



ORF Publikumsratsstudie 2020

Anforderungen und Erwartungen
an non-fiktionale Unterhaltung im ORF Fernsehen

Psyma Team:

Thomas Kolbeck, Nadine Steinbinder, Katrin Lehnen
Psyma Research+Consulting GmbH

Inhaltsverzeichnis

Methodische Durchführung	3
Management Summary	6
Das Verständnis von Unterhaltung im Fernsehen	10
Non-fiktionale Unterhaltungsgenres	13
Wahrnehmung des non-fiktionalen Unterhaltungsangebotes der TV-Sender	30
Status-Quo: Der ORF als Unterhaltungslieferant	35



Methodische Durchführung

Methodische Durchführung – Überblick



UNTERSUCHUNGSZIELE

Tiefes Verständnis für die Zielgruppe bezüglich der Wahrnehmung des non-fiktionalen Unterhaltungsangebotes im Fernsehen

- Generelle Auffassung von non-fiktionaler Unterhaltung im TV sowie Erwartungen an das non-fiktionale Unterhaltungsprogramm
- Senderkompetenzen in Bezug auf verschiedene Unterhaltungsgenres
- Wahrnehmung und Weiterentwicklungspotenzial des Unterhaltungsangebotes im ORF Fernsehen



BEFRAGUNGSART UND ZIELGRUPPE

Methodenmix aus qualitativer und quantitativer Befragung

Step 1: Qualitative Online-Videogruppendifkussionen

- 4 Online-Diskussionen via Zoom am 21. und 22.09.2020 mit einer Dauer von je 2 Stunden
- N= 37 Frauen und Männer im Alter von 18-60 Jahren (getrennt nach Jüngeren 18-39 Jahre und Älteren 40-60 Jahre)
- Mix aus Stadt- und Land-Bevölkerung und Verteilung über alle Bundesländer sowie Mix bzgl. Bildungsniveau und Berufsstatus
- Affinität zu Unterhaltungssendungen im Fernsehen sowie diversen non-fiktionalen Unterhaltungsgenres und Mindestaffinität zum ORF

Step 2: Quantitative Erhebung

- N= 1000 Fälle (Hybrid-Stichprobe: n=250 CATI-Befragungen, n=750 CAWI-Befragungen) – Feldzeit: 9.-27.11.2020
- Repräsentativ für die österreichische Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
- Fragebogenlänge ca. 15 Minuten mit 4 offenen Fragen

Vorbemerkung:

Der nachfolgende Bericht fasst die Ergebnisse beider Studienteile zusammen.

Lesehilfe für die einfache Zuordnung



= Ergebnisse aus den Online- Videogruppendifkussionen



= Ergebnisse der repräsentativen Befragung

Management Summary

Management Summary | 1

Verständnis von und Erwartungen an Unterhaltung im TV generell (ohne Vorgabe non-fiktional)

Unterhaltung wird von den Zuschauer/innen in nahezu allen Genres, mit Ausnahme von klassischen News-Formaten, gefordert. Shows, Quizsendungen, Kabarett/Comedy/Satire und Live-Sport werden im non-fiktionalen Bereich am häufigsten mit Unterhaltung assoziiert. Serien und Filme spielen v. a. bei jüngeren Zielgruppen die zentrale Rolle, um ihr Unterhaltungsbedürfnis im TV zu decken.

Gute Unterhaltungssendungen müssen zugleich entspannen und aktivieren. Man will einerseits abschalten können, sich berieseln lassen und lachen, andererseits etwas mitnehmen können, mitfiebern und Spannung erleben. „Aktive Entspannung“ ist das, was gefragt ist.

Beliebtheit einzelner Genres in der non-fiktionalen Unterhaltung

Sehr großes Interesse an Comedy/Satire/Kabarett, Quizshows/Ratesendungen sowie Unterhaltungsshow. Weitere Genres polarisieren bzw. sind in spitzeren Zielgruppen beliebt.

- Schlager- und Musiksendungen sowie volkstümliche Sendungen/Volksmusik: erfreuen sich in der Zielgruppe ab 50 Jahren größerer Beliebtheit, spielen bei jüngeren Zuschauer/innen eine geringe Rolle.
- Reality-/Casting-/Talente-Shows: Interesse in der Zielgruppe der 16- bis 29-Jährigen am größten, bei Zuschauer/innen über 50 Jahren recht gering. Sind bei Frauen etwas beliebter als bei Männern.
- Talkshows: Haben in allen Altersgruppen ihre Fans aber auch ihre Ablehner, stehen bei Frauen und Älteren (50+) leicht höher im Kurs.
- Lifestyle/Society/Klatsch & Tratsch/Promis: Für Frauen deutlich relevanter und hier v. a. bei Zuschauerinnen bis 50 Jahre.

Management Summary | 2

Rezeption von non-fiktionalen Unterhaltungsformaten: Linear versus Online

Lineare und non-lineare Nutzung haben aus Sicht der Zuschauer/innen unterschiedliche Vorzüge. Will man sich aktiv mit dem schier unbegrenzten Online-Bewegtbildangebot auseinandersetzen und eine bewusste Entscheidung treffen was man jetzt sehen will, dann ist die non-lineare Nutzung ideal. Nicht immer hat man dazu Zeit, Lust und Energie, dann greift man gerne auf das kuratierte TV-Programm zurück.

Die Mehrheit der Befragten (63 Prozent) schaut non-fiktionale Unterhaltungsformate weiterhin ausschließlich linear. Allerdings gibt es starke Unterschiede in den Altersgruppen: So liegt der Anteil der rein linearen Nutzung bei den 16- bis 29-Jährigen bei 31 Prozent, hier nutzt die klare Mehrheit non-fiktionale Unterhaltungsformate (auch) online.

Auch wenn aktuell noch nicht alle non-fiktionale Unterhaltungsformate zeitversetzt nutzen, ist die Möglichkeit der Online-Rezeption v. a. für Zuschauer/innen unter 50 Jahren selbstverständlich und in der Zielgruppe unter 30 ein klares Muss.

Relevanz von Social Media bei non-fiktionalen Unterhaltungssendungen im TV

Social-Media-Anbindung sowie das Mitstimmen können bei Sendungen ist den jüngeren Zuschauer/innen wichtiger, spielt aber auch hier keine zentrale Rolle. Hier kommt es sicher stark auf das jeweilige Format an.

Management Summary | 3

Besonders wichtige Eigenschaften bei non-fiktionalen Unterhaltungssendungen aus Sicht der Zuschauer/innen

Niveau, hoher Spaßfaktor und respektvoller Umgang mit Gästen sind für die Zuschauer/innen bei non-fiktionalen TV-Formaten von größter Bedeutung. Ansprechende Gestaltung, Spannung, etwas für sich aus der Sendung mitnehmen können sowie interessante Gäste werden von vielen ebenfalls gewünscht.

Zufriedenheit der Zuschauer/innen mit der non-fiktionalen Unterhaltung im ORF

In der Zufriedenheit mit dem non-fiktionalen Unterhaltungsangebot lassen sich auf der Basis aller Befragter nur geringe Unterschiede zwischen den Sendergruppen erkennen.

Innerhalb einzelner Genres erhalten die ORF-Angebote aus den Bereichen Comedy/Satire/Kabarett und Quizshows/Ratesendungen die positivsten Urteile. Erstere bei allen Altersgruppen, letztere stärker bei älteren Zuschauer/innen ab 50 Jahren.

Wünsche für die Zukunft der non-fiktionalen Unterhaltung im ORF

Der größte Bedarf wird in allen Zielgruppen im Genre Comedy/Satire/Kabarett gesehen. Auch mehr Unterhaltungsshow und Quizshows/Ratesendungen stehen bei der Mehrheit der Zuschauer/innen auf dem Wunschzettel.

Als entscheidende Voraussetzungen für ein noch attraktiveres Angebot werden mehr Abwechslung, mehr Neuigkeitswert und mehr „Österreich im Hier und Jetzt“, also ohne zu sehr auf Klischees zu bauen, gesehen.

Das Verständnis von Unterhaltung im Fernsehen

Spontane Assoziationen zum Thema „Unterhaltung im Fernsehen“



Das Assoziationsspektrum zu TV-Unterhaltung umfasst Genres ebenso wie konkrete Formate und Köpfe.

Live Sport

Quiz Kochsendungen Kabarett
Serien Dokumentationen
Reportagen Shows Krimis Casting
Gameshow Filme

Willkommen Österreich

Big Brother Millionenshow

Dancing Stars Wer wird Millionär

Joko & Klaas

Peter Alexander Günter Jauch Stefan Raab

H.-J. Kulenkampff Grisseemann & Stermann

Mirjam Weichselbraun Armin Assinger



Unterschiedliche Dimensionen spielen dabei eine Rolle.

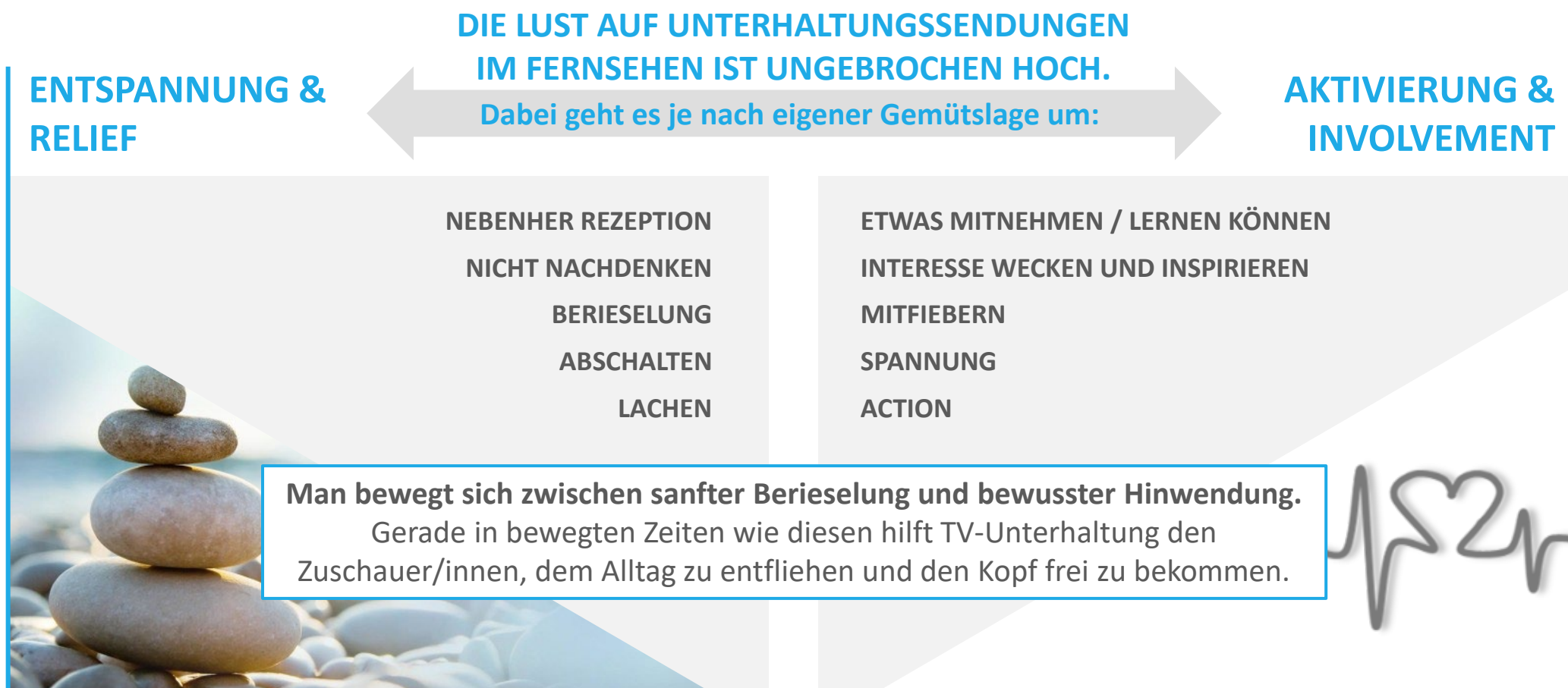
Breites Angebot an Unterhaltungsgenres

- Bis auf die klassischen Nachrichten, die klar als Informationssendung definiert werden, kann nahezu jede Sendungsart ein gewisses Maß an Unterhaltung bieten.
- Gerade bei Jüngeren spielen fiktionale Genres eine zentrale Rolle bei der Befriedigung von Unterhaltungsbedürfnissen.

Auch markante Köpfe prägen das Unterhaltungsimage

- V.a. im non-fiktionalen Bereich tragen Moderator/innen, Hosts oder Jury-Mitglieder maßgeblich zum Unterhaltungswert bei.

Anforderung an Unterhaltung im Fernsehen

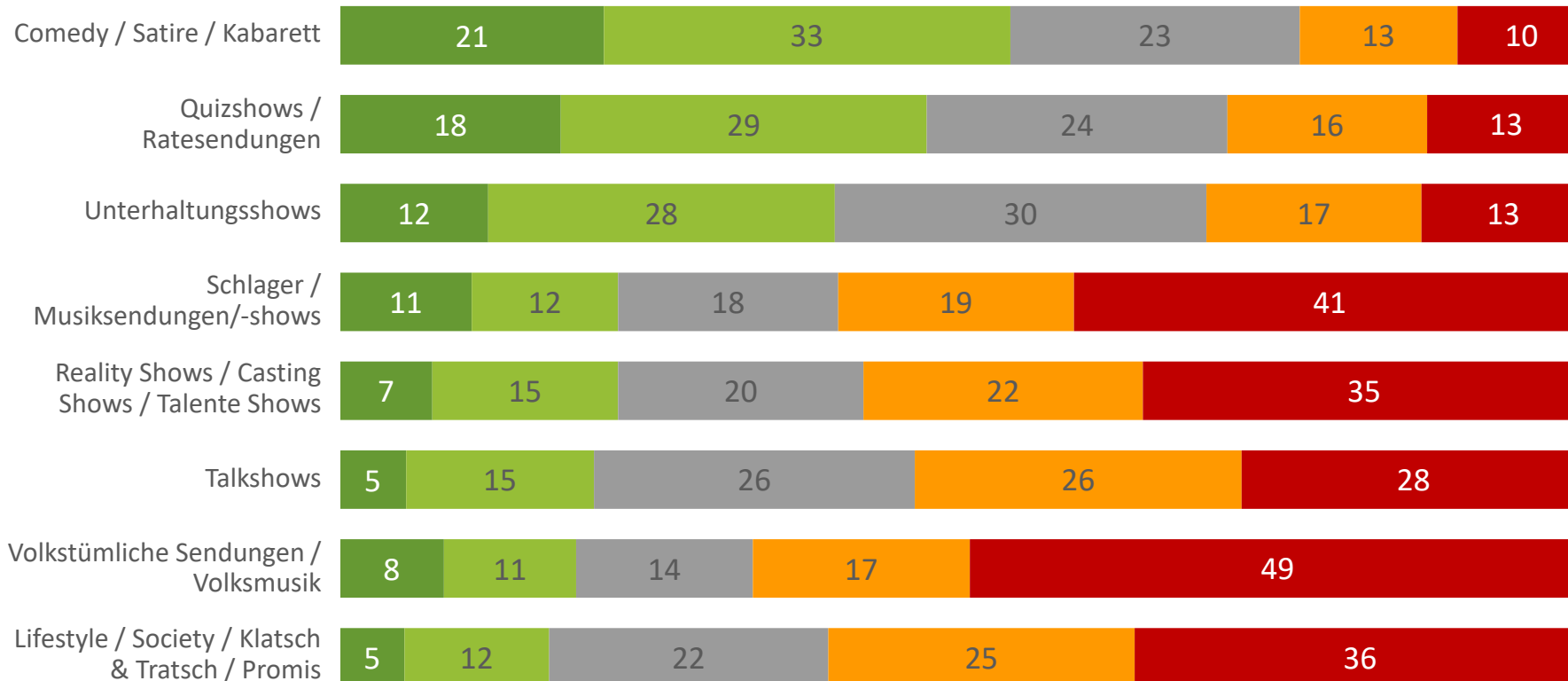


Non-fiktionale Unterhaltungsgenres

Beliebtheit non-fiktionaler Unterhaltungsgenres (linear und non-linear)



■ 1 = sehr gerne ■ 2 = gerne ■ 3 = teils-teils ■ 4 = weniger gerne ■ 5 = gar nicht gerne



Top2 Box	Mittelwerte
54	2,6
47	2,8
40	2,9
22	3,7
22	3,6
20	3,6
19	3,9
17	3,8

Rundungsunterschiede aufgrund von Kommastellen möglich

Frage 1.1 Wie gerne schauen Sie folgende Arten von Unterhaltungssendungen an, ganz gleich ob im Fernsehen oder Online. 5er-Skala, Angaben in %

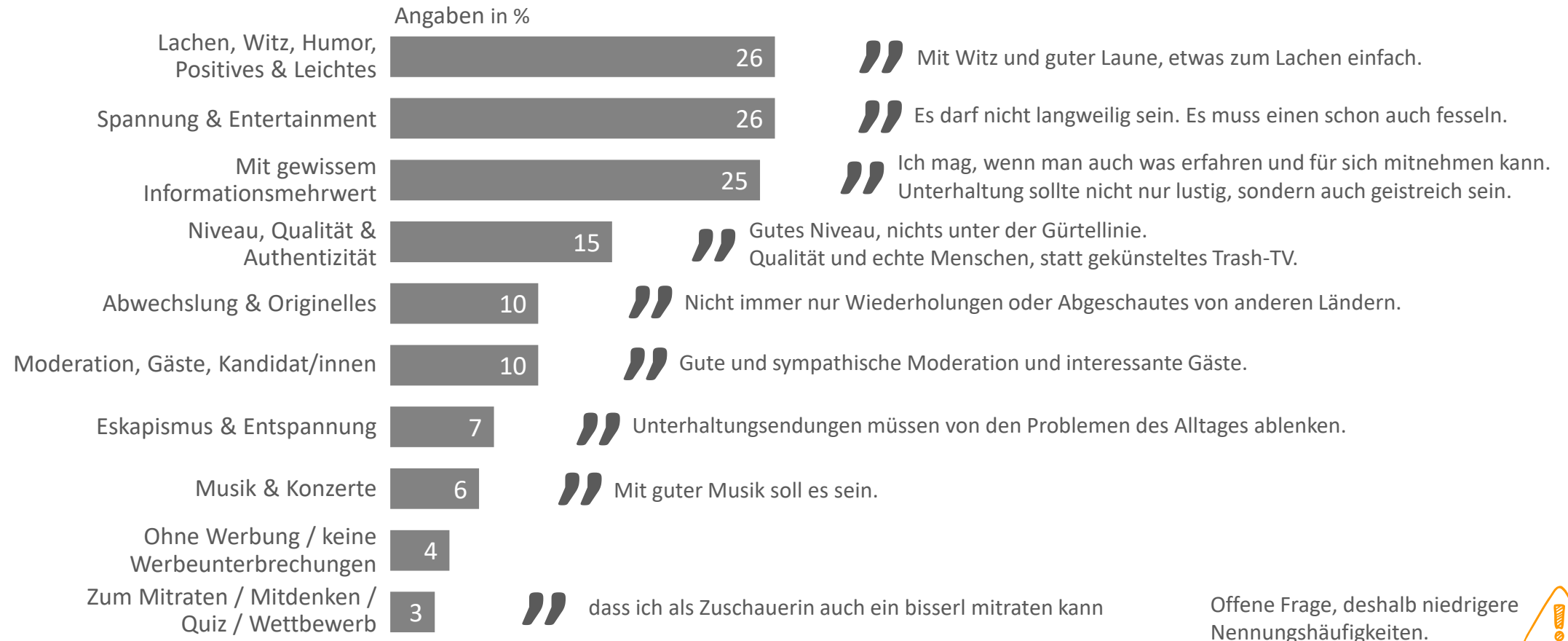
Methode: Hybrid-Stichprobe (CATI/CAWI), N=1.000, Feldzeit 9.-27.11.2020 repräsentativ für die österreichische Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Beliebtheit non-fiktionaler Unterhaltungsgenres nach Geschlecht und Alter



	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren	
Comedy / Satire / Kabarett	54	62	46	59	57	49	Bei Männern und unter 50 J. beliebter
Quizshows / Ratesendungen	47	44	50	41	43	52	Mit zunehmendem Alter beliebter
Unterhaltungsshows	40	40	39	46	41	36	Nur geringe Unterschiede, Jüngere etwas positiver
Schlager / Musiksendungen/-shows	22	22	23	13	14	32	Nur bei 50+ mit gewisser Beliebtheit
Reality Shows / Casting Shows / Talente Shows	22	19	25	35	26	14	Attraktivität sinkt mit zunehmendem Alter
Talkshows	20	18	23	16	17	24	Geringe Unterschiede, etwas beliebter bei 50+
Volkstümliche Sendungen / Volksmusik	19	17	20	9	10	30	Nur bei 50+ mit gewisser Beliebtheit
Lifestyle / Society / Klatsch & Tratsch / Promis	17	11	22	20	22	12	Bei Frauen höher im Kurs

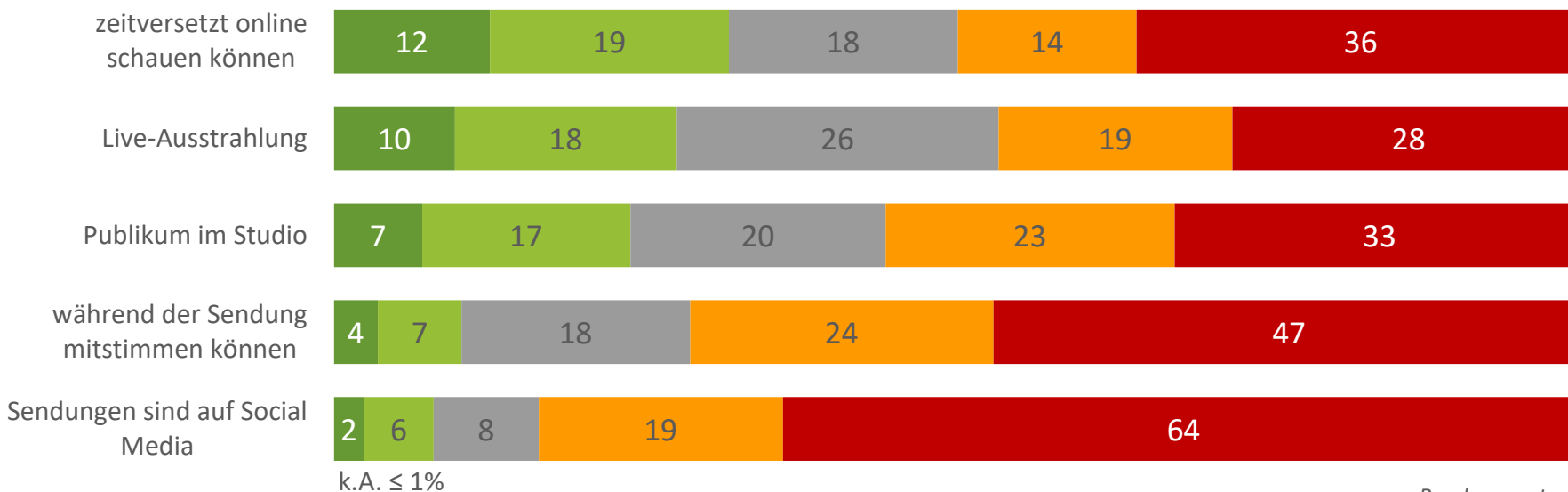
Erwartungen an non-fiktionale Unterhaltungsgenres



Relevanz verschiedener Rahmenbedingungen non-fiktionaler Unterhaltungssendungen



1 = sehr wichtig 2 = wichtig 3 = teils-teils 4 = weniger wichtig 5 = gar nicht wichtig



	Top2 Box	MW
zeitversetzt online schauen können	31	3,4
Live-Ausstrahlung	27	3,4
Publikum im Studio	24	3,6
während der Sendung mitstimmen können	10	4,1
Sendungen sind auf Social Media	8	4,4

Rundungsunterschiede aufgrund von Kommastellen möglich

Relevanz verschiedener Rahmenbedingungen nach Alter und Geschlecht



	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren
zeitversetzt online schauen können	31	34	29	51	39	17
Live-Ausstrahlung	27	32	23	23	23	32
Publikum im Studio	24	28	19	22	25	24
während der Sendung mitstimmen können	10	10	10	15	13	6
Sendungen sind auf Social Media	8	7	8	17	10	2

Für Jüngere ein klares Muss

Für Ältere etwas wichtiger

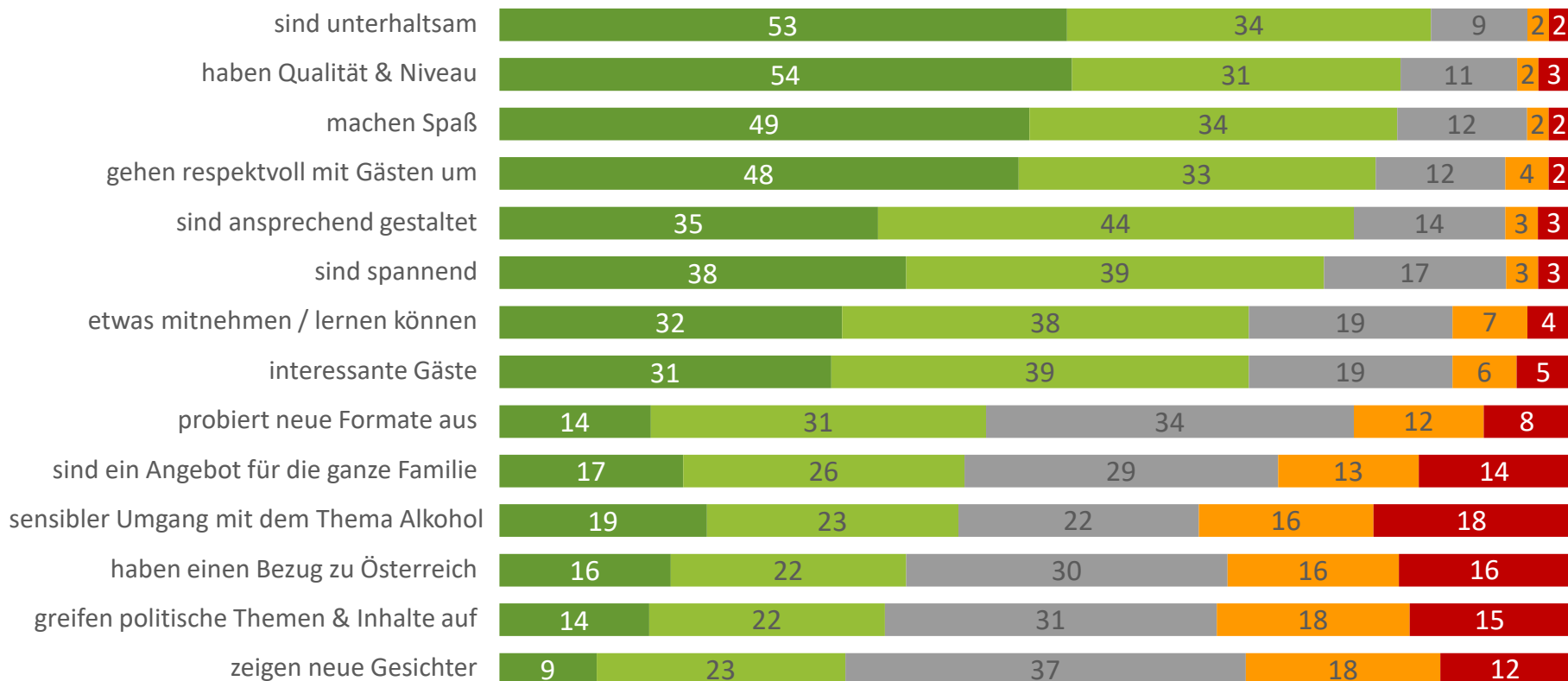
Für alle Zielgruppen mäßig wichtig

} Etwas größerer Stellenwert für Jüngere

Relevanz verschiedener Eigenschaften non-fiktionaler Unterhaltungssendungen



■ 1 = sehr wichtig ■ 2 = wichtig ■ 3 = teils-teils ■ 4 = weniger wichtig ■ 5 = gar nicht wichtig



k.A. ≤ 2%

Rundungsunterschiede aufgrund von Kommastellen möglich

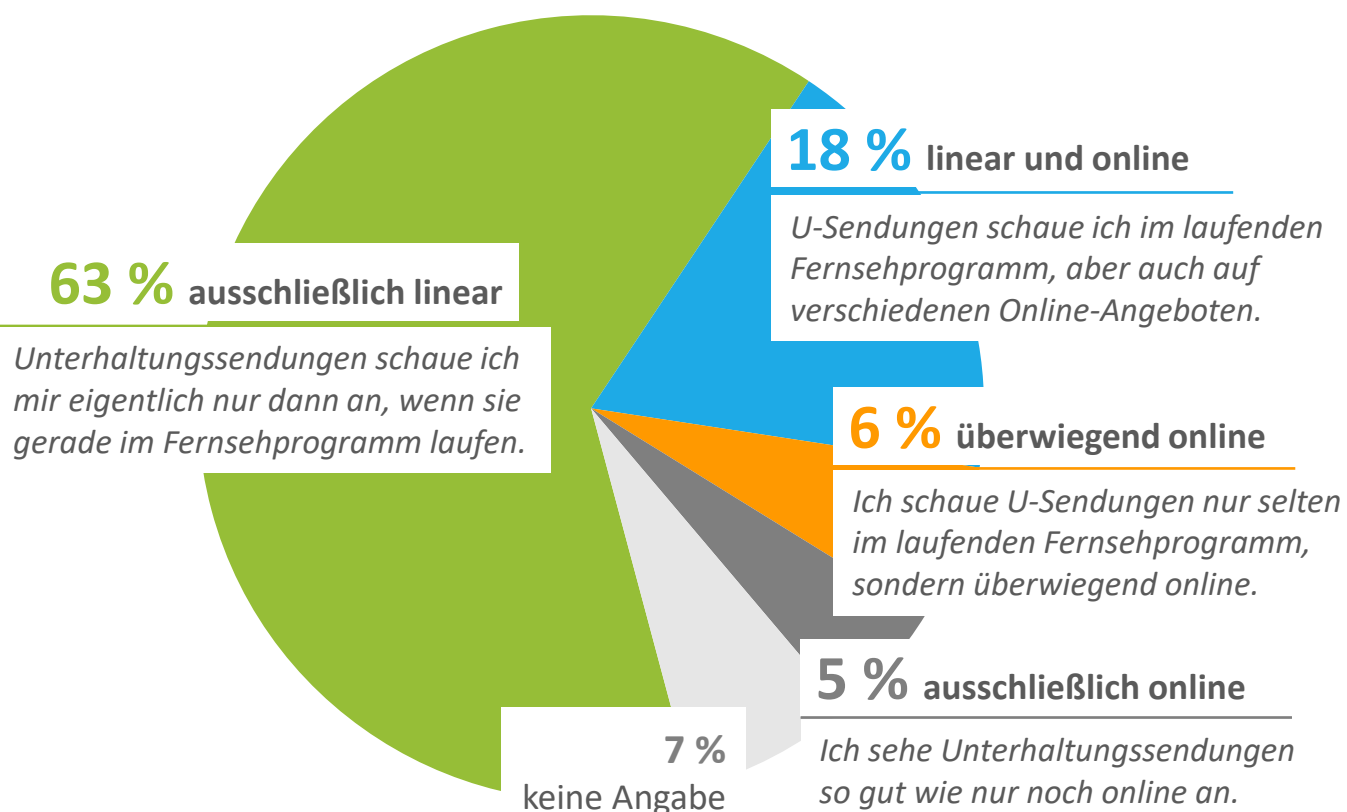
Top2 Box	Mittelwerte
87	1,7
85	1,7
83	1,7
81	1,8
79	1,9
77	1,9
70	2,1
70	2,2
45	2,7
43	2,8
42	2,9
37	3,0
36	3,0
33	3,0

Relevanz verschiedener Eigenschaften nach Alter und Geschlecht



	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren
sind unterhaltsam	87	85	88	87	86	87
haben Qualität & Niveau	85	79	90	79	80	90
machen Spaß	83	83	83	87	84	81
gehen respektvoll mit Gästen um	81	74	88	77	78	85
sind ansprechend gestaltet	79	76	82	80	76	82
sind spannend	77	76	78	77	78	76
etwas mitnehmen / lernen können	70	65	74	58	67	77
interessante Gäste	70	65	74	58	67	77
probiert neue Formate aus	45	43	46	50	49	40
sind ein Angebot für die ganze Familie	43	40	46	38	43	45
sensibler Umgang mit dem Thema Alkohol	42	35	49	28	35	53
haben einen Bezug zu Österreich	37	37	37	22	31	48
greifen politische Themen & Inhalte auf	36	37	45	25	34	42
zeigen neue Gesichter	33	31	35	28	33	35

Nutzung der Ausspielwege bei Unterhaltungssendungen



Lineares TV-Angebot wichtig, v.a. für Ältere

- **63%** der befragten Zuschauer/innen schauen Unterhaltungssendungen nur **live zum Ausstrahlungszeitpunkt im TV-Programm**. Bei den **Älteren (50+)** sind es **81%**.
- **5%** sehen Unterhaltungssendungen so gut wie **nur noch online** an. Bei den **Jüngeren (14-29 J.)** sind das **12%**.
- **Vorteil der linearen Nutzung:** Programm ist festgelegt, das erleichtert ritualisiertes Fernsehen und eine einfache Auswahl.
- **Vorteil der non-linearen Nutzung:** Selbstbestimmtheit – das Angebot kann zielgenau – je nach zeitlicher Verfügbarkeit und persönlicher Stimmung – ausgewählt werden.



Online ist wie von einem Buffet, bei dem man sich je nach Geschmack und Gefallen bedienen kann. Man hat die Qual der Wahl.

Ausspielwege für non-fiktionale Unterhaltungssendungen nach Alter und Geschlecht



	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren
Ausschließlich linear	63	61	66	31	59	81
Linear und online	18	21	16	33	23	8
Überwiegend online	6	6	7	14	6	3
Ausschließlich online	5	6	4	12	7	1
Keine Angabe	7	7	7	10	6	7

Anforderungen je Genre: UNTERHALTUNGSSHOW



UNTERHALTUNGS SHOW

Eine gute Unterhaltungsshow bietet viele Möglichkeiten, beim Publikum emotionales Involvement zu erzeugen und auf unterschiedlichen Ebenen zu fesseln.

- **Hohe Ereignisdichte:** Abwechslungsreiche Inhalte ggf. mit Spannung, Wettkampf-Charakter und Überraschungsmomenten.
- **Protagonist/innen mit Zugkraft:** Prominente Gäste/Kandidat/innen, idealerweise mit entsprechendem Siegeswillen sowie Moderator/innen mit Sympathie, Authentizität und Schlagfertigkeit.
- **Mitreißendes Setting:** Die große Bühne, mitfieberndes und emotionales Publikum und Live-Charakter sorgen für Besonderheit und vermitteln einen gewissen Glamour-Faktor.
- **Einfaches Eintauchen können:** Durch eine leichte Tonalität für die ganze Familie geeignet und funktioniert durch Kleinteiligkeit auch über große Flächen (späterer Einstieg möglich).



Leuchtturm-Formate vermisst: Der ganz besondere Flair früherer großer Samstagabend-Shows kommt häufig nicht mehr zum Tragen – Gründe: Überangebot, weniger Sendeplatz-Verlässlichkeit und wenig innovative Konzepte.



Eine gute Show kann richtig Spaß machen, aber es gibt wenige wirklich neue und besondere Shows.

Anforderungen je Genre: QUIZSHOW | RATESENDUNG



QUIZSHOW RATESENDUNG

Gute Quizshows funktionieren in der Regel über die Kombination aus rationalem und emotionalem Involvement.

- **Griffiges Konzept:** Verständliche Regeln (nicht zu komplex!) und eine sich aufbauende Spannung mit „Aha-Erlebnissen“ – trotz klarer Quizstruktur Aktivierung und Abwechslung wichtig, um für ausreichend Unterhaltung zu sorgen.
- **Rationales Involvement als Grundlage:** Zuschauer/innen sind mit dem Kopf aktiv dabei, wollen das eigene Wissen testen und etwas dazu lernen.
- **Moderation muss für emotionales Involvement sorgen:** Respektvoller Umgang mit den Kandidat/innen (empathisch, auf Augenhöhe) idealweise gepaart mit einer gewissen Prise Humor.
- **Nahbare Kandidat/innen:** Egal ob Promi oder Normalo, Zuschauer/innen müssen mitfühlen können.
- **Publikum als Vehikel:** Bauen emotionale Nähe auf und sorgen für lebendige Stimmung.



Quizshows stehen hoch im Kurs, haben es auf Entertainment-Ebene jedoch schwer, sich gegen andere Genres durchzusetzen. Sie werden daher oft im Vorabend verortet. Durch die Art der Fragen & Aktionen ist dennoch eine gewisse Varianz möglich (hartes Wissensquiz vs. skurrile Fun-Fragen).



Eine Quizshow kann man gut auch mal mit der Familie schauen und selbst testen wie viel man weiß.

Anforderungen je Genre: TALKSHOW



TALK SHOW

Das Genre Talkshow ist recht heterogen und reicht von interessanter, aktivierender bis hin zu seichter, berieselnder Unterhaltung.

- **Sendeplatz bestimmt Tonalität und Anspruch:** Nachmittags eher weniger tiefgreifende Gesprächsrunden mit „Normalos“, im Abendprogramm lebendige Talkrunden mit Personen, die etwas zu erzählen haben.
 - **Nachmittagstalk teilweise kritisch:** Wirkt altbacken und aus der Zeit gefallen.
 - **Abendtalk abhängig von den geladenen Gästen und deren Themen:** Positiv fallen interessante Gäste auf, die nicht medial omnipräsent sind und neue Blickwinkel bieten. Ein Mix aus Nahbarkeit und Polarisierung sorgt dabei für gute Unterhaltung.
- **Moderation mit Schlüsselfunktion:** Lebhaftige Gesprächsrunden, die interessante Insights zutage fördern bedürfen einer kompetenten Moderation mit Einfühlungsvermögen und Hartnäckigkeit.



Was die Zuschauer/innen mit dem Begriff „Talkshow“ assoziieren ist sehr unterschiedlich und reicht von Polittalk über Late-Night-Talk bis hin zur Nachmittagstalkshow. Die Anforderungen und Seh motive sind dabei enorm unterschiedlich.



Früher war das spannend, aber mittlerweile tut jeder „Normalo“ seine Meinung über Social Media kund. Das will man nicht mehr hören.

Anforderungen je Genre: COMEDY | SATIRE | KABARETT



COMEDY SATIRE KABARETT

Das Humorerleben der Zuschauer/innen ist sehr individuell, daher unterliegen humoristische Angebote oftmals einer starken Polarisierung.

- **Satire und Kabarett unterliegen i.d.R. hohen Ansprüchen:** Wunsch nach aktuellen (politischen) Themen, die mit einer gewissen Portion Zynismus und Sarkasmus behandelt werden. Haltung ist dabei genauso erforderlich wie Überraschungsmomente (auch mit Aufklärungscharakter).
- **Mit Comedy wird häufig ein eher leichter Humor auf Basis von Alltagsthemen assoziiert:** Spricht häufig durch persönliche Bezüge breiter an (leichtes Aufsetzen, v.a. bei jüngeren Zielgruppen).
- **Protagonist/innen und deren Humor als zentrale Anker:** Hoher Stellenwert der Hosts – an ihre Art und ihren Humor müssen die Zuschauer/innen andocken können. Authentizität ist heute wichtiger als früher (Kunstfiguren sind schneller erschöpft). Polarisierung ist wichtig, um Aufmerksamkeit zu schaffen.



Vor allem Kabarett findet bei älteren Zuschauer/innen großen Zuspruch. Jüngere suchen ihre Comedy-Inhalte stark auch online (kleine Ausschnitte, spitzer Humor, YouTube sehr beliebt).



„Willkommen Österreich“ finde ich richtig klasse, die schrägen Moderatoren stellen einfach andere Fragen an ihre Gäste als man das sonst kennt.

Anforderungen je Genre: LIFESTYLE | SOCIETY | KLATSCH & TRATSCH | PROMIS



VIP LIFESTYLE SOCIETY PROMIS KLATSCH & TRATSCH

Genre mit zumindest gefühlt abnehmenden Stellenwert im Fernsehen
und eher weiblicher Zuschauerschaft.

- Wunsch bei Stars & Sternchen sowie aktuellen Trends auf dem Laufenden zu bleiben ist v.a. bei jungen Frauen stärker gegeben.
- TV-Angebote aus diesen Bereichen werden aber auch in dieser Zielgruppe weniger ritualisiert genutzt, sondern eher zufällig und punktuell.



Dieses Unterhaltungsbedürfnis wird stark online befriedigt: Social Media-Plattformen wie Instagram bieten die Möglichkeit, am Leben der eigenen Lieblings-Stars in Echtzeit live dabei zu sein. Auch aktuelle Trends werden v.a. online abgerufen.



Für Klatsch & Tratsch gibt es das Internet, da finde ich alles, was mich interessiert. (j,w)

Anforderungen je Genre: REALITY SHOW | TALENTE SHOW | CASTING SHOW



REALITY SHOW | TALENTE SHOW CASTING SHOW

Im Genre Reality und Casting Show geht das Feld in punkto Niveau recht weit auseinander.
Dementsprechend sind auch Anforderungen und Seh motive sehr unterschiedlich.

- **Abwechslungsreiche Talente bzw. Casting Shows:** Geprägt von hoher Dynamik, die Tonalität ist dabei stark von der Jury abhängig (wertschätzend vs. abwertend).
- **Voyeuristische Reality Shows:** Seichte Unterhaltung mit Abgrenzungscharakter (sich am Leid anderer ergötzen und Fremdschämmente erleben).
- **Themenspezifische Reality Shows:** Bei entsprechendem Themeninteresse (z.B. Kochen & Backen, Gründergeschichten & Erfindungen, Antiquitäten & Trödel, Natur & Garten etc.) gelten Formate als gute Infotainment-Angebote, die persönlichen Mehrwert bieten, häufig aber eine spitzere Zielgruppe ansprechen.



Das Genre ist in seiner Tonalität sehr heterogen und löst je nach Ausprägung unterschiedliche Assoziationen und Erwartungen der Zuschauer/innen aus. Insgesamt ist diese Sendungsform v.a. in der jüngeren Zielgruppe von Bedeutung.



In dem Bereich gibt es tatsächlich immer mal wieder eine ganz neue Sendung, die man so noch nicht kannte.

Anforderungen je Genre: VOLKSTÜMLICHE SENDUNGEN | VOLKSMUSIK | SCHLAGER



VOLKSTÜMLICHE SENDUNGEN | VOLKSMUSIK | SCHLAGER

Genres, die v.a. in der älteren Bevölkerung ihre Anhänger/innen haben.

- **Volksmusik und Schlager:** Die Musikrichtung hat ihre Fans, die entsprechende Angebote auch im TV nutzen. Der Großteil der Gruppenteilnehmer/innen unter 50 Jahre zeigt daran nur ein sehr geringes Interesse.
- **Nutzung volkstümlicher Sendungen eher spontaner Natur:** Hintergrundgeschichten zu Brauchtum sind z.T. von Interesse – eine konkrete Nutzungssituation ergibt sich aber i.d.R. eher zufällig (kein gezielter Einschaltimpuls) – konkrete Formate sind nicht präsent.



Erkenntnisse decken sich mit den Zahlen aus der bevölkerungsrepräsentativen Befragung: **Volkstümliche Musik und Schlager** v.a. bei **einem Teil in der Altersgruppe 50+ ein Thema**, die im qualitativen Teil der Studie nur einen geringen Anteil hatte.



So etwas wie der Musikantenstadel ist jetzt nicht gerade mein Ding.



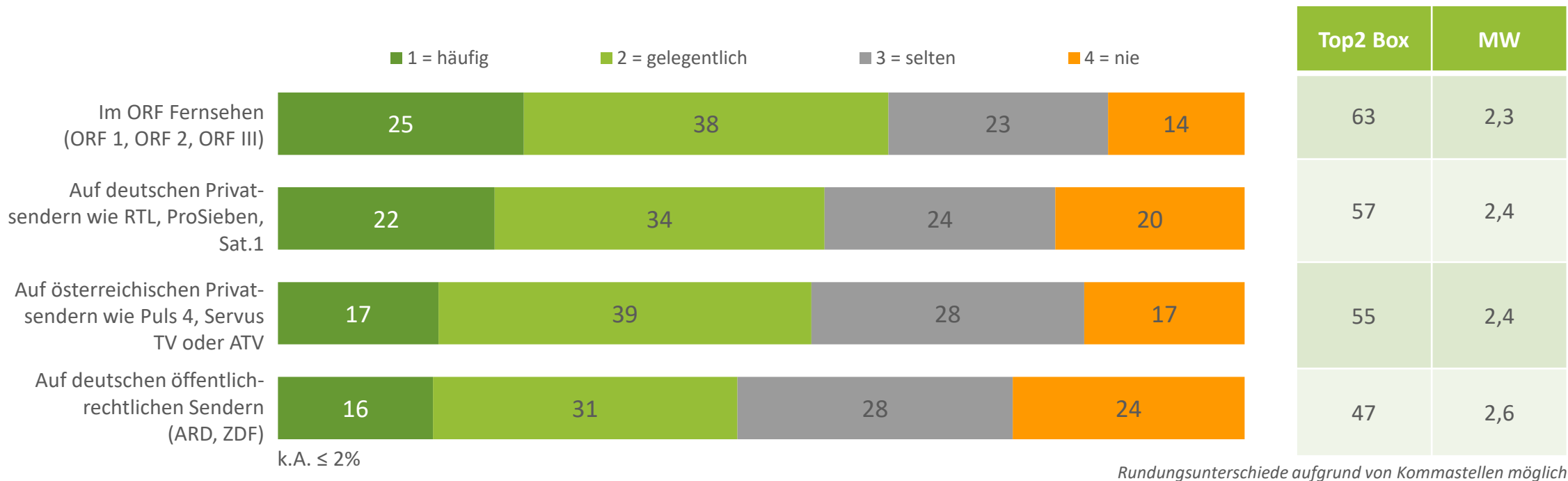
Das ist nicht meine Musik, da sehe ich sicher keine Sendung im Fernsehen.



Wie volkstümliche Musik oder Instrumente entstanden sind, das kann vielleicht ganz interessant sein.

Wahrnehmung des non-fiktionalen Unterhaltungsangebotes der TV-Sender

Sendernutzung bei Unterhaltungssendungen



Sendernutzung bei Unterhaltungssendungen nach Alter und Geschlecht

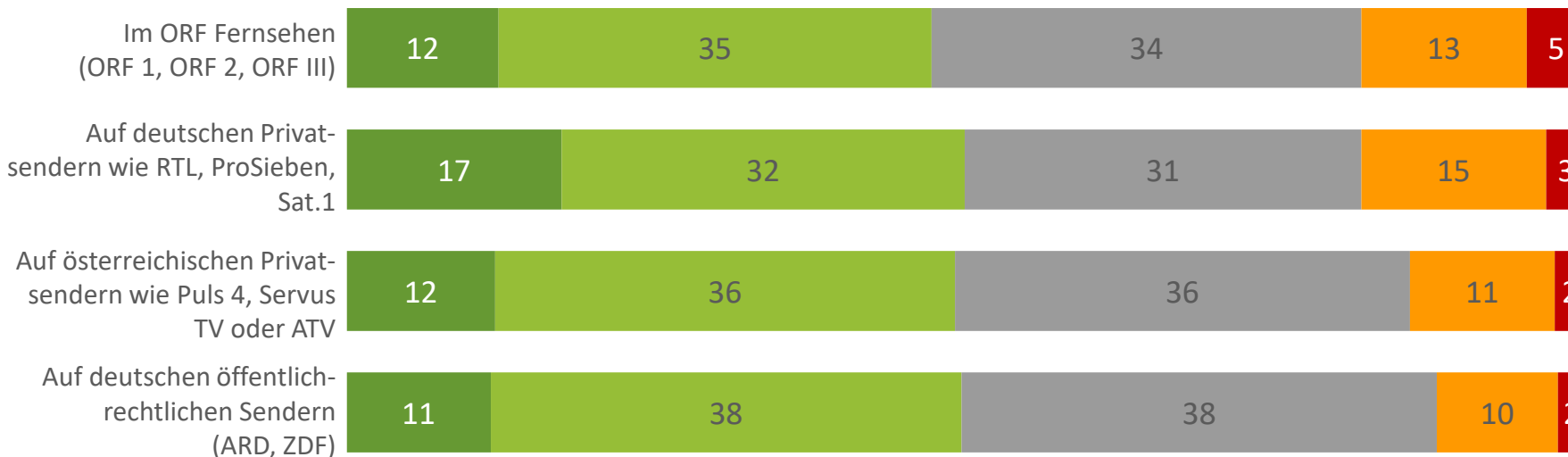


	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren
Im ORF Fernsehen (ORF 1, ORF 2, ORF III)	63	63	63	54	56	72
Auf deutschen Privatsendern wie RTL, ProSieben, Sat.1	57	53	60	60	59	53
Auf österreichischen Privatsendern wie Puls 4, Servus TV oder ATV	55	55	55	47	54	60
Auf deutschen öffentlich-rechtlichen Sendern (ARD, ZDF)	47	47	48	31	37	63

Zufriedenheit mit dem Unterhaltungsangebot der Sender



■ 1 = sehr zufrieden ■ 2 = zufrieden ■ 3 = teils-teils ■ 4 = weniger zufrieden ■ 5 = gar nicht zufrieden



k.A. ≤ 2%

Top2 Box	MW
47	2,6
49	2,5
48	2,6
49	2,5

Rundungsunterschiede aufgrund von Kommastellen möglich

Zufriedenheit mit dem Unterhaltungsangebot der Sender nach Alter und Geschlecht



	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren
Im ORF Fernsehen (ORF 1, ORF 2, ORF III)	47	51	43	54	49	43
Auf deutschen Privatsendern wie RTL, ProSieben, Sat.1	49	48	50	66	48	41
Auf österreichischen Privatsendern wie Puls 4, Servus TV oder ATV	48	47	49	54	49	45
Auf deutschen öffentlich-rechtlichen Sendern (ARD, ZDF)	49	49	49	50	46	50

Status quo: Der ORF als Unterhaltungslieferant

Stärken im (non-fiktionalen) Unterhaltungsangebot des ORF aus Sicht der Zuschauer/innen



Angaben in %

Österreichbezug & bekannte Gesichter **8** „ Es gibt meist einen Bezug zu Österreich. Man erkennt viele Gesichter wieder, und das ist gut.

Kabarett & Comedy **5** „ Im ORF treten hervorragende Kabarettisten auf. Mehr Kabarett und mehr Freiheit in der Satire.

Sympathische Moderator/innen **4** „ Wenn die Moderatoren auch einen Witz haben, finde ich das besonders sympathisch.

Gute Quizsendungen **4** „ Gute Abwechslung in den Quizsendungen. Ich wünsche mir noch mehr niveauvolle Quizsendungen.

Gute und unterhaltsame Dokumentationen **4** „ Tolle Dokus mit schönen Naturaufnahmen. Fast alle Dokumentationen im ORF finde ich super.

Musiksendungen, Volksmusik, Pop, Klassik/Oper **3** „ Der Mix ist gut, von Volksmusik bis Klassik und Kultur.

Unterhaltung mit Niveau **3** „ Das meiste hat schon ein halbwegs gutes Niveau.

Offene Frage, deshalb niedrigere Nennungshäufigkeiten.



13% diverse Einzelnennungen,
v.a. einzelne Formate wie z.B. *Die Millionenshow,*
Dancing Stars oder *Willkommen Österreich.*

Schwächen im (non-fiktionalen) Unterhaltungsangebot des ORF aus Sicht der Zuschauer/innen



Angaben in %



Offene Frage, deshalb niedrigere Nennungshäufigkeiten.

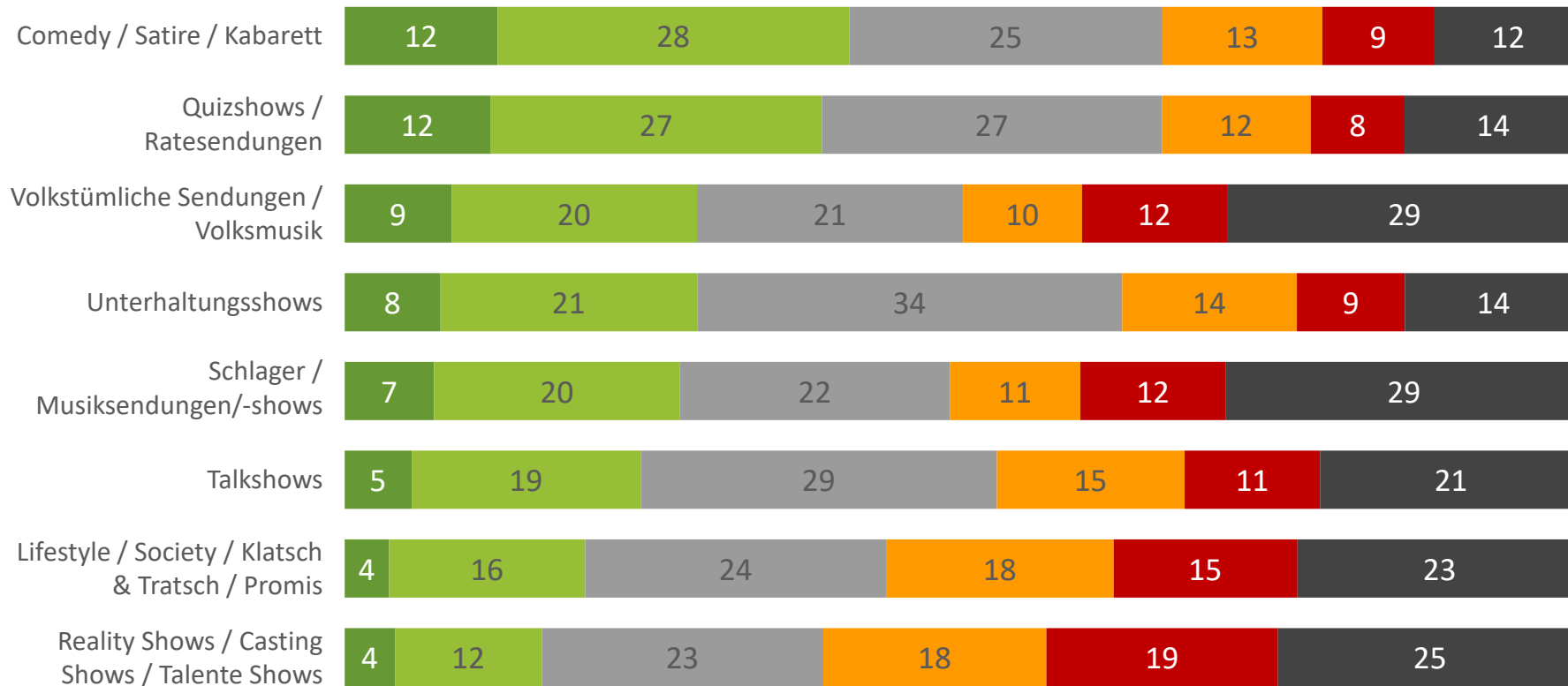


7% diverse Einzelnennungen
z.B. einzelne Formate, zu starke Fokussierung auf Wien, Vermischung von Unterhaltung und Politik

Wahrnehmung des ORF Unterhaltungsangebotes



■ 1 = sehr gut ■ 2 = gut ■ 3 = teils-teils ■ 4 = weniger gut ■ 5 = gar nicht gut ■ k.A.



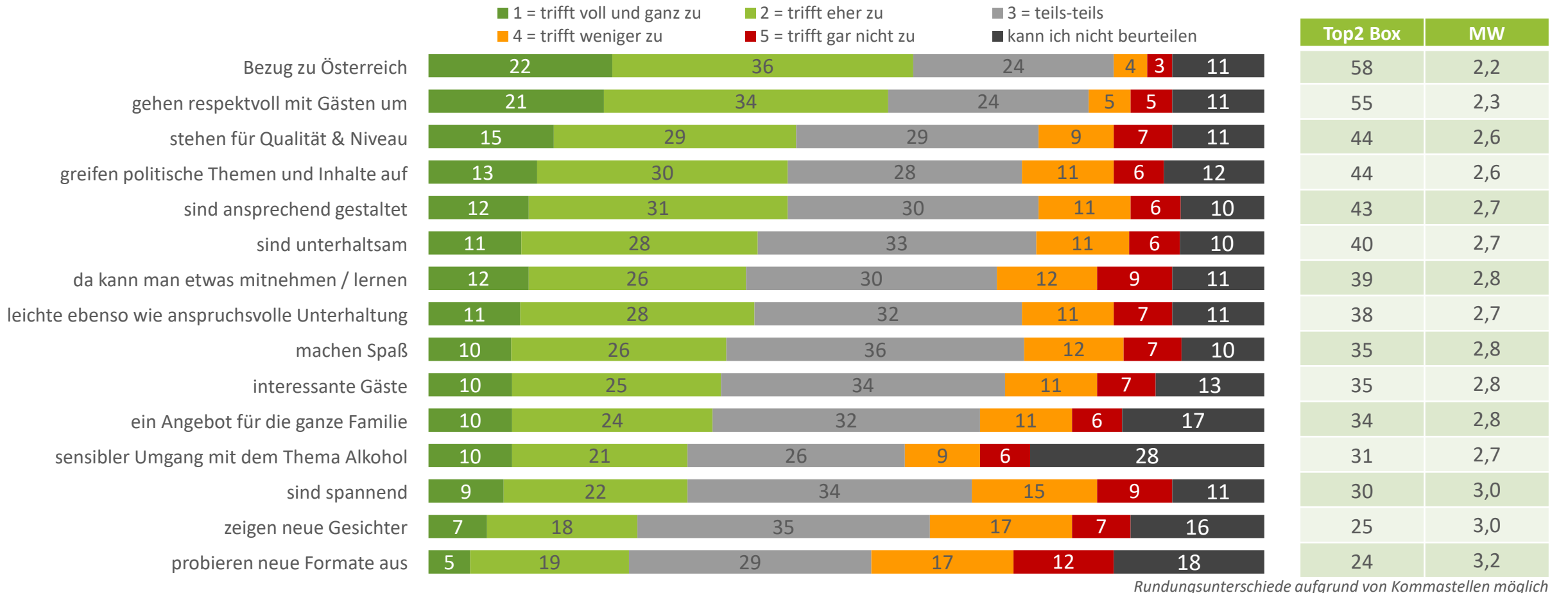
Top2 Box	MW
41	2,8
39	2,7
28	2,9
28	2,9
27	3,0
24	3,1
19	3,3
16	3,5

Rundungsunterschiede aufgrund von Kommastellen möglich

Wahrnehmung des ORF Unterhaltungsangebotes | nach Geschlecht und Alter

	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren
Comedy / Satire / Kabarett	41	44	37	44	38	41
Quizshows / Ratesendungen	39	36	41	33	34	44
Volkstümliche Sendungen / Volksmusik	29	28	29	17	23	38
Unterhaltungsshow	29	28	29	25	25	33
Schlager / Musiksendungen/-shows	27	26	28	16	24	34
Talkshows	24	23	25	23	20	27
Lifestyle / Society / Klatsch & Tratsch / Promis	20	18	21	20	22	18
Reality Shows / Casting Shows / Talente Shows	16	15	17	20	14	15

Eigenschaftsprofil von Unterhaltungssendungen im ORF Fernsehen – Gesamt

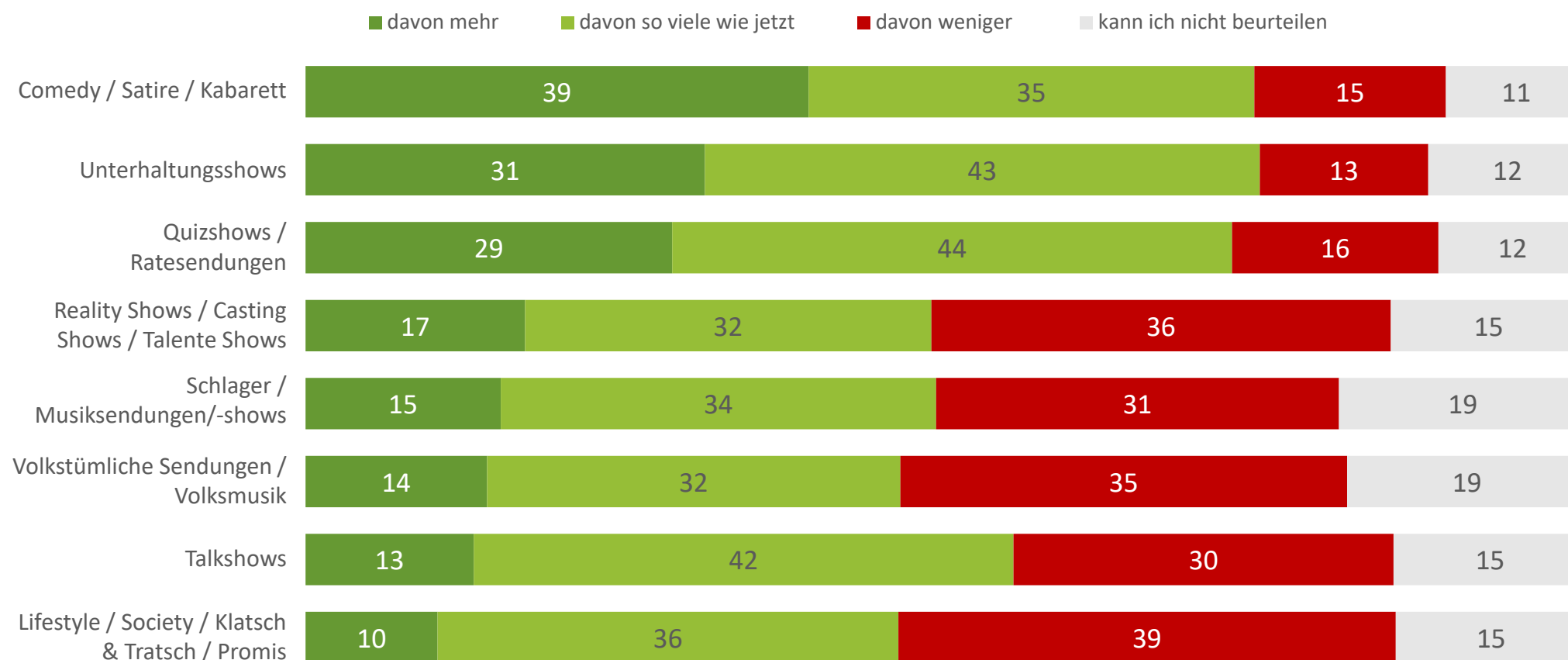


Eigenschaftsprofil von Unterhaltungssendungen im ORF Fernsehen – nach Alter und Geschlecht



	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren
Bezug zu Österreich	58	61	55	58	59	56
gehen respektvoll mit Gästen um	55	52	58	52	53	58
stehen für Qualität & Niveau	44	46	41	46	42	44
greifen politische Themen und Inhalte auf	44	47	41	49	40	43
sind ansprechend gestaltet	43	44	42	43	37	47
sind unterhaltsam	40	41	39	40	38	41
da kann man etwas mitnehmen / lernen	39	37	40	44	34	39
leichte ebenso wie anspruchsvolle Unterhaltung	38	39	38	39	39	38
machen Spaß	35	35	36	40	30	37
interessante Gäste	35	33	37	26	33	40
ein Angebot für die ganze Familie	34	34	34	32	37	33
sensibler Umgang mit dem Thema Alkohol	31	33	29	26	28	36
sind spannend	30	30	31	36	26	31
zeigen neue Gesichter	25	25	26	21	22	29
probieren neue Formate aus	24	23	25	26	22	25

Wünsche an die ORF Unterhaltung der Zukunft | 1 - Gesamt



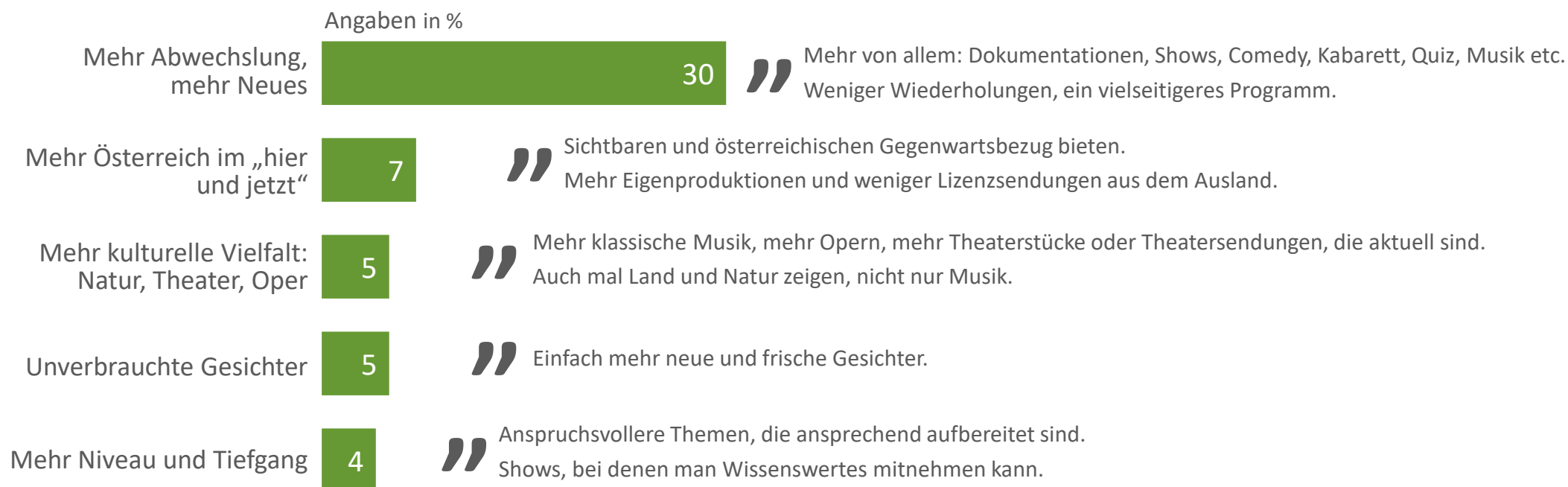
Wünsche an die ORF Unterhaltung der Zukunft | 2 – nach Alter und Geschlecht



Wovon wird in Zukunft mehr gewünscht?

	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	ab 50 Jahren	
Comedy / Satire / Kabarett	39	44	35	37	44	37	
Unterhaltungsshows	31	33	30	33	35	28	
Quizshows / Ratesendungen	29	25	32	29	28	29	
Reality Shows / Casting Shows / Talente Shows	17	16	18	26	21	11	Bei 14-29 J. größerer Bedarf
Schlager / Musiksendungen/-shows	15	14	16	7	9	24	} Mehr von 50+ gewünscht
Volkstümliche Sendungen / Volksmusik	14	12	16	6	8	23	
Talkshows	13	12	15	13	12	14	
Lifestyle / Society / Klatsch & Tratsch / Promis	10	6	14	13	16	5	

Wünsche an die ORF Unterhaltung der Zukunft | 3



Offene Frage, deshalb niedrigere Nennungshäufigkeiten.



The logo for psyma, with 'psy' in green and 'ma' in blue.

Passionate People.
Creative Solutions.

Psyma Research+Consulting GmbH
Fliedersteig 15-17
90607 Rückersdorf / Nürnberg
Germany

Tel +49 (0)911 99574-0
Fax +49 (0)911 99574-233
info@psyma.com
www.psyma.com