

meinungsraum.at
September 2013

Manstein Verlag
Politik Meinung Medien

Inhalt

1. Studienbeschreibung
2. Ergebnisse
3. Summary
4. Stichprobenbeschreibung
5. Rückfragen/Kontakt

Studienbeschreibung

1. Studienbeschreibung

Auftraggeber	Manstein Verlag
Thematik	Politik Meinung Medien
Zielgruppe	ÖsterreicherInnen, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre (Quoten auf Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland)
Stichprobenmethode	Panel-Stichprobe
Nettostichprobe	600 Computer Assisted Web Interviews
Interviewdauer	Basisbefragung: ca. 10 Minuten Mindestens 10x kurze Befragungen zu in den Medien wahrgenommenen Tagesthemen aus den Bereichen Wirtschaft, Innenpolitik, Außenpolitik: jeweils ca. 3 Minuten
Feldzeit	05.08.2013 – 19.08.2013

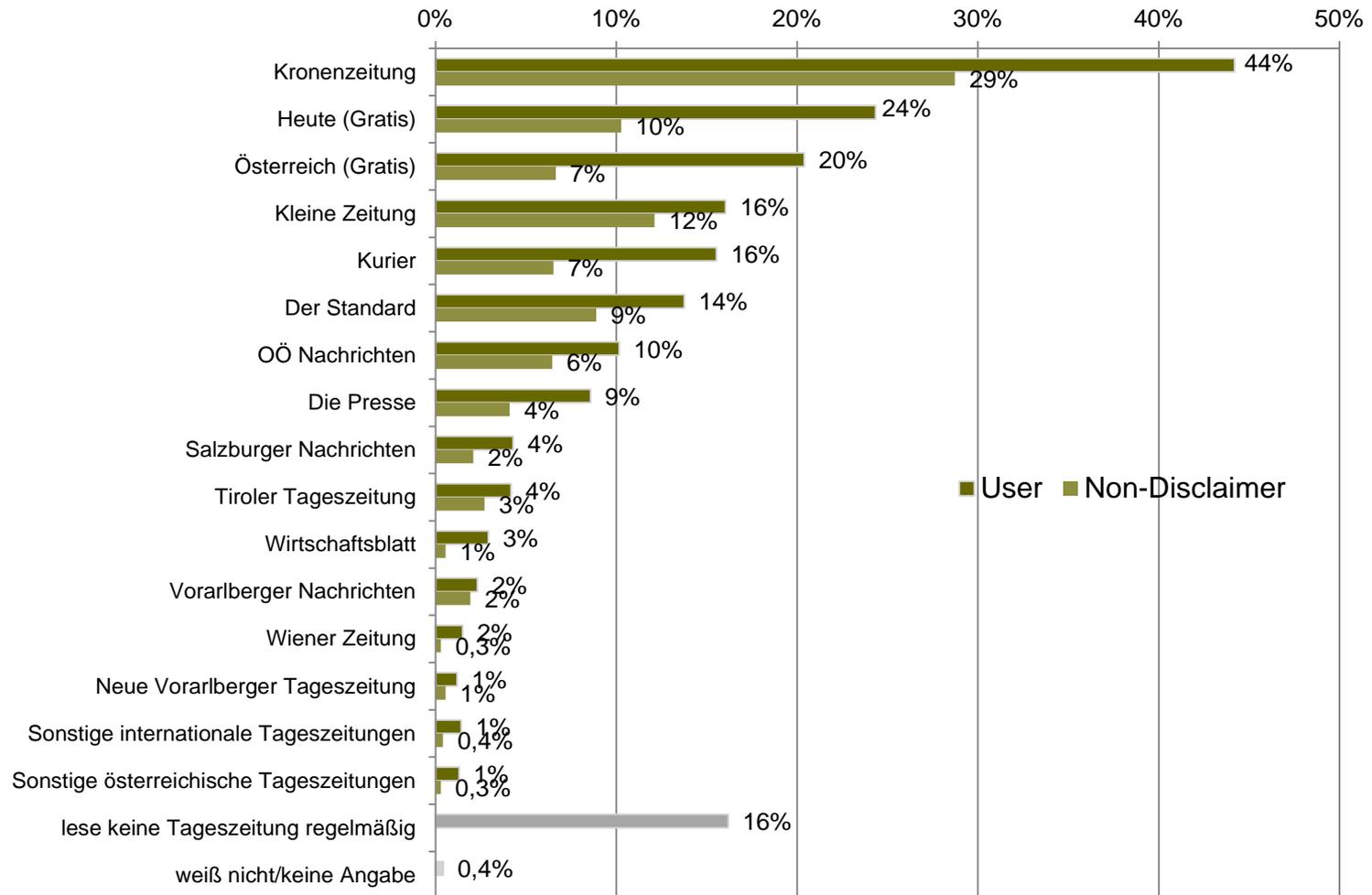
Ergebnisse

Ergebnisse Basisbefragung Medien

2.1 Tageszeitungs-User vs. Non-disclaimer, 44% lesen die Krone, 24% Heute

Welche Tageszeitung(en) lesen Sie mindestens 2x pro Woche – egal ob Online, Mobil oder gedruckte Exemplare? Auf welche dieser Zeitungen könnten Sie am wenigsten verzichten?

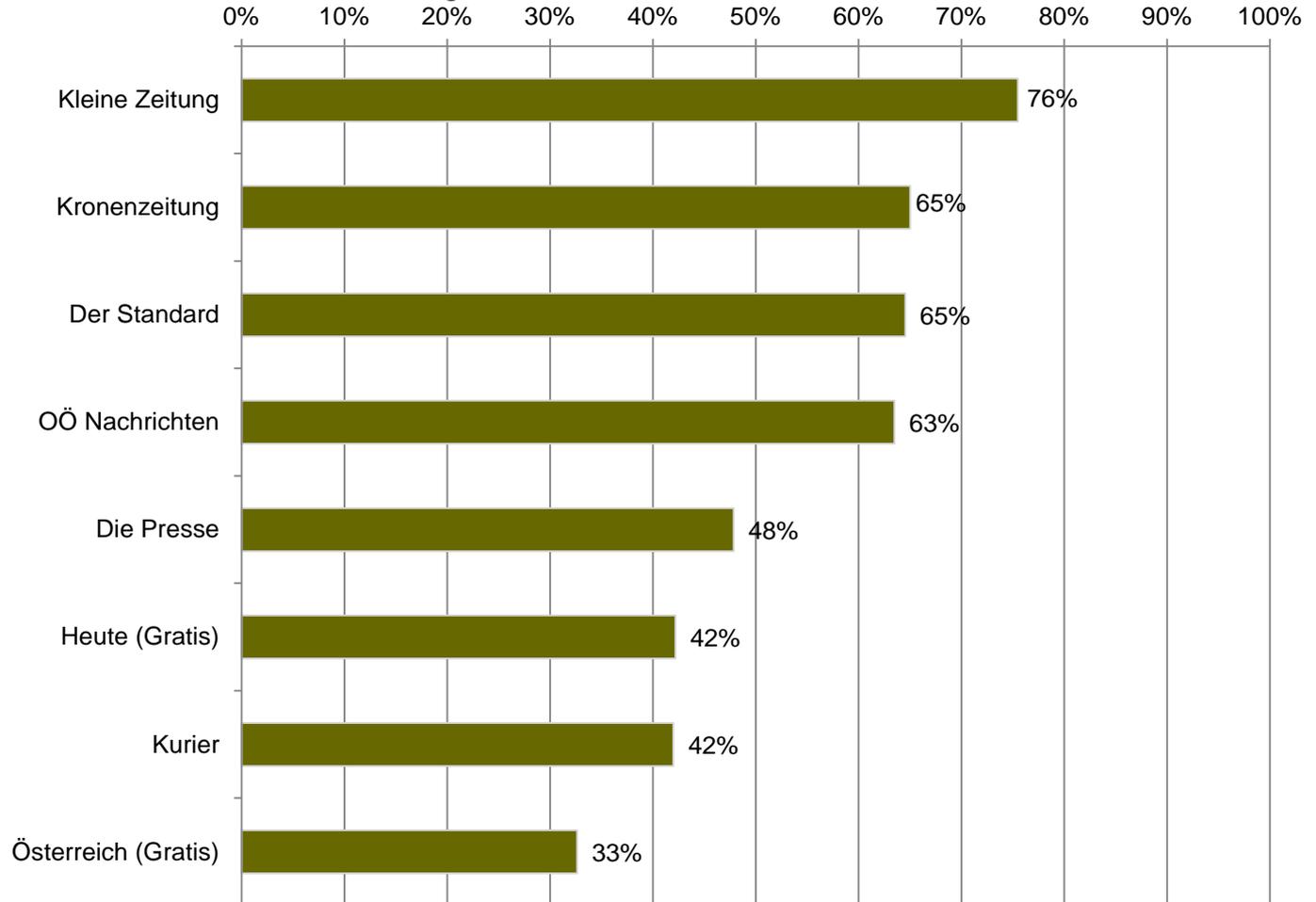
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.1.2 Anteile loyaler User - Tageszeitungen 76% der Leser der Kleinen Zeitung wollen nicht auf diese Zeitung verzichten

Anteile der Leser, die am wenigsten auf die Tageszeitung(en) verzichten können

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung

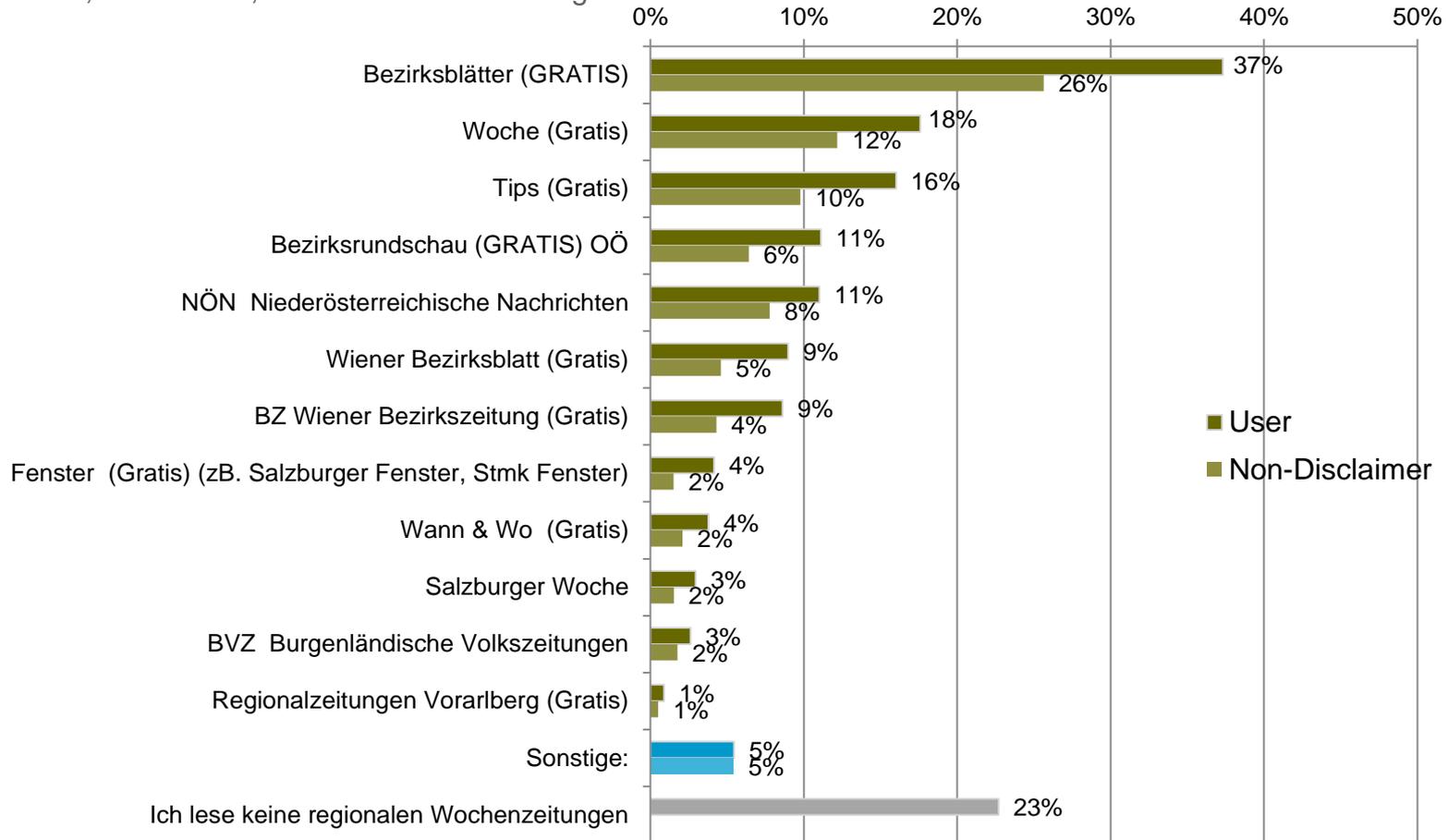


Exkl. Tageszeitungen mit Leseranteil unter 8 %

2.2 User vs. Non-disclaimer - regionale Wochenzeitungen: 37% lesen Bezirksblätter

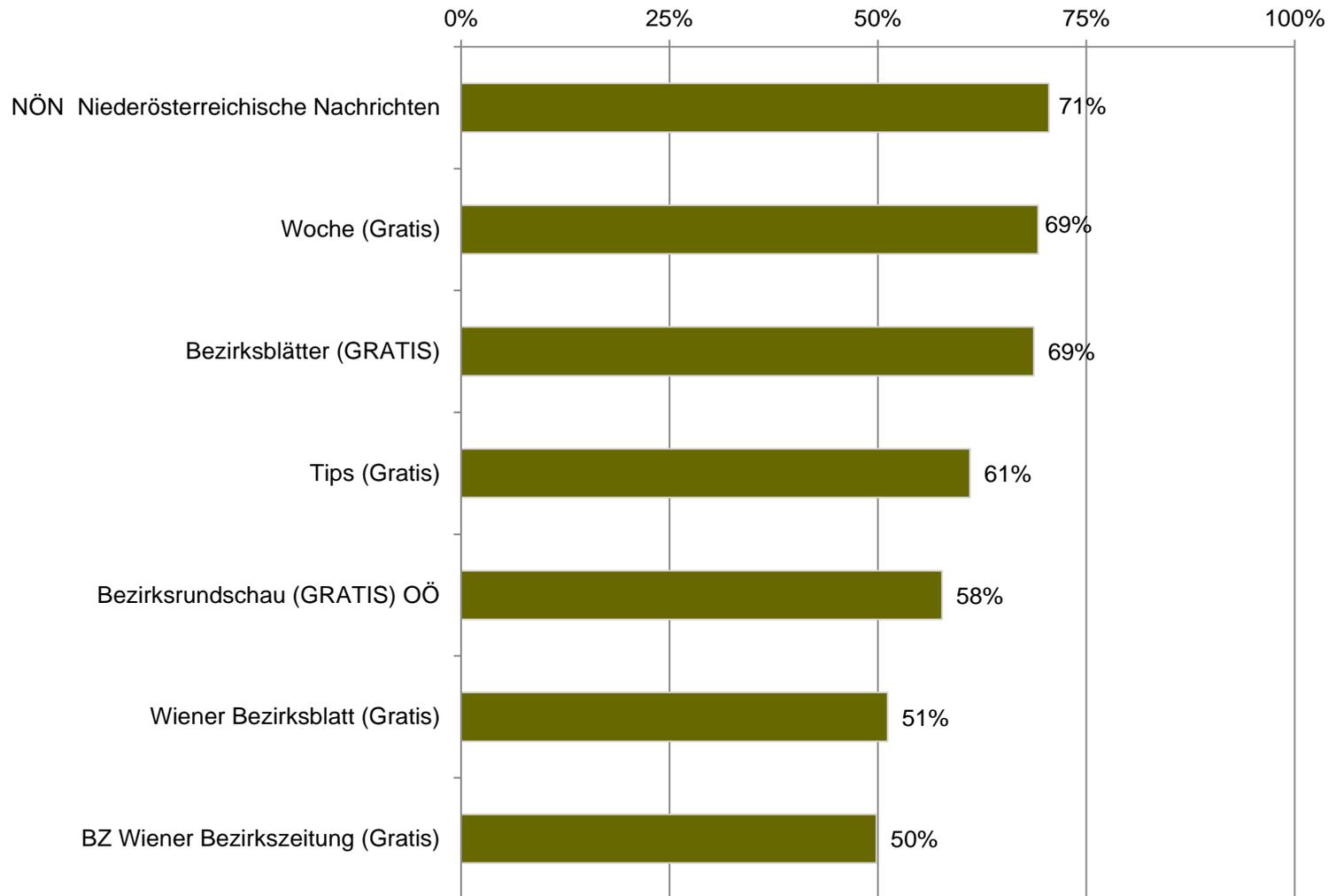
Welche regionalen Wochenzeitungen lesen Sie mindestens 1x pro Monat – egal ob Online oder gedruckte Exemplare? Auf welche dieser regionalen Wochenzeitungen könnten Sie am wenigsten verzichten?

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.2.2 Anteile der loyalen User - Regionale Wochenzeitungen: 7 von 10 NÖN Leser wollen nicht auf diese verzichten

Anteile der Leser, die am wenigsten auf die regionale Wochenzeitung verzichten können
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600, absteigend sortiert



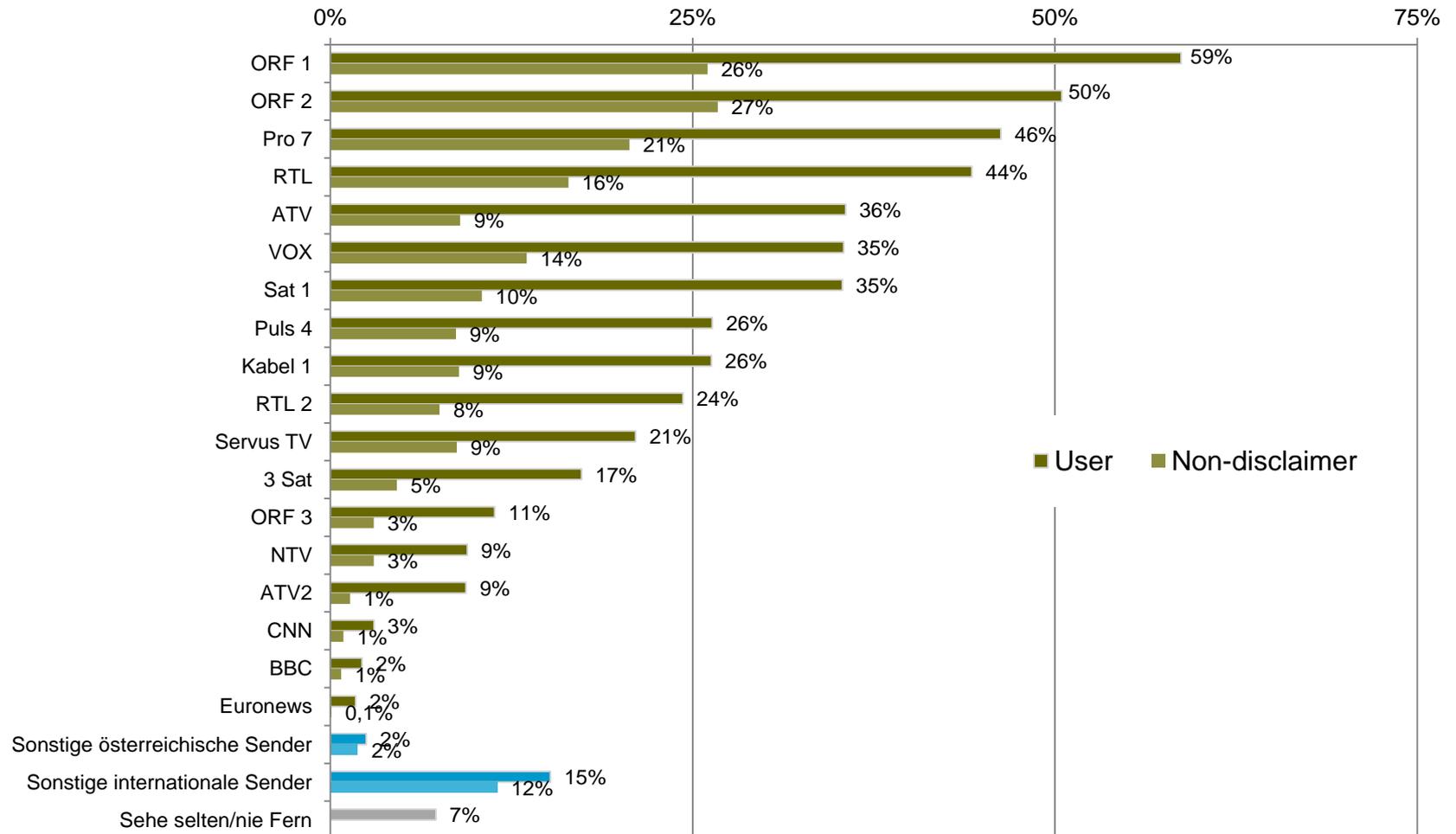
Exkl. Wochenzeitungen mit Leseranteil unter 8%

2.3 User vs. Non-disclaimer Fernsehen: ORF 1 (59%), ORF 2 (50%), Pro7 (46%)

Welche TV-Sender sehen Sie zumindest 2x pro Woche?

Auf welche dieser Sender könnten Sie am wenigsten verzichten?

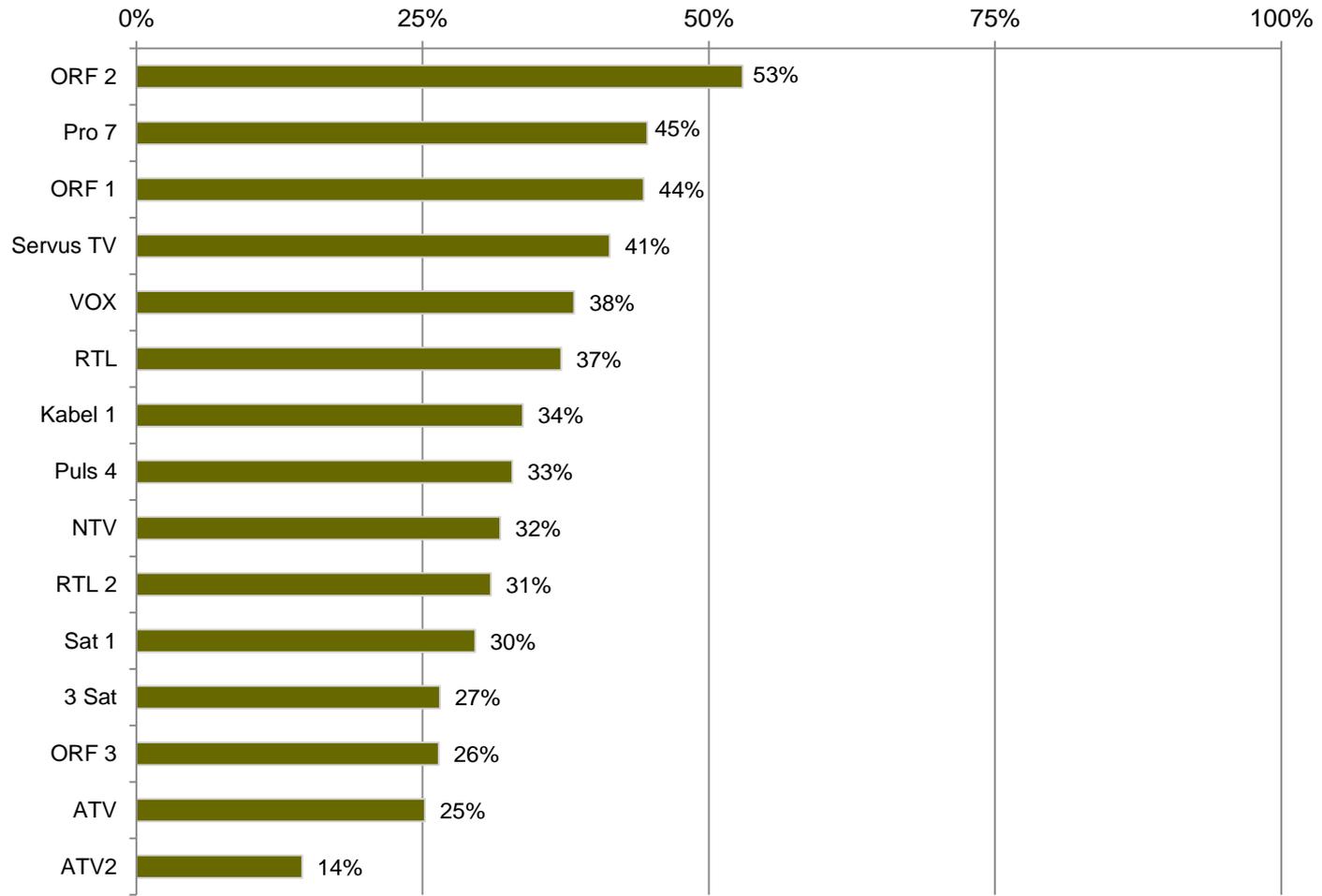
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.3.1 Anteile der loyalen User – TV-Sender: auf ORF2 möchte man in Österreich nicht verzichten

Anteile der Seher, die am wenigsten auf die Fernsehsender verzichten können

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600, absteigend sortiert

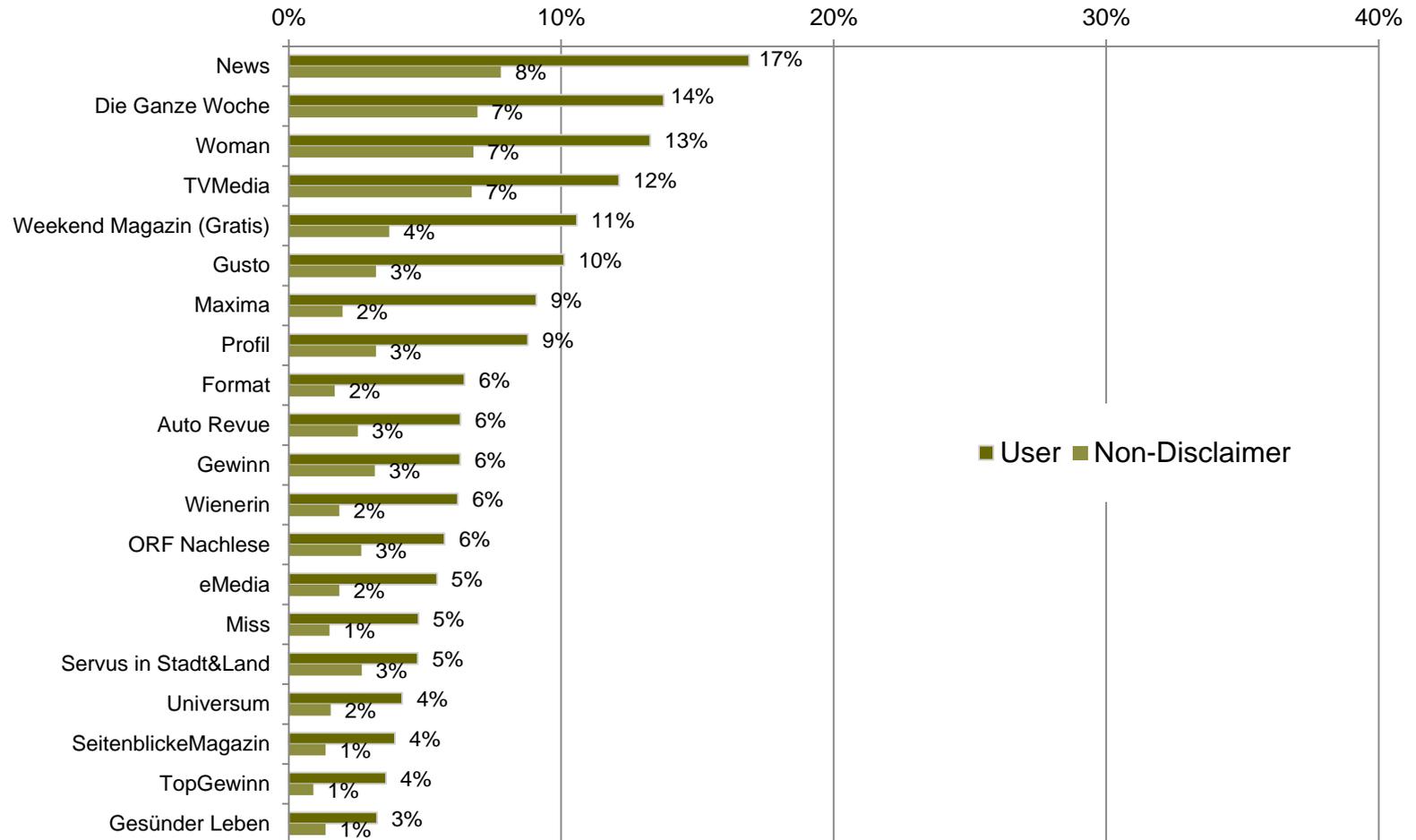


Exkl. Sender mit Seheranteil unter 8 %

2.4 User vs. Non-Disclaimer Magazine/Zeitschriftenleser: News hat 17% Leser

Welche Magazine/Zeitschriften lesen Sie mindestens 1 x pro Quartal (mind. 4x pro Jahr) – egal ob Online oder gedruckte Exemplare? Auf welche dieser könnten Sie am wenigsten verzichten?

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung

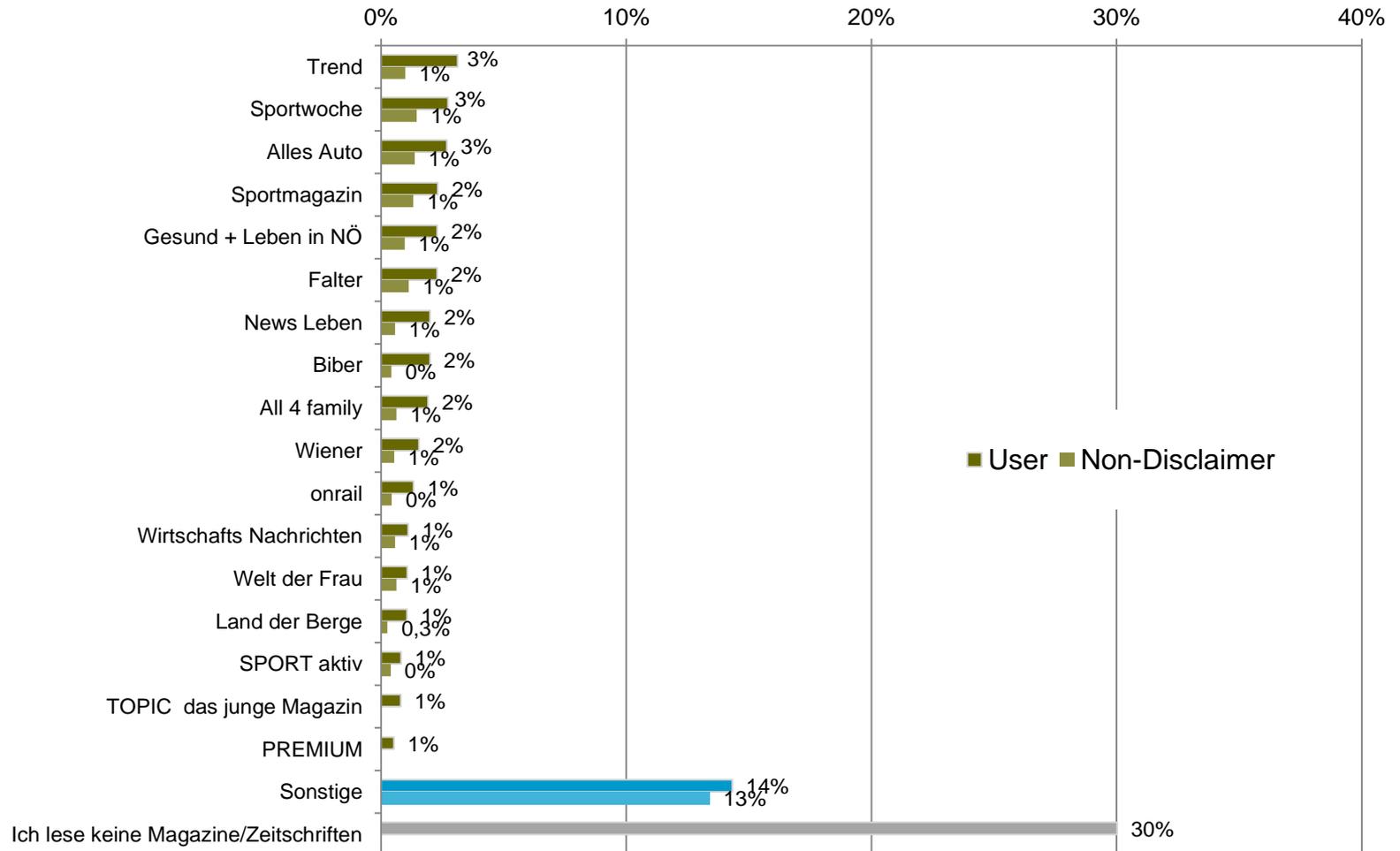


Auswahl an Magazinen

2.4.1 Magazine/Zeitschriftenleser: BOTTOM 17

Welche Magazine/Zeitschriften lesen Sie mindestens 1 x pro Quartal (mind. 4x pro Jahr) – egal ob Online oder gedruckte Exemplare? Auf welche dieser könnten Sie am wenigsten verzichten?

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung

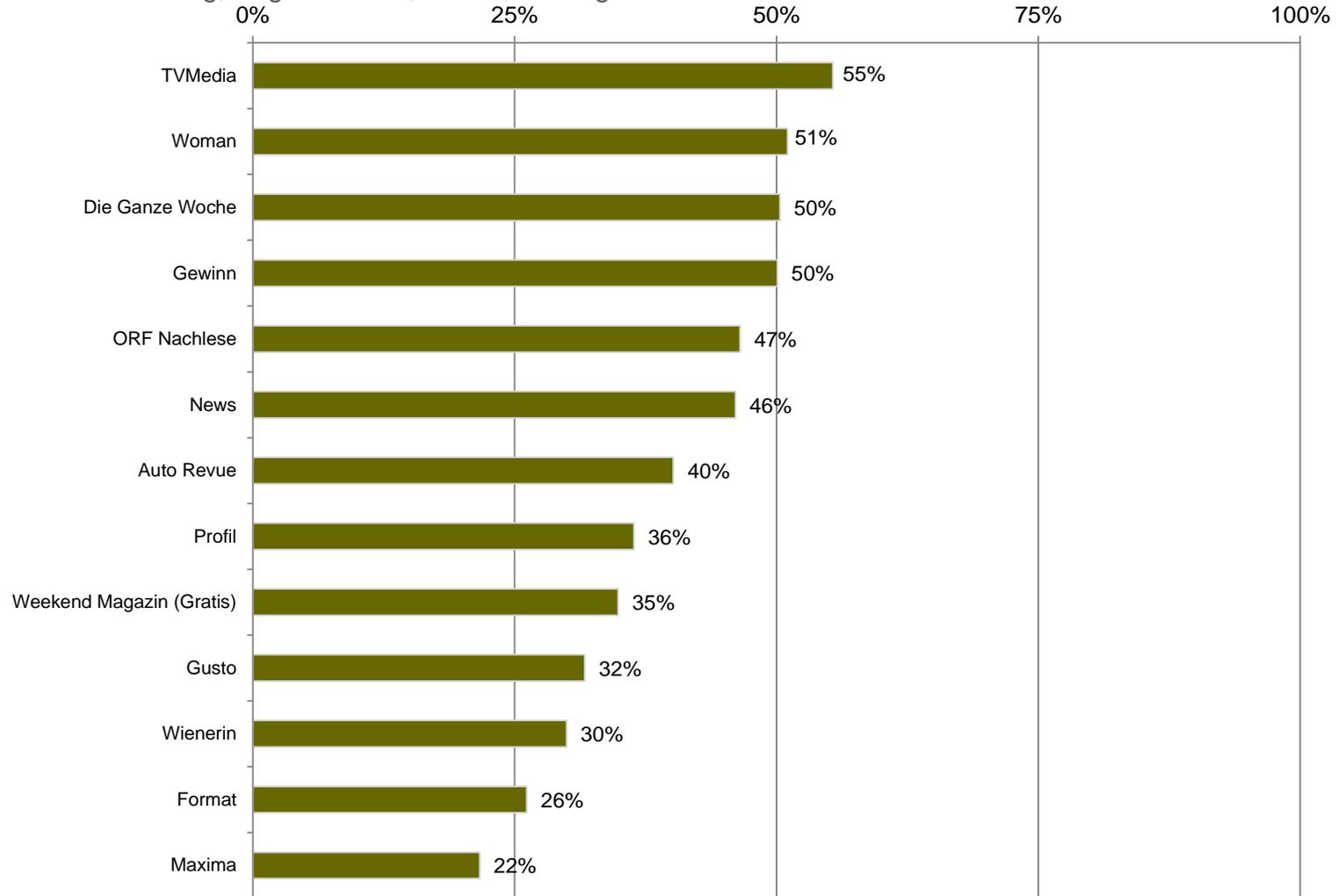


Auswahl an Magazinen

2.4.2 Anteile der loyalen User – Magazine/Zeitschriftenleser: TV-Media hat die meisten loyalen Leser (55%)

Anteile der Leser, die am wenigsten auf die Magazine verzichten können

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600, absteigend sortiert

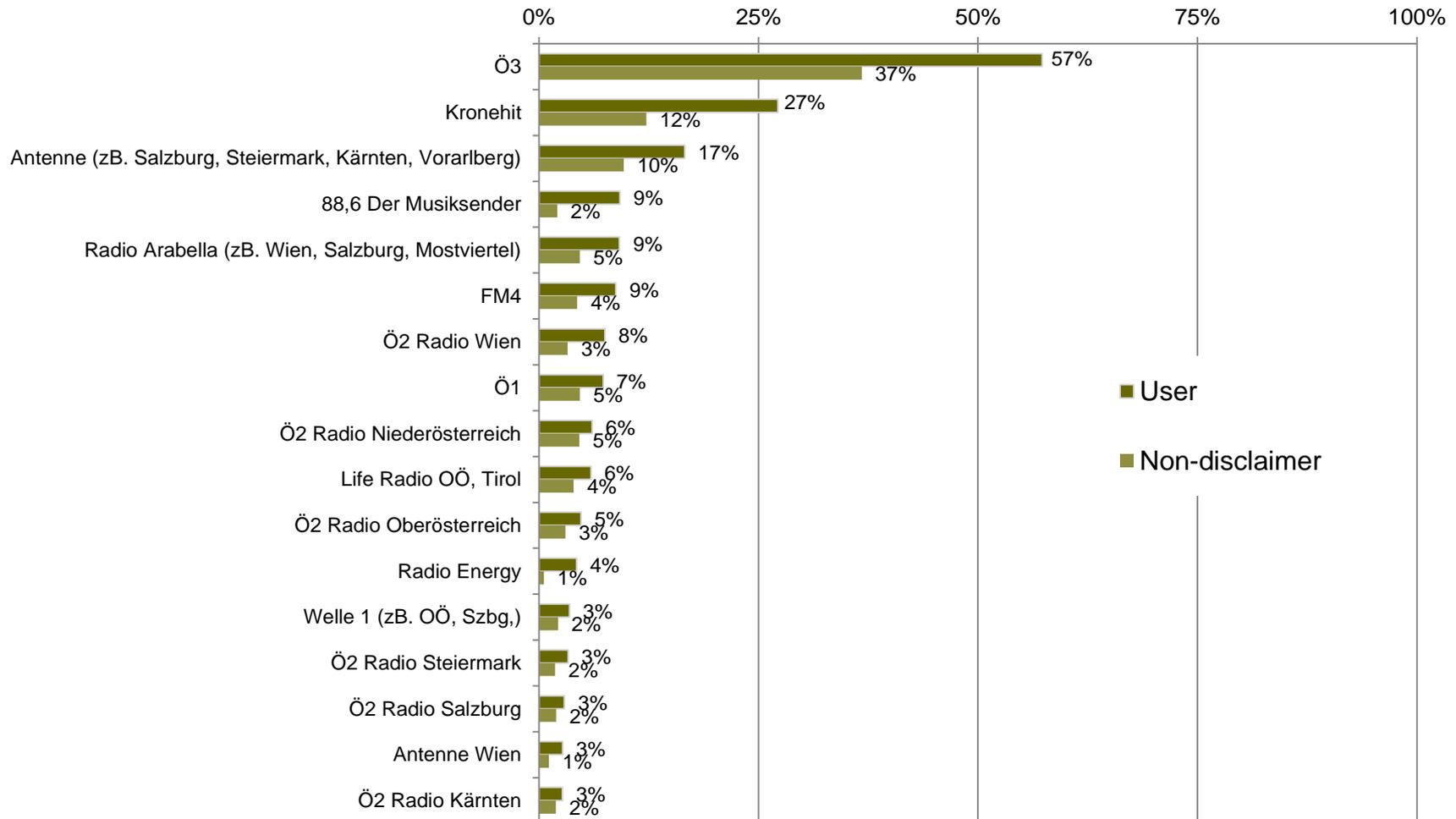


Exkl. Magazine/Zeitschriften mit Leseranteil unter 6 %

2.5 User vs. Non-Disclaimer: Radiosender TOP 17: 57 % Ö3 Hörer

Welche Radiosender hören Sie zumindest 2x pro Woche – egal ob zu Hause oder wo anders und egal ob online oder mit einem Radiogerät? Auf welche dieser Radiosender könnten Sie am wenigsten verzichten?

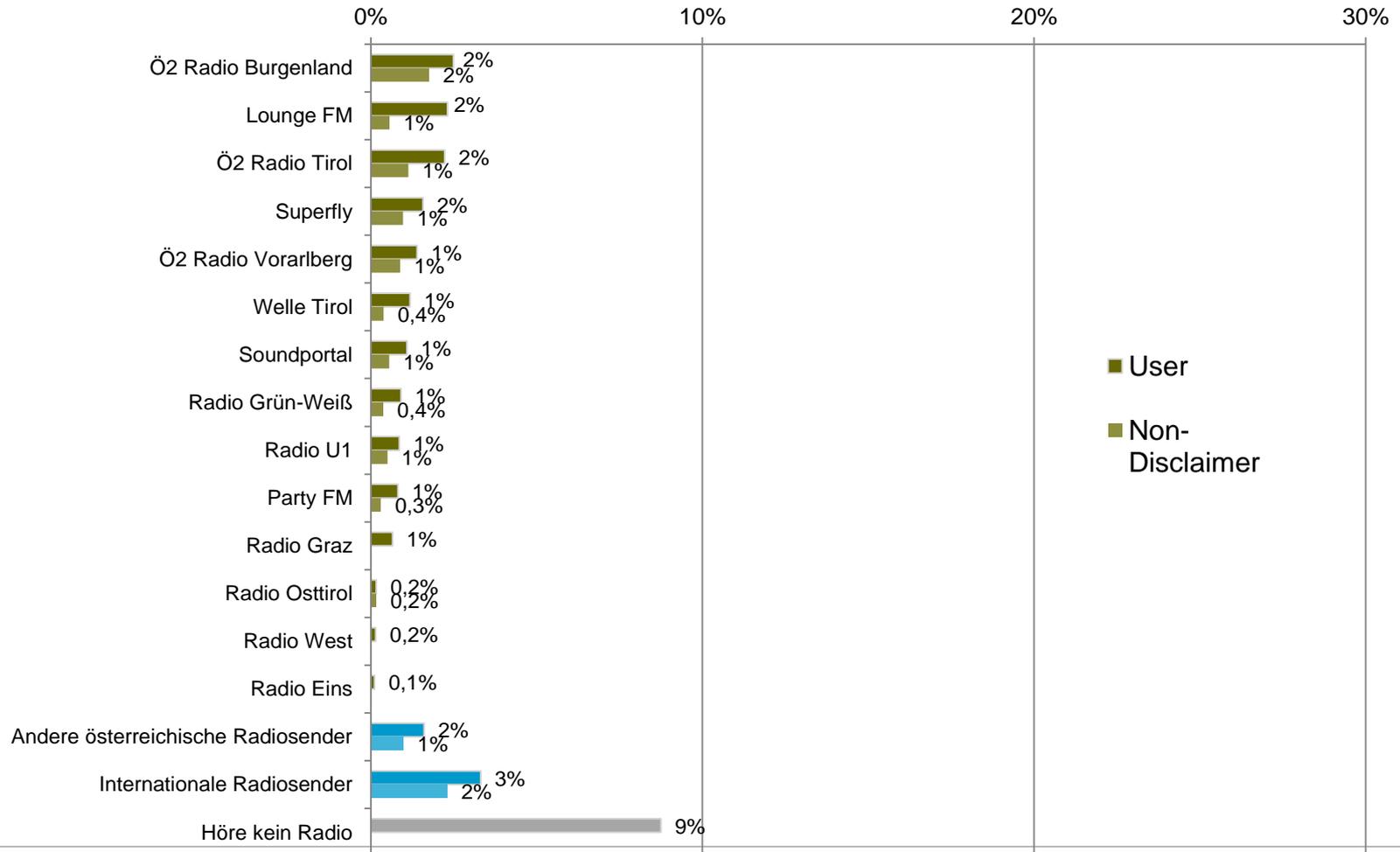
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.5.1 Radiosender: BOTTOM 14

Welche Radiosender hören Sie zumindest 2x pro Woche – egal ob zu Hause oder wo anders und egal ob online oder mit einem Radiogerät? Auf welche dieser Radiosender könnten Sie am wenigsten verzichten?

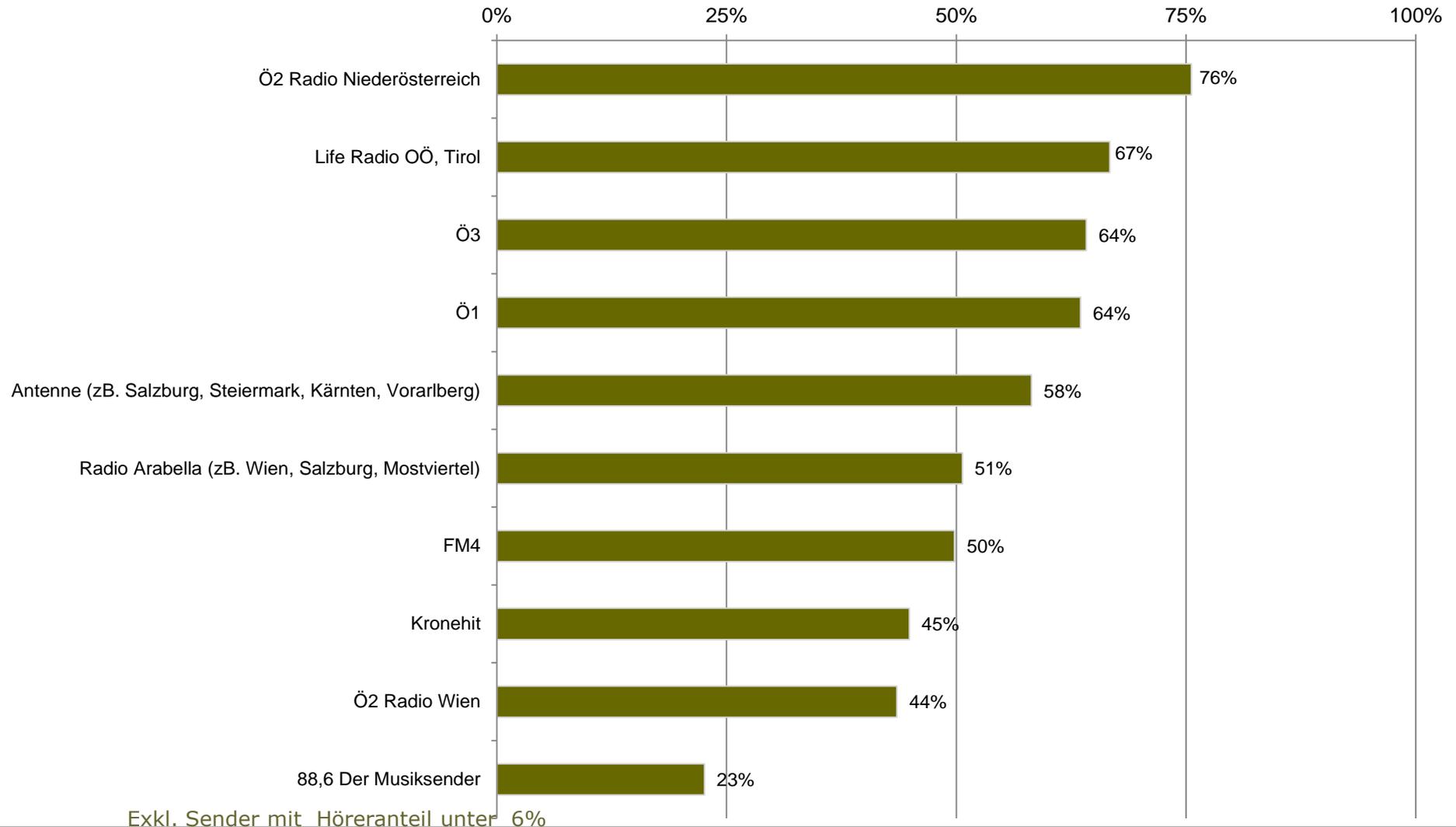
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.5.2 Anteile der loyalen User – Radiosender: Radio Niederösterreich-Hörer sind die loyalsten – 76% wollen nicht darauf verzichten

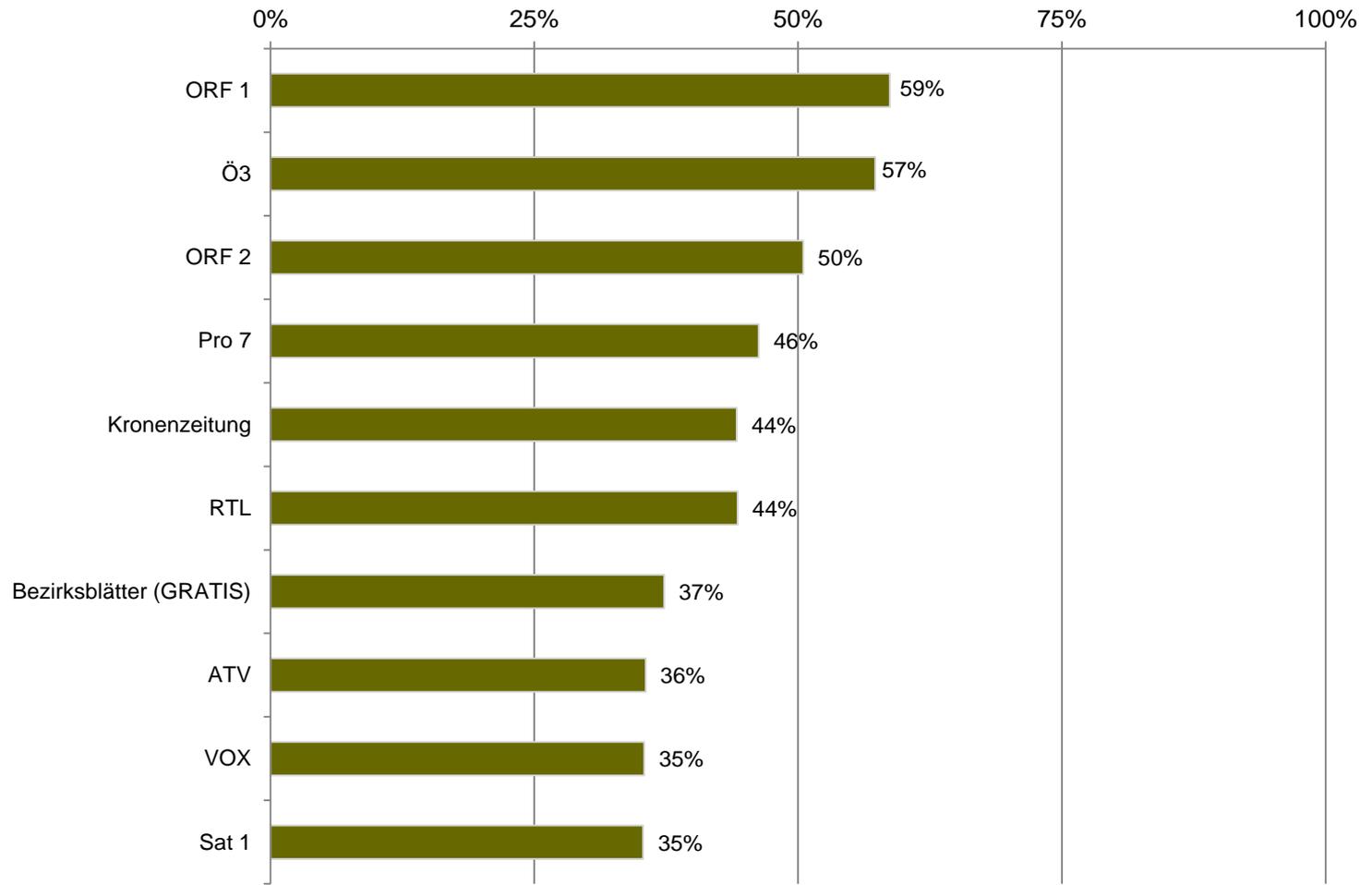
Anteile der Hörer, die am wenigsten auf die Radiosender verzichten können

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600, absteigend sortiert nach Nutzer



2.6 Medien User - TOP 10: die Medien mit den höchsten Nutzer-Anteilen in Österreich sind ORF1, Ö3 und ORF2

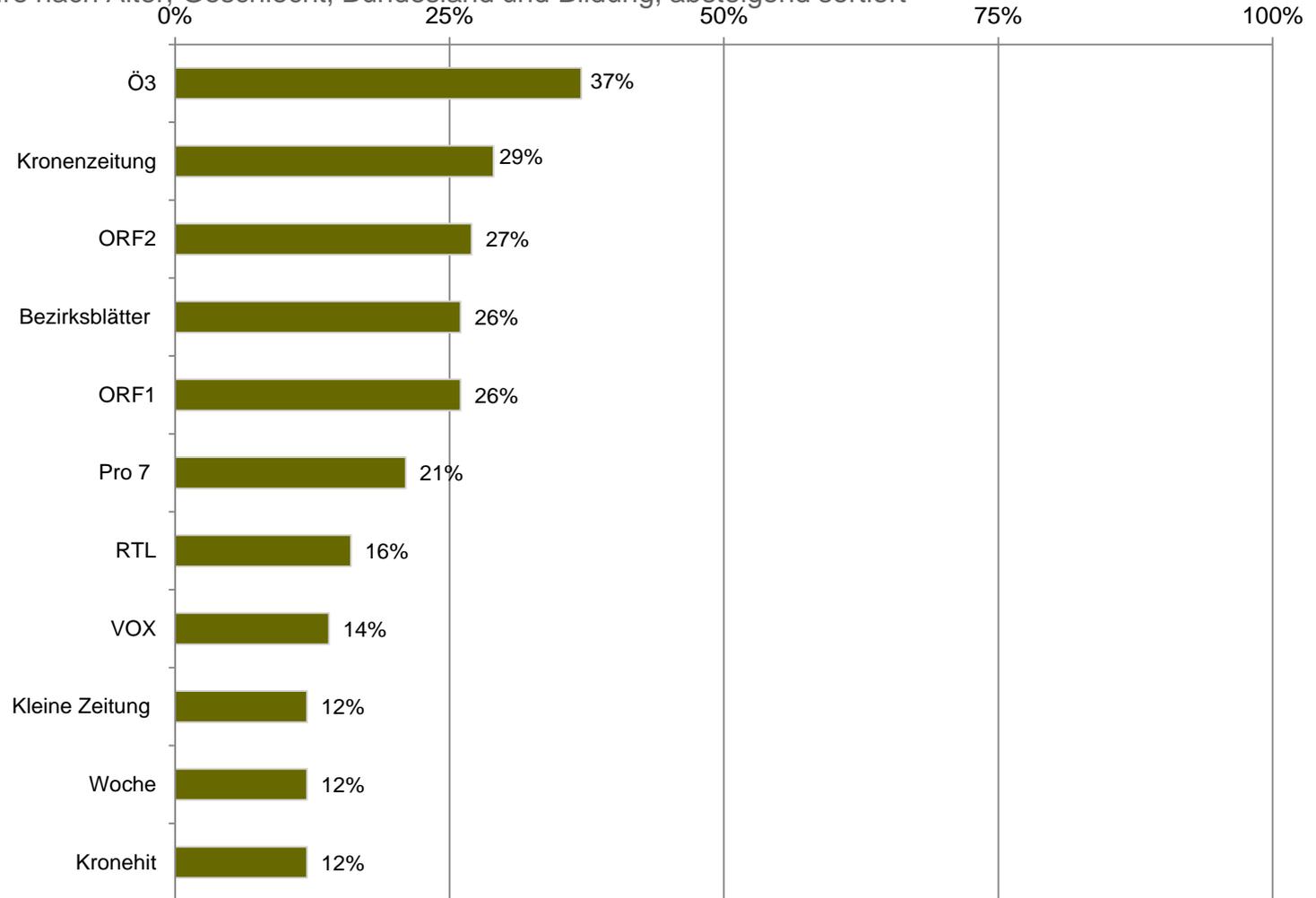
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung, absteigend sortiert



2.6.1 Non-Disclaimer - TOP 10: Ö3 ist den meisten ÖsterreicherInnen am Wertvollsten

Auf welche dieser Medien könnten Sie am wenigsten verzichten?

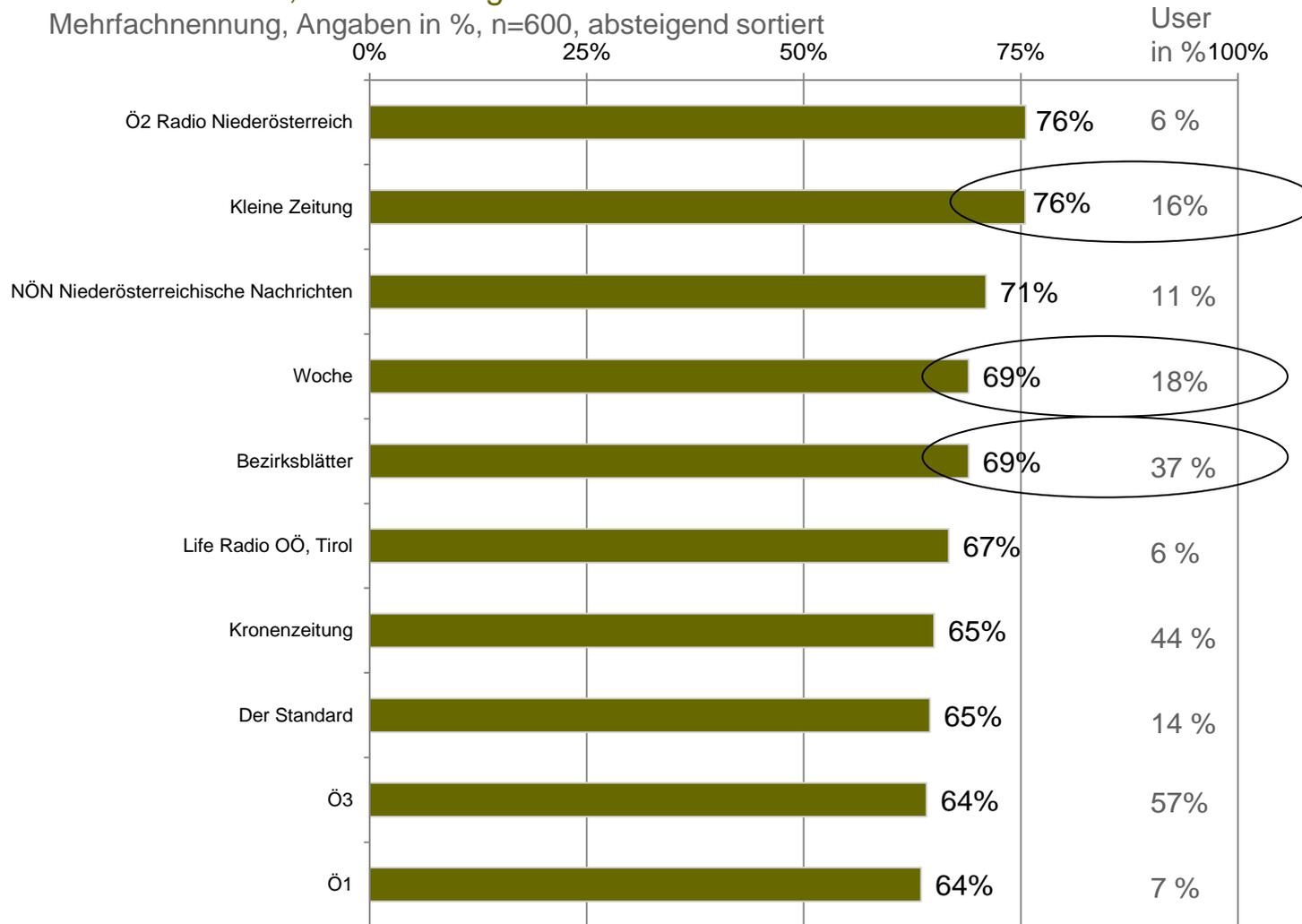
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung, absteigend sortiert



2.6.2 Top 10 Medien mit höchsten Anteilen an loyalen Usern – regionale Medien weit voran

Anteile der User, die am wenigsten auf das Medium verzichten können

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600, absteigend sortiert

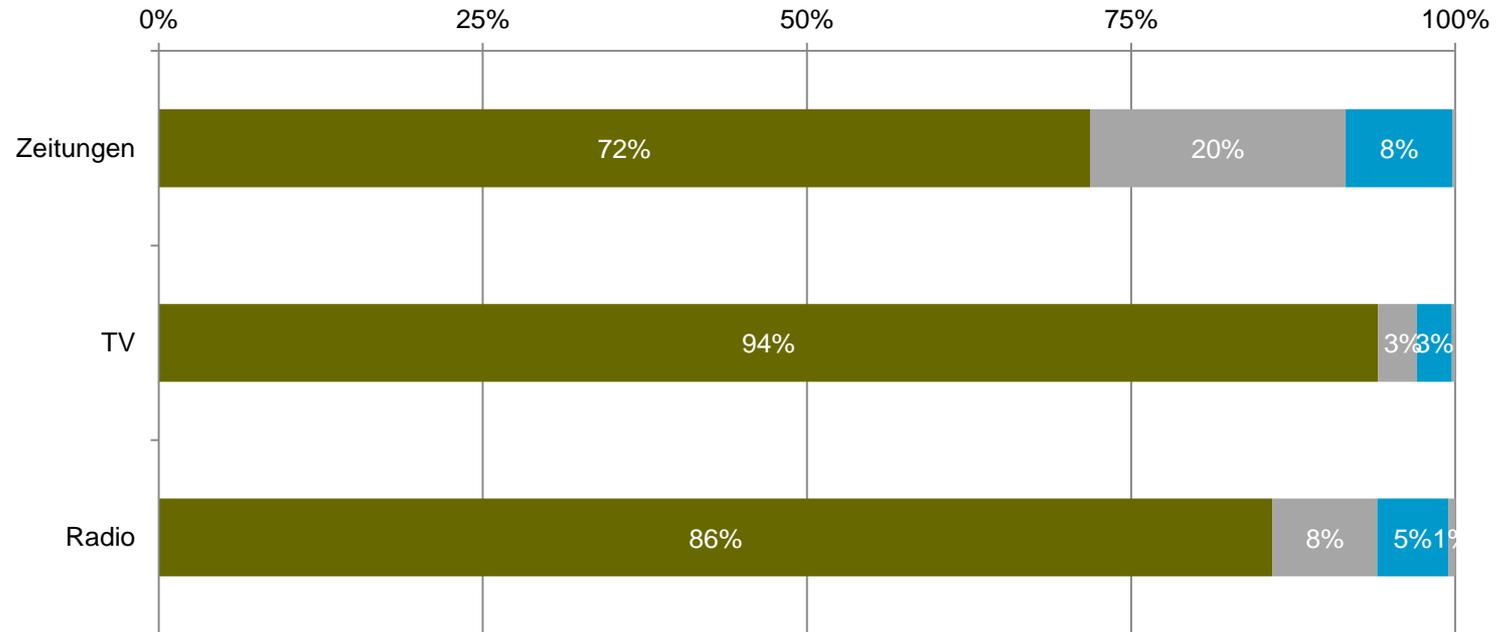


Exkl. Medien mit weniger als 6% User

2.7 Onlinebedeutung der Medien: Zeitungen werden am meisten online genutzt

In welcher Form nutzen Sie Tageszeitungen/Fernsehen/Radio?

Einfachnennung, Angaben in %, n=464 Personen, die mindestens 2x pro Woche Tageszeitungen lesen; n=556 Personen, die mindestens 2x pro Woche fernsehen; n=548 Personen, die mindestens 2x pro Woche Radio hören

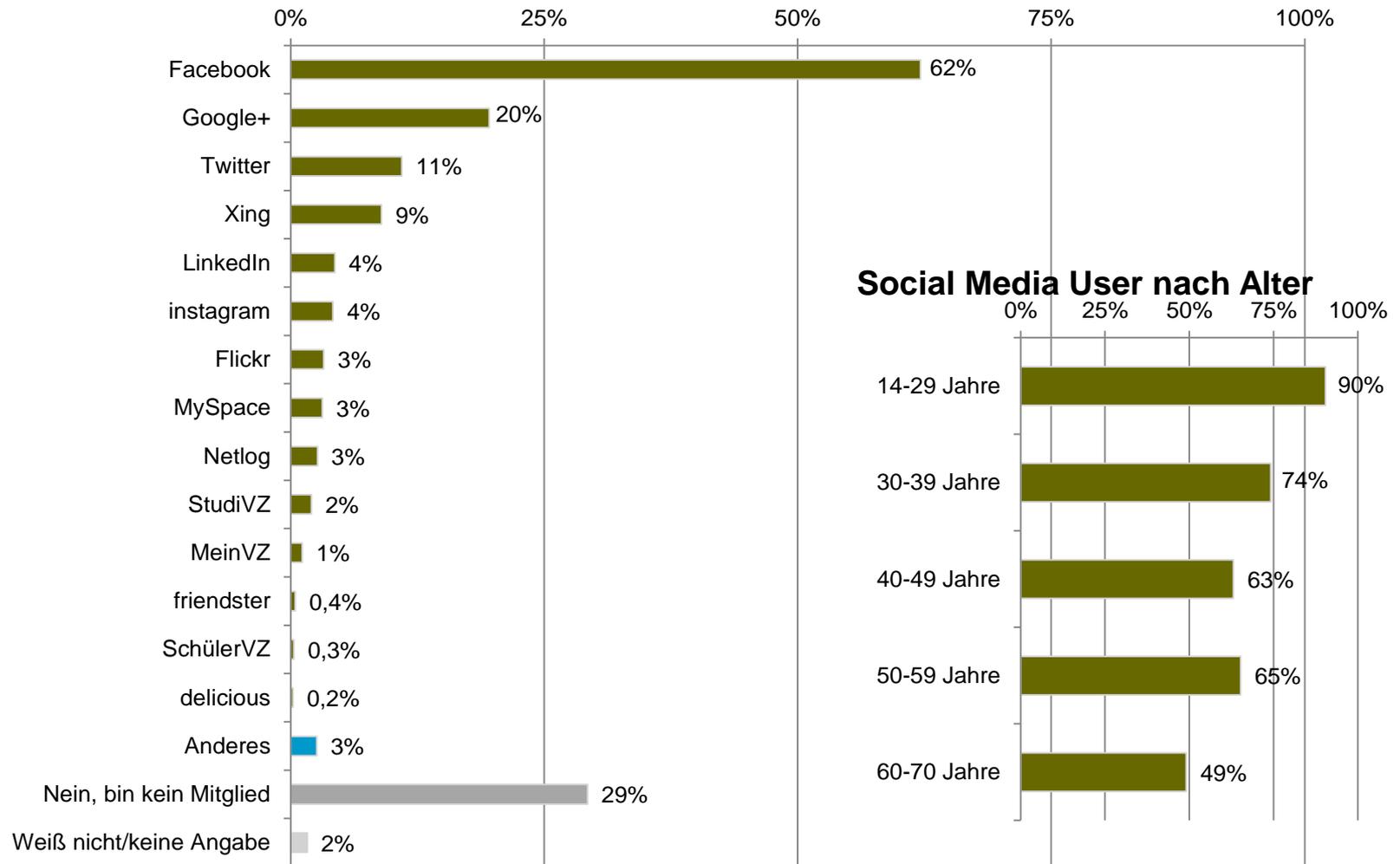


- Mehrheitlich in Print/auf dem Fernsehgerät/über das Radio
- Relativ ausgewogen (einmal Druck/Papier/Fernsehgerät/Radio, einmal online)
- Mehrheitlich Online über PC/Tablet/Handy
- Weiß nicht/keine Angabe

2.8 Social Networks: 7 von 10 sind Mitglied in einem Social Media Network

Sind Sie Mitglied in einem oder mehreren Social Media Networks im Internet, und wenn ja, wo?

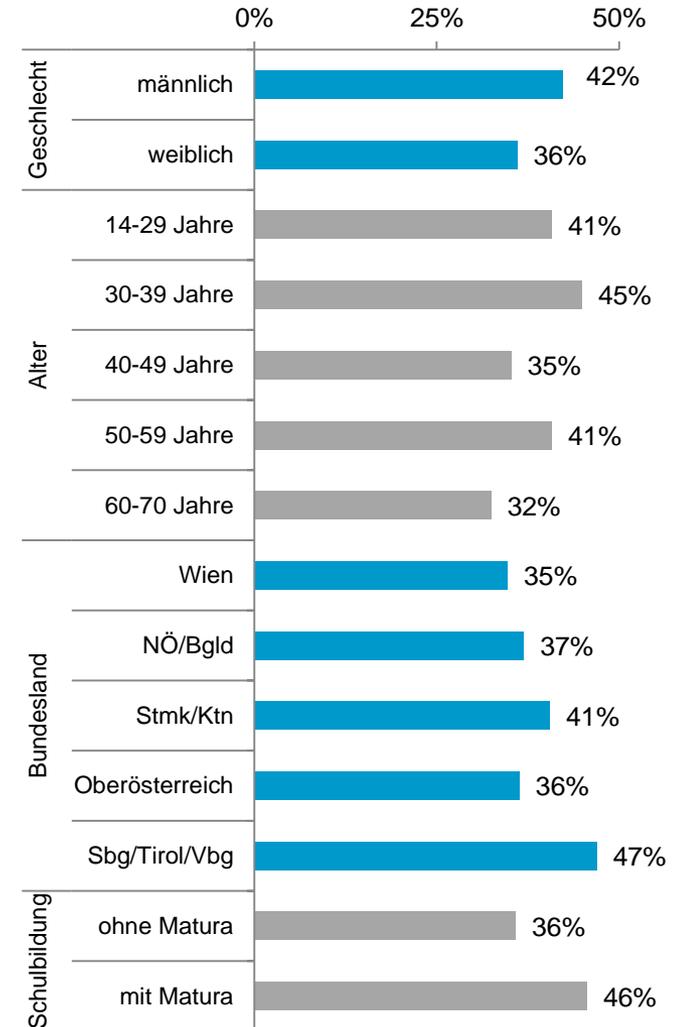
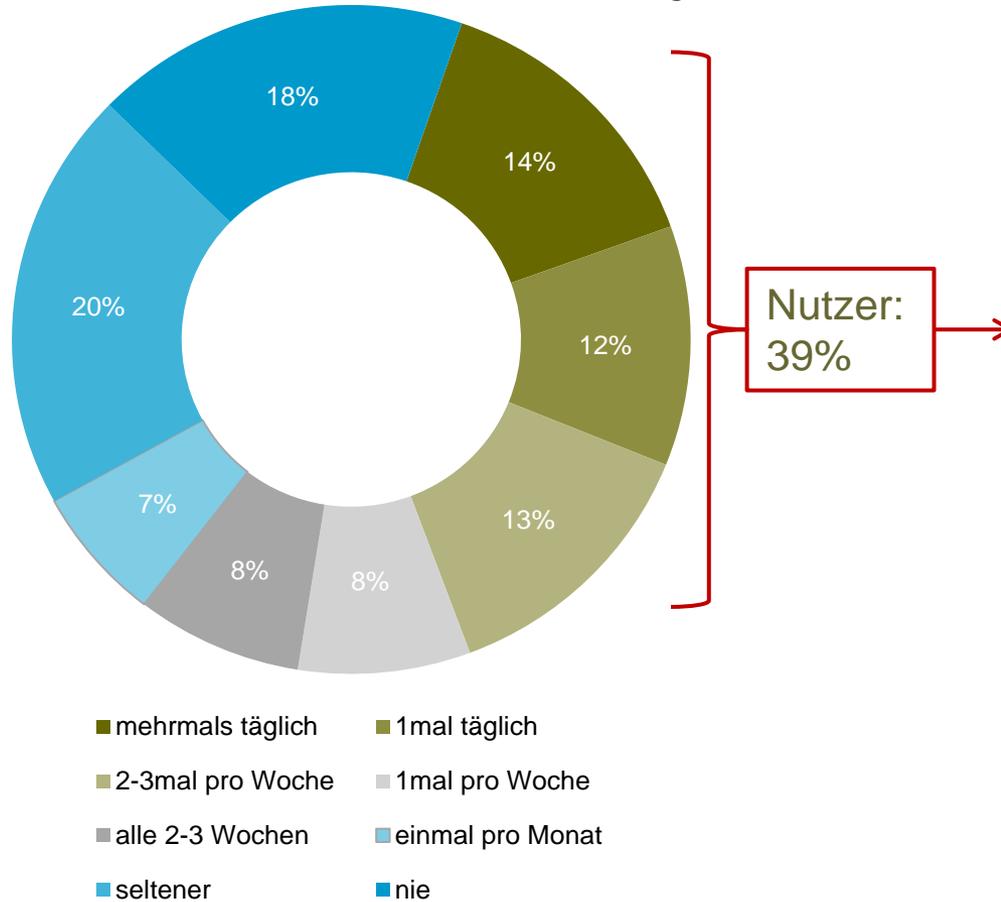
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.8.1 Häufigkeit Online-Information: 39% lesen gepostete Informationen mindestens 2-3 mal pro Woche

Wenn Sie die Informationen Online lesen, wie oft lesen Sie von anderen Lesern gepostete oder gebloggte Informationen?

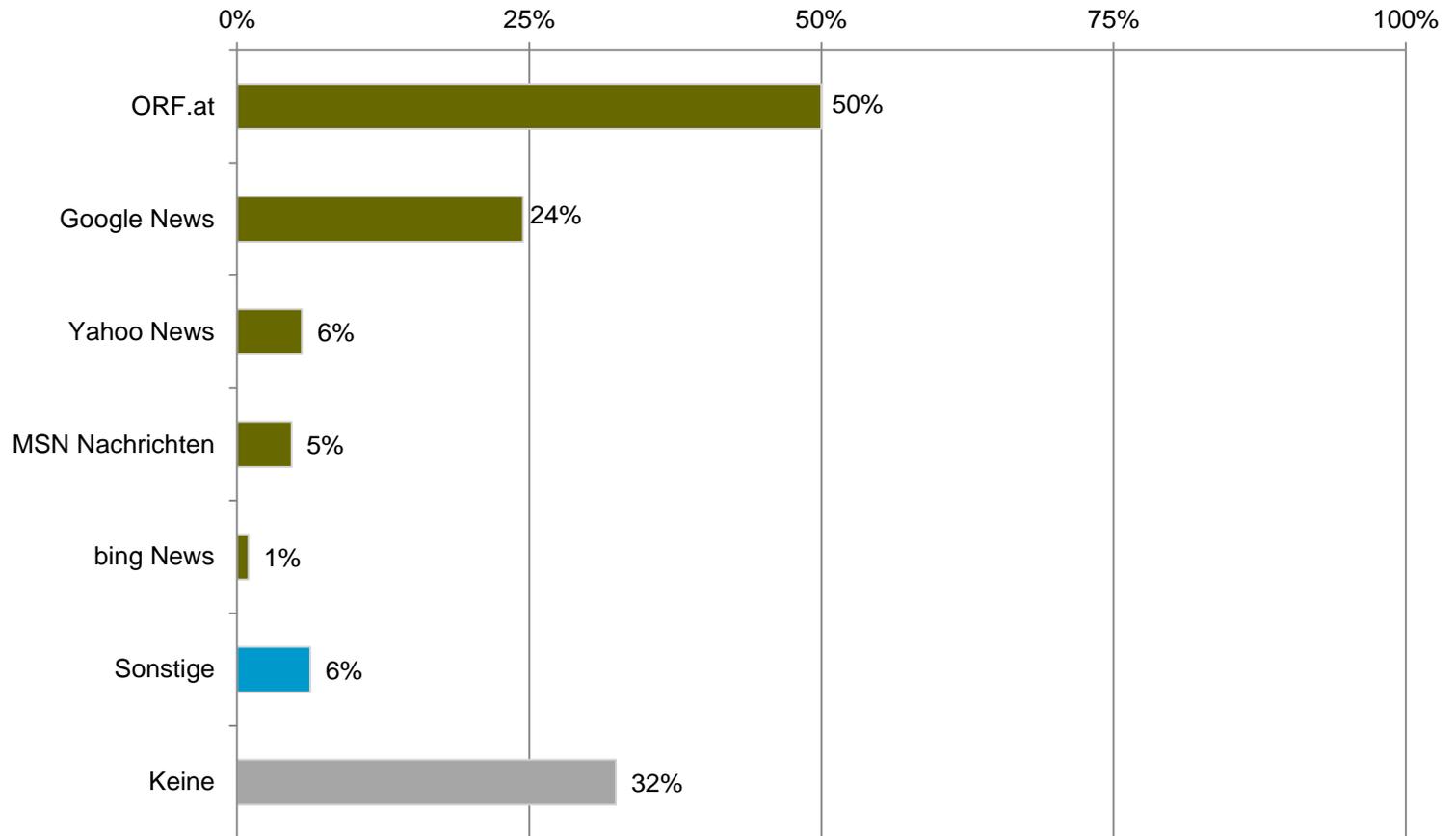
Einfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.9 Internet-Plattformen: jeder Zweite informiert sich über ORF.at

Über welche Internet-Plattformen (ausgenommen Online Zeitungen und Social Network Plattformen) informieren Sie sich über aktuelles Geschehen in Österreich bzw. weltweit?

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung

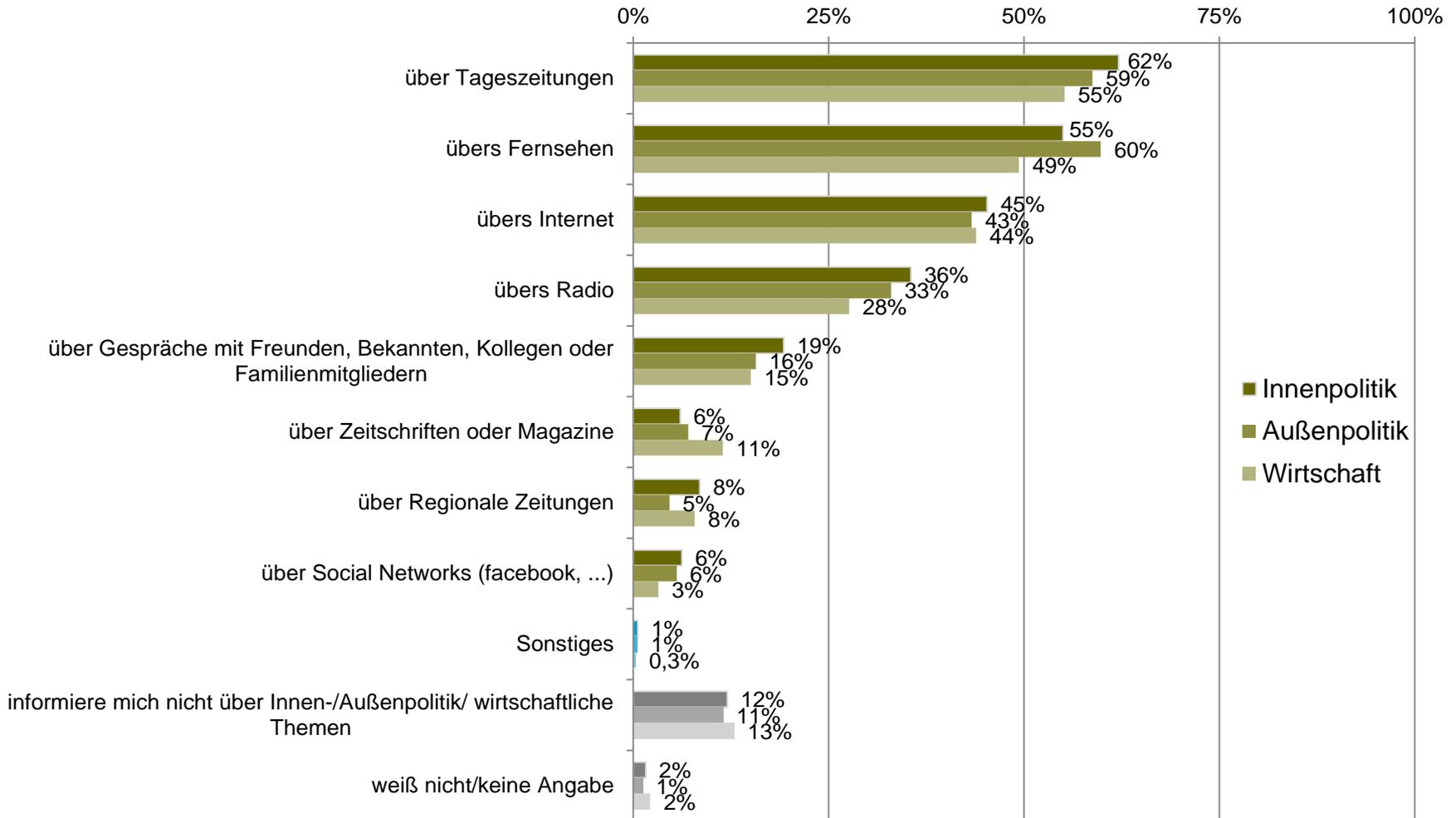


Ergebnisse zu den Themen

2.10 Kanäle zur Informationssuche - Selbsteinschätzung

Über welchen Kanal oder welche Kanäle informieren Sie sich über Politik in Österreich / internationale Politik bzw. wirtschaftliche Themen?

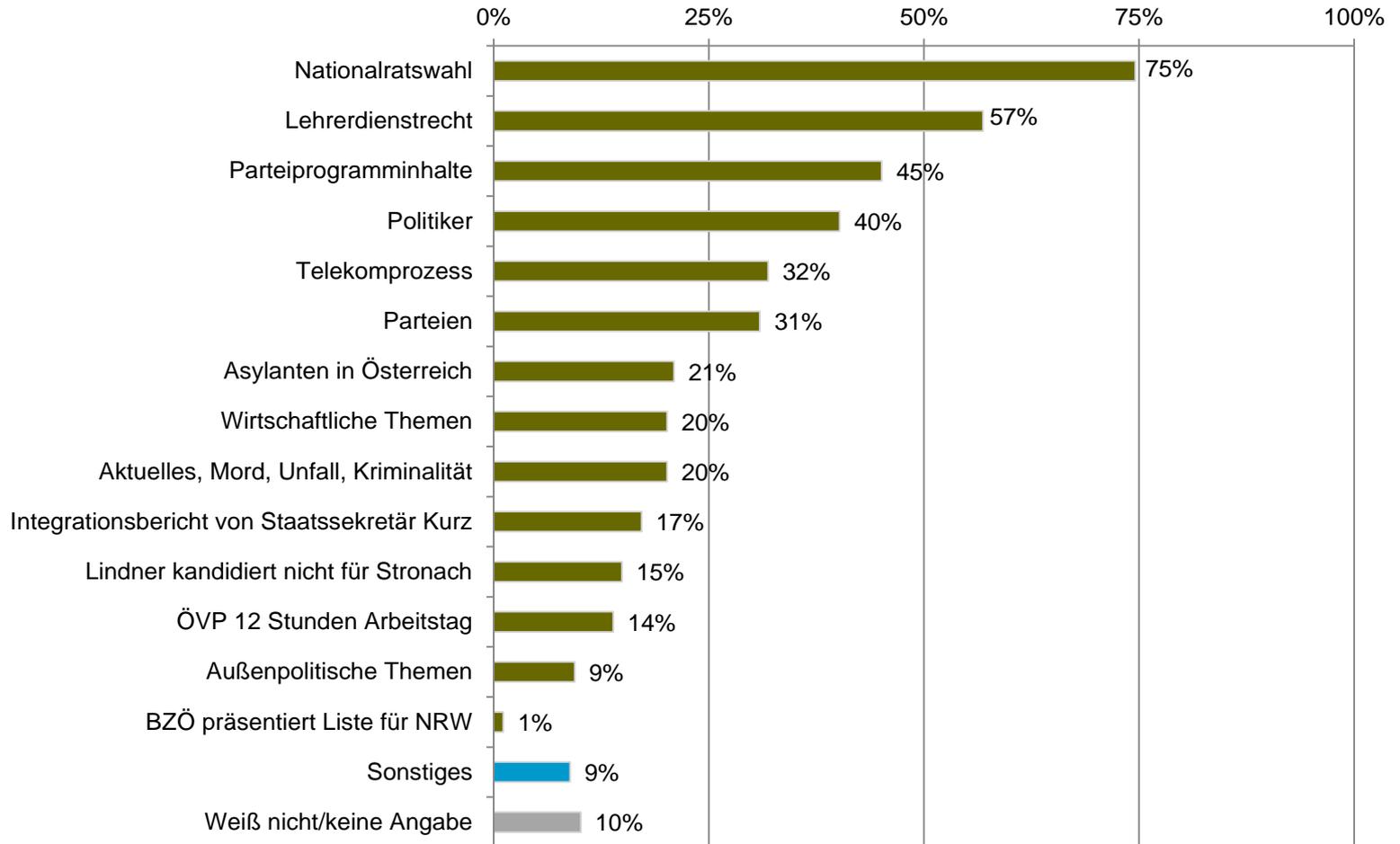
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.11 Präsenteste Innenpolitische Themen 5.8.-18.8.: Nationalratswahl

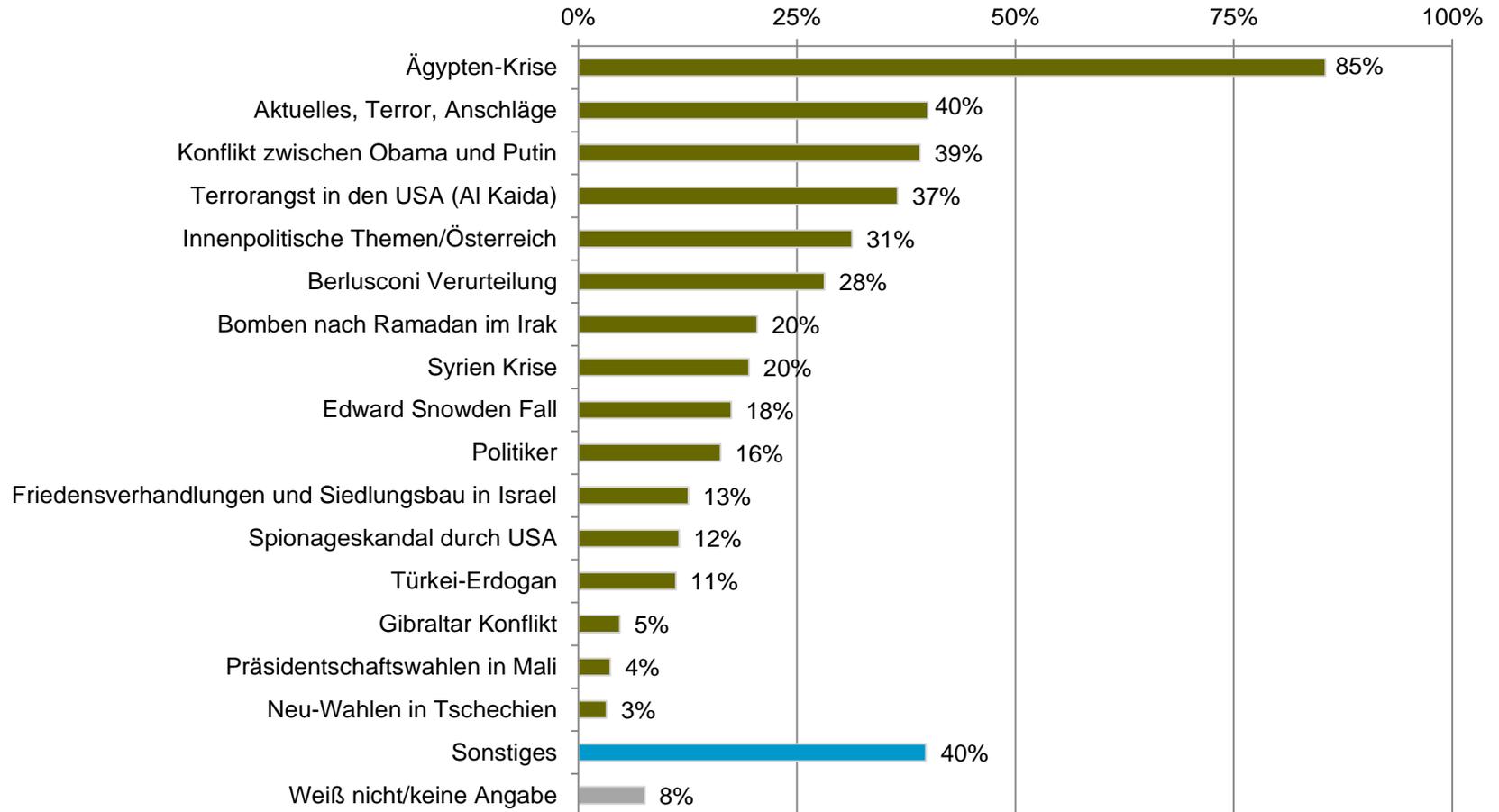
Welches Innenpolitische Thema war für Sie gestern am präsentesten? – Offene Frage

n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.12 Präsenteste Außenpolitische Themen 5.8.-18.8.: Ägypten-Krise

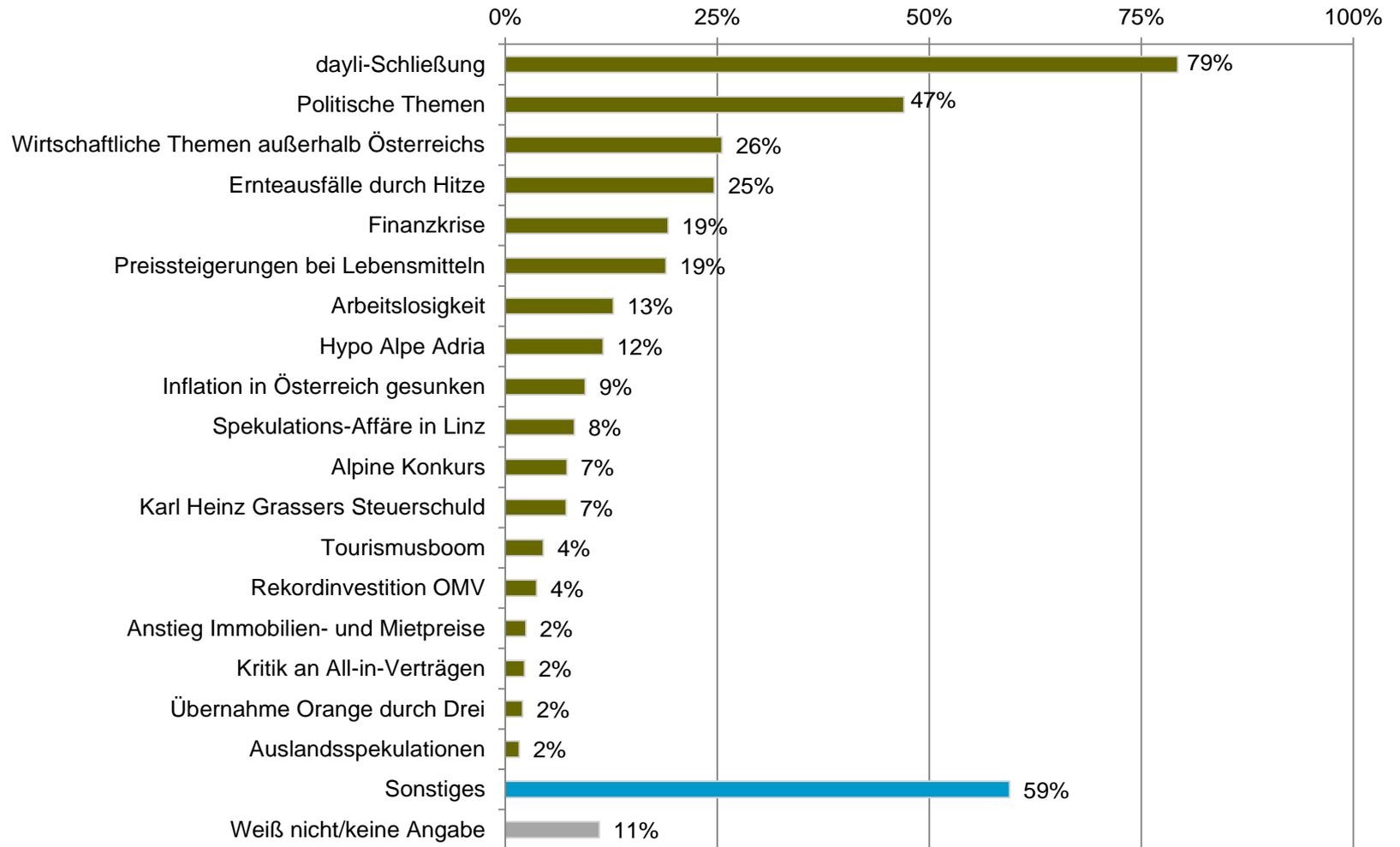
Welches internationale politische Thema war für Sie gestern am präsentesten? – Offene Frage
n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.13 Präsenteste wirtschaftliche Themen 5.8.-18.8.: Aus für dayli

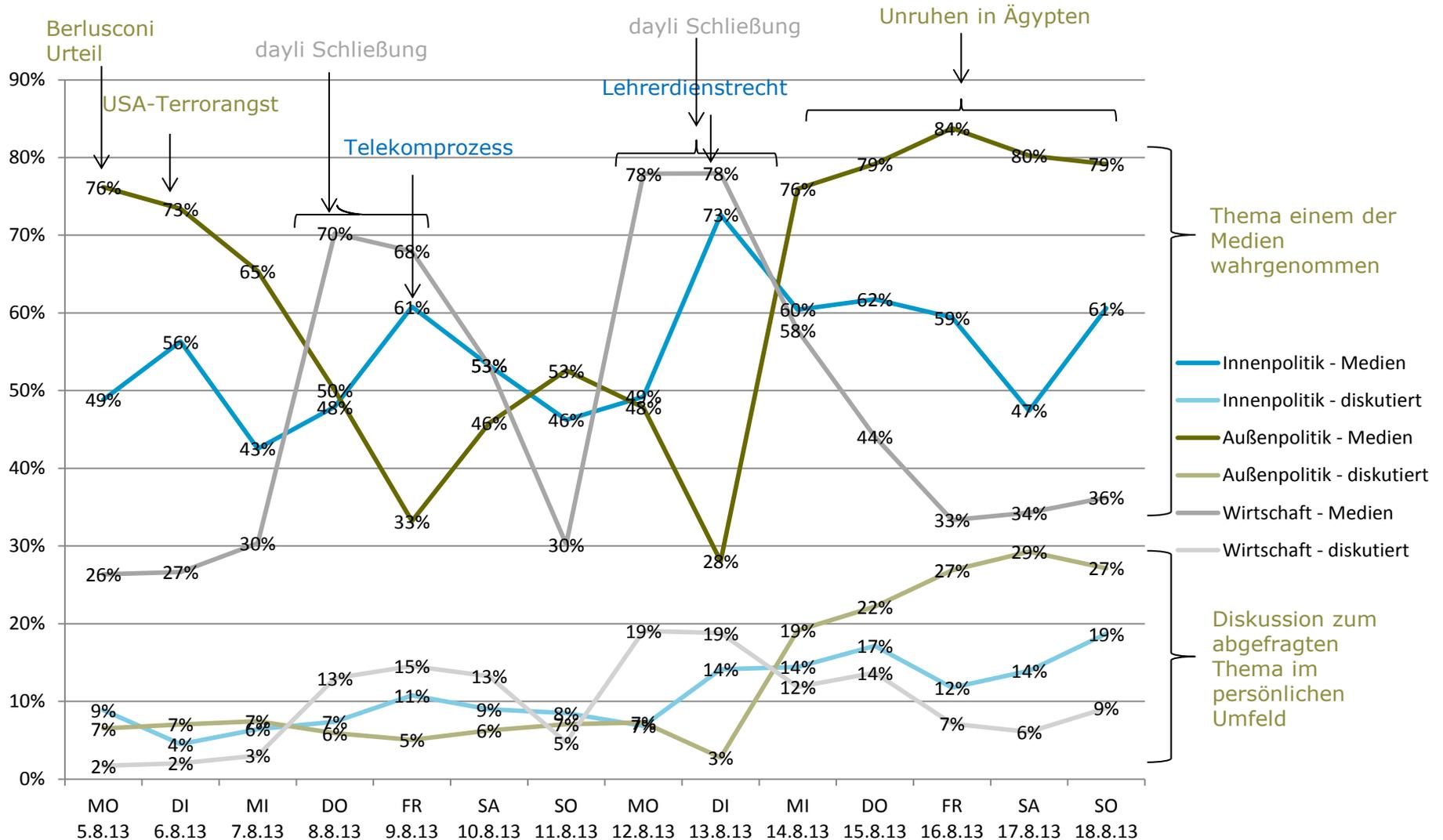
Welches wirtschaftliche Thema war für Sie gestern am präsentesten? – Offene Frage

n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



2.14 Im Verlauf der Befragung erfolgt keine Steigerung der medialen Wahrnehmung – jedoch werden die Themen im persönlichen Umfeld vermehrt diskutiert

Habe gestern etwas in Zeitungen, Radio, TV, Magazine, Soziale Netzwerke, Internet zum Thema wahrgenommen.
 Habe mit Freunden/Bekannten/Kollegen zu dem Thema diskutiert.



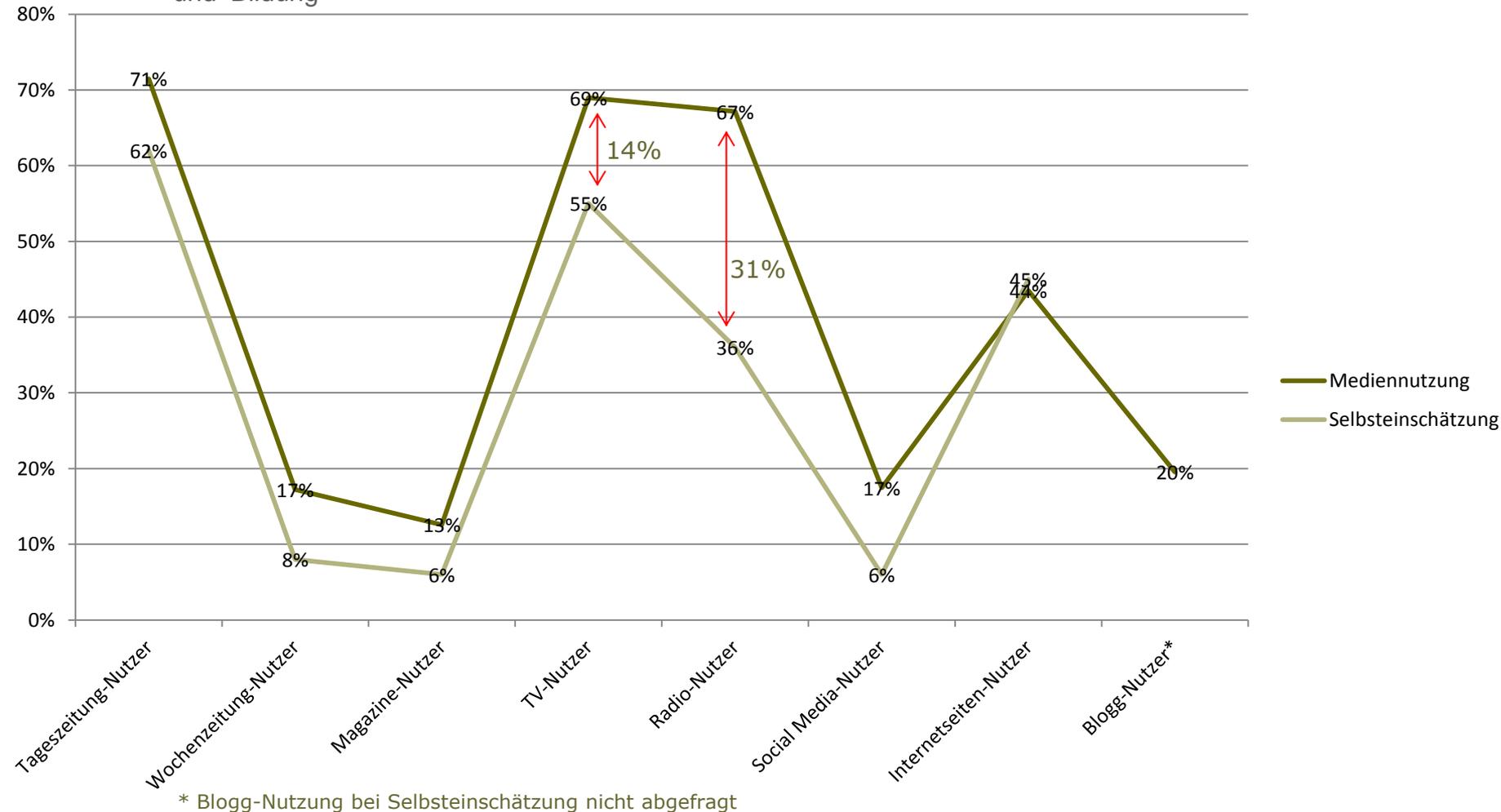
Ergebnisse Selbsteinschätzung vs. Mediennutzung

2.15 Innenpolitik – Informationsbeschaffung - Selbsteinschätzung vs. tatsächlicher Mediennutzung: Einfluss von TV und Radio wird unterschätzt

Wo haben Sie gestern etwas zum (innenpolitischen) Thema wahrgenommen?

Über welchen Kanal oder welche Kanäle informieren Sie sich über Politik in Österreich?

n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung

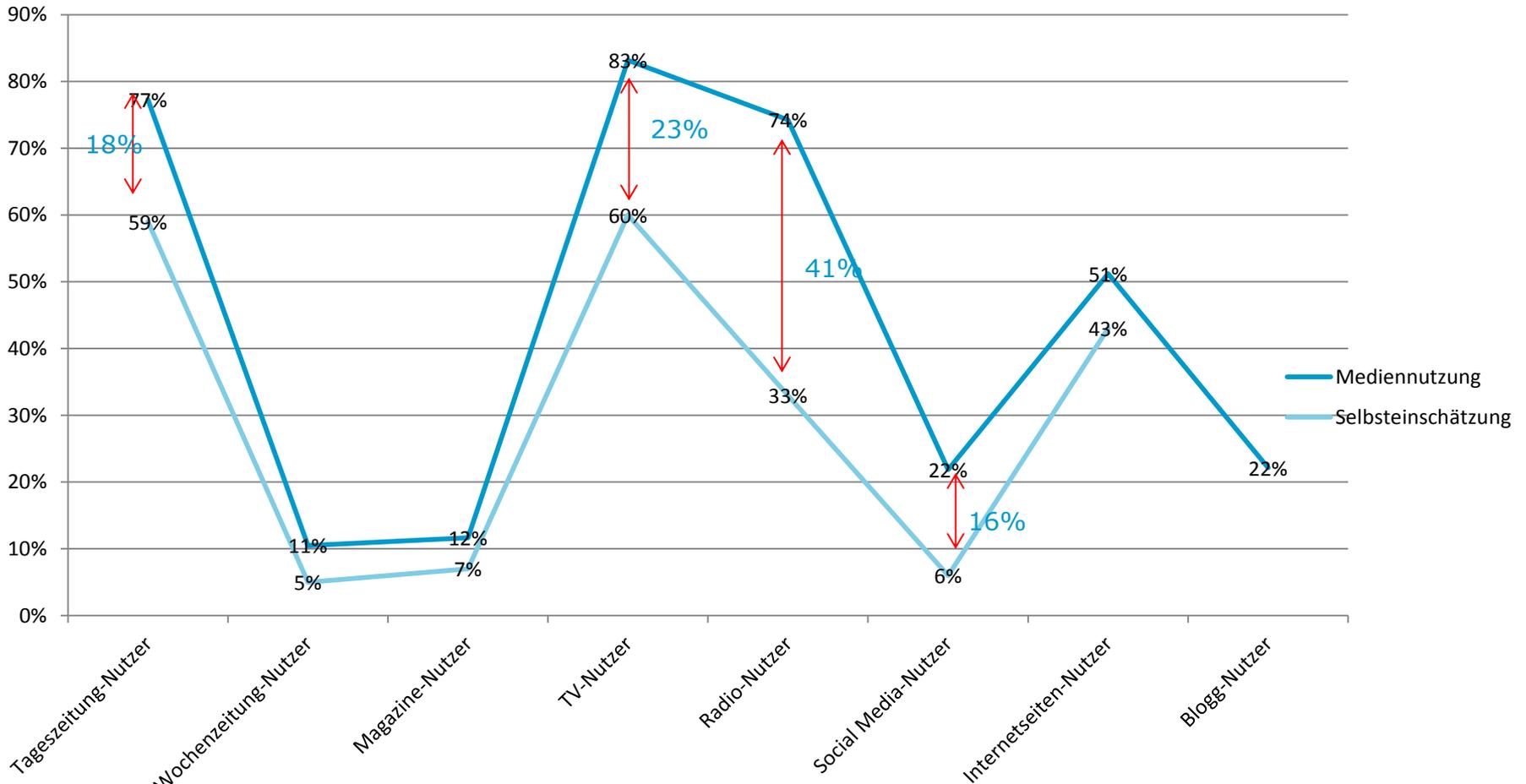


2.15 Außenpolitik – Informationsbeschaffung Selbsteinschätzung vs. tatsächlicher Mediennutzung: Einfluss von Tageszeitung, TV, Radio und Social Media unterschätzt

Wo haben Sie gestern etwas zum (außenpolitischen) Thema wahrgenommen?

Über welchen Kanal oder welche Kanäle informieren Sie sich über Außenpolitik?

n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



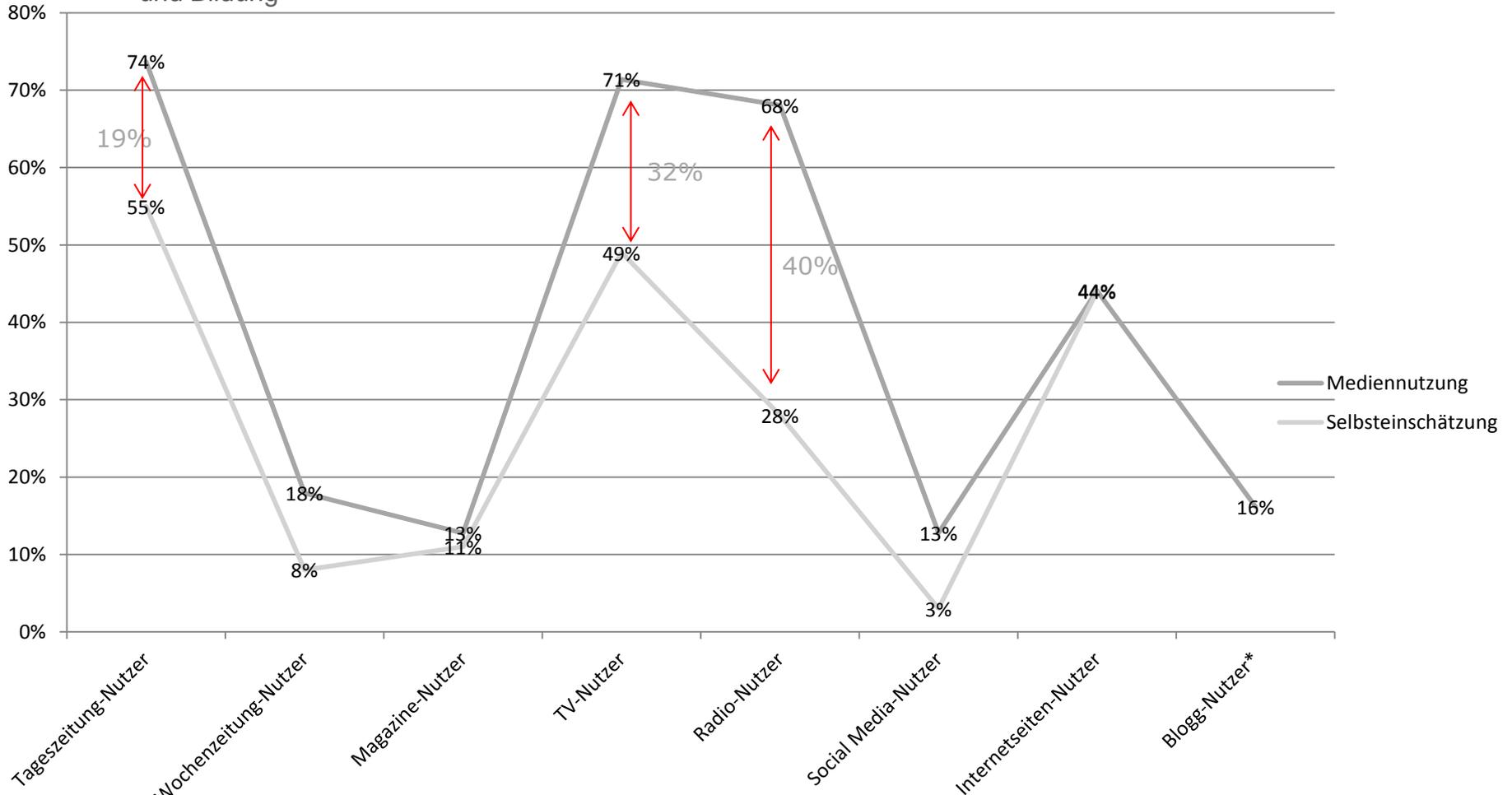
* Blogg-Nutzung bei Selbsteinschätzung nicht abgefragt

2.15 Wirtschaft – Informationsbeschaffung - Selbsteinschätzung vs. tatsächlicher Mediennutzung: Einfluss von Tageszeitung, TV und Radio wird unterschätzt

Wo haben Sie gestern etwas zum (wirtschaftlichen) Thema wahrgenommen?

Über welchen Kanal oder welche Kanäle informieren Sie sich über Wirtschaftsthemen?

n=600 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung 14-70 Jahre nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung



* Blogg-Nutzung bei Selbsteinschätzung nicht abgefragt

Summary

Allgemeines zur Studie

- Vom 5.8. bis 19.8.2013 wurden insgesamt 600 Interviews repräsentativ für die österreichische Bevölkerung in der Altersgruppe 14-70 Online durchgeführt. In einer umfassenden Befragung wurde das Medien- und Informationsverhalten erhoben und anschließend wurde an 14 Tagen täglich die Wahrnehmung eines aktuellen Wirtschafts-, Innenpolitik- und Außenpolitik-Themas des Vortages in den genutzten Medien ermittelt.

Nutzung (Usage), Unverzichtbarkeit (Non-Disclaimer) und Anteile loyaler User von Medien

Tageszeitungen

- Die zumindest 2mal wöchentliche Nutzung von Tageszeitungen in Österreich führt die Kronenzeitung an – 44 % Lesen diese, gefolgt von den beiden Gratis-Tageszeitungen Heute (24% Usage) und Österreich (20%). Die Kleine Zeitung und den Kurier nutzen 16 % der ÖsterreicherInnen, den Standard 14% und die OÖ Nachrichten 10% mindestens 2mal pro Woche. 16% lesen keine Tageszeitung regelmäßig.
- Non-Disclaimer: Wenn man alle ÖsterreicherInnen danach fragt auf welche Tageszeitung sie am wenigsten verzichten können, so führt aufgrund der hohen Usage ebenfalls die Kronenzeitung - jeder Dritte Österreicher möchte auf sie nicht verzichten. Die Kleine Zeitung möchten 12% der Österreicher nicht missen und „kein Morgen ohne Heute“ sehen 10%. 9% der Österreicher wollen beim Standard keinen Verzicht üben und je 7 % bei Österreich und dem Kurier.
- Sieht man sich den Anteil der loyalen Leser der jeweiligen Tageszeitungen an, so zeigt sich, dass die „kleinen“ Tageszeitungen Österreichs die höchsten Anteile an loyalen Usern haben. Drei Viertel der Leser der Kleinen Zeitung sind loyal (76%), die Kronenzeitung und Der Standard haben je 65% loyale User. Die OÖ Nachrichten möchten 63% ihrer Leser nicht verlieren und die Presse 48%. Nur 4 von 10 Heute- und Kurier - Leser sind loyal und ein Drittel der Österreich-User.

Nutzung (Usage), Unverzichtbarkeit (Non-Disclaimer) und Anteile loyaler User von Medien

Regionale Wochenzeitungen

- Die zumindest monatliche Nutzung von regionalen Wochenzeitungen in Österreich führen die Bezirksblätter an – 37% % Lesen diese, gefolgt von Woche (18%) und Tips (16% Usage). Die Bezirksrundschau hat 11% LeserInnen und die (nicht kostenlose) NÖN Niederösterreichischen Nachrichten 10%. Je 9 % lesen das Wiener Bezirksblatt und die Wiener Bezirkszeitung. 23% lesen keine regionalen Wochenzeitungen regelmäßig.
- Non-Disclaimer: Wenn man alle ÖsterreicherInnen danach fragt auf welche regionalen Wochenzeitungen sie am wenigsten verzichten können, so führen aufgrund der hohen Usage ebenfalls die Bezirksblätter - jeder Vierte Österreicher möchte auf sie nicht verzichten. Die Woche möchten 12% nicht missen und Tips 10%. Die NÖN hat 8% Non-Disclaimer.
- Den höchsten Anteil an loyalen Lesern hat mit 71% die kostenpflichtige Zeitung NÖN Niederösterreichische Nachrichten gefolgt von den Gratis-Zeitungen Woche und Bezirksblätter mit je 69% loyalen Lesern. Auf Platz 4 ist Tips mit 61% gefolgt von der Bezirksrundschau mit 58% loyalen Lesern, die BZ Wiener Bezirkszeitung ist für 51% ihrer Leser unverzichtbar.

TV-Sender

- ORF 1 ist der Sender mit den meisten Sehern - 59% sehen ihn mindestens 2mal pro Woche. Jeder 2. Österreicher ist User von ORF2. Pro 7 liegt mit 46% Usern auf Platz 3 gefolgt von RTL mit 44%. 36% sehen ATV 35% VOX und Sat1. Puls 4, Kabel 1 und RTL2 werden von rund einem Viertel der ÖsterreicherInnen zumindest 2xpro Woche genutzt - Servus TV von einem Fünftel. Nur 7 % der ÖsterreicherInnen sehen selten oder nie fern.

Fortsetzung TV-Sender

- Im Vergleich zu den Tages- und Wochenzeitungen sind die User-Anteile der Top Fernsehsender weit höher jedoch sind die Non-Disclaimer auf einem ähnlichen Level wie die der Zeitungen. Auf ORF2 wollen 27% der ÖsterreicherInnen keinesfalls verzichten, 26% nicht auf ORF1. 21% der Österreicher sind Non-Disclaimer von Pro7 und 16% von RTL. VOX liegt mit 14% auf Platz 5 gefolgt von Sat1 (10%). ATV, Puls4, Kabel 1 und Servus TV haben unter den ÖsterreicherInnen 9% treue Seher.
- Anteilig an den Sehern hat ORF2 die meisten loyalen „Kunden“ – 53% seiner Seher möchten nicht darauf verzichten. Pro 7 liegt auf Platz 2 mit 45% knapp vor ORF1 mit 44% Loyals. Servus TV ist für jeden 4. Seher unverzichtbar, Vox für 38% seiner Seher und RTL für 37%. Kabel1, Puls4 und NTV haben je ein Drittel Loyals. ATV ist nur für 25% seiner Seher unverzichtbar.

Magazine/Zeitschriften

- Magazine und Zeitschriften haben mit 30% den höchsten Non-User-Anteil aller Medien. News hat mit 17% zumindest quartalsweisen Lesern den höchsten Anteil, gefolgt von Die Ganze Woche mit 14% und Woman mit 13%. TV-Media hat einen Useranteil von 12% und das Weekend Magazin 11%. 10% lesen Gusto, 9 % das REWE-Magazin Maxima und Profil. Je 6% User haben Format, Auto Revue, Gewinn, Wienerin und die ORF-Nachlese.
- Non-Disclaimer hat News 8% in Österreich, Die Ganze Woche, Woman und TV-Media 7% und das Weekend Magazin würden 4% der ÖsterreicherInnen vermissen.
- Anteilig an den Lesern haben Magazine verglichen mit anderen Printmedien relativ wenige loyale Leser TVMedia hat mit 53% die meisten Loyals gefolgt von Woman mit 51% und Die Ganze Woche und Gewinn mit jeweils der Hälfte Loyals. Die ORF Nachlese (47%) und News (46%) sind für mehr als die Hälfte ihrer Leser verzichtbar.

Hörfunk

- Ö3 ist der dominierende Radiosender in Österreich - 57% hören zumindest 2mal pro Woche Ö3, gefolgt von Kronehit (27% Hörer) und Antenne (Szb, Stmk, Ktn....) mit 17% Hörern. 88,6 Der Musiksender, Radio Arabella und FM4 haben jeweils 9% User. Radio Wien hören 8%, Ö1 7%, Radio Niederösterreich und Life Radio jeweils 6 %.
- 37% der ÖsterreicherInnen möchten auch auf Ö3 nicht verzichten – das ist der höchste Non-Disclaimer Wert unter allen Medien in Österreich. Gefolgt von Kronehit mit 12% und 10% Antenne-Hörern die diesen Sender nicht missen möchten. 5 % würden Radio Arabella, Ö1 und Radio Niederösterreich vermissen, 4 % FM4 und Life Radio (OÖ, Tirol).
- Die höchsten Anteile an loyalen Hörern haben auch hier wieder kleine Regionale Sender. Radio Niederösterreich liegt mit 76% voran gefolgt von Life Radio OÖ, Tirol mit 67% Loyals, Ö3 und Ö1 liegen mit 64% Ex aequo auf Platz 3 gefolgt von Antenne mit 58%, die nicht darauf verzichten möchten. Radio Arabella und FM4 sind für rund die Hälfte ihrer Hörer unverzichtbar.

Internet – Bedeutung

- Die höchste Online Bedeutung unter den klassischen Medien Hörfunk, TV und Zeitungen besteht bei den Zeitungen – 8 % der Zeitungsläser lesen diese mehrheitlich Online, 20% abwechselnd Online und in Print. 5% hören Radio vorwiegend Online – 8 % ausgeglichen Online und über das Radiogerät. Bei TV ist die Online-Nutzung am geringsten, hier sehen nur 3% über PC/Tablet/Handy fern 3% nutzen beides ausgeglichen.
- 70% der ÖsterreicherInnen sind Mitglied in zumindest einem Social Network bei den unter 29jährigen liegt der Anteil bei 90%. Facebook führt fernab mit 62% Usern gefolgt von 20% Google+ Usern, 11% Twitter und 9 % Xing-Mitgliedern. 39% der ÖsterreicherInnen lesen zumindest 2-3mal pro Woche gepostete Informationen in Social Networks oder bloggetes.
- Nachrichten über Internet-Plattformen lesen 68% der ÖsterreicherInnen – vorwiegend auf ORF.at (50%) oder Google News (24%).

Fazit Mediennutzung und Loyalität

Die Nutzeranteile österreichischer Medien gehen nur in den wenigsten Fällen mit der Bedeutung dieser Medien für ihre Nutzer konform. Bei Zeitungen und Radio haben „kleine“, regionale Medien weit höhere Anteile an loyalen Nutzern, die nicht auf Ihr Medium verzichten wollen wie dominante „Massenmedien“ – auch beim TV hat man zu lokalen Sendern eine höhere Loyalität wie zu internationalen. Einigen wenigen Medien in Österreich gelingt beides – hohe Nutzeranteile und hohe Loyalitätsanteile, zB. der Kronenzeitung Ö3.

Nicht zu unterschätzen ist die Bedeutung des Internets als Informationsquelle – Nachrichtenplattformen werden von zwei Drittel der Österreicher genutzt. Auch Social Media Networks sind zur schnellen Verbreitung von Nachrichten von hoher Bedeutung, 7 von 10 Österreicher sind dabei und gepostete/gebloggte Informationen werden von 4 von 10 Österreichern zumindest mehrmals wöchentlich gelesen.

Informationsverhalten Selbstwahrnehmung

- Fragt man die ÖsterreicherInnen über welche Kanäle sie sich zu Innenpolitischen, Außenpolitischen und Wirtschaftlichen Themen informieren, so gibt es nach Themen nur kleine Unterschiede.
- Insgesamt haben Tageszeitungen - je nach Themenbereich nutzen sie 55-62% als Infoquelle - fast die selbe Bedeutung wie das Fernsehen (Selbsteinschätzung 50%-60%), auf Platz 3 als Informationsquelle für Politik und Wirtschaft liegt das Internet 43%-45% nutzen es zu diesem Zweck – weit dahinter liegt Hörfunk (28%-36%) und Gespräche im persönlichen Umfeld - 15-19% informieren sich darüber über Politik und Wirtschaft. Auf den Rängen 6 und 7 liegen Zeitschriften/Magazine (6-11%) und regionale Zeitungen (5-8%) und an letzter Stelle Social Networks (3-6%) . Zwischen 11% und 13% interessieren sich nicht für diese Themen und informieren sich nach eigener Einschätzung nicht.
- Die offen genannten Top-Themen in den 2 Befragungswochen waren innenpolitisch die Nationalratswahlen (75%) und das Lehrerdienstrecht 57%, außenpolitisch die Ägyptenkrise (85%) und Terror/Anschläge (40%) und wirtschaftlich das dayli-Aus (79%). Diese waren auch gestützt die am von den meisten wahrgenommenen.

Informationsverhalten Selbsteinschätzung vs. tatsächlicher Themenwahrnehmung:

Innenpolitik

- Vergleicht man die Selbsteinschätzung zum Informationsverhalten zum Thema Innenpolitik mit der tatsächlichen durchschnittlichen Wahrnehmung der innenpolitischen Berichterstattung nach Mediengattung so besteht die größte Diskrepanz beim Medium Radio. 35% geben an, sich über das Medium Radio zum Thema Innenpolitik zu informieren tatsächlich wurden aber von durchschnittlich 67% die jeweils abgefragten Tagesthemen im Radio wahrgenommen, dh. 31% nehmen den tatsächlichen Einfluss des Radios auf ihr Innenpolitisches Wissen nicht wahr. Etwas geringer aber hoch ist dieser Unterschied beim Fernsehen - 14% haben dort die innenpolitischen Themen wahrgenommen wo sie eigentlich annehmen, dass sie das nicht tun.

Außenpolitik

- Die Diskrepanz zwischen den Informationskanälen, über die man glaubt sich zu informieren und denen über die man tatsächlich informiert wird ist bei der Außenpolitik größer wie bei der Innenpolitik. Beim Radio (Unterschied 41%), TV (23%) und Tageszeitung (18%) aber auch Social Media (16%) ist sie besonders hoch.

Wirtschaft

- Auch bei wirtschaftlichen Themen besteht die Diskrepanz zwischen Selbstbild und tatsächlich wahrgenommener Information. Auch hier wird der Einfluss von Radio (40% Unterschied), TV (32%) und Tageszeitung (19%) unterschätzt.
- Das tatsächliche Ranking der Medien bei der Wahrnehmung von Themen wie Innenpolitik, Außenpolitik und Wirtschaft lautet Tageszeitungen gleichauf mit TV - jeweils durchschnittlich 74% haben die Tagesthemen dort wahrgenommen, Radio – 69% Wahrnehmung , Internet (rd. 46% und damit gleich wie die Selbsteinschätzung), Social Media Networks (17%), regionale Tageszeitungen (15% - nicht ganz vergleichbar wegen dem meist fehlenden Außenpolitik - Schwerpunkt) und Magazine/Zeitschriften (13%).
Achtung: Natürlich sagt das nichts über die Informationsqualität aus.

Informationsverhalten Selbsteinschätzung vs. tatsächlicher Themenwahrnehmung:

Fazit: Der Einfluss des Radios auf das Wissen der ÖsterreicherInnen zu den Themen Innenpolitik, Außenpolitik und Wirtschaft ist in Wahrheit fast gleich hoch wie der von Tageszeitungen und Fernsehen wird aber von uns selbst bei weitem unterschätzt. Aber auch die Wirkung von TV und Tageszeitungen, bei denen Österreich sich bewusst über die Themen informiert ist höher wie persönlich wahrgenommen. Das Internet als Informationsquelle für diese Themen wird in seiner Bedeutung richtig eingeschätzt. Die tatsächliche Bedeutung von Social Networks ist bei der Verbreitung vor allem von politischen Informationen weit höher als unsere Wahrnehmung.

Einfluss der täglichen Umfrage auf die Respondenten

Interessant: während der 2wöchigen Befragung kann keine Steigerung der Wahrnehmung der abgefragten Themenbereiche in den Medien festgestellt werden es erfolgt jedoch ein verstärkter Austausch der Respondenten mit anderen zu den Tagesthemen – vor allem die Innenpolitischen und Außenpolitischen Themen werden mit Dauer der Befragung vermehrt diskutiert.

Stichprobenbeschreibung

4.1 Stichprobenbeschreibung

Geschlecht

	Häufigkeit	Prozent
männlich	242	48,4
weiblich	258	51,6
Gesamt	500	100,0

Alter

	Häufigkeit	Prozent
16-29 Jahre	120	24,0
30-39 Jahre	95	19,0
40-49 Jahre	120	24,0
50-59 Jahre	90	18,0
60+ Jahre	75	15,0
Gesamt	500	100,0

Bundesland

	Häufigkeit	Prozent
Burgenland	17	3,4
Kärnten	34	6,8
Niederösterreich	96	19,2
Oberösterreich	83	16,6
Salzburg	31	6,2
Steiermark	73	14,6
Tirol	42	8,4
Vorarlberg	22	4,4
Wien	102	20,4
Gesamt	500	100,0

Gemeindegröße

	Häufigkeit	Prozent
unter 2.000 Einwohner	73	14,5
2.000 - 4.999 Einwohner	105	21,1
5.000 - 19.999 Einwohner	106	21,1
20.000 - 49.999 Einwohner	41	8,2
50.000 - 99.999 Einwohner	25	5,0
100.000 - 499.999 Einwohner	48	9,7
500.000 Einwohner und mehr (Wien)	102	20,4
Gesamt	500	100,0

Höchste abgeschlossene Schulbildung

	Häufigkeit	Prozent
Ohne Matura	334	66,7
Matura +	167	33,3
Gesamt	500	100,0

Berufstätigkeit

	Häufigkeit	Prozent
Vollzeit / Teilzeit berufstätig	282	56,3
Lehre	7	1,4
SchülerIn / StudentIn	61	12,1
In Pension	96	19,2
Derzeit auf Arbeitssuche	23	4,6
Im Haushalt tätig	24	4,8
Anderes, und zwar:	8	1,6
Gesamt	500	100,0

HH Größe

	Häufigkeit	Prozent
1 Person	99	19,7
2 Personen	181	36,1
3 Personen	91	18,3
4 Personen	91	18,2
Mehr als 4 Personen	38	7,7
Gesamt	500	100,0

5. Rückfragen/Kontakt

Studienleitung: Roswitha Wachtler
Tel: +43 (0)1 512 8900 12
Mobil: +43 (0) 664 887 359 18
Mail: roswitha.wachtler@meinungsraum.at
Web: www.meinungsraum.at