

# Öffentliche Wahrnehmung des ÖBH im Fernsehen

Empirische Forschungsergebnisse 2023

Bericht

Wien, 2023

## **Impressum**

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundesministerium für Landesverteidigung, Roßauer Lände 1, 1090 Wien

Autor: Wolfgang H. Prinz

Gesamtumsetzung: Abteilung Zielgruppenkommunikation

Wien, 2023. Stand: 14. Dezember 2023

Rückmeldungen: Ihre Überlegungen zu vorliegendem Bericht übermitteln Sie bitte an [befragung@bmlv.gv.at](mailto:befragung@bmlv.gv.at)

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Hintergrund &amp; Methodik .....</b>	<b>4</b>
<b>2 Ergebnisse .....</b>	<b>5</b>
2.1 Deskriptivergebnisse der Befragungen zum sihpolMB.....	5
2.2 Vertiefende Analyse der Ergebnisse aus dem sihpolMB .....	6
2.3 OGM-Vertrauensindex.....	8
<b>3 Bewertung .....</b>	<b>9</b>

# 1 Hintergrund & Methodik

Auf Ersuchen DionKomm/Presse wurde eine Sonderauswertung zur öffentlichen Wahrnehmung des ÖBH im Fernsehen erstellt, um mögliche Effekte der Medienauftritte von Vertretern des ÖBH in der jüngeren Vergangenheit zu untersuchen.

Die dargestellten Ergebnisse beruhen zunächst auf den jährlichen Befragungen zum sicherheits- und verteidigungspolitischen Meinungsbild (sihpolMB). Seit 2019 erhebt das BMLV im Rahmen repräsentativer Bevölkerungsbefragungen Sicherheits- und Bedrohungserleben, verteidigungspolitische Einstellungen und das Image des ÖBH in der österreichischen Bevölkerung. Die Fragebogenkonstruktion erfolgt dabei durch ZGK/StratM&MFo im Rahmen einer internationalen Kooperation mit dem Zentrum für Militärgeschichte und Sozialwissenschaften der Bundeswehr (ZMSBw) und der Schweizer Militärakademie an der ETH Zürich. Die heurige Datenerhebung wurde im September und Oktober vom Linzer Market Institut durchgeführt und umfasst eine Stichprobe von 1.406 Österreicherinnen und Österreichern (repräsentativ für österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren). Dabei wurde ein Methodenmix aus ca. 50 Prozent computerassistierten Webinterviews (CAWI) und ca. 50 Prozent computerassistierten Personal Interviews (CAPI) realisiert. Die Erhebungen in den Jahren 2019-2022 wurden jeweils im Juli/August durchgeführt und umfassten vergleichbare Stichprobengrößen von 1.406-1.412 Personen. Die Schwankungsbreite der Ergebnisse beträgt +/- 2,7%.

Zusätzlich fließen Ergebnisse einer Sonderauswertung des OGM-Vertrauensindex in die vorliegende Darstellung ein. Dieser Index wird von OGM research & communication erhoben und umfasst das Vertrauen in verschiedenste Institutionen. Dabei wird ein Vertrauenssaldo aus der Differenz der Prozentwerte jener, die einer Institution vertrauen, minus jener, die einer Institution nicht vertrauen, berechnet. Die Stichprobe 2023 wurde im September erhoben und umfasst 1.028 wahlberechtigte Österreicher (Repräsentativsample). Die Daten wurden dabei mittels computerassistierten Webinterviews (CAWI) erhoben und unterliegen einer Schwankungsbreite von +/- 3,1%. Das BMLV beauftragte heuer eine Sonderauswertung des OGM-Vertrauensindex für das ÖBH.

## 2 Ergebnisse

### 2.1 Deskriptivergebnisse der Befragungen zum sihpolMB

Die Ergebnisse des sihpolMB zeigen zunächst, dass der Anteil an Personen, die das ÖBH in den vergangenen Jahren bei Sendungen im Fernsehen wahrgenommen haben, in den vergangenen Jahre weitgehend konstant ist. Eine Ausnahme bildete hier der Beginn der COVID19-Krise, der mit einer verstärkten Wahrnehmung des ÖBH im Fernsehen einherging (Abbildung 1).

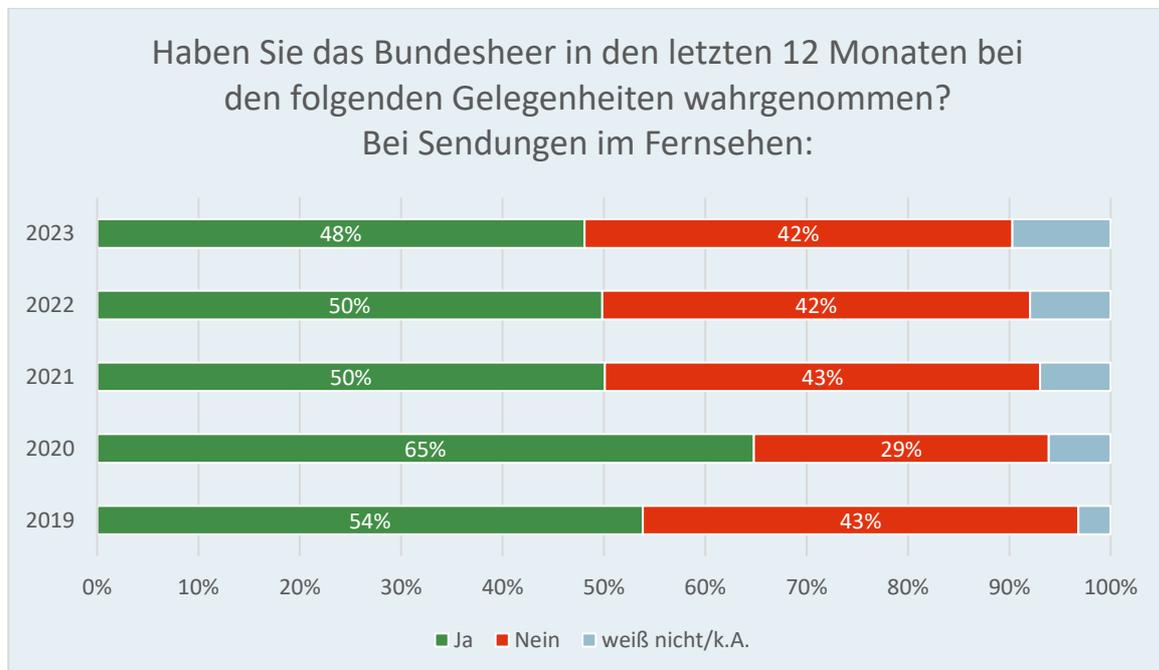


Abbildung 1. Wahrnehmung des ÖBH im Fernsehen 2019-2023 (N = 1.406-1.412).

Diese Ergebnisse müssen insofern kontextualisiert werden, als der Anteil an Personen, die das Fernsehen als Medium nutzen, im Zeitverlauf in den Erhebungen zum sihpolMB merkbar zurückging. Während beispielsweise 2019 noch 58% der Befragten angaben, täglich fernzusehen, stieg dieser Anteil 2020 kurzfristig auf 61% und sank seitdem kontinuierlich auf nunmehr 51%.

Im Rahmen der Befragung zum sihpolMB erfolgte in weiterer Folge bei jenen Befragten, die angaben, das ÖBH in verschiedenen Medien wahrgenommen zu haben, eine Folgefrage zum persönlichen Eindruck vom ÖBH bei diesen Gelegenheiten. Die

entsprechenden Ergebnisse für Sendungen im Fernsehen zeigen einen eindeutig positiven Trend im Zeitverlauf (Abbildung 2).

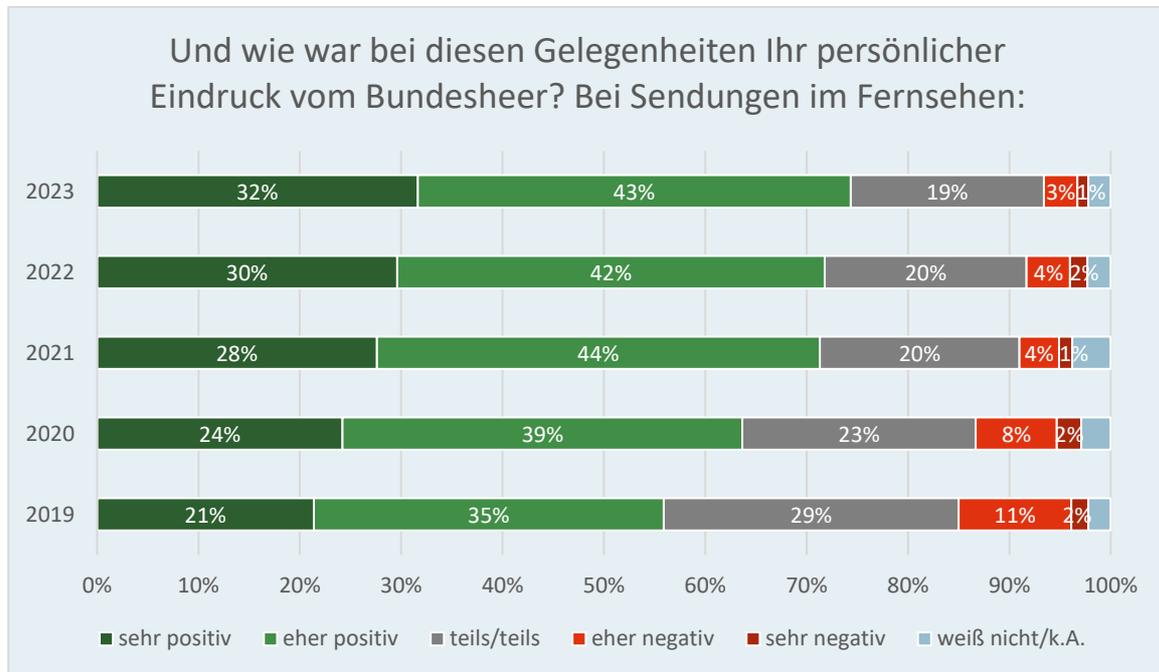


Abbildung 2. Persönlicher Eindruck vom ÖBH bei Sendungen im Fernsehen 2019-2023 (N = 676-913).

## 2.2 Vertiefende Analyse der Ergebnisse aus dem sihpolMB

Im Rahmen einer vertiefenden Analyse wurden mögliche Effekte des Eindrucks des ÖBH im Fernsehen auf andere Einstellungen zum ÖBH untersucht. Hierbei wurde lediglich die Datenerhebung 2023 berücksichtigt.

Dabei wurden bivariate nonparametrische Korrelationen (Spearman-Rho) zwischen der Wahrnehmung des ÖBH im Fernsehen und verschiedensten Image-Parametern (Vertrauen in das ÖBH, persönliche Einstellung zum ÖBH etc.) berechnet. Die resultierenden Korrelationskoeffizienten sind wie folgt zu interpretieren: Grundsätzlich können Korrelationskoeffizienten Werte von -1 bis 1 annehmen. Korrelationskoeffizienten von  $> 0$  bedeuten, dass zwei Variablen positiv zusammenhängen - nimmt der Wert einer Variablen zu, nimmt auch der Wert der anderen Variablen zu. Korrelationskoeffizienten  $< 0$  weisen hingegen auf negative Zusammenhänge hin - nimmt der Wert einer Variablen zu, nimmt der Wert der anderen Variable ab. Ein Korrelationskoeffizient von 0 weist darauf hin, dass es keinen Zusammenhang zwischen zwei Variablen gibt. Entsprechend der üblichen Klassifikation von Effektstärken können die Koeffizienten quantitativ zudem folgendermaßen interpretiert werden:

- -1 bis -0.5: starker negativer Zusammenhang
- -0.49 bis -0.3: mittlerer negativer Zusammenhang
- -0.29 bis -0.1: schwacher negativer Zusammenhang
- -0.09 bis 0.09: kein Zusammenhang
- 0.1 bis 0.29: schwacher positiver Zusammenhang
- 0.3 bis 0.49: mittlerer positiver Zusammenhang
- 0.5 bis 1: starker positiver Zusammenhang

Weiters sind sämtliche angegebene Korrelationskoeffizienten auf einem Niveau von  $p < 0.01$  statistisch signifikant (Tabelle 1).

<b>Bivariate Interkorrelationen (Spearman-Rho)</b>	Und wie war bei diesen Gelegenheiten Ihr persönlicher Eindruck vom Bundesheer? - Bei Sendungen im Fernsehen?
Vertrauen Sie den folgenden Einrichtungen und Organisationen oder vertrauen Sie ihnen nicht? - Bundesheer	<b>0,421</b>
Wie ist Ihre persönliche Einstellung zum Bundesheer?	<b>0,371</b>
Wie beurteilen Sie die folgenden Punkte?	
Die Leistungen des Bundesheeres im Rahmen der militärischen Landesverteidigung.	<b>0,407</b>
Die Leistungen des Bundesheeres bei seinen Einsätzen im Inland (z.B.: Katastrophenhilfe).	<b>0,269</b>
Die Leistungen des Bundesheeres bei seinen Einsätzen im Ausland.	<b>0,342</b>
Die Ausrüstung und Bewaffnung des Bundesheeres.	<b>0,310</b>
Die Einbindung des Bundesheeres in die Gesellschaft.	<b>0,368</b>
Das öffentliche Auftreten der Soldatinnen und Soldaten.	<b>0,397</b>
Die Ausbildung der Soldatinnen und Soldaten.	<b>0,335</b>

Tabelle 1. Bivariate Korrelationen zwischen Eindruck vom ÖBH im Fernsehen und anderen Einstellungen zum ÖBH (Datenbasis sihpoIMB 2023).

## 2.3 OGM-Vertrauensindex

Der OGM-Vertrauensindex zeigt einen deutlichen Vertrauenszuwachs in das ÖBH im Zeitverlauf (Abbildung 3). OGM kommentiert diese Entwicklung wie folgt:

*Einen deutlichen Vertrauenszuwachs erbrachte das Jahr 2021 in der Covid-Krise, wo erstens alle Institutionen, die traditionell für Schutz und Hilfe stehen, starke Zuwächse verzeichnen konnten, und zweitens das Bundesheer speziell in Test- und Impfstraßen positiv auffiel.*

*2022 kam es im Gefolge des russischen Angriffskriegs zu einem neuerlichen Vertrauens-Boost in das Bundesheer, dazu haben auch gelungene Medienauftritte hochrangiger Militärs beigetragen. Aktuell (2023) kann eine Stabilisierung auf hohem Niveau konstatiert werden.*

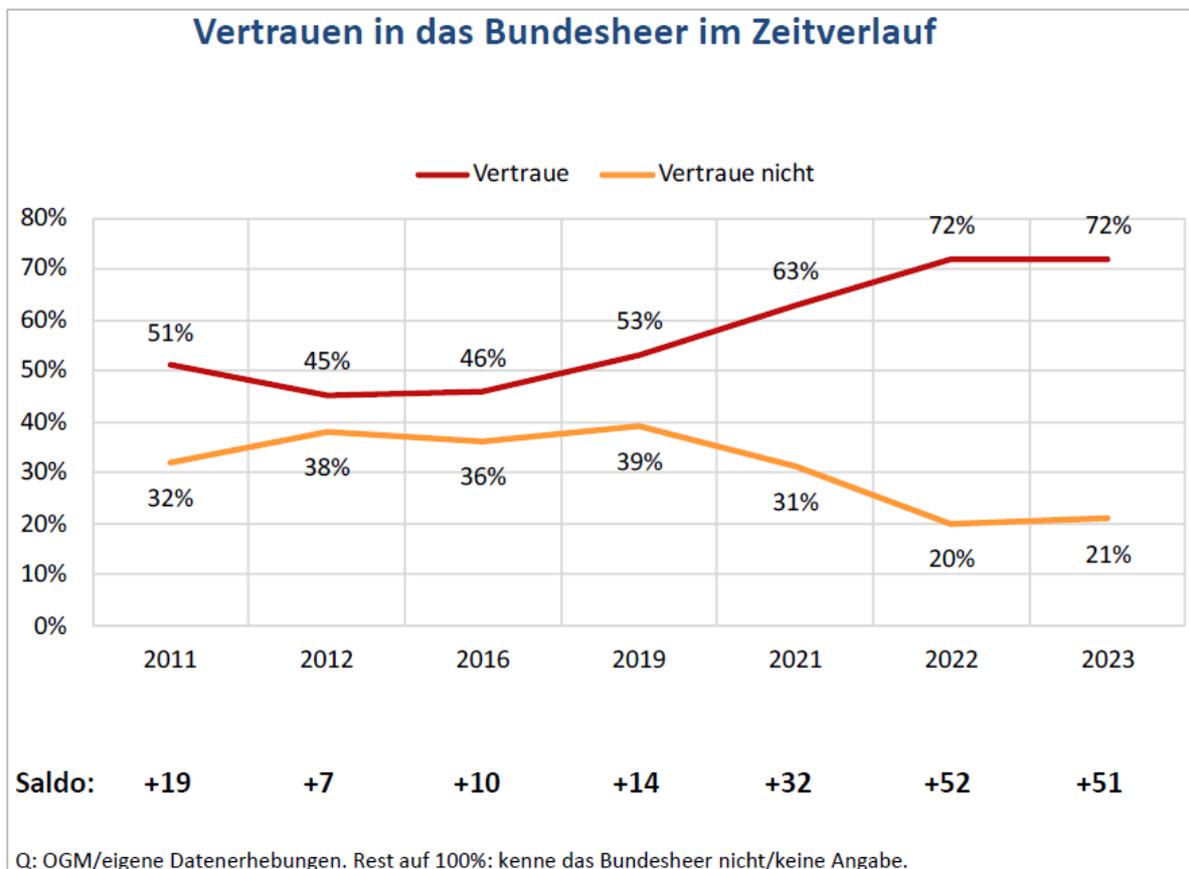


Abbildung 3. Entwicklung OGM-Vertrauensindex für das ÖBH im Zeitverlauf (N<sub>2023</sub> = 1.028).

# 3 Bewertung

- Seit 2019 ist der Anteil an Personen, die das ÖBH bei Sendungen im Fernsehen wahrgenommen haben, weitgehend konstant bzw. leicht rückläufig. Dies ist in erster Linie auf ein sinkendes Nutzungsverhalten des Mediums zurückzuführen.
- Sofern Personen das ÖBH bei Sendungen im Fernsehen wahrgenommen haben, ist der Eindruck im Jahr 2023 für  $\frac{3}{4}$  der Befragten positiv. Im Vergleich zu den Vorjahren ist hier ein stetiger positiver Trend zu verzeichnen. Im Vergleich zu 2019 ist der Anteil an Personen, die einen positiven Eindruck vom ÖBH im Rahmen von Fernsehsendungen berichten, um nahezu 20% gestiegen.
- Zwischen einem positiven Eindruck vom ÖBH im Rahmen von Fernsehsendungen und weiteren Einstellungen zum ÖBH bestehen statistisch nachweisbare Zusammenhänge. So berichten Personen, die einen positiven Eindruck angeben, insbesondere von einem höheren Vertrauen in das ÖBH, bewerten die Leistungen des ÖBH im Rahmen der militärischen Landesverteidigung besser und beurteilen das öffentliche Auftreten der Soldaten besser. Auch die persönliche Einstellung zum Bundesheer fällt positiver aus wie auch die Bewertung der Einbettung des Bundesheeres in die Gesellschaft.
- Insgesamt ist somit ein substantieller und wissenschaftlich nachweisbarer Imagegewinn durch die Präsenz der ÖBH-Vertreter in Fernsehsendungen zu verzeichnen.
- Dieser Schluss wird durch die (ressortexternen) Ergebnisse des OGM-Vertrauensindex (anderes sample, unterschiedliche Methodik) zusätzlich gestützt.

**Bundesministerium für Landesverteidigung**

Roßauer Lände 1, 1090 Wien

+43 050 201-0

[email@bmlv.gv.at](mailto:email@bmlv.gv.at)

[bmlv.gv.at](http://bmlv.gv.at)