

ORF Publikumsratsstudie 2018

Vertrauen in die ORF-Information. Erwartungen und Anforderungen des Publikums rund um Objektivität, Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Daten zur Untersuchung

Stichprobe:	1.002 Personen
Grundgesamtheit:	In Österreich lebende Bevölkerung ab 14 Jahren
Befragung:	telefonisch (CATI)
Feldzeit:	17.10. – 2.11.2018

Executive Summary (1/4)

Hohe Nutzung von Nachrichten und Informationen

Sieben von zehn Befragten nutzen nach eigener Angabe „häufig“ Nachrichten und Informationen in den Medien. Dabei nimmt die Nutzung mit steigendem Alter zu.

Großes Vertrauen in österreichische Medienanbieter

Im europäischen Vergleich ist das Medienvertrauen in Österreich hoch (vgl. Special Eurobarometer 452, 2016)

- Eine große Mehrheit von rund 8 von 10 Befragten vertraut zumindest einem von neun abgefragten Informationsanbietern sehr bzw. ziemlich.
- Nur vier Prozent vertrauen keinem der abgefragten Anbieter. Dieses Misstrauen ist bei jüngeren Befragten und Personen mit niedriger Bildung überdurchschnittlich ausgeprägt.

Vertrauen in die ORF Angebote

Unter den abgefragten Angeboten genießt das ORF Radio mit einem Mittelwert von 2,2 (Schulnotenskala) das höchste Vertrauen im Publikum, gefolgt vom ORF Fernsehen mit 2,3, ORF Internet und ORF TELETEXT mit jeweils 2,4.

Österreichisches Privatfernsehen und Privatradios erhalten im Vertrauen jeweils eine Bewertung von 2,7; österreichische Zeitungen und Zeitschriften eine Bewertung von 2,8.

Das geringste Vertrauen bringen die Befragten Sozialen Medien im Internet entgegen (3,4 auf der Schulnotenskala). ORF Social Media erhalten eine Bewertung von 3,1.

Executive Summary (2/4)

Breiter Konsens zu Qualitätsanforderungen an Nachrichten und Informationen

Die Befragung zeigt einen breiten Konsens im Publikum hinsichtlich der Qualitätsanforderungen an Medieninformation. So wird einer objektiv/sachlichen Berichterstattung in allen Bevölkerungsgruppen der Vorzug gegeben gegenüber einem Fokus auf „Meinungen, die mir sympathisch sind“.

Wichtige Anforderungen, die eine objektive Berichterstattung ausmachen, sind:

- Politische Neutralität
- das Aufdecken von Missständen
- Vermittlung von Hintergrundwissen
- Verwendung zuverlässiger Quellen und Überprüfung aller Fakten
- Berichterstattung nicht nur aus einem Blickwinkel
- Moderator/innen und Journalist/innen verhalten sich unparteiisch

Executive Summary (3/4)

Objektivität der ORF Berichterstattung

53 Prozent der NutzerInnen von ORF Informationen bewerten die Berichterstattung als sehr (Note 1) bzw. ziemlich (Note 2) „objektiv und sachlich“. Rund ein Sechstel sieht dieses Qualitätsmerkmal als wenig bzw. gar nicht erfüllt an (Noten 4 und 5).

Die statistische Analyse zeigt insbesondere folgende Ansätze für eine weitere Hebung der Glaubwürdigkeit:

- unparteiisches Verhalten der Moderator/innen und JournalistInnen sicherstellen
- für das Publikum sichtbar machen, dass zuverlässige Quellen verwendet und Fakten sorgfältig geprüft werden
- auf Vielfalt der Blickwinkel in der Berichterstattung achten

Themenselektivität im ORF

Zu 16 Themenbereichen der ORF-Berichterstattung wurde abgefragt, ob diese in den ORF Medien zu viel, gerade richtig oder zu wenig vorkommen.

- Einen Ausbau der Berichterstattung wünschen rund 4 von 10 Befragten bei den Themen Armut/Soziales, Neue Technologien und Innovationen, Wissenschaft/Forschung, Landwirtschaft, Bildung/Ausbildung, Ernährung/Lebensmittel, Umwelt/Klima.
- Die Themen Migration/Integration sowie Flüchtlinge/Asyl kommen aus Sicht von rund 4 von 10 Befragten derzeit zu viel vor.

Executive Summary (4/4)

Vertrauen in Informationen in Sozialen Medien

Die Befragten bringen Nachrichten und Informationen in Sozialen Medien vergleichsweise wenig Vertrauen entgegen (3,4 auf der Schulnotenskala). Personen, die Soziale Medien selbst häufig nutzen (das ist ein Fünftel der Befragten), vertrauen etwas mehr (Note 2,9).

Das Vertrauen in ORF Social Media liegt in der Gesamtbevölkerung bei 3,1; unter häufigen Nutzer/innen bei 2,6.

Meinungsäußerung von ORF Journalist/innen in Sozialen Medien

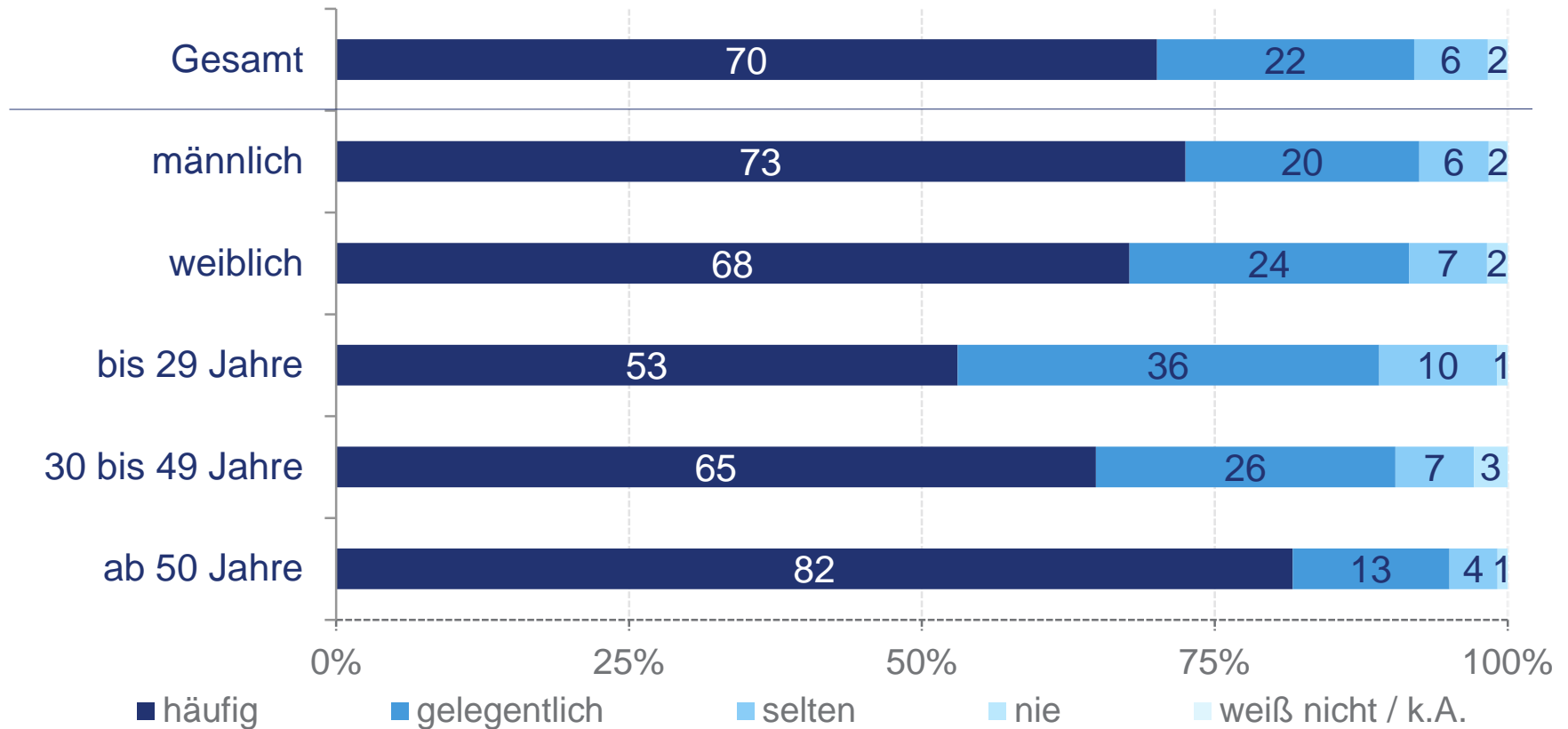
Auf die Frage, ob ORF Journalisten in Sozialen Medien ihre persönliche Meinung zu Themen der österreichischen Politik äußern sollten,

- sprachen sich 53 Prozent dagegen aus
- 31 Prozent sprachen sich dafür aus
- 12 Prozent sprachen sich weder dafür noch dagegen aus, 4 Prozent enthielten sich einer Antwort.

Nutzung und Vertrauen in Nachrichten und Informationen in österreichischen Medien

Nutzung von Nachrichten und Information nach Geschlecht und Alter

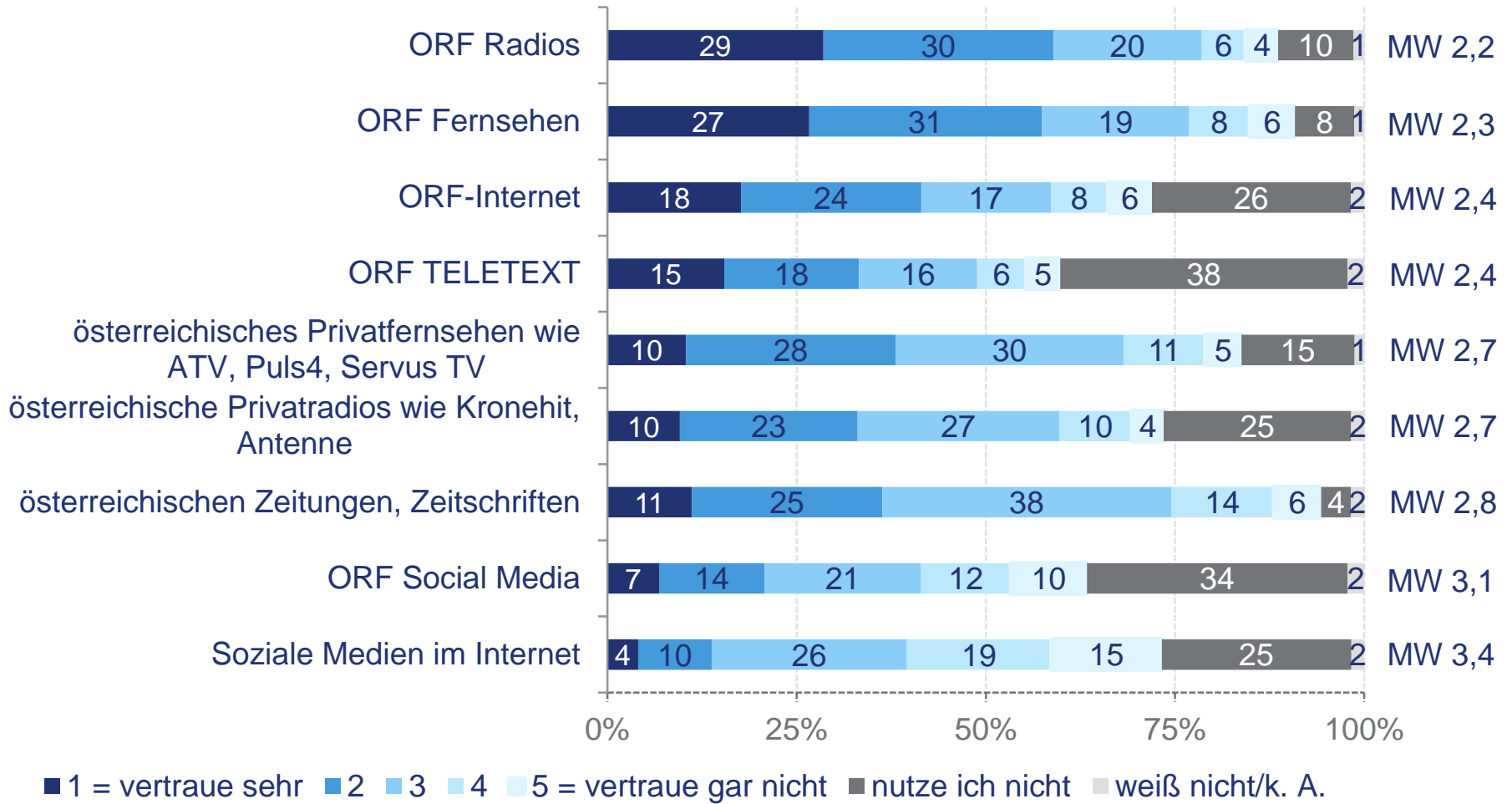
Basis: alle



Frage im Wortlaut: „Verfolgen Sie Nachrichten und Informationen in Fernsehen, Zeitungen, Radio oder Internet häufig, gelegentlich, selten oder nie?“

Vertrauen in Nachrichtenanbieter

Basis: alle



Frage im Wortlaut: „Wie sehr vertrauen Sie Nachrichten und Informationen in folgenden Medien auf einer Skala von 1 bis 5? 1 bedeutet „vertraue sehr“ und 5 „vertraue gar nicht“. (Reihung der Items nach Mittelwerten)

Vertrauen nach Geschlecht, Alter

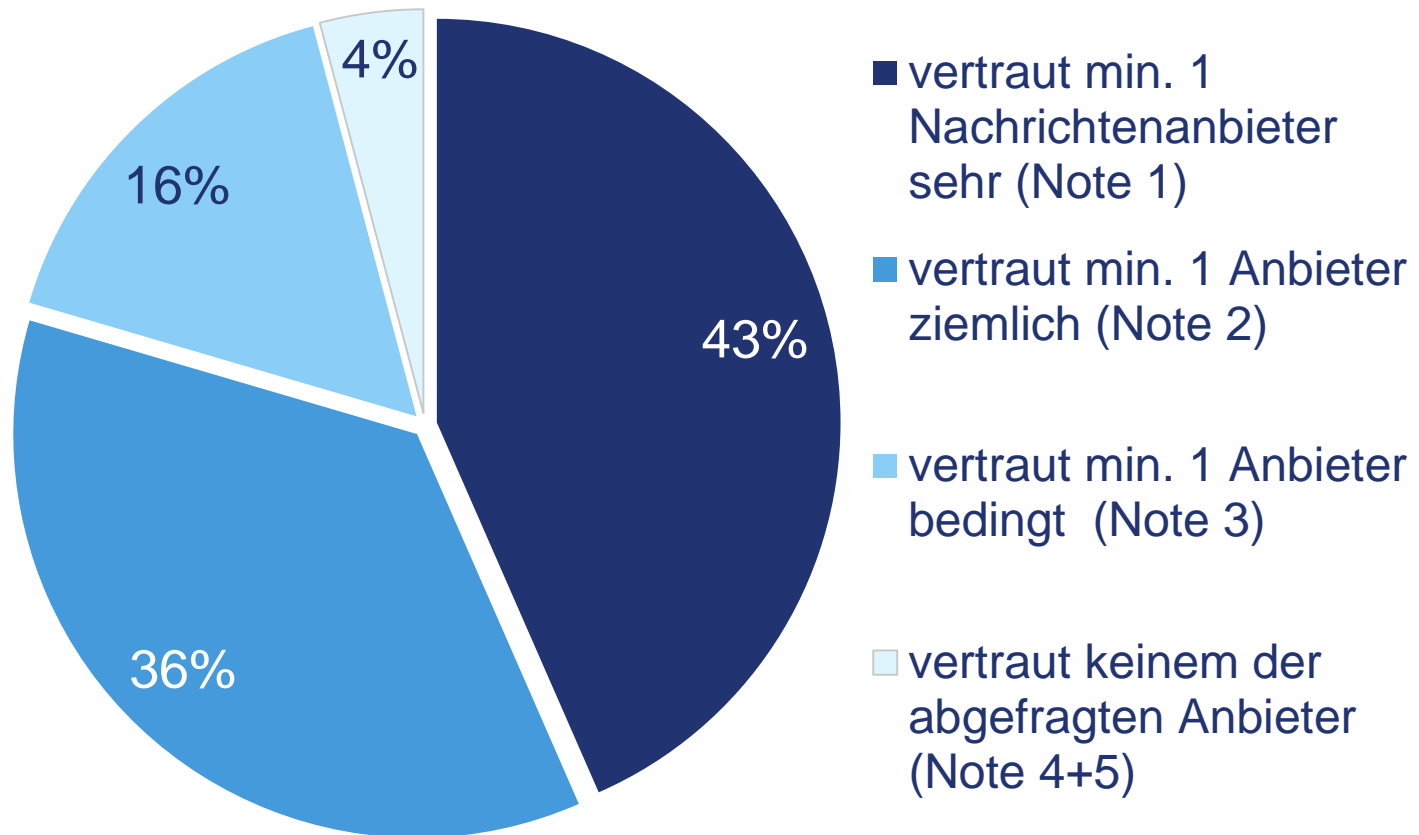
Basis: Nutzer/innen des jeweiligen Mediums

Vertrauen in Nachrichten und Informationen in...	Gesamt	Männer	Frauen	bis 29 Jährige	30-49-Jährige	ab 50 Jahren
ORF Radios	2,2	2,3	2,0	2,2	2,3	2,1
ORF Fernsehen	2,3	2,4	2,2	2,3	2,4	2,3
ORF-Internet	2,4	2,5	2,4	2,5	2,5	2,3
ORF TELETEXT	2,4	2,5	2,4	2,3	2,4	2,5
öst. Privatfernsehen	2,7	2,8	2,5	2,7	2,6	2,7
öst. Privatradios	2,7	2,7	2,6	2,8	2,7	2,6
öst. Zeitungen, Zeitschriften	2,8	2,9	2,7	2,8	2,8	2,8
ORF Social Media	3,1	3,1	3,0	2,8	3,1	3,3
Soziale Medien im Internet	3,4	3,5	3,4	3,3	3,4	3,5

Frage im Wortlaut: „Wie sehr vertrauen Sie Nachrichten und Informationen in folgenden Medien auf einer Skala von 1 bis 5? 1 bedeutet „vertraue sehr“ und 5 „vertraue gar nicht“.

Vertrauen in das Mediensystem insgesamt

Basis: alle



Berechnungsbasis: Aggregation der Vertrauenswerte für alle 9 abgefragten Medienanbieter. Befragte, die mindestens einem dieser 9 Anbieter sehr vertrauen; Befragte, die mindestens 1 dieser 9 Anbieter ziemlich vertrauen (Note 2), usw.

Vertrauen in das Mediensystem insgesamt: Erläuterung der Berechnung

Aggregation der Vertrauenswerte für 9 abgefragte Medienanbieter:

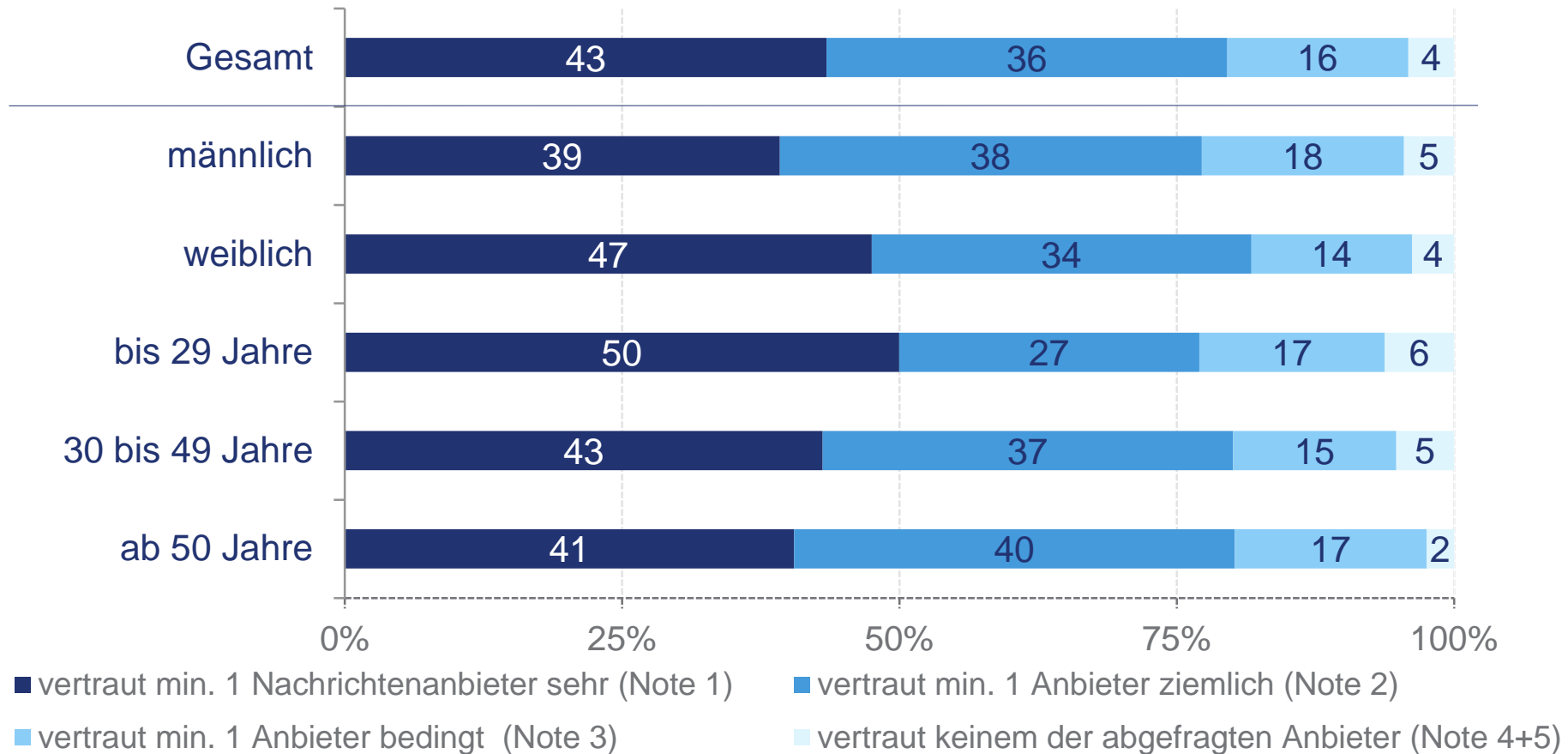
- Befragte, die mindestens einem dieser 9 Anbieter sehr vertrauen (Note 1);
- Befragte, die mindestens 1 dieser 9 Anbieter ziemlich vertrauen (Note 2)
- Befragte, die mindestens 1 dieser 9 Anbieter bedingt vertrauen (Note 3)
- Befragte, die keinem der 9 Anbieter vertrauen (Noten 4+5)

Beispiel 1: Befragter A vergibt für TELETEXT im Vertrauen die Note 2, für Privatradios sowie für Privatfernsehen die Note 4, alle anderen Mediengruppen nutzt er nicht. => Codierung als „vertraut min. 1 Anbieter ziemlich (Note 2)“.

Beispiel 2: Befragter B vergibt dem ORF Internet im Vertrauen die Note 4, den Sozialen Medien die Note 5, alle anderen Mediengruppen nutzt er nicht. => Codierung als „vertraut keinem der abgefragten Anbieter“.

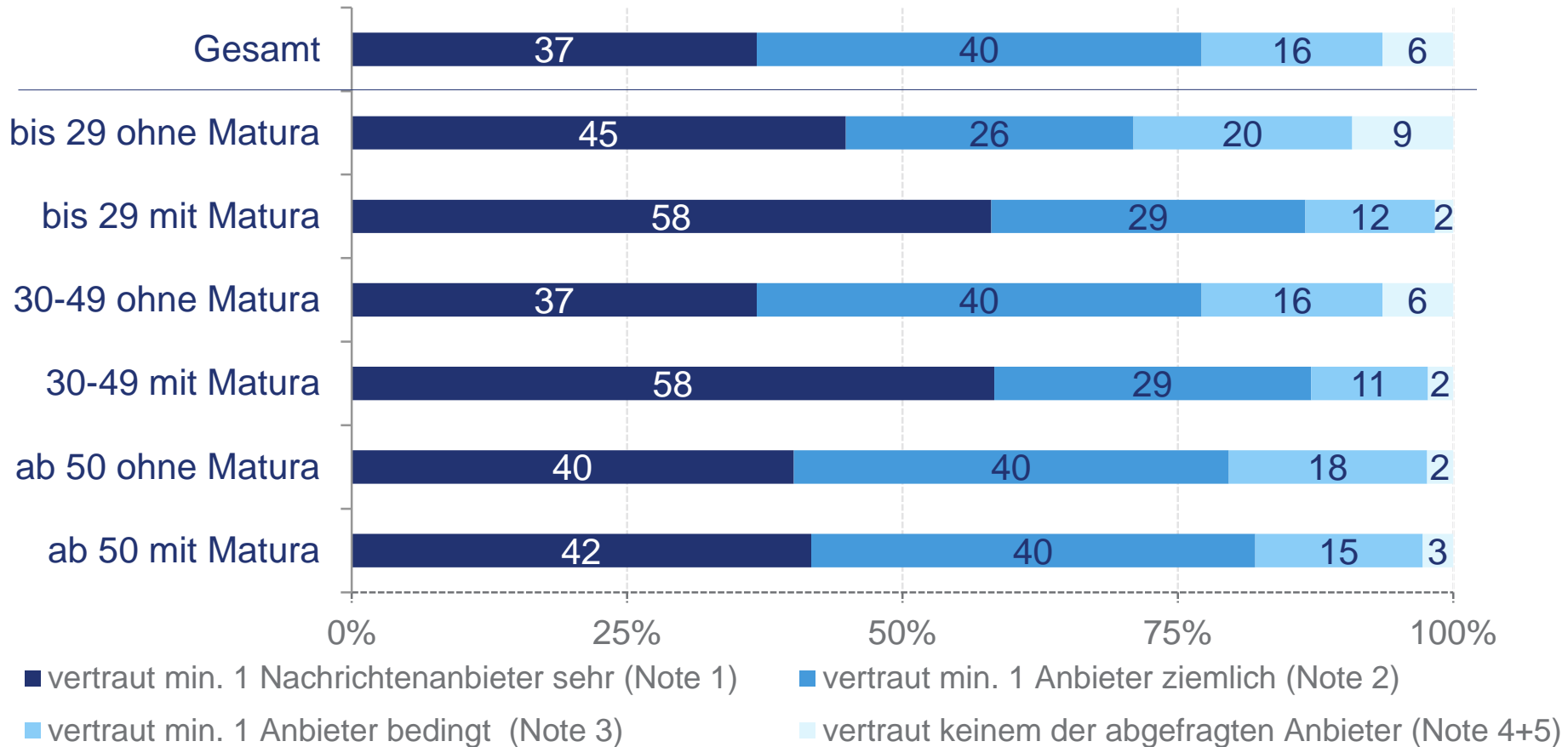
Vertrauen in österreichisches Mediensystem nach Geschlecht und Alter

Basis: alle



Vertrauen in österreichisches Mediensystem nach Alter und Bildung

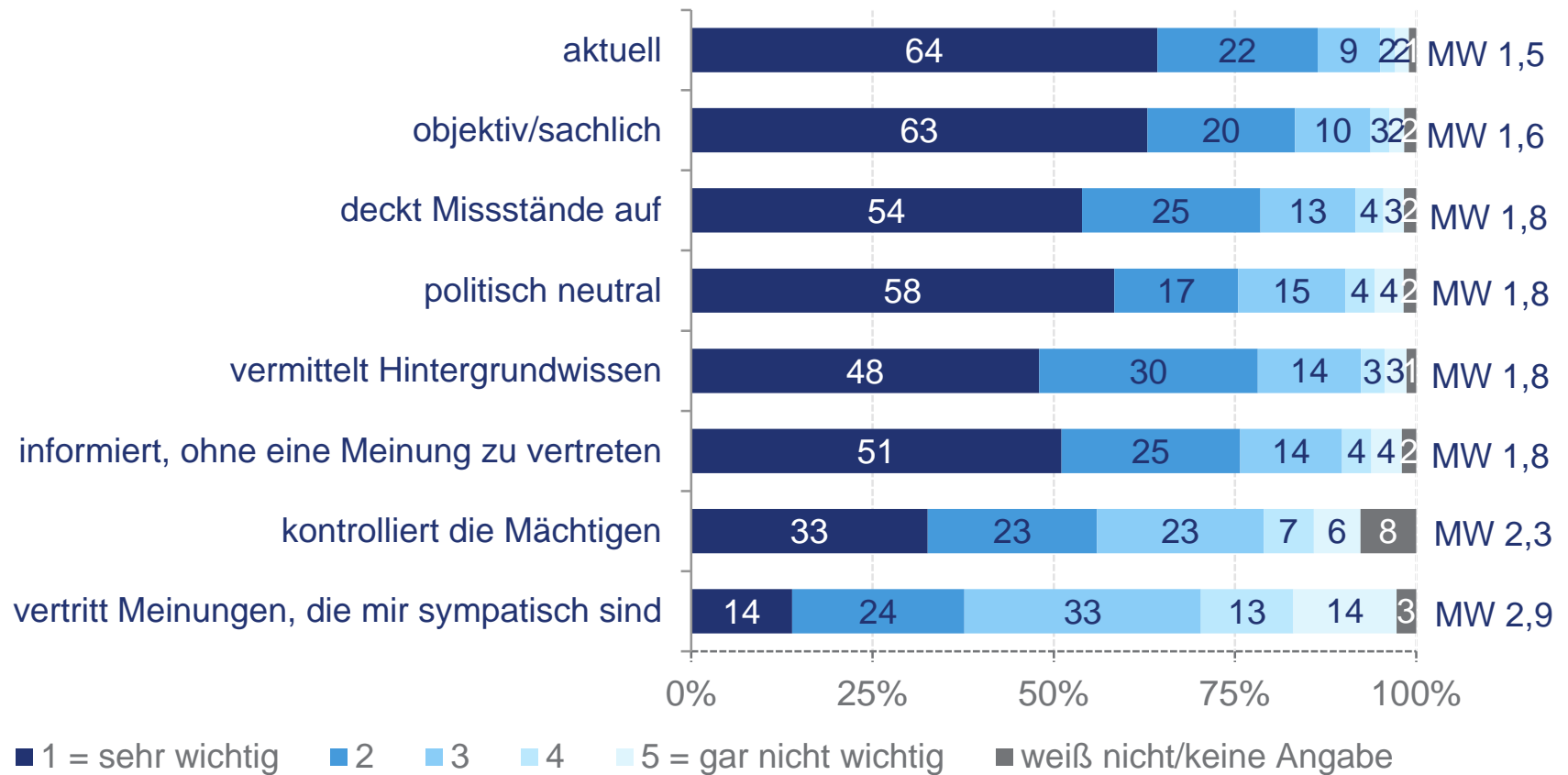
Basis: alle



Qualitätsanforderungen des Publikums an Nachrichten und Informationen

Anforderungen an Nachrichten/Informationen (Reihung nach Mittelwerten)

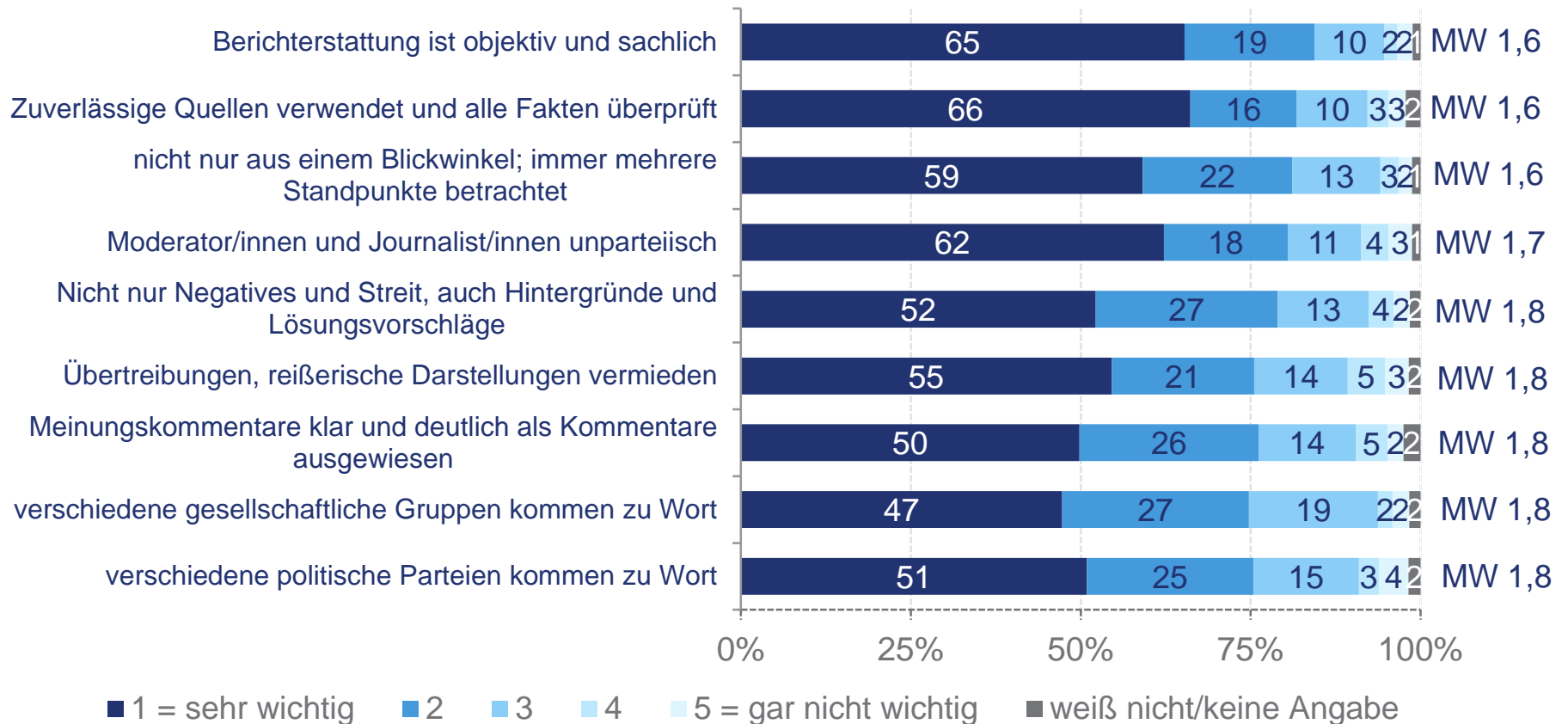
Basis: alle



Frage im Wortlaut: „Wenn Sie an Nachrichten und Informationen denken, die Sie persönlich nutzen: Wie wichtig sind Ihnen folgende Eigenschaften auf einer Skala von 1 bis 5? 1 bedeutet sehr wichtig und 5 gar nicht wichtig.“

Anforderungen an Glaubwürdigkeit (Reihung nach Mittelwerten)

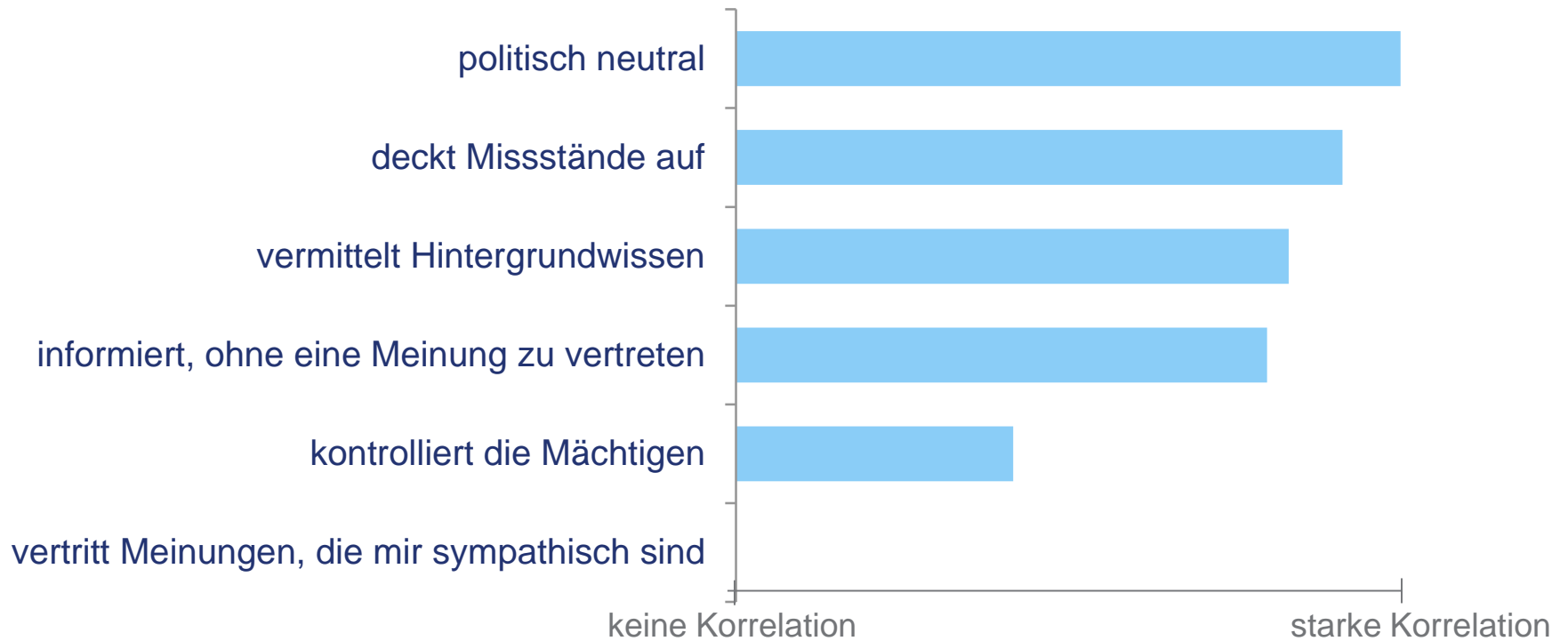
Basis: alle



Frage im Wortlaut: „Es wird viel über die Glaubwürdigkeit von Nachrichten und Informationen diskutiert: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften für eine glaubwürdige Berichterstattung auf einer Skala von 1 bis 5?“

Faktoren von „objektiv / sachlich“ 1/2

Anm.: Die Korrelationsanalyse gibt Aufschluss über das Begriffsverständnis im Publikum: Starke Korrelationen deuten darauf hin, dass das betreffende Item für die Befragten einen Teilaspekt von „objektiv/sachlich“ ausmacht.



Berechnungsbasis: alle Befragte, quadrierte bivariate Korrelationen der Qualitätsmerkmale (Wichtigkeit) mit der Wichtigkeit „objektiv/sachlich“

Faktoren von „objektiv / sachlich“ 2/2

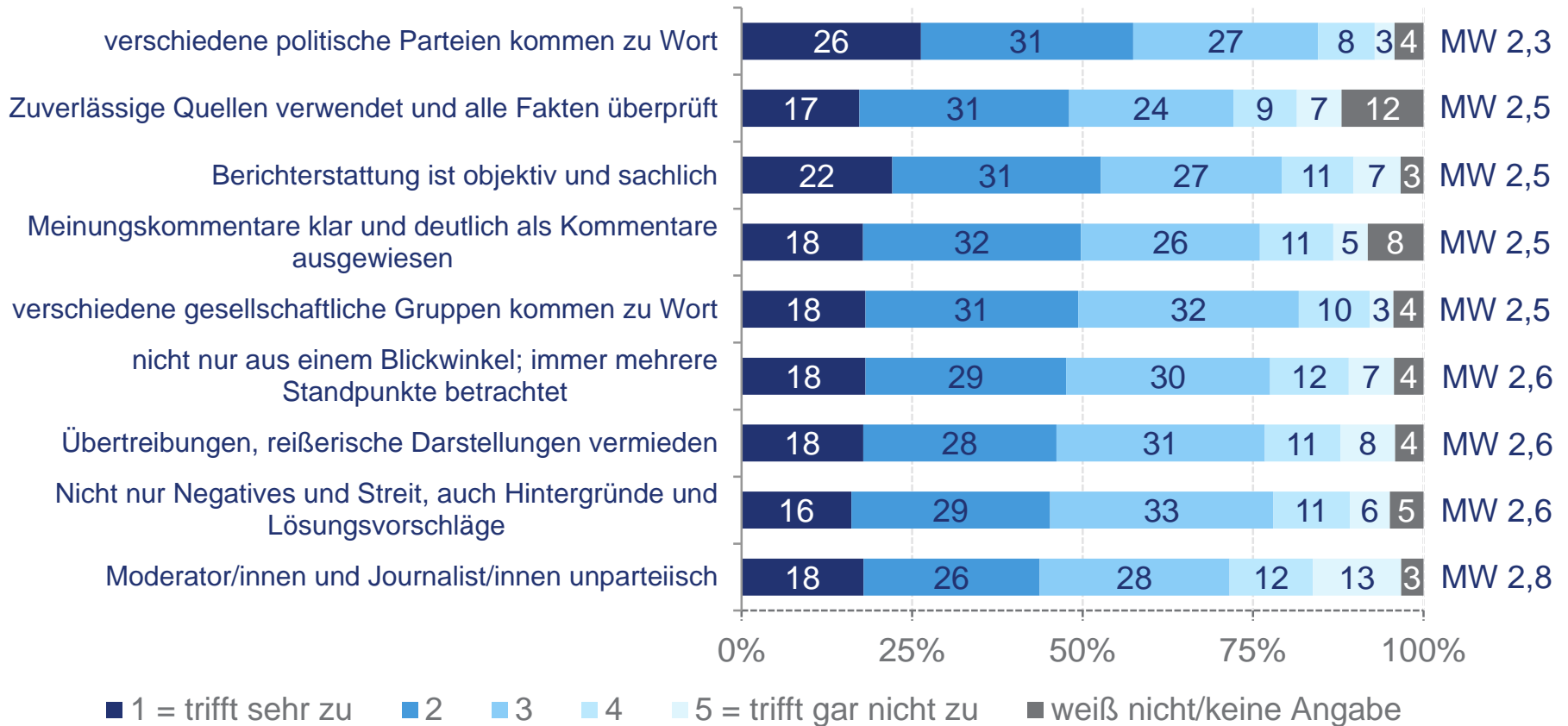


Berechnungsbasis: alle Befragte, quadrierte bivariate Korrelationen der Qualitätsmerkmale (Wichtigkeit) mit der Wichtigkeit „objektiv/sachlich“

Bewertung und Anforderungen an die ORF-Information

Bewertung der ORF Berichterstattung (Reihung nach Mittelwerten)

Basis: nutzt ORF-Medien zumindest „selten“, n=942.

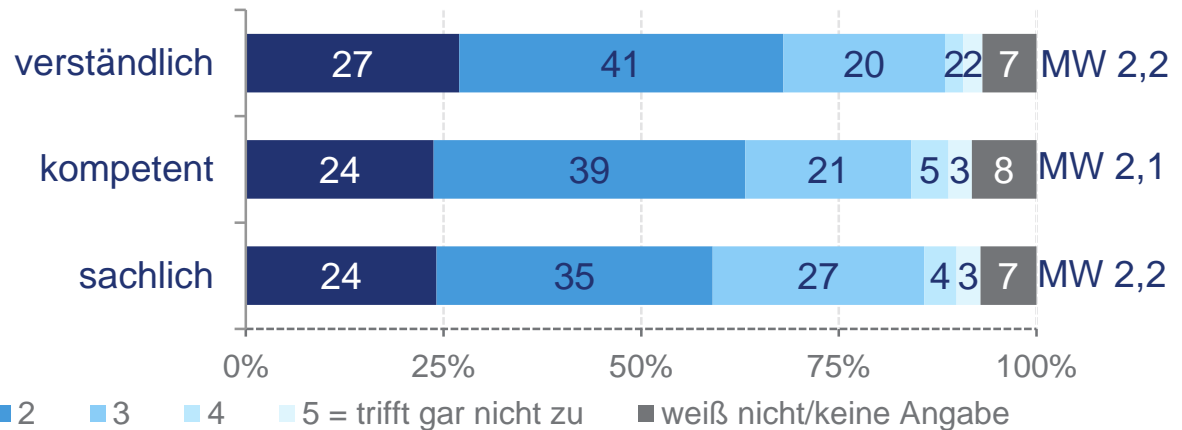


Frage im Wortlaut: „Alles in allem: Wie sehr treffen folgende Eigenschaften auf die Nachrichten und Informationen in den ORF-Medien zu? Denken Sie dabei an alle ORF-Medien, also Fernsehen, Internet, Radio und TELETEXT. 1 bedeutet trifft sehr zu und 5 trifft gar nicht zu.“

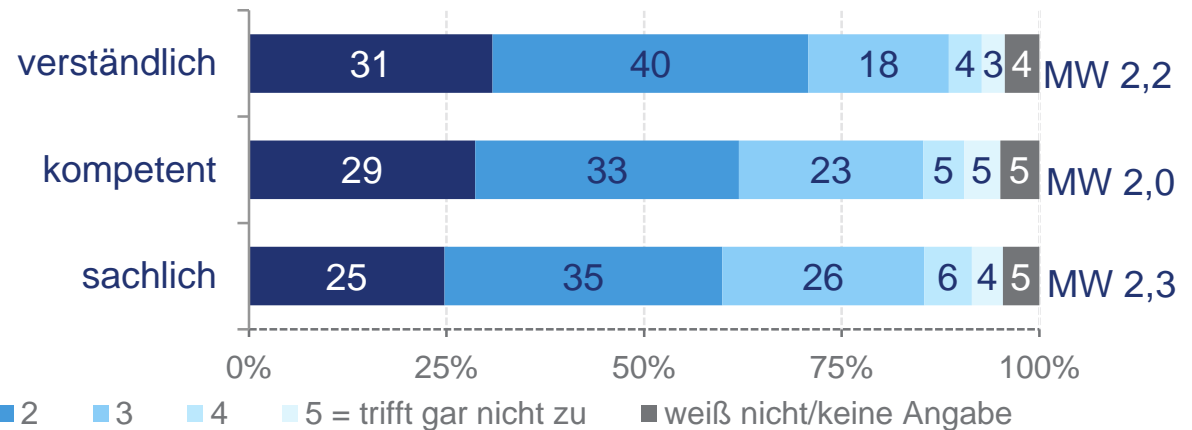
Kommentare und Analysen im ORF

Basis: nutzt ORF-Medien zumindest „selten“, jeweils n=475 (Split half)

Externe
Fachleute



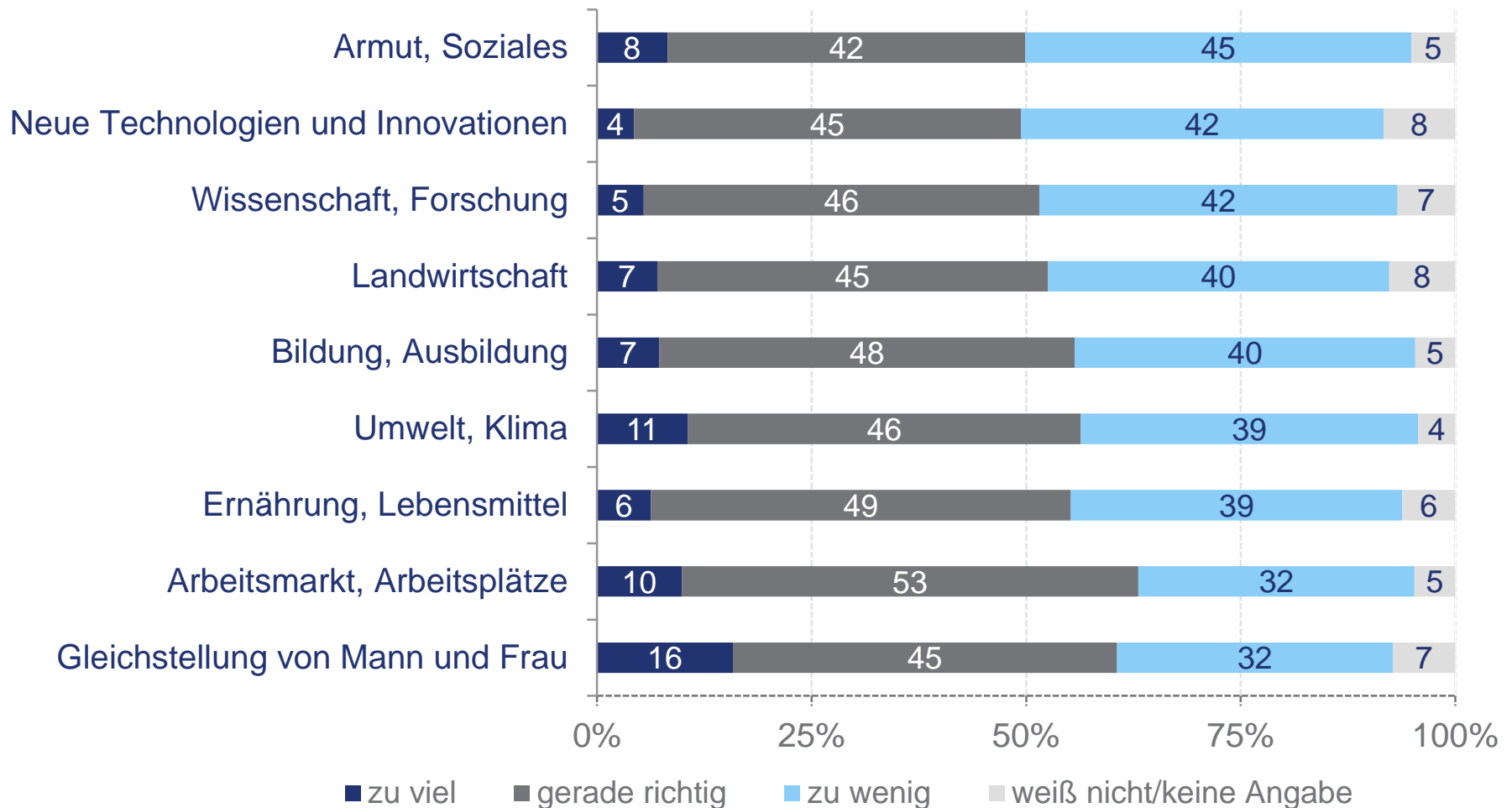
ORF
Journalist/innen



Fragen im Wortlaut: „Im ORF kommen auch Kommentare und Analysen von externen Fachleuten vor, die keine ORF-Journalisten sind: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf diese Kommentare auf einer Skala von 1 bis 5 zu?“, bzw. „Wenn Sie an die Kommentare und Analysen von ORF-Journalistinnen und Journalisten denken“. „Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf diese Kommentare auf einer Skala von 1 bis 5 zu?“

Themen im ORF: Soll-Ist-Vergleich 1/2

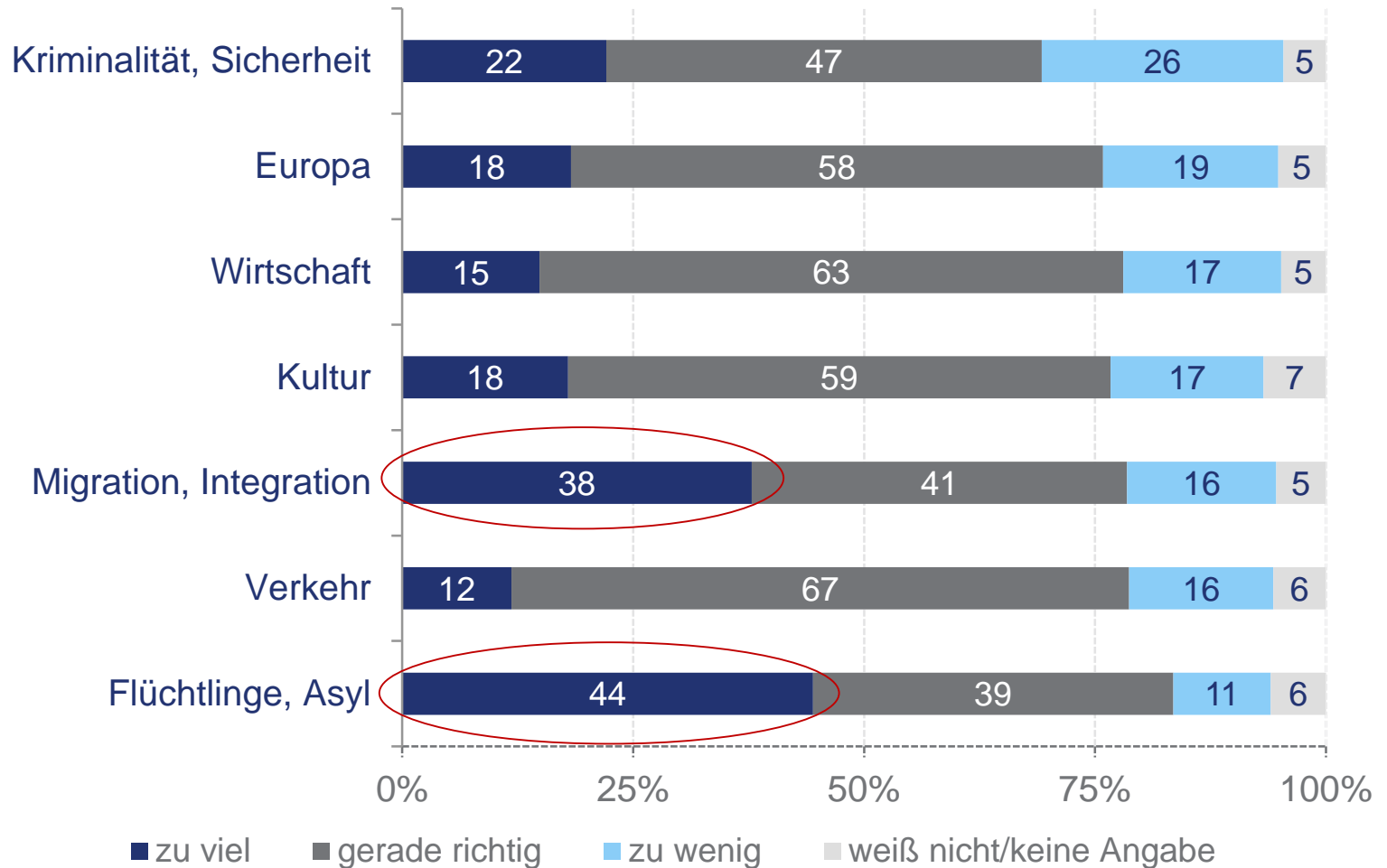
Basis: nutzt ORF-Medien zumindest „selten“, n=942.



Frage im Wortlaut: „Ich lese Ihnen nun einige Themenbereiche vor: Sagen Sie mir bitte jeweils, ob dieses Thema in den ORF Medien zu viel, gerade richtig oder zu wenig vorkommt.“

Themen im ORF: Soll-Ist-Vergleich 2/2

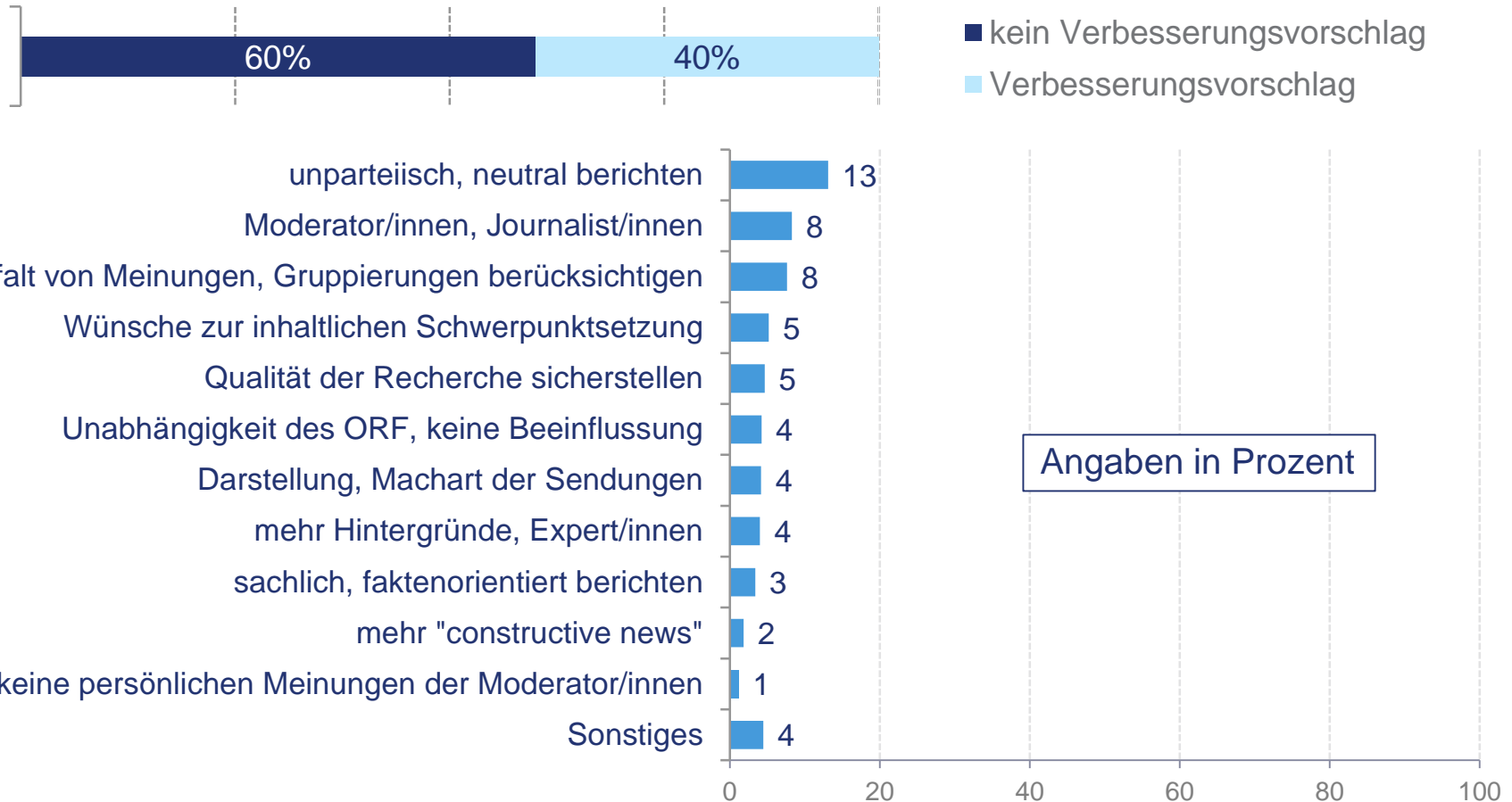
Basis: nutzt ORF-Medien zumindest „selten“, n=942.



Frage im Wortlaut: „Ich lese Ihnen nun einige Themenbereiche vor: Sagen Sie mir bitte jeweils, ob dieses Thema in den ORF Medien zu viel, gerade richtig oder zu wenig vorkommt.“

Verbesserungsvorschläge (offene Frage, Mehrfachantworten)

Basis: nutzt ORF-Medien zumindest „selten“, n=942.

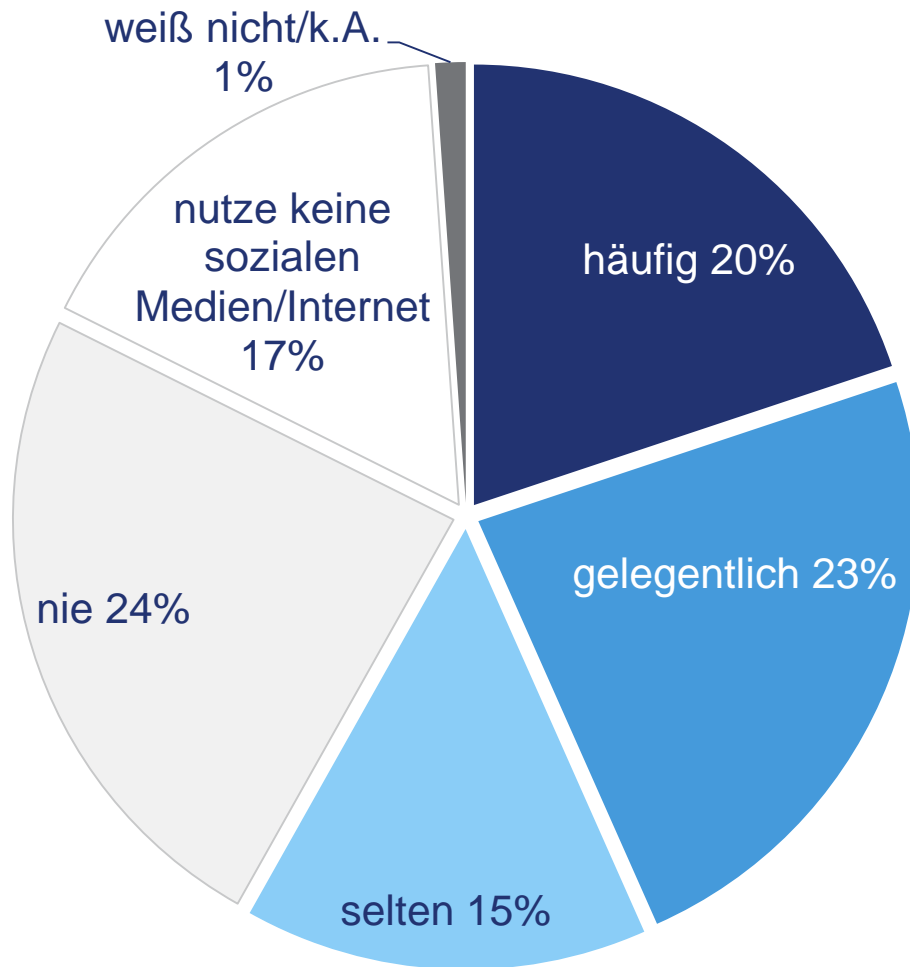


Frage im Wortlaut „Und welche Punkte wären Ihnen wichtig, die für eine objektive, sachliche und ausgewogene Berichterstattung im ORF noch verbessert werden sollten?“ (offene Frage, inhaltsanalytische Vercodung, Mehrfachantworten möglich)

ORF und Social Media

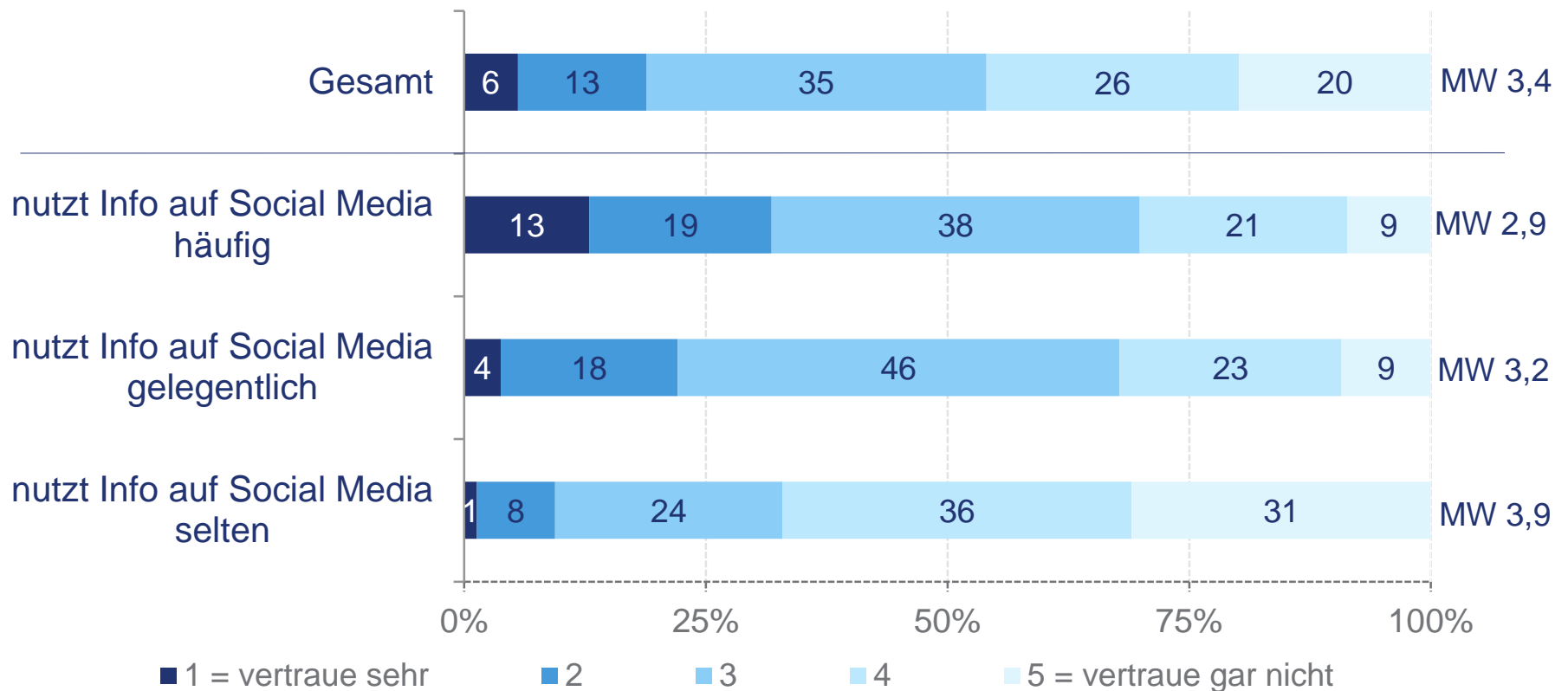
Nutzung Social Media

Basis: alle



Vertrauen Informationen in Social Media nach Nutzungsverhalten

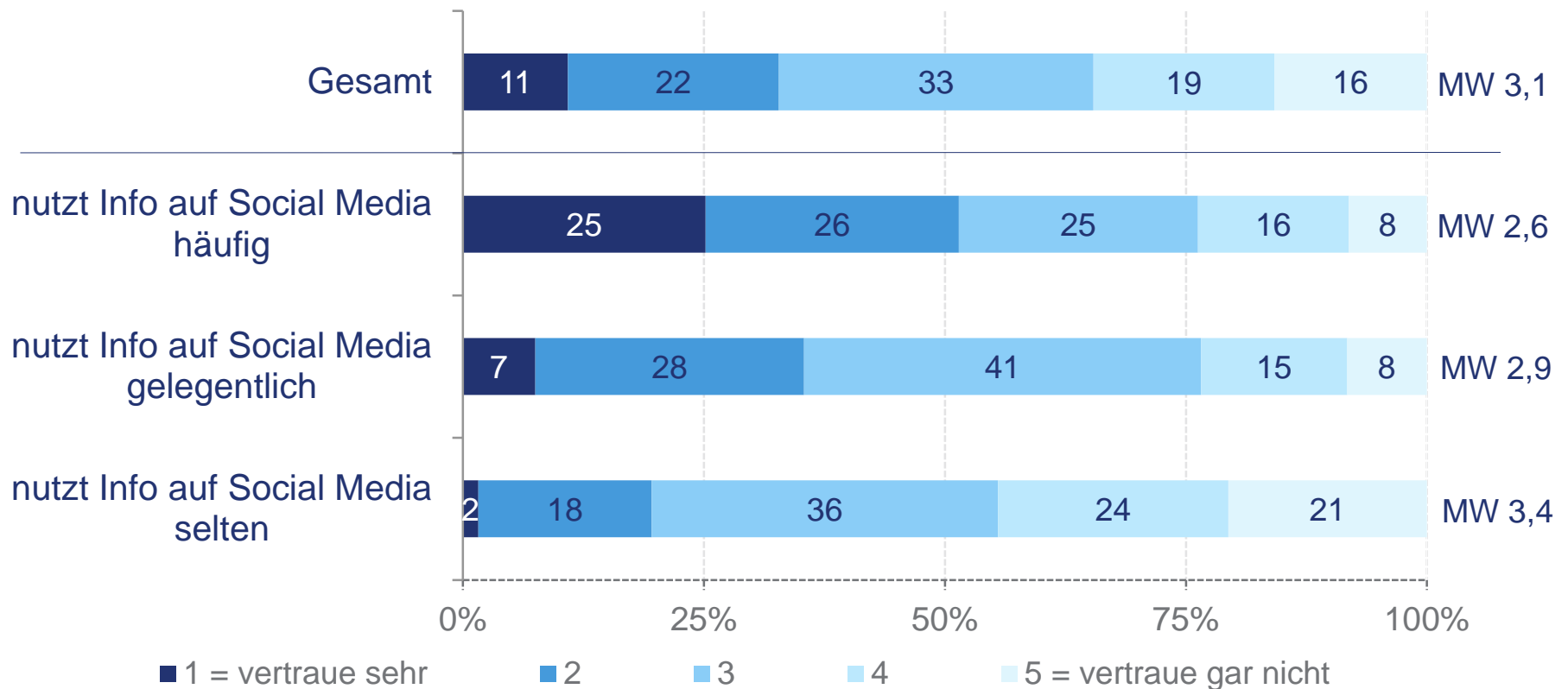
Basis: n=734 Personen, die eine Bewertung abgegeben haben



Frage im Wortlaut: „Verfolgen Sie Nachrichten und Informationen auf Sozialen Medien häufig, gelegentlich, selten oder nie? bzw. „Wie sehr vertrauen Sie Nachrichten und Informationen in Sozialen Medien im Internet auf einer Skala von 1 bis 5? 1 bedeutet „vertraue sehr“ und 5 „vertraue gar nicht“.

Vertrauen Informationen in ORF Social Media nach Nutzungsverhalten

Basis: n=635 Personen, die eine Bewertung abgegeben haben



Frage im Wortlaut: „Wie sehr vertrauen Sie Nachrichten und Informationen in ORF Social Media, zum Beispiel auf Facebook, Twitter auf einer Skala von 1 bis 5? 1 bedeutet „vertraue sehr“ und 5 „vertraue gar nicht“

ORF Journalist/innen und Social Media

Basis: alle

„Ihrer Ansicht nach: Sollten ORF Journalisten in Sozialen Medien ihre persönliche Meinung zu Themen der österreichischen Politik äußern, oder sollten Sie möglichst keine Meinungskommentare abgeben?“

