

ORF-„Overall-Befragung 2012“

**Repräsentativbefragung der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren:
„Overall-Befragung“
Mai/Juni 2012**

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)																						
FELDDARBEIT	18. Mai 2012 bis 6. Juni 2012																						
VERGLEICHSZEITRAUM	<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 vorliegende ORF-Overall-Befragung 2012 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 Items erfasst.

Mit dieser Konzeption (Zielgruppe: österreichische Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren) geht einher, dass die jährliche Erhebung in Form von persönlichen Interviews (Face-to-Face-Interviews) abgewickelt wird.

Die Stichprobe umfasst 1.000 Österreicher und Österreicherinnen 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 Adresdatenbestand der GfK Austria. Die Feldarbeit sowie die anschließende Datengewichtung wird 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. Die Erhebungsmethode, die zentralen 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

Das thematische Interesse an Medieninhalten wird nach wie vor vom Interesse an Information, gefolgt vom Interesse an Unterhaltung, geprägt. 55 % der Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahren sind nach eigenen Angaben sehr an Information; und 45 % sehr an Unterhaltung als Medieninhalt interessiert. 28 % artikulieren ein großes Interesse an Sport und 16 % an Kultur. Information und Unterhaltung interessieren nahezu jeden; wenn auch in unterschiedlicher Intensität. Die Themenbereiche Sport und Kultur polarisieren; einer Gruppe sehr Interessierter steht jeweils eine vergleichbar große Gruppe an dezidiert Nichtinteressierten gegenüber (etwa ein Fünftel der Bevölkerung: „gar nicht interessiert“).

Zieht man die einzelnen Medien in Betracht, so zeigt sich, dass nach dem Interesse bei Fernsehen, Radio und Internet die Reihenfolge Information → Unterhaltung → Sport → und Kultur gilt, während bei Teletext die Reihenfolge Information → Sport → Unterhaltung → Kultur zutrifft. Im Vergleich zu Fernsehen, Radio und Internet stellt der Teletext ein textbasiertes Medium dar, das primär genutzt wird, um Informationen abzurufen. Das bezieht sich auch auf Informationen über sportliche Ereignisse. Dies erklärt, warum Information und Sport das Interesse an Themenbereichen im Teletext anführen. 53 % der Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahren sind sehr oder eher an Information im Teletext interessiert; 26 % an Sport; 22 % an Unterhaltung und 15 % an Kultur. Fernsehen und Radio haben im Vergleich dazu vielfältigere Interessen zu bedienen. An Information im Fernsehen sind 80 % der Befragten sehr oder eher interessiert; an Unterhaltung 76 %; an Sport 47 % und an Kultur 37 %. Eine ähnliche Größenordnung trifft auch auf das Medium Radio zu. 73 % sind sehr oder eher an Information im Radio interessiert; 69 % an Unterhaltung; 34 % an Sport und 28 % an Kultur.

RESÜMEE (4): HAUPTERGEBNISSE

Das Internet mit breiten und vom User gesteuerten Nutzungsmöglichkeiten hat sich in den letzten Jahren immer mehr vom Trägermedium, das primär informativen (bibliothekarischen) und kommunikativen Zwecken diene, hin zu einer Plattform entwickelt, die in zunehmendem Ausmaß auch zur Unterhaltung genutzt wird. 68 % sind sehr oder eher an Information im Internet interessiert; und 41 % auch an Unterhaltung. Das Thema Sport im Internet interessiert 28 % der Personen mit Internetzugang und der Bereich Kultur 22 %.

Über alle Medien hinweg gilt, dass die Bereiche Information und Unterhaltung bei der gesamten Bevölkerung im Vordergrund stehen. Die Themenbereiche Sport und Kultur interessieren in der Regel ganz bestimmte Gruppen der Bevölkerung; Sport ist vor allem für Männer und jüngere Personen von Interesse; Kultur hingegen für ein eher älteres und höher gebildetes Publikum.

Mit dem Themeninteresse geht einher – wie bereits 2011 erwähnt –, dass die verschiedenen Medien auf Publikumsseite mit unterschiedlichen Ansprüchen und Erwartungen zu tun haben. Je mehr verschiedene Themenbereiche von einem Medium erwartet werden, desto schwieriger ist es im Allgemeinen, diesen Erwartungen vollkommen zu entsprechen. Dies ist der Hintergrund, vor dem letztlich auch die erhobenen Zufriedenheitswerte zu sehen sind. Medien, wie das Fernsehen oder das Radio, die mit ihrem Angebot relativ unspezifischen, aber vielfältigen Ansprüchen gerecht werden müssen (informieren, unterhalten, sportliche und kulturelle Inhalte bieten) stehen in dieser Hinsicht vor einer größeren Herausforderung als Medien wie Internet und Teletext. Das textbasierte Medium Teletext hat primär Informationsbedürfnissen zu entsprechen; so vielfältig diese auch sein mögen; und das Internet als Plattform wiederum ermöglicht dem Nutzer / der Nutzerin die selbstbestimmte und selektive Auswahl jener Inhalte aus der Angebotsvielfalt, die seinem/ihrem Bedürfnis bestmöglich nahe kommen.

RESÜMEE (5): HAUPTERGEBNISSE

Interesse an Themenbereichen in den Medien nach Altersgruppen und Geschlecht

Betrachtet man das Interesse an Themenbereichen nach ausgewählten statistischen Merkmalen, so fällt auf, dass der Bereich INFORMATION zwar in der Gesamtbevölkerung am häufigsten auf Interesse trifft, aber bei unter 30-Jährigen die UNTERHALTUNG subjektiv einen größeren Stellenwert einnimmt. Dies trifft auch zu, wenn es um das Interesse an Themenbereichen in den Medien Fernsehen und Radio geht. 76 % der unter 30-Jährigen sind sehr oder eher an UNTERHALTUNG allgemein interessiert; hingegen „nur“ 63 % an INFORMATION allgemein. An Unterhaltung im Fernsehen sind 72 % der unter 30-Jährigen sehr oder eher interessiert; an Information im Fernsehen 62 %. Ähnlich stellt sich die Situation im Radio dar. 66 % der Jüngeren sind an Unterhaltung im Radio interessiert und 56 % an Information. Bei den Frauen ist das Verhältnis ausgeglichener (81 % sehr oder eher an Unterhaltung allgemein interessiert; 79 % an Information). Unterhaltung im Fernsehen interessiert 78 % der Frauen; Information im Fernsehen 76 %. Im Medium Radio trifft die Unterhaltung bei 71 % der Frauen auf Interesse; die Information bei 70 %. Das Internet und insbesondere der Teletext sind demgegenüber eindeutiger auf die Informationsfunktion festgelegt, obgleich die Mehrheit der unter 30-Jährigen (52 %) auch Interesse an Unterhaltung im Internet bekundet.

Der Themenbereich SPORT interessiert – wie bereits erwähnt – überdurchschnittlich oft jüngere Personen und Männer, und zwar vor allem im Medium Fernsehen. Insgesamt sind 47 % der Befragten sehr oder eher an Sport im Fernsehen interessiert; bei den Männern beträgt der Anteil 68 %; bei den Frauen 27 %; bei den unter 30-Jährigen 53 %; und bei den 50+-Jährigen 45 %. Im Radio trifft der SPORT auf 34 % Interessenten unter den Österreichern und Österreicherinnen ab 15 Jahren; im Internet auf 28 % und im Teletext auf 26 %. Bei den unter 30-Jährigen und bei den Männern sind diese Prozentwerte signifikant höher. Ausgenommen davon ist das Interesse an Sport im Teletext, das bei unter 30-Jährigen mit 26 % durchschnittlich ausfällt.

RESÜMEE (6): HAUPTERGEBNISSE

KULTUR trifft bei 37 % der Befragten auf grundsätzliches Interesse. Ebenso viele geben an, dass sie an Kultur im Fernsehen interessiert sind (37 %). Im Radio fällt der Anteil mit 28 % an Kultur Interessierten etwas geringer aus; liegt aber noch deutlich über dem Anteil derjenigen, die im Internet (22 %) oder im Teletext (15 %) an Kultur interessiert sind. Generell gilt, dass das Interesse an Kultur mit zunehmendem Alter und zunehmender Bildung höher ausfällt. Und ebenso gilt, dass Frauen signifikant häufiger an Kultur interessiert sind als die Männer. 30 % der unter 30-Jährigen, aber 44 % der 50+-Jährigen haben grundsätzliches Interesse an Kultur. Unter den Männern sind 32 % an Kultur interessiert; unter den Frauen hingegen 42 %. Ähnlich fallen auch die Relationen aus, wenn man das Kulturinteresse im Zusammenhang mit den einzelnen Medien betrachtet.

8 von 10 Befragten sind – allgemein gesehen – an INFORMATION interessiert. Information ist bei der Gesamtheit der Bevölkerung der am häufigsten interessierende Themenbereich; unabhängig davon, welches Medium betrachtet wird. Eine Ausnahme stellt hier das Segment der unter 30-Jährigen dar. In dieser Altersgruppe ist das Interesse an Information – im Zeitverlauf gesehen – deutlich zurückgegangen. Abgesehen vom Internet, dessen Informationswert auch bei jüngeren Usern aufrechterbleibt, betrifft dies alle hier berücksichtigten Medien. 62 % der unter 30-Jährigen – im Vergleich zu 88 % der 50+-Jährigen sind am Themenbereich Information im Fernsehen interessiert. Im Medium Radio beträgt das Verhältnis 56 % (an Information im Radio interessierte unter 30-Jährige) zu 78 % (50+-Jährige); im Internet 68 % zu 62 % und im Teletext 44 % (an Information im Teletext interessierte unter 30-Jährige) zu 51 %.

Auffallend im Hinblick auf die Interessenlage bei den Themenbereichen in Medien ist außerdem, dass mittlere Altersgruppen (30-49 Jahre) häufiger an Informationen oder an Sport im Medium Teletext interessiert sind als andere Alterssegmente.

RESÜMEE (7): HAUPTERGEBNISSE

Interesse an und Zufriedenheit mit den Themenbereichen in den Medien

Ein Kernstück der Overall-Befragung stellt die Messung der Zufriedenheit mit den verschiedenen Themenbereichen in den einzelnen ORF-Medien dar. So wie das Themeninteresse wurde auch die Zufriedenheit in Form einer 5-stufigen Skala festgehalten (1,0=sehr zufrieden; 5,0=gar nicht zufrieden). Dies ermöglicht den direkten Vergleich von „Top-Box-Anteilen“ (sehr zufrieden / sehr interessiert) und/oder Mittelwerten. Wie bereits 2011 liegt die Information nach dem Interesse an erster Stelle; vor Unterhaltung, Sport und Kultur. Im Ranking nach der Zufriedenheit ist der Bereich Unterhaltung an dritter Stelle platziert und Sport an zweiter Position. Am häufigsten sind die Befragten demnach 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 Besonderheit liegt insofern vor, als im Medium Radio die Unterhaltung wie bei der Interessenfrage hinter der Information an zweiter Stelle platziert ist. Vom Radio abgesehen gilt aber, dass zwischen dem Anteil an Unterhaltungsinteressierten und jenem Anteil, der damit zufrieden ist, eine Lücke klafft. Unterhaltungsbedürfnisse sind so verschieden wie die Menschen, die sich Unterhaltung erwarten, und differieren darüber hinaus auch je nach Situation, in der Unterhaltungsansprüche auftreten (Entspannungswunsch, Lust auf Abenteuer, abschalten, aufregen, ...). Dementsprechend schwierig ist es für ein Medium, den Bedürfnissen treffsicher gerecht zu werden. Im Hinblick auf Unterhaltung ist quasi per se vorprogrammiert, dass unerfüllte Wünsche bestehen bleiben.

Positiv zu vermerken ist generell, dass bei allen Medien jene Themenbereiche, die am häufigsten interessieren, auch am häufigsten als zufriedenstellend beurteilt werden. 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 (8): HAUPTERGEBNISSE

Neben dem Themenbereich Unterhaltung wird die Kultur in den einzelnen ORF-Medien am seltensten als zufriedenstellend erlebt. Es ist auch jener Themenbereich, der die Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahre am seltensten interessiert. Das Interesse an Kultur fällt – wie anfangs skizziert – sehr zielgruppenspezifisch aus; als kulturinteressiert gelten nach eigenen Angaben eher ältere Personengruppen sowie Personen, die über eine höhere Bildung verfügen. Diese Bevölkerungssegmente zählen zugleich zu jenen Gruppierungen, die in vielerlei Hinsicht kritischer und anspruchsvoller sind bzw. bereitwilliger Kritik äußern.

42 % der Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahren und damit exakt der gleiche Prozentsatz wie im Vorjahr sind sehr oder eher mit Kultur im Fernsehen zufrieden; 21 % sind weder zufrieden noch unzufrieden; 10 % sind unzufrieden und 26 % enthalten sich einer Beurteilung. Bei den Medien Radio, Internet und Teletext fällt die Zufriedenheitsverteilung ähnlich aus; zwischen 30 % und 40 % Zufriedene; knapp 20 % Unentschiedene und etwas weniger als 10 % Unzufriedene. Der verbleibende Rest, zumeist die Mehrheit der Befragten, gibt kein Urteil ab, sondern enthält sich der Stimme. Eine Stimmenthaltung tritt vor allem bei Kultur im Internet und Kultur im Teletext auf. Insgesamt sind die Resultate hinsichtlich der Zufriedenheit mit der Kultur in den Medien im Zeitverlauf gesehen äußerst stabil.

Sport ist ebenfalls ein Themenbereich, der nicht die Gesamtheit der Population interessiert, sondern bestimmte Bevölkerungsgruppen; nämlich vorwiegend Männer und jüngere Personen. Im Unterschied zur Zufriedenheit mit der gebotenen Kultur in den Medien ist der Anteil der Zufriedenen mit dem Sport in aller Regel größer als der Anteil, der daran interessiert ist. Das in den Medien Gebotene bezüglich Sport trifft folglich auf relativ großen Anklang; sieht man davon ab, dass etwa ein Drittel der Gesamtbevölkerung kein Interesse an Sport als Medieninhalt hat. Sport ist ein thematischer Bereich, für den insbesondere auch das Medium Teletext bedeutsam ist. Teletextnutzer und -nutzerinnen beanspruchen das Medium häufig, um sich Informationen über Sport zu verschaffen und sind mit dem diesbezüglich Gebotenen überaus zufrieden (46 % der Nutzer von ORF TELETEXT-Seiten: mit Sport im Teletext sehr/eher zufrieden; 16 % indifferent; 6 % unzufrieden; 32 % keine Angabe).

RESÜMEE (9): HAUPTERGEBNISSE

Information und Unterhaltung stellen – verglichen mit den „Nischenthemen“ Sport und Kultur – Bereiche dar, die in der Bevölkerung auf breites Interesse treffen. Doch während die informative Funktion der Medien relativ klar und eindeutig definierbar ist, trifft die Unterhaltung als Medienangebot auf Ansprüche und Erwartungen, die äußerst vielfältig und breit gefächert sind. Unterhaltende Ansprüche richten sich mittlerweile auf alle Medien, wenn auch der Schwerpunkt der Unterhaltung in den Medien Fernsehen und Radio zu liegen kommt. Rund drei Viertel der Österreicher und Österreicherinnen interessieren sich für Unterhaltung im Fernsehen und/oder im Radio; immerhin 41 % sind auch an Unterhaltung im Internet und 22 % an Unterhaltung im Teletext interessiert. Verglichen mit 2011 hat die Zufriedenheit mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen von 55 % auf 60 % (sehr/eher zufrieden) signifikant zugenommen. Der Anteil der Zufriedenen mit der Unterhaltung im Radio ging hingegen leicht zurück; liegt aber weiterhin noch über dem Niveau von 2010 (2012: 62 % sehr/eher zufrieden; 2011: 65 %; 2010: 59 %).

Im ORF-Internet hält sich der Anteil der Personen, die an Unterhaltung im Internet interessiert sind (41 % sehr/eher interessiert) mit jenem, der damit auch zufrieden ist (42 %) annähernd die Waage. An Unterhaltung im Teletext sind gegenwärtig 22 % der Befragten interessiert. Zufrieden mit dem diesbezüglich Gebotenen im ORF TELETEXT sind 32 %; und damit geringfügig weniger als in den Vorjahren (2011: 36 %; 2010: 34 %).

Information in den Medien interessiert die überwiegende Mehrheit der Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahren. 80 % sind sehr oder eher an Information im Fernsehen; 73 % an Information im Radio; 68 % an Information im Internet (Basis: hat Internetzugang) und 53 % an Information im Teletext (Basis: hat Teletextzugang) interessiert. Allerdings fällt auf, dass das Interesse an Information in den einzelnen Medien im Zeitablauf gesehen etwas rückläufig ist. Die Zufriedenheit mit der Information in den ORF-Medien fällt durchwegs positiv aus; die Durchschnittswerte auf der 5-stufigen Skala (1,0=sehr zufrieden; 5,0=gar nicht zufrieden) betragen 1,8 (für Information im Fernsehen, im Internet und im Teletext) und 1,7 (für Information im ORF-Radio) und liegen damit nahe am positiven Skalenpol.

RESÜMEE (10): HAUPTERGEBNISSE

In Quantitäten ausgedrückt sind zwischen 68 % (Information im Internet bei ORF-Internet-Nutzern und -nutzerinnen) und 75 % (Information im ORF-Fernsehen) mit dem Gebotenen sehr oder eher zufrieden (Information im ORF TELETEXT unter ORF TELETEXT-Nutzern und -nutzerinnen: 69 %; Information im ORF-Radio: 69 %).

Zusammenfassend sei erwähnt, dass die Zufriedenheit mit den einzelnen Themenbereichen in den ORF-Medien durchwegs hoch ausfällt. Die diesbezüglichen Mittelwerte auf der 5-stufigen Skala reichen von 1,7 (Information im Radio) bis hin zu 2,5 (Kultur im Teletext). Die über alle ORF-Medien bzw. über alle Themenbereiche errechneten Durchschnittswerte auf der 5-stufigen Skala liegen jeweils bei 2,1. Das entspräche in einem Schulnotenschema ausgedrückt der Note „gut“.

Zieht man überdies nur jene zur Beurteilung heran, die am entsprechenden Themenbereich interessiert sind, so nehmen die Anteile der damit Zufriedenen deutlich zu. 85 % der sehr an Sport Interessierten und 75 % der eher an Sport Interessierten sind mit dem Sportangebot im ORF-Fernsehen sehr oder eher zufrieden. Je größer also das Interesse am jeweiligen Themenbereich ist, desto häufiger wird das Gebotene auch positiv beurteilt. Negative oder indifferente Urteile stammen also zumeist von Personen, die dem Themenbereich relativ wenig abgewinnen können. Somit bezieht sich die fallweise vorhandene Unzufriedenheit weniger auf das inhaltlich Gebotene als vielmehr darauf, dass der entsprechende Themenbereich überhaupt Berücksichtigung findet.

Verglichen mit dem Vorjahr liegen die Ergebnisse im Hinblick auf die Zufriedenheit mit einzelnen Themenbereichen in diversen ORF-Medien zumeist gleichauf oder verweisen auf eine tendenzielle Verbesserung. Ungebrochen bleibt auch, dass sich der Anteil der dezidiert Unzufriedenen weiterhin in engen Grenzen hält.

RESÜMEE (11): HAUPTERGEBNISSE

Eigenschaftsbeurteilung

Die positive Entwicklung bei den Kennwerten zur Zufriedenheit mit Themenbereichen in den ORF-Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext schlägt sich auch im ORF-Image nieder; beispielsweise darin, dass dem ORF 2012 häufiger als im Vorjahr attestiert wird, dass er „unterhaltsame Beiträge, gute Unterhaltung“ bietet (62 % vgl. mit 59 % 2011). Insgesamt wird das ORF-Image in der Overall-Befragung anhand von 16 vorgegebenen und positiv formulierten Statements gemessen, für die jeweils anzugeben ist, wie sehr sie auf den ORF zutreffen (1,0=trifft völlig zu; 5,0=trifft überhaupt nicht zu). Hat bereits die Erhebung 2011 gegenüber den Ergebnissen von 2010 eine Imageverbesserung festgestellt, so tritt 2012 im Wesentlichen eine weitere Imageoptimierung zutage.

Die deutlichste Verbesserung geht mit dem Statement einher, dass der ORF „im Ausland einer der besten Botschafter für Österreichs Kultur, Landschaft und Lebensart ist“ (von 50 % 2011 auf 55 % 2012). An zweiter Stelle hinsichtlich der Zuwachsraten steht die politische Ausgewogenheit und Neutralität, die dem ORF gegenwärtig von 57 % der Befragten attestiert wird, während es 2011 53 % waren. Zugenommen hat auch die Zuschreibung von Seriosität und Vertrauenswürdigkeit (67 % vgl. mit 65 % 2011 oder 62 % 2010). Dieser Imageaspekt stellt aus Bevölkerungssicht – gemeinsam mit den Maßzahlen für „bietet gute, umfassende Informationen“ (75 % Zustimmung), „ist wichtig für Österreich“ (70 % Zustimmung), „bringt viel über Sport und Freizeit“ (68 % Zustimmung), „bietet für jeden etwas“ (66 % Zustimmung), sowie „ist mir sympathisch“ (65 % Zustimmung) den Kern des ORF-Images dar. Die geringsten Zustimmungsraten betreffen die Statements „gehört international zu den besten seiner Sparte“ (47 %) und „kümmert sich um Sorgen und Anliegen der Österreicher“ (42 %).

RESÜMEE (12): HAUPTERGEBNISSE

Zufriedenheit

Sowohl die Zufriedenheit mit den einzelnen Themenbereichen in den jeweiligen ORF-Medien als auch das Image des ORF nehmen in der Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren eine erfreuliche Entwicklung. Der Anteil der Zufriedenen mit den einzelnen Themenbereichen in den ORF-Medien verbleibt auf einem relativ hohen Niveau und die einzelnen Imagefacetten erzielen gleich hohe oder höhere Zustimmungsraten wie im Vorjahr.

Das ebenfalls mit einer 5-stufigen Skala (1,0=sehr gut; 5,0=sehr schlecht) abgefragte Gesamturteil über den ORF bestätigt die positive Entwicklung. 65 % der Österreicher und Österreicherinnen ab 15 Jahren geben an, dass der ORF alles in allem gesehen seine Sache sehr gut bzw. eher gut absolviert; 27 % sind diesbezüglich neutral und negativ äußern sich lediglich 6 % (5 % eher schlecht; 1 % sehr schlecht). Zum Vergleich: 2010 waren es 55 % und 2011 58 %, die dem ORF ein positives Urteil ausstellten, während 7 % (2011) bzw. 11 % (2010) diesbezüglich kritisch waren. Etwas abgeschwächt zeigt sich die positive Entwicklung auch in den Antworten auf die Frage, ob man den ORF im Falle einer Auflösung vermissen würde. 61 % verglichen mit 58 % im Jahr 2011 würden den ORF im Fall einer Auflösung derzeit sehr oder eher vermissen; 17 % haben nur geringe oder gar keine Vermissensängste.

RESÜMEE (13): 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 (16 % voll und ganz; 44 % eher schon).

28 % der Österreicher und Österreicherinnen sind diesbezüglich eher skeptisch (20 % 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.

Verglichen mit den Erhebungen von 2009 und 2011 ist anzumerken, dass gegenwärtig gleich viele Personen die Erfüllung des diesbezüglichen Programmauftrags anerkennen, als dies 2011 der Fall war, aber gegenüber 2009 hat sich die diesbezügliche Wahrnehmung tendenziell verbessert (2009: 58 % ORF erfüllt diesen Programmauftrag; 2011: 60 %; 2012: 60 %).

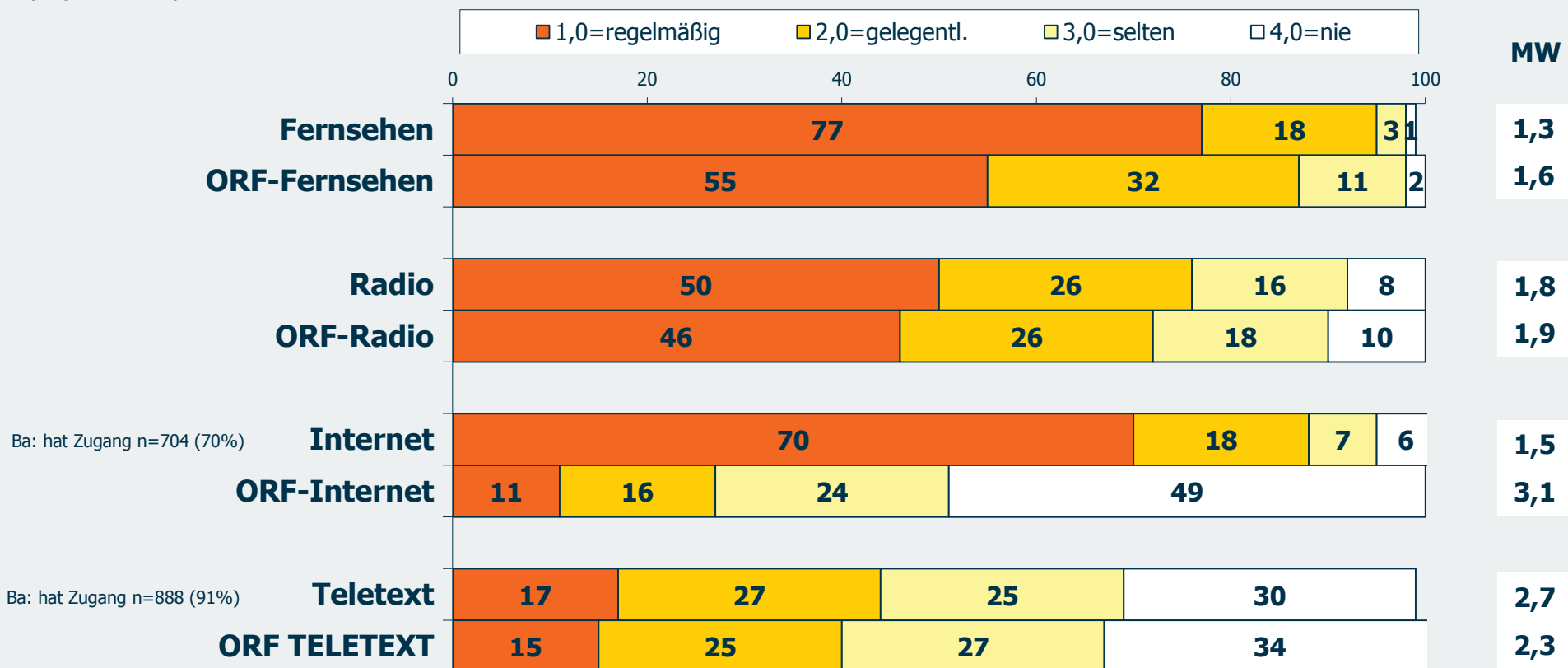
**Im Fragebogen war keine Definition von „anspruchsvoll“ vorgegeben. Was konkret unter „anspruchsvoll“ zu verstehen war, blieb dem Interpretationsspielraum der Befragten überlassen. Für die Interviewer gab es diesbezüglich die explizite Anweisung, im Fall von Nachfragen/Rückfragen seitens der befragten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

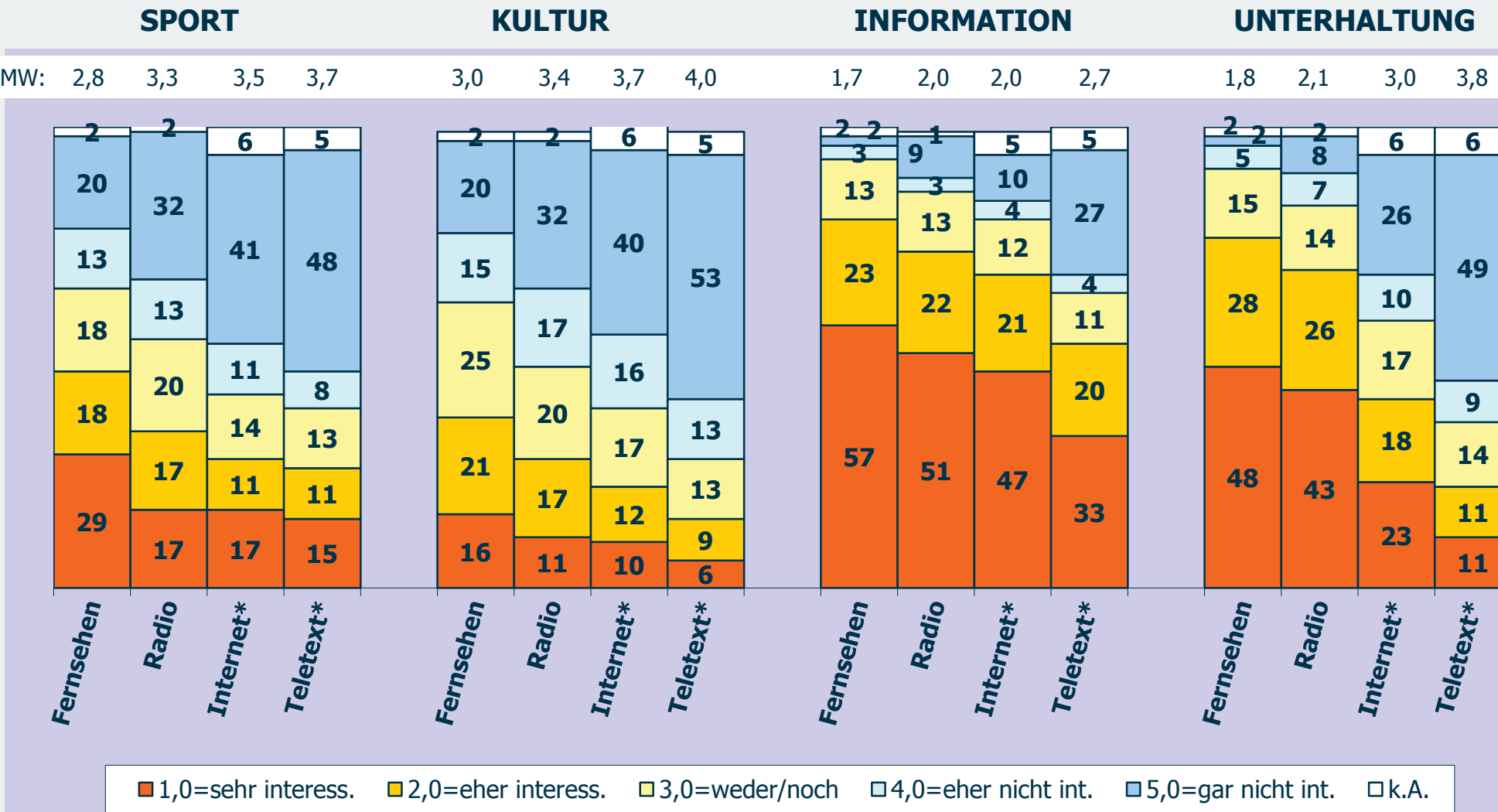
(Angaben in %)



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 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 ...								
an SPORT	33	24	21	13	21	8	18	11
an KULTUR	14	19	9	13	10	10	6	7
an INFORMATION	49	67	48	55	50	41	36	30
an UNTERHALTUNG	49	46	46	40	25	17	10	10

(TOP-Box: Anteil „sehr interessiert“)

*Basis: hat Internetzugang: n=704

*Basis: hat Teletextzugang: n=888

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=704

* Teletext: Basis: hat Zugang: 91%; n=888

Interesse an		TOTAL	Bis 29 J.	30-49 J.	50+ Jahre	MÄNNER	FRAUEN
SPORT	Allgemein	45	53	48	39	67	25
	Im Fernsehen	47	53	46	45	68	27
	Im Radio	34	39	36	30	48	21
	Im Internet	28	37	31	17	38	17
	Im Teletext	26	26	32	21	39	15
KULTUR	Allgemein	37	30	33	44	32	42
	Im Fernsehen	37	28	32	46	32	41
	Im Radio	28	18	28	33	24	31
	Im Internet	22	19	22	24	17	26
	Im Teletext	15	10	15	20	15	17
INFORMATION	Allgemein	81	63	81	90	83	79
	Im Fernsehen	80	62	80	88	83	76
	Im Radio	73	56	77	78	76	70
	Im Internet	68	68	72	62	68	68
	Im Teletext	53	44	59	51	57	49
UNTERHALTUNG	Allgemein	76	76	78	73	71	81
	Im Fernsehen	76	72	77	77	73	78
	Im Radio	69	66	71	69	67	71
	Im Internet	41	52	40	30	38	44
	Im Teletext	22	18	22	23	21	22

THEMENINTERESSE IN MEDIEN – Vergleich 2004–2012

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								
	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
An ...																		
SPORT	29	33	34	31	35	31	30	26	30	17	24	19	22	24	20	21	18	19
KULTUR	16	16	17	19	18	12	13	10	19	11	13	12	14	12	10	10	8	12
INFORMATION	57	60	61	64	64	62	60	59	65	51	56	55	58	59	62	60	53	60
UNTERHALTUNG	48	47	54	56	53	56	51	44	49	43	45	44	48	50	50	45	40	42

Sehr interessiert an ... / im ...	im INTERNET*									im TELETEXT*								
	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
An ...																		
SPORT	17	19	21	18	13	15	13	13	13	15	19	16	17	18	21	18	17	19
KULTUR	10	9	10	10	9	9	7	6	7	6	6	5	6	5	5	4	3	5
INFORMATION	47	55	57	56	57	61	53	43	49	33	36	34	42	40	42	41	37	44
UNTERHALTUNG	23	24	27	24	18	20	13	16	14	11	11	12	11	6	8	7	5	7

*Basis: hat Internetzugang; 70%; n=704

*Basis: hat Teletextzugang; 91%; n=888

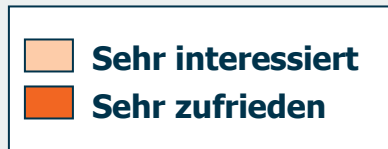
THEMENBEREICHE IN DEN MEDIEN: Interesse und Zufriedenheit

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?

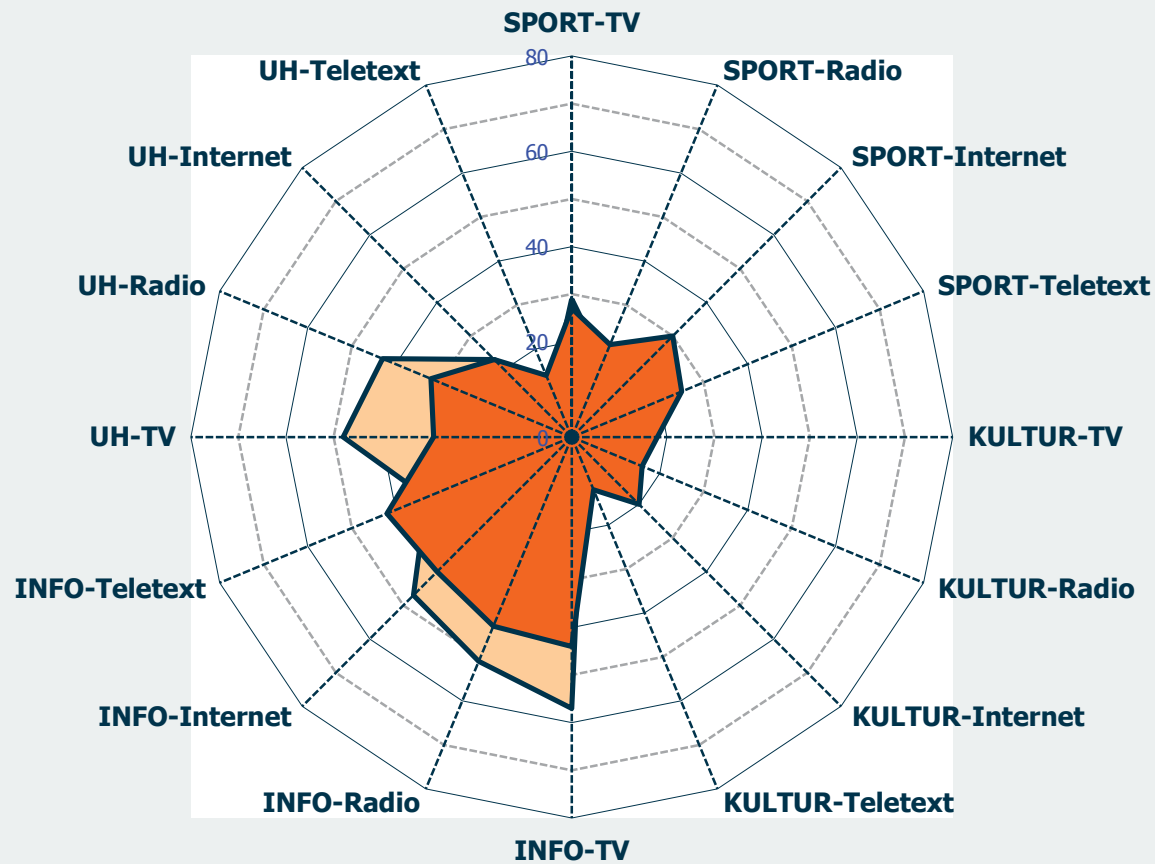
(Mittelwerte)		INTERESSE 1,0=sehr interess., 5,0= gar nicht interess.	ZUFRIEDENHEIT 1,0=sehr zufr., 5,0=überhaupt nicht zufr.
ORF-FERNSEHEN	SPORT	2,8	2,1
	KULTUR	3,0	2,3
	INFORMATION	1,7	1,8
	UNTERHALTUNG	1,8	2,2
ORF-RADIO	SPORT	3,3	2,2
	KULTUR	3,4	2,4
	INFORMATION	2,0	1,7
	UNTERHALTUNG	2,1	2,0
ORF-INTERNET <i>Basis: hat Internet-Zugang (70 %)</i>	SPORT	3,5	1,9
	KULTUR	3,7	2,2
	INFORMATION	2,0	1,8
	UNTERHALTUNG	3,0	2,2
ORF TELETEXT <i>Basis: hat Teletext-Zugang (91 %)</i>	SPORT	3,7	2,1
	KULTUR	4,0	2,5
	INFORMATION	2,7	1,8
	UNTERHALTUNG	3,8	2,4

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?



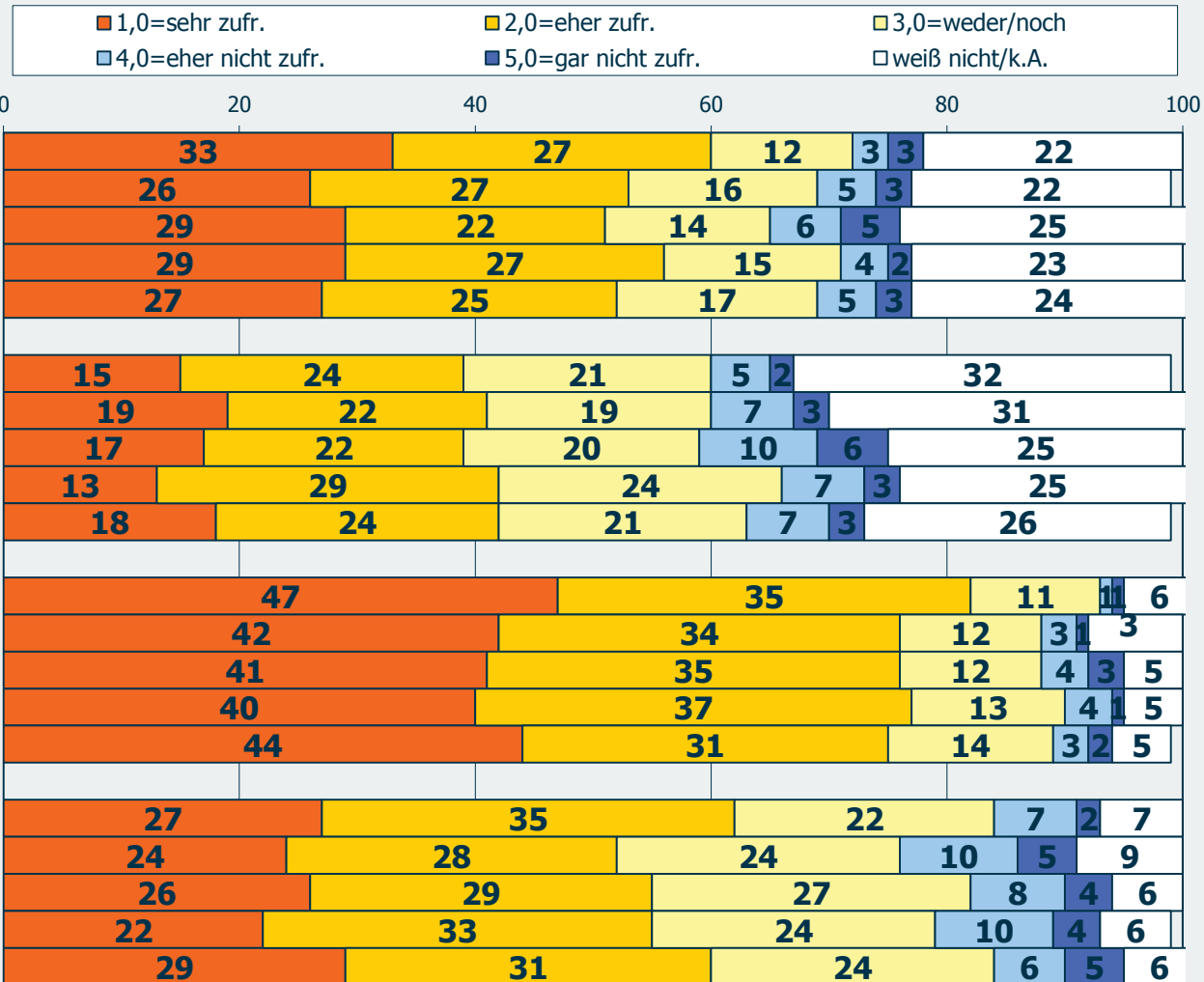
Teletext: Basis: nutzt ORF-Teletext 67 %
Internet: Basis: nutzt ORF-Internet 48 %



ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Fernsehen: Vergleich 2008–2012

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 %)

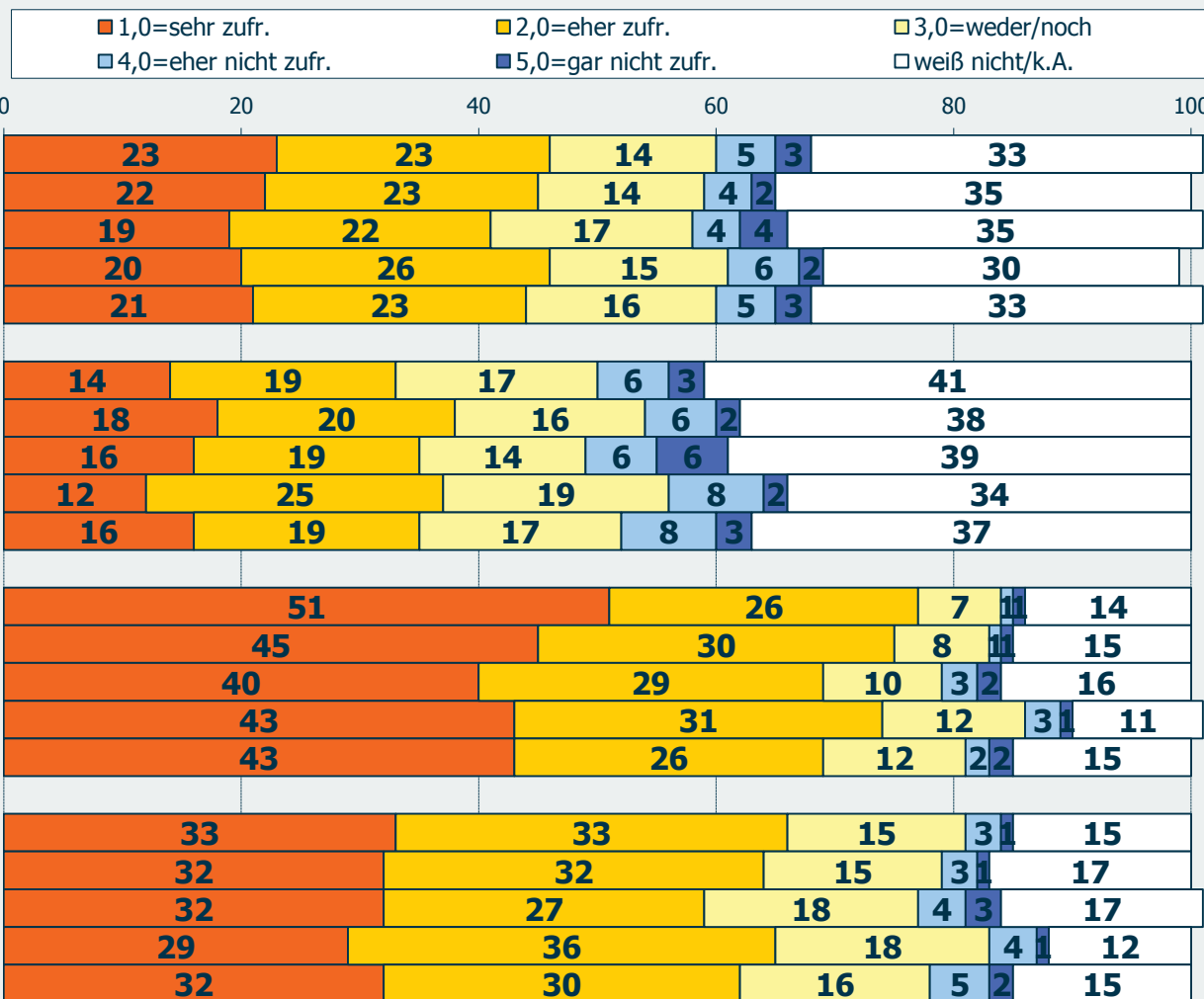


Quelle: Overall-Befragung 2012, CAPI, n=1000, Erw. 15+, 18.05.- 06.06.12; ORF-Overall-Befragung CAPI 2008-2011; österr. Bev. ab 15 J.; n=1.000

ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Radio: Vergleich 2008–2012

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

(Angaben in %)



MW

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

2,4
2,3
2,5
2,4
2,4

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

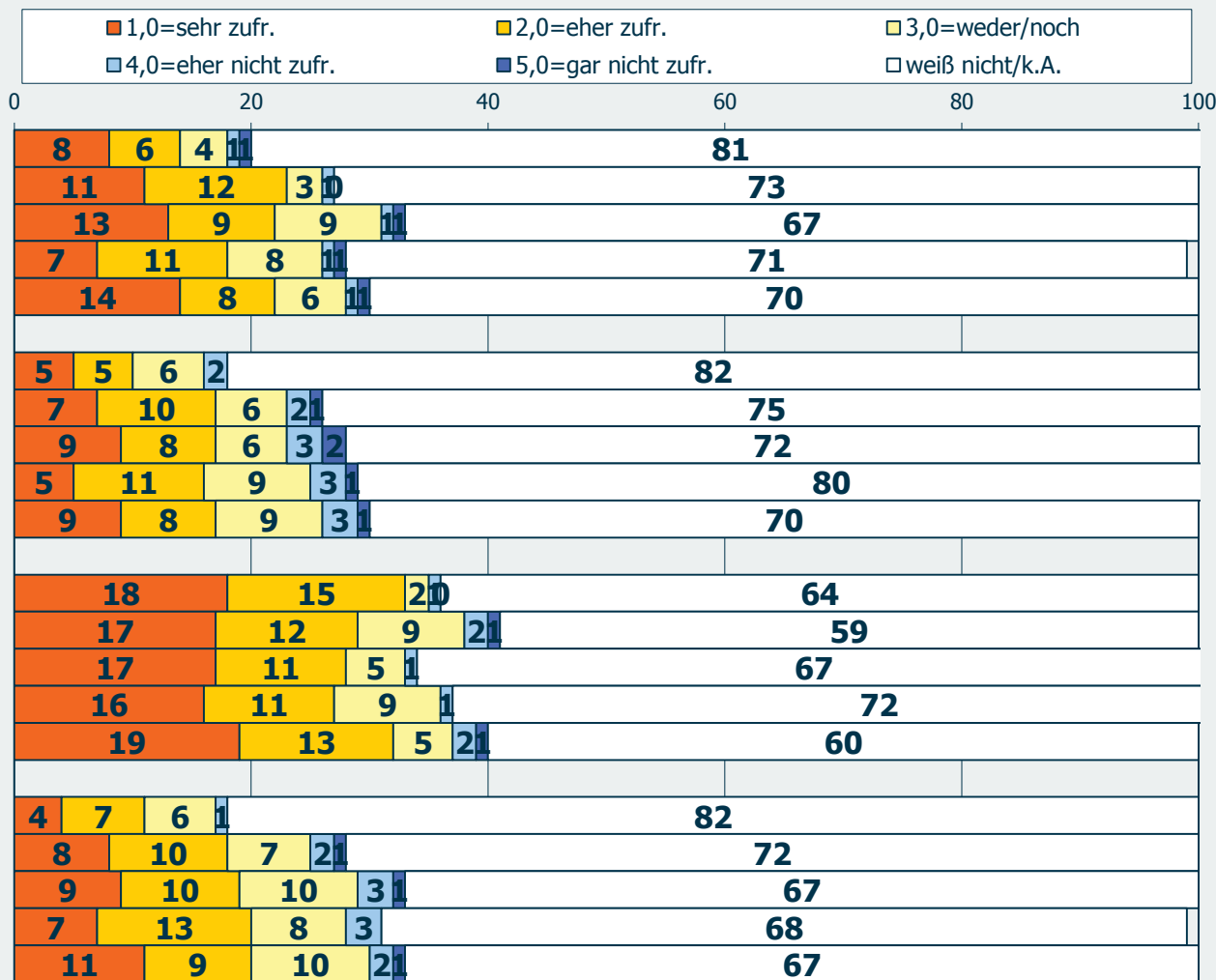
1,9
1,9
2,0
2,0
2,0

ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2008–2012

Basis: **Internetzugang vorhanden** (2008: 64 %; 2009: 67 %; 2010: 63 %; 2011: 70 %; 2012: 70 %)

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

(Angaben in %)



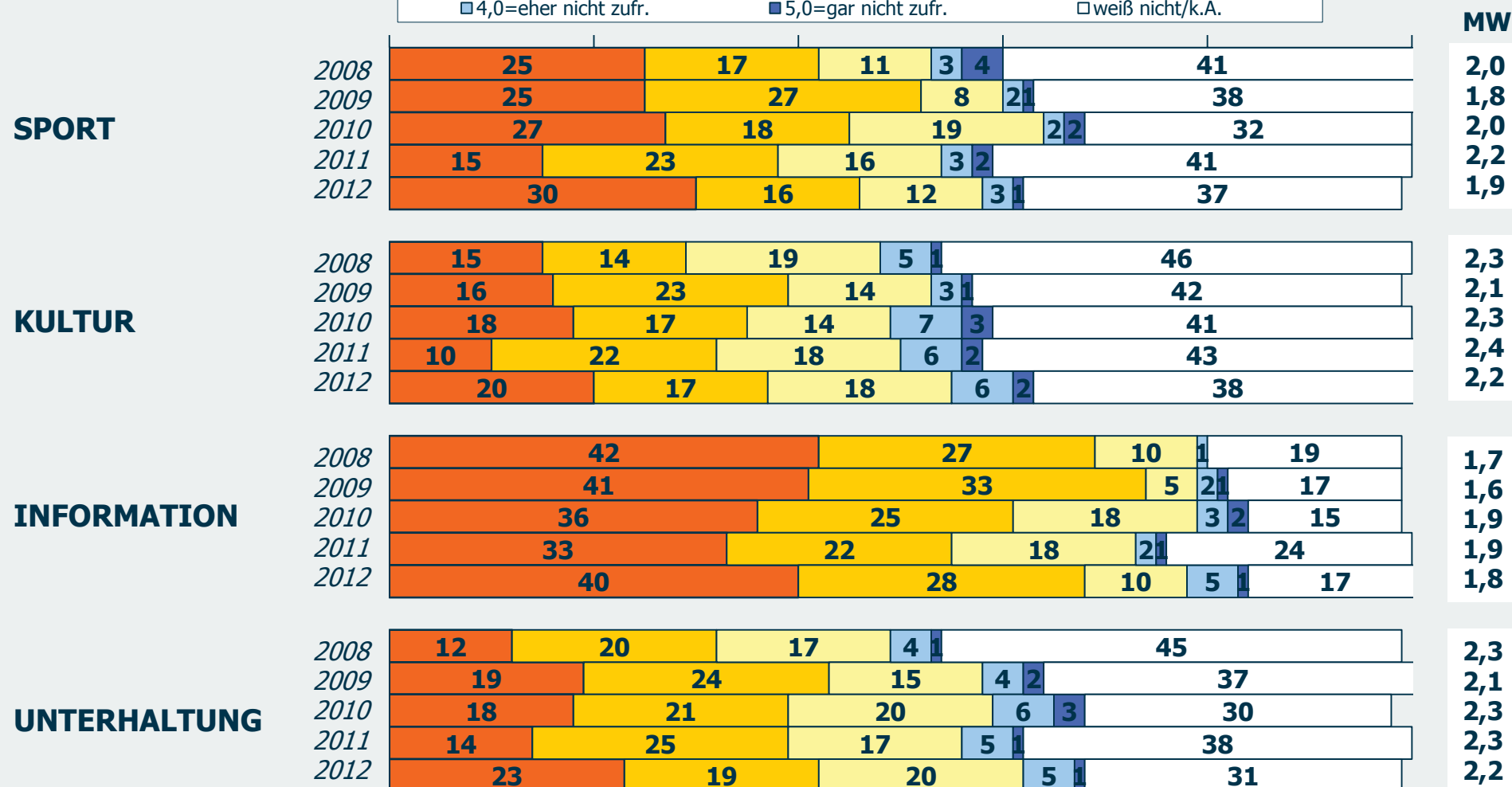
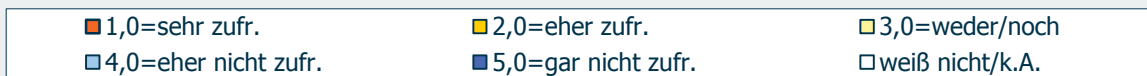
Quelle: Overall-Befragung 2012, CAPI, n=1000, Erw. 15+, 18.05.- 06.06.12; ORF-Overall-Befragung CAPI 2008-2011; österr. Bev. ab 15 J.; n=1.000

ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF-Internet: 2008–2012

Basis: Nutzer von ORF-Internetseiten (2008: 29 %; 2009: 30 %; 2010: 30 %, 2011: 35 %; 2012: 48 %)

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

(Angaben in %)

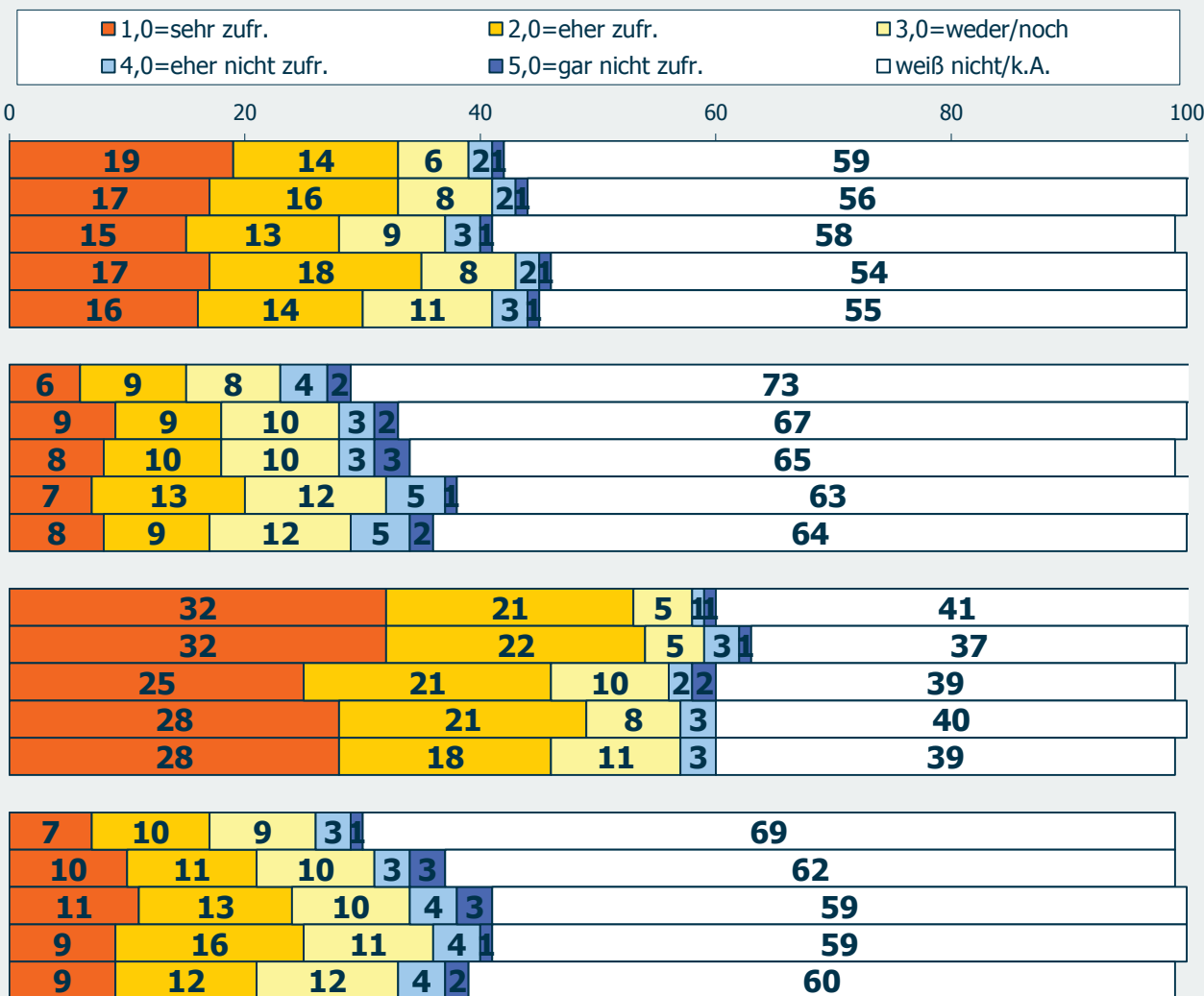


Zufriedenheit mit Themen im ORF TELETEXT: 2008–2012

Basis: Teletextzugang vorhanden (2008: 88 %, 2009: 90 %; 2010: 92 %; 2011: 93 %; 2012: 91 %)

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

(Angaben in %)



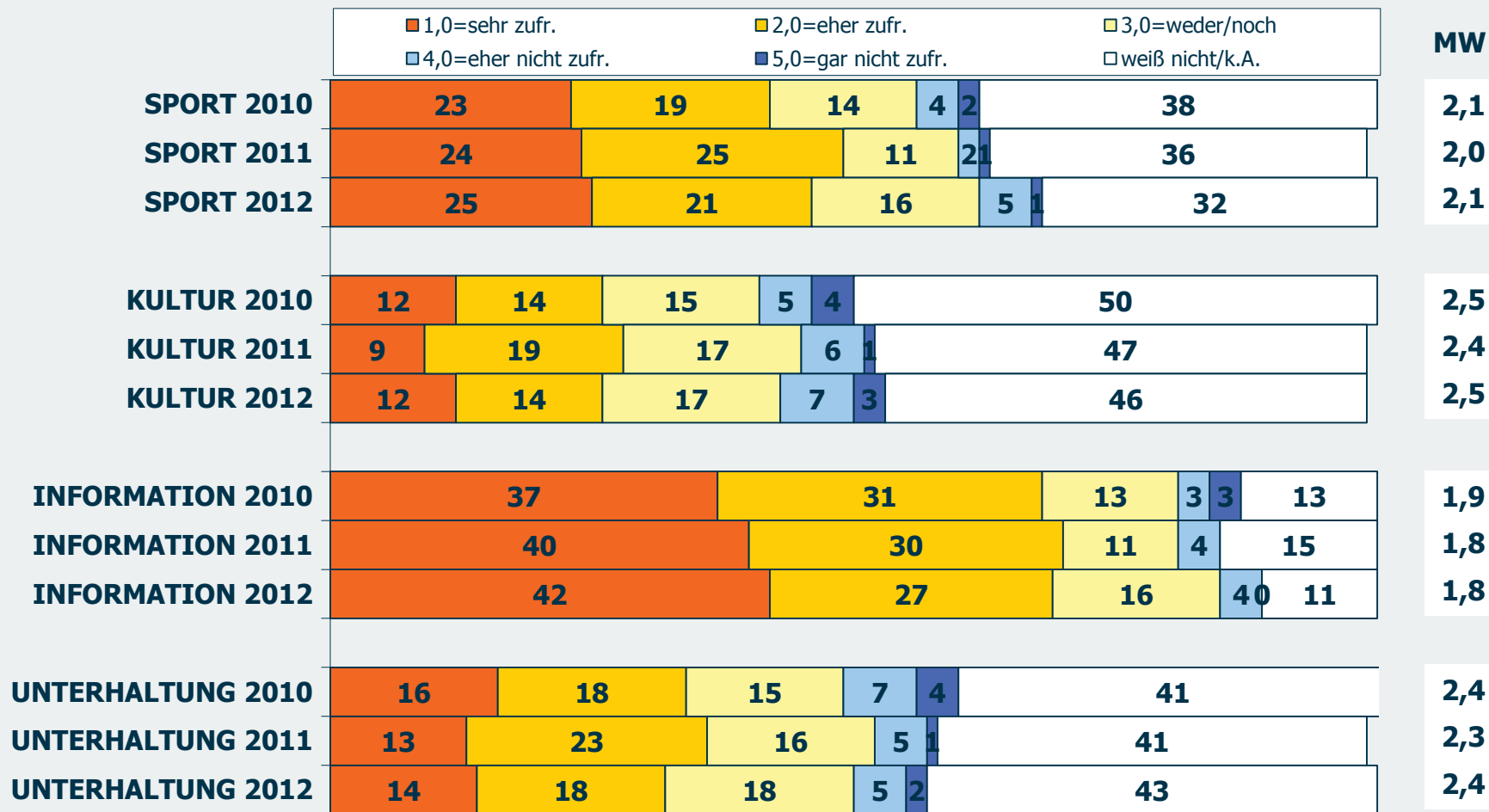
Quelle: Overall-Befragung 2012, CAPI, n=1000, Erw. 15+, 18.05.- 06.06.12; ORF-Overall-Befragung CAPI 2008-2011; österr. Bev. ab 15 J.; n=1.000

ZUFRIEDENHEIT MIT THEMEN im ORF TELETEXT: 2010–2012

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

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

(Angaben in %)

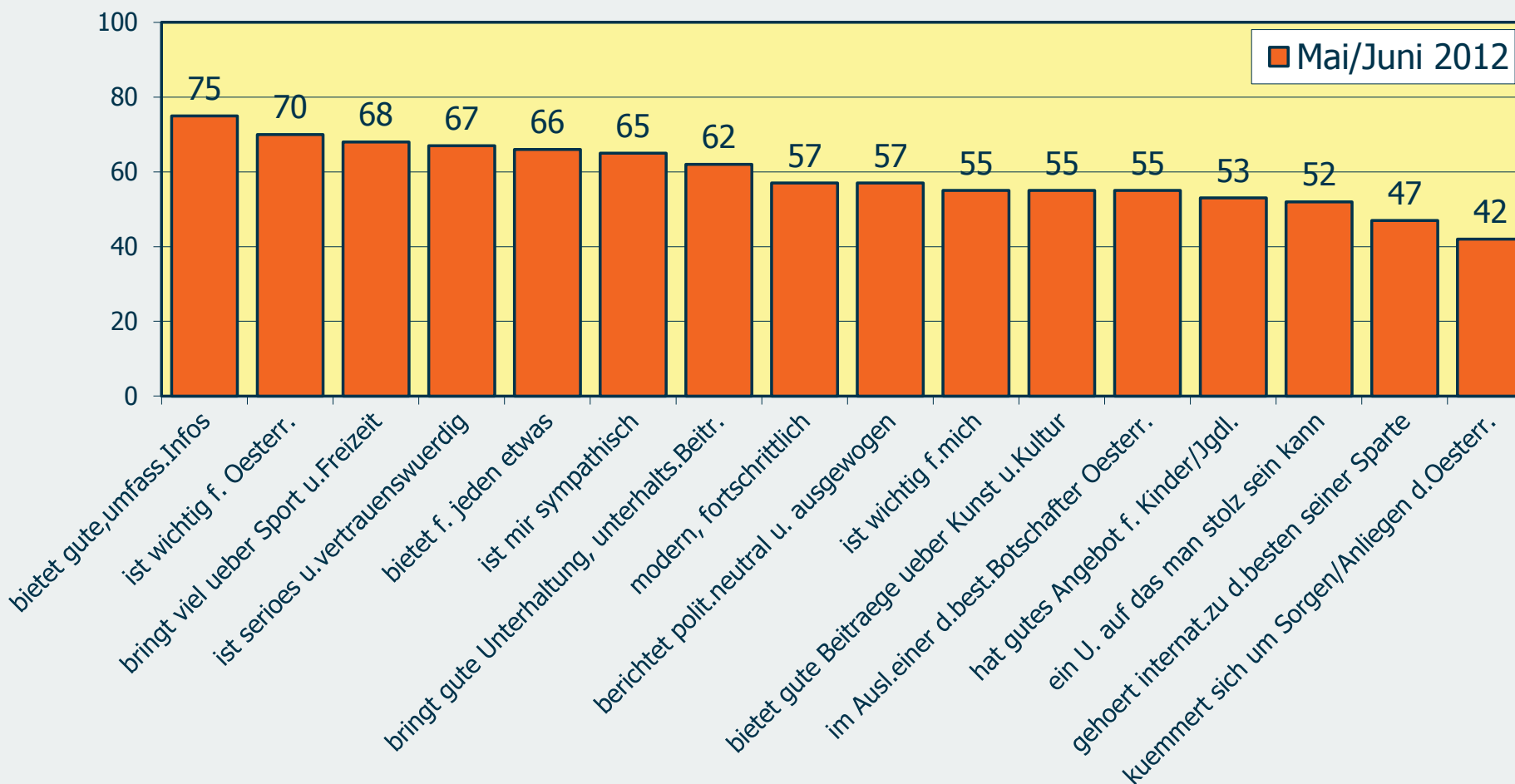


EIGENSCHAFTSBEURTEILUNGEN

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.



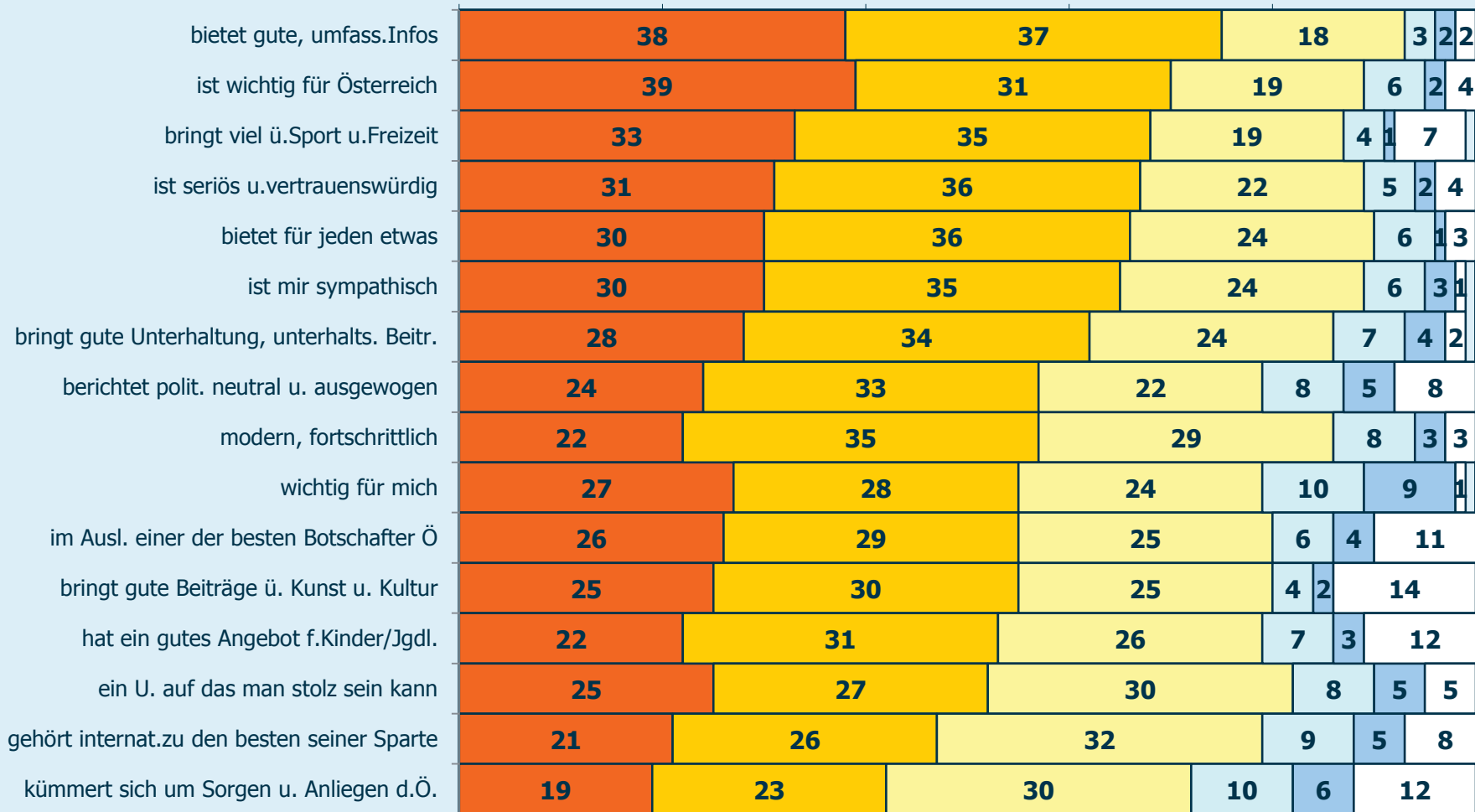
EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF

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 %

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

0 20 40 60 80 100

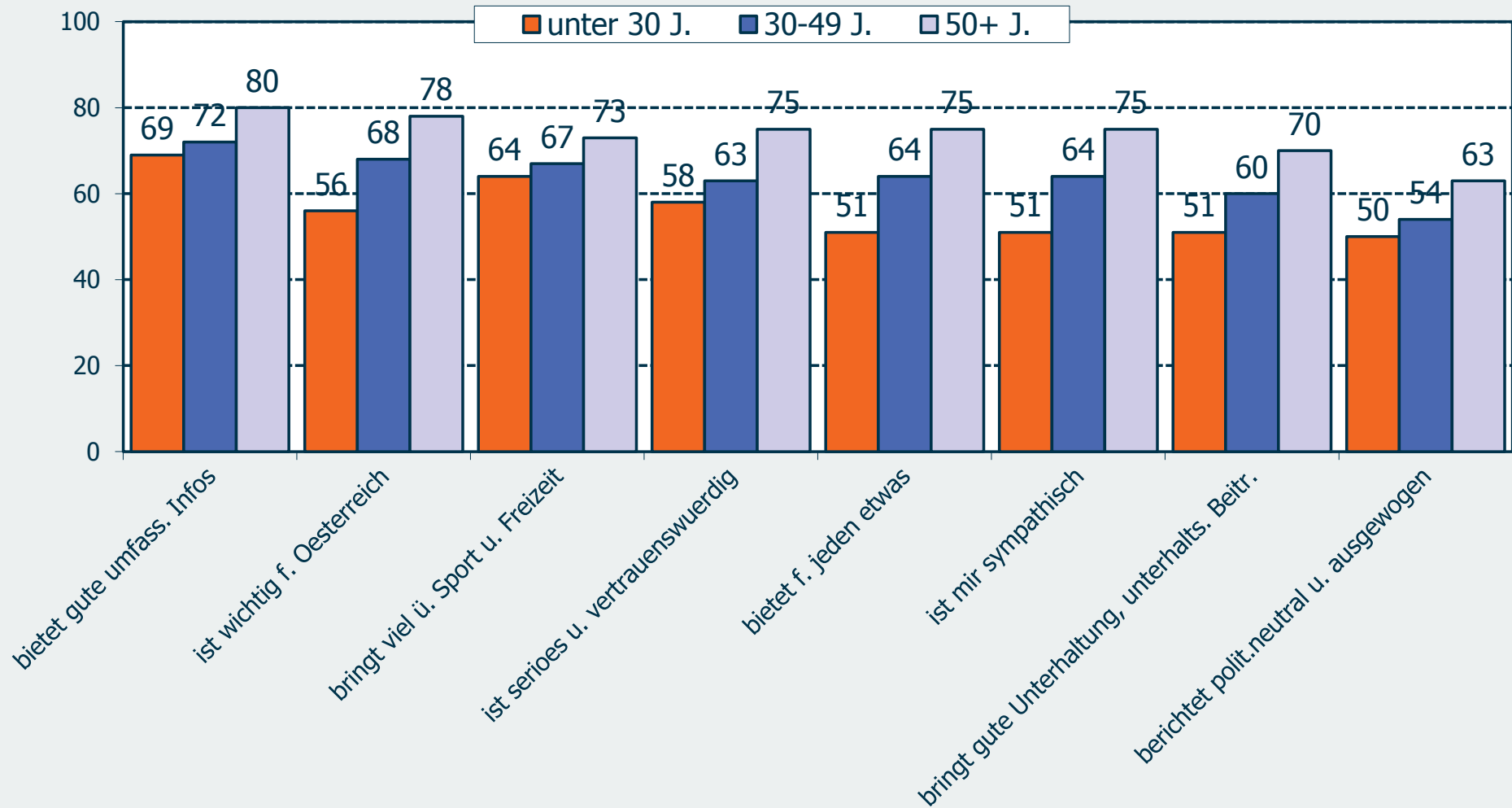


Quelle: Overall-Befragung 2012, CAPI, n = 1000, Erw. 15+, 18.05.-06.06.12

EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH ALTER (1)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

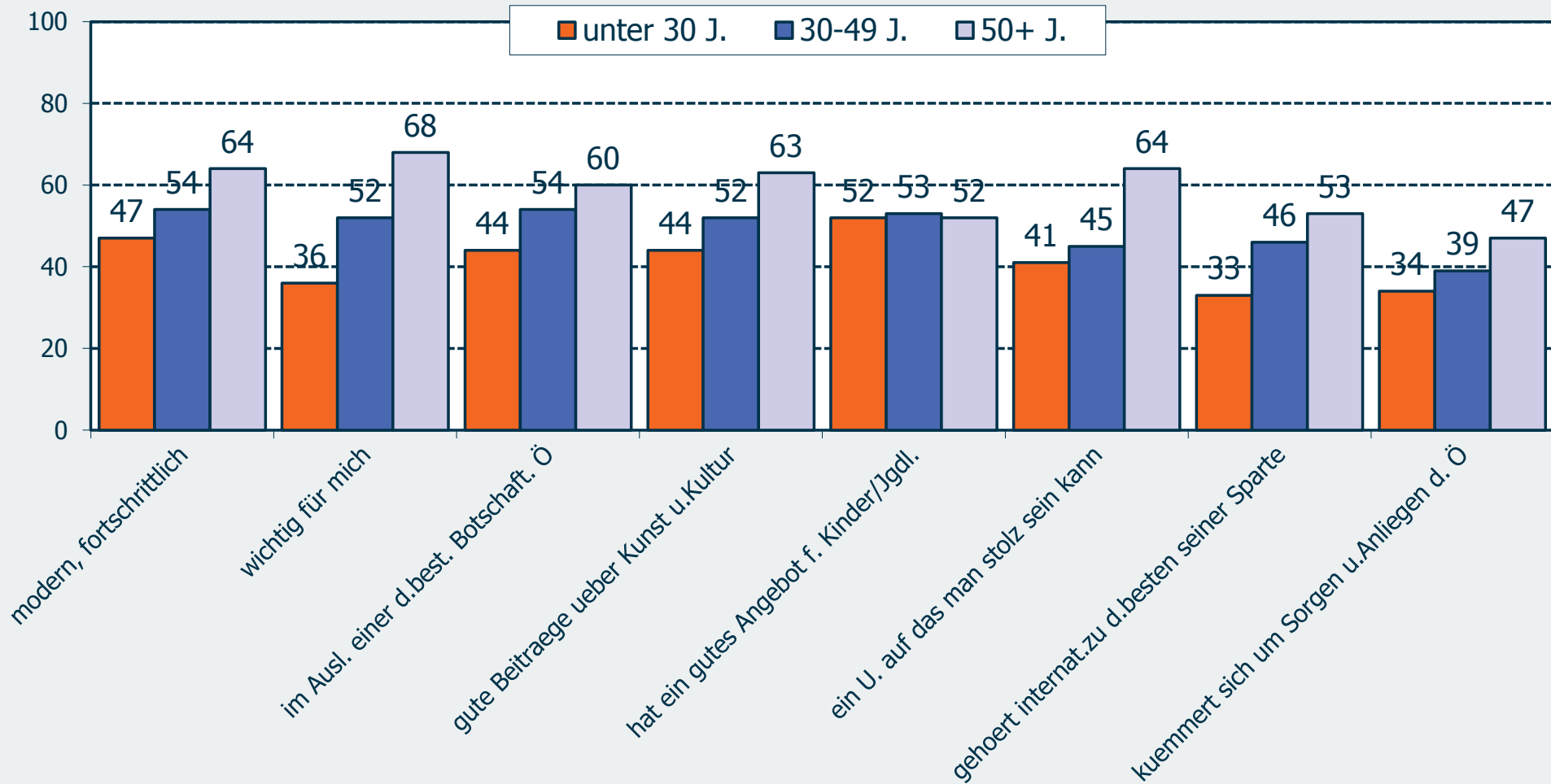
F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



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.



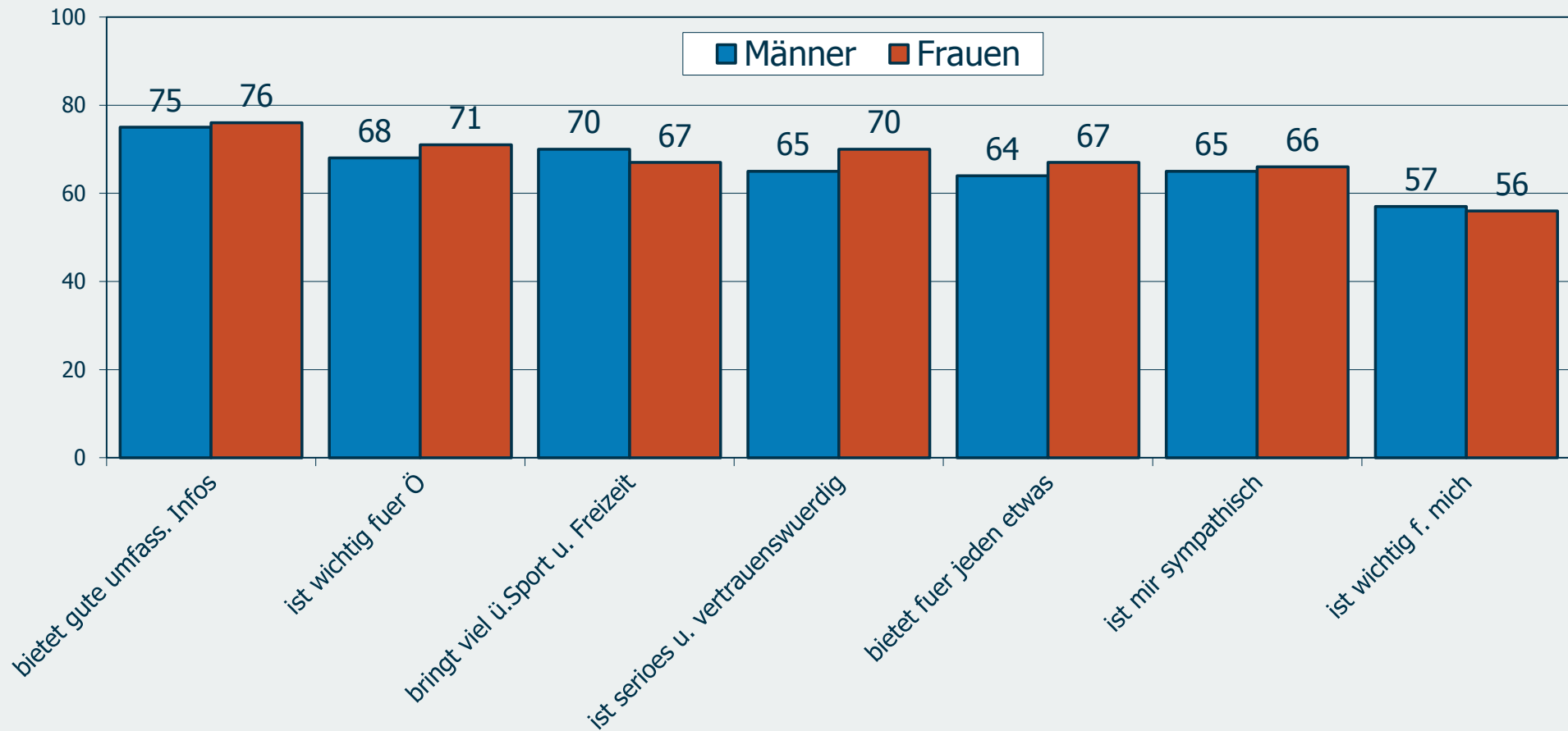
Quelle: Overall-Befragung 2012, CAPI, n = 1000, Erw. 15+, 18.05.-06.06.12

Angaben in %

EIGENSCHAFTSBEURTEILUNG ORF – NACH GESCHLECHT (1)

(Anteil trifft völlig/eher zu)

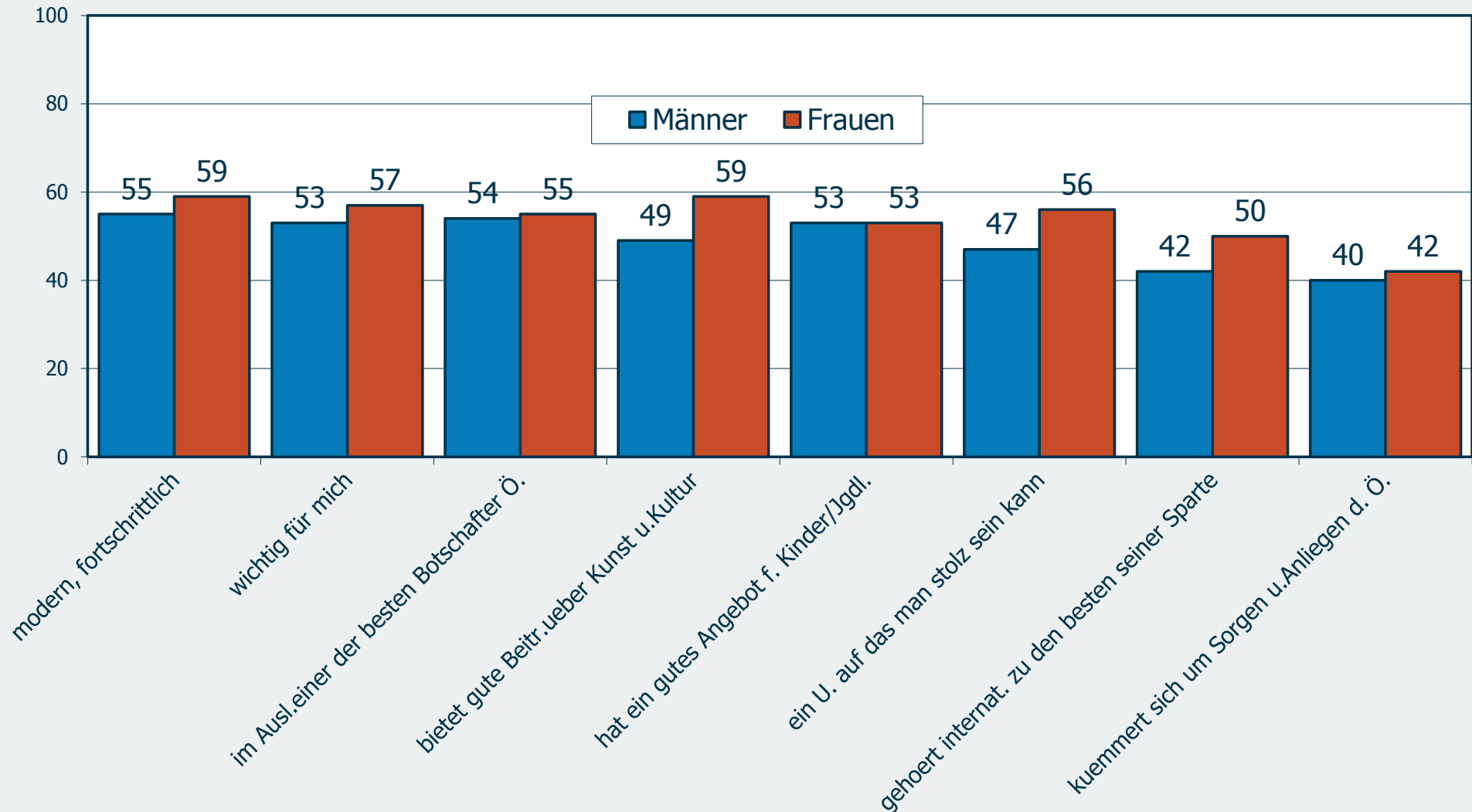
F23: Bei einem Unternehmen wie dem ORF spielen sehr viele Aspekte eine Rolle. Ich möchte Sie nun bitten, den ORF nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen.



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.



Quelle: Overall-Befragung 2012, CAPI, n = 1000, Erw. 15+, 18.05.-06.06.12

Angaben in %

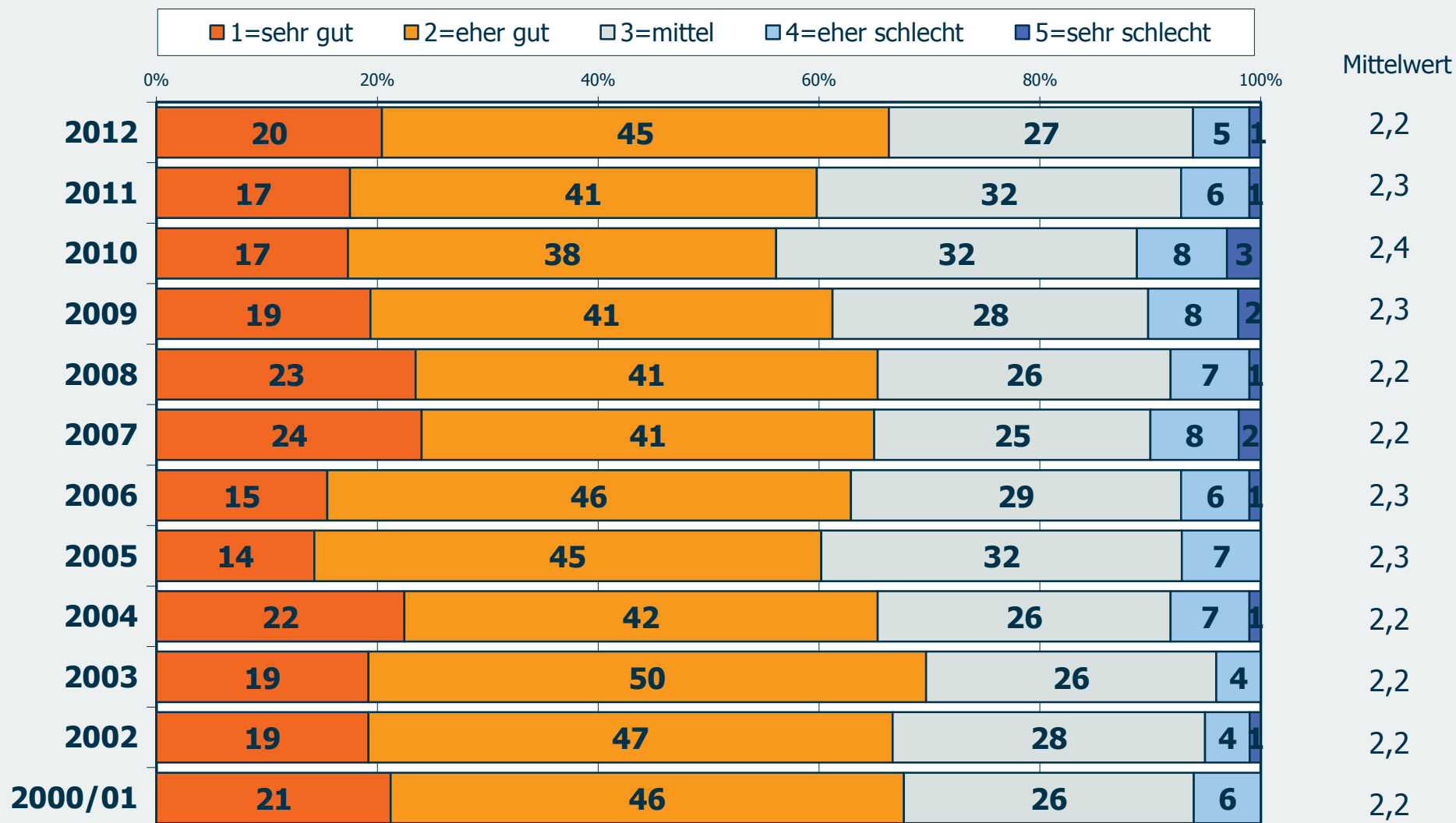
GESAMTZUFRIEDENHEIT UND VERMISSENSFRAGE

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

GESAMTURTEIL ORF – ZEITVERGLEICH

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

Angaben in %

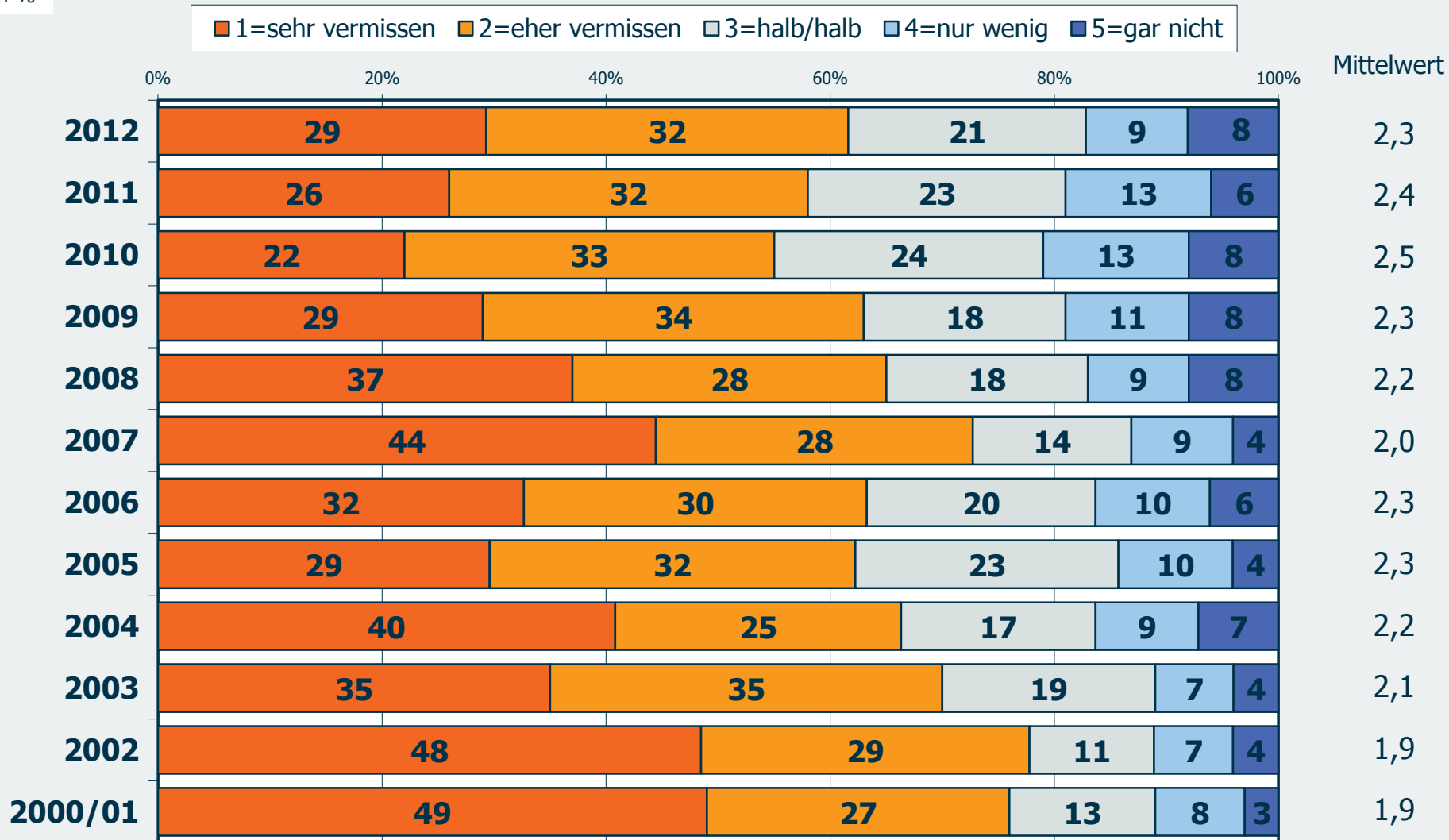


Quelle: Imagestudien 2000/2001, 2002, 2003, Overall-Befragung 2004-2011 jeweils: CAPI, n=1000, Erw. 15+; Overall-Befragung 2012 CAPI, n=1000, Erw. 15+, 18.05.-06.06.2012

WIE SEHR WÜRDEN SIE DEN ORF VERMISSEN – ZEITVERGLEICH

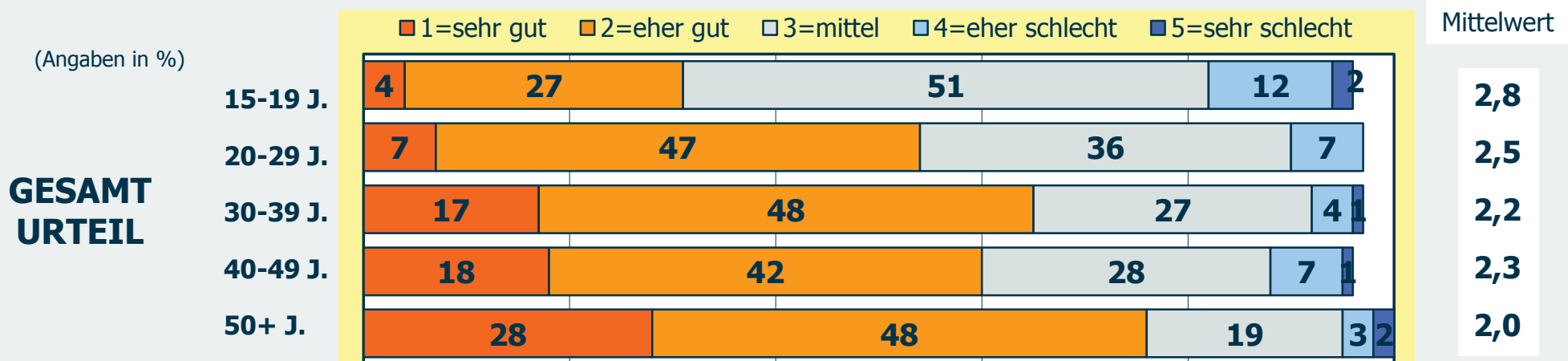
F25: Und angenommen, den ORF gäbe es nicht mehr, er würde aufgelöst werden – würden Sie ihn dann ...?

Angaben in %

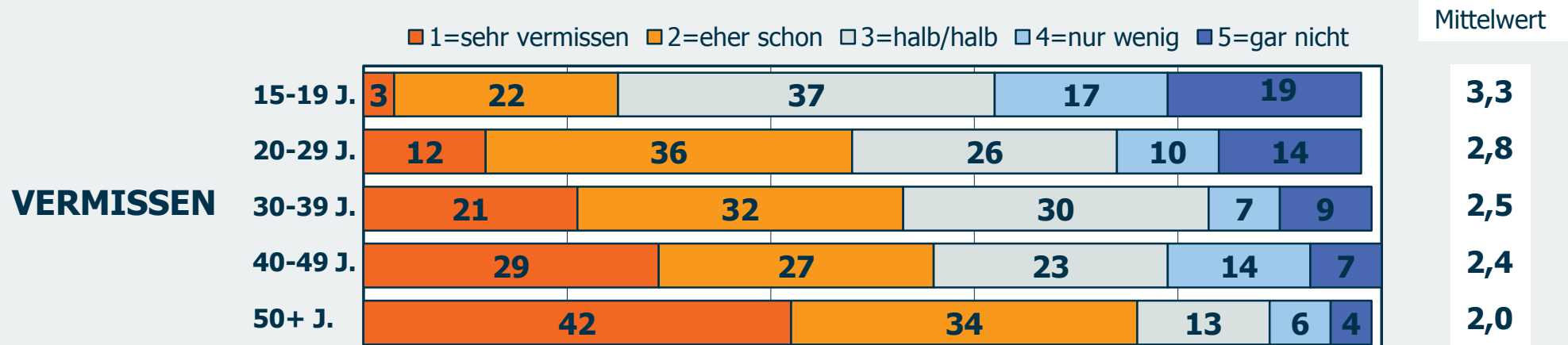


ORF-BEURTEILUNG: GESAMTURTEIL UND VERMISSENSFRAGE NACH ALTERSGRUPPEN

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 ...?



Quelle: Overall-Befragung 2012, CAPI, n = 1000, Erw. 15+, 18.05.-06.06.2012

ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN

ANSPRUCHSVOLLE SENDUNGEN: VERGLEICH 2009–2012

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

2009: TOTAL



MW

2,3

2011: TOTAL



2,2

2012: TOTAL



2,2

Nach Alter (2012)

15-29 J.



2,4

30-39 J.



2,2

40-49 J.



2,3

50+ J.



2,1

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

