

ORF-Qualitätsmonitoring 2014:

**Evaluation des
ORF-Qualitätsprofils
TV-Unterhaltung**

Daten zur Untersuchung

Thema:	Evaluierung des ORF-Qualitätsprofils Unterhaltung 2014
Beauftragtes Institut:	SORA Institute for Social Research and Consulting, Wien
Wissenschaftliche Leitung:	Dr. Florian Oberhuber
Autor:	Dr. Florian Oberhuber
Erhebungsgebiet:	Österreichweit
Art der Erhebung:	Modul 1: Fokusgruppe mit Nutzerinnen und Nutzern des ORF-Unterhaltungsprogramms im TV (Wien) Modul 2: 123 Face-to-Face-Interviews österreichweit Modul 3: Fokusgruppe mit Nutzerinnen und Nutzern des ORF-Unterhaltungsprogramms im TV in Perg (OÖ)
Erhebungszeitraum:	Modul 1: 7.10.2014 Modul 2: 28.10.2014 bis 5.12.2014 Modul 3: 3.12.2014

Einleitung

ORF-Qualitätsprofile stellen eine Definition von Leistungskriterien dar, die ein Anforderungsprofil an ORF-Programmkategorien definieren und durch externe Evaluierung kontrolliert werden. Qualitätsprofile bestehen aus:

1. Auftragswerten, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden.
2. genrespezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Programmkategorien und Subkategorien beziehen.

In den Jahren 2011 bis 2013 wurden mit der ORF-TV-Information, dem Angebot zu Kunst, Kultur, Religion, Philosophie und Ethik sowie dem ORF-Sportprogramm die ersten Programmkategorien entlang eines Qualitätsprofils evaluiert. Der vorliegende Bericht fasst die Evaluation des im Jahr 2014 beschlossenen Qualitätsprofils TV-Unterhaltung zusammen.

Die Evaluationsstudie basiert auf etablierten Methoden der qualitativen Sozialforschung (s. Kapitel 1): In einem offenen, dialogischen Erhebungsverfahren wird das Publikum in die Diskussion über den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einbezogen und den Befragten Gelegenheit zu einem differenzierten Feedback gegeben, das sodann wiederum in den Prozess der ORF-Qualitätssicherung einfließt.

Im Folgenden wird zunächst in Kapitel 2 ein allgemeiner Überblick gegeben, inwieweit der vom ORF formulierte Qualitätsanspruch vom Publikum für wichtig und legitim erachtet und inwieweit das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet wird.

In Kapitel 3 wird entlang der einzelnen im ORF-Qualitätsprofil angesetzten Leistungskriterien die Qualitätswahrnehmung der Befragten und deren Perspektiven auf Stärken und Schwächen des Programms zusammengefasst.

Kapitel 4 widmet sich im Anschluss der Zufriedenheit mit den einzelnen Subgenres des Unterhaltungsprogramms im ORF-Fernsehen sowie den spezifischen Anforderungen der Befragten an die einzelnen Sendungskategorien.

Kapitel 5 fasst die zentralen Ergebnisse der Studie im Sinne eines abschließenden Befunds der Evaluation zusammen.

Executive Summary

Mit dem Qualitätsprofil Unterhaltung hat der ORF ein differenziertes SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der *Leistungskriterien Vertrauen, Vielfalt, Wertschöpfung, Verantwortung und Wissen* sowie *Innovation* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Diese allgemeinen sowie genrespezifischen Auftragswerte dienen als Leitlinien für das Unterhaltungsprogramm *in den Subgenres Quiz/Show, Filme/Serien, Kabarett/Comedy und Unterhaltende Information*. Zugleich soll die ERFÜLLUNG der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass das ORF-Unterhaltungsprogramm für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generiert.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil Unterhaltung mittels Methoden der qualitativen Sozialforschung. In einem dreistufigen Verfahren wurde mittels zweier Fokusgruppen sowie 123 Face-to-Face-Interviews Fernsehzuschauerinnen und -zuschauern in ganz Österreich das vom ORF entwickelte Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms vorgelegt. Die Seher/innen haben in diesen Gruppendiskussionen und Interviews ausführlich ihre Wahrnehmung der Stärken und Schwächen des ORF-Unterhaltungsprogramms dargelegt.

Abschließender Befund der Evaluationsstudie:

1. Die standardisierte empirische Abfrage von 28 Qualitätsmerkmalen zeigt eine hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 57 und 94 %. Das Qualitätsprofil wird daher von den Befragten als Anforderungsprofil an ein qualitativ hochwertiges ORF-Unterhaltungsprogramm bestätigt.
2. Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird als kohärent und glaubwürdig erlebt: Je nach Item bewerten zwischen rund fünf und rund neun von zehn Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben. Konkurrenzlos positioniert ist der ORF in der Publikumswahrnehmung als *der* Österreichsender. Auch Seriosität (journalistische Qualität, Augenmerk auf Jugendschutz) wird stark mit dem ORF identifiziert und teils als Mehrwert im Vergleich zu kommerziellen Anbietern wahrgenommen.
3. Im Sendervergleich ergibt die standardisierte Abfrage bei 24 von 28 Auftragswerten, dass die Befragten dem ORF-Angebot die höchste Qualität zuschreiben. Als ergänzendes Angebot im Bereich der anspruchsvollen Unterhaltung werden von den Befragten andere öffentlich-rechtliche Sender genutzt. Hinsichtlich der Kriterien der Vielfalt und der

Innovation werden insbesondere deutschsprachige kommerzielle Sender als ergänzendes Angebot zum ORF gesehen.

4. Die Evaluation des Qualitätsprofils beinhaltete Fragen nach Kritik, Anregungen und Empfehlungen, um allfällige Lücken zwischen SOLL und IST des Qualitätsprofils zu schließen. Die Evaluation ergab zu den vorgegebenen Kriterien konkrete Empfehlungen zur Optimierung der Programmproduktion des ORF-Fernsehens im Bereich Unterhaltung. Diese werden im Folgenden zusammengefasst.

Publikum will Qualität

Über alle Erhebungsschritte des dreistufigen Evaluationsdesigns hinweg zeigt sich eine hohe Publikumsakzeptanz für den Qualitätsdiskurs im Unterhaltungsbereich: Das ORF-Angebot soll aus Publikumssicht sowohl unterhaltsam sein als auch seriös und verantwortungsvoll, wobei der besondere Österreichbezug des ORF als selbstverständlich eingefordert wird und der Anspruch einer vielfältigen Programmgestaltung für alle Bevölkerungsgruppen auf breite Zustimmung trifft.

Unterhaltungswert zentral

Auf der anderen Seite ist Qualität für das Publikum kein Selbstzweck, sondern *gute Unterhaltung* steht im Alltag der TV-Nutzung klar im Vordergrund. Fernsehen soll je nach individuellen Bedürfnissen und Situationen entspannen, ablenken, mitreißen, zum Lachen bringen oder auch geistreiche Inhalte und neue Sichtweisen bieten. Die konkreten Wünsche und Anforderungen an den ORF unterscheiden sich dabei je nach Zielgruppen teilweise deutlich.

ORF ist *der* Österreichsender

Die spezifische österreichische Programmgestaltung im ORF und der Beitrag des Senders zur Wertschöpfung sind im Publikum ausgesprochen stark verankert und werden als Basisforderungen an den ORF herangetragen. Die kommerziellen österreichischen Anbieter spielen in der Publikumswahrnehmung diesbezüglich kaum eine Rolle. Ein Teil des Publikums wünscht sich für die Zukunft eine weitere Verstärkung des Österreichbezugs im ORF-Programm, darunter noch mehr Eigenproduktionen, Mut zur Eigenständigkeit (keine Kopien internationaler Formate) oder mehr Sendungen mit regionalen Bezügen (Land und Leute).

Konsequent seriös, konsequent respektvoll

Ebenfalls stark positioniert ist der ORF als Anbieter *seriöser*, d. h. vertrauenswürdiger, niveau- und verantwortungsvoller Unterhaltung –, der sich klar von manch „schlechter“ Unterhaltung im kommerziellen Bereich unterscheidet. Insbesondere die Sensibilität für einen *respektvollen Umgang* mit Gästen, Kandidatinnen und Kandidaten oder

Interviewpartnerinnen und -partnern ist im Publikum stark ausgeprägt und es wird vom ORF in diesem Zusammenhang eine konsequente Linie eingefordert. Aber auch die Familientauglichkeit des Programms, die Berücksichtigung des Jugendschutzes oder Vermeidung von „brutalen“ Inhalten werden immer wieder genannt.

Breiter Konsens für leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung

Auf breite Akzeptanz im Publikum stieß im Rahmen der Fokusgruppendifkussionen und qualitativen Interviews der im Qualitätsprofil formulierte Anspruch, sowohl leichte als auch anspruchsvolle Unterhaltung im ORF anzubieten. Die Erfüllung dieses Auftragswerts durch die ORF-TV-Unterhaltung wurde von mehr als zwei Drittel der Befragten (67 %) positiv bewertet.

Ein Teil des Publikums erlebt die anspruchsvollen Formate im ORF hingegen als unterrepräsentiert und weicht diesbezüglich auf andere öffentlich-rechtliche Anbieter bzw. auf Spartensender wie ARTE oder 3sat aus. Auch das Angebot von ORF III wird in diesem Zusammenhang positiv hervorgehoben.

Mut zu neuen Gesichtern, Mut zum Nachwuchs

Stark wahrgenommen und mit Qualität verbunden werden vom Publikum zentrale Protagonisten wie Moderatorinnen und Moderatoren, Jurys oder Kabarettistinnen und Kabarettisten. Eine große Vielfalt an Personen kann dazu beitragen, die unterschiedlichen Publikumsanforderungen in diesem Bereich besser zu erfüllen. Die Förderung des Nachwuchses trifft dabei im befragten Publikum auf hohe Zustimmung bzw. werden immer wieder auch „neue Gesichter“ gewünscht.

Etablierte Formate durch Neuerungen lebendig halten

Mehr Experimentelles und Innovatives im Bereich der ORF-Unterhaltung wurde im Rahmen der Evaluationsstudie nur von einer Minderheit der Befragten gefordert. Auf der anderen Seite besteht überwiegend der Wunsch, etablierte Formate immer wieder durch Neuerungen (z. B. bei Themen, Gesichtern, Gestaltungselementen) lebendig zu halten. Diese Kombination von Etabliertem mit Neuem/ Spannenden wird auch für das Gesamtprogramm gewünscht.

Qualitätsanspruch bei Auswahl internationaler Serien besser verankern

Polarisierend wurde vom befragten Publikum das ORF-Angebot US-amerikanische Serien und Sitcoms erlebt. Während ein Teil der Befragten dieses Programmangebot besonders schätzt, löst es bei anderen starke Ablehnung aus. Insbesondere die hohe Konzentration dieses Genres im Nachmittags- und Vorabendprogramm in ORF eins wurde mehrfach kritisiert und diesbezüglich eine mangelnde Unterscheidbarkeit von kommerziellen Anbietern beklagt. Ein besonderer ORF-Qualitätsanspruch in der Auswahl internationaler Serien wurde hingegen kaum wahrgenommen.

Dieser Befund verdient insofern besondere Beachtung, als Serien für die Publikumswahrnehmung der ORF-Fernsehunterhaltung von großer Bedeutung sind. Verbesserungen bei der Kommunikation und Sichtbarmachung des Qualitätsanspruchs in

diesem Bereich könnten daher auch das allgemeine Qualitäts-Image des ORF stärken, zumal der generelle Auftrag, auch internationales, junges Programm im ORF zu bieten, im Publikum auf breite Akzeptanz stößt.

Aktualität bei Filmen und Serien

Während ein Teil des Publikums die Wiederholung von Klassikern positiv bemerkt oder sich sogar mehr „alte Filme“ im ORF wünscht, fordern andere explizit mehr Aktualität beim Film- und Serienprogramm im ORF ein. Insbesondere die „verspätete“ Ausstrahlung von Filmen im Vergleich zu anderen Sendern wird als störend empfunden, ebenso wie „ständige Wiederholungen“ alter Serien. Hier wird mehr Tempo und Originalität vom ORF erwartet.

ORF-Qualitätsprofil Unterhaltung

1. Vertrauen

Unterhaltungsangebote können ebenso informieren wie z. B. Informationssendungen unterhalten. Deshalb gelten grundsätzlich auch für die Programmproduktion in der Programmkategorie „Unterhaltung“ alle Richtlinien und Qualitätsstandards, die für die Glaubwürdigkeit, Authentizität und Vertrauenswürdigkeit der ORF-Berichterstattung maßgeblich sind. Dazu gehört insbesondere die Unabhängigkeit von Staats- und Parteieneinfluss, aber auch Unabhängigkeit von Wirtschaft und anderen Medien, seien es elektronische oder Printmedien, oder seien es politische oder wirtschaftliche Lobbys. Die kommerziellen Interessen der Unterhaltungsindustrie dürfen auch Inhalte von Unterhaltungssendungen nicht beeinflussen. Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität sind als wesentliche Qualitätsmerkmale des ORF-Fernsehens sicherzustellen. Fairness und verbindliche Qualitätsstandards garantieren Vertrauenswürdigkeit.

Werbung und Produktplatzierungen dürfen nur unter besonderen Bedingungen ausgestrahlt werden. Allfällige redaktionelle Kooperationen mit Unternehmen, Institutionen etc. sind klar zu kennzeichnen; Produktplatzierungen sind nur erlaubt, sofern sie u. a. Inhalt oder den Programmplatz nicht beeinflussen bzw. sie keine speziellen verkaufsfördernden Hinweise enthalten; es gelten jedenfalls die einschlägigen Bestimmungen des ORF-G. Veranstaltungen, bei denen der ORF Medienpartner ist, erhalten keine Bevorzugung in der Berichterstattung. Sie werden nach den üblichen journalistischen Regeln auch kritisch beleuchtet. Auch bei gemeinnützigen Zwecken (Kampagnen) dürfen journalistische Kriterien, journalistische Eigenverantwortung etc. nicht missachtet werden.

1.1 Filme und Serien

Der in einer sich stark verändernden Medienlandschaft anhaltend hohe Zuspruch des österreichischen Fernsehpublikums bestätigt das hohe Vertrauen des Publikums in die Programmqualität des ORF. Dieses Vertrauen gilt es in jeder Produktion aufs Neue zu erwerben und zu stärken, indem etwa bei Eigen- und Koproduktionen ggf. die inhaltliche Richtigkeit bzw. Plausibilität behaupteter Fakten überprüft wird. Die Nähe zum Publikum und die Bedeutung des österreichischen Identitätsgehalts in allen Produktions- und Koproduktionsentscheidungen sind für den ORF von existenzieller Bedeutung, womit signifikante Verantwortung auch beim Erwerb von Filmen und Serien einhergeht. Dabei sollen die Bedürfnisse des Publikums ebenso wahrgenommen werden wie die Vermittlung demokratischer Werte und die Breite des thematischen Angebots Bedeutung haben. Darüber hinaus wird bei der Auswahl sämtlicher Produktionen, die im ORF-Programm gesendet werden, besonderes Augenmerk darauf gelegt, keine Titel zu erwerben, die Persönlichkeitsrechte und Gefühle einzelner Personengruppen verletzen oder als anstößig betrachtet werden können. Genauso wichtig ist die Qualität der selektierten

Produktionen; ein Umstand, dem durch tiefgehende Recherche Rechnung getragen wird. Von großer Relevanz ist in diesem Kontext auch der Jugendschutz. Die Risiken abzuwägen, ob Programme die „körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen“ beeinträchtigen könnten, ist tägliche Herausforderung für den ORF, die mit größter Sorgfalt angenommen wird.

1.2 Quiz / Show

Als Fakten ausgewiesene Programminhalte müssen genau recherchiert und auf dem Stand der Zeit sein. Das Verbot von Irreführung gilt auch für etwaige Aufgabenstellungen – etwa in Spielshows – an Protagonistinnen und Protagonisten. Quiz- und Showformate des ORF sollen sich auch durch Zuverlässigkeit der Inhalte und durch redliches Zustandekommen derselben auszeichnen. Die Authentizität der Akteurinnen und Akteure ist maßgeblich; deren Auswahl erfolgt unabhängig von Politik und Wirtschaft sowie unbeeinflusst von persönlichen Vorlieben. Persönlichkeitsrechte und Meinungsfreiheit müssen jedenfalls garantiert sein. Von den handwerklichen Möglichkeiten, die sich – etwa durch Bild- und Toneffekte – bieten, um Wirklichkeit zu dramatisieren, ist ausschließlich mit Rücksicht auf das Vertrauen, das das Publikum in die Wahrhaftigkeit und Redlichkeit der produzierenden Personen setzt, Gebrauch zu machen. Hier ist jedenfalls Verhältnismäßigkeit zu beachten.

1.3 Kabarett / Comedy

Politische Meinungsbildung geschieht mehr und mehr in der Unterhaltungsöffentlichkeit. Diesem Umstand trägt auch das Genre Kabarett/Comedy Rechnung und bietet relevante Inhalte – und unabhängig davon, dass das Genre geradezu verlangt, Wirklichkeit zuzuspitzen, zu überzeichnen, bleibt der zu erfüllende Anspruch des Publikums auf richtiges Tatsachensubstrat unberührt.

1.4 Unterhaltende Information

Das Publikum muss sich darauf verlassen können, dass in der Berichterstattung jegliche manipulative Darstellung unterbleibt. Zu den Programmelementen, die unter Wahrung des Grundsatzes der Objektivität zu gestalten sind, gehören auch Moderationen und Sachanalysen. Letztere haben dabei die Funktion persönlicher interpretativer Beurteilung. Respektlose und unangemessene Formulierungen sind dabei zu unterlassen.

Im Gesamtprogramm des ORF muss die Ausgewogenheit der Inhalte gewährleistet werden. Die Ausgewogenheit kann auch in der Weise erzielt werden, dass nicht im Rahmen einer einzigen Sendung, sondern im Programm im Verlauf eines angemessenen Zeitraums alle relevanten Meinungen berücksichtigt werden.

2. Vielfalt

Das Unterhaltungsangebot des ORF bildet alle Ebenen der gesellschaftlichen Diversität hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, Religion und Weltanschauungen in bestmöglicher Qualität ab. Anspruchsvolle Formate erfüllen die Wünsche und Erwartungen des Publikums nach Unterhaltung und dienen gleichzeitig der Anregung des Publikums, sich mit gesellschaftlichen Themen zu beschäftigen.

Unterhaltungsangebote sollen Österreicherinnen und Österreicher ansprechen, aber auch alle Menschen, die in Österreich leben. In diesem Sinne soll Unterhaltung auch Aspekte von Migration, der Multikulturalität und gesellschaftlicher Integration bei der Auswahl, Produktion und Gestaltung von Unterhaltungsformaten berücksichtigen und so zur Vermittlung eines authentischen und zeitgemäßen Österreichbildes beitragen.

Dazu gehört auch die Verpflichtung des ORF, mit seinem Gesamtangebot zur Förderung der europäischen Integration beizutragen und dabei sowohl die österreichische Identität als auch das Verständnis für die einzelnen Regionen Europas zu fördern.

Österreichisches Deutsch als Teil der österreichischen Identität soll sich in Unterhaltungsformaten des ORF wiederfinden, ebenso wie eine geschlechtergerechte Sprache als Akt der Gleichstellung von Frauen und Männern.

Grundsätzlich gilt auch in humoristischen Formaten das Gebot der Darstellung und Widerspiegelung von Diversität, die jedoch nicht auf vorführende, entlarvende oder bloßstellende Weise geschehen darf. Auch wenn das Anarchische in der Natur des Witzes liegt, sollen keinerlei Exklusionsmechanismen (re)produziert werden. Die Förderung von klischeehaften Vorstellungen auf implizite oder explizite Weise widerspricht jedenfalls dem Anspruch an hochwertige Unterhaltung.

2.1 Filme und Serien

Die Abbildung gesellschaftlicher Diversität und aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen in Filmen und Serien für ein breites Hauptabendpublikum gehört zu den Kernaufgaben österreichischen Fernsehfilm- und Serienschaffens. Dazu ist auch Akteursvielfalt in fiktionalen Inhalten von Relevanz; von stereotyper Darstellung in anderer als satirischer Form nimmt der ORF Abstand, vielmehr begleitet der ORF den gesellschaftlichen Wandel auch z. B. durch entsprechende Besetzung in Eigenproduktionen. Inhaltliche Vielfalt findet ihre Entsprechung in formaler Vielfalt. Der ORF produziert, beauftragt und koproduziert Filme und Serien in allen wesentlichen filmischen Genres. Internationalen Entwicklungen wie dem Trend zu mehrteiligen, horizontal durchgezählten Formaten wird dabei ebenso Rechnung getragen wie der bedeutenden Tradition österreichischen Film- und Serienschaffens. Dem ORF ist im Ankauf insbesondere an hochwertigen, von Kritikerinnen und Kritikern gefeierten bzw. preisgekrönten Spielfilmen, TV-Movies, Mehrteilern und Serien gelegen, bei denen nach Maßgabe wirtschaftlicher Mittel die Erstaussstrahlung angestrebt wird. Vielfalt bedeutet dabei, eine ausgewogene Balance zwischen unterhaltender Popkultur und anspruchsvollen Produktionen zu finden und

Vertreter aller Genres – von Drama bis Satire – ins Programm aufzunehmen. Ziel ist es, dem österreichischen Publikum eine kulturell möglichst breite Palette zu bieten, so dass alle Sehergruppen unterhalten werden können. Dabei wird großer Wert darauf gelegt, nicht nur deutsche und US-Fiktion zu präsentieren, sondern Produktionen aus aller Welt, darunter insbesondere europäische Werke zu zeigen, die dem Publikum andere Kulturen, Blickwinkel und Themenkreise näherbringen sollen.

2.2 Quiz / Show

Vielfalt im Genre Quiz und Show ist in erster Linie als heterogenes Angebot zu denken: Der Vielfalt des Publikums und seiner Wünsche und Bedürfnisse wird auch insofern Rechnung getragen, als nach Maßgabe wirtschaftlicher Gesichtspunkte möglichst zahlreiche unterschiedliche Programme angeboten werden sollen, durch die letztlich allen Unterhaltung ermöglicht wird. Akteurs-/Akteurinnenvielfalt, u. a. im Hinblick auf regionale Identität, Zugehörigkeit zu einer autochthonen Volksgruppe etc., soll erkennbar selbstverständlich sein und Rollenmodelle etablieren, ohne dies zum Selbstzweck zu erheben.

2.3 Kabarett / Comedy

Vielfalt in Comedy- und Kabarettprogrammen zeichnet sich durch Auswahl unterschiedlicher Protagonistinnen und Protagonisten und heterogene Themen aus: Letztlich ist insbesondere dieses Genre geeignet, durch humorvollen Blickwinkel neue Perspektiven auf gesellschaftlich relevante Ereignisse und Themen zu eröffnen.

2.4 Unterhaltende Information

Sendungen der Unterhaltenden Information sollen sich durch Vielfalt an Themen, ggf. dazu vorgebrachten Meinungen und Ansichten sowie durch Akteurs-/Akteurinnenvielfalt auszeichnen. Bei der Auswahl von Gästen, Interviewpartnerinnen und -partnern etc. soll einerseits nicht bloße Originalität um des Effekts willen, andererseits aber sehr wohl die beabsichtigte summarische Vielfalt wesentliche Entscheidungsgrundlage sein.

3. Wertschöpfung

Unterhaltung im ORF soll universell, hochwertig und anspruchsvoll sein und sowohl österreichische, europäische als auch internationale Produktionen bieten. Wertschöpfung bedeutet etwa die laufende Förderung bereits etablierter Akteurinnen und Akteure der Kreativwirtschaft (also z. B. Drehbuchautoren/-autorinnen, Regisseure/Regisseurinnen und Schauspieler/innen) sowie die Suche nach Nachwuchstalenten. Gerade Unterhaltung kann als Plattform für Talente jeder Alters-, Herkunfts- oder Geschlechtergruppe fungieren und solcherart zur Förderung von Kreativität und Kunst beitragen.

Wertschöpfung wird nicht notwendig als monetär verstanden, vielmehr ist „intellektuelle Wertschöpfung“ der Unterhaltung dem ORF ein Anliegen. Dies bedeutet die aktive

Implementierung eines breiten Begriffs von Medien und Kultur sowie nicht nur die Eliten oder die Interessen der werbewirtschaftsrelevanten Zielgruppen anzusprechen, sondern die Bedürfnisse der gesamten Gesellschaft im Blick zu haben. Intellektuelle Wertschöpfung kann am besten realisiert werden, wenn ORF-Unterhaltung Alltagskulturen ebenso thematisiert wie Hochkulturen und Inhalte produziert, die von einer Vielzahl von Autorinnen und Autoren stammen und möglichst viele Bereiche der „populären“ und „elitären“ Kulturen in möglichst verschiedenen Vermittlungsformaten präsentieren.

3.1 Filme und Serien

Der ORF erachtet die Entwicklung österreichischer Filmschaffender in seinen fiktionalen Erzählformaten als selbstverständlichen Teil seines Aufgabengebiets. Kontinuierliche Investitionen in Auftrags- und Koproduktionen, die Projektentwicklung von Filmen und Serien und in die Entwicklung österreichischer Drehbuchautorinnen/-autoren und Dramaturginnen/Dramaturgen bilden die Basis eines langfristigen Produktionsvolumens. Wertschöpfung wäre aber in Beschränkung auf Monetäres zu eng gefasst: Sie entsteht auch durch Programme, die die Persönlichkeit bilden, Interesse und Neugierde wecken und den Blick auf das „Übermorgen“ richten, durch die Vermittlung von österreichischem, europäischem und internationalem Kulturgut. Um Wertschöpfung zu erzielen, ist es wichtig, eine ausgewogene Balance österreichischer, europäischer und internationaler Produktionen zu finden. So dass einerseits der Filmstandort Österreich und österreichische Nachwuchstalente durch lokale Projekte gefördert werden können. Und andererseits internationale Perspektiven vermittelt werden, um entscheidend zur Bildung von Weltbürgern und Weltbürgerinnen beizutragen.

3.2 Quiz / Show

Insbesondere Shows der TV-Unterhaltung sind dazu geeignet, Talenten aus Österreich und Europa Plattform zu geben, sie aufzubauen und jenen Mut zu machen, die noch unentdeckt sind, etwa also auf dem Weg sogenannter „Castingshows“ zu kreativem Gestalten anzuregen.

3.3 Kabarett / Comedy

Kabarett- und Comedy-Programme sowie Satire- und andere Kleinkunstformate sind als Plattform für die österreichische Kreativszene besonders gut geeignet, die besondere Verantwortung öffentlich-rechtlicher Medien legt hier nahe, proaktiv Künstler, Autorinnen, Regisseure und Gestalterinnen zur Entwicklung neuer Formen von Bildsprachen und Erzählweisen einzuladen.

3.4 Unterhaltende Information

Unterhaltende Information versteht ihre Aufgabe auch in ihrem Potenzial, in Bezug auf Relevantes zu Anschlusskommunikation anzuregen. Zu intellektueller Wertschöpfung in diesem Sinn ist nicht zuletzt das (diskursive) Abbilden kultureller Vielfalt, österreichischer

Traditionen, zeitgeistig Neuem, von Freizeit- und Lifestylethemen, von regional, national und europäisch Interessantem von Bedeutung.

4. Verantwortung und Wissen

Unterhaltung gehört nicht nur zum Kernauftrag des ORF, sondern wirkt wie kaum ein anderer Bereich überaus prägend auf Verhaltensweisen, das Selbstverständnis und die Identität von Menschen. ORF-Unterhaltung bietet in diesem Sinn auch verständliche Inhalte von gesellschaftlicher Relevanz und Aktualität. ORF-Unterhaltung hat auf Unbedenklichkeit, also die Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte und die Privatsphäre des Individuums zu achten. Dies bedeutet auch einen sensiblen Umgang mit der Darstellung von Gewalt und Sexualität. Beide gehören zur Realität des menschlichen Zusammenlebens, weshalb der ORF diese Themen im Programm behandeln muss. Grundsätzlich gilt es, auf eine verherrlichende Darstellung von Gewalt zu verzichten. Ebenso vom Programm ausgeschlossen sind pornografische oder obszöne Darstellungen sowie Inhalte, die auf der Missachtung der Privat- oder Intimsphäre beruhen. Darstellungen gelten dann als pornografisch, wenn sexuelle Vorgänge auf grob reißerische und aufdringliche Weise im Vordergrund stehen und alle sonstigen menschlichen Bezüge fehlen. Auch in anderer Weise ist Umsicht geboten: Im nichtfiktionalen Inhalt dürfen zu Show- und Unterhaltungszwecken mutwillig keinerlei Situationen herbeigeführt werden, die zum Einsatz von Sicherheitsbehörden wie Rettung, Feuerwehr oder Ähnlichem führen könnten.

Zur Verantwortung des ORF zählt auch, die Rezeption seiner Programminhalte nach wirtschaftlicher Maßgabe Mediennutzerinnen und -nutzern barrierefrei und auf relevanten Plattformen zu ermöglichen. Im Rahmen des Jugendschutzes zeigt der ORF keine Sendungen, die zur Beeinträchtigung der körperlichen, geistigen oder sittlichen Entwicklung von Minderjährigen beitragen könnten. Deshalb ist beim Einkauf und der Bearbeitung von fiktionalen Programminhalten sowie bei der Gestaltung von diesbezüglichen Trailern besondere Sorgfalt geboten. Zusätzlich hat der ORF die Verantwortung, sich an besondere Ausstrahlungszeitpunkte zu halten. Vor 20.15 Uhr soll das Programmangebot grundsätzlich für die ganze Familie geeignet sein.

Programminhalte mit einer Altersfreigabe ab 16 Jahren dürfen erst ab 22.00 Uhr ausgestrahlt werden. Der ORF bietet im Sinn des Jugendschutzes Kennzeichnung als Orientierungshilfe an. Grundsätzlich muss das Programmangebot gewaltfreie Kinder- und Jugendformate enthalten, die Werte und Wissen auf unterhaltsame Weise vermitteln.

4.1 Filme und Serien

Der ORF ist Auftraggeber fiktionaler Programme primär für österreichisches Publikum. Der ORF ist in seinen fiktionalen Produktionen der Wiedergabe und Reflexion österreichischer Identität in Sprache, Charakter, Mentalität, Humor, gesellschaftlicher und individueller Thematik, Kultur und Geografie in all ihrer Vielfalt verpflichtet. Der ORF ist

sich dieser Verantwortung gegenüber dem Fernsehpublikum bewusst und zeichnet sich nicht nur durch Kompetenz bei der Programmproduktion und der Programmauswahl, sondern auch durch fundierte Kenntnisse des Film- und Fernsehmarktes und der Konkurrenzsituation aus. Darüber hinaus ist es wichtig, die Sehgewohnheiten zu kennen und auf sie einzugehen; manchmal ist es aber auch notwendig, den gewohnten Pfad zu verlassen, um dem Publikum neue Blickwinkel näherzubringen. Der ORF ist stets bestrebt, Produktionen auszuwählen, die Horizonte erweitern, Vorurteile abbauen, zeitgeschichtliche Themen emotional aufbereiten und differenziert darstellen, gegenwärtige soziale Umbrüche und Veränderungen aufzeigen und die Seher/innen zum Nachdenken anregen. Denn Spielfilme, Serien, TV-Movies und Mehrteiler unterhalten nicht nur, sondern bilden auch und vermitteln oft mehr Wissen, als auf den ersten Blick erkennbar. Insbesondere TV-Serien – im Speziellen: Comedys – spiegeln das Abbild der Gesellschaft wider, treffen den Zeitgeist, vermitteln auf unterhaltende Art und Weise Werte und zeigen dem Publikum z. B. neue Formen des Zusammenlebens auf, ohne dabei drohend den Zeigefinger zu erheben.

4.2 Quiz / Show

Das Genre Quiz/Show vermag ähnlich wie das Genre Film/Serie vor faktischer Information Werte zu vermitteln; moralische, soziale, emotionale und äußere Werte, die als zentrales Bindemittel einer von Wertewandel und Wertpluralismus geprägten Gesellschaft wirken. Umso wichtiger ist sorgfältiger Umgang mit Moderation, Inhalten, Bild und Ton – hier soll weder spekulativ noch respektlos oder ausschließend die Diversität Österreichs berücksichtigt werden, insbesondere etwa durch geschlechtergerechte Sprache und Bilder, die nicht Stereotype bestätigen, sondern der Vielfalt menschlichen Lebens gerecht werden.

4.3 Kabarett / Comedy

Das Bewusstsein, dass gerade Humor ideales Vehikel für Werturteile ist, da seine Doppeldeutigkeit verschiedenen Deutungsmustern Raum lässt, enthebt nicht der Sorgsamkeit, der einigenden und gleichzeitig trennenden Kraft des Humors gewahr zu bleiben. Beispielsweise ist darauf zu achten, dass bei aller Akzeptanz von Diversität im Verständnis von Unterhaltung, die Herabwürdigung Einzelner – insbesondere durch Sexismus oder Rassismus – unterbleibt. Gerade in Kabarett-, Comedy- und Satireformaten kann auf unterhaltsame Weise Wissen über politische und gesellschaftspolitische Ereignisse in Österreich und Europa vermittelt und dabei das Interesse am aktuellen politischen Geschehen gefördert werden.

4.4 Unterhaltende Information

Sendungen der Unterhaltenden Information sollen dem Publikum ermöglichen, sich zu orientieren, Neues zu reflektieren und das Dargebotene einzuordnen. Im Gesamtprogramm ist Wertpluralismus öffentlich-rechtliches Gebot. Im Umgang mit Gästen von Sendungen ist vor allem bei jenen Personen, die wenig erfahren im Umgang

mit Medien sind, auf die möglichen Folgen medialer Auftritte hinzuweisen, wobei das Prinzip der Selbstverantwortlichkeit unberührt bleibt. Grundsätzlich gilt es, im Hinblick auf das integrative Vermögen unterhaltender Sendungen Spannung zwischen optimaler Vielfalt und idealer Homogenität zu erreichen.

5. Innovation

Das Verständnis von Unterhaltung ist nichts Feststehendes, das sich auf Etabliertes reduziert; vielmehr ist Unterhaltung dem ORF ein entwicklungsöffener Begriff. Vor allem für die programmgestaltenden Mitarbeiter/innen von Unterhaltungssendungen gilt es, immer wieder neue, entsprechende, attraktive Sendungen und Formate zu entwickeln. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Qualität Zeit braucht: auch Zeit, um vom Publikum akzeptiert zu werden. Jedenfalls gilt es, ein anspruchsvolles und kompetentes crossmediales Programmangebot zu liefern. Dazu gehört auch, dass Sendungen über ihren Unterhaltungsgehalt hinaus möglichst einen Beitrag zu Bildung, Wertevermittlung, Inklusion und (österreichischer wie europäischer) Identität leisten sollen. Die Gestaltung von Unterhaltungssendungen soll nach Möglichkeit auch unpopuläre, aber gesellschaftlich wichtige Themen auf kreative, mitunter auch provokante Weise massenattraktiv gestalten. Unterhaltungssendungen sollen weder zur Verfestigung von Vorurteilen, zur Verflachung des Geschmacks noch zur Verrohung oder Brutalisierung des Publikums führen, sondern im Gegenteil das Interesse, Problembewusstsein und den Gemeinwohlsinn fördern.

5.1 Filme und Serien

Integraler Bestandteil der redaktionellen Arbeit ist eingehende Recherche, um zum frühestmöglichen Zeitpunkt die neuesten Trends auf dem Film- und Serienmarkt zu identifizieren. Dem ORF ist es ein spezielles Anliegen, am Puls der Zeit und über die Themen informiert zu sein, die zu einem gegebenen Zeitpunkt die Produktionen im fiktionalen Bereich beherrschen. Trends sind schneller vorbei denn je, umso wichtiger ist es, die richtigen Themen zum richtigen Zeitpunkt zu erkennen und bestmöglich im ORF-Programm zu platzieren. Darüber hinaus haben die technischen Innovationen der letzten Jahre das Aufkommen einer Vielzahl neuer Content-Anbieter und Plattformen begünstigt, so dass insbesondere im TV-Serien-Bereich ein Übermaß an hochqualitativen – zum großen Teil aber auch für ein sehr schmales Publikumssegment zugeschnittenen – Produktionen am Markt verfügbar ist. Eine besondere Entwicklung stellt dabei die Zunahme von horizontal erzählten Serien und Anthologieserien dar, die nicht nur die Sehgewohnheiten (Binge Watching), sondern als direktes Resultat auch die Art der Programmierung verändert hat. Im Hinblick auf Filme und Serien bedeutet Innovation daher auch, mitunter unkonventionellen Programmfluss, etwa durch Eventprogrammierung, herzustellen.

5.2 Quiz / Show

Innovation im Genre Quiz/Show verlangt bei Beachtung und Beobachtung internationaler Trends originäre Umsetzung statt reiner Nachahmung. Auf österreichische Eigenheit und Unverwechselbarkeit – dies bei aller erkannten Schwierigkeit der Interpretation des „Österreichischen“ im Wandel von Zeit und Gesellschaft – ist Bedacht zu nehmen. Multimedialität, das synergetische Nutzen diverser technischer Plattformen, ist jedenfalls mitzudenken. Gerade Innovation verlangt nach Entscheidungsfreude und dem Mut, auch das Ausbleiben schneller Erfolge in Kauf zu nehmen: Neues, das langjährige Sehgewohnheiten zu sprengen vermag, braucht mitunter auch Zeit, um in seiner Hochwertigkeit erkannt zu werden.

5.3 Kabarett / Comedy

Kabarett und Comedy sind in erster Linie dazu geeignet, die Grenzen des Humors auszuloten: Dies darf nie Selbstzweck sein, Verletzung um der Verletzung willen in Kauf nehmen oder andere Menschen in ihrer Würde um der reinen Pointe willen herabsetzen. Gleichzeitig ist besonders in diesem Programmbereich das Experimentieren in Form und Inhalt zu ermöglichen.

5.4 Unterhaltende Information

Die Grenzen zwischen Abbildungen von Realität und Fiktionalem verschwimmen zusehends. Innovation im Genre Unterhaltende Information verweist auf neue Erzählformen, ungewohnte Dramaturgie und die Möglichkeit zum Versuch, Horizonterweiterung auf nicht etablierten Wegen anzubieten. Grenzen sind hier jedenfalls durch die Gefahr der Verwechselbarkeit von Wirklichkeit und Erfindung gesetzt; die Zuseher/innen müssen sich darauf verlassen können, dass die dargebotenen Fakten richtig sind.

1 Methodische Vorgangsweise

Die vorliegende Studie beruht auf etablierten Prinzipien qualitativer Sozialforschung im Rahmen von Evaluationsstudien:

- Das dialogische Erhebungsverfahren (Fokusgruppen, Face-to-Face-Interviews) geht über das standardisierte Abfragen von Zufriedenheit hinaus.
- Befragte können daher ihre Einschätzungen und Bewertungen ausführlich beschreiben und begründen.
- Detaillierte Meinungen zu Stärken und Schwächen werden erhoben.
- Der Schwerpunkt liegt nicht auf statistisch repräsentativen Angaben zur Verteilung von Merkmalen in einer Grundgesamtheit, sondern auf der umfassenden Darstellung der Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsanforderungen des Publikums.

Die Datengrundlage der Studie sind 123 österreichweit durchgeführte Face-to-Face-Interviews auf der einen Seite, zwei Fokusgruppen mit Nutzerinnen und Nutzern des ORF-Unterhaltungsangebots im Fernsehen auf der anderen. Die Erhebungsschritte fanden zwischen Anfang Oktober und Anfang Dezember 2014 statt und folgten einem dreistufigen Evaluationsdesign, das hier kurz beschrieben wird.

1.1 Pilotierung mittels einer Fokusgruppe

Als erstes Modul der vorliegenden Studie und Vorstufe der österreichweit durchgeführten Face-to-Face-Interviews wurde eine Fokusgruppe mit Nutzerinnen und Nutzern des ORF-Unterhaltungsangebots im Fernsehen durchgeführt.

Fokusgruppen sind moderierte Gruppendiskussionen zu einem Thema (Fokus), die explorativ Argumente und Einstellungen innerhalb der Bevölkerung erfassen, wobei im Unterschied zu Befragungen Argumente und Meinungen in ihrem natürlichen sozialen Kontext untersucht werden können.

Ziel dieses ersten Moduls war es, die Akzeptanz der im ORF-Qualitätsprofil definierten Qualitätsansprüche im Publikum zu ermitteln und darauf aufbauend eine empirisch grundierte Entwicklung des in den Interviews verwendeten Fragebogens zu ermöglichen.

In der Zusammensetzung der Gruppe wurde auf eine ausgewogene Verteilung von intensiven Nutzerinnen und Nutzern auf der einen und gelegentlichen Nutzerinnen und Nutzern auf der anderen Seite geachtet. Die Diskussion fand in Wien statt und dauerte eineinhalb Stunden; sie wurde digital aufgezeichnet, transkribiert und anschließend analysiert.

1.2 Face-to-Face-Interviews

Die österreichweite Befragung fand im Zeitraum vom 28. Oktober bis 5. Dezember 2014 statt. Insgesamt wurden 123 Interviews durchgeführt. In den Interviews wurden sowohl offene als auch standardisierte Fragen gestellt.

Wie für qualitative Forschungen üblich, wurde im Vorhinein ein **Stichprobenplan** festgelegt. Dieser stellt sicher, dass mit den Daten die gesamte Spannweite interessierender Phänomene abgebildet werden kann. Entsprechend dem Ziel einer Evaluation des ORF-Qualitätsprofils Unterhaltung wurden Nutzer/innen der interessierenden Subgenres des ORF-Angebots rekrutiert. Dabei wurde auf eine hohe Varianz in der Stichprobe sowohl hinsichtlich Nutzungsintensität des zu evaluierenden ORF-TV-Angebots als auch hinsichtlich der Zufriedenheit mit dem ORF-Angebot allgemein geachtet.

Mittels Quotierung stellt der Stichprobenplan eine ausgewogene Zusammensetzung der Stichprobe sicher. Für die vorliegende Studie wurden folgende Merkmale vorgegeben: Geschlecht, Alter und Bundesland. **Die Quoten wurden so festgelegt, dass sie der Verteilung in der Bevölkerung Österreichs entsprechen.** Zudem wurde innerhalb der Bundesländer auf eine hohe Varianz bezüglich ländlicher und städtischer Wohnorte der Befragten geachtet.

An der Befragung nahmen schließlich 66 Männer und 57 Frauen teil. Von den Befragten sind 16 % 18 bis 29 Jahre alt, 34 % sind zwischen 30 und 49 Jahren alt und rund 50 % der Befragten sind über 50 Jahre alt. Es wurden in allen Bundesländern Interviews durchgeführt. Bezüglich der Verteilung sind die bevölkerungsreichen Bundesländer stärker vertreten: Wien (20 %), Niederösterreich (19 %), die Steiermark (15 %) und Oberösterreich (15 %).

Hinsichtlich des Bildungsgrades unterscheiden sich die Befragten wie folgt: 69% der Befragten verfügen über eine Ausbildung ohne Matura. Darunter haben 62 % einen Lehrabschluss, 27 % einen mittleren Schulabschluss und 11 % die Pflichtschule als höchste abgeschlossene Schulbildung. 31 % der Befragten haben Matura oder einen höheren Bildungsabschluss erlangt.

Die größte Gruppe der Befragten ist berufstätig (62 %). 24 % der Befragten sind in Pension. 14 % der Interviewpartnerinnen und -partner sind diesen beiden Gruppen nicht zuordenbar, sie sind arbeitslos, in Ausbildung, in Karenz oder im Haushalt tätig.

Tabelle 1: Strukturmerkmale in der Stichprobe

		Anzahl	Prozent
Geschlecht	männlich	66	54 %
	weiblich	57	46 %
Altersgruppen	bis 29-Jährige	20	16 %
	30- bis 49-Jährige	42	34 %
	über 49-Jährige	61	50 %
Schulbildung	ohne Matura	85	69 %
	mit Matura	38	31 %
derzeitige Tätigkeit	berufstätig	76	62 %
	in Pension	30	24 %
	anderes	17	14 %
Bundesland	Burgenland	5	4 %
	Kärnten	9	7 %
	Niederösterreich	18	15 %
	Oberösterreich	23	19 %
	Salzburg	10	8 %
	Steiermark	19	15 %
	Tirol	10	8 %
	Vorarlberg	4	3 %
	Wien	25	20 %
Gesamt		123	100 %

1.3 Vertiefende Fokusgruppe

Im Anschluss an die Face-to-Face-Interviews wurde in einem dritten Schritt eine weitere Fokusgruppensdiskussion durchgeführt, um zentrale Ergebnisse der Einzelinterviews zu vertiefen bzw. im Diskurs zu erörtern. Dieses Vorgehen folgt einem in der qualitativen Sozialforschung verorteten Verständnis des Forschungsprozesses, wonach Hypothesen nicht im Vorhinein, sondern aufgrund der Auseinandersetzung mit den Daten (empirisch grundiert) entwickelt werden sollen und sich im Idealfall in mehreren Stufen Datenerhebungen und deren Interpretation aneinanderreihen.

Im vorliegenden dreistufigen Evaluationsdesign wurden daher unmittelbar im Anschluss an die österreichweite Erhebung die Ergebnisse der Einzelinterviews ausgewertet und die zentralen Stärken und Schwächen des ORF-Angebots aus Publikumssicht ermittelt sowie solche Qualitätsurteile identifiziert, zu denen ergänzendes Material zur Vertiefung des Verständnisses gesammelt werden sollte.

Aufgrund dieser Datenanalyse wurde in der zweiten Fokusgruppe vertiefend die Bereiche Innovation, Kompetenz sowie Erwartungen an Moderatorinnen und Moderatoren angesprochen.

Die Diskussion fand am 3. Dezember 2014 statt. Örtlich wurde – als Kontrast zur ersten, in Wien durchgeführten Gruppe – eine ländliche Gemeinde ausgewählt (Perg in Oberösterreich). Die Diskussion dauerte rund 90 Minuten. Sie wurde aufgezeichnet, transkribiert und anschließend inhaltsanalytisch ausgewertet. Der Moderationsleitfaden der Fokusgruppe enthielt folgende Abschnitte:

1. Assoziationen zum Unterhaltungsprogramm im ORF-Fernsehen
2. Öffentlich-rechtliche Qualität: Qualitätskriterien und Beurteilung der Erfüllung durch den ORF
3. Vertiefende Diskussion ausgewählter Ergebnisse aufgrund der Auswertung der Einzelinterviews
4. Qualität anhand Subgenres: Bewertung, Kritik und Wünsche des Publikums

1.4 Auswertung der Daten: Verbindung quantifizierender und qualitativer Methoden

Die 123 durchgeführten Face-to-Face-Interviews verbanden offene Fragen zu individuellen Seherfahrungen und Qualitätsansprüchen des Publikums auf der einen Seite mit der standardisierten Abfrage einzelner Items auf der anderen.

Neben der Nutzungsfrequenz der Subgenres des ORF-Angebots im Bereich Unterhaltung wurden insbesondere die im ORF-Qualitätsprofil entlang der Leistungskriterien Vertrauen, Vielfalt, Wertschöpfung, Verantwortung und Wissen sowie Innovation definierten Auftragswerte standardisiert abgefragt. Dazu wurde eine Fragenbatterie mit 28 Items entwickelt, die jeweils im SOLL (wie wichtig ist) und im IST (wie sehr erfüllt) sowie im Sendervergleich abgefragt wurde.

Die Ergebnisse dieser standardisierten Abfrage werden in Kapitel 2 dargestellt. Da entsprechend des qualitativen Ansatzes der vorliegenden Studie eine Quoten- und keine Zufallsstichprobe gezogen wurde, sind statistische Angaben zur Schwankungsbreite der standardisiert erhobenen Daten nicht möglich. Für die Interpretation der Ergebnisse werden im Folgenden daher die Ergebnisse der standardisierten Abfrage jeweils mit den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse verglichen und auf Kohärenz und Plausibilität überprüft.

1.4.1 Inhaltsanalyse mittels MAXQDA

Der Schwerpunkt des Berichts in den Kapiteln 3 und 4 liegt auf einer umfassenden Darstellung der in den qualitativen Interviews sowie den Fokusgruppen thematisierten Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsansprüchen der Befragten.

Dazu wurden die qualitativen Daten mittels der Software MAXQDA systematisch entlang eines Codierschemas strukturiert und ausgewertet. Dieses Auswertungsverfahren folgt etablierten Ansätzen der qualitativen Textanalyse¹²⁹ und erlaubt eine zusammenfassende und zugleich gegenstandsnahe Darstellung manifester Inhalte großer Textkorpora.

Im Rahmen dieses strukturierenden und zusammenfassenden Verfahrens wurde eine **Valenzanalyse** all jener Antworten auf offene Fragen vorgenommen, die eindeutig als negative oder positive Aussagen zur Erfüllung der Auftragswerte laut ORF-Qualitätsprofil codiert werden konnten. Während also Frequenzanalysen sich auf eine Auszählung von Worthäufigkeiten beschränken, erfassen Valenzanalysen, ob Inhalte (hier: die Erfüllung von Auftragswerten laut Qualitätsprofil) positiv, neutral oder negativ bewertet werden.

¹²⁹ Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim; Kuckartz, Udo et al. (2008): Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis, 2. Aufl., Wiesbaden. Altheide, David (1996): Qualitative Media Analysis, Thousand Oaks.

2 Qualität aus Publikumssicht und Akzeptanz des ORF-Qualitätsprofils

Der ORF hat das Qualitätsprofil Unterhaltung nach folgenden fünf Leistungskriterien gegliedert: **Vertrauen, Vielfalt, Wertschöpfung, Verantwortung und Wissen sowie Innovation.**

Für die vorliegende Studie wurden die je Leistungskriterium definierten Auftragswerte sowohl als standardisierte Fragenbatterie als auch im Rahmen eines qualitativen Interview-Leitfadens operationalisiert. Es wurde jeweils nach der Wichtigkeit der Qualitätsdimensionen für das Publikum, nach deren Erfüllung durch das ORF-Unterhaltungsprogramm sowie nach Stärken und Schwächen gefragt.

2.1 Die Qualitätswahrnehmung des Publikums

2.1.1 Bewertung im Soll

Im Zuge der 123 Face-to-Face-Interviews wurde den Befragten eine Liste mit 28 Eigenschaften entlang der Auftragswerte entsprechend ORF-Qualitätsprofil vorgelegt. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen diese Eigenschaften für das Unterhaltungsprogramm im ORF-Fernsehen sind. Diese Bewertung wurde anhand einer 5-stufigen Skala (1 „sehr wichtig“ bis 5 „gar nicht wichtig“) vorgenommen.

Demnach ist die Zustimmung zu den vorgelegten Begriffen hoch. Abbildung 1 zeigt die relative Wichtigkeit der einzelnen Qualitätsmerkmale für das Publikum im Überblick.

Die höchsten Bewertungen im SOLL – mit über 90 % Zustimmung – erhielten die beiden unmittelbar auf den Erlebniswert von Unterhaltungsfernsehen bezogenen Items „unterhaltsam“ und „interessant / anregend“.

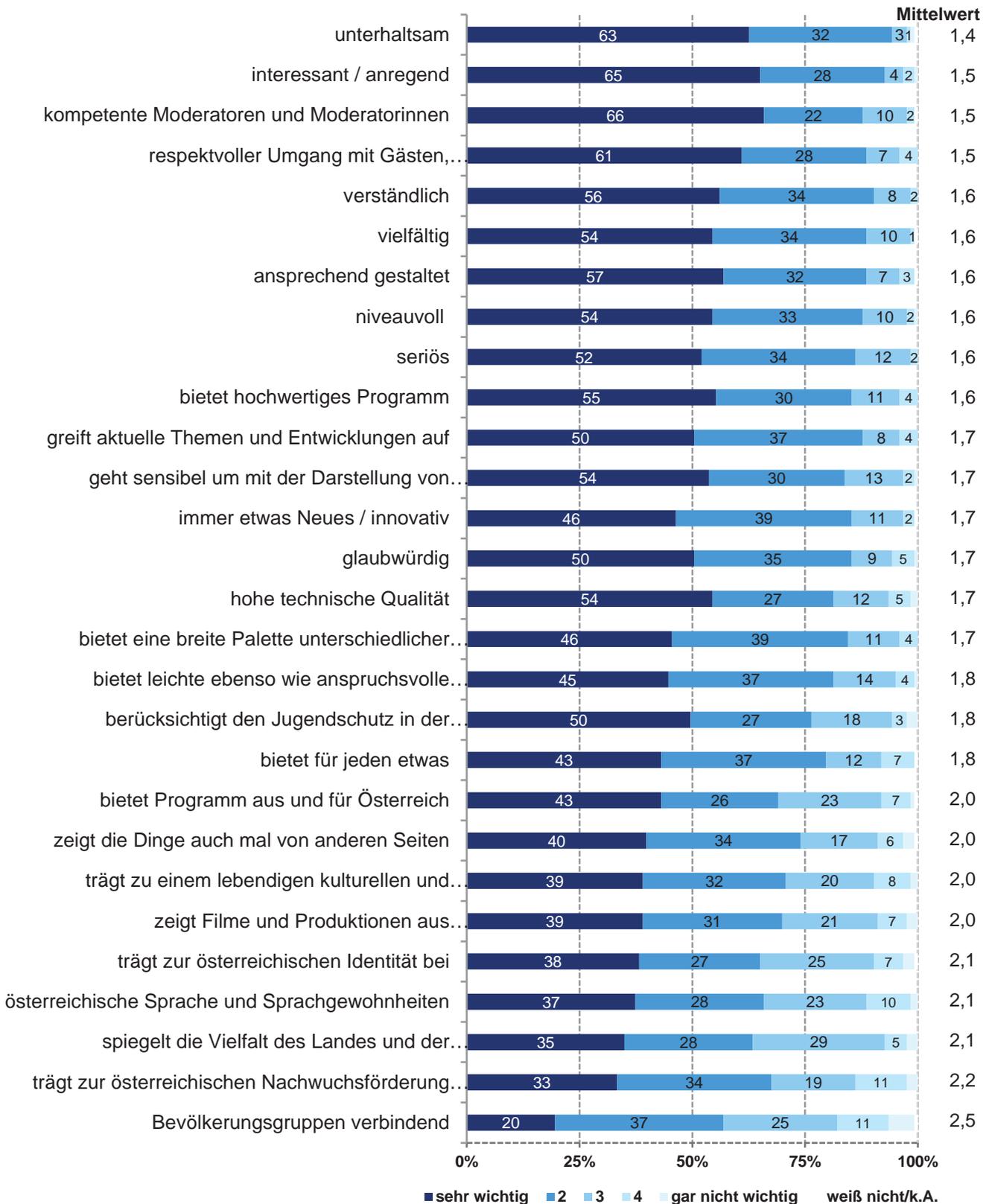
Mit Zustimmungsraten zwischen 81 und 90 % ebenfalls sehr hoch bewertet wurde eine Reihe von **Items mit Bezug zu allen fünf Leistungskriterien laut ORF-Qualitätsprofil**: im Bereich der Vielfalt die Items „vielfältig“, „bietet eine breite Palette unterschiedlicher Unterhaltungs-Sendungen“ und „bietet leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung“; im Bereich Verantwortung die Qualitätskriterien „respektvoller Umgang mit Gästen, Interviewpartnern/-innen“, „geht sensibel um mit der Darstellung von Gewalt und Sexualität“ und „verständlich“; im Bereich des Vertrauens die Items „niveauvoll“, „seriös“ und „glaubwürdig“; Im Bereich Wissen das Merkmal „greift aktuelle Themen und Entwicklungen auf“; sowie in den Bereichen Wertschöpfung, Innovation und Kompetenz die Items „ansprechend gestaltet“, „bietet hochwertiges Programm“, „kompetente Moderatoren und Moderatorinnen“, „immer etwas Neues / innovativ“ sowie „hohe technische Qualität“.

Etwas weniger wichtig mit Zustimmungsraten zwischen 70 und 80 % bewertete das Publikum folgende Qualitätskriterien im Bereich Vielfalt und Wertschöpfung: „bietet für jeden etwas“, bietet Programm aus und für Österreich“, „trägt zu einem lebendigen kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“ und „zeigt Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“. Auch die Items „zeigt die Dinge auch mal von anderen Seiten“ und „berücksichtigt den Jugendschutz in der Programmgestaltung“ erhielten Zustimmungsraten von rund drei Viertel der Befragten.

Relativ weniger wichtig – aber immer noch mit Zustimmungsraten von rund zwei Drittel der Befragten – bewerteten die Befragten die Eigenschaften „trägt zur österreichischen Identität bei“, „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“, „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“ sowie „trägt zur österreichischen Nachwuchsförderung im Bereich Film, Kabarett und Unterhaltung bei“.

Am wenigsten wichtig befanden die Befragten schließlich das Item „Bevölkerungsgruppen verbindend“, das aber auch noch von 20 % für „sehr wichtig“, von 37 % für „ziemlich wichtig“ und von 25 % für „durchschnittlich wichtig“ eingestuft wurde.

Abbildung 1: Qualitätsmerkmale – Wichtigkeit für das Publikum (n=123)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer 5-stufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „gar nicht wichtig“; Angaben in Prozent, n=123.

2.1.2 Bewertung im Ist

Im Anschluss an die Bewertung nach Wichtigkeit wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie sehr die 28 Eigenschaften auf das Unterhaltungsprogramm im ORF-Fernsehen zutreffen. Verwendet wurde dazu eine 5-stufige Skala (1 „trifft sehr zu“ bis 5 „trifft gar nicht zu“). Abbildung 2 zeigt die Ergebnisse im Überblick. Während die zuvor dargestellte Abfrage nach Wichtigkeit ein Idealbild zeigt, bewerten die Befragten in der Erfüllung das reale Programmangebot, woraus sich in der Regel eine niedrigere Bereitschaft zur Verwendung der Top-Box „trifft sehr zu“ ergibt. Die Kategorien 1 und 2 der 5-stufigen Skala wurden daher zu einer Kategorie – „trifft (sehr) zu“ – zusammengefasst. Die Zustimmung zu den verschiedenen Eigenschaften variiert zwischen rund fünf und rund neun von zehn Befragten, die die einzelnen Eigenschaften als sehr zutreffend bzw. zutreffend einstufen.

Die höchste Bewertung im IST erhielt für das Unterhaltungsprogramm das Item „verständlich“ mit 87 % Zustimmung. Dahinter mit 80 % Zustimmung oder mehr folgen die Items „hohe technische Qualität“, „seriös“ sowie die beiden Merkmale „bietet Programm aus und für Österreich“ und „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“.

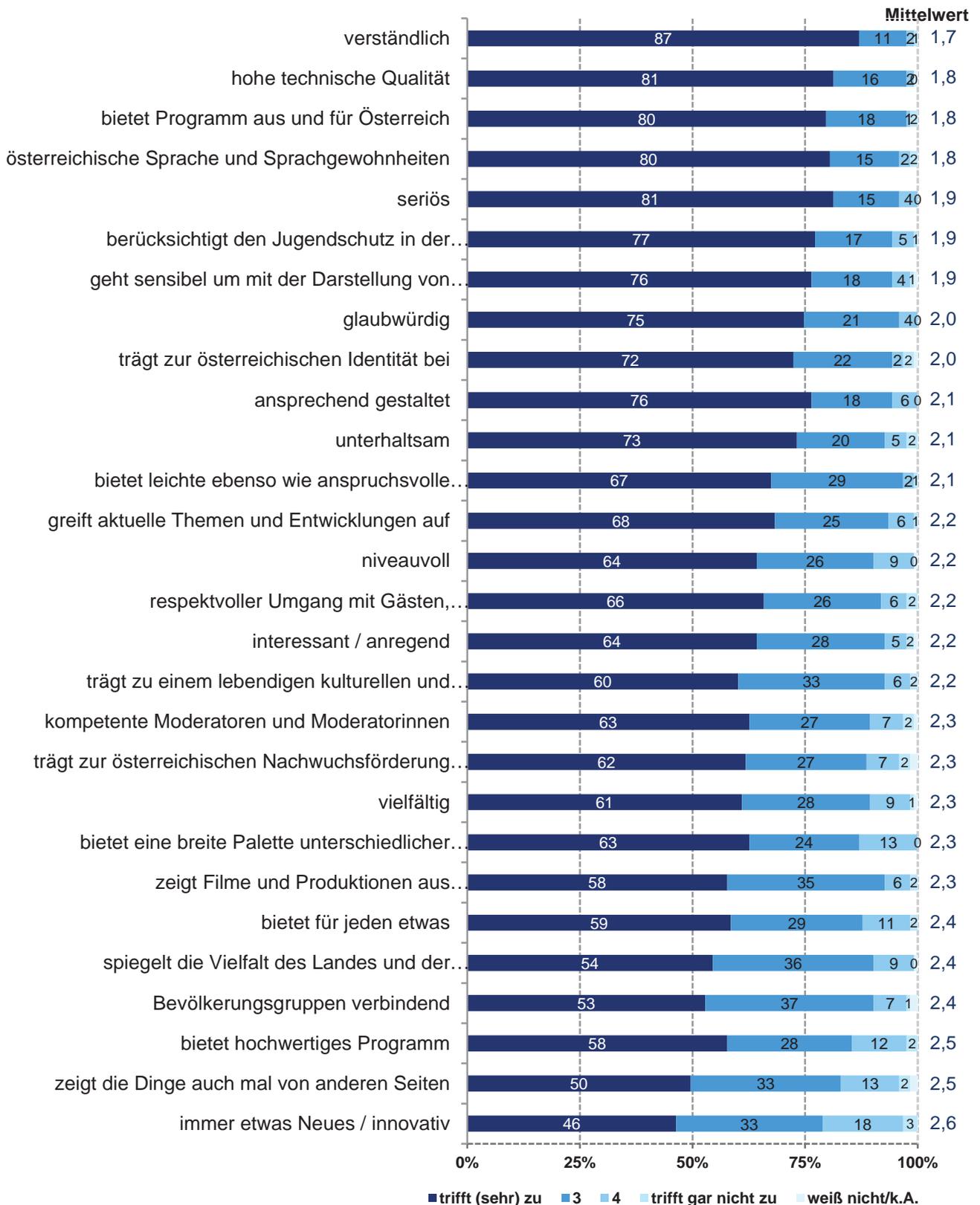
Im oberen Mittelfeld mit Zustimmungsraten zur Erfüllung über 70 % finden sich die beiden Items „ansprechend gestaltet“ und „unterhaltsam“, die Aspekte der Verantwortung „berücksichtigt den Jugendschutz in der Programmgestaltung“ und „geht sensibel um mit der Darstellung von Gewalt und Sexualität“ sowie die Qualitätskriterien „glaubwürdig“ sowie „trägt zur österreichischen Identität bei“.

Mit einer Zustimmung zwischen 60 und 68 % ebenfalls gut bewertet wurden folgende Aspekte der Programmvierfalt, der kompetenten Machart, der Wertschöpfung sowie der Dimensionen Verantwortung/Wissen: „bietet leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung“, „vielfältig“, „bietet eine breite Palette unterschiedlicher Unterhaltungssendungen“, „niveauvoll“, „interessant / anregend“, „kompetente Moderatoren und Moderatorinnen“, „trägt zur österreichischen Nachwuchsförderung im Bereich Film, Kabarett und Unterhaltung bei“, „trägt zu einem lebendigen kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“, „greift aktuelle Themen und Entwicklungen auf“ und „respektvoller Umgang mit Gästen, Interviewpartnern/-innen“.

Im unteren Drittel hinsichtlich der Bewertung der Erfüllung, aber immer noch mit Zustimmungsraten von mehr als der Hälfte der Befragten, finden sich die Qualitätsmerkmale „zeigt Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“, „bietet für jeden etwas“, „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“ sowie „Bevölkerungsgruppen verbindend“ und „bietet hochwertiges Programm“.

Vergleichsweise am wenigsten durch das ORF-Unterhaltungsprogramm erfüllt bewertete das Publikum schließlich die Items „zeigt die Dinge auch mal von anderen Seiten“ (50 % Zustimmung) und „immer etwas Neues / innovativ“ (46 % Zustimmung). Jeweils 15 % bzw. 21 % der Befragten gaben an, dass diese Merkmale vom ORF-Unterhaltungsprogramm nicht erfüllt werden.

Abbildung 2: Qualitätsmerkmale – Erfüllung durch das ORF-Unterhaltungsprogramm (n=123)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer 5-stufigen Skala von „trifft sehr zu“ bis „trifft gar nicht zu“; Angaben in Prozent, n=123.

2.1.3 Bewertung im Sendervergleich

Die Bewertung im Sendervergleich ergänzt die allgemeine Bewertung des ORF-Unterhaltungsprogramms. Dafür wurden die Befragten gebeten, für die 28 vorgelegten Eigenschaften jeweils anzugeben, auf welche der folgenden Gruppen von Sendern diese am ehesten zutreffen: ORF-Fernsehen, deutschsprachige öffentlich-rechtliche Auslandssender, österreichische Privatsender, sonstige deutschsprachige Privatsender oder öffentlich-rechtliche Spartensender (wie ARTE, 3sat, ZDFneo) (s. Tabelle 2).

Mit einer Zustimmung über 70 % am besten erfüllt sahen die Befragten beim ORF den Österreichwert bzw. die Wertschöpfung entlang der Items „bietet Programm aus und für Österreich“, „österreich. Sprache und Sprachgewohnheiten“, „trägt zur österreichischen Nachwuchsförderung im Bereich Film, Kabarett und Unterhaltung bei“ sowie „trägt zur österreichischen Identität bei“. **Eine Zustimmung von jeweils über 60 %** erhielten die Items „geht sensibel um mit der Darstellung von Gewalt und Sexualität“, „trägt zu einem lebendigen kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“ und „verständlich“. **Weniger gut, aber mit einer Zustimmung von 41 % oder mehr deutlich vor der Konkurrenz** bewertet wurde der ORF bei den Items „berücksichtigt den Jugendschutz in der Programmgestaltung“, „hohe technische Qualität“, „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“, „respektvoller Umgang mit Gästen, Interviewpartnern/-innen“, „seriös“, „glaubwürdig“, „ansprechend gestaltet“ und „bietet leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung“.

Bei den verbleibenden Items bleibt der ORF zwar aus Sicht der Befragten in der Regel führend, doch verringert sich der Abstand in der Qualitätswahrnehmung gegenüber einerseits den öffentlich-rechtlichen Auslands- und Spartensendern und andererseits den nichtösterreichischen Privatsendern: So sahen 40 % das Merkmal „kompetente Moderatoren und Moderatorinnen“ am besten durch den ORF erfüllt – 37 % hingegen durch die deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Auslandssender. Auch bei den Items „niveauvoll“, „interessant / anregend“, „greift aktuelle Themen und Entwicklungen auf“ und „Bevölkerungsgruppen verbindend“ weicht das Publikum zum Teil auf die öffentlich-rechtliche Konkurrenz aus. Die (nichtösterreichischen) kommerziellen Sender wiederum werden vor allem hinsichtlich der Angebotsvielfalt von einem Teil der Befragten als dem ORF überlegen betrachtet: So weicht rund ein Viertel oder mehr auf die Kommerziellen aus, wenn es um die Items „unterhaltsam“, „bietet für jeden etwas“, „vielfältig“ und „bietet eine breite Palette unterschiedlicher Unterhaltungs-Sendungen“ geht.

Vergleichsweise am schwächsten positioniert mit unter 30 % Zustimmung und einer starken Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Auslands- und Spartensender zeigte sich der ORF bei den Items „zeigt Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“, „bietet hochwertiges Programm“ und „zeigt die Dinge auch mal von anderen Seiten“. Das Merkmal „immer etwas Neues / innovativ“ sah rund ein Drittel der Befragten am besten durch nichtösterreichische kommerzielle Sender erfüllt, gegenüber 28 %, die hier den ORF führend sahen. Die qualitative Analyse zeigt allerdings differenzierend, dass das Publikum gegenüber der Innovation ebenso auch die Kontinuität wünscht (s. Kap. 3.4).

Tabelle 2: Positionierung ORF-TV-Unterhaltung auf den Qualitätskriterien im Sendervergleich, Angaben in Prozent (n=123)

	Unterhaltung im Fernsehen					
	ORF	Dt. ÖR	Öst. Private	Dt. Private	ÖR Sparten-sender	Weiß nicht / k. A.
bietet Programm aus und für Österreich	75	2	14	1	8	0
österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten	74	2	12	0	9	2
trägt zur österreichischen Nachwuchsförderung im Bereich Film, Kabarett und Unterhaltung bei	74	6	7	1	11	2
trägt zur österreichischen Identität bei	73	2	11	2	10	2
geht sensibel um mit der Darstellung von Gewalt und Sexualität	66	20	5	2	5	2
trägt zu einem lebendigen kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei	65	4	13	1	15	2
verständlich	60	21	4	9	4	2
berücksichtigt den Jugendschutz in der Programmgestaltung	57	26	2	3	9	2
hohe technische Qualität	51	14	6	22	4	3
spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider	50	15	11	7	15	2
respektvoller Umgang mit Gästen, Interviewpartnern/-innen	49	26	11	7	7	0
seriös	47	29	6	3	13	2
glaubwürdig	45	31	7	7	8	2
ansprechend gestaltet	41	22	9	15	12	1
bietet leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung	41	24	8	16	9	2
kompetente Moderatoren und Moderatorinnen	40	37	8	12	2	1
unterhaltsam	39	19	13	24	3	2
niveauvoll	37	28	7	7	21	1
interessant / anregend	37	23	11	18	11	0
greift aktuelle Themen und Entwicklungen auf	37	30	10	12	11	0
bietet für jeden etwas	36	24	8	26	3	3
vielfältig	32	26	7	28	5	2
Bevölkerungsgruppen verbindend	31	24	11	8	22	4
bietet eine breite Palette unterschiedlicher Unterhaltungs-Sendungen	29	23	9	34	3	2
zeigt Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern	28	28	8	15	19	1
bietet hochwertiges Programm	28	26	5	16	22	2
immer etwas Neues / innovativ	28	19	9	32	10	3
zeigt die Dinge auch mal von anderen Seiten	25	27	14	8	23	3

Anm.: Anteile der Befragten, die das jeweilige Item am besten durch das Unterhaltungsprogramm im ORF-Fernsehen (ORF eins, ORF 2, ORF III), in deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Auslandssendern (wie ARD, ZDF, Schweizer Fernsehen), österreichischen Privatsendern (wie ATV, Puls4, ServusTV), sonstigen deutschsprachigen Privatsendern (wie RTL, Pro7, Sat.1, Vox) oder in öffentlich-rechtlichen Sparten sendern (wie ARTE, 3sat, ZDFneo) erfüllt sehen; Angaben in Prozent, n=123.

2.2 Ergänzende qualitative Analyse

Vor dem Vorlegen der standardisierten Fragenbatterien wurde in den 123 Face-to-Face-Interviews eingangs offen nach der Qualitätswahrnehmung des Publikums gefragt:

- nach den Erwartungen an ein qualitativvolles Unterhaltungsprogramm im ORF-Fernsehen sowie entsprechenden Positiv- bzw. Negativzuschreibungen
- nach Themen, Formaten und Angeboten, die aus Sicht der Befragten in der ORF-Fernsehunterhaltung unterrepräsentiert sind bzw. fehlen; sowie umgekehrt nach Aspekten, die in der Fernsehunterhaltung im ORF stören würden bzw. nicht vorkommen sollten
- nach Besonderheiten der ORF-Fernsehunterhaltung im Vergleich zum Angebot anderer Sender und spezifischen Erwartungen an den ORF im Sendervergleich
- nach persönlichen Motiven für die Nutzung von Unterhaltungssendungen im Fernsehen

Differenzierte Motivlagen zur Nutzung von TV-Unterhaltung

Wie Siegert et al. in ihrer Studie zu „Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag“ (2014) festhalten, ist sowohl die wissenschaftliche als auch die politische und gesellschaftliche Diskussion über Qualitätskriterien im Bereich der Unterhaltung deutlich weniger ausdifferenziert als etwa im Bereich der Information.¹³⁰

Auch in den im Rahmen dieser Studie durchgeführten Erhebungen zeigt sich, dass für die Nutzer/innen von TV-Unterhaltung zunächst das unmittelbare ästhetische Erleben – TV-Unterhaltung *gefällt, unterhält, berührt emotional, reißt mit, entspannt* usw. – im Vordergrund steht, und erst in zweiter Linie wird auf Nachfrage ein breiteres, latentes Qualitätsbewusstsein aktiviert. Gefragt nach den Gründen für die Nutzung von Unterhaltungssendungen, bringen die Befragten dabei durchaus komplexe und unterschiedliche Motivlagen zur Sprache:

Unterhaltung zur Entspannung: Das „*Abschalten vom Alltag*“ (männlich, 47), die *Entspannung* um „*den stressigen Tag hinter sich zu lassen*“ (männlich, 40) oder sich „*berieseln [zu] lassen*“ (weiblich, 32) stellt eines der am häufigsten genannten Nutzungsmotive dar. Leichte Unterhaltung „*als Untermalung*“ (weiblich, 23) – „*man muss nicht viel denken*“ (weiblich, 32) – steht hier im Vordergrund, wo vielleicht nebenbei noch andere Tätigkeiten wie Bügeln oder das Blättern in Zeitschriften durchgeführt werden. Auch das Fernsehen aus Langeweile wird von einigen Befragten in diesem Zusammenhang genannt.

Fernsehen als Abendgestaltung: In verwandter Motivlage wird von manchen Befragten die abendliche Fernsehnutzung als Gewohnheit, als Fixpunkt im Tagesablauf genannt: Man will „*einen entspannten Abend genießen; man freut sich auf gewisse Serien*“

¹³⁰ „Während Qualitätskriterien im Journalismus fest etabliert sind ..., gibt es im Bereich der Unterhaltung keine allgemein vergleichbaren Standards.“ (Siegert et al. 2014, 13)

(weiblich, 22), man sieht „*vertraute Gesichter*“ (männlich, 65) und „*mag die Moderatoren*“ (männlich, 58). Dies kann auch heißen, Sendungen mit Freunden oder „*mit der ganzen Familie*“ anschauen zu wollen (männlich, 47).

Informationsgehalt und Interesse: Ganz anders gelagert ist die Fernsehnutzung aus Interesse und wegen des „*guten Informationswerts*“ (weiblich, 62) gewisser Sendungen. Hier sollen Sendungen einen „*guten Inhalt*“ haben (männlich, 62), Interesse wecken (männlich, 47), „*niveauvoll und geistreich*“ (weiblich, 65) sein und vielleicht auch „*neue Sichtweisen*“ bieten (weiblich, 31) oder der Weiterbildung dienen (männlich, 39; weiblich, 74). Auch besondere Gäste wie „*berühmte Personen*“ (männlich, 65) werden in diesem Zusammenhang als Motiv für die Nutzung genannt.

Sicht gut unterhalten fühlen: Als zentrales Motiv wird der Unterhaltungswert – sich gut unterhalten zu fühlen – von den Befragten mit ganz unterschiedlichen Eigenschaften und Anforderungen in Verbindung gebracht: Genannt wird beispielsweise „*Nervenkitzel*“ (weiblich, 53), „*kurzweiliges*“ Programm (männlich, 34), „*sympathische Moderatoren*“ (männlich, 65), *Spaß, Abwechslung* oder *Schauspieler*, die gefallen. Unterhaltungssendungen können die „*Fantasie anregen*“, wie ein Befragter formuliert (männlich, 62), und ein „*gutes Gefühl*“ geben, sei es „*Nostalgie bei manchen alten Filmen oder Serien*“ (männlich, 61) oder das „*Mitfiebern*“ bei anspruchsvollen Filmen, die einen „*fesseln*“ (männlich, 27).

Humor: Besonders häufig wird in diesem Zusammenhang von den Befragten auch *Humor* – das *Lachen-Können* – als Motiv zur Nutzung von Unterhaltungssendungen genannt: „*Humor ist ein wichtiger Teil in meinem Leben, und humoristische Sendungen verschaffen mir neues Lebenselixier*“ (weiblich, 47); fernsehen diene „*zur Erbauung und als Anregung für eine humoristische Sicht mancher Dinge und Unpässlichkeiten des Lebens*“ (männlich, 57).

Die genannten Motivlagen können dabei auch situativ variieren:

„Ich würde mir wünschen, mehr Wissen aus den Sendungen zu bekommen. Mich jedoch auch von gewissen Shows und Serien berieseln lassen zu können. Es muss ein Mittelweg gefunden werden, der für jeden etwas bietet, jedoch von der Qualität nicht nachlässt wie z. B. ‚Die Millionenshow‘.“ (weiblich, 43)

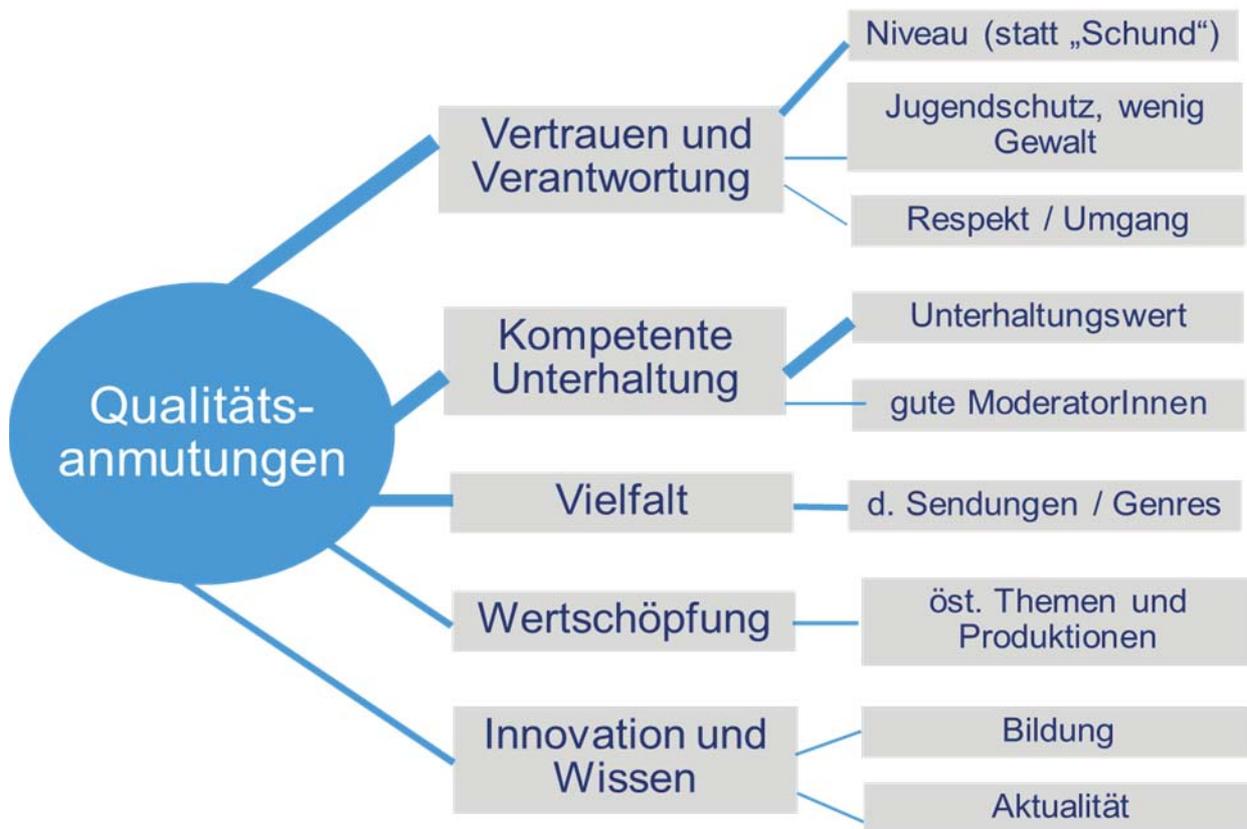
Weiterer Qualitätsbegriff

Über diesen unmittelbaren Unterhaltungs- und Nutzwert hinaus haben Siebert et al. (2014) eine Vielzahl gesellschaftlich relevanter Funktionen unterschieden, die ähnlich wie von Informations- auch von Unterhaltungssendungen erfüllt werden. Während dieser weitere, im Qualitätsprofil Unterhaltung formulierte öffentlich-rechtliche Mehrwert nicht in allen Aspekten im Publikum gleichermaßen stark verankert ist, zeigen die Fokusgruppendifkussion und qualitativen Interviews klar: Das vom ORF erarbeitete Qualitätsprofil wird vom Publikum verstanden, d. h. die Befragten sind in der Lage, kompetent über die einzelnen Qualitätsmerkmale zu sprechen und über deren Wichtigkeit für sie selbst sowie die Erfüllung durch das ORF-Unterhaltungsprogramm Auskunft zu

geben. Darüber hinaus werden diese Qualitätsmerkmale in der Regel auch als gültig akzeptiert, d. h. von den Befragten bestätigt und auch selbst übernommen.

Dabei sind die einzelnen Qualitätskriterien für das Publikum unterschiedlich relevant. Abbildung 3 auf der folgenden Seite zeigt, welche Qualitätsmerkmale in den offenen Antworten der Befragten zu Beginn der Face-to-Face-Interviews am häufigsten thematisiert wurden. Die Abbildung repräsentiert daher den manifesten Qualitätsbegriff der Befragten, den sie ungestützt, d. h. ohne dass ihnen das Qualitätsverständnis laut ORF-Qualitätsprofil vorgelegt wurde, zur Sprache bringen.

Abbildung 3: Qualitätsanmutungen des Publikums – Antworten auf offene Fragen in der Eingangsphase der qualitativen Interviews



Anm.: Die Stärke der blauen Verbindungslinien repräsentiert die Häufigkeit, mit der die Befragten das jeweilige Qualitätsmerkmal thematisiert haben (n=517 codierte Aussagen [Mehrfachantworten])

Am nächsten zum Alltagsverständnis und zur Seherfahrung der Befragten ist demnach auf der einen Seite der unmittelbare Unterhaltungswert der Sendungen, den die Befragten an Merkmalen wie (Ent-)Spannung, Spaß, Sympathie – und jedenfalls keiner Langeweile – festmachen. Explizit genannt werden in diesem Zusammenhang auch gute, kompetente und sympathische Moderatorinnen und Moderatoren als Anforderung an Qualität.

Ähnlich häufig genannt werden Qualitätsanforderungen im Bereich Verantwortung und Vertrauen. Insbesondere die Anforderung an Niveau – im Unterschied zu „niveauloser“, „primitiver“, „seichter“, „verblörender“ oder auch „respektloser“ Unterhaltung – ist im

Publikum breit verankert und wird als Anforderung an den ORF – auch im Unterschied zu mancher „schlechter“ Unterhaltung im kommerziellen Fernsehen – herangetragen.

Das Leistungskriterium der Vielfalt wird von den Befragten primär mit der Anforderung an ein vielfältiges, abwechslungsreiches und umfangreiches Programmangebot verbunden. Bei der Wertschöpfung steht der Österreichbezug der Sendungen im Vordergrund, d. h. es werden österreichische Themen, Schauplätze bzw. ORF-Eigenproduktionen eingefordert. Genannt werden schließlich von einigen Befragten auch Qualitätskriterien in den Dimensionen Innovation und Wissen, wobei auf der einen Seite der Aktualitätsbezug des Programms und auf der anderen Seite dessen Beitrag zur Bildung und Wissensvermittlung gewünscht werden.

Über die genannten Qualitätsmerkmale hinaus diskutierten die Befragten im gesamten Verlauf der Interviews auch weitere Ansprüche, die unmittelbar mit dem Gebrauchswert von Fernsehen zu tun haben: Darunter bezogen sich im ersten, ungestützten Teil der Face-to-Face-Interviews je 23 Nennungen auf Werbeunterbrechungen sowie auf Wiederholungen¹³¹ sowie dreizehn Nennungen auf den Wunsch, dass Sendungen zu Zeiten laufen mögen, die in den jeweiligen Tagesablauf passen. Als konkreter Verbesserungsvorschlag wurde in diesem Zusammenhang gewünscht, dass ORF eins und ORF 2 zu einer Sendezeit jeweils unterschiedliche Seher/innengruppen ansprechen sollten (d. h. keine Überschneidungen).

Seriös und unterhaltend: Erwartungen an den ORF im Sendervergleich

Neben der Zufriedenheit mit der Qualität des ORF-Unterhaltungsprogramms wurde im Rahmen der Interviews auch die Frage nach dem spezifischen Mehrwert des ORF im Sendervergleich gestellt:

„Glauben Sie, dass der ORF in der Fernsehunterhaltung etwas bietet, das andere TV-Sender nicht leisten? Wo sich also der ORF von anderen Sendern unterscheidet?“

Rund die Hälfte der Befragten (52 %) beantwortete diese Frage negativ, rund ein Drittel positiv (35 %) und ein gutes Zehntel enthielt sich einer Antwort (13 % weiß nicht). Im Gruppenvergleich bejahten zufriedene ORF-Seher/innen, jüngere Befragte sowie Befragte ohne Matura etwas häufiger einen spezifischen Mehrwert des ORF.

Befragte, die einen Unterschied des ORF zu anderen Anbietern verneinen, äußern sich häufig generell kritisch:

„Der ORF hat sich leider schon angepasst: Hauptsache ist die Quote, gute Sendungen bringt er nach Mitternacht.“ (männlich, 60)

„Der ORF unterscheidet sich nicht mehr von anderen Sendern, außer dass sie in den Filmen noch keine Werbeunterbrechungen haben. Daher machen sie das sowieso zwischen zwei Sendungen, was noch ärgerlicher ist.“ (weiblich, 53)

¹³¹ In der Regel werden weniger Werbung und weniger Wiederholungen gewünscht – aber auch die gegenteiligen Meinungen werden geäußert.

In diesem Zusammenhang beziehen sich die Befragten häufig auf Unterhaltungsserien, die sowohl im ORF als auch auf anderen Sendern laufen: „*ORF eins und Pro7, das ist ziemlich parallel.*“ (weiblich, 29) „*Mehr gute Spielfilme wären schön, oder andere Serien: ‚How I Met Your Mother‘ etc. kommt überall und immer.*“ (weiblich, 29) Manche Befragte wünschen auf der anderen Seite keine Differenzierung des ORF, sondern eine Anpassung an kommerzielle Anbieter: „*Schaut einfach mal bei Puls4, sixx oder anderen Anbietern nach, wie es richtig funktionieren soll.*“ (weiblich, 46)

Als positive Unterscheidungsmerkmale des ORF werden insbesondere die Werbefreiheit und der Österreichbezug des Programms genannt. Zusätzliche Erwartungen des befragten Publikums sind ein hohes Niveau der Sendungen, Angebotsvielfalt, Familientauglichkeit sowie Eigenständigkeit:

„Keine Kopien von anderen Sendern; anspruchsvoll gestaltetes Unterhaltungsprogramm auf mittlerem bis höherem Niveau; eigens produzierte Unterhaltungsformate.“ (männlich, 51)

Dabei wird neben der Seriosität immer wieder auch ein guter Unterhaltungswert betont und eingefordert: „*seriöse und unterhaltende Programme*“ (weiblich, 36), „*unterhaltend, lustig, jedoch nicht diskriminierend*“ (männlich, 62), „*darf nicht langweilig und unseriös sein*“ (weiblich, 29).

Qualität und *memorability* in den Subgenres

Im Gespräch über Qualität wurden die Befragten zu Beginn der Interviews auch nach Beispielen von Unterhaltungssendungen gefragt, die für sie besonders positiv oder negativ herausstechen und für ihre Gesamtbewertung des ORF-Unterhaltungsprogramms maßgeblich sind.

Die sieben am häufigsten positiv genannten Sendungen waren:

1. Die Millionenshow (22 Nennungen)
2. Die große Chance (13)
3. Dancing Stars (13)
4. Willkommen Österreich (8)
5. Tatort (8)
6. Wir sind Kaiser (7)
7. Wetten, dass ..? (3)

Ebenfalls häufig positiv genannt wurden breitere Kategorien von Sendungen, darunter amerikanische Serien und Sitcoms, Spielfilme, Krimis, sowie Quiz-Sendungen.

Die Negativbeispiele mit der höchsten *memorability* waren:

1. Wir sind Kaiser (9 Nennungen)
2. Musikantenstadl (8)
3. Die große Chance (7)

4. Die Barbara Karlich Show (4)
5. Die Millionenshow (3)
6. Kommissar Rex, Dancing Stars, Willkommen Österreich (je 2)

Zwölf Befragte nannten als Negativbeispiel *amerikanische Serien* bzw. „Sendungen, die für Pubertierende lustig sind, aber nicht für normale Erwachsene wie ‚Two and a Half Men‘. (weiblich, 39)

Die heterogenen Publikumswahrnehmungen dieser Sendungskategorie werden in Kapitel 4.1 zum Subgenre Film/Serie im Detail beschrieben. Den kontroversen Bewertungen von „Wir sind Kaiser“ wird in Kapitel 4.4 zum Subgenre Kabarett/ Comedy nachgegangen.

Wünsche an die Programmauswahl

Gefragt nach Unterhaltungsangeboten, die im ORF fehlen bzw. ausgebaut werden sollten, äußerte rund eine Hälfte der Befragten (54 %) generelle Zufriedenheit, während die andere Hälfte konkrete Anregungen und Wünsche formulierte. An erster Stelle wurde dabei mehr Programm mit Österreichbezug gewünscht, gefolgt von „alten“ Filmen oder Serien (s. Tabelle 3 auf der folgenden Seite). *Lustige Unterhaltung* bzw. Kabarett/Comedy wurde von neun Befragten vermehrt gewünscht ebenso wie generell „gute“ Filme und Serien. Siebenmal wurde diesbezüglich spezifisch mehr Internationalität eingefordert.

Weitere Publikumswünsche bezogen sich auf Kochshows (5 Nennungen), Quizsendungen (4), Talk- bzw. Castingshows (3) sowie neue Serien (die noch nicht anderswo gezeigt werden), Reality-TV, Programm für Kinder sowie Musiksendungen/Konzerte.

Tabelle 3: Im ORF-Unterhaltungsprogramm sollte ausgebaut werden ...

	Häufigkeit
Programm mit Österreichbezug	13
alte Filme/Serien	10
Lustiges/Kabarett	9
„gute“ Filme/Serien	9
internationale Filme/Serien	7
Kochshows	5
Quiz	4
Talk-/Castingshows	3
Reality-TV	2
Kinderprogramm	2
neue/aktuelle Serien	2
Musiksendungen/Konzerte	2

Anm.: offene Frage, Mehrfachantworten möglich, n=68 gültige Nennungen

2.3 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die Zusammenschau der standardisiert abgefragten Bewertungen und der qualitativen Analyse der offenen Antworten zeigt zunächst, dass die im ORF-Qualitätsprofil für die TV-Unterhaltung formulierten Qualitätskriterien im Publikum verstanden werden und durchwegs auf Akzeptanz stoßen: **Unterhaltung im ORF soll aus Publikumssicht sowohl unterhaltsam als auch seriös sein, wobei der besondere Österreichbezug des ORF als selbstverständlich eingefordert wird und auch der Anspruch einer vielfältigen Programmgestaltung für alle Bevölkerungsgruppen auf breite Zustimmung trifft.**

Auf der anderen Seite ist aufgrund der qualitativen Analyse der Fokusgruppendifkussionen und der Face-to-Face-Interviews die Relevanz des Qualitätsdiskurses für die Zuseherinnen und Zuseher differenziert einzuschätzen: Im Alltag des Publikums soll TV-Unterhaltung eben primär unterhalten, d. h. je nach individuellen Bedürfnissen und Situation entspannen, ablenken, mitreißen, zum Lachen bringen oder auch geistreiche Inhalte und neue Sichtweisen bieten. **Qualität bedeutet aus Publikumssicht dementsprechend zuvorderst gute Unterhaltung**, wobei die damit verbundenen Anforderungen sich je nach Zielgruppen deutlich unterscheiden.

Die Aufgabe des ORF als öffentlich-rechtlicher Sender, „Programm für alle“ zu bieten, wird vom Publikum durchwegs geteilt und eingefordert: Über acht von zehn Befragten gaben in der standardisierten Abfrage an, dass sie es für wichtig halten, dass der ORF „leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung“ zeigt (45 % sogar „sehr wichtig“). Sendungen für verschiedene Geschmäcker werden in diesem Zusammenhang von den Befragten akzeptiert. **Grenzen des guten Geschmacks werden auf der anderen Seite ebenfalls formuliert:** Der ORF soll sich von schlechter kommerzieller Unterhaltung unterscheiden, d. h. kein niveauloses Fernsehen, Beachtung des Jugendschutzes, keine Quote mit Gewalt etc. Insbesondere der „respektvolle Umgang“ mit Gästen und Interviewpartnerinnen und -partnern ist für die Gesamteinschätzung der Qualität im ORF-Unterhaltungsprogramm von Bedeutung.

Während der ORF als seriöser Sender mit Unterhaltungsprogrammen für breite Bevölkerungsschichten gut positioniert ist, trifft er auf **starke Konkurrenz anderer öffentlich-rechtlicher Anbieter, wenn es um anspruchsvolle bzw. hochwertige Unterhaltung geht.** Teile des Publikums erleben den ORF diesbezüglich als unterlegen bzw. zu seicht und weichen auf andere Sender aus. – **Nahezu konkurrenzlos erscheint der ORF hingegen als der Österreichsender.**

Konkretes Verbesserungspotenzial kann aufgrund der qualitativen Analyse bei der **Serienprogrammierung** im ORF identifiziert werden: Die große Anzahl US-amerikanischer Serien in ORF eins im Nachmittags- und Vorabendprogramm wird von den Befragten immer wieder kritisch hervorgehoben. Insbesondere im Kontext des Qualitätsdiskurses wird ein besonderer Anspruch des ORF als öffentlich-rechtlicher Sender unglaubwürdig, wenn das Publikum keinen Unterschied in der Auswahl der Serien im Vergleich zu kommerziellen Sendern ausmachen kann. Ein besonderes Augenmerk

des ORF auf Qualität im Ankauf internationaler Serien wird vom Publikum diesbezüglich kaum wahrgenommen.

Ein weiterer Hebel zur Stärkung des Qualitätserlebens liegt im Bereich der **Moderatorinnen und Moderatoren sowie der Besetzung von Jurys**. Hier zeigt die in Kapitel 3.5 im Detail präsentierte Analyse bei genereller Zufriedenheit Verbesserungspotenzial hinsichtlich der Vielfalt der Protagonistinnen und Protagonisten im ORF inklusive der Nachwuchsförderung.

3 Detailergebnisse zur Qualitätswahrnehmung des Publikums

In den 123 Face-to-Face-Interviews wurde den Befragten nach einem einleitenden Teil mit offenen Fragen zur Qualität des ORF-Unterhaltungsprogramms eingehend Gelegenheit gegeben, ihre Sicht von Stärken und Schwächen des Programms entlang der im Qualitätsprofil angesetzten Leistungskriterien darzulegen.

Die Begriffswolke (Tagcloud) in Abbildung 4 gibt einen ersten Überblick über das Qualitätsverständnis des Publikums aufgrund einer Darstellung der Frequenz zentraler, von den Befragten verwendeter Begriffe. Je größer der Begriff, desto häufiger wurde dieser von den Befragten (über das gesamte Interview hinweg) verwendet.

Einige in den folgenden Abschnitten ausführlich beschriebene Befunde zeigen sich bereits anhand dieser Auswertung nach Frequenz:

- Am häufigsten verwendeten die Befragten – in unterschiedlichen Zusammenhängen – die Worte „mehr“ und „gut“ / „gute/n“, d. h. bei generell hoher Zufriedenheit wünschten sie eher einen Ausbau bestimmter Aspekte des ORF-Unterhaltungsprogramms als einen Rückbau bzw. noch mehr Vielfalt.¹³²
- Unter den Subgenres haben Filme und Serien für die Befragten die größte Relevanz bzw. wird am häufigsten an dieses Subgenre gedacht, wenn die Frage nach der Qualität von Fernsehunterhaltung gestellt wird.
- Unter den konkreten ORF-Sendungen stechen die „Die große Chance“ (152-mal genannt) und „Die Millionenshow“ (121-mal genannt) hervor bzw. verfügen diese Formate über die größte *memorability*. 70-mal beziehen sich die Befragten auf „Kabarett“, 58-mal auf „Dancing Stars“, 52-mal auf „Wir sind Kaiser“. Der „Tatort“ wird 38-mal namentlich genannt, Talk/Talkshows 36-mal, gefolgt vom „Musikantenstadl“, „Die Barbara Karlich Show“, „Willkommen Österreich“, Kochsendungen sowie „Stöckl.“ (jeweils über 20 Nennungen).
- Unter den Qualitätsaspekten wird am häufigsten auf den Österreichbezug eingegangen, wobei von Aspekten der Sprache über Themenauswahl, Schauplätzen, Protagonistinnen und Protagonisten oder der Wertschöpfung unterschiedliche Kontexte thematisiert werden.
- Weitere Anforderungen an Qualität werden an den Moderatorinnen und Moderatoren / der Moderation bzw. auch an Jurys festgemacht, am Neuheitswert der gebotenen Unterhaltungssendungen (z. B. neue Serien, neue Gesichter, neue Ideen), am Unterhaltungswert (von Spannung bis zu Humor/Witz), an der Aktualität der Formate und behandelten Themen, an der Auswahl von Gästen, an Programmvierfalt und Abwechslungsreichtum sowie generell am „Niveau“ des Programms.

¹³² Für die Studie wurden Personen ausgewählt, die zumindest einen Teil der ORF-Fernsehunterhaltung gelegentlich nutzen; aus diesem generellen Interesse ist der Wunsch nach „mehr“ zu erklären.

- Etwas weniger häufig thematisiert werden die Qualitätsaspekte der Kompetenz und Technik, der Seriosität des Programms, der Modernität, der Internationalität und des Informationsgehalts bzw. der Wissensvermittlung. Immerhin noch 20-mal wird von den Befragten auf den Dialektgebrauch bzw. die *österreichische Sprache* im ORF-Unterhaltungsprogramm eingegangen.
- Weitere von den Befragten eingebrachte Aspekte beziehen sich auf die praktische Nutzbarkeit von Fernsehen aus Publikumssicht, nämlich die (primär negativ erlebten) Wiederholungen, die Werbepausen sowie die Sendezeiten.

Abbildung 4: Qualität der ORF Fernsehunterhaltung – Frequenz verwendeter Begriffe in den Interviews (offene Fragen)



Anm.: Je größer der Begriff, desto häufiger wurde dieser von den Befragten in den qualitativen Interviews verwendet. Basis der Wordcloud ist eine automatisiert erstellte Wortfrequenzliste (mittels „antconc“), wobei Worte mit gemeinsamem Wortstamm (z. B. „Thema“ und „Themen“) bzw. mit gleicher Bedeutung (z. B. „langweilig“ und „fad“) für die Darstellung zusammengefasst wurden.

3.1 Vertrauen und Verantwortung

„Vertrauen“ und die dieses rechtfertigenden journalistischen Qualitätsstandards werden im Qualitätsprofil Unterhaltung als grundlegende Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk formuliert, die auch für Unterhaltungsangebote gelten müssen. Wie in vorangegangenen Erhebungen zur Qualität der ORF-Angebote ermittelt werden konnte, speist sich Vertrauen aus Publikumssicht sowohl aus der Wahrnehmung journalistischer Qualität und Kompetenz als auch aus wertbezogenen Aspekten des verantwortungsvollen Journalismus. Eigenschaften aus den Bereichen Vertrauen und Verantwortung wurden daher in den Face-to-Face-Interviews gemeinsam zur Bewertung vorgelegt.

Wie die in Kapitel 2.1 zusammengefasste quantitative Abfrage der Wichtigkeit einzelner Qualitätsmerkmale zeigt, werden entsprechende allgemeine Eigenschaften wie „niveauvoll“, „seriös“ oder „glaubwürdig“ vom Publikum durchwegs als sehr wichtig angesehen (mit Zustimmungsraten von mehr als 80 %). Aber auch die konkreten, wertbezogenen Qualitätsmerkmale werden vom Publikum stark eingefordert, allen voran der „respektvolle Umgang mit Gästen, Interviewpartnern/-innen“ (89 % Zustimmung) gefolgt vom „sensiblen Umgang mit der Darstellung von Gewalt und Sexualität“ (84 %) und der Berücksichtigung von „Jugendschutz in der Programmgestaltung“ (76 %). Verhältnismäßig weniger wichtig schätzen die Befragten das Item „Bevölkerungsgruppen verbindend“ ein (57 % Zustimmung).

3.1.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Wie die in Kapitel 2.1.2 dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, sind die Befragten überwiegend mit der Erfüllung der dem Vertrauen zugeordneten Qualitätsmerkmalen zufrieden: Jeweils über acht von zehn Befragten sehen einen sensiblen Umgang mit der Darstellung von Gewalt und Sexualität sowie die Berücksichtigung des Jugendschutzes in der ORF-Programmgestaltung als gegeben an. Rund drei Viertel geben an, dass die Eigenschaften „seriös“, „glaubwürdig“ sowie „respektvoller Umgang mit Gästen, Interviewpartnern/-innen“ ziemlich oder sehr auf das ORF-Unterhaltungsprogramm zutreffen. 64 % halten dies für die Eigenschaft „niveauvoll“ als gegeben und etwas mehr als die Hälfte (53 %) für das Item „Bevölkerungsgruppen verbindend“.

Ergänzend zur standardisierten Abfrage wurden die Interviewpartner/innen in den 123 Face-to-Face-Interviews auch offen nach ihren Wahrnehmungen von Stärken und Verbesserungspotenzial hinsichtlich der Vertrauenswürdigkeit und Seriosität des ORF-Unterhaltungsprogramms gefragt.

Demnach werden die im Qualitätsprofil Unterhaltung genannten Qualitätskriterien auch von den Befragten mit dem ORF verbunden und dieser insbesondere im Vergleich zu kommerziellen Sendern überwiegend als niveauvoll und seriös wahrgenommen. Der ORF erscheint als „*seriös und glaubwürdig, es wird auf Niveau geachtet*“ (männlich, 47), die

Sendungen seien „*informativer, nicht so oberflächlich*“ (männlich, 62), der ORF sei „*nicht so stark beeinflusst*“ (weiblich, 57).

Insbesondere Genres wie Doku-Soaps und Reality-TV sind bei einem großen Teil des Publikums im Zusammenhang mit dem Niveau-Begriff als Negativbeispiele für „*niveauloses Fernsehen*“ fest verankert. Der ORF kann sich in diesem Zusammenhang glaubhaft von negativen Tendenzen im kommerziellen Fernsehen unterscheiden:

„Der ORF sollt den Weg nicht gehen, den manche deutsche Privatsender gehen: Diese wirklich seichten Dokusoaps, das ist eine Katastrophe für mich. Und ich glaube, das ist nämlich auch inhaltlich eine gewisse Gefahr, weil wir damit ein Bild der Jugend speziell vermitteln, das vollkommen verkehrt ist.“

Interviewer: „Haben Sie ein Beispiel für so eine seichte Dokusoap.“

„Wie gesagt, ich kann nicht einmal vom Programm her genau zuordnen, aber einfach angefangen bei Lugner über das Dschungelcamp über wirklich niveauloseste Unterhaltung für meine Begriffe. Ja, da sollte man, glaube ich, wirklich sehr intensiv nachdenken.“ (männlich, 51)

Im Hinblick auf konkrete Merkmale der Vertrauenswürdigkeit nennen jeweils acht Befragte als besondere Stärken des ORF die guten Moderatorinnen und Moderatoren, den guten, respektvollen Umgang mit Gästen in den ORF-Unterhaltungssendungen sowie die Ansicht, im ORF werde „*noch nicht so übertrieben wie in anderen Sendern*“ (männlich, 29). Weitere neun Befragte betonen die Berücksichtigung des Jugendschutzes bzw. ein weniger an Gewalt als Stärke des ORF:

„Serios ist der ORF: Er achtet auf den Jugendschutz und dass nicht so viel Gewalt vorkommt.“ (männlich, 25)

Auf der anderen Seite betonen drei Befragte auch, dass Seriosität nicht zu Lasten der Unterhaltung gehen sollte und ein Sender insofern auch „*zu seriös*“ sein könne:

„Es ist immer alles wirklich sehr seriös, will man das wirklich? Es geht hier um Unterhaltung, Unterhaltung sollte auch unterhalten, nicht zu langweilig werden, da es zu seriös ist.“ (weiblich, 23)

Auf die Frage nach Verbesserungspotenzial hinsichtlich des Vertrauens machten 23 Befragte konkrete Angaben, wobei mit elf Nennungen am häufigsten konkrete Sendungen oder Subgenres als verbesserungsfähig genannt wurden, darunter am häufigsten Sendungen im Bereich Serien und Shows. Fünf Befragte wünschten sich eine weitere Anhebung des Niveaus, beispielsweise durch „*neue Formate, die diesem Anspruch gerecht werden, wie eine Umfunktionierung der ‚Millionenshow‘, nur mit wissenschaftlichen Fragen besetzt*“ (männlich, 51). Vier Befragte wünschten umgekehrt mehr Lockerheit statt übertriebener Seriosität. Weitere Nennungen bezogen sich auf den respektvollen Umgang mit Gästen, die Besetzung von Jurys mit kompetenten Personen statt „*Möchtegern-Adabeis*“ (weiblich, 50) sowie Ehrlichkeit/Wahrheitsgehalt.

In den Fokusgruppendifkussionen wurde auch ausführlicher über die Kinder- bzw. Familientauglichkeit mancher Serien wie etwa „*Two and a Half Men*“ diskutiert. Diese wurden teilweise als besonders sehenswert geschätzt, teils aber auch für Jüngere als ungeeignet betrachtet. Hier würden etwa „*unterschwellig*“ bisweilen zweifelhafte

Geschlechterbilder transportiert. Spezifische, hochwertige Angebote für die Ab-10-Jährigen wären für den ORF hingegen wünschenswert bzw. würden derzeit fehlen.

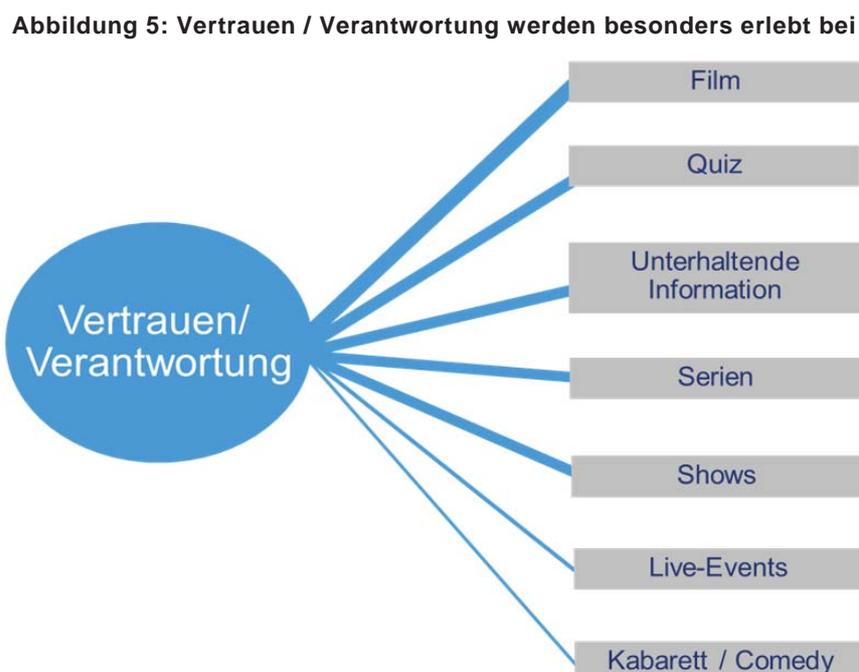
„Da sollten sie auch ein bisschen die Serien verschieben, nach hinten oder tauschen. Ich sage mal bei ‚Was gibt es Neues?‘ ärgert es mich immer, dass es so spät ist ... und da kommt nichts Perverses vor, man muss sich nicht freudschämen. Und wenn wir dann ‚How I Met Your Mother‘ anschauen, da geht es schon zu.“ (weiblich, 29)

3.1.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Wie Abbildung 5 auf der folgenden Seite zeigt, werden Vertrauen und Verantwortung von den im Rahmen dieser Studie befragten Personen breit im ORF-Unterhaltungsprogramm erlebt. Lediglich Live-Übertragungen sowie das Genre Kabarett/Comedy werden deutlich weniger mit diesen Leistungskriterien verbunden.

Wie die ergänzende qualitative Analyse zeigt, bezieht sich diese Qualitätswahrnehmung des Publikums auf den generellen Eindruck einer seriösen Programmauswahl und Machart von Sendungen im ORF. Konkrete Anforderungen an Vertrauen/Verantwortung werden vor allem im Bereich Familientauglichkeit bzw. Jugendschutz/Gewalt (Sendezeiten) sowie beim respektvollen Umgang mit Protagonistinnen und Protagonisten in den Genres Quiz/Show und Unterhalten de Information gestellt.

Kontrovers sind die Einschätzungen des Subgenres Kabarett/Comedy im Publikum: Während ein Teil der Befragten diese Sendungen aufgrund ihrer gesellschaftskritischen Haltung und aktuellen Thematiken besonders schätzt, lehnt ein anderer Teil manche Sendungen ausdrücklich als niveaulos ab.



Anm.: Mehrfachantworten möglich; n= 195 gültige Nennungen; je stärker die blauen Linien, umso häufiger wurde das jeweilige Genre von den 123 Befragten genannt.

3.2 Vielfalt

Der ORF begründet das Leistungskriterium der Vielfalt im Qualitätsprofil mit dem Auftrag, die gesellschaftliche Diversität in all ihren Dimensionen abzubilden sowie die Interessen eines breiten Publikums in der Programmgestaltung zu berücksichtigen.

Dieser Qualitätsanspruch wird in den qualitativen Interviews und Fokusgruppen durchwegs auch vom Publikum vertreten und eingefordert: Der ORF soll ein breites Angebot für alle Gruppen und Geschmäcker bieten.

In der quantitativen Abfrage der Qualitätsmerkmale zeigt sich folgendes Bild: Rund neun von zehn Befragten halten das Merkmal „vielfältig“ für wichtig für ein qualitativvolles ORF-Unterhaltungsprogramm. Jeweils acht von zehn oder mehr sind dieser Ansicht für die Items „bietet für jeden etwas“, „bietet eine breite Palette unterschiedlicher Unterhaltungssendungen“ sowie „bietet leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung“. 70 % halten „Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“ im ORF für wichtig oder sehr wichtig. Und etwas weniger, d. h. 63 %, sind dieser Ansicht hinsichtlich des Merkmals „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“.

3.2.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

In der Erfüllung durch das ORF-Unterhaltungsprogramm bewertet das befragte Publikum das Merkmal „bietet leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung“ mit einer Zustimmung von 67 % am besten. Rund sechs von zehn Befragten sehen die Merkmale „vielfältig“, „bietet für jeden etwas“, „bietet eine breite Palette unterschiedlicher Unterhaltungssendungen“ sowie „zeigt Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“ als ziemlich oder sehr gut erfüllt an. Am unteren Ende der Reihung findet sich mit einer Zustimmung von 54 % wiederum das Item „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“.

Die ergänzende qualitative Analyse zeigt eine große Bandbreite im Meinungsbild: Eine erste Gruppe von Befragten vertritt die Ansicht, der ORF sei hinsichtlich der gebotenen Vielfalt anderen Sendern unterlegen, eine zweite Gruppe sieht keine großen Unterschiede zwischen dem ORF und anderen Sendern, und eine dritte betrachtet den ORF hinsichtlich der Vielfalt als überlegen. Und auch hinsichtlich der inhaltlichen Interessen zeigen sich heterogene, zielgruppenspezifische Wünsche und Anforderungen:

- „Entspannungs-Seher/innen“ wünschen sich leichte Unterhaltung zum Abschalten
- „Politisch Interessierte“ wünschen sich mehr Kabarett und bissigen Humor
- „Regional Interessierte“ wünschen sich noch stärkeren Österreichbezug und kritisieren die US-Serien im ORF

- „Weltoffene“, erwarten sich sowohl mehr internationale Unterhaltung als auch mehr österreichische Eigenproduktionen

Wenn Stärken des ORF hinsichtlich der Vielfalt genannt werden, so liegt der Schwerpunkt in der Publikumswahrnehmung klar bei der Bandbreite der gebotenen Sendungen sowie dem besonderem Österreichbezug: 28 von 67 Nennungen zu Stärken des ORF bezogen sich auf die Vielfalt des Angebots für eine Vielfalt an Zielgruppen – „sowohl für die große Masse als auch für ein intellektuelles Publikum“ (weiblich, 47):

„Es ist für jeden etwas dabei; es wird für Jung und Alt etwas geboten, internationale Unterhaltung ebenso wie österreichische Unterhaltung.“ (weiblich, 44)

„Es gibt eine große Bandbreite in verschiedenen Bereichen (Doku, Kabarett, Filme), die bei anderen Sendern zu kurz kommen.“ (weiblich, 53)

Einzelne Genres als Stärke des ORF – wie Filme, bestimmte Serien, Shows oder Kabarett – wurden von fünfzehn Befragten als Stärken hervorgehoben. Zehn nannten den Österreichbezug des Programms. Weitere Nennungen bezogen sich auf die inhaltliche und gestalterische Qualität der Sendungen (6), auf die Vielfalt der Moderatoren/Moderatorinnen und Schauspieler/innen (3), die Sendervielfalt des ORF (3) sowie das familientaugliche Angebot (2).

Eine Reihe von Befragten brachte auf der anderen Seite zum Ausdruck, dass angesichts einer großen Vielzahl an Sendern die Unterscheidung spezifischer Stärken des ORF-Unterhaltungsprogramms für sie schwierig sei – insbesondere hinsichtlich des Angebots an Filmen und Serien:

„Vielfalt ist gar nicht so einfach, da viele Serien auch in anderen Sendern zu sehen sind. Ich denke da geht es vielen Sendern gleich. ... ‚Millionenshow‘: Da lernt man was und es sind Menschen aus Österreich.“ (weiblich, 29)

Schwächen bzw. Verbesserungspotenzial wurde beim ORF-Unterhaltungsprogramm demnach vor allem beim Angebot an Filmen und Serien geortet (16 von 70 Nennungen). „Mehr verschiedene Filme“, „neue Serien“ bzw. andere als auf anderen Sendern wurden in diesem Zusammenhang gewünscht.

Sieben Befragte sahen das ORF-Angebot im Bereich Musik – von Rock und Pop bis Musical – als ausbaufähig an. Weitere vierzehn Befragte wünschten einen Ausbau des Programms bei anderen spezifischen Sendungen, je nach Geschmack und Interesse von Kochsendungen über Comedy bis Quiz und Tanz.

Ein größeres Angebot an qualitäts- und niveauvollen bzw. anspruchsvollen Sendungen wünschten neun Befragte; sechs wünschten mehr Internationalität im Programm und ebenso viele den Ausbau „landesbezogener“ Programme bzw. von ORF-Eigenproduktionen.

Im Hinblick auf die angesprochenen Zielgruppen sahen vier Befragte eine Schwäche des ORF beim Programmangebot für Kinder bzw. für jüngere Zielgruppen:

„Unterhaltung für die junge Gruppe fehlt. Unterhaltung für ab 40-Jährige ist vorhanden. Moderne Filmgestaltung ist nicht vorhanden, konservative, seriöse ja, aber in zu großem Maße. Junge Künstler fehlen mir komplett. Wirklich modernes, junges Programm gestalten, mit der seriösen Seite von jetzt. Auch im Onlinebereich etwas tun, das ist unsere Zukunft: zu jeder Zeit, wann wir wollen, etwas anzusehen.“ (weiblich, 23)

Weitere Nennungen bezüglich Verbesserungspotenzialen bezogen sich auf die Repräsentation von Minderheiten bzw. Multikulturalität im Programm (3), auf mangelnde Vielfalt bei den Moderatoren/Moderatorinnen und Gästen (2) sowie im Subgenre der Unterhaltenden Information (2).

3.2.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Wie Abbildung 6 zeigt, wird das Leistungskriterium der Vielfalt vom Publikum im gesamten Programmangebot des ORF wiedergefunden, wobei die Subgenres Film/Serie sowie Quiz/Show etwas überdurchschnittlich genannt wurden.

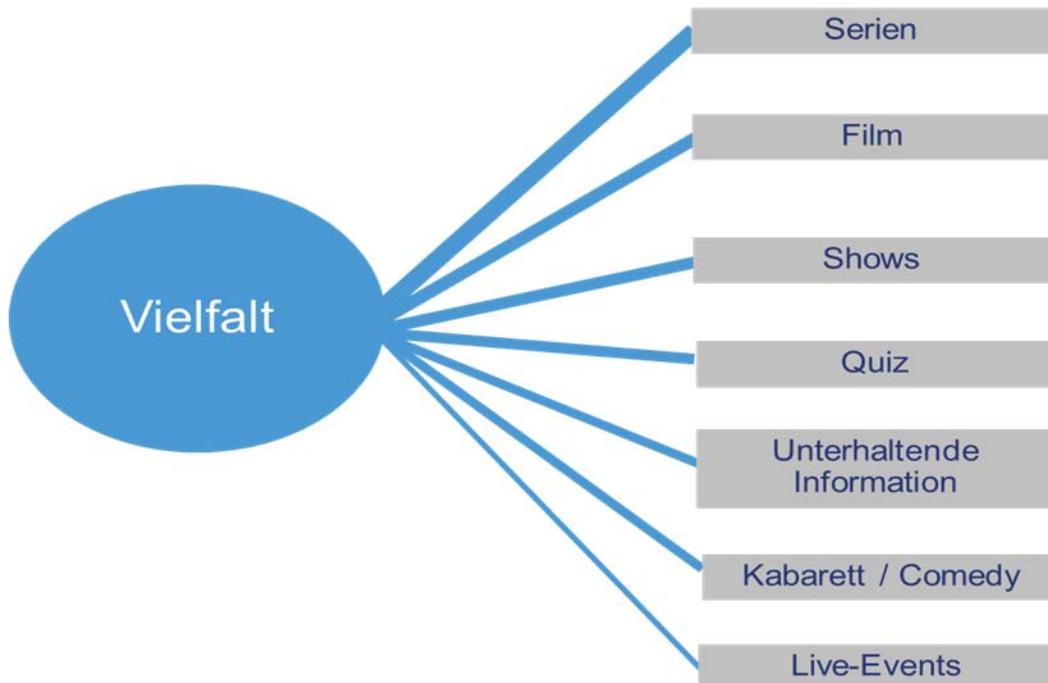
Stärken des Subgenres Film und Serie werden in den qualitativen Interviews und Fokusgruppendifkussionen in der Breite des Angebots für unterschiedliche Altersklassen, Bevölkerungsgruppen und Geschmäcker gesehen.

Sendungen im Bereich Quiz und Show überzeugen vor allem mit der Vielfalt der Gäste – bei starkem Österreichbezug –, während hinsichtlich der Moderatoren/Moderatorinnen und Jurys teils eine noch größere Vielfalt gewünscht wird.

In der Unterhaltenden Information steht für das Publikum insbesondere die Vielfalt aktueller Themen und Gäste im Vordergrund. Verbesserungsbedarf ortet diesbezüglich ein Teil der Befragten bei den „Seitenblicken“.

Kabarett und Comedy wird hinsichtlich der gebotenen Vielfalt generell positiv bewertet bzw. nur vereinzelt kritisiert, wobei bei diesem Subgenre allerdings andere Qualitätskriterien wie Aktualität und Gesellschaftsbezug für das Publikum im Vordergrund stehen.

Abbildung 6: Vielfalt wird besonders erlebt bei



Anm.: Mehrfachantworten möglich; n=245 gültige Nennungen; je stärker die blauen Linien, umso häufiger wurde das jeweilige Genre von den 123 Befragten genannt.

3.3 Wertschöpfung

Der Auftragswert der Wertschöpfung umfasst im Qualitätsprofil sowohl den konkreten Beitrag zur Förderung österreichischer Talente und Kreativwirtschaft als auch eine breiter verstandene intellektuelle Wertschöpfung durch ein möglichst vielfältiges, die ganze Gesellschaft berücksichtigendes Angebot.

Im Rahmen der qualitativen Evaluationsstudie zeigt sich hohe Akzeptanz dieser Anforderung im Publikum, wobei der Österreichbezug des ORF eher eine Basisanforderung denn einen Begeisterungsfaktor darstellt.

In der standardisierten Abfrage hielten rund sieben von zehn Befragten die Eigenschaften „bietet Programm aus und für Österreich“ und „trägt zu einem lebendigen kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“ für wichtig oder sehr wichtig. Die Items „trägt zur österreichischen Identität bei“, „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“ sowie „trägt zur österreichischen Nachwuchsförderung im Bereich, Film, Kabarett und Unterhaltung bei“ wurden von rund zwei Drittel der Befragten als (sehr) wichtig eingeschätzt.

3.3.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Die Bewertung der Erfüllung der genannten Eigenschaften zeigt – wie auch die Abfrage im Sendervergleich – eine starke Positionierung des ORF hinsichtlich Österreichbezug

und Wertschöpfung: So gaben rund acht von zehn Befragten an, dass die Merkmale „bietet Programm aus und für Österreich“ und „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“ auf das ORF-Unterhaltungsprogramm (sehr) zutreffen. Mit einer Zustimmung von rund sieben von zehn Befragten ebenfalls sehr gut wurde die Erfüllung der Merkmale „trägt zur österreichischen Identität bei“ und „trägt zu einem lebendigen kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“ bewertet. Mit einer Zustimmung von 62 % etwas schwächer wurde der Beitrag zur österreichischen Nachwuchsförderung eingeschätzt.

Die ergänzende qualitative Analyse bestätigt die starke Positionierung des ORF als Österreichsender, die vom befragten Publikum in der Regel als selbstverständlich und wichtig bestätigt wird:

„Beim ORF ist der Österreichbezug selbstverständlich.“
(weiblich, 33)

Auffällig dabei ist, dass in den offenen Antworten der Befragten nach Stärken und Schwächen des ORF (auch im Sendervergleich) die österreichischen kommerziellen Anbieter kaum eine Rolle spielen.

Konkret festgemacht wird der Österreichbezug von den Befragten weniger an ökonomischen Aspekten der Wertschöpfung denn an den Programmen und Inhalten selbst, wobei unterschiedliche Aspekte thematisiert werden:

Schauplätze, Landschaft usw.: „*Ein Beispiel dafür ist der ‚Bergdoktor‘ oder das ‚Schlosshotel Orth‘: Da verbindet man Österreich nicht nur mit dem Inhalt der Serie, sondern auch die schöne Landschaft.*“ (weiblich, 58) „*Eine Reihe von Serien und Beiträgen geht auf spezifische Regionen Österreichs ein, wie ‚Soko Kitzbühel‘, ‚Soko Donau‘ etc.*“ (weiblich, 56)

ORF-(Co-)Produktionen: Österreichbezug erlebe ich „*durch die vermehrten österreichischen ORF-(Co-)Produktionen anspruchsvoller Filme*“ (weiblich, 47); auch Programme im Bereich Kabarett/Comedy werden in diesem Zusammenhang positiv genannt.

Österreichbezug der Protagonisten: „*Gut finde ich die ‚Millionenshow‘, es freut mich immer besonders, wenn ein Vorarlberger dabei ist.*“ (weiblich, 29) „*Viele bekannte Persönlichkeiten aus Österreich*“ kommen vor (weiblich, 44). „*Wir haben ganz tolle Schauspieler, die Österreichs größte Stärken sind.*“ (männlich, 67)

Österreichische Themen: „*Land und Leute*“ werden gezeigt oder „*Brauchtum und Feiertage*“ behandelt (weiblich, 53).

Zwölf Befragte heben die österreichische **Sprache bzw. Dialektgebrauch** als Stärke des ORF hervor, sieben beziehen sich auf den **identitätsstiftenden Effekt** des Programms: „*Wir sind eben wir, die ARD z. B. hat wieder andere Schwerpunkte, auf die sie setzt.*“ (weiblich, 55) Weitere sechs Nennungen heben den regionalen Bezug der ORF-Unterhaltungssendungen als besondere Stärke hervor.

Verbesserungspotenzial hinsichtlich der Wertschöpfung wird von den Befragten einerseits am Ausbau einzelner Genres festgemacht (18 von 54 Nennungen), darunter vor allem der Wunsch nach **mehr „österreichischen Serien“**, aber auch nach *guten Filmen aus Österreich*, Familienprogramm oder *„Konzerten von heimischen Künstlern“*.

Generell mehr Unterhaltungssendungen aus und über Österreich wünschen elf Befragte – zwei sehen hingegen schon ein Zuviel an Österreich-Spezifischem:

„Manche Sendungen zeigen einen zu großen Österreichbezug bzw. in den ‚Seitenblicken‘ kommen immer wieder dieselben Österreicher respektive Wiener und im Sommer die Salzburger vor.“ (weiblich, 56)

Spezifisch mehr **ORF-Eigenproduktionen bzw. eigenständige ORF-Formate** fordern sieben Befragte ein. Weitere Nennungen beziehen sich auf den Österreichbezug der gezeigten Personen, den regionalen Bezug der Sendungen, die österreichische Sprache sowie die Film- und Nachwuchsförderung. Aber auch die Art der Repräsentation Österreichs wird von einem Befragten thematisiert:

„Es sollte auch berücksichtigt werden, dass Österreich fast einen 10-%- Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund hat, und sollte daher der Österreichbezug auch weiter gefasst werden, um auch ein neues Österreichbild unterhaltend zu vermitteln.“ (weiblich, 39)

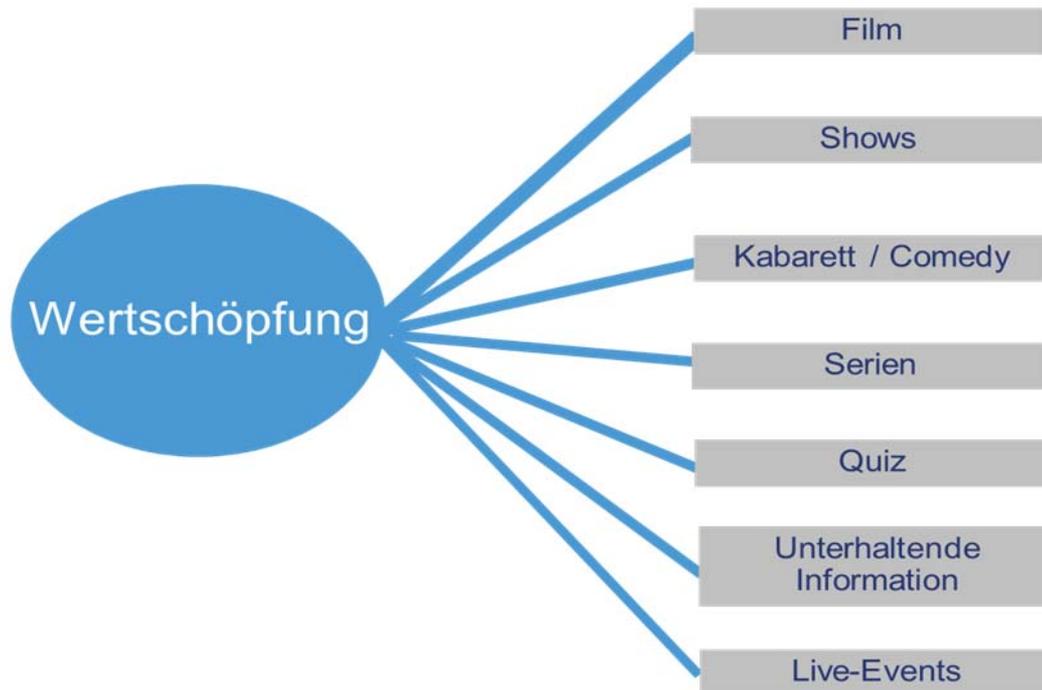
Ein weiterer konkreter Wunsch bezieht sich auf Unterhaltungsformate mit besonderem regionalem Bezug, die etwa verschiedenste österreichische Schauplätze aufsuchen bzw. Land und Leute präsentieren:

„Wenn wir sonst nicht wissen, was wir schauen sollen, dann schauen wir ‚Wunderschön!‘ im deutschen WDR, die haben wunderbare Sendungen zu verschiedenen Städten, so was. Wenn man das von Österreich zeigen würde, das wäre sicher auch eine Möglichkeit, das wären auch schöne Sachen und sähen wir gerne.“ (männlich, 73)

3.3.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Keine genrespezifischen Schwerpunkte zeigt die Analyse beim Leistungskriterium der Wertschöpfung, das von den Befragten auf das Unternehmen bzw. die Marke ORF in seiner Gesamtheit bezogen wird. – *Österreichbezug* als Markenkern wird von den Befragten als selbstverständlich vom ORF erwartet und auch in allen Unterhaltungs-Genres wiedergefunden.

Abbildung 7: Wertschöpfung wird besonders erlebt bei



Anm.: Mehrfachantworten möglich; n=337 gültige Nennungen; je stärker die blauen Linien, umso häufiger wurde das jeweilige Genre von den 123 Befragten genannt.

3.4 Innovation und Wissen

Für die empirische Operationalisierung des Qualitätsprofils Unterhaltung wurden Aspekte aus den Kapiteln „Innovation“ sowie „Verantwortung und Wissen“ unter dem gemeinsamen Dach der **Relevanz und Aktualität** zusammengefasst und den Befragten gemeinsam zur Bewertung vorgelegt. Die standardisierte Abfrage zeigt einen hohen Stellenwert der entsprechenden Auftragswerte „interessant / anregend“, „verständlich“ sowie „greift aktuelle Entwicklungen auf“, die jeweils von rund neun von zehn Befragten als wichtig bzw. sehr wichtig eingeschätzt wurden. Knapp dahinter rangiert mit einer Zustimmung von 85 % das Item „immer etwas Neues / innovativ“. Eine geringere Zustimmung erhielt das Item „zeigt die Dinge auch mal von anderen Seiten“, das aber immer noch von 74 % als (sehr) wichtig eingestuft wurde.

3.4.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Die Erfüllung der genannten Eigenschaften wurde vom Publikum differenziert eingeschätzt: Mit 87 % Zustimmung erhielt das Item „verständlich“ von allen 28 abgefragten Eigenschaften die beste Bewertung in der Erfüllung. 68 % bewerteten das Item „greift aktuelle Themen und Entwicklungen auf“ als gut bzw. sehr gut erfüllt und 64 % das Item „interessant / anregend“. Deutlich geringere Zustimmung erhielten hingegen die

Items „zeigt die Dinge auch mal von anderen Seiten“ (50 %) sowie „immer etwas Neues / innovativ“ (46 %).

Aufgrund der qualitativen Analyse ist bezüglich dieser Werte zunächst der Befund zu ergänzen, dass die hier abgefragten Qualitätsmerkmale zunächst nicht im Vordergrund der Publikumswahrnehmung stehen, sondern als latente Qualitätsurteile zu betrachten sind (vgl. auch die Analyse der in Abbildung 4 repräsentierten Begriffswolke). Die im Qualitätsprofil formulierte Überlegung, der ORF präge gleichsam als Spiegel von Zeit und Gesellschaft unser Weltbild wesentlich mit und möge daher auch im Unterhaltungsprogramm aktuelle und relevante Themen und Entwicklungen aufgreifen sowie neue Blickwinkel bringen und zum Nachdenken anregen, betrifft einen gesellschaftlichen Mehrwert, der weit über den unmittelbaren Nutzen des Publikums in seiner Rolle als Medienkonsument hinausgeht. Insofern erscheint bemerkenswert, wie stark dieser Qualitätsanspruch im dialogischen Erhebungsverfahren der Face-to-Face-Interviews sowie Fokusgruppen auf positive Akzeptanz stößt.¹³³

Besondere Stärken des ORF in diesem Zusammenhang werden vom Publikum zuvorderst im Aufgreifen aktueller österreichischer Thematiken gesehen, darunter auch brennenden gesellschaftlichen Themen:

„Zum Beispiel bei ‚Tatort‘-Serien mit Österreichbezug eine starke Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Trends wie Suchtproblematik oder Jugendkriminalität.“ (weiblich, 61)

„In ORF 2 werden oft aktuelle Themen wie Vegan-Leben, Arbeitslosigkeit, Ebola aufgegriffen.“ (weiblich, 32)

„Bei manchen Eigenproduktionen greift der ORF gesellschaftliche Themen auf und setzt sich zum Teil auch auf humoristische Weise kritisch mit dem Zeitgeist auseinander.“ (weiblich, 39)

Neben Filmen und Serien werden auch Sendungen im Bereich Kabarett/Comedy wie „BÖsterreich“ oder „Willkommen Österreich“ als gesellschaftlich relevant und aktuell bewertet bzw. ein Ausbau des politischen Kabaretts gewünscht. Ein anderer Teil der Befragten bezieht den Aktualitätsbezug hingegen stärker auf den Bereich der unterhaltenden Informationssendungen, auf Talkformate und deren Protagonistinnen und Protagonisten sowie auf Live-Übertragungen aktueller Veranstaltungen.

Als verbesserungsfähig eingeschätzt wurde von siebzehn Befragten in diesem Zusammenhang die Sendung „Seitenblicke“, insbesondere hinsichtlich der Auswahl der präsentierten Prominenten und Künstler/innen:

„Die ‚Seitenblicke‘ sind ja doch immer von den gleichen Möchtegerns belegt.“ (männlich, 29)

„Die ‚Seitenblicke‘ gehören jetzt einmal gründlich umgekrempelt.“ (weiblich, 52)

¹³³ Betont wird allerdings immer wieder auch, dass Unterhaltung auch leicht und entspannend sein darf: „Vielleicht setzt man sich auch manchmal nur zum Fernsehen und schaut sich angenehme Landschaften an oder so, weil man rundherum immer so einen Stress hat, und dann wird man da vielleicht einmal ruhig. Das gefällt vielleicht auch. ... einfach einmal eine ganz ruhige Sendung.“ (weiblich, 42)

„Man sollte sich bei den ‚Seitenblicken‘ mehr um andere Schauspieler bemühen. Es werden immer nur die gleichen Gesichter gezeigt, meistens aus dem Marchfelderhof, junge Talente kommen gar nicht zum Zug.“ (männlich, 62)

Ein weiterer Wunsch betrifft eine größere Berücksichtigung aktueller internationaler Veranstaltungen und Entwicklungen im Unterhaltungsprogramm (7 Nennungen). Zwei Befragte wünschten mehr Berücksichtigung jüngerer Zielgruppen. Weitere Einzelnennungen fordern eine stärkere Berücksichtigung der gesellschaftlichen Diversität:

„Es sollten bei Unterhaltungssendungen wie z. B. ‚Millionenshow‘ oder ‚Dancing Stars‘ mehr in Österreich lebende Ausländer einbezogen werden.“ (männlich, 72)

„Es wird leider nur der Mainstream wiedergegeben. Verschiedenste andere gesellschaftliche Aktivitäten, die sich noch nicht so durchgesetzt haben oder wahrgenommen werden, werden auch hier nicht aufgegriffen.“ (männlich, 57)

Bezüglich des in der Erfüllung verhältnismäßig schwach bewerteten Qualitätsmerkmals „innovativ / immer etwas Neues“ zeigt die ergänzende Analyse der qualitativen Interviews und Fokusgruppendifkussionen ein differenziertes Bild. So wünscht ein Teil der Befragten ein „experimentelleres“ Programm (weiblich, 56; männlich, 22) gerade im Bereich der „anspruchsvollen“ Sendungen. Auch Wettbewerbe für neue Formate werden etwa explizit angeregt. (männlich, 26)

Eine andere Gruppe von Befragten sieht hingegen im „Neuen“ nicht unbedingt auch das Bessere und wünscht sich eher Kontinuität:

„Der ORF sollte schauen, dass er authentisch bleibt. Auch die Sachen von früher sollten ihren Platz haben, oder was auch eine typisch österreichische Prägung hat. Und man sollte einfach nicht zu viel herumexperimentieren und einfach auf das setzen, was gut geht, und vielleicht ab und zu ein bisschen was erneuern.“ (weiblich, 43)

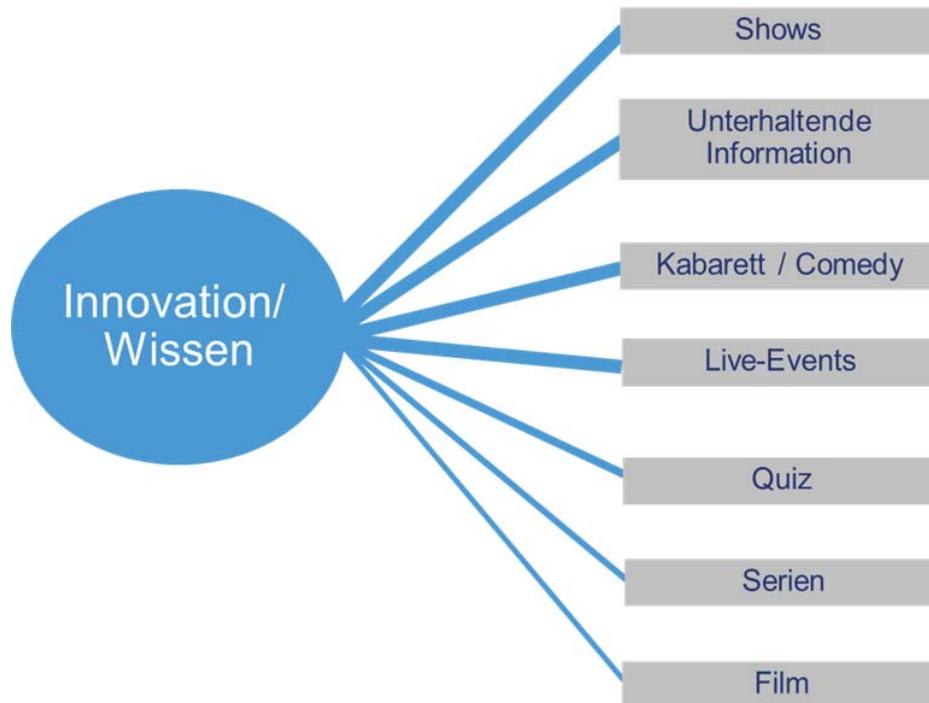
Breiteren Konsens gibt es hinsichtlich der konkreten Anforderungen, im Bereich Film und Serie aktuell zu bleiben, bei Jurys und Moderatoren/Moderatorinnen immer wieder auch neue Gesichter zu zeigen, sowie generell auch Jungen und neuen Talenten im ORF Chancen zu geben.

3.4.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Im Unterschied zu den anderen untersuchten Leistungskriterien werden Innovation und Wissen von den Befragten am wenigsten mit dem Subgenre Film/Serie in Verbindung gebracht. Als Aushängeschilder von Qualität in diesem Zusammenhang werden hingegen in etwa gleichermaßen Shows, Unterhaltende Information, Kabarett/Comedy sowie Live-Events gesehen. Aufgrund der qualitativen Analyse kann ergänzt werden, dass Shows in der Publikumswahrnehmung generell als aktuell und zeitgemäß überzeugen, während im Subgenre der Unterhaltenden Information stärker der konkrete Bezug zu relevanten gesellschaftlichen Themen im Vordergrund steht.

Für das Subgenre Kabarett/Comedy stellen Innovation und Wissen im Vergleich der untersuchten Leistungskriterien das herausragende Qualitätsmerkmal dar: Während diese Sendungen hinsichtlich der Seriosität teilweise stark polarisieren, werden sie von ihren Seherinnen und Sehern für eine kritische Beobachtung wichtiger aktueller Themen besonders positiv hervorgehoben.

Abbildung 8: Innovation / Wissen werden besonders erlebt bei



Anm.: Mehrfachantworten möglich; n=185 gültige Nennungen; je stärker die blauen Linien, umso häufiger wurde das jeweilige Genre von den 123 Befragten genannt.

3.5 Unterhaltungswert und Kompetenz

Im Qualitätsprofil Unterhaltung werden in unterschiedlichen Kapiteln Aspekte der inhaltlichen, gestalterischen und technischen Qualität, des Unterhaltungswerts und der Kompetenz von Moderatoren/Moderatorinnen und Journalisten/Journalistinnen angesprochen. Aufgrund des inhaltlichen Zusammenhangs wurden diese Qualitätsmerkmale dem befragten Publikum in einem eigenen Abschnitt der Face-to-Face-Interviews gemeinsam vorgelegt.

Wie die standardisierte Abfrage zeigt, wird dabei dem Unterhaltungswert vom Publikum ein besonders hoher Stellenwert zugemessen. So hielten über neun von zehn Befragten das Item „unterhaltsam“ für sehr oder ziemlich wichtig und fast ebenso viele die Items „ansprechend gestaltet“ sowie „kompetente Moderatoren und Moderatorinnen“. Das Merkmal „bietet hochwertiges Programm“ erhielt in der Wichtigkeit eine Zustimmung von 85 %, und 81 % hielten eine „hohe technische Qualität“ für wichtig.

3.5.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Die Bewertung der Erfüllung zeigt an erster Stelle das Item „hohe technische Qualität“ mit einer Zustimmung von 81 % gefolgt vom Item „ansprechend gestaltet“ (76 %). 71 % hielten das Merkmal „unterhaltsam“ für (sehr) auf das ORF-Unterhaltungsprogramm zutreffend, 63 % die Eigenschaft „kompetente Moderatorinnen und Moderatoren“ und 58 % das Item „bietet hochwertiges Programm. Diesen Befund bestätigt auch die ergänzende qualitative Analyse: Stärken im Bereich der Kompetenz werden erstens in der technischen Qualität gesehen (16 von 43 Nennungen), etwa bei Live-Übertragungen oder Unterhaltungsshow. Fast ebenso viele Nennungen (14) beziehen sich zweitens auf die Moderatorinnen und Moderatoren, die etwa als *kompetent, authentisch, seriös* bewertet werden.

Auf der anderen Seite spielt die Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren auch in der Wahrnehmung eines Verbesserungspotenzials der ORF-Unterhaltungssendungen eine zentrale Rolle. In Tabelle 4 werden entsprechende Anforderungen an eine kompetente Moderation zusammengefasst. Ähnlich gelagerte Anforderungen wurden auch auf Jurys (deren Auswahl und Kompetenz) bezogen.

Tabelle 4: Anforderungen an kompetente Moderatorinnen und Moderatoren und deren Auswahl

Dimension	Anforderungen
Vielfalt / Nachwuchs	Moderator/in soll zur Sendung passen, ¹³⁴ „ <i>passende Moderation zu den eingeladenen Gästen</i> “ (männlich, 72); „ <i>vielleicht öfter neue Gesichter</i> “ (weiblich, 48) bzw. „ <i>nicht immer dieselben</i> “; teilweise „ <i>junge, frische Moderatoren</i> “ (weiblich, 46), „ <i>Nachwuchsmoderatoren, die spritzig sind, ausbilden</i> “ (männlich, 48); Diversität der Gesellschaft repräsentieren ¹³⁵
Moderationskompetenz	Schlagfertigkeit, „ <i>Eingehen auf die Situation</i> “ (weiblich, 22), sprachliche Kompetenz / gute Stimme; respektvoller Umgang; das „ <i>Dreireden</i> “, Unterbrechen von Gästen vermeiden; „ <i>Lockerheit</i> “ (männlich, 56), „ <i>spontan</i> “ (männlich 73); mitreißend, „ <i>mit Schwung</i> “ / „ <i>Pep</i> “ (weiblich; 22)
Persönlichkeit	<i>sympathisch</i> , d. h. nicht <i>nervig, geschwätzig, fad</i> ; Witz/ Humor bzw. „ <i>Schmäh</i> “, doch auch seriös; nicht „ <i>krampfhaft witzig</i> “ (weiblich, 31); „ <i>mit Hirn</i> “ (männlich, 51)
Glaubwürdigkeit / Authentizität	glaubwürdig, Bezug zum Thema / zur Sendung; „ <i>lebt mit</i> “ (weiblich, 31); bodenständig / nicht „ <i>abgehoben</i> “

Die Formulierung bzw. der Anspruch, der ORF möge „hochwertiges Programm“ bieten, wird von den Befragten im Rahmen der qualitativen Interviews und Fokusgruppen nur

¹³⁴ „Gut ist zum Beispiel, wenn ich dem Moderator das abkaufen kann, was der sagt, sprich Sepp Forcher, wenn der in der Natur steht und über diese Dinge spricht, dass man ihm das auch glaubt, dass es so ist, weil er es gut vermittelt.“ (weiblich, 43)

¹³⁵ „Das Multikulti geht in Österreich ein bisschen ab, das auch jetzt speziell bei der Arabella Kiesbauer, die hat eine dunkle Haut, ist eine meiner Meinung nach rhetorisch sehr gut geschulte Dame, das fehlt bei uns, so was fehlt ja.“ (weiblich, 31)

sehr selten von sich aus formuliert (12 Nennungen über die gesamten 123 Interviews). Verbunden wird mit diesem Begriff ein sehr allgemeiner Qualitätsanspruch an *gute Unterhaltung*, der neben Technik und Moderation auch den Anspruch an ein niveau- und verantwortungsvolles, lehrreiches sowie ein pädagogisch hochwertiges Programm umfassen kann. Ebenso wird von einem Teil des Publikums eine Auswahl „anspruchsvoller“ Filme und Serien als hochwertig verstanden und in diesem Zusammenhang etwa ORF III positiv erwähnt.

„Anspruchsvolle, unterhaltsame Filme sollten zur Primetime ausgestrahlt werden. Kompetenz könnte im Unterhaltungsprogramm wie bei Dieter Moor angelegt sein.“ (weiblich, 56)

Ausländische Filme sollten in Originalsprache ausgestrahlt werden, insbesondere amerikanische oder britische Filme, auch ohne Untertitel. Mehr Formate, die Wissen mit Unterhaltung bieten. (männlich, 22)

Neue technische Möglichkeiten im Zusammenhang mit Internet und Web 2.0 sind für die Befragten kein Thema, das sie selbst in der Diskussion über Qualität in der Fernsehunterhaltung einbringen.

3.5.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

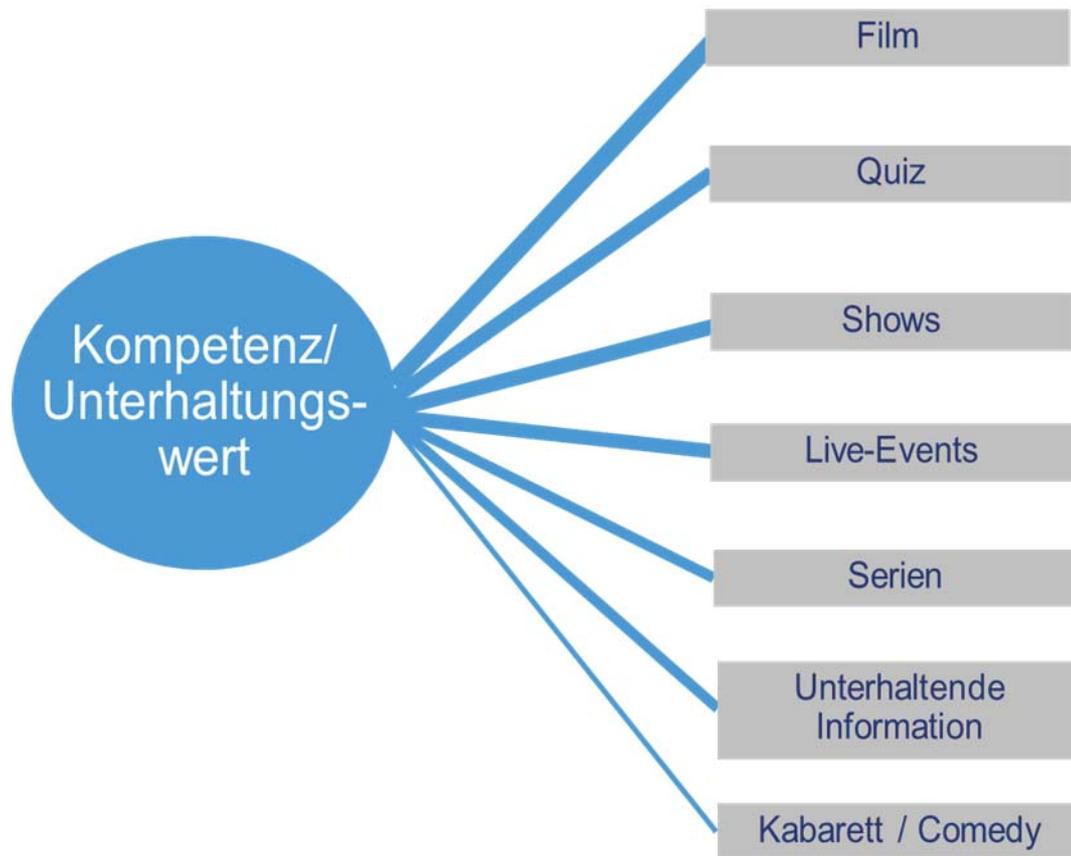
Unterhaltungswert sowie Kompetenz in Technik, Gestaltung und bei den handelnden Personen stehen im Zentrum der Qualitätserwartungen des Publikums. Wie Abbildung 9 zeigt, werden diese Erwartungen durch alle Subgenres der ORF-TV-Unterhaltung erfüllt. Lediglich das Genre Kabarett/Comedy fällt im Genrevergleich etwas zurück, da es wie in Kapitel 4.4 im Detail dargelegt wird von allen Subgenres am stärksten polarisiert.

Wie aufgrund der qualitativen Analyse ergänzt werden kann, überzeugen Filme und Serien vor allem aufgrund ihrer intrinsischen Qualitäten hinsichtlich Inhalt, Gestaltung, Schauspieler/innen und Unterhaltungswert.

Auch Quiz und Show werden mit Eigenschaften wie spannend, humorvoll und unterhaltsam verbunden. Hinsichtlich der Kompetenz stehen bei diesem Subgenre insbesondere Moderatorinnen und Moderatoren und Jury im Zentrum der Aufmerksamkeit.

Ein ähnlicher Befund gilt für die Sendungen im Bereich Unterhaltende Information, wo Seriosität, Auftreten, Kompetenz sowie die Person der Moderatorin (Authentizität, Umgang mit Gästen etc.) immer wieder von den Befragten als ausschlaggebend für ihre Qualitätswahrnehmung genannt werden.

Abbildung 9: Kompetenz / Unterhaltungswert werden besonders erlebt bei



Anm.: Mehrfachantworten möglich; n=178 gültige Nennungen; je stärker die blauen Linien, umso häufiger wurde das jeweilige Genre von den 123 Befragten genannt.

3.6 Zusammenfassung

Vertrauen und Verantwortung: Seriosität gehört zum Markenkern des ORF und wird vom Publikum ebenso wie im Bereich der Information auch im Unterhaltungsprogramm erwartet. Die vorliegende Evaluationsstudie zeigt dabei ein hohes Maß an Vertrauen, dass im ORF journalistische Qualitätsstandards ebenso gelebt werden wie ein verantwortungsvoller Umgang mit dem Medium Fernsehen (Jugendschutz, Respekt etc.). Auf eine glaubwürdige Verwirklichung dieses Anspruchs sollte aus Publikumssicht auch in Zukunft geachtet werden. Kritisch wird dabei von einem Teil der Befragten die mangelnde Unterscheidbarkeit des ORF von anderen Anbietern hinsichtlich der Auswahl internationaler Serien im Nachmittags- und Vorabendprogramm gesehen.

Vielfalt: Das Bild des ORF als Sender „für alle“, der Unterhaltungsprogramme für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen und Geschmäcker bieten soll, ist unter den Befragten breit akzeptiert. Verbesserungspotenzial wird dabei teilweise beim Angebot an Filmen und Serien geortet, im Bereich der U-Musik sowie beim Angebot an anspruchsvollen Sendungen. Im Hinblick auf die angesprochenen Zielgruppen äußern einige Befragte Aufholbedarf beim Angebot für unter Dreißigjährige sowie für Kinder und Jugendliche.

Wertschöpfung: Neben der Seriosität ist der Österreichbezug als zweite Säule im Qualitätsbewusstsein des Publikums fest verankert. Der ORF gilt selbstverständlich als *der* Österreichsender, neben dem die österreichischen kommerziellen Anbieter kaum eine Rolle spielen. Im Zentrum des positiven Qualitätserlebens stehen für das Publikum Aspekte wie die österreichischen Schauplätze, die heimischen Schauspieler/innen, die ORF-(Co-)Produktionen oder der Österreichbezug der behandelten Themen. Auch im Bereich Quiz und Show gelingt es dem ORF, im Rahmen leichter Unterhaltung originär österreichisches Programm zu bieten.

Innovation und Wissen: Aspekte wie der Aktualitäts- und Gesellschaftsbezug von TV-Unterhaltung – der Beitrag zur Formung von Welt- und Österreichbildern sowie zu einem konstruktiven Umgang mit aktuellen Themen – gehören zu einem weiteren Qualitätsbegriff, der im Publikum nur latent verankert ist, doch im Rahmen der vorliegenden Evaluationsstudie auf bemerkenswerte Resonanz und Akzeptanz stieß. Für den ORF kann hier noch ungenutztes Potenzial vermutet werden, öffentlich-rechtlichen Mehrwert für das Publikum erleb- und sichtbar zu machen. Beispielsweise können gesellschaftlich relevante Thematiken in aktuellen fiktionalen Programmen auch in diskursiven Genres begleitend thematisiert werden.

Unterhaltungswert und Kompetenz: Als zentrale Anforderung an TV-Unterhaltung wird der Unterhaltungswert der ORF-Programme in der standardisierten Abfrage von rund drei Viertel der Befragten als (sehr) gut erfüllt eingeschätzt. Zur Optimierung des Angebots legt die vorliegende Studie nahe, etablierte Sendungen immer wieder durch Neuerungen aufzufrischen. Auch ein Augenmerk auf eine große Vielfalt an Protagonistinnen und Protagonisten (Moderatorinnen, Moderatoren, Gästen, Jurys usw.) inklusive der Nachwuchsförderung kann dazu beitragen, den vielfältigen Publikumswünschen gerecht zu werden. Mit Bezug auf Filme und Serien wurde teils mehr Angebot im Bereich aktueller, moderner Filme, mehr Tempo bei der Ausstrahlung sowie ein Rückbau der Wiederholung alter Serien eingefordert. Generell trifft im Gesamtprogramm eine Kombination von Bewährtem mit stetigen Neuerungen (neue Formate, Themen, Gesichter, Ideen) auf breite Zustimmung.

4 Qualitätswahrnehmung der Subgenres

In den im Rahmen dieser Studie durchgeführten 123 Face-to-Face-Interviews wurden die Befragten zu jedem der in Kapitel drei dargestellten Leistungskriterien auch gefragt, bei welchen Sendungen sie die jeweilige Qualität im ORF-Unterhaltungsprogramm besonders erleben. Tabelle 5 fasst die Antworten auf diese Frage über alle Leistungskriterien hinweg zusammen. Durchschnittlich 322 Nennungen wurden von den Befragten je Leistungskriterium abgegeben (Mehrfachantworten). Die Tabelle zeigt in Spalte 2 den Anteil der Nennungen, der auf die jeweilige Sendung / Genre entfiel, und in Spalte 3, wie viele Befragte durchschnittlich diese Sendung / Genre als besonderes Aushängeschild für das jeweilige Leistungskriterium nannten.

Demnach stechen hinsichtlich *memorability* und Qualitätszuschreibung bei einzelnen Sendungen „Die Millionshow“ gefolgt von „Dancing Stars“ in der Publikumswahrnehmung besonders heraus. Fasst man die Nennungen der Befragten nach den vier hier untersuchten Subgenres im Bereich Unterhaltung zusammen, so liegt das Genre Film/Serie bezüglich der Qualitätswahrnehmung knapp voran: Durchschnittlich gaben 52 der 123 Befragten an, dass sie die Leistungskriterien Vertrauen/Verantwortung, Vielfalt, Wertschöpfung, Kompetenz/Unterhaltungswert und Innovation/Wissen besonders bei Sendungen im Bereich Film/Serie erleben, wobei insbesondere Film mit Österreichbezug positiv hervorgehoben wurde. Sendungen im Bereich Quiz/Show wurden durchschnittlich von 50 Befragten als besondere Aushängeschilder für Qualität genannt. Durchschnittlich 47 Befragte hoben Sendungen im Bereich Unterhaltende Information als besonders qualitativ hervor, und durchschnittlich 26 Befragte nannten das Subgenre Kabarett/Comedy.

Über diese Abfrage des Qualitätserlebens hinaus wurde jenen Befragten, die die jeweiligen Subgenres des ORF-Unterhaltungsprogramms zumindest gelegentlich sehen, auch Gelegenheit gegeben, ausführlich über ihre Seherfahrungen zu sprechen. Dabei wurden sie insbesondere danach gefragt, was ihnen an den einzelnen Sendungen besonders wichtig ist, wo sie Stärken sehen und was auf der anderen Seite verbessert werden sollte. Die Antworten auf diese Fragen wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und sind in den folgenden Abschnitten zusammenfassend dargestellt.

Tabelle 5: Bei welchen Unterhaltungssendungen im ORF erleben Sie öffentlich-rechtliche Qualität besonders?

Subgenre / Sendung	Prozent der Nennungen	Befragte (im Durchschnitt)
Unterhaltende Information (Stöckl., Seitenblicke, VERA)	9 %	30
Österreichischer Film – Film mit Österreichbezug	9 %	28
„Die Millionenshow“	9 %	28
Kabarett/Comedy („Willkommen Österreich“, „Wir sind Kaiser“, „Staatskünstler“, „Schlawiner“, „BÖsterreich“)	8 %	26
Live-Events (Opernball, Villacher Fasching ...)	8 %	26
„Dancing Stars“	7 %	22
Anspruchsvolle / gute Filme	6 %	19
bei allen / im ganzen Programm	5 %	18
Österreichische / deutsche Serien	5 %	17
„Die große Chance“	5 %	15
„Die Barbara Karlich Show“	5 %	15
Tatort	4 %	14
Serien allgemein	3 %	11
Musiksendungen (Starnacht, Carmen Nebel ...)	3 %	10
„Musikantenstadl“	3 %	10
Film allgemein	3 %	7
„Was gibt es Neues?“	2 %	9
gar nicht / bei keiner Sendung	3 %	10
Andere	1 %	5
weiß nicht / k. A.	1 %	3
Summe	100 %	

Anm.: Frage im Wortlaut: „Und bei welchen Unterhaltungs-Sendungen im ORF-Fernsehen erleben Sie das besonders?“ (gestellt in den Leitfaden-Abschnitten zu Vertrauen/Verantwortung, Vielfalt, Wertschöpfung, Innovation/Wissen und Kompetenz/Unterhaltungswert) – Feldvercodung der offenen Antworten, Mehrfachantworten möglich; n=1.610 gültige Nennungen

4.1 Filme und Serien

Filme und Serien sind jenes Subgenre, das von den Befragten zuvorderst mit TV-Unterhaltung verbunden wird und in den Face-to-Face-Interviews auch am häufigsten thematisiert wurde (s. die Wordcloud in Abbildung 4). Wie die oben zusammengefasste Abfrage nach herausragenden Beispielen für öffentlich-rechtliche Qualität zeigt, werden Filme und Serien über ihren Unterhaltungswert hinaus auch stark mit einem weiteren Qualitätsbegriff verbunden. Im Vordergrund stehen für die Befragten bei Serien insbesondere die Vielfalt und der Österreichbezug bzw. die Wertschöpfung. Filme werden ebenfalls als vielfältig und Beitrag zur Wertschöpfung erlebt, aber auch stark mit Vertrauen/Verantwortung und Kompetenz in Verbindung gebracht.

Um diesen Befund weiter zu differenzieren, wurden die in den offenen Antworten von den Befragten formulierten positiven und negativen Qualitätsurteile näher analysiert: Demnach beziehen sich die häufigsten positiven Zuschreibungen einerseits mit 21 Nennungen auf die Qualität der Filme und Serien selbst (Unterhaltungswert, Inhalt, Gestaltung), andererseits mit 20 Nennungen auf die Vielfalt des Gesamtangebots in diesem Bereich.

Die intrinsische Qualität wird dabei mit einer Vielzahl von Merkmalen verbunden – von Handlung und Thematik über Regie, technische Qualitäten und Schauspieler/innen bis hin zu Merkmalen wie Humor oder Spannung.

Das Leistungskriterium der Vielfalt verbinden die Befragten beispielsweise mit der „guten Mischung aus national und international“ (männlich, 39), dem „vielfältigen Angebot für alle Altersklassen“ (männlich, 29), der *breiten Palette* von leichten bis anspruchsvollen Angeboten und der Vielfalt der Genres von Romantik bis Action.

Ebenfalls als Stärke des ORF in diesem Bereich wird von 14 Befragten der Österreichbezug hervorgehoben:

„Beliebte österreichische Schauspieler, österreichische Drehorte, die Werbung für Österreichs schöne Plätze, es kommen die Zuseher gerne an Drehorte.“ (weiblich, 42)

Die Analyse der Kritikpunkte und Erwartungen an den ORF zeigt eine große Heterogenität der Anforderungen an das Subgenre Film/Serien: Was ein „gutes“ Programm ausmacht und was jeweils den geforderten Unterhaltungswert bietet, unterscheidet sich stark nach Zielgruppen.

Ein Teil der Befragten erlebt das ORF-Angebot im Bereich Film/Serien als zu wenig qualitativ im Sinne von zu „seicht“:

„Hinter jedem Humor oder jeder Unterhaltung sollte auch ein tieferer Sinn sein, diese Art von Filmen fehlt mir beim ORF.“ (weiblich, 56)

„Der ORF bringt im frühen Abendprogramm zu wenig anspruchsvolle Filme und Serien wie z. B. „Person of Interest“. Die sind sehr spannend und haben eine fortlaufende Handlung.“ (weiblich, 39)

Ein Teil der Befragten wünscht sich mehr internationale Film- und Serienauswahl, ein anderer kritisiert ein Zuwenig an österreichischen Serien, wobei insbesondere Krimiserien positiv hervorgehoben werden. Einzelne fordern explizit, mehr österreichische Schauspieler/innen im ORF zu zeigen. Unter den Befragten finden sich auch Fans von alten Filmen, die sich entsprechend mehr Angebot wünschen. Andere kritisieren eben dies und wünschen ein „modernerer“, frisches Programm für junge Zielgruppen.

Inhaltlich polarisieren vor allem die amerikanischen Serien: Während manche Befragte beispielsweise „How I Met Your Mother“ und ähnliche Serien als besonders interessant

und witzig hervorheben, kritisieren andere den *amerikanischen Mist* und schlagen vor, diese Serien ganz aus dem Programm zu streichen.

„Schwächen sind sicher das Überangebot von amerikanischen Sitcoms. Eine Stärke liegt bei manchen Serien mit Österreichbezug, z. B. ‚Schlosshotel Orth‘.“ (männlich, 61)

„Ein Positivbeispiel ist für mich ‚Two and a Half Men‘. Das ist witzig, hat freche Dialoge. Es wäre schön, wenn der ORF auch so eine Sendung produzieren würde.“ (weiblich, 47)

Ein mehrmals geäußelter Kritikpunkt diesbezüglich betrifft das eingespielte Lachen, das manche Befragte als äußerst störend und nicht mit dem Image öffentlich-rechtlicher Qualität vereinbar empfinden.

Weitere konkrete Anforderungen der Befragten beziehen sich insbesondere auf die Aktualität der gezeigten Serien sowie auf Wiederholungen von Serien.

„Die Wiederholungen nerven. Speziell in der Urlaubszeit gibt es nur Wiederholungen. Dabei ist das die Zeit, wo ich genügend Zeit zum Fernsehen hätte.“ (männlich, 44)

„Zu viele alte Serien, die zum x-ten Mal wiederholt werden, man kennt manche Dialoge schon auswendig, schade um die Sendezeit.“ (männlich, 28)

„Häufige Wiederholung derselben Sendungen, katastrophales Sendungsangebot an Samstagen und Sonntagen. Das sind häufig die einzigen Tage, an denen man Fernsehen könnte!“ (weiblich, 57)

Zudem wird in diesem Zusammenhang vereinzelt kritisiert, dass ein Mix aus neuen und alten Folgen hintereinander ausgestrahlt wird, was als störend empfunden wird. Auch im Bereich Film empfinden Befragte Wiederholungen mehrheitlich negativ. Was viele aber noch mehr stört, ist die „verspätete“ Ausstrahlung aktueller Filme, d. h. wenn Filme auf anderen Sendern bereits gezeigt wurden und erst später im ORF zu sehen sind. Hier wird ein höheres Tempo des ORF eingefordert.

„Naja, weil sie oft Sendungen gleichzeitig im deutschen Programm auch spielen, das muss nicht sein, oft sind es Wiederholungen, die woanders schon gezeigt wurden.“ (weiblich, 27)

In Summe zeigt sich somit beim Subgenre Film und Serien eine besondere, zielgruppenspezifische Heterogenität der Publikumsanforderungen mit kritischen ebenso wie positiven Einschätzungen des Programmangebots. Über *alle* Publikumsgruppen geschätzt wird hingegen, dass der ORF bei den Filmen keine Werbeunterbrechungen hat – ein Aspekt, der laut Befragten unbedingt beibehalten werden sollte.

4.2 Quiz und Show

Sowohl in den Fokusgruppendifkussionen als auch den Face-to-Face-Interviews wurden Sendungen im Bereich Quiz und Show von den Befragten häufig als Ankerbeispiele zur Diskussion von Qualität herangezogen und insbesondere für ihren starken Österreichbezug und die Vielfalt positiv hervorgehoben.

Sendungen wie „Die Millionenshow“, „Dancing Stars“ oder „Die große Chance“ werden häufig als *typisch österreichisch* beschrieben, etwa aufgrund des *typischen Humors*, der Auswahl von Moderator/in, Gästen und Jury oder auch des Dialektgebrauchs. – Kritisch erwähnt wird dieser österreichische Charakter hingegen nur vereinzelt („*es muss nicht immer alles typisch österreichisch sein*“, männlich, 52).

Hinsichtlich Machart, Gestaltung und Protagonistinnen und Protagonisten der Sendungen zeigt sich das befragte Publikum überwiegend zufrieden. Die bekannten Formate werden als „*spannend, lustig, einfach unterhaltsam*“ wahrgenommen (weiblich, 44); „*da ist immer was los, diese Shows sind nie langweilig*“ (männlich, 30). Insbesondere „Die Millionenshow“ sticht als Positivbeispiel heraus.

Gefragt danach, ob sie generell mehr und öfter Veränderungen im Bereich von Quiz und Show sehen würden, oder sich eher das Beibehalten des Vertrauten wünschen, zeigte sich auf der anderen Seite eine Mehrheit von sechs von zehn Befragten offen für Neues bzw. zumindest leichte, graduelle Veränderungen.

Ein Großteil dieser Änderungswünsche betrifft die Moderatorinnen und Moderatoren und/oder Jurymitglieder.

„Die Moderatoren sind leider immer dieselben, man hat den Eindruck, dass ein Moderator mehrere Formate bedient.“ (männlich, 51)

„Die Auswahl der Moderatoren ist eigentlich sehr klein, Studiogäste sind fast ausschließlich dieselben. Eine Ausnahme ist „Die große Chance“, die Jury wechselt doch ein wenig, ist unterhaltsam und die Auswahl der Künstler zeigt, dass jeder eine Chance verdient.“ (männlich, 22)

Einige Befragte sind auch mit den Kompetenzen von Moderation und Jury nicht zufrieden und erwarten sich eine bessere Besetzung. Einzelne verweisen auf die deutschen Pendanten als Vorbildfiguren. Konkret wird die Juryzusammensetzung von „Die große Chance“ immer wieder kritisch erwähnt. Auch Wünsche nach innovativen Formaten werden geäußert, z. B. Unterhaltungsshow zur Wissensvermittlung. Neun Befragte wünschen sich generell mehr bzw. neue Quizshows.

Die Seriosität der ORF-Sendungen wird von den Befragten generell nicht in Zweifel gezogen. Leicht polarisierend erscheint „Die große Chance“, die teilweise als *peinlich* und *unsympathisch* beschrieben wird, auf der anderen Seite aber auch sehr positive Zuschreibungen erhält (*unbedingt beibehalten*). Ähnliches gilt für den „Musikantenstadl“, den ein Teil der Befragten regelrecht als *abschreckend* erlebt.

„Der ‚Musikantenstadl‘ ist zu einem Schlagerfuzzi-Wettbewerb verkümmert.“ (weiblich, 65)

Die technische Qualität und Studiogestaltung scheinen generell eine untergeordnete Rolle zu spielen: Hier werden kaum Qualitätsbewertungen abgegeben und entsprechend nur vereinzelt Verbesserungswünsche geäußert (z. B. ein anderer Drehort für „Dancing Stars“ oder ein moderneres Studio für Talkshows).

4.3 Unterhaltende Information

Das Subgenre der Unterhaltenden Information umfasst im ORF die Sendungen „Stöckl.“, „VERA – bei ...“, „Die Barbara Karlich Show“ sowie die „Seitenblicke“. Von den Befragten wurden diese Sendungen etwas weniger häufig als Ankerbeispiele für Qualität genannt als die Subgenres Film/Serie sowie Quiz/Show. Im Vordergrund der Qualitätswahrnehmung stand dabei zunächst die Wertschöpfung bzw. der Österreichbezug des Subgenres. An zweiter Stelle wurden die unterhaltenden Informationssendungen mit Aktualitätsbezug bzw. Wissensvermittlung und an dritter mit Vertrauen und Verantwortung verbunden.

Aufgrund der Auswertung der offenen Antworten der Befragten kann ergänzt werden, dass die inhaltliche Qualität dieses Subgenres primär an den Merkmalen der behandelten Themen (Vielfalt, Aktualität), der Moderation (Seriosität, Kompetenz, Auftreten, Unterhaltungswert) sowie der porträtierten Gäste festgemacht wird. Aspekte wie die technische Machart, Modernität oder Studiogestaltung spielen hingegen kaum eine Rolle.

„Ist immer aktuell und sehr kompetent und seriös gemacht.“
(männlich, 53)

„Unterschiedlichste Themen werden aufgegriffen; sympathische Moderatoren spannende Themen.“ (weiblich, 44)

„Die Gäste sind bunt gemischt und anregend.“ (männlich, 55)

„Sendungen werden gut moderiert, bieten aktuelle Themen, greifen gesellschaftliche Trends auf.“ (männlich, 51)

„Wirkt authentisch und bereichernd, man macht sich danach Gedanken über die Themen.“ (männlich, 52)

Während ein kleinerer Teil der Befragten die Unterhaltende Information generell als zu seicht kritisiert und sich seriösere Themen wünscht, ist der größere Teil der Seher/innen dieses Subgenres zufrieden. Im Vergleich zu den anderen in diesem Bericht behandelten Subgenres spielt in den Antworten dabei die Person der Moderatorin eine größere Rolle. Genannt wird deren Moderationskompetenz (Interviewführung, Umgang mit Gästen), Aspekte der Vertrauenswürdigkeit (Glaubwürdigkeit, Authentizität, Seriosität), aber auch Sympathie. Manche wünschen sich in diesem Zusammenhang bessere Moderatorinnen und Moderatoren, womit konkret beispielsweise schlagfertige, weniger eitle oder auch lockere Moderatorinnen und Moderatoren gemeint sind. Auch mehr Witz und Lockerheit in den Gesprächen werden als Verbesserungsvorschläge genannt.

Auf die Frage nach ihrer Einschätzung der Unterhaltenden Information im Bezug auf den „respektvollen Umgang in Interviews und mit Studiogästen“ zeigt sich der Großteil der Befragten zufrieden. Respekt und Seriosität werden von einigen Befragten als spezifische Stärken des ORF gesehen:

„Das wird im ORF sehr gut gemacht mit den Gästen geht man respektvoll um, die Interviews sind seriös und glaubwürdig.“
(männlich, 45)

„Das finde ich in Ordnung. Zum Beispiel beim Opernball werden die Gäste nicht mit unangenehmen Fragen gelöchert.“ (männlich, 50)

Auf der anderen Seite zeigen sich hinsichtlich der Gesprächskultur durchaus auch unterschiedliche Erwartungen der Befragten. Viele fordern explizit Respekt, das Ausreden-Lassen und ein geordnetes Gespräch ein:

„Bei den Diskussionen ist oft ein wirres Durcheinander und der Zuschauer versteht nicht mehr, um was es gehen soll. Gendergerechte Kommunikation soll mehr beachtet werden.“
(weiblich, 67)

Andere empfinden dies hingegen bereits als „zu respektvoll“ und langweilig und wünschen sich eine konfrontativere Gesprächsführung, in der auch Provokation ihren Platz hat.

„Mehr Provokation: Es kann ruhig auch einmal ein wenig gestritten werden, diese Sendungen sind zu brav und zu ruhig.“ (männlich, 22)

„Ich finde diese Sendungen ehrlich gesagt nicht sehr unterhaltend; eher trocken und nüchtern. Ich würde mir z. B. mehr Witz in den Gesprächen wünschen.“ (männlich, 49)

„Bessere, schlagfertige Moderatoren, die nicht steif sind.“
(männlich, 75)

Mehrheitlich positiv sind die Einschätzungen der Befragten hinsichtlich der Vielfalt der Themen und Gäste. Gewünscht werden von einem Teil der Befragten mehr Abwechslung bzw. andere/neue Themen, ein weiterer Teil fordert generell „mehr seriöse Themen“ und Gäste bzw. mehr Niveau.

„Die Barbara Karlich Show‘ könnte etwas tiefsinnigere Themen bringen; ‚Seitenblicke‘ könnten mehr Hintergrundinformationen bringen.“ (männlich, 51)

Ein Befragter (männlich, 22) kritisiert, dass in diesem Subgenre generell Jugendliche zu kurz kommen. Eine weitere Einzelmeinung (weiblich, 29) wünscht, dass auch Themen und Gäste aus dem Ausland behandelt werden.

4.4 Kabarett und Comedy

Zu Kabarett und Comedy gehen die Meinungen der Befragten im Vergleich der hier untersuchten Subgenres am stärksten auseinander. Insbesondere die Sendung „Wir sind Kaiser“ polarisiert und wird immer wieder als Negativbeispiel für niveaulose Unterhaltung, aber ebenso auch als Positivbeispiel für besondere Qualität genannt.

Mit Bezug auf die Leistungskriterien laut Qualitätsprofil steht bei Kabarett und Comedy insbesondere die Dimensionen der Innovation/Aktualität/Wissensvermittlung im Vordergrund der Publikumswahrnehmung – gefolgt von Österreichbezug und Vielfalt.

Die ergänzende Auswertung der offenen Antworten der Befragten zeigt als Stärken des Subgenres die Qualitäten *österreichischer Humor, aktuell, abwechslungsreich / immer neu* sowie *kritisch*:

„Eine gute Mischung von Unterhaltung und Gesellschaftskritik, greift auch aktuelle Themen auf.“ (männlich, 22)

„Weil aktuelle Themen aufgegriffen werden, die die Zuschauer zum Nachdenken anregen sollen. Positiv ist auch die Förderung österreichischer Kabarettisten.“ (weiblich, 57)

Negative Beurteilungen gruppieren sich primär um die allgemeine Zuschreibung *niveaulos* / *Schund* sowie die konkrete Wahrnehmung eines teilweise mangelnden Respekts im Umgang mit Gästen und Interviewpartnerinnen und -partnern. Ein kleiner Teil der Befragten formuliert in diesem Zusammenhang massive Ablehnung: Diese Sendungen seien „*einfach schrecklich*“ / „*total niveaulos*“ (weiblich, 63), „*einfach grauenvoll*“ / „*total verkommen*“ (weiblich, 52). Häufiger wird hingegen Kritik konkret vorgebracht:

„Der Humor dieser Sendungen geht immer auf Kosten der eingeladenen Gäste, sie werden zum Teil respektlos behandelt.“ (weiblich, 61)

„Manchmal ist der Schmäh nicht so super, eher beleidigend.“ (weiblich, 22)

„Auch Unterhaltung muss ausgewogen sein. Mir ist klar, dass ein richtiger Künstler und Intellektueller ‚links‘ sein muss. Mir geht solch Einseitigkeit eben kräftig auf die Nerven.“ (männlich, 71)

Auch in einer der Fokusgruppen wurde dieser Aspekt von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern intensiv diskutiert und das Genre als teils schwierige „Grenzwanderung“ beschrieben. Selbstironie, das Über-sich-lachen-Können, wurde dabei einerseits als ein wertvoller Beitrag dieses Genres eingebracht. Auf der anderen Seite formulierte eine Befragte den Eindruck, dass in gewissen Sendungen immer wieder nach demselben Muster typisch Österreichisches bzw. Elemente österreichischer Identität in abwertender Weise thematisiert würden. Statt der satirischen Betrachtung von aktuellen politischen oder alltagskulturellen Themen im positiven Sinn verbleibe so beim Publikum eine negative Stimmung:

„Also mir kommt es teilweise schon so vor – also es ist teilweise ein guter Schmäh, aber ein Teil ist wirklich eine, wie soll man das jetzt am besten ausdrücken, eine Entwertung der Persönlichkeit, so würd ich es empfinden.“ (weiblich, 43)

Die Vielfalt der Moderatoren/Moderatorinnen, Schauspieler/innen und Studiogäste wird von den Befragten überwiegend positiv bewertet und nur vereinzelt kritisiert. Eine *breite Streuung* wird durchwegs gewünscht, es sollten „*nicht nur Österreicher*“ eingeladen werden sowie „*verschiedene Gesellschaftsschichten und Berufe*“ repräsentiert bleiben.

Konkrete Verbesserungsvorschläge beziehen sich zum einen auf den Wunsch einer Fortsetzung von ORF-Formaten wie „Echt fett“, „MA 2412“ oder „Dolce Vita & Co“. Zum Zweiten wünschen Befragte sich mehr Kabarettprogramm im ORF, d. h. beispielsweise

Übertragungen aus dem Simpl – auch im Hauptabendprogramm –, die Ausstrahlung alter, klassischer Programme, aber auch die Förderung junger Künstler/innen.

Hinsichtlich der Sendung „Wir sind Kaiser“ vermitteln Befragte immer wieder differenzierend den Eindruck, das Format habe sich mittlerweile abgenutzt bzw. sei „*schon fad*“ geworden (weiblich, 55).

„Kaiser ist nicht mehr so gut, hat Aktualität verloren, es kommt immer das Gleiche, die Art ist schon etwas abgenutzt. Er hat immer die gleichen Witze mit dem Hofballett.“ (weiblich, 67)

5 Abschließender Befund der Evaluation

Mit dem Qualitätsprofil Unterhaltung hat der ORF ein differenziertes Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der Leistungskriterien Vertrauen, Vielfalt, Wertschöpfung, Verantwortung und Wissen sowie Innovation definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Diese allgemeinen sowie genrespezifischen Auftragswerte dienen als Leitlinien für das Unterhaltungsprogramm in den vier Subgenres Film/Serie, Quiz/Show, Unterhaltende Information sowie Kabarett/Comedy. Zugleich soll die Erfüllung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass das ORF-Unterhaltungsprogramm für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generiert.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil Unterhaltung mittels Methoden der qualitativen Sozialforschung. Untersucht wurde, inwieweit das Publikum die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte für wichtig und legitim erachtet, inwieweit es das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag aus Publikumssicht erfüllt wird.

Als abschließender Befund kann zusammenfassend festgehalten werden:

1. Evaluation im Soll:

Das ORF-Qualitätsprofil Unterhaltung wird vom Publikum verstanden und als maßgeblich für ein hochwertiges öffentlich-rechtliches Unterhaltungsprogramm angesehen. Die standardisierte empirische Abfrage zeigt eine hohe Legitimität der einzelnen Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 57 und 94 %. Das vom ORF definierte Anforderungsprofil an das Unterhaltungsprogramm entspricht also in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums. Differenzierend wurde festgehalten, dass einige Aspekte des komplexen und vielschichtigen Qualitätsbegriffs laut ORF-Qualitätsprofil im Publikum nur latent verankert sind. Zentrale, manifeste Anforderungen des Publikums an den ORF sind konsequente Seriosität, Österreichbezug und ein hoher Unterhaltungswert für ein breites Publikum.

2. Evaluation im Ist:

Als zweiter Teil der vorliegenden Evaluation wurde untersucht, inwieweit die vom ORF definierten Auftragswerte vom Publikum auch in der Programmgestaltung als erfüllt wahrgenommen werden. Auch hier zeigt die standardisierte empirische Abfrage über alle Auftragswerte hinweg eine Zustimmung auf hohem Niveau: Je nach Item gaben zwischen rund fünf bis rund neun von zehn Befragten an, dass der jeweilige Auftragswert auf das ORF-Unterhaltungsprogramm „zutrifft“ oder „sehr zutrifft“. Konkurrenzlos positioniert zeigte sich der ORF in der Publikumswahrnehmung als *der* Österreichsender. Auch Seriosität (journalistische Qualität, Augenmerk auf Jugendschutz) wird stark mit dem ORF identifiziert und teils als Mehrwert im Vergleich zu kommerziellen Anbietern wahrgenommen. Potenzial zur Optimierung

des Angebots ortete das Publikum bei einer noch größeren Angebotsvielfalt sowie spezifisch Sendungen für jüngere Zielgruppen. Etablierte Programme sollten stetig weiterentwickelt werden sowie mit Blick auf den aus Publikumssicht zentralen *Unterhaltungswert* insbesondere auf die Vielfalt und die Kompetenz von Moderatorinnen, Moderatoren und Jurys geachtet werden.

3. Evaluation im Sendervergleich:

Schließlich wurde als drittes Element der Evaluation die Bewertung des ORF-Unterhaltungsprogramms im Vergleich zu anderen Anbietern untersucht. Hier belegt die standardisierte empirische Abfrage in den Bereichen Wertschöpfung, Vertrauen/Verantwortung und Kompetenz eine hohe Imagestärke des ORF. Die größte Konkurrenz für das ORF-Unterhaltungsprogramm sind auf der einen Seite im Bereich der Angebotsvielfalt die deutschsprachigen kommerziellen Auslandssender. Auf der anderen Seite weichen rund drei von zehn Befragten auf öffentlich-rechtliche Auslands- und Spartensender aus, wenn es um die Merkmale „zeigt Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“, „bietet hochwertiges Programm“ und „zeigt die Dinge auch mal von anderen Seiten“ geht.