

Das Qualitätssicherungssystem des ORF im Jahr 2018
Gutachten zur Bewertung der Gesamtleistung

Prof. Dr. h.c. Markus Schächter

Mai / Juni 2019

Inhalt

1.	Management Summary.....	3
2.	Vorbemerkung	4
3.	Der gesellschaftliche und medienpolitische Kontext des Jahres 2018	6
	3.1 Der ORF-Jahresbericht	6
	3.2 ORF-Repräsentativbefragung	6
	3.3 Programmstrukturanalyse	7
	3.4 Public-Value-Bericht.....	7
	3.5 ORF-Qualitätsprofile	8
	3.6 Publikums- und Experten-/Expertinnengespräche	8
	3.7 ORF-Jahresstudien	8
4.	Die Jahresstudien 2018: Selbstvergewisserung in Grundsatzfragen von heute und Standortbestimmung für den Sender in der Zukunft	10
	4.1 ORF-Publikumsratsstudie 2018: Vertrauen in die ORF-Information.....	10
	4.2 Auf der Suche nach dem medialen Standort des ORF in der vernetzten Welt: die Public-Value-Jahresstudie 2018 „Allianzen, Kooperationen, Plattformen“	12
5.	Tiefenbohrung im ORF-Qualitätsprofil: Die Evaluation der TV-Information.....	16
6.	Der ORF-Jahresbericht 2018: Rechenschaftsbericht zu den gesetzlichen Vorgaben	18
	6.1 Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags: ORF-Fernsehen	18
	6.1.1 ORF eins und ORF 2	18
	6.1.2 ORF III Kultur und Information	25
	6.1.3 ORF SPORT +	26
	6.1.4 ORF 2 Europe (ORF 2E).....	26
	6.1.5 TV-Kooperationen mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	27
	6.2 Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags: ORF-Radio	28
	6.2.1 Österreich 1	30
	6.2.2 Hitradio Ö3.....	31
	6.2.3 FM 4.....	32
	6.2.4 ORF-Regionalradios	32
	6.3 ORF TELETEXT	32
	6.4 Das Internet (ORF.at).....	33
	6.5 Besondere Detailanforderungen des Gesetzgebers an das Programm-Gesamtangebot	35
	6.5.1 Angebot anspruchsvoller Sendungen in den Hauptabendprogrammen des ORF-Fernsehens	35
	6.5.2 Anteil europäischer Werke an ORF-Radioprogrammen und ORF-Abrufdiensten	37
	6.5.3 Vielfalt im Programm des ORF-Fernsehens.....	37
7.	Publikumsgespräche.....	38
	7.1 Publikumsgespräche Information.....	38
	7.1.1 ORF-Fernsehen	38
	7.1.2 ORF-Radio.....	39
	7.1.3 ORF-Internet	39
	7.1.4 ORF TELETEXT	39
	7.2 Publikumsgespräch Unterhaltung	39
	7.2.1 ORF-Fernsehen	40
	7.2.2 ORF-Radio.....	40
	7.2.3 ORF-Internet	40
	7.2.4 ORF TELETEXT	40
	7.3 Publikumsgespräch Sport	40
	7.3.1 ORF-Fernsehen	41
	7.3.2 ORF-Radio.....	41
	7.3.3 ORF-Internet	41
	7.3.4 ORF TELETEXT	41
8.	Experten-/Expertinnengespräch Kultur/Religion	43
9.	Public-Value-Bericht	45
10.	Fazit.....	46

1. Management Summary

Das Gutachten „Das Qualitätssicherungssystem des ORF zur Bewertung der Gesamtleistung“ hat zu beschreiben, inwieweit der ORF in Kenntnis und Prüfung der erhobenen Daten, der Darstellung der Expertinnen und Experten, der diversen Voten der Zuschauerinnen und Zuschauer und nicht zuletzt aufgrund seiner eigenen, kritischen Selbstvergewisserung in der Lage war, den Ansprüchen des Gesetzes gerecht zu werden. Die Gewährleistung eines vielfältigen Gesamtprogramms und einer sinnvollen Gewichtung von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport ist der Kern dessen, was das ORF-Gesetz unter der Überschrift „Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags“ vom ORF verlangt. Qualität wird – das zeigt das Ergebnis von gemeinsamen Überlegungen und klaren normativen Vorgaben – als ein Bündel von Leistungen verstanden, mit denen so unterschiedliche Dimensionen des medialen Prozesses wie Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Föderalismus, Kultur und Unterhaltung, Verantwortung und Identitätsstiftung, Innovation und Kompetenz, Zukunft und Verantwortung zusammengefasst werden. Die grundsätzliche Frage, die das Gesetz an den ORF richtet, heißt: Wird das Gesamtprogramm in seiner Vielfalt und der Relevanz seiner Inhalte den Vorgaben der Gesetze und seinem eigenen Anspruch zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags und dem vielfältigen Interesse seines Publikums gerecht?

Nach ausführlicher Prüfung der empirischen, analytischen, diskursiven und konzeptionellen Darlegungen von Seiten des Hauses ist grundsätzlich festzuhalten: **Der ORF hat im Geschäftsjahr 2018 die Vorgaben des vom ORF-Gesetz geforderten Qualitätsmanagements erfüllt. Er hat in umfangreichen Studien und in den Diskussionen um die empirischen Ergebnisse die Vorgaben der Gremien und die selbstgesetzten Überlegungen zur Qualität erfüllt.**

Der ORF hat im Jahre 2018 den Kriterienkatalog für die Qualität des Unternehmens abgearbeitet und darlegen können, dass er den Anforderungen gerecht geworden ist.

Das Gutachten ist insoweit eine Bestätigung, dass der ORF in einem gesetzeskonformen Verfahren die qualitativen und quantitativen Vorgaben des Gesetzes zur Qualitätssicherung umgesetzt hat.

Darüber hinaus ist dem ORF zu bescheinigen, dass die Aufgabe der Qualitätssicherung als eine Arbeit und inhaltliche Beschäftigung angesehen wird, die im Eigeninteresse des ORF zusätzlich mit methodischen Innovationen und plausiblen Weiterführungen des bisherigen Vorgehens implementiert wird.

2. Vorbemerkung

Am Ende des vergangenen Jahrzehnts, in den Jahren 2008 und folgende, als man die Bedingungen des ORF-Gesetzes diskutiert hat, ging man guten Gewissens davon aus, dass der ORF – wie überhaupt international der öffentlich-rechtliche Rundfunk – als bedeutender Faktor der Medienordnung seine herausragende Rolle im Hinblick auf die Struktur, Verfasstheit und Konsonanz der gesellschaftlichen Stimmen und Stimmungen behalten wird. Er hat schließlich auch in einem kommerzialisierten Medienmarkt seine Informations-, Bildungs-, Orientierungs- und Integrationsfunktion nachdrücklich behaupten können, auch wenn die ersten Jahre der dualen Konkurrenz europaweit Anlass für Irritationen und Grundsatzfragen gaben. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist für sehr viele Menschen die erste Anlaufadresse geblieben, wenn es darum ging, medial vermittelte Kommunikativbedürfnisse zu stillen. Das öffentlich-rechtliche System hat sich in den langen Jahren des zugespitzten Wettbewerbs mit den neu im Markt entstehenden Konkurrenten weiter als Leitmedium profilieren können. Ein Leitmedium ist, wie Alexander Kluge sachlich definiert, „das Medium und diejenige Publikationsform, die von einer überwiegenden Zahl der Nutzer ausgewählt wird, wenn ein Ernstfall eintritt“. Akzeptanz und Relevanz sind weitgehend stabile Faktoren, die den überragenden Wert des Mediums nach wie vor prägen.

Nun scheint aber Ende unseres jetzigen Jahrzehnts mit dem Hinzutreten von Konkurrenten einer ganz neuen Art, die in Folge von Globalisierung und der weltweiten Digitalisierung bisherige Mediensysteme grundstürzend bedrohen, die alte Medienordnung aus den Fugen zu geraten. Mit einer sogenannten „Plattform-Ökonomie“ ist ein neuartiges Medien-Geschäftsmodell entstanden. Im Kern bedeutet diese „Plattform-Ökonomie“ die systemische Vernetzung von Hardware- und Software-Produkten und monetarisierbaren Daten und Services in einem Wertschöpfungsnetzwerk. Die großen Fünf der Plattform-Ökonomie – Amazon, Apple, Facebook, Google, Microsoft – sind Monopolisten. Der Wettbewerb in der Plattform-Ökonomie, die Netzwerkeffekte führen zu einem sich selbst verstärkenden Wachstumsprozess einzelner Plattformen. Die Monopolstellung der großen Plattformanbieter erlaubt es – durchaus in rechtlicher Grauzone – die häufig unzureichend sichergestellte Privatsphäre ihrer Nutzer/innen für die Datengenerierung zu verletzen. Das Ergebnis ist eine klassische Disruption des bisherigen Medienmarktes mit dramatischen Folgewirkungen im Bereich von Information, Kommunikation und Unterhaltung.

Eine solche Zuspitzung der Medienökonomie war nicht voraussehbar. Die Frage, die sich jetzt stellt, ist, inwieweit ein in einem „analogen Rahmen“ konzipiertes Strukturfeld eines Qualitätssicherungssystems auch im Jahr 2018 so griffig bleiben kann, dass es die Grundzüge einer täglich sich verändernden Medienlandschaft ausloten und im Sinn einer normativen Vorgabe einordnen kann. Schon in der damaligen Diskussion um das Gesetz blieb die Frage offen, inwieweit dieses Gesetz die noch unbekannte und in ihrer Dimension grenzenlose Dynamik antizipieren kann. In meinem letztjährigen Gutachten zur Qualitätssicherung des ORF habe ich im Zusammenhang mit dem ausführlichen Qualitätsprofil für Internet und Teletext vorsichtig die These zu belegen versucht, dass die methodische Herangehensweise des Gesetzes wohl auch Fragen in der digitalen Welt wie Substanz, Profil, Vielfalt, aber auch Akzeptanz und Resonanz im Publikum inhaltlich trennscharf und technisch punktgenau beurteilen kann. In den unterschiedlichen Annäherungen der Qualitätsprofilbeschreibung 2018 zeigt sich jetzt, dass die 18 Qualitätsmerkmale, die im ORF als die Fixpunkte einer vielseitigen Qualitätsbetrachtung angesehen werden können, auch für die Internetwelt implementierbar erscheinen. Mit der

Akzentuierung von Werten wie Vertrauen und Orientierung, Verantwortung und Vielfalt, Integration und Österreichbezug in ihrer offenen Formulierung bleiben wichtige Fragen nach der Qualität des ORF im Internet, wie sie Kriterien für die Qualität der „alten Welt“ sind.

Die Fakten- und Werteerhebungen aus den Untersuchungen für das Jahr 2018 machten deutlich, dass bei aller Disruption durch die Plattform-Ökonomie der großen Wettbewerber mit den mächtigen Budgets sich so etwas wie eine Parallelität abzeichnet. Neben der rasant zunehmenden Nutzung des Netzes in seinen unterschiedlichsten Facetten und Innovationen bleibt die traditionelle Nutzung der „alten Welt“ eine beträchtliche Konstante. Die frühen und lauten Todesanzeigen für die klassischen Leitmedien wie Fernsehen und Radio sind längst zurückgenommen zugunsten der Feststellung eines erstaunlichen „Stehvermögens“. Das Wissen, dass es noch viele Jahre analoges Bewegtbild in altbekannten Strukturen und neuen Ausspielwegen gibt, wird fundierter. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Demografie die Welten immer stärker schneidet. Das Internet ist das Medium für die Digital Natives. (Die Internetnutzung ist die erste „kulturelle“ Tätigkeit, bei der die jüngeren Nutzer die Lehrmeister für die älteren sind). Aber eine Mehrheit bleibt noch dem „gelernten“, den Alltag strukturierenden Mehrwert der „alten“ Leitmedien treu.

Das bedeutet für ein Gutachten, das Auskunft geben soll über die Qualitätssicherung eines Unternehmens, nachzufragen, ob einerseits die klassischen Kriterien von Qualität und Profil beachtet und umgesetzt wurden. Und ob die Frage einer zukünftigen Qualität im Internet, ob die konkrete Antizipation einer Entwicklung des Unternehmens für die Sicherung als Leitmedium auch in einer künftigen Zeit im Fokus der Arbeit steht.

Auf die letztere Anmerkung ist zurückzukommen. Gesucht ist die Qualität des ORF, heute schon die Frage zu stellen nach der Bedingung der Möglichkeit, auch in Zukunft seine wichtige Rolle in einer weiter vernetzten Welt spielen und übernehmen zu können. Die Antizipation einer nahen Zukunft, die nach aller Erfahrung der letzten Jahre schneller einbricht als in der früheren Entwicklung der Medien denkbar schien, gehört heute zum entscheidenden Leistungskatalog für die Qualität eines Unternehmens, das um seine Rolle, seine Bedeutung und seinen Auftrag weiß. Der kluge, breit vorgetragene und mit internationaler Expertise ausgeführte Diskurs über die Optionen der Zukunft des Unternehmens wird so zum Nachweis eines gelingenden Qualitätsmanagements von heute.

Ein solcher Blick auf morgen ist zwingend, um sich in der Gegenwart bescheinigen zu lassen, dass die wichtigen Hausaufgaben des Unternehmens erfüllt sind. Ich will deshalb in der Modifikation bisheriger Gliederungen dieser gutachterlichen Auflistung der Aktivitäten, wie sie das Gesetz vorschreibt, zu Beginn meiner Ausführungen dem Teil des Qualitätssicherungsmanagements nachgehen, das diese Fragen der Zukunft stellt und Pflöcke für die Realisierung einer sinnvollen und das Unternehmen absichernden Zukunftsgestaltung einschlägt.

3. Der gesellschaftliche und medienpolitische Kontext des Jahres 2018

Der ORF ist mit relativ stabilen Marktanteilen Marktführer in TV, Radio und unter den österreichischen Onlineanbietern. In den Ereignissen des Jahres 2018 – die News-Agenda war u. a. geprägt von dem Militärschlag gegen Syrien, dem Staatsbesuch Wladimir Putins in Österreich, dem Gipfeltreffen in Singapur zwischen dem nordkoreanischen Staatsführer Kim Jong-un und US-Präsident Donald Trump, den Landtagswahlen in Niederösterreich, Tirol, Kärnten und Salzburg sowie der österreichischen EU-Ratspräsidentschaft – hat sich der ORF wie in den Jahren zuvor als wichtigstes Informationsmedium der Österreicher/innen und als Marktführer in allen elektronischen Medienbereichen erwiesen. Darüber hinaus kann der ORF „seine starke Position als Qualitätsführer in den Bereichen Kultur, Unterhaltung und Service sowie Sport behaupten“. Mit seinen heimischen Filmproduktionen wie „Stadtkomödien“ und „Landkrimis“ hat er seine Rolle als Anbieter von spezifischen Produkten für das österreichische Publikum und als bedeutendster Inhalte-Lieferant ausgebaut. Dazu wurde 2018 die Entwicklung des ORF-PLAYERS gestartet, der die ORF-Angebote in Fernsehen, Radio und Online für die vor allem bei dem jungen Publikum immer wichtiger werdende Streaming-Nutzung bündeln kann und damit einer der zentralen Stützpfeiler der ORF-Digitalisierungsstrategie ist.

§ 4a ORF-Gesetz schreibt ein Qualitätssicherungssystem vor, das die Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter/innen sowie die Eigenverantwortlichkeit der Direktorinnen/Direktoren hervorhebt und andererseits genauere Vorgaben für ein Qualitätsmonitoring definiert. Diese Vorgaben sind quasi der Instrumentenkasten für das Gutachten zur Qualitätssicherung. Sie definieren die Reichweite, Profil und Substanz der Befunde.

3.1 Der ORF-Jahresbericht

Der Bericht bezieht sich auf den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2018. Er hat zu untersuchen, inwieweit die Aufträge nach den §§ 3 bis 5 ORF-Gesetz im Hinblick auf den Versorgungsauftrag, auf den öffentlich-rechtlichen Kernauftrag und andere besondere Aufträge sowie die Durchführung der Bestimmungen der §§ 11 und 12 ORF-Gesetz erfüllt wurden.

3.2 ORF-Repräsentativbefragung

Bei der Bemessung der Qualität des Programms wird auch und mit großem Nachdruck auf die Zufriedenheit des Publikums mit dem ORF und seinen Programm- und Inhaltsangeboten eingegangen. Das Instrument der Ermittlungen dieser Zufriedenheit ist die Repräsentativ-Befragung. Bei ihr werden jährlich rund 1.000 Personen ab 15 Jahren persönlich befragt. Dabei wird die Ausprägung des grundsätzlichen Interesses an Information, Unterhaltung, Kultur und Sport jeweils im Fernsehen, Radio, Teletext und Internet sowie die Gesamtzufriedenheit mit dem ORF-Angebot in diesen Programmbereichen erhoben. Die Repräsentativ-Befragung ist quasi ein „Klassiker“ des ORF. Kaum ein Sender kann über eine so lange Tradition der Befragung eines repräsentativen Publikums mit den immer gleichen Fragen (und damit einer großen Vergleichbarkeit über eine große Zeitstrecke hinweg) verfügen. Die Publikumsbefragung 2018 wurde von 8. Mai bis 13. Juni durchgeführt.

3.3 Programmstrukturanalyse

Zur wichtigsten Grundlage eines qualitativen Programmangebotes gehört die Vielfalt der unterschiedlichen Programmofferten. Zur Sicherstellung der Ausgewogenheit des Inhaltsangebots wird für das Fernseh- und das Radioprogramm nach den Vorgaben von § 4a ORF-Gesetz jeweils eine Programmstrukturanalyse durchgeführt, die diese Diversität des Programms detailliert untersucht.

Grundlage für die Auswertung des Fernsehsendevolumens war bis 2012 eine Codierung nach Fernsehsendungskategorien der Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT), auf deren Basis eine Auswertung aller Sendungen eines Jahres (Totalerhebung) erfolgte. 2013 beauftragte der ORF auf der Grundlage der Entscheidung des BKS vom 18. April 2013, in der eine vom bisherigen Zuordnungsschema im ORF-Jahresbericht abweichende Kategorisierung und ein alternativer Kulturbegriff verwendet werden, die Universität Wien mit einer entsprechenden Zuordnung der Sendungen/Sendungsteile der Programme ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information und ORF SPORT +. Diese Vorgehensweise wird auch jetzt im Jahr 2018 benutzt. Das Zuordnungsschema nach sechs Programmfeldern für die Sender ORF eins und ORF 2 erfolgt seit 2013 auch auf der Basis des von der Universität Wien codierten Gesamtbestands (Totalerhebung). Die Auswertung des Anteils anspruchsvoller Sendungen in der TV-Primetime (20.00 bis 22.00 Uhr) ist weiterhin als Stichproben-Untersuchung auf Sendungsebene angelegt.

Wie in allen anderen Jahren zuvor auch wird die Programmstrukturanalyse Radio als Stichprobenerhebung realisiert. Eine „Musterwoche“ wird im Hinblick auf den Programmoutput der ORF-Radioangebote analysiert. 2018 wurde die Erhebung erstmals von der APA DeFacto unter wissenschaftlicher Leitung von DDr. Wippersberg durchgeführt. Das Analyseschema entspricht dabei dem der Vorjahre.

3.4 Public-Value-Bericht

Um das Qualitätsmonitoring nicht zu sehr in den abstrakten Details hochaggrierter Zahlen und in den Strukturen von Programmschemata einzuengen, gliedert der Public-Value-Bericht die Darstellung der Leistungserfüllung des ORF-Kernauftrags in qualitative Kriterien. Diese wurden aus dem ORF-Gesetz, den ORF-Programmrichtlinien und den ORF-Leitlinien abgeleitet und ergänzt durch aktuelle Anforderungsbedingungen in Gesellschaft und Medienentwicklung. Dadurch hat das Monitoring die Chance, auf die Unverwechselbarkeit des Inhalts und des Auftritts, auf die anspruchsvollen Sendungsgestaltungen in den Hauptabendprogrammen und die Bewertung von Qualität in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft Bezug zu nehmen. Konkrete Beispiele aus dem Gesamtleistungsspektrum des ORF sollen die hohe Qualität der Programmproduktion dokumentieren. Dazu gibt es eine eigene Unternehmens-Website, die die Überlegungen und die Umsetzungsbeispiele transparent macht und ein zeitgemäßes Angebot dieser Ambitionen erstellt. Auf zukunft.ORF.at finden sich die Inhalte des Public-Value-Berichts in audiovisueller Form und können so in attraktiver Gestaltung ein Kernstück des Qualitätsmonitorings abbilden.

Zur wissenschaftlichen Erörterung und Fundierung der Qualitätsdimensionen, der Leistungskategorien und Qualitätskriterien werden die Schriften „TEXTE – öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs“ herausgegeben. 2018 erschien unter anderem eine Ausgabe zum Themenbereich Sport.

3.5 ORF-Qualitätsprofile

Die vom ORF-Gesetz geforderten Kriterien der Qualitätskontrolle sollen unmittelbar auf die Gestaltung der Programme wirken. Damit diese Forderungen realisiert werden können, sollen im Rahmen der Qualitätssicherung Qualitätsprofile erstellt werden, die die Programmkategorien Information, Kultur/Religion, Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe, Unterhaltung und Sport umfassen. Auf diese Weise soll ein Anforderungsprofil an die Programme erstellt werden, das aus Auftragswerten besteht. Das Qualitätsprofil stellt somit das Soll-Bild eines Bereichs dar, das durch die externe Evaluierung kontrolliert wird und gegebenenfalls zu Optimierungsmaßnahmen führt. Im Jahr 2018 wurde das Qualitätsprofil für den Bereich der TV-Information extern evaluiert. Ein solches Soll-Bild ist für das Gutachten eine sehr ambitionierte Konkretisierung der Qualitätssicherung insoweit, als durch die externe Expertise und das spätere Zusammenwirken mit der Publikumsbefragung ein breites Bild der unterschiedlichen Qualitätsfindung ausgestaltet wird.

3.6 Publikums- und Experten-/Expertinnengespräche

Diese strukturierten Gruppendiskussionen, zu denen der ORF ausgewählte Publikumsgruppen einlädt, gehören ebenfalls zu den besonderen Spezifika des Qualitätsmonitorings des ORF. Im Dialog mit Vertreterinnen und Vertretern der ORF-Gremien und Programmverantwortlichen formulieren die Publikumsgruppen ihre Erwartungen und Ansprüche, ihre Kritik und ihre Beschwerden. Daraus ergeben sich Informationen und Hinweise zur Akzeptanz des Angebots und zur weiteren Programmgestaltung des Senders. Die Publikumsgespräche in 2018 fanden zu den Themen Sport, Unterhaltung und Information statt.

Zu den Publikumsgruppen kommen weitere Gesprächsformen mit Experten und Expertinnen. Sie sollen den Dialog zwischen den Programmverantwortlichen und externen Fachleuten im jeweils thematisierten Bereich vertiefen. Es kommen auf diese Art viele Vorstellungen, Meinungen und Äußerungen in den ORF, die ansonsten von außen nicht in der Weise zur Kenntnis genommen würden. Das Experten-/Expertinnengespräch 2018 war der Programmsäule Kultur/Religion gewidmet.

3.7 ORF-Jahresstudien

Nach § 4a Abs. 5 ORF-Gesetz ist im Rahmen des Qualitätssicherungssystems zur Feststellung der Interessen der Hörer/innen und Seher/innen auf die Ergebnisse regelmäßig durchgeführter repräsentativer Teilnehmer/innenbefragungen Bedacht zu nehmen. Das passiert in der auf Vorschlag des Publikumsrats jährlich durchgeführten repräsentativen Publikumsbefragung. Thema der Studie 2018 war vor dem Hintergrund aktueller Streitpunkte das Thema „Vertrauen in die ORF-Information. Erwartungen und Anforderungen des Publikums rund um Objektivität, Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt“.

Diese Studie hatte mit ihrer aktuellen Zuspitzung auch eine konkrete Funktion im Hinblick darauf, was im digitalen Zeitalter als „gute“ Quelle für Information zu gebrauchen ist.

Neben dieser Studie des Publikumsrats, die im Hinblick auf die Entwicklung der digitalen Welt auch eine zukunftsorientierte Ausrichtung hat, beauftragte der ORF mit seiner Jahresstudie 2018 eine sehr ausgreifende Expertise mit Zukunftscharakter für die digitale Welt. Thema dieser Jahresstudie war „Allianzen, Kooperationen, Plattformen. Gemeinwohlorientierte Medienqualität in der Netzwerkgesellschaft“. Mit dieser Jahresstudie hat der ORF neben Themen der Qualitätskontrolle eine Vorstellung von Qualitätsmanagement eingebracht, die jenseits der klassischen Kriterien für Qualität auch das Aufgabenheft „Zukunft des öffentlich-rechtlichen Systems in der digitalen Welt“ als substantiellen Teil von künftigem Qualitätsmonitoring aufzeigt.

4. Die Jahresstudien 2018: Selbstvergewisserung in Grundsatzfragen von heute und Standortbestimmung für den Sender in der Zukunft

Die ORF-Jahresstudien 2018 haben sich mit sehr grundsätzlichen Fragestellungen beschäftigt. Es geht in der Jahresstudie, die vom Publikumsrat vorgeschlagen wird, angesichts der zugespitzten Diskussion um „Fake News“ um die Glaubwürdigkeit der Information, also um das grundsätzliche Thema des Vertrauens in die Medien. Unter dem Titel „Vertrauen in die ORF-Information – Erwartungen und Anforderungen des Publikums rund um Objektivität, Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt“ stellt sich die sehr grundsätzliche Frage nach Stand und Entwicklung der Vertrauenswürdigkeit im Kerngeschäft eines öffentlich-rechtlichen Senders.

Die andere grundsätzliche Anfrage wird in der Public-Value-Jahresstudie an die Zukunftsfähigkeit des Senders gestellt: Wie kann es gelingen, dem Anspruch des „Rundfunks der Gesellschaft“ auch unter den verschärften Bedingungen globaler und digitaler Kommunikation zu entsprechen? Ist es überhaupt möglich, so fragt diese Studie, in der Unübersichtlichkeit digitaler Medien noch sein Publikum zu erreichen? Wie kann ein Sender wie der ORF in dem Kosmos täglich neu sich erweiternder Unübersichtlichkeiten gefunden werden und in welcher Weise löst der Sender vor einem solchen Hintergrund die gerade in der Qualitätssicherung so wichtige Frage nach Relevanz und Zugänglichkeit?

Ich habe beide Jahresstudien 2018 als hilfreiche Reflexion über die Grundsatzfragen von Qualität heute und morgen angesehen und möchte sie deshalb an den Anfang der gutachterlichen Erwägungen stellen.

4.1 ORF-Publikumsratsstudie 2018: Vertrauen in die ORF-Information – Erwartungen und Anforderungen des Publikums rund um Objektivität, Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Die SORA-Studie wurde im Zeitraum Oktober/November 2018 bei 1.002 in Österreich lebenden Personen ab 14 Jahren telefonisch durchgeführt. Sie beschreibt zunächst die hohe Nutzung von Nachrichten und Information. 70 % der Befragten nutzen nach eigenen Angaben „häufig Nachrichten und Informationen in den Medien“. Dabei nimmt die Nutzung mit steigendem Alter zu. In der weiten Welt der Medienanbieter ergibt sich ein großes Vertrauen in die österreichische Medienwelt. Es zeigt sich, dass – auch im europäischen Quervergleich – das Medienvertrauen in Österreich ziemlich hoch ist. Dabei zeigt sich, dass nur 4 % keinem der abgefragten Anbieter vertrauen. Ein solches Misstrauen ist bei jüngeren befragten Personen mit niedrigerer Bildung überdurchschnittlich ausgeprägt. Rund 80 % der Befragten vertrauen zumindest einem von neun abgefragten Informationsanbietern sehr bzw. ziemlich.

Es zeigt sich, dass unter den abgefragten Angeboten das ORF-Radio mit einem Mittelwert von 2,2 (Schulnotenskala) das höchste Vertrauen im Publikum genießt. Die weiteren Plätze: Das ORF-Fernsehen erhält 2,3, ORF-Internet und ORF TELETEXT jeweils 2,4. Das österreichische Privatfernsehen und die österreichischen Privatradios zeigen im Wert „Vertrauen“ jeweils eine Bewertung von 2,7, österreichische Zeitungen und Zeitschriften eine Bewertung von 2,8. Nur wenig Vertrauen bringt das Publikum sozialen Medien im Internet entgegen, sie werden generell mit 3,4 bewertet. ORF Social Media erhalten eine Bewertung

von 3,1. In Bezug auf qualitative Anforderungen an Nachrichten und Information ist ein breiter Konsens unter den Befragten in Österreich zu finden. Es wird sehr eindeutig einer objektiv-sachlichen Berichterstattung der Vorzug gegeben gegenüber einem Fokus auf „Meinungen, die mir sympathisch sind“. Folgende Anforderungen werden besonders unterstrichen:

- Vermitteln von Hintergrundwissen
- Aufdecken von Missständen
- Verwendung zuverlässiger Quellen und Überprüfung aller Fakten
- Berichterstattung nicht nur aus einem Blickwinkel
- Unparteiisches Verhalten der Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten

In der wichtigen Frage nach der Objektivität der Berichterstattung sagen 53 % der Nutzer/innen von ORF-Information, dass sie die Bewertung „sehr bzw. ziemlich objektiv und sachlich“ geben. Rund ein Sechstel sieht dieses Qualitätsmerkmal als wenig bzw. gar nicht erfüllt. In einer Erhebung der EBU unter dem Titel „trust in TV“ und „trust in Radio“ hat Österreich einen vorderen Platz in dem Ranking der europäischen Staaten beim Thema Vertrauen in Fernsehen. Vor Österreich stehen die skandinavischen und Benelux-Länder.

Für eine Stärkung der Glaubwürdigkeit wird eingefordert, dass für das Publikum sichtbarer gemacht werden muss, dass zuverlässige Quellen verwendet wurden und Fakten sorgfältig geprüft worden sind.

Überraschend deutlich ist die Meinung der Befragten im Hinblick auf die Glaubwürdigkeit von Nachrichten und die Information in sozialen Medien. Insgesamt geben die Befragten auf der Schulnotenskala den Wert 3,4. Personen, die soziale Medien selbst häufig nutzen, vertrauen etwas mehr und geben die Note 2,9. Das Vertrauen in ORF Social Media liegt in der Gesamtbevölkerung bei 3,1, unter häufigeren Nutzerinnen und Nutzern bei 2,6.

Aus der Sicht österreichischer Mediennutzer/innen ist die Hierarchie der Forderungen an Glaubwürdigkeit der Medien recht klar. An erster Stelle liegt die Forderung nach einer objektiven und sachlichen Berichterstattung, verbunden mit dem Postulat, nicht nur aus einem Blickwinkel zu berichten, sondern immer mehrere Standpunkte zu betrachten. Dazu kommt, dass zuverlässige Quellen verwendet und alle Fakten überprüft werden sollen. Diese drei Forderungen bekommen mit der Schulnote 1,6 den ersten Platz der Anforderungen an Glaubwürdigkeit. Fast genauso wichtig sehen die Befragten die Notwendigkeit, dass Moderator/innen sowie Journalistinnen und Journalisten unparteiisch sind (1,7). Darauf folgt die Forderung, Lösungsvorschläge, um den Blick nach vorne zu wagen, wie auch Hintergründe auszuleuchten und nicht nur Negatives und Streit darzustellen. Die letzten Items bekommen die Note 1,8.

Wenn das Begriffstandem „objektiv und sachlich“ weiter differenziert wird, dann ist die Korrelation mit den Items „politisch neutral“ und „deckt Missstände auf“ am höchsten. Knapp dahinter kommen Vermittlung von Hintergrundwissen und Information, ohne eine Meinung zu vertreten, gefolgt von der Kontrolle der Mächtigen. Keine Korrelation hat die Aussage, dass Meinungen zu vertreten sind, die „mir sympathisch“ sind.

In der Bewertung der ORF-Berichterstattung wird dem Item „verschiedene politische Parteien kommen zu Wort“ ein Mittelwert von 2,3 gegeben, der Überprüfungsfaktizität durch zuverlässige Quellen eine 2,5, dem Verständnis von Objektivität und Sachlichkeit bei der Berichterstattung eine 2,5. Die Vorstellung, „Übertreibung und reißerische Darstellung“ zu

vermeiden, erhält eine 2,6. Die Bewertung, dass nicht nur Negatives und Streit, sondern auch Hintergründe und Lösungsvorschläge in der Information vorkommen, erhält eine 2,6 und die Bewertung der Moderator/innen und Journalist/innen im Hinblick auf ihre unparteiische Berichterstattung bekommt eine 2,8 als Mittelwert. Interessant ist, dass auf die Frage nach der Kompetenz von externen Fachleuten im Verhältnis zu ORF-Journalist/innen die ORF Mitarbeiter/innen leicht kompetenter angesehen werden als externe Fachleute.

Auf die Frage „Welche Punkte wären Ihnen wichtig, die für eine objektive, sachliche und ausgewogene Berichterstattung im ORF noch verbessert werden sollten?“ formulierten 60 % der Befragten keinen Verbesserungsvorschlag. 13 % meinten, dass der ORF unparteiisch, neutral berichten soll. 8 % sprachen die Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten an, 8 % nannten auch die Vielfalt von Meinungen als verbesserungswürdig. 1 % sagt, dass die Moderatorinnen und Moderatoren keine persönliche Meinung präsentieren sollten.

Fazit: Mit dieser ORF-Publikumsratsstudie 2018 werden im Rahmen des Qualitätssicherungssystems des ORF ein zentrales Fundament und wichtige Haltungen des Publikums vor dem Hintergrund einer gereizten Gesamtstimmung um „Fake-News“, Lügenpresse und den Kampf um Objektivität dargestellt. Die SORA-Publikumsratsstudie 2018 zeigt zum ersten Mal mit Daten, Fakten und Hintergründen, wie das Verhältnis der Österreicher/innen zu ihren Medien steht und wie konkret die Glaubwürdigkeit des ORF im Hinblick auf seine Angebote in Information und Kultur zu sehen ist.

Die Ergebnisse stimmen auch überein mit dem, was in anderen Ländern der EBU gemessen wird. Radio ist das Medium, dem am meisten vertraut wird. Das gilt für fast alle Länder in Europa mit ganz wenigen Ausnahmen wie Türkei und Griechenland. Social Media sind die Medien, denen mit Abstand am wenigsten Vertrauen entgegengebracht wird. Der ORF zählt mit den skandinavischen Ländern, Deutschland, Irland und den Benelux-Staaten zu den Ländern, in denen die Bevölkerung hohes Vertrauen in ihre nationalen Informationen setzt. Die EBU geht einen Schritt weiter und sagt: „Je mehr Vertrauen in die Informationen gesetzt wird, umso größere Zufriedenheit gibt es mit der Demokratie in diesem Land“.

Im Hinblick auf die Fragestellung dieses Gutachtens, inwieweit das Qualitätsmonitoring des ORF auf die wichtigen Fragen der Qualitätssicherung eingeht, kann doppelt geantwortet werden: Aktuelle, empirische Untersuchungen wie die ORF-Publikumsratsstudie 2018 machen deutlich, dass aktuelle Entwicklungen und bedeutsame Trends im Qualitätsmonitoring aufgefangen werden. Zweitens: Das Ergebnis einer solchen, der aktuellen Entwicklung geschuldeten Untersuchung hat im Hinblick auf die Qualität des Senders wichtige Aussagen. Im Kontext zeigt die Untersuchung vergleichbarer Länder in der EBU, dass der ORF mit einem stabilen Vertrauen und einer gefestigten Glaubwürdigkeit von Seiten seines Publikums rechnen kann.

4.2 Auf der Suche nach dem medialen Standort des ORF in der vernetzten Welt – die Public-Value-Jahresstudie 2018 „Allianzen, Kooperationen, Plattformen“

In der Weise, wie die Publikumsratsstudie 2018 mit ihrer speziellen Thematik des „Vertrauens in die Medienwelt“ die qualitative Basis der Mediennutzung grundsätzlich betrachtet, so geht der Blick der Public-Value-Jahresstudie in die strukturelle und medienökonomische Verfassung der Zukunft. Die neue Medienwelt wird vermessen unter

der Schlüsselfrage, wie man in Zukunft bei den exponentiell sich entwickelnden Wettbewerbern seinen Platz im Augenmerk und im Zeitbudget des Publikums finden kann. Die Findbarkeit, eine im „alten“ Mediensystem zu vernachlässigende Frage, wird für die Zukunft in der Medienkonkurrenz eine herausragende Funktion besitzen. Bei allen Fragen nach der Qualität des Medienunternehmens: Gibt es in der neuen vernetzten Welt überhaupt noch die Möglichkeit, die Zuschauer/innen so zu erreichen, um im gesellschaftlichen Diskurs auch weiterhin die wichtigen Akzente zu setzen? Kann ein Sender allein bestehen oder braucht er Allianzen, um den neuen Herausforderungen der digitalen Medienwelt zu entsprechen? Und nicht zuletzt: Wie erfüllen die öffentlich-rechtlichen Medien ihre Funktionsaufträge angesichts der technologischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die mehr Partizipation, Vernetzung, Interaktion, Flexibilität erfordern und auf „fragmentierte“ Bevölkerungsgruppen stoßen?

Es geht in dieser Jahresstudie um einen der Schlüsselbegriffe für die absehbare Zukunft: Wie entwickelt sich ein Broadcaster zur Plattform, die in der Regel auf Allianzfähigkeit und Kooperation beruhen muss? Um der Heterogenität des Themas zu entsprechen, wurden unterschiedliche Wissenschaftler/innen damit beauftragt, ihre fachspezifischen Analysen und Perspektiven dazulegen. Sie helfen dabei die Qualitätsdebatte des ORF in einen Zukunftsrahmen zu stellen, um dafür zu sorgen, dass auch in Zukunft Qualität ausgestrahlt wird.

Ich will drei Beiträge herausnehmen, die über die Zukunft einer Mediengesellschaft eine Prognose und damit auch einen Forderungskatalog an eine sich qualitativ entwickelnde Unternehmung wie den ORF geben. Hervorzuheben ist, dass zwei Autoren nicht nur als Wissenschaftler für Fragen der Zukunft im Mediensystem ausgewiesen sind, sondern dass auch beide in ihrer Tätigkeit als Teil der Kontrollgremien von Sendern einen unmittelbaren Einblick in die Bedingungen des Tagesgeschäftes von heute und morgen beanspruchen können.

Unter dem Titel „Rundfunk der Gesellschaft 3.0“ reflektiert die deutsche Hochschullehrerin Professor Dr. Barbara Thomaß über die Dynamik des Wandels der Begrifflichkeit Public Value und versucht, die Bedingungen darzustellen und der Frage nachzugehen, welche Auswirkungen sich durch die kommunikationstechnologischen und gesellschaftlichen Veränderungen für die öffentlich-rechtliche Medienproduktion des ORF ergeben und wie es gelingen kann, eine unterscheidbare Medienqualität im Sinne der Erfüllung des ORF-Gesetzes effizient, kreativ und innovativ auszurichten. Die Autorin beschreibt, dass angesichts der Tatsache, dass der Wettbewerb durch international aufgestellte Player bestimmt wird, deren Umsatz das Budget eines öffentlich-rechtlichen Anbieters wie dem ORF um ein Vielfachfaches überschreitet, die Herausforderung sehr groß ist, dass der ORF alle Kräfte bündeln muss, damit die Produktion von Qualitätsmedien für die gesamte Bevölkerung zugänglich und relevant bleibt.

In ihrem Beitrag entwickelt Frau Professor Dr. Thomaß die Vorstellung, dass öffentlich-rechtliche Medien zu Plattformen auf europäischer Ebene weiterentwickelt werden müssen, die den neuen Bedingungen der digitalen Medienwelt 3.0 entsprechen. Sie plädiert dafür, dass diese „Plattform-Konzeption“ als notwendige Perspektive angesehen wird, um eine Antwort auf demokratiepolitische und europapolitische Herausforderungen zu geben. Die neuen Allianzen, die dafür erforderlich sind, sind in allen Bereichen zu suchen und zu finden, wo öffentlich gefördertes Wissen kulturelle Inhalte generiert und ausgetauscht wird. Diese bilden ein Potential, das es zu erweitern gilt, um eine öffentliche Plattform, einen Open-Space europäischer Größenordnung, zu einem Kommunikationsraum zu machen, in dem

unterschiedliche Bevölkerungsgruppen sich austauschen und in dem qualitätsvolle Informationen Demokratie erfahrbar machen. Frau Professor Dr. Thomaß unterstützt die Vorstellung, dass die in der europäischen Rundfunkunion vereinten öffentlichen Sender als geeignete Treiber einer europäischen, nicht kommerziellen Plattform anzusehen sind. Derzeit werden etliche öffentlich-rechtliche Angebote über dritte Plattformen verbreitet. Dies sei in der gegenwärtigen Konstellation der Plattformökonomie eine erzwungene Notwendigkeit, die nur eine ergänzende Funktion haben sollte. Ziel sollte es vielmehr sein, das Publikum dort abzuholen und möglichst auf das genuine, eigene Angebot zu leiten. Ansonsten droht, dass die öffentlich-rechtlichen Angebote als solche nicht mehr erkennbar sind, sie nicht aufgefunden werden und sie sich in einem kommerziellen Umfeld bewegen, das den Vorgaben für eigene Angebote nicht genügt.

Einen anderen Aspekt breitet Universitätsprofessor Dr. Leonhard Dobusch von der Universität Innsbruck unter dem Titel „Commons als öffentlich-rechtliche Aufgabe“ aus, dass mehr öffentlich-rechtliche Inhalte entlang einer „Wunschliste“ derart offen lizenziert werden, dass sie zum Beispiel via Wikipedia verbreitet werden könnten. Der Autor führt aus, dass ein großes und potentiell stark wachsendes Verbreitungs- und Reichweitenpotential in der Veröffentlichung von Inhalten offener Lizenzen steckt, das bislang kaum wahrgenommen, geschweige denn ausgeschöpft wird. Die offenen Lizenzen und Formate könnten außerdem einen klar erkennbaren Unterschied zu profitorientierten Angeboten machen und den Charakter von öffentlich-rechtlichen Medien stärken. Offene Lizenzen gehen mit ihrem ermächtigenden Einsatz über herkömmliche Formen der Interaktion und Einbindung von Zuschauer/innen und Beitragszahler/innen hinaus. Sie könnten vor allem jüngere Zielgruppen zu erschließen helfen. Der Autor, der sehr fundiert die bisherigen Gründe darlegt, weshalb es nicht zu solchen Kooperationen und Zusammenschlüssen gekommen ist, obwohl Bedeutung und Reichweite auf der Hand lägen, fordert „angesichts zunehmender Bedeutung nicht linearer Verbreitungswege“ die Nutzung freier Lizenzen im ureigenen Interesse öffentlich-rechtlicher Anbieter stärker ins Auge zu fassen. Es sei ein strategischer Vorteil, dass mit wachsendem Druck zur Kooperation mit privaten Anbietern derart lizenzierte Inhalte auch zu kommerziellen Zwecken genutzt werden können. Zwar können private Anbieter die Inhalte nutzen, nicht-kommerzielle Plattformen und Anbieter haben aber parallel einen Zugriff darauf. Das sei ein wesentlicher Vorteil. Der Autor schließt: Auf Dauer stellt sich für die öffentlich-rechtlichen Anbieter die Frage, ob nicht „sämtliche Inhalte, die selbst – ohne Fremdmaterial – produziert werden, unter freien Wikipedia-kompatiblen Lizenzen veröffentlicht“ werden sollen. Auf diese Weise würde neben positiven Reichweiteneffekten auch der Mehrwert eines öffentlich-rechtlichen Unternehmens im Vergleich zu einem privat-kommerziellen Angebot deutlich gemacht.

Dass sich mit vorausschreitender Digitalisierung die Rahmenbedingungen für gesellschaftliche Kommunikation grundsätzlich verändert hat, unterstreicht der Beitrag „Vom Public Network Value zum Public Open Space“ von Universitätsprofessor Dr. Thomas Steinmaurer (Salzburg). Er fragt, wie unter dem Vorzeichen einer sich abzeichnenden Wahrheits- oder Diskurskrise der Demokratie mit einer „großen Gereiztheit“ in den öffentlichen Sphären es gelingen kann, eine Perspektive zu entwickeln, die auf Stärkung jener Strukturen abzielt, die für Demokratie und Gesellschaft unter diesen Rahmenbedingungen sinnvoll erscheint. Zentral für ihn scheint die Absicherung einer Informations- und Kommunikationsinfrastruktur, die dem Gemeinwohl und der Partizipation aller Bürgerinnen und Bürger einer Gesellschaft verpflichtet ist. Eine solche Infrastruktur sei am ehesten geeignet, im Kontext einer sich weiter vertiefenden Digitalisierung Räume zu

schaffen, die dem offenen Austausch von Ideen sowie dem freien Zugang von Information und der Sicherstellung von demokratischen Teilhabemöglichkeiten dienen. Steinmaurer plädiert, wie im Titel seiner Abhandlung schon skizziert, für die Idee eines Public Open Space, die im Kern auf die Etablierung eines Netzwerkes gemeinwohlorientierter Informations- und Wissensplattformen zielt. Er fordert eine Weiterentwicklung vom Public Value zum Public Network Value. Es sollen die Kerndimensionen für die Weiterentwicklung strategischer Kooperationen und Allianzen aufgezeigt werden. Unter dem Aspekt eines universellen Zugangs und einer brauchbaren Auffindbarkeit plädiert der Wissenschaftler für einen ORF-Player nach dem Vorbild des BBC „iPlayer“. Ein derartiger Player sollte das Ziel haben, eine Vernetzung auch mit anderen Plattformen herzustellen, die für die Erweiterung des Angebots sinnvolle Ergänzungen beisteuern, etwa mit Angeboten anderer europäischer Anbieter wie ARTE oder mit einer VOD-Plattform wie Flimmit.

Darüber hinaus sollte es eine wichtige Funktion eines Public-Service-Anbieters im Netz sein, vermehrt „Anstrengungen in Richtung einer Synchronisierung von Teilöffentlichkeiten“ zu setzen. Denn gerade vor dem Hintergrund im Netz feststellbarer Abschottungstendenzen unterschiedlicher Diskursfelder oder auch Filter-Bubbles zueinander müssen „Anstrengungen“ unternommen werden, entstehende „deliberative Enklaven“ aufzuzeigen und Verbindung mit anderen davon abgeschotteten Diskursfeldern herzustellen. Das sei eine zentrale Netzwerkaktivität zukünftiger Konzepte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Zu der Aufzählung weiterer kollaborativer Felder im Open Space schließt der Autor: Es muss darum gehen, „über die Ratio einer protektionistisch wettbewerbsorientierten Standortpolitik hinaus Strukturen zu schaffen, die nicht mehr der Zielorientierung einer reinen Marktlogik folgen, sondern die nachhaltige Absicherung einer Informationsinfrastruktur für Demokratie und Gesellschaft in das Zentrum stellt“. Für eine solche Entwicklung öffnet das Modell des Public Open Space eine „zivilgesellschaftliche und demokratieorientierte Perspektive, in deren Rahmen Public Service-Anbieter einen zentralen Netzwerkknoten der Kollaboration mit anderen Informations- und Wissensplattformen auf nationaler wie auch auf europäischer Ebene darstellen können“.

Zusammenfassend: Mit der ORF-Publikumsratsstudie 2018 und der Public-Value-Jahresstudie 2018 begibt sich das Qualitätssicherungssystem des ORF in eine Sphäre, die sehr selbstbewusst und unabhängig Fragen der qualitativen Zukunftsfähigkeit angeht.

5. Tiefenbohrung im ORF-Qualitätsprofil: Die Evaluation der TV-Information

Die im Rahmen der ORF-Qualitätssicherung 2018 durchgeführte Evaluation des ORF-Qualitätsprofils TV-Information geht ebenfalls auf einen Kernbereich des ORF-Qualitätsmonitorings ein: die Frage, wie der ORF seine Information im Fernsehen versteht, wie er Leitplanken dafür vorschreibt und inwieweit der Sender innerhalb dieser Leitplanken seine tägliche Arbeit vollzieht.

Die Evaluationsstudie, die streng nach den etablierten Methoden der qualitativen Sozialforschung vorgeht, bleibt dabei doppelt interessant: Sie verlangt vom Sender den Katalog seiner Vorgaben und Anforderungen und Aufgaben, die Beschreibung seines Selbstverständnisses zu formulieren. Diese Auftragswerte sind einerseits auf der Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien definiert. Zu diesen normativen Eckpunkten kommen aber senderspezifische Eigenschaften, die sich auf die diversen Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Programmkategorien beziehen. Dieser vom ORF formulierte Gesamt-Qualitätsanspruch an seine TV-Informationssendungen wird in einem ersten Schritt darauf abgeklopft, inwieweit ein solches Profil vom Publikum für wichtig und legitim erachtet wird. Dieses Soll-Bild der TV-Information wird daraufhin überprüft, inwieweit dieses Pflichten-Heft auch umgesetzt wird, inwieweit die Normen der einzelnen Soll-Vorschriften auch realisiert und im Alltag aufgefunden werden können. Das Publikum wird danach gefragt, ob es das Programm unter den vorgegebenen Kriterien als qualitativ wahrnimmt. Gleichzeitig werden Stärken und Schwächen des Programms zusammengefasst. In einem weiteren Schritt, der sich logisch aus den bisherigen Antworten ergibt, wird die Zufriedenheit mit wichtigen Teilkategorien der ORF-TV-Information erkundet und ein Gesamtbefund der Evaluation formuliert.

Mit dem vorliegenden Bericht geht der Evaluationszyklus, der in den Jahren 2011 bis 2017 die Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellte, in eine zweite Runde, beginnend eben mit der ORF-TV-Information. Dies ist soweit interessant, als zum ersten Mal bei qualitativen Studien ein Zeitvergleich mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2011 angestellt werden kann. Es zeigt sich, dass sich in der TV-Information im Jahr 2018 verglichen mit dem Jahr 2011 eine ausgeprägte Kontinuität der Qualitätswahrnehmung abzeichnet. Vertrauen und Orientierung spielen die mit Abstand größte Rolle im Qualitätsbegriff des Publikums. Generell zeigt die vorliegende Evaluation eine ziemlich hohe Publikumszufriedenheit mit den zentralen ORF-Anforderungen. Sie werden als legitim angesehen. Die hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte zeigt sich bei 22 Qualitätsmerkmalen mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 78 und 97 %. Das Qualitätsprofil wird von den Befragten als Anforderungsprofil an qualitativ hochwertige TV-Information bestätigt.

Darüber hinaus wird der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch als glaubwürdig erlebt: Je nach Item bewerten zwischen 65 und 92 % der Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programm als gegeben.

Im Sendervergleich ergibt die standardisierte Anfrage in allen Leistungskriterien laut Qualitätsprofil eine überlegene Positionierung der ORF-Angebote mit Zuschreibung der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten bis zu 78 %. Als relevante Mitbewerber werden am ehesten ausländische öffentlich-rechtliche Sender gesehen. Rund ein Fünftel bis ein Viertel der Befragten bevorzugt diese Anbietergruppe hinsichtlich Vielfalt, Hintergrundwissen und der internationalen Berichterstattung.

Bemerkenswert ist, dass die Zustimmung zu den verschiedenen Eigenschaften im Ist nur wenig variiert und fast durchwegs hoch zwischen rund 70 % und rund 90 % liegt, die die einzelnen Eigenschaften als sehr zutreffend bzw. zutreffend in der Wirklichkeit des täglichen Fernsehens einstufen. Die höchste Bewertung im Ist hat mit 92 % Zustimmung das Item „verständlich“. Ebenfalls sehr gut bewertet wurden mit Zustimmungsraten von über 80 % die Dimensionen „Vertrauen“ („seriös“, „glaubwürdig“, „sorgfältig recherchiert“, „vertrauenswürdig“) und „Kompetenz“. Zustimmungsraten zwischen 74 und 80 % erhielten die Items „bietet regionale Information“, „sachlich“, „informiert auch über das europäische und internationale Geschehen“, „vielfältig“, „ausgewogen“, „berichtet neutral“. Die relativ geringste, aber immer noch hohe Zustimmung in der Erfüllung erhielten schließlich die Merkmale „thematisch breit“, „vermittelt Hintergrundwissen“, „fördert das demokratische Zusammenleben“, „barrierefrei für Hör- und Sehbehinderte“ sowie „für alle Bevölkerungsgruppen“.

Insgesamt ist festzuhalten: Das ORF-Qualitätsprofil für die TV-Information wird vom Publikum akzeptiert und als maßgeblich für ein hochwertiges, öffentlich-rechtliches Programm angesehen. Das vom ORF definierte Anforderungsprofil an die TV-Information entspricht also in hohem Maße den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums. Es wird – ähnlich wie bei der Evaluation 2011 – im Publikum als Leitlinie für die Schaffung von Public Value durch den ORF bestätigt.

Diese Studie zeigt, dass diese Soll-Vorschriften offensichtlich nicht nur als Ideale im Raum stehen. Je nach Item gibt die Mehrheit der Befragten an, dass sie die jeweiligen abstrakten Soll-Vorgaben des ORF in der Wirklichkeit des Programms als erfüllt bzw. sehr gut erfüllt ansehen. Insgesamt: ein bemerkenswerter empirischer Befund, der eine große inhaltliche Zustimmung zu den Konzepten und zur Umsetzung des TV-Informationsprogramms des ORF schreibt.

6. Der ORF-Jahresbericht 2018: Rechenschaftsbericht zu den gesetzlichen Vorgaben

Der ORF-Jahresbericht aus März 2019 über das Gesamtjahr 2018, der gem. § 7 ORF-Gesetz realisiert wird, ist traditionell ein analytisches Herzstück des Qualitätsmonitorings des Senders. In ihm wird entsprechend der gesetzlichen Vorgaben das Selbstverständnis des ORF befragt, elektronisches Leitmedium des Landes sowohl in qualitativer wie quantitativer Hinsicht zu sein.

Insgesamt erreichte die ORF-Sendergruppe (ORF eins, ORF 2, ORF III und ORF SPORT +) einen Jahresmarktanteil von 32,9 % und mit einer durchschnittlichen Tagesreichweite von 3,7 Mio. Zuseherinnen und Zusehern knapp die Hälfte des österreichischen Fernsehpublikums täglich (2016: 3,6 Mio.; 2017: 3,7 Mio.). Die Marktanteile und Reichweiten sind im Vergleich zum vergangenen Jahr relativ stabil.

Einen herausragenden Spitzenplatz mit einem Marktanteil von 74 % erzielt die ORF-Radioflotte (Ö1, Ö3, FM4, Regionalradios). Der ORF erreicht täglich mehr als 4,7 Mio. Hörerinnen und Hörer, knapp drei von vier gehörten Radiominuten entfielen auf die ORF-Radios. Damit ist die ORF-Radioflotte unter den ersten drei öffentlich-rechtlichen Radioanstalten in Europa zusammen mit Schweden und Dänemark.

Im Online-Bereich ist ORF.at mit 82,24 Mio. Visits pro Monat das mit Abstand stärkste Angebot in der ÖWA-Basic. Mit durchschnittlich monatlich 12 Mio. Nettoviews (zusammenhängende Nutzungsvorgänge), 35,9 Mio. Bruttoviews (Videostarts einer Sendung/eines Beitrags) und einem Gesamtnutzungsvolumen von 161 Mio. Minuten pro Monat hat die ORF-TVthek, gemeinsam mit Live-Stream- und Video-on-Demand-Angeboten auf anderen ORF.at-Seiten den Status der beliebtesten österreichischen Online-Plattform für Bewegtbild-Content gefestigt.

6.1 Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags: ORF-Fernsehen

6.1.1. ORF eins und ORF 2

Beide Sender erreichten 2018 pro Tag durchschnittlich 3,6 Mio. Zuschauer/innen ab 12 Jahren und älter, der Marktanteil betrug 30,2 %. Die Marktanteilszahlen in den vergangenen Jahren waren: 2016 32,9 %, 2017 31,4 %. Dem Rückgang in den Marktanteilen steht eine positive Entwicklung bei den Reichweiten gegenüber: 2016 waren es 3,5 Mio., 2017 und 2018 waren es jeweils 3,6 Mio Zuschauer/innen, die ORF eins und ORF 2 pro Tag durchschnittlich erreichten.

Die ORF-Programmstruktur des ORF-Fernsehangebots im Jahre 2018 in den beiden Sendern ist im Vergleich zu diesen beiden Vorjahren stabil. Diese Werte, die Aufschluss geben über die gesetzlich geforderte Diversität und Vielfalt des Programms, liegen ziemlich genau bei den Werten der vergangenen Jahre. Der Bereich Information liegt wie in den Jahren 2016 und 2017 bei einem Anteil von 25 % (2015: 22 %). Wissenschaft, Bildung, Lebenshilfe sind wie im Vorjahr bei 7 %, Kultur und Religion lagen im Jahr 2018 bei 6 % und damit mit identischen Werten wie im vergangenen Jahr. Der Sport nimmt aufgrund des ganz besonderen Sportjahres 2018 mit zahlreichen internationalen Höhepunkten mehr Sendungen und mehr Sendezeit in Anspruch: Er steigt von 6 % im letzten Jahr auf 8 % im Jahre 2018.

Dafür verliert der Familienbereich mit den Abteilungen Kinder, Jugend, Senioren einen Prozentpunkt im Vergleich zu 2017 und hat im Jahr 2018 insgesamt einen Anteil von 7 %. Ebenfalls muss die Unterhaltung einen Prozentpunkt im Vergleich zum letzten Jahr abgeben und mit 47 % im Jahr 2018 ist der Bereich Unterhaltung nach wie vor mit Abstand der größte Teilbereich des Fernsehens. Dabei hat trotz der Reduktion der Unterhaltung der Bereich Film/Serie „Unterhaltung“, vor allem aufgrund der gesteigerten Eigenproduktion, von 26 % im vergangenen Jahr auf 27 % zugenommen. Bemerkenswert ist auch, dass der große Sieger der Strukturbetrachtung im Jahr 2016, die Kategorie Current Affairs/Politik/Magazine/Diskussion, deren Anteil von 2015 mit damals 9 % 2016 auf 12 % gestiegen ist, diesen Zugewinn in den Jahren 2017 und 2018 mit 12 % verteidigen konnte.

Wie schon in den vergangenen Gutachten festgestellt: Nimmt man, wie im internationalen Genre-Vergleich Sendungen aus Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe zur Information dazu, dann gestalten die beiden Sender des ORF rund ein Drittel des Programms aus informativen Angeboten. Diese Größenordnung verstärkt auch in 2018 den Eindruck von stabiler Programmstruktur. Im internationalen Quervergleich liegt der ORF im oberen Drittel vergleichbarer Länder.

6.1.1.1 Information

Das Jahr 2018 war innenpolitisch vor allem geprägt durch die Landtagswahlen in Niederösterreich, Tirol, Kärnten und Salzburg, durch die Rücktritte von NEOS-Chef Matthias Strolz und SPÖ-Chef Christian Kern, die Wahl Pamela Rendi-Wagners zur SPÖ-Parteivorsitzenden, die österreichische EU-Ratspräsidentschaft, drei Volksbegehren und die Übergabe des Bürgermeisteramts in Wien.

Dazu kamen eine Reihe außenpolitisch brisanter Ereignisse, wie der Militärschlag der USA, Frankreichs und Großbritanniens gegen Syrien, der Staatsbesuch Wladimir Putins in Österreich und das sogenannte Gipfel-Treffen zwischen dem nordkoreanischen Staatsführer und dem US-Präsidenten. Ein herausragender Punkt war auch der informelle Gipfel der Staats- und Regierungschefs in Salzburg im September 2018.

Unter Informationssendungen werden die Programmbilder „Nachrichten“ (2.273 Stunden) und „Current Affairs/Politik/Magazine/Diskussionen“ (2.108 Stunden) zusammengefasst. Wie die „ORF-Overall-Befragung“ auch 2018 wieder belegte, ist das Themenfeld Information die thematische Sparte in den Medien, die das höchste Interesse der Österreicher/innen hervorruft: 60 % sind sehr, 31 % eher interessiert. Zusammen ist es also eine recht große Mehrheit von 91 %. Es ist festzuhalten, dass im Überblick über die letzten Jahre das Interesse der Bevölkerung an allen Themenbereichen gestiegen ist – vor allen Dingen aber Information, die 2014 83 % interessierte und jetzt in 2018 91 % (die Unterhaltung ist im selben Zeitraum von 76 % auf jetzt 84 %, der Sport von 50 % auf 55 % und die Kultur von 38 % auf 52 % gestiegen). Auf die einzelnen Medien differenziert sind 90 % an Information im Fernsehen interessiert, 81 % im Internet, 80 % im Radio und 42 % im Teletext.

Bei der Gegenüberstellung von Interesse an und Zufriedenheit mit den Themenbereichen Information zeigt sich, dass mit dem großen Interesse an Information auch eine hohe Zufriedenheit mit der Information des ORF einhergeht. Mit der Information im ORF-Fernsehen sind 37 % sehr, 32 % eher zufrieden, 13 % sind weder zufrieden noch unzufrieden, 4 % eher nicht, 3 % gar nicht zufrieden. Der Vergleich über die letzten Jahre

zeigt, dass der Anteil der mit der Information zufriedenen Personen relativ konstant ist und nur geringe Schwankungen aufweist. Hinzukommt, dass sich die Anzahl jener Personen, die mit der Information im ORF-Fernsehen eher nicht oder gar nicht zufrieden sind, in Grenzen hält. 2014 waren dies beispielsweise 5 %, 2015 6 %, 2016 7 %, 2017 8 % und 2018 7 %.

Im Programmumfeld des ORF-Frühfernsehens informierten 2018 bereits ab 6 Uhr morgens sechs Kurz-„ZiB“-Sendungen jeweils zur halben und vollen Stunde. Die „ZiB“ um 9.00 Uhr (128.000 Zuseher/innen, 29 % Marktanteil), die „ZiB“ um 13 Uhr (215.000 Zuseher/innen, 28 % Marktanteil) und die „ZiB“ um 17.00 Uhr (326.000 Zuseher/innen, 28 % Marktanteil), die auch am Wochenende zu sehen sind, stellen nach wie vor Einschaltimpulse dar, die von der Medienforschung in den TV-Tagesverlaufskurven als Reichweitenspitzen bezeichnet werden.

Gemeinsam mit „Bundesland heute“ zählte die „Zeit im Bild“ um 19.30 Uhr auch 2018 zu den meistgesehenen regelmäßigen Sendungen im österreichischen Fernsehen. Rund 42 % der gesamten TV-Nutzung zur Sendezeit entfielen auf die ORF-Hauptnachrichten, die im Schnitt von einer 1,013 Mio. Zuseher/innen pro Tag genutzt wurden.

Bei den ORF-eins-Hauptnachrichten, der „ZiB 20“ fällt auf, dass der Marktanteil der jüngeren Zuschauer/innen zwischen 12 bis 49 höher ausfällt als beim Publikum gesamt.

Die „ZiB 2“ erzielt mit 558.000 Zuseher/innen einen für dieses Sendegenre hohen Marktanteil von 23 %. Die von der Gestaltung und der Aufmachung vergleichbaren Sendungen im deutschen Fernsehen, wie „heute-journal“ und „Tagesthemen“ erzielen niedrigere Werte: „heute-journal“ 14 % Marktanteil, „Tagesthemen“ 10 % Marktanteil.

Die beiden Info-Sendungen „Mittag in Österreich“ (201.000 Zuseher/innen, 27 % Marktanteil) und „Aktuell in Österreich“ (336.000 Zuseher/innen, 30 % Marktanteil) runden den Nachrichten- und Informationsfluss des ORF während des Tages ab.

Mit „Guten Morgen Österreich“ begrüßt der ORF sein Publikum aus dem mobilen Studio, jeden Tag aus einem anderen Ort, jede Woche aus einem anderen Bundesland. Zwischen 6.30 Uhr und 9.30 Uhr in der Früh erreicht das Frühfernsehen im Schnitt über drei Stunden knapp ein Viertel des gesamten TV-Publikums zur Sendezeit (24 % Marktanteil). Was die Tagesreichweite angeht, so sind rund 340.000 Österreicher/innen zumindest kurz bei der dreistündigen Sendefläche dabei.

In den „DOKeins“-Reportagen richtet sich der Fokus der Sendungen vornehmlich an jüngere Zuseher/innen. Das zeigt sich auch an der Resonanz. Von den neun Ausgaben aus dem Info-Bereich waren im Schnitt 278.000 Zuseher/innen dabei. Das sind 10 % Marktanteil, bei den jungen 12- bis 49-Jährigen war der Marktanteil 14 %.

Das Magazin „Thema“ bot Hintergrundinformation zu chronikalen und gesellschaftspolitischen Themen der Woche. Mit im Schnitt 559.000 Zuseherinnen und Zusehern erreichte man den respektablen Marktanteil von 18 %.

In den regulären Ausgaben von „WELTjournal“ erreichte man mit der Vielzahl außenpolitischer Themen, die zurzeit virulent und aktuell sind, den bemerkenswerten Marktanteil von 15 %. Besonders erfolgreich war die Ausgabe „Nordkorea: Laufen für den Frieden“, die unter die Top-10-Sendungen seit Start fiel und speziell von einem jungen Publikum gut genutzt wurde. Bei einem Gesamtmarktanteil von 22 % fällt der Marktanteil der 12- bis 29-Jährigen mit 19 % für eine solche Sendung besonders auf.

Die Dokumentationsreihe „Menschen & Mächte“, die im Schnitt 362.000 Zuseher/innen und 16 % Marktanteil erreichte, fand im Zeichen des großen ORF-Zeitgeschichte-Schwerpunkts zu „80 Jahre Anschluss“ eine Spitzenresonanz in seiner Sendungsgeschichte. 22 % Marktanteil mit 743.000 Zuseher/innen für die Live-Spezialsendung am 12. März sind ein starkes Ergebnis, vor allen Dingen wenn man bedenkt, dass die 12- bis 29-Jährigen mit einem Marktanteil von 20 % dabei waren.

Mit einer neuen Reihe bot der ORF seinem Publikum „Ein.Blick“ in das österreichische Alltagsuniversum. Die ORF-Eigenentwicklung und die -Eigenproduktion der Hauptabteilungen Wissenschaft, Magazine und Kultur behandelte am Freitag im zweiten ORF-2-Hauptabend Themen wie „Im kleinen Prater“, „Beim Notruf“, „Am Schiff“, „An der Waschstraße“.

Wie jedes Jahr übertrug der ORF den „Gedenktag gegen Gewalt und Rassismus“ im Gedenken an die Opfer des Nationalsozialismus live aus dem Zeremonienaal der Hofburg. Im Rahmen der ORF-Themenschwerpunkte gab es den „Gedenktakt anlässlich des 80. Jahrestages des 12. März 1938“ aus dem Zeremonienaal der Wiener Hofburg, das „Gedenken an die Befreiung vom Nationalsozialismus und an die Beendigung des Zweiten Weltkriegs in Europa“ am 8. Mai aus dem Bundeskanzleramt und den „Staatsakt anlässlich der 100. Wiederkehr des Jahrestages der Gründung der Republik“. Diese Sendung aus der Staatsoper wurde als Live-Sendung übertragen und erzielte den beachtlichen Marktanteil von 19 %.

Im Rahmen der ORF-Zeitgeschichte-Schwerpunkte standen 2018 zwei von Armin Wolf moderierte Ausgaben der „ZiB 2 History“ am Programm: „Hitler am Heldenplatz“ kam live vom Balkon der Neuen Burg, „Das Erbe von 1968“ aus dem Hörsaal I im Neuen Institutsgebäude der Uni Wien, damals Schauplatz der Aktion „Kunst und Revolution“, die als „Uniferkelei“ in die Geschichte eingegangen war. Die Sondersendungen hatten im Schnitt 18 % Marktanteil.

6.1.1.2 Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe

2018 entfielen auf den Bereich „Wissenschaft und Bildung“ 325 Programmstunden. Im Bereich „Lebenshilfe“ lag das Programmvolume bei insgesamt 935 Programmstunden.

Nach wie vor großes Interesse findet die ORF-Reihe „Universum“. Sie hat durchschnittlich 553.000 Zuseher/innen und einen Marktanteil von 19 %. Sehr erfolgreich war dabei die zweiteilige Spezial-Ausgabe zur EU-Ratspräsidentschaft. Das von Claudia Reiterer präsentierte „Naturparadies Europa“ nahm das österreichische Publikum mit auf eine Reise durch alle 28 EU-Staaten – von den Azoren zum Polarkreis und zum Mittelmeer. Die Beteiligung war mit 23 % überdurchschnittlich.

Eine erfreuliche Ehrung durfte das ORF-2-Verbrauchermagazin „konkret“ entgegennehmen. Die Rubrik „helpline“ wurde beim Deutschen Verbraucherjournalistenpreis 2018 ausgezeichnet. Damit wurden auch die frische Dramaturgie und die Nähe zum Publikum (21 % Marktanteil) geehrt.

Mit Wissenschaftsthemen beliefert wurden in bewährter Weise sowohl Programmplätze in ORF eins mit Formaten wie „ZiB 20“ oder „ZiB-Flash“ als auch die Hauptnachrichtensendungen „Zeit im Bild“ oder „ZiB 2“ in ORF 2.

Die Zufriedenheit des Publikums mit dem Bereich Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe wurde in der ORF-Overall-Befragung 2018 wie in den letzten Jahren nicht explizit nachgefragt. Ich

gehe davon aus, dass sich die Zufriedenheit mit dem Informationsbereich auch auf diese Sendungen beziehen.

6.1.1.3 Unterhaltung

Das Unterhaltungsprogramm des ORF in ORF eins und ORF 2 umfasste 2018 programmstrukturell betrachtet 8.258 Stunden mit Film, Serien, Shows, Talk-Sendungen etc. 2018 war die Unterhaltung mit 47 % am Gesamtoutput beteiligt. Im Jahre zuvor waren es 48 %. 49 % der Befragten sind mit Unterhaltung im ORF-Fernsehen sehr/eher zufrieden. 24 % stehen der Unterhaltung im Fernsehen indifferent gegenüber, 15 % sind eher/gar nicht zufrieden. Auch bei der Unterhaltung im ORF-Fernsehen gilt im Wesentlichen, dass das Niveau der Zufriedenheit über die Erhebungsjahre hinweg nur geringere Schwankungen aufweist: 2014 waren 56 % der Befragten mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen sehr/eher zufrieden, 2018 49 %. Den mit Abstand größten Teil des Genres „Unterhaltung“ bringt der Bereich Film/Serie mit insgesamt 40 % ein. Zu diesen Zahlen zählen auch die Krimis und alle Formen von Fernsehspielen und Kinofilmen.

Ganz besonders hervorzuheben ist die generationsübergreifende Qualität der einzelnen Darbietungen. Während etwa in Deutschland bei ARD und ZDF die jüngeren Zuschauer/innen (14-49) in der Regel deutlich hinter dem Gesamtschnitt einer Sendung liegen und der Gesamtmarktanteil in der Regel von den über 50-Jährigen geprägt wird, findet sich hier in den meisten Offerten des Programms eine ziemlich ausgewogene Verteilung der Zuschauer/innen in diversen Altersgruppen.

In der zweiten „Landkrimi“-Saison war so zum Beispiel Wolfgang Murnbergers „Steirerkind“ (die Fortsetzung von „Steirerblut“ aus dem Jahr 2014) der bisher meistgesehene Landkrimi, der sowohl hinsichtlich der Reichweite (896.000 Zuschauer/innen) als auch in Bezug auf den Marktanteil 29 % gesamt und ebenfalls 29 % bei den 12- bis 49-Jährigen große Resonanz erzielte. Auch die Folge „Achterbahn“ war bei den Jugendlichen sehr gefragt. Die 12- bis 49-Jährigen waren mit 24 % Marktanteil stärker vertreten als das Publikum gesamt (20 % Marktanteil).

Exkurs: Eine so weitgehende Übereinstimmung des „alten“ mit dem jungen Publikum ist im europäischen Quervergleich relativ selten. Vor allem in der Rund-um-die-Uhr-Betrachtung des Gesamtprogramms ergeben sich zwischen den Anteilen am Gesamtprogramm bei der Differenzierung zum jungen Publikum bis 49 erhebliche Unterschiede. So hat der ORF bei einer Gesamtmarktanteilsbetrachtung von 32,9 % über ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information und ORF SPORT + einen Marktanteil bei den jüngeren Zuschauern unter 50 von 23,2 %. Die BBC hat bei einem gesamten Marktanteil aller BBC-Sender in 2018 30,9 % Marktanteil, der Anteil der Zuschauer unter 50 Jahren liegt bei 18,7 %. Noch deutlicher wird es in der Bundesrepublik Deutschland: ARD und ZDF haben mit ihren 21 Kanälen einen Marktanteil von 41,3 % im gesamten Publikum. Bei den jüngeren Zuschauern unter 50 sind es noch 18,9 % Marktanteil.

Es ist, was die fiktionalen Angebote in der Unterhaltung angeht, nicht möglich, alle einzelnen Highlights zu benennen, wie ich es in bisherigen Gutachten umgesetzt habe. Drei Beispiele sollen als pars pro toto stehen:

Ab Mitte September zeigte der ORF die mittlerweile sechste Staffel von „Schnell ermittelt“. Die zehn Folgen im Serienmontag kamen im Schnitt auf knapp eine halbe Million Zuseher/innen pro Ausgabe bei 15 % Marktanteil, die Marktanteile beim jüngeren Publikum erreichten bis zu 23 %.

Den ersten Durchgang der ORF-eins-Leiste „Stadtkomödien“ beendete am 6. Januar 2018 „Kebab extrascharf“ mit 580.000 Zuschauer/innen und 18 % Marktanteil. Im Dezember 2018 ging das Erfolgsformat mit zwei neuen Ausgaben an den Start: Die Glattauer-Romanverfilmung „Geschenkt“ mit Thomas Stipsits war die bisher meistgesehene Folge, die mit 637.000 Zuseher/innen und 21 % Marktanteil im Gesamten, aber mit 30 % Marktanteil der 12- bis 29-Jährigen und 27 % Marktanteil der 12- bis 49-Jährigen gesehen wurde.

Wie schon im Vorjahr zeigte der ORF unter dem Label „Movie Montag“ im Sommer hochkarätige Premieren und beliebte Filme zum Wiedersehen, darunter zum Beispiel die Erstaussstrahlung der „Griesnockerlaffäre“, der vierten Rita-Falk-Verfilmung, die auf die bisher besten Quoten der Reihe kam (570.000 Zuseher/innen, 22 % Marktanteil, 27 % Marktanteil der 12- bis 49-Jährigen).

6.1.1.4 Sport

Auf den Bereich Sport entfielen 2018 1.395 Stunden in den Programmen ORF eins und ORF 2, davon 1.183 Stunden Live-Übertragung diverser Sportveranstaltungen. Das waren aufgrund des ungewöhnlich dichten Sportjahres fast 300 Stunden mehr als 2017, wo 1.106 Stunden gezeigt wurden. Insgesamt hat der Sport damit programmstrukturell seinen Anteil am Gesamtoutput des Programms von ORF eins und ORF 2 auf 8 % in 2018 erhöht (2017 waren es 6 %).

Mit dem Sport im ORF-Fernsehen sind 53 % der Österreicher/innen sehr oder eher zufrieden, Unzufriedenheit im Hinblick auf Sport im Fernsehen artikulieren nur 9 %. Zu beachten ist, dass bei polarisierenden Themen wie Sport ein beträchtlicher Anteil der Bevölkerung keine Beurteilung abzugeben vermag, weil sie an dem Thema schlichtweg nicht besonders interessiert sind. Ist man hingegen an Sport interessiert, fällt auch die Beurteilung besser aus.

Einige Besonderheiten:

Mehr als 620 Stunden berichteten ORF eins und ORF SPORT + live von den Olympischen Winterspielen in Pyeongchang, entsprechend groß war die Zahl der Österreicher/innen, die dabei – trotz der dem Zeitunterschied geschuldeten zum Teil ungünstigen Übertragungszeiten – erreicht wurden: Insgesamt 5,3 Mio. im weitesten Seherkreis sahen die ORF-Übertragungen, das entspricht rund 71 % der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren. Nachdem die Übertragungszeiten der alpinen Wettbewerbe in den Nacht- bzw. frühen Morgenstunden lagen, sicherte sich diesmal der vierte und entscheidende Skeleton-Wettbewerb der Damen (736.000 Zuseher/innen, 51 % Marktanteil) mit Janine Flock die Topreichweite der Winterspiele, dahinter landete der Herren-Skisprungwettbewerb von der Großschanze und der 500-Meter-Eisschnelllauf der Damen mit Vanessa Herzog.

Die FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft der Herren 2018 in Russland fand großen Anklang beim Publikum. Insgesamt verfolgten im ORF rund 6,4 Mio. Zuseher/innen bzw. 85 % der TV-Bevölkerung das größte Fußballturnier der Welt. Das meistgesehene Spiel war das Finale

zwischen Frankreich und Kroatien (2. Halbzeit: 1,907 Mio. Zuseher/innen, 66 % Marktanteil). Ebenfalls sehr gut genutzt wurden die Halbfinalspiele Kroatien gegen England und Frankreich gegen Belgien. Von den vier UEFA-Nations-League-Spielen im Jahr 2018 war das Spiel Bosnien-Herzegowina gegen Österreich das meistgesehene (1. Halbzeit 819.000 Zuseher/innen, 27 % Marktanteil).

Von den insgesamt 21 Formel-1-Rennen im Jahr 2018 (davon 13 am Nachmittag-Sendeplatz mit im Durchschnitt 542.000 Zuseher/innen mit 40 % Marktanteil) war der Formel-1-Grand-Prix von Deutschland das meistgenutzte Rennen mit 697.000 Zuseher/innen und 43 % Marktanteil.

6.1.1.5 Kultur/Religion

2018 waren 1.092 Sendestunden kulturellen und religiösen Sendungen gewidmet (2017: 1.000 Stunden).

23 % sind sehr und 31 % eher mit Kultur im ORF-Fernsehen zufrieden. 14 % sind weder zufrieden, noch unzufrieden, 4 % eher nicht, 4 % gar nicht zufrieden und 24 % geben kein Urteil ab. Insgesamt trifft auf den Themenbereich Kultur im ORF-Fernsehen zu, dass die Beurteilungen im Lauf der Jahre von hoher Konstanz geprägt sind. 2014 waren zum Beispiel 42 % sehr oder eher mit Kultur im ORF-Fernsehen zufrieden, 2015 50 %, 2016 55 % und 2017 51 %. Auch für den Bereich Kultur gilt: Ist man grundsätzlich am Thema interessiert, fällt auch hier die Bewertung positiver aus.

Das Kulturprogramm ist strukturell ein Themenfeld, das einen besonderen Markenkern des ORF darstellt. Mit 899 Sendungen im Jahr 2018 zum Themenbereich Kunst (2017: 755 Sendungen) befindet sich der ORF mit seinem Angebot im Ranking der EU ganz vorne und sucht in der Qualität seiner Produkte auch seinesgleichen. Hier konnte das österreichische Publikum im ORF-Kultur-Sommer bei rund 160 Übertragungen von 35 heimischen Festivals zwischen Bregenz und Mörbisch dabei sein. Allein die Salzburger Festspiele, darunter u. a. die Live-Übertragungen von „Die Zauberflöte“ und „Salome“, erreichten im ORF 2,6 Mio. Zuseher/innen, das entspricht einem weitesten Seherkreis von 35 %. Genauso erfolgreich wie die Erstausgabe im Jahr zuvor lief dabei das Salzburger Festspielmagazin „Jedermann/Jedefrau“, das vom ORF Salzburg zugeliefert wurde und im Vorabend rund ein Fünftel des TV-Publikums erreichte.

2018 waren 101 Stunden aus dem Bereich Religion. Den größten Anteil hatten die Sendungen „kreuz und quer“ und „Orientierung“. Die insgesamt 280 Sendungen entsprachen dem Wert der Religionssendungen in 2017 (279). Das heißt, dass im Jahr 2018 an ca. zwei von drei Tagen eine dem Themenfeld „Religion“ zuzuordnende Sendung über ORF eins und ORF 2 zu sehen war. Im Mittelpunkt stand die breite Themenpalette des ORF-Religionsmagazins „kreuz und quer“ (167.000 Zuseher/innen, 12 % Marktanteil), die von „Frauen in Freiheit“ bis „Mütter in Schande“, „Heiligtümer des Buddhismus“ und „Essen wie der Papst“ reichte. Sandra Szabó übernahm 2018 die Moderation der „Orientierung“ (rund 100.000 Zuseher/innen, 10 % Marktanteil). In den sonntäglichen Magazinen finden sich aktuelle Themen aus der Welt der Religion sowie zu politischen und zeitgeschichtlichen Aspekten der Gesellschaft, die einen Zusammenhang mit religiösen Themen aufweisen.

6.1.1.6 Familie (Kinder/Jugend/Senioren)

Auf das Familienprogramm entfielen im Jahr 2018 1.288 Stunden, was in der Programmstruktur des ORF einen Anteil von 7 % ausmacht. Im Jahr zuvor waren es 1.444 Stunden mit insgesamt 8 %. Auf das Kinderprogramm entfielen 2018 insgesamt 877 Stunden. 2017 waren es 976 Stunden. Im internationalen Vergleich ist es bemerkenswert, dass der ORF in seinem „Hauptprogramm“ nach wie vor ein solches Familienprogramm mit dem großen Akzent der Kinderangebote präferiert. In den meisten Ländern der EBU ist dieses Zielgruppenprogramm längst in die Spartenkanäle abgewandert. Der ORF vermag es in den letzten Jahren immer wieder, in seinem Hauptprogramm diese Zielgruppe, die für die Zukunft und für die Balance innerhalb der Zuschauerstruktur wichtig bleibt, zu bedienen.

6.1.1.7 „Bundesland heute“ und Lokalausstiege der ORF-Landesstudios

2018 entfielen 9 % der Programmleistung des ORF-Fernsehens auf lokale Programmausstiege (1.565 Stunden). Die regionale Informationssendung „Bundesland heute“ (mit Südtirol-Ausgabe), für die täglich zwischen 19.00 und 19.20 Uhr das Programm von ORF 2 in die Bundesländer auseinandergeschaltet wird, kam auf 1.087 Stunden. Getrennt ausgewiesen wird das „Service Wetter“ im Rahmen von „Bundesland heute“ (139 Stunden). Eine weitere Auseinanderschaltung der Programme erfolgt werktäglich am Nachmittag zur Ankündigung der wichtigsten Themen der jeweiligen regionalen „Bundesland heute“-Ausgabe sowie in einigen Bundesländern zur Ausstrahlung der „Kompakt“-Formate.

6.1.2 ORF III Kultur und Information

2018 war für ORF III das erfolgreichste Jahr seit Senderbestehen. Das Kultur-Fernsehen-Spartenprogramm mit den Schwerpunkten Information, Diskussion, Dokumentation soll die Aktualität berücksichtigen und als Multiplikator für Sendungen dienen, die bereits in ORF eins und ORF 2 ausgestrahlt sind.

Prägend für das Programm 2018 waren zahlreiche ORF-III-Neuproduktionen, die in Zusammenarbeit mit der österreichischen Senderlandschaft entstanden, eine Reihe an Themenschwerpunkten aus den Bereichen Kunst, Kultur, Information und Zeitgeschichte sowie die Weiterführung und der Ausbau bestehender Sendungsformate. In seinem sechsten kompletten Sendejahr erzielte ORF III eine durchschnittliche Tagesreichweite von 738.000 Zuseher/innen (2017: 690.000, 2016: 611.000).

Die vier Programmsäulen – 1. Kultur, Volkskultur, Regionalität, Religion, 2. Zeitgeschichte, Zeitgeschehen, 3. Information, Stärken von Demokratie- und EU-Verständnis, 4. Bühne für österreichische Kunst- und Kulturschaffende – bilden das Grundgerüst für ein klar strukturiertes Programmschema, dem jeden Tag ein besonderer Schwerpunkt gewidmet ist.

Der „ORF III Themenmontag“ informiert ab 20.15 Uhr umfassend zu den Themen Ernährung, Medizin, Mobilität, digitale Welt, Religion, neue Energie, Umwelt oder Finanzen. Der „ORF III Kulturdienstag“ steht im Zeichen von Kunst und Kultur mit den alternierenden Eigenproduktionen „erLesen“ mit Heinz Sichrovsky, „Was schätzen Sie...?“ mit Karl Hohenlohe, der ebenfalls „Aus dem Rahmen“ präsentiert. Jeden Mittwoch zeigt ORF III im Hauptabend die

Sendeleisten „Heimat Österreich“ und „Land der Berge“ im Doppelpack. In der wöchentlichen Diskussion „Politik live“ begrüßt am Donnerstag ORF-III-Chefredakteurin Ingrid Thurnher interessante Gäste aus Politik und Medien. Themen waren u. a.: „Medienstandort Österreich: Was plant die Politik?“ oder „Flexibel arbeiten – Heilsversprechen oder Wählerverrat?“. Alternierend dazu findet am Donnerstag „Die Runde der ChefredakteurInnen“ statt. Der Freitag-Hauptabend ist mit zwei Programmslots dem österreichischen Filmschaffen gewidmet. Im „zeit.geschichte“-Hauptabend präsentiert ORF III ab 20.15 Uhr Programmabende zu historischen Jubiläen und Jahrestagen. Im Rahmen von „Erlebnis Bühne“ präsentiert Barbara Rett jeden Sonntag herausragende Opern-, Klassik- und Konzertproduktionen und erklärt den zeit- und kulturhistorischen Kontext.

Die Tatsache, dass dieses Schema mit strenger Kontinuität durchgezogen wird und insoweit für viele Zuseher/innen eine erlernbare, quasi intuitive Abfolge von Programmen mit sich bringt, hat dem Spartenkanal eine bemerkenswerte Erfolgsgeschichte gebracht. Mit einem Marktanteil in 2011 von 0,2 % ist die Senderbeteiligung kontinuierlich über 0,9 % in 2012 bis 2,2 % in 2018 gestiegen, wenn man will, eine Verzehnfachung des Marktanteils in wenigen Jahren.

6.1.3 ORF SPORT +

Das Spartenprogramm mit aktueller Berichterstattung über Sportarten, denen üblicherweise in der österreichischen Medienberichterstattung kein breiter Raum zukommt, verfügt programmlich über eine Vier-Stunden-Fläche. Diese beginnt täglich um 19.00 Uhr und endet um 23.00 Uhr. Sie besteht aus drei Teilen: von 19.00 Uhr bis 20.00 Uhr Vorabendmagazine, von 20.00 Uhr bis 20.15 Uhr die Nachrichtensendung „Sport 20“ und von 20.15 Uhr bis 23.00 Uhr die große Fläche für Live-Übertragungen bzw. Highlights-Sendungen.

2018 lieferte der Spartenkanal ORF SPORT + 8.640 Stunden Sportprogramm, neben z. B. Fußball (1.598 Stunden), Motorsport (649 Stunden), Ski alpin (422 Stunden), Tennis (320 Stunden) gab es auch eine breite Berichterstattung über den Behindertensport (190 Stunden) sowie Ausdauersport (inklusive Triathlon) mit 149 Stunden – insgesamt mindestens 71 verschiedene Sportarten. Der Anteil mit österreichischem Inhalt betrug 2018 rund zwei Drittel.

Im sechsten kompletten Sendejahr erreichte ORF SPORT + eine durchschnittliche Tagesreichweite von 274.000 und erzielte damit einen wichtigen Beitrag für die Vielfalt der österreichischen Sportlandschaft. So haben der Breitensport, der Schulsport und der Sport von Menschen mit besonderen Bedürfnissen, wie zum Beispiel „Special Olympics“ eine neue wichtige Multiplikationsplattform gefunden.

6.1.4 ORF 2 Europe (ORF 2E)

ORF 2 Europe (ORF 2E) strahlt das Fernsehprogramm von ORF 2 zeitgleich, unverändert und unverschlüsselt via Digitalsatellit aus, sofern der ORF die Senderechte besitzt. Eine vollständige Übernahme von ORF 2 ist aus lizenzrechtlichen und finanziellen Gründen nicht immer möglich, weil einzelne Senderechte für eine unverschlüsselte Verbreitung entweder nicht erwerbbar oder zu teuer sind.

2018 konnte wieder ein Großteil des Angebots von ORF 2 unverschlüsselt für Europa ausgestrahlt werden. Die Zielgruppe sind Urlauber/innen, Geschäftsreisende und Auslands-Österreicher/innen, die das Aktuellste aus der Heimat erfahren wollen. So stellt ORF 2E eine europaweite repräsentative audiovisuelle Vertretung Österreichs dar – es macht Europa mit österreichischen Themen und der österreichischen Lebensart bekannt und ermöglicht interessierten Europäerinnen und Europäern das politische, kulturelle und gesellschaftliche Geschehen in Österreich zu erfahren und zu erleben.

2018 wurde von ORF 2E wieder eine Reihe von Kulturevents übertragen, wie zum Beispiel die Produktionen der Salzburger Festspiele.

ORF 2E ist unverschlüsselt über den Digitalsatelliten ASTRA auch in Österreich zu empfangen. Bemerkenswert: Seit dem Start von ORF 2E wird die „Zeit im Bild“ um 19.30 Uhr täglich und durchgängig in Österreichischer Gebärdensprache präsentiert. Das bedeutet, dass Gebärdendolmetscher/innen die ganze Sendung „simultan“ live in Gebärdensprache übersetzen. Auch Parlamentsübertragungen werden auf ORF 2E mit Übersetzung in Gebärdensprache gezeigt.

6.1.5 TV-Kooperationen mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

6.1.5.1 3sat

Seit einem Vierteljahrhundert, seit seiner Gründung im Jahre 1984 ist der Gemeinschaftssender von ZDF/ORF/SRF und ARD aus der europäischen Fernsehlandschaft nicht mehr wegzudenken. 3sat ist eine fest verankerte Kulturmarke im deutschen Sprachraum. Seinem Motto „anders fernsehen“ entsprechend bringt der werbe- und sponsoringfreie Sender qualitativ hochwertiges Programm. Auf 3sat haben nicht nur große Kulturereignisse wie Opern-, Theater- und Konzertaufzeichnungen, sondern auch anspruchsvolle Dokumentarfilme, Dokumentationen, Wissenschaftsprogramme sowie Fernsehfilme und Spielfilme Platz im Programm. Insoweit ist der Sender eine „Best-of-Plattform“ für Qualitätsprogramme aus den vier Häusern. Mehr und mehr zeigt aber auch 3sat speziell für den Sender in Auftrag gegebene Neuproduktionen. Dabei greift 3sat die relevanten Themen aus Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Politik auf und schafft Orientierung in einer immer komplexer werdenden Welt.

Der Sender, der von mehr als 80 Mio. Menschen potentiell empfangen werden kann, erfüllt im deutschsprachigen Raum eine wichtige Komplementärfunktion. Die Beteiligung des ORF am Gesamtprogramm liegt bei 25,4 %. 2018 wurden insgesamt 131.130 Minuten Programm aus Österreich geliefert. Das entspricht im Durchschnitt mehr als sechs Stunden pro Tag. Nicht zuletzt wegen dieser bemerkenswerten Zulieferung erzielt der Sender in Österreich einen höheren Marktanteil als in den Partnerländern. In Österreich ist der Marktanteil bei 1,6 %, in Deutschland bei 1,3 %, in der Schweiz bei 0,9 %. Im Durchschnitt verfolgen 576.000 Zuseher/innen täglich das 3sat-Programm. Insgesamt haben in allen drei Partnerländern 2016 6,46 Millionen Zuseher/innen täglich 3sat eingeschaltet. Damit konnte sich der Sender in einem fast unübersichtlich gewordenen Konkurrenzfeld gut behaupten.

Auf großes Publikumsinteresse in Österreich stießen die ORF-/3sat-Produktionen „Glücklich altern“ und „Techno Sapiens“. Herausragende Resonanz finden auch die Thementage, die an einem Feiertag oder an einem Wochenende programmiert sind und abseits des

Regelprogramms mehrmals im Jahr die Kompetenz, das große Archiv und die Erfahrung der Mitarbeiter/innen präsentieren. 2018 wurden dem Publikum 25 Thementage geboten, bei sechs davon war für das Programm der ORF federführend. Von diesem stieß insbesondere der Thementag „Adel verpflichtet“ am 19. Mai beim österreichischen Publikum auf großes Interesse, der Marktanteil lag hier bei 2,6 %.

Ein besonderes Highlight hinter dem Rubrum „Bühne frei“ war im vergangenen Jahr exklusiv für 3sat die Neuinszenierung der „Tosca“ für die Osterfestspiele in Salzburg. Großes Interesse fand natürlich auch der Liederabend mit Anna Netrebko mit ihrem Ehemann Yusif Eyvazov. Der Liederabend wurde 2016 in der Suntory Hall in Tokio aufgezeichnet und 2018 in 3sat ausgestrahlt.

3sat hat das besondere Anliegen, sein Programmangebot gehörlosen und gehörbehinderten Menschen besser zugänglich zu machen. 2018 wurden insgesamt 1.922 Sendungen mit Untertiteln angeboten.

6.1.5.2 ARTE

Seit 2001 ist der ORF assoziiertes Mitglied des Senders und somit in der ARTE-Programmkonferenz, der ARTE-Mitgliederversammlung sowie im ARTE-Programmbeirat mit beratender Stimme vertreten. Der Erfolg der gemeinsamen ORF-ARTE-Kooperationen spiegelt sich im Publikumszuspruch in den einzelnen Ländern, neuerdings vor allem auch im Online-Bereich, wider.

Der Marktanteil von ARTE hat sich in Österreich bei 1 % stabilisiert. Eine Steigerung konnte ARTE im letzten Jahr in Deutschland vorweisen, wo 2018 der Marktanteil auf 1,1 % stieg. In Frankreich bleibt der hohe Marktanteil mit 2,4 % stabil.

6.1.5.3 ARD-alpha

Seit 2014 wird der bayerische Bildungskanal BR-alpha, für den der ORF seit dem Jahr 2000 Programm liefert, unter dem Namen ARD-alpha geführt. Der ORF nutzt hier mit ARD-alpha einen zusätzlichen Distributionskanal zur Verbreitung seiner Qualitätsprogramme.

2018 erreicht der gesamte Sender ARD-alpha im Jahresdurchschnitt in Österreich einen Marktanteil von 0,1 %. Das Österreich-Fenster bei ARD-alpha kam im Jahreszeitraum auf einen Marktanteil von 0,2 %.

Insgesamt hat alpha-Österreich auch 2018 sein vertragliches Plan-Soll von 150 Erstsendungen für den bayerischen Partnersender erfüllt.

6.2 Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags: ORF-Radio

Mit seinen drei bundesweiten und neun regionalen Radiosendern hat der ORF eine stabile Marktführerschaft auf dem Radiomarkt. Fast drei Viertel der täglichen Radionutzungszeit entfallen damit auf den ORF. Dies ist eine außergewöhnlich stabile Marktführerschaft, auch

im europäischen Quervergleich. Täglich erreicht der ORF mehr als 4,7 Millionen Hörer/innen. Drei von vier gehörten Radiominuten entfielen auf die ORF-Radios.

Der Spitzenposition in der Resonanz des Marktes entsprechen auch Spitzenwerte in der Befragung zur Zufriedenheit mit dem ORF-Radio: 70 % der Österreicher/innen ab 15 Jahren sind mit der Information im ORF-Radio sehr oder eher zufrieden (damit bleibt der Wert auf dem hohen Niveau der Vorjahre: 2015 und 2016 waren es 69 %, 2017 73 %), 10 % des Publikums antworten indifferent, 4 % sind weniger/gar nicht zufrieden, 16 % geben hier keine Beurteilung ab. Das Niveau der Zufriedenheit mit der Information im ORF-Radio zeigt sich auch in den Durchschnittswerten auf der 5-stufigen Skala, (die allesamt unter 2,0 liegen) sowie am unverändert geringbleibenden Anteil an Unzufriedenen.

Der zweithöchste Zufriedenheitswert mit dem ORF-Radio entfällt auf den Bereich Unterhaltung. Damit sind 63 % sehr/eher zufrieden, 13 % unentschieden, 7 % eher nicht oder gar nicht zufrieden. 18 % machen hier keine Angabe. Der Mittelwert von 2,0 bleibt auf dem hohen Niveau der letzten Jahre (2014–2016: 2,0; 2017: 1,9). Auch hierbei gilt die alte Relation: Unterhaltung wird häufiger als zufriedenstellend erlebt, wenn man grundsätzlich an Unterhaltung interessiert ist.

Sport spielt aus der Bevölkerungssicht im Hörfunk erwartungsgemäß eine geringere Rolle als im visuellen Medium Fernsehen. Dementsprechend geben beim Radio mehr Befragte als beim Fernsehen kein Urteil zum Themenbereich Sport ab, nämlich 38 % (im TV waren es 24 %). 42 % sind mit Sport im ORF-Radio sehr oder eher zufrieden, 11 % weder unzufrieden noch zufrieden, 9 % eher nicht oder gar nicht zufrieden. Die Mittelwerte auf der Skala reichen von 2,3 (2014, 2015, 2018) bis zu 2,2 (2016 bis 2017). Auch hier ist eine stabile Akzeptanz zu verzeichnen.

Im Bereich Kultur, in den vom ORF-Radio ausgestrahlten Sendungen, können mit 35 % mehr als ein Drittel der Österreicher/innen ab 15 Jahren keine Beurteilung abgeben. 42 % sind mit dem Thema Kultur im ORF-Radio sehr/eher zufrieden, 15 % unentschieden, 8 % eher nicht bzw. gar nicht zufrieden. Auch diese Aufteilung ist in den Zeitschienen ziemlich konstant. Ein Unterschied: 2015 waren 13 % unzufrieden, während es gegenwärtig 8 % sind.

Da das gesendete Programm der ORF-Radios aus Kapazitätsgründen nicht vollständig EDV-technisch erfasst werden kann, wurde das Programmschema auch 2018 nach dem gewohnten Muster der Vorjahre wieder in einer „typischen“ Woche erfasst und der Programmoutput aller ORF-Sender einer detaillierten Inhaltsanalyse dieser Woche unterzogen. Als Musterwoche 2018 wurde die Woche vom 10. bis 16. September bestimmt. Es ist Konsens in der internationalen Medienforschung, dass eine derartige Analyse dazu dienen kann, eine Orientierung für die Programmstruktur der jeweiligen Sender zu geben, vorausgesetzt, dass bei der Ermittlung einer „typischen Woche“ generell auf einen geringen Grad an programmbeeinflussenden Spezifika, wie zum Beispiel nationale Wahlen oder große Veranstaltungen im Untersuchungszeitraum geachtet wird. Bis 2017 wurde die Datensammlung von den Sendern selbst (Ö1, Hitradio Ö3, FM4) oder von der ORF-Medienforschung (für die ORF-Regionalradios) organisiert und ausgeführt. Für das vorliegende Berichtsjahr 2018 wurden Analyse und Auswertung von der APA DeFacto – entsprechend dem bisherigen Analyseschema – durchgeführt.

6.2.1 Österreich 1

Der Sender, der im Jahr 2017 seinen 50. Geburtstag feierte und dabei sein Programmschema modifiziert hat, wurde 2018 im Schnitt täglich von 661.000 Personen gehört (2017: 653.000, 2016: 616.000). Dies ist bei dem seit Jahrzehnten durchgehaltenen Mix an Politik, Zeitgeschichte und Kultur eine bemerkenswerte Stabilität angesichts der größer gewordenen Konkurrenz. Bei der Bevölkerung ab 10 Jahren lag so die Tagesreichweite stabil bei 8,5 %, bei Personen ab 35, der eigentlichen Zielgruppe, bei 10,8 %. In der Gesamtbevölkerung erreichte Ö1 einen Marktanteil von 7 %, in der Zielgruppe ab 35 Jahren 8 %.

Der Sender hat in 2018 seinen Wortanteil, eines der Kriterien für einen spezifischen Qualitätsnachweis (mit 4.963 Minuten) im Vergleich zum letzten Jahr (mit 4.626 Minuten) gesteigert. Spitzenreiter in den unterschiedlichen Kategorien ist die Kultur mit 1.912 Minuten und 38,53 %, vor Information mit 1.430 Minuten und 28,83 %. Wissenschaft/Bildung hat 15,66 %, Service 7,95 % und Religion/Ethik 2,24 %. Der Mix aus Wortanteil und Musikanteil ist wie in den letzten Jahren ziemlich ausbalanciert geblieben. 4.963 Wortanteil-Minuten stehen 4.883 Musik-Minuten entgegen. Die Musik-Kategorie ist ebenfalls sehr passgenau komponiert und hat mit 4.583 Minuten (93,85 %) den Löwenanteil in der Kategorie „Ernste Musik“. Andere Musik kommt zusammengenommen auf rund 6 %. Ö1 bleibt mit diesen Minutenwerten ein bemerkenswert genau positionierter Qualitätssender mit deutlich kulturellem Schwerpunkt. Die Schwerpunkte und Themenakzentuierungen des Programms zeigen die Richtung der nach wie vor konsequent durchgezogenen Konzeption eines Qualitätssenders. Radio Österreich 1 hat das Jahr 2018 zu einem ganz besonderen „Jahr der Zeitgeschichte“ ausgerufen, da die runden Jubiläen der Jahre 1918, 1938, 1948 und 1968 besonders ausführlich dargestellt werden konnten. 100 Jahre nach 1918, als der Erste Weltkrieg endete und die Republik gegründet wurde, erzählte Alt-Bundespräsident Fischer für Ö1 die Geschichte der Ersten Republik. In der Reihe „Hundert Häuser“ wurden 100 Jahre Republik im Spiegel ihrer Architektur präsentiert. 80 Jahre nach 1938 sendete Ö1 im Stundentakt „Betrifft: Österreich“, eine inzwischen mit dem Radiopreis der Erwachsenenbildung ausgezeichnete akustische 1:1-Chronik der Ereignisse vom 11. und 12. März mit den im deutschen Rundfunkarchiv wiederentdeckten Originalaufnahmen aus dem RAVAG-Archiv. Auch andere zeitgeschichtliche Ereignisse, wie die Staatsgründung Israels und die Ermordung Mahatma Gandhis in 1948, die Ermordung Martin Luther Kings und die Studentenrevolten in Frankreich und Deutschland (1968) sowie der Prager Frühling standen im Zentrum von ausführlichen Ö1-Sendungen.

In den Ö1-Journalen dominierten EU-Themen, etwa das Ringen um den Brexit-Vertrag und vor allen Dingen der EU-Ratsvorsitz Österreichs. Die geo- und wirtschaftspolitischen Aktivitäten des US-Präsidenten dominierten die internationale Berichterstattung. Innenpolitisch berichtete Ö1 über vier Landtagswahlen, über den Wechsel an der SPÖ-Spitze sowie über die ÖVP-FPÖ-Koalition.

Musikalisch war Ö1 bei den meisten Festivals dabei und sendete – live oder zeitversetzt – rund 150 Übertragungen von heimischen Veranstaltungen unterschiedlicher musikalischer Richtungen. Ein besonderer Höhepunkt war wieder das vom ORF kuratierte und produzierte Grazer Musikfestival „musikprotokoll“. Insgesamt wurden dafür 21 Kompositionsaufträge vergeben, auf dem Programm standen 22 Uraufführungen und neun österreichische Erstaufführungen, aus dem Programm des „musikprotokoll 2018“ wurden mehr als 20 unterschiedliche Ö1-Sendungen generiert.

Auch außerhalb der Festivalsaison übertrug Ö1 zahlreiche Konzerte und Musikveranstaltungen, zum Beispiel rund 40 Konzerte aus dem Wiener Musikverein und zehn Aufführungen aus der Wiener Staatsoper. Diese Produktionen stellen ein wichtiges Rückgrat für den europäischen Programmaustausch dar. In der EBU werden diese Sendungen von Ö1 ganz besonders hochgeschätzt, da sie qualitativ auf höchstem Niveau produziert und von großem Publikumsinteresse sind. Ö1 bot 2018 im Rahmen des EBU-Musik austausches 235 Mitschnitte an, die angebotenen Ö1-Aufnahmen wurden bisher 490-mal weltweit ausgestrahlt.

Es bleibt dabei: Ö1 steht grundsätzlich für klassische Musik. In dem breiten Informationsangebot aus täglich sieben Journalsendungen und stündlichen Nachrichten bilden die Kultursendungen und Beiträge der Wissenschafts- und Religionsabteilungen Ö1 durchgängig ein qualitativ hochwertiges Informations- und Kulturradio, wie es nur ganz wenige Sender im vergleichbaren europäischen Medienangebot gibt.

Fazit: Ö1 bleibt grundsätzlich profiliert als ein ausgewiesenes Kulturradio. Das Profil wird nicht verwässert. Die stabile Zuhörerschaft bleibt treu und hat leichte Zuwächse.

6.2.2 Hitradio Ö3

Hitradio Ö3 bleibt im Radiobereich der große Marktführer mit der größten Reichweite und dem markantesten Marktanteil. Trotz des ständig sich ausweitenden Konkurrenzkampfes im Radiomarkt konnte Ö3 seinen Marktanteil bei Personen ab 10 Jahren auf dem in den letzten Jahren errungenen Niveau von 31 % behaupten. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen kam Ö3 auf den Marktanteil von 40 % (2017: 40 %). Als „Vollprogramm“ bietet Ö3 in seinem 24-Stunden-Programm das ganze Jahr über live aktuelle Informationen aus Österreich und der Welt, aktuelle Wortmeldungen sowie Verkehrsprognosen, Pop, Rock und die neuesten Charts sowie die Ö3-Comedy.

Für die innerhalb der Analyse ausgewählte Musterwoche vom 10. bis zum 16.9.2018 war der Wortanteil mit 1.745 Minuten ungefähr gleich wie im Vorjahr. Der Musikanteil lag bei 7.351 Minuten. Der Service hat mit 31,84 % den größten Anteil, gefolgt von Information mit knapp 28 %, Sport mit 8,08 % und 4,83 % Kultur. Wissenschaft und Bildung hat noch 2,2 % des Wortanteils. Bei dem Musikanteil spielt ausschließlich Pop groß auf. Hitradio Ö3 hat die größte Verkehrsredaktion des Landes und liefert u. a. mit Hilfe der Hörer/innen halbstündlich den schnellsten Verkehrsservice Österreichs. Der Sender legt besonderen Wert auf Schnelligkeit und Aktualität. Die offene Programmfläche erlaubt es, über aktuelle Ereignisse nicht nur in Nachrichten und Journalen, sondern sofort und ohne Zeitverzögerung zu berichten.

In den offenen Sendeflächen wurde u. a. sehr ausführlich auf die Wahlen in den vier Bundesländern (Tirol, Kärnten, Salzburg und Niederösterreich) hingewiesen. Im Rahmen der Ö3-Challenges nahm Ö3 auch 2018 selbst sportliche Herausforderungen an und schaffte bei der DTM-Challenge am Spielberg oder der Ö3-Marathon-Challenge wieder ganz besondere Höhepunkte für die Hörer/innen.

Ein herausragendes Spezifikum des Ö3-Gesamtprogramms sind die Sozialkampagnen. Vor mehr als zehn Jahren stellten Ö3 und das Rote Kreuz mit dem Team Österreich organisierte Nachbarschaftshilfen auf die Beine. Am 23. Juli wurde die Team-Österreich-App präsentiert, mit punktgenauen Warnungen im Katastrophenfall und der Möglichkeit, direkt vor Ort oder

auch online über das Smartphone zu helfen. Am 1. August 2018 folgte die Einsatzpremiere: Den Team-Österreich-Mitgliedern wurden online Aufgaben gestellt, die die Hitzewelle für ihre Umgebung erträglicher machen sollten. 529 Einträge in der „Hitzelandkarte“ vermittelten einen Eindruck, wie heiß es in den Innenräumen im ganzen Land war. Informationen wie diese werden in Zukunft Bedeutung für die Einsatzplanung der Rettungskräfte haben. Mit Hilfe der Team-Österreich-Mitglieder konnte außerdem eine Liste der „kühlen Orte“ mit fast 300 Einträgen erstellt werden und mehr als 1.000 Menschen wurden gezielt über die Wichtigkeit einer Hitzekarenz für den Organismus informiert.

6.2.3 FM 4

Das überwiegend fremdsprachige Programm mit alternativen Akzenten ist im letzten Jahr in der Akzeptanz stabil geblieben. Im Schnitt hören täglich 265.000 Österreicher/innen ab 10 Jahren FM4 (2017: 258.000, 2016: 280.000). Der Marktanteil lag bei 3 %, in der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen kam der Sender auf einen Marktanteil von 5 % (2017: 3 %). Die Mehrsprachigkeit, die Konzentration auf die Musik abseits des Mainstreams und die journalistische diskursive Beschäftigung mit zeitgenössischen Themen werden etwas stärker von jüngeren Leuten gesucht. Die Vorstellung, dass FM4 vor allem für diese jüngere und kritische Hörerschaft sowohl Avantgarde wie technologische Innovation sein soll, wird angenommen. Die landläufig als „FM4-Musik“ bezeichnete Musikmischung findet sich auch wieder bei vielen großen Sommerfestivals oder bei Leistungsschauen wie dem „Popfest Wien“ oder dem „Electric Spring Festival“. Beim österreichischen Musikpreis „Amadeus“ gingen acht von vierzehn Preisen an Acts aus dem musikalischen FM4-Universum. Beim Wortanteil (1.873 Minuten) überwiegen Information und Kultur und es gibt einen großen Serviceblock. Bei der Musik entfallen mehr als 90 % auf das Genre alternative Musik. Die zusätzliche Ebene der englischsprachigen News-/Magazinberichterstattung bestärkt die Rolle von FM4 als weit über die nationalen Grenzen ausgerichteter europäischer Sender. Dies ist ein exklusiver Markenkern.

6.2.4 ORF-Regionalradios

Das Angebot der ORF-Regionalradios liegt auf der Linie der letzten Jahre. Es gibt in den Programmofferten keine große Varianz. In den Wortbeiträgen ist in der Regel rund ein Drittel des Programms der Information und rund ein Viertel dem Service gewidmet. Den größten Wortanteil haben Radio Kärnten mit 2.341 Minuten und Radio Salzburg mit 2.257 Minuten, den geringsten Anteil hatte wie im letzten Jahr Radio Wien, das einen Wortanteil von 1.579 Minuten hatte.

6.3 ORF TELETXT

Die zentrale Funktion des ORF TELETXT-Angebots, in der Tradition bisheriger Offerten ein umfassendes aktuelles Nachrichten- und Informationsangebot zu liefern, zahlreiche Service-Infos zu den verschiedensten Bereichen und Themen sowie ausführliche Programminformationen zu den Programmen des ORF-Fernseh- und Radiosenders zu bringen, wird eins zu eins fortgesetzt.

Der ORF TELETEXT lieferte in seinem Gesamtumfang am Stichtag 31. März 2018 insgesamt 1.438 Seiten (2017: 1.558 Seiten), 421 Seiten waren direkt anwählbar. Die Overall-Befragung des ORF im Jahre 2018 zeigt, dass insgesamt 53 % der Befragten ab und an oder öfters Angebote im ORF TELETEXT nutzen. Am häufigsten sind die Nutzer/innen von ORF TELETEXT mit dem Themenbereich Information zufrieden. 41 % sind sehr, 33 % eher zufrieden, nur 1 % ist unzufrieden, 10 % sind unentschieden, 14 % machen keine Angaben, 2014 waren 62 % und 2015 71 % mit Informationen im Teletext sehr oder eher zufrieden (75 % 2016 und 2017, aktuell 74 %). Eine ähnliche Tendenz ist auch im Hinblick auf die Zufriedenheit mit dem Sport im ORF TELETEXT auszumachen. 2018 waren 53 % mit dem Sport im ORF TELETEXT zufrieden, nur 3 % unzufrieden – 2014 gab es 41 % Zufriedene versus 8 % Unzufriedene.

Der Anteil der mit Unterhaltung im ORF TELETEXT Zufriedenen liegt bei 34 % und ist damit im Vergleich zum Vorjahr rückläufig, wobei 2018 der Anteil an den Personen, die zu diesem Thema kein Urteil abgeben konnten, mit 43 % ebenfalls deutlich höher liegt als 2017 (31 %). Mit Kultur im ORF TELETEXT waren 2018 35 % sehr/eher zufrieden, das entspricht dem Niveau von 2015 (35 %). Allerdings ist auch die Zahl der Unzufriedenen zurückgegangen (2015: 13 %, 2018: 5 %).

Das gesamte Angebot des ORF TELETEXT ist seit Jahren nicht nur via TV abrufbar, sondern wird auch auf weiteren digitalen Plattformen (im Internet, über eine kostenlose App und im Rahmen des „ORF Smart“-TV-Angebots) erfolgreich angeboten. Eine wichtige Innovation: Seit Sommer 2017 bietet der ORF TELETEXT ab Seite 470 mit „Nachrichten leicht verständlich“ ein tägliches Nachrichtenangebot in einfacher Sprache (Sprachstufe B1). Im Dezember 2018 wurde dieser Service erweitert: Ab Seite 480 werden unter dem Titel „Nachrichten leichter verständlich“ die gleichen tagesaktuellen Meldungen noch leichter verständlich, in kurzen Sätzen und auf mehr Zeilen aufgeteilt (Sprachstufe A2) angeboten. Die Meldungen müssen dabei in bewusst kurzen Sätzen verfasst werden, auf schwierige Wörter wird nach Möglichkeit verzichtet oder diese werden in einer Ergänzung erklärt. Um das Lesen und Verstehen außerdem zu vereinfachen, werden lange, zusammengesetzte Wörter mit einem Bindestrich versehen.

Eine weitere Innovation: Als neue Serviceinformation bietet der ORF TELETEXT seinen Leserinnen und Lesern außerdem im Magazin „Gesundheit“ auf den Seiten 657 und 658 die wichtigsten Servicenummern und Adressen rund um das Thema „Betreuung und Pflege“.

6.4 Das Internet (ORF.at)

Das Qualitätsmonitoring des Internet stand im vergangenen Jahr im Fokus einer großen Evaluation des ORF-Qualitätsprofils, um eine Art Pflichtenheft für das Internet als „SOLL-Vorstellung“ umzusetzen. Die diskursive Annäherung an die Evaluation dieses ORF-Qualitätsprofils hat eine breite Betrachtung zwischen dem SOLL-Konzept für das Internet und der empirischen Wirklichkeit im ORF-Internet gebracht. In diesem Jahr muss dieses spannende Verhältnis zwischen SOLL und IST nicht in der gleichen Breite ausgeführt werden. Allerdings zeigt sich, dass es auch in 2018 kaum konkrete Abweichungen von den Werten, die in 2017 erhoben wurden, gibt.

Laut der Online-Bewegtbild-Messung (AGTT/GfK TELETEST Zensus) erzielten 2018 die Live-Stream- und Video-on-demand-Angebote des ORF.at-Netzwerks (ORF-TVthek sowie

die Videoangebote auf anderen Seiten, inklusive Apps wie sport.ORF.at etc.) im Monatsschnitt 12,0 Millionen Nettoviews (zusammenhängende Nutzungsvorgänge) und 35,9 Millionen Bruttoviews (registrierte Videostarts einer Sendung/eines Beitrags). In Summe lag das Gesamtnutzungsvolumen pro Monat im Durchschnitt bei 161 Millionen Minuten. Damit wurde das Online-Videoangebot des ORF von den österreichischen User/innen noch stärker genutzt als 2017.

Mit 165.925 Storys wurde der redaktionelle Leistungsumfang bei den Angeboten im Jahr 2018 im Vergleich zu 2017 (163.483) leicht gesteigert. Zu einem Zuwachs kam es vor allem bei news.ORF.at, oe3.ORF.at und religion.ORF.at. Im Jahr 2018 wurden im ORF.at-Netzwerk durchschnittlich 82,24 Millionen Visits (zusammenhängende Besuche) pro Monat generiert, was eine Steigerung von 7,1 % im Vergleich zu 2017 bedeutet. Pro Monat wurde durchschnittlich von 9,73 Millionen Unique Clients (einzeln identifizierbare Endgeräte) auf das ORF.at-Network zugegriffen, ein Plus von 6,5 % im Vergleich zum Vorjahr. Im Durchschnitt wurden 465 Millionen Page-Impressions pro Monat und damit plus 2,7 % gegenüber 2017 erzielt.

Die Überblicksberichterstattung zum nationalen und internationalen Geschehen wird auf news.ORF.at in Form von Nachrichtenstorys bereitgestellt, wobei ergänzend auch audiovisuelle Elemente angeboten werden. Im Jahr 2018 wurden auch bei news.ORF.at insgesamt 42.391 Storys veröffentlicht, davon 4.666 Beiträge und 36.987 Ticker-Meldungen. Auch hier hat sich im Vergleich zu 2017 mit 41.342 Storys der redaktionelle Output insgesamt leicht erhöht.

Die ORF-Landesstudios veröffentlichten auf ihren Seiten sowie der Übersichtsseite österreich.ORF.at insgesamt 42.683 Storys (2017: 42.343). Kultur und Information standen im Mittelpunkt der 13.877 journalistischen und Programmbeiträge von oe1.ORF.at (2017: 13.527).

Die Überblicksberichterstattung zum nationalen und internationalen Sportgeschehen in Dutzenden unterschiedlichen Sportarten, einschließlich der umfassenden Berichterstattung zu den Olympischen Winterspielen und der Fußball-Weltmeisterschaft umfasste 2018 insgesamt 14.866 Beiträge (2017: 14.734). Wie in den Jahren zuvor gab es die meisten Storys zum Thema „Fußball“. Das nationale und internationale Kulturgeschehen war 2018 Gegenstand von insgesamt 2.844 Beiträgen bei news.ORF.at, die im Rahmen der Überblicksberichterstattung präsentiert wurden. Das sind deutlich weniger als im Jahr 2017, wo 3.224 Beiträge präsentiert wurden. religion.ORF.at stellte 2018 4.405 Beiträge bereit (2017: 4.108), in denen über den Bereich der Religionen und Glaubensgemeinschaften informiert wurde.

science.ORF.at präsentierte 2018 1.997 Storys, die sich um die Entwicklung von Ereignissen aus den Wissenschaftsdisziplinen von Astronomie, über Medizin, bis Biologie und Physik beschäftigten (2017: 1.911).

Was die Zufriedenheit mit den Leistungen des ORF im Internet angeht, so muss die Untersuchung differenzieren: Hier wurde die Zufriedenheit mit den Themenbereichen bei jenen Personen erhoben, die nicht nur einen prinzipiellen Zugang zum Internet haben, sondern das Medium auch entsprechend nutzen – 39 % beanspruchen die Web-Angebote des ORF. Unter diesen Nutzerinnen und Nutzern von ORF-Sites entfällt der größte Anteil an Zufriedenen auf den Bereich Information im ORF-Internet: 65 % sind mit der auf den ORF-Sites gebotenen Information sehr oder eher zufrieden, lediglich 3 % sind unzufrieden und

25 % machen keine Angaben. Im Zeitverlauf gesehen ist der Anteil, der mit der Information auf den ORF-Sites Zufriedenen etwas schwankend (2014: 55 %; 2015: 71 %; 2016: 65 %; 2017: 64 %). Die zusammenfassenden Mittelwerte reichen von 1,8 (2016, 2018) über 1,9 (2015, 2017) bis zu 2,0 (2014).

45 % der befragten Nutzer/innen sind mit Sport im ORF-Internet zufrieden, 2 % unzufrieden, 9 % weder zufrieden noch unzufrieden, 44 % machen keine Angaben. Auch in diesem Zusammenhang sind im Zeitverlauf kleinere Schwankungen zu verzeichnen, wobei die Mittelwerte darauf hindeuten, dass der Anteil der mit Sport im Internet Zufriedenen im Laufe der Jahre etwas zunimmt (2014, 2015: 2,3; 2016: 2,2; 2017: 2,0; 2018: 1,9). Mit der Unterhaltung im ORF-Internet sind 42 % der Nutzer/innen sehr bzw. eher zufrieden, 6 % weniger oder gar nicht zufrieden und 12 % bleiben neutral, immerhin 39 % machen keine Angaben.

Mit dem Thema Kultur im Internet sind ebenfalls 42 % sehr oder eher zufrieden. 10 % sind indifferent und 5 % unzufrieden. 43 % geben kein Urteil ab. Der Anteil der Zufriedenen mit der Kultur im ORF-Internet pendelt sich gegenwärtig wieder am Niveau von 2015 (42 %) ein. Allerdings fällt der Anteil an Unzufriedenen (2015: 16 % unzufrieden; 2018: 5 % unzufrieden).

Insgesamt bleiben die Zufriedenheitswerte im Internet relativ stabil. Es zeigt sich, dass die strenge Vorgabe an eine journalistische Qualität die Zufriedenheit selbst bei wachsender Konkurrenz stärkt.

6.5 Besondere Detailanforderungen des Gesetzgebers an das Programm-Gesamtangebot

Als zusätzliche, spezifisch österreichische Vorgabe zur Erfüllung des Programmauftrags hat der Gesetzgeber in das ORF-Gesetz generelle Vorschriften formuliert. Sie enthalten Anforderungen an die Programmstruktur und an das Gesamtprogramm. Einige der Vorschriften sind detaillierte Varianten allgemeiner Normvorschriften sowie ganz pauschal abgefasste Qualitätsvorstellungen als Abrundung der Programmanforderung.

6.5.1 Angebot anspruchsvoller Sendungen in den Hauptabendprogrammen des ORF-Fernsehens

Die Umsetzung des § 4 Abs. 3 ORF-Gesetz, in dem der Gesetzgeber dem ORF vorschreibt, zwischen 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen auszustrahlen, hat in den vergangenen Jahren zu folgender grundsätzlicher Festlegung geführt: Dieser besondere Auftrag für den Hauptabend ist im Gesetz nicht näher erläutert und in der Öffentlichkeit uneinheitlich debattiert. Da er für die Programmplanung jedoch operationell umgesetzt werden muss, gelten für die Umsetzung vier Konventionen:

- Das Gesetz spricht eindeutig von „Sendungen“. Damit ist klar, dass „anspruchsvoll“ keine eigene Programmkategorie ist, sondern dass grundsätzlich Sendungen aus allen Genres anspruchsvoll sein können.

- Der ORF soll im Hauptabendprogramm zumindest eine „anspruchsvolle“ Sendung anbieten; eine durchgehende Kontrastprogrammierung ist gesetzlich nicht geboten.
- Die Regelung des Angebots „anspruchsvoller“ Sendungen steht unter der Einschränkung, dass diese „in der Regel“ anzubieten sind.
- „Anspruchsvolle“ Programme sollen über die Wahrung programmlicher Grundstandards hinaus besonderen gestalterischen und inhaltlichen Anforderungen entsprechen und beim Publikum Reflexionen anregen. Das Wort „anspruchsvoll“ bezieht sich auch auf die Umsetzung der behandelten Themen und Stoffe. Erst die künstlerische, formale und journalistische Qualität von Fernsehen und die damit dem Publikum gebotene Möglichkeit reflektiver und kritischer Auseinandersetzung qualifizieren diese Programme als anspruchsvoll. Der ORF verpflichtet sich eine umfassende, den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Erwartungen und Ansprüchen gerecht werdende Auseinandersetzung mit Themen der Kultur, Kunst, Wissenschaft als wichtigste Grundelemente der Programmarbeit des ORF umzusetzen. Auch im Bereich der Unterhaltung sollen Bildung, Sozialkompetenz und kontroverse Themen auf unterhaltende Art und Weise vermittelt werden. Solche Programme erfüllen nicht nur die Erwartungen des Publikums, sondern bieten zudem einen Mehrwert, der das Publikum anregt und auffordert, sich mit den angesprochenen Themen auseinanderzusetzen.

Als ein zusätzliches Kriterium für ein anspruchsvolles Programm werden traditionell von Seiten des ORF externe Auszeichnungen und Preise zu den Bewertungen durch die Expertenkommission anerkannt. Darüber hinaus kann auf Maßstäbe zurückgegriffen werden, die über Jahrzehnte in Kooperation mit anderen öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten erarbeitet, weiterentwickelt und den Anforderungen der Zeit angepasst wurden. Dazu zählen etwa Kooperationen mit dem deutsch-französischen Kultursender ARTE oder die Zusammenarbeit mit den europäischen Filmförderungsinstitutionen.

Traditionell werden zur Prüfung des Themas „anspruchsvolle Sendungen“ zwei ORF-Programmwochen im Detail angeführt. Die Sendungen aus dem Frühjahr (5. – 11. März) und aus dem Herbst (1. – 7. Oktober) wurden als repräsentativ für das Jahresprogramm ausgewählt. In der Zusammenschau der beiden Wochen lässt sich empirisch konstatieren:

Der ORF hat im Jahr 2018 seinen Auftrag gemäß § 4 Abs. 3 ORF-Gesetz erfüllt und in den Hauptabendprogrammen des ORF-Fernsehens (20.00 – 22.00 Uhr) in der Regel „anspruchsvolle Sendungen“ zur Wahl gestellt.

In der ORF-Overall-Befragung 2018 urteilt das österreichische Publikum folgendermaßen: Die im Programmauftrag festgelegte Aufgabe, in der Regel anspruchsvolle Sendungen zwischen 20.00 und 22.00 Uhr zur Wahl zu stellen, wird vom ORF aus der Sicht einer knappen Mehrheit der Bevölkerung durchwegs erfüllt: 55 % eher schon, 32 % eher skeptisch (24 % eher nicht erfüllt, 8 % überhaupt nicht erfüllt). Anzumerken ist wie im letzten Jahr, dass insbesondere Personen aus gehobenen Bildungsschichten ihre Skepsis formulieren. Die Werte des Vorjahres: 2017 waren es 57 %, die der Meinung waren, dass der ORF diesen Auftrag umsetzt. Bei den Skeptikern sind die Werte von 2017 identisch mit denen des Jahres 2018.

6.5.2 Anteil europäischer Werke an ORF-Fernsehprogrammen und ORF-Abrufdiensten

In § 11 Abs. 1 und § 12 ORF-Gesetz verlangt der Gesetzgeber, dass der ORF im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge zu tragen hat, dass der Hauptteil der Sendezeit seiner Fernsehprogramme bzw. seiner Sendungen in Abrufdiensten der Sendung von europäischen Werken entsprechend Art. 1 der Richtlinie 2010/13/EU vorbehalten bleibt.

Die anzurechnende Sendezeit beläuft sich für das ganze Programm von ORF eins und ORF 2 für das Jahr 2018 auf 14.629 Stunden.

Das Fernsehprogramm von ORF eins und ORF 2 hat 2018 europäische Werke im Ausmaß von 9.743 Stunden gesendet, woraus sich ein Anteil von 66,6 % errechnet. Das entspricht auch den Werten des Vorjahres (65,6 %).

Der Anteil europäischer Werke entsprach somit im Jahr 2018 den Vorgaben gem. ORF-Gesetz.

6.5.3 Vielfalt im Programm des ORF-Fernsehens

Zum öffentlich-rechtlichen Kernauftrag nach § 4 Abs. 2 ORF-Gesetz heißt es: „In Erfüllung seines Auftrags hat der österreichische Rundfunk ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anzubieten. 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 zu § 4 Abs. 2 ORF-Gesetz eine vom bisherigen Zuordnungsschema im ORF-Jahresbericht abweichende Kategorisierung und ein alternativer Kulturbegriff vertreten werden, beauftragte der ORF erstmals für das Jahr 2013 Herrn Universitätsprofessor Dr. H. Haas, Universität Wien, mit einer entsprechenden Zuordnung der Sendungen zu einem Analyseschema. 2018 wird die Analyse von Dr. C. Brantner und Dr. P. Herczeg, Universität Wien, durchgeführt, analog der Verfahrensweise, die Professor Haas eingeführt hatte. Professor Haas war 2014 verstorben. Für das Jahr 2018 wurden 294.298 Stunden/Sendungsteile der Programme ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information und ORF SPORT + zugeordnet. Als Basis für die Auswertung der Kategorien Information und Unterhaltung, Kultur und Sport wurden schließlich 68.412 Sendungen herangezogen. Das Ergebnis zeigt folgende Anteile am Gesamtprogramm (Fernsehen): 16 % Info, 31 % Unterhaltung, 23 % Kultur und 30 % Sport.

In der Differenzierung von Information, Unterhaltung, Kultur und Sport liegen die Ergebniswerte in angemessenem Verhältnis zueinander. (Wir stellen fest: Die Ergebnisse für das Jahr 2017 waren 17 % Info, 33 % Unterhaltung, 21 % Kultur und 30 % Sport).

7. Publikumsgespräche

Zu dem empirischen Herzstück der ORF-Qualitätssicherung, der Overall-Erhebung, sind es vor allem die Publikumsgespräche, die in ihrer sehr ausgefeilten Dramaturgie und mit beträchtlicher Motivation der Beteiligten einen detaillierten Aufschluss über das reziproke Verhältnis von Sender und Publikum geben. Die Publikumsgespräche sind wichtige Instrumentarien, um jenseits der Zahlen von Marktanteilen, Reichweiten und gesehener Sendezeit die Vorstellungen, Anforderungen, Erwartungen und Zufriedenheit des Publikums darzustellen.

Das Publikumsgespräch wird zunehmend zu einem Resonanzraum, der – wie schon in früheren Gutachten dargestellt – dem Sender wie den Gremien Indikationen und Fingerzeige dafür gibt, inwieweit das Publikum bereit ist, den ORF weiterhin als nationales Leitmedium zu akzeptieren. Darüber hinaus wird die Fragestellung akzentuiert, wie das Publikum in dem Kosmos verschiedener Angebote aus der digitalen Welt am ORF interessiert bleibt. In diesen Gesprächen wurden in den letzten Jahren, auch im Jahr 2018, Wegweiser beschriftet, die in neuer analytischer Tiefe und konkreten Verwertungsmöglichkeiten Akzente für die Zukunft einer neu ausgerichteten medialen Konkurrenz geben.

In 2018 fanden drei Publikumsgespräche zu den Programmsäulen Sport, Unterhaltung und Information statt. Es waren jeweils strukturierte Gruppendiskussionen, zu denen der ORF ausgewählte Publikumsgruppen eingeladen hat. Im Dialog mit Vertreterinnen und Vertretern der ORF-Gremien bzw. Programmverantwortlichen konnten sie ihre Kritik, Ansprüche und Erwartungen zu den ORF-Programmen und -Aktivitäten darlegen.

7.1 Publikumsgespräch Information

In dem Publikumsgespräch mit 45 Teilnehmerinnen und Teilnehmern im Alter von 18 bis 70 Jahren diskutierten Gremienmitglieder und Programmverantwortliche in Wien über Fragen der Zufriedenheit der Qualitätswahrnehmung beim Informationsangebot der ORF-Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext. Die Diskutantinnen und Diskutanten wurden ausgewählt aufgrund ihrer angegebenen Affinität zum Thema Information.

Insgesamt zeigten sich diese Teilnehmer/innen des Publikumsgesprächs mit den Informationsangeboten der ORF-Medien zufrieden. Das Zufriedenheitsniveau mit den ORF-Medien liegt dabei höher als bei vergleichbaren öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Angeboten der Konkurrenz. Den unterschiedlichen Informationsangeboten des ORF wird dabei eine hohe Qualität zugeschrieben, wobei sich vergleichsweise in all den Jahren eine Aufwärtstendenz in der Qualitätseinschätzung zeigt.

7.1.1 ORF-Fernsehen

Als Stärke des ORF-Fernsehens werden die hohe Zuverlässigkeit durch ein hohes Maß an Recherche, durch die Vielfalt an Sendungen und Themendifferenz und die Sachlichkeit der Berichterstattung genannt. Gewünscht wird von den Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmern ein umfangreicheres Angebot an Wissenssendungen, unter Berücksichtigung zukunftsrelevanter Fragestellungen. Bei der Einladung der Gäste soll darauf geachtet werden, dass man sich weniger an Parteien, mehr an Persönlichkeiten orientiert, ebenso wird ein Ausbau an Publikumspartizipation bei Diskussionssendungen gewünscht.

7.1.2 ORF-Radio

Bei den Radiosendern werden jeweils spezifische Stärken erkannt. Ö1 gilt als Prototyp eines qualitativ hochwertigen Senders für Information. Radio Wien zeichnet sich durch den Aspekt der Regionalität aus, Ö3 punktet durch aktuelle Kurzinfo und FM4 durch seinen internationalen Auftritt. Als kritische Anregung werden vorgebracht: mehr Vielfalt durch das Einbeziehen unterschiedlicher Kulturen und Denkpositionen. Der Verkehrsfunk sollte häufiger in das Programm einsteigen.

7.1.3 ORF-Internet

news.ORF.at wird als übersichtliche, aktuelle, zuverlässige Informationsquelle angesehen. Die ORF-TVthek besitze eine hohe generelle Akzeptanz und für Jüngere bilden auch Angebote wie die „ZiB“-Kurzclips auf Facebook ein relevantes Informationsmedium. Größter Kritikpunkt bleibt, wie schon in den letzten Jahren, die zeitlich sehr eingeschränkte Verfügbarkeit der Inhalte in der ORF-TVthek. Gewünscht wird ein eigener Youtube-Kanal.

7.1.4 ORF TELETEXT

Ein Medium, das aufgrund seiner Kontinuität immer noch als unverzichtbar von der älteren Zielgruppe wahrgenommen wird, ist der Teletext: ein zwar veraltetes Medium, das aber immer noch einen guten Überblick verschafft, was auch die Attraktivität der ORF TELETEXT-App erklärt. Allerdings sehen Jüngere das Medium nicht mehr als zeitgemäß aufgrund der Langsamkeit des Seitenaufbaus an und der umständlichen Bedienung. Das veraltete Design stößt bei den jüngeren Nutzerinnen und Nutzern auf starke Kritik.

7.2 Publikumsgespräch Unterhaltung

In dem Publikumsgespräch mit 48 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem Publikum sowie ORF-Gremienmitgliedern und Programmverantwortlichen sollte die qualitative, nicht-repräsentative Erhebung der Zufriedenheit und Qualitätswahrnehmung des unterhaltungsaffinen Innsbrucker Publikums mit den Unterhaltungsangeboten der ORF-Medien diskutiert werden.

Bei der großen Zufriedenheit der Teilnehmer/innen mit dem ORF-Unterhaltungsangebot fällt vor allen Dingen der Spitzenwert der ORF-Radiosender auf. Es gilt daher auch generell: Unterhaltung im ORF generiert eine höhere Zufriedenheit als die Angebote der öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Mitbewerber.

Insgesamt wird dem ORF-Unterhaltungsangebot über die vier unterschiedlichen Medien hinweg eine gute Qualität justiert mit einer leicht positiven Tendenz in Richtung wahrgenommener Qualität: Man sieht mehr Vielfalt, mehr Neuigkeiten, bessere Filme, mehr Österreich- und Regionalbezug. Und auch die Moderation und Studios, die zuletzt auf Kritik gestoßen sind, erscheinen ansprechender als bisher.

Die ORF-Unterhaltung kann sich bei der Mehrzahl der für die Qualitätsbeurteilung relevanten Imagedimensionen positiv profilieren. Sie biete Unterhaltung mit Niveau („nicht unter der

Gürtellinie“) und bringe Unterhaltung mit Bildungsaspekten. Bei den Qualitätsdimensionen Originalität, Spannung und Stimulanz seien die Konkurrenten stärker.

7.2.1 ORF-Fernsehen

Als große „Bringer“ werden die österreichischen Eigenproduktionen angesehen. Sie stellen die größte Stärke des Angebots dar und vereinen Lokalkolorit mit eindrucksvoller Unterhaltung. Große Bedeutung für die Zuschauer/innen hat die breite Vielfalt der unterschiedlichen Unterhaltungsangebote. Kritisch wird die Wiederholungsfrequenz bei Serien gesehen, unterstrichen wird die Anregung nach einem attraktiveren Kinderprogramm, nach weniger Brutalität in den Krimis, gewünscht werden mehr österreichweite Society-Berichte und attraktivere Unterhaltungsshows.

7.2.2 ORF-Radio

In den Augen der Teilnehmer/innen sind die ORF-Radios in Sachen Unterhaltung gut aufgestellt. Während Ö3 insbesondere mit der „Morning-Show“ und Unterhaltungsformaten wie „Frag das ganze Land“ punktet, werden an Radio Tirol seine Regionalität, an FM4 seine Fremdsprachigkeit und an Ö1 die Breite der anspruchsvollen Musikangebote geschätzt. Kritisch wird auch hier die große Anzahl von Musikwiederholungen auf Ö3 hervorgehoben, für Tirol wünscht man sich den Ausbau eines Wunschprogramms.

7.2.3 ORF-Internet

Im Mittelpunkt der Zufriedenheit der Teilnehmer/innen steht die ORF-TVthek, die eine breite Unterhaltungsnutzung offeriert. Man schätzt aber auch sehr das Live-Streaming. Kritisiert werden die kurze Verfügbarkeit der Inhalte in der ORF-TVthek und eine Verschlechterung der Übersichtlichkeit nach dem Relaunch von ORF.at. Gewünscht werden aktuellere Filme in der ORF-TVthek, mehr Veranstaltungstipps auf ORF.at und kein Geoblocking bei österreichischem Content.

7.2.4 ORF TELETEXT

Hier gibt es die üblichen Teletext-Polarisierungen. Viele mögen das Medium als informativ, aktuell und übersichtlich, andere sehen das Medium im Zeitalter des Internets als obsolet.

7.3 Publikumsgespräch Sport

48 sportaffine Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten in Graz mit ORF-Programmverantwortlichen über die Zufriedenheit und Qualitätswahrnehmung mit den Sportangeboten der ORF-Medien.

Die Teilnehmer/innen des Publikumsgesprächs vergeben für das ORF-Sportangebot einen guten Zufriedenheitswert von 2,2 auf der Schulnotenskala. Im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen und privaten Mitbewerb schneiden die ORF-Sportangebote besser ab.

Das Gesamtqualitätsurteil über die unterschiedlichen ORF-Sportangebote liegt mit einem Durchschnitt von 2,1 auf gutem Niveau und für über zwei Drittel der Teilnehmer/innen stellt sich die Qualität als unverändert gut dar. Der Anteil derjenigen, die eine Verbesserung bzw. Verschlechterung der Qualität im Vergleich zum letzten Jahr wahrnehmen, bleibt ungefähr gleich hoch.

44 % der erhobenen Imagezuschreibungen entfallen auf das Sportangebot des ORF. Auf allen Dimensionen, die das teilnehmende sportaffine Publikum vorrangig mit Qualität in Verbindung bringt – wie zum Beispiel aktuell, kompetent, interessant, professionell – kann sich das ORF-Sportangebot positiv vom Wettbewerb differenzieren.

Der ORF ist zentral im Wahrnehmungsraum der sportaffinen Teilnehmer/innen positioniert. Man hat Vertrauen in das Angebot und sieht die Innovation, genießt die Spannung und liebt die Vielfalt.

7.3.1 ORF-Fernsehen

Es sind vor allem die Live-Übertragungen, die die Stärken des ORF-Fernsehens ausmachen. Aber auch die Vielfalt und die Breite des Österreich-Bezugs und die Regionalität sind beliebt und die Geschichten rund um den Sport werden sehr goutiert. Verbesserungspotentiale sehen die Teilnehmer/innen u. a. bei Moderation und Kommentierung, vor allem im Hinblick auf fachliche Expertise, professionelle Vorbereitung, Neutralität, Aussprache. Auch der Mangel an Moderatorinnen ist ein Thema. Darüber hinaus wird eine große Vielfalt an Sportarten gefordert und ein attraktiveres, moderneres Sportmagazin gewünscht.

7.3.2 ORF-Radio

Wie in den letzten Jahren sind es vor allen Dingen die mitreißenden „bildhaften“ Live-Einstiege und die sehr kompakten Sportinformationen, die als Hauptstärken beim ORF-Radio angesehen werden. Optimierung wünscht sich das Publikum durch aktuellere Live-Einstiege, mehr Neutralität, mehr Hintergrundinformationen. Angeregt werden im Radio eine eigene Sportsendung und ein Sport-Spartenkanal.

7.3.3 ORF-Internet

Keine „Fake News“ im ORF-Internet, im Gegenteil – als Stärke werden die Faktentreue und das Livestreaming angesehen. Auch die hohe Aktualität wird gelobt. Verbesserungen werden gewünscht bei Design, Navigations- und Streaming-Möglichkeiten.

7.3.4 ORF TELETEXT

Auch im Sport zeigt sich das Bild der Polarisierung: nicht mehr zeitgemäß bei den Jüngeren und eine prägnante Informationsquelle für die Älteren.

Insgesamt ist zum Sportangebot noch zu bemerken: Dem ORF-Sport gelingt es sehr gut, beim Publikum Resonanz zu erzeugen, emotionale Berührung durch bewegende Momente, die eine große Resonanz auslösen können. Als berührend werden zum Beispiel das Anteilnehmen an Sieg und Niederlage, sportlichen Zweikämpfen mit haarscharfen

Entscheidungen, nationale Spitzenleistungen, Erfolge der eigenen Lieblingsmannschaft, Tragödien, Personality-Storys und legendäre Kommentierungen wahrgenommen. Als bewegend empfindet das Publikum die ungebrochene Willenskraft von Sportlerinnen und Sportlern nach schweren Verletzungen und nicht zuletzt die Motivierung der Zuschauer/innen zur aktiven Teilnahme.

8. Experten-/Expertinnengespräch Kultur/Religion

Die Experten-/Expertinnengespräche im Rahmen des ORF-Qualitätsmonitorings haben das Ziel und die Funktion, den Dialog zwischen Programmverantwortlichen und Experten/Expertinnen im jeweils vorgestellten Bereich zu vertiefen. Es soll damit der Expertise und der Meinung von den mit dem jeweiligen Thema in der Wissenschaft oder im gesellschaftlichen Leben befassten Personen breiterer und ausführlicher, ohne die Zwänge konkreter Entscheidungen ausgestatteter Raum gegeben werden. Das Gespräch über die Kultur, das mit 18 Experten und Expertinnen aus der Kulturszene von ganz Österreich geführt wurde, kam zu folgenden Empfehlungen:

Die Kultursendungen im ORF sollen wie bisher ein breites Spektrum abbilden und sich dem Kulturbegriff in seiner ganzen Breite annähern. Das bezieht sich auf die unterschiedlichen Bildungsniveaus und gesellschaftlichen Ansprüche und soll elitäre Nischenproduktion verhindern. Das gilt in jeder Hinsicht auch für unterschiedliche Generationen und ihre (kulturellen) Eigenheiten sowie im Hinblick auf Regionalität.

Die ORF-Kultur soll den alarmierenden Tendenzen zu weitgehender Boulevardisierung widerstehen. Es soll erkennbar bleiben: qualitätsorientierter Anspruch, europäisches Denken und internationale Zusammenarbeit.

Es sollen weiterhin deutliche Unterscheidungsmerkmale zu kommerziellen Anbietern den Markenkern der ORF-Kultur ausmachen. Hohe journalistische Kompetenz, Reflexion in den Redaktionen, Transparenz der Entscheidungskriterien und kontinuierliche Qualitätssicherung sollen das Profil der ORF-Kultur weiterhin prägen. Dieses Profil soll erhalten und dort, wo es geht, ausgebaut werden.

Die Teilnehmer/innen wünschen sich mehr Mut zum Risiko, um die Bandbreite von Kultur auch auszureizen.

Die Redaktionen brauchen unabdingbar Freiheit und Unabhängigkeit. Erst dadurch wird Authentizität und Qualität möglich. Die Unabhängigkeit ist ein besonderes, schützenswertes Gut für Kulturredaktionen.

Im Online-Bereich soll die „7-Tages-Beschränkung“ im Angebot der ORF-TVthek entfallen, die ORF-Kultur soll stärker im Internet präsent sein.

Bei dem gesonderten Experten-/Expertinnengespräch Religion waren 13 Vertreter/innen unterschiedlicher Konfession und Profession dabei:

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass speziell öffentlich-rechtlicher Rundfunk mit institutionalisierten Religionsredaktionen und Religionsjournalistinnen und -journalisten (in der ORF-Redaktion arbeiten katholisch, evangelisch, christlich-orthodox und agnostisch sozialisierte Journalist/innen, die sich mit ihren Religionen und dem Islam, Buddhismus, Judentum und Hinduismus sowie vielen anderen Religionsgemeinschaften befassen) einen wesentlichen Beitrag leisten kann, um Religion öffentlich anzubieten und zum Diskurs zur Verfügung zu stellen. Aufgabe der Religionsjournalist/innen ist es, lebensweltliche und spirituelle Themen aufzunehmen und zu bearbeiten, die eine tiefe und ansprechende Beschäftigung mit dem großen Gesamtbereich des Glaubens und des Spirituellen ermöglichen. Das Programm soll möglichst viele Menschen erreichen und ihnen die Möglichkeit geben, sich neuer Informationen und Denkanstöße zu bedienen.

Insgesamt ist in beiden Experten-/Expertinnengesprächen zu konstatieren, dass auf außerordentlich hohem Niveau der Diskurs über die definitorischen, gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Befunde geführt und in überzeugender Qualität auch jeweils der Bezug zur konkreten ORF-Thematik gefunden wurde. Weit davon entfernt, nur abstrakt die journalistischen Themenkreise wie Kultur und Religion zu beschreiben, ist die Niederschrift und das Protokoll dieser Experten-/Expertinnengespräche eine fast enzyklopädische Fundstelle für die in diesen Bereichen angesprochenen journalistischen Themenfelder und die dazugehörige Literatur aus Wissenschaft und Journalismusanalyse.

9. Public-Value-Bericht

Der Public-Value-Bericht, der die Dokumentation der Leistungserfüllung des ORF-Kernauftrags in fünf Qualitätsdimensionen und insgesamt 18 Leistungskategorien gliedert, wird zum größten Multiplikator des Qualitätsmonitorings. Zum Bericht gibt es eine eigene Unternehmenswebsite: Auf zukunft.ORF.at finden sich die Inhalte des Public-Value-Berichts in audiovisueller Form mit Video- und Audiostatements, Programmbeispielen, Zahlen, Daten und Fakten, Studien, Beiträgen und wissenschaftlichen Ausarbeitungen. Der ORF-Public-Value-Bericht ist so eine umfangreiche Leistungs- und Nutzenbilanz des ORF. Damit wird eine umfassende Dokumentation der ORF-Leistung erstellt. Auch in der Printversion mit 32 Seiten werden die Auftragswerte von Vertrauen über Europa, Verantwortung, Identität und Kompetenz dekliniert. Der ORF zeigt sich selbstbewusst und stolz über die Programmleistung des vergangenen Jahres: Der ORF sei zu 100 % Österreich, im Gegensatz zu kommerziellen Medien ist er einem klar definierten öffentlich-rechtlichen Auftrag und ausschließlich österreichischen Interessen verpflichtet.

Die eindrucksvolle und gleichzeitig sehr bunte Darstellung der programmlichen Vielfalt und Leistungsfähigkeit macht deutlich, warum die EBU in ihren Jahreskonferenzen regelmäßig die ORF-Präsentation des Public Value zu einem Vorbild für die Mitglieder der europäischen Fernsehgemeinschaft erstellt.

Aus der außerordentlich kreativ gestalteten bunten Vielfalt von Argumenten, Zahlen und Fakten wird deutlich, dass Public Value ein konkreter Wert ist, der im konkreten Programm in sehr unterschiedlichen Facetten greifbar ist.

Die Public-Value-Jahresstudie „Allianzen, Kooperationen, Plattformen“ ist bereits oben dargestellt.

10. Fazit

Aus den Public-Value-Berichten mit ihrer Kreativität und Variabilität in den Ansätzen wird auch in diesem Jahr wieder deutlich, dass der ORF das gesetzlich aufgetragene Monitoring einer regelmäßigen Qualitätssicherung von sich aus als eigenes journalistisches Schwerpunktthema betrachtet und in der Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen mehr als nur eine Bringschuld sieht. Die programmliche Darstellung und die selbstbewussten Publikationen machen deutlich, dass man im ORF sehr wohl weiß, dass die umfangreichen methodischen Anstrengungen und empirischen Befunde belegen können, dass der ORF in seiner konzeptionellen Ausrichtung die Kontinuität der Qualität als Kompass betrachtet. Für mich als externer Gutachter bleibt wie in den letzten Jahren der Eindruck, dass der ORF große Sorgfalt und geradlinige Elaboration investiert, das System der Qualitätssicherung, das in dieser komplexen und auch anstrengenden Weise einzigartig in Europa ist, mit Leben zu erfüllen. Das System von unterschiedlich ineinandergreifenden, argumentativ konsistenten zusammendenkenden Einzelanalysen wird auch für das Jahr 2018 sehr konsequent umgesetzt.

Meine Aufgabe war es zu prüfen, inwieweit gesetzlich vorgegebene Qualitätsstandards strukturell, programmlich und aus der Perspektive des Publikums eingehalten worden sind. Die sehr vielfältigen Inhalts- bzw. Programmstrukturanalysen ermöglichen die Aussage:

Der ORF hat in 2018 den festgelegten Qualitätskriterien in den wesentlichen Punkten entsprochen. Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Verfahren mit qualitativen und quantitativen Auswertungen den Vorgaben des Gesetzes einer umfassenden Qualitätssicherung gerecht geworden ist. Er hat das geforderte Qualitätsmanagement im Jahre 2018 effektiv und erfolgreich eingesetzt.