

Das Qualitätssicherungssystem des ORF im Jahr 2014
Gutachten zur Bewertung der Gesamtleistung

Prof. Dr. h.c. Markus Schächter

Mai / Juni 2015

Inhalt

1.	Die normativen Vorgaben des gesetzlichen Rahmens	S. 3
2.	Vielfalt und Anspruch	S. 5
	2.1 Fernsehen	S. 6
	2.1.1 TV-Information	S. 8
	2.1.2 TV-Kultur	S. 9
	2.1.3 TV-Sport	S. 10
	2.1.4 TV-Unterhaltung	S. 10
	2.2 Radio	S. 11
	2.2.1 Österreich 1	S. 12
	2.2.2 Hitradio Ö3	S. 13
	2.2.3 FM4	S. 14
	2.2.4 ORF-Regionalradios	S. 15
	2.3 Spartenprogramme	
	2.3.1 ORF 2 Europe	S. 15
	2.3.2 ORF III Kultur und Information	S. 16
	2.3.3 ORF SPORT +	S. 16
	2.4 Exkurs: Der Streit um die Methode	S. 17
	2.5 Teletext	S. 18
	2.6 Internet	S. 18
	2.7 Kooperation des ORF mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern	S. 20
	2.7.1 3sat	S. 20
	2.7.2 ARTE	S. 20
	2.7.3 ARD-alpha	S. 21
3.	Besondere Detailanforderungen	S. 21
	3.1 Der Anteil europäischer Beteiligung	S. 21
	3.2 Förderung der österreichischen Identität	S. 22
	3.3 Angebot anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens	S. 23
4.	Das Publikum	S. 24
	4.1 Overall-Befragung 2014	S. 25
	4.1.1 Interesse	S. 25
	4.1.2 Zufriedenheit	S. 26
	4.1.3 Das Image des ORF	S. 27
	4.2 Publikumsgespräche 2014	S. 28
	4.2.1 Publikumsgespräch Sport	S. 28
	4.2.2 Publikumsgespräch Information	S. 30
	4.2.3 Publikumsgespräch Kultur/Religion	S. 31
5.	ORF-Expertengespräch Unterhaltung	S. 33
6.	Evaluation des ORF-Qualitätsprofils TV-Unterhaltung 2014	S. 36
7.	ORF-Publikumsratsstudie 2014	S. 39
8.	Public-Value-Studie 2014	S. 40
9.	Public-Value-Bericht 2014	S. 42
10.	Fazit	S. 43

Hinweis:

Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht verwiesen wird.

1. Die normativen Vorgaben des gesetzlichen Rahmens

Im Jahre 2015 ist ein Jubiläum zu begehen. Vor fünf Jahren, im Oktober 2010, wurde mit einem neuen ORF-Gesetz eine neue Grundlage für ein komplexes Qualitätsmanagement des ORF geschaffen. Es waren weitreichende Modifikationen der bisher gültigen Gesetzesgrundlagen. Der Sender wurde mit einem Bündel neuer Vorgaben und Maßnahmen auf breiter Ebene in die Pflicht genommen. Die damals neu ausgerichtete Form der Qualitätssicherung des Senders und das Konzept seiner Evaluierung bleiben bis heute – auch im europäischen Quervergleich – eine außerordentlich kompakte und ambitionierte Vorgabe für die Selbstvergewisserung eines öffentlich-rechtlichen Senders. Es ist ein dichter Katalog an gesetzlichen Regelungen und Vorgaben darüber, wie der Sender den Anspruch seiner normativen Aufgaben, die Gewährleistung von Programmqualität, das Zusammenwirken mit den Zuschauern und die Akzeptanz seiner Produkte auflistet, bewertet und bewerten lässt.

Es gilt fortan, das Angebot der Gesamtleistung des ORF auf seinen vier medialen Pfeilern mit Fernsehen, Hörfunk, Internet und Teletext nach den Vorgaben dieses Gesetzes zu durchleuchten, zu bewerten und daraufhin zu befragen, inwieweit es diesen gesetzlichen Anforderungen an einen Public-Service-Sender gerecht wird. Verkürzt formuliert: Das Gesetz verpflichtet den ORF Jahr für Jahr, eine Antwort darauf zu geben, ob das Programm den Erwartungen des Gesetzes und den Vorstellungen der Zuschauer gerecht geworden ist.

Im Mittelpunkt des Gesetzes stehen die Fragen nach Kriterien der Substanz, des Profils und der Zufriedenheit des Publikums, nach den Umsetzungen der eigenen Vorstellungen, vor allem auch im Hinblick auf Information, und nach dem Selbstverständnis eines Qualitätsmediums.

Vor fünf Jahren – das ist zeitlich das Momentum, wo innerhalb der Medienlandschaft größte paradigmatische Änderungen der Medienstruktur etwa mit der Marktpremiere des iPad und der Verbreitung der Social Media stattgefunden haben – wurde ein Verbund an Qualitätssicherungsankern gegründet, der unter Beachtung der publizistischen Unabhängigkeit und unter Berücksichtigung der journalistischen Eigenverantwortlichkeit von innen ein strenges Netz normativer Ziele von außen vorgibt. Gleichzeitig wird ein System konkreter Vorgaben aufgestellt, mit dem präzisiert und belegt werden kann, mit welchem Aufwand, mit welcher Methodik und auf der Grundlage welcher Aussagen dieser Zielkorridor erreicht wird.

In der Folge der Gesetzgebung von Oktober 2010 hat der Stiftungsrat Umsetzungsstrategien diskutiert und die einzelnen Schritte des Qualitätssicherungssystems konkretisiert und verabschiedet. Das war am 12. Mai 2011. Dabei wurden die unterschiedlichen Werte und Elemente noch einmal präzisiert. Es wurden Leitplanken vorgegeben, an denen sich das

Qualitätssicherungssystem orientieren soll. Vorrangig sind es folgende sechs methodische Annäherungen:

1. Der sogenannte **Public-Value-Bericht**, der in seiner Dokumentation die Leistungserfüllung des ORF-Kernauftrags an fünf Qualitätsdimensionen und insgesamt 18 Leistungskategorien diskutieren soll. Diese Public-Value-Kriterien ergeben sich aus dem ORF-Gesetz, den ORF-Programmrichtlinien, den ORF-Leitlinien sowie aus den aktuell sich ergebenden Anforderungen von Gesellschaft und Medienstandards. Was ich in den letzten Jahren dargestellt habe, wird auch 2014 bestätigt: Der Bericht der Selbstvergewisserung und der Präsentation der eigenen Fragestellungen hat inzwischen eine außerordentlich publikumsnahe Darstellungsstilistik gefunden.
2. Die **Programmstrukturanalyse**, die Aufschluss darüber gibt, wie sich Programminhalte und ihre vorgegebenen Anteile in allen vier Bereichen des ORF-Leistungsspektrums von Fernsehen, Radio, Teletext bis zu den Online-Diensten verhalten.
3. Die **ORF-Repräsentativbefragung**, die in diesem Jahr zum vierzehnten Mal als Overall-Befragung bei ca. 1.000 Personen durchgeführt wird. Sie bleibt in ihrer Methodik gleich und ist insoweit eine der besten Quellen für Quervergleich und Einschätzung von Entwicklungen auf der Zeitschiene.
4. Die Evaluation des ORF-Qualitätsprofils. Diese **Qualitätsprofile** stellen im Rahmen der Qualitätssicherung einen wichtigen Katalog von Leistungskriterien dar. Sie akzentuieren die Unverwechselbarkeit des Inhalts und des Auftritts und scannen die Besonderheit eines Fernsehprogramms auch auf seinen Anspruch. Qualitätsprofile ergeben sich einerseits aus den Auftragswerten, die aufgrund der normativen Bestimmungen des ORF-Kernauftrags vorgegeben sind. Und andererseits aus den genrespezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Programmpraxis in den einzelnen Programmkategorien und Subkategorien beziehen. In den Jahren 2011 bis 2013 wurde mit der ORF-TV-Information, den Themen zur Kultur sowie zum ORF-Sport eine breite Evaluierung des jeweiligen Qualitätsprofils des ORF vorgelegt. Der 2014 zu erstellende Bericht fasst die Evaluation des Qualitätsprofils TV-Unterhaltung zusammen. Im Kern der Evaluierung wird der vom ORF formulierte Qualitätsanspruch („Was wir uns unter guter und erfolgreicher TV-Unterhaltung vorstellen“) vom Publikum im Hinblick auf seine Relevanz und Legitimität überprüft und gefragt, inwieweit das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm auch in der Wirklichkeit der Zuschauerresonanz und der Zuschauerzufriedenheit als umgesetzt angesetzt werden kann. Weiters fanden drei **Publikumsgespräche** statt, die in strukturierter Diskussion einen Dialog zwischen Publikum und Vertretern von ORF-Gremien und Programmverantwortlichen zu den ORF-Angeboten in Gang setzten.

5. **Expertengespräche**, die in Form von Moderationsgruppen eine sehr konkrete Annäherung an das jeweilige Programm ermöglichen. Hier werden sehr präzise Modifikationsüberlegungen und Verbesserungen eingebracht.
6. Die **Publikumsratsstudie**, die in diesem Jahr 2014 zum Thema „Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Regionalberichterstattung im ORF“ durchgeführt wurde. Neben dieser Studie für den Publikumsrat beauftragt der ORF jeweils eine Jahresstudie, die sich auf einen besonderen Aspekt seines Leistungsumfangs und Funktionsauftrags bezieht. 2014 geht diese Jahresstudie zusammen mit dem BR der Zukunftsfrage nach: „Wie wird aus dem heutigen Public Value der öffentlich-rechtlichen Sender ein zukunftsfähiges, demokratiepolitisch bedeutsames Netzwerk für einen allen Mediennutzern offenen ‚Public Network Value‘?“ Der Titel der hochaktuellen Studie: „Medienqualität 4.0 – Public Network Value“

Das sind die unterschiedlichen Grundlagen, Quellen und Bezugspunkte für dieses Gutachten. Es ist der Werkzeugkasten für eine Arbeit, die zu beschreiben hat, inwieweit der ORF aus der Außensicht der Experten, der Zuschauer und seiner eigenen kritischen Innensicht in der Lage war, den Ansprüchen des Gesetzes und den Vorgaben für einen öffentlich-rechtlichen Sender auf der Höhe seiner Zeit gerecht zu werden. Aus diesen sich zum Teil ergänzenden, zumeist aber komplementär ineinander verschränkten Elementen und Neuakzentuierungen der unterschiedlichen Themenbereiche habe ich als der für die Berichtsjahre 2012 bis 2016 berufene Gutachter meinen Bericht zusammengestellt. Zur aktuellen Überprüfung und Befragung des Qualitätssicherungssystems habe ich an einigen Workshops mit den am Prozess beteiligten ORF-Abteilungen teilgenommen. Die Ergebnisse dieser intensiven Debatte sind eine Ergänzung des Quellenstudiums.

Sie haben sicher auch dazu geführt, dass Annäherungen an die Definition des Qualitätsbegriffs, die in einer sich verändernden Medienwelt durchaus auch jeweils neue Akzente zu beleuchten hat und diskursiv zu verstehen ist, weiterentwickelt und weiterakzentuiert werden können.

2. Vielfalt und Anspruch

Wird die Vielfalt des Gesamtprogramms des ORF dem vielfältigen und facettierten Interesse seines Publikums und seinem eigenen Anspruch gerecht?

Das ORF-Gesetz verlangt vom öffentlich-rechtlichen Sendeunternehmen ORF die Gewährleistung eines differenzierten Gesamtprogramms von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport. Die unterschiedlichen Inhaltsanalysen, die methodisch-differenten Programmstatistiken und Stichproben, die vom ORF-

Qualitätsmanagement für das Jahr 2014 in Auftrag gegeben wurden, zeigen, dass es im Vergleich zu den testierten Vorjahren keine Abstriche in der programmlichen Ausdifferenzierung gibt. Die Zahlen zeigen: Das öffentlich-rechtliche Sendeunternehmen ORF kann 2014 für seine Programmflotte ORF eins, ORF 2, ORF III, ORF SPORT +, mit seinen Beteiligungen an 3sat und seiner Mitwirkung bei ARTE und ARD-alpha, mit seinen Radios Ö1, Ö3, FM4 und den Regionalradios, mit seinem Teletext und seinen Online-Angeboten ORF.at und der ORF-TVthek sowie den Landesstudios mit ihrer publizistischen Gestaltungsvielfalt ein Programmjahr bilanzieren, das den komplexen Vielfaltsvorgaben des Senders jeweils gerecht wird. Der Sender kann für das vergangene Jahr die Bilanz reklamieren, dass in allen Programmbereichen, in dem der Sendeverbund unterwegs ist, der ORF als vielfaltsverpflichteter Marktführer des Landes den Vorgaben der Gesetze gerecht wird.

Erstmals wurde heuer gemäß ORF-G eine Verdurchschnittung der Anteile an den Programmkategorien des Fernseh- und Hörfunkprogrammes in einem Vierjahreszeitraum durchgeführt, mit dem Ergebnis, dass die Anteile der Radioprogramme und der beiden Fernsehprogramme ORF eins und ORF 2 innerhalb der vorgegebenen Schwankungsbreiten von +/- 5 Prozentpunkten im Beobachtungszeitraum 2011 – 2014 liegen.

Die Durchrechnung über vier Jahre für das Gesamtangebot, also ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information und ORF SPORT +, wird erstmals für 2017 vorliegen, da die entsprechenden Programmteile im Jahr 2014 beschlossen und genehmigt wurden.

2.1 Fernsehen

Im Hinblick auf die gesetzlich geforderte Vielfalt und die Kontinuität des Programmangebots zeigt sich, dass die Programmstruktur des ORF-Fernsehangebots in ORF eins und ORF 2 im Vergleich zu den letzten fünf Jahren ziemlich stabil und als große Kontinuität zu sehen ist: Wie im vergangenen Jahr fielen 22 % des Gesamtprogramm-Outputs auf den Bereich Information (Nachrichten, Politik, Hintergrundsendungen, Magazine, Diskussionen). Auf das Programmfeld Kultur/Religion entfielen wieder wie im vergangenen Jahr 5 %. Das Programmgenre Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe blieb mit 9 % ebenfalls auf dem gleichen Niveau wie im vergangenen Jahr. Auch der Anteil der Unterhaltung trifft mit 47 % exakt den Anteil des Vorjahres. Schwankungen des Programmanteils ergeben sich beim Sport: 2014 war ein ganz besonderes Sportjahr mit der Übertragung der olympischen Winterspiele und der Fußball-Weltmeisterschaft. Im Vergleich zu 2013 hat sich hier der Anteil von 6 % auf 8 % erhöht. Das Volumen des Bereichs Familie ging dafür von 11 % im Jahre 2013 auf 9 % im Jahre 2014 zurück. Nimmt man die Sendungen aus Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe – wie in anderen Ländern üblich – zum Genre

Information hinzu, dann besteht die Sendezeit des ORF-Fernsehens zu einem Drittel aus informativen Angeboten. Dieser gutachterlich zusammengestellte Summenwert ist auch im Jahre 2014 stabil. Er entspricht den Werten, die in den Jahren 2009 bis 2013 erzielt wurden. Gleichstark ist auch der Anteil fiktionaler Unterhaltung im Vergleich zum vergangenen Jahr geblieben. Es sind insgesamt 41 % des Gesamtangebots, in dem beim ORF eins und ORF 2 Serien und Filme aus dem Bereich Unterhaltung bzw. Spannung einen Löwenanteil der Gesamtangebote bestreiten.

Insgesamt hatte das ORF-Fernsehen im Jahr 2014 pro Tag durchschnittlich 3,55 Mio. Zuseher. Der Marktanteil betrug 33,4 %. Das entspricht ungefähr den Werten von 2013, wo die Tagesreichweite bei 3,497 Mio. und der Marktanteil der beiden Sender zusammen 34 % betrug. ORF eins kam auf 2,107 Mio. Zuseher pro Tag und einen Marktanteil von 13,3 %, was einer leichten Steigerung im Vergleich zum letzten Jahr entspricht. ORF 2 bleibt mit minus 1,3 Punkten beim Marktanteil im Trend des allgemeinen Fernseh Wettbewerbs in Europa. Auch die beiden großen deutschen privaten Senderfamilien verzeichnen Rückgänge im Jahr 2014. Sowohl RTL wie Sat.1 verlieren. Gewinner sind wie im letzten Jahr die heimischen Programme wie Puls 4 sowie ServusTV, die sich auf niedrigem Niveau steigern konnten.

Zusammen mit den weiteren Mitgliedern der Senderfamilie, also ORF 2 Europe, den Spartensendern ORF III Kultur und Information, ORF SPORT + und 3sat erreichte der ORF 2014 36,9 %. Dieser Marktanteil (2013 37,3 %) befindet sich in dem Korridor der erfolgreichen europäischen öffentlich-rechtlichen Veranstalter. Zum konkreten Vergleich: ARD und ZDF, die zusammen mit den dritten Programmen und den zahlreichen Partnerkanälen sowie den sechs Digitalkanälen insgesamt über 23 TV-Sender verfügen, erreichen in ihrer „Familien“- Addition etwas mehr als 40 % in Deutschland.

Im Programmjahr 2014 hat der ORF mit seinen unterschiedlichen Programmaktivitäten sowohl in der qualitativen Betrachtung der Ausdifferenzierung des Programmangebots als auch in der quantitativen Analyse der Akzeptanz bei den Zuschauern das hohe Niveau der letzten Jahre beibehalten können. Die inhaltlichen Proportionen zwischen Information/Kultur/Service einerseits und Unterhaltung/Sport andererseits wird auch in einem besonders attraktiven Sportjahr prinzipiell beibehalten. Hilfreich dabei ist, dass die Spartensender ORF III und ORF SPORT + in ihrem mittlerweile dritten Sendejahr ihre technischen Reichweiten so ausbauen konnten, dass sie insgesamt als etabliert gelten dürfen und damit entsprechende Akzeptanzwerte aufweisen.

Zu der summarischen analytischen Betrachtung des Gesamt-Outputs, ihrer inhaltlichen Differenziertheit und ihrer Akzeptanz im Markt bleibt inhaltlich hervorzuheben:

Es sind vor allem die zahlreichen Programmschwerpunkte zu wichtigen kalendarischen Ereignissen des vergangenen Jahres, die das Programmprofil über das Jahr akzentuieren: 100 Jahre Erster Weltkrieg, 75 Jahre Beginn Zweiter Weltkrieg, 20 Jahre EU-Beitritt Österreich, 90 Jahre Radio und – programmgeschichtlich bedeutsam – 25 Jahre Fall Eiserner Vorhang.

Hervorragend aus meiner Sicht sind neben der Schwerpunkte zur EU-Wahl und zum 25-jährigen Jubiläum des Falls des Eisernen Vorhangs die bedeutsame Neuauflage der Hugo-Portisch-Produktion „Hört die Signale“ und die zweite Staffel Österreich II in ORF III. Herausragend aus meiner Sicht auch die TV-Weltpremiere von Vanessa Lapas vielbeachtetem Film „Der Anständige“ über Heinrich Himmler.

Erwähnenswert auch: In „Was ich glaube“ machten sich in der Reihe „Die Wiederkehr der Tugend“ Persönlichkeiten Gedanken über die Aktualität der alten Tugenden. Die 2014 gestartete Umweltinitiative MUTTER ERDE, eine Zusammenarbeit des ORF mit Österreichs führenden Umwelt- und Naturschutzorganisationen, hat nachhaltig und informativ das Bewusstsein für Umweltschutz zu schärfen gewusst.

Eindrucksvoll und einzigartig im europäischen Public-Service-Bereich ist die Kulturleistung: Der ORF zeigte 36 Opern, Theateraufführungen und Konzerte, zumeist von den großen bedeutendsten Festivals. Von diesen Programm-Aktivitäten, die den ORF nach wie vor zu einem der führenden Kultursender in Europa machen, profitiert auch die EBU mit ihren Fernseh- und Radioprogrammen, die diese in der Regel herausragenden Festival-Produktionen übernehmen und multiplizieren. Dabei wird auch vom besonderen „Production Value“ des ORF bei diesen hochwertigen Festivalproduktionen als Benchmark für Europa profitiert.

Als singuläres Ereignis der TV-Unterhaltungswelt im ORF ist natürlich der Sieg von Conchita Wurst beim „Eurovision Song Contest“ festzuhalten. Der publizistisch breit aufgenommene Erfolg von Conchita Wurst hat dazu geführt, dass der ORF 2015 den weltweit größten TV-Unterhaltungsevent in Wien auszurichten hatte.

Mit der traditionellen Charity-Veranstaltung „Licht ins Dunkel“ stehen neben dem Fernsehen alle Medien des ORF im Zeichen eines traditionellen Aktionstages, bei dem allein das ORF-Fernsehen am 24. November rund 40 % der österreichischen Bevölkerung in TV-Haushalten erreichte. Hier zeigt sich ganz besonders der enge Verbund aller Programmsparten, der deutlich macht, dass der ORF als Inhalte-Unternehmen über eine breite und hoch akzeptierte Multimedia-Kapazität verfügt.

2.1.1 TV-Information

Die Programmleistung lag 2014 mit 2.384 Stunden Nachrichten leicht über dem Output des Vorjahres (2013: 2.360 Stunden). Zur Akzeptanz: Die „Zeit im Bild“ um

19:30 Uhr blieb 2014 mit durchschnittlich 943.000 Zusehern bei 43 % Marktanteil hinter den Werten vom Vorjahr (2013: 47 % Marktanteil). Allerdings hängen diese Verschiebungen durchaus mit den Sondersendungen im Sportbereich zusammen. „sportbereinigt“ kam die „Zeit im Bild“ 2014 auf 45 % Marktanteil, was allerdings immer noch ein Minus bedeutet.

Die „ZiB 2“ mit 523.000 Zusehern und 24 % Marktanteil bleibt auf stabilem Wert. Auch die „ZiB 20“ lag mit ihren rund 210.000 Zusehern und 9 % Marktanteil auf Vorjahresniveau.

Zu den meistgesehenen ORF-Magazinen im Hauptabend zählt im Jahr 2014 das montägliche Chronik-Magazin „Thema“. Mit 22 % Marktanteil behauptet sich das Magazin auf hohem Niveau, auch im Vergleich zu den Sendungen im vergleichbaren Ausland.

15 Auslandskorrespondenten – das entspricht etwa der Zahl, die das ZDF unterhält – versorgen in der Regel das „Weltjournal“, das mit durchschnittlich 284.000 Zusehern und 17 % Marktanteil seine Reichweite gegenüber dem Vorjahr um 10 % erhöhen konnte. Mit der Sendung „Russland – Spiele um jeden Preis“ hatte die Sendung am 29. Januar ihre reichweitenstärksten Ausgaben des Jahres mit fast 400.000 Zuschauern und 23 % Marktanteil.

2.1.2 TV-Kultur

Der ORF unterstreicht in seinen Analysen, dass er mit einem umfassenden Angebot an Opern, Konzert- und Theaterübertragungen sowie Dokumentationen, Reportagen, „Kulturmontag“-Sonderausgaben, Magazinbeiträgen und Features seine Funktion als wichtigste Kulturplattform Österreichs unter Beweis stellen konnte. Die Zahlen bestätigen das Selbstverständnis. So haben etwas mehr als 3 Mio. Österreicher, das entspricht 42 % der heimischen TV-Bevölkerung, die ORF-Angebote zum Kultursommer 2014 genutzt. Hervorzuheben sind für mich auch die im Rahmen des Gedenkjahres 2014 ins Programm genommenen Programmmofferten „Sarajevo Concert 2014“, wo mit dem Opernchor des Nationaltheaters von Bosnien und Herzegowina in der Stadt Sarajevo an den Beginn des Ersten Weltkriegs erinnert wurde. Ebenso das „Concert de Paris“ mit Weltstars wie Anna Netrebko, Elina Garanca, Natalie Dessay, Thomas Hampson, Roberto Alagna und Juan Diego Flórez, bei dem an den Beginn des Ersten Weltkrieges erinnert wurde.

Im Jahr 2014 entfielen auf den Bereich Wissenschaft und Bildung 216 Programmstunden, was dem Wert des vergangenen Jahres (214 Stunden) entspricht. Zusammen mit dem Bereich Lebenshilfe umfasst der Bereich Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe insgesamt wie im Vorjahr 9 %.

Der Mittelpunkt dieser ORF-Programmsparte ist die erfolgreiche „Universum“-Reihe, die auch 2014 stabile Werte mit einem bemerkenswerten Marktanteil von 22 % erreicht. Im Vergleich dazu: Deutschlands erfolgreichste Serie aus diesem Genre „Terra X“ im ZDF erreicht am Sonntagabend um 19.30 Uhr Werte um 14 % Marktanteil. Die Folge „Österreich – Land der grünen Grenzen“ erreichte mit 31 % Marktanteil und fast 1 Mio. Zusehern einen Spitzenwert. Sie war die erfolgreichste „Universum“-Ausgabe seit 2007.

2.1.3 TV-Sport

Der Sport verzeichnet mit 1.157 Stunden Live-Übertragung einen deutlichen Anstieg im Vergleich zu 2013 mit 851 Stunden. Die Ausweitung ist eine Folge der Olympischen Winterspiele und der Fußball-Weltmeisterschaft 2014. Der größte Programmanteil im Sport entfiel mit 447 Stunden auf Wintersport-Übertragungen.

Einen bemerkenswerten Anstieg gab es auch im Bereich der Übertragung der Paralympics. Mit 40 Stunden Live-Übertragung bzw. Highlights in ORF SPORT + und ORF eins berichtet der ORF so umfänglich wie noch nie über die paralympische Bewegung. Insgesamt 1,8 Mio. Zuschauer, das heißt ein Viertel aller Österreicher, haben sich bei diesen Übertragungen zugeschaltet.

Nicht verwunderlich, dass die FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien ihre große Gemeinde beim Publikum gefunden hat. Insgesamt verfolgten 87 % der TV-Bevölkerung das größte Fußballturnier der Welt. Allein das Finale am 13. Juli zwischen Deutschland und Argentinien verfolgten 1,78 Mio. Zuschauer bei 58 % Marktanteil über die gesamte Dauer des Spiels.

Erfolgreich auch wieder die Formel 1 mit ihrer Österreich-Rückkehr nach Spielberg: Die Übertragung war die mit Abstand erfolgreichste Live-Sendung unter den 19 Formel-1-Rennen. 57 % Marktanteil sind eine Bestärkung dafür, dass sich der ORF die Übertragungsrechte gesichert hat.

2.1.4 TV-Unterhaltung

Mit 47 % Programmanteil ist das Unterhaltungsprogramm des ORF in ORF eins und ORF 2 im Jahre 2014 das programmstrukturell am stärksten vertretene Genre. Mit 8.295 Stunden an Filmen, Serien, Shows und Talk-Sendungen entspricht das dem Programmanteil von 2013, wo es ebenfalls 47 % Anteil an der Gesamt-Sendefläche erreichte. Es kann hier also von punktgenauer Kontinuität gesprochen werden. Besonders erwähnenswert neben den klassischen Ranking-Tabellen der unterschiedlich erfolgreichen Spielfilme und der Produktionsformen ist die in 2014 neu gestartete Landkrimi-Reihe in ORF eins, die von Bundesland zu Bundesland

quer durch Österreich zieht. Der Start mit „Die Frau mit einem Schuh“ aus Niederösterreich, gefolgt von „Steirerblut“ aus der Steiermark und der Vorarlberger Erzählung „Alles Fleisch ist Gras“ war mit Marktanteilen von 24% bis 28 % bemerkenswert gut.

Mit der Serie „Under the Dome“ hat der ORF durch eine Eventprogrammierung von jeweils drei Folgen am Stück dem veränderten Sehverhalten vor allem jüngerer Seher Rechnung zu tragen versucht. Diese Rechnung ging auf. Mit einem Marktanteil von 21 % bei den 12- bis 29-jährigen, der erfahrungsgemäß schwierigsten Klientel des Fernsehens, war die Programmierung erfolgreich. Insgesamt ist für den internationalen Vergleich von öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten bemerkenswert, dass es eher dem ORF gelingt, die zurzeit in der TV-Kritik ganz besonders hervorgehobenen und hochgelobten großen amerikanischen Serien wie „House of Cards“ in seinem Angebot zu präsentieren. Erfolgreich zeigen sich auch ORF-Koproduktionen, wie „Der Medicus“, eine Koproduktion von ARD und ORF, mit Marktanteilen von deutlich über 20 %.

2.2 Radio

Zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags im Bereich des Rundfunks verfügt der ORF über drei bundesweite und neun regionale Radiosender, die täglich rund um die Uhr Programm anbieten. Zusätzlich hat der ORF auch in 2014 das über Kurzwelle ausgestrahlte internationale Programm Radio Österreich 1 International angeboten. Darüber hinaus offeriert der ORF (im Rahmen der Kooperation mit dem Verein AGORA) täglich acht Stunden slowenischsprachiges Programm auf Radio AGORA.

Zur Erhebung der Programmstruktur dieser Programme nutzt die Medienforschung traditionell eine Stichprobenwoche, die das Angebotsprofil und die Programmstruktur des Hörfunks exemplarisch untersucht. Das Radioprogrammschema unterliegt erfahrungsgemäß über das Jahr hinweg nur geringen Schwankungen. Nach gewohntem Muster der Vorjahre hat die ORF-Medienforschung auch für das Jahr 2014 eine „typische“ Woche ausgewählt. Als Musterwoche 2014 wurde die Woche vom 8. September bis 14. September bestimmt. Die Fakten wurden, was die bundesweiten Programme Ö1, Hitradio Ö3 und FM4 betrifft, von den einzelnen Sendern selbst erhoben. Die ORF-Regionalradios wurden zentral von der Medienforschung des ORF ausgewertet und ausgeführt.

Im Vergleich zu den letzten Jahren gab es keine inhaltlichen oder methodischen Änderungen. Die zur Klassifizierung herangezogenen Hauptkategorien: Information und Kultur, Religion/Ethik, Wissenschaft/Bildung, Service/Verkehr/Wetter, Sport, Familie und Unterhaltung blieben auch 2014 das Ordnungsprinzip. Für die im Radioangebot wichtigen Klassifizierungselemente des Musikanteils galten wie in den

letzten Jahren die Kategorien „Alternative“, „ernste Musik“, „Oldies/Evergreens“, „Pop-/Unterhaltungsmusik/Schlager“ und „Volksmusik/Weltmusik“. Zu erwähnen ist, dass in die Musterwoche 2014 die Vorarlberger Landtagswahl fiel. Daneben gab es aber keine programmlichen Auffälligkeiten. Es hat sich als sinnvoll herausgestellt, dass die Wahl der vergleichbaren Herbstwochen aus den guten Gründen der Kontinuität und der Analogien beibehalten werden sollte.

2.2.1 Österreich 1

Österreich 1 bleibt in seiner auch im Jahr 2014 zu konstatierenden Themenvielfalt und der ausbalancierten Mischung von klassischer Musik mit breitem Informationsgebot ein führender Kultursender des gesamten deutschsprachigen Raums. Das Programm wurde durchschnittlich täglich von fast 700.000 Personen gehört, was bei der Bevölkerung ab 10 Jahren eine Tagesreichweite von 9 % bedeutet. In der vom Sender vorgegebenen Zielgruppe 35+ liegt die Tagesreichweite bei 11,5 %. Damit ist Österreich 1 im Spitzenfeld vergleichbarer europäischer Stationen. Der Jahresschwerpunkt für Ö1 war durch die Jahreszahl vorgegeben: 100 Jahre Erster Weltkrieg – das Thema des Kriegsbeginns 1914 bot sich in diesem Programmjahr 2014 an. Der Sender hat das Jahr des Beginns des Ersten Weltkrieges facettenreich, hintergrundorientiert und breit ins Bewusstsein des Publikums gerückt. Die geschichtlichen Fakten und kulturell-gesamtgesellschaftlichen Hintergründe spielten bei dem Schwerpunkt ebenso eine Rolle wie die Illustration des Alltagslebens während und gegen Ende des Kriegs. Neu: Im zeithistorischen Online-Archiv von Ö1 sind alle Beiträge des Schwerpunkts auch jederzeit im Internet nachzuhören.

Ö1 bleibt mit seinen 4.600 Minuten Wortanteil der Sender mit dem deutlich höchsten Anteil an sprachlichen Beiträgen. Ö1 bleibt in der Wort-Mischung aus Info, Kultur, Religion, Wissenschaft und Bildung (60 %) und überwiegend ernster Musik ein deutlich positionierter Qualitätssender mit kulturellem Schwerpunkt. Sein Profil als hochwertiger Informationssender unterstreicht Ö1 in 2014 mit den weiteren Themenschwerpunkten: 200. Jahrestag des Beginns des Wiener Kongresses, 75. Jahrestag des Beginns des Zweiten Weltkrieges und 25. Jahrestag des Mauerfalls. So hat Ö1 im Jahr 2014 im Zusammenklingen der historischen Ereignisse auszugsweise die Geschichte Europas nacherzählt und mit dem 80. Jahrestag des österreichischen Bürgerkrieges von 1934 ein zentrales Kapitel österreichischer Geschichte aufgearbeitet.

Vor dem europaweiten Urnengang im Mai 2014 lieferte Ö1 mit seinen Informationsstrecken eine sehr breite Offerte an Hintergrundinformation über Funktionsweise und Relevanz der EU. Der Österreichbezug war dabei der journalistische Akzent.

Ö1 steht wie bisher grundsätzlich für klassische Musik. Die Musikredaktion war bei vielen Festivals dabei und lieferte mehr als 170 Opern und Konzerte live oder kurzfristig zeitversetzt ins Haus. Für mich herausragend war die 47. Ausgabe des vom ORF produzierten Grazer Festivals „musikprotokoll“. Dieses traditionsreiche Festival für zeitgenössische und experimentelle Musik ist seit seiner Gründung eine Koproduktion von Ö1, Landesstudio Steiermark und dem „steirischen herbst“. Aus dem Programm des „musikprotokolls 2014“ wurden 17 unterschiedliche Ö1-Sendungen generiert, Sendungen, die auch im deutschsprachigen Ausland und in den Musikredaktionen der EBU-Partnersender europaweit ausgestrahlt wurden.

Neben den Live-Übertragungen und den live-zeitversetzten Übertragungen von Musikangeboten bringt Ö1 mit täglich acht Journalsendungen und stündlichen Nachrichten ein breites Informationsangebot. Die aktuellen Kultursendungen, Hörspiele, Features, Literatursendungen sowie die Beiträge der Wissenschafts- und Religionsabteilungen machen Ö1 durchgängig zu einem qualitativ hochwertigen Informations- und Kulturradio. Auch in 2014 wurde, wie in den letzten Jahren schon nachdrücklich festgestellt, von diesem Radiosender der Nachweis erbracht, dass Qualität und Quote gut koexistieren können.

2.2.2 Hitradio Ö3

Hitradio Ö3 bleibt das Radio mit der größten Reichweite und dem breitesten Marktanteil am Radiomarkt. Trotz Konkurrenz von über 70 Mitbewerbern hat auch im Jahr 2014 das journalistisch gestaltete Konzept mit Pop und Pop-Rock als Musikfarbe auf dem hohen Niveau von 31 % Marktanteil seine Marktführerschaft behaupten können.

Zur Programmphilosophie von Hitradio Ö3 gehörte es auch 2014, Menschen, ihren Alltag und ihre Bedürfnisse in den Vordergrund zu stellen. Dabei gelingt es dem Sender, mit seiner Qualität, rascher Reaktionsfähigkeit und Aktualität die Stärken des Mediums Radios ganz besonders auszuspielen.

In der Musterwoche vom 8. bis 14. September 2014 war der Wortanteil für Information bei fast einem Viertel der Sendeminuten so breit geblieben wie 2013. Kultur/Wissenschaft und Bildung können sich mit jeweils fast 5 % behaupten. Service/Verkehr/Wetter nehmen ein Drittel des Wortanteils für sich in Anspruch. Insoweit ist in der Programmstruktur des Senders Kontinuität festzuhalten.

Ein Jubiläum feierte 2014 die „Ö3 Wundertüte“, die sich in den letzten Jahren zur größten Einzelspendenaktion im Rahmen von „Licht ins Dunkel“ entwickelt hat.

Generell: Hitradio Ö3 geht außerordentlich flexibel mit dem Gebrauch der offenen Sendeflächen aus dem Programm um. Zum „Live-Ball 2014“ sendete Ö3 eine dreistündige Sondersendung um Mitternacht aus dem Wiener Rathaus und

informierte in den Tagen davor über das Thema Aids und HIV. Selbstverständlich ist auch die Präsenz beim größten Open-Air-Festival Europas, dem Wiener Donauinselfest. Ö3 präsentierte auf der eigenen Bühne elf nationale und internationale Top-Acts und choreografierte auf seine Art eine besondere Festival-Präsenz.

Im Herbst begleitete Hitradio Ö3 die erfolgreiche Jugendsozialaktion „72 Stunden ohne Kompromiss“, bei der 5.000 Jugendliche in 400 Einzelprojekten animiert werden konnten, sich in besonderer Weise zu engagieren. Hitradio Ö3 war hier gewissermaßen ein Katalysator für die Möglichkeit von Tausenden von Jugendlichen, ihre Grenzen auszuloten.

Gut akzeptiert sind die Innovationen im Programm: Mit dem Ausbau seines Informationsangebots innerhalb der regionalen Berichterstattung mit den täglichen Österreich-Schlagzeilen und den damit verbundenen Kurzberichten aus den Bundesländern hat Ö3 das Angebot seiner Wort-Sendungen deutlich erweitert. Seit 2014 gibt es auf Ö3 jetzt von Beginn an mit dem „Ö3 Wecker“ um 5.00 Uhr bis zum „Ö3 Mittagsjournal“ um 12.00 Uhr jede halbe Stunde Nachrichtenjournale oder Schlagzeilen.

Ihren zentralen Platz im Ö3-Programm haben u. a. mit den Aktivitäten für „Licht ins Dunkel“ auch 2014 wieder die Sozial-Kampagnen gehabt. Unter dem Titel „Tausend Schreibtische – Tausend Plätze für die Zukunft“ hat Hitradio Ö3 zum Start des Schuljahres im September seine Zuhörer aufgerufen, als besonderes Zeichen der Verbundenheit gemeinsam den Ankauf von Schreibtischen für Kinder und Jugendliche aus armutsgefährdeten Familien zu ermöglichen. Beeindruckend ist nicht nur hier auch das finanzielle Ergebnis, das zur Ermöglichung der Aktionsziele beitrug, sondern auch die damit verbundene Informationsbreite, die viel Aufmerksamkeit für ein bisher in dieser Weise nicht wahrgenommenes Thema brachte.

2.2.3 FM4

Mit dem Beginn als 24-Stunden-Sender im Jahre 2000 setzt der weitgehend fremdsprachige Sender FM4 bewusst alternative Programmakzente zu den landesweiten Sendern, in deren Familie er sich als Sender mit dem ganz eigenen Musikprofil unterscheidet. So wie Ö1 der Klassik- und Informationssender ist, so ist FM4 der österreichische Sender mit den Angeboten jenseits des Mainstreams, eine Position, die FM4 in 2014 deutlich erfolgreich behaupten konnte. Bei den 14- bis 49-Jährigen der Zielgruppe lag die tägliche Reichweite mit 5,7 % auf dem Niveau von 2013 bei einem Marktanteil von 4 %. Fast 280.000 Österreicher ab 10 Jahren hörten täglich den demnächst 20 Jahre alt werdenden Sender mit dem eigenen Musikappeal. Es zeigt sich, dass die Bilingualität (Englisch und Deutsch), die

Konzentration auf Musik jenseits der anderen Senderangebote und die journalistisch-diskursive Beschäftigung mit zeitgenössischen Themen von einer meinungsstarken Community geschätzt wird. FM4 hat sich auch im Jahre 2014 als eine eigene Marke der ORF-Senderfamilie erwiesen.

In der Musterwoche vom 8. bis 14. September 2014 teilte sich der Wortanteil in je ein Viertel Information, Kultur und Unterhaltung sowie Wissenschaft und Bildung. Veranstaltungstipps sind im restlichen Viertel deutlich stärker vertreten als der Sport und die Verkehrsinformation.

2.2.4 ORF-Regionalradios

Die Musikfarbe macht den Unterschied. Die deutlichste Unterscheidung neben dem Informationsprogramm liegt bei den ORF-Regionalradios im Vergleich zu den nationalen ORF-Radioprogrammen in der Präferenz für klassische Musikunterhaltung, für Oldies und Evergreens und der Welt der Schlager. In Wortbeiträgen wird eine breite Vielfalt regionaler Themenfelder angeboten, die sich auch daraus erklärt, dass die ORF-Regionalradios ihr Programm überwiegend selbst produzieren. Der Wortanteil ging je nach Aktualität in den einzelnen Bundesländern weiter nach oben. Den höchsten Wortanteil mit 2.603 Stunden hat Radio Kärnten, der sich „als modernes Flächenradio mit starkem Heimatbezug“ präsentiert und unter der Dachmarke im „Land unterwegs“ das Land in all seinen Facetten inklusive der heimatbezogenen Musikauswahl repräsentiert. Den geringsten Wortanteil hat wie im letzten Jahr Radio Wien. Hier verhält sich der Musikanteil mit 8.138 Stunden zum Wortanteil mit 1.700 Stunden wie 1:4,5 – während etwa bei Radio Kärnten das Verhältnis zwischen Wort und Musik in einem Verhältnis von 1:2,5 weitgehend balanciert ist.

2.3 TV-Spartenprogramme

2.3.1 ORF 2 Europe (ORF 2 E)

ORF 2 Europe ist die internationale Ausspiel-Plattform von ORF 2. Das Programm wird zeitgleich, unverändert und unverschlüsselt via Digitalsatellit ausgestrahlt, sofern der ORF die Senderechte besitzt. Mit ORF 2E sollen Urlauber, Geschäftsreisende und Auslands-Österreicher das aktuelle Geschehen aus der Heimat erfahren. ORF 2E hat den Auftrag, eine Art repräsentativer audiovisueller Visitenkarte Österreichs darzustellen. Es soll Europa mit österreichischen Themen und der österreichischen Lebensart bekannt machen und so interessierten Europäern das politische, kulturelle und gesellschaftliche Geschehen in Österreich näherbringen. In dieser Funktion strahlt ORF 2E sämtliche Informationsformate von ORF 2 aus. Konkret zum Beispiel: alle „Zeit im Bild“-Ausgaben, „heute mittag“, „heute österreich“,

„Report“, „IM ZENTRUM“, „Pressestunde“, „Kulturmontag“, „kreuz und quer“, „Menschen und Mächte“, „Eco“.

Dazu kommen, ganz wichtig für das Bild von Österreich im Ausland, eine Reihe herausragender Kulturevents wie die Eröffnung der Wiener Festwochen und die Produktionen der Salzburger Festspiele. ORF 2E ist unverschlüsselt über die jeweiligen Digitalsender Astra in Österreich und in 26 Ländern zu empfangen. Seit der Novellierung des ORF-Gesetzes ist es erlaubt, Sendungen für die der ORF keine internationalen Rechte besitzt, durch Archivmaterial zu substituieren. Trotz der unvollständigen Rechtesituation konnten in 2014 rund 80 % des Angebots von ORF 2 unverschlüsselt für Europa ausgestrahlt werden.

2.3.2 ORF III Kultur und Information

Gemäß §4c des ORF-Gesetzes hat der ORF ein Fernsehspartenprogramm zu realisieren, das mit den Schwerpunkten Information, Diskussion und Dokumentation, Magazine und Kultur ein umfassendes Informations- und Bildungsangebot präsentiert. Mit seinen vier Programmsäulen – Kultur, Zeitgeschichte, Bildung, Information – soll ORF III ein Spiegelbild für österreichische Kunst- und Kulturschaffende sein. Die Programmofferten des neuen, jetzt ausweislich der Zuschauerforschung weitgehend akzeptierten Spartenkanals sind in Thementage gegliedert:

Am Themenmontag zeigt ORF III preisgekrönte und erfolgreiche Dokumentarfilme im Hauptabend. Kunst und Kultur mit eigenproduzierten Sendungen wie „Aus dem Rahmen“ mit Karl Hohenlohe dominieren den Dienstag. Am Mittwoch bringt ORF III nach „kreuz und quer“ Wissenschaftssendungen. Am Donnerstag steht im ersten Teil der Naturfilm im Mittelpunkt, bevor sich der Abend Europa und dem Weltgeschehen zuwendet. Der Freitagshauptabend gehört dem österreichischen Film. Die „zeit.geschichte“ am Samstag präsentiert Programmschwerpunkte zu zeitgeschichtlichen Jubiläen und Jahrestagen. Im Anschluss lädt seit November 2014 „Denk mit Kultur“ je einen Gast aus der Hochkultur und einen Gast aus der Populärkultur zum Gespräch in angeregter Atmosphäre. Im Rahmen von „Erlebnis Bühne“ präsentiert Barbara Rett jeden Sonntagabend Opern und Konzerte. Insgesamt, das zeigen auch die intensiven Publikumsdiskussionen, hat sich ORF III innerhalb der „konkurrierenden“ Angebotsstrukturen von 3sat, ARTE und ARD-alpha auf einem eigenen Platz zu positionieren gewusst. Die in der Programmstruktur und im Schema festgelegte Vielfalt kommt den Erwartungen der Zuschauer entgegen.

2.3.3 ORF SPORT +

Nach §4b des ORF-Gesetzes soll der ORF nach Maßgabe der wirtschaftlichen Tragbarkeit in einem Fernseh-Spartenprogramm mit aktueller Berichterstattung über Sportarten und Sportbewerbe berichten, denen in der Medienberichterstattung kein breiter Raum zukommt. Schwerpunkte sollen Sportarten und Bewerbe sein, die in Österreich ausgeübt und veranstaltet werden oder an denen österreichische Sportler oder Mannschaften teilnehmen. Am 25. Oktober 2014 konnte ORF SPORT + auf HD umgestellt werden. Dies ist gerade für Sportfans, die traditionsgemäß Wert legen auf Bildgestaltung, Kontraste, Konturen und Farben, eine erhebliche Verbesserung der bisherigen Angebote. Die Auflösung ist bis zu fünffach besser.

In ORF SPORT + wird über Sportarten berichtet, die weniger im medialen Rampenlicht stehen. Der Österreichbezug bei ORF SPORT + spielt die herausragende Rolle. In das Programm können hier die regionalen und nationalen Veranstaltungen österreichischer Sportverbände und Veranstaltungen aufgenommen werden, die sonst aus dem Kriterienraster der nationalen Sender fallen. In 2014 sind 8.629 Stunden Sportprogramm in ORF SPORT + ausgestrahlt worden. Fast 60 Sportarten wurden berücksichtigt. Ein Siebentel der ausgestrahlten Sendungen waren Live-Übertragungen, was gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um 15 % bedeutet. Der Anteil mit österreichischem Inhalt betrug im vergangenen Jahr 66 %. Aus meiner Sicht sind die inzwischen etablierten Sendungen „Schule bewegt“, moderiert von der ehemaligen Spitzensportlerin Mirna Jukić, und das Behindertensportmagazin „Ohne Grenzen“ zu erwähnen. Die in der Sportwelt durchaus sehr beachteten Sendungen sollen den Stellenwert des Schulsports in der Öffentlichkeit vergrößern und das Verständnis für Menschen mit Behinderungen wecken und Berührungsängste abbauen.

2.4 Exkurs: Der Streit um die Methode

Das neue Analyseschema zur Frage der Ausgewogenheit zwischen Information, Kultur, Unterhaltung und Sport im ORF-TV-Gesamtprogramm.

Im ORF-Gesetz heißt es im §4 Abs. 2: „ das Angebot hat sich an der Vielfalt der Interessen aller Hörer und Seher zu orientieren und sie ausgewogen zu berücksichtigen. Die Anteile am Gesamtprogramm haben in einem angemessenen Verhältnis zueinander zu stehen.“ Auf Grundlage der Entscheidung des BKS vom 18. April 2013, in der dem ORF ein Zuordnungsschema im ORF-Jahresbericht vorgegeben wird, beauftragte der ORF für das Jahr 2013 erstmals die Universität Wien mit einer entsprechenden Zuordnung der Sendungen in einem alternativen Analyseschema. Dieses Schema wurde auch für das Programmjahr 2014, analog der Verfahrensweise, die der im letzten Jahr verstorbene Universitätsprofessor Dr. H. Haas entwickelt hat, realisiert.

Im Ergebnis beschreibt die Analyse nach der neuentwickelten Methodik das Verhältnis zwischen Information und Unterhaltung, Kultur und Sport im Gesamtprogramm des ORF-Fernsehens folgendermaßen: Information 20 %, Unterhaltung 31 %, Kultur 19 %, Sport 30 %. In den untersuchten 66.620 Sendungen/Sendungsteilen (exklusive Werbung, Programmtrailer, Promotion, Moderation, Hinweisen und ähnlichem) findet ein ausgewogenes Programmverhältnis zwischen den vier Genres statt. Die Kontinuität der letzten Jahre ist auch in der veränderten Medienlandschaft beibehalten worden.

2.5 Teletext

Für das Jahr 2014 wurde als repräsentativer Monat der März herangezogen. Auf Basis der Auswertung dieses Beispielmonates, demselben wie in den letzten Jahren, werden Aussagen über den ORF TELETEXT und seine Leistungen ermöglicht, da der Programmoutput über das Jahr stabil ist und in einer 4-Wochen-Frist repräsentativ abgelesen werden kann.

Wie in den Jahren zuvor umfassten auch 2014 die redaktionell gestalteten Bereiche des ORF TELETEXT im Wesentlichen den Nachrichtenbereich, die Sport- und Kulturberichterstattung, Programm- und Wetterschauen, die auf Tagesaktualität gebrachten Bereiche der Themenmagazine von Multimedia bis Gesundheit und Service-Informationen mit Veranstaltungshinweisen. Die klassischen Service-Informationen wie Wetterdaten, Börsen und Marktindizes, Flug- und Zugauskünfte werden wie in den letzten Jahren automatisch aus externen Datenbanken in das System eingespeist.

Insgesamt gab es im März 2014 im aktuellen Nachrichtenbereich knapp 16.000 Seitenupdates, d. h. neue Storys, neuer Inhalt und Aktualisierung, Erweiterung und Fortsetzungen. Im Vergleich zu 2013 blieben die Seitenupdates in den meisten Bereichen etwa auf demselben Niveau, die Updates im Bereich Innenpolitik gingen gegenüber dem Super-Wahljahr 2013 zurück, während die im Bereich der internationalen Politik leicht anstiegen.

Insoweit ist im Teletext, in einer nach wie vor nachgefragten medialen Service-Leiste des ORF, eine zuschauerorientierte Kontinuität zu konstatieren.

2.6 Internet

Wie in den Vorjahren wurde die „Story“ bzw. der Beitrag als zugrundeliegende, in sich geschlossene Content-Einheit zur quantitativen Ausweitung des Online-Angebots gewählt. Mit diesem methodischen Filter erzielte ORF.at durchschnittlich 59,483 Mio. Visits (zusammenhängende Besuche) pro Monat, was ein Plus von

9,4 % im Vergleich zu 2013 bedeutet. Nimmt man als Vergleichsbasis die Unique Clients (einzeln identifizierbare Endgeräte) als die vielleicht noch aussagekräftigere Wettbewerbswährung, so kommt der ORF im Monatsschnitt auf 7,829 Mio. Zugriffe, was einem Zuwachs gegenüber 2013 von 13,8 % entspricht. Mit durchschnittlichen 354 Mio. Page-Impressions pro Monat konnte eine Steigerung von 8,9 % im Vergleich zu 2013 erzielt werden.

ORF.at wurde im zweiten Quartal 2014 monatlich von 3,055 Mio. österreichischen Nutzern ab 14 Jahren genutzt. Das entspricht einer Reichweite von 50,4 % der österreichischen Online-Bevölkerung ab 14 Jahren.

Stabil in der Vielfalt bleibt auch die nationale und internationale Überblicks-Berichterstattung in Form von Schlagzeilen und Storys. Im Jahre 2014 wurden auf news.ORF.at 6.163 Beiträge in 3.704 Themengruppen sowie 2.970 kulturelle Beiträge veröffentlicht. Die Werte 2013: 5.912 Beiträge in 3.474 Themengruppen und 2.567 kulturelle Beiträge. Erwähnenswert ist, dass in der prozentualen Verteilung der Genres wie im letzten Jahr die Auslandsberichterstattung mit 26 % Anteil die Kategorie mit der höchsten Zahl von Storys ist. Nicht verwunderlich: Im Sport ist der Fußball mit 42 % aufgrund des besonderen Fußballjahres unangefochtener Tabellenführer in der Kategorienverteilung. Ski alpin mit 6 % folgt mit großem Abstand. Auffällig bleibt der Rückgang auf volksgruppen.ORF.at. In diesem Themenfeld wurden 2014 10.413 Beiträge realisiert, das sind rund 35 % weniger als im Jahr zuvor.

Als Neuerung im ORF.at-Angebot ist die zur EU-Wahl neu eingerichtete umfassende Sonderseite zu erwähnen. Sie stellte nicht nur die wichtigsten Daten zur EU-Wahl bereit, sondern kombinierte diese mit Hintergrundberichten sowie aktuellen Analysen und TV- und Radio-Beiträgen. Der Wahlabend wurde mit Hochrechnungen und Ergebnissen durch interaktive Grafiken anschaulich umgesetzt.

Im Rahmen der Kulturberichterstattung wurden zusätzlich zu aktuellen Storys des österreichischen und internationalen Kulturgeschehens auch 2014 wieder redaktionelle Specials gestaltet. Dabei wurden die „Tage der deutschsprachigen Literatur“ (Ingeborg-Bachmann-Preis) mit einer eigenen multimedial aufbereiteten Website begleitet.

Anfang Mai 2014 wurde die ORF.at-News-App gelauncht, welche die Inhalte von news.orf.at für die Nutzung auf dem Smartphone bereitstellt. Im September wurde sowohl die Integration von Videos auf sport.ORF.at verbessert und ausgebaut als auch die ORF-Sport-App präsentiert, welche Inhalte in bewährter Qualität für Smartphones bereitstellt. Seit Mitte Dezember ist die ORF-TVthek erstmals auch über eine Spielkonsole – die Xbox One – via App abrufbar.

2.7. Kooperation des ORF mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern

2.7.1 3sat

Das öffentlich-rechtliche Qualitätsprogramm feierte 2014 unter dem Motto „Vier Sender, Drei Länder“ sein 30-jähriges Bestehen. Während im Jahre 1984, dem Gründungsjahr, knapp 8.000 Haushalte das neue Programm über Satellit empfangen konnten, realisiert heute 3sat eine Tagesreichweite von mehr als 5.000.000 Sehern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Unter dem Motto „Anders Fernsehen“ hat sich 3sat als „Best Off-Platform“ für anspruchsvolle Qualitätsprogramme der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten aus Deutschland, der Schweiz und Österreich etabliert. Der Sender ist das klassische Komplementärprogramm für Kultur und Information geworden. Die Aufbereitung großer Kulturereignisse wie Opern, Theater und Konzertaufzeichnungen hat sich zu einem besonderen Markenkern des Senders entwickelt. Seit einigen Jahren kommen mit Schwerpunkten und Thementagen bei 3sat ganz neue erfolgreiche Themengestaltungen ins Programm.

Der Gesamtmarktanteil von 3sat in Österreich lag 2014 wie im Vorjahr mit 1,7 % auf stabilem Niveau. Bei den 3sat-Partnern in Deutschland lag er unverändert bei 1,1 %, in der Schweiz bei 0,9 %. Der ORF liefert rund 130.650 Minuten Programm aus Österreich, das ist etwas mehr als 25 % Sendeanteil. 2014 wurden insgesamt 35 Thementage in 3sat angeboten, 10 davon wurden vom ORF koordiniert. Mit „Hans Moser“ am 19. Juni und einem Thementag über „Trauminseln“ am 6. Jänner waren zwei dieser ORF-Thementage unter den fünf erfolgreichsten Programmoverten 2014.

Die Liste der „3sat-TOP-50“ – der 50 meistgesehenen 3sat-Sendungen in Österreich im Jahre 2014 – wird von der ORF-Dokumentation „Mythos Ausseerland“ aus der Reihe Universum mit der sehr guten Quote von 6 % Marktanteil angeführt. Unter den 50 meistgesehenen 3sat-Produktionen in den drei Ländern sind insgesamt 17 ORF-Produktionen, davon sechs unter den ersten zehn. Mit dem Doku-Zweiteiler „Auf den Schienen des Doppeladlers“ von Gernot Stadler ist eine bemerkenswerte ORF-/3sat-Eigenproduktion unter den Top 10.

2.7.2 ARTE

Seit mehr als 10 Jahren besteht die erfolgreiche Kooperation mit dem deutsch-französischen Kulturkanal ARTE. Der ORF setzte auch 2014 diese Zusammenarbeit mit zahlreichen hochkarätigen Dokumentationen und Produktionen im Bereich Fernsehfilm/Spielfilm sowie gemeinsamen Übertragungen von Opern und Konzerten fort. In Österreich erreichte ARTE 2014 im Jahresdurchschnitt 1,0 % Marktanteil, das entspricht dem, was ARTE auch in Deutschland erreicht. In Frankreich hatte ARTE in

2014 wieder 2,0 % Marktanteil erreicht, nachdem es dort im Jahr zuvor erheblich zurückgefallen war.

Einer der Programmhöhepunkte mit ARTE war 2014 die Zusammenarbeit bei „Wildes Venedig“. In Ultra-HD-Qualität, der neuen technischen Norm 4K, wurde die faszinierende Tierwelt der Lagunenstadt gefilmt und in einer bisher nicht gekannten Weise den Zuschauern präsentiert.

Die ORF-ARTE-Kooperation hat 2014 wie in den letzten Jahren musikalische Höhepunkte präsentiert. Darunter das Traditionskonzert aus dem Wiener Musikverein mit dem Titel „Frühling in Wien“ unter dem Dirigat von Simone Young. Auch das stimmungsvolle Weihnachtskonzert „Christmas in Vienna“ gehört inzwischen schon zum Traditionsprogramm von ARTE für die Zuschauer in Österreich, Frankreich und Deutschland. 2014 haben 1,3 Mio. Zuseher dieses Programm gesehen.

2.7.3 ARD-alpha

Seit dem Jahr 2000 liefert der ORF für die Kooperation mit BR-alpha rund 250 Programmstunden pro Jahr. Seit Juni 2014 wird dieser bayerische Bildungskanal BR-alpha jetzt als ARD-alpha geführt. Der ORF bestückt ein Österreich-Fenster mit anspruchsvollen kulturell-gesellschaftlich relevanten Dokumentationen. 2014 erreichte der Sender ARD-alpha im Jahresdurchschnitt in Österreich einen Marktanteil von 0,2 %. Die vom ORF gelieferten hochwertigen Programmangebote zählen zu den Erfolgsprogrammen von ARD-alpha.

3. Besondere Detailanforderungen des Gesetzgebers an das Programm-Gesamtangebot

In den §4, 5 und 11 über die generellen Qualitätsvorschriften beschreibt das ORF-Gesetz Anforderungen an die Programmstruktur und bringt verbindliche Normen, Vorgaben und Anforderungen an das Programm. Der Gesetzgeber versteht seine normativen Maßnahmen als eine Konkretisierung der Qualitätsvorstellungen und als eine zusätzliche Norm zur Erfüllung des Programmauftrags. Ich will im Folgenden auf drei besondere Vorgaben eingehen:

3.1 Der Anteil europäischer Beteiligung am ORF-Fernsehprogramm

Im §11 schreibt der Gesetzgeber dem ORF vor, dass der Sender im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge zu tragen hat, dass der Hauptanteil der Sendezeit seiner Fernsehprogramme – jenseits von

Nachrichten, Sport und Spielshows – den europäischen Produktionen und europäischen Filmen vorbehalten bleiben soll.

Der Sender legt für das Jahr 2014 dar, dass die Sendezeit für europäische Werke im Programm von ORF eins und ORF 2 2014 bei 9.400 Stunden lag. Das sind nahezu exakt zwei Drittel der Gesamtsendezeit. Der Anteil europäischer Werke entsprach somit auch im Jahr 2014 den Vorgaben gemäß ORF-Gesetz. ORF eins wies dabei 2.317 Stunden bzw. einen Anteil von 33,0 % auf. In ORF 2 entfielen 7.083 Stunden bzw. 95,8 % der Sendezeit auf europäische Werke.

Im Zusammenhang der Auflistung der Anteile von in Europa produzierten Sendungen hat der ORF eine andere staatliche Norm erfüllt. Er muss dafür Sorge tragen, dass mindestens 10 % seiner Sendungen, die nicht aus Nachrichten, Sport und Spielshows oder Werbeleistung bestehen, von Produzenten und Herstellern umgesetzt werden, die von Fernsehveranstaltern unabhängig sind.

Auch diese Auflage hat der ORF in beiden Programmen mehr als ausreichend erfüllt. Im Jahre 2014 entfielen 5.720 Sendestunden und somit rund 40 % der anzurechnenden Sendezeit auf Werke, die von unabhängigen europäischen Herstellern produziert wurden.

Im Hinblick auf §11 des ORF-Gesetzes kann festgehalten werden:

Der ORF hat im Jahr 2014 seine gesetzlichen Verpflichtungen über den Anteil europäischer Produktionen und die Vorgabe über den Anteil unabhängiger Produzenten beim Zustandekommen des Programms in ausreichendem Maße erfüllt.

3.2 Förderung der österreichischen Identität

In §4 Abs. 1 ist der ORF zur Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der „europäischen Geschichte und Integration“ verpflichtet. Des Weiteren soll der Sender dazu beitragen, die „österreichische künstlerische und kreative Produktion angemessen zu berücksichtigen und zu fördern“.

Mit rund 59 % seiner Sendezeit hat der ORF im Jahre 2014 diesen beiden Verpflichtungen und Zielsetzungen entsprochen. Die Tendenz wird bestätigt, wenn man die Primetime als die eigentliche Kernzeit der Produktionen und Sendungen anzusehen hat, die unter diesem Paragraphen zu betrachten sind:

In der Zeit von 18.00 bis 22.00 Uhr betrug der Anteil der Sendungen mit Österreichbezug rund drei Viertel der Gesamtsendezeit. Es bleibt festzuhalten:

Der ORF hat im Jahre 2014 seinen Auftrag gemäß §4 Abs. 1 erfüllt und in der Mehrheit Sendungen ausgestrahlt, die der Förderung der österreichischen

Identität sowie der österreichischen und künstlerischen, kreativen Produktionen dienen.

3.3 Angebot anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens

§4 Abs. 3 schreibt dem ORF vor, dass im Fernsehen zwischen 20.00 und 22.00 Uhr „in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl“ stehen. Das Wort „anspruchsvoll“ war in den letzten Jahren Gegenstand eines ausführlichen Diskussionsprozesses zwischen den unterschiedlich beteiligten Gremien und der Geschäftsleitung sowie innerhalb derer, die die Qualitätssicherungsmaßnahmen im Einzelnen auch von außen zu bewerten haben. Zu dem innerhalb des ORF in den letzten Jahren festgeschriebene Kanon von Sendungen, die unter „anspruchsvoll“ gegliedert werden können, zählen vor allem Informations-, Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur-, Religions- und Bildungssendungen. Produktionen also, in denen ein Anspruch und eine Ansprache an das Publikum erfüllt sein müssen. Sportsendungen sind dann in diesen Katalog einzunehmen, wenn über eine solche Sportsendung eine öffentliche und gesellschaftsrelevante Diskussion ermöglicht wird. Besondere Unterhaltungssendungen sollen für die „Anspruchsthematik“ dann in Rede stehen, wenn sie Bildungsinhalte und soziale Kompetenz zu vermitteln versuchen. Bei all den Sendungen soll das Prädikat „anspruchsvoll“ sich konkret über die behandelnden Themen hinaus auch auf die dramaturgische Umsetzung beziehen. Erst die Zusammenschau von journalistischen, formalen und künstlerischen Qualitäten von Fernsehsendungen machen Programme aus den beschriebenen Programmkategorien zu anspruchsvollen Programmen. In den Gremiendiskussionen gab es als weitere zwingende Überlegung, die dem Kriterium des gesetzlich verlangten „Anspruchs“ genügen sollen, den Hinweis auf die Kultur. Themen der Kunst, Kultur und Wissenschaft, die den unterschiedlichen gesellschaftlichen Erwartungen und Auseinandersetzungen gerecht werden, sollen besonders gewichtet werden – wie die Förderung des Verständnisses für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens, die Förderung der österreichischen Identität, die Förderung eines Gesamtverständnisses von Geschichte und der politischen Konstitution Europas sowie die dem Bildungsauftrag des ORF eingeschriebene Pflicht der Berichterstattung über alle Formen von Kulturleistungen. Von Seiten der ORF-Geschäftsleitung werden als Kriterium für anspruchsvolles Programm darüber hinaus externe Preise sowie Bewertungen durch Expertenkommissionen eingebracht.

Der juristisch nicht näher erläuterte und in der Öffentlichkeit uneinheitlich interpretierte Begriff „anspruchsvoll“ bleibt ein diskursiver und nicht immer genau eingrenzbarer Begriff. Anhand von zwei Programmwochen im Frühjahr und im Herbst 2014, die bewusst als repräsentative Zeitpunkte einen typischen Querschnitt durch

die Programmofferten des ORF darstellen sollen, kann in der Beschreibung verdeutlicht werden, dass der ORF seinen Auftrag erfüllt und im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl gestellt hat.

Bestätigt wird eine solche induktive Feststellung auch durch die Ergebnisse der ORF-Overall-Befragung 2014. In der befragten Bevölkerung sind 64 % der Meinung, dass der ORF voll und ganz oder eher schon diesem Auftrag gerecht wird. 23 % der Österreicher sind diesbezüglich eher skeptisch. Hier ist anzufügen, dass die Zahl derer, die eher eine Auftragserfüllung sehen, beträchtlich gestiegen ist. Im letzten Jahr waren es mit 58 %, die mit „Ja“ votiert haben, fast 10 Prozentpunkte weniger. Wenn auch die Forscher anmerken, dass der Vergleich mit den diesbezüglichen Ergebnissen aus den Jahren 2011, 2012 und 2013 zeigt, dass die Beurteilung, in welchem Ausmaß der Programmauftrag des Anspruchs vom ORF erfüllt wird, kaum Änderungen erfährt, so ist festzuhalten, dass im Verlauf der bisherigen Datenerhebung im vergangenen Jahr der beste Wert insgesamt erreicht wurde.

Im Umkehrschluss bleibt bemerkenswert: Die Zahl der Österreicher, die diesbezüglich eher skeptisch sind, ist von 32 % im Jahre 2013 auf 23 % im Jahre 2014 zurückgegangen. Dies ist eine bemerkenswerte Reduktion.

4. Das Publikum und das Gesamtprogramm:

Akzeptanz, Zufriedenheit und Einstellung der Zuschauer

In den beiden letzten Gutachten habe ich ausführlich über die methodische Veränderung gesprochen, die im Laufe des Qualitätssicherungsmanagements das Gewicht der Bewertungen stärker auch auf die Frage des Verhaltens der Rezipienten konzentriert hat. Mein Fazit im letzten Jahr war, dass sich inzwischen eine Balance zwischen den grundsätzlich unterschiedlichen Studienverfahren in quantitativer und qualitativer Hinsicht eingestellt hat. Die im Folgenden aufzuzählenden differenzierten Betrachtungen von empirischen Fakten und qualitativen Erhebungen aus Publikumsgesprächen zeigen eine breite analytische Tiefe und bringen einen großen Ertrag im Hinblick auf die redaktionsinternen Verwertungen. Insgesamt sind die Breitenuntersuchungen eine gute Grundlage, beim Vermessen des Senders den ORF im Zeitalter des großen medialen Transformationsprozesses genauer zu justieren. Es bleibt für den Sender wie für die gesetzgebende Politik spannend zu sehen, inwieweit das Publikum bereit ist, den ORF auch weiterhin als nationales Leitmedium anzusehen. Das Herzstück des Qualitäts-Monitorings, die Overall-Befragung 2014 zeigt jedenfalls, dass die allmähliche strukturelle Migration von der linearen zur digitalen Welt die Position des ORF als zentrales österreichisches Medium nicht grundsätzlich in Frage gestellt hat.

4.1 Overall-Befragung 2014

Die Overall-Befragung 2014 setzt die kontinuierlich fortgeführte Qualitätsmessung von ORF-Angeboten durch das Publikum seit dem Jahre 2000 fort. Das Monitoring beruht auf der subjektiven Beurteilung von 1.000 Österreichern ab 15 Jahren, die ihre umfangreichen Statements und Bewertungen zu den Angeboten aus den Themenbereichen Information, Kultur, Sport und Unterhaltung im Fernsehen, Radio, Internet und Teletext abgeben. Das Studiendesign ist seit 14 Jahren unverändert. Die Befragungsmethodologie hat sich bewährt und wird auch international zu Recht als vorbildlich beschrieben. Die Auswahl der Stichprobe erfolgt nach einem Zufallsprinzip aus dem Adressenbestand der GfK. In der soziodemografischen Zusammensetzung stellt die Stichprobe ein Abbild der österreichischen Gesamtbevölkerung dar. Insoweit realisiert die Overall-Befragung in ihrer methodischen und inhaltlichen Standardisierung eine sehr aussagefähige Vergleichsreihe. Seit 14 Jahren wird das österreichische Publikum vorwiegend nach zwei Themen befragt:

Zum grundsätzlichen **Interesse** an den Bereichen Information, Unterhaltung, Sport und Kultur

und nach der **Zufriedenheit** der Bevölkerung mit diesen Themenbereichen im Programm.

Neben dem Interesse und der Zufriedenheit wird anhand von 16 vorgegebenen Eigenschaften, die seit 14 Jahren sowohl im Wortlaut wie in der Reihenfolge identisch sind, die generelle Wahrnehmung des ORF erschlossen und die Gesamtzufriedenheit mit dem Sender in der Gesamtbewertung aus der berühmten Vermissensfrage gefiltert.

4.1.1 Interesse

Die Themenbereiche der Information prägen das Interesse der österreichischen Bevölkerung vor Unterhaltung, Sport und Kultur. 83 % der Befragten zeigen deutlich ihr Interesse an Information und 76 % sind an Unterhaltung interessiert. Zu den grundsätzlich Sport-Interessierten zählen 50 % und zu den Kultur-Interessierten insgesamt 38 %. Mit anderen Worten: Information und Unterhaltung interessieren den sehr weiten Teil des Publikums, wenn auch in etwas unterschiedlicher Intensität. Kein Interesse an Information artikulieren 5 % der Befragten und das Interesse an Unterhaltung zeigen 9 %. Das entspricht durchwegs den Ergebnissen der vorhergehenden Erhebungsjahre.

Sport und Kultur als Interessensgegenstände polarisieren dagegen. Einem Anteil Interessierter steht jeweils ein vergleichbarer Anteil an Desinteressierten gegenüber. 30 % der Bevölkerung ab 15 sind sehr an Sport interessiert, 24 % gar nicht. Ähnlich verhält es sich beim Themenbereich Kultur. Den 38 % Interessierten stehen 39 % gegenüber, die daran eher nicht oder gar nicht interessiert sind.

Mit dem Themeninteresse geht einher, dass die unterschiedlichen Medien vom Publikum mit unterschiedlichen Ansprüchen und Erwartungen angegangen werden. Fernsehen und Radio sehen sich mit komplexeren, breiteren und vielfältigeren Ansprüchen konfrontiert als das Internet und der Teletext. Das Medium Fernsehen und das Medium Radio stehen insbesondere vor der Herausforderung, mit ihrem Angebot relativ unspezifischen, aber sehr vielfältigen und oftmals auch situativ geprägten Bedürfnissen und Erwartungen gerecht werden zu müssen.

Auch differenzieren sich die unterschiedlichen Altersgruppen in ihren Interessenbekundungen immer weiter. Im Medium Fernsehen steht die Unterhaltung bei den über 50-Jährigen vom Interesse her an erster Stelle, knapp vor Information, Sport und Kultur. Bei denen, die älter sind als 50, liegt die Information deutlich in Führung (91 %) vor der Unterhaltung (79 %).

Was den Zeitvergleich angeht, so wird deutlich, dass der Themenbereich Unterhaltung seit 2006 tendenziell an Bedeutung zulegt, ganz besonders im Medium Internet. 2006 haben sich 13 % sehr für Unterhaltung im Internet interessiert. Mittlerweile hat sich der entsprechende Prozentsatz auf mehr als ein Viertel (27 %) erhöht.

4.1.2 Zufriedenheit

Im Ranking der Zufriedenheit mit den Themengruppen gibt es im Vergleich mit der Rangfolge beim Interesse eine interessante Verschiebung. Information bleibt auch in dieser Rangreihung ganz vorn, aber danach kommen in der Zufriedenheitsbetrachtung Sport, Unterhaltung und Kultur. Die Schlussfolgerung der Forscher: Die Tatsache, dass die Österreicher ab 15 Jahren mit der Information in den einzelnen Medien am häufigsten und am zweithäufigsten mit dem Themenbereich Sport zufrieden sind, hängt damit zusammen, dass an Unterhaltung zwar die überwiegende Mehrheit interessiert, allerdings erkennbar wenige damit zufrieden sind.

Im Konkreten ergibt sich folgender Überblick:

Mit der Information im ORF-Fernsehen sind nach den vorliegenden Daten 75 % zufrieden, 40 % sehr zufrieden, weitere 35 % eher zufrieden, 15 % sind weder zufrieden noch unzufrieden und 5 % sind eher nicht oder gar nicht zufrieden. Bei diesen Zahlen fällt die auch in den letzten Jahren auffällige Korrelation auf:

Personen, die sehr an Information im Fernsehen interessiert sind, sind auch überdurchschnittlich zufrieden. Im Jahresvergleich ist festzuhalten, dass der Anteil der Personen, die mit der Information im ORF-Fernsehen sehr oder eher zufrieden sind, von 2010 bis 2014 konstant bei rund 70 % liegt. Der Anteil der damit Unzufriedenen bleibt unverändert im engen Korridor zwischen 5 und 7 %.

56 % der Befragten sind mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen zufrieden. 13 % sind mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen nicht zufrieden. Gegenüber dem Jahr 2013 ist der Anteil derjenigen, die mit der Unterhaltung im ORF zufrieden sind, konstant.

Der Anteil an Personen, der mit Kultur im ORF-Fernsehen sehr oder eher zufrieden ist, liegt zwischen 39 % (2010) und 42 % (2014). Auch hier gilt: Mit zunehmendem Kulturinteresse nimmt auch der Anteil jener Personen zu, die mit Kultur im ORF-Fernsehen zufrieden sind.

Was das ORF-Radio angeht, so entfällt auf den Themenbereich Information ebenfalls der höchste Anteil an Zufriedenen. Es folgen die Unterhaltung, Sport und Kultur. 68 % der Befragten sind mit der Information im ORF-Radio sehr oder eher zufrieden, 58 % äußern ihre Zufriedenheit über den Themenbereich Unterhaltung und 40 % beim Sport. Rund ein Drittel äußert sich zufrieden über die Kultur im ORF-Radio. Die Forscher stellen fest, dass im Quervergleich der letzten Jahre festzuhalten ist, dass die Datenlage konstant und die Ergebnisse über die letzten fünf Jahre unverändert sind.

Zurückgegangen ist allerdings bei den ORF-Medien Internet und Teletext die Zufriedenheit über die Information. Waren 2013 noch 64 % mit Internet zufrieden, sank der Wert im Jahr 2014 auf 55 %. Aktuell liegt die Zufriedenheit mit dem ORF-Internet im Hinblick auf den Themenbereich Information damit in etwa auf dem Niveau des Jahres 2011. Mit der Information im Teletext sind 2014 62 % der Befragten zufrieden, 2013 betrug der Wert noch 69 %.

4.1.3 Das Image des ORF

In der standardisierten Erhebung wird das ORF-Image in der Overall-Befragung anhand von 16 vorgegebenen Statements gemessen. Mit einer durchschnittlichen Zustimmungsrate über alle Items hinweg von 56 % liegt das Image-Niveau etwas über dem Vorjahreswert (54 %). Das Statement „ist wichtig für Österreich“ steht mit 71% an erster Stelle, gefolgt mit „bietet gute umfassende Information“ (69 %), „bringt viel über Sport und Freizeit“ (65 %), „ist mir sympathisch“ (62 %), „ist seriös und vertrauenswürdig“ (ebenfalls 62 %).

Das Gesamturteil über den ORF wird in der Umfrage durch Addition der Bewertungen und durch die klassische Vermissensfrage (Wie sehr würde man den ORF im hypothetischen Fall einer Auflösung vermissen?) erhoben.

Haben im Vorjahr 55 % der Österreicher ab 15 Jahren den ORF – alles in allem gesehen – positiv gewertet, so sind es nach den aktuellen Daten 62%. Das ist eine bemerkenswerte Zunahme, die auch mit dem Ergebnis der Vermissensfrage korreliert. 2013 gaben 53 % der Befragten an, den ORF im Falle einer hypothetischen Auflösung zu vermissen, im Jahr 2014 sind es 61 %. Auch das ist eine bemerkenswerte Steigerung. Festzuhalten bleibt dabei, dass es eher ältere Personengruppen sind, die den ORF vergleichsweise häufig vermissen würden – 75 % der über 50-Jährigen geben an, dass ihnen der ORF im Falle einer hypothetischen Auflösung sehr oder eher fehlen würde. Spiegelbildlich gibt es in der Eigenschaftsbeurteilung des ORF in den unterschiedlichen Altersgruppen erhebliche Unterschiede. In der Sympathiefrage für den ORF unterscheiden sich die Bewertungen der einzelnen Altersgruppen signifikant: Bei der Altersgruppe unter 30 sind es 41 %, die sagen: „Ist mir sympathisch“, bei den Jahrgängen 50+ sind es 72 %. Auch in der Einschätzungsfrage, ob der ORF modern und fortschrittlich ist, stimmen „nur“ 37 % der Jungen unter 30 zu. Fast „nur“ doppelt so viel sind es bei den Jahrgängen 50+, die in dieser Frage entschieden für die Modernität des ORF stimmen.

4.2 Publikumsgespräche 2014

Die Tendenz der letzten drei Jahre, die Publikumsgespräche zu intensivieren und im Hinblick auf die Inputs für die redaktionelle Arbeit zu konkretisieren, hat sich auch 2014 fortgesetzt. In diesem besonderen Verfahren, das in dieser institutionalisierten Form eine ORF-Spezifität darstellt, wird unter Teilnahme auch von Gremienmitgliedern mit ausgewählten interessierten Zuschauern und den beteiligten Redaktionen der Versuch unternommen, die Stärken und Schwächen des jeweiligen Programmfelds in großer Detailtiefe auszuloten. In den früheren Gutachten wurde bisweilen Kritik an der zu quantitativen Methodik der Ergebnisdarstellung geübt. Inzwischen hat sich ein balanciertes Verhältnis von inhaltlichen Erkenntnissen und Faktenanhäufung ergeben, die in meinen Augen einen richtigen Weg aufweisen, die Publikumsgespräche zu einem auch für die Redaktionsarbeit interessanten und gewinnbringenden Feld neu zu akzentuieren.

4.2.1 Publikumsgespräch Sport

In einer qualitativen, nicht repräsentativen Erhebung sollen die Zufriedenheit und Qualitätswahrnehmung der ausgewählten 46 Teilnehmer aus dem Segment eines

sportaffinen Publikums in Salzburg mit den Sport-Angeboten der ORF-Medien, Fernsehen, Radio, Internet und Teletext erhoben werden.

Es zeigt sich, dass der Sport im ORF wie in anderen vergleichbaren öffentlich-rechtlichen Sendern einen klar erwarteten und von der Bedeutung her nicht zu unterschätzenden Bestandteil der Mediennutzung darstellt. Für den ORF gilt: Seine Sport-Angebote im Fernsehen, Radio, Internet und Teletext sind nicht austauschbar. Die Zuschauer erklären einen hohen Wiedererkennungswert und sind einverstanden mit der Bewertung, dass der Sport eine hohe Kundenbindung bringt. Die Befragung zeigt, dass es dem Sportangebot gelingt, positive Unterschiede zu privat-kommerziellen Mitbewerbern herauszuheben. Aus der Sicht des Publikumsgesprächs zum Thema „Sport“ sind die Sport-Beiträge des ORF ein Beitrag zum öffentlich-rechtlichen Mehrwert des Senders.

Die Untersuchung legt dar, dass die Identifizierung mit der Sportberichterstattung auf der einen Seite durch das Herstellen von Nähe, persönlicher Relevanz und vor allem durch den Österreichbezug und durch exzellente Leistungen in der Technik der Übertragung mit „richtungsweisenden Innovationen“ auch im internationalen Vergleich auf der anderen Seite hergestellt wird. Zusammengenommen führt diese Identifizierung zu einer hohen Zufriedenheit und einer großen Qualitätswahrnehmung, die sich durch alle ORF-Medien hindurchzieht.

Allerdings: Der Sportkanal ORF SPORT + wird kritischer bewertet. Er könne sein Potenzial nicht voll ausschöpfen. Durch die Vielzahl an Wiederholungen werde nicht immer das Kriterium der Relevanz erfüllt (als Beispiel wird angeführt, dass alte Fußballspiele von weniger attraktiven Mannschaften zu häufig wiederholt werden). Auf der anderen Seite konnte auf die restriktiven rechtlichen Rahmenbedingungen verwiesen werden, die mit dem Verbot einhergehen, Premium-Sport auf dem Spartenkanal zu zeigen und die damit Identifikationsfähigkeiten mit diesem Kanal entsprechend ausbremsen.

Neben der vorrangig zu betreibenden Attraktivierung von ORF SPORT + sehen die Teilnehmer besondere Optimierungspotenziale bei Moderation und Kommentar im ORF-Fernsehen. Gewünscht werden vor allem mehr Frauen, jüngeres Personal, weniger „Wien-Lastigkeit“, sachkundigere Konversation mit weniger Tratsch über Nebensächlichkeiten und gezielte und situationsangepasste Fragen an die Sportler. Nachhaltig kritisiert wird fehlende Kompetenz bei Randsportarten.

Überhaupt sind die Randsportarten der kritische Punkt in dem Publikumsgespräch. Die Zuseher konstatieren ein Wahrnehmungsdefizit hinsichtlich der Randsportarten und weisen in diesem Themenfeld sowohl den österreichischen Privatsendern als auch den deutschen Privatspartensendern mehr Kompetenz in diesem Bereich zu.

Insgesamt bleibt das sportaffine Publikum in Salzburg mit den vier ORF-Medien sehr zufrieden. Die Zufriedenheitsnoten bewegen sich zwischen 1,4 für den ORF

TELETEXT und 2,2 für den Spartenkanal ORF SPORT +. Allgemein wird in dieser Diskussionsrunde eine Verbesserung der Berichterstattung im Vergleich zu den letzten Jahren konstatiert.

4.2.2 Publikumsgespräch Information 2014

42 Tiroler Teilnehmer waren im Gespräch über Zufriedenheit und Qualitätsanmutungen der ORF-Information in den vier Medien des Senders.

Auch in diesem Gespräch wird deutlich: Die Information steht in der Publikumsgunst ganz oben. Kein Themenfeld ist so wichtig wie der Überblick über den Tag und das Land. Es zeigt sich als Ergebnis dieses ausführlichen Monitorings in Tirol, dass die Angebote in den ORF-Medien offensichtlich sehr gerne und nachhaltig genutzt werden. Ganz vorne stehen die Nachrichtensendungen im ORF-Fernsehen. Hier zeigt sich in der Qualitätswahrnehmung ein quantitativer Aufwärtstrend gegenüber dem Vorjahr. Das Angebot wird als vielfältiger, moderner und bürgernäher beschrieben. Insgesamt stehen die Angebote des ORF in einem hohen Zufriedenheits-Korridor und überzeugen in ihrer Qualitätsanmutung, unterstreichen die Teilnehmer. Das ergibt sich auch aus der Positionierung des Informationsprogramms des ORF im Vergleich zu den anderen Sendern. Der ORF ist dabei primär im Feld der seriösen und zuverlässigen Information unterwegs und punktet bei den Stichworten Niveau, Verantwortung, Zuverlässigkeit und Seriosität. Hier wird ein deutlicher gesellschaftlicher Mehrwert attestiert. Als konkrete Stärken der ORF-Information im Fernsehen werden im Publikumsgespräch die hohe Bürgernähe, das seriöse Niveau der Berichterstattung und die besondere Regionalität gesehen, die im ORF im Vergleich gerade zu Konkurrenten unterstrichen wird. Es zeigt sich, dass ORF III als neue Plattform die Zufriedenheit und Qualitätsanmutung verstärkt. Als offene Wünsche werden Sendezeit, Regionales, mehr Emotionalität bei Hintergrundstorys, mehr unterhaltsame Bildungssendungen, mehr Lockerheit bei Informationssendungen und mehr Diskussionskultur formuliert. Es zeigt sich, dass eine relative Positionierungsschwäche in der Dimension „Infotainment“ (Unterhaltung, Inspiration, Spannung, Innovation) festgestellt wird. Hier punkten die Privatsender. Neu in den Gesprächen ist die Spannung, die sich zwischen seriöser Information und unterhaltsamer Darstellung ergibt. Infotainment wird deutlich als Zusatz zu der Seriosität gewünscht, die Balance zwischen beiden als möglich beschrieben. Es werden auch dem ORF Fortschritte hinsichtlich innovativer Formate zugeschrieben, zum Beispiel bei der „Wahlfahrt“, die auch die Zustimmung junger Zuschauer gefunden hat.

Das ORF-Radio besticht durch seine Vielfalt und trendscharfe Zielgruppenpositionierung: Die jüngere Gruppe regt jedoch auch an, sowohl in Ö1 wie etwa auch in Radio Tirol, die Information attraktiver für die Jüngeren

aufzubereiten. Gerade jüngere Zuhörer hätten einen Bedarf nach hochwertigen und regionalen Informationen.

Das ORF-Internet findet Zustimmung mit der ORF-TVthek und den Apps. Auch in diesem Jahr verstärkt sich die Kritik an der Verweildauer der Sendungen in der ORF-TVthek, die bekanntlich eine Vorgabe des ORF-Gesetzes ist.

Die Zufriedenheit mit den ORF-Informationsangeboten wird auf der Schulnotenskala mit 1,9 festgelegt – und das hinsichtlich aller vier ORF-Medien. Die Performance des ORF-Informationsangebotes wird zudem besser als die Angebote des öffentlich-rechtlichen und privaten Konkurrenzlagers beurteilt.

Was die Qualität und Qualitätszuweisung angeht, so erhält das Medium ORF – quasi als Bonus auf sein gutes Gesamtimage – als Ganzes mit 1,8 eine sehr gute Bewertung, die besser ist als die Summe seiner Einzelteile. Das ORF-Fernsehen erhält Mittelwerte von 1,9, das ORF-Radio 2,2. Gleichzeitig werden von mehr als einem Drittel der Mitdiskutanten Verbesserungsstrategien des ORF im Hinblick auf die Informationsvermittlung ausdrücklich gelobt. Mit der gewachsenen Vielfalt durch ORF III, durch neue Info-Apps und große Bürgernähe kann hier der ORF insgesamt als Senderunternehmen für die Zukunft punkten.

4.2.3 Publikumsgespräch Kultur/Religion

39 Teilnehmer, die sich als kultur- und religionsaffines Publikum in Linz zusammengefunden haben, diskutieren die Zufriedenheit und die Qualitätswahrnehmung mit den Kultur- und Religionsangeboten der vier ORF-Medien. Vom Stiftungsrat war Margit Haufft dabei.

Als Gesamtergebnis des Publikumsgesprächs wird festgestellt, dass die Zufriedenheit mit den Kultur- und Religionsangeboten der vier ORF-Medien sich auf einem hohen Niveau bewegt. In der Qualitätsanmutung zeigt sich, dass die Spartensender ORF III, ARTE und 3sat sowie Ö1 im deutlichen Spitzenfeld liegen. Insgesamt nimmt das Publikum bei den Kultur- und Religionsangeboten des ORF tendenziell einen Aufwärtstrend wahr, der vor allen Dingen mit der Etablierung von ORF III zusammenhängt.

Insgesamt geben die kulturrainen Zuschauer dem ORF ein gutes Zeugnis: Dem Kultur- und Religionsprogramm des ORF wird hohe Qualität zugeschrieben. Das Programm werde von kompetenten Moderatoren und Journalisten getragen. Der ORF besitze in seinen Angeboten Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit: Man kann sich als Publikum auf die Seriosität, die Verständlichkeit und die Differenziertheit der unterschiedlichen Offerten sowie auf das Niveau verlassen. Die Konkurrenz für den ORF sitzt im eigenen Sendeverbund: ARTE und 3sat werden als Referenzsender

herangezogen, bei denen Kultur bisweilen besser und anspruchsvoller oder inspirierender angeboten wird.

Als neue Stärke des ORF-Fernsehens wird im Publikumsgespräch die Etablierung von ORF III angegeben. Hervorgehoben wird unter den alten Marken die Sendung „kreuz und quer“, zudem auch die Live-Übertragung von Kulturereignissen. Den Fernsehverantwortlichen wird nahegelegt, einen breiteren Kulturbegriff zu nutzen und den engen Fokus auf die Hochkultur zu revidieren. Für den Diskussionskreis besteht Anlass zur Anregung, attraktive Angebote für jüngere Zielgruppen zu offerieren. Dazu gehören auch mehr Filme in Originalsprachen und weniger „Wien-Lastigkeit“. In der Religions-Berichterstattung wird kritischer Journalismus angemahnt.

Beim ORF Radio wird vom Publikum insbesondere die herausragende Qualität von Ö1 hinsichtlich seiner Kulturangebote betont. Man vermisst diese Kulturangebote bei Ö3 und plädiert dafür, auch diesen Sender für Kultur-Impacts zu nutzen. Eine Kritik richtet sich auch an die Pop-Musikauswahl. Man wünscht sich attraktivere Musik im Morgenprogramm und mehr Angebote für die Zielgruppe des jungen Publikums. Was die Religion im Radio angeht, so hinterfragt die jüngere Gruppe der Mitdiskutanten den Nutzen der Live-Übertragung der christlichen Messen im Hörfunk.

Den Mehrwert des Nutzens verweisen die Mitdiskutanten im Hinblick auf das ORF-Internet. Hier punktet die ORF-TVthek, vor allen Dingen wegen ihrer guten Nutzbarkeit und der großen Bandbreite an Themen. Gewünscht wird ein breiterer Fokus auf Kultur und Religion, ein Archiv mit größerer Verweildauer der Themen und eine bessere Förderung jüngerer unbekannter Talente, zum Beispiel in Form von Blogs.

Die Stärken des ORF TELETEXT werden in seiner Aktualität und Reduziertheit gesehen, d. h. in seiner Beschränkung quasi auf Schlagzeilen und ausgewählte Großthemen. Kritisiert wird die Navigation und das Design. Beides sei veraltet.

Insgesamt liegt die Zufriedenheit des kulturraffinen Publikums mit den Angeboten des ORF auf hohem Niveau – die gemittelten Werte liegen auf der Schulnotenskala zwischen 1,7 für das ORF Radio und ORF Internet und 2,2 für das ORF Fernsehen. Weit vorne liegen ORF III Kultur und Information sowie ARTE und 3sat.

Bei der Zufriedenheit mit den Angeboten zu Religion, Philosophie und Ethik liegt der ORF-Spartensender ORF III an erster Stelle. Insgesamt ist man der Meinung, dass das Programm „besser“ geworden ist. Als Hintergründe einer Verbesserung werden die Programme des Spartensenders ORF III mit seinen „wunderbaren Dokus, Gesprächen und Interviews“ angeführt und die größere „Spannweite“ an Themen und Themenvielfalt.

5. ORF-Expertengespräch Unterhaltung

Zu der **Innensicht** einer Programmstrukturanalyse, eines „Public-Value-Berichts“, einer Jahresstudie und den Qualitätsprofilen für Programmkategorien sieht das ORF-Gesetz auch die Beteiligung anerkannter Expertise von **außen** als einen wichtigen Teil des Qualitätssicherungsmanagements. Durch externe Experten, Meinungsbildner, Institutionen und Organisationen, die sich mit Fernsehen und den genrespezifischen Themenfeldern beschäftigen, sollen fachspezifische Positionen, Kritik und Anregungen in die ORF-Qualitätssicherung einfließen. Vor allem sollen die Erkenntnisse wissenschaftlicher Forschung, aktueller Trends und Entwicklungen im Mediensektor und Tendenzen in der Zivilgesellschaft in Verbindung gebracht werden mit dem, was in der Kontinuität der Programmproduktion im Inneren der Organisation sich weiterentwickelt hat. Es sollen konkrete Erwartungen, Ansprüche und Forderungen identifiziert werden können, die von außen für die Effizienz der innovativen und kreativen Weiterentwicklung öffentlich-rechtlicher Qualität von Bedeutung ist.

In den Experten-Gesprächen stehen die subjektiven Meinungen und wissenschaftlichen Reflexionen von Fachleuten, Medienproduzenten und Wissenschaftlern im Mittelpunkt. Sie verstärken den Dialog und den Kontakt in die Wissenschaftswelt und in die zivilgesellschaftliche Diskussion und bringen insoweit Stichworte, Fachthemen und Innovationsstrategien in das Gespräch ein, das gerade in einer Zeit fundamentaler Transformation der Medienlandschaft von neuer Bedeutung ist.

Zu den ORF-Experten-Gesprächen werden den jeweiligen Teilnehmern grundlegende Fragestellungen zur Vorbereitung übermittelt. Sie werden zu einer Diskussionsrunde ins ORF-Zentrum in Wien eingeladen, bei der sie die Gelegenheit haben, ihre Meinung, ihre Kritik, Ansprüche und Erwartungen einzubringen und mit den ORF-Verantwortlichen zu diskutieren. Die Gespräche werden protokolliert und ausgewertet. Sie sind als ein eigener Bestandteil im Rahmen der ORF-Qualitätssicherung auszuweisen. Gleichzeitig fließen die Einzelergebnisse auch in die Gespräche der ORF-Abteilungen ein und können zur Optimierung der Programmproduktion beitragen.

Für das Experten-Gespräch am 13. November 2014 im ORF-Zentrum „Unterhaltung in öffentlich-rechtlichen Medien“ waren die grundlegenden Fragestellungen um die Frage zentriert, wie der Programmauftrag des ORF im Hinblick auf Unterhaltung zeitgemäß und im Kontext der Konkurrenz mit dem Internet seriös umgesetzt wird. Die klassischen Fragestellungen der Expertengespräche über Stärken und Schwächen im jeweiligen Angebot des ORF fehlten dabei für die Vorbereitung ebenso wenig wie die Frage nach den konkreten Erwartungen, die Experten an einen öffentlich-rechtlichen Programmanbieter richten. Die Vertreter der Expertenfraktion kamen von österreichischen und schweizer Universitäten, von

Produktionsunternehmungen und Medienforschungsinstituten. Wichtig und konsequent war die Einladung der Wissenschaftler vom Institut für Publizistik, Wissenschaft und Medienforschung in Zürich, die die ORF-Jahresstudie 2013 „Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag“ verfasst haben. Bei der schwierigen Frage nach der Definition „Was ist Unterhaltung?“, die auch schon bisweilen das Ende einer solchen Experten-Diskussion bedeutet, hat man sich schnell auf die Grundlagen einigen können, die in der ORF-Jahresstudie 2013 vom Züricher Institut erarbeitet wurden. Es gab Konsens darüber, dass inzwischen in der Experten-Ebene eine Reihe von Kriterien als sinnvoll, relevant und operationalisierungsfähig herauskristallisiert werden konnten, die auch dem Gespräch eine Art Leitfaden in der Frage nach dem Qualitätsanspruch von Unterhaltungsproduktionen darstellen könnte.

Es sind 11 Kriterien, die hier analog der ORF-Jahresstudie 2013 noch einmal in den Mittelpunkt gestellt wurden:

1. Rechtmäßigkeit (ist Voraussetzung für unterhaltende Inhalte)
2. Transparenz (über Hintergründe und Ziele des Angebots)
3. Inhalt gesellschaftlicher Relevanz und Aktualität
4. Gestaltung (Dramaturgieaufbau, Design- und Kunstsinn)
5. Verständlichkeit (Realitätsbezug, Glaubwürdigkeit und Richtigkeit)
6. Unbedenklichkeit (kritische Auseinandersetzung mit der Realität ohne Anstößigkeit)
7. Professionalität des gesamten Angebots
8. Innovation (eine Vorreiterrolle ist immer erstrebenswert)
9. Akzeptanz („die allgemein wahrgenommene Reputation des Angebots“)
10. Vielfalt
11. Beitrag zur Identitätsstiftung im Fall von Kleinstaaten

Ein solches Kriteriengerüst war dann auch die ungefähre Grundlage für ein konstruktives Gespräch mit dem Konsens, dass man über Unterhaltung sicherlich streiten kann. Unterhaltung ist für das Fernsehen zu wichtig, als immer nur festzustellen, dass es ein aufregendes, polarisierendes und provozierendes Mediengenre ist. Es zeigt sich anhand dieser Kriterien, dass Unterhaltung eine substanzielle, in der Regel unterschätzte Ausdrucks-, Kultur- und Kunstform ist, die vom Publikum mehr geliebt wird als die meisten anderen Programmofferten. Erst recht seit dem Aufstieg der kommerziellen Medien und seit dem größeren Wettbewerb um das Publikum. Mit der verschärften Konkurrenzsituation und

zugespitzt durch die Unterhaltungsform des Internets stellt sich die Frage: „Bieten öffentlich-rechtliche Medien zu viel Unterhaltung?“, „Lässt sich Unterhaltung und Information trennscharf auseinanderhalten?“ und: „Was bedeutet Qualität in der Unterhaltung und in fachlicher Hinsicht und im Gesamtzusammenhang mit ihrer gesellschaftlichen und gesellschaftspolitischen Wirkung?“.

Das Experten-Gespräch hat noch einmal deutlich gemacht, wie entscheidend „Unterhaltung“ bezüglich Marktchancen, Renditen, Quoten, Zugang zum Publikum und zuletzt für die eigene Identifikation des Zuschauers mit dem Medium ist. Das Fazit:

Wie, auf welche Art und Weise Medien unterhalten, ist ein Schlüsselkriterium in der Frage, welchen Wertnutzen Medien für die Menschen und ihre Gesellschaften haben. Unterhaltungsformate prägen oft mehr als angenommen die medial vermittelte Wahrnehmung der Umwelt, spiegeln Lebenswirklichkeiten wieder, sind Anlass für Reflexion des Zeitgeschehens, gerade weil sie emotionalisieren, aufregen, persönliche Geschmacksurteile zulassen.

Es wurde deutlich, dass Unterhaltung mehr ist als der Entspannungsteil des Mediums. Unterhaltung ist längst ein „Funktionsträger“ verschiedener zahlreicher Erwartungen. In diesem Zusammenhang bleibt die Annäherung an die Qualitätsdefinition von „Unterhaltung“ diskursiv. Im Rahmen der ORF-Qualitätssicherung erfüllt dieses Experten-Gespräch eine „Brückenfunktion“, bei der die Realität der Programmacher den Experten näher gebracht wird und umgekehrt die akademische Analyse und Evaluierung Eingang in die Produktionspraxis des ORF-Alltags findet. Es ist jetzt am Sender und an seinem Qualitätssicherungsmanagement, ein derartig entstandenes, detailtiefes Gespräch in den Alltag der Programmbereiche zu inkludieren und die gewonnenen Stichworte und gemeinsam buchstabierten Grundlagen in die Produktionsform des Alltags einzubringen.

So wie im letzten Gutachten festgehalten wurde, dass Jahresstudien wie die Studie „Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag“, realisiert von der Universität Zürich, den wissenschaftlichen Blick auf die Medienpraxis vertieft, so hilft ein solches Experten-Gespräch gerade im Zeitalter der Transformation des Mediensystems, den Unterhaltungsbegriff aus der Ebene des fröhlichen „Definierens“ in die seriöse Betrachtung von Kriterien und Mustern zu bringen, um so für die tägliche Arbeit und das Gespräch in den Redaktionen mit den Gremien über deutlich klarere Konzepte zu sprechen.

6. Evaluation des ORF-Qualitätsprofils TV-Unterhaltung 2014

In kohärenter Logik zu der ORF-Jahresstudie 2013 über Unterhaltung als öffentlich-rechtlichem Auftrag und zu dem Experten-Gespräch über die Unterhaltung 2014 im ORF, steht die sozial-wissenschaftlich angelegte Evaluation des Programmangebots im Bereich der Unterhaltung im Gesamtmedium ORF.

In den Jahren 2011 bis 2013 wurden mit der ORF-Information, dem Angebot zu Kunst, Kultur, Religion, Philosophie und Ethik sowie dem ORF-Sportprogramm im Fernsehen die ersten Programmkategorien entlang eines Qualitätsprofils evaluiert. Mit dem vorliegenden Bericht 2014 wagt sich das Qualitätsprofil an die am wenigsten deutlich und konzis beschriebene Programmkategorie Unterhaltung. Die Evaluations-Studie profitiert von den Erfahrungen der letzten drei Jahre. Es hat sich bewährt, dass in einem ersten Schritt die Sollvorstellung des ORF, also das normative Gerüst für Programmproduktionen im Unterhaltungsbereich, dargestellt wird. In einem zweiten Schritt wird analysiert, inwieweit der vom ORF formulierte Qualitätsanspruch vom Publikum für legitim und richtig erachtet wird, also inwieweit das normative Gerüst und das konzeptionelle Fundament zusammenkommen. Im dritten Schritt wird gefragt, inwieweit das erarbeitete Grundsatzbild und die dargelegte Sollvorstellung durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet werden kann. Kurzum: Inwieweit nach der Vorstellung der Befragten die Wahrnehmung des realen Programms und seiner Qualität mit der Ziel- und Sollvorstellung des Programms und seiner Qualität in Einklang stehen.

Weiterhin sollen in der dialogischen Form der Umfang der Zufriedenheit mit den einzelnen Sub-Genres des Unterhaltungsprogramms im ORF-Fernsehen sowie die spezifischen Anforderungen, Erwartungen und Wünsche der Befragten an die einzelnen Sendungskategorien befragt werden.

Das Ergebnis dieser Evaluation des Unterhaltungs-Qualitätsprofils im Jahr 2014 macht deutlich, dass die Differenzierung des ORF in seinem Qualitätsprofil auch differenzierte, aber grundsätzlich die Sendeleistung stützende Aussagen bringt. Entlang der Leistungskriterien „Vertrauen, Vielfalt, Wertschöpfung, Verantwortung und Wissen“ sowie der formalen Kategorie „Innovation“ hat der ORF sein Sollbild für die Leitlinien des Unterhaltungsprogramms und deren Sub-Genres Quiz/Show, Filme/Serien, Kabarett/Comedy und unterhaltende Information dargelegt. Der Befund der Evaluation zeigt:

1. Eine hohe Bestätigung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte und damit eine hohe Legitimität der Sollvorstellungen, die der ORF für das Programmgenre entwickelt hat. Das Qualitätsprofil wird nach Aussage der Befragten als ein Anforderungsprofil für ein qualitativ hochwertiges ORF-Unterhaltungsprogramm bestätigt.

2. Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird als glaubwürdig erlebt. Zwischen fünf und neun von zehn Befragten sehen die Leistungskriterien durch das ORF-Programm als gegeben und realisiert an. Konkurrenzlos positioniert ist der ORF in der Publikumswahrnehmung als der Österreich-Sender. Qualitätsmerkmale wie Seriosität (journalistische Qualität, Augenmerk auf Jugendschutz) werden ebenso stark mit dem ORF verbunden wie die ORF-Verantwortung als ein Mehrwert im Vergleich zu kommerziellen Anbietern wahrgenommen wird.
3. Im Sendervergleich ergibt die Evaluation bei 24 von 28 Leistungskriterien, dass die Befragten dem ORF-Angebot die höchste Qualität zuschreiben. Hinsichtlich der Kriterien der Vielfalt und der Innovation werden insbesondere deutschsprachige kommerzielle Sender als ergänzendes Angebot zum ORF und damit als Konkurrenz angesehen.

In den intensiven Diskussionen um das Verhältnis zwischen Programmsoll und Programmwirklichkeit formuliert das Publikum Empfehlungen zur Optimierung der Programmproduktion des ORF-Fernsehens im Programmbereich Unterhaltung. Summarisch: In dem Maße, in dem das Publikum Qualität will, verlangt es vom ORF ein Unterhaltungsprogramm, das sowohl unterhaltsam wie seriös und verantwortungsvoll sein sollte. Der Österreichbezug des ORF gilt als selbstverständlich.

Grundsätzlich machen die Publikumsbefragungen in der Evaluation deutlich, dass das Publikum Unterhaltung als einen zentralen Wert ansieht. Fernsehen soll bei den allermeisten entspannen, ablenken, mitreißen, zum Lachen bringen oder auch geistreiche Inhalte und neue Sichtweisen bieten. „Gute Unterhaltung“ steht im Alltag der TV-Nutzung klar im Vordergrund der Erwartungshaltung.

Die spezifische österreichische Programmgestaltung im ORF und der Beitrag des Senders zur Wertschöpfung sind im Publikum ausgesprochen stark verankert und werden als Basisforderung an die ORF-Unterhaltung herangetragen. Man wünscht sich eine weitere Verstärkung des Österreichbezugs, darunter noch mehr Eigenproduktionen, Mut zur Eigenständigkeit oder mehr Sendungen mit Regionalbezügen.

ORF-Unterhaltung soll konsequent seriös und konsequent respektvoll sein. Gerade im Unterschied zu den in der Publikumswahrnehmung kaum eine Rolle spielenden kommerziellen österreichischen Anbietern erwartet man vom ORF ein Programm, das sich als seriös, vertrauenswürdig, niveau- und verantwortungsvoll versteht. Insbesondere ist die Sensibilität für einen respektvollen Umgang mit Gästen, Kandidaten oder Interviewpartnern im Publikum außerordentlich stark ausgeprägt. Dieser Zusammenhang wird vom ORF als eine konsequente Linie eingefordert.

Das Publikum nimmt Personen und Gesichter in der Unterhaltung außerordentlich konkret wahr. Die zentralen Protagonisten wie Moderatoren, Jurys oder Kabarettisten spielen eine wichtige Rolle. Deshalb wird eine größere Vielfalt an Personen erwünscht, die die unterschiedlichen Publikumsanforderungen in diesem Bereich besser erfüllen könnten. Die Forderung des Nachwuchses trifft dabei im befragten Publikum auf hohe Zustimmung. Der Wunsch nach neuen Gesichtern bleibt bei jeder Befragung präsent.

Im Hinblick auf die Qualitätskategorien lässt sich die Evaluierung zusammenfassen:

Vertrauen und Verantwortung: Seriosität gehört zum Markenkern des ORF und wird vom Publikum ebenso wie im Bereich der Information auch im Unterhaltungsprogramm erwartet. Kritisch wird dabei von einem Teil der Befragten die mangelnde Unterscheidbarkeit des ORF von anderen Anbietern hinsichtlich der Auswahl internationaler Serien im Nachmittags- und Vorabendprogramm gesehen.

Vielfalt: Das Bild des ORF als Sender „für alle“, der Unterhaltungsprogramme für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen und Geschmäcker zu bieten hat, ist unter den Befragten breit akzeptiert. Aufholbedarf wird beim Angebot für unter 30-Jährige sowie für Kinder und Jugendliche gesehen.

Wertschöpfung: Neben der Seriosität ist der Österreichbezug als zweite Säule im Qualitätsbewusstsein des Publikums fest verankert. Der ORF gilt selbstverständlich als der Österreich-Sender, neben dem die österreichischen kommerziellen Anbieter kaum eine Rolle spielen.

Innovation und Wissen: Aspekte wie der Aktualitäts- und Gesellschaftsbezug von TV-Unterhaltung gehören zu einem weiteren Qualitätsbegriff, der im Publikum etwas weniger fest verankert ist, doch im Rahmen der vorliegenden Evaluationsstudie auf bemerkenswerte Resonanz und Akzeptanz gestoßen ist. Die Autoren der Studie vermuten für den ORF hier noch ungenutztes Potenzial, öffentlich-rechtlichen Mehrwert für das Publikum erleb- und sichtbar zu machen.

Unterhaltungswert und Kompetenz: Als zentrale Anforderungen an TV-Unterhaltung wird der generelle Unterhaltungswert der ORF-Programme in der standardisierten Abfrage von rund drei Viertel der Befragten als (sehr) gut erfüllt eingeschätzt. Gleichzeitig wird zur Optimierung des Angebots eine ständige Innovationsbereitschaft für die bestehenden Erfolgsformate erwartet. Als Resümee bleibt:

1. Die Evaluation im Soll zeigt, dass das ORF-Qualitätsprofil vom Publikum verstanden und als maßgeblich für das Unterhaltungsprogramm angesehen wird.

2. Evaluation im Ist: Die Untersuchung belegt, dass der überwiegende Teil des Publikums die vom ORF definierten Auftragswerte auch in der Programmgestaltung als erfüllt wahrnimmt.
3. Evaluation im Sendervergleich: Das dritte Element der Evaluation belegt eine hohe Imagestärke und Einzelstellung des ORF. Die größte Konkurrenz für das ORF-Unterhaltungsprogramm sind auf der einen Seite im Bereich der Angebotsvielfalt deutschsprachige kommerzielle Auslandssender. Andererseits sind bei den Merkmalen „internationale Filme und hochwertiges Programm“ die öffentlich-rechtlichen Auslands- und Spartensender die Konkurrenz für den ORF.

7. ORF-Publikumsratsstudie 2014

Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Regionalberichterstattung im ORF

Der ORF gehört zu den Sendern in Europa, die in ganz besonderer Hinsicht den Aspekt der Identität unterstreichen. Die Publikumsratsstudie 2014 will diese Wirklichkeit noch weiter hinterfragt sehen und das hohe Gut der Identität einerseits und des Österreichbezugs im Programm andererseits als normative Vorgabe differenziert betrachten können.

Die Ergebnisse der Publikumsbefragung bekräftigen die in den Overall-Umfragen ermittelten Ergebnisse der letzten Jahre. Interessant ist die Selbsteinschätzung der Zuschauer im Hinblick auf ihre eigene Vorstellungen in der nationalen bzw. regionalen Zuordnung: 8 % der Österreicher, die in dieser Umfrage angefragt wurden (n ist 1005), definieren sich als Weltbürger, 11 % sehen sich als Europäer, 20 % bezeichnen sich als Bürger ihres österreichischen Bundeslandes, 23 % fühlen sich dem Heimatort bzw. der konkreten Heimatregion zugehörig und 36 % sehen sich als Österreicher. Dabei hat dieses Ranking durchaus regionale Verschiedenheiten. Die Oberösterreicher sehen sich am häufigsten als Österreicher (49 %), gefolgt von den Burgenländern (45 %) und den Niederösterreichern (44 %).

Am stärksten dem Heimatort zugehörig fühlt man sich Osttirol (40 %) und in Salzburg (37 %), am wenigsten in Wien (8 %). Komplementär dazu: Das Gefühl, in erster Linie Europäer zu sein, ist mit 20 % am stärksten in Wien ausgeprägt. Am wenigsten in Oberösterreich mit 4 %. Ebenso ist die Definition „Europäer“ unter Personen mit hoher Bildung deutlich ausgeprägter. Von denen, die sich als Weltbürger verstehen, kommen 16 % aus Vorarlberg, 13 % aus Wien.

Bei aller Feindifferenzierung der lokalen Identitäten und Zugehörigkeiten herrscht generell über alle „Typologien“ ein hohes Interesse an lokalen und regionalen Nachrichten und Berichten. Insgesamt 84 % sagen, dass sie sich für

Regionalsnachrichten interessieren. Dabei steigt das Interesse mit dem Alter und ist am stärksten in der mittleren Bildungsschicht konzentriert.

Das Medium, mit dem man sich am häufigsten über lokale und regionale Themen und Ereignisse informiert, ist das Radio. Sieben von zehn Befragten geben an, fast täglich zumindest einen Radiosender zu nutzen, um sich über lokale Themen und Ereignisse zu informieren.

In der Hierarchie der interessanten Themen steht mit 88 % das Interesse an aktuellen Ereignissen aus dem Bundesland, an Gesundheit in der Region, an Sicherheit und Wetterinformation, an Landschaft und Natur im Vordergrund. Etwas geringeres Interesse herrscht an Sportereignissen (52 %) sowie an landwirtschaftlichen Themen (49 %).

Fast die gesamte TV-Bevölkerung (96 %) gibt an, die Regional- und Lokalberichterstattung in zumindest einem ORF-Medium regelmäßig zu verfolgen. Nicht verwunderlich ist der ausgeprägte Wunsch, noch mehr Information über die Region zu bekommen, vor allen Dingen über Ausbildung und Bildung in der Region, gefolgt von Gesundheit, Arbeitsmarkt und Sicherheit in der Region. Andererseits gibt es für die kulturelle Berichterstattung unterschiedliche Wertungen: Reportagen über Kunst und Kultur, gesellschaftliche Ereignisse in der Region und Brauchtum polarisieren stark. Die Zuschauer sind dennoch mit der Regional- und Lokalberichterstattung in den ORF-Medien zufrieden. In der „Zufriedenheits-Skala“ führt das ORF-Radio mit 82 %, gefolgt vom Internet mit 79 %.

Die Regionalberichterstattung im ORF wird von 90 % als wichtig angesehen. Der ORF sollte grundsätzlich auf all seinen Plattformen Lokal- und Regionalberichterstattung berücksichtigen. Die Zuschauer finden es wichtig, dass der ORF bei wichtigen Ereignissen in der Region vertreten ist bzw. eigene Veranstaltungen organisiert und das Programm repräsentiert.

Es zeigt sich, dass gerade diese Off-Air-Veranstaltungen einen wichtigen Teil des Interesses der Zuschauer treffen und bündeln.

Die Publikumsratsstudie wurde vom Markt- und Meinungsforschungsinstitut Integral in der Zeit vom 9. Januar bis 19. Januar 2015 umgesetzt. Das Ergebnis ist repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren.

8. Public-Value-Studie 2014

In Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Rundfunk hat der ORF einen Schritt in die Medienzukunft gewagt. Universitätsprofessor Dr. Thomas Steinmaurer (Universität Salzburg) analysiert die Rahmenbedingungen der digitalen Medienentwicklung. Er formuliert gleichzeitig Qualitätskriterien für den Funktionsauftrag des öffentlich-

rechtlichen Systems und seine Rollen für die demokratischen Staaten Europas. Die Fragen, die hinter der Jahresstudie stehen, werden von den aktuellen Prozessen der Transformation der Medienwelt gestellt:

- Inwieweit werden einige weltweit agierende Medienkonzerne die digitale Medienordnung beherrschen?
- Welche Zukunft hat Qualitätsjournalismus unter dem Druck immer strenger werdender Spardiktate?
- Inwieweit wird es den öffentlich-rechtlichen Medien gelingen, unter den Bedingungen einer ordnungspolitisch fundamental veränderten Welt ihren demokratiepolitischen Auftrag beizubehalten und zu entfalten?
- Gibt es in der digitalen Welt die Möglichkeit, den Anspruch umzusetzen, nicht nur Geld zu verdienen, sondern auch gesellschaftliche öffentliche Aufgaben wahrzunehmen?

Die Jahresstudie thematisiert und analysiert die problematischen Entwicklungen, die sowohl im Hinblick auf die neuen Medienangebote und ihre Nutzung als auch im Kontext neu sich entwickelnder Kommunikationsprozesse entstehen. Ausgehend von einer solchen Defizitanalyse plädiert der Autor für eine stärkere Verankerung öffentlich-rechtlicher Anbieter in den digitalen Netzwerken. Für Public-Service-Anbieter wäre damit die Notwendigkeit verbunden, ihre Rolle als Kommunikationsdienstleister für die Gesellschaft im Rahmen dieser neuen digitalen Herausforderung neu zu definieren und sich als „Kommunikationsdrehscheibe“ für demokratierelevante Informations- und Kommunikationsstrukturen ernster als bisher zu nehmen.

Das bedeutet, dass die traditionellen Funktionen der öffentlich-rechtlichen Medien, die nach wie vor ihre Gültigkeit besitzen und in dem Stichwort „Public Value“ ihre Zusammenfassung finden, um spezifische Netzwerkqualitäten und Netzwerkfunktionen zu einem neuen „Public Network Value“ erweitert werden. In dieser Migration zu einem Public-Service-Network gilt es, dass die öffentlich-rechtlichen Sender ihre Kernmission, nämlich Grundversorgung, Vielfalt, Unabhängigkeit, gesellschaftliche Integration, Publizistik und Qualität, nicht nur nicht aus den Augen verlieren, sondern nach wie vor als ihr unaufgebbares Distinktionsmerkmal beibehalten. Dazu müssen allerdings auch die rechtlichen Rahmenbedingungen verändert werden, die in flexiblerer Weise ermöglichen, auf das Kommunikationsumfeld adäquat zu reagieren. Es liegt dabei nah, in der grenzenlosen digitalen Welt die Kooperation von internationalen Qualitätsknoten im Netz über die klassischen „Medien“-Grenzen hinweg zu forcieren und die transnationale Entwicklung neuer innovativer Angebote anzugehen. Ziel ist es, in der Überwindung bestehender Beschränkungen Mehrwerte für die Anbieter wie auch für die Gesellschaft zu erbringen.

Für die Aufrechterhaltung einer der Gesellschaft dienlichen Kommunikationsinfrastruktur wird dem öffentlich-rechtlichen Mediensystem jedenfalls auch für die digitale Zukunft eine zentrale Bedeutung zuzumessen sein. Dies ist das Fazit des Autors, der eine der jetzt schon bestehenden Stärken der Public-Service-Systeme hervorhebt. Die Sender sind bereits jetzt schon in der EBU in interessanten Kooperationsformen organisiert und leisten bereits heute einen wichtigen demokratiepolitischen Beitrag zur Weiterentwicklung einer europäischen Öffentlichkeit. Jetzt, wo die Grenzen der Medien aufgebrochen sind, gibt eine Betrachtung der Public-Value-Qualitäten des öffentlich-rechtlichen Systems Handlungsperspektiven, die eine neue Zukunft in „Public Value 4.0“ ermöglichen. Insgesamt wird am ehesten den Public-Service-Anbietern zugetraut, zur Sicherstellung/Weiterentwicklung demokratischer Kommunikationsdienstleistung für die Gesellschaft beizutragen. In der Betrachtung der zunehmenden Uniformierung und Monopolisierung im Netz kommt den öffentlich-rechtlichen Systemen eine Aufgabe in der Absicherung einer breiten Angebotsvielfalt zu. Ebenso wichtig ist die Sicherstellung eines universellen Zugangs zu Informationsinhalten sowie die Bereitstellung von Wissensarchiven. Durchwegs kritisch werden in diesem Zusammenhang bestehende Restriktionen betrachtet, die auf derzeit gültige wettbewerbsrechtliche Beschränkungen zurückzuführen sind. Sie schränken damit Angebotsformen ein, die gerade dem öffentlich-rechtlichen System in Zukunft eine noch größere Bedeutung geben können.

9. Public-Value-Bericht 2014

Mit einem sehr ansprechenden Layout ist der Public-Value-Bericht wieder eine außerordentlich attraktive Präsentation für die Werte geworden, wie sie insgesamt im Qualitätsmonitoring für die interne Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben in zumeist prosaischer und quantitativer Form dargestellt wird. Der neue Public-Value-Bericht setzt die Prominenz der ORF-Journalisten geschickt ein, um die Aufmerksamkeit zu finden, die ein solches publizistisches Qualitätsvorhaben braucht. Auch heuer hat der Public-Value-Bericht seinem Auftrag, seriös und gleichzeitig publikumswirksam die Qualitätsdiskussion zu vermitteln, ein besonders farbiges Gesicht gegeben. Das Publikum, das ansonsten über die Auseinandersetzung von gesellschaftlichem Mehrwert eines öffentlich-rechtlichen Medieninstituts kaum Notiz nimmt, wird auf diese Art und Weise an Grundfragen des öffentlich-rechtlichen Systems herangeführt. Auch im Jahre 2014 ist der ORF-Public-Value-Bericht in seiner inhaltlichen Kompetenz und in seiner inszenatorischen Qualität ein gelungenes Beispiel dafür, wie öffentlich-rechtliche Sender in Europa über ihre wichtigsten Qualitätsargumente, Unterscheidungsmerkmale und die Grundlage ihrer Finanzierung argumentieren. Auf die Art und Weise findet der ORF über die enge Experten-Diskussion Aufmerksamkeit. Diese Aufmerksamkeit ist notwendig, weil die Medienlandschaft sich in einem Transformationsprozess befindet, der über die

Mittelfrist hinweg die bisher als selbstverständlich angenommenen Grundlagen verändern wird. Nicht verändern werden sich dabei die Qualitätsprofile, die die Distinktion des ORF im Vergleich zu anderen Sendern ausmachen. Ich persönlich habe die Vorlage des Public-Value-Berichts genutzt, um bei anderen öffentlich-rechtlichen Sendern in Europa darzustellen, wie unterhaltend, attraktiv und kurzweilig die Qualitätsdiskussion und damit auch das Qualitätsmonitoring dargestellt werden kann.

10. Fazit

Die methodisch wie in der Sache unterschiedlich ausgerichteten Berichte, die diesem Gutachten zugrunde liegen, gewähren nach den Vorgaben des ORF-Gesetzes eine umfassende Grundlage für die Beschreibung dessen, in welcher Konsequenz und in welcher breiter Vielfalt der ORF seine Qualitätskonzepte darlegt. Es ist auch für mich als Gutachter durchaus beeindruckend, wie der ORF seine Qualitätssicherung als ein System von unterschiedlichen ineinandergreifenden und argumentativ zusammenhängenden Einzelanalysen begründet.

Meine Aufgabe war es, zu prüfen, inwieweit die gesetzlich vorgeschriebenen Qualitätsstandards sowohl aus der Sicht des Konzeptes, der Senderaktivitäten als auch aus der Sicht der Zuschauer als den entscheidenden Rezipienten des Programms eingehalten sind. Die sehr vielseitigen Inhalts- bzw. Programmstrukturanalysen ermöglichen folgende Aussagen über die Angebotsprofile, die Akzeptanz und die Rezeptionssysteme:

Ausweislich der umfassenden Berichte ist festzustellen, dass der ORF im Jahre 2014 den festgelegten Qualitätskriterien in den wesentlichen Punkten entsprochen hat.

Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Verfahren mit qualitativen und quantitativen Auswertungen seines Qualitätsmonitorings den Vorgaben des Gesetzes zur Qualitätssicherung entsprochen hat.