



**INTEGRAL** ■■■ MARKT- UND  
MEINUNGS-  
FORSCHUNG  
Partner von SINUS Heidelberg ■ Berlin ■ Zürich

**ORF**

## **ORF - Publikumsratsstudie 2011**

Wahrnehmung und Nutzung des ORF als trimediales Medienunternehmen



# Zielsetzung und Methode

- Telefonische Repräsentativbefragung (CATI)
- N= 1.000 telefonische Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren (ca. 7,15 Millionen)
- Untersuchungsinhalt:
  - ◆ Interesse an technologischen Entwicklungen
  - ◆ Wahrnehmung des Medienunternehmens ORF
  - ◆ Erwartungen an trimediale Angebote des ORF
- Befragungszeitraum: 09.01. bis 25.01.2012

# Zusammenfassung

# Zusammenfassung (1 von 2)

- Das Interesse an Innovationen und neuen Technologien ist in fast allen erhobenen Bereichen sehr hoch
  - ◆ Am höchsten im Bereichen „Gesundheit (z.B. neue Behandlungsmethoden)“, gefolgt von „Information und Kommunikation (z.B. Handy/Mobilfunk, Computer, Internet, Soziale Netzwerke im Internet, wie z.B. Facebook, Twitter, etc.)“ sowie „Mobilität und Verkehr (z.B. neue Antriebstechnologien, intelligente Verkehrssteuerung)“ und „Wirtschaft (z.B. neue Umwelttechnologien, neuartige Produkte und Dienstleistungen)“
  - ◆ Am geringsten im Bereich „Kunst und Kultur (z.B. Sound, Robotic, Medienkunst)“; aber auch hier bekundet die Hälfte der Befragten Interesse
  - ◆ Die Anzahl der Beiträge und Informationen des ORF in Fernsehen, Radio und Internet wird, zu den erhobenen Themenbereichen, mehrheitlich als gerade richtig angesehen
- Zum ORF fällt spontan am häufigsten „Fernsehen/Fernsehsender“ ein, es folgen „Radio/Radiosender“ und „Nachrichten“ - Angebote
  - ◆ Die spontan am häufigsten genannte Sendung ist die ZiB
- Gestützt sind die Bereiche „ORF Fernsehen“, „ORF Radio“ und „ORF Teletext“ am bekanntesten
  - ◆ Etwas weniger bekannt ist, dass der ORF seine Programme auch in Internet (live oder zeitversetzt) anbietet
  - ◆ Apps am Handy und Twitterangebote sind erst wenigen Befragten bekannt

# Zusammenfassung (2 von 2)

- Hauptsächlicher Nutzungsgrund für die meisten ORF Angebote ist Information über aktuelle Themen; Hintergrundinformationen und Unterhaltung folgen
  - ◆ ORF Radio wird verstärkt zur Unterhaltung genutzt
  - ◆ Twitter der Stars nutzt man, weil sie Spaß machen und zum Zeitvertreib
  - ◆ Spontan geben 10% der Nutzer zeitversetzter ORF Fernsehprogramme (via TV-Thek) an, sie hätten die Fernsehsendung versäumt
- Es wird als wichtig erachtet, dass der ORF Programme und Inhalte via Fernsehen, Radio und Internet anbietet
  - ◆ 40% der Befragten finden dies sehr wichtig, weitere 31% eher wichtig
  - ◆ Mehr als die Hälfte der Befragten denken, dass trimediale Angebote in Zukunft noch wichtiger werden

# Struktur der Befragten

# Struktur der Befragten

	Alle Befragten n=1.000 %
<b>Geschlecht:</b>	
Männer	47
Frauen	53
<b>Alter:</b>	
14-29 Jahre	23
14-39 Jahre	39
14-49 Jahre	58
50 Jahre u.älter	42
<b>Alter (detailliert):</b>	
14-19 Jahre	8
20-29 Jahre	15
30-39 Jahre	16
40-49 Jahre	19
50-59 Jahre	15
60 Jahre u.älter	27
<b>Schulbildung:</b>	
Pflichtschule	24
Fachschule/Lehre	50
Matura	17
Uni	9
<b>Berufstätig:</b>	
Ja	54
In Ausbildung	9
Nein	36

	Alle Befragten n=1.000 %
<b>Bundesland:</b>	
Wien	20
NÖ/Bgld.	23
Stmk./Kärnten	21
OÖ/Salzburg	23
Tirol/Vorarlbg.	12
<b>Ortsgröße:</b>	
Bis 5.000	48
Bis 50.000 Einw.	22
Ab 50.000/o.Wien	11
<b>Besitzen .....</b>	
Desktop-PC	45
Laptop/	65
Tablet-PC	9
<b>Handyart</b>	
klass. Handy	58
Smartphone	38
<b>Nutzen ORF Angebote am .....</b>	
Computer/Laptop	51
Handy	16
Tablet-PC	3
<b>Wichtigkeit Trimedialität des ORF</b>	
Sehr wichtig	40
Eher wichtig	31
Eher/überhaupt nicht wichtig	24

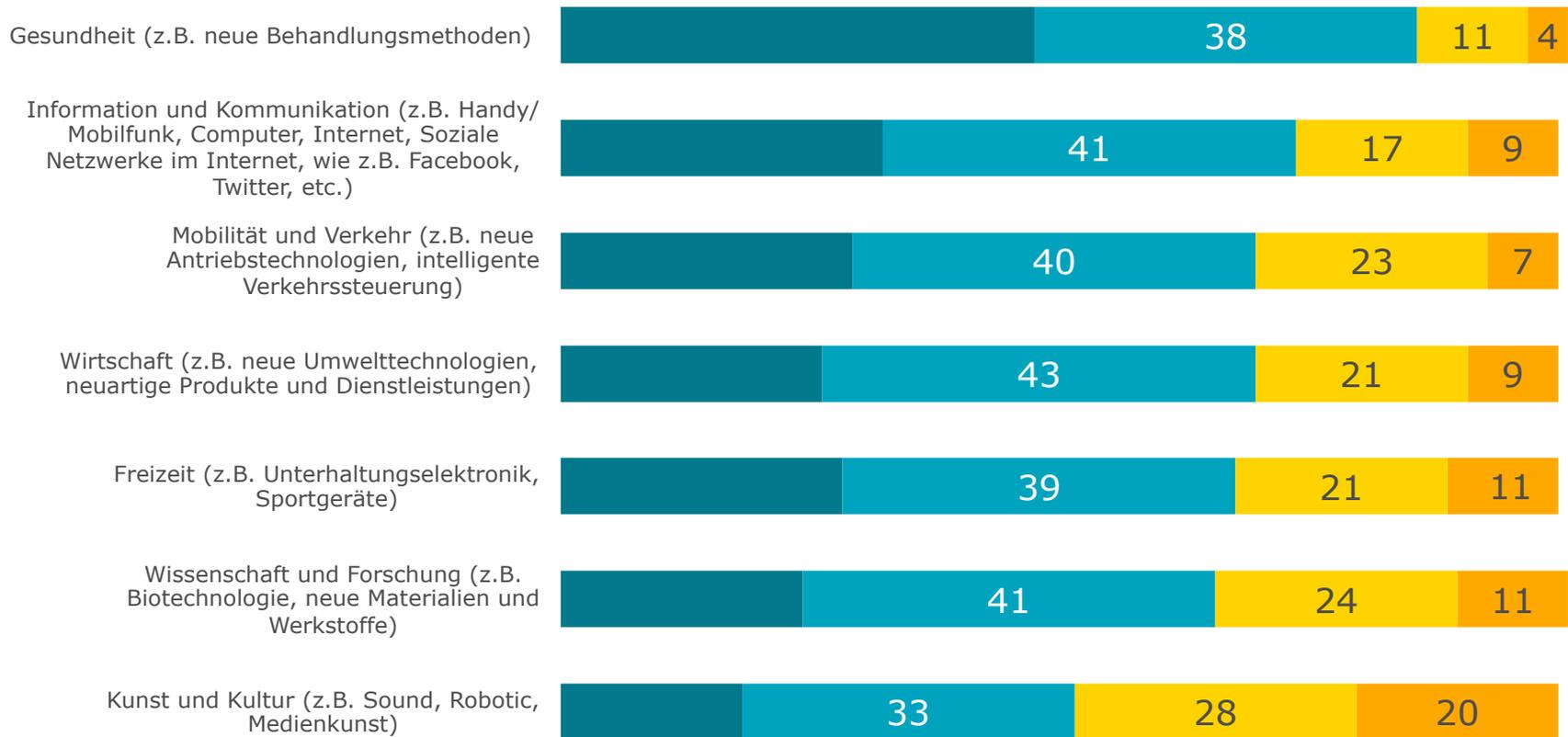
Abweichungen von 100% Rundungsfehler bzw. k.A.;

# Interesse an technologischen Entwicklungen

# Allgemeines Interesse an Innovationen und neuen Technologien in div. Bereichen

Interessiere mich \*\*\*

■ sehr dafür ■ eher dafür ■ eher nicht dafür ■ überhaupt nicht dafür



Frage 1: Wie sehr interessieren Sie sich im Allgemeinen für Innovationen und neue Technologien im Bereich\*\*\*?

Basis: Alle Befragten

# Allgemeines Interesse an Innovationen und neuen Technologien in div. Bereichen – Top 2

TOP 2 - Interessiere mich sehr und eher dafür

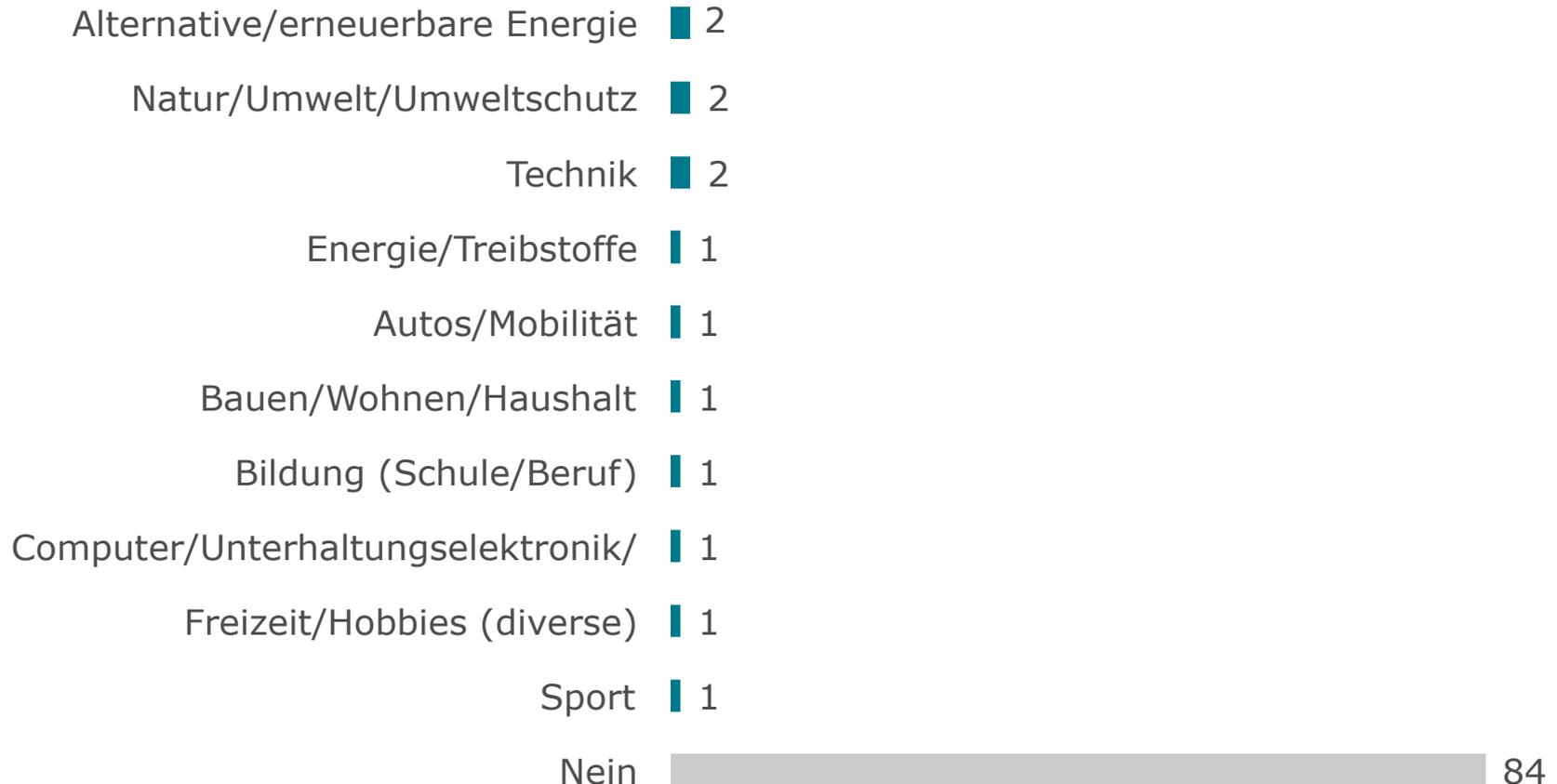
	TOTAL	Männer	Frauen	14-29 Jahre	14-39 Jahre	14-49 Jahre	50 Jahre u. älter	Pflichtschule	Fachschule/Lehre	Matura	Uni/FHS
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Gesundheit (z.B. neue Behandlungsmethoden)	85	80	89	77	81	84	86	84	89	76	77
Information und Kommunikation (z.B. Handy/Mobilfunk, Computer, Internet, Soz. Netzwerke im Internet, wie z.B. Facebook, Twitter, etc.)	73	77	70	86	83	81	63	71	75	76	69
Mobilität und Verkehr (z.B. neue Antriebstechnologien, intelligente Verkehrssteuerung)	69	77	63	70	72	72	66	63	72	72	65
Wirtschaft (z.B. neue Umwelttechnologien, neuartige Produkte und Dienstleistungen)	69	71	67	61	62	66	74	70	66	77	76
Freizeit (z.B. Unterhaltungselektronik, Sportgeräte)	67	70	64	83	81	77	53	64	69	67	62
Wissenschaft und Forschung (z.B. Biotechnologie, neue Materialien und Werkstoffe)	65	70	60	62	60	63	68	62	64	65	79
Kunst und Kultur (z.B. Sound, Robotic, Medienkunst)	51	40	62	38	40	43	63	51	47	58	61

Frage 1: Wie sehr interessieren Sie sich im Allgemeinen für Innovationen und neue Technologien im Bereich\*\*\*\*?

Basis: Alle Befragten

# Weitere Bereiche, in denen man sich für Innovationen und neue Technologien interessiert

## Spontane Nennungen

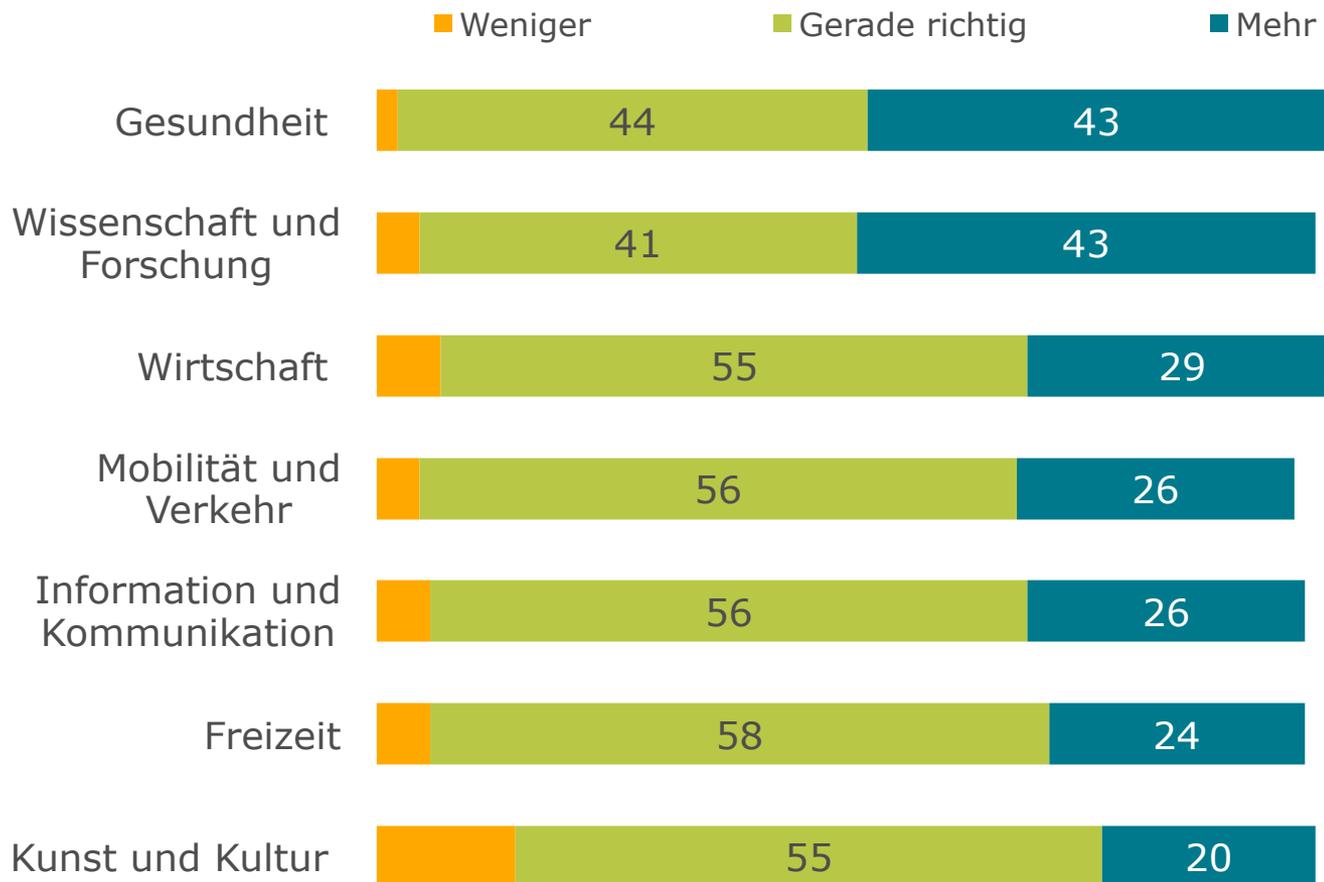


Frage 2: Gibt es noch andere Bereiche, in denen Sie sich für Innovationen und neue Technologien interessieren?

**Basis: Alle Befragten**

# Umfang der Beiträge und Informationen über Innovationen und neue Technologien

Es sollte \*\*\* darüber berichtet werden



Fehlende Werte auf 100%: Kann ich nicht sagen / K.A.

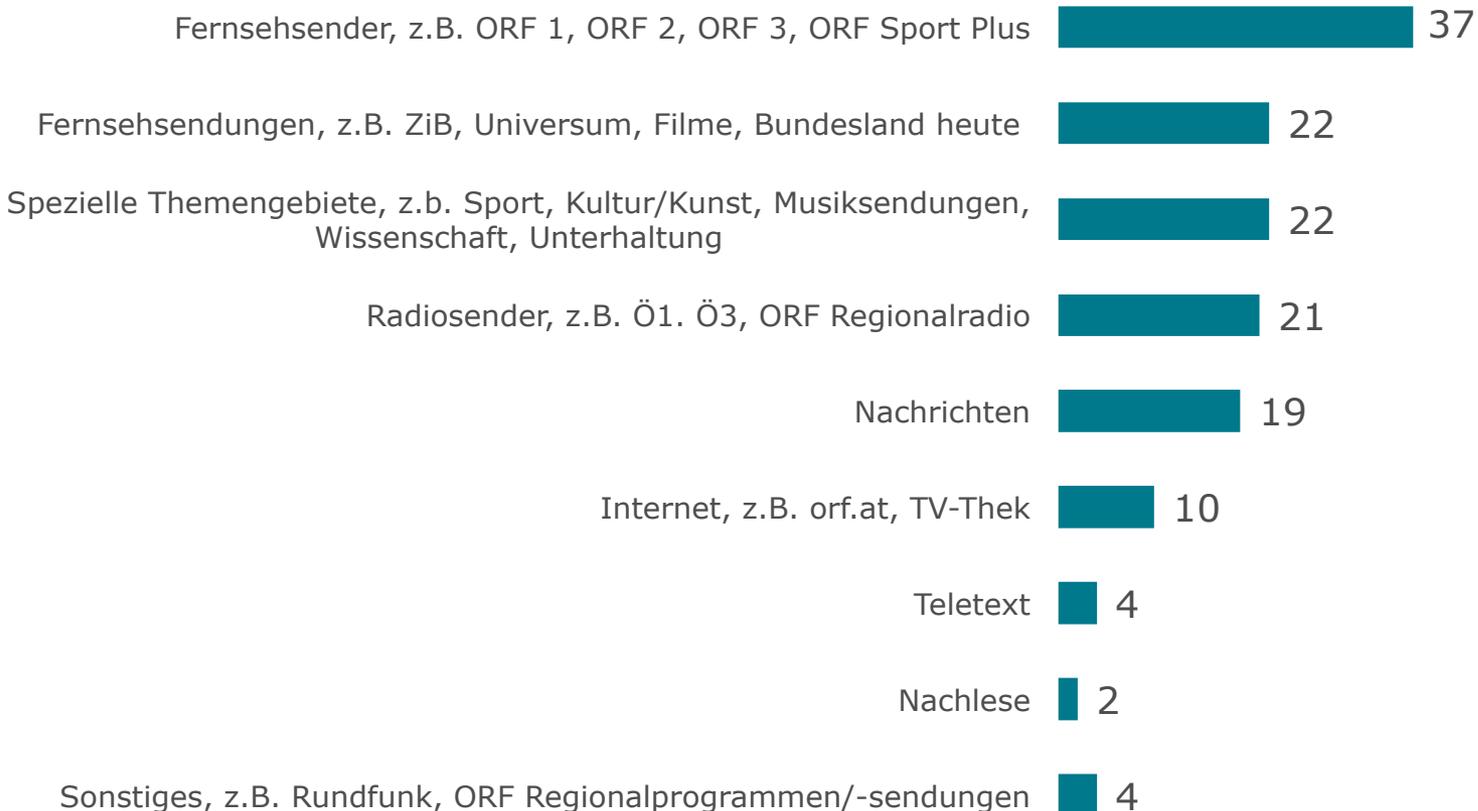
Frage 9: Bietet der ORF im Fernsehen, Radio und Internet Ihrer Meinung nach genügend Beiträge und Informationen über Innovationen und neue Technologien im Bereich \*\*\* oder sollte darüber mehr oder weniger berichtet werden?

Basis: Alle Befragten

# Wahrnehmung des Medienunternehmens ORF

# Spontan genannte Angebote des ORF

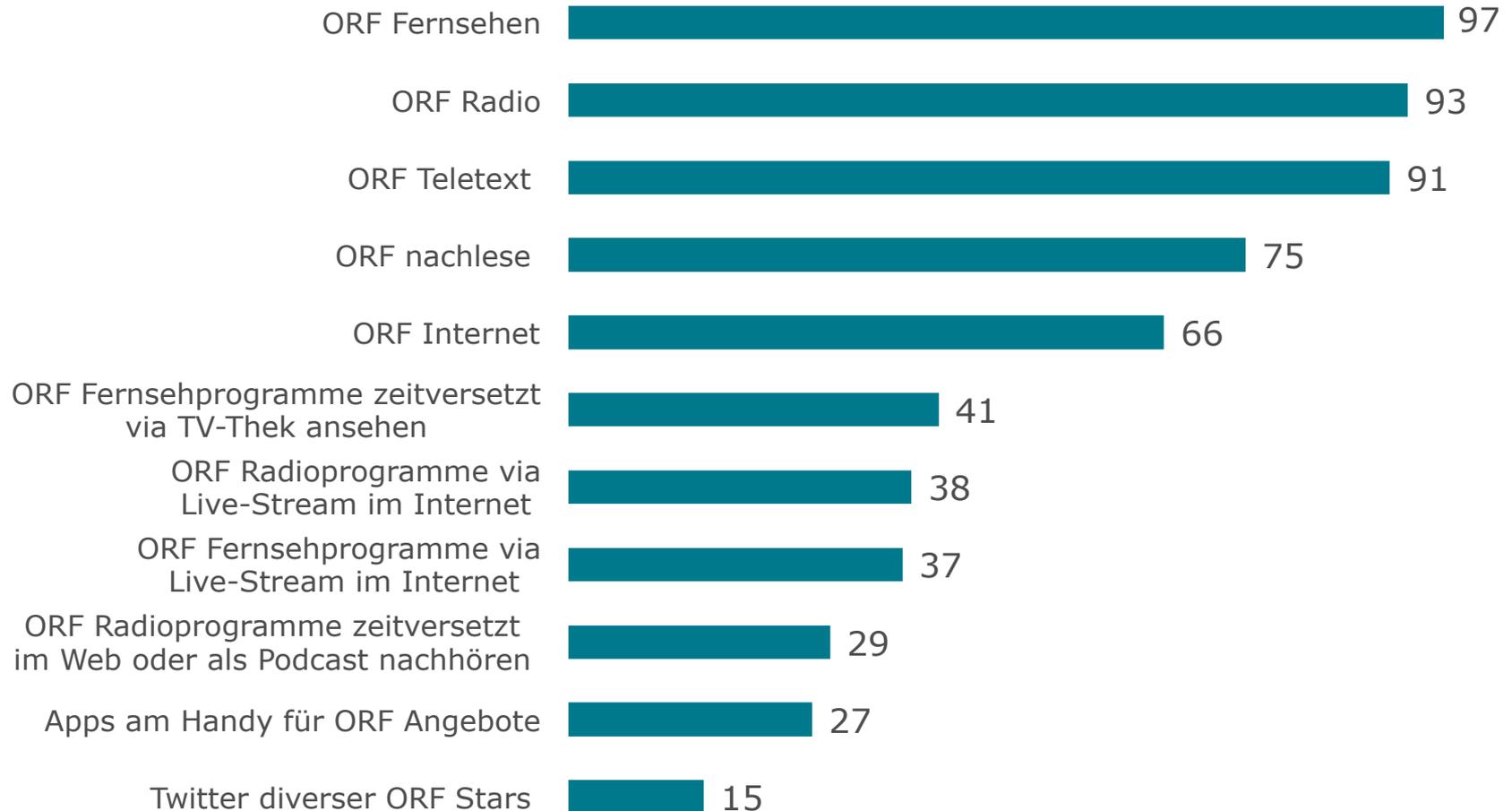
## Spontane Nennungen



Frage 3: Welche Angebote des ORF fallen Ihnen spontan ein?

Basis: Alle Befragten

# Gestützte Abfrage Bekanntheit der ORF Angebote

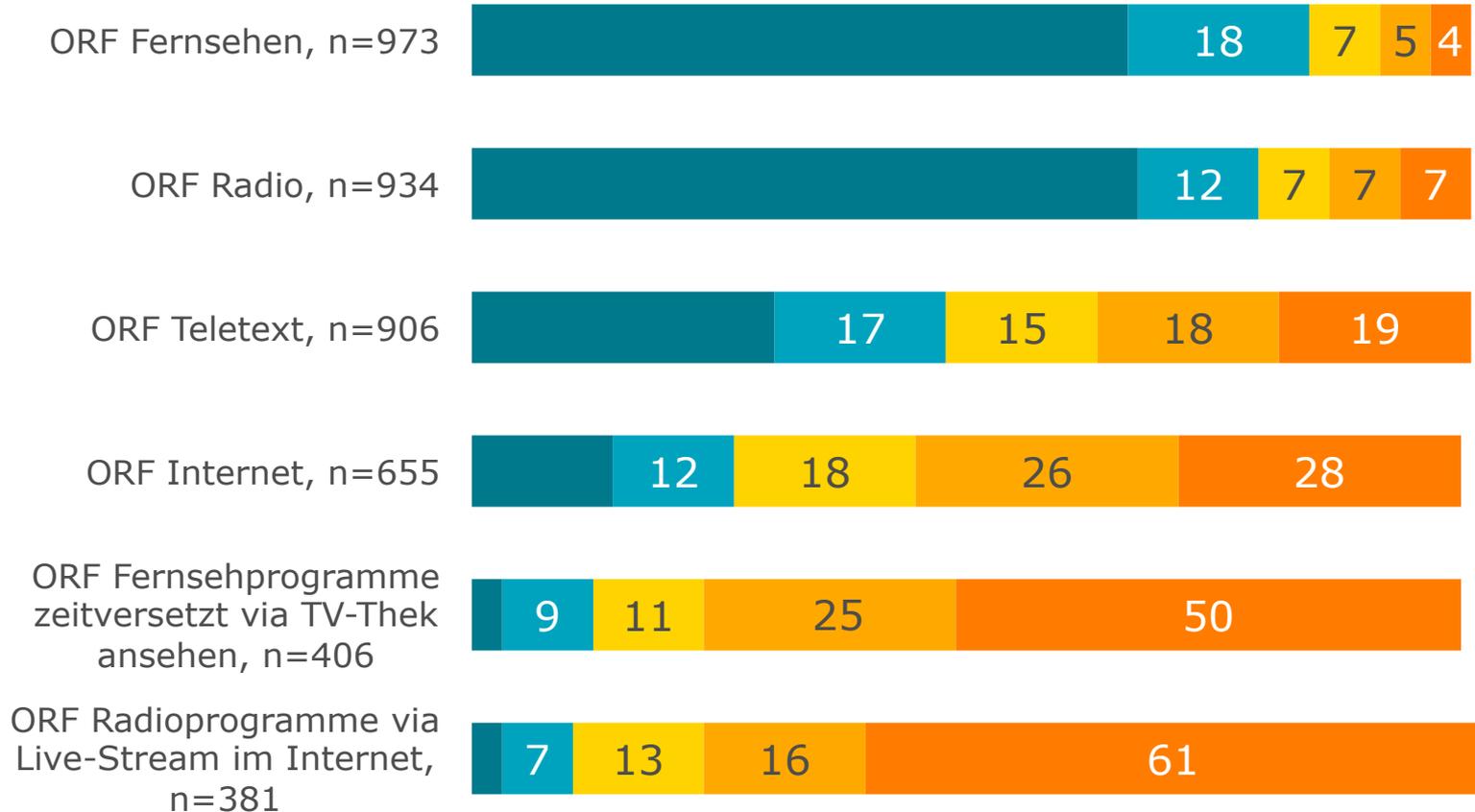


Frage 4: Der ORF bietet u. a. Programme im Fernsehen, Radio und Internet an. Ich lese Ihnen nun einzelne Bereiche und Angebote des ORF vor. Aus welchen dieser Bereiche sind Ihnen Angebote bekannt?

**Basis: Alle Befragten**

# Nutzung der ORF Angebote (1 von 2)

■ Täglich oder fast täglich ■ Mehrmals pro Woche ■ Ein paar Mal pro Monat ■ Seltener ■ Nie



Fehlende Werte auf 100%: K.A.

Reihung nach „Mind. mehrmals pro Woche“ (#1+#2)

Frage 5: Wie häufig nutzen Sie diese Angebote des ORF?

**Basis: Angebote aus diesem Bereich bekannt**

# Nutzung der ORF Angebote (2 von 2)

■ Täglich oder fast täglich ■ Mehrmals pro Woche ■ Ein paar Mal pro Monat ■ Seltener ■ Nie

Apps am Handy für ORF Angebote, n=270



ORF Fernsehprogramme via Live-Stream im Internet, n=367



Twitter diverser ORF Stars, n=149



ORF nachlese, n=749



ORF Radioprogramme im Web oder als Podcast nachhören, n=285



Fehlende Werte auf 100%: K.A.

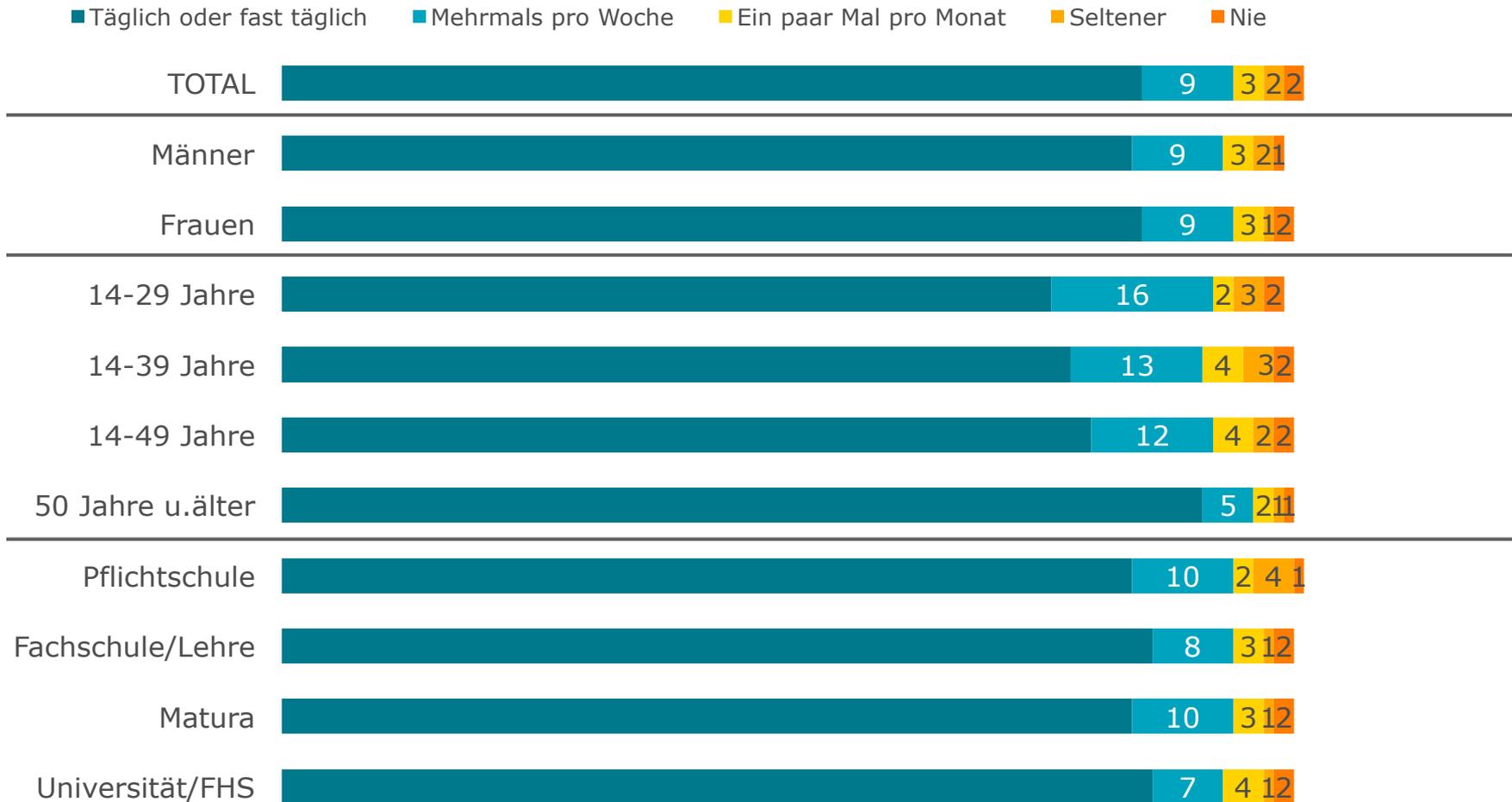
Reihung nach „Mind. mehrmals pro Woche“ (#1+#2)

Frage 5: Wie häufig nutzen Sie diese Angebote des ORF?

**Basis: Angebote aus diesem Bereich bekannt**

# Nutzen zumindest ein ORF - Angebot

Alle Angebote kumuliert

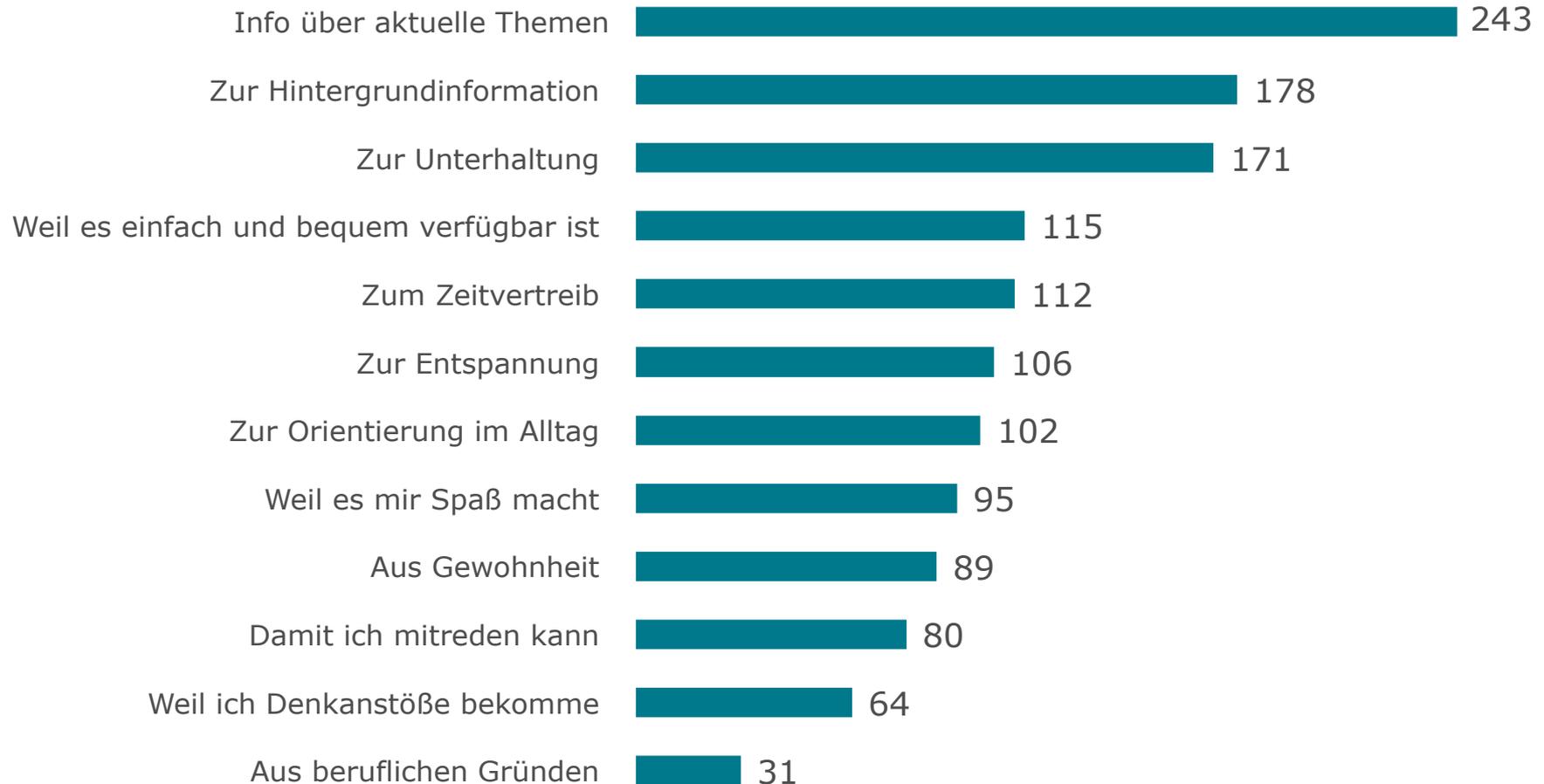


Frage 5: Wie häufig nutzen Sie diese Angebote des ORF?

Basis: Alle Befragten

# Gründe um die ORF Angebote zu nutzen – Summe

Summe aller Nennungen pro Grund für die Nutzung – TOTAL



Frage 8: Aus welchen der folgenden Gründe nutzen Sie \*\*\* üblicherweise?

Basis: Alle Befragten

# Gründe um die ORF Angebote zu nutzen

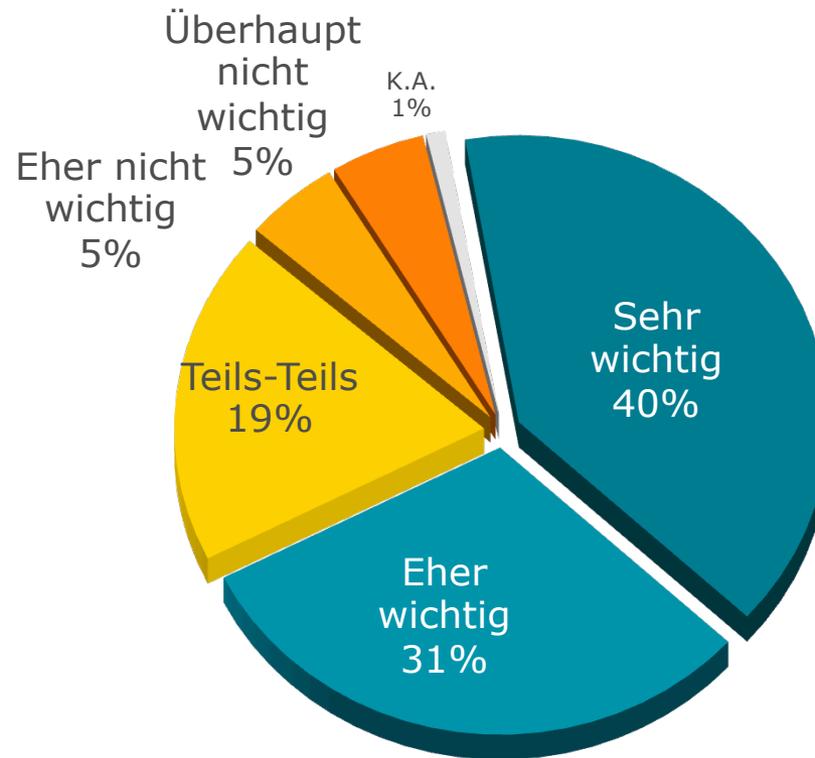
	n=		Info über aktuelle Themen	Hintergrundinfo	Zur Unterhaltung	Einfach verfügbar	Zum Zeitvertreib	Zur Orientierung im Alltag	Weil es mir Spaß macht	Zur Entspannung	Damit ich mitreden kann	Aus Gewohnheit	Bekomme Denkanstöße	Aus berufl. Gründen
ORF Fernsehen	924	%	68	45	63	33	39	28	33	40	24	32	20	7
ORF Radio	865	%	59	43	63	32	37	28	32	42	21	34	18	6
ORF Teletext	731	%	70	49	10	25	10	23	8	5	14	15	8	5
ORF Internet	466	%	64	50	21	25	18	21	16	11	20	12	15	13
ORF nachlese	321	%	47	39	34	19	31	22	22	26	14	11	19	4
ORF Fernsehprogramme zeitversetzt via TV-Thek ansehen	195	%	51	37	40	26	28	25	19	24	24	7	16	13
ORF Fernsehprogramme via Live-Stream im Internet	146	%	52	40	43	33	27	27	29	18	18	16	16	12
ORF Radioprogramme via Live-Stream im Internet	146	%	40	40	49	34	29	29	23	29	12	20	15	12
ORF Radioprogramme im Web o. als Podcast nachhören	86	%	58	37	38	28	15	23	24	15	17	15	21	13
Apps am Handy für ORF Angebote	75	%	45	41	53	44	36	27	23	20	20	13	13	12
Twitter diverser ORF Stars	36	%	36	36	17	22	39	36	42	11	19	19	6	8

Frage 8: Aus welchen der folgenden Gründe nutzen Sie \*\*\* üblicherweise?

**Basis: Nutzen dieses ORF Angebot**

# Trimedialität

# Bedeutung – Trimedialität ORF

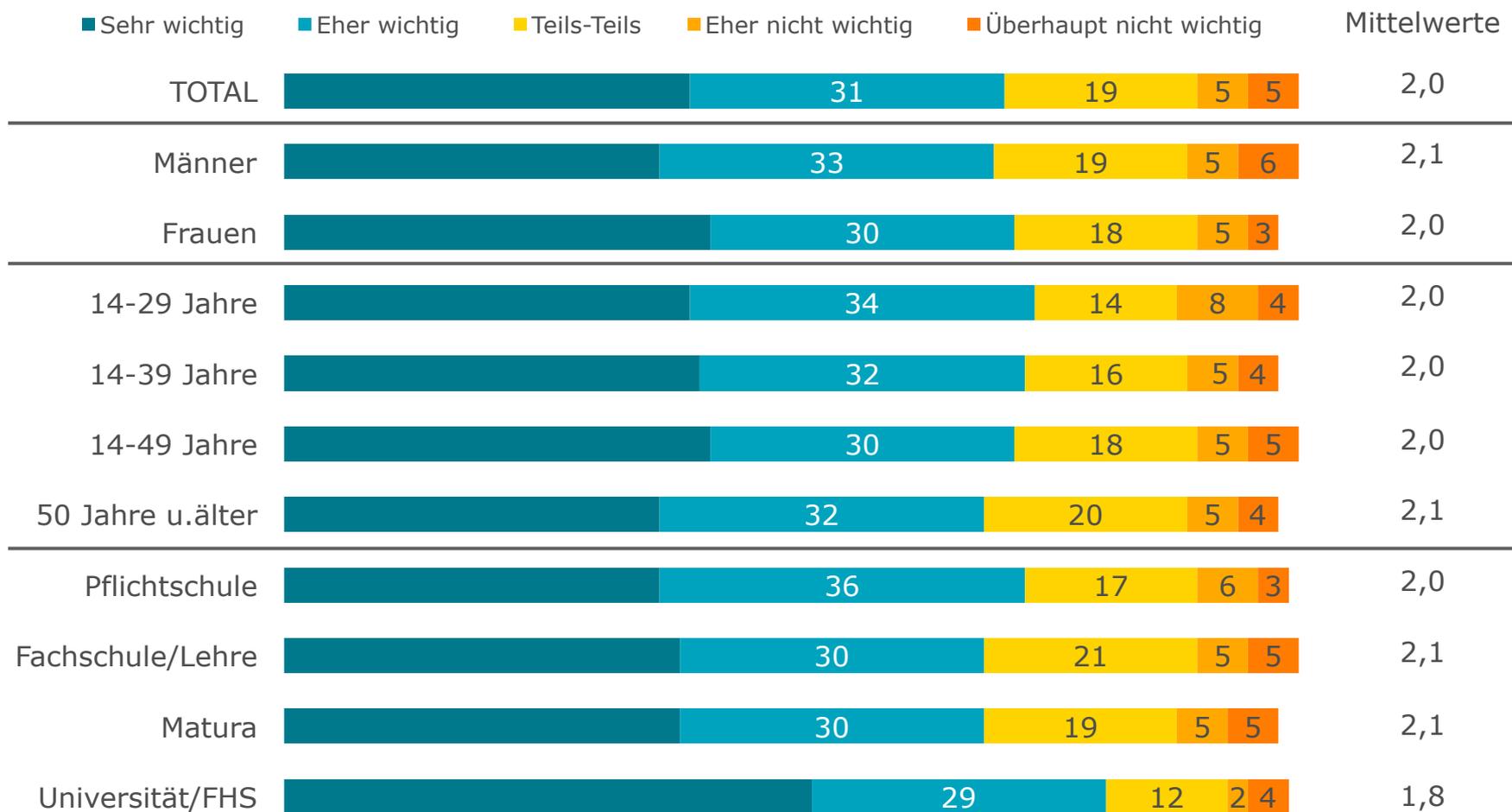


Mittelwert: 2,0

Frage 10: Wie wichtig ist es aus Ihrer Sicht, dass der ORF Programme und Inhalte via Fernsehen, Radio und Internet anbietet?

Basis: Alle Befragten

# Bedeutung – Trimedialität ORF



Frage 10: Wie wichtig ist es aus Ihrer Sicht, dass der ORF Programme und Inhalte via Fernsehen, Radio und Internet anbietet?

Basis: Alle Befragten

# Veränderung des Stellenwerts der ORF Medien

■ Weniger wichtig werden    ■ Gleich bleiben    ■ Wichtiger werden

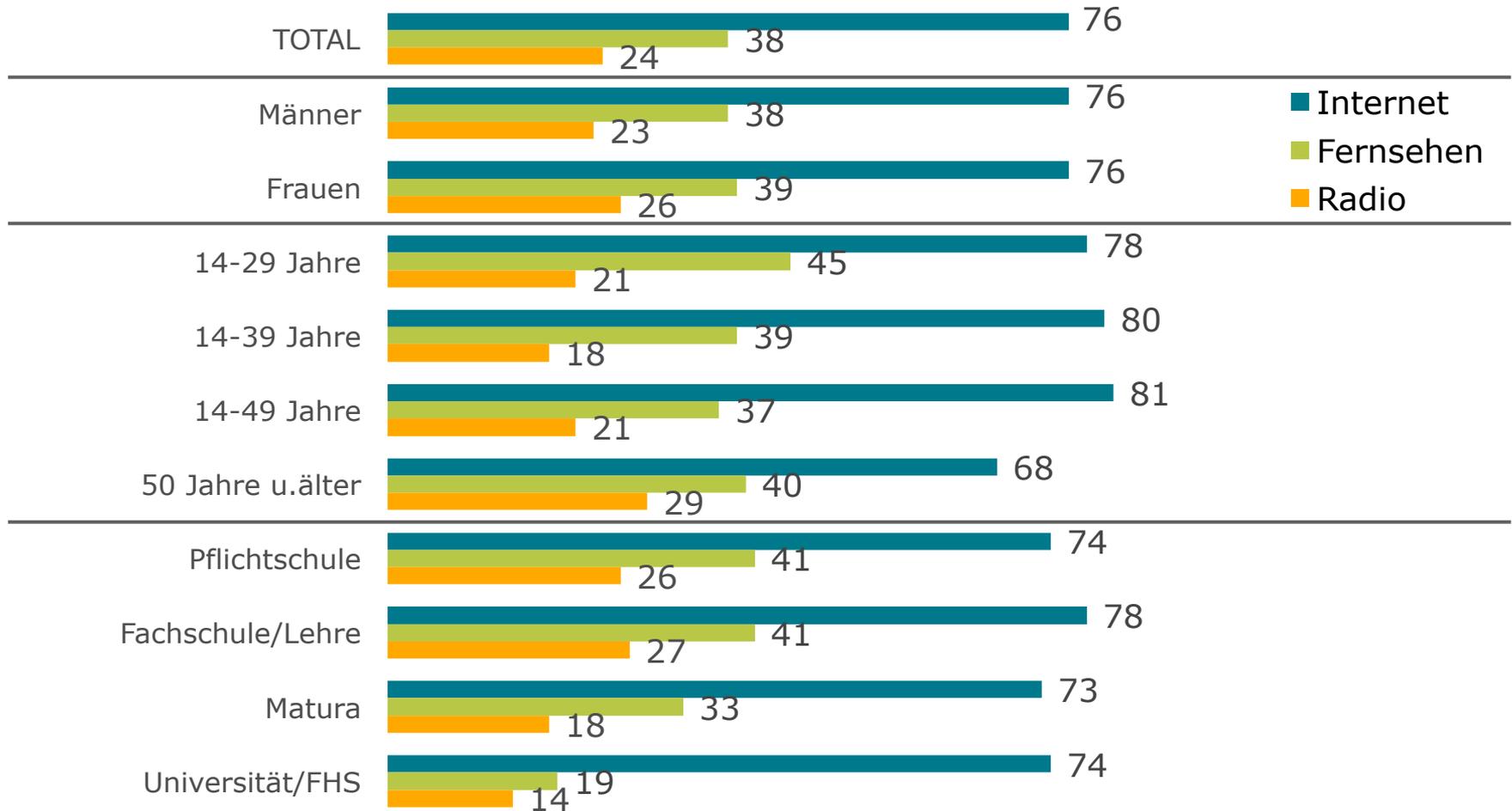


Fehlende Werte auf 100%: K.A.

Frage 12: Glauben Sie, dass es in 5 Jahren wichtiger oder weniger wichtig, als heute, sein wird, dass der ORF Programme und Inhalte über \*\*\* anbietet oder wird sich am Stellenwert nichts ändern?

Basis: Alle Befragten

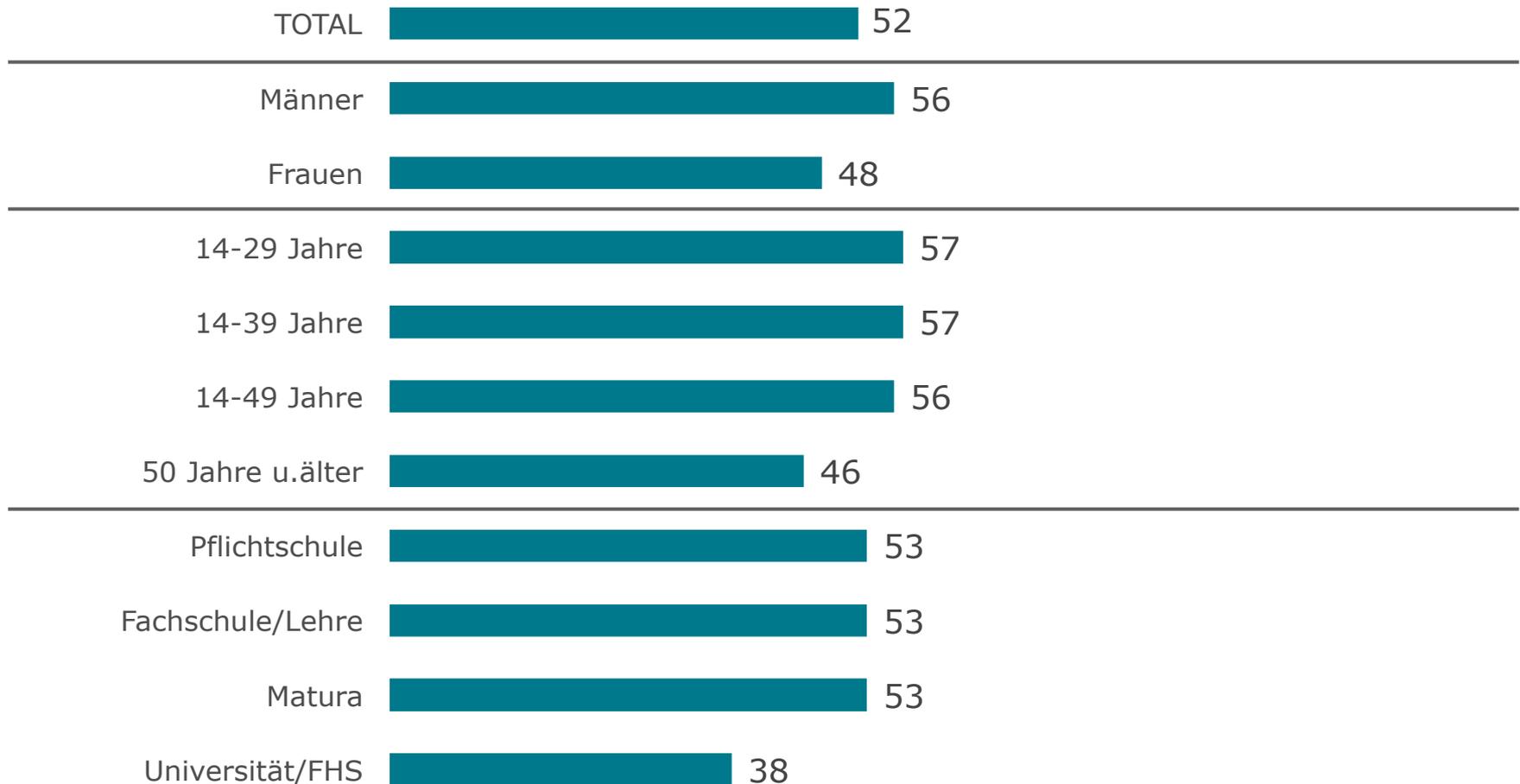
# Es wird wichtiger sein, dass der ORF Inhalte über \*\*\* anbietet



Frage 12: Glauben Sie, dass es in 5 Jahren wichtiger oder weniger wichtig, als heute, sein wird, dass der ORF Programme und Inhalte über \*\*\* anbietet oder wird sich am Stellenwert nichts ändern?

Basis: Alle Befragten

# Es wird wichtiger sein, dass der ORF Inhalte über alle **3 Medien gemeinsam** anbietet



Frage 12: Glauben Sie, dass es in 5 Jahren wichtiger oder weniger wichtig, als heute, sein wird, dass der ORF Programme und Inhalte über \*\*\* anbietet oder wird sich am Stellenwert nichts ändern?

Basis: Alle Befragten