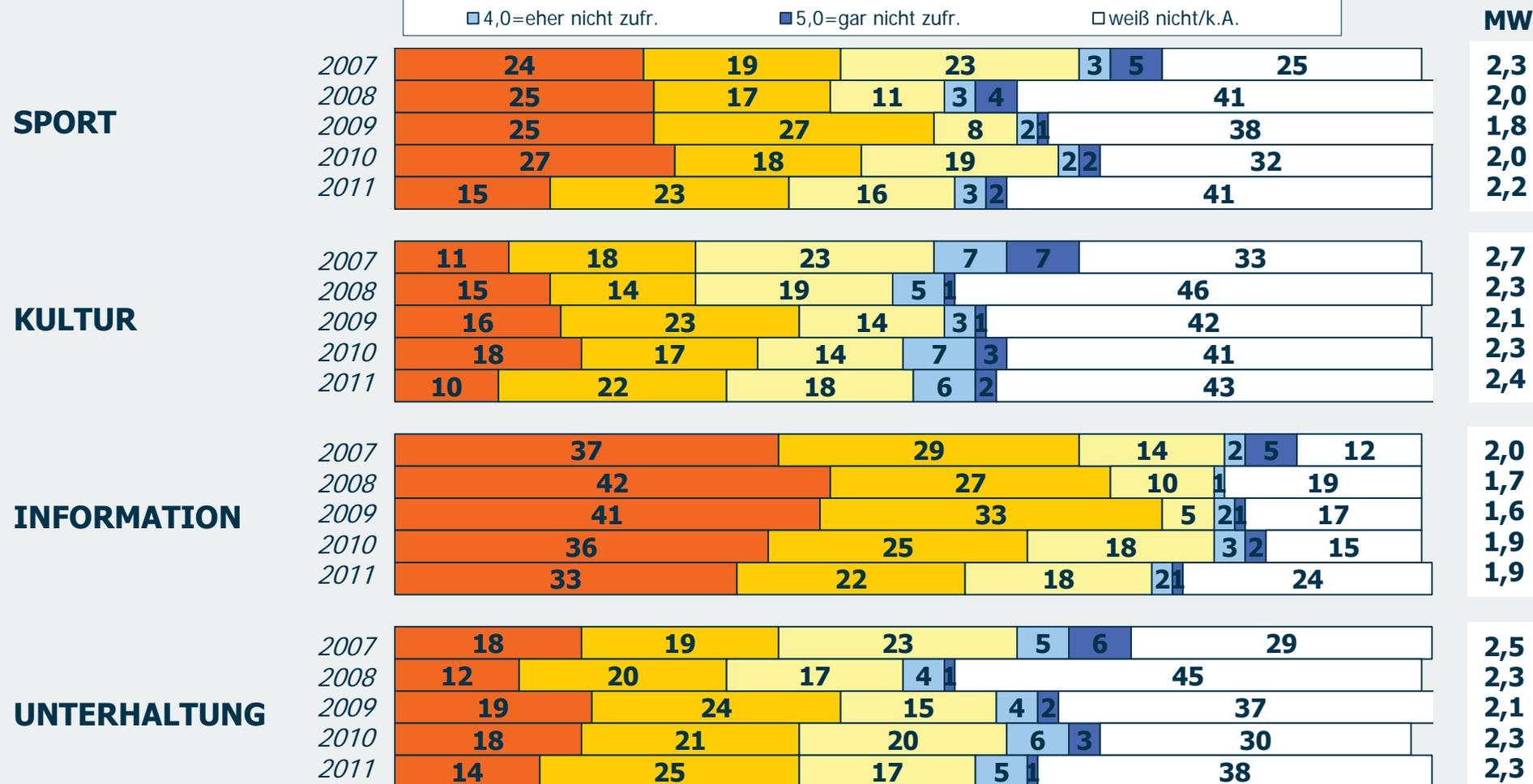
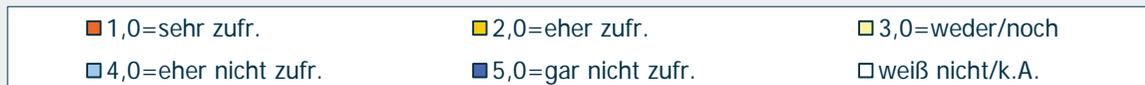


# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2007–2011

Basis: **Nutzer von ORF-Internetseiten** (2007: 25 %; 2008: 29 %; 2009: 30 %; 2010: 30 %, 2011: 35 %)

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

(Angaben in %)

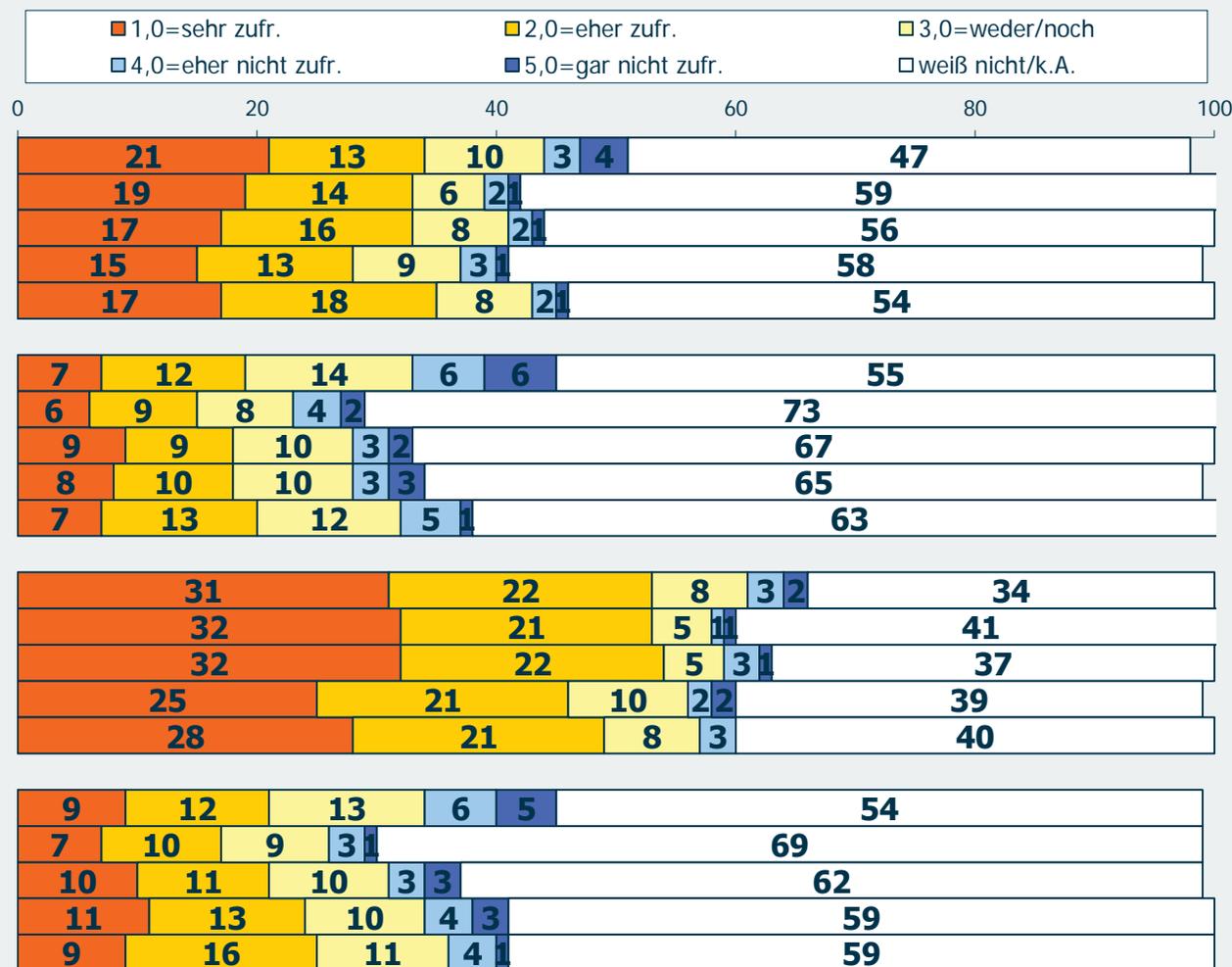


# Zufriedenheit mit Themen im ORF TELETEXT: 2007–2011

Basis: Teletextzugang vorhanden (2007: 90 %; 2008: 88 %, 2009: 90 %; 2010: 92 %; 2011: 93 %)

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

(Angaben in %)



MW

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

2,8  
2,6  
2,4  
2,5  
2,4

1,8  
1,6  
1,7  
1,9  
1,8

2,7  
2,4  
2,4  
2,4  
2,3

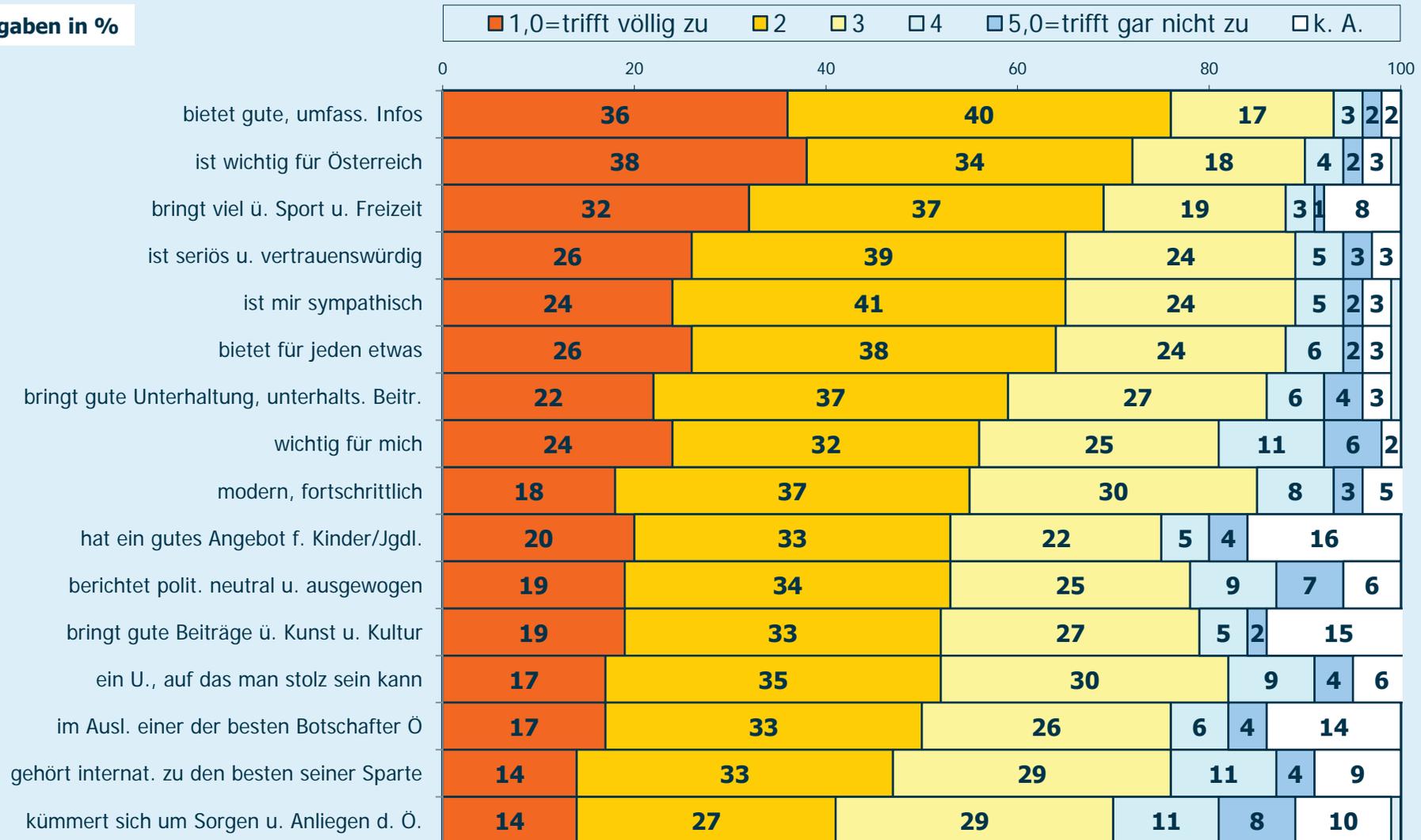
Quelle: Overall-Befragung 2011, CAPI, n=1000, Erw. 15+, 26.07.-08.08.2011; ORF Overall-Befragung CAPI 2007-2010; österr. Bev. ab 15 J.; n=1.000

# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNGEN

# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF

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.

Angaben in %

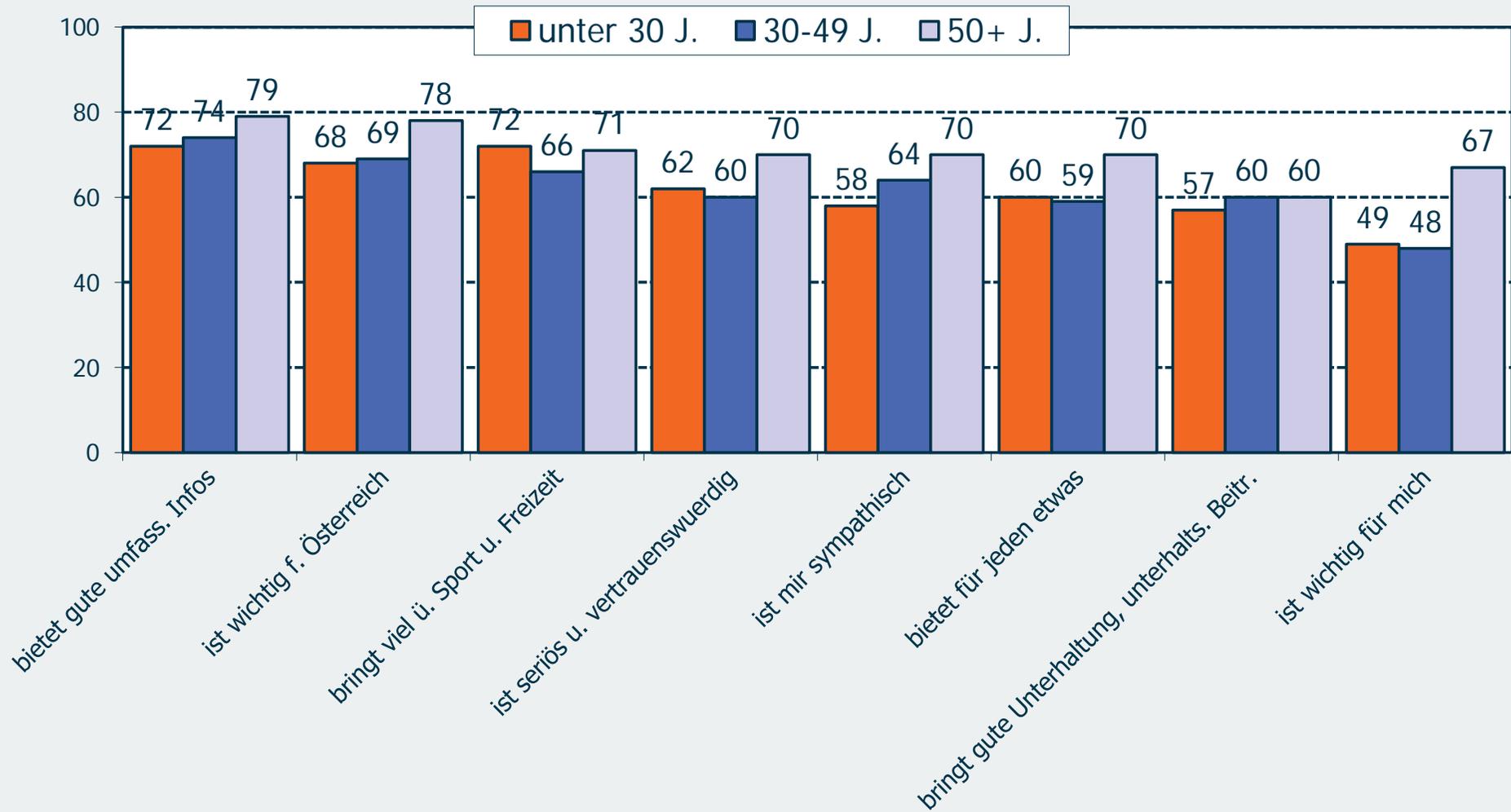


Quelle: Overall-Befragung 2011, CAPI, n = 1000, Erw. 15+, 26.07.-08.08.11

# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH ALTER (1)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

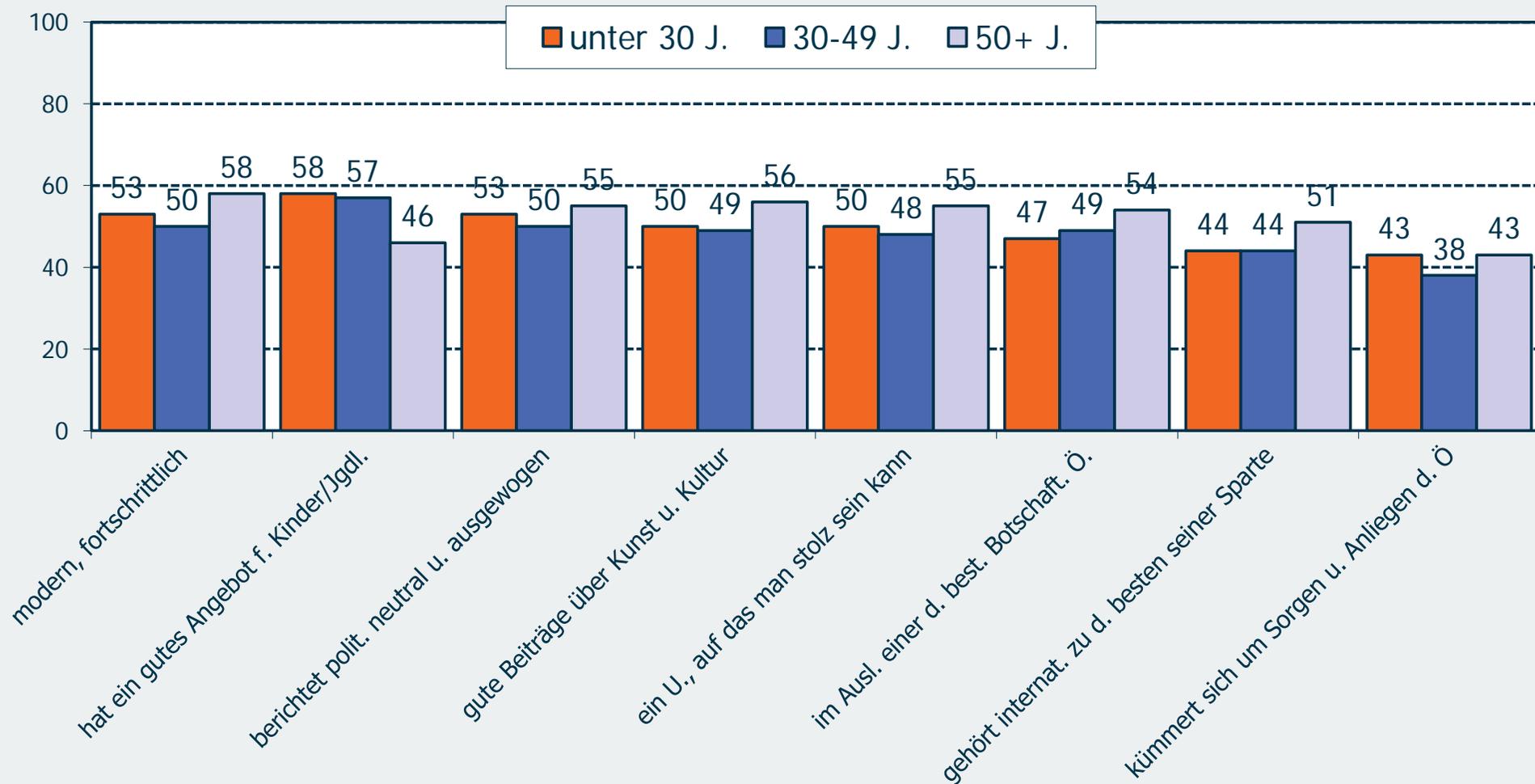
F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



## EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH ALTER (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.

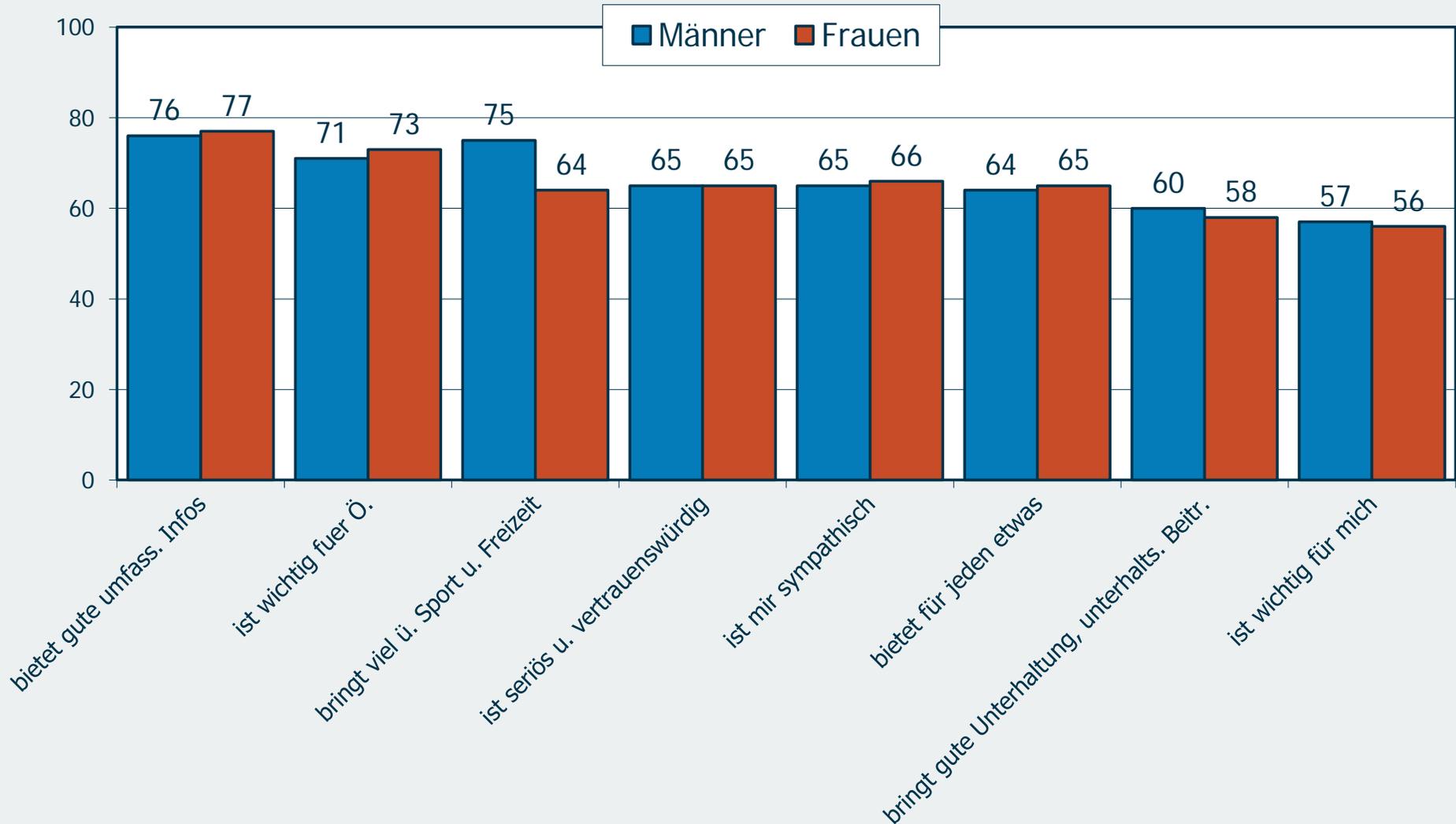


# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH GESCHLECHT (1)

(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.

Angaben in %

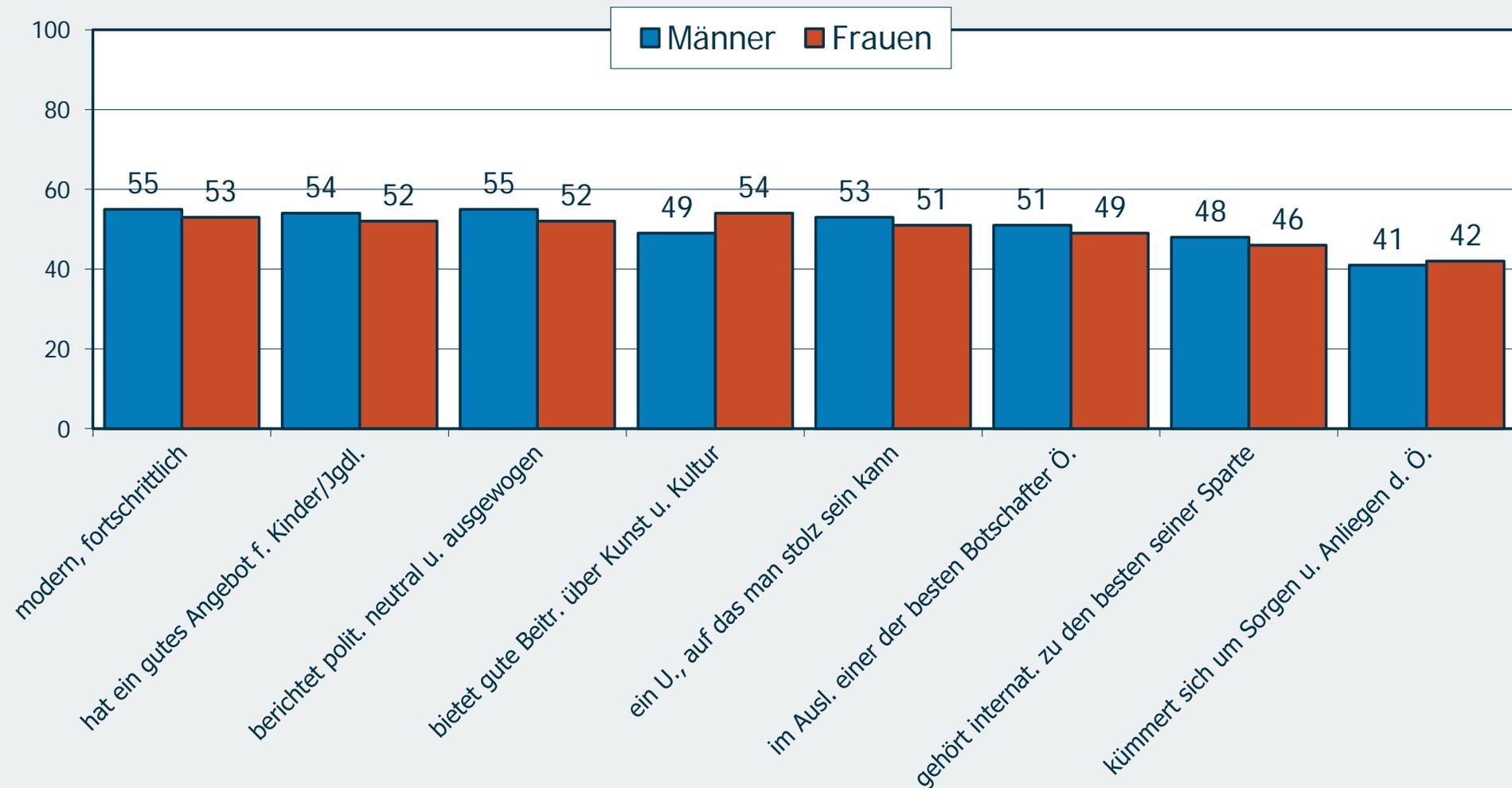


## EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH GESCHLECHT (2)

(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.

Angaben in %



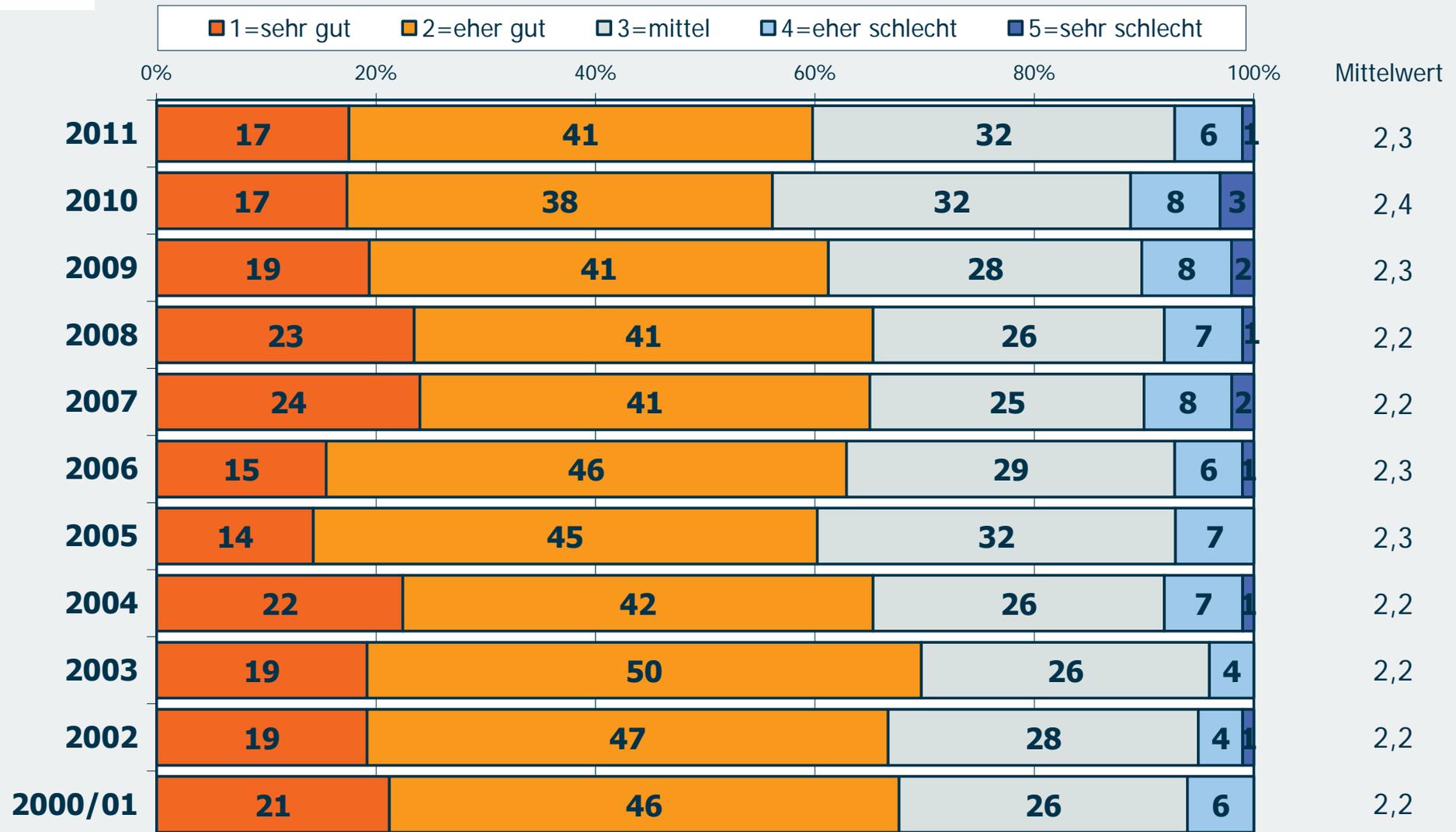
# GESAMTZUFRIEDENHEIT UND VERMISSENSFRAGE

Imagestudien 2000/2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011

**GESAMTURTEIL ORF – ZEITVERGLEICH**

F24: Was ist Ihr abschließendes Gesamturteil. Macht der ORF alles in allem gesehen seine Sache ...

Angaben in %

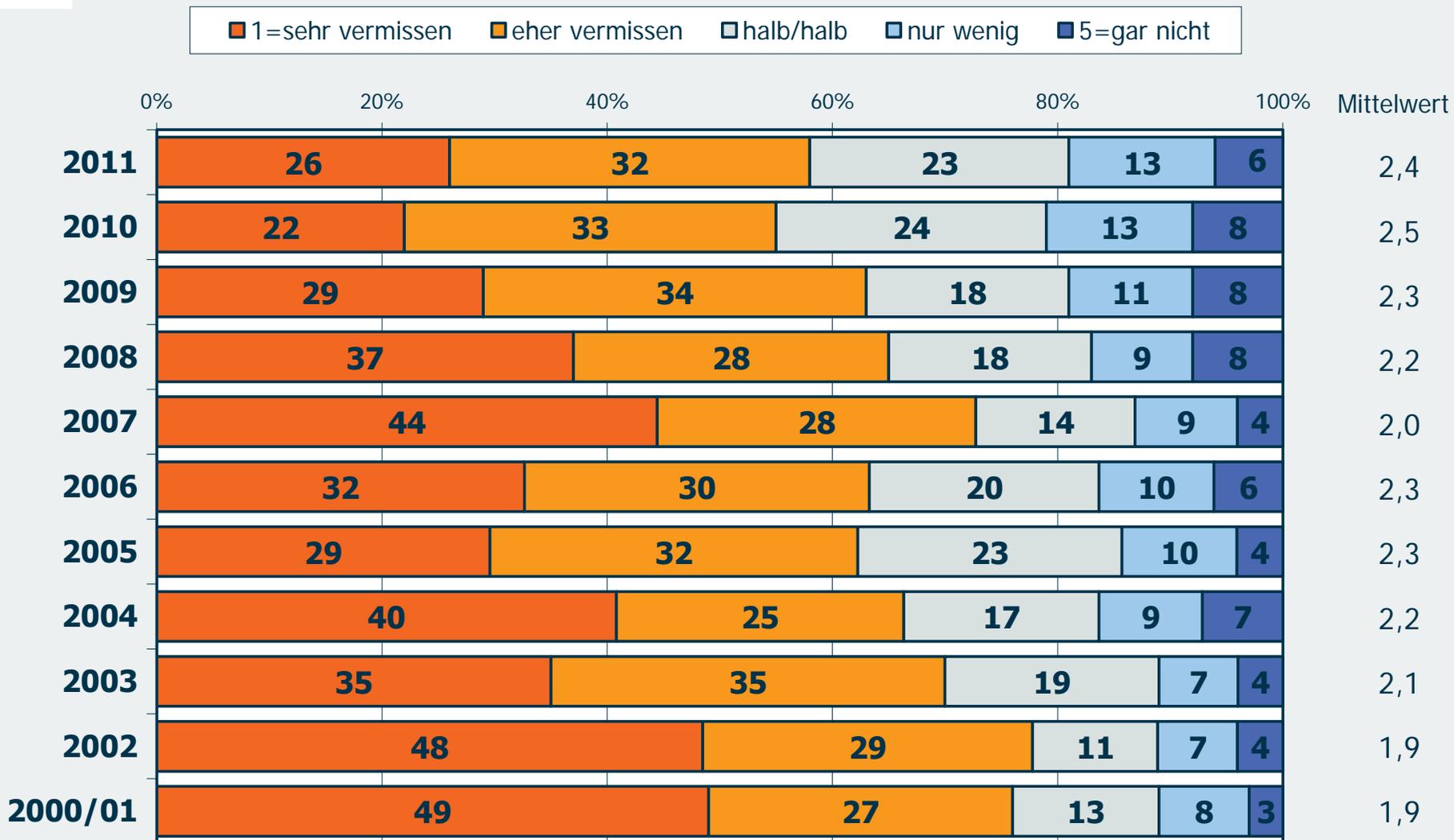


Quelle: Imagestudien 2000/2001, 2002, 2003, Overall-Befragung 2004-2010 jeweils: CAPI, n=1000, Erw. 15+; Overall-Befragung 2011 CAPI, n = 1000, Erw. 15+, 26.07.-08.08.2011

# WIE SEHR WÜRDEN MAN DEN ORF VERMISSEN – ZEITVERGLEICH

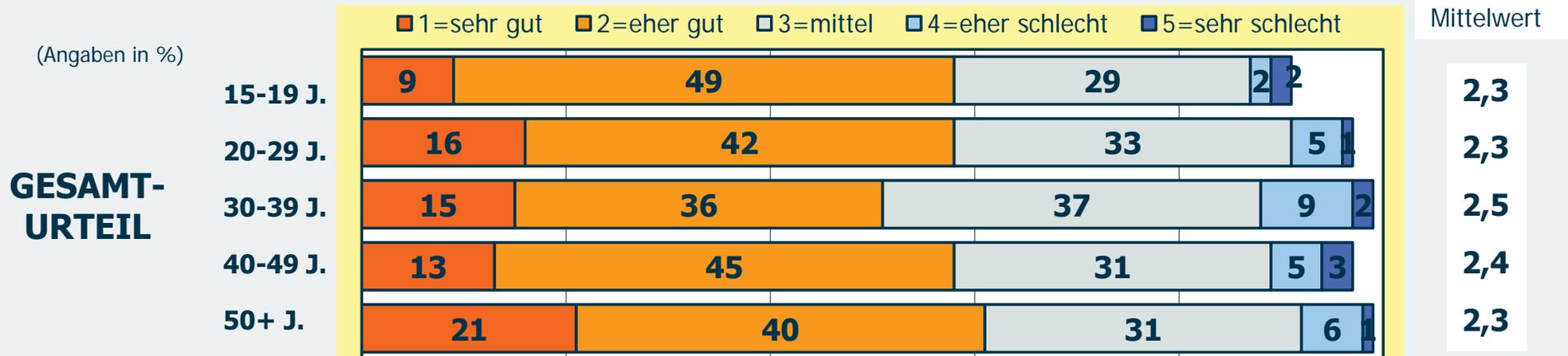
F25: Und angenommen, den ORF gäbe es nicht mehr, er würde aufgelöst werden – würden Sie ihn dann ...

Angaben in %

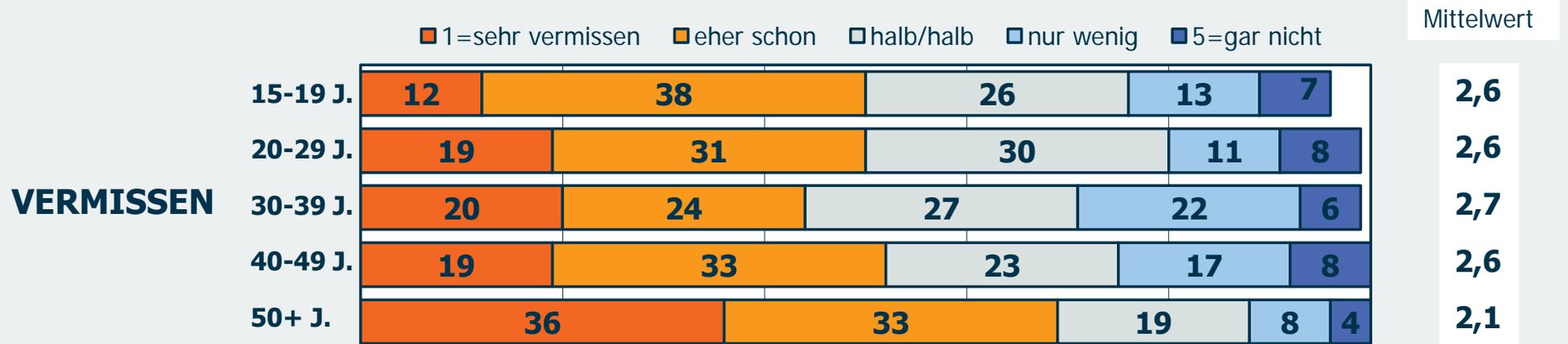


# ORF-BEURTEILUNG: GESAMTURTEIL UND VERMISSENSFRAGE NACH ALTERSGRUPPEN

F24: Was ist Ihr abschließendes Gesamturteil. Macht der ORF alles in allem gesehen seine Sache ...



F25: Und angenommen, den ORF gäbe es nicht mehr, er würde aufgelöst werden – würden Sie ihn dann ...



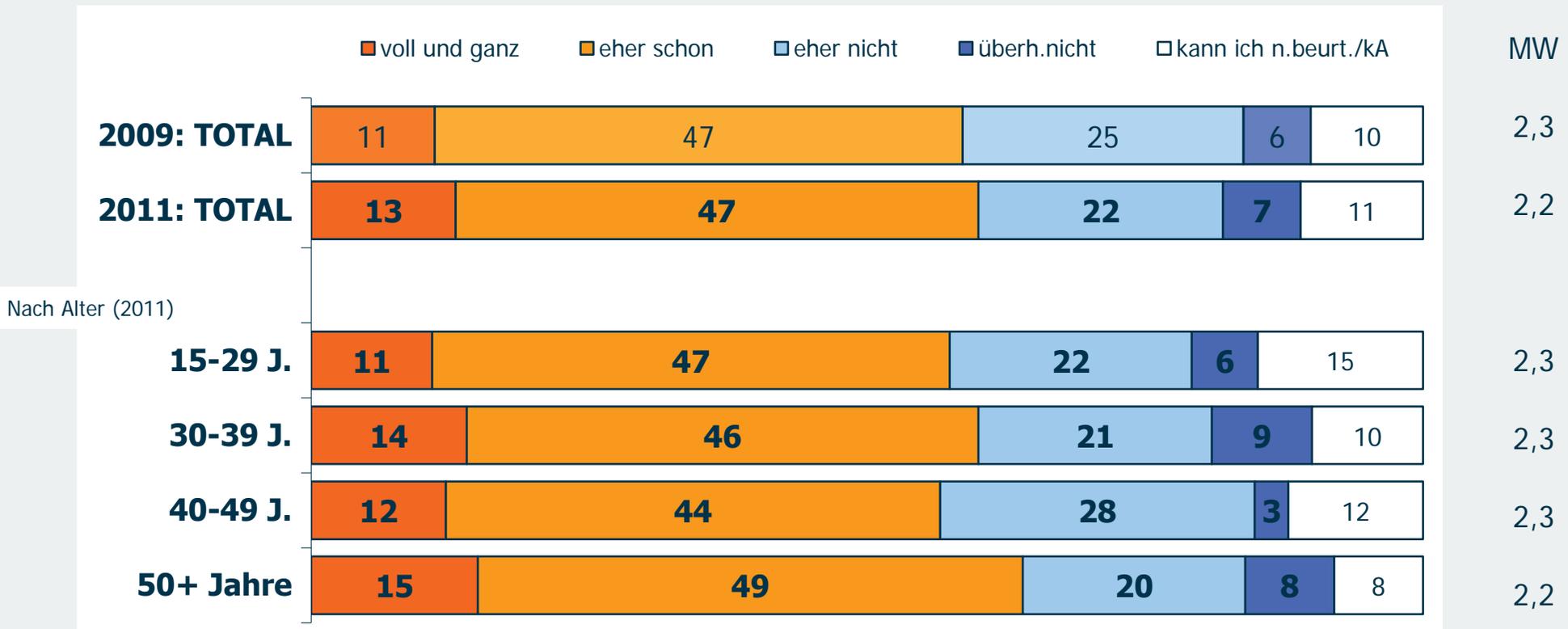
# ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN

## ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN: VERGLEICH 2009–2011

F28: Der Programmauftrag des ORF sieht vor, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zw. 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen. Wie sehr erfüllt der ORF Ihrer Meinung nach diesen Auftrag?

Angaben in %

### ERFÜLLUNGSGRAD – ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN



# ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN: NACH BILDUNG

F28: Der Programmauftrag des ORF sieht vor, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zw. 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen. Wie sehr erfüllt der ORF Ihrer Meinung nach diesen Auftrag?

Angaben in %

## ERFÜLLUNGSGRAD – ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN

