

ORF-Qualitätsmonitoring 2020:

**Evaluation des
ORF-Qualitätsprofils
TV-Wissenschaft/Bildung/Service/
Lebenshilfe**

Daten zur Untersuchung

Thema:	Evaluierung des ORF-Qualitätsprofils Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe 2020
Beauftragtes Institut:	SORA Institute for Social Research and Consulting, Wien
Wissenschaftliche Leitung:	Dr. Florian Oberhuber
Autor/innen:	Dr. Florian Oberhuber, Karoline Schenk, MA
Erhebungsgebiet:	Österreichweit
Art der Erhebung:	300 telefonische Interviews österreichweit (CATI), Wohnbevölkerung 15+
Erhebungszeitraum:	3.11.2020 bis 11.12.2020

Einleitung

ORF-Qualitätsprofile stellen eine Definition von Leistungskriterien dar, die ein Anforderungsprofil an ORF-Angebote beschreiben 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. senderspezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Programmkategorien und Subkategorien beziehen.

In den Jahren 2011 bis 2017 wurden erstmals Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellt und evaluiert. Seit dem Jahr 2018 läuft die zweite Runde des Evaluationszyklus und befasst sich im aktuellen Bericht mit den ORF-TV-Angeboten zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe.

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 werden 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 vier Subgenres des ORF-TV-Angebots zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe sowie den spezifischen Anforderungen der Befragten an diese.

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

Executive Summary

Mit dem Qualitätsprofil Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe hat der ORF ein differenziertes Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der Leistungskriterien *Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus, Kompetenz und Innovation* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Zugleich soll die Erfüllung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Angebote für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil mit Methoden der qualitativen Sozialforschung. In 300 teilstandardisierten telefonischen Interviews wurde Befragten in ganz Österreich das vom ORF entwickelte Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Angebots vorgelegt. Untersucht wird, 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.

Publikum steht hinter öffentlich-rechtlicher Qualität

Der Zeitvergleich der vorliegenden Studie mit der ersten Evaluation des Qualitätsprofils aus dem Jahr 2015 zeigt eine **ausgeprägte Kontinuität in der Qualitätswahrnehmung**: Weiterhin gilt eine breite Akzeptanz und hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte als maßgeblich für Medienqualität im Allgemeinen und den ORF im Besonderen. Allenfalls kann im Kontext einer in soziologischen Studien diagnostizierten erhöhten gesellschaftlichen Verunsicherung ein **weiterer Bedeutungsgewinn des vertrauens- und verantwortungsbewussten Journalismus** und damit verbunden der Vertrauen stiftenden Kompetenz der Moderatorinnen, Moderatoren, Journalistinnen und Journalisten verzeichnet werden.

Hervorragender Inhalt mit hoher Vertrauenswürdigkeit

Das befragte Publikum erwartet vom öffentlich-rechtlichen ORF aktuelle, vielfältige Information „für alle“ mit hoher journalistischer Qualität. Zentrale Treiber der Zufriedenheit sind die gebotenen Inhalte auf der einen, der kompetente und vertrauenswürdige Journalismus auf der anderen Seite.

Vertrauenswürdigkeit aufgrund hoher journalistischer Qualität: Hohe

Vertrauenswürdigkeit wird sowohl als Stärke des ORF als auch als besondere Verpflichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erlebt. Die qualitative Analyse zeigt **vier Säulen des Vertrauens**:

1. Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit aufgrund hoher journalistischer Kompetenz und hoher Standards für die journalistische Arbeit;

2. die Verpflichtung zur ausgewogenen Information und umfangreichen Beleuchtung aller relevanten Perspektiven;
 3. die sachliche und objektive Vermittlung von Inhalten im Kontrast zur „reißerischen“ oder emotionalisierenden Darstellung;
 4. die Unabhängigkeit des ORF von politischer, wirtschaftlicher oder sonstiger Einflussnahme – besonders relevant nicht zuletzt für Sendungen zum Konsumentenschutz und das Subgenre der Bürgersendungen.
- Darüber hinaus zählt auch **Verantwortung** im Sinne eines respektvollen Umgangs mit Personen, Schutz der Privatsphäre von Betroffenen sowie Ausschluss jeder Art von herabwürdigender, hetzerischer oder diskriminierender Berichterstattung in die Vertrauenswürdigkeit des ORF ein.

Hervorragender Inhalt: Die Sendungen im untersuchten Programmbereich werden aufgrund der gebotenen (interessanten) Inhalte und Themen bzw. des persönlichen Nutzens und der Verwertbarkeit gesehen. Die Befragten möchten immer wieder Neues, Wissenswertes und Lehrreiches erfahren, von kompetenten, begeisternden Moderatorinnen und Moderatoren in neue Welten geführt werden und so ihr Wissen erweitern. Starke Treiber für die Zufriedenheit des Publikums sind daher neben der Vertrauenswürdigkeit des ORF die Qualität der gebotenen Inhalte und Bilder, die Kompetenz der handelnden Protagonistinnen und Protagonisten (Moderation, Expertinnen, Experten, Studiogäste) sowie eine gute redaktionelle Aufbereitung und Gestaltung der Sendungen.

- Auch die **Verständlichkeit** der Programme wird von den befragten Seherinnen und Sehern als wichtig thematisiert, eine Erwartung, die auch an die Vermittlungskompetenz der Journalistinnen, Journalisten und Studiogäste sowie die Aufbereitung der Informationen herangetragen wird.

Begeisterungsfaktor Kompetenz

Kompetenz wird vom befragten Publikum zuvorderst an den handelnden Personen festgemacht: 95 Prozent der Befragten schätzten den Auftragswert „kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“ als sehr oder ziemlich wichtig für eine hohe Qualität der ORF-Angebote im Programmbereich ein.

In der qualitativen Analyse entfällt rund ein Drittel der positiven Zuschreibungen auf das Leistungskriterium Kompetenz. Als Stärken werden die interessante und unterhaltsame Aufbereitung von Inhalten erlebt sowie die Fach-, Vermittlungs- und Moderationskompetenz der Journalistinnen, Journalisten, Moderatorinnen und Moderatoren.

- Bei Dokumentationen und Wissenschaftssendungen begeistern insbesondere Personen, die bei hoher Fachkompetenz authentische Leidenschaft für ein Thema ausstrahlen und dabei Inhalte gut verständlich aufbereiten und kommunizieren können.

- Bei Service-, Info- und Bürgersendungen spielen Verständlichkeit und Moderationskompetenz sowie der respektvolle Umgang mit Themen und Personen „auf Augenhöhe“ eine zentrale Rolle.

Qualitätswahrnehmung der Subgenres

Unter den vier im Rahmen der Evaluationsstudie untersuchten Subgenres prägen Dokumentationen die Qualitätswahrnehmung des befragten Publikums am stärksten, gefolgt von Bürgersendungen sowie Sendungen zu Service und Lebenshilfe.

- Dabei legt die vorliegende Studie für zumindest gelegentliche Nutzer/innen von Dokumentationen sowie Wissenschaftssendungen eine ausgeprägte Offenheit bzw. Neugier nahe: Man möchte Neues erfahren, neue (inklusive internationale) Perspektiven kennenlernen und zeigt eine hohe Akzeptanz von **Innovationen** (in Gestaltung, Technik, Themenwahl, aber z. B. auch hinsichtlich „neuer Gesichter“). Auch das Interesse an der vertiefenden, ausführlichen und vielschichtigen Berichterstattung ist in diesen Subgenres besonders ausgeprägt.
- Für die Subgenres Service/Lebenshilfe sowie Bürgersendungen stehen hingegen die kompakte und verständliche Information bei hohem Österreichbezug, die Vertrauenswürdigkeit (sachliche, unabhängige und neutrale Information) sowie der persönliche Bezug und die Nützlichkeit bzw. Verwertbarkeit stärker im Vordergrund.

Entwicklungspotentiale

Bei generell hoher Zufriedenheit können allenfalls folgende Weiterentwicklungen überlegt werden:

Vertrauen erhalten: Vertrauenswürdiger Qualitätsjournalismus ist das Rückgrat der Publikumszufriedenheit. Die konsequente Sicherung und Weiterentwicklung der vier Säulen des Vertrauens ist im aktuellen Kontext der Corona-Pandemie insbesondere für das verunsicherte Publikum von erhöhter Relevanz. Für einen Teil des Publikums ist in diesem Zusammenhang eine erkennbar neutrale bzw. unparteiische Moderation besonders wichtig: Sie wollen sich ihre eigene Meinung bilden und nicht das Gefühl haben, belehrt oder beeinflusst zu werden.

Investition in Personen: Die Moderatorinnen, Moderatoren, Journalistinnen und Journalisten sind für das Publikum die Gesichter und Träger der ORF-Angebote und ihre Kompetenz ist in den Köpfen des Publikums zentral mit der Qualität des ORF verbunden. Investitionen in gut ausgebildete und kompetente Journalistinnen und Journalisten können daher die Qualitätswahrnehmung und Publikumszufriedenheit langfristig sichern. Moderatorinnen, Moderatoren und Studiogäste werden in den Wissenschafts-, Bildungs-, Service- und Lebenshilfesendungen als besonders kompetent authentisch wahrgenommen, wenn sie über eine besondere fachliche Expertise verfügen oder das Gefühl vermitteln, sich für Betroffene besonders einzusetzen.

Lehrreich, aber nicht belehrend: Ein wesentliches Nutzungsmotiv der Befragten sind Weiterbildung sowie aktuelle Information, wobei die verständliche Vermittlung von komplexen Inhalten eine wichtige Rolle spielt. Zugleich wird es negativ empfunden, wenn Sendungen belehrend wirken. Der Bildungsauftrag des ORF wird vorrangig im Bereich der Kinder- und Jugendbildung gesehen. In diesem Bereich wird von einigen Befragten ein Ausbau des Programmangebots gewünscht.

Anregende Vielfalt bieten: Neben der vertrauenswürdigen und authentischen Information stellt die anregende Vielfalt im Programm einen wesentlichen Attraktor dar. Hinsichtlich der konkreten Programmgestaltung legt die Analyse nahe, dass Abwechslungsreichtum bei Themen, ein ausgeglichenes Verhältnis von verschiedenen Wissenschaftsbereichen (z. B. Naturwissenschaften, Humanwissenschaften) sowie eine hohe Vielfalt bei Studiogästen, Expertinnen und Experten gewünscht werden.

Abschließender Befund der Evaluationsstudie:

1. Die standardisierte empirische Abfrage von 22 Qualitätsmerkmalen zeigt eine hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 66 und 96 Prozent (Top-2-Box). Das Qualitätsprofil wird daher von den Befragten als Anforderungsprofil an qualitativ hochwertige TV-Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe bestätigt.
2. Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird als kohärent und glaubwürdig erlebt: Je nach Item bewerten zwischen 64 und 91 Prozent der Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben.
3. Im Sendervergleich ergibt die standardisierte Abfrage in allen Leistungskriterien laut Qualitätsprofil eine überlegene Positionierung der ORF-Angebote mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 38 und 78 Prozent.
4. Die Evaluation des Qualitätsprofils beinhaltet 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 ORF-Programmproduktion im Bereich Wissenschaft/Bildung/Service und Lebenshilfe. Diese werden im Evaluationsbericht zusammengefasst.

ORF-Qualitätsprofil Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe

ORF-Qualitätsprofile stellen eine Definition von Leistungskriterien dar, die ein Anforderungsprofil an ORF-Programmkategorien und ihre Subkategorien definieren.

Sie bestehen aus:

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

Insgesamt stellt ein „Qualitätsprofil“ ein SOLL-Bild einer Programmkategorie dar, das durch externe Evaluierung kontrolliert wird und gegebenenfalls zu Optimierungsmaßnahmen der Programme führt. Bestehende Richtlinien und Regulative, wie etwa Programmrichtlinien, Redakteursstatut oder Verhaltenskodex werden von den Qualitätsprofilen nicht berührt und bleiben uneingeschränkt gültig.

Das Qualitätsprofil der Programmsäule „Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe“ umfasst entsprechend der ORF-Programmstrukturanalyse folgende ORF-Programmbereiche:

- Wissenschaftssendungen
- Dokumentationen
- Service- und Infosendungen
- Bürgersendungen

und damit die Leistungen der PD1, 2, 5 und der Landesstudios.

1. VERTRAUEN UND ORIENTIERUNG

Die Vermittlung von Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe ist im Rahmen des „Bildungsauftrags“ eine Aufgabe, die der ORF gegenüber dem Publikum wahrzunehmen hat; die Erfüllung dieser Aufgabe hat im Gesamtprogramm zu erfolgen und ist nicht an bestimmte Sendungs- und Gestaltungsformen gebunden. Diese Vermittlungsleistung bezieht sich etwa sowohl auf gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse als auch auf neue wissenschaftliche Thesen. Erkenntnisse und Entwicklungen in wissenschaftlichen Disziplinen soll der ORF möglichst in einer breit gestreuten Palette von Sendungen und Angeboten dem Publikum näherbringen. Ziel ist es, über Themen der Wissenschaft nicht nur zu informieren, sondern dadurch auch zu besserem Verständnis aktueller Probleme und deren Zusammenhänge beizutragen. Zu beachten ist jedenfalls das Objektivitätsprinzip: Objektiv berichtet jedenfalls, wer ein zutreffendes Bild der Wirklichkeit zeichnet. Dazu sind alle Elemente der Berichterstattung nach ihrer Richtigkeit und Wesentlichkeit – im Sinne der Vollständigkeit der Darstellung – zu erkennen und sachlich darzulegen. Zu vermeiden sind tatsachenwidrige, tendenziöse und polemische Feststellungen und die unkritische Wiedergabe einseitiger Behauptungen. Bei der Thematisierung von aktuellen Denkansätzen, Modellen und Szenarien im Bereich Wissenschaft, Service und Lebenshilfe, insbesondere zu Themen des Umwelt- und Konsumentenschutzes und der Gesundheit sollen gemäß dem Prinzip der Nachhaltigkeit dauerhaft verträgliche, nicht nur den momentanen Bedürfnissen der Gesellschaft verpflichtete, sondern auch die Interessen künftiger Generationen berücksichtigende Lebens- und Verhaltensweisen als Leitmotiv für die Suche nach Lösungsansätzen besondere Berücksichtigung finden. Insbesondere die gebotene Unabhängigkeit des ORF ergibt im Zusammenhang mit Sendungen zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe im Gegensatz zu kommerziellen Medien die Verpflichtung, jeglichen Einfluss etwa von Werbung, wirtschaftlichen Lobbys oder politischen Parteien auf das Programm auszuschließen: So erhalten etwa auch Events, bei denen der ORF Medienpartner ist, oder gemeinnützige Kampagnen keine Bevorzugung in der Berichterstattung. Sie werden nach den üblichen journalistischen Regeln auch kritisch beleuchtet. Redaktionelle Kooperationen sind klar zu kennzeichnen.

1.1 Wissenschaftssendungen

Wissenschaft muss und soll per se nach genauen Kriterien überprüfbar und objektivierbar sein. Das bilden die Wissenschaftssendungen des ORF ab, wobei schwerpunktartig der Nutzen für zukünftige Generationen und die Alltagsnähe wissenschaftlicher Erkenntnisse herausgearbeitet werden.

1.2. Dokumentationen

Dokumentationen basieren seit jeher auf neuesten wissenschaftlichen Arbeiten. Der Vergleich verschiedener Studien sowie die Eigenrecherche und äquidistante Prüfung im Rahmen von Produktion, Redaktion oder Bearbeitung gehört zum Standardrepertoire der Sendungen. Eines der wichtigsten Ziele der Dokumentationen ist es, Hintergründe und

Zusammenhänge, gleich, ob gesellschaftlicher, historischer oder ökologischer Dimension, klar herauszuarbeiten. Das weit gefasste inhaltliche Spektrum soll aber auch, insbesondere im Kontext österreichischen Drehorte, Information und Orientierung zu kulturhistorischen, sozialen und räumlichen Gegebenheiten – gleichsam als anschauliche Landeskunde bieten.

1.3 Service- und Infosendungen

Der Anspruch der Service- und Infosendungen ist es, die unmittelbare Lebenswelt in Österreich abzubilden und den Seherinnen und Sehern Tipps und Anregungen für das tägliche Leben zu bieten und dass qualitativ hochwertige regionale Berichterstattung Orientierungshilfen für ein besseres Leben ermöglichen soll. Wesentlicher Bestandteil der Berichterstattung sind neue Entwicklungen und Initiativen: Dabei stehen nicht zuletzt ökologische und nachhaltige Aspekte im Blickpunkt. In der Gegenüberstellung von „alt“ und „neu“ werden die Unterschiede sachlich analysiert und damit Perspektiven für die Gesellschaft, Berufsgruppen und Konsumentinnen und Konsumenten aufgezeigt. Dabei steht nicht Empörungsbewirtschaftung im Vordergrund – vielmehr wird Wert auf Lösungsansätze, auf das Zeigen von Lebensbewältigungsstrategien gelegt, ohne diese als ultima ratio zu präsentieren. Letztlich soll es den Zuseherinnen und Zusehern selbst überlassen bleiben, ob die Erkenntnisse, die die Protagonist/innen der Sendungen gewonnen haben, auch auf sie zutreffen könnten. Ziel der Sendungsgestalter/innen ist es, Vielfalt darzustellen und nicht zu werten. Die Redaktionen sind sich des Umstands bewusst, in der Berichterstattung auf die Zusammenarbeit und die Informationen von Organisationen, Fachleuten, Institutionen etc. angewiesen zu sein. Die entsprechenden Beziehungen müssen mit großer Verantwortung, aber auch mit Fingerspitzengefühl gepflegt werden. Die Unabhängigkeit der Berichterstattung ist oberstes Gestaltungsprinzip.

1.4. Bürgersendungen

Die Bürgersendungen des ORF greifen Beschwerden und Anliegen der Bürger/innen auf und konfrontieren mit ihnen Verantwortungs- und Entscheidungsträger/innen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Dabei gilt als oberster Grundsatz, die Argumentation beider Seiten so ausführlich wie möglich darzustellen und ggf. Fachsprache ins Allgemeinverständliche zu übersetzen.

2. VIELFALT UND VERANTWORTUNG

Die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe haben auf verbindlichen programmlichen Grundstandards wie Objektivität, Respektierung der Meinungsvielfalt und der Beachtung elementarer Werte (Achtung der Menschenwürde, der Persönlichkeitsrechte sowie der Privatsphäre) zu beruhen und sich um Integration, Gleichberechtigung und Verständigung zu bemühen. Gesellschaftspolitisch relevante Themen sind in einer möglichst großen Breite und Vielfalt so anzubieten, dass diese von

einem möglichst zahlreichen Publikum, jedenfalls aber von der jeweiligen Zielgruppe angenommen werden. Relevante Themen und Inhalte sind nicht nur zu kommunizieren, sondern im Sinne der Anregung eines öffentlichen Diskurses sowie persönlicher Reflexionen des Publikums auch kritisch zu würdigen. Die Gleichstellung von Frauen und Männern verpflichtet dabei zu einer geschlechtergerechten Sprache. Die Sendungen dürfen nicht zu Hass auf Grund von Rasse, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion und Nationalität aufreizen. Das gilt auch für kulturelle und soziale Zugehörigkeit, Krankheit und dergleichen. Vielmehr sind die Prinzipien der Toleranz, Gleichstellung und Demokratie zu fördern.

2.1 Wissenschaftssendungen

Die Wissenschaftssendungen des ORF greifen nicht nur Themen der Technologie und Naturwissenschaften, sondern unter anderem auch sozialwissenschaftliche Themen und Fragestellungen auf und nähern sich gesellschaftspolitischen Themen zielgruppen- und geschlechtergerecht.

2.2 Dokumentationen

Dokumentationen stellen (Aspekte) unsere Welt in ihrer Komplexität und Vielfalt dar; so ist es z. B. das Ziel von Naturdokumentationen, nicht nur Fauna bzw. Flora abzubilden, sondern den ökologischen Kontext und die Wirkung von Natur auf den Menschen (und umgekehrt) einzubinden. Insbesondere Dokumentationen zu (Zeit-)Geschichte vermitteln nicht zuletzt Respekt vor anderen Kulturen durch die Kenntnis ihrer Geschichte und sind einem aufklärerischen Vermittlungsideal verbunden. Dokumentation zu Österreichischem sollen nicht zuletzt den oft auch immateriellen – kulturellen und mitunter auch spirituellen – Wert von Stätten, Orten und Regionen fokussieren, sollen neugierig machen, sich mit dem eigenen Lebensumfeld näher auseinanderzusetzen und zur Bewahrung dieses Erbes auch für kommende Generationen anregen.

2.3. Service- und Infosendungen

Nicht diskriminierende Betrachtung aller gesellschaftlichen Kräfte bzw. von Einzelpersonen ist oberstes Gebot, dem in kritischer Reflexion innerhalb von Redaktionen Rechnung getragen wird. Nicht-Diskriminierung drückt sich sowohl in der Auswahl von Akteurinnen und Akteuren als auch im Zugang zu Themen, im Text wie in der Bildsprache aus. Service- und Infosendungen bekennen sich ausdrücklich insbesondere in höchstpersönlichen Bereichen des Lebens, etwa in Bezug auf Gesundheitsfragen, zu sensibler Gestaltung. Interviewpartner/innen werden nicht nur sorgsam ausgewählt, sondern erforderlichenfalls auch vor der Aufnahme auf mögliche Konsequenzen eines medialen Auftritts hingewiesen und nach dem Dreh betreut. Bei der Auswahl von Akteurinnen und Akteuren wird darauf geachtet, Klischees und Stereotypen entgegenzuwirken. Wenn persönliche Lebensgeschichten in der Sendung thematisiert werden, geschieht dies ausschließlich zur Verdeutlichung des eigentlichen Sendungsinhaltes. Verantwortung in journalistischer Praxis heißt auch Vielfalt in der

Berichterstattung – und journalistischen Beitrag dafür zu leisten, dass Vorurteile und negative Emotionen auf der Basis von Fakten und einfach dem Kennenlernen einer anderen als der gewohnten Lebenswelt gemindert und ausgeräumt werden. Das bedeutet auch, das (mögliche und oft auch praktizierte) Miteinander von Menschen, Bevölkerungsgruppen und Institutionen in den Vordergrund zu stellen; gezeigt werden nicht zuletzt Beispiele, die von einer letztlich positiven und wohlmeinenden Grundhaltung getragen sind. Das schließt Konflikte nicht aus – stellt sie aber auf eine sachliche Basis, die Dialog auch bei sehr unterschiedlichen Positionen weiter möglich macht. Wesentlich ist in passendem Rahmen auch der Generationen übergreifende Aspekt: Überlieferte Traditionen und Verhaltensweisen zeitgemäß beizubehalten und weiterzugeben, ist wesentlicher Teil des Zusammenlebens nicht nur im ländlichen Raum. In Bezug auf Gesundheitsberichterstattung wird Verantwortung nicht zuletzt dahingehend verstanden, dass die vorgestellten Themenbereiche dazu beitragen sollen, das Bewusstsein in Fragen der Gesundheitsvorsorge und des Gesundheitszustandes der Bevölkerung sowie das Interesse an aktiver sportlicher Betätigung zu fördern.

2.4 Bürgersendungen

Die Auswahl der Protagonist/innen erfolgt ausschließlich nach professionellen journalistischen Kriterien. Aspekte der Akteursvielfalt werden nach Möglichkeit einbezogen: Das Verständnis von „Bürger“ nimmt ausdrücklich auf die sich wandelnde Gesellschaft Bezug. Insbesondere jene Sendungen, die Probleme von Bürger/innen mit als mächtig zu begreifenden Institutionen/Personen aufgreifen, stehen auch zu ihrer Verantwortung als Sprachrohr jener, denen in kommerziellen Medien mangels Kaufkraft keine Artikulationsmöglichkeit geboten wird.

3. BÜRGERNÄHE

Bürgernähe bedeutet im Zusammenhang mit Sendungen von Wissenschaft, Service und Lebenshilfe in erster Linie größtmögliche Verständlichkeit für alle Bevölkerungsgruppen. Bei der Erfüllung des Auftrags zur Verbreitung und Förderung von Volks- und Jugendbildung sollen die Angebote des ORF einerseits Prozesse des Lernens im einfachen Wortsinne von begreifen, verstehen und behalten für die Aus- und Fortbildung anregen; sie sollen andererseits – umfassender – anstreben, dass für die Bewältigung des Lebens Hilfe geboten wird, dass soziales und politisches Lernen gefördert werden, dass schließlich die Bildung des Bewusstseins und die Formung der Persönlichkeit unterstützt werden. Die Sendungen im Bereich Wissenschaft, Service und Lebenshilfe haben also nicht nur unter dem Gesichtspunkt der Lerneffektivität und des Einprägewerts die Aufgabe, Wissen und Hilfe für den Alltag zu vermitteln; sie sollen auch selbstständiges Erkennen, eigenes kritisches Denken und verantwortungsbewusstes Handeln fördern. In erhöhtem Maße gilt dies für die Gestaltung von Kinder-, Jugend- und Familienprogrammen. In jenen Bereichen der Bildung, der Erziehung und des Wissens, in denen es grundsätzlich unterschiedliche Ansatzpunkte, Lehrmethoden und differierende Erkenntnisse bzw. Forschungsergebnisse

gibt, genügt es nicht, Denkvorstellungen, Modelle oder Ziele einer Richtung darzustellen; es müssen vielmehr alle relevanten Auffassungen berücksichtigt werden. Um dies zu erreichen, ist es geboten, eine Vermittlerrolle zwischen der komplexen Sprache der Wissenschaft und laienhaftem Verständnis einzunehmen und im Gesamtprogramm jedenfalls alle Mitglieder der Gesellschaft anzusprechen und diese nach Möglichkeit in die Berichterstattung nicht nur als Objekte, sondern vielmehr als Subjekte einzubinden. Auch unterhaltende Angebotsformen, Online-Aktivität, Crossmedialität und Massenattraktivität sind in diesem Verständnis des Bildungsauftrags geeignete Mittel, die vielfach behauptete Dichotomie von Qualität und Quote aufzuheben und Teilhabe zu ermöglichen.

3.1 Wissenschaftssendungen

Bürgernähe von Wissenschaftssendungen zeigt sich nicht nur in verständlicher Aufbereitung komplizierter Themen, sondern auch in der Nutzung von außerhalb des Mediums gelegenen Distributionsformen, etwa Aktivitäten in sozialen Medien oder bei öffentlichen Veranstaltungen.

3.2 Dokumentationen

Dokumentationen sollen ein breites Publikum erreichen – vor allem dann, wenn es um komplexere, aber demokratiepolitisch wesentliche Inhalte geht. Daher wird ein Hauptaugenmerk auf Vermittlung für alle durch verständliche Aufbereitung gelegt. Die Themen der Zeit werden so eingebunden, dass sie für viele in ihren Lebenskontext integrierbar sind. Sofern Regionen Österreichs betroffen sind, ist es unter dem Primat journalistischer Kriterien zulässig, Kultur und Wissen, Landschaften und Lebensweisen zum einen optisch kulinarisch, zugleich aber auch „bodenständig“ und nah an den Menschen zu präsentieren. Demnach geht es sehr oft um regional eng umschriebene Lebensräume, die Lust auf „selbst erleben“ machen können.

3.3 Service- und Infosendungen

Service- und Infosendungen sind nicht nur nah dran am Geschehen, sondern gestalten auch Interaktion mit den Seherinnen und Sehern. Mündliche und schriftliche Korrespondenz mit jenen, die sich an die Redaktionen wenden, ist daher selbstverständlich. Einfachheit in der Sprache bedeutet nicht Einfältigkeit: Vielmehr geht es um Multiperspektivität und Facettenreichtum, insbesondere auch darum, Bürger/innen nicht nur als Objekte der Berichterstattung, sondern als Subjekte wahrzunehmen und ihnen Gelegenheit zu Meinungsäußerung on und off air zu geben. Im Bereich der Gesundheitsberichterstattung werden nach Möglichkeit Selbsthilfegruppen eigens miteinbezogen. Die Sendungen haben eine wesentliche Brückenfunktion – etwa zwischen Stadt und Land, zwischen Landwirtschaft und Konsumentinnen und Konsumenten, zwischen jenen, die Rat brauchen, und jenen, die solchen geben können. Dem entsprechend wird in den Beiträgen nicht von „Außenstehenden“ abstrakt „über etwas“ gesprochen – im Mittelpunkt stehen in der Auswahl der Gesprächspartner/innen vielmehr der unmittelbare Bezug zum und das Eingebundensein in ein Thema.

3.4 Bürgersendungen

Ausgangspunkt für Bürgersendungen sind stets authentische Beschwerdefälle aus der Lebensrealität, die filmisch aufbereitet und allgemeinverständlich dargestellt werden. Insbesondere Bürgersendungen sind dazu verpflichtet, auf ausgewogene Weise Bürger/innen dazu anzuregen, ihren Anliegen Stimme und Ausdruck zu verleihen.

4. GLOBALE PERSPEKTIVE UND FÖDERALISMUS

Von besonderer Bedeutung in der Berichterstattung über Wissenschaft ist dem ORF die internationale Perspektive; es gilt, neue Erkenntnisse etwa der Natur- und Geisteswissenschaften, Neuerungen im Bereich der Technik etc. aus aller Welt zu vermitteln. Dabei sind jedoch auch österreichische Aspekte zu beachten; die Wahrnehmung von Erkenntnissen der österreichischen Wissenschaft bzw. von Forscherinnen und Forschern an österreichischen Wirkungsstätten ist im Gesamtprogramm zu berücksichtigen. Verlässliche Information über die alltäglichen Probleme der Menschen anzubieten ist eine Kernaufgabe des ORF: Konsumenten- und Konsumentinnenschutz, Rat und Hilfe in Notlagen, Information in Fragen der Gesundheit und Medizin, der Ernährung, der Umwelt, zu Verkehr und Wetter, kompetente Hilfe für Kinder und Jugendliche, Themen wie Alltagsbewältigung für junge Familien, Arbeitnehmer/innenrechte oder Herausforderungen für ältere Menschen eignen sich insbesondere für Aufarbeitung im regionalen Kontext und stellen sicher, dass öffentlich-rechtliche Medien auch im digitalen Zeitalter eine zuverlässige Quelle von vertrauenswürdigem hilfreichen Wissen für den Alltag sind. Der ORF fungiert darüber hinaus als elektronisches Gedächtnis Österreichs, als eine öffentliche Mediathek des Wissens im internationalen Kontext: Mit Hilfe seiner Archive kann er Bildungsinhalte kontextuell aufgearbeitet allen zugänglich machen.

4.1 Wissenschaftssendungen

Wissenschaft und Forschung sind per se global und supranational; unabhängig davon werden Erkenntnisse der österreichischen Wissenschaft bzw. von Forschern und Forscherinnen an österreichischen Universitäten und Instituten vorrangig berücksichtigt.

4.2 Dokumentationen

Dokumentationen schlagen den Bogen zwischen vielfältigem Österreich-Bezug und globaler Perspektive. Insbesondere Dokumentationen zu (Zeit-)Geschichte sind sich der Aufgabe, durch unverfälschte ausgewogene Darstellung zur österreichischen Identität im Hinblick auf die Förderung europäischer Integration beizutragen, bewusst.

4.3 Service- und Infosendungen

Ziel der Service- und Infosendungen ist es, implizit ein facettenreiches und so der Wirklichkeit gerecht werdendes Bild Österreichs zu zeichnen. Dies kann auch dadurch

geschehen, bei der Auswahl von Akteurinnen und Akteuren oder Drehorten Ausgewogenheit in regionaler Hinsicht als Entscheidungskriterium zu berücksichtigen. Dies umfasst ausdrücklich die Verwendung regionaler Mundarten oder Jargons ebenso wie das Drehen an sonst wenig beachteten Plätzen. Trotz Schwerpunktsetzung auf „Regionalität“ bzw. „das Österreichische“ werden auch internationale Trends oder Entwicklungen wahrgenommen, die auch Österreich tangieren. Dass Einbeziehen internationaler Ebenen ist insbesondere im Bereich der Gesundheitsberichterstattung, etwa, was internationale Studien und medizinische Erkenntnisse betrifft, relevant.

4.4. Bürgersendungen

Die Bürgersendungen achten darauf, Probleme aus allen Lebensbereichen und allen Bundesländern Österreichs zu thematisieren.

5. KOMPETENZ UND INNOVATION

Bei der Umsetzung in der Programmarbeit ist ein handwerklich hohes Niveau im Hinblick auf Text, Ton, Kameraführung, Regie, Schnitt, darstellerische Leistung etc. anzustreben. Dazu gehört auch ein den Zielgruppen angepasstes Erscheinungsbild, etwa hinsichtlich Moderation, Grafik und Studio. Sendungsinhalte, die Persönlichkeitsrechte oder den höchstpersönlichen Lebensbereich berühren, sind in Abwägung mit dem Informationsauftrag und dem Grundsatz der freien Meinungsäußerung zu gestalten. Dabei verpflichtet die Themenwelt des Bereichs Wissenschaft, Service und Lebenshilfe einerseits zu richtiger wie für alle verständliche Sprache, andererseits zu Kreativität in der Form: Um möglichst alle Bevölkerungsgruppen zu erreichen, sind Themen je nach Zielgruppe in unterschiedlicher Gewichtung informativ, unterhaltsam, orientierend, lehrreich, spannend, amüsant, hilfreich etc. aufzubereiten. Eine sich wandelnde Gesellschaft bedingt insbesondere unter dem Einfluss der digitalen Medienwelt und der sich ändernden Mediennutzung neben Bewährtem innovative Angebotsformen in unterschiedlichen Medien, gegebenenfalls in trans- und crossmedialer Produktion. Dabei kann die Form niemals der Grundsätze öffentlich-rechtlicher Gestaltung, etwa der Richtigkeit, Einwandfreiheit und Ausgewogenheit entheben. Journalistisch relevante Umstände für das Entstehen eines Beitrags sind kenntlich zu machen: z. B. besondere Bedingungen, Umstände und Entwicklungen während der Dreharbeiten oder wenn (etwa wegen Betriebsgeheimnissen) Material verwendet werden muss, das die Person oder Einrichtung, auf die sich der Beitrag bezieht, zur Verfügung gestellt hat. Von Firmen, Institutionen usw. zur Verfügung gestelltes Sendematerial darf nur verwendet werden, wenn dadurch redaktionelle Entscheidungen in keiner Weise beeinflusst werden. Bei user-generated Content ist erhöhte Sorgfaltspflicht notwendig. Insgesamt ist auf die sich wandelnden Bedürfnisse der Mediennutzer/innen im Zuge dynamischer technologischer Entwicklung Rücksicht zu nehmen und durch Innovation der Rolle öffentlich-rechtlicher Medien in einem durch Veränderung geprägten Umfeld gerecht zu werden.

5.1 Wissenschaftssendungen

Wissenschaftssendungen berichten auf journalistisch hochwertigem Niveau. Das gilt für Eigenproduktionen sowie für Auftragsproduktionen oder Bearbeitungen internationaler Dokumentationen. Moderationen und Texte, wiewohl zielgruppenspezifisch ausrichtbar, dürfen keinesfalls anbiedernd wirken. Gerade Wissenschaftssendungen können und sollen Informationen auch unterhaltsam aufbereiten, wobei im Zentrum der Unterhaltung nicht Abwertendes zu stehen hat, vielmehr ist der Unterhaltungsaspekt als Erleichterung der Verständlichkeit einzusetzen.

5.2 Dokumentationen

Dokumentationen verstehen sich als Technologie-Pioniere des ORF. Ziel des Einsatzes von Innovationen, vor allem neuester visueller Techniken, ist aber nicht der Spieltrieb, sondern der Wunsch, Erkenntnisse anschaulich zu machen. Innovative Kamera-, Bildbearbeitungs- und Schnitttechnik können dabei ebenso wie das Beachten emotionaler Komponenten zielgruppenspezifisch eingesetzt werden, ohne dabei je die Authentizität des Materials zu gefährden.

5.3 Service- und Infosendungen

Recherche bzw. Casting für Service- und Informationssendungen sind ausgesucht sorgfältig und erfolgen wie die technische Umsetzung in Bild und Ton in vielen Arbeitsschritten und Kontrollen. Sendungsinhalte müssen jeglicher Überprüfung standhalten und in Tempo und Sprache zielgruppenadäquat gestaltet werden. Zur kompetenten Gestaltung gehört auch, die emotionale, im besten Sinn des Wortes berührende Komponente angemessen wahrzunehmen. Innovative Haltung bedeutet nicht nur Aufgeschlossenheit gegenüber zusätzlichen Verbreitungswegen („Multimedialität“) oder technischen Neuerungen, sondern auch das Bemühen um Inhalte und Formen, die einer sich wandelnden Gesellschaft gerecht werden.

1. Methodische Vorgangsweise

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

- Das dialogische Erhebungsverfahren (teilstandardisierte 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 300 österreichweit durchgeführte, telefonische Interviews.

1.1 Telefonische Interviews (n=300)

Die österreichweite Befragung fand im Zeitraum vom 11. November bis 12. Dezember 2020 statt. Insgesamt wurden 300 Interviews durchgeführt. In den Interviews wurden sowohl offene als auch standardisierte Fragen gestellt.

Wie für qualitative Forschung 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 Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe wurde folgende Quotenvorgabe für die Nutzung der ORF-Angebote angesetzt:

- Nutzer/innen von ORF-TV-Angeboten im Bereich Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe, darunter höchstens 10 % „seltene“ Nutzer/innen
- Mindestens je 50 Nutzer/innen (zumindest „gelegentlich“) der vier Subgenres: Service-, Info- und Lebenshilfesendungen, Bürgersendungen, Dokumentationen, Wissenschaftssendungen

Als Adressquelle für das Sampling wurden die Telefondaten der Herold Business Data AG verwendet. Daraus wurde per Zufallsauswahl eine Stichprobe mittels Multistage-Stratified-Clustered-Address-Random Verfahren gezogen. Die mehrfache Schichtung erfolgt nach Bundesland, politischen Bezirken und Ortsgröße.

Mittels sozio-demographischer Quotierung stellt der Stichprobenplan zudem eine ausgewogene Zusammensetzung der Stichprobe sicher. Für die vorliegende Studie wurden folgende Merkmale vorgegeben: Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland.

Die Quoten wurden so festgelegt, dass sie der Verteilung in der Wohnbevölkerung Österreichs (ab 15 Jahren) entsprechen. Eine Gewichtung der Daten wurde nicht vorgenommen.

Tabelle 1: Strukturmerkmale der Stichprobe

		Anzahl	Prozent
Geschlecht	männlich	145	48%
	weiblich	155	52%
Altersgruppen	15- bis 29-Jährige	63	21%
	30- bis 49-Jährige	106	35%
	Ab 50-Jährige	131	44%
Schulbildung	ohne Matura	210	70%
	mit Matura	90	30%
derzeitige Tätigkeit	berufstätig	186	62%
	in Pension	81	27%
	anderes	33	11%
Bundesland	Wien	62	21%
	Niederösterreich	57	19%
	Burgenland	8	3%
	Steiermark	43	14%
	Kärnten	22	7%
	Oberösterreich	51	17%
	Salzburg	20	7%
	Tirol	26	9%
Vorarlberg	11	4%	
Gesamt		300	100%

1.2 Auswertung der Daten: Verbindung quantifizierender und qualitativer Methoden

Die 300 telefonischen Interviews verbanden offene Fragen zu individuellen Seherfahrungen und Qualitätsansprüchen des Publikums auf der einen und mit der standardisierten Abfrage einzelner Items auf der anderen Seite.

Neben der allgemeinen Zufriedenheit mit dem ORF-TV-Angebot in den Bereichen Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe wurden insbesondere die im ORF-Qualitätsprofil entlang der Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus sowie Kompetenz und Innovation definierten Auftragswerte standardisiert abgefragt. Dazu wurde eine

Fragenbatterie mit 22 Items verwendet, die jeweils im SOLL (wie wichtig ist) und im IST (wie sehr erfüllt) sowie im Vergleich unterschiedlicher TV-Anbieter abgefragt wurde.

Die Ergebnisse dieser standardisierten Abfrage werden in Kapitel 2 dargestellt. Da entsprechend des qualitativen Ansatzes eine Quotenstichprobe gezogen wurde, sind statistische Angabe 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.

Inhaltsanalyse mittels MAXQDA

Der Schwerpunkt des Berichts in den Kapiteln 3 und 4 liegt auf einer umfassenden Darstellung der in den qualitativen Interviews eingebrachten 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 Textanalyse¹ 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.

1.3 Zeitvergleiche zur Evaluationsstudie 2015

In den Jahren 2011 bis 2017 wurden erstmals Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellt und evaluiert. Seit dem Jahr 2018 läuft die zweite Runde des Evaluationszyklus, beginnend mit den ORF-TV-Angeboten.

Die Evaluationsberichte 2011-2015 enthalten jeweils eine Zusammenschau von Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse und der standardisiert abgefragten Item-Batterien (SOLL, IST, Sendervergleich). Aufgrund des qualitativen Studiendesigns (Stichprobenplan und Quotierung) sind für die standardisiert abgefragten Items keine Angaben über Repräsentativität und Schwankungsbreiten möglich. Zudem geht mit

¹ 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.

dem 2018 begonnenen, zweiten Evaluationszyklus ein **Wechsel der Erhebungsmethode** einher:

- Für die Evaluationen des ORF-Fernsehens 2011-2015 wurden jeweils rund n=120 persönliche Interviews österreichweit durchgeführt.
- Für die Evaluationen 2018 ff. wird hingegen – aufgrund der guten Erfahrungen aus den Evaluationsstudien zu Radio 2016 und Internet/Teletext 2017 – auf n=300 telefonische Interviews umgestellt.

Zeitvergleiche mit der erstmaligen Evaluation des Qualitätsprofils Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe sind aufgrund dieser Rahmenbedingungen nur begrenzt aussagekräftig. Im vorliegenden Bericht wird ein Zeitvergleich daher nur mit Vorsicht und in der Zusammenschau von standardisiert abgefragten Items auf der einen und der qualitativen Analyse auf der anderen Seite vorgenommen. (s. Kapitel 2.2)

2. Qualität aus Publikumssicht und Akzeptanz des ORF-Qualitätsprofils

Der ORF hat das Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe nach den folgenden Leistungskriterien gegliedert: **Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus, Kompetenz und Innovation.**

Für die vorliegende Studie wurden die je Leistungskriterium definierten Auftragswerte als standardisierte Fragenbatterie operationalisiert. Es wurde jeweils nach der Wichtigkeit der Qualitätsdimensionen für das Publikum, nach deren Erfüllung durch die ORF-Angebote sowie nach der Qualitätswahrnehmung im Vergleich der unterschiedlichen TV-Anbieter gefragt.

Ergänzend wurde je Leistungskriterium auch offen nach Stärken und Schwächen der ORF-Angebote gefragt.

2.1 Die Qualitätswahrnehmung des Publikums

2.1.1 Bewertung im Soll

Im Zuge der 300 telefonischen Interviews wurde den Befragten eine Liste mit 22 Eigenschaften entlang der Auftragswerte entsprechend des ORF-Qualitätsprofils vorgelegt. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen diese Eigenschaften für das Programm zu Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe im ORF-Fernsehen sind. Diese Bewertung wurde anhand einer fünfstufigen Skala (1 „sehr wichtig“ bis 5 „gar nicht wichtig“) vorgenommen.

Abbildung 1 zeigt die relative Wichtigkeit der einzelnen Qualitätsmerkmale für das Publikum im Überblick. **Demnach ist die Zustimmung zu den vorgelegten Begriffen hoch:** Das am wenigsten wichtig eingeschätzte Item „bietet mir Orientierung“ wird noch von rund 7 von 10 Befragten als (sehr) wichtig bewertet (Top 2). Im Folgenden werden daher zu einer besseren Differenzierung die Bewertungen in der Top-Box „sehr wichtig“ verglichen.

Die höchsten Bewertungen im SOLL – mit Zustimmungsraten in der Top-Box „sehr wichtig“ von 75 bis 81 Prozent – erhielt das Item „respektvoll/führt die Menschen nicht vor“ sowie die beiden Auftragswerte „vertrauenswürdig“ und „sachlich“ aus der Dimension Vertrauen.

Ebenfalls sehr hoch bewertet (**65 bis 71 Prozent Zustimmung in der Top-Box**) wurde das Item „kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“ sowie drei Auftragswerte aus der Dimension Orientierung, nämlich „gut verständlich aufbereitet“, „macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“ sowie „bietet unabhängige Informationen für Konsument/innen und Verbraucher/innen“.

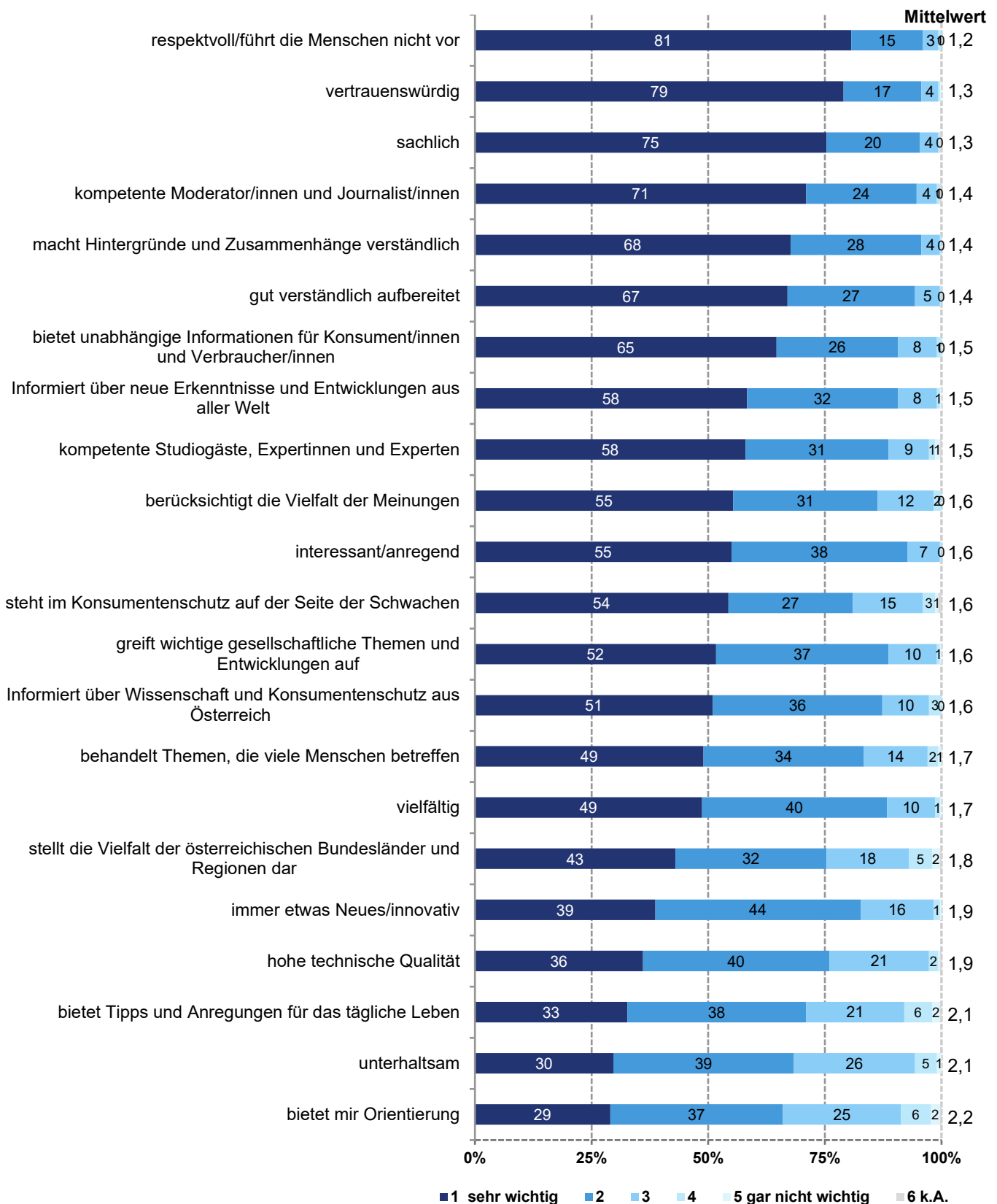
Mit Zustimmungsraten in der Top-Box zwischen 51 und 58 Prozent im Mittelfeld

liegen die Merkmale der Bürgernähe „steht im Konsumentenschutz auf Seite der Schwachen“ und „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“ sowie einige spezifischere Qualitätsanforderungen aus den Leistungskriterien Föderalismus/globale Perspektive, Kompetenz und Vielfalt: „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“, „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“, „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“, „interessant/anregend“, „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“.

Zustimmungsraten in der Top-Box unter 50 Prozent erhielten die Aspekte der Vielfalt „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“, „vielfältig“, „stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar“ sowie die Auftragswerte „immer etwas Neues/innovativ“ und „hohe technische Qualität“.

Am wenigsten wichtig für das befragte Publikum mit Zustimmungsraten in der Top-Box von rund einem Drittel sind schließlich die drei Items „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“, „unterhaltsam“ sowie „bietet mir Orientierung“.

Abbildung 1: Qualitätsmerkmale – Wichtigkeit für das Publikum (n=300)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer fünfstufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „gar nicht wichtig“; Angaben in Prozent, n=300.

2.1.2 Bewertung im Ist

Im Anschluss an die Bewertung nach Wichtigkeit wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie sehr die 22 Eigenschaften auf die Angebote zu Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe im ORF-Fernsehen zutreffen. Verwendet wurde dazu ebenfalls eine fünfstufige 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 fünfstufigen Skala wurden daher zu einer Kategorie – „trifft (sehr) zu“ – zusammengefasst.

Die Zustimmung zu den verschiedenen Eigenschaften variiert zwischen rund sechs und rund neun von zehn Befragten, die die einzelnen Eigenschaften als sehr zutreffend bzw. zutreffend einstufen

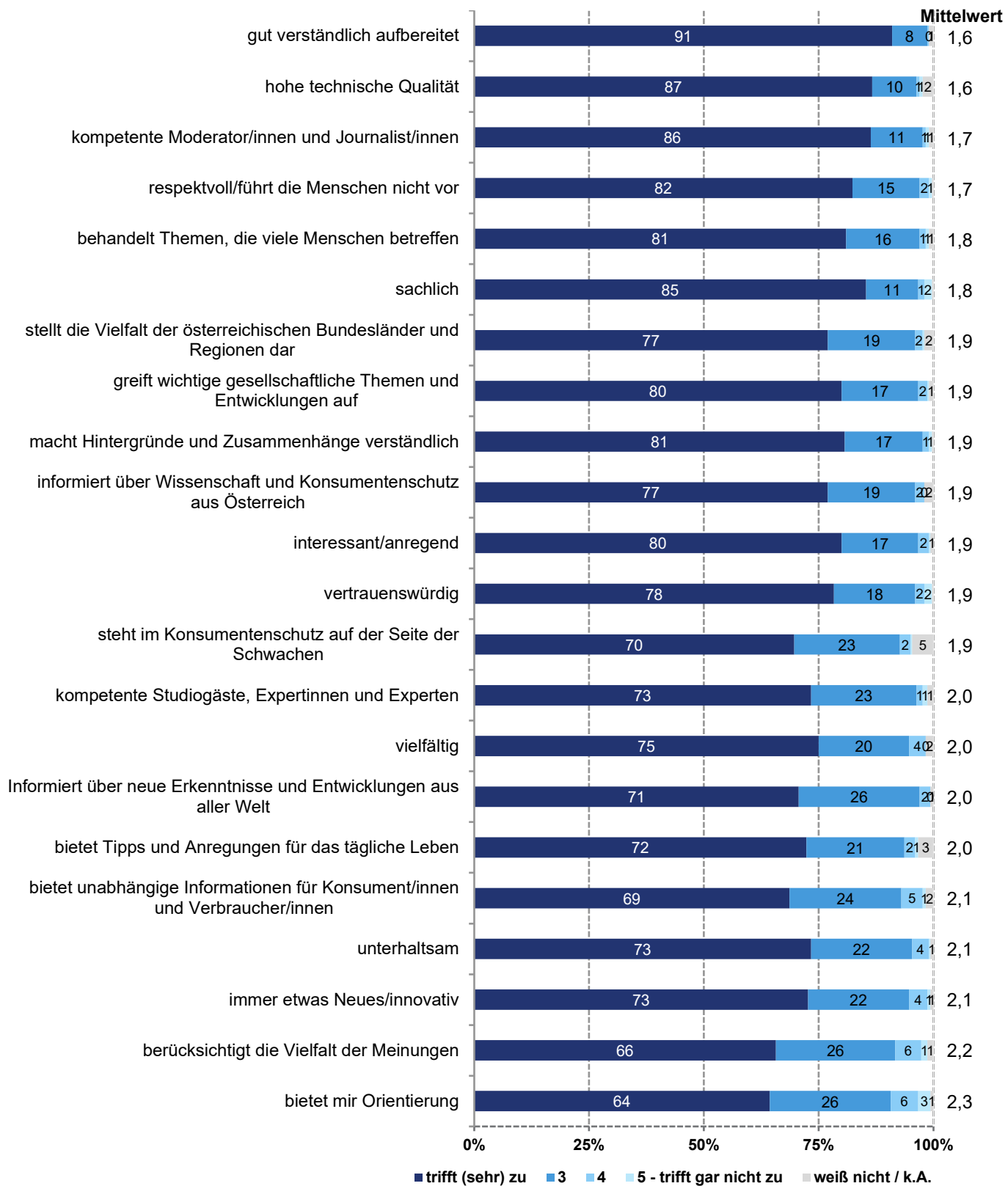
Die höchste Bewertung im IST erhielt mit 91 Prozent Zustimmung das Item „gut verständlich aufbereitet“.

Ebenfalls sehr gut bewertet wurden mit Zustimmungsraten zur Erfüllung von 80 Prozent und mehr die Dimensionen Kompetenz („hohe technische Qualität“, „kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“), Bürgernähe („behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“, „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“) sowie Orientierung („macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“, „sachlich“, interessant/anregend“).

Zustimmungsraten zwischen 70 und 79 Prozent erhielten Items in den Leistungskriterien Vielfalt und Föderalismus/globale Perspektive („vielfältig“, „stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar“, „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“, „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“), weitere Auftragswerte der Kompetenz („kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“, „unterhaltsam“, „immer etwas Neues/innovativ“) sowie die Items „vertrauenswürdig“, „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“ und „steht im Konsumentenschutz auf Seiten der Schwachen“.

Die relativ geringste, aber immer noch hohe Zustimmung von rund zwei Drittel der Befragten in der Erfüllung erhielten schließlich die Merkmale „bietet unabhängige Informationen für Konsument/innen und Verbraucher/innen“, „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ und „bietet mir Orientierung“.

Abbildung 2: Qualitätsmerkmale – Erfüllung durch die ORF-TV-Angebote (n=300)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer fünfstufigen Skala von „trifft zu“ bis „trifft gar nicht zu“; Angaben in Prozent, n=300.

2.1.3 Bewertung im Sendervergleich

Die Bewertung im Sendervergleich ergänzt die allgemeine Bewertung des ORF-Angebots. Dafür wurden die Befragten gebeten für die 22 vorgelegten Eigenschaften jeweils anzugeben, auf welche der folgenden Gruppen von Sendern diese am meisten zutreffen:² Sendungen zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe im ORF-Fernsehen; in öffentlich-rechtlichen Auslandssendern; in öffentlich-rechtlichen Sparten-sendern; in österreichischen kommerziellen Sendern; in sonstigen deutsch-sprachigen kommerziellen Sendern.³ Wie Tabelle 2 zeigt, erhielt der ORF **auf allen 22 abgefragten Items die stärkste Zustimmung** mit zwischen 38 und 78 Prozent der Befragten, die dem ORF im Anbietervergleich die höchste Qualität bei den Angeboten zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe zusprachen.⁴

Mit einer Zustimmung von über 70 Prozent am stärksten positioniert sahen die Befragten die ORF-Angebote beim **Österreichbezug** („informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“, „stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar“).

Zustimmungsraten von über 50 Prozent erhielten zentrale Merkmale von Vertrauen und Orientierung („vertrauenswürdig“, „bietet mir Orientierung“, „bietet unabhängige Informationen für Konsument/innen und Verbraucher/innen“), Kompetenz („kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“, „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“, „hohe technische Qualität“) sowie Bürgernähe („steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“, „gut verständlich aufbereitet“, „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“) und Verantwortung/Vielfalt („behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“, „respektvoll/führt die Menschen nicht vor“, „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“).

Mit Zustimmungsraten zwischen 38 und 49 Prozent bewertet wurde der ORF im Anbietervergleich auf den Items „macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“, „sachlich“, „informiert über Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“, „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“, „vielfältig“, „immer etwas Neues/innovativ“, „unterhaltsam“ sowie „interessant/anregend“.

² Diese Batterie wurde im Split erhoben, d. h., den Befragten wurde nur eine Hälfte der 22 Items zur Bewertung vorgelegt. Für die Items „vertrauenswürdig“, „bietet unabhängige Informationen für Konsument/innen und Verbraucher/innen“, „respektvoll/führt die Menschen nicht vor“, „gut verständlich aufbereitet“, „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“, „steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“, „hohe technische Qualität“, „kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“, „interessant/anregend“, „vielfältig“, „stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar“ beträgt die Basis n=168; für die sonstigen Items n=132.

³ Frage im Wortlaut: „Wenn Sie an Sendungen zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe denken: Auf welche der folgenden Sendergruppen trifft die Eigenschaft ... am meisten zu: A: ORF 1, ORF 2, ORF III; B: öffentlich-rechtliche Auslandssender wie ARD, ZDF; C: öffentlich-rechtliche Sparten-sender wie 3Sat, arte; D: österreichische kommerzielle Sender; E: sonstige deutsch-sprachige kommerzielle Sender.“

⁴ Die rechte Spalte in Tabelle 2 zeigt einen unterschiedlich hohen Anteil von Befragten, die sich auf die Frage nach dem besten Angebot im Sendervergleich kein Urteil zutrauten und daher „weiß nicht“ antworteten.

Tabelle 2: Positionierung ORF-TV-Angebote auf den Qualitätskriterien im Anbietervergleich, Angaben in Prozent

	Sendungen zu Wissenschaft, Bildung, Service & Lebenshilfe in ...					
	ORF	öff.-rechtl. Auslandssendern	öff.-rechtl. Spartensendern	Öst. kommerziellen Sendern	Sonst. kommerziellen Sendern	weiß nicht k.A.
Informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Öst.	78	2	0	5	1	14
stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar	71	1	0	15	0	13
steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen	61	1	4	6	2	26
kompetente Moderator/innen und Journalist/innen	58	10	8	5	1	18
behandelt Themen, die viele Menschen betreffen	57	7	4	7	7	20
vertrauenswürdig	56	8	10	10	2	14
bietet mir Orientierung	55	6	5	2	4	28
bietet unabhängige Informationen für Konsument/innen und Verbraucher/innen	55	8	7	8	2	20
respektvoll/führt die Menschen nicht vor	55	5	7	5	2	27
kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten	55	13	3	8	1	20
greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf	54	12	5	5	4	20
gut verständlich aufbereitet	53	8	7	10	5	17
bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben	52	4	0	9	8	27
hohe technische Qualität	51	5	5	4	8	27
macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich	49	11	8	8	4	20
sachlich	48	11	10	8	5	18
informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt	47	12	6	3	8	23
berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen	45	8	8	11	5	22
vielfältig	41	10	15	11	9	14
immer etwas Neues/innovativ	41	8	9	8	9	24
unterhaltsam	40	7	5	12	14	22
interessant/anregend	38	7	15	14	11	15

Anm.: Anteile Befragte, die das jeweilige Item am besten durch die TV-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service & Lebenshilfe im ORF, öffentlich-rechtlichen Auslandssendern, öffentlich-rechtlichen Spartensendern, österreichischen kommerziellen Sendern, sonstigen deutsch-sprachigen kommerziellen Sendern erfüllt sehen. Basis: je nach Item n=132 bzw. n=168.

2.2 Ergänzende qualitative Analyse

Neben dem Vorlegen der standardisierten Fragenbatterien wurde in den 300 telefonischen Interviews auch offen nach der Qualitätswahrnehmung des Publikums gefragt:

- nach Schwerpunkten in der Qualitätswahrnehmung sowie entsprechenden Positiv- bzw. Negativzuschreibungen an den ORF;
- nach Stärken und Schwächen der ORF-TV-Angebote in den Leistungskriterien laut Qualitätsprofil;
- sowie nach einem zusammenfassenden Qualitätsurteil und den wichtigsten Punkten für die künftige Weiterentwicklung des ORF-Angebots vor dem Hintergrund des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts.

Manifester Qualitätsbegriff

Die inhaltsanalytische Auswertung der offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews zeigt, welche Qualitätsaspekte die Befragten ungestützt und in ihren eigenen Worten zur Sprache bringen. Am nächsten zum Alltagsverständnis und der Nutzungserfahrung der Befragten sind demnach:

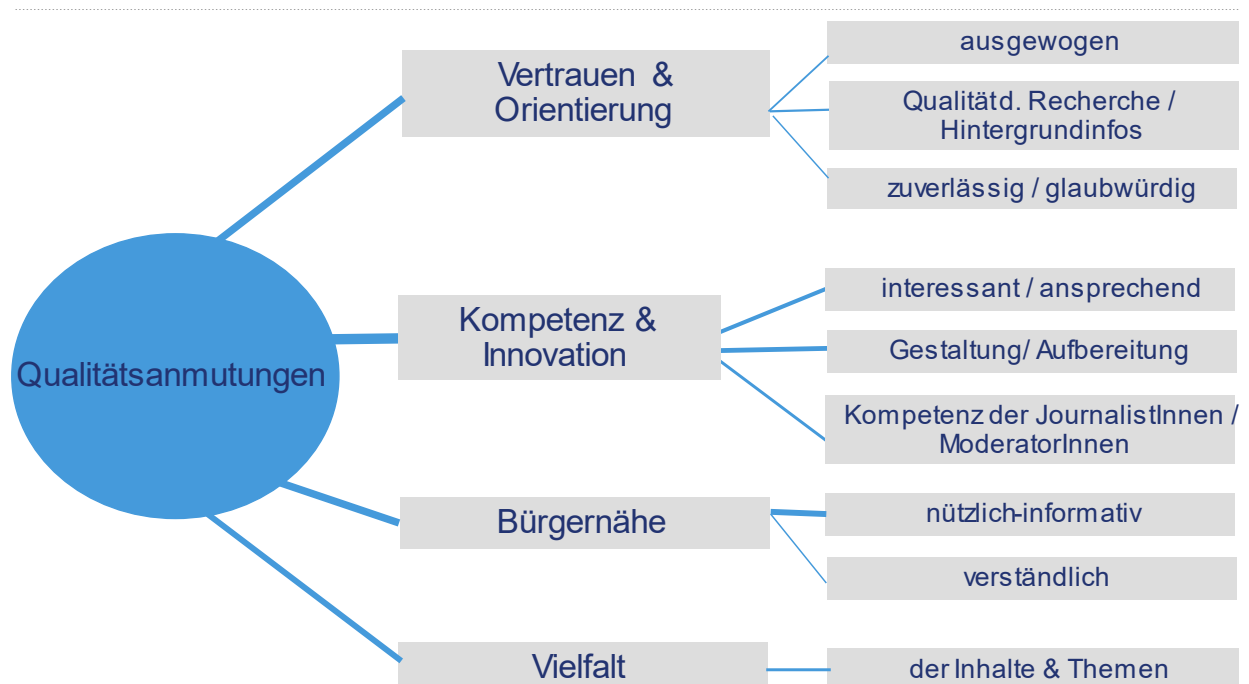
- **Kompetenz und Innovation** wird von den Befragten vor allem an einer interessanten Gestaltung und Aufbereitung der Inhalte festgemacht. Die Art der Präsentation sowie die Fähigkeit, Inhalte verständlich zu vermitteln, ist eine Kompetenz, die von guten Moderatorinnen, Moderatoren und Journalistinnen, Journalisten in diesem Zusammenhang erwartet wird.
- Die Leistungskriterien **Vertrauen und Orientierung** werden zuvorderst mit einer hohen journalistischen Qualität im Sinne der Zuverlässigkeit der Information und der gut recherchierten Fakten und Hintergründe verbunden. Die vermittelten Inhalte sollen darüber hinaus ausgewogen sein, d. h. nicht einseitig, und eine Vielfalt an Perspektiven widerspiegeln, die neutral und unparteilich dargestellt werden.
- In der Dimension **Bürgernähe** wird von den Befragten ungestützt in erster Linie die persönliche Verwertbarkeit der gebotenen Inhalte thematisiert, im Sinne des Informationsgehalts bzw. der Nützlichkeit der Infos. Darüber hinaus wird die Verständlichkeit der Programme als wichtig thematisiert, eine Erwartung, die auch an die Vermittlungskompetenz der Journalistinnen und Journalisten und Studio-gäste sowie die verständliche Aufbereitung der Informationen herangetragen wird.
- Die Leistungskriterien **Vielfalt und Verantwortung** werden in der Eingangsphase der Interviews seltener von den Befragten angesprochen, d. h., diese sind im manifesten Qualitätsbewusstsein weniger stark verankert. Der weitere Interviewverlauf zeigt jedoch, dass beide Dimensionen von den Befragten verstanden und breit als Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk unterstützt werden.

Abbildung 3 zeigt das manifeste Qualitätsbewusstsein im Überblick, wobei die Stärke der blauen Linien die Häufigkeit repräsentiert, mit denen die jeweiligen Qualitätsmerkmale in den offenen Antworten der Befragten zu Beginn der telefonischen Interviews thematisiert wurden (d. h. bevor den Befragten das Qualitätsverständnis laut Qualitätsprofil vorgelegt wurde).

Föderalismus bzw. Österreichbezug wurde von den Befragten in der Eingangsphase der Interviews kaum thematisiert. Wie die weitere Analyse zeigt, werden beide als Selbstverständlichkeit mit dem ORF verbunden und von diesem erwartet sowie als gut erfüllt erlebt – und daher eingangs in den Interviews von den Befragten nicht explizit angesprochen.

Die **globale Perspektive** wird insbesondere von einem Teil von besonders international interessierten Befragten als wichtiger Auftragswert erlebt und im weiteren Verlauf der Interviews thematisiert.

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=127 codierte Aussagen, Mehrfachantworten).

Über die genannten Qualitätsmerkmale hinaus diskutierten einige Befragte im Verlauf der Interviews auch weitere Ansprüche, die unmittelbar mit dem Gebrauchswert von Fernsehen zu tun haben.

- 21 Nennungen entfallen auf das Thema **Werbung**, wobei einerseits die Abwesenheit von Werbeunterbrechungen als Mehrwert des ORF gelobt, andererseits eine

weitere Reduzierung von Werbeschleifen gewünscht wird. Zwei Befragte meinen außerdem, dass mehr Eigenwerbung für die Sendungen des Programmbereichs hilfreich wäre.

- 10 Nennungen entfallen auf das Thema **Wiederholungen**, dabei äußern sich die Befragten hauptsächlich kritisch hinsichtlich der Wiederholung von Sendungen bzw. ähnlichen Themeninhalten.
- Ein weiteres wesentliches Thema sind für das Publikum zudem die Sendezeiten: 43 Personen (von 300 Befragten) bringen im Verlauf der qualitativen Interviews Kritik bzw. Verbesserungsvorschläge zum Thema **Sendezeiten** ein.⁵ Ein zentraler Wunsch sind bessere Sendeplätze, das heißt insbesondere eine Verlegung von spätabends in den Hauptabend bzw. auf die Beginnzeit 21 Uhr. Auch eine Ausweitung der ORF-TVthek bzw. eine längere Abrufbarkeit der Sendungen wird von einigen Befragten eingefordert.

[dass es] wirklich zu Zeiten ist, wo es möglich ist, dass man es schauen kann.
(weiblich, 27)

Die TVthek könnte noch weiter ausgebaut werden, idealerweise länger als sieben Tage abrufbar. (männlich, 23)

Sie sollen interessante Sendungen nicht so spät um halb elf abends zeigen und nicht Sendungen aus Amerika bzw. Serien um 20 Uhr zeigen ... wenn etwas interessant ist, kommt es zur späten Stunde. (weiblich, 70)

Es wäre vielleicht gut, manche Sendungen ein bisschen früher zu bringen, so wie „Universum Geschichte“, also etwas früher im Fernsehen zeigen, so um 20.15. (männlich, 41)

Ich hätte lieber die Sendungen am Abend ab 21 Uhr. Was mir taugt ist Quantenphysik und Relativitätstheorie, da könnte man mehr bringen. (männlich, 38)

Nutzungsmotive – Bildungsfernsehen mit interessanten Themen

Im Zuge der telefonischen Interviews wurden die 300 Befragten auch zu ihren Nutzungsmotiven befragt:

Wenn Sie jetzt an Fernsehsendungen zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe denken: Warum sehen Sie manche dieser Sendungen gerne, was ist Ihnen dabei wichtig?

Der in dieser Studie betrachtete Evaluationsgegenstand umfasst von Wissenschaftssendungen und Dokumentationen bis zu Service-Sendungen im Bereich Konsumentenschutz unterschiedliche Genres, die sich teils an unterschiedliche

⁵ Darunter sind überdurchschnittlich Frauen, Personen zwischen 25 und 65 Jahren und zumindest gelegentliche Seher/innen des Subgenres Dokumentationen.

Publikumsgruppen richten. Dennoch zeigt die Auswertung der berichteten Nutzungsmotive eine große Gemeinsamkeit: Sendungen werden primär aufgrund der gebotenen (interessanten) Inhalte und Themen bzw. des persönlichen Nutzens und der Verwertbarkeit gesehen.

Aus Interesse: Hauptattraktor aus Publikumssicht sind die „interessanten Themen“. Dieses persönliche Interesse betrifft einerseits bestimmte Themen wie Geschichte, Technik, Gesundheit etc. Andererseits stammt es aus dem persönlichen Lebensbereich und betrifft Dinge, die den Befragten „unter den Nägeln brennen“, weil sie sie auch in ihrem Alltag beschäftigen.

Informiert werden und auf dem aktuellen Stand sein: Wesentlich ist hier für das befragte Publikum die Aktualität bzw. Neuheit der gebotenen Inhalte und Themen. Die Seher/innen möchten über aktuelle Themen *mitreden* können, auf den *neuesten Stand* gebracht werden und *auf dem Laufenden* bleiben.

Wissen erweitern: Im untersuchten Programmbereich erweisen sich Motive wie Weiterbildung und Allgemeinbildung, Neugierde und Wissbegier als starke Attraktoren. Das befragte Publikum möchte das „Allgemeinwissen aufbessern“, „neue Dinge entdecken“ (weiblich, 28), den „eigenen Horizont erweitern“, Lösungsansätze kennenlernen, „die man vielleicht auch mal selber nutzen kann“ (männlich, 56), etwas „dazulernen und Sinnvolles erfahren, was mich weiterbringt“ (weiblich, 38).

Hohe Verständlichkeit: Ergänzend zu Hinweisen auf ihre Interessen und Nutzungsmotive betonen zahlreiche Befragte die hohe Verständlichkeit der gebotenen Inhalte als wichtiges Kriterium, warum sie ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe gerne nutzen, darunter auch die „Vermittlung von Wissen in oft einfacher Sprache“ (männlich, 28) sowie die „kompakte Infovermittlung“ (männlich, 24).

Seriosität: Das Vertrauen in die journalistische Qualität, Seriosität und Wahrheitstreue der ORF-Angebote bildet gerade im untersuchten Programmbereich mit dem hohen Augenmerk auf Fakten und Wissen die Basis für das Nutzungsinteresse des Publikums. Die vermittelten Inhalte sollen „sachlich“ und „objektiv“ präsentiert werden, es sollen „nicht nur eine Sichtweise, sondern viele Sichtweisen beleuchtet“ (weiblich, 40) und die Befragten „wertfrei informiert“ (männlich, 52) werden.

Schließlich wird – seltener – auch der **Unterhaltungs- und Erholungswert** der Sendungen, ergänzend zum hauptsächlichen Fokus auf Wissensgewinnung, als weiteres Nutzungsmotiv genannt.

Stärken der ORF-Angebote

Wie die in Abschnitt 2.1.2 dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, ist die Zufriedenheit unter den 300 telefonisch befragten Seherinnen und Sehern generell hoch. Dies zeigt auch die qualitative Inhaltsanalyse der offenen Antworten der Befragten im

Rahmen der telefonischen Interviews. Zentrale Stärken sind (Reihung nach absteigender Häufigkeit der Nennungen):

Kompetenz: Kompetenz wird vom befragten Publikum zuvorderst an den handelnden Personen festgemacht: Mit 86 Prozent Zustimmung in der Top-2-Box erhielt der Auftragswert „kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“ unter den abgefragten Items die drittbeste Bewertung hinsichtlich der Erfüllung durch den ORF.

In der qualitativen Analyse entfallen rund ein Drittel der positiven Zuschreibungen auf das Leistungskriterium Kompetenz. Als Stärken werden die interessante und unterhaltsame Aufbereitung von Inhalten erlebt sowie die Fach-, Vermittlungs- und Moderationskompetenz der Moderatorinnen, Moderatoren und Journalistinnen, Journalisten. Die Kompetenz der Studiogäste sowie der Aspekt der Innovation werden von den Befragten vergleichsweise seltener thematisiert.

Bürgernähe: Ein Viertel der positiven Nennungen bezieht sich auf das Leistungskriterium Bürgernähe. Zentrale Stärke der ORF-Angebote ist, dass sie die Bürger/innen mit für sie relevanten bzw. nützlichen Informationen versorgen. Besonders wertgeschätzt wird die gute Verständlichkeit für ein breites Publikum. Darüber hinaus erleben die Befragten die Programminhalte als authentisch und lebensnahe, wenn diese entweder besonders nützlich für den Alltag der Zuseher/innen sind oder aber Themen beinhalten, von denen jeder und jede betroffen ist bzw. sein könnte.

Vertrauen und Orientierung: Die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe genießen ein hohes Vertrauen im befragten Publikum. Rund ein Viertel aller positiven Zuschreibungen in den offenen Antworten entfallen auf dieses Leistungskriterium. Dieses Vertrauen ruht auf vier Säulen, auf die auch in Zukunft weiter gebaut werden kann:

- der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit der gebotenen Informationen aufgrund professioneller und wissenschaftlich fundierter Recherche,
- der ausgewogenen Information bei breiter Berücksichtigung unterschiedlicher Perspektiven,
- der sachlichen und objektiven Vermittlung von Inhalten, darunter eine „unaufgeregte“ und nicht „reißerische“ Berichterstattung
- sowie der Unabhängigkeit im Sinne einer politisch und wirtschaftlich unbeeinflussten Information.

Vielfalt und Verantwortung: Die Dimensionen Vielfalt und Verantwortung sind im manifesten Qualitätsbewusstsein des Publikums weniger präsent – nur rund 1 von 10 codierten Zuschreibungen bezieht sich auf diese Leistungskriterien, die weniger stark mit dem persönlichen Nutzwert des Programms und mehr mit dem öffentlich-rechtlichen Mehrwert verbunden sind. Auf der anderen Seite kann festgehalten werden, dass insbesondere der respektvolle Umgang in der quantitativen Abfrage als wichtigstes Kriterium mit einer Zustimmungsrate von 81 Prozent in der Top-Box genannt wurde. Auch in den offenen Antworten zeigt sich der respektvolle Umgang mit Menschen für

die Befragten als ein Faktor, der zur Zufriedenheit beiträgt. Insbesondere gelte es, die Privatsphäre von Betroffenen zu schützen und Personen nicht „vorzuführen“. Darüber hinaus wird auch hervorgehoben, dass die Berichterstattung keine hetzerischen Elemente beinhalten soll. Hinsichtlich der Dimension Vielfalt steht die vielfältige Auswahl an Themen und Programmen im Mittelpunkt der guten Bewertung.

Föderalismus und globale Perspektive: Auch Föderalismus und globale Perspektive werden vergleichsweise seltener von den Befragten thematisiert. Die quantitative Analyse zeigt, dass jeweils rund die Hälfte der Befragten die Merkmale „informiert über Erkenntnisse aus aller Welt“, „informiert über Konsumentenschutz aus Österreich“ sowie die regionale Vielfalt für sehr wichtig halten.

In den offenen Antworten kehren die Befragten die Berichterstattung aus Österreich oder mit Perspektive auf bestimmte Bundesländer und Regionen als besondere Stärken der ORF-Angebote hervor. Des Weiteren sehen die Befragten auch die internationale Vernetzung sowie die internationale Berichterstattung mit guten Korrespondentinnen und Korrespondenten als Stärke.

Verbesserungspotentiale

Rund ein Viertel aller als Kritik oder Verbesserungsvorschläge codierten Äußerungen beziehen sich auf das Leistungskriterium Vertrauen. Dabei wünschen sich die Befragten primär eine bessere Einhaltung oder weitere Stärkung der oben genannten vier Säulen vertrauenswürdiger Berichterstattung, insbesondere:

- noch mehr politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit,
- noch mehr Meinungsvielfalt, insbesondere verstärkter Einbezug von gegensätzlichen Meinungen,
- noch „kritischere“ Beiträge.

Im Leistungskriterium Orientierung wünscht sich ein besonders interessierter und weltoffener Teil des Publikums eine Weiterentwicklung der ORF-Angebote in Richtung der vertiefenden und ausführlichen Information, insbesondere in den Subgenres Wissenschaft und Dokumentationen. Diese Befragten möchten ihren Horizont erweitern und Neues erfahren, oft auch über globale Perspektiven und Themen. Besonders attraktiv erleben sie es, wenn sie mit hoher Fachkompetenz und authentischer Begeisterung über neue und aktuelle Themen informiert werden.

Hinsichtlich der übrigen Leistungskriterien zeigt die Analyse spezifische Verbesserungsvorschläge von kleinen Teilen des befragten Publikums:

- eine noch ausgewogenere und vielfältigere Auswahl der Studiogäste, insbesondere im Sinne einer noch breiteren Meinungsvielfalt,
- ein Ausbau des Angebots für die Zielgruppe der Kinder- und Jugendlichen,
- eine „modernere“ Gestaltung der Sendungen.

2.3 Zeitvergleich der Evaluationen 2015 und 2020

Der Zeitvergleich der vorliegenden Evaluationsstudie mit der ersten Evaluation des Qualitätsprofils Wissenschaft/Bildung/Service und Lebenshilfe aus dem Jahr 2015 zeigt eine **ausgeprägte Kontinuität**⁶ in der Qualitätswahrnehmung des Publikums:

- Im Qualitätsbegriff spielen weiterhin Vertrauen, Orientierung und Bürgernähe eine zentrale Rolle. Im Unterschied zur Studie im Jahr 2015 finden Eigenschaften zur föderalen und globalen Perspektive in der Eingangsphase der Interviews etwas seltener Erwähnung. Hingegen zeigt sich eine erhöhte Relevanz von personen- und gestaltungszentrierten Merkmalen der Kompetenz.
- Weiterhin gilt eine breite Akzeptanz und hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte als maßgeblich für Medienqualität im Allgemeinen und den ORF im Besonderen.
- Der Vergleich, der zu beiden Messzeitpunkten standardisiert abgefragten Items zeigt im SOLL („wie wichtig ist“) nur geringfügige Veränderungen. Allenfalls kann im Kontext einer erhöhten gesellschaftlichen Verunsicherung⁷ ein weiterer **Bedeutungsgewinn des vertrauens- und verantwortungsbewussten Journalismus** verzeichnet werden. In diesem Zusammenhang spielt die Kompetenz der handelnden Personen (Journalistinnen und Journalisten, Moderatorinnen und Moderatoren) für das Publikum eine wichtige Vertrauen stiftende Rolle. Diesen Befund stützt auch die qualitative Analyse, der gemäß der Qualität der ORF-Angebote häufig an Merkmalen der journalistischen Kompetenz festgemacht wird.
- Aufgrund der speziellen Situation im Jahr 2020 im Hinblick auf die **Corona-Pandemie** beziehen manche Befragten ihre Bewertung in den offenen Antworten auch auf die Berichterstattung zu diesem Thema. Dabei kommen insbesondere Merkmale des Leistungskriteriums Vertrauen zur Sprache.
- Bei der standardisierten Abfrage im IST („wie sehr trifft zu“) erhielten 2020 die Merkmale „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“ sowie „stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar“ weiterhin hohe, aber etwas geringere Zustimmungswerte als 2015.⁸ Auch in den offenen Antworten stehen **Österreichbezug und Föderalismus weniger im Zentrum der Aufmerksamkeit** des Publikums als in der vorangegangenen Evaluationsrunde.

⁶ Methodisch kann eine höhere Tendenz zur Verwendung der Kategorie „weiß nicht“ in der Abfrage der Items im Anbietervergleich festgestellt werden (Begründung: Wechsel in der Erhebungsmethode von persönlich 2015 zu telefonisch 2020).

⁷ Soziologische Studien diagnostizieren seit Jahren zunehmende Zukunftssorgen und Verunsicherung im Kontext des gesellschaftlichen Wandels und globaler Krisen (vgl. Heinz Bude (2014): Gesellschaft der Angst). Hinzu kommt in den letzten Jahren eine verstärkte Debatte über Medienvertrauen und digitale Fake News.

⁸ Die Mittelwerte dieser sowohl 2015 als auch 2010 abgefragten Items unterscheiden sich um einen Betrag von rund 0,3.

3. Detailergebnisse zur Qualitätswahrnehmung des ORF-Publikums

In den 300 telefonischen Interviews wurde den Befragten nach einem einleitenden Teil zur Qualität des ORF-Angebots 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 beschriebenen Befunde zeigen sich bereits anhand dieser Auswertung nach Frequenz:

- Entsprechend der generell hohen Zufriedenheit des befragten Publikums werden die Wörter „gut/e“ sowie „mehr“ besonders häufig verwendet.
- Der inhaltliche Aspekt des Programms, d. h. die Sendungen und ihre Themen stehen im Vordergrund der Qualitätswahrnehmung des Publikums. Dabei sind der Informationsgehalt sowie die interessante Aufbereitung sowie die Qualität der Recherche für das Publikum zentral.
- Wichtige Qualitätsansprüche an das Programm sind Verständlichkeit, Objektivität, Sachlichkeit, Kompetenz, Aktualität. Expertinnen und Experten, Studiogäste sowie Moderatorinnen und Moderatoren werden häufig als Anker für gute Qualität genannt.
- Unter den zu evaluierenden Sendungen geht das befragte Publikum am häufigsten auf Dokumentationen, insbesondere „Universum“ ein, gefolgt von Bürgersendungen wie „Bürgeranwalt“, Lebenshilfesendungen wie „bewusst gesund“ sowie der Sendung „Science Busters“.

Abbildung 4: Qualität der ORF-TV-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe: 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“) für die Darstellung zusammengefasst wurden.

3.1 Vertrauen und Orientierung

„Vertrauen“ und „Orientierung“ werden im Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe als grundlegende Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk formuliert. In diesem Rahmen habe der ORF einen das Gesamtprogramm übergreifenden „Bildungsauftrag“ zu erfüllen. Neben der Information soll dabei auch zu einem „besseren Verständnis aktueller Probleme und deren Zusammenhänge“ beigetragen werden.

Wie die in Kapitel 2.1.1 zusammengefasste quantitative Abfrage der Wichtigkeit einzelner Qualitätsmerkmale zeigt, sind den Befragten entsprechende Eigenschaften durchwegs (sehr) wichtig. Die höchste Zustimmungsrates in der Top-Box erhielten die allgemeinen Auftragswerte „vertrauenswürdig“ (79 % ist diese Eigenschaft „sehr wichtig“) sowie „sachlich“ (75 %). Rund zwei Drittel bewerten die Auftragswerte „macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“ (68 %) sowie „bietet unabhängige Informationen für Konsument/innen und Verbraucher/innen“ (65 %) als „sehr wichtig“. Das Merkmal „bietet mir Orientierung“ wird hingegen nur von rund drei von zehn Befragten (29 %) als „sehr wichtig“ für eine gute Qualität im Bereich Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe angesehen.

In der Analyse der offenen Antworten der telefonischen Interviews zeigt sich, dass das Vertrauen des Publikums auf vier gleichwertigen Säulen aufgebaut ist: der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit aufgrund professioneller Recherche, der ausgewogenen Information, der sachlichen und objektiven Vermittlung von Inhalten sowie der Unabhängigkeit des ORF von politischer oder wirtschaftlicher Einflussnahme. Die Erfüllung dieser vier Säulen vertrauenswürdiger Berichterstattung bildet zugleich die Basis für die Orientierungsleistung der Berichterstattung, die erst aufgrund eines hohen Vertrauens möglich wird.

3.1.1 Stärken und Verbesserungspotential

Die in Kapitel 2.1.2 dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, dass die Befragten überwiegend mit der Erfüllung der Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung zufrieden sind. Je rund acht von zehn Befragten bewerteten die Eigenschaften „sachlich“, „macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“ und „vertrauenswürdig“ als auf die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe (sehr) zutreffend. Rund zwei Drittel sehen die Auftragswerte „bietet unabhängige Informationen für Konsument/innen und Verbraucher/innen“ (69 %) und „bietet mir Orientierung“ (64 %) als (sehr) erfüllt an.

Ergänzend zur standardisierten Abfrage wurden die Interviewpartner/innen in den 300 telefonischen Interviews auch offen nach ihren Wahrnehmungen von Stärken und Verbesserungspotentialen des ORF befragt.

Vier Säulen von Vertrauen

Zentrale Stärken der ORF-Angebote liegen in der Publikumswahrnehmung in den oben genannten vier Säulen von Vertrauen. Jeweils ein Viertel der als Stärken codierten Nennungen im Leistungskriterium „Vertrauen“ entfallen auf diese vier Dimensionen.

Die erste Säule des Vertrauens bildet die **Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit der Informationen**. Der ORF erscheint generell als seriöser Anbieter von Informationen, auf den man sich verlassen und dem man vertrauen kann. Dabei ziehen Befragte auch Vergleiche und bezeichnen den ORF „gegenüber Privatsendern [als] seriöser“ (weiblich, 69)⁹. Drei Befragte sprechen in diesem Zusammenhang dem ORF ein besonders starkes Vertrauen aus – „man kann dem ORF komplett vertrauen“ (männlich, 48):

[Der ORF ist] gewohnt, vertraut, zuverlässig. (weiblich, 32)

Der ORF ist einfach vertrauenswürdiger als andere Sender und Sendungen, man ist mit dem ORF aufgewachsen, [und ihm daher] gefühlsmäßig vertraut, so wie es jetzt ist, ist es super. (männlich, 39)

Mit dieser Qualität verbinden die Befragten insbesondere eine *ehrliche* und *wahrheitsgetreue* Berichterstattung, sodass das Publikum darauf vertrauen kann, dass keine unrichtigen Aussagen getätigt werden. Hinter dieser Wahrheitstreue und Zuverlässigkeit steht die professionelle Arbeit einer Redaktion, die der Wahrheit und einer sorgfältigen Recherche verpflichtet ist.

[Sie zeigen] sehr korrekte Sachen, man kann sich verlassen, dass es stimmt, fundiert, keine Fake News. (weiblich, 69)

[Ich vertraue,] weil ich doch finde, dass sehr intensiv und gut recherchiert wird und der Wahrheit entspricht. (männlich, 49)

Der ORF sei „wissenschaftlich ... sehr gut“ (männlich, 26), die Qualität der Quellen¹⁰ hoch. Die gute und verlässliche Recherche wird dabei auch in Zusammenhang mit der Kompetenz der ORF-Moderatorinnen und -Moderatoren sowie der Gestaltung der Sendungen erwähnt.

[Sie berichten] qualitativ hochwertig und auf den Punkt gebracht, nicht zu oberflächlich und aktuell. (männlich, 57)

Die Sendung „konkret“ finde ich sehr anregend. Die Redakteure überlegen sich, was Thema ist im Rest der Welt, recherchieren sehr gut. Zur zeitlichen Gestaltung: Die Dauer ist optimal, es regt an weiter zu recherchieren, es macht Lust auf mehr und die Infos erschlagen einen nicht. (männlich, 31)

⁹ „Wenn ich den ORF mit Pro7 vergleiche da finde ich z. B. Galileo sehr unseriös, da bin ich froh, dass der ORF das nicht hat, das ist eine Stärke.“ (weiblich, 29); „[Ich] kenne nur ServusTV und ORF, eine Spur seriöser als ServusTV.“ (weiblich, 50)

¹⁰ „Gute Quellen, Kontakte vor Ort, gut vernetzt“ (männlich, 48)

Grundsätzlich habe ich den Eindruck, dass versucht wird, fundiert zu recherchieren und sämtliche Seiten zu betrachten, die Gegenseite zu Wort kommen zu lassen. (männlich, 31)

Die **ausgewogene Information** ist die zweite Säule, auf der das Vertrauen der ORF-Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe aufbaut. Das Publikum verbindet mit der Ausgewogenheit insbesondere eine vielfältige Darstellung von (wissenschaftlichen) Perspektiven. Das heißt konkret etwa, dass „nicht einseitig“ (männlich, 68) berichtet wird und die ganze Breite der Perspektiven angesprochen wird¹¹.

Man hört oft die Gegner von etwas, kritisch ist durchaus gut, aber Befürworter von etwas kommen eigentlich relativ seltener zu Wort. Das ist bei „Dok 1“ sehr gut, weil sehr ausgewogen und kritisch. (männlich, 33)

[Es ist] keine einseitige Berichterstattung, [es gibt] tatsächliche Zuschauerbefragungen, mehrere Meinungen, Blickwinkel, Sichtweisen. (weiblich, 32)

[Ich bin zufrieden,] weil es grundsätzlich einen guten Wissensumfang abdeckt und auch alle Aspekte meistens beleuchtet werden. (männlich, 42)

Als dritte Säule der zentralen Stärken des Vertrauens in die ORF-Angebote wird die **sachlich-objektive Vermittlung** von den Zuseherinnen und Zusehern angesprochen. Aus den offenen Antworten der Befragten geht eine grundsätzliche Zuschreibung von Objektivität/Sachlichkeit an den ORF hervor. Diese Stärken sind für viele Befragte zentral und sie äußern den Wunsch, dass die Objektivität beibehalten werden solle.¹²

Im Detail verstehen die befragten Zuschauer/innen unter Sachlichkeit etwa, dass die Angebote „nicht besonders reißerisch sind, sondern sachlich objektiv“. Die unaufgeregte und sachliche Darstellung der Angebote wird mehrmals angesprochen: „Sie lassen die Dramatik weg“ (weiblich, 45)

Es ist eine sachlichere Darstellung als bei anderen Sendern, die sind zu schwülstig. (männlich, 73)

Ich finde, dass der ORF nicht alles so reißerisch wie manch andere macht; eine seriöse Schiene, bei anderen Sendern werden Sachen oft künstlich aufgepusht, der ORF ist realitätsnah und es wird so erklärt, wie es wirklich ist. (weiblich, 29)

Mir gefällt die Objektivität, es ist gut recherchiert bei gewissen Sendungen, Menschen werden überhaupt nicht vorgeführt, strahlen Vertrauenswürdigkeit aus, man kann davon ausgehen, dass die Angaben korrekt sind. (männlich, 31)

¹¹ Beispiel: „Man bekommt keinen engen Blickwinkel“ (weiblich, 58).

¹² „Objektivität beibehalten“ (männlich, 78), „schwierig [weiter zu verbessern], es ist sehr objektiv“ (weiblich, 53)

Objektivität wird darüber hinaus auch mit der Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren, der Verständlichkeit der Präsentation sowie dem „Bildungsauftrag“ des ORF in Verbindung gebracht.¹³

Er sollte die objektive und interessante Berichterstattung mit den sehr guten Sprechern beibehalten. (männlich, 56)

...weil objektiv und gut verständlich, gut ausgebildete Moderatoren. (weiblich, 26)

Die **Unabhängigkeit** des ORF und seiner Angebote bildet schließlich die vierte Säule, auf der die positive Bewertung des Leistungskriteriums Vertrauen aus Sicht des befragten Publikums fußt.

In erster Linie wird dabei die finanzielle Unabhängigkeit des ORF als Stärke hervorgehoben. In der finanziellen Unabhängigkeit wird zum einen auf den Vorteil der Gebührenfinanzierung sowie zum anderen auf die Freiheit in Bezug auf Werbeeinnahmen eingegangen.

Er sollte unabhängig von kommerziellen Interessen objektive Fakten berichten, das ist die Stärke des ORF. (männlich, 51)

[Die Stärke liegt] in der finanziellen Unabhängigkeit, unabhängiger kritischer Journalismus, starke ethische Grundsätze. (weiblich, 64)

Die Stärke ist, dass der ORF nicht so stark von Werbeeinnahmen abhängig ist, mehr Unabhängigkeit in meiner Wahrnehmung. (weiblich, 27)

Einer der Befragten hebt diese Stärke der ORF-Angebote explizit im Vergleich mit anderen Privatsendern hervor.

Die größte Stärke ist die finanzielle Unabhängigkeit im Vergleich zu den Privaten. (männlich, 36)

Neben der allgemein positiven Zuschreibung, dass der ORF „sehr unabhängig“ (männlich, 61) ist, wird von zwei Befragten die politische Unabhängigkeit als Stärke hervorgehoben, d. h., dass die Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe nicht von einer politischen Richtung beeinflusst sind.¹⁴

Ich finde, dass sie sehr unabhängig berichten und sehr sachlich eigentlich, werden nicht von einer Partei angeleitet in eine gewisse Richtung zu berichten. (männlich, 26)

¹³ „[...] die Objektivität, die bei anderen Sendungen nicht so gegeben ist, da sieht man dann den Bildungsauftrag vom ORF.“ (männlich, 28)

¹⁴ „War früher ein großer Fan von Servus TV, aber die sind mir jetzt nicht mehr unabhängig genug, deshalb kehre ich jetzt wieder verstärkt zum ORF zurück ... man hofft, dass es sachlich, neutral und ohne Emotionen ist und das ist z. B. bei den Wissenschaftssendungen wirklich gut.“ (weiblich, 26); „Gerade punkto Wissenschaftssendungen: Themen sollten mit neuen Techniken aufbereitet werden, aber faktenbasiert und neutral rüberbringen, wenig Meinungen, man sollte keine Schlagseite erkennen.“ (männlich, 28)

Zusammenfassend zeigt die qualitative Analyse einen breiten Konsens hinsichtlich der wichtigsten Säulen einer vertrauenswürdigen Berichterstattung im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe. Als ORF-Stärken schätzt das befragte Publikum die Unabhängigkeit des ORF im Allgemeinen sowie die ausgewogene, sachlich-objektive und zuverlässig-glaubwürdige Berichterstattung. Während rund vier von zehn Zuschreibungen zu den ORF-Angeboten auf diesen Auftragswerten positive Nennungen sind, finden sich in etwas weniger als einem Drittel auch kritische Äußerungen bzw. Wünsche, der ORF solle **die genannten Qualitäten weiter stärken**. Der am häufigsten genannte Kritikpunkt bezieht sich auf die ausgewogene und unabhängige Berichterstattung. Dabei wünschen sich die Befragten zusammengefasst:

- neutralere und unabhängigere Berichterstattung, der ORF solle „sich trauen politisch unabhängig zu sein“,
- mehr Einbezug von unterschiedlichen und gegensätzlichen Meinungen, Perspektiven auch im Bereich der geladenen Studiogäste im Gegensatz zu einseitiger Berichterstattung¹⁵,
- einige Befragte äußern den Wunsch, dass die Programminhalte *kritischer* sein sollten.

Ein kleinerer Teil der Befragten äußert sich kritisch hinsichtlich der Wissenschaftlichkeit, d. h., die Informationen sollten „fundierte sein, theoretisch, analytisch und nicht populärwissenschaftlich aus dem Trend heraus“ (männlich, 51).

Tiefere Informationen zu Themen ist ein weiterer Aspekt, der manchen Zuseherinnen und Zusehern im ORF zu kurz kommt. Ihnen ist die ausführliche Information wichtiger als die Fülle der Themen:

Nicht über andere Themen gleichzeitig berichten, sondern über EIN Thema, dafür aber ausführlicher. (männlich, 28)

Vereinzelt wird in diesem Zusammenhang auf internationale Themen und zum Weltgeschehen verwiesen, die ein Teil des Publikums als ausbaufähig beschreibt.¹⁶

Vertrauensbegriff im Zusammenhang mit Corona-Berichterstattung

Wissenschaftliche Expertise und statistische Daten, insbesondere im Bereich der Gesundheit, rückten im Jahr 2020 ins Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit. Dies spiegelt sich auch in den Bewertungen der ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung

¹⁵ „Die eingeladenen Gäste, da wird zum Teil Meinungspolitik betrieben, größere Meinungsvielfalt wäre da nicht schlecht, nicht immer die gleichen Experten, mehr Randmeinungen zu Wort kommen lassen.“ (männlich, 26)

¹⁶ „Über andere Länder mehr und andere Kulturen, nicht nur so oberflächlich und kurz und nicht nur über reiche Länder, sondern auch arme und nicht nur über Städte, sondern auch wie die Menschen am Land leben, wie sie sich ernähren etc.“ (weiblich, 60)
 „Bei internationalen Themen mehr in die Tiefe gehen, auch bei Staaten außerhalb der EU, österreichische Aspekte im Vergleich zu anderen Staaten beleuchten.“ (weiblich, 40)

Service und Lebensqualität wider bzw. finden sich in den offenen Antworten der Befragten direkte Bezüge zur Corona-Berichterstattung.

Insbesondere kritische Befragte stellen Bezüge zur Corona-Situation her. Einige bezeichnen sich selbst als „Corona-überdrüssig“ (weiblich, 63) und bringen ihre Frustration über die gefühlte Allgegenwärtigkeit der Pandemie zum Ausdruck¹⁷.

In einigen Fällen erstreckt sich diese Kritik auch auf die Vertrauenswürdigkeit der Medien inklusive des ORF. Dabei wird etwa dessen politische Unabhängigkeit sowie vereinzelt der Wahrheitsgehalt der Berichterstattung in Zweifel gezogen.

Viel wird berichtet, aber die Wahrheit wird verschleiert, bei Corona: [Es seien] so und so viele Fälle, es sind aber viel mehr. Leute sollen es rechtzeitig erfahren. (männlich, 45)

Bei Corona im Frühling: sehr zur Politik hin, da hat keiner widersprochen, der ORF ist der Politik hörig. (weiblich, 41)

Ein anderer Teil der Befragten kehrt hingegen die Stärken des ORF im Zusammenhang mit der Pandemie hervor.

Qualität, wahrheitsgetreu, mit Corona haben sie sich gut geoutet und auch mit dem Terroranschlag, sehr professionelles Verhalten der Journalisten an den Tag gelegt, diese Schiene weiterfahren. (weiblich, 29)

Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe als Bildungsfernsehen

Der im ORF-Qualitätsprofil als Teil der Orientierungsleistung festgelegte „Bildungsauftrag“ wird von einem Teil der Befragten in den offenen Antworten explizit thematisiert. Zum einen geht das Publikum darauf ein, dass der ORF zur Bildung der Bevölkerung beiträgt. Im Zentrum steht dabei die Vermittlung von grundlegender Information und Allgemeinbildung. Vereinzelt werden konkret Kinder und ältere Personen¹⁸ angesprochen, die von dieser Bildung besonders profitieren (sollen).

...weil sie interessant sind, man wird sehr gut unterrichtet und kennt sich dann aus. (weiblich, 70)

...manchmal unterhaltsam und weil ich gerne mein Wissen erweitere, Allgemeinwissen aufbessern und neue Dinge entdecken. (männlich, 28)

Zum anderen werden Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe als persönlich bereichernd bzw. „bildend“ wahrgenommen. So werden diese Angebote zur persönlichen Weiterbildung genutzt. Zuseher/innen betonen, dass sie sich damit *weiterbilden* können und mit neuen Informationen versorgt werden, um

¹⁷ Dies wird in Aussagen wie „Corona hab' ich satt, alles andere geht unter“ (männlich, 23) besonders deutlich.

¹⁸ „Einfach, dass man up to date bleibt, weil man älter wird, die Schule ist lange her, das Schulwissen ist dann schon längst veraltet.“ (männlich, 29); „viel lernen, auch für die Kinder, was man nicht gewusst hat.“ (weiblich, 43)

„up to date“ zu sein. Ebenso wird das Gefühl zum Ausdruck gebracht, das Angebot erweitere „den Horizont“ (männlich, 65) und man könne sein Wissen vertiefen:¹⁹

... weil es sehr informativ ist und ich ein wissbegieriger Mensch bin, möchte Neues erfahren und up to date sein und mich weiterbilden. (weiblich, 28)

... man bleibt auf dem neuesten Stand, man kann das Spektrum dementsprechend erweitern. (weiblich, 41)

In diesem Zusammenhang überwiegen klar die zahlreichen positiven und einen persönlichen Mehrwert formulierenden Nennungen der Befragten. Es wird der Wunsch geäußert, dass der ORF seine bildende Aufgabe im Allgemeinen noch stärker in den Programmen verankern solle.²⁰ Dazu leistet aus Publikumssicht auch die verständliche Informationsaufbereitung einen wichtigen Beitrag. Im Sinne künftiger Potentiale wünscht ein Teil der Befragten einen Ausbau der Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche.²¹

3.1.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Das Leistungskriterium Vertrauen wird in den offenen Antworten zwar häufig thematisiert, in der vertiefenden Befragung zu den Subgenres spielt es jedoch eine vergleichsweise untergeordnete Rolle für die Zufriedenheit der Befragten mit den Sendungen:

Service- und Infosendungen werden selten hinsichtlich ihrer Eigenschaften in Bezug auf Vertrauen und Orientierung beurteilt. Implizit fließt jedoch das Vertrauen in eine ausgewogene Berichterstattung in die Zufriedenheit mit diesem Subgenre mit ein. Dies wird in der positiven Bewertung der Studiogäste und Expertinnen und Experten deutlich, die auch Ausgewogenheit im Sinne der Meinungsvielfalt widerspiegeln.

In den **Bürgersendungen** sprechen die Befragten dem ORF in gewisser Weise ein Grundvertrauen im Sinne seiner Unabhängigkeit aus. Das Vertrauen in den ORF als mediale Plattform für Missstände, die auch investigativ aufgedeckt werden, steht dabei im Fokus.

In den **Dokumentationen** wird im Bereich des Vertrauens und der Orientierung von wenigen Befragten die gute Recherche der Hintergrundinformationen hervorgehoben.

In den **Wissenschaftssendungen** wird das Qualitätsmerkmal Glaubwürdigkeit mittels konkreter Nachfrage stärker in den Fokus gerückt. Es stellt sich heraus, dass die

¹⁹ „Einfach was Sinnvolles zu erfahren was mich weiterbringt.“ (weiblich, 38)

²⁰ „Mehr in gesellschaftliche Bildung investieren“ (männlich, 38); „Zusammenhänge, Hintergrundinformationen, sodass die Leute es verstehen und verstehen lernen, nicht nur Fakten liefern, über den Tellerrand schauen, das fehlt in unserer Bevölkerung.“ (weiblich, 51)

²¹ „Mehr für Kinder: zum Beispiel Wissenschaftliches, früher gab es mehr lehrreiche Sendungen für Kinder.“ (weiblich, 37)

Glaubwürdigkeit der Wissenschaftsberichterstattung allgemein als gut erfüllt angesehen wird. Die Glaubwürdigkeit wird von den Befragten in erster Linie mit der Kompetenz der Journalistinnen, Journalisten und Moderatorinnen, Moderatoren und deren Fähigkeit, Inhalte glaubwürdig zu vermitteln, verbunden. Des Weiteren wird diese auch an der Ausgewogenheit der unterschiedlichen Meinungen von Studiogästen, Expertinnen und Experten gemessen.

3.2 Vielfalt und Verantwortung

Die Leistungskriterien der „Vielfalt“ und „Verantwortung“ umfassen im Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe zum einen den Anspruch einer relevanten Berichterstattung für ein möglichst zahlreiches Publikum. Dies bedeutet auch, dass Themen in einer möglichst breiten Vielfalt anzubieten sind. Zum anderen sollen „elementare Werte“ beachtet werden wie Anti-Diskriminierung und das Bemühen um „Gleichberechtigung und Verständigung“.

Die standardisierte Abfrage der Wichtigkeit entsprechender Qualitätsmerkmale im Rahmen der vorliegenden Studie zeigt, dass insbesondere die Eigenschaft „respektvoll/führt Menschen nicht vor“ (81 Prozent „sehr wichtig“) eine sehr hohe Relevanz für das Publikum aufweist. Auftragswerte der Vielfalt, d. h. die Items „vielfältig“ und „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ sind rund fünf von zehn Personen sehr wichtig, ebenso das Item „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“.

Aufgrund der qualitativen Analyse kann ergänzt werden, dass Aspekte der Verantwortung und Vielfalt im manifesten Qualitätsbegriff des Publikums weniger stark verankert sind als die anderen Leistungskriterien. Auf der anderen Seite zeigt die vorliegende Studie, dass die Leistungskriterien der Vielfalt und Verantwortung für das befragte Publikum durchaus anschlussfähig, d. h. latent als Qualitätsmerkmal verankert sind. Dies gilt insbesondere für die Aspekte des respektvollen Umgangs, der Berücksichtigung einer Vielfalt von Meinungen sowie das Eingehen auf unterschiedliche Zielgruppen im Programm.

3.2.1 Stärken und Verbesserungspotential

Hinsichtlich der Erfüllung durch das ORF-TV-Angebot bewertet das befragte Publikum die Qualitätsmerkmale „respektvoll/führt Menschen nicht vor“ und „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“ in der Top-2-Box mit Zustimmungswerten über 80 Prozent als (sehr) zutreffend. Das Merkmal „vielfältig“ erhält 75 Prozent Zustimmung, das Merkmal „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ 66 Prozent.

Aufgrund der qualitativen Analyse kann zunächst festgehalten werden, dass die Dimensionen der Verantwortung und Vielfalt im manifesten Qualitätsbegriff des Publikums weniger präsent sind als etwa die Leistungskriterien Vertrauen, Bürgernähe

oder Kompetenz: Nur in etwa einem Zehntel aller codierten offenen Antworten thematisieren die Befragten diese Leistungskriterien.

Verantwortung im „respektvollen Umgang“

Mit Bezug auf das Leistungskriterium Verantwortung zeigt die qualitative Analyse, dass insbesondere der **respektvolle Umgang mit Menschen** im Publikum stark als Qualitätskriterium verankert ist und als Stärke der ORF-Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe erlebt wird. Dieser respektvolle Umgang wird konkret daran festgemacht, dass der ORF Menschen nicht vorführt und dass sensible Themen nicht reißerisch, sondern rücksichtsvoll und mit Bedacht behandelt werden.

...eben weil er keine Personen vorführt und objektiv berichtet. (weiblich, 69)

...verständnisvoll, nicht sensationslüstern, Gesicht verdeckt und Stimme verstellt bei Personen, die nicht gezeigt werden wollen, Bürger kann auch via E-Mail die Meinung sagen. (weiblich, 48)

...sehr hohes Niveau, respektvoller Umgang ist auch tadellos, gendern auch ordentlich. (männlich, 31)

Vielfalt erhalten

Das vielfältige Angebot für alle gehört zur Kernidentität des öffentlich-rechtlichen ORF. Die qualitative Analyse zeigt, dass dieser Anspruch vom befragten Publikum durchwegs geteilt und positiv erlebt wird. Neben allgemeinen Zuschreibungen wie *vielfältig* und *abwechslungsreich* zeigen sich drei Stärkefelder in der Publikumswahrnehmung:

Die erste Stärke der ORF-Angebote ist die **Themen- und Programmvielfalt**. Auf diesen Aspekt entfallen rund ein Drittel aller Nennungen von Stärken. Darunter wird sowohl die vielfältige Auswahl der Themen als auch „die breit gefächerte Aufstellung der unterschiedlichen Programme“ (männlich, 28) verstanden. In erster Linie sind die Befragten zufrieden mit dem Ist-Zustand und äußern den Wunsch, dass dieser beibehalten werde:

[Ich möchte] vielfältig informiert werden, das Programm ist sehr vielseitig und soll so beibehalten werden. (weiblich, 55)

Es passt gut, da es vielfältig ist und breite Themenbereiche abdeckt. (weiblich, 38)

Die zweite Stärke liegt in einer **vielfältigen Zielgruppenansprache**. Dabei beschreiben es die Befragten als Stärke der ORF-Angebote, dass „für alle etwas dabei“²² (weiblich,

²² „Sie bemühen sich sehr eine große Bandbreite zu haben, das beginnt schon in der Früh mit der Morgensendung. [Es ist] breit gefächert, für jeden was dabei, alles ganz interessant.“ (weiblich, 42)

37) ist. Besonders hervorgehoben werden dabei Angebote für unterschiedliche Altersgruppen bzw. Generationen.

Es passt, dass sie überhaupt Bezug auf alle Altersgruppen nehmen [und] alle Altersgruppen berücksichtigt werden. (weiblich, 72)

Momentan passt es für mich wie es ist. [Es ist] für meine Altersklasse verständlich dargestellt, große Bandbreite, man bekommt viel mit. (weiblich, 19)

„Dok 1“ zum Beispiel ist super, da kommen aktuelle Themen vor, es ist auch wichtig für junge Erwachsene und die Jugend. (weiblich, 28)

Eine dritte Stärke liegt schließlich in der **Vielfalt der Meinungen**. Grundsätzlich erleben es die Befragten als positiv, dass „mehrere Meinungen“ gezeigt werden und heben als Stärke hervor, dass „die Vielfalt der Meinungen [...] berücksichtigt“ (männlich, 28) wird.

Um verschiedene Meinungen zu hören, damit man nicht nur in seiner eigenen Bubble ist. (männlich, 26)

Der überwiegende Teil der offenen Antworten zu den Leistungskriterien Vielfalt und Verantwortung hat eine positive Valenz, während in rund einem Viertel der Nennungen **Wünsche und Kritik** geäußert werden:

- Ein Teil der Befragten wünscht sich allgemein mehr Vielfalt. Das Angebot solle noch „vielfältiger bei [den] Themen sein“ (weiblich, 56), aber auch „mehr Vielfalt aus der Bevölkerung“ (weiblich, 31) abdecken.
- Einige Befragte betonen spezifische Themenbereiche, die aus ihrer Sicht nicht gut genug abgedeckt werden,²³ wobei hier die Wünsche individuell unterschiedlich sind und etwa von Landwirtschaft über Wirtschaftsthemen (männlich, 26) bis hin zu Astronomie (weiblich, 39) reichen.
- Wie bereits in vergangenen Evaluationsstudien werden auch in Bezug auf Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe mehr Angebote für Kinder- und Jugendliche gewünscht,²⁴ das heißt konkret: „[...] mehr jüngere Menschen sprechen [zu] lassen oder Sendungen, die junge Menschen im Alltag bewegen.“ (weiblich, 29).
- Schließlich empfinden manche Befragte die Vielfalt der Meinungen als nicht ausreichend, in dem Sinne, dass es „zu wenig Gegenmeinungen“ (weiblich, 70) gebe.

²³ Ein Befragter bezieht sich dabei auch allgemein auf Themen, die abseits des „Mainstreams“ liegen: „Schwäche: Es werden nur Mainstream-Themen behandelt und kleinere Themen werden oft ausgelassen.“ (männlich, 36)

²⁴ „Der ORF müsste sein Zielpublikum neu definieren, ich schätze der Durchschnitt ist 50plus: [Das] Zielpublikum [müsste] auch mehr auf jüngere und aktuellere Themen und Sachen [eingehen], die nicht nur Standardprogramm sind und auch neuen Formaten eine Möglichkeit geben.“ (männlich, 35)

3.2.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Insbesondere das Leistungskriterium der Vielfalt spielt für die einzelnen Subgenres eine wichtige Rolle:

Service- und Infosendungen werden aufgrund des vielfältigen und abwechslungsreichen Angebotes geschätzt. Die Vielfalt der unterschiedlichen Themen ist eine wesentliche Stärke der Sendungen aus Publikumssicht. Die Vielfalt der Studiogäste wird als hinreichend empfunden, aber nicht als wesentliche Stärke hervorgehoben.

In den **Bürgersendungen** stehen vermehrt andere Leistungskriterien im Fokus, dennoch kann attestiert werden, dass im Sinne der Zielgruppenansprache bzw. in der Repräsentation verschiedenster Bevölkerungsgruppen der Eindruck besteht, dass die Themen der Sendungen „jeden betreffen“ können und aus diesem Grund auch geschätzt werden.

In den **Dokumentationen** spielt wie auch in den Service- und Infosendungen die Vielfalt des Angebots und der Themen eine wesentliche Rolle. Die abwechslungsreiche Auswahl an historisch-politischen und naturwissenschaftlichen Themen ist dabei aus Publikumssicht eine wesentliche Stärke der ORF-Angebote.

In den **Wissenschaftssendungen** spielen aus Publikumssicht andere Leistungskriterien eine gewichtigere Rolle für die Zufriedenheit. Im Sinne der Angebotsvielfalt wünscht sich ein kleiner Teil der Befragten ein breiteres Spektrum an Themen.

3.3 Bürgernähe

Unter dem Leistungskriterium der „Bürgernähe“ formuliert das Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe unter anderem den Anspruch, „alle Mitglieder der Gesellschaft“ anzusprechen und Inhalte verständlich aufzubereiten und zu vermitteln. Des Weiteren soll der ORF zur Volks- und Jugendbildung beitragen und die ORF-Angebote konkrete Hilfe für die Bewältigung des Lebens bieten.

Die in Kapitel 2.1 zusammengefasste, standardisierte Abfrage entsprechender Eigenschaften zeigt, dass die Bürgernähe und die damit zusammenhängenden Eigenschaften von den Befragten als wichtige Auftragswerte gesehen werden. Dass die Sendungen „gut verständlich aufbereitet“ werden ist für rund zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) „sehr wichtig“. Die Items „steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“ und „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“ werden von rund fünf von zehn Befragten als „sehr wichtig“ beurteilt. Einem Drittel (33 Prozent) ist es sehr wichtig, dass „Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“ in den Sendungen geboten werden.

3.3.1 Stärken und Verbesserungspotential

Die quantitative Analyse im IST zeigt, dass das befragte Publikum den Auftragswert Bürgernähe insgesamt als gut erfüllt bewertet.

Nahezu alle Befragten sind der Meinung, dass die Sendungen im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe „gut verständlich aufbereitet“ sind. Ebenfalls sehr hohe Zustimmungswerte erreicht das Item „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“, das rund acht von zehn Befragten als (sehr) zutreffend auf die ORF-Angebote ansehen. Für mehr als zwei Drittel treffen die Merkmale „steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“ (70 %) und „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“ (sehr) zu (72 %).

Die ergänzende Analyse der offenen Antworten erweist einen **hohen Informationsgehalt** im Sinne einer **relevanten** und auch **persönlich nützlichen** Information als am deutlichsten im manifesten Qualitätsbewusstsein verankerte Stärke der ORF-Angebote. Rund zwei Drittel der als positiv codierten Stellen enthalten Zuschreibungen rund um den Informationsgehalt. Zumeist werden die Sendungen im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe als (*sehr*) *informativ* beschrieben und die Befragten haben das Gefühl „man ist sehr gut informiert nachher“ (weiblich, 18). Dabei loben sie auch die „qualitativ hochwertige Information“ (männlich, 38) sowie den „hohe[n] Info Gehalt im Allgemeinen“ (männlich, 23).

Ein weiteres Viertel der positiven Zuschreibungen bezieht sich auf die **gute Verständlichkeit** der Informationen. Diesbezüglich heben die Befragten die Zugänglichkeit der Inhalte für breite Zielgruppen hervor („für jedermann verständlich“ (weiblich, 56)). Dazu trägt unter anderen die Gestaltung und Aufbereitung der Sendungen bei, etwa, dass Informationen „einfach kompakt zusammengefasst für Laien“ (weiblich, 44) dargestellt werden²⁵. Eine wichtige Rolle spielt für einige Befragten, dass die Moderatorinnen und Moderatoren sowie die geladenen Gäste in einer für „Laien verständlichen“ (weiblich, 48) Sprache sprechen:

Vermittlung von Wissen in oft einfacher Sprache, leicht verständlich und interessant gestaltet, Bürgersendungen bieten Hilfestellung und Rat. (männlich, 28)

Die Menschen, die eingeladen werden, sprechen die Sprache, die die normalen Menschen verstehen. (weiblich, 54)

[...] komplexe wissenschaftliche Vorgänge [werden] gut erklärt fürs breite Publikum. (männlich, 41)

²⁵ „Schnell und kurz erklärt, ein Buch über ein gewisses Thema [zu] lesen ist langwieriger.“ (weiblich, 45); „Prinzipiell finde ich das Format vom ORF wie „Newton“ gut, das ist relativ kompakt, kann man schnell mal dazwischen anschauen, man kommt da gut auf den Punkt, [es] zieht sich nicht in die Länge.“ (männlich, 26)

Eine weitere Stärke der ORF-Programme (rund ein Viertel der positiven Zuschreibungen) liegt aus Publikums-sicht in der **Aktualität**. So wird der ORF generell als „sehr aktuell“ (weiblich, 29) beschrieben. Durch schnelle Reaktion auf aktuelle Geschehnisse und deren Aufarbeitung werden die Wissenschafts-, Bildungs-, Service- und Lebenshilfe-Programme als „am Puls der Zeit“ erlebt. So meinen die Befragten „er [ORF] greift Themen irrsinnig schnell auf“ (weiblich, 40) oder auch: „reagieren sehr schnell, für mich passt das“ (männlich, 48).

Schließlich bezieht sich ein Zehntel der positiven Zuschreibungen auf die **authentische und lebensnahe** Vermittlung von praktischen Informationen. Unter „authentisch“ verstehen die Befragten in erster Linie, dass „echte Leute und echte Probleme aufgegriffen werden“ (weiblich, 28), d. h., es werden Probleme und Personen in die Sendungen eingebunden, mit denen sich die Befragten identifizieren können. Dies wird auch als „starker lebensweltlicher Bezug der Themen“ (männlich, 24) erlebt.

Ich finde einfach gut, dass es auf Österreich bezogen ist. Sachen, die einen einfach betreffen, wo man weiß, dass man sich erkundigen kann, die einen weiterbringen. (weiblich, 55)

Es ist einfach für das tägliche Leben auch etwas dabei, z.B. bei „konkret“ wird der Konsument aufgeklärt, [...] wo er aufpassen muss und welche Fallen gestellt werden. (weiblich, 65)

Kritische Äußerungen finden sich in den offenen Antworten zum Leistungskriterium Bürgernähe kaum – nur rund 1 von 10 Nennungen enthält Wünsche oder Anregungen. Diese wenigen Nennungen beziehen sich auf die Verständlichkeit²⁶, auf die Aktualität²⁷ sowie einen noch stärkeren Einbezug von Alltagsthemen in den Sendungen.²⁸

3.3.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Das Leistungskriterium der Bürgernähe erweist sich schließlich als besonders anschlussfähig in den ergänzenden Interviews zu den Subgenres und trägt auch wesentlich zur Zufriedenheit mit den einzelnen Sendungen bei:

Als besonders zentrale Stärke bezogen auf das Leistungskriterium Bürgernähe erweisen sich die Nützlichkeit und die praktischen Tipps in den **Service- und Infosendungen**. Darüber hinaus wird es an den Sendungen als besonders bürgernahe geschätzt, wenn Themen behandelt werden, die Nützlichkeit für den persönlichen Alltag der Zuseher/innen haben. Die verständliche Erklärung der wissenschaftlichen Inhalte wird ebenfalls als Stärke hervorgehoben.

²⁶ „[Der ORF soll] nicht so lehrreich daherkommen [und] Bemühung zur Verständlichkeit.“ (weiblich, 74)

²⁷ „Das wichtigste ist die zeitgemäße Auswahl, neue Sachen aufgreifen und nicht welche, die schon vor zwei Jahren passiert sind.“ (männlich, 24)

²⁸ „[Der ORF soll] Volksnäher sein, die Meinungen anderer gelten lassen, breitere Spektren bezüglich Alltagssituationen [und] tatsächliche Tipps für Alltag geben z. B. Brandschutz, Sicherheit, [das heißt] wirkliche Alltagsthemen behandeln.“ (weiblich, 32)

Das Leistungskriterium Bürgernähe bildet schließlich auch die zentrale Stärke der **Bürgersendungen**. Besonders wesentlich ist für die Befragten dabei, dass der ORF als Medienplattform den Betroffenen zu ihrem Recht verhilft. Des Weiteren hat es einen wesentlichen Mehrwert für die Befragten, dass Fälle ausgewählt werden, von denen Zuseher/innen meinen, sie könnten sie selbst betreffen und davon für die Zukunft lernen.

In den **Dokumentationen** und **Wissenschaftssendungen** wird schließlich die Verständlichkeit im Sinne der verständlichen Aufbereitung und Erklärung wissenschaftlicher Inhalte für ein breites Publikum als besondere Stärke hinsichtlich des Leistungskriteriums Bürgernähe hervorgehoben.

3.4 Globale Perspektive und Föderalismus

Im Kapitel „globale Perspektive und Föderalismus“ formuliert das Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe den Anspruch eines starken Österreichbezugs in diesem Programmbereich inklusive der Aufarbeitung auch in regionalen Kontexten. Die internationale Perspektive sei hingegen besonders im Bereich Wissenschaft und Technik von Bedeutung.

Im Rahmen der vorliegenden Evaluationsstudie wurden Items zu allen drei Ebenen – der Welt, Österreich sowie den Regionen – abgefragt. Hinsichtlich der Wichtigkeit zeigte sich in der standardisierten Abfrage die globale Perspektive als besonders relevant für das Publikum. Rund sechs von zehn Zuseher/innen erachteten das Item „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“ als „sehr wichtig“ für die Programme der Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe. Rund der Hälfte des befragten Publikums ist es sehr wichtig, dass der ORF über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich informiert (51 Prozent). Im Gegensatz zu den anderen beiden Qualitätsmerkmalen hat das Item „stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar“ in diesem Programmbereich etwas weniger Relevanz für die Befragten, rund vier von zehn Befragten sehen diesen Aspekt als „sehr wichtig“ an.

3.4.1 Stärken und Verbesserungspotential

Die standardisierte Abfrage der Zufriedenheit mit den genannten Qualitätsmerkmalen zeigt eine besondere Stärke des ORF im Österreichbezug bzw. Föderalismus: Jeweils rund drei Viertel (77 Prozent) der Befragten sehen die Merkmale „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“ und „stellt die Vielfalt der österreichischen Bundesländer und Regionen dar“ als erfüllt bzw. sehr erfüllt. Etwas weniger, rund sieben von zehn Befragten bewerteten den Auftragswert „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“ als „(sehr) zutreffend“ auf die untersuchten ORF-Angebote.

Die qualitative Analyse der offenen Antworten zeigt den Österreichbezug des ORF inklusive der regionalen und bundesländerspezifischen Berichterstattung als stark im

manifesten Qualitätsbewusstsein des Publikums verankert. Rund die Hälfte der als Stärken codierten Nennungen zur globalen Perspektive und zu Föderalismus beziehen sich auf einen dieser Aspekte:

In den Nennungen zum **Österreichbezug** beschreiben Zuseher/innen diesen zum einen grundsätzlich als wichtig für den ORF, zum anderen als einen Treiber für das persönliche Interesse an den Programmangeboten.

Er ist menschnah und behandelt unsere Themen in Österreich und ist sehr informativ. (weiblich, 39)

ORF III ist ein Kultursender und mit Dokumentationen, berichtet nur über Österreich, das finde ich sehr positiv (männlich, 39)

Zumeist wird zusammen mit dem Österreichbezug auch die **regionale und bundesländerspezifische Berichterstattung** als Stärke der ORF-Angebote hervorgehoben. Dabei wird häufig explizit positiv angemerkt, dass die verschiedenen Bundesländer und auch kleinere Regionen mitberücksichtigt werden.

Es ist schön, wenn man viel von Österreich sieht und den verschiedenen Bundesländern. (weiblich, 79)

Gute Vernetzung auch im Bereich der Bundesländer bis in die Gemeinden. (männlich, 20)

Miteinbeziehung von regionalen Betrieben und Personen (männlich, 38)

Hinsichtlich der Internationalität und globalen Perspektive nimmt das befragte Publikum insbesondere zwei Aspekte besonders positiv an den ORF-Angeboten wahr. Erstens wird der ORF als „international sehr gut vernetzt, [mit] viele[n] Korrespondenten“ (weiblich, 37) beschrieben bzw. werden die Auslandskorrespondentinnen und -korrespondenten als Stärke hervorgehoben.²⁹ Zweitens werden informative und spannend gemachte Einblicke in andere Länder als attraktiv erlebt.

Ich habe keinen Vergleich, da reicht das für mich wie es ist, gibt eh viele interessante Sachen aus allen Ländern. (weiblich, 72)

...weil sie informativ sind, weil man bei „Universum“ einen Einblick in fremde Länder und Kulturen bekommt in die Problematik. (weiblich, 50)

Hinsichtlich der **Wünsche und Verbesserungsvorschläge** teilt sich das Publikum in zwei Gruppen. Die Gruppe der regional Interessierten wünscht sich mehr Sendezeit und Vielfalt bei der regionalen Berichterstattung. Zum Teil werden die Sendungen derzeit als zu *wienlastig* erlebt.

²⁹ „Stärke: dass es ein öffentlich-rechtlicher Sender ist, [der] in jedem Land eigene Leute, Auslandsbüros [hat]. (weiblich, 42)

Wenn versucht wird über Bundesländer zu berichten, dann ist das immer nur eine Sendung, wo alles abgewickelt wird, was die Regionalität anbelangt, das macht ServusTV sehr viel besser. (männlich, 27)

Mehr Information über die Bundesländer und bundesländerübergreifend. (weiblich, 37)

Die neuesten Informationen von allen Bundesländern, auch den westlichen, nicht nur Geschichte in Bezug auf große Ereignisse und in Bezug auf Weltpolitik, sondern auch Alltagsgeschichte oder Geschichte von einem bestimmten Bezirk oder kleinen Leuten. (männlich, 45)

Die Gruppe der international Interessierten wünscht sich hingegen mehr Sendezeit für diesen Bereich, insbesondere Formate, die Raum für ausführliche und vertiefende Informationen bieten. Vereinzelt geäußert werden auch bestimmte Länder und Orte, über die mehr Berichterstattung gewünscht wird.³⁰

3.4.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Föderalismus und globale Perspektive werden in den ergänzenden offenen Fragen zu den einzelnen Subgenres kaum thematisiert.

3.5 Kompetenz und Innovation

Das Kapitel „Kompetenz und Innovation“ des Qualitätsprofils Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe fokussiert einerseits auf ein „handwerklich hohes Niveau“ hinsichtlich technischer Qualitäten (Text, Ton, Regie, Schnitt, Kameraführung etc.), andererseits auf die Kompetenz der Journalistinnen, Journalisten und Moderatorinnen, Moderatoren. Neben den bewährten Angebotsformen sollen im Kontext einer sich wandelnden Medienwelt auch innovative trans- und crossmediale Produktionen entwickelt und angeboten werden.

Die standardisierte Abfrage entsprechender Auftragswerte zeigt, dass das Merkmal „kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“ den höchsten Stellenwert für das Publikum hat: Rund sieben von zehn Befragten (71 Prozent) ist diese Eigenschaft „sehr wichtig“.

Je rund sechs von zehn Befragten bewerten die Auftragswerte „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“ (58 Prozent) und „interessant/anregend“ (55 Prozent) als sehr wichtig. Den Items „immer etwas Neues/innovativ“ (39 Prozent „sehr

³⁰„[Es wird] aus aller Welt berichtet, stark im amerikanischen Raum. [Ich] wünsche mir mehr Informationen aus dem asiatischen Raum, gerade was Wissenschaft und Technik angeht.“ (männlich, 28);
 „Schwächen: Berichterstattung aus aller Welt ist oft vernachlässigt, was in Übersee vor sich geht. Bei internationalen Themen mehr in die Tiefe gehen, auch bei Staaten außerhalb der EU. Österreichische Aspekte im Vergleich zu anderen Staaten [aufzeigen].“ (weiblich, 28)

wichtig“), „hohe technische Qualität“ (36 Prozent) sowie „unterhaltsam“ (30 Prozent) wird eine vergleichsweise geringere Wichtigkeit beigemessen.

3.5.1 Stärken und Verbesserungspotential

Das befragte Publikum ist mit der Erfüllung der Items „hohe technische Qualität“ und „kompetente Moderator/innen und Journalist/innen“ besonders zufrieden, jeweils rund neun von zehn sehen diese Eigenschaften durch die ORF-Angebote (sehr) erfüllt. Die Auftragswerte „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“, „unterhaltsam“ sowie „immer etwas Neues/innovativ“ werden von rund drei Viertel der befragten Zuseher/innen als (sehr) gut erfüllt eingeschätzt.

Die ergänzende Analyse der offenen Antworten der Befragten zeigt zwei zentrale Stärkefelder des ORF in der Qualitätswahrnehmung: die ansprechend aufbereiteten Inhalte sowie die hohe Kompetenz der Moderatorinnen, Moderatoren und Journalistinnen, Journalisten.

Über ein Drittel der positiven Zuschreibungen enthalten Formulierungen wie „ansprechend“, „interessant“ oder auch „unterhaltsam“. Dies spiegelt die **zentrale Rolle der gebotenen Themen und Inhalte für die Attraktivität von Sendungen** im untersuchten Programmbereich wider. Das Publikum nutzt Sendungen im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe insbesondere aus aktivem Interesse, dem Wunsch, Neues zu erfahren. Wo dieser Wunsch erfüllt wird und es Sendungen gelingt, *interessante* Themen auf *ansprechende* Weise zu präsentieren, dort wird Qualität positiv erlebt.

Was jeweils als interessant erlebt wird, hängt freilich von individuellen Vorlieben ab. So erwähnen Befragte in den offenen Antworten immer wieder bestimmte Formate und Inhalte, die ihr persönliches Interesse besonders gut treffen.

...weil es mich interessiert, bin selber Techniker und da ist natürlich alles, was Technik betrifft und neu erforscht wird, interessant. (männlich, 41)

[Die] Themen [sind] persönlich interessant [z. B.] Gesundheitslage, Rechtslage, Natursendungen. (weiblich, 70)

...weil es doch interessante Beiträge sind bei neuen Sachen oder Dokus über Vergangenes oder Städte. (männlich, 49)

Der Aspekt der Unterhaltung – beziehungsweise die „gute Kombination zwischen Unterhaltung und Wissen“ (weiblich, 28) – wird von einem kleinen Teil der Befragten als ein zusätzlicher Pluspunkt erwähnt.

Ein weiteres Viertel der als Stärken codierten Nennungen bezieht sich auf die Arbeit der **Journalistinnen und Journalisten sowie Moderatorinnen und Moderatoren**.

Dabei wird zumeist die Kompetenz der handelnden Personen hervorgehoben und diese allgemein als „gut“ und „kompetent“³¹ beschrieben.

Teilweise spezifizieren die Befragten genauer, welche Kompetenzen sie besonders positiv erleben. Darunter fallen erstens Aspekte, die den Umgang mit Studiogästen und Expertinnen und Experten betreffen (Moderationskompetenz), zweitens die inhaltliche Kompetenz, drittens die Fähigkeit zur verständlichen und anschaulichen Vermittlung.

Die Kompetenz von **Studiogästen und Expertinnen und Experten** wird weniger häufig von den Befragten thematisiert. Als zentrale Qualität wird von den Befragten eine gute und vielfältige Auswahl der Gäste gewünscht.³² Insbesondere Personen, die Inhalte verständlich zu vermitteln verstehen, sind den Befragten in den qualitativen Interviews positiv in Erinnerung:

Sehr kompetente Experten, die zu den Themen sehr verständliche Statements abgeben (männlich, 41)

„bewusst gesund“: sehr gut erklärt auch von [den] Studiogästen, nicht hochgestochen, für Laien verständlich. (weiblich, 48)

Interviews und Leute, die gezeigt werden, sind sehr kompetent, z. B. bei [der] Berichterstattung über Attentat und Lockdown. (weiblich, 71)

Schließlich thematisieren einige Befragte in den offenen Antworten auch den **Innovationsgehalt** der ORF-Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe. Dabei wird der ORF als „innovativ“ beschrieben sowie hervorgehoben, dass die Sendungen gern gesehen werden, um sich über neue Erkenntnisse zu informieren und Neues etwa im Bereich Wissenschaft und Technik zu lernen.³³

Kritik und Verbesserungsvorschläge hinsichtlich Kompetenz und Innovation werden nur sehr wenige eingebracht. Einige Befragte orten Verbesserungsbedarf bei der Moderation sowie bei den Expertinnen, Experten und Studiogästen.³⁴ Dabei wünschen sich die Befragten modernere Moderation sowie eine ausgewogenere Auswahl an Studiogästen. Weitere Nennungen betreffen eine ansprechendere Gestaltung – es sollte nicht „zu trocken sein“. Hier besteht zum Teil der Wunsch einer moderneren

³¹ Beispiele: „Moderatoren [sind] gut, kompetent, ansprechend“ (weiblich, 73); „ausgezeichnete Moderatoren und Redakteure“ (männlich, 36); „Qualität des Journalismus soll so gut bleiben, kompetente Journalisten“ (weiblich, 41); „[Der ORF hat] sehr kompetente seriöse Mitarbeiter/innen, die wissen wovon sie reden“ (weiblich, 69)

³² Beispiele: „Wissenschaftler sind spitze“ (weiblich, 80); „Wie gesagt es sind immer interessante Gäste“ (männlich, 29); „Es werden unterschiedliche Wissenschaftler eingeladen und um ihre Meinung gebeten“ (weiblich, 48)

³³ Beispiele: „Mir gefällt, wie die Show aufgebaut ist bei den „Science Busters“, sehr lustig, ist gut und taugt mir, weil ich neue Sachen erfahre, die ich vorher nicht wusste und wo ich mich gefragt habe, warum ist das so?“ (männlich, 29); „[...] weil ich gerne über neue Erkenntnisse informiert [werde]“ (männlich, 28); „um sich Wissen anzueignen und den neuesten Stand der Technik und Wissenschaft zu kennen.“ (männlich, 37)

³⁴ „Dass Leute aus unterschiedlichen Fachspezifika zusammengeführt werden und dann ein sachlicher Austausch stattfindet, das fehlt mir.“ (männlich, 35)

Aufbereitung insbesondere bei den jüngeren Befragten.³⁵ Im Bereich der Innovation wird ebenfalls vereinzelt Verbesserungsbedarf gesehen im Sinne eines größeren Augenmerks auf neue Trends und Entwicklungen etwa im Bereich Technik und Digitalisierung.³⁶

3.5.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Hinsichtlich des Leistungskriteriums Kompetenz und Innovation spielen in den offenen Antworten der Subgenres zwei Aspekte eine tragende Rolle – zum einen die handelnden Personen in den Sendungen, darunter fallen sowohl Studiogäste als auch Moderation und Journalistinnen und Journalisten. Zum anderen wird auch die technisch handwerkliche Kompetenz als wesentliche Stärke zum Thema gemacht:

Service- und Infosendungen haben hinsichtlich des Leistungskriteriums Kompetenz und Innovation aus Publikumssicht eine personenzentrierte Stärke. Die in den Sendungen auftretenden Expertinnen, Experten und Moderatorinnen, Moderatoren tragen dabei wesentlich zur Zufriedenheit des Publikums bei.

Ähnlich verhält es sich bei den **Bürgersendungen**, diese werden auch aufgrund der Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren als hilfreich betrachtet. Die Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren wird dabei an deren Einsatzbereitschaft sowie deren Ausdauer, an Themen und Problemen dran zu bleiben, gemessen und als besonders positiv hervorgehoben.

Die Stärke der **Dokumentationen** und insbesondere der Treiber der „Universum“-Sendungen sind deren technisch hochwertige Bild- und Aufnahmequalität. Die Sendungen werden aufgrund der innovativen Techniken und deren ästhetischen Gehalts von den Zuseherinnen und Zusehern besonders gelobt. Daneben werden auch der Unterhaltungswert sowie die angenehme Sprecher-Stimme als Stärken hervorgehoben.

In den **Wissenschaftssendungen** wird die gelungene Gestaltung der Sendungen hingegen verstärkt auf deren Unterhaltungswert zurückgeführt. Die gute Gestaltung der Sendungen besteht aus Publikumssicht aus der gelungenen Kombination aus unterhaltsamen und gleichzeitig interessanten Inhalten. Den Moderatorinnen und Moderatoren wird in diesem Zusammenhang positiv angerechnet, dass sie komplexe Inhalte verständlich und humorvoll präsentieren.

³⁵ „Kritik: „MERYNS sprechzimmer“ ist mir zu fad und sollte moderner und interessanter gestaltet werden, wirkt altbacken - spricht mich weniger an.“ (männlich, 29)

³⁶ „Ich vermisse [...] gesellschaftliche Phänomene was jüngere Dinge wie z.B. Internetsachen angeht [sollten] auch mehr berücksichtigt werden.“ (männlich, 24)

4. Qualitätswahrnehmung einzelner Subgenres

In den im Rahmen der Studie durchgeführten 300 telefonischen Interviews wurde den Befragten im Anschluss an den allgemeinen Fragebogenteil Gelegenheit gegeben, auf einzelne Subgenres im Detail einzugehen. Dabei wurden sie insbesondere danach gefragt, womit sie im Bereich dieses Subgenres besonders zufrieden sind und was auf der anderen Seite verbessert werden sollte. Je Subgenre wurden 50 Personen vertiefend befragt. Die Antworten auf diese Fragen wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und sind in den folgenden Abschnitten zusammenfassend dargestellt.

Dokumentationen prägen die Qualitätswahrnehmung

Die Auswertung über alle offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews hinweg zeigt: Dokumentationen prägen die Qualitätswahrnehmung des Programmbereichs Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe am stärksten. Dieses Subgenre wurde in etwa doppelt so häufig genannt wie die Subgenres Bürgersendungen sowie Sendungen zu Service und Lebenshilfe. Am seltensten bezogen sich die Befragten auf die Wissenschaftssendungen.

Dokumentationen verfügen daher über die höchste *memorability* im Programmbereich, wobei insbesondere die Leistungskriterien Vielfalt und Kompetenz mit diesem Subgenre verbunden werden.

4.1 Service- und Infosendungen

Das Subgenre der Service- und Infosendungen umfasst im ORF-Fernsehen ein breites Angebot, darunter Magazine wie „konkret“ und Gesundheitssendungen wie „bewusst gesund – Das Magazin“ oder „MERYNS sprechzimmer“. 50 Befragte wurden telefonisch vertiefend zu diesen ORF-Angeboten befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Lebensnahe Themenvielfalt mit nützlichen Tipps von kompetenten Expertinnen und Experten

Die Sendungen im Subgenre zeichnen sich aus Publikumssicht vor allem durch die **nützlichen Tipps** für die Zuseher/innen aus. Rund jede fünfte positive Nennung nimmt auf die Nützlichkeit der Sendungen Bezug.

Der Nutzen hängt für die Befragten zumeist mit der Alltagstauglichkeit zusammen. So wird beschrieben, dass die Tipps „[...] wirklich brauchbar im Alltag“ (weiblich, 55) sind, bzw. wird hervorgehoben, dass man „die Sachen auch im täglichen Leben anwenden“ (weiblich, 29) könne.³⁷

³⁷ Beispiele: „Allergie-Tipps im Frühjahr [sind] sehr nützlich“ (weiblich, 26); „Meryns Sprechstunde“: Medizinthemen, man kann persönlich anfragen und bekommt Antworten.“ (weiblich, 38)

Hinsichtlich der konkreten Beiträge und Informationen, die für die Befragten besonders nützlich sind, werden zuvorderst gesundheitliche Themen³⁸ und Sendungen genannt, v. a. „Bewusst gesund“ und „MERYNS sprechzimmer“. Die Sendung „konkret“ wird insbesondere bezüglich der Verbrauchertipps³⁹ positiv hervorgehoben.

Ein weiterer Treiber für die Zufriedenheit des Publikums sind die **kompetenten Studiogäste und Expertinnen und Experten**. Diese werden allgemein als *gut, kompetent* („sie kennen sich aus, sie wissen über was sie reden“ (männlich, 42)) und *interessant* wahrgenommen. Für einige Befragte ist es darüber hinaus ein positiver Mehrwert, dass die Gäste zur Meinungsvielfalt in den Sendungen beitragen.

Sind kompetente Personen, die ihre Meinung sagen, sind ja Experten [da] sollte man meinen, dass es passt. [Es ist] vielfältig genug. (männlich, 60)

Immer viele verschiedene Gäste mit verschiedenen Meinungen und man kann sich leichter eine eigene Meinung bilden. (weiblich, 39)

Die Nachfrage der Interviewer/innen nach der Vielfalt der geladenen Studiogäste⁴⁰ in den ORF-Sendungen wird von den Befragten zumeist mit „ausreichend“ bzw. „genug“ beantwortet. Einerseits besteht hier also keine Unzufriedenheit, andererseits wird die gebotene Vielfalt der Studiogäste auch nicht als besonders begeisternd erlebt.

Eine weitere Stärke der ORF-Service- und Infosendungen ist aus Publikumssicht die **Vielfältigkeit der Themen**. Die positiven Zuschreibungen *vielfältig* und *abwechslungsreich* werden von den Befragten vor allem auf die Themen und Inhalte der Sendungen bezogen. Als positiv wird beispielsweise beschrieben, dass „[es] zu vielen Themen eine jeweilige Sendung gibt, zu jedem Bereich etwas, sehr vielfältig“ (weiblich, 39).

Des Weiteren werden in den offenen Antworten zum vorliegenden Subgenre zwei Aspekte des Qualitätsmerkmals Bürgernähe als Stärke der Sendungen angesprochen. Erstens werden die Sendungen als **lebensnahe, authentisch und bürgernahe**⁴¹ beschrieben. Als besonders positiv wird dabei wahrgenommen, wenn „Probleme angesprochen [werden], die einen selber beschäftigen [...]“ (weiblich, 60). Zweitens wird der Aspekt der **Verständlichkeit**⁴² als Stärke erwähnt. Beide Aspekte stehen für die Befragten oft in einem Zusammenhang mit der Nützlichkeit.

³⁸ „Meryn: leichte Tipps, die man auch umsetzen kann: gesund bleiben mit Kräutertees [ist] praxisnah.“ (weiblich, 38)

³⁹ „Es ist einfach für das tägliche Leben auch was dabei, z. B. bei ‚konkret‘ wird der Konsument aufgeklärt, wo er aufpassen muss und welche Fallen gestellt werden.“ (weiblich, 31)

⁴⁰ Frage im Wortlaut: „Aus Ihrer Sicht: Was sagen Sie bei diesen Sendungen zur Vielfalt der Studiogäste, Expertinnen und Experten, die darin vorkommen?“

⁴¹ „Dass es so lebensnah ist, aus dem Alltag gegriffen“ (weiblich, 34)

⁴² Beispiele: „Dr. Meryn, dass er so erklärt, dass ich es verstehe“ (weiblich, 60); [Es ist] relativ verständlich, ‚Bewusst gesund‘. Meryn [ist] auch für Volleppen verständlich (weiblich, 38)

„Bewusst gesund“ ist sehr informativ, weniger angstmachend und wirklich brauchbar im Alltag, interessante Themen, die jeden betreffen können, und nicht zu langatmig. (weiblich, 55)

Umfangreiche Informationen und man fühlt sich verstanden nach der Reportage und [man] versteht den Inhalt. (weiblich, 39)

Weitere Aspekte, die seltener von den Befragten in den offenen Antworten thematisiert werden, sind:

- das *informative Angebot*, welches insbesondere auch neue und zusätzliche Informationen bietet: „Interessante Studiogäste erzählen Dinge, die man sonst nicht erfährt“ (weiblich, 74).
- das Thema *Konsumentenschutz*⁴³, welcher für einen Teil der Befragten einen besonderen Mehrwert darstellt.
- die *Aktualität*⁴⁴ der Sendungen: Einige Befragte heben speziell hervor, dass aktuelle Themen behandelt werden sowie, dass sie das Gefühl haben, es wird ein „guter Überblick über Themen, die gerade relevant“ (männlich, 20) sind, geboten.

Kritik und Verbesserungsvorschläge werden im Vergleich zu den Stärken deutlich seltener eingebracht. Die eingebrachten Wünsche betreffen hauptsächlich zwei Punkte:

- Im Bereich der **Expertinnen, Experten und Studiogäste** werden mehr und eine vielfältigere Auswahl gewünscht, zumeist hinsichtlich einer ausgewogeneren Meinungsvielfalt⁴⁵. Vereinzelt wird die Kompetenz⁴⁶ der ausgewählten Studiogäste angezweifelt.

Hinsichtlich der **Themenauswahl** werden von den Befragten meist spezifische Wünsche geäußert. Dies betrifft sowohl Inhalte und Themen zur Gesundheit als auch Themen zu Konsumenteninformation und Recht. So wünscht sich ein Befragter beispielsweise „mehr Berichte über Banken“ (männlich, 80), zwei weitere möchten im Bereich der Gesundheit mehr Berichte über chronische Erkrankungen und Ernährung (weiblich, 48) oder Homoöpathie (weiblich, 43) sehen.

⁴³ „konkret‘: täglich neue Themen von Konsumentenschutz angefangen bis Produkttests, [es ist eine] sehr informative Sendung.“ (männlich, 39)

⁴⁴ „[Es] sind immer aktuelle Themen, die kommen. [Sie sind] immer auf dem neuesten Wissensstand und [sie] motivieren auch.“ (weiblich, 47)

⁴⁵ „Könnte in die Richtung verbessert werden, mehrere Seiten zu beleuchten, auch Experten haben verschiedene Meinungen“ (weiblich, 40) „Man kennt die Experten schon, neue wären gut“ (weiblich, 40)

⁴⁶ „Das Wort Experten ist für mich zu hinterfragen, [es sind] Experten mit wenig Erfahrung.“ (männlich, 70)

4.2 Bürgersendungen

Im Zentrum der Bewertung des Subgenres steht aus Publikumssicht die Sendung „Bürgeranwalt“, diese wird am häufigsten auch explizit in den Antworten erwähnt. 50 Seher/innen wurden zu diesem Subgenre telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Konkrete Hilfestellung und mediale Plattform für Bürger/innen mit kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren

Hinsichtlich der Bürgersendungen besteht unter den Befragten sowohl eine hohe Zufriedenheit als auch Konsens über deren Stärken: die konkrete Hilfestellung, die sowohl für Betroffene als auch für die Zuseherinnen und Zuseher einen Mehrwert bietet, der ORF als mediale Plattform für Anliegen der Bürgerinnen und Bürger im Kampf um ihre Rechte, sowie die Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren, die diese Sendungen durch ihre Einsatzbereitschaft bereichern.

Die am häufigsten genannte Stärke der Bürgersendungen ist die **konkrete Hilfestellung** für die Betroffenen. Diesbezüglich werden von den Zuseherinnen und Zusehern drei Aspekte besonders positiv hervorgehoben:

- erstens, dass den Betroffenen kompetent und lösungsorientiert geholfen wird. Es besteht der Eindruck, „die Fälle werden wirklich gut behandelt“ (weiblich, 73) und dass der ORF „bei kniffligen Themen sich die Mühe gibt, eine akzeptable Lösung für alle Seiten zu finden“ (männlich, 41) – gerade wenn sonst keine Hilfe mehr in Sicht ist.⁴⁷
- Zweitens wird die Beharrlichkeit⁴⁸ positiv erlebt: Man bleibe „an den Themen dran“ (männlich, 45). Die Darstellung der Fälle vom anfänglichen Problem bis hin zur tatsächlichen Lösung trägt wesentlich zu dieser wahrgenommenen Qualität bei.⁴⁹
- Drittens thematisieren Befragte auch einen *persönlichen Mehrwert*, etwa wenn Themen besprochen werden, die die Befragten selbst betreffen könnten, und sie dabei auch Lösungen präsentiert bekommen. Dieser Aspekt trägt auch dazu bei, dass die Sendungen als besonders *bürger-* bzw. *alltagsnahe* beschrieben werden:

[Mir gefällt], dass da wirklich Fälle gezeigt werden, die jeden betreffen können und man sieht, welche Möglichkeiten man da hat. (männlich, 58)

⁴⁷ „Wenn auf Gerichten nichts mehr geht, ist das die letzte Instanz, wo auch kompetent geholfen wird. [Es] könnte mehr dieser Sendungen geben.“ (weiblich 69)

⁴⁸ „Resetarits bzw. Redaktion der Sendung nimmt sich gewissen Themen an, bleibt dran, Beharrlichkeit in seinem Tun.“ (männlich, 54)

⁴⁹ „Fakten sehr gut aufgearbeitet, dass sich für Personen sehr eingesetzt wird. Im Nachhinein wird präsentiert, was passiert ist. [Es ist ein] guter Zusammenhang was von Anfang bis Ende passiert.“ (männlich, 57)

Man lernt irrsinnig viel, Sachen, die einen selbst betreffen, man kann sich Anregungen holen und was mitnehmen aus der Sendung. (weiblich, 40)

[Es ist gut], dass man aus dem Alltag und direkt aus dem Geschehen informiert wird und [man] sieht, was andere Leute beschäftigt, stört oder betrifft und man das dann auch mit einem selbst vergleichen kann. (weiblich 71)

Ein zweites Stärkefeld der Bürgersendungen liegt im moralischen Einsatz auf der „Seite der Schwachen“ (männlich, 41), der Einsatz für „die kleinen Leute“ (weiblich, 37). Der ORF biete eine hilfreiche **mediale Plattform für die Betroffenen**. Dies umfasst aus Sicht der Befragten auch die Aufgabe, investigativ Missstände aufzudecken und medial publik zu machen.

Ist einfach eine Plattform, wenn man mit einem Thema nicht weiterkommt, dass man auf einer anderen Ebene einen Ausweg findet, einen guten Lösungsansatz hat. (männlich, 58)

Wenn den Leuten geholfen wird, die sich allein nicht wehren können, und mithilfe des ORF geht es leichter. (weiblich, 79)

Ganz tolle Sendung, [es besteht eine] gewisse Unabhängigkeit, [die] Leute haben die Möglichkeit, das öffentlich zu machen. (männlich, 61)

Schließlich leisten auch die **kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren** einen Beitrag zur Zufriedenheit des befragten Publikums,⁵⁰ etwa aufgrund der Neutralität, Sachlichkeit und „Souveränität“ („der Moderator ist perfekt, souverän, sachlich⁵¹ und sympathisch.“ (weiblich, 81)).

Verbesserungsvorschläge und Wünsche werden in den offenen Antworten kaum thematisiert, 18 diesbezüglich codierte Textstellen lassen sich auf drei Aspekte zusammenfassen:

- Die Sendungen werden von manchem Befragten als *nicht hilfreich genug*⁵² gesehen; die in den Sendungen aufgearbeiteten Probleme als *nicht praxisnahe* beschrieben.
- Weitere Nennungen erleben die Themen als zu *einseitig*⁵³ dargestellt, zumeist mit zu starkem Fokus auf die betroffene Partei.

⁵⁰ Beispiele: „Der Moderator ist super.“ (männlich, 78); „Der Resetarits macht das super, ich bin Fan.“ (männlich, 62); „Resetarits ist sehr gut, die Volksanwälte gefallen mir auch sehr gut.“ (weiblich, 80)

⁵¹ „[Mir gefällt] die ruhige, sachliche Art und Weise, [es wird] von beiden Seiten beleuchtet, man kann gut folgen.“ (weiblich 36)

⁵² „Aus eigener Erfahrung bietet der Bürgeranwalt leider keine wirkliche Hilfe, Man sollte] den Bürgeranwalt objektiv testen und seinen Einfluss überprüfen“ (weiblich, 32); „Ergebnisse [sind] einseitig, nicht zufriedenstellend, oft wird dem Kläger nicht geholfen.“ (weiblich, 81)

⁵³ „Dazu müsste man wissen, wie das wirklich ist, beide Seiten wirklich hören, um sich ein Urteil bilden zu können.“ (weiblich, 72)

- Drei Befragte erleben die vorgestellten Probleme und Themen schließlich als *zu banal bzw. lächerlich*⁵⁴.

4.3 Dokumentationen

Das Subgenre der Dokumentationen umfasst neben den bekannten Universum-Sendungen und der „Dok 1“-Schiene auch Regionaldokumentationen sowie Dokumentationen auf ORF III Kultur und Information. Zu diesem Subgenre wurden 50 Personen telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Vielfältige und interessante Themen technisch hochwertig aufbereitet, mit angenehmen Kommentatorinnen und Kommentatoren

Hinsichtlich der expliziten Nennung bestimmter Sendungen zeigen sich in der Auswertung der offenen Antworten die „Universum“-Sendungen als besonders stark in der Publikumswahrnehmung verankert. Seltener nehmen die Befragten auch auf „Dok1“, „Menschen & Mächte“ oder „Wilde Reise mit Erich Pröll“ Bezug.

Häufig als Stärke genannt wird die **technisch hochwertige Aufbereitung**, insbesondere die gute Bild- und Aufnahmetechnik etwa von „Universum“. Die Bildqualität sowie die innovativen Aufnahmen werden konkret mit Eigenschaften wie *gewaltig*, *wunderschön* und *gut aufbereitet* beschrieben.

„Universum“ z. B.: die Bildqualität, wunderschöne Dokus, [die] bringen die Welt auf unbeschreiblich schöne Weise nahe. (weiblich, 32)

„Universum“ ist natürlich von den Aufnahmen her gewaltig, absolut spitze. (männlich, 56)

Bei „Universum“ ist es beeindruckend mit welchen technischen Sachen die arbeiten und die Musik im Hintergrund ist gut dazu, da enttäuscht mich selten etwas. (weiblich, 39)

Als weitere Stärke werden die **vielfältigen und interessanten Themen** der ORF-Dokumentationen erlebt. Geschichtlich-politisch Interessierte⁵⁵ beziehen sich dabei vor allem auf die Formate „Dok 1“, „Menschen & Mächte“, „zeit.geschichte“ oder „Universum History“. Naturinteressierte⁵⁶ begeistern sich vor allem für die „Universum“-

⁵⁴ „Schon manchmal lustig, manches lächerlich, bessere Auswahl, z.B. 5 Jahre wegen Grundstücksgrenze kämpfen, wegen [einer] Lappalie zuhören?“ (männlich, 39)

⁵⁵ „...weil ich z.B. ‚Dok 1‘ regelmäßig schaue und da sind super Themen, die mich sehr interessieren und wo es wichtig ist, dass die Leute etwas darüber erfahren, [das sind] innovative und gesellschaftlich wichtige Themen.“ (weiblich, 28)

⁵⁶ „[Ich mag bei] ‚Universum‘ [die] Themen, Natur, Tiere, man lernt sehr viel über Flora und Fauna. (männlich 23); ‚Universum‘: schaue gerne [wegen der] Tiere und [der] Natur an.“ (weiblich, 70)

Sendungen. Beide Gruppen erleben das Themenangebot als *vielfältig und abwechslungsreich*.

Es werden sehr abwechslungsreiche Themen behandelt, allgemein aber auch in die Tiefe, geschichtlich und naturwissenschaftlich. (männlich, 32)

Weitere positive Nennungen nehmen auf die gute Arbeit der Moderatorinnen, Moderatoren, Journalistinnen und Journalisten Bezug, darunter auf die **angenehme Kommentierung**.

„Universum“ war immer schon speziell, angenehmer Sprecher, tolle Bilder und Themen. (weiblich, 51)

Die Aufnahmen sind wahnsinnig gut, erstaunliche Bilder in „Universum“, Sprecher sind auch gut (männlich, 31)

Vereinzelt werden die Dokumentationsangebote außerdem als *informativ, lehrreich, gut verständlich*⁵⁷ und *mit guter Hintergrund-Recherche*⁵⁸ beschrieben. Fünf Befragte empfinden die Dokumentationen außerdem als *unterhaltsam*.

Verbesserungsvorschläge und Wünsche beziehen sich neben sehr spezifischen individuellen Anliegen auf folgende zwei Aspekte:

- Sieben Befragten wünschen sich ein **noch breiteres Angebot**, ein Befragter erlebt die Angebote als zu „naturlastig“ (männlich, 24), zwei die Themen als „zu abgedroschen“ bzw. als „zu klassisch“ (weiblich, 27).
- Vier Befragte erleben die **Sendezeiten** als nicht passend.

Das „Menschen & Mächte“ hat einen so späten Sendeplatz, dass ich es mir leider oft nicht anschauen kann. [Die] Sendeplätze sind oft zu spät, dafür ist am Samstag- und Sonntagnachmittag oft gar nichts Interessantes. (weiblich, 39)

Eine größere Vielfalt, die Themen, die für mich interessant sind, werden erst in der Nacht gezeigt. (männlich, 36)

4.4 Wissenschaftssendungen

Unter das Subgenre Wissenschaftssendungen fallen neben „Newton“ die Sendungen „Science Busters“ sowie „Quantensprung“ auf ORF III – Kultur und Information. Zu den Wissenschaftssendungen wurden 50 Befragte telefonisch vertiefend befragt.

⁵⁷ „Da ist es eher vielfältig, [es ist] für jeden was dabei, [die Sendungen] haben [teilweise einen] sehr hohen Informationswert und wissenschaftlichen Wert.“ (weiblich, 50)“; [Mir gefällt], dass sie sehr leicht verständlich und trotzdem unterhaltsam [sind].“ (weiblich, 60)

⁵⁸ „‘Universum‘ schaue ich, [es ist] bildlich schön eingefangen, die Hintergründe werden gut erklärt [und] der Sprecher ist sehr angenehm.“ (weiblich, 28)

Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Zuseher/Innen zusammen.

Interessante Inhalte der Wissenschaft unterhaltsam und verständlich für alle aufbereitet

Wissenschaft lebt von interessanten Inhalten und neuen Erkenntnissen. Auffällig bei der Analyse der offenen Antworten ist allerdings, dass die Befragten häufig auf die **unterhaltsame und humorvolle Präsentation** als eine Stärke der ORF-Sendungen eingehen. Insbesondere die Sendung „Science Busters“ sticht diesbezüglich in der Publikumswahrnehmung heraus („unterhaltsam“, „Humor(voll)“, „lustig“):

Der Unterhaltungscharakter in Kombination mit dem vermittelten Wissen ist sehr gut. Die „Science Busters“ mag ich am liebsten. (männlich, 50)

...weil es unterhaltsam ist und irgendwie trotzdem lehrreich, auch wenn man nur aus Langeweile schaut. (weiblich, 19)

Neben dem Unterhaltungswert wird als weitere Stärke die **verständliche Aufbereitung** der Inhalte hervorgehoben – auch im Sinne einer breiten Zielgruppenansprache bzw. Zugänglichkeit für ein möglichst breites Publikum. Das heißt, dass wissenschaftliche Inhalte für die „Allgemeinbevölkerung“⁵⁹ verständlich gemacht werden sowie „komplizierte Sachen für jedermann verständlich“ (weiblich 72).

„Science Busters“: Wissen wird auch für Laien auf verständliche Art vermittelt, [es ist] nicht all zu trocken, sondern mit Humor. (männlich, 54)

Einfache und verständliche Weise, auf die wissenschaftliche Inhalte unterhaltsam nähergebracht werden und das verstärkt [...] gefühlt das Interesse daran. (weiblich, 27)

In der Bewertung des Publikums werden die Eigenschaften unterhaltsam und verständlich für alle häufig gerade in Kombination als wesentliche Stärke der Gestaltung der Sendung gesehen und in diesem Zusammenhang die Gestaltung insgesamt⁶⁰ als gut gelungen bewertet.

Schließlich wird das untersuchte Subgenre als **inhaltlich interessant** beschrieben:

Es trifft immer wieder meinen Geschmack und das finde ich sehr interessant und wissenswert. (männlich, 26)

Das Wissenschaftliche, die Themen, die Physik ist einfach interessant und man erfährt neue Sachen. [Mir] ist wichtig, dass es nicht nur lustig ist, sondern man sich dabei auch weiterbilden kann, [es] soll so bleiben. (weiblich, 28)

⁵⁹ „[Mir gefällt], dass es lustig und verständlich aufbereitet ist. Auch für die Allgemeinbevölkerung [wird] Wissenschaft zugänglich aufbereitet, die ‚Science Busters‘ mag ich besonders.“ (weiblich, 28)

⁶⁰ „Gut aufbereitet: die Art und Weise, wie es den Leuten humorvoll gezeigt wird, [es ist] leicht verständlich.“ (männlich, 61); „Der Aufbau, der Gesamteindruck, man fühlt sich ein bisschen klüger.“ (weiblich 44)

[Mir gefällt], dass das ganze Sendungsformat ziemlich interessant aufgearbeitet ist. (männlich, 36)

Weitere Stärken, die vergleichsweise seltener genannt werden, beschreiben die Wissenschaftssendungen als *informativ, lehrreich und vielfältig*⁶¹. Außerdem wird die *Kompetenz der Moderatorinnen, Moderatoren, Journalistinnen und Journalisten*⁶² von einem Teil der Befragten hervorgehoben.

Die Nachfrage der Interviewer/innen nach der Glaubwürdigkeit der Wissenschaftsberichterstattung⁶³ in den ORF-Sendungen wird von den Befragten zumeist als „gut“ oder „passend“ beantwortet. Spezifische Quellen und Kriterien der Glaubwürdigkeit werden dabei nur von wenigen Befragten weiter reflektiert, es dominiert die allgemeine Zuschreibung der Glaubwürdigkeit an den ORF.⁶⁴

Verbesserungsvorschläge, Wünsche oder auch kritische Äußerungen stellen im Vergleich mit den häufigen positiven Kommentaren einen marginalen Anteil dar. Der häufigste Kritikpunkt bezieht sich darauf, dass die Sendungen bzw. Beiträge als „zu kurz“⁶⁵ erachtet werden. Weitere Einzelnennungen sind:

- Drei Befragte stehen der *unterhaltsamen Darbringung* von Wissenschaft kritisch gegenüber, für diese kommt der wissenschaftliche Fokus zu kurz, beispielsweise meint ein Befragter: „[Ich] finde ‚Science Busters‘ ist unlustig, für mich muss das nicht lustig sein, [sondern] seriös aufbereitet“. (männlich, 25)
- Weitere Nennungen wünschen eine *detailreichere und mehr in die Tiefe*⁶⁶ gehende Berichterstattung.
- Drei Befragte meinen, es solle „mehr Vielfalt in den Themen“ (männlich, 57) beziehungsweise ein „breiteres Spektrum“ (weiblich, 40) geben.

⁶¹ „[...] weil es eine große Sparte angeht, ein großes Spektrum von Weltall bis woanders hin [abdeckt]. Interessiert mich und gefällt mir besser als die ‚Science Busters‘.“ (männlich, 62)

⁶² „Das Sprecherteam ist gut, tatsächlich Wissenschaftler, die sich auskennen und eine Ahnung haben“ (männlich, 36)

⁶³ Frage im Wortlaut: „Wie erleben Sie die Glaubwürdigkeit der Wissenschaftsberichterstattung im ORF-Fernsehen?“

⁶⁴ Drei Befragte beziehen die Glaubwürdigkeit dabei auf die Journalistinnen und Journalisten bzw. auf die „Art der Präsentation“. Zwei andere Befragte auf die Vielfalt der wissenschaftlichen Meinungen – einerseits im Bereich der Studiogäste und andererseits bezüglich der kritischen Auseinandersetzung im Allgemeinen.

⁶⁵ „Themenauswahl, Tiefe der Recherche, Moderation, Aufbereitung, [es ist] oft zu kurz leider.“ (männlich, 57)

⁶⁶ „Sind oft zu überzeichnet und zu übertrieben, bei ‚Newton‘ sind die Beiträge zu kurz gehen nicht genug in die Tiefe.“ (weiblich, 29)

5. Abschließender Befund der Evaluation

Mit dem Qualitätsprofil Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe hat der ORF ein differenziertes SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der Leistungskriterien *Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, Globale Perspektive und Föderalismus, Kompetenz und Innovation* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Diese allgemeinen sowie genrespezifischen Auftragswerte dienen als Leitlinien für die Subgenres der Service- und Infosendungen, Dokumentationen, Bürgersendungen sowie Wissenschaftssendungen. Zugleich soll die Erfüllung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Angebote für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil 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 – auch im Vergleich mit kommerziellen Anbietern – aus Publikumssicht erfüllt wird.

Als abschließender Befund kann zusammenfassend festgehalten werden:

1. Evaluation im Soll:

Das ORF-Qualitätsprofil wird vom Publikum verstanden und als maßgeblich für ein hochwertiges öffentlich-rechtliches Programm angesehen. Die standardisierte empirische Abfrage zeigt eine hohe Legitimität der einzelnen Auftragswerte mit Zustimmungsraten in der Top-2-Box je nach Item zwischen 66 und 96 Prozent. Das vom ORF definierte Anforderungsprofil entspricht also in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums, d. h., es wird vom Publikum als Leitlinie für die Schaffung von Public Value durch den ORF bestätigt.

2. Evaluation im Ist:

Als zweiter Teil der vorliegenden Evaluationsstudie 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 sehr hohe Zustimmung im befragten Publikum: Je nach Item gaben zwischen 64 und 91 Prozent der Befragten an, dass der jeweilige Auftragswert durch die ORF-TV-Angebote im Programmbereich erfüllt bzw. sehr gut erfüllt wird.

3. Evaluation im Sendervergleich:

Schließlich wurde als drittes Element der Evaluation die Bewertung des ORF-Angebots im Vergleich zu anderen Sendern untersucht. Hier belegt die standardisierte empirische Abfrage eine hohe Imagestärke des ORF in allen Leistungskriterien mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 38 und 78 Prozent.