



Österreichischer Rundfunk

Vorschlag für Online- Kurznachrichten- sendungen

2. Juli 2019

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
1.1	Einleitung.....	2
1.2	Überblick und Struktur des Vorschlags	2
2	Vorschlag für Änderungen des ORF-Angebots	3
2.1	Inhaltliche und strukturelle Änderungen	3
2.2	Beschreibung der Vermarktung.....	3
2.3	Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrages/Zweckmäßigkeit.....	3
2.3.1	Teil des Unternehmensgegenstandes des ORF	3
2.3.2	Zweckmäßigkeit: Wirksame Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages und der besonderen Aufträge	3
2.4	Einhaltung der Vorgaben des ORF-G.....	4
2.5	Darstellung der Finanzierung des neuen Angebotes	4
2.6	Darstellung der voraussichtlichen Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation und die Angebotsvielfalt	4
2.6.1	Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation	4
2.6.2	Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt für Seher, Hörer oder Nutzer.....	5

Beilage A: geändertes Angebotskonzept für TVthek.ORF.at

Beilage B: geändertes Angebotskonzept für das ORF-Angebot in Sozialen Medien

1 Einleitung

1.1 Einleitung

Aufgrund der Änderung des Nutzungsverhaltens vor allem des jüngeren Publikums ist ein erheblicher Anteil der Zuschauer über klassische Nachrichten nicht mehr zu erreichen. Mit dem vorliegenden Konzept soll die Möglichkeit geschaffen werden Videokurznachrichten auch unabhängig von der vorherigen Ausstrahlung im Fernsehen online bereitzustellen. Dies bedingt eine Änderung des Angebotskonzeptes für TVthek.ORF.at (Beilage A) und eine geringfügige Klarstellung für das ORF-Angebot in Sozialen Medien (Beilage B).

Nach § 6 Abs 1 ORF-G ist eine Auftragsvorprüfung u.a. durchzuführen, wenn der ORF ein neues Angebot iSd Legaldefinition des § 6 Abs 2 ORF-G anzubieten beabsichtigt. Dies umfasst auch die Änderung eines bestehenden Angebots gemäß § 3 ORF-G, insofern sich das geänderte Angebot voraussichtlich wesentlich vom bestehenden Angebot unterscheiden wird. Der ORF plant mit nachfolgend dargestelltem Angebot auch die Online-Bereitstellung von Sendungen, die nicht in einem Fernsehprogramm ausgestrahlt wurden.

1.2 Überblick und Struktur des Vorschlags

Nach § 6a Abs 1 ORF-G hat der ORF für die Auftragsvorprüfung einen Vorschlag für ein neues Angebot auszuarbeiten, der Folgendes enthält: 1. ein Angebotskonzept (§ 5a), 2. eine detaillierte Begründung, weshalb das Angebot im Unternehmensgegenstand liegt und zur wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags sowie der besonderen gesetzlichen Anforderungen zweckmäßig erscheint; 3. eine Darstellung der Finanzierung des neuen Angebotes, und 4. eine Darstellung der voraussichtlichen Auswirkungen des neuen Angebotes auf die Wettbewerbssituation auf dem jeweils für das Angebot relevanten Markt sowie auf die Angebotsvielfalt für Seher, Hörer oder Nutzer.

Inhaltliche Änderungen werden im Folgenden ausführlicher beschrieben und geltende Angebotskonzepte, soweit notwendig, adaptiert. Geänderte Angebotskonzepte bilden daher einen integrierenden Bestandteil dieses Vorschlags und werden in eigenen Dokumenten in den Beilagen bereitgestellt.

Die folgenden Ausführungen beschreiben daher inhaltliche Änderungen, stellen die Finanzierung des Angebots dar und erläutern die voraussichtlichen Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation sowie auf die Angebotsvielfalt für Seher, Hörer oder Nutzer. Weiters wird erläutert, dass das ORF-Angebot weiterhin im Unternehmensgegenstand des ORF liegt und die Änderungen der wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags sowie der besonderen im Gesetz geregelten Aufträge dienen.

Alle in diesem Dokument verwendeten personenbezogenen Bezeichnungen gelten sowohl für Personen weiblichen als auch männlichen Geschlechts.

2 Vorschlag für Änderungen des ORF-Angebots

2.1 Inhaltliche und strukturelle Änderungen

Um dem fundamentalen Wandel in der Mediennutzung Rechnung zu tragen und auch einem jüngeren, „digitalen“ und teilweise weniger „nachrichten-affinen“ Publikum die nötigen Basisinformationen für den Diskurs zu gesellschaftlich relevanten Themen bereitzustellen, sollen – täglich mehrmals aktualisierte – Online-Nachrichtensendungen im Umfang von unter drei Minuten produziert und unter TVthek.ORF.at sowie in anderen ORF-Angeboten inklusive bestehenden und künftigen sozialen Netzwerken bereitgestellt werden.

Der ORF richtet unter TVthek.ORF.at einen Bereich ein, in dem Kurznachrichtensendungen (insbesondere die jeweils bereits jetzt verfügbaren „ZIB 100“ und entsprechende Bundesländer-Nachrichten „Kompakt“) bereitgestellt werden, wobei die Bereitstellung, anders als bisher, unabhängig von einer vorherigen bzw. zeitgleichen TV-Ausstrahlung erfolgen soll. Die Bereitstellung der Sendung soll demnach keine „Spiegelung“ des linearen Angebots darstellen, wie dies derzeit insbesondere bei der „ZIB 100“, die seit 26.04.2016 linear im Fernsehprogramm ORF III ausgestrahlt wird, der Fall ist.

2.2 Beschreibung der Vermarktung

Die Online-Kurznachrichtensendungen werden nicht vermarktet.

2.3 Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrages/Zweckmäßigkeit

§ 6a ORF-G erfordert als Teil des gemäß dieser Bestimmung für ein neues Angebot zu erstellenden Vorschlages *„eine detaillierte Begründung, weshalb das neue Angebot im Unternehmensgegenstand liegt und zur wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags sowie der besonderen, im Gesetz geregelten Aufträge unter Berücksichtigung der in § 4 Abs. 2 bis 6 sowie § 10 ORF-G geregelten besonderen Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zweckmäßig erscheint“*.

Das Angebotskonzept enthält gemäß § 5a Abs 1 Z 8 ORF-G Ausführungen zur Einhaltung der Vorgaben dieses Gesetzes, insbesondere Ausführungen zur Vereinbarkeit des Angebots mit dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag (§ 4 ORF-G) sowie zu besonderen Qualitätskriterien, die unveränderte Gültigkeit besitzen.

2.3.1 Teil des Unternehmensgegenstandes des ORF

Der Unternehmensgegenstand des ORF umfasst die Bereitstellung von mit Rundfunk in Zusammenhang stehenden Online-Angeboten (§ 2 Abs 1 Z 2 ORF-G). Der direkte Zusammenhang mit den Fernsehprogrammen des ORF ergibt sich daraus, dass die Inhalte bzw. Nachrichten aus Quellen der ORF-Nachrichtensendungen in online-adäquater Form aufbereitet werden.

2.3.2 Zweckmäßigkeit: Wirksame Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages und der besonderen Aufträge

Die Online-Nachrichtensendungen dienen zur Verwirklichung der Zielbestimmung des § 4 Abs 1 Z 1 ORF-G („die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen“).

Durch die Ausspielung der Nachrichtensendungen auf TVthek.ORF.at bzw in sonstigen Angeboten wie im ORF-Angebot in Sozialen Medien kommt der ORF seinem Informationsauftrag nach. Es liegt

im öffentlich-rechtlichen Informationsauftrag des ORF auch die jungen und digital-affinen Zielgruppen, die wesentlich mehr Zeit online als mit klassischem Fernsehen verbringen, mit seriösen Nachrichtenangeboten zu erreichen. Ein Mehrwert kann für die Zuschauer auch dadurch erreicht werden, dass die Kurznachrichtensendungen spezifisch auf die Online-Nutzungsgewohnheiten des Publikums zugeschnitten sind (Sendungslänge unter drei Minuten; optimale Bildschirmausnutzung bei verschiedenen Endgeräten; Designelemente wie Countdowns oder Ladebalken). Die zeitlich unabhängige Abrufbarkeit der Online-Kurznachrichten steigert den Servicecharakter des Angebotes gegenüber einer linearen Ausstrahlung beträchtlich.

Die Unverwechselbarkeit als öffentlich-rechtliches Angebot des ORF (§ 4 Abs 3 ORF-G) ergibt sich unter anderem aus der engen gestalterischen und inhaltlichen Anlehnung an die übrigen (in den Fernsehprogrammen ausgestrahlten) Formate.

Die Untertitelung der Kurznachrichtensendungen bildet insbesondere für gehörlose und gehörbehinderte Menschen einen besonderen Mehrwert (barrierefreier Zugang gemäß § 5 Abs. 2 ORF-G).

2.4 Einhaltung der Vorgaben des ORF-G

Diesbezüglich wird auf Punkt 2.8 der beiliegenden Angebotskonzepte (Beilage A und B) verwiesen.

2.5 Darstellung der Finanzierung des neuen Angebotes

Laufende Kosten

Die Online-Kurznachrichten werden sehr kostengünstig neben den aktuellen „Zeit im Bild“-Sendungen bzw. anderen Nachrichtensendungen produziert. Sie werden von den diensthabenden TV-Moderatoren präsentiert und mit dem bereits für die TV-Sendungen vorhandenen Videomaterial bebildert. Da im Wesentlichen auf bestehende Infrastrukturen zurückgegriffen werden kann, sind Anfangs- bzw. Anlaufkosten nicht zu erwarten.

Die Personalkosten für die Produktion der Sendungen bzw. den laufenden Betrieb sind mit etwa EUR 100.000,- pro Jahr zu veranschlagen. Sie sind in diesem Umfang für die kommenden Jahre im Wesentlichen lediglich zu valorisieren. Zusätzliche Kosten für den Erwerb von Lizenzrechten oder weitere Sachkosten fallen nicht an.

2.6 Darstellung der voraussichtlichen Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation und die Angebotsvielfalt

2.6.1 Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation

Marktabgrenzung

Der sachlich relevante Markt umfasst sämtliche Produkte und Dienstleistungen, die von den Verbrauchern hinsichtlich ihrer Eigenschaften, Preise und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als austauschbar oder substituierbar angesehen werden (Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes, ABl. C 372 vom 09.11.1997, Rn 7).

Mangels Vermarktung der Online-Nachrichtensendungen, berührt das geplante Angebot den Online-Werbemarkt nicht.

Hinsichtlich des Online-Sehermarktes erlauben der beschränkte Umfang und das schmale Spektrum der eigens für die Online-Bereitstellung produzierten Inhalte (lediglich einzelne Nachrichtensendungen) keinen Vergleich mit großen on-demand Plattformen. Insofern wäre eine gemeinsame Marktabgrenzung mit diesen verfehlt. Ein Markt für öffentlich-rechtliche Online-Nachrichtensendungen existiert in Österreich (abgesehen vom ORF) nicht. Es ist daher fraglich welcher Markt im gegebenen Kontext sinnvollerweise heranzuziehen ist (daher kann von einem bloß hypothetischen Markt gesprochen werden).

Zwischen dem geplanten Online-Angebot und linearen Mediendiensten besteht aus Konsumentensicht jedenfalls kein Substitutionsverhältnis, sodass es sich hierbei um keinen gemeinsamen Markt handelt.

Keine negativen Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation

Da die Online-Kurznachrichtensendungen nicht vermarktet werden, sind mit dem Angebot keine negativen Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation am österreichischen Markt für Online-Werbung verbunden.

Betreffend den hypothetischen Online-Sehermarkt ist auf den geringen quantitativen Umfang und das schmale Spektrum der zusätzlichen Inhalte hinzuweisen. Schon dadurch sind negative Wettbewerbsauswirkungen – etwa gegenüber Angeboten privater Fernsehveranstalter – nicht zu erwarten.

Hinzu kommt, dass die Online-Kurznachrichten von vornherein primär auf jene Zielgruppe ausgerichtet sind, die mehr Zeit online als mit klassischen Nachrichtensendungen verbringt. Daher ist nicht zu erwarten, dass ein wesentlicher Teil dieses Publikums zugleich auch vermehrt lineare ORF-Programme in Anspruch nehmen wird. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die „ZIB 100“ bzw andere Kurznachrichtensendungen bereits jetzt in der TVthek bzw in Sozialen Medien abrufbar sind und linear ausgestrahlt werden, was ebenfalls gegen die Annahme einer spürbaren Nachfrageverlagerung spricht.

Auf dem hypothetischen Markt für audiovisuelle Inhalte wird es durch die Einführung der geplanten Kurznachrichten nicht zu negativen Auswirkungen, sondern vielmehr zu einer Erweiterung der Angebotsvielfalt kommen. Insbesondere leistet das erweiterte Informationsangebot einen wirksamen Beitrag zur Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags, was ein wesentliches Abwägungskriterium nach § 6b Abs. 1 Z 2 ORF-G darstellt.

2.6.2 Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt für Seher, Hörer oder Nutzer

Es gibt – ermöglicht durch die hohe Verfügbarkeit von Internet und smarten Endgeräten – fundamentale Veränderungen im Medienkonsum großer Bevölkerungsgruppen. Dadurch konsumieren die Nutzer vermehrt auch herkömmliche Medieninhalte über unterschiedliche Endgeräte und neue Plattformen und bilden diesbezügliche Gewohnheiten aus. Die Inanspruchnahme klassischer Nachrichten über herkömmliche Empfangskanäle nimmt bei jüngeren Zielgruppen ab.

Zielsetzung der Online Kurznachrichten ist die Vermittlung von Basisinformationen an jüngere, teilweise weniger „nachrichtenaffine“ Zielgruppen. Es kann dabei davon ausgegangen werden, dass auch für jüngere Zielgruppen der ORF mit seiner Berichterstattung eine relativ hohe Glaubwürdigkeit besitzt. Die ORF-Angebote unterliegen außerdem – verglichen mit privaten Mitbewerbern – schärferen gesetzlichen Regelungen im Hinblick auf Qualitätskriterien (zB Objektivitätsgebot), was ein Alleinstellungsmerkmal darstellt.

Die Bedeutung eines qualitativ hochwertigen Informationsangebots für die demokratische Willensbildung sowie für das Funktionieren der demokratischen Gesellschaft ist evident. Das erweiterte, für die online-Nutzung optimierte, Nachrichtenangebot ist besonders geeignet qualitativ hochwertige öffentlich-rechtliche Nachrichtensendungen an die oben genannten Personengruppen heranzutragen und somit jene anzusprechen, die bisher nicht oder nicht hinreichend erreicht werden können. Dies führt im Ergebnis zu einer Erhöhung der Angebotsvielfalt für alle Seher/Nutzer von Online-Nachrichten und zur weiteren Verbreitung von im öffentlich-rechtlichen Kernauftrag gelegenen audiovisuellen Inhalten.



Österreichischer Rundfunk

Angebotskonzept für TVthek.ORF.at

— ~~20. August 2018~~ 2. Juli 2019

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Einleitung.....	1
1.2	Rechtsgrundlagen.....	1
1.3	Überblick und Struktur des Angebotskonzepts	1
2	Angebotskonzept für TVthek.ORF.at	2
2.1	Inhaltskategorien	3
2.2	Zielgruppe	5
2.3	Zeitliche Gestaltung von TVthek.ORF.at	6
2.4	Technische Nutzbarkeit sowie Zugang zu TVthek.ORF.at	7
2.5	Besondere Qualitätskriterien von TVthek.ORF.at	7
2.6	Komplementäre oder ausschließende Beziehungen von TVthek.ORF.at zu anderen Programmen oder Angeboten des Österreichischen Rundfunks	8
2.7	Themen, Formate, Programmschienen von TVthek.ORF.at.....	9
2.8	Einhaltung der Vorgaben des ORF-G (insb. Vereinbarkeit mit dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag gem. § 4 ORF-G)	9

1 Einleitung

1.1 Einleitung

Die fortschreitende Mobilität der Gesellschaft sowie die technologischen Entwicklungen der digitalen Medienwelt haben zu einer Veränderung der Bedürfnisse des Publikums in Bezug auf die Mediennutzung, insbesondere auch in Bezug auf TV-Inhalte geführt. Zuschauerinnen und Zuschauer verlangen heutzutage verstärkt nach Möglichkeiten, Fernseh-Inhalte auch online zeitgleich (Livestream) oder nach der TV-Ausstrahlung (Video-on-Demand) nutzen zu können.

Mit der ORF-TVthek (URL: <http://tvthek.ORF.at>) bietet der ORF seit 16. November 2009 ein Service an, das die entsprechende Nutzung von TV-Inhalten des ORF ermöglicht.

Mit dem am 1. Oktober 2010 geänderten Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 50/2010, liegen weiter konkretisierte gesetzliche Rahmenbedingungen für einen Abrufdienst sowie für die Online-Bereitstellung von Livestreams vor.

Das vorliegende Angebotskonzept dient der Beschreibung des Angebots von auf der ORF-TVthek bereitgestellten Sendungen.

1.2 Rechtsgrundlagen

Als Teil des besonderen Auftrages für ein Online-Angebot ist der ORF gesetzlich zur Bereitstellung eines Abrufdienstes - nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit – verpflichtet (§ 3 Abs 5 Z 2 iVm § 4e Abs 1 Z 4 und Abs 4 ORF-G). Audiovisuelle Angebote können auch als sendungsbegleitende Inhalte bereitgestellt werden (§ 3 Abs 5 Z 2 iVm § 4e Abs 1 Z 3 und Abs 3 ORF-G). Soweit die Online-Bereitstellung von Programmen, Sendungen und Sendungsteilen gleichzeitig mit der Ausstrahlung sowie um bis zu 24 Stunden zeitversetzt auf der ORF-TVthek stattfindet, bildet der gesetzliche Versorgungsauftrag die Grundlage (§ 3 Abs 4a ORF-G). Der ORF hat weitere Online-Angebote bereitzustellen, die einen wirksamen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags (§ 4 ORF-G) leisten. Darunter fallen auch Abrufdienste (§ 4f ORF-G).

1.3 Überblick und Struktur des Angebotskonzepts

Ausgehend von einer überblickshaften Beschreibung der ORF-TVthek werden im Folgenden die Inhaltskategorien, die Zielgruppe der ORF-TVthek, die zeitliche Gestaltung des Angebots, seine technische Nutzbarkeit, besondere Qualitätskriterien, Beziehungen zu anderen Programmen des ORF, Themen, Formate und Programmschienen sowie die Einhaltung der Vorgaben des ORF-G dargestellt.

Zweck des Angebotskonzepts ist es, einen Überblick über alle wesentlichen Aspekte des Angebotes zu geben. Ein TV-Programm durchläuft eine dynamische Entwicklung insofern, als im Rahmen von gleichbleibenden Programm-kategorien bzw. Programmfeldern immer wieder neue Sendungen entwickelt werden. Da die ORF-TVthek Fernsehsendungen des ORF abbildet, werden im Angebotskonzept nur Inhaltskategorien analog zu den TV-Programmfeldern, nicht aber die konkret abrufbaren einzelnen Sendungen oder Sendereien beschrieben. Insoweit im vorliegenden Konzept beispielhaft konkrete Sendungen oder Formate genannt werden, dienen diese lediglich der Illustration einzelner Inhaltskategorien.

Alle in diesem Dokument verwendeten personenbezogenen Bezeichnungen gelten sowohl für Personen weiblichen als auch männlichen Geschlechts.

2 Angebotskonzept für TVthek.ORF.at

Die ORF-TVthek soll gewährleisten, dass ORF-TV-Inhalte über neue Verbreitungswege verfügbar sind. Die ORF-TVthek ist nach dem vorliegendem Konzept sowohl für alle zeitgleich als auch für alle eigen-, ko- und auftragsproduzierten sowie bestimmte drittproduzierte zum Abruf bereitgestellten Fernsehinhalte des ORF konzipiert, um für das Publikum im Sinne der Nutzerfreundlichkeit einen leicht auffindbaren Zugang zu gewährleisten.

Seit ihrem Beginn sind auf der ORF-TVthek eigen-/auftrags- und koproduzierte Sendungen der zwei österreichweit empfangbaren Programme des Fernsehens (§ 3 Abs 1 Z 2 ORF-G) abrufbar. Beispiele sind Nachrichtensendungen (ZiBs), Magazinsendungen (wie Report oder Thema), Religionssendungen (wie Kreuz & Quer), Sendungen der Landesstudios (wie Bundesland heute), ORF-Shows (wie Musikantenstadl oder derzeit Helden von morgen), Dokumentationen (wie Universum), Sportsendungen (wie Sportbild), Kultursendungen (wie der Kulturmontag) oder Volksgruppensendungen.

Es sollen alle Sendungen in das ORF-TVthek-Angebot aufgenommen werden, die in dieselbe Kategorie (Eigen-/Auftrags- oder Koproduktionen) fallen. Auch Eigen-/Auftrags- oder Koproduktionen der ORF-Spartenprogramme sollen integriert werden. Weiters soll die TVthek erstens im Bereich von Dokumentationen, Reportagen, Kulturveranstaltungen sowie Kunst- und Kulturproduktionen und Autorenfilmen österreichischer und europäischer Provenienz und zweitens um nicht-lineare Audio- und audiovisuelle Inhalte, die bisher unter religion.ORF.at abrufbar waren, vervollständigt werden.

Audio-visuelle Inhalte, die wegen der zeitlichen Beschränkungen im Fernsehen dort nicht in einer längeren, ausführlicheren bzw. vollständigen Fassung gezeigt werden können, sollen darüber hinaus durch die Veröffentlichung auf der ORF-TVthek als sendungsbegleitende Elemente aufgrund ihres zusätzlichen Inhaltes und Informationsgehaltes einen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags leisten (§ 4e Abs 3 Z 1 und 2 ORF-G). Dies können etwa ungekürzte Interviews sein, wenn im Rahmen der jeweiligen Sendungen selbst nur Teile bzw. Ausschnitte gezeigt werden können oder sonstiges Bewegtbild-Material, das in der ausgestrahlten Fassung nicht zur Gänze verwendet wurde.

Ebenfalls soll die Online-Bereitstellung von Programmen, Sendungen und Sendungsteilen gleichzeitig mit der Ausstrahlung sowie um bis zu 24 Stunden zeitversetzt ohne Speichermöglichkeit abgedeckt werden. Seit ihrem Beginn sind auf der ORF-TVthek regelmäßige Livestreams bereitgestellt. Beispiele sind Informationssendungen (insbesondere Ausgaben der Zeit im Bild, Runder Tisch, Heute in Österreich) und Sportsendungen über nationale und internationale Sportereignisse (UEFA Championsleague, Österreichische Fußball-Bundesliga). Der Umfang von Livestreams im Online-Angebot ergibt sich aus den Anzeigen, die der KommAustria gemäß § 3 Abs 4a ORF-G zu übermitteln sind.

Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten sollen dem Publikum künftig den Zugang zu historischem Bewegtbild-Material aus dem ORF-Archiv bereits ausgestrahlter Sendungen und auf im Archiv vorhandenes sendungsbegleitendes Material (auf Mutterbändern, insbesondere

vollständige Interviews etwa mit Zeitzeugen) ermöglichen (siehe unter Punkt 2.7), das bisher für die breite Öffentlichkeit nicht zugänglich war, und stellen damit einen weiteren öffentlich-rechtlichen Zusatznutzen dar.

Entsprechend den fundamentalen Änderungen im Nutzungsverhalten und in den technischen Empfangsmöglichkeiten vor allem jüngerer Medienkonsumenten sollen vermehrt Online-Kurznachrichtensendungen bereitgestellt werden, die nicht notwendigerweise zuvor bzw. zeitgleich im Fernsehprogramm ausgestrahlt wurden. Diese Kurznachrichtenformate sollen sich inhaltlich stark an den „Zeit im Bild“-Sendungen oder anderen Nachrichtensendungen (zB Bundesländernachrichten „Kompakt“) orientieren, wobei deren Inhalte mehrmals täglich in einer online-adäquaten Form aufbereitet werden sollen. Wie die anderen ZIB-Sendungen wird über nationale und internationale Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Gesellschaft berichtet. Die einzelnen Sendungen weisen eine Länge von jeweils maximal drei Minuten auf. Die Ergänzung zu den bestehenden ORF-Sendungen besteht bei den Online-Kurznachrichten weniger im Inhaltlichen, sondern in der technisch und formal neuartigen Präsentationsform durch die Optimierung auf digitale Nutzergewohnheiten. Bereits seit 26.04.2016 wird im Fernsehprogramm ORF III die Nachrichtensendung „ZIB 100“, ein hundert Sekunden langer Nachrichtenüberblick (im Hochformat und durchgehend untertitelt), ausgestrahlt sowie in der TVthek zum Abruf bereitgestellt. Danach wurden kompakte Bundesländer-Nachrichten entwickelt und ausgestrahlt bzw. bereitgestellt. Es sollen künftig diese und auch andere noch zu entwickelnde Online-Kurznachrichtenformate mit einer Länge von jeweils bis zu drei Minuten pro Sendung unabhängig von der TV-Ausstrahlung angeboten werden.

2.1 Inhaltskategorien

Voraussetzung für die Bereitstellung audio-visueller Inhalte auf der ORF-TVthek ist –ausgenommen bei Online-Kurznachrichtensendungen (wie zB die „ZIB 100“) – die (teilweise) Ausstrahlung der jeweiligen Inhalte im Fernsehen. Die Inhaltskategorien der auf der ORF-TVthek angebotenen aktuellen ORF-Inhalte sind folglich analog zum Codeplan für Sendungsinhalte bzw. zu den TV-Programmfeldern der Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) Information, Sport, Kultur/Religion, Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe, Unterhaltung, Familie, Programminformation/Promotion.

Im Rahmen des § 4e Abs 4 ORF-G (letzter Satz) werden Sendungen, Sendereihen, Formate und große Programmevents aus allen beschriebenen Kategorien sowie von Programmschwerpunkten und Programminitiativen (wie beispielsweise Bewusst gesund) in Form von Video-Trailern angekündigt.

Bei Kaufproduktionen mindert der Ausschluss von hochwertigen Ankäufen aus dem Online-Angebot den Servicecharakter ~~des-der~~ TVthek beträchtlich. Folglich sollen Sendungen bei Sendereihen aus dem Dokumentations- und Reportagebereich, die teilweise auf angekauftes audiovisuelles Material zurückgreifen, abrufbar gehalten werden. Dies betrifft insbesondere „UNIVERSUM“, „WELTJOURNAL“, „KREUZ&QUER, ART.GENOSSEN, „DOK.FILM“ oder „MENSCHEN UND MÄCHTE“. Entsprechendes gilt für Sendungen über Kulturveranstaltungen einschließlich der Übertragung von Theater-, Opern- oder Konzertaufführungen, die in den TV-Programmen ausgestrahlt werden und unabhängig von der Art der Produktion in der TVthek abrufbar gehalten werden sollen.

Im Bereich der Fiktion sollen Klassiker des österreichischen Films oder der qualitätsvolle europäische Film zugänglich werden. Es sollen daher Kunst-, und Kulturproduktionen sowie Autorenfilme österreichischer und europäischer Provenienz angeboten werden, wobei aus

Rücksicht auf kommerzielle Anbieter eine weitere Einschränkung auf Filme erfolgen soll, die in ORF eins oder ORF2 ausgestrahlt wurden. Fiktionale Programmteile, wie Spielfilme oder Serien des Mainstreams, bzw US-amerikanische Kaufproduktionen sind nicht vorgesehen.

Religion.ORF.at hat seit 1999 ein Archiv mit thematisch passenden Audio- oder audiovisuelle Angeboten von in den ORF-Rundfunkprogrammen ausgestrahlten Sendungen bzw von sendungsbegleitenden Informationen und Hintergrundberichten aufgebaut. Dieses Archiv soll in die TVthek integriert, besser strukturiert und zugänglicher werden, um insbesondere audiovisuelle Inhalte aus den ORF-Fernsehprogrammen auch aus dem Bereich Religion über einen zentralen Zugangspunkt anzubieten. Dies gilt auch für thematische Zusammenfassungen, wie die Religionsarchive („ORF-Medienarchiv Judentum“ – weitere Religionen sollen folgen). Dieses umfasst derzeit 45 Audio-Beiträge aus unterschiedlichsten ORF-Radiosendungen sowie 55 Video-Beiträge aus ORF-Fernsehsendungen zum Thema Judentum. Die Beiträge sind in den Themenkreisen „Jüdische Religion“, „Jüdische Feiertage“, „Jüdischer Alltag“, „Jüdische Kunst und Kultur“, „Berühmte Personen“, „Geschichte der Juden in Österreich“ und „Holocaust und Antisemitismus“ zusammengefasst.

In zeitgeschichtlichen Archiven sollen relevante österreichische oder internationale Ereignisse und Entwicklungen mittels ORF-Archivmaterial dargestellt werden. Die Bereitstellung dieser Inhalte in der ORF-TVthek soll dazu beitragen, das Wissen der Nutzer um historische Ereignisse und deren Auswirkungen auf die Gegenwart zu vertiefen, die Entwicklung Österreichs, Europas und der Welt zu beleuchten, und das Verständnis für gegenwärtige politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und soziale Zusammenhänge zu fördern.

Weiters ist die Zurverfügungstellung kulturgeschichtlicher Archive in Form von qualitativ hochwertigen kulturellen Inhalten inklusive kulturell wertvoller fiktionaler Beispiele der österreichischen TV-Geschichte (ORF-Klassiker) geplant. Der ORF ist seit vielen Jahrzehnten wichtiger Träger, Vermittler und Schöpfer österreichischer Kultur und damit Identität. Aufgrund der Natur des linearen Fernsehens konnten viele Produktionen dem breiten Publikum trotz ihrer hohen Qualität und ihres ideellen und kulturellen Wertes nicht längerfristig zugänglich gemacht werden. Die ORF-TVthek soll solche audio-visuellen Highlights aus allen kulturellen Genres von Musik über Film und Fernsehserien bis zu Theater, Performancekunst oder bildender Kunst etc. für Interessierte langfristig nutzbar machen und damit wichtige Ereignisse und Ergebnisse des österreichischen kulturellen Schaffens wieder in den Fokus der Gegenwart rücken und das Interesse an unterschiedlichen Kultur-Genres wecken.

Die Bereitstellung dieser Archive auf der ORF-TVthek soll darüber hinaus auch das Geschichts-Bewusstsein und Kultur-Interesse jüngerer Zielgruppen fördern, welche Multimedia-Inhalte über neue Medien besonders intensiv nutzen.

Der ORF plant gegebenenfalls in Kooperationen mit öffentlichen Stellen eine großangelegte Aktion „ORF-TVthek-Archiv goes school“. Ziel dieser Aktion ist es, auf der ORF-Videoplattform TVthek Online-Schwerpunkte mit herausragenden ORF-Produktionen aus den Bereichen (Politik und) Zeitgeschichte aus dem ORF-Archiv dauerhaft und werbefrei anzubieten. Dies könnte speziell als multimediales Bildungsangebot für den Geschichtsunterricht für alle Schulen von großem Interesse und von höchster gesellschafts- und bildungspolitischer Bedeutung sein, um Bildungsinhalte auf dem Weg der modernen Kommunikationsmedien näher zu bringen. Beispielhaft seien für dieses Projekt folgende Programmbeispiele aus dem Bereich Politik und Zeitgeschichte – mit Blick auf die rechtliche Verfügbarkeit und andererseits auf Eignung für Unterrichtszwecke erwähnt, die - je nach

Thema fünf bis zehn Sendungen (kleines Archiv) bzw bis zu 50 Sendungen (großes Archiv) umfassen:

- 20 Jahre Fall des Eisernen Vorhangs
- Nationalrats-Wahlen im Spiegel der Geschichte
- Geschichte der US-Wahlen (Präsidenten, Wahlsystem, Wahlrecht, historische Bedeutung und Zusammenhänge)
- Historische Länderportraits von Hugo Portisch aus den frühen 60er Jahren zu, z.B. Venezuela, Brasilien, China, der als historischer Content den Vergleich zur Gegenwart besonders gut unterstützt.
- 3-teiler zum Thema „Katastrophentage“ (1954 Lawinenkatastrophe in Vorarlberg, 1985 Terroranschlag Flughafen Schwechat, 2000 Brandkatastrophe Gletscherbahn Kaprun)
- Geschichte der Ski-WM
- Geschichte des Österreichischen Bundesheeres

Die Indexierung bzw Auffindbarkeit aller auf der ORF-TVthek verfügbaren Sendungen und die Navigation durch das Angebot erfolgt mittels einer übersichtlichen Darstellung u.a. in Form von Inhaltsverzeichnissen (z.B. thematisch gegliederte Baumstruktur in Listenform, Drop-Down-A-Z-Sendungsliste, Logo-Leiste und verbesserte Suchfunktion); weiters ermöglicht die Navigation die Auswahl nach Sendungen, ähnlichen Sendungen, Livestreams, Themenschwerpunkten, Datum und Stichwort. Zusätzlich zur Indexierung erleichtert die kurze textliche Beschreibung des Sendungs- bzw. Beitragsangebots kombiniert mit aussagekräftigen Keyframes die Auswahl, in dem sie bereits vor Abruf eine inhaltliche Übersicht zu jedem Videofile bietet.

Die bisher unter insider.ORF.at angebotenen Inhalte von Sport-on-demand (Video-on-demand-Highlights), die im Zusammenhang mit den Programmangeboten des ORF stehen (z.B. Zieleinläufe bei Skirennen), werden in die TVthek integriert. Dabei kann auch eigener Additional Content zu Sportsendungen, der für die Verwendung im Internet gedacht ist, und der Auseinandersetzung mit den Programmen des ORF dient, verwendet werden

Auf TVthek.ORF.at gibt es auch kommerzielle Kommunikation, d.h. neben Bannerwerbung auch Werbeformen vor, zwischen und nach On-Demand-Sendungen bzw -Sendungsteilen mit einer Dauer von bis zu 30 Sekunden. Bei Live-Streams kann, abgesehen vom Einsatz von Pre-Roll-Spots mit einer Dauer von bis zu 30 Sekunden, TV-Werbung durch Mid-Roll-Spots nur ersetzt werden. Es können auch am Ende eines Sendungs-Live-Streams Post-Roll Spots mit einer Dauer von bis zu 30 Sekunden zum Einsatz kommen. Kindersendungen ~~und~~, Sendungen im Rahmen von „ORF-TVthek-Archiv goes school“ bzw. entsprechende Subseiten [sowie Online-Kurznachrichtensendungen](#) werden nicht vermarktet.

2.2 Zielgruppe

Die ORF-TVthek bietet ein Spektrum von ORF-TV-Inhalten aus allen Programmfeldern und -genres an und richtet sich daher an die Gesamtheit der TV-Zuschauer bzw. der Nutzer multimedialer Inhalte über andere Plattformen.¹

[Die Online-Kurznachrichtensendungen zielen verstärkt auf ein jüngeres Publikum ab, das mit klassischen Fernsehnachrichten bzw. Informationssendungen oft nur schwierig zu erreichen ist. Das](#)

¹ Die statistische Auswertung von <http://TVthek.ORF.at> durch die ÖWA Plus (Österreichische Webanalyse) für das zweite Quartal 2010 bestätigt, dass die Userstruktur des Angebots im Wesentlichen der der österreichischen Onlinebevölkerung 14+ entspricht, und das Angebot von allen Zielgruppen genutzt wird.

Angebot trägt einem fundamentalen Wandel in der Mediennutzung Rechnung und soll auch einem jüngeren, „digitalen“ Publikum die nötigen Basisinformationen für den Diskurs zu gesellschaftlich relevanten Themen bereitstellen.

2.3 Zeitliche Gestaltung von TVthek.ORF.at

Die ORF-TVthek ist rund um die Uhr online verfügbar.

Die nach der TV-Ausstrahlung zum Abruf angebotenen Inhalte aus den aktuellen Fernsehprogrammen sind für einen Zeitraum von bis zu sieben Tagen nach der Fernseh-Ausstrahlung (7-Days-Catch-Up), Premium-Sportbewerbe (z.B. Herren-Profi-Fußballliga, europäische grenzüberschreitende Herren-Profi-Fußballligen und Cup-Bewerbe, Herren-Profi-Fußballwelt- und Europameisterschaften) für bis zu 24 Stunden nach der Fernseh-Ausstrahlung verfügbar.

Online-Kurznachrichtensendungen bleiben für einen Zeitraum von bis zu sieben Tagen nach der erstmaligen Online-Bereitstellung abrufbar.

Durch technische Mittel (automatisiertes Ablaufdatum in Übersichtsseiten/Sendungsseiten) wird sichergestellt, dass die beschriebenen zeitlichen Beschränkungen eingehalten werden; Beiträge bzw. Sendungen können zudem händisch aus Übersichtsseiten/Sendungsseiten entfernt werden.

Sendungsinhalte, die on Air nur auszugsweise gezeigt werden konnten und auf der ORF-TVthek sendungsbegleitend in einer ausführlicheren bzw. vollständigen Fassung bereitgestellt werden, können bis zu 30 Tage nach der TV-Ausstrahlung verfügbar bleiben. Dies gilt erstens auch für Sendereihen mit verbindendem inhaltlichem Zusammenhang (z.B. Sommergespräche, mehrteilige Menschen und Mächte-Dokumentationen oder ORF-Shows wie Dancing Stars), um Nutzern bis längstens 30 Tage nach Ausstrahlung des letzten Teils der Sendereihe die zum Verständnis notwendigen Inhalte aus vorangegangenen Folgen nachvollziehbar oder - bei ähnlichen Themenstellungen - vergleichbar zu machen. Zweitens sollen eigen-, ko- oder auftragsproduzierte Ausgaben von Sendereihen (ohne verbindenden inhaltlichen Zusammenhang), die regelmäßig – in einem sieben Tage überschreitenden Intervall - im ORF-Fernsehprogramm ausgestrahlt werden (z.B. "Ein Fall für Resetarits", "Am Schauplatz", "Schauplatz Gericht", einige Sendungen der österreichischen Volksgruppen) maximal 30 Tage online bereitgehalten werden oder entsprechend kürzer, wenn bereits die nächste Ausgabe der Reihe ausgestrahlt wurde (und damit diese online verfügbar ist).

Sendungsbegleitende Inhalte werden auf der ORF-TVthek im engen räumlichen Zusammenhang mit den begleiteten – und entsprechend gekennzeichneten – Inhalten angeboten. Die Inhalte entsprechen in ihrer Gestaltung nicht dem Online-Angebot von Zeitungen und Zeitschriften, zumal weder ein umfassendes Angebot von Artikeln, Berichten oder Kommentaren angeboten wird, sondern die ORF-TVthek darauf ausgerichtet ist, Bewegtbild-Material bereitzustellen.

Vorankündigungen von Sendungen werden in der Regel bis zu vier Wochen vor der Ausstrahlung bereitgestellt. In Ausnahmefällen erfolgen Vorankündigungen von Fernsehgroßereignissen, beispielsweise betreffend bedeutende Sportereignisse oder bei ORF-TV-Shows, bis zu sechs Wochen vor der Ausstrahlung.

Für Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten und die Archive des Bereichs Religion ist eine zeitlich unbefristete Bereitstellung zum Abruf vorgesehen.

Die Sendung von Livestreamings richtet sich nach der Ausstrahlung der ORF-TV-Programme.

2.4 Technische Nutzbarkeit sowie Zugang zu TVthek.ORF.at

Grundsätzlich ist die Nutzung über jeden Internetzugang frei, d.h. ohne Zugangsbarrieren wie Passwortsperrern möglich. Aus lizenzrechtlichen Gründen kann insbesondere eine geographische Beschränkung auf Österreich („Geo-Protection“) notwendig sein. Im Interesse der Nutzerfreundlichkeit und auf Wunsch von Nutzern sollen Personalisierungsfunktionen, die bestehende Inhalte nutzerindividuell abrufbar machen (z.B. gewünschte bzw. Reihung von Ressorts, Voreinstellungen betreffend nicht-bundesweit ausgestrahlte Sendungen), auch durch ein niederschwelliges Log-in (z.B. E-Mail und Passwort) geräteübergreifend angeboten werden. Die Verwendung für andere Zwecke (z.B. zur Adressierung von Werbung), die Erhebung von umfassenden Datenbeständen (z.B. Bewegungsprofile) oder eine Einschränkung des Angebots für Nutzer ohne Login ist ausgeschlossen.

Alle Sendungen werden mittels Streamingtechnologie zur Verfügung gestellt. Die verfügbaren Video-/Audio-Formate sind derzeit Windows-Media und H.264. Weitere Anpassungen von Formaten und Bandbreiten können im Zuge technischer Weiterentwicklungen erfolgen.

Die ORF-TVthek liefert über Streaming-Server ein reines Streaming-Format, mit dieser Technologie ist für die Nutzer kein Download bzw. keine Speicherung möglich. Im Fall von Podcasts kann eine Speicherung stattfinden.

Die digitalen Verbreitungsmöglichkeiten und die Vielfalt der multimediafähigen Endgeräte erweitern sich permanent, und dieser Prozess wird in den nächsten Jahren weiter an Dynamik zulegen. Es ist daher geplant, dass die ORF-TVthek an die nutzerfreundliche Darstellung auf unterschiedlichen Plattformen und Endgeräten angepasst werden kann, beispielsweise für die Browser-Nutzung bei geringerer Bandbreite oder kleinerer Bildschirmgröße (Video/Audio-Format bzw. Datenrate, Navigation), oder durch die technische Abrufbarkeit über Softwareprogramme für eine optimierte Darstellung bei mobiler Nutzung. Dies schließt auch die Verfügbarkeit der TVthek über Dienste in den Netzen von Kabelnetz-, Telekommunikations- oder Satellitenbetreibern mit ein, bei denen der Zugang zu den Inhalten über (offene oder) proprietäre bzw. geschützte Systeme erfolgt.

2.5 Besondere Qualitätskriterien von TVthek.ORF.at

Mit der ORF-TVthek erfüllt der ORF seinen gesetzlichen Auftrag, Eigen-/Auftrags- und Koproduktionen des ORF-Fernsehens auch online verfügbar zu machen, und bietet dem Publikum die Möglichkeit, TV-Inhalte nach individuellem Interesse auszuwählen und – im Rahmen der in Kapitel 2.3. beschriebenen zeitlichen Verfügbarkeit - zu einem selbst gewählten Zeitpunkt zu nutzen. Der ORF verfügt über ein Qualitätssicherungssystem, das der Sicherstellung der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages dient.

Auf der ORF-TVthek stehen den Nutzern darüber hinaus Zusatzservices zur Verfügung, welche das Auffinden und die Auswahl gewünschter Fernsehinhalte erleichtern: Jene Sendungen, die aus einzelnen Beiträgen bestehen, stehen nicht nur als Gesamtes, sondern auch gegliedert in einzelne Beiträge zur Verfügung. Somit kann schnell auf jenen Sendungsinhalt zugegriffen werden, der jeweils von besonderem Interesse ist. Die wichtigsten Sendungen bzw. Beiträge z.B. zu aktuellen relevanten Themen oder Großereignissen können zu Themenschwerpunkten zusammengefasst werden und bieten so die Möglichkeit, sich auf einen Blick über das verfügbare Angebot zum entsprechenden Schwerpunkt zu informieren. Auch die seit ihrem Beginn bestehende Suchfunktion (nach Sendung, Stichwort, Datum) macht es Nutzern möglich, auf der ORF-TVthek schnell alle gewünschten Sendungen und Beiträge zu finden.

Besonderes Qualitätsmerkmal der geplanten Online-Kurznachrichtensendungen ist deren Optimierung für ein jüngeres, „digitales“ Publikum. Zudem sind sie Untertitelt und können daher auch stumm ohne jeden Informationsverlust konsumiert werden. Ein besonderer Vorzug der Untertitelung ist die Barrierefreiheit. Vor allem für Gehörlose bieten die Kurznachrichtensendungen gegenüber herkömmlichen Nachrichtenformaten einen enormen Mehrwert. Darüber hinaus arbeiten die Online-Kurznachrichten mit Designelementen, die den Nutzungsgewohnheiten des Publikums besonders entgegenkommen, wie zB Countdowns, Ladebalken oder originalsprachige Interview-Ausschnitte und Originaltöne (die aber durch die deutschsprachige Untertitelung allgemein verständlich sind).

Die speziellen Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen werden bei der Gestaltung der ORF-TVthek berücksichtigt: Als begleitendes Zusatzservice zum eigentlichen Sendungsangebot stehen für einen barrierefreien Zugang im oder neben dem Playerfenster einblendbare Untertitel und Sendungen mit Gebärdensprache-Übersetzung (jeweils soweit vorhanden) bereit, der Anteil der barrierefrei zugänglichen Angebote soll schrittweise weiter erhöht werden. Audio-Deskriptionen (z.B. Sport-Live-Audiokommentare, Hörfilme) sind integriert. Außerdem sind, soweit verfügbar, Transkripte von Sendungen oder Einzelbeiträgen neben dem Playerfenster aufrufbar. Ferner ist die gesamte Seite mit allen Elementen in mehreren Stufen vergrößern, um so die Schriften leichter lesbar zu machen. Zudem werden zusätzliche Funktionen wie z.B. die Steuerung des Videoplayers über die angeschlossene Tastatur, Anpassungen der Transkripte für Vorlesegeräte, etc. implementiert.

On air nur auszugsweise gezeigte Inhalte z.B. von Interviews können, wie einleitend bereits erläutert, auf der ORF-TVthek als sendungsbegleitende Inhalte in einer ausführlicheren bzw. vollständigen Fassung bereitgestellt werden. Dieses Zusatzservice dient der Ergänzung und Vertiefung der Themen ausgestrahlter Sendungen. Das Videomaterial kann direkt neben dem Videofile der tatsächlich ausgestrahlten Sendung bzw. des jeweiligen Beitrags zum Abruf bereitgestellt werden, sodass die Nutzer bequemen Zugriff auf diese vertiefenden Elemente haben.

Die ORF-TVthek trägt, indem sie TV-Sendungen in Volksgruppensprachen zum Abruf bereitstellt, außerdem zur Erfüllung des gesetzlichen Auftrags bei, im Onlinebereich ein Angebot für Volksgruppen zur Verfügung zu stellen.

2.6 Komplementäre oder ausschließende Beziehungen von TVthek.ORF.at zu anderen Programmen oder Angeboten des Österreichischen Rundfunks

Die ORF-TVthek ist als ergänzendes Zusatzservice zu den Fernsehprogrammen des ORF konzipiert und bildet die Inhalte dieser Programme ab. Zwischen den Online-Kurznachrichtenformaten (wie zB „ZIB 100“) und den Fernseh-Nachrichtensendungen kann aufgrund der Nachrichtenlage ein enger inhaltlicher Konnex bestehen. Daraus leiten sich allfällige komplementäre oder ausschließende Beziehungen zu den Fernsehprogrammen des ORF ab.

Onlineangebote mit Programminformationen und sendungsbegleitenden Inhalten (z.B. tv.ORF.at inkl. Zusatzangebote/Sendungssites zu ORF-Fernsehsendungen, Seiten der ORF-Landesstudios, insider.ORF.at, volksgruppen.ORF.at) verweisen derzeit entweder mittels Link auf die entsprechenden Sendungsangebote der ORF-TVthek, oder stellen die jeweiligen Sendungen bzw. audio-visuelle sendungsbegleitende Elemente selbst zum Abruf bereit. Ferner werden diverse Livestreams derzeit noch nicht auf der ORF-TVthek, sondern auf anderen Onlineseiten des ORF zur Verfügung gestellt (vor allem Sport-Übertragungen auf sport.ORF.at). Geplant ist eine schrittweise

Bündelung aller nach TV-Ausstrahlung abrufbaren oder live gestreamten audio-visuellen Inhalte des ORF auf der ORF-TVthek.

Jene Elemente von TVthek.ORF.at, die sich zuvor in religion.ORF.at befunden haben – insbesondere Abrufangebote von TV-Religionssendungen sowie Religions-Medienarchive – verhalten sich komplementär zu religion.ORF.at. Auf religion.ORF.at werden nicht-lineare Audio- oder audiovisuelle Angebote, die auf TVthek.ORF.at bereitgestellt werden, verlinkt oder eingebettet.

2.7 Themen, Formate, Programmschienen von TVthek.ORF.at

Sendungen, Formate und Programmschienen des Angebots sind, wie im Kapitel 2.1. beschrieben, vom jeweils aktuellen Sendeschema bzw. den Sendungen, Formaten und Programmfeldern des ORF-Fernsehangebots vorgegeben bzw. leiten sich direkt daraus ab.

Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten werden darüber hinaus die in Kapitel 2.1. beschriebenen TV-Inhalte bereitstellen. Diese können je nach Thema ORF-Fernseharchiv-Materialien verschiedenster Formate wie beispielsweise Beiträge aus Sendungen und hierzu im Archiv vorhandenes sendungsbegleitendes Material, ganze Sendungen oder damalige Liveübertragungen, Sendereihen bzw. Serien umfassen, die zum jeweiligen Thema verfügbar sind. Die Übernahme aktueller Sendungen erfolgt nur dann, wenn sie eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Archiv-Thema ermöglicht bzw. den aktuellen Bezug oder eine verändernde Sichtweise zum zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalt herstellt.

2.8 Einhaltung der Vorgaben des ORF-G (insb. Vereinbarkeit mit dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag gem. § 4 ORF-G)

Die gemäß § 5a Abs 1 Z 8 ORF-G erforderlichen Ausführungen zur Einhaltung des ORF-Gesetzes, insbesondere zur Vereinbarkeit des Angebotes mit § 4, sind in erster Linie auf § 4e Abs 1 Z 4 und Abs 4 ORF-G zu beziehen, soweit es sich um Sendungen des Bereichs der Eigen-, Ko- und Auftragsproduktionen handelt. Für Sendungen der Kategorie Eigen-, Ko- und Auftragsproduktion hat der Gesetzgeber den hohen öffentlich-rechtlichen Mehrwert bereits in § 4e Abs 4 ORF-G vertypt, zumal kein vergleichbares - spezifisch österreichisch geprägtes - Angebot vorhanden ist, die Sendungen den besonderen Anforderungen der § 4 Abs 2 bis 6 und § 10 ORF-G Rechnung tragen und das Angebot eine Förderung der österreichischen Sprache und Kultur bewirkt.

Die inhaltliche Vervollständigung, die über den direkten Auftrag des § 4e ORF-G hinausgeht, und die technische und zeitliche Optimierung beseitigen in wichtigen Bereichen die Lückenhaftigkeit des Abrufdienstes und steigern den Servicecharakter des Angebotes beträchtlich. Durch die beschriebene Vervollständigung im Bereich von Dokumentationen, Reportagen, Kulturveranstaltungen sowie Kunst-, und Kulturproduktionen und Autorenfilmen österreichischer und europäischer Provenienz sorgt der ORF insbesondere für (im Folgenden: § 4 Abs 1 ORF-G) die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen (Z 1) und die Förderung der österreichischen Identität (Z 3), von Kunst, Kultur und Wissenschaft (Z 5) sowie der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion (Z 6) und vermittelt ein vielfältiges kulturelles Angebot (Z 8). Der qualitative Ausbau der Archive ist darüber hinaus auch ein Instrument der Bildung (Z 13).

Durch die Integration von Audio- oder audiovisuellen Angeboten sowie von sendungsbegleitenden Informationen und Hintergrundberichten, die bisher unter religion.ORF.at angeboten wurden, in die TVthek sollen die Inhalte besser auffindbar und über einen zentralen Zugangspunkt angeboten werden. Das Angebot dient damit in verstärkter Weise in erster Linie § 4 Abs 1 Z 12 ORF-G („die

angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgesellschaften“), erfüllt aber darüber hinaus auch Z 1 („die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen“), Z 5 („die Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft“), Z 7 („die Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots“), Z 11 („die angemessene Berücksichtigung der Anliegen der Familien und der Kinder sowie der Gleichberechtigung von Frauen und Männern“) und Z 19 („die angemessene Berücksichtigung und Förderung sozialer und humanitärer Aktivitäten, einschließlich der Bewusstseinsbildung zur Integration behinderter Menschen in der Gesellschaft und am Arbeitsmarkt“).

Die Indexierung ist durch Inhaltsverzeichnisse gewährleistet. Die Bereitstellung der audio-visuellen Inhalte erfolgt in Form von Streaming-Technologie und –Formaten ohne Speichermöglichkeit (ausgenommen Podcasts), die vorgegebenen Zeiträume für die Zurverfügungstellung der Inhalte (aktuelle Sendungen, Premium-Sportbewerbe, Vorankündigungen von Sendungen, Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten) werden – unbeschadet der unter Punkt 2.3. beschriebenen beschränkten Ausdehnung für Sendereihen - eingehalten.

Audiovisuelle Angebote und weitere Zusatzinhalte können auch als sendungsbegleitende Inhalte zur unterstützenden Erläuterung und Vertiefung der ausgestrahlten und auf der ORF-TVthek abrufbaren Sendungen bereitgestellt werden (§ 4e Abs 1 Z 3 und Abs 3 ORF-G). Ebenfalls wird die Online-Bereitstellung von Programmen, Sendungen und Sendungsteilen gleichzeitig mit der Ausstrahlung sowie um bis zu 24 Stunden zeitversetzt ohne Speichermöglichkeit ermöglicht (§ 3 Abs 4a ORF-G).

§ 5 Abs 2 ORF-G wird durch den bereits barrierefrei zugänglichen Teil des Online-Angebots sowie durch den Plan zum weiteren Ausbau des barrierefreien Zugangs im vorliegenden Online-Angebot berücksichtigt. Zudem werden zusätzliche Funktionen wie z.B. die Steuerung des Videoplayers über die angeschlossene Tastatur, Anpassungen der Transkripte für Vorlesegeräte, etc. implementiert.

Die Unverwechselbarkeit der ORF-TVthek als öffentlich-rechtliches Angebot des ORF (§ 4 Abs 3 ORF-G) ergibt sich insbesondere aus der Tatsache, dass die angebotenen audio-visuellen Inhalte entweder eigen-/auftrags- oder koproduziert sind oder für den Österreichischen Rundfunk identitätsstiftend wirken. Ausgewogenheit und Vielfältigkeit des Angebots (§ 4 Abs 2 und 3 ORF-G) werden durch das aus unterschiedlichen Programmfeldern bzw. –genres bestehende Sendungsspektrum gewährleistet und die Vervollständigung weiter gestärkt, wobei auch Volksgruppensendungen berücksichtigt werden (§ 4 Abs 5a ORF-G).

Gemäß § 4f Abs 2 Z 1 bis 28 ORF-G dürfen bestimmte Online-Angebote nicht im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags bereitgestellt werden. Keines dieser Angebote liegt hier vor. Das Angebot kann lediglich für die nutzerfreundliche Darstellung auf unterschiedlichen Endgeräten angepasst werden, ohne dabei jedoch unterschiedliche, plattform-exklusive Inhalte zur Verfügung zu stellen (kein inhaltliches Mehrangebot). Das Angebot wird daher nicht eigens für mobile Endgeräte gestaltet.

Demgemäß umfasst die Suchfunktion nur Inhalte der Webseite selbst (Sendungen, Stichworte oä) (§ 4f Abs 2 Z 17 ORF-G).

Das Online-Angebot soll im Sinne der Plattform- und Technologieneutralität an die nutzerfreundliche Darstellung auf unterschiedlichen Plattformen und Endgeräten (Smartphones, Tablets, TV-Geräte etc.) – entsprechend den technischen Möglichkeiten – angepasst werden (kein inhaltliches Mehrangebot). Ein eigens für mobile Endgeräte gestaltetes Angebot ist nicht geplant (§ 4f Abs 2 Z 28 ORF-G). Dies gilt entsprechend für Softwareprogramme, die nur zur Wahrnehmung des eigenen Angebots eingesetzt werden (§ 4f Abs 2 Z 12 ORF-G).

Das derzeitige und aus heutiger Sicht im Rahmen der inhaltlichen Erweiterungen geplante zukünftige Angebot der ORF-TVthek umfasst keine Sendungen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können (§ 10 Abs 12 und 13 ORF-G). Sollte die Bereitstellung einzelner solcher Sendungen geplant werden, wird durch eine entsprechende Programmierung gewährleistet werden, dass diese nur zu Zeiten abgerufen werden können, zu denen diese Sendungen von Minderjährigen üblicherweise nicht abgerufen werden. Dabei erfolgt im Rahmen der Übernahme der ausgestrahlten Sendung aus dem Fernsehen auch automatisch die Übernahme deren Kennzeichnung als nicht für Kinder oder als nur für Erwachsene geeignet in das angebotene Videofile.

Die Umsätze aus der ORF-TVthek Vermarktung werden in den Gesamt-Onlineumsatz von ORF.at eingerechnet. Die gesetzliche Beschränkung der Einnahmen wird beachtet.

Durch die Unzulässigkeit von Naturalrabatten wurde die Rabattierung für Online-Werbung auf Mengenstaffeln (Cash-Rabatte) umgestellt. Dies wird auch im Rahmen der Vermarktung für die TVthek gelten.

Die Preisgestaltung für Online-Werbung hat per 1.10. 2010 in Form eines bestimmten Geldbetrags pro Sichtkontakt (TKP) zu erfolgen. Die für die ORF-TVthek geplanten Werbeformen werden jeweils mit einem eigenen TKP ausgewiesen. Abrechnungsmodelle basierend auf messbaren Reaktionen oder Transaktionen mit dem Nutzer (Performance Marketing), werden weder im Zusammenhang mit der ORF-TVthek noch im restlichen ORF.at Netzwerk eingesetzt.

Es ist weder auf der ORF-TVthek noch im restlichen ORF.at Network der Einsatz von Behavioural Targeting Technologien geplant.

Die ORF-TVthek wird national vermarktet. Regionale Vermarktung wird nicht angeboten.

Sämtliche Formen, Leistungen, Preise, Rabatte und Skonti werden im Tarifwerk für kommerzielle Kommunikation festgelegt und veröffentlicht. Das Tarifwerk wird daher durch die neuen geplanten Vermarktungsangebote auf der ORF-TVthek ergänzt und dem Stiftungsrat zur Genehmigung vorgelegt werden.



Österreichischer Rundfunk

Angebotskonzept für das ORF-Angebot in Sozialen Medien

— ~~6. Juni 2015~~ 2. Juli 2019

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Angebotskonzept für das ORF-Angebot in Sozialen Medien	1
2.1	Inhaltskategorien	2
2.2	Zielgruppe	3
2.3	Zeitliche Gestaltung	3
2.4	Technische Nutzbarkeit sowie Zugang	3
2.5	Besondere Qualitätskriterien	4
2.6	Komplementäre oder ausschließende Beziehungen zu anderen Programmen oder Angeboten des Österreichischen Rundfunks	5
2.7	Themen, Formate, Programmschienen	5
2.8	Einhaltung der Vorgaben des ORF-G (insb. Vereinbarkeit mit dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag gem. § 4 ORF-G)	6

1 Einleitung

Der ORF hat das Phänomen „Soziale Medien“ bereits früh erkannt und ist auf diesen seit langem vertreten. Beispielsweise bestehen verschiedene ORF Seiten auf MySpace seit 2006, auf YouTube und Flickr seit 2007; auch die Nutzung von Twitter startete bereits 2007, Facebook folgte 2008. Dabei wurden und werden insbesondere auch (seit längerer Zeit bestehende) Profile zu ORF-Inhalten von Fans übernommen und weitergeführt.

Die Nutzung hat sich in ihrer Struktur und den Angebotselementen sowie hinsichtlich der kommerziellen Verwertung seit dieser Zeit im Wesentlichen nicht verändert. Unwesentliche Änderungen waren Folge neuer Funktionalitäten bei der Nutzung von bestehenden Angeboten in Sozialen Medien und neuen Sozialen Medien.

Beim Angebot des ORF in Sozialen Medien handelt es sich um ein Angebot, für das ein besonderer öffentlich-rechtlicher Auftrag besteht und das einen wirksamen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags (§ 4) leistet. Das Angebot besteht aus Text und Bild und enthält auch audiovisuelle und interaktive Elemente.

2 Angebotskonzept für das ORF-Angebot in Sozialen Medien

Das Angebot des ORF in Sozialen Medien dient zur Kommunikation, Interaktion und Information von Nutzer/innen und Service für Nutzer/innen (zwischen ORF und Nutzer/innen bzw zwischen Nutzer/innen). Es sollen nicht nur Einblicke in Sendungen, Formate und Redaktionen und deren Mitarbeiter/innen sondern auch in die Welt der Nutzer/innen gewährt werden und diese (bzw. z.B. ihre Meinungen oder Inhalte) eingebunden, informiert und der Austausch ermöglicht werden.

Zu diesem Zweck richtet der ORF in derzeit bestehenden (z.B. Facebook, Twitter, Instagram, Spotify, Storify, YouTube, Vimeo, Soundcloud, Audioboo etc.) und sich zukünftig entwickelnden Sozialen Medien insbesondere Seiten/Profile/Kanäle – etwa zum ORF selbst, seinen Programmen, Sendungen und Angeboten – ein und agiert mit diesen Seiten/Profilen/Kanälen in medientypischer Weise. Dabei nutzt der ORF Soziale Medien in ihrer typischen Form, d.h. der ORF trifft keine Sondervereinbarungen mit Sozialen Medien, um (ansonsten nicht angebotene) Zusatzfunktionen in Anspruch zu nehmen. Der ORF deaktiviert keine Funktionen, die das Wesen und die eigentliche Zweckbestimmung definieren. Der ORF nutzt – soweit möglich und dem Vorstehenden nicht widersprechend – keine Funktionen, die eine andere als die typische Nutzung erlauben sollen. Audiovisuelle Inhalte werden daher nicht für die archivmäßige Nutzung aufbereitet.¹

Sendungsbegleitende Inhalte werden über die ORF-Fernsehprogramme (ORF eins, ORF 2, ORF III – Kultur und Information, ORF Sport +) und Hörfunkprogramme (Ö1, Ö3, FM4 sowie neun bundeslandweit empfangbare Ö2-Programme), sowie zu den jeweils ausgestrahlten oder zukünftigen Fernseh- und Hörfunksendungen, verstärkt zu Eigen-, Ko- und Auftragsproduktionen, bereitgestellt und – soweit zweckmäßig und vorhanden - Links zum entsprechenden Online-

¹ Seiten auf Youtube sollen keine archivmäßige Zusammenstellung von ORF-Videos enthalten (d.h. es erfolgt keine Einrichtung einer Übersichtskategorie; demgegenüber müssen Videos als solche auf Youtube erhalten bleiben, damit eine Empfehlung von ORF-Inhalten durch Youtube stattfinden kann).

Die Einrichtung einer eigenen Video- oder Fotokategorie auf Facebook, unter der alle geposteten Videos oder Fotos gebündelt abgerufen angeboten werden, wäre vom ORF deaktiviert worden. Seit Kurzem wird diese Möglichkeit von Facebook nicht mehr angeboten.

Angebot (z.B. entsprechender Sendungen im Abrufdienst TVThek.ORF.at oder Informationen unter TV.ORF.at oder insider.ORF.at sowie oesterreich.ORF.at) gesetzt.

Dazu zählen etwa auch Informationen zu kommenden Programm- und Themenschwerpunkten des Fernsehens, Hörfunks und Internets sowie solchen in ORF-Sendungen und ORF-Online-Inhalten, zudem Produktionsberichte, Informationen zu Sendungsstarts oder Terminen, neuen Sendungsformaten, ORF-Moderator/innen und Mitarbeiter/innen, Quoten und Reichweiten, Programmankündigungen und andere Serviceinformationen sowie Kontaktmöglichkeiten oder Ticketinformationen.

Sendungsbegleitende Inhalte zu vom ORF eigen-, ko- oder auftragsproduzierten Sendungen sind dabei auch in Sozialen Medien in der Regel umfangreicher gestaltet als bei vom ORF zugekauften Sendungen und Sendereihen. Bei einer Reihe von Sendungen und Sendereihen des ORF besteht darüber hinaus ein überdurchschnittlich großes Interesse des Publikums an Kontakt, Interaktivität und zusätzlichem Material, das sonst keinen Platz findet.

Weiters stellt der ORF im ORF-Angebot in Sozialen Medien Elemente der Berichterstattung bzw. Hinweise darauf insbesondere im Zusammenhang mit aktuellen Themen bereit, die in Nachrichtensendungen oder politischen Magazinen des ORF behandelt werden. Durch Einträge soll das aktuelle Nachrichtengeschehen nicht vollständig abgebildet werden sondern besonders bedeutende oder interessante Meldungen (z.B. auch im Sinne von „Newsflashes“ oder „Breaking News“) abgegeben werden.

Der ORF will auch mit aktuellen Meldungen und Informationen zum Unternehmen, ORF-Veranstaltungen oder –Konzerte (etwa des Radiokulturhauses oder des Radiosymphonieorchesters o.ä.) und Informationen über rechtliche Rahmenbedingungen, seinen Organen und kaufmännischen Details informieren und mit Nutzer/innen in Beziehung treten.

Das veröffentlichte Material wird teilweise auch im entsprechenden Online-Angebot des ORF auf orf.at bereitgestellt. Inhalte können aber aufgrund der Natur von Sozialen Medien nur für diese geeignet und erstellt sein (z.B. kurze Videos, Audios, Hinweise auf Internet-Fundstücke, etc.), auch um zur Interaktion aufzumuntern. In Sozialen Medien können auch Sendungslisten oder Sendungsteile sowie Additional Content (z.B. Backstage-Material, etc.) veröffentlicht und Marketingaktionen angekündigt werden. Ein Abrufdienst von in ORF-Programmen ausgestrahlten (ganzen) Sendungen in Sozialen Medien wird nicht angestrebt.

Soweit das jeweilige Soziale Netzwerk kommerzielle Kommunikation beinhaltet, ist kommerzielle Kommunikation auch im Angebot des ORF in Sozialen Medien enthalten (z.B. Bannerwerbung, die von Facebook vermarktet wird und auf den jeweiligen Seiten ausgespielt wird). Der ORF lukriert aus der Bereitstellung seines Angebots keine Einnahmen. Unberührt davon sind Hinweise, die als Eigenwerbung einzuordnen sind, sowie die Durchführung von Gewinnspielen mit bereitgestellten Preisen.

2.1 Inhaltskategorien

Das ORF-Angebot in Sozialen Medien steht im Zusammenhang mit ORF-Fernseh- und Hörfunkprogrammen sowie Online-Angeboten und berührt insofern alle inhaltlichen Kategorien des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags (§ 4 ORF-G) so, wie er von den Fernseh- und Hörfunkprogrammen sowie dem Online-Angebot des ORF erfüllt wird.

Die Inhalte sind den Kategorien Information, Kultur, Sport und Unterhaltung - und dabei etwa dem Format Nachrichten, Magazin, Dokumentation, Kinder, Show, Serie oder Film - zugeordnet. Auch Inhalte von und die Interaktion mit Nutzer/innen sind Teil dieser Kategorien sowie Teil des Servicebereichs.

Ein Großteil der redaktionellen Inhalte wird innerhalb des Angebots in Sozialen Medien in geringerem Maß abgedeckt als in eigenständigen, vom ORF auch technisch betriebenen Angeboten. Vielmehr stehen beim ORF-Angebot in Sozialen Medien die Interaktion, Service und die Begleitung von und der Verweis auf sowie das Marketing für Sendungen, Programme oder andere Online-Angebote sowie der Rückkanal zu diesen im Mittelpunkt.

2.2 Zielgruppe

Das ORF-Angebot in Sozialen Medien und seine Teilangebote richten sich an alle Nutzer/innen der verwendeten Sozialen Medien-Plattform. Insbesondere Personen, die an Informationen über kommenden Sendungen, ihre Sendezeiten und -Inhalte und andererseits an Informationen über z.B. mitwirkende Personen, an inhaltlichen Zusammenfassungen und an begleitenden Hinweisen und Erklärungen zu Inhalten der Sendung und Programme und Angebote interessiert sind, dazu Kontakt zum ORF suchen oder sich sonst hierzu oder zum ORF austauschen oder interagieren möchten. Ein umgrenztes Zielpublikum im Sinne von Gruppen mit bestimmten demografischen Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Bildungsgrad oder Einkommensegment ist in Summe nicht angestrebt.

2.3 Zeitliche Gestaltung

Die Inhalte des ORF-Angebots in Sozialen Medien sollen durchgehend 24 Stunden an sieben Tagen in der Woche bereitgestellt werden. Soweit sie im Zusammenhang mit ORF-Fernseh- und Hörfunkprogrammen sowie Online-Angeboten stehen, gibt es einen zeitlichen Zusammenhang der Inhalte in Sozialen Medien mit der Veröffentlichung bzw. Ausstrahlung der Inhalte in ORF-Fernseh- und Hörfunkprogrammen sowie Online-Angeboten. Sie können auch in einem angemessenen Zeitraum davor angeboten werden.

Der ORF nutzt – soweit möglich und dem Vorstehenden nicht widersprechend (siehe oben 2.) – keine Funktionen, die eine andere als die typische Nutzung erlauben sollen. Audiovisuelle Inhalte werden daher nicht für die archivmäßige Nutzung aufbereitet. Für die Nutzung von typischen Funktionen (z.B. Timeline von Facebook) gilt, dass die derzeit bekannten Sozialen Medien keine technischen Mittel (automatisierte Beschränkungen) bereitstellen, mit denen eine Einschränkung der Behaltefristen möglich wäre. Die Inhalte des ORF-Angebots in Sozialen Medien werden entsprechend der typischen Nutzung bereitgestellt, was auch die dauerhafte Bereitstellung umfasst (z.B. Postings auf Facebook-Seiten oder Tweets auf Twitter), zumal mangels archivarischer Strukturierung auch keine atypische Nutzung von alten Einträgen erfolgt. Durch die erneute Bereitstellung älterer Elemente wird das System der Beschränkung der Bereitstellungsdauern im ORF-Online-Angebot nicht umgangen, wenn sie im unmittelbaren Zusammenhang mit aktuellen Elementen stehen.

2.4 Technische Nutzbarkeit sowie Zugang

Die technische Nutzbarkeit ist in der Regel durch Geräte gegeben, die einen Zugang (drahtlos oder drahtgebunden) zum Internet ermöglichen und in der Lage sind, Zwei-Wege-Kommunikationen auf der Basis verschiedener Internet-Protokolle durchzuführen. Die Inhalte werden durch eine Anwendungssoftware angefordert, verarbeitet und mittels Bildschirm und Tonausgabe wiedergegeben.

Zu den Geräten, die die obigen Anforderungen erfüllen, gehören heute PCs, PDAs (bzw Tablets), Mobiltelefone, Fernseher, Set-Top-Boxen oder etwa Spielkonsolen.

Im Gegensatz zu anderen Online-Angeboten des ORF betreibt der ORF für das ORF-Angebot in Soziale Medien keine vergleichbare technische Infrastruktur, sondern verwendet vor allem bestehende, von Dritten betriebene Plattformen. Das ORF-Angebot in Sozialen Medien ist in diesem Sinne ein inhaltliches und kein technisches Angebot. Die Zugangsmöglichkeit und Nutzbarkeit der Sozialen Medien und damit des ORF-Angebots in Sozialen Medien richtet sich nach den Möglichkeiten, die der jeweilige Plattform-Anbieter geschaffen hat, und kann vom ORF nur in diesem Umfang – d.h. idR gar nicht oder nur sehr beschränkt – mit den Einstellungs- und Administrationsoptionen beeinflusst werden. Die Plattformen und das ORF-Angebot in Sozialen Medien stehen grundsätzlich allen Nutzer/innen offen, nachdem diese sich einem Registrierungsprozess unterzogen und Nutzungsbedingungen des Plattform-Anbieters akzeptiert haben.

Unterschiedliche Plattformen bieten unterschiedliche Rahmenbedingungen, was ihre technische Nutzung betrifft. So können beispielsweise bei Instagram keine Textbeiträge ohne Foto gepostet werden, und bei Twitter gibt es eine Zeichenbeschränkung für einzelne Beiträge. Der ORF ist auch als Nutzer dieser Plattformen an die jeweiligen Rahmenbedingungen gebunden und muss sein Angebot daran anpassen.

Vereinzelt werden Plattformen automatisiert als reiner Vertriebskanal für Inhalte in anderen ORF-Onlineangeboten genutzt, indem zum Beispiel Beitragstitel mit dem dazugehörigen Link zum ORF.at-Angebot maschinell über eine Schnittstelle direkt aus dem Redaktionssystem heraus in die jeweilige Plattform eingespeist werden. Nutzer/innen der jeweiligen Plattformen können diese Beiträge abonnieren, vergleichbar mit einem RSS-Feed im klassischen Webangebot, und weiterverteilen.

Das Angebot kann für die nutzerfreundliche Darstellung auf unterschiedlichen Endgeräten in Design und Struktur (insbesondere auch durch Plattformbetreiber der Sozialen Medien) angepasst werden (z.B. mit kleineren/weniger Bildern für geringere Bandbreiten und kleinere Bildschirme), ohne dabei jedoch unterschiedliche, plattform-exklusive Inhalte zur Verfügung zu stellen.

Die technischen Formate der Inhalte und ihrer Übertragung werden der allgemeinen Weiterentwicklung und der Verbreitung beim Publikum angeglichen.

2.5 Besondere Qualitätskriterien

Der ORF ist durch das ORF-G ganz besonderen Qualitätskriterien verpflichtet. So geben vor allem die §§ 4 (Öffentlich-rechtlicher Kernauftrag) und 10 (Programmgrundsätze wie z.B. Verbot der Diskriminierung, journalistische Sorgfalt, etc.) umfassende Richtlinien für die Arbeit im und für den ORF vor. Sicherung der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, Berücksichtigung der Meinungsvielfalt und der Ausgewogenheit der Programme sowie der Unabhängigkeit von Personen und Organen fallen darunter, um nur einige zu nennen. Als besondere Qualitätskriterien der Inhalte gelten die Public-Value-Qualitätsdimensionen und Kategorien, wie sie im Qualitätssicherungssystem des ORF festgelegt und veröffentlicht werden.

Ein weiteres Qualitätskriterium und eine Säule des öffentlich-rechtlichen Mediums sind die strikte Trennung redaktioneller Arbeit und kommerzieller Kommunikation sowie die inhaltliche und quantitative Beschränkung der letzteren. In diesem Zusammenhang sind auch die Unabhängigkeit

von politischen und kommerziellen Interessen und das Redakteursstatut der ORF-Journalist/innen sowie der Verhaltenskodex für die journalistische Tätigkeit zu nennen.

Die Qualitätskriterien für Inhalte des ORF-Angebots in Sozialen Medien folgen denjenigen der begleiteten Programme und Sendungen sowie Online-Angebote. Insofern garantiert auch im Bereich Sozialer Medien die Angebotspalette und das Angebotsprofil qualitativ hochwertige Inhalte, die den bestehenden öffentlich-rechtlichen Qualitätskriterien entsprechen.

Nutzer/innen werden auf die vorherrschende Etikette in dem jeweiligen sozialen Medium hingewiesen. Widerspricht ein Posting einem dieser Punkte oder enthält sonstige illegale Inhalte (die insbesondere gegen Strafrecht oder die guten Sitten verstoßen, beleidigend, beschimpfend, angreifend, menschenverachtend, diskriminierend, rassistisch oder pornografisch sind, oder Rechte Dritter wie Persönlichkeitsrechte oder Urheberrechte verletzen), werden diese – sofern das vom jeweiligen Medium unterstützt wird – vom öffentlichen einsehbaren Bereich entfernt.

2.6 Komplementäre oder ausschließende Beziehungen zu anderen Programmen oder Angeboten des Österreichischen Rundfunks

Das ORF-Angebot in Sozialen Medien steht in einem direkten Zusammenhang mit dem ORF und seinem Publikum sowie mit der Veranstaltung von ORF-Fernsehprogrammen (ORF eins, ORF 2, ORF III – Kultur und Information, ORF Sport +) und Hörfunkprogrammen (Ö1, Ö3, FM4 sowie neun bundeslandweit empfangbare Ö2-Programme), sowie den ORF-Online-Angeboten.

Einzelne Teilangebote des ORF-Angebots in Sozialen Medien stehen in einer komplementären Beziehung zu den Programmen, Sendungen und Angeboten, die sie begleiten. Oft werden einzelne Elemente aus den jeweiligen Programmen, Sendungen und Angeboten im sozialen Netzwerk kurz angerissen, beispielsweise mit einem Teasertext, Bild oder kurzen Video; ein Hyperlink führt die Nutzer/innen zur „Vollversion“ des Inhalts auf anderen ORF-Angeboten.

Inhalte können aufgrund der Natur von Sozialen Medien nur für diese geeignet und erstellt sein (z.B. Handyvideos, Hinweise auf Internet-Fundstücke, etc.), auch um zur Interaktion aufzumuntern. Zudem stellt das ORF-Angebot in Sozialen Medien einen Rückkanal für Nutzer/innen dar, um sich zu den jeweiligen Inhalten zu äußern. In diesem Sinne steht das ORF-Angebot in Sozialen Medien auch in einem komplementären Verhältnis zu Online-Angeboten des ORF (wie debatte.ORF.at), in denen ebenfalls die Möglichkeit von Userkommentaren besteht.

Sofern audiovisuelle Inhalte nach den geltenden Angebotskonzepten ausschließlich für eine Online-Bereitstellung produziert werden („online-only“, zB Online-Kurznachrichtensendungen), kann eine Bereitstellung dieser Inhalte auch in den sozialen Netzwerken erfolgen.

In ORF-Online-Angeboten können ausgewählte Inhalte aus dem ORF Angebot in Sozialen Medien genutzt werden. Beispiele dafür sind etwa redaktionell gestaltete „Social Walls“ mit kuratierten Zitaten zu einem bestimmten Thema oder die Einbindung (Embedding) einzelner Postings von Nutzern im Umfeld von redaktionell gestalteten Beiträgen.

2.7 Themen, Formate, Programmschienen

Für die im Angebot des ORF auf Sozialen Medien behandelten Themen siehe Punkt 2.

Das grundlegende Format der einzelnen Beiträge und Inhalte wird durch die multimedialen Möglichkeiten des World Wide Web bzw. des jeweiligen Sozialen Mediums bestimmt. Die einzelnen Beiträge können aus Text, Bild und Bildergalerien, Infografiken, Audio-Beiträgen und

AV-Beiträgen, ergänzenden interaktiven Elementen und Links (zu anderen Beiträgen innerhalb des Angebots des ORF in Sozialen Medien, Beiträgen und Startseiten von anderen Online-Angeboten des ORF und zu anderen Seiten und Angeboten im Internet) bestehen.

Die multimediale Gestaltung wird nach Verfügbarkeit und journalistisch-redaktionellen Kriterien von der Redaktion vorgenommen.

Nach Maßgabe der Ressourcen werden mehr sendebegleitende Inhalte in verbundenen Teilangeboten mit Hintergrundbeiträgen, einzelnen Beiträgen aus der Sendung oder dem Programm, Kontaktmöglichkeiten, Podcasts und anderen ergänzenden interaktiven Elementen (z.B. Votings) zur Verfügung gestellt.

2.8 Einhaltung der Vorgaben des ORF-G (insb. Vereinbarkeit mit dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag gem. § 4 ORF-G)

Das ORF-Angebot in Sozialen Medien ist eine Schnittstelle des ORF zu seinem Publikum und unterstützt die Erfüllung des gesamten öffentlich-rechtlichen Kernauftrags des ORF-G, wie er auch von den Programmen und Online-Angeboten des ORF umgesetzt wird. Wie der Verfassungsgerichtshof (VfGH 27. 6. 2013, G 34/2013; VfGH 6. 3. 2014, B 1035/2013) deutlich gemacht hat, dient der Auftritt des ORF in Sozialen Medien der Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung und ist aus verfassungsrechtlichen Gründen geradezu geboten.

Im Rahmen von Inhalten, die auch unter § 4e ORF-G fallen, besteht ein besonderer Auftrag. Zu nennen sind der Auftrag zur Bereitstellung unternehmensbezogener, berichterstattender oder sendungsbegleitender Informationen bzw. Bereitstellung von Sendungen oder Sendungsteilen iSd § 4e Abs 1 bis 4 ORF-G, mit dem – auch im Wege der unterstützenden Begleitung der Inhalte – dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag gedient wird.

Das Marketing für Inhalte dient dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag insofern, als der ORF seine Programme und sonstigen öffentlich-rechtlichen Angebote an das Publikum „heranbringen“ muss. Dies wäre nicht möglich, wenn sich der ORF nicht auch darum bemüht, dass seine Programme empfangen, Sendungen mit Publikum besucht und die Qualität der Programme beworben werden. Auch der ORF selbst muss als der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter in Österreich identifizierbar gemacht werden (vgl. diesbezüglich auch das Angebotskonzept für Kundendienst und Themenschwerpunkte).

Im Rahmen der Sendungsbegleitung wird kein eigenständiges, von der konkreten Sendung losgelöstes Angebot bereitgestellt; dieses entspricht auch nicht nach Gesamtgestaltung und Inhalt dem online-Angebot von Zeitungen oder Zeitschriften.

Es werden keine Elemente angeboten, die der Verbotsliste des § 4f Abs 2 ORF-G unterliegen:

Links und Verweise werden entsprechend § 4f Abs 2 Z 24 ORF-G ausschließlich redaktionell gesetzt und dienen der „Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung eines Eigeninhalts“. Diese Links führen nicht unmittelbar zu Kaufaufforderungen. Links im Rahmen der kommerziellen Kommunikation bleiben unberührt.

Das Online-Angebot soll im Sinne der Plattform- und Technologieneutralität an die nutzerfreundliche Darstellung auf unterschiedlichen Plattformen und Endgeräten (Smartphones, Tablets, TV-Geräte etc.) – entsprechend den technischen Möglichkeiten– angepasst werden (kein

inhaltliches Mehrangebot). Dies gilt entsprechend für Softwareprogramme, die nur zur Wahrnehmung des eigenen Angebots eingesetzt werden (§ 4f Abs 2 Z 12 ORF-G).

Der ORF bietet mit dem ORF-Angebot in Sozialen Medien auch kein „soziales Netzwerk“ iSd § 4f Abs 2 Z 25 ORF-G an (VfGH 27. 6. 2013, G 34/2013). Auch das Verbot von Foren, Chats und sonstigen Angeboten zur Veröffentlichung von Inhalten durch Nutzer/innen ist nicht einschlägig (VfGH 6. 3. 2014, B 1035/2013), weil § 4f Abs 2 Z 25 ORF-G - gleichsam als lex specialis zu § 4f Abs 2 Z 23 ORF-G - die Beteiligung des ORF an sozialen Netzwerken, sei es durch die Bereitstellung einer Unternehmensseite (durch den ORF selbst oder durch die Ausübung von Administratorrechten auf von Dritten erstellten Seiten), sei es durch die Präsenz einzelner Beiträge auf privaten Profilen, sei es auf einer sogenannten generierten Suchergebnis-Seite - zulassen.

Anhang: Beispiele für das ORF-Angebot in Sozialen Medien

Facebook

Unternehmen: ORF, ORF RadioKulturhaus, RSO Wien, ORF Lange Nacht der Museen, Mutter Erde braucht dich, 147 - Rat auf Draht, ORF Shop

Programme: ORF III – Kultur und Information, Ö3, FM4, Ö1, Radio Wien, Radio Vorarlberg, Radio Niederösterreich, Radio Vorarlberg

Sendungen/Inhalte: Im Zentrum, Zeit im Bild, Universum, Bürgerforum, Die große Chance, heute konkret, Musikantenstadl, Willkommen Österreich, Dancing Stars, CopStories, kultur.Montag, Orientierung, Newton, Janus, Report, ORF Serien, heute leben, Kärnten heute, ORF Wahlfahrt Europa, Was gibt es Neues?, Licht ins Dunkel, Wir sind Kaiser, Österreich singt, Heute in Österreich, Weltjournal, dok.film, Sommergespräche, Eco, Thema, Building Bridges, Bürgeranwalt, FM4 La boum de luxe, FM4 unlimited, Top FM4, FM4 DaviDecks, Radio Kärnten Morgenshow, Radio Kärnten Eishockeymagazin

Twitter

Unternehmen: ORF, Mutter Erde braucht dich, Ö1 Club

Programme: ORF III – Kultur und Information, Ö1, ORF Burgenland

Sendungen/Inhalte: Ö1 Journale, Ö3 Newsflash, ORF Breaking News, ORF-TVthek, imZentrum, ORF Report, ORF Ski Alpin, ORF Die große Chance, Ö3 Hitservice, Ö3 Sport, FM4 Stories, Radio FM4, Willkommen Österreich, Was gibt es Neues?, Sommergespräche, ESC Building Bridges, Ö3 Insider, Newton_ORF eins, Ö1 Radiokolleg, Ö1 Open Innovation, Ö1-Digital.leben, Ö1 Radiokolleg, Ö3 Wecker, FM4 Trackservice

Sonstige

Instagram: Ö3, ESC, Ö1 Instagram, Ö1 Spielräume Instagram, FM4

Youtube: Ö1 Youtube, Ö1 Youtube, FM4, Hitradio Ö3

Vimeo: Ö1 Vimeo, Hitradio Ö3

Storify: Ö1 Journale, FM4

Spotify: Ö3 Hitradio, Ö3 Austria Top 40, OE3Callboy, Radio FM4, Radio Ö1

Google+: radio FM4

Flickr, Pinterest, Vine, Soundcloud, Audioboo, Deezer: Radio FM4

MySpace: radio FM4, FM4 laboum de luxe, FM4 unlimited