

ORF-Qualitätsmonitoring 2019:

**Evaluation des
ORF-Qualitätsprofils
TV-Kultur/Religion und Ethik**

Daten zur Untersuchung

Thema:	Evaluierung des ORF-Qualitätsprofils Kultur / Religion und Ethik 2019
Beauftragtes Institut:	SORA Institute for Social Research and Consulting, Wien
Wissenschaftl. Leitung:	Dr. Florian Oberhuber
Verfasst von:	Dr. Florian Oberhuber, Karoline Schenk, BA
Erhebungsgebiet:	Österreichweit
Art der Erhebung:	Modul 1: Fokusgruppe mit Nutzerinnen und Nutzern des ORF-TV-Angebots zu Kultur, Religion, Philosophie und Ethik (Wien) Modul 2: 300 telefonische Interviews österreichweit (CATI), Wohnbevölkerung 15+
Erhebungszeitraum:	Modul 1: 16.10.2019 Modul 2: 7.11.2019 bis 26.11.2019

Einleitung

ORF-Qualitätsprofile stellen eine Definition von Leistungskriterien dar, die ein Anforderungsprofil an ORF-Angebote beschreiben und durch externe Evaluierung kontrolliert werden. Qualitätsprofile bestehen aus:

1. Auftragswerten, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden.
2. senderspezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Programmkategorien und Subkategorien beziehen.

In den Jahren 2011 bis 2017 wurden erstmals Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellt und evaluiert. Seit dem Jahr 2018 läuft die zweite Runde des Evaluationszyklus und befasst sich im aktuellen Bericht mit den ORFTV-Angeboten zu Kunst und Kultur sowie Religion, Philosophie und Ethik.

Die Evaluationsstudie basiert auf etablierten Methoden der qualitativen Sozialforschung (s. Kapitel 1): In einem offenen, dialogischen Erhebungsverfahren wird das Publikum in die Diskussion über den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einbezogen und den Befragten Gelegenheit zu einem differenzierten Feedback gegeben, das sodann wiederum in den Prozess der ORF-Qualitätssicherung einfließt.

Im Folgenden wird zunächst in Kapitel 2 ein allgemeiner Überblick gegeben, inwieweit der vom ORF formulierte Qualitätsanspruch vom Publikum für wichtig und legitim erachtet und inwieweit das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet wird.

In Kapitel 3 werden entlang der einzelnen im ORF Qualitätsprofil angesetzten Leistungskriterien die Qualitätswahrnehmung der Befragten und deren Perspektiven auf Stärken und Schwächen des Programms zusammengefasst.

Kapitel 4 widmet sich anschließend der Zufriedenheit mit sechs Subgenres des ORF-TV-Angebots zu Kunst und Kultur sowie Religion, Philosophie und Ethik sowie den spezifischen Anforderungen der Befragten an diese.

Kapitel 5 fasst die zentralen Ergebnisse der Studie im Sinne eines abschließenden Befunds der Evaluation zusammen.

Executive Summary

Mit dem Qualitätsprofil Kultur / Religion und Ethik hat der ORF ein differenziertes Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der *Leistungskriterien Vertrauen, Vielfalt, Wissen, Identität, Kompetenz und Innovation* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Zugleich soll die Erfüllung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Angebote für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil mit Methoden der qualitativen Sozialforschung. In einem zweistufigen Verfahren wurde mittels einer vorbereitenden Fokusgruppe sowie 300 teilstandardisierten telefonischen Interviews Befragten in ganz Österreich das vom ORF entwickelte Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Angebots vorgelegt. Untersucht wird, inwieweit das Publikum die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte für wichtig und legitim erachtet, inwieweit es das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag aus Publikumssicht erfüllt wird.

Wissensvermittlung, Vertrauen, Vielfalt und Kompetenz prägen die Qualitätswahrnehmung

Der Zeitvergleich der vorliegenden Studie mit der ersten Evaluation des Qualitätsprofils Kultur/Religion aus dem Jahre 2012 zeigt eine **ausgeprägte Kontinuität in der Qualitätswahrnehmung**: Weiterhin spielen Wissensvermittlung, Vertrauen und Vielfalt die größte Rolle im Qualitätsbegriff des Publikums. Allenfalls zeigt sich eine erhöhte Relevanz des Leistungskriteriums Vertrauen – und damit verbunden der Vertrauen stiftenden Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren, Journalistinnen und Journalisten.

Zentrale Anforderungen an den Programmbereich sind:

- seriöser und vertrauenswürdiger Journalismus aufgrund von sachlicher/objektiver, gut recherchierter und ausgewogen-unparteiischer Berichterstattung;
- anregende Vielfalt, indem Sendungen aktuell, informativ, abwechslungsreich und auf interessante/ansprechende Weise Wissen vermitteln und immer wieder Neues bieten;
- kompetente Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten, interessante Gäste sowie eine gute und niveauvolle Aufbereitung der Inhalte bzw. ansprechende Gestaltung der Sendungen.

Aushängeschilder Magazine und Dokumentationen

Die Auswertung über alle offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews zeigt: Magazine und Dokumentationen stehen im Vordergrund der Qualitätswahrnehmung im Programmbereich Kultur / Religion und Ethik. Sie verfügen über die höchste

Memorability im Programmbereich und wirken als Aushängeschilder für die ORF-Qualität – gefolgt vom Subgenre der Live-Übertragungen.

Hauptkritikpunkt **Sendezeiten**

Generell zeigt die vorliegende Studie eine hohe Publikumszufriedenheit, d. h. die oben genannten, zentralen Qualitätsanforderungen werden mehrheitlich als gut erfüllt betrachtet.

Mit Abstand der größte Kritikpunkt des befragten Publikums ist das Thema **Sendezeiten** mit dem zentralen Verbesserungswunsch einer Verlegung von spätabends in den Hauptabend bzw. auf die Beginnzeit 21.00 Uhr. – Insbesondere Frauen und Personen ab 45 äußern diesen Wunsch.

Verbesserungspotenziale

Bei generell hoher Zufriedenheit können allenfalls folgende Weiterentwicklungen überlegt werden:

Vertrauen erhalten: Vertrauenswürdiger Journalismus ist das Rückgrat der Publikumszufriedenheit. Als zentrale Säulen des Vertrauens zeigt die qualitative Analyse die sachliche, ausgewogen-neutrale und zuverlässige (Recherche, Qualität der journalistischen Arbeit) Berichterstattung. Diese Säulen gilt es konsequent zu sichern und weiterzuentwickeln. Für einen Teil des Publikums ist in diesem Zusammenhang eine in weltanschaulichen Fragen erkennbar neutrale Moderation besonders wichtig: Sie wollen sich ihre eigene Meinung bilden und nicht das Gefühl haben, belehrt oder beeinflusst zu werden.

Investition in Personen: Die Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten sind für das Publikum die Gesichter und Träger der ORF-Angebote und ihre Kompetenz ist in den Köpfen des Publikums zentral mit der Vertrauenswürdigkeit des ORF verbunden. Investitionen in gut ausgebildete und kompetente Journalistinnen und Journalisten können daher die Qualitätswahrnehmung und Publikumszufriedenheit langfristig stärken.

Verantwortung stärkt Vertrauen: Auch Verantwortung und der respektvolle Umgang mit Personen, kulturellen und religiösen Inhalten zählen in die Vertrauenswürdigkeit des ORF ein. Die Kommunikation von Verantwortung als wertorientierter Dimension des öffentlich-rechtlichen Auftrags kann daher zu einer positiven Wahrnehmung des ORF beitragen.

Anregende Vielfalt bieten: Neben der vertrauenswürdigen aktuellen Information stellt die anregende Vielfalt im Programm einen wesentlichen Attraktor und Treiber für die Publikumszufriedenheit dar. Umfang und Vielfalt der ORF-Angebote sollten daher aufrechterhalten bzw. nach Möglichkeit ausgebaut werden. Hinsichtlich der konkreten Programmgestaltung legt die Analyse nahe, dass Abwechslungsreichtum bei Themen, künstlerischen und kulturellen Inhalten sowie Protagonistinnen und Protagonisten vom Publikum mehrheitlich positiv wahrgenommen wird: Immer wieder Neues und Inhalte

abseits vom Mainstream bzw. dem hochkulturellen Kanon werden mehrmals als Wunsch für die Zukunft formuliert.

Hohe Legitimität für ein Bemühen um „Junge“: Ein häufiger Verbesserungsvorschlag der Befragten in der Dimension der Vielfalt betrifft den Wunsch, der ORF möge inhaltlich sowie gestalterisch mehr für junge Zielgruppen bieten. Dass dieser Wunsch nicht nur von Jungen geäußert wird, zeigt die breite Legitimität des ORF Qualitätsanspruchs, Programm „für alle“ zu bieten.

„Tiefe“ und „Regionalität“ als zielgruppenspezifische Wünsche: Die Zusammenschau der quantitativen und qualitativen Analysen legt nahe, dass Österreichbezug und Tiefe/Hintergrundwissen in der Breite des Publikums aktuell als ausreichend erfüllt betrachtet werden. Allenfalls kann daher überlegt werden, in der zielgruppenspezifischen Programmierung für besonders interessierte Teile des Publikums die jeweiligen Wünsche nach (1) mehr Österreichbezug bzw. Regionalität, (2) mehr Vertiefung und Diversität (inkl. mehr Internationalität) zu bedienen.

Abschließender Befund der Evaluationsstudie:

1. Die standardisierte empirische Abfrage von 22 Qualitätsmerkmalen zeigt eine hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 71 und 96 Prozent. Das Qualitätsprofil wird daher von den Befragten als Anforderungsprofil an qualitativ hochwertige TV-Angebote im Bereich Kultur / Religion und Ethik bestätigt.
2. Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird als kohärent und glaubwürdig erlebt: Je nach Item bewerten zwischen 58 und 91 Prozent der Befragten die Erfüllung durch das ORF Programmangebot als gegeben.
3. Im Sendervergleich ergibt die standardisierte Abfrage in allen Leistungskriterien laut Qualitätsprofil eine überlegene Positionierung der ORF-Angebote mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 33 und 80 Prozent. Rund ein Viertel der Befragten bevorzugt öffentlich-rechtliche Spartensender hinsichtlich internationaler Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern.
4. Die Evaluation des Qualitätsprofils beinhaltet Fragen nach Kritik, Anregungen und Empfehlungen, um allfällige Lücken zwischen SOLL und IST des Qualitätsprofils zu schließen. Die Evaluation ergab zu den vorgegebenen Kriterien konkrete Empfehlungen zur Optimierung der Programmproduktion der ORF Kultur / Religion und Ethik. Diese werden im Evaluationsbericht zusammengefasst.

ORF-Qualitätsprofil Fernsehen: Kultur / Religion und Ethik

ORF-Qualitätsprofile stellen eine Definition von Leistungskriterien dar, die ein Anforderungsprofil an ORF-Programmkategorien und ihre Subkategorien definieren.

Sie bestehen aus:

1. Auftragswerten, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden.
2. genrespezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Programmkategorien und Subkategorien beziehen; diese genrespezifischen Ergänzungen werden von den Programmverantwortlichen definiert.

Insgesamt stellt ein „Qualitätsprofil“ ein Soll-Bild einer Programmkategorie dar, das durch externe Evaluierung kontrolliert wird und gegebenenfalls zu Optimierungsmaßnahmen der Programme führt.

Bestehende Richtlinien und Regulative, wie etwa Programmrichtlinien, Redakteursstatut oder Verhaltenskodex, werden von den Qualitätsprofilen nicht berührt und bleiben uneingeschränkt gültig.

Das Qualitätsprofil Kultur/Religion umfasst entsprechend der ORF-Programmstrukturanalyse folgende ORF-Programmbereiche:

- Kultur-, Religionsmagazine,-dokumentationen
- Kultur-, Religionsberichterstattung in den täglichen Informationssendungen, Religionsberichterstattung auf religion.ORF.at
- Kultur-, Religionsdiskussionen – Übertragungen von kulturellen Veranstaltungen (Opern, Konzerte, Theater), Gottesdiensten
- E-Film, Arthouse-Film, Problemfilm, Literaturverfilmung
- Sendungen zur Alltagskultur, Brauchtum

Und damit Leistungen der PD, der Landesstudios, von CM1, CM2 und ORF III.

Für Radios und Internet-Kultur wurde ein eigenes Qualitätsprofil erstellt.

Die Qualitätsprofile werden mit Hilfe eines sozialwissenschaftlichen Instituts evaluiert; die Ergebnisse werden zur Qualitätssicherung an die Programmverantwortlichen kommuniziert.

1. VERTRAUEN

Grundsätzlich gelten für die Programmproduktion in der Programmkategorie „Kultur und Religion“ alle Richtlinien und Qualitätsstandards, die für die Glaubwürdigkeit, Authentizität und Vertrauenswürdigkeit der ORF-Berichterstattung maßgeblich sind. Dazu gehört insbesondere die Unabhängigkeit von Staats- und Parteieneinfluss, von den Kirchen und Religionsgemeinschaften, aber auch Unabhängigkeit von anderen Medien, seien es elektronische oder Printmedien, oder seien es politische, religiöse oder wirtschaftliche Lobbys. Das ebenso für Wissensvermittlung konstitutive Objektivitätsgebot erfordert jedenfalls die Berücksichtigung aller erreichbaren zuverlässigen Informationsquellen, wahrheitsgemäße Quellenangabe und Beurteilung jeder Information nach Richtigkeit und Nachrichtenwert unter Bedachtnahme auf die relevanten gesellschaftlichen, politischen, geistigen und künstlerischen Strömungen. Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität sind als wesentliche Qualitätsmerkmale des ORF-Fernsehens sicherzustellen. Fairness und verbindliche journalistische Qualitätsstandards garantieren Vertrauenswürdigkeit: Das Publikum muss sich darauf verlassen können, dass in der Berichterstattung jegliche manipulative Darstellung oder Inszenierung unterbleibt. Zu den Programmelementen, die unter Wahrung des Grundsatzes der Objektivität zu gestalten sind, gehören auch Sachanalysen und Moderationen. Insgesamt muss die Ausgewogenheit der Inhalte gewährleistet werden. Die Ausgewogenheit kann auch in der Weise erzielt werden, dass nicht im Rahmen einer einzigen Sendung (Beitrag) oder eines einzigen Artikels, sondern im Programm im Verlauf eines angemessenen Zeitraums alle relevanten Meinungen berücksichtigt werden. Allfällige redaktionelle Kooperationen mit Unternehmen, Institutionen etc. sind klar zu kennzeichnen; Veranstaltungen, bei denen der ORF Medienpartner ist, erhalten gleichwohl keine Bevorzugung in der Berichterstattung. Sie werden nach den üblichen journalistischen Regeln auch kritisch beleuchtet. Auch bei gemeinnützigen Zwecken (Kampagnen) dürfen journalistische Kriterien, journalistische Eigenverantwortung etc. nicht missachtet werden.

1.1 Tagesaktuelle Berichterstattung

Insbesondere in der tagesaktuellen Berichterstattung gilt größtmögliche Verständlichkeit als Vertrauen konstituierendes Prinzip.

1.1.1 Religion

Unabhängigkeit und Objektivität, Zuverlässigkeit und Fairness sind unverzichtbare Bestandteile der aktuellen Religionsprogramme des ORF. Fakten und Daten sind dabei ebenso von Belang wie Ansichten und Argumente ausgewählter Expertinnen und Experten. Vertrauen bildende Leitlinien der Berichterstattung sind nicht zuletzt: kritische Distanz und respektvolle Nähe – im Wissen darum, dass Religion im Leben vieler Menschen von vitaler Bedeutung ist.

1.1.2 Kultur

Auf Unabhängigkeit von Politik und Wirtschaft, aber auch von Kulturinstitutionen wird großen Wert gelegt. Objektivität und kritischer Journalismus sind in der aktuellen Kultur genauso wie in allen anderen Informationssendungen grundlegende Voraussetzung. In den tagesaktuellen Regionalnachrichten ist neben den etablierten Kulturinstitutionen (Landestheater, Landesmuseen) auch die künstlerische Amateurszene in allen Kunstformen zu berücksichtigen. Das kulturelle Engagement der Kreativszene soll auch vor dem Hintergrund einer gesellschaftspolitischen Relevanz gesehen werden. Auch gehört zur regionalen Identität, dass das Brauchtum in der Regionalberichterstattung Raum bekommt. Lokale Informationssendungen können ggf. auch umliegende Regionen, etwa im Grenzfall das benachbarte Ausland, in die Berichterstattung einbeziehen, entweder durch eigene Berichte oder durch Berichte von Korrespondentinnen und Korrespondenten.

1.2 Magazine

1.2.1. Kultur

Kontinuität und Verlässlichkeit bilden die Vertrauensbasis für die Zuseher/innen: Die Sendungen bilden in ihrer Gesamtheit das Kulturgeschehen möglichst umfassend und vollständig ab und bilden die Grundlage für kulturelle Bildung.

1.2.2. Religion

In den Bereich Magazin fallen in Bezug auf Glaubenthemen Sendungen, die über das tätige Glaubensleben der verschiedenen Kirchen und Religionsgemeinschaften berichten. Der glaubende Mensch in seiner Auseinandersetzung mit den gesellschaftlichen Herausforderungen der Zeit, aber auch der nichtglaubende Mensch in seiner Auseinandersetzung mit Glaube, Spiritualität, dem Phänomen Religion und den Religionsgemeinschaften stehen in diesen Sendungen im Mittelpunkt. Darüber hinaus wird in der Religionsberichterstattung ein Fokus darauf gelegt, Machtverhältnisse und strukturelle Gewalt im Bereich von Religionen und religiösen Gemeinschaften aufzuzeigen. Eine wichtige Rolle spielen Frauen und Männer, die sich aus ihrem Glauben heraus z. B. sozial engagieren, die als Glaubende anderen Menschen – gläubig oder nicht-gläubig – Lebenshilfe bieten. Auch wenn gerade in diesen Sendungen subjektive Äußerungen und Meinungen der Protagonistinnen und Protagonisten überwiegen, muss vom gestaltenden Redakteur, der gestaltenden Redakteurin gewährleistet werden, dass diese subjektiven Äußerungen aufgrund zuverlässiger Quellen, Informationen und in fachlich qualifizierter Weise dargelegt werden. Zunehmend wichtiger wird die Berichterstattung über Themen aus dem Bereich der Ethik und die Aufbereitung von Ethik-Themen, die den Zusehenden bei ihrer Meinungsbildung im Falle von ethischen Dilemmata unterstützen kann.

1.3 Übertragungen

Der Auswahl der zu übertragenden Ereignisse (Gottesdienste, kulturelle Aufführungen) geht penible Recherche voraus; die Redaktion trägt ggf. auch dafür Sorge, dass die dargebotenen Inhalte über ein hohes Maß an Qualität verfügen.

1.4 Dokumentation

Im Blick auf das Genre TV-Dokumentationen bzw. Dokumentarfilm soll sich das Publikum auf besonders intensive Beobachtung und den Versuch detailgenauer Betrachtung der Wirklichkeit verlassen können. Gerade deshalb ist ein besonders hoher Anspruch auf Erfüllung journalistischer Qualitätsmerkmale anzusetzen. Es ist also in der Berichterstattung zum Thema Religion darauf zu achten, ob Wertegemeinschaften jene Anforderungen auch erfüllen, die sie selbst als verbindliche Normen festgelegt haben.

1.5 Erweiterter Kulturbegriff: Alltagskultur

Basis jeder Betrachtung zum Thema Alltagskultur, sei es etwa Esskultur oder Brauchtum, ist die Seriosität des Inhalts. Sendungen zur Alltagskultur bedienen sich oft einer speziellen Erzählform, die sich von der klassischen Dokumentation oder Magazinsendung unterscheidet. Die Inhalte werden oft über Menschen und ihre Erfahrungen, Erlebnisse und ihr Engagement vermittelt. Besonders hohe Sensibilität ist deshalb bei der Auswahl dieser Protagonistinnen und Protagonisten angesagt.

1.6 Erweiterter Kulturbegriff: Film und Serie

Filme und Serien im ORF bieten ein breites Spektrum an Themen; gerade als mit Abstand größter Anbieter hochwertiger, speziell für das österreichische Fernsehpublikum hergestellter Film- und Serienproduktionen im fiktionalen Bereich stellt der ORF auch sicher, dass das in ihn gesetzte Vertrauen von einer nachvollziehbaren, den Fernsehgewohnheiten der Österreicher und Österreicherinnen entsprechenden Programmierung unterstützt wird. Bei der Auswahl von Filmen, die im ORF-Programm gesendet werden, wird unter anderem stets besonderes Augenmerk daraufgelegt, keine Filme auszuwählen, die Persönlichkeitsrechte und Gefühle einzelner Personengruppen verletzen oder als anstößig betrachtet werden können. Von großer Bedeutung sind in diesem Kontext auch die Verpflichtungen zum Jugendschutz.

2. VIELFALT

Es ist Aufgabe des ORF, das relevante regionale, nationale, europäische und internationale Geschehen im Sinne größtmöglicher (Meinungs-)Vielfalt abzubilden und zu reflektieren. Kulturberichterstattung, Religionsjournalismus sowie die Darbietung von Kultur sollen daher international, national und regional sein: Die Sendungen sind Brücke zur Welt und Plattform für Kunst und Kultur im Regionalen gleichermaßen.

Dabei stellt der ORF bei der Schaffung und Auswahl seiner Angebote die gesellschaftliche, regionale, ethnische, religiöse und kulturelle Diversität in allen Dimensionen in bestmöglicher Qualität dar und berücksichtigt die Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen, Glaubenshaltungen und Weltanschauungen. Quote und Qualität wird nicht als Gegensatz, sondern als Anregung zu attraktiver Gestaltung verstanden: Themenschwerpunkte, die inhaltlich konzentrierte (multi-)mediale Angebote legen, sind in diesem Zusammenhang eine sinnvolle Möglichkeit der Integration eines breiten Publikums. Berichterstattung und Darbietung von Kultur und Religion berücksichtigt jedenfalls die Interessen des (breiten) Publikums. Insgesamt hat das Programm dem Gebot der Ausgewogenheit zu folgen, wobei besonders Bedacht darauf zu nehmen ist, dass Informationen und Wertvorstellungen außer in den deklarierten Informationssendungen auch in anderen Sendungen und Angeboten vermittelt werden. Ausgewogenheit gehört auch zum Selbstverständnis der ORF-Kulturberichterstattung und -darbietung: Sie soll „klassische“ etablierte und zeitgenössische Kultur und Kunst berücksichtigen. ORF-Kultur ist nicht verstanden als Kunst für „Eliten“, vielmehr ist es wichtig, Neues, auch für ein disperses Massenpublikum Attraktives zu zeigen und dabei einzelne Kunstformen nicht zu vernachlässigen. Insbesondere die Darbietung von Kultur und Kunst, etwa durch Übertragung, in Form von Film oder Opern-, Theater oder Konzertaufzeichnung, soll auch den Wunsch des Publikums nach Entspannung und Anregung berücksichtigen. Die Programmgestalter/innen haben auf den Umstand Bedacht zu nehmen, dass diese Art der kulturspezifischen Unterhaltung wie kaum ein anderer Bereich Verhaltensweisen, Selbstverständnis und Identität prägt. Dieser Unterhaltungsaspekt soll aber nicht den kommerziellen Interessen der Unterhaltungsindustrie Vorschub leisten; vielmehr soll er als Anregung an die Gestalter/innen verstanden werden, auch anspruchsvolle Inhalte massenattraktiv zu machen und publikumswirksame Angebote mit Anspruch zu versehen. Im Sinn des „Rundfunks der Gesellschaft“ ist es auch, Programminhalte für Kinder und Jugendliche geeignet aufzubereiten und anzubieten; in jedem Fall ist auf die Hör- und Sehmöglichkeit der verschiedenen Publikumsgruppen aufgrund ihres Arbeits- und Lebensrhythmus Bedacht zu nehmen.

2.1 Tagesaktuelle Berichterstattung

In Bezug auf Kultur und Religion wird Vielfalt umfassend interpretiert: Es wird etwa Bedacht darauf genommen, Angehörige unterschiedlicher Religionsgemeinschaften – national wie international – zu Wort kommen zu lassen. Aber auch nichtglaubende Menschen in ihrer Auseinandersetzung mit dem Gegenstand Religion soll Platz eingeräumt werden. Für die Kultur gilt: In der tagesaktuellen Berichterstattung sind Berichte über alle Kunstrichtungen möglich, z. B. Musik und Theater, Literatur und Bildende Kunst, Film und Architektur, Design und Tanz, Kabarett und Kleinkunst. In der Kulturberichterstattung muss auch für „neue“ Strömungen Platz sein – auch wenn diese nicht leicht konsumierbar scheinen. Überdies ist die Präsenz von Bundesländerthemen zu gewährleisten: Kulturberichterstattung ist dazu angehalten, in tagesaktuellen Regional-

nachrichten auch über kleinere, regionale Kulturinitiativen zu berichten – denn auch sie bereichern die Kulturlandschaft und sind oft Träger neuer, spannender Entwicklungen.

2.2 Magazine

Magazinjournalismus bedeutet, die Vielfalt religiösen oder kulturellen Lebens abzubilden, etwa den Blick auf religiöse und para-religiöse Phänomene zu schärfen, die Vielgestaltigkeit von Auseinandersetzungen innerhalb von Religionsgemeinschaften aber auch zwischen Glaubenden und Nicht-Glaubenden aufzugreifen. Außerdem sollen Konflikte zwischen Religionen dargestellt oder in Bezug auf Kultur sowohl die Hochkultur, Off-Szene und Avantgarde als auch Lebenskultur in all ihren Ausrichtungen betrachtet werden: Darüber hinaus gibt es immer wieder auch eine starke Ausrichtung auf gesellschaftspolitische Themen, die in kulturellem bzw. religiösem Kontext thematisiert werden.

2.3. Diskussionssendungen

Aufgrund der begrenzten Zahl an Gesprächsteilnehmern und -teilnehmerinnen ist besonders auf die wirklichkeitsgetreue Abbildung unterschiedlicher gesellschaftlich relevanter Positionen sowie auf Geschlechtergerechtigkeit zu achten. Insbesondere der Diskussionsleitung obliegt es, gegebenenfalls relevante Standpunkte in den Diskurs einzubringen, um auf diesem Weg zu einem ausgewogenen Gespräch beizutragen.

2.4 Übertragungen

Übertragungen von Kulturereignissen sollen ein besonders breites Spektrum abdecken – im Theater, in der Oper und im Konzertsaal. Überdies sollten möglichst alle Stile und Epochen vertreten sein – von der Barockoper bis zum zeitgenössischen Theaterstück.

2.5 Dokumentation

Es liegt im Wesen von Dokumentarfilmen und TV-Dokumentationen sowie auch Radio- und Internet-Features und Reportagen, dass oft ein einziges Thema, bisweilen sogar nur einzelne Aspekte eines Themas, zum ausschließlichen Mittelpunkt einer Dokumentation gemacht werden. Anders als in den – meist kürzeren – Magazinsendungen kann daher innerhalb einer Dokumentationssendung nur schwer auf die Vielzahl der verschiedenen Religions- und Wertegemeinschaften, auf unterschiedliche Kunstrichtungen und dergleichen mehr Rücksicht genommen werden. Daher ist umso mehr darauf zu achten, dass in der Gesamtsicht, über einen längeren Zeitraum betrachtet, die Vielfalt der religiösen bzw. kulturellen/künstlerischen Richtungen angemessen wiederspiegelt wird.

2.6 Erweiterter Kulturbegriff: Sendungen zur Alltagskultur

Vielfalt erfordert gendergerechte Gestaltung: Es werden Frauen wie Männer gleichwertig wahrgenommen. Vielfalt ist in Sendungen zur Alltagskultur aber auch durch den besonderen Blick auf das Regionale gegeben.

2.7. Erweiterter Kulturbegriff: Film und Serie

Ziel ist es, dem österreichischen Publikum eine kulturell möglichst breite Palette zu bieten, sodass alle Sehergruppen berücksichtigt werden. Dabei wird großer Wert darauf gelegt, Zuschauerinnen und Zuschauern nicht nur heimische, ggf. durch den ORF eigens bzw. koproduzierte Filme und Serien oder deutsche bzw. US-Fiktion zu präsentieren, sondern Produktionen aus aller Welt zu zeigen, die dem Publikum andere Kulturen, Blickwinkel und Kreativität näherbringen sollen. Vielfalt wird auch als Genrevielfalt verstanden: Der ORF zeigt z. B. Drama und Satire, Zeitdokumente der Filmgeschichte, aktuelle Produktionen so bald wie möglich und nicht nur Kinoproduktionen, sondern auch Fernsehfilme und Mehrteiler.

3. WISSEN

Nicht nur die Darbietung von Kunst und Kultur bzw. die diesbezügliche Berichterstattung ist dazu angetan, implizit Wissen zu fördern, auch Religionsjournalismus ist Wissen vermittelnde Berichterstattung über Glaubensinhalte, religiöse Werthaltungen und Konfliktfelder in und zwischen Religionsgemeinschaften. Dabei gilt auch: Bei der Erfüllung der Verpflichtung zur angemessenen Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgemeinschaften sind nicht nur die durch diese Institutionen gesetzten Ereignisse in ihrer gesellschaftlichen Relevanz, sondern auch die Glaubensinhalte dieser Kirchen und Religionsgemeinschaften in angemessener Art und Weise zu berücksichtigen und zu vermitteln. Grundlegend hat der ORF dazu anzuregen, einerseits dem Vertrauten mit Respekt zu begegnen und andererseits Interesse für das Neue, noch Unbekannte zu wecken, in beiden Fällen ist kritische Distanz angebracht. Als Auftraggeber und häufig Erstveröffentlicher künstlerischer Werke und wissenschaftlicher Erkenntnisse soll der ORF einen Beitrag zum Kultur- und Wissenschaftsgeschehen leisten. So soll sich etwa die Vermittlung von Kunst, Kultur und Wissenschaft sowohl auf tradierte Kunstformen und gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse als auch auf aktuelle künstlerische Ausformungen und neue wissenschaftliche Thesen beziehen, bei der Vermittlung aktueller künstlerischer Inhalte eine Verständnishilfe für das Publikum bieten und zur Nutzung von Angeboten Kulturschaffender und kultureller Institutionen ermuntern: Übertragungen allein reichen nicht aus, es bedarf, insbesondere im Hinblick auf den Umstand, dass nicht jede Kultur für die Vermittlung durch audiovisuelle Medien geschaffen ist, steter Reflexion und ggf. auch Rekonzeptionierung der Programme in Radio, Fernsehen und Internet.

3.1 Tagesaktuelle Berichterstattung

Wissen ist mehr als die Aneinanderreihung von Fakten. Wissen erschließt sich in der Zusammenschau. Die aktuelle Berichterstattung zielt darauf ab, Sachverhalte darzustellen, Entwicklungen nachzuzeichnen und Hintergründe auszuleuchten. So soll das interessierte Publikum zur eigenständigen Meinungsbildung befähigt werden. Insbesondere für tagesaktuelle Regionalnachrichten gilt, dass regionale Wissens- und Forschungseinrichtungen bzw. regional bedeutende Forschungsergebnisse ggf. in die Berichterstattung einbezogen werden.

3.2 Magazine

Das Zusammenleben von Kulturen und Religionen ist eine zentrale Herausforderung unserer Gesellschaft. Umso mehr ist es von Bedeutung, grundlegendes Wissen über verschiedene Gemeinschaften zu vermitteln, um einen möglichst vorurteilsfreien Diskurs zu befördern. Im Bereich Glaubensthemen stellt sich der ORF der Aufgabe, Glaubensinhalte der verschiedenen Religionen zu erklären, geschichtliche Entwicklungen darzustellen, und so ein besseres Verständnis für andere Kulturen und Religionen zu schaffen, die von der eigenen bzw. der Mehrheitskultur und -religion divergieren. Auch im Bereich Kultur sind die Themen, die in Magazinen aufgeworfen werden, vielschichtig und bieten eine Initialzündung, um vordergründiges Wissen durch Zusatzinformationen zu vertiefen.

3.3 Übertragungen

Die Übertragung kultureller Ereignisse soll dazu beitragen, Vergnügen an Kunst und Kultur zu vermitteln. Übertragungen können ggf. durch weiterführende Informationen in zeitnah ausgestrahlten Programmen ergänzt werden.

3.4 Dokumentation

TV-Dokumentationen bzw. Dokumentarfilme sowie auch Radio- und Internet-Features und -Reportagen bieten die Möglichkeit, sich mit einem speziellen Thema vertiefend auseinanderzusetzen. So soll Wissen bereitgestellt werden, das auch dazu angetan sein kann, einen breiteren gesellschaftlichen Diskurs mitzugestalten.

3.5 Erweiterter Kulturbegriff: Sendungen zur Alltagskultur

Wissensvermittlung findet in diesem Genre in erster Linie indirekt über erzählte Lebensgeschichten und Milieu-Schilderungen statt. Umso mehr wird bei im Rahmen der Sendung berichteten Fakten ggf. Wert auf den Ausweis der Quelle gelegt, etwa, ob es sich um überliefertes „Volkswissen“ oder Erfahrungswissen aus jahrhundertlang gelebter Tradition handelt, oder ob es sich um zugrundeliegendes universitäres Wissen handelt. Insbesondere wird in Sendungen zur Alltagskultur – etwa, wenn es sich um Esskultur handelt – dem Aspekt der Nachhaltigkeit Beachtung geschenkt.

3.6 Erweiterter Kulturbegriff: Film und Serie

Fiktionale Programme dienen nicht in erster Linie der Vermittlung von Faktenwissen. Trotzdem sind fiktionale Programme, soweit Faktenwissen im fiktionalen Kontext dargestellt wird, einem auf Recherche basierenden Wissen verpflichtet, das in angemessener Weise in die fiktionale Darstellung einfließen kann. Letztlich tragen vom ORF ausgestrahlte Filme und Serien dem Umstand Rechnung, dass durch sie Erwerb kulturellen Wissens – etwa Abbau von Vorurteilen – ermöglicht und zum Nachdenken angeregt werden kann.

4. IDENTITÄT

Die Kultur- und Religionssendungen des ORF leisten einen unverzichtbaren Beitrag zur Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration. Der ORF tut das im Wissen um eine plurale österreichische Gesellschaft. Diversität ist ein Kennzeichen österreichischer Identität. Durch vielseitiges und breit gefächertes „Programm für alle“ regen sie zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung nach demokratischen Grundsätzen an und bemühen sich um Qualität, Innovation, Integration, Gleichberechtigung, Respekt und Verständigung. Ebenso bedeutend ist, auch das relevante regionale kulturelle wie religiöse Geschehen abzubilden und zu reflektieren; Identität kann nur durch den sie begründenden Dialog stets aufs Neue (re)konstruiert werden. In der Berichterstattung sind regional, aber auch national die Interessen der Länder sowie die Förderung der regionalen Identitäten der Bundesländer von Relevanz. Insbesondere in diesem Kontext ist auch auf die Wahrnehmung autochthoner Volksgruppen in angemessener Weise Bedacht zu nehmen. Als Kultursender ist der Österreichische Rundfunk sowohl Berichterstatter und eigenständiger Produzent als auch Auftraggeber, Arbeitgeber und Forum österreichischer Kreativität und Gegenwartskunst. Durch Berücksichtigung und Förderung der heimischen künstlerischen, kreativen und wissenschaftlichen Produktion ist ein Beitrag zu Kultur- und Wissenschaftsgeschehen zu leisten. Programme zu Kultur und Religion, insb. Filme, Serien, Radio- und Internetfeatures und Übertragungen, erfüllen die Funktion, Fenster zur Welt zu sein, d. h. österreichisches kulturelles bzw. religiöses Leben im Ausland bekannt und sichtbar zu machen. Im Bereich der Filmkunst, der bildenden Kunst, der Literatur und der Musik ist besonders dem gegenwärtigen österreichischen Schaffen Raum zu geben. Die ORF-Kultur kann dabei auf die in Österreich vorhandene kreative Leistungsfähigkeit zurückgreifen, über die auch nicht etablierte (junge) Künstler/innen verfügen.

4.1 Erweiterter Kulturbegriff: Sendungen zur Alltagskultur

Erst durch Kennenlernen des Fremden, Anderen kann eigene Identität konstituiert werden; dass dieses Kennenlernen respektvoll geschieht, nicht ausgrenzt, sondern vielmehr Interesse an der Vielfalt kultureller wie religiöser Identitäten auch durch

Haltung von Akteurinnen und Akteuren vermittelt, ermöglicht einen Blick auf neue, eventuell unbekannte lebensweltliche Formen (österreichischer) Identität.

4.2 Erweiterter Kulturbegriff: Film und Serie

Identität entsteht durch Vielfalt, durch Programme, die die Persönlichkeit bilden, Interesse und Neugierde wecken, durch die Vermittlung von österreichischem, europäischem und internationalem Kulturgut. Der ORF vermittelt internationale Perspektiven und trägt damit entscheidend zur Bildung von Weltbürgerinnen und Weltbürgern bei. In Bezug auf eigens (ko-)produzierte Filme und Serien gilt: Fernsehfilme und -serien finden ihre Stoffe und Spielfiguren in der gesamten Bandbreite individuellen und gesellschaftlichen Erlebens sowie dessen erzählerischer und literarischer Verarbeitung. Die Feststellung österreichischer Identität in Sprache, Mentalität, Bildung, Humor, Lebensumständen und Geografie erfolgt im Kontext individueller und gesellschaftlicher Veränderungsprozesse: Der Begriff der österreichischen bzw. europäischen Identität erfordert ständige kritische Reflexion, für die etwa eigens (ko-)produzierte Filme und Serien Gelegenheit bieten. Insbesondere im Kontext der Beschäftigung mit österreichischer Identität beschäftigt der ORF österreichische Autorinnen und Autoren, Regisseurinnen und Regisseure, Schauspieler/innen und Produktionsfirmen, denn nur diese garantieren, dass die Lebenswelt des Publikums authentisch und wahrhaftig umgesetzt und dargestellt wird.

5. KOMPETENZ UND INNOVATION

Bei der Umsetzung in der Programmarbeit ist ein handwerklich hohes Niveau im Hinblick auf Text, Ton, Kameraführung, Regie, Schnitt, darstellerische Leistung etc. anzustreben. Sendungsinhalte, die Persönlichkeitsrechte oder den höchstpersönlichen Lebensbereich berühren, sind in Abwägung mit dem Informationsauftrag und dem Grundsatz der Freiheit der Kunst bzw. der freien Meinungsäußerung zu gestalten. Die Sprache hat auf akustische Verständlichkeit, grammatische und phonetische Richtigkeit und die allgemein anerkannten österreichischen Sprachgewohnheiten zu achten. Dabei muss die Authentizität der Darstellung in jedem Fall gewährleistet sein. Journalistisch relevante Umstände für das Entstehen eines Beitrags / eines Artikels sind kenntlich zu machen: z. B. besondere Bedingungen, Umstände und Entwicklungen während der Herstellungsarbeiten oder wenn (etwa wegen Betriebsgeheimnissen) Material verwendet werden muss, das die Person oder Einrichtung, auf die sich der Beitrag / die Story bezieht, zur Verfügung gestellt hat. Das Publikum muss sich darauf verlassen können, dass in der Berichterstattung jegliche manipulative Darstellung oder Inszenierung unterbleibt. Von Firmen, Institutionen usw. zur Verfügung gestelltes Sendematerial darf nur verwendet werden, wenn dadurch redaktionelle Entscheidungen in keiner Weise beeinflusst werden. Bei User-Generated Content ist eine erhöhte Sorgfaltspflicht notwendig. Bei diesem zugesandten oder elektronisch übermittelten

Material muss die Quelle respektive der Absender / die Absenderin der Bilder bzw. Originaltöne wenn möglich in einer persönlichen Kontaktaufnahme überprüft werden. Die Deklaration als User-Generated Content enthebt nicht von journalistischen Sorgfaltspflichten. D. h. soweit möglich ist auch der gezeigte Sachverhalt zu überprüfen. Dabei vertritt der ORF in seiner Berichterstattung einen hohen Anspruch, auch jenen, etwa geschlechtergerecht zu berichten, wobei gilt, dass anspruchsvoll jedenfalls berichtet, wer sich mit Themen der Kunst und Kultur und/oder Religion in einer Weise auseinandersetzt, die den unterschiedlichen Erwartungen und Bedürfnissen gerecht wird. Das differenzierte Gesamtangebot des ORF orientiert sich insgesamt an der Vielfalt des Publikums und respektiert elementare Werte einer demokratischen Gesellschaft; ORF-Kultur bzw. ORF-Religionsjournalismus schließen nicht aus, vielmehr verstehen sie sich auch als Beitrag zum Abbau von Vorurteilen aufgrund etwa ethnischer, kultureller oder sozialer Herkunft bzw. Religionszugehörigkeit. Verpflichtend für die Programmproduktion ist respektvoller Umgang mit Menschen, wozu auch der Respekt vor anderslautender Meinung, anders geartetem Geschmack etc. gehört.

Verpflichtet ist das ORF-TV auch zur Innovation. Das bedeutet einerseits, sich der Herausforderung zu stellen, auch und insbesondere junges Publikum anzusprechen. Das bedeutet weiters, die Möglichkeiten der Multimedialität zu nutzen, und die Chancen, die mit neuer Technik und neuen Distributionsmöglichkeiten – etwa Plattformen – entstehen, so zu ergreifen, dass öffentlich-rechtliche Qualität in Bezug auf Religion und Kultur Menschen auf innovative Weise nahegebracht wird.

5.1 Übertragungen

Insbesondere bei Übertragungen kultureller Ereignisse, die oft hohe technische Anforderungen stellen, wird nicht nur Wert auf technische Einwandfreiheit, sondern auch auf die Darbietung hoher ästhetischer und dramaturgischer Qualität Wert gelegt. Originäre Qualität entsteht auch durch professionellen Kommentar.

5.2 Erweiterter Kulturbegriff: Sendungen zur Alltagskultur

Alltagskultur kann zur Gratwanderung werden, wenn z. B. Privatsphäre öffentlich wird. Öffentlich-rechtlich bedeutet, mit journalistischer Kompetenz diese Gratwanderung zu bestehen. Insbesondere hier gilt die Verpflichtung zum respektvollen Umgang mit Protagonistinnen und Protagonisten der Berichterstattung, umso mehr, da im Bereich der Alltagskultur oftmals nicht sog. „Medienprofis“, sondern Laien, die über wenig mediales Wissen verfügen könnten, im Mittelpunkt stehen.

5.3 Kulturbegriff: Film und Serie

Redaktionelle Planung zeichnet sich nicht nur durch Kompetenz bei der Programmauswahl, sondern auch durch fundierte Kenntnisse des Film- und Fernsehmarktes

sowie der Sehergewohnheiten aus. Die eigen- beziehungsweise koproduzierten Filme, Reihen und Serien des ORF verstehen sich nicht als individuelle Einzelleistungen. Sie sind das Ergebnis eines vielfältigen Zusammenspiels kreativer Profis innerhalb und außerhalb des ORF.

1 Methodische Vorgangsweise

Die vorliegende Studie beruht auf etablierten Prinzipien qualitativer Sozialforschung im Rahmen von Evaluationsstudien:

- Das dialogische Erhebungsverfahren (Fokusgruppe, teilstandardisierte Interviews) geht über das standardisierte Abfragen von Zufriedenheit hinaus.
- Befragte können daher ihre Einschätzungen und Bewertungen ausführlich beschreiben und begründen.
- Detaillierte Meinungen zu Stärken und Schwächen werden erhoben.
- Der Schwerpunkt liegt nicht auf statistisch repräsentativen Angaben zur Verteilung von Merkmalen in einer Grundgesamtheit, sondern auf der umfassenden Darstellung der Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsanforderungen des Publikums.

Die Datengrundlage der Studie sind 300 österreichweit durchgeführte, telefonische Interviews auf der einen Seite, eine Fokusgruppen-Diskussion mit Nutzerinnen und Nutzern der ORF-TV-Angebote zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik auf der anderen. Die Erhebungsschritte fanden zwischen Oktober und November 2019 statt und folgten einem zweistufigen Evaluationsdesign, das hier kurz beschrieben wird.

1.1 Pilotierung mittels einer Fokusgruppe

Als erstes Modul und Vorstufe der österreichweit durchgeführten, telefonischen Interviews wurde eine Fokusgruppe mit Nutzerinnen und Nutzern der ORF-TV-Angebote zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik durchgeführt.

Fokusgruppen sind moderierte Gruppendiskussionen zu einem Thema (Fokus), die explorativ Argumente und Einstellungen innerhalb der Bevölkerung erfassen, wobei im Unterschied zu Befragungen Argumente und Meinungen in ihrem natürlichen sozialen Kontext untersucht werden können.

Ziel dieses ersten Moduls war es, die Akzeptanz der im ORF-Qualitätsprofil definierten Qualitätsansprüche im Publikum zu ermitteln und darauf aufbauend eine empirisch fundierte Entwicklung des in den Interviews verwendeten Fragebogens zu ermöglichen.

In der Zusammensetzung der Gruppe wurde auf eine ausgewogene Verteilung von Nutzerinnen und Nutzern der unterschiedliche ORF-TV-Angebote im zu evaluierenden Programmbereich geachtet. Die Diskussion fand in Wien statt und dauerte rund eineinhalb Stunden; sie wurde digital aufgezeichnet, transkribiert und anschließend analysiert.

1.2 Telefonische Interviews (n=300)

Die österreichweite Befragung fand im Zeitraum vom 7. bis 26. November 2019 statt. Insgesamt wurden 300 Interviews durchgeführt. In den Interviews wurden sowohl offene als auch standardisierte Fragen gestellt.

Wie für qualitative Forschungen üblich, wurde im Vorhinein ein **Stichprobenplan** festgelegt. Dieser stellt sicher, dass mit den Daten die gesamte Spannweite interessierender Phänomene abgebildet werden kann. Entsprechend dem Ziel einer Evaluation des ORF-Qualitätsprofils Kultur / Religion und Ethik wurde folgende Quotenvorgabe für die Nutzung der ORF-Angebote angesetzt:

- Nutzer/innen von ORF-TV-Angeboten im Bereich Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik, darunter höchstens 10 Prozent „seltene“ Nutzer/innen¹
- Mindestens je 45 Nutzer/innen (zumindest „gelegentlich“) der sechs Subgenres: tagesaktuelle Informationssendungen, Magazine und Dokumentationen, Diskussionssendungen, Live-Übertragungen, Filme und Serien im Untersuchungsbereich sowie Sendungen zu Alltagskultur und Brauchtum

Als Adressquelle für das Sampling wurden die Telefondaten der Herold Business Data AG verwendet. Daraus wurde per Zufallsauswahl eine Stichprobe mittels Multistage-Stratified-Clustered-Address-Random-Verfahren gezogen. Die mehrfache Schichtung erfolgt nach Bundesland, politischen Bezirken und Ortsgröße.

Mittels soziodemografischer Quotierung stellt der Stichprobenplan zudem eine ausgewogene Zusammensetzung der Stichprobe sicher. Für die vorliegende Studie wurden folgende Merkmale vorgegeben: Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland. **Die Quoten wurden so festgelegt, dass sie der Verteilung in der Wohnbevölkerung Österreichs (ab 15 Jahren) entsprechen.** Eine Gewichtung der Daten wurde nicht vorgenommen.

¹ Zumindest „seltene“ Nutzer/innen laut folgender Fragestellung: „Und wie häufig nutzen Sie Sendungen zu Kunst und Kultur sowie Religion, Philosophie und Ethik im ORF Fernsehen, also auf ORF 1, ORF 2 oder ORF III – Kultur und Information. Egal ob am Fernsehgerät, am Handy oder im Internet zum Beispiel auf der TVthek. Nutzen Sie Sendungen zu Kunst und Kultur sowie Religion, Philosophie und Ethik im ORF-Fernsehen regelmäßig, gelegentlich, selten oder nie?“

Tabelle 1: Strukturmerkmale der Stichprobe

		Anzahl	Prozent
Geschlecht	männlich	144	48 %
	weiblich	156	52 %
Altersgruppen	15- bis 29-Jährige	63	21 %
	30- bis 49-Jährige	102	34 %
	Ab 50-Jährige	135	45 %
Schulbildung	ohne Matura	219	73 %
	mit Matura	81	27 %
derzeitige Tätigkeit	berufstätig	179	60 %
	in Pension	88	29 %
	anderes	32	11 %
Bundesland	Wien	63	21 %
	Niederösterreich	57	19 %
	Burgenland	10	3 %
	Steiermark	44	15 %
	Kärnten	20	7 %
	Oberösterreich	52	17 %
	Salzburg	19	6 %
	Tirol	25	8 %
	Vorarlberg	10	3 %
Gesamt		300	100 %

1.3 Auswertung der Daten: Verbindung quantifizierender und qualitativer Methoden

Die 300 telefonischen Interviews verbanden offene Fragen zu individuellen Seherfahrungen und Qualitätsansprüchen des Publikums auf der einen Seite mit der standardisierten Abfrage einzelner Items auf der anderen.

Neben der allgemeinen Zufriedenheit mit dem ORF-TV-Angebot in den Bereichen Kunst und Kultur sowie Religion, Philosophie und Ethik wurden insbesondere die im ORF-Qualitätsprofil entlang der Leistungskriterien Vertrauen, Vielfalt, Wissen, Identität, Kompetenz und Innovation definierten Auftragswerte standardisiert abgefragt. Dazu wurde eine Fragenbatterie mit 22 Items verwendet, die jeweils im SOLL (wie wichtig ist) und im IST (wie sehr erfüllt) sowie im Vergleich unterschiedlicher TV-Anbieter abgefragt wurde.

Die Ergebnisse dieser standardisierten Abfrage werden in Kapitel 2 dargestellt. Da entsprechend des qualitativen Ansatzes eine Quotenstichprobe gezogen wurde, sind

statistische Angaben zur Schwankungsbreite der standardisiert erhobenen Daten nicht möglich. Für die Interpretation der Ergebnisse werden im Folgenden daher die Ergebnisse der standardisierten Abfrage jeweils mit den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse verglichen und auf Kohärenz und Plausibilität überprüft.

1.3.1 Inhaltsanalyse mittels MAXQDA

Der Schwerpunkt des Berichts in den Kapiteln 3 und 4 liegt auf einer umfassenden Darstellung der in den qualitativen Interviews sowie den Fokusgruppen thematisierten Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsansprüchen der Befragten.

Dazu wurden die qualitativen Daten mittels der Software MAXQDA systematisch entlang eines Codierschemas strukturiert und ausgewertet. Dieses Auswertungsverfahren folgt etablierten Ansätzen der qualitativen Textanalyse² und erlaubt eine zusammenfassende und zugleich gegenstandsnahe Darstellung manifester Inhalte großer Textkorpora.

Im Rahmen dieses strukturierenden und zusammenfassenden Verfahrens wurde eine **Valenzanalyse** all jener Antworten auf offene Fragen vorgenommen, die eindeutig als negative oder positive Aussagen zur Erfüllung der Auftragswerte laut ORF-Qualitätsprofil codiert werden konnten. Während also Frequenzanalysen sich auf eine Auszählung von Worthäufigkeiten beschränken, erfassen Valenzanalysen, ob Inhalte (hier: die Erfüllung von Auftragswerten laut Qualitätsprofil) positiv, neutral oder negativ bewertet werden.

1.4 Zeitvergleiche zur Evaluationsstudie 2012

In den Jahren 2011 bis 2017 wurden erstmals Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellt und evaluiert. Seit dem Jahr 2018 läuft die zweite Runde des Evaluationszyklus, beginnend mit den ORF-TV-Angeboten.

Die Evaluationsberichte 2011–2015 enthalten jeweils eine Zusammenschau von Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse und der standardisiert abgefragten Item-Batterien (SOLL, IST, Sendervergleich). Aufgrund des qualitativen Studiendesigns (Stichprobenplan und Quotierung) sind für die standardisiert abgefragten Items keine Angaben über Repräsentativität und Schwankungsbreiten möglich. Zudem geht mit dem 2018 begonnenen, zweiten Evaluationszyklus ein **Wechsel der Erhebungsmethode** einher:

- Für die Evaluationen des ORF-Fernsehens 2011–2015 wurden jeweils rund n=120 persönliche Interviews österreichweit durchgeführt.

² Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim; Kuckartz, Udo et al. (2008): Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis, 2. Aufl, Wiesbaden; Altheide, David (1996): Qualitative Media Analysis, Thousand Oaks.

- Für die Evaluationen 2018 ff. wird hingegen – aufgrund der guten Erfahrungen aus den Evaluationsstudien zu Radio 2016 und Internet/TELETEXT 2017 – auf rund n=300 telefonische Interviews umgestellt.

Zeitvergleiche mit der erstmaligen Evaluation des Qualitätsprofils Kultur/Religion 2012 sind aufgrund dieser Rahmenbedingungen nur begrenzt aussagekräftig. Im vorliegenden Bericht wird ein Zeitvergleich daher nur mit Vorsicht und in der Zusammenschau von standardisiert abgefragten Items auf der einen und der qualitativen Analyse auf der anderen Seite vorgenommen. (s. Kapitel 2.2)

2 Qualität aus Publikumssicht und Akzeptanz des ORF-Qualitätsprofils

Der ORF hat das Qualitätsprofil Kultur / Religion und Ethik nach folgenden Leistungskriterien gegliedert: **Vertrauen, Vielfalt, Wissen, Identität sowie Kompetenz und Innovation.**

Für die vorliegende Studie wurden die je Leistungskriterium definierten Auftragswerte als standardisierte Fragenbatterie operationalisiert. Es wurde jeweils nach der Wichtigkeit der Qualitätsdimensionen für das Publikum, nach deren Erfüllung durch die ORF-Angebote sowie nach der Qualitätswahrnehmung im Vergleich der unterschiedlichen TV-Anbieter gefragt.

Ergänzend wurde je Leistungskriterium auch offen nach Stärken und Schwächen der ORF-Angebote gefragt.

2.1 Die Qualitätswahrnehmung des Publikums

2.1.1 Bewertung im Soll

Im Zuge der 300 telefonischen Interviews wurde den Befragten eine Liste mit 22 Eigenschaften entlang der Auftragswerte entsprechend ORF-Qualitätsprofil vorgelegt. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen diese Eigenschaften für das Programm zu Kultur, Religion, Philosophie und Ethik im ORF-Fernsehen sind. Diese Bewertung wurde anhand einer fünfstufigen Skala (1 „sehr wichtig“ bis 5 „gar nicht wichtig“) vorgenommen.

Abbildung 1 zeigt die relative Wichtigkeit der einzelnen Qualitätsmerkmale für das Publikum im Überblick. **Demnach ist die Zustimmung zu den vorgelegten Begriffen durchwegs hoch:** Das am wenigsten wichtig eingeschätzte Item „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“ wird noch von rund 7 von 10 Befragten als (sehr) wichtig bewertet. Im Folgenden werden daher zu einer besseren Differenzierung die Bewertungen in der Top-Box „sehr wichtig“ verglichen.

Die höchsten Bewertungen im SOLL – mit Zustimmungsraten in der Top-Box „sehr wichtig“ von rund 70 Prozent – erhielten Merkmale aus den Dimensionen Kompetenz, Verantwortung und Vertrauen, nämlich „kompetente Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten“, „respektvoll“ sowie „seriös“.

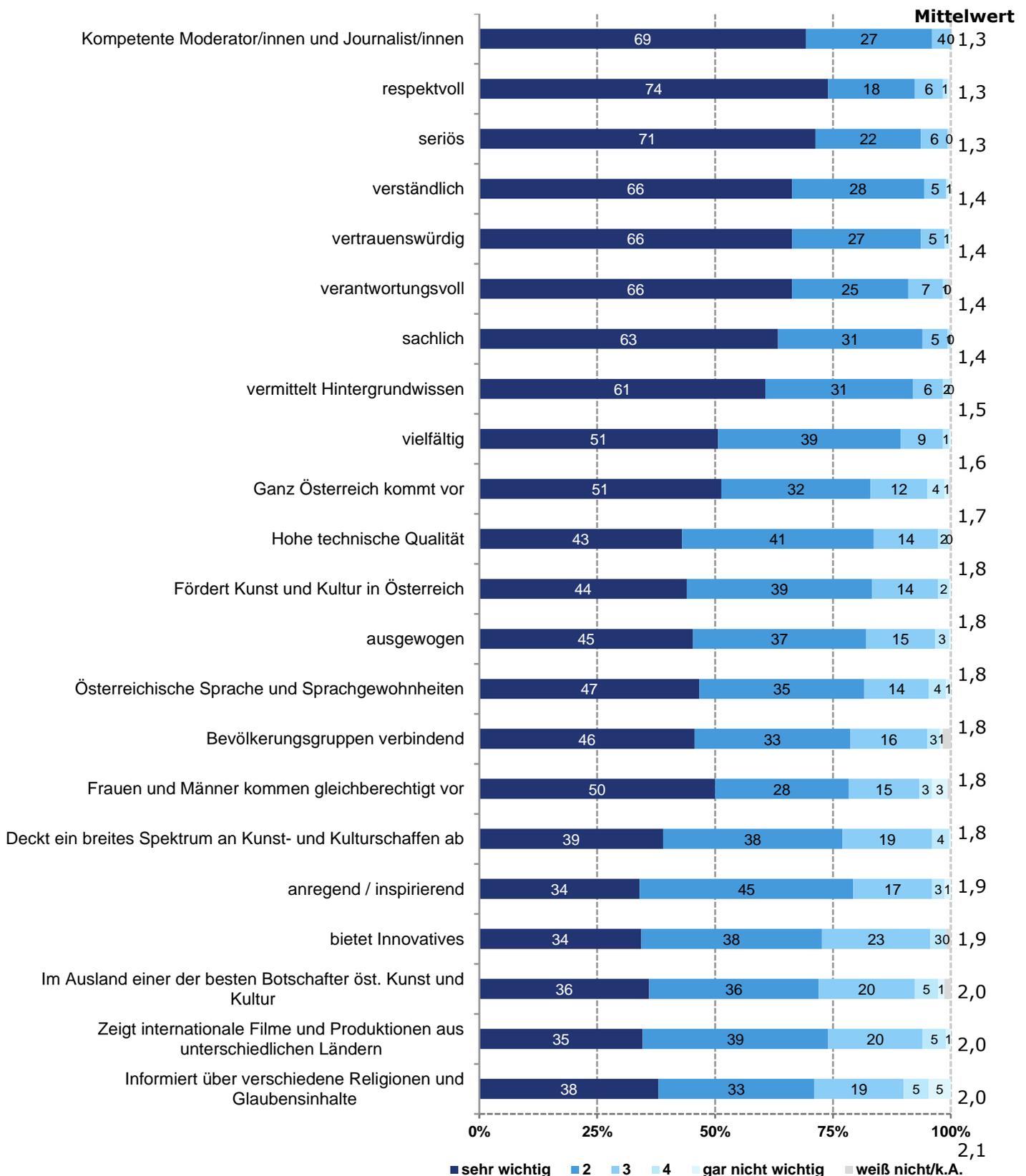
Ebenfalls sehr hoch bewertet (**61–66 Prozent Zustimmung in der Top-Box**) wurden weitere Items aus diesen Dimensionen – „verständlich“, „vertrauenswürdig“, „verantwortungsvoll“, „sachlich“ – sowie das Merkmal „vermittelt Hintergrundwissen“.

Mit Zustimmungsraten in der Top-Box zwischen 43 und 51 Prozent im Mittelfeld liegen die Items „vielfältig“, „ausgewogen“, „Bevölkerungsgruppen verbindend“, „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“, „hohe technische Qualität“ sowie die

Auftragswerte zur Identität „ganz Österreich kommt vor“, „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“, „fördert Kunst und Kultur in Österreich“.

Zustimmungsraten in der Top-Box unter 40 Prozent erhielten einige spezifische Anforderungen an die Vielfalt („deckt ein breites Spektrum an Kunst- und Kulturschaffen ab“, „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“, „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“) sowie die Merkmale „anregend/inspirierend“, „bietet Innovatives“ und „im Ausland einer der besten Botschafter österreichischer Kunst und Kultur“.

Abbildung 1: Qualitätsmerkmale – Wichtigkeit für das Publikum (n=300)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer 5-stufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „gar nicht wichtig“; Angaben in Prozent, n=300.

2.1.2 Bewertung im IST

Anschließend an die Bewertung nach Wichtigkeit wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie sehr die 22 Eigenschaften auf die Angebote zu Kultur, Religion, Philosophie und Ethik im ORF-Fernsehen auch zutreffen. Verwendet wurde dazu ebenfalls eine fünfstufige Skala (1 „trifft sehr zu“ bis 5 „trifft gar nicht zu“).

Abbildung 2 zeigt die Ergebnisse im Überblick. Während die zuvor dargestellte Abfrage nach Wichtigkeit ein Idealbild zeigt, bewerten die Befragten in der Erfüllung das reale Programmangebot, woraus sich in der Regel eine niedrigere Bereitschaft zur Verwendung der Top-Box „trifft sehr zu“ ergibt. Die Kategorien 1 und 2 der fünfstufigen Skala wurden daher zu einer Kategorie – „trifft (sehr) zu“ – zusammengefasst.

Die Zustimmung zu den verschiedenen Eigenschaften variiert zwischen rund sechs und rund neun von zehn Befragten, die die einzelnen Eigenschaften als sehr zutreffend bzw. zutreffend einstufen

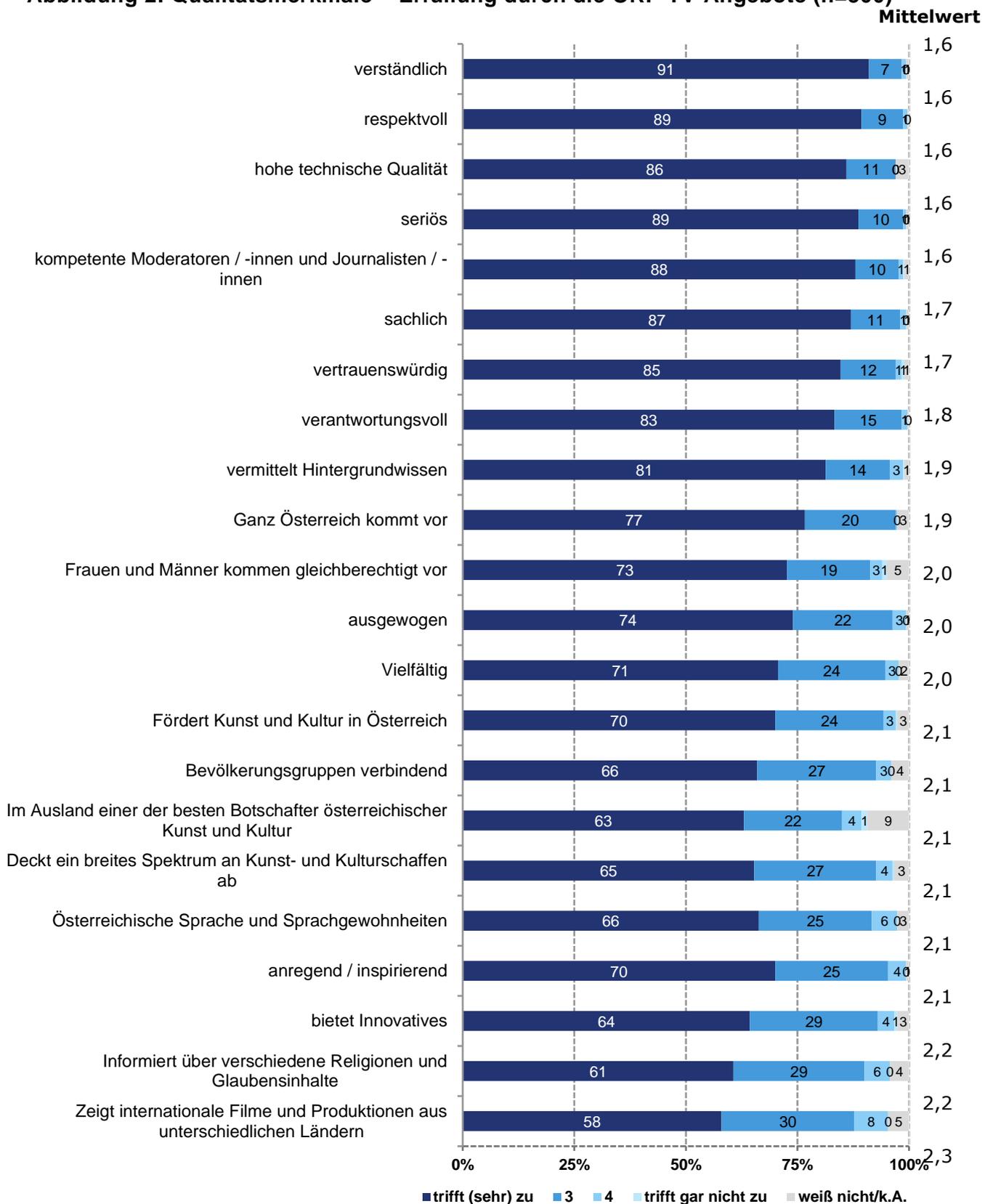
Die höchste Bewertung im IST erhielt mit 91 Prozent Zustimmung das Item „verständlich“.

Ebenfalls sehr gut bewertet wurden mit Zustimmungsraten zur Erfüllung von mehr als 80 Prozent die Dimensionen Vertrauen („seriös“, „sachlich“, „vertrauenswürdig“), Kompetenz („hohe technische Qualität“, „kompetente Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten“), Verantwortung („respektvoll“, „verantwortungsvoll“) sowie das Item „vermittelt Hintergrundwissen“.

Zustimmungsraten zwischen 70 und 77 Prozent erhielten die Items „ganz Österreich kommt vor“, „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“, „ausgewogen“, „vielfältig“ sowie „fördert Kunst und Kultur in Österreich“.

Die relativ geringste, aber immer noch hohe Zustimmung von rund 6 von 10 Befragten in der Erfüllung erhielten schließlich die Merkmale „Bevölkerungsgruppen verbindend“, „im Ausland einer der besten Botschafter österreichischer Kunst und Kultur“, „deckt ein breites Spektrum an Kunst- und Kulturschaffen ab“, „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“, „anregend/inspirierend“, „bietet Innovatives“, „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“ und „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“.

Abbildung 2: Qualitätsmerkmale – Erfüllung durch die ORF-TV-Angebote (n=300)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer fünfstufigen Skala von „trifft sehr zu“ bis „trifft gar nicht zu“; Angaben in Prozent, n=300.

2.1.3 Bewertung im Sendervergleich

Die Bewertung im Sendervergleich ergänzt die allgemeine Bewertung des ORF-Angebots. Dafür wurden die Befragten gebeten für die 22 vorgelegten Eigenschaften jeweils anzugeben, auf welche der folgenden Gruppen von Sendern diese am meisten zutreffen:³ Sendungen zu Kultur, Religion, Philosophie und Ethik im ORF-Fernsehen; in öffentlich-rechtlichen Auslandssendern; in öffentlich-rechtlichen Spartensendern; in österreichischen kommerziellen Sendern; in sonstigen deutschsprachigen kommerziellen Sendern.⁴

Wie Tabelle 2 zeigt, erhält der ORF **auf allen 22 abgefragten Items die stärkste Zustimmung** mit zwischen 33 und 80 Prozent der Befragten, die dem ORF im Anbietervergleich die höchste Qualität bei den Angeboten zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik zusprachen.⁵

Mit einer Zustimmung von mehr als 70 Prozent am stärksten positioniert sahen die Befragten die ORF-Angebote beim **Österreichbezug** („österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“, „ganz Österreich kommt vor“, „fördert Kunst und Kultur in Österreich“).

Ebenfalls sehr hohe Zustimmungsraten von mehr als 60 Prozent findet der ORF auf Merkmalen der Verantwortung („verantwortungsvoll“, „verständlich“, „respektvoll“), Vertrauen („seriös“, „vertrauenswürdig“, „ausgewogen“) sowie den Items „kompetente Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten“, „im Ausland einer der besten Botschafter österreichischer Kunst und Kultur“, „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“ und „deckt ein breites Kunst- und Kulturschaffen ab“.

Mit Zustimmungsraten zwischen 37 und 56 Prozent bewertet wurde der ORF im Anbietervergleich auf den Items „sachlich“, „Bevölkerungsgruppen verbindend“, „vermittelt Hintergrundwissen“, „anregend/inspirierend“, „vielfältig“, „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“, „bietet Innovatives“ und „hohe technische Qualität“.

Einzig beim Merkmal „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“ sehen nur ein Drittel der Befragten den ORF führend, während rund ein Viertel auf öffentlich-rechtliche Spartensender und je ein Zehntel auf öffentlich-rechtliche Auslandssender und sonstige kommerzielle Sender ausweicht.

³ Diese Batterie wurde im Split erhoben, d. h. jedem bzw. jeder Befragten wurde nur eine Hälfte der 22 Items zur Bewertung vorgelegt. Für die Items vertrauenswürdig, vielfältig, im Ausland einer der besten Botschafter österreichischer Kunst und Kultur, verständlich, sachlich, vermittelt Hintergrundwissen, hohe technische Qualität, Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor, respektvoll, fördert Kunst und Kultur in Österreich, österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten beträgt die Basis n=144; für die sonstigen Items n=156.

⁴ Frage im Wortlaut: „Wenn Sie an Sendungen zu Kultur, Religion, Philosophie und Ethik denken: Auf welche der folgenden Sendergruppen trifft die Eigenschaft ... am meisten zu: A: ORF 1, ORF 2, ORF III; B: öffentlich-rechtliche Auslandssender wie ARD, ZDF; C: öffentlich-rechtlichen Spartensendern wie 3sat, ARTE; D: österreichische kommerzielle Sender; E: sonstige deutschsprachige kommerzielle Sender.“

⁵ Die rechte Spalte in Tabelle 2 zeigt einen unterschiedlich hohen Anteil von Befragten, die sich auf die Frage nach dem besten Angebot im Sendervergleich kein Urteil zutrauen und daher „weiß nicht“ antworteten.



Die Gruppe der österreichischen kommerziellen Sender kann auf keinem der abgefragten Merkmale mehr als 10 Prozent der Zuschreibungen auf sich vereinen.

Tabelle 2: Positionierung ORF-TV-Angebote auf den Qualitätskriterien im Anbietervergleich, Angaben in Prozent

	Sendungen zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik in ...					
	ORF	öffentlich-rechtlichen Auslands- sendern	öffentlich-rechtlichen Sparten- sendern	öst. kommerzi- ellen Sendern	sonstigen kommerzi- ellen Sendern	weiß nicht k. A.
österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten	80	1	2	7	0	10
ganz Österreich kommt vor	77	1	4	10	0	8
fördert Kunst und Kultur in Öst.	74	1	8	1	0	15
verantwortungsvoll	69	4	8	1	1	18
verständlich	68	3	6	0	0	22
kompetente Moderator/innen und Journalist/innen	65	10	4	1	2	18
im Ausland einer der besten Botschafter öst. Kunst und Kultur	65	1	13	4	1	17
respektvoll	65	3	8	1	0	24
seriös	64	5	14	3	1	13
informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte	64	4	8	1	1	21
deckt ein breites Spektrum an Kunst- und Kulturschaffen ab	63	5	14	1	1	15
vertrauenswürdig	62	8	12	3	1	15
ausgewogen	61	6	8	4	3	17
sachlich	56	7	12	6	1	19
Bevölkerungsgruppen verbindend	53	4	14	2	2	25
vermittelt Hintergrundwissen	53	9	15	3	1	18
anregend/inspirierend	51	4	13	6	6	18
vielfältig	51	6	13	6	3	22
Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor	49	3	6	3	1	39
bietet Innovatives	47	6	11	8	6	21
hohe technische Qualität	47	5	8	1	1	38
zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern	33	10	24	5	10	19

Anm.: Anteile der Befragten, die das jeweilige Item am besten durch die TV-Angebote zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik im ORF, in öffentlich-rechtlichen Auslandssendern, in öffentlich-rechtlichen Spartensendern, in österreichischen kommerzielle Sendern, in sonstigen deutschsprachigen kommerziellen Sendern erfüllt sehen. Basis: je nach Item n=144 bzw. n=156.

2.2 Ergänzende qualitative Analyse

Neben dem Vorlegen der standardisierten Fragenbatterien wurde in den 300 telefonischen Interviews auch offen nach der Qualitätswahrnehmung des Publikums gefragt:

- nach Schwerpunkten in der Qualitätswahrnehmungen sowie entsprechenden Positiv- bzw. Negativzuschreibungen an den ORF;
- nach Stärken und Schwächen der ORF-TV-Angebote in den Leistungskriterien laut Qualitätsprofil
- sowie nach einem zusammenfassenden Qualitätsurteil und den wichtigsten Punkten für die künftige Weiterentwicklung des ORF-Angebots vor dem Hintergrund des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts.

Manifester Qualitätsbegriff

Die inhaltsanalytische Auswertung der offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews zeigt, welche Qualitätsaspekte die Befragten ungestützt und in ihren eigenen Worten zur Sprache bringen. Am nächsten zum Alltagsverständnis und der Nutzungserfahrung der Befragten sind demnach:

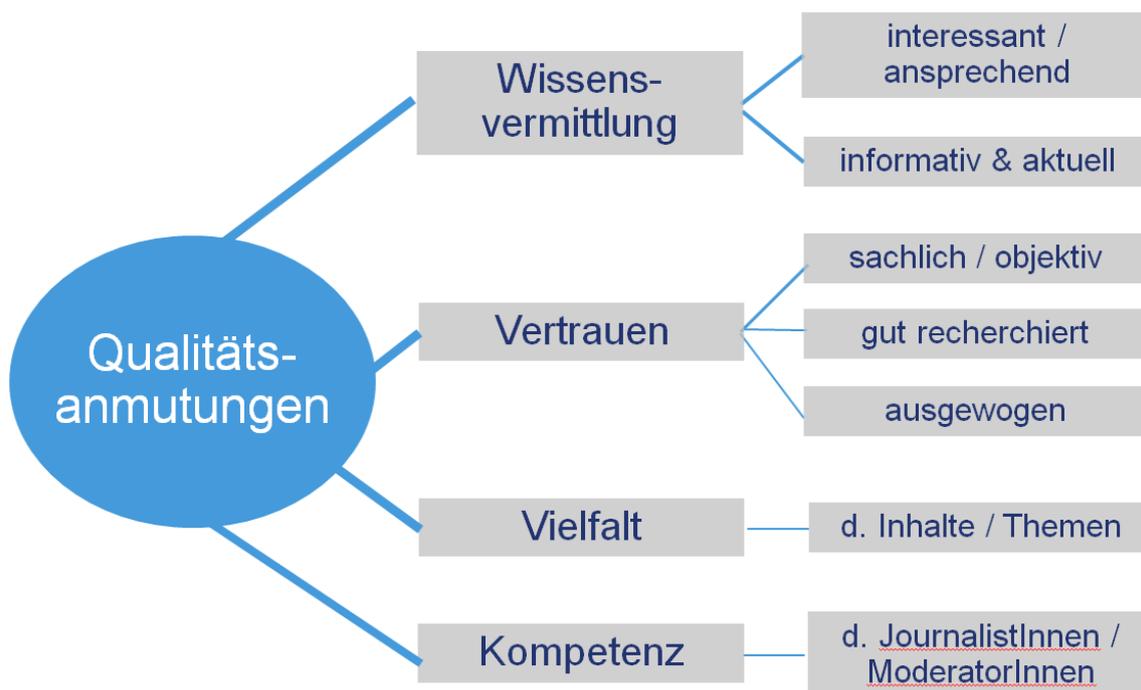
- die Qualitätsdimension Wissensvermittlung (die TV-Sendungen sollen aktuell und informativ sein und Wissen auf interessante/ansprechende Weise vermitteln); teils wird auch eine „differenzierte“ oder „kritische“ Betrachtung als Qualitätsanspruch formuliert.
- die Vertrauenswürdigkeit der Angebote (sachlich-objektive, gut recherchierte und ausgewogen-unparteiische Berichterstattung).
- In der Dimension der Vielfalt wird Qualität von den Befragten ungestützt primär mit der Breite der gebotenen Themen, Inhalte und Aspekte des Kulturlebens verbunden; auch die Abwechslung (immer wieder neue Protagonistinnen und Protagonisten; auch Nischen/Newcomer) sowie die breite Zielgruppenansprache („für alle“) werden genannt.
- Kompetenz wird am häufigsten an den Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten festgemacht; ebenfalls genannt werden „interessante Gäste“ sowie eine gute und niveauvolle Aufbereitung der Inhalte bzw. ansprechende Gestaltung der Sendungen.
- Die Qualitätsdimension der Innovation wurde von den Befragten in der Eingangsphase der Interviews nicht angesprochen. Dieser Auftragswert wird daher von den Befragten nicht selbständig auf ihren alltäglichen TV-Konsum bezogen bzw. ist er nicht Teil eines manifesten Qualitätsbegriffs.

Abbildung 3 zeigt dies im Überblick, wobei die Stärke der blauen Linien die Häufigkeit repräsentiert, mit denen die jeweiligen Qualitätsmerkmale in den offenen Antworten der

Befragten zu Beginn der telefonischen Interviews thematisiert wurden (d. h. bevor den Befragten das Qualitätsverständnis laut Qualitätsprofil vorgelegt wurde).

Identität und Österreichbezug (inklusive Föderalismus) wurde von den Befragten in der Eingangsphase der Interviews selten thematisiert. Wie die weitere Analyse zeigt, wird dieser Aspekt als Selbstverständlichkeit mit dem ORF verbunden und von diesem erwartet sowie als gut erfüllt erlebt – und daher eingangs in den Interviews von den Befragten nicht explizit angesprochen.

Abbildung 3: Qualitätsanmutungen des Publikums – Antworten auf offene Fragen in der Eingangsphase der qualitativen Interviews



Anm.: Die Stärke der blauen Verbindungslinien repräsentiert die Häufigkeit, mit der die Befragten das jeweilige Qualitätsmerkmal thematisiert haben (n=161 codierte Aussagen, Mehrfachantworten).

Über die genannten Qualitätsmerkmale hinaus diskutierten einige Befragte im Verlauf der Interviews auch weitere Ansprüche, die unmittelbar mit dem Gebrauchswert von Fernsehen zu tun haben.

- 20 Nennungen entfallen auf das Thema **Werbung**, wobei einerseits die Abwesenheit von Werbeunterbrechungen als großer Mehrwert des ORF gelobt, andererseits eine weitere Reduzierung von Werbeschleifen gewünscht wird.
- 10 Nennungen entfallen auf das Thema **Wiederholungen**, wobei sich kritische, positive und neutrale Äußerungen die Waage halten.

- Einige Befragte kritisieren, dass nicht alle Inhalte in der ORF-TVthek enthalten bzw. dass die Inhalte nicht lange genug abrufbar sind.

Kritikpunkt **Sendezeiten**

Die mit Abstand meisten Nennungen und daher für das Publikum die größte Wichtigkeit hat das Thema **Sendezeiten**.

74 Personen, das sind rund ein Viertel der Befragten, bringen Kritik bzw. Verbesserungsvorschläge zum Thema **Sendezeiten** ein. Überdurchschnittlich sind das Frauen, Personen ab 45 sowie gelegentliche Nutzer/innen des Subgenres Magazine und Dokumentationen.

Der zentrale Verbesserungswunsch dieser Seher/innen sind bessere Sendeplätze, das heißt insbesondere eine Verlegung von spätabends in den Hauptabend bzw. auf die Beginnzeit 21.00 Uhr.

„kreuz und quer“ ist eine gute Sendung. Aber für mich zu spät, da kann ich mich nicht mehr konzentrieren, dann schlafe ich. Wenn das um 21.00 käme zum Beispiel wäre das der optimale Zeitpunkt.
(weiblich, 64)

Die Zeiten passen nicht. Es ist für Berufstätige zu spät. Im Hauptabendprogramm, die vielen Krimis, sind unnötig und machen mich aggressiv. (männlich, 63)

Die Sendungen sind entweder zu spät oder am Sonntagvormittag, wo ich kochen muss. (weiblich, 47)

Interessante Sendungen sind oft sehr spät und im Hauptabendprogramm ein ziemlicher Schmarren, speziell am Samstagabend. (weiblich, 70)

Zu früheren Sendezeiten und öfter solche Sachen bringen statt zum Beispiel den „Bergdoktor“, mindestens dreimal in der Woche.
(weiblich, 61)

Das wichtigste wäre der Zeitpunkt, wo das gesendet wird: Früher senden oder eine Wiederholung zu einer anderen Tageszeit bringen.
(weiblich, 48)

Nutzungsmotive

Im Zuge der telefonischen Interviews wurden die 300 Befragten auch zu ihren Nutzungsmotiven befragt:

Wenn Sie jetzt an Fernseh-Sendungen zu Kultur, Religion, Philosophie und Ethik denken: Warum sehen Sie manche dieser Sendungen gerne, was ist Ihnen dabei wichtig?

Die Auswertung zeigt drei wesentliche Attraktoren:

(Aktuell) informiert und am Laufenden bleiben: Rund vier von zehn Befragten bezogen sich auf den Informationsgehalt der Sendungen als wichtiges Nutzungsmotiv: Gesucht werden *aktuelle Informationen*, um „am neuesten Stand gehalten“ zu werden, „am Laufenden zu bleiben“, den Überblick zu haben und damit man „mitreden“ kann. Als

wichtige Qualitäten der Information werden neben der Aktualität auch Sachlichkeit, Richtigkeit, Abwechslungsreichtum und Themenvielfalt genannt.

Sich bilden: Rund ein Viertel der Befragten betonen vor allem den Bildungsmehrwert des Programmbereichs Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik. Sie wollen mit interessanten Themen ihren „Wissensstand erweitern“, sich „weiterbilden“, „Allgemeinwissen“ erlangen, „dazulernen“ und Hintergründe und Zusammenhänge verstehen.

Den Horizont erweitern: Weitere 18 Prozent der Befragten stellen vor allem ihre Lust an „Neuem“ in den Vordergrund. Als „weltoffene“ Menschen möchten sie „über den Tellerrand blicken“, ihren „Horizont erweitern“, neue Kulturen, Aspekte und Sichtweisen kennenlernen.

Stärken und Verbesserungspotenziale der ORF-Angebote

Wie die in Abschnitt 2.1.2 dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, ist die Zufriedenheit unter den 300 telefonisch befragten Seherinnen und Sehern generell hoch. Dies zeigt auch die qualitative Inhaltsanalyse der offenen Antworten der Befragten im Rahmen der telefonischen Interviews.

Die inhaltsanalytische Auswertung fasst die Wahrnehmung von Stärken entlang der Leistungskriterien wie folgt zusammen (Reihung nach absteigender Häufigkeit der Nennungen):

Vertrauen: Die ORF-Angebote zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik genießen ein hohes Vertrauen im befragten Publikum: Rund ein Drittel aller positiven Zuschreibungen entfallen auf dieses Leistungskriterium. Dieses Vertrauen ruht auf drei Säulen, auf die auch in Zukunft weiter gebaut werden kann: die Zuverlässigkeit der Information (Recherche, Qualität der redaktionellen Arbeit), die sachlich-objektive Präsentation der Inhalte (fundierte Info, Inhalte stehen im Vordergrund, keine Manipulation) und die ausgewogene Berichterstattung (Vielfalt der Blickwinkel, Neutralität gegenüber Meinungen, Religionen etc.).

- Hinsichtlich der Neutralität betonen einige Befragte, dass für sie gerade in weltanschaulichen Fragen eine erkennbar neutrale Präsentation und Moderation besonders wichtig ist: Sie wollen sich eine eigene Meinung bilden und nicht das Gefühl haben, belehrt oder beeinflusst zu werden.

Vielfalt: Rund ein Fünftel der positiven Zuschreibungen zur ORF Kultur/Religion entfallen auf das Leistungskriterium der Vielfalt. Klar im Zentrum der Qualitätswahrnehmung stehen dabei die gebotenen Formate, Themen und Inhalte. Umfang und Vielfalt des ORF-Programms stellen für das befragte Publikum auch im Anbietervergleich einen wichtigen Mehrwert dar. Diese Breite sollte daher aufrechterhalten und wenn möglich ausgebaut werden.

- Kritik äußern einige Befragte an einem mangelnden Angebot für junge Zielgruppen im ORF bzw. wünschen sie sich diesbezüglich mehr Angebote.

- Hinsichtlich der konkreten Programmgestaltung legt die Analyse nahe, dass Abwechslungsreichtum bei Themen, künstlerischen und kulturellen Inhalten sowie Protagonistinnen und Protagonisten vom Publikum mehrheitlich positiv wahrgenommen wird: Immer wieder Neues und Inhalte abseits vom Mainstream werden mehrmals als Wunsch für die Zukunft formuliert.

Wissen: Während auf der Dimension der Vielfalt die *Breite* des ORF-Angebots bewertet wird, bezieht sich das befragte Publikum in der Dimension Wissen vor allem auf dessen *Informationsgehalt und Tiefe*. Dabei wird mit rund einem weiteren Fünftel der positiven Zuschreibungen auch hier eine klare Stärke der ORF-Angebote wahrgenommen. Insbesondere die interessanten Inhalte, die ansprechende und informative Gestaltung sowie die Vermittlung von Hintergrundwissen überzeugen.

- Besonders informierte und interessierte Teile des Publikums wünschen sich noch mehr Angebote mit Schwerpunkt auf die Ausleuchtung von Hintergründen und Zusammenhängen.

Kompetenz: Kompetenz wird vom befragten Publikum zuvorderst an den handelnden Personen festgemacht: Mit 96 Prozent Zustimmung in der Top-2-Box wurde der Auftragswert „kompetente Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten“ von allen 22 abgefragten Items im „Soll“ am höchsten bewertet. In der qualitativen Analyse entfallen 15 Prozent der positiven Zuschreibungen auf das Leistungskriterium Kompetenz, wobei auch hier am häufigsten die Personen (Moderation; Journalistinnen/Journalisten) und deren Fach- und Präsentationskompetenz positiv hervorgehoben werden.

- Die wenigen Wünsche nach Verbesserungen beziehen sich auf Fachkompetenz („noch fundierter“), eine lebendigere, „nicht langweilige“ Präsentation sowie eine bessere Moderation von Diskussionsformaten.

Identität: Österreichbezug und Identität werden vom befragten Publikum generell seltener als etwa die Leistungskriterien Vertrauen und Wissen thematisiert. So entfallen auch nur sechs Prozent der positiven Zuschreibungen auf diese Dimension. Auf der anderen Seite zeigt die standardisierte Abfrage von Qualitätsmerkmalen im Anbietervergleich eine überragende Positionierung des ORF auf dem Leistungskriterium Identität. Diese Anforderung wird daher als selbstverständlich vorausgesetzt und vergleichsweise selten explizit thematisiert.⁶

Für die künftige Entwicklung der ORF-Angebote legt die Analyse nahe:

- weiter auf eine Mischung regionaler, österreichischer und internationaler Berichterstattung zu setzen.

⁶ Basisanforderungen zeichnen sich dadurch aus, dass eine stärkere Erfüllung die Zufriedenheit nur marginal erhöhen kann; auf der anderen Seite würde eine mangelnde Erfüllung zu massiver Unzufriedenheit führen.

- Regional interessierte Teile des Publikums würden darüber hinaus einen Ausbau der Berichterstattung aus den Regionen begrüßen.

Verantwortung: Das Leistungskriterium Verantwortung ist nicht Teil des manifesten Qualitätsbegriffs. Sobald dem Publikum entsprechende Qualitätsmerkmale aber explizit vorgelegt werden, zeigt sowohl die quantitative als auch die qualitative Analyse eine hohe Legitimität der untersuchten Auftragswerte, d. h. die Kommunikation von „Verantwortung“ als Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrags stößt auf breite Zustimmung und wird in der offenen Abschlussfrage im Rahmen der telefonischen Interviews von 12 Prozent der Befragten thematisiert. Dabei wird dem ORF einerseits generell Verantwortlichkeit als Stärke zugeschrieben. Andererseits wird diese konkret erlebt am respektvollen Umgang mit Personen, kulturellen und religiösen Inhalten, an einer niveauvollen Unterhaltung und dem Anspruch, Verständnis für andere Religionen und Kulturen zu vermitteln.

2.3 Zeitvergleich der Evaluationen 2012 und 2019

Der Zeitvergleich der vorliegenden Evaluationsstudie mit der ersten Evaluation des Qualitätsprofils Kultur/Religion aus dem Jahr 2012 zeigt eine **ausgeprägte Kontinuität**⁷ in der Qualitätswahrnehmung des Publikums:

- Im manifesten Qualitätsbegriff des Publikums spielen weiterhin Wissensvermittlung, Vertrauen und Vielfalt die größte Rolle. Allenfalls zeigt sich eine erhöhte Relevanz des Leistungskriteriums Vertrauen – und damit verbunden der Vertrauen stiftenden Kompetenz der Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten.
- Weiterhin gilt eine breite Akzeptanz und hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte als maßgeblich für Medienqualität im Allgemeinen und den ORF im Besonderen.
- Auch in der Wahrnehmung von Stärken der ORF-Angebote und -Subgenres zeigt sich eine hohe Kontinuität zwischen den beiden Erhebungszeitpunkten.
- Der Vergleich der zu beiden Messzeitpunkten standardisiert abgefragten Items zeigt im SOLL („wie wichtig ist“) nur geringfügige Veränderungen. Etwas wichtiger wurden allenfalls die eng verbundenen Auftragswerte „vertrauenswürdig“, „seriös“, „respektvoll“ und „sachlich“ sowie die beiden Merkmale „Bevölkerungsgruppen verbindend“ und „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“ in der Dimension Verantwortung.⁸
- Bei der standardisierten Abfrage im IST („wie sehr trifft zu“) wurden 2019 ebenfalls Merkmale im Bereich Vertrauen („vertrauenswürdig“, „ausgewogen“) sowie die

⁷ Methodisch kann eine durchwegs höhere Tendenz zur Verwendung der Kategorie „weiß nicht“ in der Abfrage der Items im Anbietervergleich festgestellt werden (Begründung: Wechsel in der Erhebungsmethode von persönlich 2012 zu telefonisch 2019).

⁸ Die Mittelwerte dieser sowohl 2012 als auch 2019 abgefragten Items unterscheiden sich um einen Betrag von rund 0,3 bzw. 0,4 für den Auftragswert „Bevölkerungsgruppen verbindend“.

„kompetenten Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten“ etwas besser bewertet. Dies gilt auch für die beiden Merkmale „anregend/inspirierend“ und „bietet Innovatives“.⁹

- Das Merkmal „hohe technische Qualität“ ist im Zeitvergleich sowohl im IST als auch im Sendervergleich in der Wahrnehmung von ORF-Stärken in den Hintergrund getreten. (das Merkmal wird 2019 im Soll und in der ORF-Erfüllung nahezu gleich eingeschätzt)

⁹ Die Mittelwerte dieser sowohl 2012 als auch 2019 abgefragten Items unterscheiden sich um einen Betrag von rund 0,3 bzw. 0,4 für die Auftragswerte „kompetente Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten“ sowie „bietet Innovatives“.

3 Detailergebnisse zur Qualitätswahrnehmung des Publikums

In den 300 telefonischen Interviews wurde den Befragten nach einem einleitenden Teil zur Qualität des ORF-Angebots eingehend Gelegenheit gegeben, ihre Sicht von Stärken und Schwächen des Programms entlang der im Qualitätsprofil angesetzten Leistungskriterien darzulegen.

Die Begriffswolke (Tagcloud) in Abbildung 4 (s. folgende Seite) gibt einen ersten Überblick über das Qualitätsverständnis des Publikums aufgrund einer Darstellung der Frequenz zentraler, von den Befragten verwendeter Begriffe. Je größer der Begriff, desto häufiger wurde dieser von den Befragten (über das gesamte Interview hinweg) verwendet.

Einige in den folgenden Abschnitten ausführlich beschriebenen Befunde zeigen sich bereits anhand dieser Auswertung nach Frequenz:

- Entsprechend der generell hohen Zufriedenheit des befragten Publikums werden die Wörter „gut/e“ sowie „mehr“ besonders häufig verwendet.
- Der inhaltliche Aspekt des Programms, d. h. die Sendungen und ihre Themen, stehen im Vordergrund der Qualitätswahrnehmung des Publikums.
- Wichtige Qualitätsansprüche an das Programm sind Vielfalt, Aktualität, interessante Inhalte und Darbietung, kompetente Moderation, Informationsgehalt und Objektivität.
- Hinsichtlich der evaluierten Programmbereiche wird am häufigsten auf Kulturformate eingegangen, gefolgt von Religion und Ethik. Die Worte „Kunst“ bzw. „Künstler“ werden deutlich seltener verwendet.
- Unter den zu evaluierenden Subgenres wird vom befragten Publikum am häufigsten auf Magazine wie „kreuz und quer“ eingegangen, gefolgt von Filmen und Live-Übertragungen.
- An konkreten Kunstformen wird am häufigsten Oper genannt, gefolgt von Konzerten, namentlich dem Neujahrskonzert.

Abbildung 4: Qualität der ORF-TV-Angebote zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik: Frequenz verwendeter Begriffe in den Interviews (offene Fragen)



Anm.: Je größer der Begriff, desto häufiger wurde dieser von den Befragten in den qualitativen Interviews verwendet. Basis der Wordcloud ist eine automatisiert erstellte Wortfrequenzliste (mittels *AntConc*), wobei Worte mit gemeinsamem Wortstamm (z. B. „Thema“ und „Themen“) für die Darstellung zusammengefasst wurden.

3.1 Vertrauen

„Vertrauen“ sowie die dieses begründenden, journalistischen Qualitätsstandards werden im Qualitätsprofil als grundlegende Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk formuliert.

Wie die in Kapitel 2.1 zusammengefasste quantitative Abfrage der Wichtigkeit einzelner Qualitätsmerkmale zeigt, wurden entsprechende Eigenschaften wie „seriös“, „sachlich“, „ausgewogen“ und „vertrauenswürdig“ von den Befragten durchwegs wichtig angesehen. Die höchste Zustimmung in der Top-Box erhielt das Item „seriös“ (71 % „sehr wichtig“) gefolgt von „vertrauenswürdig“ (66 % „sehr wichtig“).

Die vertiefende qualitative Analyse der offenen Antworten in den telefonischen Interviews zeigt drei Dimensionen von Vertrauen als besonders relevant für die Befragten: die sachlich-objektive Information, die Ausgewogenheit im Sinne der neutralen Berücksichtigung einer Vielfalt von Standpunkten bzw. der Beleuchtung einer Sache von mehreren Seiten, sowie die Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit der Information aufgrund professioneller journalistischer Arbeit.

3.1.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Wie die in Kapitel 2.1.2. dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, sind die Befragten überwiegend mit der Erfüllung der Qualitätsmerkmale in der Dimension Vertrauen zufrieden: Deutlich über 80 Prozent der Befragten bewerteten die Merkmale „sachlich“, „vertrauenswürdig“ und „seriös“ als auf die ORF-TV-Angebote im Bereich Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik als zutreffend bzw. sehr zutreffend. 74 Prozent waren dieser Ansicht beim Merkmal „ausgewogen“.

Ergänzend zur standardisierten Abfrage wurden die Interviewpartner/innen in den 300 telefonischen Interviews auch offen nach ihren Wahrnehmungen von Stärken und Verbesserungspotenzial des ORF in der Dimension Vertrauen gefragt.

Die Stärken der ORF-Angebote in der Publikumswahrnehmung umfassen alle drei zentralen Dimensionen von Vertrauen:

Zuverlässigkeit: Rund vier von zehn der expliziten Nennungen von Stärken der ORF-Angebote entfallen auf diese Dimension. Der ORF erscheint generell als seriöser Anbieter von Informationen, auf den man sich verlassen und dem man vertrauen kann. Mit dieser Qualität verbinden die Befragten die professionelle Arbeit der Redaktionen, d. h. Genauigkeit, Überprüfung von Quellen und gute Recherche, sodass keine unrichtigen Aussagen getätigt werden:

... dass gemäß den Tatsachen berichtet wird. (männlich, 29)

... die Korrektheit der Informationen: Man kann sich darauf verlassen, dass stimmt, was gebracht wird. (weiblich, 64)

... es vermittelt den Eindruck, dass keine unrichtigen Nachrichten gebracht werden: Es ist gut recherchiert, man kann es glauben. (weiblich, 73)

Vertrauenswürdig ist es, weil es recherchiert, geprüft wird. (männlich, 60)

Ebenfalls in den Eindruck der Zuverlässigkeit zählt die differenzierte und tiefer gehende – nicht oberflächliche – Information ein:

Reportagen scheinen mir oft schon gut recherchiert. Es ist nicht oberflächlich. Sie haben sich wirklich damit beschäftigt und daher ist es vertrauenswürdig. (männlich, 26)

Sachlichkeit: Rund ein Viertel der Stärkenzuschreibungen in der Dimension Vertrauen entfallen auf den Auftragswert der Sachlichkeit. Damit verbinden die Befragten eine fundierte, sachbezogene Berichterstattung, bei der die Inhalte im Vordergrund stehen.

... dass man das Gefühl hat, dass der Inhalt und nicht Quoten im Vordergrund stehen. (männlich, 28)

Es wird sehr sachlich übergebracht, die Kulturthemen, mit guten Kommentaren. (weiblich, 29)

[Ich erlebe eine] sachliche Darstellung der Themen, da werden keine G'schichtln druckt. (männlich, 78)

Es ist fundiert, sachlich und mit Hintergrundwissen seriös gemacht. (weiblich, 62)

Als negativer Gegenpol zur Sachlichkeit werden *Hetze*, *reißerische* Darstellung, Oberflächlichkeit, aber auch eine beeinflussende, „wertende“, „bevormundende“ Berichterstattung auf Basis subjektiver Meinungen verstanden, d. h.: Die Seher/innen möchten das Gefühl haben, dass „nichts beschönigt wird“ (weiblich, 57), sie „nicht angeschwandelt werden“ (männlich, 42), keine „unterschwellige Meinung transportiert“ (männlich, 42) wird und sie sich daher ihre eigene Meinung bilden können.¹⁰

Ausgewogenheit: Ein weiteres gutes Fünftel der Stärkenzuschreibungen entfällt auf die neutral-ausgewogene Berichterstattung. Darunter wird vor allem verstanden, dass im ORF „nicht einseitig“ berichtet wird, sondern unterschiedliche Blickwinkel und Standpunkte gezeigt werden.

Verschiedene Standpunkte werden angeboten, Betroffene lässt man zu Wort kommen, Leute mit verschiedenen Geschichten kommen zu Wort, das erzeugt Vertrauenswürdigkeit. (weiblich, 70)

Ausgewogenheit wird aber auch damit verbunden, dass die religiöse und gesellschaftliche Diversität in den ORF-Angeboten respektvoll und neutral repräsentiert wird.¹¹ Damit verbinden einige Befragte auch einen positiven „Lerneffekt“ bzw. eine Erweiterung des eigenen Horizonts und es zeigt sich eine gegenseitige Verstärkung der beiden

¹⁰ Dazu gehört beispielsweise auch, dass andere Kulturen „so gesehen werden, wie sie wirklich sind“. (männlich, 71)

¹¹ Respektvolle Neutralität sollte allerdings nicht als Anbiederung erscheinen, wie einige Befragte anmerken, z. B.: „Kritische Berichte interessieren mich sehr. Es soll nicht eine Lobhudelei sein.“ (männlich, 25)

Dimensionen Vertrauen und Verantwortung, denn: Ein verantwortungsvoller und respektvoller Umgang mit Diversität stärkt das Vertrauen – ebenso wie ein seriöser, vertrauenswürdiger Journalismus die Grundlage für das Erleben von Verantwortung bildet.

[Es ist] ausgewogen in der Abbildung verschiedener Religionen und Phänomene und gesellschaftlicher Probleme, kritisch und ausgewogen. (männlich, 27)

[Es ist] vielfältig und neutral, keine bestimmte Position einnehmend, alle Meinungen gleich behandelnd, so dass keine Religionen und Rassen hervorgehoben werden, auch Randgruppen ein Podium bekommen. (weiblich, 28)

Respekt zeigen in alle Richtungen und immer neutral bleiben. (weiblich, 27)

Von einigen Befragten wird schließlich auch die Unabhängigkeit des ORF als Aspekt von Neutralität verstanden, d. h. die Abwesenheit einer Beeinflussung von außen: „Es ist öffentlich-rechtlich, keiner kann mitmischen und Meinungen erkaufen.“ (männlich, 33)

Zusammenfassend zeigt die qualitative Analyse **einen starken Konsens im Publikum, was Vertrauenswürdigkeit ausmacht**, d. h. die fundiert-zuverlässige, sachlich-objektive und neutral-ausgewogene Berichterstattung. Während generell die positiven Zuschreibungen zu den ORF-Angeboten auf diesen Auftragswerten deutlich überwiegen, finden sich auch kritische Äußerungen bzw. Forderungen, der ORF solle **die genannten Qualitäten weiter stärken, d. h.:**

- noch fundierter berichten;
- unvoreingenommener, nicht wertend, nicht „besserwisserisch“, ohne ideologische Schlagseite, „parteineutral und religionsneutral“ (weiblich, 44);
- noch mehr Raum für Andersdenkende und abweichende Meinungen bieten.

Dabei bringen einige Befragte auch konkrete Verbesserungsvorschläge für die Programmgestaltung ein:

- [Man könnte] mehr Themen im Bereich Kultur, die die Gesellschaft betreffen, bringen. Wir wissen oft zu wenig über das Gegenüber, daraus entstehen Konflikte. Durch mehr Beschäftigung mit Themen könnte mehr gegenseitiges Verständnis erreicht werden.“ (männlich, 26)
- [Man könnte] offener, transparenter, besser aufzeigen, wie falsche Berichterstattung stattfindet, wie man da unterscheiden kann, siehe Trump-Fakes: Der ORF hat ja auch ein bisschen eine lehrende Funktion.“ (männlich, 28)
- [Man könnte] auch Kleingruppen einladen, die nicht Sektierer oder Weltverschwörer sind. (männlich, 23)
- Luft ist immer nach oben: fundierte Ausbildung der Journalistinnen/Journalisten, interne Kontrollen, Qualitätssicherung. (männlich, 28)

Kultur / Religion und Ethik im gesellschaftspolitischen Spannungsfeld

Die politische Kulturforschung weist die Dimension der „Weltoffenheit“ als wichtige Konfliktlinie in der österreichischen Bevölkerung auf. Einige der offenen Antworten der Befragten spiegeln diese Konfliktlinie wider, da sie unterschiedliche Wahrnehmungen und Anforderungen an den Programmbereich Kultur / Religion und Ethik mit sich bringt:

Ein Teil der Kritiken und Verbesserungsvorschläge fordert mehr Diversität und Offenheit und wünscht sich einen humanistischen, emanzipatorischen ORF:

Was ich besser machen würde: noch schärfer die Angst der Leute nehmen vor der Vielfalt. Vielfalt sowohl in der Religion als auch bei sexueller Orientierung, bei experimentalen Kunstformen. Also die Wichtigkeit von Vielfalt für ein gutes Zusammenleben betonen. Heute habe ich gelesen, Monokultur ist nicht nur für die Pflanzen schädlich, sondern auch für die Menschen. (weiblich, 46)

Ein anderer Teil der Kritiken und Verbesserungsvorschläge vertritt dazu eine Gegenposition, d. h. sieht manchmal zu viel Augenmerk auf Offenheit und Diversität im ORF, was als „ideologisch“ bzw. „beeinflussend“ erlebt wird.

Ich denke schon, dass der ORF im Großen und Ganzen – er versucht es zumindest – trotz seiner politischen Ideologie neutral beobachtet. Trotzdem meine ich, dass man teilweise übertreibt. Dass er Minderheiten zu stark präsentiert. (männlich, 42)

Was Vertreter/innen beider Positionen in der Regel eint, ist das Bekenntnis zum respektvollen Umgang und die Ablehnung von Hetze, abwertender oder polarisierender Berichterstattung.

3.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Zuverlässiger, sachlicher und ausgewogener Journalismus in hoher Qualität wird von Befragten generell vom ORF und auch vom ORF-TV-Angebot im Bereich Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik erwartet.

Dem Subgenre **Kultur- und Religionsberichte in tagesaktuellen Sendungen** wird neben der Aktualität und einem qualitätsvollen Journalismus auch das Vertrauen als zentrale Stärke zuerkannt: Seriöse und objektive Berichterstattung, auf die man sich verlassen kann, sind zentrale Qualitätsmerkmale.

Bezüglich der **Magazine und Dokumentationen** wird Vertrauen selten explizit thematisiert. Hier ist insbesondere der hohe Informationsgehalt für das Publikum von Bedeutung, wobei in diesem Zusammenhang die Sachlichkeit und Objektivität der gebotenen Information implizit vorausgesetzt werden.

Diskussionssendungen werden von den Befragten auch in Zusammenhang mit Aspekten des Vertrauens gebracht. Hier zeigt sich vor allem die Sachlichkeit in den Diskussionen und gewählten Themen als Stärke, die das Publikumsvertrauen in das Subgenre stützt.

Sendungen zur Alltagskultur, Live-Übertragungen sowie **Filme und Serien** werden aus Publikumssicht in erster Linie mit anderen Leistungskriterien als dem Vertrauen in Verbindung gebracht.

3.3 Wissen

Das Leistungskriterium Wissen beinhaltet im ORF-Qualitätsprofil Kultur / Religion und Ethik die Anforderung, Wissen zu fördern und über unterschiedliche Glaubensinhalte und religiöse Werthaltungen zu berichten. Es soll Interesse für Neues geweckt werden, kulturelle Inhalte verständlich vermittelt werden und zur Nutzung von kulturellen Angeboten ermuntert werden.

Die standardisierte Abfrage einzelner Qualitätsmerkmale zeigt einen hohen Stellenwert entsprechender Auftragswerte beim befragten Publikum: Die Merkmale „verständlich“ und „vermittelt Hintergrundwissen“ sind jeweils für mehr als 90 Prozent der Befragten „sehr wichtig“ bzw. „wichtig“. Das Merkmal „anregend/inspirierend“ wird von knapp 80 Prozent als (sehr) wichtig erachtet.

Die qualitative Analyse der offenen Antworten in den telefonischen Interviews unterstreicht diese Befunde. So bezieht sich etwas mehr als ein Viertel aller als Qualitätsaussagen codierten Textstellen auf die Dimension „Wissen“, insbesondere die Aspekte Aktualität, Informationsgehalt, die Vermittlung von Hintergrundwissen, den Auftrag, Interesse für Neues zu wecken, sowie den Anspruch, dass Programme und Inhalte interessant und ansprechend gestaltet sein sollen.

3.3.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Die Erfüllung der genannten Qualitätsmerkmale durch die ORF-Angebote wird durchwegs positiv bewertet. Mit 91 Prozent Zustimmung in der Top-2-Box (trifft (sehr) auf die ORF-TV-Angebote zu) wurde das Merkmal „verständlich“ von allen 22 abgefragten Items in der Erfüllung am besten bewertet. 81 Prozent der Befragten bewerteten das Merkmal „vermittelt Hintergrundwissen“ als (sehr) zutreffend auf die ORF-Angebote. Die Eigenschaft „anregend/ inspirierend“ wurde von 70 Prozent als (sehr gut) erfüllt angesehen.

Die qualitative Analyse zeigt drei zentrale Stärkefelder des ORF-Angebots im Bereich Kultur / Religion und Ethik: (1) interessante und ansprechende Themen und Inhalte, (2) die Vermittlung von Hintergrundwissen, die dazu anregt, Neues zu lernen, sowie (3) die aktuelle Information.

Im Vordergrund der Qualitätswahrnehmung des Publikums stehen die vom ORF gebotenen Inhalte, die als **interessant, ansprechend und informativ** erlebt werden. Etwas weniger als die Hälfte (45 %) der Stärkenzuschreibungen im Bereich Wissen entfallen auf diesen Aspekt. Wie sich zeigt, sind die gebotenen Themen und Inhalte für das Qualitätserleben der Befragten besonders relevant: Was gezeigt wird, soll attraktiv aufbereitet sein, Neugier und Interesse wecken:

[Es geht mir um] interessante Themen, Themen die man sonst kaum so gut dargeboten bekommt. (männlich, 69)

Einzelne Befragte erwähnen dabei auch konkrete Sendungen, die für sie besonders hervorstechen.

Wenn es Reportagen sind, sind sie total interessant, zum Beispiel über die Amish People in „kreuz und quer“, das war ausgesprochen interessant, solche Sachen sind hervorragend. Das Wichtigste ist, dass ausgeglichen und ausbalanciert berichtet und keine unterschwellige Meinung transportiert wird. (männlich, 42)

Als weiteres Stärkefeld zeigt die qualitative Analyse die Vermittlung von gutem **Hintergrundwissen** durch die ORF-TV-Angebote, die also dazu anregen, **Neues zu lernen** und den eigenen Horizont zu erweitern. Rund ein Viertel der positiven Zuschreibungen beziehen sich auf diesen Aspekt:

Die Beiträge und das vermittelte Hintergrundwissen finde ich sehr gut. (weiblich, 49)

[Ich] finde es gut, dass es vor den Opern Erklärungen gibt, Einführungen von Barbara Rett, rundum Interviews mit Darstellern, Akteuren und Musikern. (weiblich, 28)

In Zusammenhang mit der Vermittlung von Hintergrundwissen wird häufig auch der Aspekt des Lernens positiv erwähnt: „man lernt viel dazu“ (weiblich, 78) und könne den eigenen Horizont erweitern:

[Es gibt] Einblicke und Information, man lernt dazu, Fachbereiche, zu denen normale Menschen keinen Zugang haben, man wird informiert, es erweitert den Horizont. (weiblich, 48)

„kreuz und quer“: Man lernt irrsinnig viel, ob selbstproduziert oder zugekauft, 80 % sind sehr gut gemacht. (weiblich, 46)

Eben diese Qualitäten werden von den Befragten besonders häufig als ausschlaggebend dafür beschrieben, dass die Kulturprogramme und Sendungen genutzt werden. Sie können daher als wesentliche Treiber für die Publikumszufriedenheit betrachtet werden.

Als drittes Stärkefeld zeigt die qualitative Analyse die **aktuelle Information** durch die ORF-TV-Angebote. Rund ein Fünftel der positiv codierten Stellen entfällt auf diesen Aspekt.

Dabei beziehen sich die Befragten einerseits auf aktuelle Informationen und Beiträge, andererseits auf Übertragungen:

Aktualität, man bekommt Hintergrundwissen zu aktuellen Ereignissen. (weiblich, 43)

Dass er [der ORF] tagesaktuell Musik- und Theater-Sendungen übertragen kann. (weiblich, 48)

[Es ist] teilweise sehr bezogen auf die aktuellen Situationen, Themenwochen, Thementage, Berichte über diverse Ausstellungen. (weiblich, 49)

Von einigen Befragten werden die ORF-Sendungen in diesem Zusammenhang als eine gute Informationsquelle über Neues im Bereich Kultur / Religion und Ethik beschrieben. Sie sind der Meinung, durch die Programme „gut informiert“ (weiblich, 49) zu werden und „dass man Neuigkeiten erfährt“ (weiblich, 64).

Beispielsweise der „kulturMontag“, [da] erfahre ich immer die neuesten Sachen, [es ist] immer aktuell, wie eine Dokumentation.
(männlich, 62)

Ein weiteres Zehntel der positiv codierten Aussagen bezieht sich schließlich auf den Aspekt der **Verständlichkeit**. Hier wird insbesondere hervorgehoben, dass die ORF-Angebote „leicht verständlich“ (männlich, 33) und somit für die Allgemeinheit zugänglich sind.¹²

Verbesserungsvorschläge beziehungsweise Kritik wurden in 13 Textstellen eingebracht:

- Einige Befragte wünschen sich noch **tiefgründigere Hintergrundinformationen**.¹³ Zwei Befragte meinen, die Inhalte seien zu „oberflächlich“.
- Drei Befragte kritisieren ORF-Sendungen als zu wenig aktuell. Ebenso viele sind der Meinung, dass die **Verständlichkeit** verbessert werden könnte. Die Sendungen werden von diesen Personen als zu anspruchsvoll angesehen.¹⁴

3.3.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Das Leistungskriterium Wissen wurde in den offenen Antworten der telefonischen Interviews häufig thematisiert und spielt in mehreren Subgenres eine wesentliche Rolle für die Zufriedenheit des Publikums.

Die **Kultur- und Religionsberichte in tagesaktuellen Sendungen** zeichnen sich durch ihre Aktualität aus. Außerdem wird die gute Qualität der Informationen als Stärke dieser Sendungen aufgefasst.

Im Subgenre **Magazine und Dokumentationen** hat das Leistungskriterium Wissen entscheidende Relevanz. Das Publikum schätzt hier insbesondere den hohen Informationsgehalt und die Möglichkeit, Neues zu lernen. Außerdem wird hervorgehoben, dass das dargebotene Wissen interessant und ansprechend aufbereitet ist.

Hinsichtlich der **Diskussionsendungen** wird neben der Sachlichkeit auch der Informationsgewinn als Stärke hervorgehoben.

¹² Beispiele: „Die ganzen Dokus sind sprachlich und inhaltlich sehr gut aufbereitet und auch für einfache Menschen verständlich.“ (weiblich, 43); „Es ist wichtig, die Hochkultur den Menschen verständlich näherzubringen, jeder sollte Zugang zur Kultur haben.“ (männlich, 25)

¹³ Beispiel: „Es wird immer nur geredet, aber man zeigt nie, warum manche Schichten so leben. [Man sollte] mehr auf die Zusammenhänge eingehen und genauer schauen, warum es den anderen so geht wie es ihnen geht.“ (männlich, 25)

¹⁴ Beispiel: „Zu unverständlich für den normalen Bürger vom Anspruch her; zu wenig Allgemeinwissen für den normalen Bürger: [Ein] Mittelweg sollte gefunden werden.“ (männlich, 28)

Die **Live-Übertragungen** haben ihre wesentlichen Stärken im Bereich anderer Dimensionen. Das Leistungskriterium Wissen spielt jedoch bei der Vermittlung von Hintergrundwissen ergänzend zur Live-Ausstrahlung (zum Beispiel von Opern) eine Rolle.

Bei den **Sendungen zur Alltagskultur** steht für das Publikum eher der Unterhaltungswert und weniger die Wissensvermittlung im Vordergrund. Durchaus wird aber die authentische Vermittlung von Lebensrealitäten der unterschiedlichen Protagonistinnen und Protagonisten als Stärke und Mehrwert dieser Sendungen thematisiert.

Die Stärken im Bereich **Film und Serie** sieht das Publikum in erster Linie in anderen Leistungskriterien verortet.

3.4 Identität

Die Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration ist im Qualitätsprofil ein Leistungskriterium, welches sowohl regionale als auch nationale Identitäten im Sinne einer pluralen österreichischen Gesellschaft berücksichtigt. Außerdem soll die heimische künstlerische, kreative und wissenschaftliche Produktion gefördert und berücksichtigt werden.

Die quantitative Abfrage zeigt eine ähnlich hohe Unterstützung entsprechender Merkmale in der Top-Box: „ganz Österreich kommt vor“ ist mit 51 Prozent für etwas mehr als der Hälfte der Befragten „sehr wichtig“. Die Items „Österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“ (47 %) und „fördert Kunst und Kultur in Österreich“ (44 %) werden nur geringfügig weniger unterstützt.

Die qualitative Analyse weist das Leistungskriterium „Identität“ im Vergleich zu Vertrauen, Wissen und Vielfalt als weniger wichtig für das Qualitätsverständnis des Publikums aus: In nur etwas weniger als einem Zehntel aller codierten Textstellen setzen sich die Befragten mit dem Bezug zu Österreich sowie der Berücksichtigung der Bundesländer und Regionen verstärkt auseinander.

3.4.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

In der Erfüllung bewerten etwas mehr als drei Viertel des befragten Publikums das Merkmal „ganz Österreich kommt vor“ als sehr zutreffend bzw. zutreffend auf die ORF-Angebote zu Kultur, Religion und Ethik im Fernsehen. Etwas weniger, nämlich 70 Prozent, sehen das Item „fördert Kunst und Kultur in Österreich“ als (sehr) gut erfüllt an, zwei Drittel sind es beim Merkmal „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“.

Aufgrund der qualitativen Analyse kann dieser Befund insofern ergänzt werden, als der generelle **Österreichbezug** etwas häufiger als die Regionalität als Stärke – und teils explizit als identitätsstiftend – hervorgehoben wird. Konkret werden in diesem Zusammenhang teilweise Brauchtums- und Alltagsendungen sowie österreichische Filmproduktionen genannt.

Heimatbezogene Filme, Handwerkskunst auf ORF III finde ich super.
Es gibt Identität auch im Rahmen von Europa. (weiblich, 64)

[Ich schätze] Berichte über österreichische Eigenheiten, zum Beispiel die Sendungen von Elizabeth T. Spira. (weiblich, 66)

[Ich finde] dieses Herausheben von österreichspezifischen kulturellen Veranstaltungen gut. (weiblich, 36)

Als zweite Stärke wird von einem Teil der Befragten die **Regionalität** genannt. Es wird als positiv angesehen, dass die verschiedenen Bundesländer und Regionen Österreichs einbezogen werden.

Die Regionalität ist die Stärke, jedes Bundesland ist eingebunden.
(männlich, 74)

Ich finde es lässig, dass von verschiedenen Regionen Österreichs was gezeigt wird und man das kennenlernt. (männlich, 19)

Stärken sind: Kleine Dorfgemeinden in Österreich werden präsentiert in Sprache, Leben und Brauchtum. (weiblich, 21)

Kritik und Anregungen äußern sich beim Leistungskriterium Identität insbesondere im Wunsch nach „mehr“ von einem Teil des befragten Publikums:

Dies betrifft sowohl mehr Inhalte als auch mehr österreichische Filme, Produktionen und Berichte.¹⁵

Einfach ein bisschen mehr österreichische Bräuche hervorheben.
(männlich, 59)

Volkskultur, mehr Volksmusik und Brauchtum von Österreich zeigen, zum Beispiel in „Bundesland heute“. (männlich, 28)

Verbesserungsvorschläge bezüglich der **Regionalität** werden hinsichtlich zweier Aspekte von einigen wenigen Befragten eingebracht. Einerseits wünscht sich ein Teil ebenfalls noch „mehr Regionales“ (weiblich, 63), andererseits werden die Angebote als zu *wienlastig* oder zu stark an Großveranstaltungen orientiert wahrgenommen.

Nicht nur Städte, sondern auch den ländlichen Raum mehr einbauen.
(männlich, 61)

Dass nicht nur über die großen Festspiele berichtet wird, sondern auch aus anderen Bereichen Berichte erfolgen. Im steirischen Raum [gibt es] zu wenig über Kultur. (männlich, 77)

Mehr alle Bundesländer zeigen und weniger „wienlastig“. (weiblich, 36)

Drei Befragte wünschen sich mehr Förderung von kleineren Veranstaltungen und noch unbekanntem Künstlerinnen und Künstlern.

¹⁵ Beispiele: „Mehr österreichische Eigenproduktionen“ (männlich, 23); „Mehr österreichische Filme bringen“ (männlich, 53); „Gute Berichte und Dokumentationen über Österreich“ (weiblich, 28).

Man könnte vielleicht mehr auf Brauchtum eingehen, nicht nur auf Hochkultur, und auch über kleinere, unbekanntere Veranstaltungen berichten oder Aufführungen übertragen. (weiblich, 64)

[Ich wünsche mir] einen breiteren Überblick: Was passiert kulturell in Österreich. Auch kleinere Veranstaltungen, denen das Geld für große Werbung fehlt. [Es] fehlt die Breite in den Veranstaltungstipps. (männlich, 38)

3.4.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Das Leistungskriterium Identität findet in den offenen Antworten insgesamt etwas weniger Beachtung als andere Leistungskriterien.

Der Österreichbezug sowie aktuelle, regionale Informationen zu Veranstaltungen wird bei den **Kultur- und Religionsberichten in tagesaktuellen Sendungen** zwar eingebracht, aber im Vergleich mit anderen Merkmalen wie beispielsweise der Aktualität kaum als wesentliche Stärke des Subgenres hervorgehoben.

In den **Magazinen und Dokumentationen** ebenso wie in den **Diskussions-Sendungen** werden andere Leistungskriterien verstärkt als ausschlaggebend für die Zufriedenheit charakterisiert.

In den **Live-Sendungen** ist die Identität insofern relevant, als die von den Befragten primär betonte Stärke des „Live-Erlebnisses“ sich ausschließlich auf in Österreich bekannte Kulturveranstaltungen bezieht, an denen ortsunabhängig teilgenommen werden kann.

Die **Sendungen zur Alltagskultur** zeichnen sich im Gegensatz zu den anderen Subgenres stärker durch das Leistungskriterium Identität aus. Die wesentliche Stärke der Sendungen, nämlich die Identifikation mit den gezeigten Lebensrealitäten und Inhalten, hängt eng mit dem Österreichbezug zusammen.

Identität wird von einem Teil des Publikums schließlich auch als Stärke im Bereich **Filme und Serien** hervorgehoben. Insbesondere österreichische Produktionen sowie ORF-Eigenproduktionen werden hier positiv hervorgehoben.

3.5 Vielfalt

Das ORF Qualitätsprofil definiert Qualität in der Vielfalt hinsichtlich der thematischen Breite an Angeboten, die die gesellschaftliche, regionale, ethische, religiöse und kulturelle Diversität berücksichtigen sollen, sowie der regionalen, nationalen, europäischen und internationalen Vielfalt in der Berichterstattung.

Die in der standardisierten Abfrage dafür verwendeten Items waren „vielfältig“, „deckt ein breites Spektrum an Kunst- und Kulturschaffen ab“, „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“ und „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“.

Die Analyse der standardisiert abgefragten Items zeigt, dass 51 Prozent des Publikums das Merkmal „vielfältig“ als „sehr wichtig“ für den Programmbereich Kultur/Religion und Ethik im ORF-Fernsehen empfindet. Die spezifischeren Anforderungen bezüglich der Vielfalt sind jeweils für einen etwas kleineren Teil der befragten Nutzer/innen besonders relevant: Rund 40 Prozent der Befragten bewertete „deckt ein breites Spektrum an Kunst- und Kulturschaffen ab“ und „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“ als „sehr wichtig“, 35 Prozent das Item „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“.

3.5.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Die Bewertung der genannten Qualitätsmerkmale hinsichtlich ihrer Erfüllung fällt wie folgt aus: 71 Prozent der Befragten sehen das Item „vielfältig“ als auf die ORF-Angebote (sehr) zutreffend an. Die Merkmale „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“ und „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“ werden von jeweils etwas mehr als 60 Prozent der Befragten als (sehr) gut erfüllt bewertet. Das Merkmal „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“ wird unter allen abgefragten Merkmalen am wenigsten mit dem ORF-Angebot assoziiert. Dennoch sehen auch dieses noch 58 Prozent als auf die Programme zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik zutreffend an.

Die qualitative Analyse der offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews zeigt „Vielfalt“ nach dem „Vertrauen“ als zweites zentrales Stärkefeld in der manifesten Qualitätswahrnehmung der ORF-TV-Angebote im Bereich Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik. Rund ein Fünftel aller explizit als Nennungen von Stärken codierten Aussagen entfallen auf dieses Leistungskriterium mit allgemeinen positiven Zuschreibungen wie *vielfältig, umfangreich und abwechslungsreich*.

Die Detailanalyse zeigt als wichtigste Säule dieser Stärkenwahrnehmung den Aspekt der **Vielfalt in den Programmen, Themen und Inhalten**, auf den rund ein Drittel der positiven Zuschreibungen entfallen. Dabei wurden sowohl die Auswahl der Themen („Themenauswahl ist gut“, weiblich, 70) als auch die Breite des Angebots („breites Spektrum an Auswahl“, weiblich, 34) hervorgehoben.

Das Programm ist so dicht, dass ich immer etwas finde, sehr facettenreich und bietet für Kulturinteressierte mehr als genug. (männlich, 77)

Dass verschiedenste Themen vorkommen, die bei vielen anderen Anbietern nicht vorkommen. (weiblich, 73)

Wirklich verschiedenste Themen werden aufgegriffen. (weiblich, 36)

Inhaltliche und programmliche Vielfalt stehen als im Zentrum der Publikumswahrnehmung. In geringerem Ausmaß werden auch folgende weitere Stärken mit den ORF-Angeboten verbunden:

Meinungsvielfalt: Die ausgewogene Berichterstattung und Berücksichtigung unterschiedlicher Standpunkte wurde bereits im Kapitel „Vertrauen“ als eine Stärke der ORF-Angebote aus Publikumssicht beschrieben. Unter dem Gesichtspunkt der Vielfalt heben Befragte die Vielzahl der vertretenen Positionen, Standpunkte, Protagonistinnen und Protagonisten, aber auch „Philosophien und Weltanschauungen“ (männlich, 23) hervor.

Bei einer Dokumentation erwarte ich eigentlich schon auch, dass das nicht nur von einer Seite beleuchtet wird, sondern dass eben verschiedenste Meinungen oder verschiedene Sichtweisen präsentiert werden, dann kann ich mir ein Bild daraus machen. Wenn ich nur eine Meinung präsentiert bekomme, woher soll ich wissen ob das stimmt oder stimmt nicht. (weiblich, 46)

... dass sie eben verschiedene Leute befragen, dass mehrere Meinungen gesagt werden. (weiblich, 39)

... dass es sehr viele Bereiche gibt mit unterschiedlichen Redakteuren, mit unterschiedlichen Meinungen, es werden viele Nischen bedient, zum Beispiel Oper auf ORF III. (männlich, 37)

Programm für alle: Knapp ein Zehntel der positiven Zuschreibungen beziehen sich auf die angesprochenen **Zielgruppen**. Die Befragten meinen einerseits, dass *verschiedene Bevölkerungsgruppen* in den Programmen angesprochen werden, andererseits wird auch die *Breite* hervorgehoben in dem Sinne, dass für jeden etwas dabei ist:

Er [der ORF] versucht wirklich für jeden etwas zu machen und es ist für jeden was dabei. (weiblich, 62)

[Der ORF] bringt für viele verschiedene Bevölkerungsschichten etwas. (weiblich, 76)

Diversität: Wenige Befragte thematisieren explizit positiv, dass der ORF in seinen Programmen die gesellschaftliche Diversität des Landes spiegelt. Dies sehen sie als wichtige Anforderungen sowohl bezüglich der gebotenen Inhalte als auch der Protagonistinnen und Protagonisten (z. B. Moderation):

Österreich war immer ein Zuwanderungsland, finde ich gut, dass es auch türkischstämmige Moderatoren etc. gibt. (weiblich, 48)

Das breite Angebot: Es werden quasi alle Minderheiten, alle Kulturgruppen in Österreich abgedeckt. (männlich, 42)

Die Verbesserungsvorschläge und Kritik der Befragten zum Leistungskriterium der Vielfalt zeigen folgende Potenziale für den ORF auf:

- **Weiterhin Vielfalt der Religionen zeigen:** Die Darstellung religiöser Vielfalt und die Information über andere Religionen wird als Stärke der ORF-Angebote wahrgenommen und ist ein klarer Auftrag des Publikums auch für die Zukunft: In jenen Textstellen, die explizit auf Religion Bezug nehmen, wird mit Abstand am häufigsten die Vertiefung des Wissens über diese Vielfalt – inklusive der in Österreich weniger verbreiteten Religionen – gewünscht.

- Von einigen wird Verbesserungspotenzial bei der **Ansprache von jüngeren Zielgruppen gesehen**. Einerseits wird bemängelt, dass jüngere Zielgruppen zu wenig angesprochen werden und es zu wenig Inhalte für diese gäbe: „mehr im Bereich Kultur für Jugendliche, das ist eine große Lücke im ORF“ (weiblich, 36). Von vier Befragten werden konkret Inhalte für Kinder¹⁶ als fehlend oder unzureichend empfunden.

Andererseits beziehen sich einige Äußerungen konkret auf die Gestaltung der Programme und Inhalte, damit sie ein junges Publikum besser ansprechen.

Mehr auf die Jugend, auf jüngere Leute [schauen]. Oft sind es schwere Themen, eher für ältere Leute. [Man könnte] zum Beispiel Clips bringen statt Ein-Stunden-Dauerthema, 10-Minuten-Video, das Schnellebige. (männlich, 28)

Ein wenig interessanter gestalten für die junge Generation, zum Beispiel bei Bildmaterial und Synchronisation. (weiblich, 31)

Ich habe auch zwei Kinder, die sind in der Pubertät, also wir finden fast gar nichts mehr gemeinsam zu schauen, also wenn ich ihn [den ORF] nicht zahlen müsste, ich würde ihn abbestellen. (weiblich, 38)

Ich habe überhaupt das Gefühl, dass der ORF altersspezifisch in den letzten 20, 30 Jahren nachgelassen hat. Es hat früher, habe ich das Gefühl, mehr altersspezifische Sendungen gegeben: für die Jugend, für Mittelalter, für Ältere, das gibt es nicht mehr, ist mein Gefühl. (männlich, 72)

- **Mehr Internationalität** wird von einem kleinen Teil der Befragten mit besonderem Interessensschwerpunkt in diesem Bereich gewünscht. Diese Befragten meinen, es sollte „mehr Internationales im Bereich Kultur und Ethik“ (weiblich, 45) geben und „internationale Themen sollten mehr thematisiert werden“ (weiblich, 21).
- Bezogen auf die **Vielfalt der Programme, Inhalte und Themen** wird immer wieder ein Wunsch nach *mehr* geäußert: Vielfältiger, mehr Neues, immer wieder andere Protagonistinnen/Protagonisten und Gäste. Inhaltlich werden dabei sehr unterschiedliche Wünsche eingebracht, darunter die Behandlung geschichtlicher, ethischer¹⁷ und religiöser¹⁸ Thematiken, aber auch mehr kulturelle Live-

¹⁶ Beispiel: „Was das Kinderprogramm anbelangt, die Wissensvermittlung im Kinderprogramm kommt zu kurz, z. B. der Kasperl, das ist wohl nicht Wissensvermittlung, aber österreichische Sendungen, Sendungen wie „Am Dam Des“ und „Sendung mit der Maus“ gibt es zu wenig, für Kinder sollte man da mehr machen.“ (weiblich, 47)

Beispiel: „Das Kinderprogramm sollte besser werden, mehr Kindgerechtes, da kommt nur Kinderverblödung. Was Wissenswertes, wo Kinder etwas lernen können, wie „Frag doch mal die Maus“, „Am Dam Des“ oder so etwas, das fehlt heutzutage.“ (männlich, 28)

¹⁷ Beispiel: „Man könnte noch vielschichtiger werden, mehr auf Ethik eingehen, mehr Diskussionen darüber bringen.“ (weiblich, 62)

¹⁸ Beispiele: „Vielleicht mehr Informationen bei Religionen: [Es gibt viel zu] Katholizismus, aber es werden kaum Unterschiede herausgearbeitet und zu wenig im Vergleich, zu wenig zum Islam. Verschiedene Länder [wären interessant]: zum Beispiel Mythen aus Griechenland.“ (weiblich, 40); „Oft kommen Dokumentationen vom 2. Weltkrieg, die sind fast schon zu oft. Geschichtlich von Österreich, die Entwicklung von Österreich und auch der Monarchie mehr bringen.“ (männlich, 37)

Übertragungen¹⁹ werden erwähnt sowie konkrete Inhalte wie Heimat- und Gebirgsfilme²⁰. Einige Befragte wünschen sich „mehr einfachere“ Inhalte (weiblich, 72) bzw. „nicht nur die hochtrabende Kultur“, sondern die „Kultur der Menschen“ (männlich, 28).

3.5.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Die Vielfalt als zentrales Stärkefeld der Kultur-, Religions- und Ethik-Angebote des ORF wird auch subgenrespezifisch als Stärke identifiziert. Dabei zeigt sich folgendes Bild:

Im Bereich der **Magazine und Dokumentation** zeigt sich die Vielfalt als wesentliche Stärke, die die Zufriedenheit mit diesen Sendungen ausmacht. Insbesondere die Vielfalt an Themen und Angeboten ist ausschlaggebend für die positive Bewertung des Publikums und trägt auch dazu bei, dass diese als besonders abwechslungsreich empfunden werden.

Ebenfalls zeichnen sich die **Diskussionssendungen** durch ihre Vielfalt aus. In diesem Bereich wird die Zufriedenheit anhand zweier Aspekte festgemacht. Einerseits wird die Breite der Themen als wesentliche Stärke hervorgehoben. Andererseits ist auch die Meinungsvielfalt im Sinne einer Vielfalt an unterschiedlichen Positionen und Diskutantinnen/Diskutanten ein Faktor für die positive Bewertung des Publikums.

Im Bereich **Film und Serie** wird als wesentliches Kriterium für die Zufriedenheit die Vielfalt der Angebote genannt.

Sendungen zur Alltagskultur, Live-Sendungen sowie **Kultur- und Religionsberichte in den tagesaktuellen Sendungen** werden verstärkt mit anderen Merkmalen in Verbindung gebracht.

3.6 Verantwortung

Verantwortung spielt in mehreren Kapiteln des Qualitätsprofils eine Rolle: Gleichberechtigung, Integration und eine Orientierung an Werten einer demokratischen Gesellschaft sollen durch ein differenziertes Gesamtangebot sichergestellt werden. Dabei sollen sich unterhaltende und anspruchsvolle Inhalte nicht ausschließen.

Die standardisierte Abfrage der Wichtigkeit einzelner Merkmale der Verantwortung zeigt folgendes Bild: Insbesondere das übergeordnete Merkmal „verantwortungsvoll“ wird von nahezu drei Viertel (74 %) der Befragten in der Top-Box als „sehr wichtig“ bewertet. Zwei Drittel bewerten „respektvoll“ als „sehr wichtig“, die Hälfte das Merkmal „Männer und

¹⁹ Beispiele: „Aktuelle Operaufführungen sollen mehr kommen, auch aus kleineren Theatern berichten“ (weiblich, 28); „mehr Direktübertragungen, zeitversetzt, aktuelle Kulturveranstaltungen, die österreichweit stattfinden, übertragen“ (weiblich, 74).

²⁰ Beispiel: „Alte Heimatfilme würde ich gerne öfter sehen. Gebirgsfilme hat man früher öfter gesehen, sieht man heute kaum mehr.“ (männlich, 46)

Frauen kommen gleichberechtigt vor“ und etwas weniger als die Hälfte (46 %) meinen, es ist sehr wichtig, dass die Programme und Inhalte „Bevölkerungsgruppen verbindend“ gestaltet werden.

3.6.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Hinsichtlich der Erfüllung durch das ORF-TV Angebot bewertet das befragte Publikum das Merkmal „respektvoll“ mit einer Zustimmung von 89 Prozent in der Top-2-Box am besten („trifft (sehr) zu“). Eine ähnlich hohe Zustimmung erhält auch die Eigenschaft „verantwortungsvoll“ mit 83 Prozent Zustimmung. Rund drei Viertel der Befragten (73 %) sehen das Merkmal „Männer und Frauen kommen gleichberechtigt vor“ als (sehr) zutreffend an und zwei Drittel das Merkmal „Bevölkerungsgruppen verbindend“.

Aufgrund der qualitativen Analyse kann zunächst festgehalten werden, dass die Dimension der Verantwortung im manifesten Qualitätsbegriff des Publikums deutlich weniger präsent ist als etwa die Leistungskriterien Vertrauen, Wissen oder Vielfalt: In etwa einem Zehntel aller codierten offenen Antworten thematisieren die Befragten diesen Aspekt.

Dabei zeigt die tiefere Analyse, dass Auftragswerte wie ein respektvoller Umgang bei der Darstellung kultureller und religiöser Inhalte, das integrative und kultur- und völkerverbindende Fernsehen sowie ein ausgeglichenes Verhältnis von Anspruchsvollem und Unterhaltendem durchaus anschlussfähig an das Qualitätsverständnis des Publikums sind. Dabei wird den ORF-Angeboten im Bereich Kultur, Religion und Ethik in aller Regel zugesprochen, „gut und verantwortungsvoll“ (weiblich, 86) zu sein.

Die Verantwortung ist beim ORF sehr groß und er präsentiert diese Sachen gut. (weiblich, 68)

Er [ORF] ist verantwortungsvoll, das ist mir wichtig, und er hält sich auch daran. (männlich, 61)

Eine konkrete Stärke wird vom befragten Publikum im **respektvollen Umgang** gesehen. Dies betrifft sowohl den Umgang von Moderatorinnen und Moderatoren mit Gästen und interviewten Personen als auch mit kulturellen und religiösen Inhalten und Darstellungen.

Weil sie sehr respektvoll und einfühlsam mit den Themen umgehen. (weiblich, 47)

Respektvoller und sachlicher Umgang gegenüber den verschiedenen Kulturen. (weiblich, 69)

Reporter lassen jeden ausreden, das gefällt mir. (männlich, 85)

Etwas weniger häufig wird als Stärke der ORF-Angebote hervorgehoben, dass hier **Unterhaltung und Niveau** verbunden werden – wobei beide Aspekte, Niveau und Unterhaltung, von Befragten als wichtig betont werden.

Für mich ist [der] ORF wegweisend, für mich [ist] auch schon die Sprache, aber nicht nur, im Allgemeinen auf einem hohen Niveau, und die Freundlichkeit. (männlich, 67)

Es ist sehr lehrreich und sachlich und zum Teil unterhaltsam.
(weiblich, 19)

Eine dritte Stärkenzuschreibung ist der „völkerverbindende“²¹ Anspruch, den einige Befragte im ORF erleben. Das heißt, es werden keine Konflikte geschürt, sondern es wird dazu beigetragen, **Verständnis für andere Kulturen und Religionen** zu vermitteln.

Um Gesamtinformationen über Völker zu erhalten, Toleranz und gutes Zusammenleben, damit man viel weiß über andere Kulturen und nicht nur in den eigenen vier Wänden lebt. Es ist wichtig, um andere zu verstehen und Zusammenhänge richtig einschätzen zu können. Es ist schlecht, wenn man zu wenig weiß. Seriöse Berichterstattung wird vorausgesetzt. (weiblich, 46)

Durch diese Sendungen wird alles verbindlicher, Menschen können andere Kulturen dadurch besser verstehen. (männlich, 29)

Einige wenige positive Zuschreibungen beziehen sich schließlich auf **Gleichberechtigung und Non-Diskriminierung**. Einerseits gehen die Befragten auf die Gleichberechtigung zwischen Männern und Frauen ein, andererseits darauf, dass der ORF keine diskriminierenden Inhalte bezogen auf Religionen oder andere Kulturen vermittelt.

Gleichberechtigung [ist gegeben], Frauen und Jugend haben auch Mitsprache. (weiblich, 78)

Wenn [es] um Gleichberechtigung von Männern und Frauen geht ist es gut, dass sie in Paargesprächen moderieren. (weiblich, 48)

Ich glaube, es werden sicher keine diskriminierenden Inhalte transportiert, zum Beispiel bei Rasse, Geschlecht etc. (männlich, 37)

[Es gibt] keine Hetze, ist sehr neutral, kein Rassismus und kein Antisemitismus. (männlich, 80)

Ein Teil der Befragten sieht im Leistungskriterium Verantwortung weiteres Entwicklungspotenzial für den ORF:

Zeichen setzen gegenüber Intoleranz, stärkerer Fokus auf diskriminierte Randgruppen. (männlich, 30)

Religionen alle gleichwertig bringen, keine besser, keine schlechter, dass ich mir selbst ein Bild machen kann. (weiblich, 42)

... dass es wirklich zu einer Bemühung kommt mehr Frauen in Diskussionssendungen zu bekommen und mehr Anreize für Frauen setzen. (weiblich, 45)

Ich würde mir mehr Bevölkerungsgruppen verbindende Sendungen wünschen. Es gibt zwar zwei Sendungen pro Tag für Minderheiten, aber es verbindet nicht unbedingt. Nur weil ich mir das anschau, verbindet das noch nicht. Man nimmt es zwar zur Kenntnis, aber unter „verbinden“ würde ich mir etwas Anderes vorstellen. Ich würde mir gerne manchmal ein härteres Nachfragen wünschen etc. bei der Berichterstattung. Bei manchen Themen könnte man mehr

²¹ Beispiel: „Respektvoll, völkerverbindend, auch in Bezug auf Religionen, keine verletzenden Aussagen.“ (weiblich, 47)

rausholen, vor allem bei Dialogen. Man darf ruhig etwas kritischer sein. (weiblich, 57)

3.6.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Das Leistungskriterium Verantwortung wurde in den offenen Antworten vergleichsweise selten thematisiert und zumeist auf die Kultur-, Religions- und Ethikprogramme des ORF allgemein bezogen.

Subgenrespezifisch wurde Verantwortung teils auf **Magazine und Dokumentationen** bezogen, insbesondere die verantwortungsvolle Auswahl und Aufbereitung der Themen und die Beiträge zum Verständnis für andere Kulturen.

Im Bereich der **Sendungen zur Alltagskultur** finden sich ebenfalls Äußerungen des Publikums zum Leistungskriterium Verantwortung. Diese wird vor allem im respektvollen Umgang mit Protagonistinnen und Protagonisten verortet.

Verantwortung wird von einem Teil des Publikums als Qualität auch im Subgenre **Film und Serie** eingebracht. Hervorgehoben wird von diesen Befragten der „niveauvolle“ Charakter der ausgestrahlten Filme und Serien.

3.7 Kompetenz und Innovation

Das Kapitel „Kompetenz und Innovation“ umfasst im Qualitätsprofil Kultur / Religion und Ethik den Anspruch, ein „handwerklich hohes Niveau“ und eine hohe Kompetenz der Journalistinnen/Journalisten und Moderatorinnen/Moderatoren zu bieten. Darüber hinaus soll den Menschen Kultur und Religion auch auf innovative Weise nahegebracht werden.

Die standardisierte Abfrage der entsprechenden Merkmale weist für das Merkmal „kompetente Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten“ den höchsten Stellenwert im Soll aus: Fast allen Befragten (96 %) ist dieses Merkmal wichtig bzw. sehr wichtig. Nur etwas weniger relevant ist für die Befragten die „hohe technische Qualität“ mit 84 Prozent Zustimmung. Jeweils rund drei Viertel der Befragten bewerten die Items „bietet Innovatives“ (73 %) und „im Ausland einer der besten Botschafter österreichischer Kunst und Kultur“ (72 %) als (sehr) wichtig.

Die qualitative Analyse der telefonischen Interviews bestätigt die Relevanz der handelnden Personen, vor allem der ORF-Journalistinnen und -Journalisten sowie -Moderatorinnen und -Moderatoren: Knapp die Hälfte (44 %) der im Bereich „Kompetenz“ kodierten Stellen bezieht sich auf das ORF-Personal.

3.7.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

In der Erfüllung zeigt sich, dass die beiden Bereiche, die den Befragten im Soll besonders wichtig sind, vom ORF auch als sehr gut erfüllt erlebt werden. Jeweils mehr als 80 Prozent der Befragten sehen die Items „kompetente Moderatoren/Moderatorinnen und

Journalisten/Journalistinnen“ und „hohe technische Qualität“ als auf die ORF-Angebote sehr zutreffend bzw. zutreffend an. Die Merkmale „bietet Innovatives“ (64 %) und „Im Ausland einer der besten Botschafter österreichischer Kunst und Kultur“ (63 %) werden jeweils von etwas weniger als zwei Drittel der Befragten als (sehr) zutreffend bewertet.

Entsprechend der besonderen Relevanz von Personen für das Qualitätserleben des Publikums zeigt die ergänzende qualitative Analyse **die kompetenten Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten** als zentrale Stärke der ORF-Angebote: Die Mehrheit aller als positive Aussagen codierte Nennungen im Bereich Kompetenz bezieht sich auf diesen Aspekt. Dabei wird zumeist die Kompetenz der handelnden Personen hervorgehoben und diese allgemein als „gut“²² beschrieben. Diese Kompetenz bezieht sich zum Teil auch auf konkret genannte Personen und Programminhalte.

Durch die ModeratorInnen, speziell in der Kultur. Barbara Rett [ist] sehr kompetent, was sie sagt, passt auch. (weiblich, 76)

Teilweise spezifizieren die Befragten genauer, welche Kompetenzen sie besonders positiv erleben. Darunter fallen einerseits Aspekte, die die Präsentation von Themen betreffen, andererseits die inhaltliche Kompetenz:

[Ich] finde das Angebot gut, toll, wie Themen kommuniziert werden, das Auftreten, [das] Erscheinungsbild der ModeratorInnen. [Die ModeratorInnen] sind auch inhaltlich gut vorbereitet. (männlich, 74)

Da sind sie alle sehr bemüht und die Leute, die die Kultursendungen übernehmen, sind sehr geschult und haben eine hohe Sprachkompetenz, so drückt sich das aus. (männlich, 65)

Das Charisma und dass sie wirklich dafür leben und wie sie das rüberbringen. Ja, alles passt, die Aussprache, dass sie neutral bleiben. (weiblich, 38)

Als weitere Stärke im Bereich Kompetenz zeigt die qualitative Analyse die **Aufbereitung und Gestaltung** der Sendungen im ORF. Etwas weniger als ein Viertel der positiven Zuschreibungen bezieht sich auf diesen Aspekt.²³

Ich finde die redaktionelle Gestaltung sehr gut. (männlich, 37)

In den Redaktionen sehr hochwertige Arbeit, ein sehr gutes Team. (weiblich, 56)

Rund ein Zehntel der positiv codierten Nennungen entfällt schließlich auf die **technische Qualität**. Positive Zuschreibungen beziehen sich neben allgemeinen Aussagen wie „technische Aufbereitung ist sehr gut“ (männlich, 61) insbesondere auf die Bild- und Übertragungsqualität.²⁴

²² Beispiele: „Kompetente Moderatoren und Redaktionen“ (weiblich, 48); „Moderation finde ich sehr gut“ (männlich, 60)

²³ Beispiele: „Gute Recherche und Aufbereitung der Themen“ (männlich, 30); „die ganzen Dokus sind sprachlich und inhaltlich sehr gut aufbereitet auch für einfache Menschen verständlich.“ (weiblich, 43)

²⁴ Beispiel: „[Bei] Live-Übertragungen von Kulturevents, Diskussionsrunden, gute Bild- und Ton Qualität.“ (weiblich, 50)

Der Aspekt Innovation wurde in den 300 qualitativen Interviews sowohl positiv als auch kritisch kaum thematisiert.

Kritik und **Verbesserungsvorschläge** hinsichtlich Kompetenz und Innovation wurden nur sehr wenige eingebracht. Einige Befragte orten Verbesserungsbedarf bei der Moderation:

Die Moderation ist langweilig, weil es wie ein Interview gestaltet wird.
Man sollte kreativer sein, nicht zu steif. (weiblich, 54)

Bessere Moderatoren, sie müssen fundierter sein; sie müssen besser zuhören können; Moderatoren reden mehr als Diskutanten; vorweg sollten sie viel mehr von den Leuten, die sie später einladen, abfragen. (männlich, 56)

Bei uns [im ORF], die Moderatoren sind total überfordert, da geht es kreuz und quer, da versteht man ja überhaupt nicht mehr, um was es geht, weil die durcheinander schreien. (männlich, 72)

Einige Nennungen beziehen sich auf die Nutzung neuer Technologien und die Verfügbarkeit von Inhalten in der ORF-TVthek.

Neue Technologien stärker nutzen, ORF-TVthek ist etwas überladen, sollte auf andere Kanäle aufgeteilt werden. (männlich, 37)

Die Verfügbarkeit mancher Dinge in der TVthek verbessern und technische Aufrüstung derselben und dass sie einfach funktioniert. (männlich, 61)

Exkurs: „Anspruchsvolles“ Programm

Der Wortstamm „anspruch*“ wurde in den offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews nur selten (viermal) von den Befragten verwendet.

Im Rahmen der Fokusgruppendifkussion wurde von den zehn Teilnehmerinnen und Teilnehmern offen exploriert, welche Qualitätsaspekte mit dem Begriff „anspruchsvoll“ in Verbindung gebracht werden. Bei unterschiedlichen konkreten Assoziationen zeigt sich folgendes gemeinsame Bild:

- das In-die-Tiefe-Gehen, Aufzeigen von Hintergründen und Zusammenhängen
- das Aufgreifen gesellschaftlich wichtiger, aktueller Themen
- die Vermittlung von für Österreich wichtiger Bildung, z. B. durch historisch oder kulturell bildende Sendungen
- Sendungen, die der Gesellschaft einen Spiegel vorhalten
- Sendungen, die ein authentisches Bild gesellschaftlicher, auch alltagskultureller Themen zeigen
- Sendungen, die nicht dumpf konsumiert werden, sondern inspirieren oder zum Nachdenken anregen (Gegenteil von „anspruchsvoll“ ist „Schrott“)
- gut gemacht, mit guten, anregenden Gästen

Ergänzend wurde von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Fokusgruppe betont,

dass für ihre Bedürfnisse von Unterhaltung und Entspannung im Programm auch „Nicht-Anspruchsvolles“ Platz haben sollte.

3.7.2 Genrespezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

In der genrespezifischen Analyse des Leistungskriteriums stehen zumeist die Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten im Mittelpunkt der Wahrnehmung des Publikums.

Der Bereich der **Kultur- und Religionsberichte in tagesaktuellen Sendungen** zeichnet sich aus Publikumssicht zum einen durch die hohe Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren aus. Zum anderen trägt auch die inhaltliche Qualität der Berichterstattung zum positiven Erleben der Kompetenz bei.

Bei **Magazinen und Dokumentationen** wird Kompetenz primär in der redaktionellen Qualität und in der Ausgestaltung der Programme gesehen.

Die Zufriedenheit mit den **Diskussionssendungen** wird in der Wahrnehmung des Publikums stark mit der Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren in der Diskussionsleitung in Verbindung gebracht. Eine gute Diskussionskultur ist eine wesentliche Qualität, die diese Sendungen aus Publikumssicht auszeichnet.

Die **Sendungen zur Alltagskultur** sind in der Bewertung der Zufriedenheit ebenfalls mit der Kompetenz der einzelnen Moderatorinnen und Moderatoren verknüpft. Eine wesentliche Stärke der Moderatorinnen und Moderatoren in diesem Bereich ist der respektvolle Umgang mit den Protagonistinnen und Protagonisten und Einfühlungsvermögen in deren unterschiedliche Lebenssituationen.

Bei den **Live-Übertragungen** wird in erster Linie die technische Qualität als große Stärke der ORF Kulturübertragungen gelobt. Die Kompetenz im Bereich der Bild- und Tonqualität trägt dabei besonders stark zur Zufriedenheit des Publikums bei. Moderatorinnen und Moderatoren werden hier im Zusammenhang mit den Hintergrundberichten ebenfalls positiv hervorgehoben.

Im Bereich **Filme und Serien** ist das Leistungskriterium Kompetenz kein Fokus des Publikums.

4 Qualitätswahrnehmung einzelner Subgenres

In den im Rahmen dieser Studie durchgeführten 300 telefonischen Interviews wurde den Befragten im Anschluss an den allgemeinen Fragebogenteil zu den Kultur- und Religionsangeboten auch Gelegenheit gegeben, noch einmal auf einzelne Subgenres im Detail einzugehen. Dabei wurden sie insbesondere danach gefragt, womit sie im Bereich dieses Subgenres besonders zufrieden sind und was auf der anderen Seite verbessert werden sollte. Je Subgenre wurden 45 Personen vertiefend befragt. Die Antworten auf diese Fragen wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und sind in den folgenden Abschnitten zusammenfassend dargestellt.

Magazine und Dokumentationen stehen im Vordergrund der Qualitätswahrnehmung

Die Auswertung über alle offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews zeigt: Magazine und Dokumentationen prägen die Qualitätswahrnehmung im Programmbereich Kultur / Religion und Ethik am stärksten. Sie werden rund viermal so häufig von den Befragten genannt wie die Subgenres Film oder tagesaktuelle Kultur- und Religionsberichte.

Mit anderen Worten: Magazine und Dokumentationen verfügen über die höchste *Memorability* im Programmbereich und wirken als Aushängeschilder für den ORF-Programmbereich Kultur / Religion und Ethik, wobei insbesondere die Leistungskriterien Wissen und Vielfalt mit diesem Subgenre verbunden werden. – An zweiter Stelle hinsichtlich der Häufigkeit der Nennungen steht das Subgenre der Live-Übertragungen.²⁵

4.1 Kultur- und Religionsberichte in tagesaktuellen Sendungen

45 Befragte wurden telefonisch vertiefend zum Subgenre Kultur- und Religionsberichte in tagesaktuellen ORF-Sendungen befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Aktuell informiert mit kompetenter Moderation

Die Berichte über Kultur und Religion in den tagesaktuellen Sendungen zeichnen sich aus Publikumssicht vor allem durch ihren Informationsgehalt aus. Befragte betonen, sich **gut informiert** zu fühlen,²⁶ und heben die informative Gestaltung positiv hervor.

„ZIB“, „Bundesland heute“ sind informativ: was geschieht, was man anschauen könnte. (weiblich, 64)

Die Informationen, die weitergegeben werden, Tagesinformationen, man weiß, was geschieht in der Welt. (weiblich, 47)

²⁵ Mit 79 Vorkommen wird die Sendung „kreuz und quer“ am häufigsten von den Befragten genannt. Das Neujahrskonzert kommt auf 29 Nennungen.

²⁶ Beispiel: „Dass man inhaltlich sehr gut informiert wird, sowohl geschichtlich wie kulturell.“ (weiblich, 43)

Ich will eigentlich alles anschauen, bin für alles ein bisschen interessiert, dass du mitreden kannst in der Öffentlichkeit. (männlich, 67)

Drei Befragte empfinden besonders die Kompaktheit der Informationen als angenehm und schätzen es, „kurz und bündig“ (weiblich, 40) informiert zu werden.

Ein weiteres Stärkefeld ist aus Publikumssicht die **Aktualität** der ORF-Sendungen, so dass sie sich „auf dem neuesten Stand“ informiert fühlen. Auch die Aktualität der gebrachten Themen wird in diesem Zusammenhang positiv hervorgehoben (männlich, 28). Regional interessierte Befragte heben die Aktualität der Informationen aus ihrem Bundesland positiv hervor.

Dass man doch ziemlich umfangreich informiert ist und am aktuellen Stand. (männlich, 72)

Sehr zeitgerecht, wenn was ist wird es auch gleich gebracht. (weiblich, 29)

Es taugt mir, dass aktuelle Beiträge gebracht werden, auch aus den nahen Regionen, „Niederösterreich heute“ ist da sehr gut. (weiblich, 40)

Als dritte Stärke im Bereich der Kultur- und Religionsnachrichten werden vom Publikum **gute Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten** sowie in diesem Zusammenhang auch die *gute Berichterstattung* erwähnt²⁷.

Es ist sehr informativ und verständlich und sehr nette Moderatoren. (weiblich, 43)

Einige weitere positive Nennungen beziehen sich auf den Aspekt der **Vertrauenswürdigkeit** und beschreiben die tagesaktuellen Berichte etwa als „seriös und objektiv“ (männlich, 60).

Das ist für mich diese Seriosität und Ausgewogenheit: Man kann sich zurücklehnen und diese Sendungen verfolgen mit Vertrauen. (männlich, 67)

Kritik und Verbesserungsvorschläge werden im Vergleich zu den Stärken deutlich seltener eingebracht. Gewünscht werden:

- mehr Sendezeit für die tagesaktuelle Berichterstattung im Programmbereich (5 Nennungen)
- eine „ausführlichere“ Berichterstattung, die mehr „in die Tiefe“ geht.²⁸ (4 Nennungen)
- mehr inhaltliche Vielfalt (z. B. der abgedeckten kulturellen Sparten) (3 Nennungen)

²⁷ Beispiel: „Gute Moderatoren und Berichterstattung“ (weiblich, 74); „Professionalität der Moderatoren“ (männlich, 22)

²⁸ Beispiel: „Besser kann man machen, dass man vielleicht mehr in die Tiefe geht. Was mir gut gefällt, dass Religion vorkommt, aber man könnte mehr in die Tiefe gehen“. Eine Befragte schlägt auch Berichte über Personen vor, die „im Hintergrund Kultur machen“ (weiblich, 42).

4.2 Kultur- und Religionsmagazine und -dokumentation

Zu den Kultur- und Religionsmagazinen und -dokumentationen wurden 45 Befragte telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Vielfältig, informativ und interessant aufbereitet

Magazine und Dokumentationen sind in der Publikumswahrnehmung sehr präsent. Die zentrale Stärke dieses Subgenres liegt aus Publikumssicht in der **Vielfalt des Angebots**. Ein Großteil der Befragten assoziiert mit den Magazinen und Dokumentationen sofort die „Vielfältigkeit“²⁹. Näher beschrieben wird diese durch die dargebotene *Angebots- und Themenvielfalt*³⁰ und die *Abwechslung*, die die Zusehenden schätzen.

Die Themen sind interessant, abwechslungsreich, unterhaltsam. Man kann von der Couch aus am Kulturgesehen des Landes teilhaben und genießen. (weiblich, 64)

Der „kulturMontag“ bietet Berichte zu aktuellen Themen, verschiedene Künstler werden vorgestellt, ein vielfältiges Angebot. (weiblich, 40)

Eine weitere Qualität, die den Kultur- und Religionsmagazinen und -dokumentationen häufig zugeschrieben wird, ist ein **hoher Informationsgehalt**.³¹ Die Sendungen werden hinsichtlich Themen und Aufbereitung als **interessant** empfunden. Einige Befragte betonen in diesem Zusammenhang auch, dass sie Neues erfahren bzw. dazulernen können.

Es gibt regelmäßig gute Informationen und Denkanstöße. (männlich, 36)

Wenn ich das anschau, fühle ich mich wirklich informiert und mit dem Neuesten ausgestattet. Am Sonntagvormittag, das ist sehr interessant und ich staune oft, was ich da sehe. (männlich, 65)

... dass ich weiß, was in der Welt geschieht, dass es meinen Horizont erweitert. (weiblich, 48)

Die Sendungen sind kompakt, viel Wissen wird in kurzer Zeit wiedergegeben, sie sind gut gemacht, interessant gestaltet. (männlich, 32)

Grundsätzlich sind die Dokus des ORF gut gemacht, auch mit viel Wissensweitergabe, technisch gut gemacht und interessant. (männlich, 42)

Weitere positive Nennungen, die von einem kleinen Teil der Befragten eingebracht wurden, beziehen sich auf folgende Aspekte:

²⁹ Beispiel: „Das Gesamtpaket, die Vielfältigkeit und Information“ (weiblich, 49).

³⁰ Beispiel: „Viele Themen werden abgedeckt.“ (männlich, 33)

³¹ Beispiele: „Weil es regelmäßig ist, weil es informativ und gut gemacht ist.“ (weiblich, 61) „„dokFilm“ gefällt mir sehr gut, ist informativ.“ (weiblich, 40)

- Qualität und Vielfalt der Künstlerinnen/Künstler und Gäste, die interviewt und vorgestellt werden (5 Nennungen)
- Hintergrundwissen und gute Recherche³² (5 Nennungen)
- Eine gute Moderation (4 Nennungen) und Themenauswahl (4 Nennungen)

Angesichts der großen Zufriedenheit mit den Sendungen in diesem Subgenre wurde nur wenig Kritik und Verbesserungsvorschläge eingebracht.

- Hauptanliegen der Befragten sind die Sendezeiten (zentraler Kritikpunkt: zu spät)³³.
- Einige Befragte wünsche sich insbesondere *mehr Dokumentationen*.
- Zwei Befragte (männlich, 28 und männlich, 42) merken an, dass sie sich als Zielgruppe³⁴ nicht angesprochen fühlen.
- Schließlich wurden einige spezifische inhaltliche Wünsche und Anregungen formuliert:
 - Zeitgenössische Kunst soll mehr dargestellt werden,
 - Figurentheater, Installationen ... zeitgenössischer Tanz ...
 - Kleinkunstabühnen. (weiblich, 46)

4.3 Diskussionssendungen aus dem Bereich Kultur/ Religion

Zum Subgenre Diskussionssendungen wurden 45 Personen telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Vielfalt, Sachlichkeit und Information mit guter Moderation

Zentrale Stärke der Diskussionssendungen ist die **Vielfalt**, d. h. die dargebotene *Breite an Themen und Beiträgen*³⁵ sowie in zweiter Linie die *Meinungsvielfalt*.

Weil es sehr informativ ist und verschiedene Themen angesprochen werden und es ist vielfältig und kritisch. (männlich, 60)

Dass es so viele verschiedene Meinungen sind, nicht nur tendenziös eine Meinung, sondern wirklich ein breites Spektrum an Diskutanten. (männlich, 25)

„kreuz und quer“, die verschiedenen Themen, so bunt, es ist immer was dabei. (weiblich, 64)

Positiv assoziiert das Publikum mit den Diskussionssendungen auch die **Sachlichkeit** und die gewonnene **Information**.

³²Beispiel: „dokFilm‘ ist sehr gut, Dokumentationen sind zu spät, aber sehr fachlich, vermitteln sehr viel Hintergrundwissen, ich schaue mir einiges in der TVthek im Nachhinein an.“ (männlich, 42)

³³ Beispiel: „Es gibt schöne, tolle Sachen, leider oft erst sehr spät am Abend, die man daher nicht genießen kann. Das würde ich mir früher wünschen.“ (männlich, 61)

³⁴ Beispiel: „Abwarten, vielleicht interessiert mich das mehr, wenn ich älter bin.“ (männlich, 28)

³⁵ Beispiel: „Vielfalt der Themen, breites Spektrum“ (weiblich, 64).

Konkrete Äußerungen in diesem Bereich beziehen sich darauf, dass Diskussionen³⁶ und Themen sachlich dargeboten werden. Eine besondere Qualität sehen zwei Befragte in den ORF-Diskussionen darin, dass Informationen gewonnen werden, die sie aus anderen Medien nicht bekommen.

Flüchtlingswelle-Sendungen, woher die kommen, was der Grund ist etc., das war informativ, sachlich, neutrale Einblicke, korrekte Reportagen, berührend und sachlich zum Beispiel der Fall Syrien super erklärt. (weiblich, 48)

„kreuz und quer“ bringt Vergleiche, Informationen, die man sonst nicht sieht. (weiblich, 67)

Bei „erLesen“ bekommt man sehr viele Anregungen, Sachen, die man mitnehmen kann. Gut auch, dass man bei „kreuz und quer“ oft viele Sache erfährt, die man beim Zeitungslesen und so weiter nicht so mitbekommt. (männlich, 63)

Ein drittes Stärkefeld in der Publikumswahrnehmung liegt in der **Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren**. Positiven Bewertungen beziehen sich auf die Moderatoren und deren Kompetenz selbst, aber auch darauf, dass eine *offene Diskussionskultur*³⁷ bei diesen Sendungen vorhanden ist.

Weil unsere Moderationen nicht so polarisierend sind, die Moderatoren gefallen mir gut. (weiblich, 57)

Weil die Moderatoren das gut machen und ansprechend gestalten. (weiblich, 40)

Einige Befragte heben schließlich Themen und *Aufbereitung* positiv hervor, drei Befragte die Qualität der eingeladenen Gäste.

Die Fragen, die Themen und wie sie es aufrollen, das gefällt mir, das finde ich sehr interessant. (weiblich, 48)

„erLesen“ bringt interessante Informationen, auch unterhaltsam, nicht trocken gemacht, die Gesprächsrunden mit Gästen sind interessant, man bekommt Tipps für neue Bücher. (weiblich, 73)

Kritik an den Kultur-/Religionsmagazinen des ORF wird im Verlauf der telefonischen Interviews kaum angebracht. Allerdings melden mehrere Befragte auch zu diesem Subgenre den Wunsch nach einer **Änderung der Sendezeiten** an, die als „zu spät“ erlebt werden.

Die Sendezeit ist ein großes Manko, die sind immer so spät in der Nacht, dann sind auch noch die Sprecher so trocken, weil es sich oft um Studierende handelt, dass ich dann oft den Faden verliere. Bitte früher senden. (weiblich, 46)

Die guten Sendungen kommen sehr spät, das sollte man ändern. Die guten Sendungen bekommen auch keine Wiederholung, sie kommen

³⁶ Beispiel: „dass sie eigentlich immer sehr sachlich geführt werden.“ (weiblich, 48)

³⁷ Beispiele: „eine sehr offene Diskussionskultur und interessante Gäste“ (männlich, 71); „dass zugehört und ausgesprochen wird.“ (männlich, 40)

nur einmal und dann sind sie weg, hier ist Änderung erforderlich.
(männlich, 28)

Ein kleiner Teil empfindet die Diskussionssendungen aus unterschiedlichen Gründen nicht ansprechend genug. Diese Kritik betrifft teils die geladenen Gäste, teils die Gestaltung insgesamt.

Die Zusammensetzung der Diskutanten [verbessern]: Die Diskussteilnehmer sollen ausgewogener zusammengestellt werden. (männlich, 83)

Eher die Inhalte, die Aufbereitung des Themas, die Form der Präsentation könnte man besser machen. (weiblich, 48)

„erLesen“ ist auch gut, ich hatte aber das „Literarische Quartett“ lieber. Die Diskutanten haben wenig Begeisterung bei „erLesen“, mehr Emotion, mehr Porträts von Autoren wären toll. (weiblich, 70)

4.4 Sendungen zur Alltagskultur

Zu den Sendungen zur Alltagskultur wurden 45 Befragte telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Zuseher/innen zusammen.

Unterhaltsamer, realitätsnaher Einblick in den Alltag der Menschen

Die wesentliche Stärke dieses Subgenres ist aus Publikumssicht deren Unterhaltungswert. Ein Drittel der als positiv codierten Stellen beschreibt die Sendungen zur Alltagskultur in erster Linie als **unterhaltsam** sowie als *amüsan* und *lustig*³⁸. Außerdem wird von einem kleinen Teil der Erholungswert hervorgehoben in dem Sinne, dass die Inhalte als *entspannend* und *heiter* beschrieben werden.

[Mir gefällt] einfach der Unterhaltungswert, man kann ein bisschen lachen. (männlich, 59)

Sind ganz nett zum Anschauen, weil es unterhaltsam ist. Oft muss man sich wundern und lachen, und es gibt oft auch unmögliche Sachen, wo man sich denkt: dass es das gibt. (weiblich, 72)

Man muss sich nicht so viel konzentrieren und es ist nett gemacht, Entspannungs-TV. (weiblich, 35)

Es ist etwas Heiteres, das braucht es auch ab und zu, das braucht man auf jeden Fall. (männlich, 67)

Ein weiteres Stärkefeld der Sendungen zur Alltagskultur ist die **realitätsnahe** Darstellung. Die Sendungen werden als „lebensnah“ beschrieben (weiblich, 44) und man könne sich damit „identifizieren“ (weiblich, 24). Ebenfalls wird in diesem Zusammenhang der *Österreichbezug* der gezeigten Lebensrealitäten positiv erlebt.

³⁸ Beispiele: „Es ist lustig, da muss ich immer lachen.“ (weiblich, 27) „Alltagsgeschichten sind sehr amüsan.“ (weiblich, 48)

Alle diese Alltagsgeschichten und aus dem Leben Gegriffenes finde ich gut. (weiblich, 24)

Alltägliches Leben in Österreich, keine erfundenen Geschichten, sondern realitätsbezogen. (männlich, 74)

Weil es das Leben ist, weil im Leben auch solche Dinge passieren, aus dem Alltag gegriffen, humorvoll. (weiblich, 48)

Liebesgeschichten und Heiratssachen und Verkopplungssachen und Brauchtum von den einzelnen Bundesländern finde ich ganz interessant. (weiblich, 19)

Im Zusammenhang mit der realitätsnahen Darstellung werden auch die ausgewählten **Protagonisten** und Gäste der Sendungen positiv hervorgehoben. Die Befragten berichten vom Gefühl, einen „Einblick“ in das Leben von Menschen (weiblich, 19) zu bekommen, mit denen sie sonst nicht in Kontakt kommen. Vier Befragte weisen in diesem Zusammenhang auch auf die respektvolle Darstellung der Protagonistinnen und Protagonisten hin.³⁹

Dass man Einblicke in die Realität der österreichischen Bevölkerung bekommt und lebensweltnah berichtet wird und man unterschiedliche Charaktere und Personen kennenlernt. (weiblich, 26)

Die Auswahl der Leute ist so toll, die schrägsten Leute kommen vor. (weiblich, 40)

Es gibt so viele Berufe, dass man mehr über die Menschen erfährt, Einsicht in das Alltagsleben der Menschen bekommt, die Beweggründe, warum die Menschen so oder so sind, was die Spira so herrlich gemacht hat; ... Einsicht in das Alltagsleben der Menschen. (weiblich, 74)

Weil es originell ist und alle Leute ins Rampenlicht kommen, originelle und schlechter gestellte Leute kommen auch ins Rampenlicht, nicht nur eine bestimmte Schicht, sondern, man lernt auch andere kennen. (weiblich, 48)

Schließlich spielt auch die **Kompetenz der Moderation** für die Befragten eine Rolle für ihre Zufriedenheit, vor allem die Kompetenz im Umgang mit den Protagonistinnen, Protagonisten und Gästen.

Frau Spira spiegelt die österreichische Seele sehr unterhaltsam, führt niemanden vor. (weiblich, 56)

Für Ältere die einen Partner suchen ist das gut, Spira-Nachfolgerin macht das sehr gut, zur Unterhaltung schau ich mir das gerne an. (weiblich, 78)

Bin schon gespannt, wie es weitergeht. Es ist toll, wie die österreichische Bevölkerung dargestellt wird. Frau Spira konnte es gut rausholen, was in der österreichischen Bevölkerung steckt und hatte die Fähigkeit auf Leute zuzugehen, das war immer sehr interessant. (männlich, 47)

³⁹ Beispiel: „Frau Spira hat immer nett gefragt, man hat das Gefühl gehabt, dass jeder gleich behandelt wurde, mit Humor, nicht abwertend, respektvoll.“ (weiblich, 28)

Im Bereich der Sendungen zur Alltagskultur wurden von den Befragten keine konkreten Verbesserungsvorschläge geäußert. Einem kleinen Teil der Befragten sind die Inhalte nicht anspruchsvoll genug und sie wünschen sich ein höheres Niveau. Ein weiterer Teil findet den respektvollen Umgang nicht ausreichend gegeben.

Es werden manche Personengruppen vorgeführt und ihre Schwächen ausgenützt. (weiblich, 28)

Die Alltagskultur brauche ich gar nicht, mehr universitätsmäßiges, gehobeneres Niveau. (männlich, 19)

4.5 Live-Übertragungen

Zum Subgenre der Live-Übertragungen wurden 45 Befragte telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Ein Live-Erlebnis mit guter Übertragungsqualität und Moderation

Die qualitative Analyse der offenen Antworten zeigt eine sehr hohe Zufriedenheit der Befragten mit der **technischen Qualität** der Live-Übertragungen. Konkret hebt das Publikum etwa die „sehr gute Bild- und Tonqualität“ (männlich, 65) hervor.

Zum Beispiel das Neujahrskonzert: Ich kenne wenige Konzerte, die in solch hervorragender technischer Qualität gemacht sind. Abwechslungsreich, meist wird auch Hintergrundwissen vermittelt, das mich interessiert. (männlich, 42)

Die Bildqualität ist gut, man ist näher dran, Kameraführung ist gut. (männlich, 62)

Die Art und Weise wie es strukturiert wird, es gibt keine Abschlüge, alles wird 1:1 übertragen, es wird alles super eingefangen, man sieht viel mehr, als wenn man direkt vor Ort ist. (männlich, 56)

Eine weitere Stärke der ORF-Live-Übertragungen macht das Gefühl des **Live-Erlebnisses** aus. Darunter fällt der Mehrwert, durch die Live-Übertragungen Zugang zu unterschiedlichsten Kulturevents zu bekommen, an denen man sonst durch unterschiedliche Gründe (Leistbarkeit, gesundheitliche Aspekte, Entfernung) nicht teilnehmen könnte. Besonders positiv heben einige Befragte hervor, dass sie im ORF das Gefühl haben, vor Ort zu sein⁴⁰; das sei teils sogar besser als eine tatsächliche Vor-Ort-Teilnahme.

Weil es an dem Tag gesendet wird, an dem meistens eine Premiere oder Uraufführung stattfindet; wenn an einem Feiertag ein Gottesdienst übertragen wird ist es sehr interessant, dem beizuwohnen, weil man aus den verschiedensten Gründen, zum Beispiel gesundheitlich, nicht überall vor Ort dabei sein kann. (weiblich, 42)

⁴⁰ Beispiele: „dass man das Gefühl hat, dass man gut dabei ist“ (weiblich, 40); „Bregenzer Festspiele passt für mich, gute Kameraführung, ist verständlich, als wär ich vor Ort.“ (weiblich, 47)

Die Übertragung von Schönbrunn ist auch super, ist von der Qualität besser als wenn man live dort ist. (weiblich, 65)

[Es gibt] fast immer eine gute Einführung, wird bildlich und vom Ton her gut dargeboten, man hat das Gefühl von erster Reihe fußfrei, die Nähe der Gesichter der Schauspieler ist auch toll. (weiblich, 70)

Es ist immer noch ein Unterschied zwischen Liveübertragungen und selbst dort zu sitzen, man sieht den Schauspieler und Sänger besser, man kann nicht so oft ins Theater, da ist es schon großartig, wenn man sich das öfter im Fernsehen ansehen kann. (weiblich, 62)

Schließlich wird in einigen Nennungen auf die **gute Moderation** eingegangen. Als positiv erwähnen die Befragten insbesondere die Kommentare, Vorberichte und die Kompetenz einzelner Journalistinnen und Journalisten.

Aber der ORF bemüht sich um gute Journalisten wie den Hohenlohe und den Trenkwitz und die mag ich, die bringen das seriös und witzig. (männlich, 65)

Ich schaue sehr gerne das Neujahrskonzert, weil es schwer zu besuchen ist. Die ganze Übertragung ist sehr rund gestaltet mit Ballett dazu und die Kommentare sind sehr geschmackvoll. (männlich, 26)

Konzerte und Opern, der Kommentar ist meistens gut, die Barbara Rett macht das gut. (weiblich, 80)

Die Moderation ist sehr, sehr gut bei solchen Sachen, das Drumherum ist schön und elegant und hohe Klasse. (männlich, 44)

Mit nur drei kritischen Äußerungen gibt es bei den Live-Übertragungen kaum Unzufriedenheit. Ein Befragter bemängelt die Zeitversetzung mancher Live-Übertragungen, ein weiterer zeigt sich unzufrieden mit der Moderatorenauswahl.

Verbesserungspotenzial sehen einige Befragte hinsichtlich der Häufigkeit der Übertragungen, d. h. es wird der Wunsch nach „mehr“ geäußert. Einige Wünsche beziehen sich auf spezifische inhaltliche Schwerpunkte, zum Beispiel:

Mehr Operetten und Musik. Oper verstehe ich nicht, weil sie so hoch singen, aber Musicals oder Operetten einstreuen. (weiblich, 39)

4.6 Filme und Serien

Zu ihrer Einschätzung der Filme und Serien wurden 45 Befragte telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Zuseher/innen zusammen.

Vielfältiges Angebot mit Niveau ohne Werbeunterbrechung

Die Analyse der offenen Antworten zeigt beim Subgenre Film und Serie ein **wenig ausgeprägtes Stärkenprofil** bzw. sehr unterschiedliche inhaltliche Interessen der Befragten:

- Positiv erwähnt wird von 5 Befragten die **Vielfalt des Angebotes** und der Themen, dabei wird auch die Breite des Angebotes angesprochen.
- Ein weiterer Aspekt, der von manchen Befragten positiv im Bereich Film und Serien hervorgehoben wird, ist das **hohe Niveau**⁴¹.
- Ebenfalls positiv erwähnt wird von einigen Befragten, dass *österreichische Filme* sowie Eigenproduktionen des ORF gebracht werden.
- Schließlich wird im Gegensatz zu anderen Fernsehsendern die Ausstrahlung von Filmen und Serien **ohne Werbeunterbrechung** geschätzt.

Die Analyse der Verbesserungsvorschläge zeigt einerseits nur wenig konkrete Äußerungen und andererseits Vorschläge in unterschiedliche Richtungen:

- Vergleichsweise am häufigsten wird der Wunsch nach mehr Aktualität im Bereich Filme und Serien geäußert. Dieser Wunsch tritt zumeist in Zusammenhang mit der Kritik an zu häufigen Wiederholungen auf.

Diese Endlos-Wiederholungen sollten beendet werden, aktuellere Filme sollten gezeigt werden. (männlich, 48)

- Eine große Vielzahl zeigt sich bei den inhaltlichen Wünschen: Ein Teil der Befragten wünscht sich etwa mehr internationale Filme, während ein anderer Teil mehr österreichische Filme sehen möchte.

Internationales geht ein wenig ab, es ist nicht wirklich international. (weiblich, 26)

Mehr österreichische Filme müssten sein und nicht nur Krimis, mehr Kabarett wie „Muttertag“ und „Hinterholz 8“. Es ist auch immer zu spät im Programm, als Patriot wäre das super, wenn das früher oder auf ORF III gesendet wird, zum Beispiel am Dienstag einen österreichischen Filmtag mit zwei, drei österreichischen Filmen senden oder den „Mundl“ mal wieder und nicht nur zu Silvester. (männlich, 28)

- Drei Befragte sind der Meinung, dass die Auswahl der Filme und Serien im ORF etwas anspruchsvoller sein sollte.⁴²

⁴¹ Beispiel: „Qualitativ hochwertige Inhalte und unterschiedliche Genres. Besonders Filme, die man vielleicht nicht selbst ansehen würde, aber durch das Angebot im Fernsehen sieht man sie sich doch an und ist dann doch begeistert. Dadurch lernt man neue Sachen.“ (weiblich, 21)

⁴² Beispiel: „Teilweise sind die österreichischen Produktionen so Klamauk-Produktionen, das gefällt mir weniger; schon lustig, aber bitte künftig mit etwas mehr Niveau.“ (weiblich, 72)

5 Abschließender Befund der Evaluation

Mit dem Qualitätsprofil Kultur / Religion und Ethik hat der ORF ein differenziertes Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der *Leistungskriterien Vertrauen, Vielfalt, Wissen, Identität, Kompetenz und Innovation* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Diese allgemeinen sowie genrespezifischen Auftragswerte dienen als Leitlinien für die sechs Subgenres der tagesaktuelle Informationssendungen, Magazine und Dokumentationen, Diskussionssendungen, Live-Übertragungen, Filme und Serien im Untersuchungsbereich sowie Sendungen zu Alltagskultur und Brauchtum. Zugleich soll die Erfüllung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Angebote für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generiert.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil mittels Methoden der qualitativen Sozialforschung. Untersucht wurde, inwieweit das Publikum die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte für wichtig und legitim erachtet, inwieweit es das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag – auch im Vergleich mit kommerziellen Anbietern – aus Publikumssicht erfüllt wird.

Als abschließender Befund kann zusammenfassend festgehalten werden:

1. Evaluation im Soll:

Das ORF-Qualitätsprofil wird vom Publikum verstanden und als maßgeblich für ein hochwertiges, öffentlich-rechtliches Programm angesehen. Die standardisierte empirische Abfrage zeigt eine hohe Legitimität der einzelnen Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 71 und 96 Prozent. Das vom ORF definierte Anforderungsprofil entspricht also in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums, d. h. es wird vom Publikum als Leitlinie für die Schaffung von Public Value durch den ORF bestätigt.

2. Evaluation im Ist:

Als zweiter Teil der vorliegenden Evaluationsstudie wurde untersucht, inwieweit die vom ORF definierten Auftragswerte vom Publikum auch in der Programmgestaltung als erfüllt wahrgenommen werden. Auch hier zeigt die standardisierte empirische Abfrage über alle Auftragswerte hinweg eine sehr hohe Zustimmung im befragten Publikum: Je nach Item gaben zwischen 58 und 91 Prozent der Befragten an, dass der jeweilige Auftragswert durch die ORF-TV-Angebote im Programmbereich erfüllt bzw. sehr gut erfüllt wird.

3. Evaluation im Sendervergleich:

Schließlich wurde als drittes Element der Evaluation die Bewertung des ORF-Angebots im Vergleich zu anderen Sendern untersucht. Hier belegt die standardisierte empirische Abfrage eine hohe Imagestärke des ORF in allen Leistungskriterien mit

Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 33 und 80 Prozent.

Als relevante Mitbewerber werden am ehesten öffentlich-rechtliche Spartensender gesehen.