

# ORF-„Overall-Befragung 2013“

Repräsentativbefragung der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren:  
„Overall-Befragung“  
Mai/Juni 2013

# DATEN ZUR UNTERSUCHUNG

## GRUNDGESAMTHEIT

**österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren**

## STICHPROBE

**1.000 Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren**

## SAMPLINGMETHODE

**Address-Random-Sampling**

## INTERVIEW-METHODE

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

## FELDARBEIT

**17. Mai 2013 bis 15. Juni 2013**

## VERGLEICHSZEITRAUM

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 vorliegende ORF-Overall-Befragung 2013 stellt die kontinuierliche Fortführung der Qualitätsmessung von ORF-Angeboten durch das Publikum dar. Diese Qualitätsmessung beruht auf der (subjektiven) Beurteilung von ORF-Angeboten aus den Themenbereichen Sport, Kultur, Information und Unterhaltung in den Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext. Zugleich wird in der Overall-Befragung auch die Wahrnehmung des ORF bei der österreichischen Bevölkerung anhand von 16 vorgegebenen Image-Items erfasst.

Die jährliche Erhebung wird in Form von persönlichen Interviews (Face-to-Face-Interviews) abgewickelt. Die Stichprobe umfasst 1.000 Österreicherinnen und Österreicher ab 15 Jahren. In der soziodemografischen Zusammensetzung stellt die Stichprobe ein verkleinertes Abbild der österreichischen Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren dar. Um dies zu gewährleisten, werden die Daten nach bekannten Bevölkerungsmerkmalen (Quelle: Mikrozensus; Statistik Austria) entsprechend gewichtet.

Die Auswahl der Stichprobe erfolgt nach einem Zufallsprinzip („at random“) aus dem Adressdatenbestand der GfK Austria. Die Feldarbeit sowie die anschließende Datengewichtung werden ebenfalls von der GfK Austria durchgeführt. Die Auswertung und die Ergebnisdarstellung obliegt Research & Data Competence.

## RESÜMEE (2): ERHEBUNGSTHEMEN

Als Bestandteil der ORF-Qualitätssicherung ist die Overall-Befragung in einem hohen Ausmaß methodisch und inhaltlich standardisiert. Erhebungsmethode, zentrale Befragungsinhalte und die Abfolge der Fragen sind fix vorgegeben. Hierbei ist auch klar festgelegt, an welcher Position im Fragebogen die einzelnen Fragen auftreten. Fixiert ist von Anbeginn an auch, welche statistischen Hintergrundinformationen über die Zielperson (Alter, Beruf, Geschlecht usw.) mit zu erfassen sind. Neben diesen soziodemografischen Daten zählen folgende Informationen zu den kontinuierlich und in gleicher Art und Weise erfassten Themen:

- das grundsätzliche Interesse an den Themenbereichen Information, Unterhaltung, Sport und Kultur;
- die Zufriedenheit der Bevölkerung mit diesen Themenbereichen in den ORF-Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext;
- die Wahrnehmung des ORF anhand von 16 vorgegebenen Eigenschaften;
- sowie die Gesamtzufriedenheit mit dem ORF (Gesamtbeurteilung, Vermissensfrage).

## RESÜMEE (3): HAUPTERGEBNISSE

### Interesse an Themenbereichen in den Medien

Thematisch ist das Interesse der österreichischen Bevölkerung primär an Information und Unterhaltung fokussiert. 81 % der Befragten sind sehr oder eher an Information und 76 % an Unterhaltung interessiert. Das Desinteresse an beiden Themen (eher nicht / gar nicht interessiert) fällt mit 6 % (bei Information) und 8 % (bei Unterhaltung) sehr gering aus. Kultur und Sport hingegen sind Themenbereiche, die deutlich polarisieren. Einem Anteil an Interessierten steht jeweils ein ebenfalls ausgeprägter Anteil an Desinteressierten gegenüber. An Sport allgemein sind 46 % interessiert (30 % sehr und 16 % eher interessiert); ein Drittel der Bevölkerung artikuliert aber auch dezidiertes Desinteresse (13 % eher nicht; 20 % interessiert gar nicht). Ähnlich verhält es sich beim Themenbereich Kultur; 40 % Interessierten stehen 33 % gegenüber, die daran eher oder gar nicht interessiert sind. Insgesamt fallen die Proportionen nach der Interessenlage an Themenbereichen sehr konstant aus.

Unverändert bleibt auch, dass das Interesse an Sport häufiger von jüngeren Personengruppen und Männern ausgesprochen wird und das Interesse an Kultur deutlich vom Alter und vom Bildungsmilieu geprägt wird. Am häufigsten an Sport interessiert sind demnach Männer im Altersbereich von 15 bis 29 Jahren (76 %), am seltensten hingegen Frauen im Alterssegment der 50+-Jährigen (23 %). An Kultur wiederum sind 57 % der Personen interessiert, die über eine Matura oder eine Universitätsbildung verfügen, während es bei den Pflichtschulabsolventen 29 % sind.

## RESÜMEE (4): HAUPTERGEBNISSE

Unter Berücksichtigung der einzelnen Medien (Interesse an Themenbereichen in Fernsehen, Radio, Internet, Teletext) gilt für das Interesse bei Fernsehen, Radio und Internet jeweils die Reihenfolge Information vor Unterhaltung, Sport und Kultur; und bei Teletext die Reihenfolge Information – Sport – Unterhaltung und Kultur. Teletext als textbasiertes Medium wird vor allem dazu genutzt, Informationen abzurufen; und das bezieht auch Informationen über Sport mit ein. 52 % der Österreicherinnen und Österreicher ab 15 Jahren sind sehr oder eher an Informationen im Medium Teletext interessiert; 28 % an Sport im Teletext; 25 % an Unterhaltung im Teletext und 17 % an Kultur im Teletext. In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass das Interesse an Unterhaltung immer öfter auch das Medium Teletext miteinbezieht. Dennoch bleibt gültig, dass an das Medium Teletext vorrangig Informationsbedürfnisse gerichtet werden, während von den Medien Fernsehen und Radio das Interesse an Unterhaltung fast ebenso häufig zu bedienen ist wie das Informationsinteresse. 82 % der Befragten sind sehr oder eher an Information und 79 % an Unterhaltung im Fernsehen interessiert. Beim Radio betragen die entsprechenden Prozentsätze 75 % (Information) bzw. 70 % (Unterhaltung).

An Sport im Fernsehen sind 48 % der Bevölkerung sehr oder eher interessiert und an Kultur 41 %. Sport im Radio ist für 36 % der Befragten grundsätzlich sehr oder eher interessant und Kultur im Radio für 33 %. Unabhängig davon, welche Medien betrachtet werden, bleibt aufrecht, was für das Themeninteresse allgemein schon festgehalten worden ist. Sport im Fernsehen oder Radio interessiert überdurchschnittlich häufig Männer und jüngere Bevölkerungssegmente; und Kultur wiederum eher Frauen, ältere Personen und insbesondere Vertreter gehobener Sozial- und Bildungsschichten.

Das Internet, das vielfältige und vom User / von Userinnen gesteuerte Nutzungsmöglichkeiten bietet, ist längst keine Plattform mehr, die ausschließlich informativen und kommunikativen Bedürfnissen dient, sondern wird immer öfter auch zu Unterhaltungszwecken genutzt. 73 % der Personen mit Internetzugang sind sehr oder eher am Themenbereich Information im Internet interessiert. Am zweithäufigsten wird von der Interessenlage her gesehen die Unterhaltung genannt (48 % sehr oder eher interessiert) vor Sport (29 %) und Kultur (23 %).

## RESÜMEE (5): HAUPTERGEBNISSE

Die Medien Fernsehen und Radio sind – geht man von den Interessen an Themenbereichen aus – mit vielfältigeren Ansprüchen konfrontiert als das Internet und insbesondere das Medium Teletext. Je mehr verschiedene Themenbereiche von einem Medium erwartet werden, desto schwieriger ist es im Allgemeinen, diesen Erwartungen vollkommen zu entsprechen. Vor diesem Hintergrund sind auch die erhobenen Kennwerte zur Zufriedenheit mit den einzelnen ORF-Medien zu betrachten. Während das textbasierte Medium Teletext in erster Linie den Informationsbedürfnissen gerecht werden muss und das Internet als Trägermedium und Plattform vom User / von der Userin selbstbestimmt und selektiv beansprucht wird, stehen Fernsehen und Radio vor der Herausforderung, mit ihrem Angebot relativ unspezifischen, aber vielfältigen und oftmals auch situativ geprägten Bedürfnissen und Erwartungen gerecht zu werden.

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

Geht man von der Gesamtbevölkerung aus, wird das Interesse an Themenbereichen, die in den Medien geboten werden, an erster Stelle vom Bereich Information bestimmt, gefolgt von Unterhaltung, Sport und Kultur. Detaillierter betrachtet, etwa nach unterschiedlichen Altersgruppen, ergibt sich ein differenzierteres Bild. Bei den bis 49-Jährigen steht die Unterhaltung in den Medien Fernsehen und Radio vom Interesse her an erster Stelle (63 % an Unterhaltung im Fernsehen und 52 % an Unterhaltung im Radio sehr oder eher interessiert); dahinter folgt das Interesse an Information (53 % an Information im Fernsehen und 49 % an Information im Radio sehr oder eher interessiert), während in der Generation der 50+-Jährigen in allen Medien das Informationsinteresse in Führung liegt. 64 % der 50+-Jährigen sind sehr oder eher an Information im Fernsehen interessiert; 53 % an Unterhaltung im Fernsehen; 30 % an Kultur im Fernsehen und 27 % an Sport im Fernsehen. Beim Radio fallen die Relationen in abgeschwächter Form ähnlich aus. Über 50-Jährige sind vor allem an Information im Radio interessiert (60 %), gefolgt von Unterhaltung (45 %), Kultur (21 %) und Sport (18 %) und unter 50-Jährige vor allem an Unterhaltung (52 %), gefolgt von Information (49 %), Sport (24 %) und Kultur (16 %).

## RESÜMEE (6): HAUPTERGEBNISSE

Die unterschiedliche Interessenlage je nach Altersgruppe wird insbesondere auch beim Internet deutlich. 15- bis 49-jährige Personen haben am häufigsten ein Interesse an Information im Internet (56 %), aber vergleichsweise oft auch ein Interesse an unterhaltenden Angeboten im Netz (35 %) sowie am Thema Sport (19 %). Bei den 50+-Jährigen ist das Internet hingegen sehr eindeutig auf die Informationsfunktion beschränkt (54 % sehr oder eher an Information im Internet interessiert; je 9 % an Sport bzw. Kultur im Internet und 8 % an Unterhaltung im Internet).

Reiht man die Themenbereiche in den einzelnen Medien nach dem Anteil der Personen, die daran ein Interesse bekunden, so nimmt bei den unter 30-Jährigen die Unterhaltung im Fernsehen den ersten Platz ein (81 % sehr oder eher an Unterhaltung im Fernsehen interessiert); gefolgt von der Information im Fernsehen bzw. im Internet und der Unterhaltung im Radio (je 71 %).

Bei 30- bis 49-Jährigen nimmt die Information im Fernsehen den ersten Platz ein (82 %); knapp vor der Unterhaltung im Fernsehen (79 %) und der Information im Radio bzw. Internet (je 76 %). Unter den 50+-Jährigen ist der größte Anteil an Information im Fernsehen interessiert (87 %); dahinter folgen die Information im Radio (83 %); die Unterhaltung im Fernsehen (77 %); die Information im Internet (68 %) sowie die Unterhaltung im Radio (67 %).

Sieht man davon ab, dass Männer häufiger an Sport in allen Medien interessiert sind als Frauen und diese wiederum häufiger an Kultur in den verschiedenen Medien, sind die sonstigen Unterschiede zwischen Männern und Frauen in Bezug auf das Informations- bzw. Unterhaltungsinteresse in den einzelnen Medien sehr gering. Männer als auch Frauen sind insgesamt gesehen am öftesten an Information im Fernsehen interessiert (81 % der Männer, 83 % der Frauen); und am zweithäufigsten an Unterhaltung im Fernsehen (Männer: 76 %; Frauen: 81 %). Dahinter folgen jeweils die Information im Radio (Männer: 75 %; Frauen: 75 %) bzw. Internet (Männer: 75 %; Frauen: 69 %) sowie die Unterhaltung im Radio (Männer: 69 %; Frauen: 71 %).

## RESÜMEE (7): HAUPTERGEBNISSE

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

Im Rahmen der Untersuchung wird sowohl das Interesse an den Themenbereichen Information, Unterhaltung, Sport und Kultur in den einzelnen Medien als auch die jeweilige Zufriedenheit damit erhoben. Beides wird mittels 5-stufiger Skala abgefragt, zur Gegenüberstellung werden die „Top-Box-Anteile“ (sehr interessiert / sehr zufrieden) bzw. die Mittelwerte herangezogen.

Wie bereits im Vorjahr liegt die Information nach dem Interesse über alle Medien hinweg gesehen an erster Stelle vor Unterhaltung, Sport und Kultur. In der Rangreihung nach der Zufriedenheit mit den Themenbereichen in den Medien ist ebenfalls die Information an der Spitze, nunmehr gefolgt von Sport, Unterhaltung und Kultur. Insgesamt gesehen sind die Österreicherinnen und Österreicher ab 15 Jahren folglich mit der Information in den einzelnen Medien am häufigsten zufrieden und am zweithäufigsten mit dem Themenbereich Sport. Dahinter liegen die Unterhaltung und der Bereich Kultur. Sport interessiert nur einen Teil der Bevölkerung in größerem Ausmaß und dieser ist zumeist zufrieden damit; an Unterhaltung hingegen ist die überwiegende Mehrheit interessiert, allerdings sind erkennbar weniger damit zufrieden. Hierin spiegelt sich auch, dass die Unterhaltungsbedürfnisse von Individuum zu Individuum und von Situation zu Situation stark differieren können und Medien, die Unterhaltung bieten, demnach vor der schwierigen Herausforderung stehen, den Bedürfnissen treffgenau zu entsprechen. Dies bewirkt, dass beim Themenbereich Unterhaltung die größte Kluft zwischen dem Anteil der „daran Interessierten“ und „damit Zufriedenen“ besteht; vor allem in Medien wie Fernsehen und Radio, an die vielfältige unterhaltende Ansprüche gestellt werden.

## RESÜMEE (8): HAUPTERGEBNISSE

Als positives Ergebnis ist anzumerken, dass bei allen Medien meist jene Themengebiete, die am häufigsten interessieren, auch am häufigsten als zufriedenstellend erlebt werden.

Information interessiert am häufigsten unabhängig davon, ob es um Fernsehen, Radio, Internet oder Teletext geht; und damit ist man auch am häufigsten zufrieden. Unterhaltung interessiert am zweithäufigsten, zumindest in den Medien Fernsehen, Radio und Internet; und mit Unterhaltung im Radio ist man am zweithäufigsten, mit Unterhaltung im Fernsehen und Internet am dritthäufigsten zufrieden. Sport steht nach dem Interesse im Teletext an zweiter Stelle und in den Medien Fernsehen, Radio und Internet an dritter Stelle und rangiert nach der Zufriedenheit damit entweder ebenfalls an zweiter Stelle (bei Fernsehen, Internet und Teletext) oder an dritter Position (beim Radio). Der Anteil der Personen, die mit dem Themenbereich Kultur in den verschiedenen Medien zufrieden sind, fällt – gemessen an Information, Unterhaltung und Sport – jeweils am geringsten aus. Dies war bereits in den Vorjahren so und hat auch damit zu tun, dass an Kultur als Medieninhalt der geringste Anteil an Personen Interesse zeigt.

Mit der Information im **ORF-Fernsehen** sind 43 % sehr zufrieden, weitere 30 % eher, 16 % sind weder zufrieden noch unzufrieden und 7 % eher nicht oder gar nicht zufrieden. Auffallend ist, dass Personen, die sehr an Informationen im Fernsehen interessiert sind, überdurchschnittlich häufig sehr oder eher zufrieden damit sind (62 % sehr zufrieden; 24 % eher zufrieden). Im Jahresverlauf gesehen ist überdies festzuhalten, dass der Anteil der Personen, die mit der Information im ORF-Fernsehen sehr oder eher zufrieden sind, von 2009 bis 2013 konstant bei etwas über 70 % zu liegen kommt.

## RESÜMEE (9): HAUPTERGEBNISSE

54 % der Befragten sind mit der Unterhaltung im **ORF-Fernsehen** zufrieden (28 % sehr / 26 % eher), 25 % sind diesbezüglich unentschieden und 15 % sind mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen nicht zufrieden (9 % eher nicht; 6 % gar nicht). Gegenüber dem Jahr 2012 ist der Anteil derjenigen, die mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen zufrieden sind, etwas rückläufig (2012: 60 % zufrieden). In der längerfristigen Betrachtung liegen die Werte von 2013 allerdings im gewohnten Bereich. 2009 gab es 52 % Zufriedene und 2010 und 2011 je 55 %, also ähnlich viele wie gegenwärtig. Hinzu kommt auch, dass sich bei den negativen Skalenpunkten (eher nicht / gar nicht zufrieden) im längerfristigen Jahresvergleich keine überzufälligen Änderungen ergeben haben (2009: 15 % unzufrieden; 2010: 12 %; 2011: 14 %; 2012: 11 %). Weiters sind jene, die an Unterhaltung im Fernsehen sehr interessiert sind, mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen überdurchschnittlich häufig zufrieden (71 %).

Mit Sport im ORF-Fernsehen sind gegenwärtig 52 % der Österreicherinnen und Österreicher ab 15 Jahren zufrieden (28 % sehr zufrieden; 24 % eher zufrieden), 11 % sind damit unzufrieden und der verbleibende Rest macht keine Angabe oder ist indifferent (weder/noch). Auch in Bezug auf die Zufriedenheit mit Sport spiegeln die Daten – über die Jahre hinweg gesehen – relative Kontinuität wieder (2009: 53 % Zufriedene; 2010: 51 %; 2011: 56 %; 2012: 52 %). Und 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 (85 %).

Tendenziell zunehmend ist die Zufriedenheit mit der Kultur im ORF-Fernsehen. Nach den aktuellen Daten sind 47 % sehr oder eher mit der Kultur im ORF-Fernsehen zufrieden; 2012 und 2011 waren es jeweils 42 %; 2010 39 % und 2009 41 %. Die Zufriedenheit mit dem Themenbereich Kultur im ORF-Fernsehen ist auch wieder eng daran gekoppelt, 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“: 86 % sehr oder eher zufrieden; unter „eher Interessierten“: 64 % sehr oder eher zufrieden).

## RESÜMEE (10): 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, 12 % weder zufrieden noch unzufrieden und 7 % eher nicht oder gar nicht zufrieden. Das entspricht nahezu exakt den Werten von 2010 und 2012, so dass im Jahresverlauf diesbezüglich keine wesentlichen Änderungen zu verzeichnen sind. Ähnlich verhält es sich auch beim Themenbereich Unterhaltung im ORF-Radio, das mit 60 % nach der Information den zweithöchsten Anteil an Zufriedenen aufweist. Zu berücksichtigen ist, dass auch die diesbezüglichen Erwartungen an das Medium Radio beträchtlich ausfallen (hohes Unterhaltungsinteresse). Mit dem Themenbereich Sport im ORF-Radio sind 42 % sehr oder eher zufrieden. Ausgesprochene Unzufriedenheit liegt nur selten vor (6 % eher nicht; 4 % gar nicht zufrieden). Gegenüber dem Vorjahr hat der Anteil der „Zufriedenen“ etwas zugenommen. Für das Thema Kultur im ORF-Radio kann wie bereits beim Fernsehen diagnostiziert werden, dass die Anzahl der Hörerinnen und Hörer, die damit sehr oder eher zufrieden sind, in den letzten Jahren tendenziell zugenommen hat – von 38 % (2009) über 35 % (2010, 2012) und 37 % (2011) auf nunmehr 40 %.

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 Hörerinnen und Hörer.

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. 64 % der Userinnen und User der ORF-Internet-Seiten sind mit dem Themenbereich Information im ORF-Internet sehr oder eher zufrieden; 18 % sind unentschieden und 5 % sind damit nicht zufrieden (4 % eher nicht, 1 % gar nicht). Ähnliche Relationen waren auch in den Vorjahren zu beobachten. Die Zufriedenheit mit dem ORF-Internet im Hinblick auf den Themenbereich Information ist – von einzelnen „Ausreißern abgesehen“ demzufolge sehr stabil.

## RESÜMEE (11): HAUPTERGEBNISSE

Unterhaltungsangebote im **ORF-Internet** werden grundsätzlich von immer mehr Personen erwartet und auch genutzt. Positiv ist zu vermerken, dass auch der Anteil der Zufriedenen mit dem Themenbereich Unterhaltung im ORF-Internet unter den Userinnen und Usern von ORF-Sites tendenziell zunimmt. 2009 waren 43 % mit Unterhaltung im ORF-Internet sehr oder eher zufrieden; 2010 und 2011 je 39 %, 2012 42 % und 2013 sind es 46 %. Weitere 17 % der Userinnen und User von ORF-Sites sind diesbezüglich indifferent; 8 % sind eher oder gar nicht damit zufrieden; und 29 % geben kein Urteil ab.

Mit Sport im ORF-Internet sind 45 % sehr oder eher zufrieden und 7 % unzufrieden; der verbleibende Anteil ist in dieser Hinsicht unentschieden oder kann keine Einschätzung abgeben. In etwas abgeschwächter Form treten diese Proportionen auch beim Themenbereich Kultur im ORF-Internet auf. Und in beiden Fällen, bei Sport und bei Kultur, zeigen die Daten über die Jahre hinweg eine relativ hohe Konstanz. Änderungen sind marginaler Natur und liegen zumeist innerhalb der statistischen Schwankungsbreiten.

84 % der Befragten verfügen laut eigener Angabe grundsätzlich über einen Teletextzugang; 63 % davon nutzen zumindest selten den ORF TELETEXT. Am häufigsten ist man als Nutzerin und Nutzer von **ORF TELETEXT** mit dem Themenbereich Information zufrieden (69 % sehr oder eher zufrieden), am zweithäufigsten mit Sport (45 %); gefolgt von Unterhaltung (39 %) und Kultur (30 %). Ausgeprägte Unzufriedenheit ist in Zusammenhang mit den Themenbereichen beim ORF TELETEXT nur selten anzutreffen, am ehesten noch in Bezug auf Kultur. Hier sind 9 % eher nicht zufrieden und 3 % gar nicht zufrieden. Bei allen übrigen Themenbereichen liegen die Anteile der Unzufriedenen deutlich darunter.

Im Jahresvergleich erweist sich die Beurteilung des ORF TELETEXT als stabil. Dies zeigt sich auch in den Durchschnittsnoten, die für Information zwischen 1,8 und 1,9, für Sport zwischen 2,0 und 2,1, für Unterhaltung zwischen 2,2 und 2,4 und für Kultur zwischen 2,4 und 2,5 liegen (Skala jeweils von 1=sehr zufrieden bis 5=gar nicht zufrieden).

## RESÜMEE (12): HAUPTERGEBNISSE

### Eigenschaftsbeurteilungen

Die Wahrnehmung des ORF wird in der Overall-Befragung anhand von 16 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). Während die einzelnen Kennwerte für die Zufriedenheit mit den Themenbereichen in den ORF-Medien eher positiv ausfallen (konstant bleiben oder tendenziell zunehmen), liegt das durchschnittliche Zustimmungsniveau über alle Items hinweg mit nunmehr 54 % unter den Werten von 2012 und 2011 (59 % bzw. 58 %).

Das Bewertungsprofil bleibt grundsätzlich, gemessen an der Häufigkeit, mit der die 16 Imagestatements dem ORF zugeschrieben werden, über die Jahre gesehen relativ konstant. Die höchsten Zustimmungsraten beziehen sich seit Jahren auf die Aussagen „bietet gute, umfassende Informationen“ (2013: 70 %); „bringt viel über Sport und Freizeit“ (65 %); „ist wichtig für Österreich“ (64 %); „ist seriös und vertrauenswürdig“ (63 %); „bietet für jeden etwas“ (58 %); und „ist mir sympathisch“ (57 %). Diese Aspekte stellen aus Bevölkerungssicht den Kern des ORF-Images dar.

Eine im Langzeitvergleich positive Entwicklung geht mit den Beiträgen über Kunst und Kultur einher. Diese Leistung wird dem ORF von 55 % zugeschrieben, während der Durchschnitt über die Jahre von 2003 bis 2012 51 % beträgt. Als relativ konstant stellt sich im Langzeitvergleich die Zuschreibung von „Seriosität und Vertrauenswürdigkeit“ dar. 63 % der Bevölkerung attestieren dem ORF diese Eigenschaft. Zieht man den Durchschnitt über die Jahre von 2003 bis 2012, so sind es ebenfalls 63 %. In dieser Hinsicht ist also Stabilität gewährleistet. Das betrifft auch die Aussage „hat ein gutes Angebot für Kinder und Jugendliche“, die gegenwärtig von 48 % als auf den ORF zutreffend beurteilt wird; ebenso viele, wie im Schnitt der Jahre von 2003 bis 2012.

# RESÜMEE (13): HAUPTERGEBNISSE

## Zufriedenheit

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

55 % der Österreicherinnen und Österreicher ab 15 Jahren geben an, dass der ORF – alles in allem gesehen – seine Sache „sehr gut“ oder „eher gut“ macht; 32 % geben ein mittleres Gesamturteil ab, 8 % wählen die Antwortkategorie „eher schlecht“, 3 % „sehr schlecht“. Diese Antwortverteilung liegt hinter den Werten von 2011 und 2012, entspricht aber nahezu exakt jenen von 2010. Auffallend ist im Vergleich zu den Vorjahren, dass sich die „Top-Box“ (sehr gut) kaum verändert hat, sondern in erster Linie Verschiebungen in den mittleren Kategorien (von „eher gut“ auf „mittelmäßig“) stattgefunden haben. Seit 2009 bestätigen die Daten, dass rund ein Fünftel der Gesamtbevölkerung einen „sehr guten“ Gesamteindruck vom ORF hat und weitere rund 40 % den ORF insgesamt als „eher gut“ beurteilen. Die Zufriedenheit mit dem ORF korrespondiert eng mit dem Alter: Je älter die „Beurteiler“, umso höher die Zufriedenheitswerte.

Ein vergleichbares Bild ergibt sich auch, wenn die sogenannte „Vermisensfrage“ betrachtet wird. 53 % der Befragten würden den ORF im Fall einer hypothetischen Auflösung sehr oder eher vermissen, 26 % „halb/halb“; 13 % nur wenig und 7 % gar nicht. Eine Darstellung nach den Alterssegmenten zeigt, dass insbesondere ältere Personengruppen den ORF vermissen würden: 62 % der über 50-Jährigen würde der ORF im Fall einer hypothetischen Auflösung sehr oder eher fehlen.

## RESÜMEE (14): 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 (15 % voll und ganz; 43 % eher schon).

32 % der Österreicherinnen und Österreicher sind diesbezüglich eher skeptisch (24 % wird eher nicht erfüllt; 8 % wird überhaupt nicht erfüllt). Vor allem gehobene Bildungsschichten sind vergleichsweise oft nicht davon überzeugt, dass der ORF diesem Programmauftrag entspricht.

Der Vergleich mit den Ergebnissen aus den Jahren Vorjahren zeigt, dass die Beurteilung, in welchem Ausmaß dieser Programmauftrag vom ORF erfüllt wird, keinen statistisch signifikanten Änderungen unterliegt. Die geringfügig veränderten Zahlen liegen allesamt im Bereich der statistischen „Unschärfe“. Die Wahrnehmung, wie sehr der ORF dem Programmauftrag nachkommt, ist somit äußerst stabil.

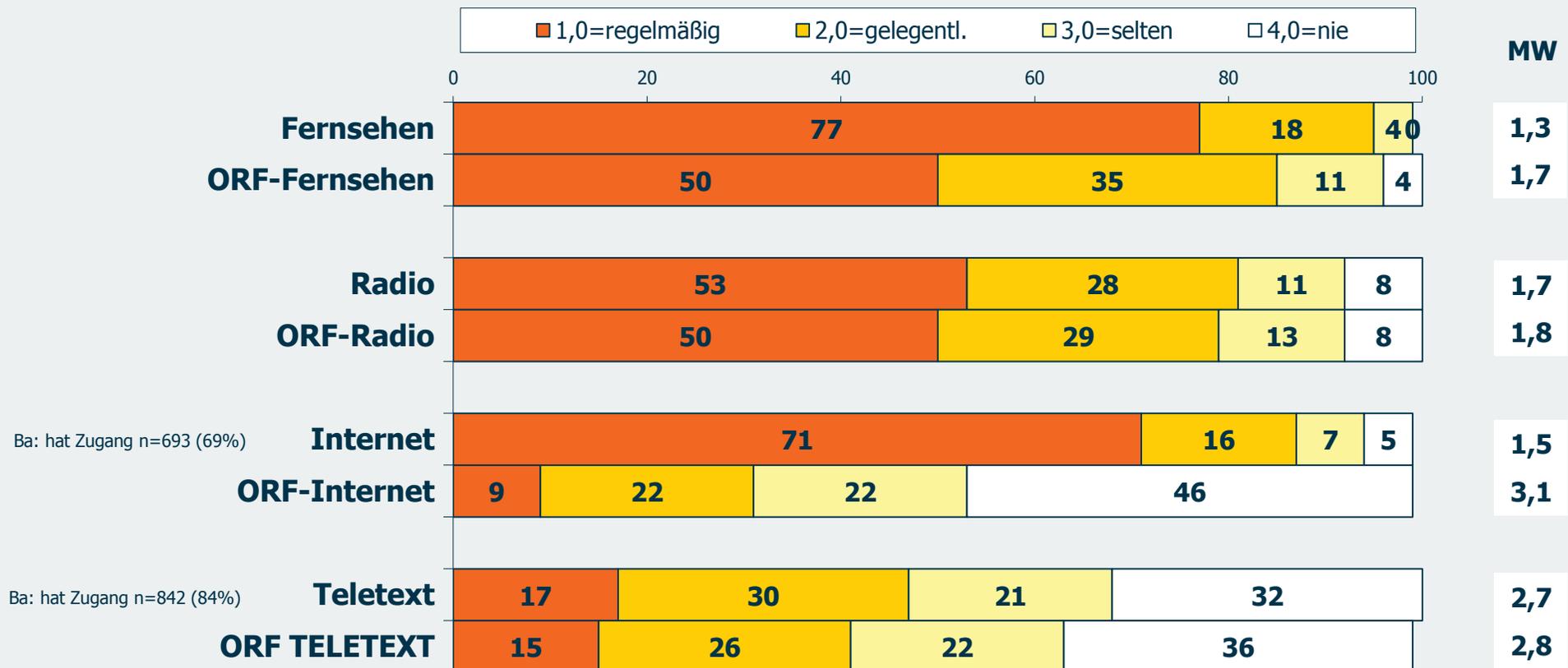
*\*Im Fragebogen war keine Definition von „anspruchsvoll“ vorgegeben. Was konkret unter „anspruchsvoll“ zu verstehen war, blieb dem Interpretationsspielraum der Befragten überlassen. Für die Interviewer gab es diesbezüglich die explizite Anweisung, im Fall von Nachfragen/Rückfragen seitens der befragten 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 ?

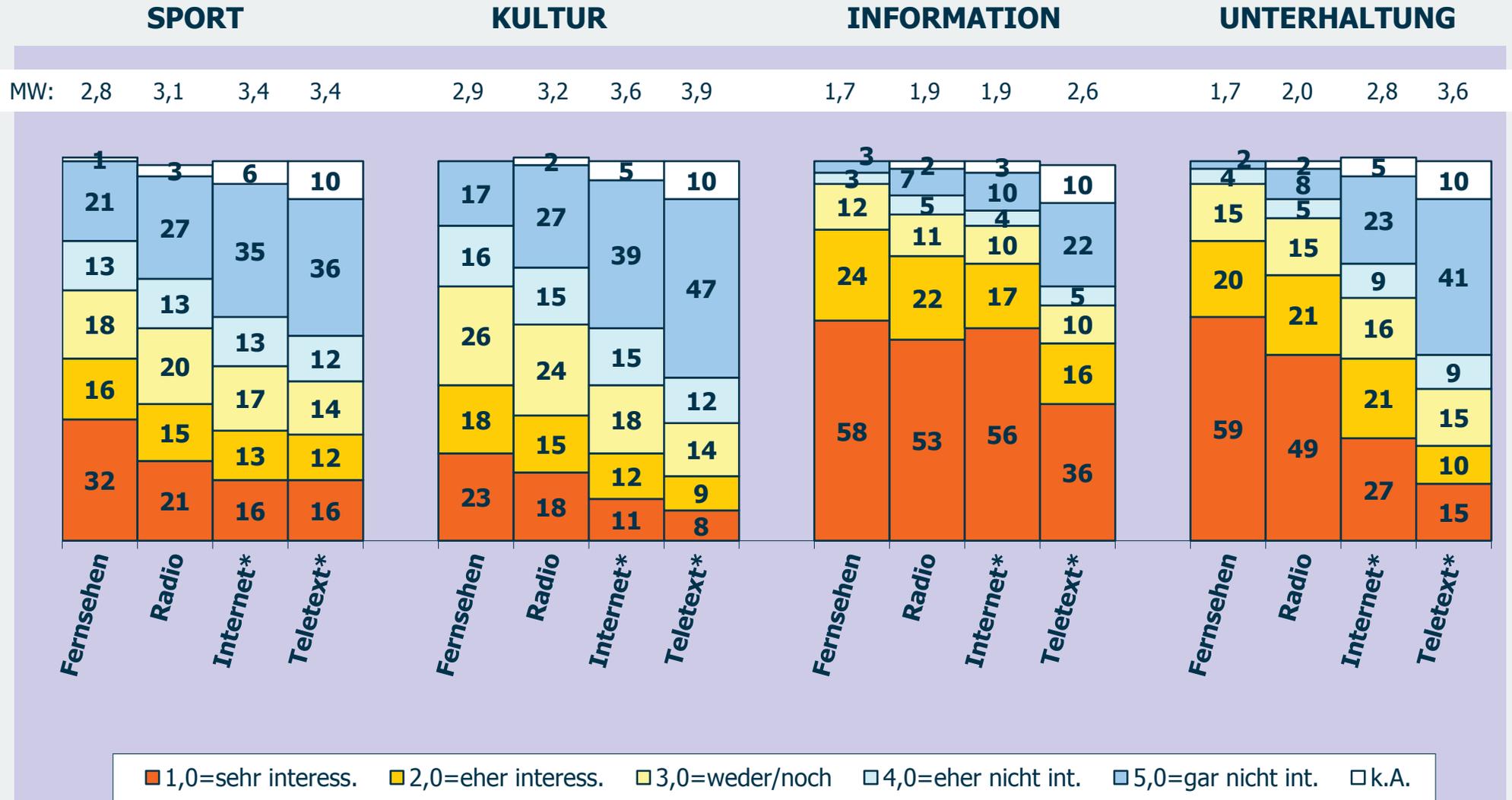
(Angaben in %)



# 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 %)



## THEMENINTERESSE IN DEN MEDIEN – nach Altersgruppen

### 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?

	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>35</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>13</b>
<b>an KULTUR</b>	<b>18</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>10</b>
<b>an INFORMATION</b>	<b>53</b>	<b>64</b>	<b>49</b>	<b>60</b>	<b>56</b>	<b>54</b>	<b>38</b>	<b>35</b>
<b>an UNTERHALTUNG</b>	<b>63</b>	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>45</b>	<b>35</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>14</b>

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

\*Basis: hat  
Internetzugang: n=693

\*Basis: hat  
Teletextzugang: n=842

# THEMENINTERESSE: nach Alter und Geschlecht

F14-F18: Wie sehr sind Sie an den Themenbereichen ... im Fernsehen/Radio/Internet/Teletext ... interessiert?

(Anteil sehr/eher interessiert)

\*Internet: Basis: hat Zugang: 69%; n=693

\* Teletext: Basis: hat Zugang: 84%; n=842

Interesse an		TOTAL	Bis 29 J.	30-49 J.	50+ Jahre	MÄNNER	FRAUEN
<b>SPORT</b>	Allgemein	46	54	48	41	69	25
	Im Fernsehen	48	53	50	43	72	25
	Im Radio	36	41	39	33	54	21
	Im Internet	29	35	32	21	41	17
	Im Teletext	28	31	30	25	44	14
<b>KULTUR</b>	Allgemein	40	31	38	47	34	45
	Im Fernsehen	41	32	36	48	36	45
	Im Radio	33	25	33	37	29	36
	Im Internet	23	21	25	20	21	25
	Im Teletext	17	14	17	18	16	18
<b>INFORMATION</b>	Allgemein	81	64	80	89	79	81
	Im Fernsehen	82	71	82	87	81	83
	Im Radio	75	60	76	83	75	75
	Im Internet	73	71	76	68	75	69
	Im Teletext	52	51	55	52	59	47
<b>UNTERHALTUNG</b>	Allgemein	76	80	75	75	75	77
	Im Fernsehen	79	81	79	77	76	81
	Im Radio	70	71	73	67	69	71
	Im Internet	48	68	52	25	50	47
	Im Teletext	25	23	27	25	26	24

Quelle: Overall-Befragung 2013, CAPI, n = 1.000, Erw. 15+, 17.05.-15.06.13

# THEMENINTERESSE IN MEDIEN – Vergleich 2005–2013

## 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								
	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
<b>An ...</b>																		
<b>SPORT</b>	32	29	33	34	31	35	31	30	26	21	17	24	19	22	24	20	21	18
<b>KULTUR</b>	23	16	16	17	19	18	12	13	10	18	11	13	12	14	12	10	10	8
<b>INFORMATION</b>	58	57	60	61	64	64	62	60	59	53	51	56	55	58	59	62	60	53
<b>UNTERHALTUNG</b>	59	48	47	54	56	53	56	51	44	49	43	45	44	48	50	50	45	40

Sehr interessiert an../im ..	im INTERNET*									im TELETEXT*								
	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
<b>An ...</b>																		
<b>SPORT</b>	16	17	19	21	18	13	15	13	13	16	15	19	16	17	18	21	18	17
<b>KULTUR</b>	11	10	9	10	10	9	9	7	6	8	6	6	5	6	5	5	4	3
<b>INFORMATION</b>	56	47	55	57	56	57	61	53	43	36	33	36	34	42	40	42	41	37
<b>UNTERHALTUNG</b>	27	23	24	27	24	18	20	13	16	15	11	11	12	11	6	8	7	5

\*Basis: hat Internetzugang; 69%; n=693

\*Basis: hat Teletextzugang; 84%; n=842

## 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>2,8</b>	<b>2,2</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>2,9</b>	<b>2,4</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>1,7</b>	<b>2,4</b>
<b>ORF-RADIO</b>	<b>SPORT</b>	<b>3,1</b>	<b>2,3</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>3,2</b>	<b>2,4</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>
<b>ORF-INTERNET</b> <i>Basis: hat Internet-Zugang (69 %)</i>	<b>SPORT</b>	<b>3,4</b>	<b>2,1</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>3,6</b>	<b>2,3</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>2,8</b>	<b>2,2</b>
<b>ORF TELETEXT</b> <i>Basis: hat Teletext-Zugang (84 %)</i>	<b>SPORT</b>	<b>3,4</b>	<b>2,1</b>
	<b>KULTUR</b>	<b>3,9</b>	<b>2,5</b>
	<b>INFORMATION</b>	<b>2,6</b>	<b>1,8</b>
	<b>UNTERHALTUNG</b>	<b>3,6</b>	<b>2,2</b>

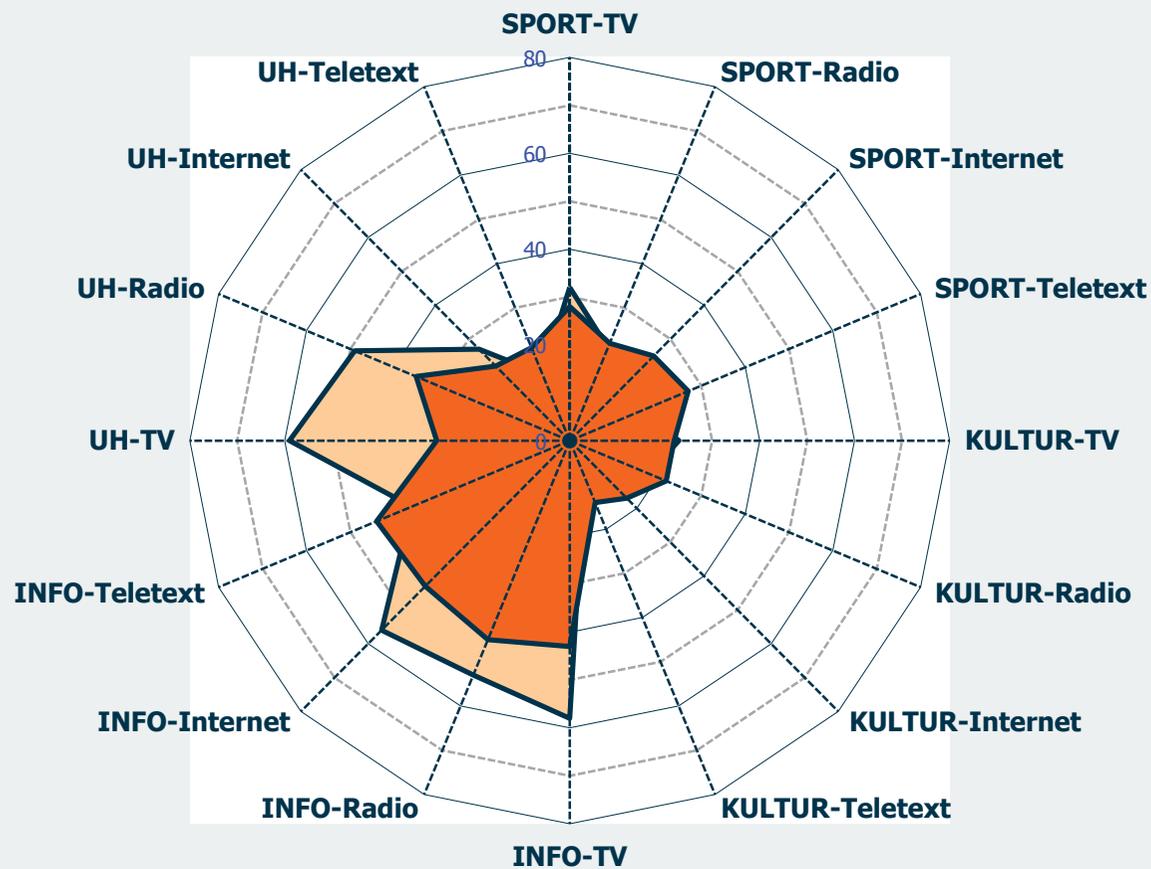
# THEMENBEREICHE IN DEN MEDIEN: Interesse und Zufriedenheit

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 64 %

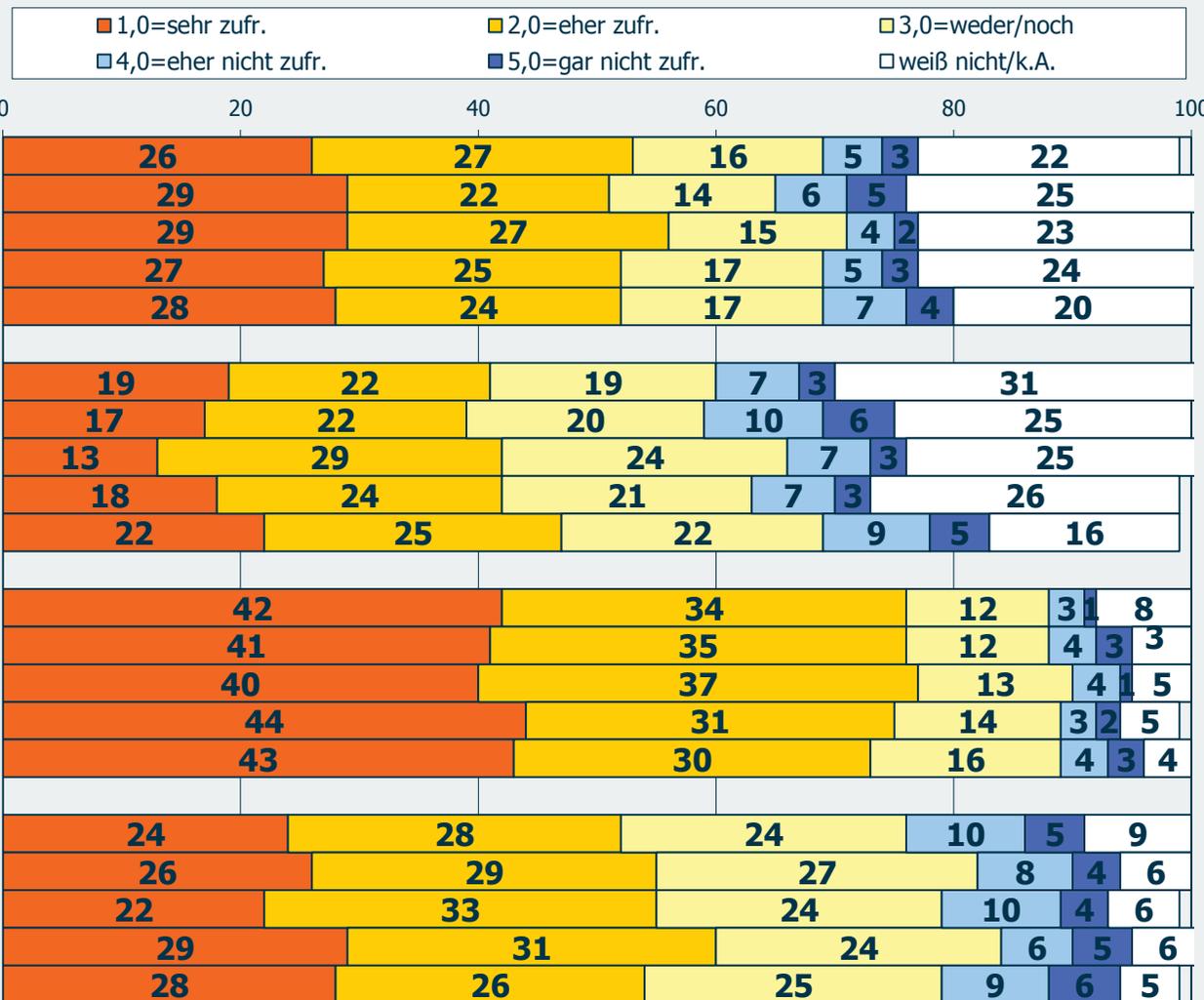
Internet: Basis: nutzt ORF-Internet 53 %



# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Fernsehen: Vergleich 2009–2013

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?

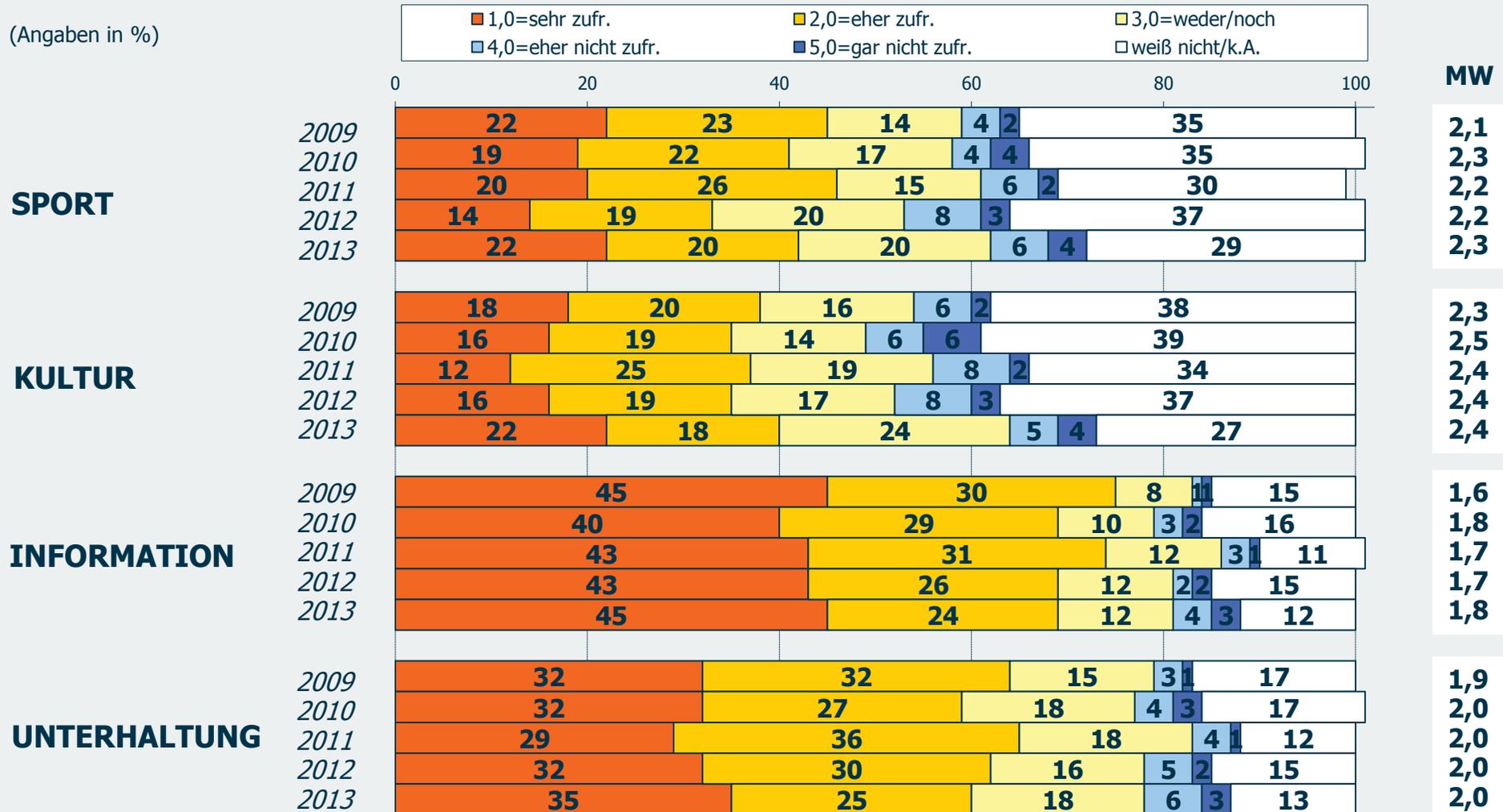
(Angaben in %)



# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Radio: Vergleich 2009–2013

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

(Angaben in %)

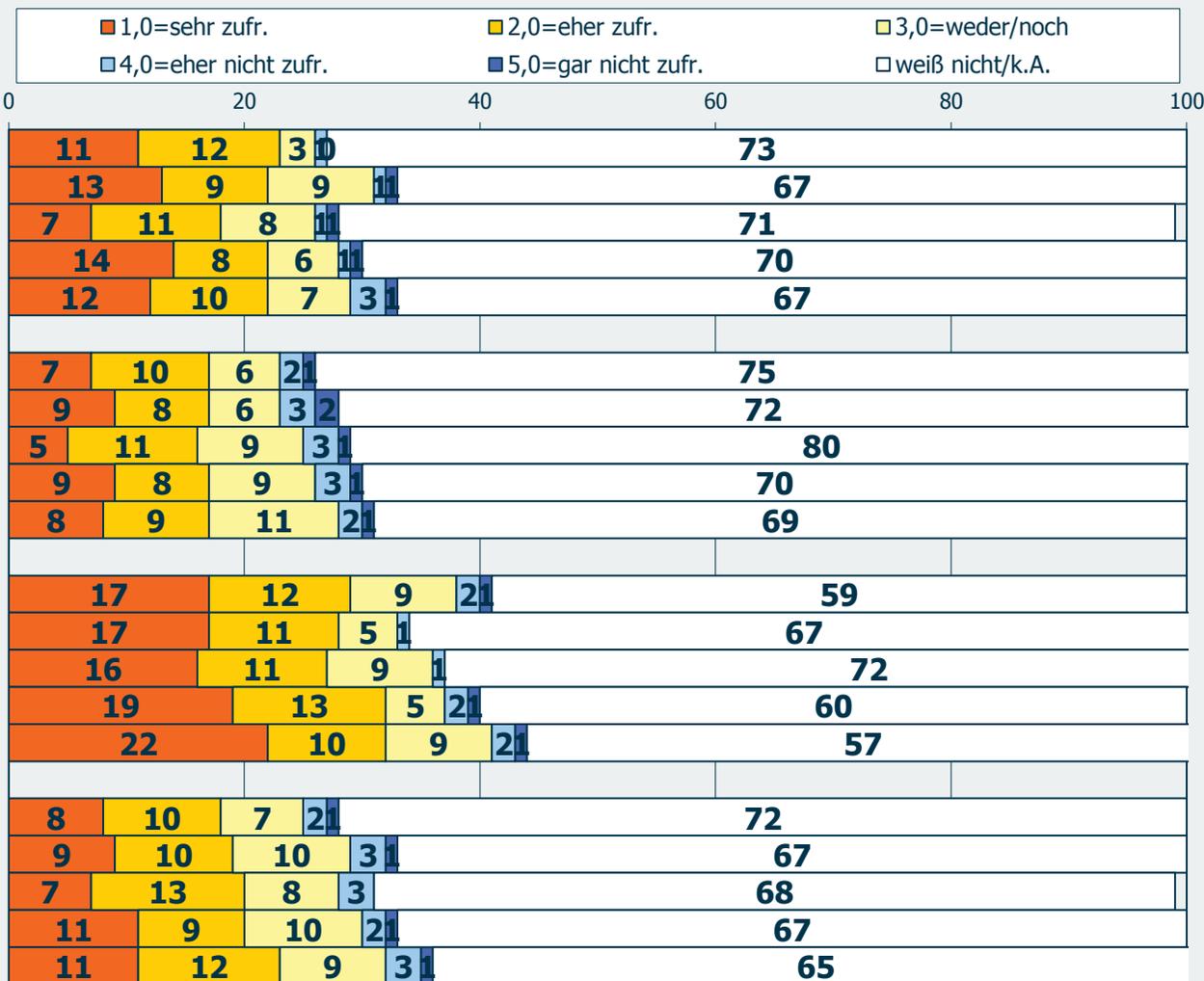


# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2009–2013

Basis: **Internetzugang vorhanden** (2009: 67 %; 2010: 63 %; 2011: 70 %; 2012: 70 %; 2013: 69 %)

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

(Angaben in %)

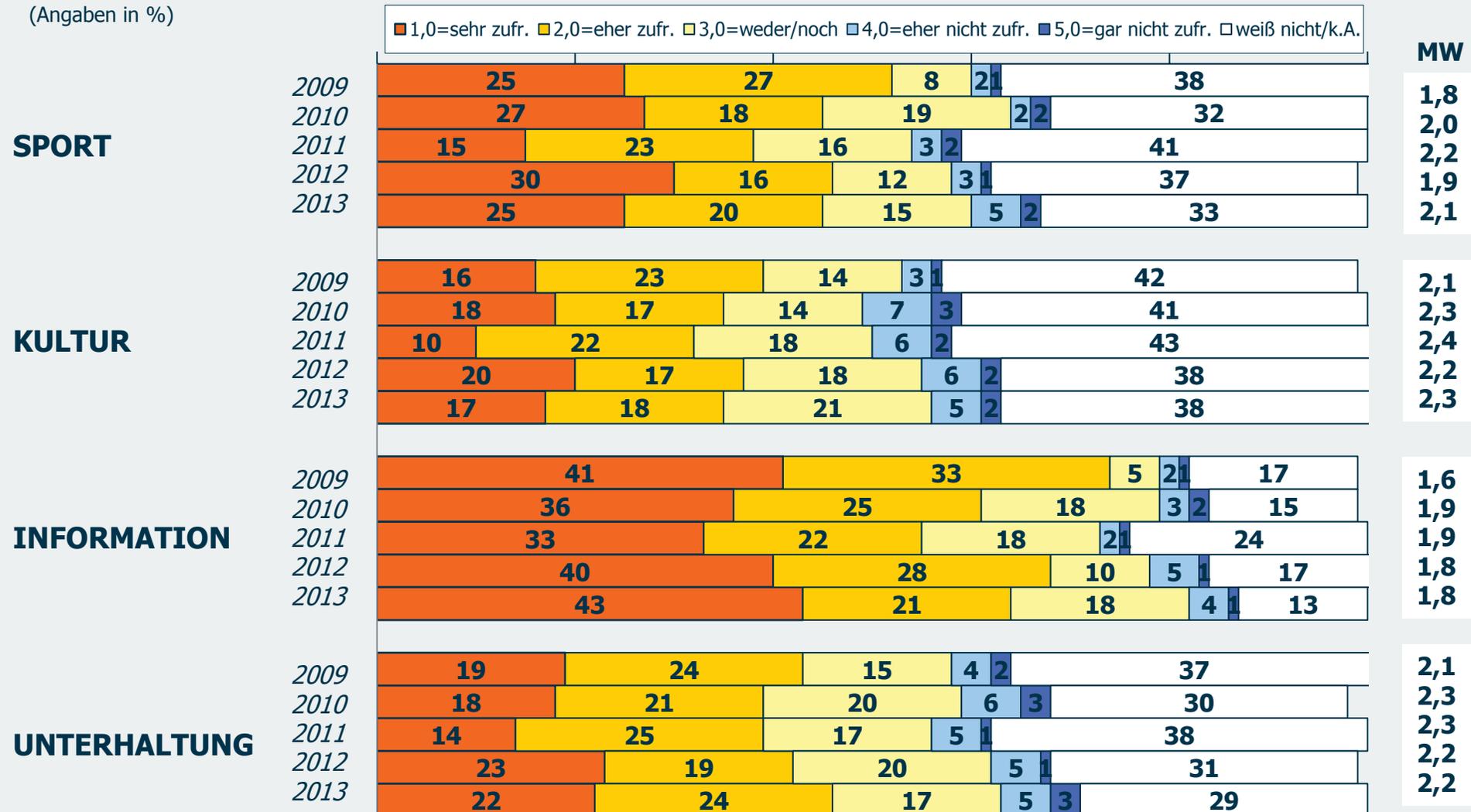


# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2009–2013

Basis: Nutzer von ORF-Internetseiten (2009: 30 %; 2010: 30 %; 2011: 35 %; 2012: 48 %, 2013: 50 %)

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

(Angaben in %)

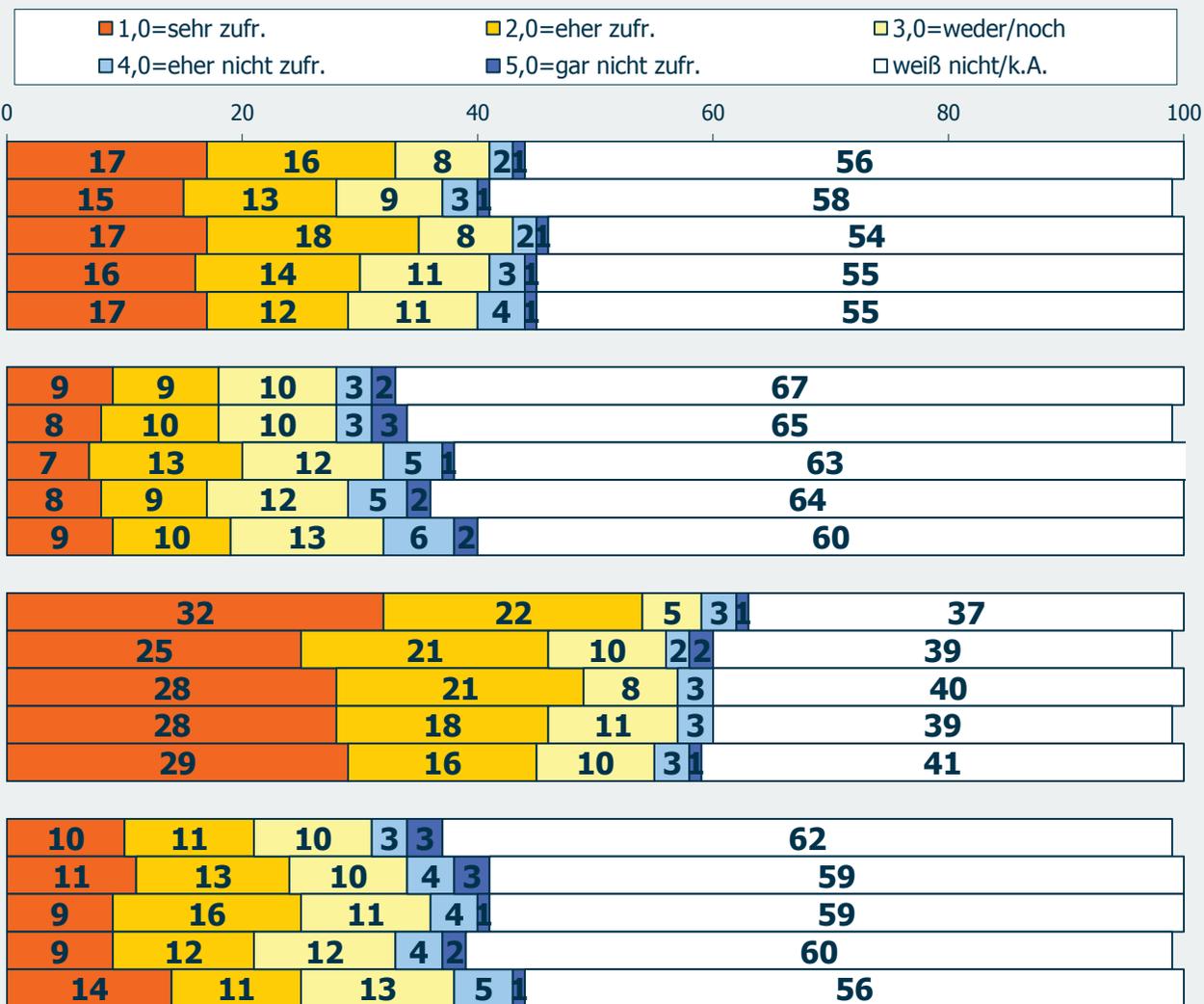


# Zufriedenheit mit Themen im ORF TELETEXT: 2009–2013

Basis: Teletextzugang vorhanden (2009: 90 %; 2010: 92 %; 2011: 93 %; 2012: 91 %; 2013: 84 %)

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

(Angaben in %)

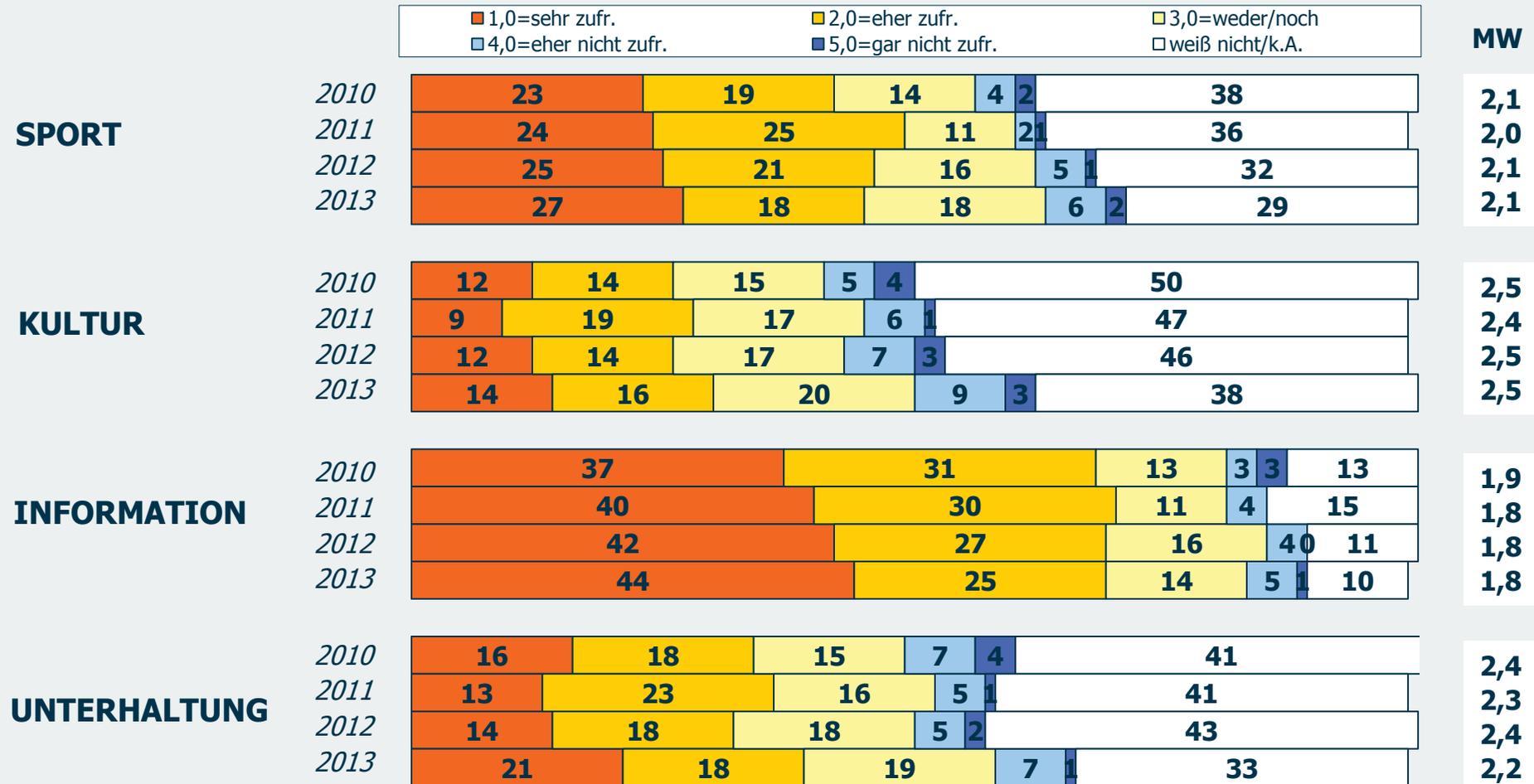


# ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF TELETEXT: 2010–2012

Basis: **Nutzer von ORF-Teletextseiten** (2010: 57 %; 2011: 63 %; 2012: 67 %; 2013: 63 %)

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

(Angaben in %)

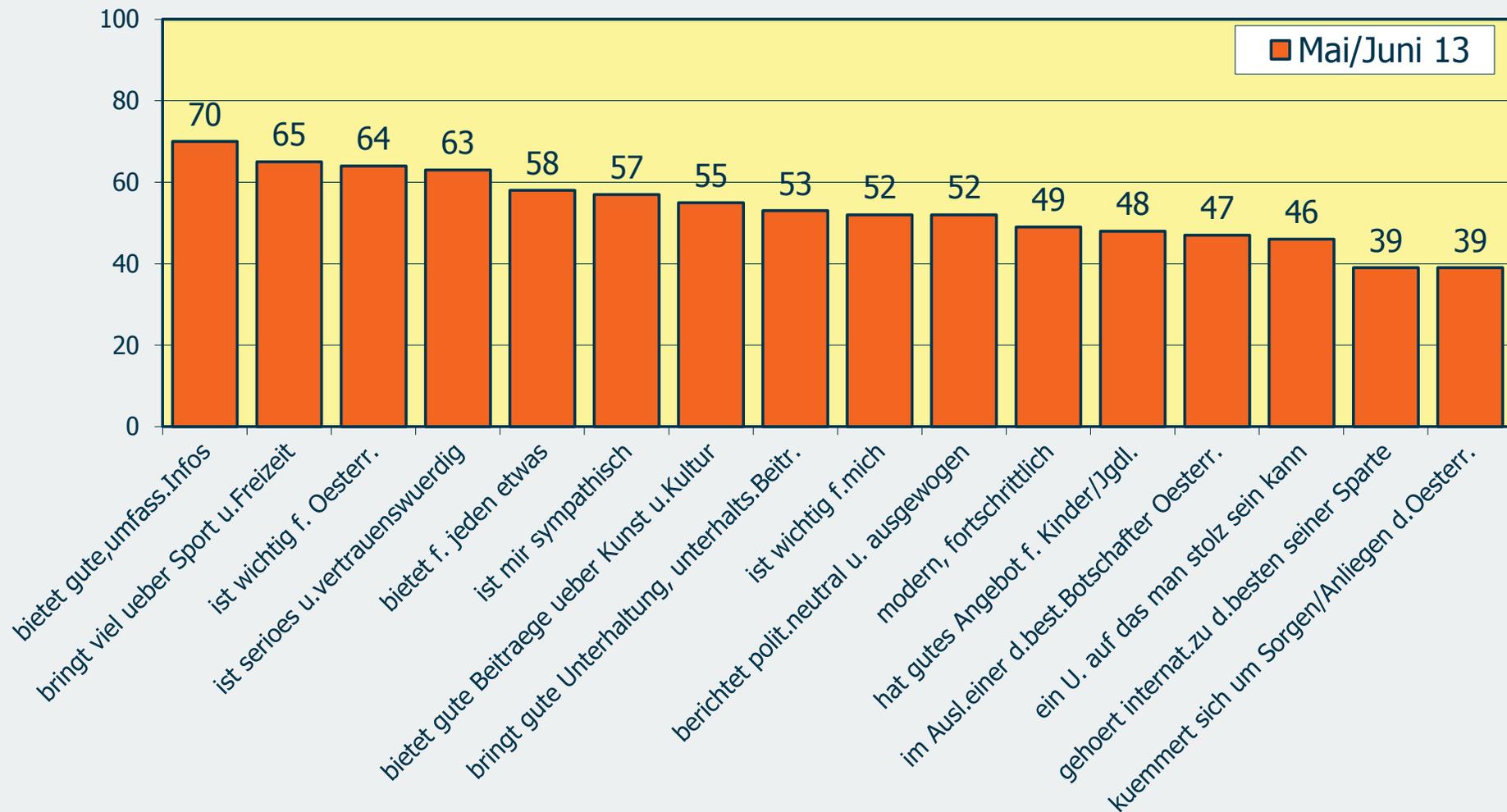


# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNGEN

# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF

(Anteil trifft völlig/eher zu in %)

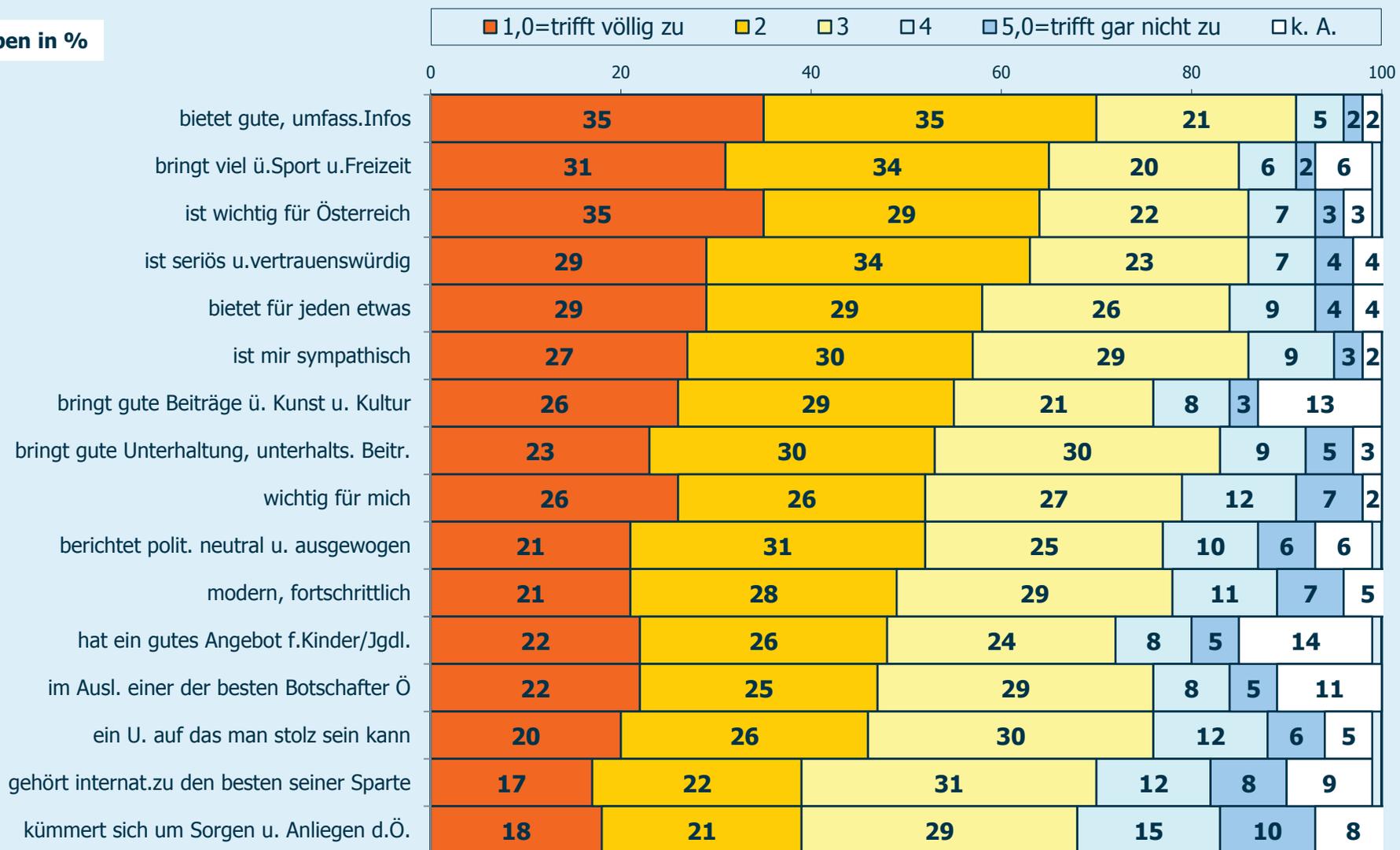
F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF

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.

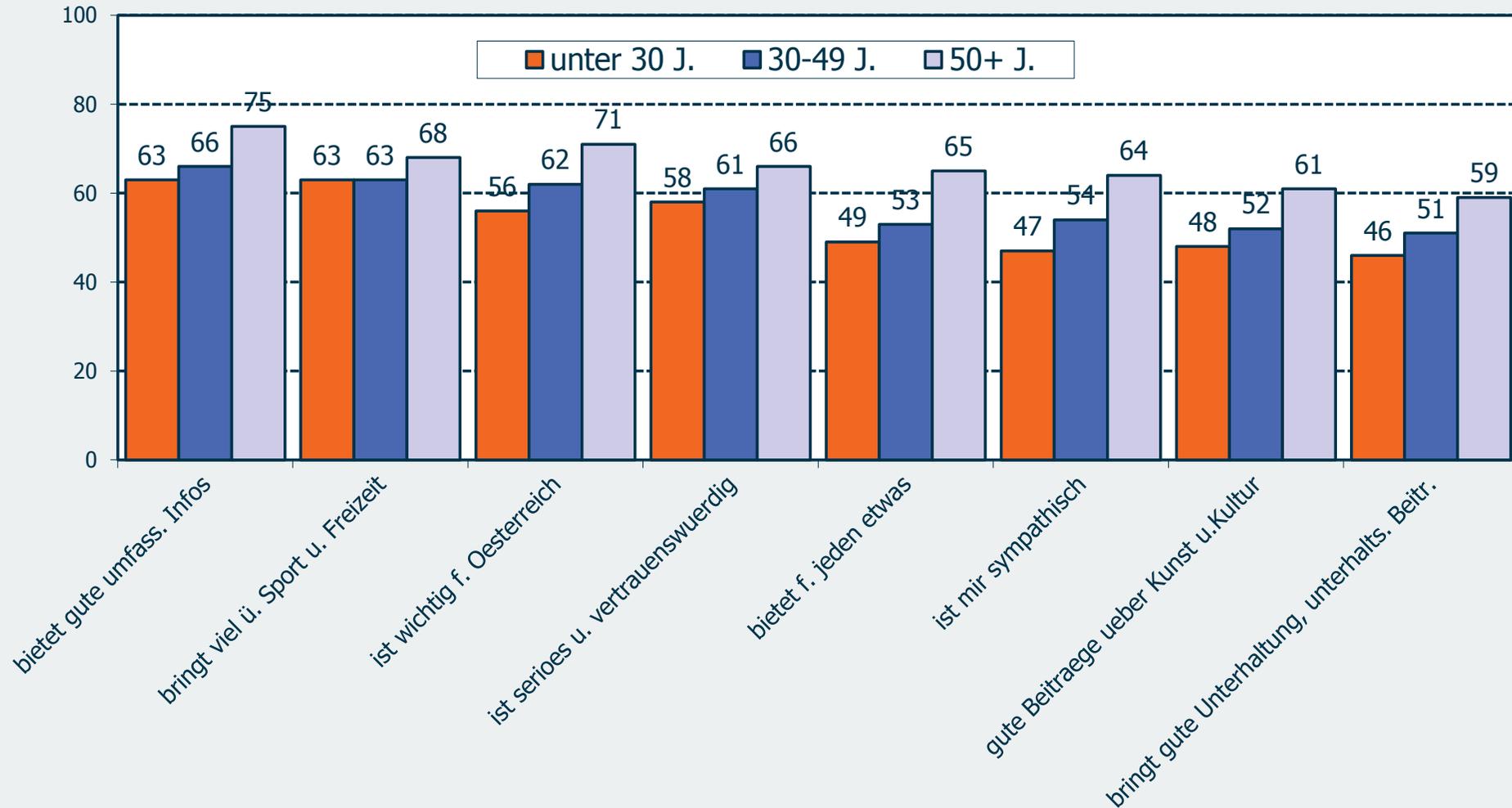
Angaben in %



# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH ALTER (1)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

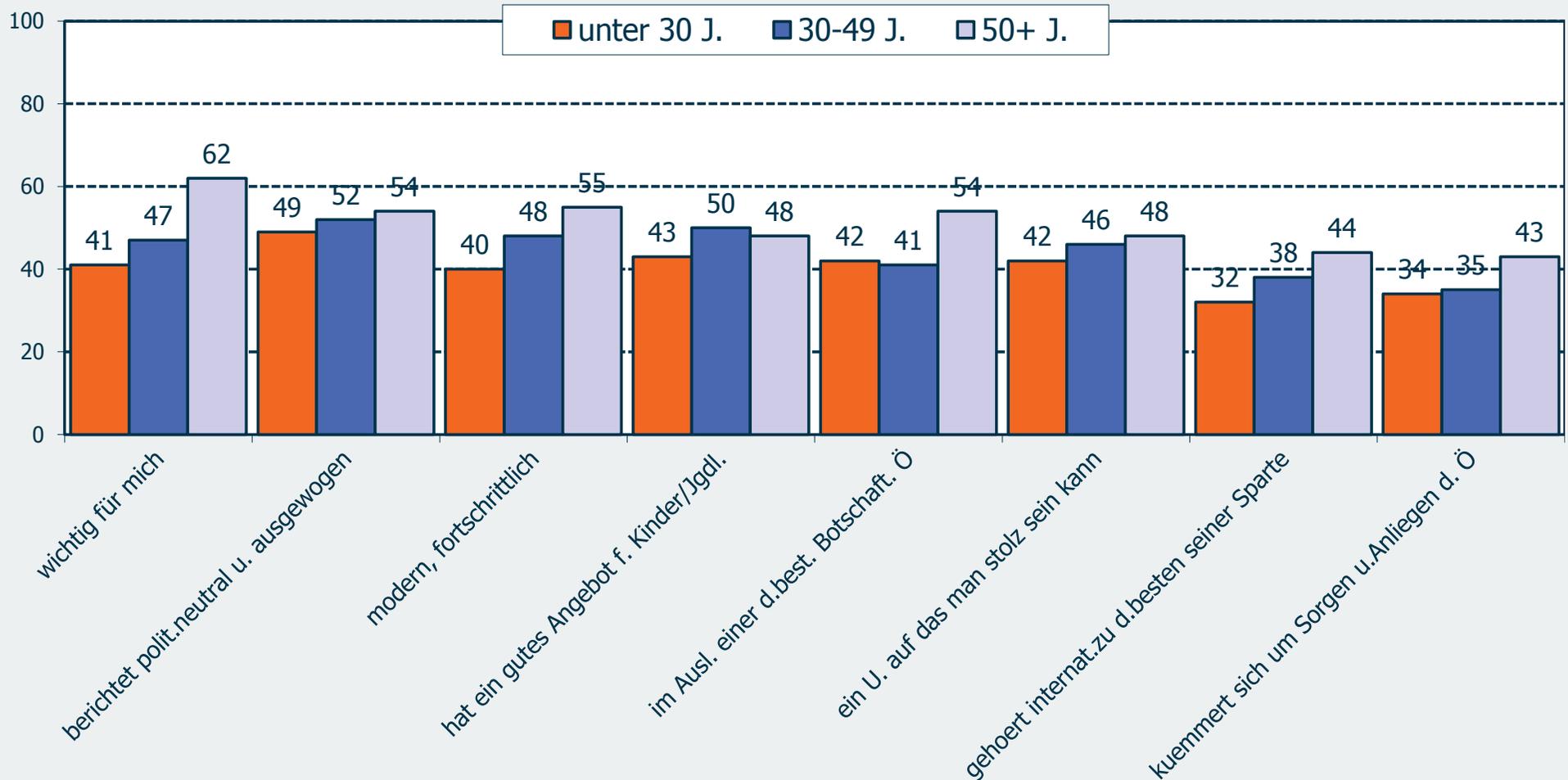
F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH ALTER (2)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

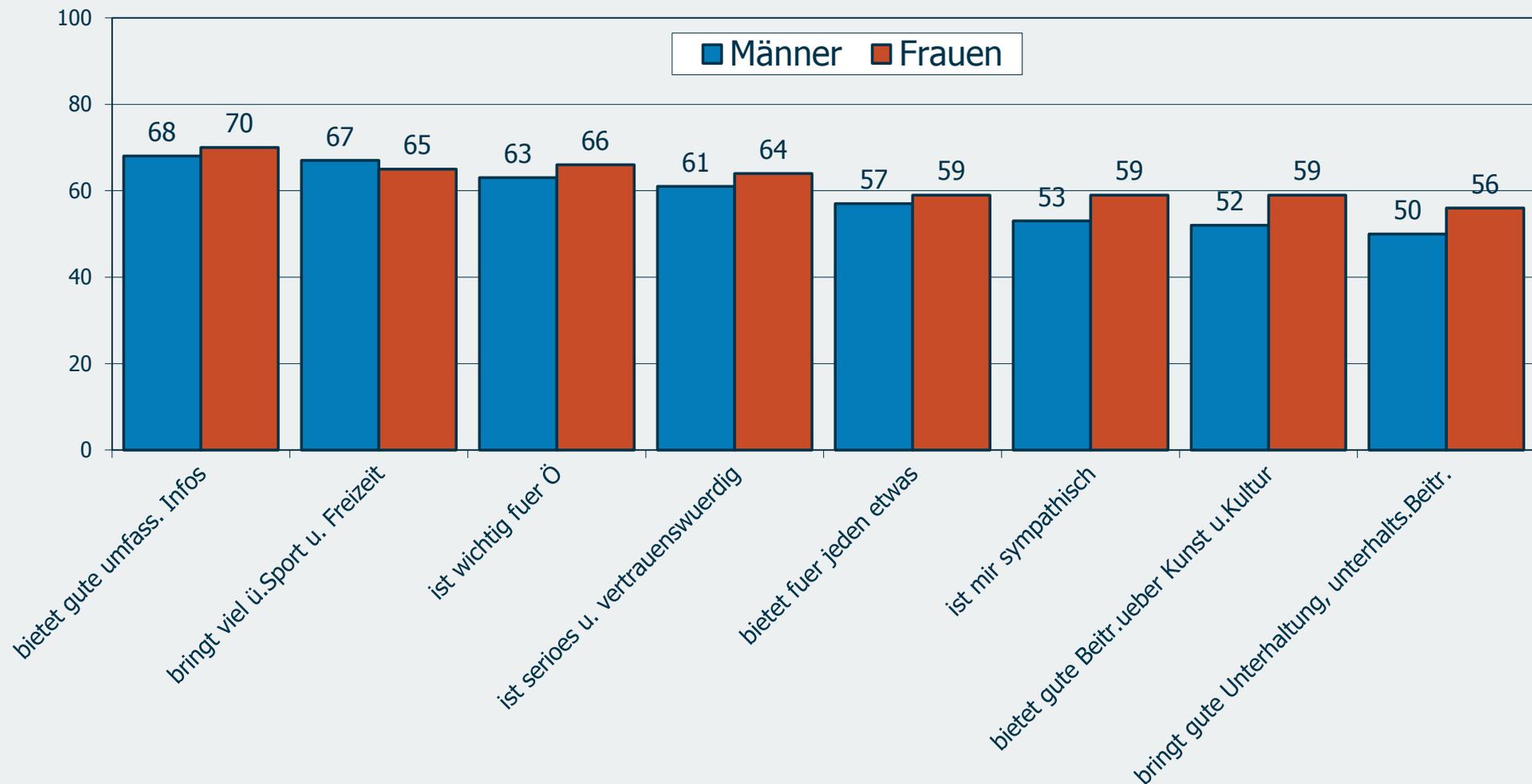
F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



# EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH GESCHLECHT (1)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

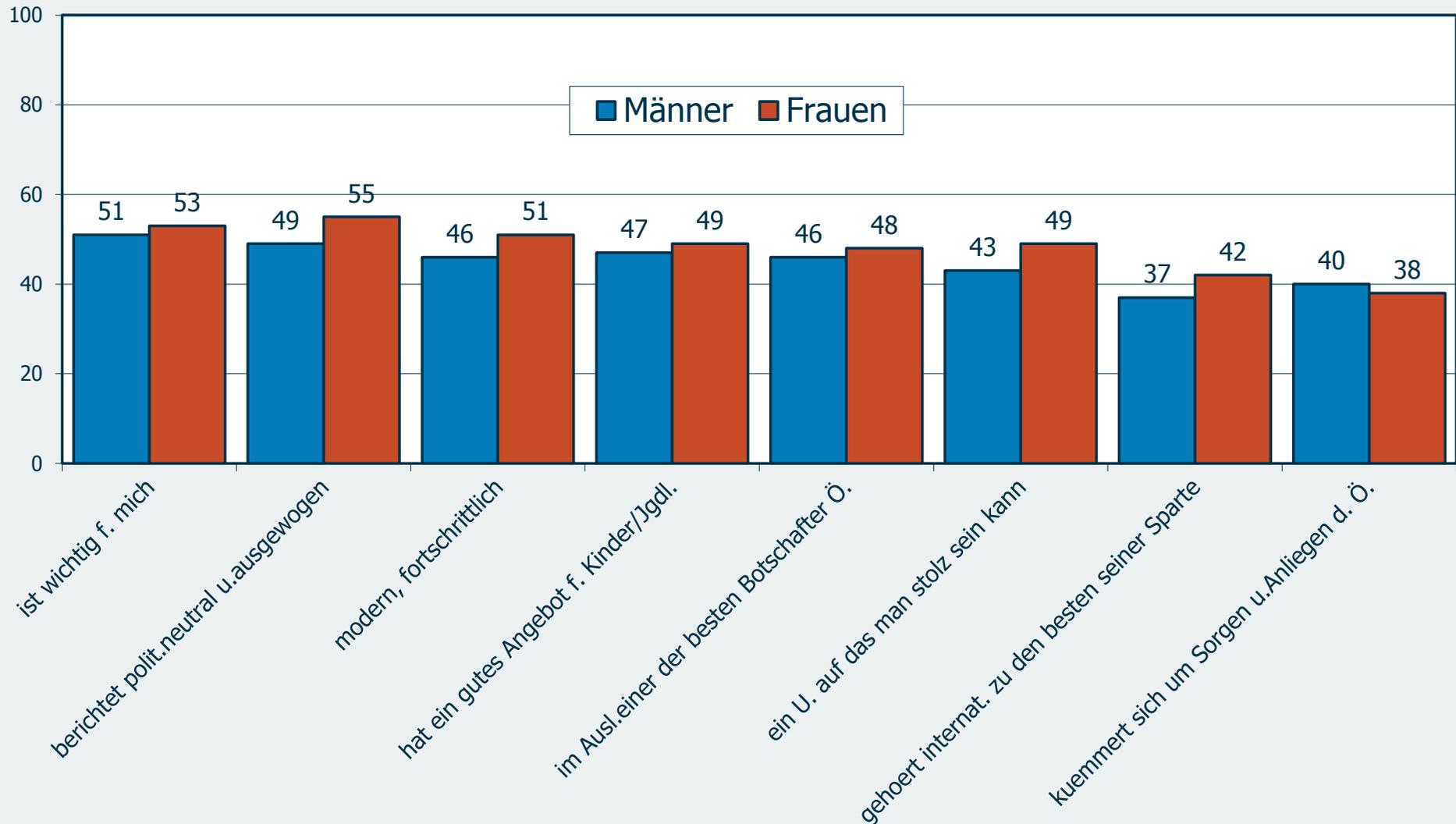
F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



# 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.

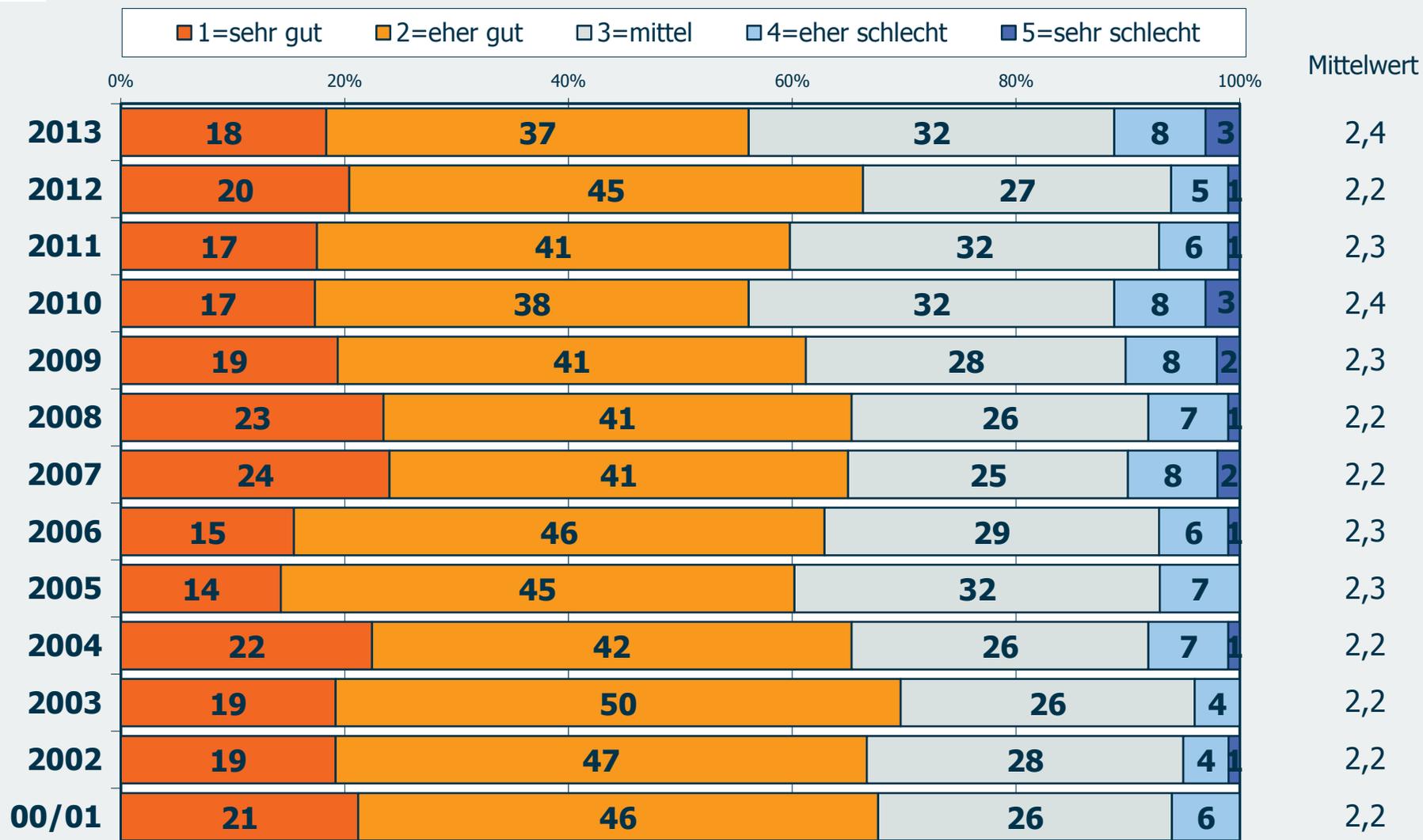


# GESAMTZUFRIEDENHEIT UND VERMISSENSFRAGE

# GESAMTURTEIL ORF – ZEITVERGLEICH

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

Angaben in %

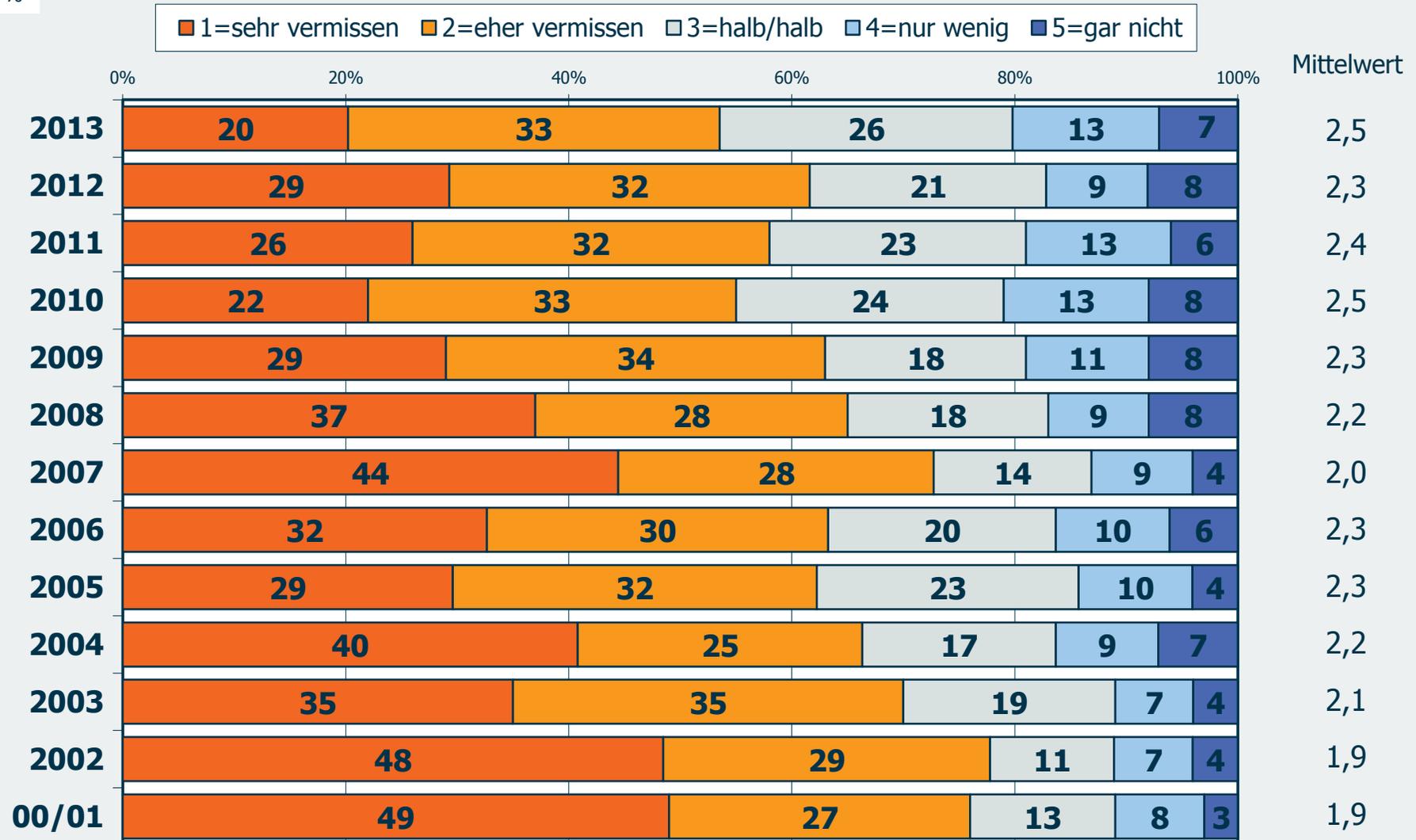


Imagestudien 2000/2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013

# WIE SEHR WÜRDEN MAN DEN ORF VERMISSEN – ZEITVERGLEICH

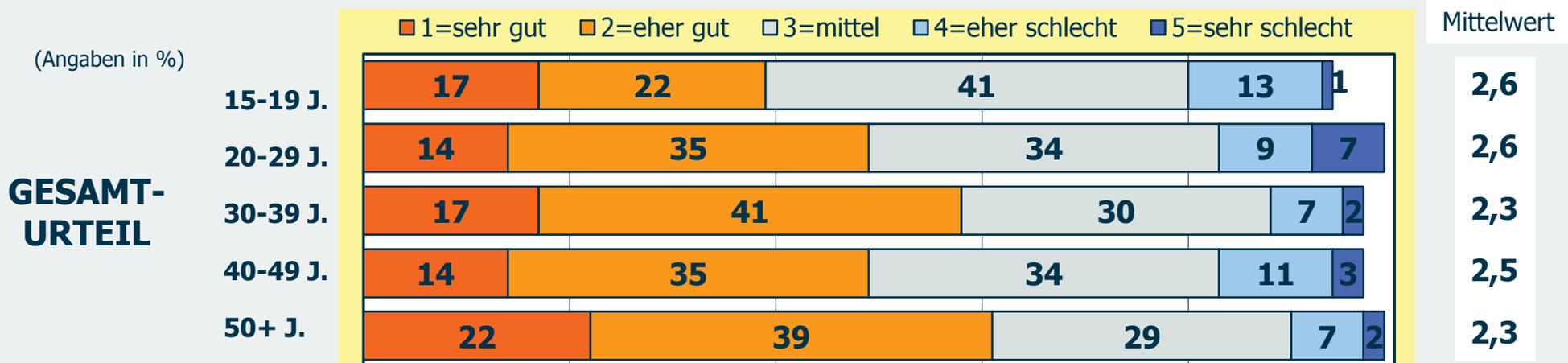
F25: Und angenommen, den ORF gäbe es nicht mehr, er würde aufgelöst werden – würden Sie ihn dann ...

Angaben in %

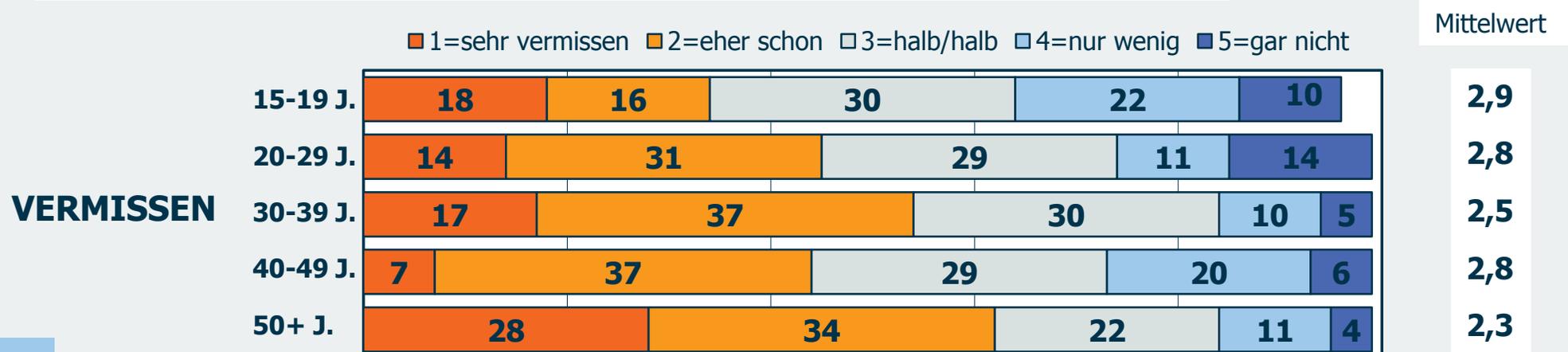


# ORF-BEURTEILUNG: GESAMTURTEIL UND VERMISSENSFRAGE NACH ALTERSGRUPPEN

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

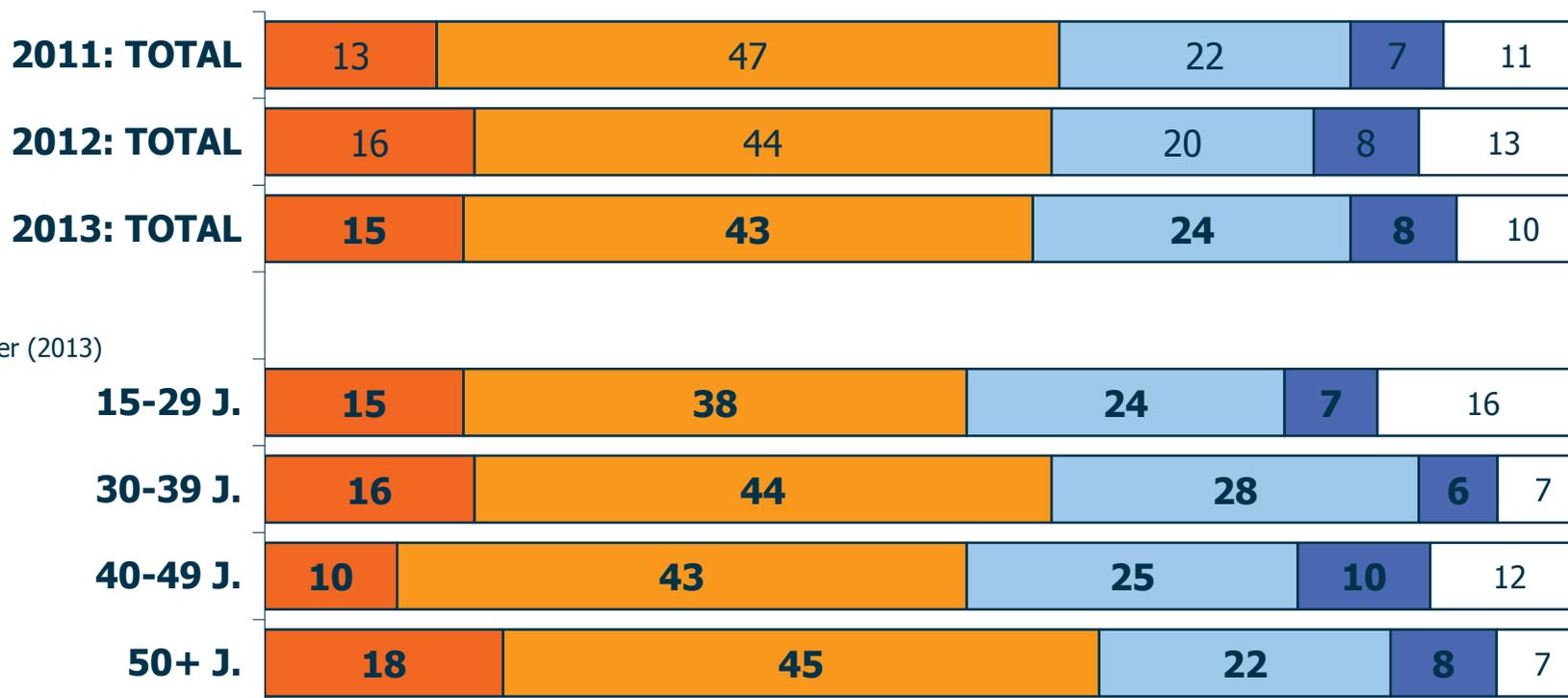
# ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN: VERGLEICH 2011–2013

F26: 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

F26: 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

