



Mit Beiträgen
aus Wissenschaft und
externer Expertise u.a. von

**EVGENY MOROZOV,
BRIGITTE NADERER,
OLIVER RATHKOLB
UND HARTMUT ROSA.**

DER UNTERSCHIED

**55 STIMMEN AUS DEM ORF ZU
ÖFFENTLICH-RECHTLICHER MEDIENQUALITÄT**



Public Value Report 2017/2018



PUBLIC VALUE

Der ORF dokumentiert die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, den Wert und Nutzen seiner Medienleistungen anhand von fünf Qualitätsdimensionen und 18 Leistungskategorien.

INDIVIDUELLER WERT

Durch umfassende und zuverlässige Information schafft der ORF eine VERTRAUENSWÜRDIGE Grundlage zum Verständnis der Welt. Das Angebotsspektrum des ORF garantiert faktenreue und verständliche Nachrichten über Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur: durch ein internationales Korrespondentinnen- und Korrespondentennetz, neun Landesstudios, TV-, Radio- und Online-Redaktionen, die aus allen Ländern und Regionen Österreichs und aus der ganzen Welt berichten. SERVICE-Sendungen vermitteln Rat und Hilfestellungen in vielfältigen Fragen des Alltags: Konsumentenschutz, Gesundheit und Medizin, Verkehrs- und Wettermeldungen bieten verlässliche und nützliche Information. WISSEN ist im ORF ein Fall für alle Mediennutzer/innen: im Kinderprogramm, in den Nachrichten, in Wissenschaftssendungen und bei Off-Air-Aktivitäten. UNTERHALTUNG mit Haltung bedeutet: ein vielfältiges Angebot für alle und Qualitätsstandards, die Ansprüche und Niveaugrenzen beachten: in Filmen, Serien, Shows, Kabarett und Comedy – alles selbstverständlich ohne Werbeunterbrechung. VERANTWORTUNG übernimmt und fördert der ORF im Sinn einer bewussten Gemeinwohlorientierung.

ÖSTERREICHSWERT

Österreich in allen Facetten: Umfassende Information zu regionalem Geschehen aus neun Bundesländern garantiert zuverlässigen und authentischen FÖDERALISMUS. ORF-Information und Unterhaltung „made in Austria“ behaupten sich gegenüber großer Konkurrenz internationaler Medienkonzerne. Die Geschichte Österreichs in Dokumentation und Spielfilm, Übertragungen, Events und Initiativen spiegeln die IDENTITÄT des Landes und seiner Bewohner/innen wider. Der ORF ist ein verlässlicher Partner für die österreichische Kreativszene. Er produziert, koproduziert, beauftragt, fördert und unterstützt österreichische Kulturschaffende. Durch Zusammenarbeit und Kooperation mit Schauspielern, Regisseurinnen, Produzenten, mit der Filmindustrie erbringt der ORF ökonomische und kulturelle WERTSCHÖPFUNG für ganz Österreich.

INTERNATIONALER WERT

Weltweite Krisen, Konflikte und alarmierende soziale Spannungen zeigen, wie wichtig ein grenzüberschreitender Horizont für Mediennutzer/innen ist. EUROPA und die GLOBALE PERSPEKTIVE sind für den ORF eine ständige und verbindliche Herausforderung.

GESELLSCHAFTSWERT

Der KULTURauftrag verbindet Mehrheiten und Minderheiten. Kultur ist im ORF kein enger, statischer Begriff, vielmehr begleitet er diesen entwicklungsoffenen Teil des Lebens in Reportagen, Filmen und Features. ORF-Berichterstattung bietet ORIENTIERUNGSHILFE in der Flut an Nachrichten in einer zunehmend unübersichtlichen Welt. Grundlage dafür ist das Bekenntnis zur VIELFALT in der Gesellschaft. TV, Radio und Online-redaktionen berichten von den globalen „Hot Spots“ ebenso wie von den Schattenseiten, aus urbanen Zentren und regionalen Winkeln. Dabei ist dem ORF BÜRGERNÄHE wichtig, indem er Betroffenen eine öffentliche Plattform bietet, nahe an den Interessen, den Anliegen und Sorgen der Bürger/innen. Die INTEGRATIONsfunktion des ORF soll Menschen, so unterschiedlich sie auch sind, miteinander verbinden.

UNTERNEHMENSWERT

Wer Gebühren zahlt, kann nachrechnen und nachfragen: Als der Öffentlichkeit verpflichtetes Medienunternehmen sind im ORF TRANSPARENZ und Nachvollziehbarkeit kaufmännische und inhaltliche Ansprüche, die konkret dokumentiert werden. Qualitätssicherung ist überprüfbarer Ausdruck seiner KOMPETENZ. Um in der Entwicklung der Kommunikationstechnologien mithalten zu können, sind Bereitschaft für Veränderung, Offenheit für Kritik und vor allem Fähigkeit zur INNOVATION unverzichtbar.

#ALEXANDER WRABETZ GENERALDIREKTOR DES ORF

71,6%

der Schweizer stimmberechtigten Bevölkerung haben im März eine Initiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren abgelehnt und sich für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk entschieden. Das ist ein starkes Signal, dass Medien auch weiterhin öffentliche Aufgaben übernehmen sollen, die nicht nur Aktienbesitzern, sondern – im Auftrag der Gesellschaft – allen Menschen nützen sollen. Das Ergebnis der Volksabstimmung ist aber auch ein Signal dafür, dass gebührenfinanzierte Medien mehr als je zuvor Rechenschaft ablegen müssen: Wofür sie die finanziellen Mittel verwenden und worin ihre unterscheidbare Medienqualität besteht. Diesen Anspruch erfüllt der ORF seit Jahren konsequent. Im aktuellem Public Value Bericht nimmt er dabei Ihren Gebührenbeitrag zur Grundlage:

- SIE zahlen pro Tag und Haushalt dem ORF 55 Cent – für 4 österreichweite TV- und 3 nationale Radiosender, für weitere 9 Regionalradios der Landesstudios, für ORF.at, Teletext und für die ORF-Sendungen auf 3sat und ARTE.
- 55 ORF-Mitarbeiter/innen dokumentieren auf den folgenden Seiten, was Sie dafür erhalten, wie ORF-Journalist/innen den öffentlich-rechtlichen Auftrag in der Praxis ihres Arbeitsalltages erfüllen. Das sind 55 Stimmen aus dem ORF,

die sichtbar machen, was der ORF – Tag für Tag – leistet und Ihnen nützen soll. Externe Expertise, umfangreiche Zahlen, Daten und Fakten ergänzen die Information zur multi-medialen Produktion des ORF.

Gerade die aktuellen Debatten um die „Fake News“ der digitalen Welt zeigen, dass der Nachweis an journalistischer Kompetenz und die Vertrauenswürdigkeit der Medien wichtiger als je zuvor sind. Daher ist die Frage, worin Medienqualität besteht, mit welchem Umfang und welchen Leistungskriterien sie umgesetzt wird, umso bedeutender. Der Unterschied, den Medien machen können, liegt in der nachweisbaren Qualität ihrer Arbeit und darin, welchen Wert und Nutzen sie für die Gesellschaft erbringen.

Für den ORF gilt dabei: Wir dokumentieren und überprüfen unsere Leistung und legen Rechenschaft darüber ab. Das Urteil obliegt – wie immer – Ihnen.



Dr. Alexander Wrabetz

INHALT

1

Vorwort

#Alexander Wrabetz

INDIVIDUELLER WERT

6

24/7 Die ORF-Radio-information sperrt nie zu
#Hannes Aigelsreiter

8

Ein guter Grund

#Elisabeth Gollackner

10

60 Minuten Unterschied
#Gabriele Waldner-Pammesberger

12

Mehr News statt Fake News

#Patrick Swanson

16

Ein Garten voller Überraschungen

#Gerald Heidegger

18

Der Test im Test

#Marvin Wolf

20

Ausruhen ist kein Thema

#Georg Spatt

24

Die Sonne scheint für alle

#Marcus Wadsak

176

Impressum

26

Auf der Seite des Publikums

#Brigitte Naderer

EXTERNE
EXPERTISE

28

Kommerziell gedacht

#Wolfgang Höfer

31

Abenteuer Vergangenheit

#Tom Matzek

34

Der kleine Unterschied und seine Folgen ...

#Ricarda Reinisch

36

Der Resonanzraum des 21. Jahrhunderts

#Hartmut Rosa

EXTERNE
EXPERTISE

40

Der Unterschied:

Barrierefreier Programmzugang

#Robert Sperling
#Johannes Karner

43

Masse mit Tiefgang

#Hildegard Aichberger

46

Journalismus „von unten“

#Kim Kadlec

GESELLSCHAFTSWERT

50

Paradise Papers

#Ulla Kramar-Schmid

52

Heilmittel gegen Fake aller Art

#Ingrid Thurnher

55

It's The Economy, ...!

#Hans Hrabal

58

Das Recht der Kinder

#Ursula Hofmeister

61

Viele feine Unterschiede

#Āedomira Schlapper

64

Das Privileg nicht erpressbar zu sein

#Peter Resetarits

66

Lange Nacht der Museen

#Martin Biedermann

68

Hinter den Kulissen

#Alexander Raab

70

Kultur aus nächster Nähe

#Thomas Wohinz

73

Kultur fürs Wohnzimmer

#Elke Tschalkner

76

Mit dem gewissen Wumms

#Martin Pieper

79

Der Homo Digitalis und die Kultur

#Siegfried Steinlechner

82

Musik für ein reichhaltiges Leben

#Christoph Becher

86

Weil es im Leben mehr als alles gibt

#Doris Appel

89

Mehr als ein Unterschied: ORF Sport+

#Veronika Dragon-Berger

92

Die Zukunft des Sports

#Reinhard Christl

EXTERNE
EXPERTISE

94

Eine für alle

#Dodo Roscic

96

At Home

#Joanna Bostock

ÖSTERREICHWERT

100

Die Macht der Bilder
#Oliver Rathkolb

EXTERNE
EXPERTISE

103

**Unterhaltung als
gedanklicher Katalysator**
#Katharina Schenk
#Bernhard Natschläger

106

**Das Archiv – Ihre
Vorbeugung gegen
Gedächtnisverlust**
#Herbert Hayduck

110

**Der Alltagsengel – eine
Weihnachtsgeschichte**
#Timo Abel-Benini

114

ÖsterreiCH KANN
#Ines Schwandner
#Marika Püspök

116

Werte schaffen Werte
#Bernhard Natschläger

119

Auf Augenhöhe
#Gernot Rath

INTERNATIONALER WERT

124

**In Zeiten der sogenannten
sozialen Medien**
#Ernst Gelegs

128

Blick in die Welt
#Franziska Mayr-Keber

130

Fairness im Wesen
#Hannelore Veit

133

The New Feudalism
#Evgeny Morozov

EXTERNE
EXPERTISE

138

Aufgetischt in Usbekistan
#Konrad Mitschka

UNTERNEHMENSWERT

142

Gedanken in Echtzeit
#Stefan Ströbitzer

145

**Öffentlich-rechtliches
TV – auch im Web**
#Thomas Prantner

148

**oe1.ORF.at – Der Unter-
schied sind 7 Tage**
#Joseph Schimmer

150

Wer kontrolliert den ORF?
#Josef Lusser

154

Der kleine Leuchtturm
#Stefan Kappacher

156

50 Jahre Dialog
#Bettina Parschalk

158

Gleich gelingt's besser
#Christiana Jankovics

160

Das gute Stück ...
#Karl Petermichl

162

Wenn die Sirenen heulen
#Norbert Welzl

164

Gut, das es Fähler gibt
#Andreas Heindl

166

Junge Chancen
#Philipp Maschl
#Isabelle Richter

170

**News, Editorial Standards
and Informed Citizenship**
#Stephen Cushion

EXTERNE
EXPERTISE

173

**Vertrauen ist gut.
Kontrolle ist besser.**
#Klaus Unterberger

INDIVIDUELLER WERT

VERTRAUEN

SERVICE

UNTERHALTUNG

WISSEN

VERANTWORTUNG

Der Unterschied ist:

Öffentlich-rechtliche Medien richten sich an Bürger/innen und nicht an Konsument/innen. Menschen konsumieren Medien nicht nur, sie beziehen daraus – jede/r für sich – die Grundlagen für ihr eigenes Weltverständnis. Um sich Politik und Wirtschaft zu erklären, um sich eine eigene Meinung zu bilden, um sich im Alltag zurecht zu finden, um mit Hilfe vertrauenswürdiger Information und Wissen die Welt zu verstehen, um Kulturen kennenzulernen, um sich – mit jeweils unterschiedlichen Geschmäckern – zu unterhalten.

Public Value bedeutet für den ORF: Medieninhalte zu produzieren, die für jede/n Bürger/in nützlich, zugänglich und verständlich sind, und jenen zu helfen, die Unterstützung brauchen.

Vertrauen ORF-Gesetz: § 4. (6) Unabhängigkeit ist nicht nur Recht der journalistischen oder programmgestaltenden Mitarbeiter, sondern auch deren Pflicht. § 32. (I) Der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften haben die Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter sowie die Freiheit der journalistischen Berufsausübung aller journalistischen Mitarbeiter bei Besorgung aller ihnen übertragenen Aufgaben im Rahmen dieses Bundesgesetzes zu beachten. ORF-Programmrichtlinien: Programmelemente von Informationssendungen einschließlich der Moderation müssen sachlich fundierte und konkrete Angaben enthalten; Gerüchte und eigene Spekulationen sind ausgeschlossen. Nur erfahrungsgemäß zuverlässige Agenturen sind ohne ausdrückliche Zitierung als Hauptinformationsquellen zulässig. ORF-Leitbild: Der ORF ist sich des in ihn gesetzten Vertrauens der österreichischen Bevölkerung bewusst und leistet einen wertvollen Beitrag zur öffentlichen Meinungsvielfalt und Kommunikationsqualität und damit zu Toleranz, Solidarität und Integration in der Gesellschaft.

Service ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat für die Information über Themen der Gesundheit und des Natur-, Umwelt- sowie Konsumentenschutzes unter Berücksichtigung des Verständnisses über die Prinzipien der Nachhaltigkeit zu sorgen. ORF-Leitbild: Der ORF bietet objektive, vertrauenswürdige und zuverlässige Information sowie vielfältige Serviceangebote für die Bewältigung des Alltags.

Unterhaltung ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat durch die Gesamtheit seiner gemäß § 3 verbreiteten Programme für die Darbietung von Unterhaltung zu sorgen. ORF-Programmrichtlinien: Unterhaltung ist wesentlicher Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Der ORF bietet die besten internationalen und österreichischen Programme und ist sich bei der Themenwahl und Programmgestaltung der besonderen Verantwortung insbesondere für die österreichische Identität und Kultur, Gleichberechtigung, Minderheiten, Kinder und Jugendliche bewusst.

Wissen ORF-Programmrichtlinien: Die Vermittlung von Wissenschaft bezieht sich sowohl auf gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse und neue wissenschaftliche Thesen. Ziel ist es, über Themen der Wissenschaft nicht nur zu informieren, sondern dadurch auch zu besserem Verständnis aktueller Probleme und deren Zusammenhänge beizutragen und damit unter anderem Lebenshilfe zu bieten. ORF-Leitbild: Der ORF ist als elektronisches Gedächtnis Österreichs eine „öffentliche Mediathek des Wissens“. Er vermittelt Erkenntnisse wissenschaftlicher Forschung und macht Bildungsinhalte allen zugänglich.

Verantwortung ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat für die angemessene Berücksichtigung der Anliegen behinderter Menschen und die angemessene Berücksichtigung und Förderung sozialer und humanitärer Aktivitäten, einschließlich der Bewusstseinsbildung zur Integration behinderter Menschen in der Gesellschaft und am Arbeitsmarkt zu sorgen. ORF-Leitbild: Der ORF ist sich seiner gesellschaftlichen und insbesondere sozialen Verantwortung bewusst und leistet einen wertvollen Beitrag zur öffentlichen Meinungsvielfalt und Kommunikationsqualität und damit zu Toleranz, Solidarität und Integration in der Gesellschaft.

24/7

#HANNES AIGELSREITER
CHEFREDAKTEUR DER ORF-RADIOSDIE ORF-RADIOINFORMATION
SPERRT NIE ZU

Stündlich live Nachrichten auf Ö3, aber auch für Ö1 und die ORF-Landesstudios, die diese Nachrichten in den Nachtstunden in ihren Programmen durchschalten. 24 Stunden sind auch die Kolleginnen und Kollegen des Teletext im Einsatz. Zwei Teams, die Österreich permanent über aktuelle nationale und internationale Ereignisse informieren. 365 Tage und Nächte im Jahr.

Die Ö3-Kolleginnen und -Kollegen der Radioinformation, angesiedelt in Heiligenstadt, haben darüber hinaus noch eine weitere wesentliche Aufgabe und Verantwortung für den ORF und für Österreich: Sie sind rund um die Uhr der Alarm-Sternpunkt des Unternehmens. Die Bundeswarnzentrale etwa würde in einem nationalen Krisenfall über ein rotes Telefon in der Ö3-Nachrichtenredaktion Alarm schlagen. Geht eine Warnung auf Landesebene in den ORF-Landesstudios ein, erfolgt ein

sofortiger Anruf beim Ö3-Nachrichten-CvD. Tritt eines dieser Szenarien ein oder berichten internationale Nachrichtenagenturen über Ereignisse besonderen Ausmaßes, wird Alarm ausgelöst. Früher eher ein theoretisches Sicherheitsnetz, in den letzten Jahren bei den Terroranschlägen von Paris, Nizza, London, Berlin, New York oder dem Brand des Grenfell Towers zum Teil im Wochenrhythmus (Nachrichten-)Realität.

NACHRICHTEN UND JOURNALE
DER ORF-RADIOS

	Ö1	Ö3	FM4	Regional- radios
Sendungen	6.247	11.597	-	7.195
Journale	2.387*	1.360	-	730
Nachrichten	3.800	10.237	7.329	6.465

* inkl. Europa-Journal (44) & Journal-Panorama (197), Klartext (10), Saldo (50)

TELETEXT

Updates	Anzahl pro Monat
Gesamt	16.139
Schlagzeilen	1.405
Politik Österreich und EU	2.887
Politik international	2.191
Chronik	2.113
Wirtschaft	2.055
Leute	529
Bundesländer	4.959
Reichweite Leser/innen	2,0 Mio. bzw. 26,8%
Seitenaufrufe (Seiten 100–899)	309 Mio.

Zusätzlich zum traditionellen Angebot am TV-Gerät wird auch das ORF TELETEXT-Angebot im Internet und die ORF TELETEXT-App sehr gut angenommen und erreichten im Jahr 2017 laut interner Statistik in Summe durchschnittlich 280.000 Unique Clients, 2,2 Millionen Visits, bzw. 26,3 Millionen Page-Impressions pro Monat.

Quelle: AGTT/GfK TELETEST, Basis: Personen 12+, Mittelwerte 2017

Ö3 unterbricht in diesen Fällen sein Programm für Breaking News und – je nach Situation – ergeht eine Warnung an die Bevölkerung, bei Bedarf zusätzlich auch in einzelnen oder allen ORF-Regionalradio-Programmen. Fast gleichzeitig wird ein Ö3-SMS-Newsflash verschickt und die Alarmierungskette der gesamten ORF-Radioinformation ausgelöst. Nach einem genau festgelegten Plan werden Chefredaktion, Fachressorts, ORF-Korrespondent/innen, Ö3, Ö1, FM4, ORF-Landesstudios, ORF-Fernsehinformation und Geschäftsführung verständigt. Parallel dazu läuft bereits die zweite Säule der nächtlichen Nachrichtenversorgung auf Hochtouren: Der aktuelle TELETEXT. Was für die bundesweite Radioversorgung Ö3 ist, ist für die zeitunabhängigen Textmedien der aktuelle

SONDERSENDUNGEN



TELETEXT im Wiener Funkhaus. Hier verfasst der diensthabende Redakteur, die diensthabende Redakteurin ebenfalls sofort eine Erstinformation für die Hauptseiten des TELETEXT, später laufend Updates oft mit wichtigen Service-Informationen wie Info-Hotlines für Angehörige oder Programmhinweisen auf Sondersendungen der Radio-Journale oder der ZiBs im Fernsehen.

Zwei Standorte, drei Medien

Zusätzlich sind die Kolleg/innen des aktuellen TELETEXT in den Nachtstunden auch für ORF.at zuständig. In dieser Zeit wird der sogenannte Nachrichten-Ticker von ORF.at aktuell gehalten. In Fällen von Eilt-Meldungen alarmiert der TELETEXT-Nachtdienst die Online-Redaktion und überbrückt die Zeitspanne mit Breaking-News-Informationen. Apropos Breaking News: Für Updates im Kurznachrichtendienst Twitter ist ebenfalls die TELETEXT-Redaktion in der ORF-Radioinformation zuständig, mit derzeit fast 40.000 Follower/innen ist dieser Account ein besonders intensiv genutzter.

Es gehört zum Auftrag der ORF-Radioinformation, an zwei ORF-Standorten für drei verschiedene Medien eine qualitativ hochwertige Rund-um-die-Uhr-Versorgung sicher zu stellen – in Zeiten knapper Ressourcen eine besondere Herausforderung. Für den ORF spannen diese beiden Redaktionen ein journalistisches Sicherheitsnetz, das es so sonst in Österreich nicht gibt; ein Netz vom Standort Heiligenstadt über das Funkhaus in der Argentinierstraße bis zum ORF-Zentrum am Königberg und zu den ORF-Landesstudios. Damit nichts passiert, wenn etwas passiert. Rund um die Uhr, 365 Tage im Jahr. ■

EIN GUTER #ELISABETH GOLLACKNER REDAKTEURIN DER ORF-TV-INFORMATION GRUND

**Achtung, das könnte wehtun:
Was die Entwicklung innovativer
ORF-Info-Formate von denen
privater Anbieter unterscheidet.
Am Beispiel von „Nationalraten“.**

Guten Tag, sagte der Herr am anderen Ende der Leitung, und zwischen den Zeilen sagte er: Bitte setzen Sie sich in die Nesseln. Ein Text darüber, was die Entwicklung innovativer ORF-Info-Formate von denen privater Anbieter unterscheidet? Was für eine heikle Angelegenheit. Denn gerade, wenn es um Sendungsentwicklung geht, wird es unkonkret. Wir befinden uns noch vor den Toren, noch in den nebeligen Gegenden vor Ausstrahlung, Reichweite und Untertitelung für Hörgeschädigte. Dinge, die man in Zahlen fassen kann, sind leicht erklärbar. Doch hier geht es um Ideen und deren geplante Umsetzung. Was unterscheidet unsere Projekte also von denen der Privatsender? Was macht sie öffentlich-rechtlich? In meinem Kopf gehe ich vergangene Entwicklungen durch und bleibe bei

„Nationalraten“ hängen. Die Quiz-Talkshow zur Nationalratswahl 2017. Wie so viele Ideen ist auch diese aus einem Impuls heraus entstanden. Eigentlich aus einem Moment des Ärgers. Eine politische Schlagzeile dominierte die Medien, und beim ersten Lesen war nicht klar, von welcher Partei dieser Vorstoß kam. Zu ähnlich waren die Wahlkampfthemen, zu einheitlich das Feindbild. Der Impuls wurde zum Kern einer Idee, wurde größer und größer, nicht nur an Inhalt, sondern auch an Personal. Vom Vier-Augen-Gespräch zur ersten redaktionellen Feedbackrunde. Kopfschütteln, Daumen hoch, neue Ideen bringen, Dinge verwerfen, Teile umgestalten. Ab in die nächste Feedbackrunde. So weit, so normal. Jede andere Redaktion dieses Landes arbeitet genauso.

Doch mit jedem Schritt, den ich in meinem Kopf gehe, wird der Unterschied klarer. Der Unterschied liegt im Boden, auf dem wir uns bewegen, dieses Territorium namens Österreichischer Rundfunk. Ein solides Fundament, das nicht ignoriert werden kann. Bohrt man nach unten, kommen die Schichten zutage, Jahrzehnt für Jahrzehnt. Die große

INFORMATION IM TV

ORF eins und ORF 2, Stunden pro Jahr

Nachrichten	2.314
Diverses (Current Affairs, Politik, Magazine, Diskussionen, ...)	2.136
Gesamt	4.450

Bedeutung beim Aufbau einer Republik, die beginnt, sich selbst als Gemeinschaft wahrzunehmen. Der Blick in die Welt und das aufkeimende Selbstverständnis, Teil von etwas Größerem zu sein. Das Sprachrohr der Jungen, die die Krawatten ablegen und über den Tellerrand tanzen. Das Geländer am Weg zu neuen Medien und neuen Kanälen der Kommunikation. Die vielen Gesichter, die uns durch die jüngere Geschichte Österreichs begleiten und Einordnung, Übersicht und Kontinuität bieten.

Im Zweifel für Integrität

Einen Schritt im ORF zu setzen – und sei es auch nur gedanklich – bedeutet, einen Schritt auf diesem Grund zu gehen. Sich der Verantwortung bewusst zu sein, welche Rolle ein öffentlich-rechtliches Medium im besten Falle einnehmen kann. Und in seiner Arbeit geschützt, begleitet und ja, auch kontrolliert zu werden von Redakteursversammlungen, Verhaltenskodex und Ethikrat. Und bevor der Pathos in diesem Text überhandnimmt, möchte ich kurz einwerfen: Ja, klar sitzen auch wir bis spät in die Nacht bei Chips und Bier und denken uns Blödsinn aus. Und natürlich lachen wir uns schief über Jugendsünden von Politiker/innen oder Aussagen von Interviewpartner/innen.

Die Frage ist, was wir damit tun. Ob wir die peinlichen Momente, wie in unserem Fall, für ein politisches Quiz verwenden oder nicht. Und egal, ob man auf diesem Boden geht oder, wie in unserem

Fall, in versifften Kellerräumen seinen Klappstuhl darauf abstellt, unser Auftrag bleibt der gleiche: Wir entscheiden im Sinne der Ausgewogenheit. Wir entscheiden uns gegen den billigen Lacher, der keinen Erkenntnisgewinn bringt. Wir entscheiden uns ohne Druck von außen, weder wirtschaftlich noch politisch. Wir betrachten uns als Journalistinnen und Journalisten, mit allem, was dazugehört. (Das klingt so logisch, doch hört man sich im Medienbereich um, ist es das leider nicht mehr.) Und wir entwickeln ein Produkt für den ORF, und das bedeutet: Im besten Falle qualitativ hochwertige Information für ein großes Publikum. Im Zweifel für die journalistische Integrität und gegen die Quote.

Und es wäre gelogen, würde ich behaupten, nie neidisch auf die Kolleginnen und Kollegen am privaten Grundstück nebenan zu schielen, wenn sie wendig und schnell ihre Ideen rausschießen und ausprobieren. Ohne öffentlich-rechtliche Auflagen. Ohne der Bürde der Verantwortung eines großen Namens. Und dann beobachte ich ihre Produkte und spüre den Unterschied. Und ich weiß, dass ich es anders machen würde, anders machen darf, gemeinsam mit dem beeindruckenden Team, mit dem ich arbeite. Bei „Nationalraten“ beispielsweise war es die bewusste Entscheidung, diesem hektischen, lauten Wahlkampf ein Format mit langen, unaufgeregten Interviewpassagen entgegenzusetzen. Parteien nicht als Ein-Mann-Shows zu inszenieren, sondern den einen Mann (und die eine Frau) auf die andere Spielfeldhälfte zu setzen, wo sie zuhören und zusehen, wie ihre Parteien wahrgenommen werden. In spielerischer Form Bildungsfernsehen zu machen. Und das alles in einem Format, wo das tainment der Info schon an den Fersen klebt. „Nationalraten“ war eine riskante Entscheidung. Noch dazu eine, die im Vorfeld lautstark kritisiert wurde. Nachher ist man immer klüger, und nachher sagt man leicht: Wir hatten einfach einen guten Riecher. Doch das wäre gelogen. Wir haben gemacht, was wir in diesen chaotischen politischen Wochen als ORF-Journalistinnen und Journalisten für richtig hielten. Und die Gefahr war groß, sich damit in die Nesseln zu setzen. Warum wir es trotzdem gemacht haben und weiterhin machen werden? Weil wir es dürfen und auch sollen. Der ORF ist ein guter Grund. Und das macht den Unterschied. ■

60 MINUTEN UNTERSCHIED

#GABRIELE WALDNER-PAMMESBERGER

LEITERIN DER Ö1-„JOURNALE“

„Das war das ‚Mittagsjournal‘ am 6. Februar, für das Team verabschiedet sich Franz Renner.“ Bis zur Signation von „Punkt eins“ fehlen noch zehn Sekunden. Zeit genug, um dem Publikum einen schönen Tag mit Ö1 zu wünschen.

Hinter dem Journal-Anchor liegen 60 Minuten journalistischer Hochleistungssport. Wie immer mit viel zu wenig Zeit fürs Vorbereiten von Moderationen (heute dreizehn) und Live-Gesprächen (heute nur zwei). Das Weltgeschehen zwischen Redaktions-sitzung und Sendungsbeginn, zwischen 9.45 und 12.00 Uhr, ist heute gnädig zum Team. Turbulent sind die 60 Minuten trotzdem. Denn wer glaubt, dass um 12.00 Uhr alle Beiträge fertig sind, hat noch nie einen Chef vom Dienst durchs Newscenter sprinten gesehen. Von all dem bekommt das Publikum natürlich nichts mit. Im Gegenteil. Franz Renner klingt on air wie die Ruhe selbst und bahnt seinen Hörer/innen den Weg durch die wichtigsten

Nachrichten dieses Tages. Eines Tages, an dem alle über den massiven Kurssturz an der Wall Street rätseln und an jeder Börse die Nerven flattern: „Die Realwirtschaft wächst wie lange nicht, und die Aktien brechen ein. Wie verrückt ist das denn?“, eröffnet der Moderator seinen Frage-Reigen an die Expertin im Studio. Am Ende dieses Gesprächs werden die Ö1-Hörer/innen mehr wissen. Eine längst überfällige Kursbereinigung, kein Grund zur Angst vor einer neuen weltweiten Finanzkrise.

Am Regieplatz glättet sich derweil eine Sorgenfalte im Gesicht von Barbara Schieder. Die Chefin vom Dienst kann dem Moderator endlich deuten, dass es wie geplant weiter geht. Die Spitzen von ÖGB und AK haben vor kurzem ihre designierten Nachfolger präsentiert, der Beitrag ist in letzter Sekunde eingetroffen. Und mit ihm auch das allererste Interview der künftigen Arbeiterkammerchefin. Die Ö1-Hörer/innen können sich ein Bild machen. Dass die EU-Kommission an diesem 6. Februar erst am Nachmittag offiziell ihre Westbalkanstrategie vorstellen wird, ist aus Sicht einer Mittagssendung – nun ja – ungünstig. Aber das Ö1-Publikum interessiert sich

nun einmal sehr für Internationales. Und so geht um 12.20 on air, was bis dahin inoffiziell in Erfahrung gebracht werden kann. Es ist gar nicht so wenig. Und es zahlt sich aus, noch schnell den ORF-Balkanexperten aus Belgrad zuzuschalten. Aufmerksam lauscht Christian Wehrschütz mit Moderator Franz Renner den Recherchen von Tim Cupal aus Brüssel, dann das Kommando vom Regieplatz: „Improvisieren!“ „Wird sich in den sechs Westbalkanstaaten jemand durch die Perspektive eines EU-Beitritts 2025 ermuntert fühlen?“, fragt der Mittagsjournal-Anchor nach Belgrad. „Also hätte ich meiner Tochter gesagt, in zehn Jahren erhöhe ich dein Taschengeld, wäre das auch keine besondere Ermunterung gewesen“, kontert Christian Wehrschütz. Womit er gleich beim zentralen Punkt ist, beim Geld aus Brüssel, das die EU-Reife beschleunigen könnte. Anschließend skizziert der Balkan-Kenner sowohl Schwächen der Beitrittswilligen (Korruption, mangelnde Rechtsstaatlichkeit, Grenzkonflikte) als auch jene der EU (eine einheitliche Kosovo-Linie fehlt). Die Botschaft fürs Publikum: Da bleibt noch viel zu tun.

Ist das nicht viel zu lang?

Via Mittelmeer (Emmanuel Macron auf heikler Mission bei den autonomiefreudigen Korsen ...) nehmen Franz Renner und die Hörer/innen langsam Kurs auf die Malediven. Dort verhaften die Machthaber gerade Oppositionelle, Proteste drohen zu eskalieren. Muss man also um die Sicherheit von gut tausend urlaubenden Österreicher/innen bangen? Soll man geplante Reisen stornieren? Nein, beruhigen Außenministerium und Reiseveranstalter. Die Unruhen konzentrierten sich auf die Hauptinsel, die Hotelinseln seien sicher. Für die Ö1-Hörer/innen gibt es dennoch mehr als bloßen Reiseservice: Ein weiterer Beitrag schildert die politischen Verwerfungen abseits der Traumstrände, beleuchtet das Regime und die heterogene Opposition. 43 Minuten dauert das Ö1-Mittagsjournal nun schon. Die Redakteur/innen mit ihren Schlussmeldungen in Englisch, Französisch und Deutsch machen sich bereit, auch der Meteorologe. Ehe sie dran sind berichtet aber die Kulturredaktion noch, dass die Untreue-Ermittlungen gegen Kunstmanagerin Agnes Husslein eingestellt sind, und es gilt einen begnadeten Dramatiker zu feiern – Felix Mitterer ist 70. 60 Minuten Nachrichten zur Mittagszeit. Ist das nicht viel zu lang?

WISSENSCHAFT / BILDUNG UND INFORMATION IM RADIO

Sender	Minuten	% am Wortanteil
Ö1	1699:03	36,73
Ö3	522:49	27,87
FM4	500:43	28,10
Radio Burgenland	974:12	45,43
Radio Kärnten	874:54	35,81
Radio Niederösterreich	991:16	47,01
Radio Oberösterreich	865:55	40,95
Radio Salzburg	901:24	40,12
Radio Steiermark	788:38	35,78
Radio Tirol	852:41	39,57
Radio Vorarlberg	949:45	43,91
Radio Wien	570:21	35,96

Wer, bitte, hat noch so viel Zeit und Muße? Wer informiert sich heutzutage überhaupt noch übers Radio? News holt sich doch ohnehin jeder online. Mehr noch: Man holt sie gar nicht mehr, sie stürzen regelrecht auf einen ein. Als permanenter Infoschauer auf dem Smartphone!

Stimmt. Und gerade deshalb braucht es das Ö1-„Mittagsjournal“ mehr denn je. Braucht es professionelle Auswahl und Aufbereitung des Wichtigsten. Braucht es umfassende Darstellung und Kontextualisierung. In 60 Minuten um die Welt. Mit verantwortungsvoller Reisebegleitung. Daheim vor dem Radio. Oder via Ö1-App irgendwo. Und natürlich jederzeit als Podcast abrufbar. 60 Minuten, die den Horizont erweitern. Und den Unterschied machen. Für immer mehr anspruchsvolle Hörer/innen. 231.000 sind es laut jüngstem Radiotest. ■

MEHR NEWS

#PATRICK SWANSON

STATT

LEITER DES ZfB
SOCIAL MEDIA-TEAMS

FAKE NEWS

„Journalismus ist die Unterscheidung in wahr und unwahr, wichtig und unwichtig, in Sinn und Unsinn.“

Das hat Gerd Bacher einmal gesagt. Er hat es viele Jahre vor Facebook gesagt. Er hat es gesagt, lange bevor die Sozialen Medien die Glaubwürdigkeit, die Autorität und die Finanzierung des Journalismus in einer derart fundamentalen Art auf die Probe stellen würden, wie wir es in den letzten Jahren erleben. Bachers Worte sind heute aktueller denn je.

„Facebook spaltet die Gesellschaft“, liest man heute auf Titelseiten von renommierten Zeitungen. Oft haben sie Recht. Vieles ist nicht von der Hand zu weisen, einiges scheint den sozialen Netzwerken immanent. Da wäre etwa das Entstehen von Filterblasen und die damit einhergehende Polarisierung.

Auch der Hass im Netz erschüttert zu oft den Versuch, online sachliche Debatten zu führen. Beleidigungen, Beschimpfungen, Verleumdungen – sie alle finden Platz in diesem neuen Diskurs. Zu oft herrscht hier ein Klima von Hass, von gezielter Fehlinformation und von Manipulation. Provokateure und Propagandisten nutzen Social Media, um bewusst Falschmeldungen und Verzerrungen zu veröffentlichen. Zu oft erreichen sie damit ein Millionenpublikum. Politische Parteien nutzen Social Media, um ungefiltert mit ihren Wählern zu kommunizieren. So versuchen sie, die wichtige Kontrollfunktion des kritischen Journalismus zu umgehen.

All diese Dinge wissen wir. Wir wissen auch um die zunehmende Abhängigkeit traditioneller Medien von den Algorithmen der sozialen Netzwerke. Wir wissen, dass dieses schwierige Verhältnis in den nächsten Jahren wohl nicht einfacher wird. Erst zu Beginn des Jahres hat Facebook-

NACHRICHTEN IM ORF-TV

Sendung	Anzahl	Stunden
Zeit im Bild auf ORF 2	365	105
ZiB 2	242	110
Zeit im Bild – Kurzsendungen	2.752	279
Nachrichten in ORFeins	1.757	192
ZiB Flash	829	47
ZiB 20	340	45
ZiB 20 – Wetter auf ORFeins	340	6
ZiB 24	248	93
Spezial – & Sondersendungen & Runder Tisch	70	35
Text aktuell am Morgen	82	70
Heute Österreich	313	98
Heute Mittag	155	107
Bundesland heute (alle Bundesländer)	6.563	1.088
Südtirol heute + Wetter	494	85

Gründer Mark Zuckerberg verkündet, er wolle professionellen Medieninhalten künftig weniger Präsenz in Facebooks News Feed einräumen. Stattdessen sollen mehr Postings von Freunden und Familienmitgliedern angezeigt werden. Ob das die vielen Probleme der Plattform lösen wird, darf bezweifelt werden. Die Herausforderung ist also eine große, die Liste der Widrigkeiten ist lang. Aber gerade aufgrund der großen Herausforderung bin ich überzeugt: Die Berichterstattung direkt beim Publikum ist eine wichtige Aufgabe des Journalismus und vor allem eine zentrale Aufgabe der →

STORYS AUF ORF.AT

Angebot	Thema	Beiträge
ORF.at + iptv.ORF.at	Berichterstattung nationale und internationale Politik, Wirtschaft, Chronik, Kultur, Gesellschaft etc.	41.342
Wetter.ORF.at	Wetterberichte, -voraussagen, -werte	19.010
Oesterreich. ORF.at + 9 Bundesländer-Sub-Sites	Regionalberichterstattung etc.	42.343
Sport.ORF.at	Berichterstattung nationaler und internationaler Sport	14.734
Oe1.ORF.at	Webauftritt des Senders Ö1	13.527
Fm4.ORF.at	Webauftritt des Senders FM4	3.504
Science.ORF.at	Wissenschaftsberichterstattung	1.911
Oe3.ORF.at	Webauftritt des Senders Hitradio Ö3	3.848
okidoki.ORF.at	Medienadäquate Aufbereitung von Inhalten des ORF-Kinderprogramms	1.754
Tv.ORF.at + Sendungs-Sub-Sites + Highlights	Programminformation, Highlights und Tipps, sendungsbegleitende Websites des Fernsehens	7.652
help.ORF.at	Konsumenteninformationen	680
Religion.ORF.at	Nachrichten, Themen aus dem Bereich Religion	4.108
Volkgruppen. ORF.at	Nachrichten, Themen der österreichischen Volksgruppen	9.070
Gesamt		163.483

ZiB 1 – TOP 3

365-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Wahl 17: Hochrechnung	15.10.	1.883
Sturmtief über Europa / Wiederaufbau in Puerto Rico / Einheitsbekundung in Barcelona	29.10.	1.475
Regierungschao in Groß- britannien / Rajoy in Barcelona / Paradise Papers	12.11.	1.465

ZiB MAGAZIN – TOP 3

231-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Diskussion Fußfessel / Lawinenunglück Italien	24.01.	301
Evakuierung Ost-Ghouta / nachgefragt: Grenfell Tower	27.12.	290
Trumps: erste Arbeitswoche, alternative facts, political correctness?	23.01.	272

ZiB 2 – TOP 3

249-mal ausgestrahlt – inkl. 5 Spezial-Sendungen
und 2 History-Sendungen

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Friedensgespräche in Syrien / Eurofighter Ermittlungsverfahren	23.02.	1.272
Runde der Spitzenkandidaten Nationalratswahl 2017	12.10.	1.118
Sommergespräch mit Sebastian Kurz / Flüchtlingsgipfel in Paris	28.08.	1.029

ZiB 20 – TOP 3

341-mal ausgestrahlt – inkl. 1 „Wahl 17“-Sendung

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Präsidentenstichwahl in Frankreich / Rettungsaktion eines Säuglings in Vorarlberg	07.05.	510
Neues Führungsduo in der AfD	23.04.	432
Brexit-Verhandlungen im britischen Parlament / neuer Kanzlerkandidat der SPD	24.01.	410

ZiB SPEZIAL – TOP 3

34-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Wahl 17	15.10.	872
Gespräch mit Kanzler und Vizekanzler	18.12.	834
Anschlag in Barcelona	17.08.	798

ZiB 24 – TOP 3

250-mal ausgestrahlt – inkl. 2 Spezial-Sendungen

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Politisches beim Song Contest / Kurz fordert Neuwahlen	13.05.	388
Angleichung von Arbeitern und Angestellten / BUWOG-Strafverfahren	13.10.	236
China und Europa / Trump: Ausstieg aus Klimaabkommen	02.06.	235

Zeit im Bild. Diese Überzeugung basiert auf einer Zahl, die sich bei allen Schwierigkeiten und Ambivalenzen nicht ausblenden lässt. Die Zahl lautet: 3,7 Millionen. 3,7 Millionen Menschen in Österreich nutzen Facebook. Sie nutzen es mit all seinen Problemen und Schwierigkeiten. Sie nutzen es, um sich auszutauschen, um zu kommunizieren – und sie nutzen es, um sich zu informieren. Das ist der entscheidende Punkt.

ZiB dort, wo das Publikum ist

Wo Millionen Österreicher/innen sich informieren, ist es Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, vertreten zu sein. Gerade weil auf Facebook Provokation und Propaganda an der Tagesordnung sind, muss es dort auch glaubwürdige, unparteiische und seriöse Information geben. Gerade weil die Politik versucht, der Kontrollfunktion des Journalismus auszuweichen, gilt es, diese wichtige Funktion auch hier wahrzunehmen – mit ausgewogenem, faktenbasiertem, kritischem Journalismus. Das ist unsere Kernaufgabe als öffentlich-rechtliches Medium. Die ZiB hat diese Aufgabe angenommen, und das mit großem Zuspruch. Auf Facebook haben wir mittlerweile über 400.000 Fans und sind damit auf dieser Plattform die größte Nachrichtenseite in Österreich. Wir liegen hier vor vielen kommerziellen Medien, obwohl diese wegen der gesetzlichen Beschränkungen für den ORF im Onlinebereich einen Startvorteil von mehreren Jahren hatten. Ich glaube, das ist kein Zufall. Vielmehr ist es ein Zeichen dafür, dass viele Nutzer/innen der Sozialen Medien besonderes Augenmerk auf ausgewogene, hochwertige Information legen. Die bieten wir an.

Denn als öffentlich-rechtliches Nachrichtenmedium können wir diese Plattformen für uns nutzen. Wir können sie nutzen, um unser Publikum hier zu informieren – denn sachliche Information funktioniert auch auf Social Media, wenn sie denn richtig aufbereitet ist. Das zeigen etwa die Faktencheck-Videos, die wir regelmäßig zu Themen wie Flucht und Asyl auf Facebook veröffentlichen. Sie werden oft tausendfach geteilt und haben einen wichtigen Beitrag zur Versachlichung dieser Debatte in den sozialen Netzwerken geleistet. Hier zeigt sich der Unterschied in aller Deutlichkeit: Wo andere versuchen, mit reißerischen Schlagzeilen Traffic für Werbe-

kunden zu generieren, bemühen wir uns um Einordnung. Wo andere polarisieren wollen, wollen wir unterscheiden – in wahr und unwahr, in wichtig und unwichtig, in Sinn und Unsinn. Das Publikum der Zeit im Bild auf Facebook ist nicht nur an hochwertiger und glaubwürdiger Berichterstattung interessiert – es ist auch jung. Die Menschen, die wir hier erreichen, sind im Schnitt um die 30 Jahre alt. Social Media ermöglicht uns also, täglich hunderttausende Menschen zu informieren, die auf den klassischen Kanälen wie TV und Radio immer weniger zu erreichen sind. Unser Publikum auf Facebook ist der lebende Gegenbeweis zur These, junge Menschen hätten kein Interesse an Politik.

Verbesserung durch Feedback

Das erfahren wir auch täglich ganz konkret, denn wir nutzen die Sozialen Medien nicht nur um zu publizieren, sondern auch als Kommunikationskanal. Wir reagieren auf Feedback und versuchen so unsere Berichterstattung immer weiter zu verbessern. Ein sachliches Diskussionsklima ist eines unserer wichtigsten Anliegen, deshalb werden die Kommentare auf der Zeit im Bild-Seite aufmerksam moderiert. Wir nehmen unsere Nutzer/innen ernst und das kommt bei ihnen an. Immer öfter bekommen wir Tipps für Beiträge oder Hinweise für Faktenchecks über Facebook.

Die Weiterentwicklung unserer Berichterstattung in den Sozialen Medien und direkt beim Publikum wird eine wichtige Aufgabe der nächsten Jahre sein. Diese Netzwerke sind zu einem zentralen Ort der Debatte für einen großen Teil Gesellschaft geworden. Das kann mal als Problem sehen – oder als Herausforderung. Dieser Herausforderung mit Mut, Innovationsgeist und einer aufklärerischen Grundhaltung zu begegnen ist unsere Aufgabe. Denn ein Rundfunk für alle muss dort sein, wo sein Publikum ist. ■

EIN GARTEN VOLLER ÜBERRASCHUNGEN

#GERALD HEIDEGGER
CHEFREDAKTEUR VON ORF.AT

Es soll ja mal Zeiten gegeben haben, da beschäftigten sich – vorwiegend männliche – Journalisten mit dem für sie Selbstverständlichen: Sie waren Berichterstatter, Reporter, Kommentatoren.

In dieser Zeit war noch reichlich Platz für ein ungesundes Leben. Alles wurde freilich anders mit der digitalen Revolution. Journalisten und Journalistinnen lernen bis zur Gegenwart ihr Aufmacherdenken an Quote, Interesse der Stunde, Suchmaschinen-Optimierung und Like-Potenzialen zu orientieren. Redaktionelle Arbeit ist vom Faktor Alltagsstress gesehen um einiges sportlicher geworden – und nur die Fittesten überleben, und sei es, weil sie wissen, was zwischen dem Nutzen von Chiasamen und einer brachialen Chronikmeldung gerade „trendet“. Wer vorn mit dabei sein will, hält sich frisch, ja muss fit bleiben. Und wenn nun zwar die reale

Lebenserwartung eines Journalisten oder einer Journalistin verlängert worden ist, so bleibt die Frage der Berufsfinanzierung in diesem langen Leben eine doch deutlich offenere. Denn vorbei auch die Zeit, wo Zeitungsabos oder das Entrichten der GIS-Gebühr teil eines Alltagsselbstverständnisses waren. Das eine wollte man als Lebensausstattung, das andere nahm man als lästige, aber gut gemeinte Pflicht irgendwie in Kauf.

In einer Epoche, wo sich vier Personen ein Netflix-Abo teilen können, hat sich auch die Einstellung zum persönlichen Medienbudget gewandelt. Geld gibt es wenn für Unterhaltung oder Fußball (für letzteren darf sogar mal das Haushaltsbudget krass überzogen werden). Zumal alles, was man an Information aus Medien bekommen kann, gefühlt ohnedies an den Tellerrand des Sozialen Netzwerks schwappt. Journalistinnen und Journalisten reagieren auf diesen Umstand des Fairnessverlusts gerne auf Medienseiten und zelebrieren dort nicht selten ein Hochamt des Umselfverständlichen rund um den gefühlten Bedeutungs-

ORF.AT

3.525.000

User/innen
pro Monat

76.780.000

Visits
pro Monat

453.000.000

Page
Impressions
pro Monat

163.483

Storys

28.900.000

Videostarts
pro Monat

118.000.000

Nutzungs-
minuten
pro Monat

verlust. Eine Welt, die mittlerweile ganz anders tickt, bekommt von uns eine moralinsaure Punchline ausgeliefert: „Ihr werdet schon sehen in welcher Gesellschaft ihr leben werdet, wenn wir einmal nicht mehr da sind.“ Jetzt war einerseits Larmoyanz noch nie eine gute Wirtschaftsberaterin. Und andererseits: Eine am Hier und Jetzt orientierte Gegenwart, die ohnedies zu oft mit Misery-News versorgt wird, hat kein Verlangen nach Kassandrasätzen zur Zukunft.

In unsicheren Zeiten verlangt man nach sicherem Rahmen

Um es kurz zu sagen: Die Welt wird auch ohne ORF überleben, ja ohne ORF.at. Allerdings verhält es sich mit manchen Dingen so wie mit dem Haus im Grünen. Hat man mal einen Garten, dann will man auf diesen nicht mehr verzichten. Er soll in

der Idylle am Land erblühen. Und sogar in der Stadt soll es ihn am besten geben. Mit anderen Worten: Nur wenn wir das Gefühl erzeugen, dass ohne uns das Leben ein deutlich ärmeres, weniger buntes, langweiligeres wäre, können wir überleben. Wenn ORF.at in seiner nun 20-jährigen Geschichte eines gelernt hat, dann das: Für eine Million Menschen sind wir der Garten ihres Alltags. Egal ob der Garten in der Stadt oder am Land liegt. Mehr noch: Wir sind ihr Garten. Wir dürfen ein paar wichtige, interessante Dinge auf die Wiese legen. Aber der Garten gehört einfach allen. Und wer im Garten große Veränderungen machen möchte, der legt sich mit einer Million Gärtnerinnen und Gärtnern an. Er versorgt seine Bewohner verlässlich mit Neuem, Gutem, nicht Giftigem – und stets hat er Überraschungen bereit. Er schafft das, was man sich in instabilen Zeiten erwartet: einen sicheren Rahmen. Natürlich könnte man auch ohne diesen Garten sein. Wilde Natur oder Betonkäfige laden auch zur Vergnügung im Freien. Die Erwartung an den Garten und seinen Rahmen bleiben. Und ebenso: dass jeden Tag das Wasser verlässlich und frisch im Garten ankommt.

Am Ende zählt der gefühlte Wert – und das Vertrauen, das hier nicht gelogen und getrixt wird in einer Welt, in der so viele heimisch geworden sind. Das verlangt nach cleverer Innovation, die auf den ersten Blick gar nicht immer wahrnehmbar ist – es verlangt nach Überprüfung des Zeitgeists. Und es ruft auch nach Begeisterung und dem Bedienen einer alten Tugend. Wir sind aufgerufen, nicht zu kolportieren, sondern bewusst zu bewerten – und deutlich zu machen, warum wir gewisse Dinge in jenen oder jenen Kontext setzen. Und das macht auch den Unterschied: Auf einer Augenhöhe mit allen in diesem Garten um ein Gemeinsames, ringen und im Bedarf viel kommunizieren. Dazu ist es jedenfalls jetzt noch nicht zu spät. ■

DER TEST

IM TEST

#MARVIN WOLF

REDAKTEUR DER ORF-MAGAZINE

Mein Job ist es, für die Konsumentenschutzredaktion Beiträge und Inhalte zu gestalten, und mit diesen letztlich Kund/innen, und das sind wir praktisch alle, zu informieren, zu schützen und mit anwendbaren Fakten und Produktwissen zu versorgen.

Egal ob ich einen Fall über zu hohe Handyrechnungen behandle, das neue Erbrecht erläutere oder Lebensmittel untersuche: der Bürger, die Bürgerin steht im Vordergrund. Ihnen einen Vorteil verschaffen, einen Wissensvorsprung, der sie vor einem Fehler bewahrt, sie z.B. das Internet besser und sicherer nutzen lässt oder ihnen zeigt,

was sie jetzt keinesfalls verpassen sollten – genau das versucht die Sendung „konkret“ in jeder Ausgabe. Möglichst praktisch – und eben konkret sollte es sein. Wie ein Werkzeug, ein Schweizermesser, mit verschiedenen Tools für verschiedene Anwendungen. Wenn ich die Sendung also einem Test – wie ich ihn bei anderen Produkten machen würde – unterziehe, dann muss ich die gleichen Fragen beantworten wie bei allen anderen:

Ist das Produkt nützlich?

Der Nutzen des Produkts ist dann gegeben, wenn man die Anforderungen und Erwartungen möglichst vieler Kund/innen erfüllt. Sind die Themen aktuell? Sind die Fachleute up-to-date? Und formulieren sie komplexe Inhalte so, dass am Ende auch die relevanten Fakten hängenbleiben? Anscheinend. Sonst würden die Kund/innen etwas anderes kaufen, in dem Fall: schauen.

ORF-TV

ORFeins und ORF 2, Programmstunden pro Jahr

LEBENSILFHE **939**

Stimmt die Qualität des Produktes?

Das zeigt sich schnell, wenn man das, was man in der Sendung erfährt, auch im Alltag anwendet. Wenn unsere Zuseher/innen im täglichen Leben besser einkaufen, nicht alle Werbeversprechen glauben, mit gutem Gewissen konsumieren können und vor Unterschrift das Kleingedruckte lesen. Nur wenn die Qualität der Information stimmt, funktioniert das auch.

Sind die Sendungen nachhaltig?

„Normale“ Nachrichten sind am nächsten Tag schon „alt“. Und wer liest heute noch die Zeitung von letzter Woche? Tipps zu richtigem Online-Shopping, knifflige Antworten auf Rechtsfragen oder Erläuterungen eines Brancheninsiders, wie man in Urlaubskatalogen zwischen den Zeilen liest, haben oft noch Monate nach der Sendung einen Informations- und damit einen Stellenwert im Leben der Kund/innen.

Wie ist das mit der Konkurrenz?

Nicht nur öffentlich-rechtliche Sender haben die Anziehungskraft von Verbrauchertemen für sich entdeckt. Oft übers gesamte Programm verteilt, in verschiedenen Sendungen platziert, manchmal aber auch klar als eigenständiges Format vermarktet – auch die Kommerziellen wollen Nützliches, praktisch Anwendbares zeigen. Der ORF schützt dabei die Unabhängigkeit der Menschen, die die Fernsehbeiträge gestalten, die die Berichte recherchieren, durch Regulative wie den Verhaltenskodex. Die Gebühren helfen dabei, dass man unabhängig von Werbeeinschaltungen jener ist, deren Produkte man prüft. Das können kommerzielle Medien nicht immer von sich behaupten.

KONKRET – TOP 10

479-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Erw. 12+ in Tsd.
Pflege von Angehörigen	536
Fremdwährungskredite	524
Schafwolle	514
Vernetzte Autos	513
Autoglühlampen	513
Pleite Stromanbieter Care Energy	512
Arbeitnehmerveranlagung neu	509
Energiekostenstopp / Nagellacktest	509
Bank – Probleme mit Kündigungen / Pellets	504
Käfig-Eier / Onlineshopping	500

Zum Schluss die Gretchenfrage:

Stimmt der Preis?

Gut recherchierte Information ist nicht umsonst. Weder in der Zeitung, noch im Fernsehen und auch nicht im Internet. Die Monatsausgabe der Zeitschrift „Konsument“ kostet fünf Euro. Dafür bekommen Sie circa 52 Seiten. Im ORF bekommt man alleine bei „konkret“ knapp 80 Themen in rund 400 Minuten pro Monat. Für knapp 55 Cent pro Tag. Und vier Fernsehprogramme, 12 Radiosender (inklusive „help!“) sowie Internet und TELETEXT gibt's noch dazu.

Ich denke: Der Konsumentenschutz im ORF hätte den Produkttest in „konkret“ bestanden. ■

AUSRUHEN IST #GEORG SPATT Ö3-SENDERCHEF KEIN THEMA

25. Jänner 2018: Der Radiotest wird veröffentlicht, Zeugnisverteilung unter Österreichs Radiosendern. Und unser Zeugnis für 2017 sieht gut aus. Verdammt gut sogar. Rund 2,6 Millionen Österreicher/innen entscheiden sich täglich dafür, Ö3 einzuschalten. Warum eigentlich?

Weil es einen Unterschied macht

Ö3 ist öffentlich-rechtlich. Nicht an der Oberfläche, sondern tief in der DNA verankert bietet Ö3 öffentlich-rechtlichen Mehrwert. Break für Break. Und dazwischen. Rund um die Uhr geht hier die Lieblingsmusik der Österreicher/innen on Air. Von Coldplay, Taylor Swift und Ed Sheeran bis zu Wanda, Pizzera & Jaus und Julian Le Play – Ö3 präsentiert internationale Hits und Musik aus Österreich. Die Playlist wird sorgfältig ausgewählt: Die Qualität muss stimmen und die Musik soll gefallen – vor allem unserem Publikum, dem Ö3 in erster Linie verpflichtet ist. Der liebevolle Umgang mit jedem einzelnen Song ist für die Moderatorinnen und Moderatoren selbstverständlich, Musik ist schließlich Herzensangelegenheit.

Musik verbindet, und Ö3 verbindet seit 50 Jahren

Ein Radiosender feiert Geburtstag, stellt die Musik in den Vordergrund und verbindet damit ganze Generationen: Im Mai/Juni 2017 suchte Ö3 im Rahmen der Aktion „Der Song deines Lebens“ die emotionalsten und prägendsten Songs des Landes. Ö3-Hörer/innen konnten für ihren „Song des Lebens“ stimmen und Ö3 präsentierte in einer gleichnamigen Sondersendung bzw. im Rahmen von Spezialtagen die Songs und Geschichten dahinter. Schließlich wurden die Top 1.000 im Countdown gespielt, moderiert von aktuellen Ö3-Moderator/innen gemeinsam mit Stars aus 50 Jahren Ö3. Empfindungen, persönliche Erlebnisse und Geschichten zu Songs waren auf Sendung. Dass auch Livemusik verbindet, zeigt einer der Gänsehaut-Momente aus dem Jahr 2017: Als beim großen Ö3-Adventsingen für das Ö3-Weihnachtswunder Julian Le Play, Zoë, Thorsteinn Einarsson, Thomas David und Piccanto mit dem größten Chor Österreichs den Linzer Hauptplatz live bespielt haben, wurde es unverkennbar Weihnachten – am Linzer Hauptplatz und via Ö3 in ganz Österreich.

Österreichs Service-Radio

Vertrauen ist eine schwierige Angelegenheit – schwer aufzubauen und schnell verspielt. Ö3-Hörer/innen vertrauen seit mehr als 50 Jahren darauf, dass sie verlässliche News- und Service-

Updates bekommen. Und Ö3 sieht es als Auftrag, verlässlich rund um die Uhr zu informieren. Intensive Recherche und Genauigkeit prägen die Qualität der Ö3-Nachrichten, aber auch die Service-Updates: Neben den halbstündlichen Verkehrsupdates unterbricht Ö3 sein Programm in dringenden Fällen sofort (409 Mal hat Ö3 2017 vor Geisterfahrten gewarnt), denn Sicherheit auf den Straßen ist ein lebenswichtiges Thema. Und die Ö3-Meteorologen studieren Tag für Tag Wetterkarten und -daten mit großem Know-how, Erfahrung und Leidenschaft. Sie liefern den verlässlichen Ausblick zum Start in den Tag oder am Weg ins Wochenende. Und sie warnen verlässlich, wenn Windspitzen, Wasser- oder Schneemassen zur Gefahr werden.

Ö (– wie Österreich –) Drei!

Ö3 trägt „Österreich“ im Namen. Der Sender steht für die österreichische Identität – eindeutig und

unverwechselbar. Radio im ganzen Land spürbar machen, ganz Österreich – vom Bodensee bis zum Neusiedlersee – abzubilden und so die Menschen zu verbinden, ist eine zentrale Aufgabe von Ö3. Österreichs erste Sendung live vom Fahrrad stand im August auf dem Programm: Ö3-Moderatorin Sandra König radelte vom Bodensee bis zum Neusiedlersee und moderierte vom Fahrrad aus „Radio Holiday“. In den Schulferien war außerdem „Walek wandert“ zu hören. Tom Walek wanderte mit Prominenten (wie Armin Assinger, Anna Gasser, Mirjam Weichselbraun, Felix Neureuther, DJ Ötzi oder Pater Karl Wallner) in den schönsten Regionen des Landes.

Vom Bäcker-Lehrling bis zum Liftwart, von der Floristin bis zur Tischlerin, vom Skilehrer bis zur Straßenkehrerin: Berufe in Österreich sind vielfältig und facettenreich. Ö3-Moderator Andi Knoll probiert jeden Freitag einen neuen aus und packt in den unterschiedlichen Betrieben mit an. Radio wird damit zu einem Spiegelbild der Österreicher/innen, unterschiedliche Berufe werden vorgestellt und regionale Kompetenzen abgebildet. Jungen Menschen wird Lust auf Lehrberufe gemacht und das Verständnis untereinander wird gesteigert.

SERVICE IM RADIO

	Minuten	%
Ö1	316:40	06,84
Ö3	658:20	35,08
FM4	229:58	12,91
Radio Burgenland	471:00	21,96
Radio Kärnten	585:27	23,96
Radio Niederösterreich	500:57	23,76
Radio Oberösterreich	532:01	25,16
Radio Salzburg	453:21	20,18
Radio Steiermark	574:32	26,07
Radio Tirol	527:42	24,48
Radio Vorarlberg	507:18	23,45
Radio Wien	507:05	31,97

Ö3 als Plattform für Dialog und Debatten

Hitradio Ö3 erreicht als führende Radiomarkte Österreichs 2,6 Millionen Menschen und hat damit mehr Hörer/innen als alle inländischen Privatradios in Summe. Über Ö3 treten Menschen über alle Alters- oder Berufsgruppen und über das gesamte gesellschaftspolitische Spektrum hinweg in Dialog. Generationenübergreifend diskutiert werden beispielsweise Woche für Woche drei Dilemmata von Ö3-Hörer/innen in der Ö3-Community-Show „Frag das ganze Land“. Dazu kommen tagesaktuelle Themen: Nachdem der Fall →

NACHRICHTEN UND JOURNALE

11.597

Sendungen

1.360

Journale

10.237

Nachrichten

Ö3-WUNDERTÜTEN-CHALLENGE

886

Schulen

69.914

Handys

105.000

Euro Erlös

Harvey Weinstein publik wurde, setzte Ö3 beispielsweise einen Schwerpunkt zur #metoo-Kampagne. Was macht #metoo mit uns im alltäglichen Leben? In einem dreistündigen „Wecker“-Schwerpunkt wurden am „größten Frühstückstisch des Landes“ insgesamt fünf Dilemmata, die im Zuge der #metoo-Debatte zu Hause, im Büro, in der Werkstatt oder in der Kantine auftreten können, diskutiert: Hunderte Hörer/innen haben per Telefon, per E-Mail, via WhatsApp und auch auf der Ö3-Facebook-Seite Stellung genommen. Tagesaktuelle Themen behandelt auch die Ö3-Comedy, denn Humor ist eine gute Art schwierige Themen einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Es gibt keinen direkteren Zugang zum Publikum, als dieses zum Lachen zu bringen. Vom „Ö3-Mikro-mann“ über den Ö3-Wecker-Comedy-Wochenrückblick bis zur „Casa Chaos“ – die Ö3-Comedy behandelt tagesaktuelle Themen so, dass man darüber lacht, aber auch darüber nachdenkt und vor allem darüber spricht – am Frühstückstisch, am Arbeitsplatz und am Stammtisch.

Das Leben ist ein Hit!

Hitradio Ö3 sieht es auch als Auftrag, das Leben der Menschen in Österreich zu verbessern und eine positive Werthaltung widerzuspiegeln. Als österreichweiter Sender, der auch eine sehr junge Generation anspricht, nimmt Ö3 seine Vorbildrolle bewusst wahr und setzt Zeichen gegen Hass-Postings im Netz und positive Akzente. Ein Beispiel dafür ist „Sag was Nettes“ – immer in der „Ö3-Vormittagsshow“ mit Andi Knoll bzw. Kati Bellowitsch. Täglich (Montag bis Donnerstag) ruft Ö3 auf, via Radio „Danke“ zu sagen. Oft sind es die kleinen Geschichten des Alltags, die für große Emotionen sorgen und ein „Danke“ verdienen. Ö3 hilft dabei, positiven Emotionen

Ö3 – TOP 15

Österreicher

Folkshilfe

Tagträumer

Wanda

Poptracker & Ariana

Pizzeria & Jaus

Flowrag

Ina Regen

Thorsteinn Einarsson

Julian Le Play

Nathan Trent

MÖWE

Lemo

Bilderbuch

James Hersey

Thomas David

Internationale Acts

Ed Sheeran

Pink

Imagine Dragons

Shawn Mendes

Robbie Williams

Rag'n'Bone Man

Mark Forster

Nicklback

The Chainsmokers

Coldplay

Kygo

Taylor Swift

Rihanna

Axwell & Ingrosso

SIA

und Wertschätzung auf Sendung einen Raum zu geben. Es ist eine Ö3-Programmaktion, die positiv ist. Die echt ist. Die von den Hörer/innen kommt. Kurz vor 19.00 Uhr widmen sich auch Olivia Peter und Philipp Hansa in der Ö3-Drivetime-Show den „Good News des Tages“.

Ö3 macht mehr und bewegt mehr!

Gemeinsam möglichst viele Handys für die Ö3-Wundertüte sammeln – das haben sich die Schulen im Rahmen der Ö3-Wundertüten-Challenge vorgenommen. 886 Schulen haben sich beteiligt und mit 69.914 Handys und einem Erlös von 105.000 Euro für Kinder und Jugendliche in Notlagen in

Österreich für ein Rekordergebnis gesorgt. Hinter den eindrucksvollen Zahlen steckt ein Schulprojekt der besonderen Art: Schüler/innen konnten sich mit den Themen Handynutzung, Ressourcenschonung und soziale Not auseinandersetzen, gesellschaftliche Verantwortung lebensnah darstellen und in der Schulgemeinschaft leben. Außerdem wurde für alle Teilnehmer/innen spürbar, dass sie gemeinsam etwas verändern und nachhaltig helfen können. In ganz Österreich wurde in Konferenz- und Klassenzimmern, in Familien und unter Freund/innen über Themen wie Solidarität, Nachhaltigkeit und persönliches Engagement gesprochen und damit haben viele tausende Menschen unmittelbar und persönlich „im Auftrag von Ö3“ Gutes getan. Im November hat Ö3 ganz Österreich aufgerufen, mit der Ö3-Wunderüte alte Handys zu spenden. Eine erste Zwischenbilanz zeigt: 563.438 Euro für Familien in Not in Österreich sind bisher zusammengekommen. Die Ö3-Wundertüte legt so seit vielen Jahren die Basis für verlässliche Hilfe. In der Woche vor Weihnachten wurde schließlich wieder das „Ö3-Weihnachtswunder“ wahr: 120 Stunden nonstop sendeten Robert Kratky, Gabi Hiller und Andi Knoll aus einem gläsernen Studio vor dem Alten Rathaus am Hauptplatz in Linz. Gegen eine kleine – oder auch größere – Spende erfüllten die drei Ö3-Moderatoren fünf Tage und fünf Nächte lang Musikwünsche. 2.276.303 Euro an Spenden für den „Licht ins Dunkel-Soforthilfefonds“ konnten gesammelt werden.

Und seit mehr als 30 Jahren ist die „Ö3-Kummernummer“, deren Service immer wieder im Ö3-Programm thematisiert wird, Anlaufstelle und Notanker für Menschen in schwierigen Lebenslagen. Jährlich führen die ehrenamtlichen Berater/innen der „Ö3-Kummernummer“, die vom Roten Kreuz geschult werden, mehr als 15.000 Telefonate.

Ö3 macht Freiwilligenarbeit spürbar

Team Österreich Tafel, Team Österreich, die Ö3-Kummernummer ... All dies wäre ohne freiwillige Helfer/innen nicht möglich. Ö3 sieht es als seine Verantwortung an, hier seinen Hörer/innen einen Mehrwert an Service anzubieten. Zusätzlich versteht es Ö3 die Freiwilligenarbeit immer wieder in den Fokus zu stellen, wie im September die Freiwilligen Feuerwehren des Landes. Am 8. Septem-

ORF VERKEHRSSERVICE: MELDUNGEN ZU GEISTERFAHRTEN

96

Steiermark

87

Niederösterreich

13

Wien

69

Tirol

55

Oberösterreich

10

Vorarlberg

42

Kärnten

27

Salzburg

10

Burgenland

ber war ihnen ein ganzer Ö3-Wecker gewidmet: Alle Österreicher/innen hatten die Gelegenheit, die Freiwilligen Feuerwehren hochleben zu lassen und sich für die tagtäglich geleistete Hilfe zu bedanken. Es liefen ausschließlich Wunschsplits von den und für die Feuerwehren.

Ö3 macht den Unterschied

Zurück zur Zeugnisverteilung: Als klarer Marktführer konnten wir unseren Markterfolg im Jubiläumsjahr sogar noch einmal steigern. In „unserer“ Zielgruppe (14–49 Jährige) steigern wir unseren Marktanteil auf 40%, unsere Hörer/innen hören länger zu, was für deren Zufriedenheit und Treue spricht. Unsere Note wäre also eine glatte Eins, eine schöne Bestätigung für die Arbeit von Ö3 im Jahr 2017. Ausruhen ist trotzdem kein Thema, der Blick geht nach vorne. Und auch hier macht Ö3 einen Unterschied: Weil wir die Erwartungen und das Vertrauen der Hörer/innen ernst nehmen und den öffentlich-rechtlichen Auftrag als Chance sehen, ist die Bilanz des Jahres 2017 kein Zurücklehnen, sondern ein Versprechen und Ziel für 2018: We try harder! ■

DIE SONNE SCHEINT FÜR #MARCUS WADSAK LEITER DER ORF-WETTERREDAKTION ALLE

Ein Blick in die Zukunft kann große Aufmerksamkeit erregen. Manchmal führt gar kein Weg an einer noch so unsicheren Prognose vorbei.

Als sich der ORF in den letzten Jahrzehnten vom Monopol zum Marktführer zu entwickeln hatte, wurden seine Wetterredakteur/innen wiederholt mit der Frage „Wer macht die besten Wetterprognosen?“ konfrontiert. Dies ergab sich einerseits aus grundlegenden Veränderungen in der Medienlandschaft und andererseits aus neuen Möglichkeiten und wissenschaftlichen Methoden in der Meteorologie. Nicht zuletzt wurden durch immer mehr Mitbewerber am Markt, deren Auftreten

mitunter als Herausforderung zu verstehen war, die Aufgaben der ORF-Wetterredaktion immer umfangreicher, vielfältiger und wichtiger. Gleichzeitig galt es stets, die bewährte Qualität des öffentlich-rechtlichen Blicks in die Zukunft auch in Zeiten des Umbruchs zu bewahren. Inzwischen geht es bei der Frage nach den „besten“ Prognosen längst nicht mehr ausschließlich um deren Richtigkeit und Verständlichkeit, wie das bei Gründung der Wetterredaktion Anfang der 1980er-Jahre der Fall war. Heute existiert ein auf wissenschaftlich-qualitätsjournalistischer Basis beruhendes, umfassendes, stets aktuelles und zeitgemäßes Portfolio, auf das die Wetterredaktion zugreifen kann. Auch Ende der 2010er-Jahre ist die ORF-Wetterredaktion also gerüstet, ihrem öffentlich rechtlichen Kernauftrag nachzukommen. Dieser lässt sich wie folgt zusammenfassen:

Wetter auf allen Kanälen

Das Ziel des ORF-Wetters ist aktuell, live, exakt und detailliert, für alle Nutzer/innen verständlich und nachvollziehbar zu sein. Zusätzlich zur Prognose werden laufend Wetterphänomene oder Entwicklungen erklärt. Das ORF-Wetter wird für jeden Kanal formatgerecht aufbereitet und präsentiert. Daraus ergeben sich meiner Ansicht nach zahlreiche Unterschiede zwischen dem ORF-Wetter und Mitbewerbern auf dem Markt: Das ORF-Wetter unterscheidet sich durch die Forderung, mit seinen einheitlichen, gut abgestimmten und bestmöglichen Prognosen jeden Österreicher und jede Österreicherin erreichen zu können – und das aktuell auf folgenden Kanälen: TV, Radio, Landesstudios, Online, Teletext, HbbTV. Das ORF-Wetter unterscheidet sich durch seine Glaubwürdigkeit, Aktualität, ausführlichen Erklärungen von Wetterphänomenen, Zusammenhängen und Auswirkungen. Das ORF-Wetter unterscheidet sich durch aktuelle Einschätzung von internen und bekannten Fachleuten bei kritischen Situationen oder Katastrophen (Hochwasser, Lawinen, radioaktive Unfälle).

Wetter auf wissenschaftlicher Basis

Das ORF-Wetter unterscheidet sich in der Berichterstattung über Klima und Klimawandel in verständlicher und nachvollziehbarer Weise. Das ORF-Wetter unterscheidet sich, da es durch seine meteorologischen Fachkräfte Programm-Schwerpunkte zum Thema Klima oder Klimawandel möglich macht. Das ORF-Wetter unterscheidet sich durch seine koordinierten und stets aktuellen Wetterwarnungen. Ob es nun den möglichen Ausgang bevorstehender Wahlen oder nur das Wetter der kommenden Stunden betrifft: Nur auf wissenschaftlicher Basis kann ein öffentlich-rechtliches Medienunternehmen einen Blick in die Zukunft wagen. Nur durch eine entsprechende Basis kann dauerhaft Glaubwürdigkeit vermittelt bzw. die eigene Glaubwürdigkeit untermauert werden.

In Zukunft wird das öffentlich-rechtliche ORF-Wetter vor der Herausforderung stehen, vor allem jüngere Zielgruppen von seiner Notwendigkeit, unter Umständen sogar von seiner Daseinsberechtigung überzeugen zu müssen. Wir sind überzeugt, dass die entsprechende Überzeugungsarbeit vor allem durch Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit und

WETTERBERICHTE

250 Wetterstationen werden beobachtet

340 x Wetter in der ZiB20

363 x Wetter in der ZiB auf ORF 2

19.010 Storys auf wetter.ORF.at

WETTERBERICHTERSTATTUNG IM ORF-RADIO

In Minuten pro Woche

105:50

Ö1

170:21

Ö3

27:30

FM4

219:24

Radio Burgenland

219:13

Radio Kärnten

202:34

Radio Niederösterreich

183:14

Radio Oberösterreich

216:11

Radio Salzburg

175:41

Radio Steiermark

226:39

Radio Tirol

186:58

Radio Vorarlberg

183:10

Radio Wien

ständig weiter zu optimierende Services geleistet werden kann – sowohl in bewährten als auch in den kommenden Jahren neu entstehenden Medienkanälen.

Klar: Die Sonne scheint – nach wie vor – für jeden. Für die Prognose, ob sie das auch morgen tut, sollte der ORF auch in Zukunft seine historisch gewachsene Verantwortung – im unverändert öffentlich-rechtlichem Sinn – übernehmen. ■

AUF DER SEITE DES PUBLIKUMS

EXTERNE
EXPERTISE

#BRIGITTE NADERER
UNIVERSITÄT WIEN

Werbung ist aus dem alltäglichen Fernseherlebnis nicht wegzudenken. Ist das eine gute oder schlechte Nachricht?

Wann und wie diese Werbung gezeigt wird, ist ein grundlegendes Unterscheidungsmerkmal zwischen öffentlich-rechtlichen Sendern und kommerziellen Sendern. So sendet das öffentlich-rechtliche Fernsehen weitaus weniger Werbung, und darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, Programme ohne Unterbrecherwerbung anzusehen. Denn Werbungen werden in öffentlich-rechtlichen Sendern ausschließlich zwischen den Programmblöcken eingebettet. Im kommerziellen Fernsehen wiederum werden Sendungsinhalte unterbrochen, um Werbung zu schalten. Aus Sicht der Werbetreibenden ist dieses Verhalten gut rechtfertigbar: Wird Werbung nicht rund um einen Programminhalt, sondern währenddessen gesendet, sind Vermeidungsstrategien wie Abschalten oder Wechsel des Kanals geringer. Zwei weitere Aspekte spielen den Werbetreibenden in die Hände: Erstens werden die positiven Kontexte für die Vermittlung von Werbebotschaften als förderlich angesehen. Zweitens verfolgen Zuseher/innen angeregt die Handlung ihres ausgewählten Inhaltes. Sie befinden sich also in einer stark aktivierten Rezeptions-

situation, was dazu führt, dass mehr kognitive Ressourcen mobilisiert werden. Dieser aktivierte Zustand kann sich in weiterer Folge günstig auf die Informationsverarbeitung auswirken und zu für Werbetreibende nützlichen Effekten in Bezug auf Erinnerung an das beworbene Produkt führen. Allerdings gilt: diese Effekte basieren auf unbewussten Verarbeitungsmechanismen. Zuseher/innen können folglich nicht über diese Prozesse reflektieren und die Fairness einer solchen Kommunikationsstrategie ist daher stark umstritten.

Unterbrecherwerbung dient demzufolge in erster Linie einer Interessenspartei – nämlich den Werbetreibenden. Zuseher/innen erfahren durch Unterbrecherwerbung jedoch keinen Mehrwert in ihrem Mediengenuss. Das Gegenteil ist der Fall: Meinungsumfragen zufolge werden Unterbrecherwerbungen im Fernsehen als sehr ärgerlich empfunden. Der Fluss der Narration eines Films oder einer Serie bzw. die aufmerksame Informationsverarbeitung einer Reportage oder einer Dokumentation wird durch Unterbrecherwerbung gestört. Handlungsstränge und Information können somit nicht mehr in ihrer vom Produzenten, von der Produzentin intendierten Weise nachvollzogen werden. Das Störgefühl des Zusehers, der Zuseherin durch Unterbrecherwerbung ist groß und mehrfach nachgewiesen.

PREISGEKRÖNTE SERIEN OHNE WERBEUNTERBRECHUNG

Titel	Preise
House of Cards	7 Emmys 2 Golden Globes
Grey's Anatomy	5 Emmys 2 Golden Globes
Dexter	4 Emmys 2 Golden Globes
Shameless	3 Emmys
The Big Bang Theory	10 Emmys 1 Golden Globe
The Simpsons	32 Emmys
Mom	2 Emmys
Black-ish	1 Golden Globe
The Big C	1 Emmy 1 Golden Globe
Taras Welten	2 Emmys 1 Golden Globe

Negative Gefühle werden stärker

Unterbrecherwerbung senkt zwar nicht die kognitive Verarbeitung der Inhalte, beeinflusst aber sehr wohl die emotionale Hinwendung. So zeigt sich, dass die Unterbrechung einer positiv erlebten Erfahrung, wie bspw. die Zuwendung zu einem als angenehm und erfreulich empfundenen Film, Ärger und Frustration hervorruft. Gleichsam führt die Unterbrechung von einem als negativ empfundenen Inhalt, bspw. einer angsteinflößenden Szene in einem Film, dazu, dass sich dieses negative Gefühl beim Zuseher, der Zuseherin noch verstärkt. Studien weisen zudem darauf hin, dass Unterbrecherwerbung ablenkt und Ablehnung der Zuseher/innen hervorrufen kann. So versucht das Publikum der Unterbrecherwerbung bewusst auszuweichen, bspw. durch den Wechsel des Kanals. Zudem beeinflusst die Werbung, wie die Qualität des gezeigten Inhalts eingeschätzt wird. Ein weiterer zu kritisierender Punkt: Informationsvermitt-

PRÄMIERTE ORF-ERSTAUSSTRAHLUNGEN OHNE WERBEUNTERBRECHUNG

Titel	Preise
Grand Hotel Budapest	4 Oscars 1 Golden Globe
Boyhood	1 Oscar 3 Golden Globes
Still Alice – Mein Leben ohne gestern	1 Oscar 2 Golden Globes
Die Entdeckung der Unendlichkeit	1 Oscar 2 Golden Globes
Interstellar	1 Oscar
Dallas Buyers Club	3 Oscars 2 Golden Globes
The Imitation Games – Ein streng geheimes Leben	1 Oscar
Big Eyes	1 Golden Globe
Der Marsianer – Rettet Mark Watney	2 Golden Globes
Blue Jasmine	1 Oscar 1 Golden Globe
Creed – Rocky's Legacy	1 Golden Globe
Aladdin	2 Oscars 3 Golden Globes

lung und qualitativ hochwertige Produktionen, die einer Narration folgen, verdienen es, vom Zuseher, von der Zuseherin tatsächlich verstanden und mit voller Aufmerksamkeit angesehen zu werden. Zusammenfassend kann gesagt werden: Werbung ist notwendig, um die Produktionskosten von Medienanbietern zu decken. Doch die Platzierung dieser werblichen Inhalte spielt besonders für den Mediengenuss des Zusehers, der Zuseherin, eine Rolle. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen steht für diesen ununterbrochenen Mediengenuss und stellt sich somit auf die Seite seines Publikums. ■

KOMMERZIELL GEDACHT

#WOLFGANG HÖFER
REDAKTEUR DER
ORF-FERNSEHDIREKTION

Kommerzielle Sender brauchen möglichst viele Zuseher/innen, um möglichst viel Werbung zu verkaufen. Das führt mitunter zu irritierenden Sendungen.

Es gibt immer mehr Angebote, mehr Sender, mehr Nischen, mehr Pay-, Streaming- und Webkonkurrenz. Klassische Medium Free-TV's müssen Investoren und Shareholder mit Rendite versorgen. Man braucht die Aufmerksamkeit der Zielgruppe, um die Vorgaben des nächsten Quartals zu erreichen. Wenn die Quoten nicht passen, dann kommt das Management unter Druck, und die Boni sind gefährdet.

Um im harten Konkurrenzumfeld aufzufallen, könnten kommerzielle Anbieter dann auf folgende Ideen kommen: Man könnte beispielsweise eine attraktive, möglichst prominente Frau gegen gute Bezahlung dazu bringen, einen abgeschnittenen Krokodilpenis vor laufender Kamera zu essen. Vielleicht lässt sie sich dann noch zu einem Sager wie „Hab ich schon Schlimmere gehabt!“ hinreißen. Oder man legt Kandidat/innen einfach Speisen wie Kuhurin, „Schweineanus auf Emublut“, Entenfüße, „Schweinevagina mit Schweineanus-sauce“ oder auch pürierte Schweinehoden vor.

Nur Insekten zu essen oder pürierte Kakerlaken zu trinken reicht irgendwie nicht mehr. Man braucht noch stärkere Bilder. Das Gehirn aus einem Kamel-schädel herauszuessen, tote Tieraugen mit dem Mund aus einer trüben Flüssigkeit herauszufischen und von den Blut- und Fleischresten abzulutschen. Allerdings nur auf Unappetitlichkeiten zu setzen, ist nicht mehr genug, das müsste noch gesteigert werden. Man könnte die Frau zusätzlich auf ein Karussell setzen, um ihren Brechreiz noch zu steigern. In Summe bringt das sicher Aufmerksamkeit und damit Quote. Eine wesentliche Frage für die nächste Vorstandssitzung wäre aber, ob man in so einem vulgären Umfeld noch genug Werbung verkaufen kann. Um das Publikum bei so vielen unappetitlichen Szenen zu halten, müsste man die ekelerregenden Strecken mit erotischen Reizen spicken, um die Zuseher/innen vom Wegzappen abzuhalten. Dort braucht es dann viel nackte Haut, wenn möglich kann man Frauen beim Wechseln ihrer Unterwäsche, beim Richten ihrer BH oder beim Duschen filmen. Mit der Kamera wird da möglichst draufgehalten, um für die Montage eindringliche und voyeuristische Bilder zu erhalten. Das alles hat natürlich nichts mit unserer gesellschaftlichen Verfassung, mit dem Frauen- und Männerbild, und schon gar nichts mit sexueller Belästigung, der Weinstein-Affäre oder der #metoo-Thematik zu tun, das würden Sie als Manager/in eines kommerziellen Senders sagen.

Widmen wir uns noch der jungen Zielgruppe, die über die klassischen Medien immer schwerer zu erreichen ist, aus rein kommerzieller Sicht. Social Media, Videoplattformen, Computerspiele – alle buhlen um das Medienbudget der Jugendlichen, sie sind die „early Adopters“, bauen sich ihre medialen Nischen und ziehen sich in ihre „Bubbles“ zurück.

Als kommerzieller Sender könnte man hier folgende Strategie entwickeln: Angstausslösende Geschichten sind für Teenager besonders interessant, das Belegen die Erfolge von Dystopien wie „Die Tribute von Panem“, „Die Bestimmung“, Horrorfilmreihen wie „Final Destination“ oder „Saw“ und natürlich Videospiele wie „Egoshooter“ oder „Wolfenstein“. Fiktionale Erzählungen funktionieren aber auch nur noch bedingt, man braucht mehr Authentizität, speziell für die Jungen. Potenziell lebensbedrohliche Versuche und unreflektierte Gewaltszenen könnte man in einer Art Comedy-Reality-Show verpacken.

Waffengewalt als „Spaß“

Und so könnte man einen Wettkampf zwischen jungen, risikobereiten Moderatoren launchen, die sich gegenseitig reale körperliche Schmerzen zufügen, realem Verletzungsrisiko aussetzen und Panikattacken provozieren. So könnten die beiden einander mit Paintball, oder noch besser, mit realen Betäubungsgewehren beschießen. Vielleicht trifft man einen Produktionsassistenten in den Bauch, der dann sediert am Boden eines aufgelassenen Industriegeländes liegen bleibt? Man stülpt dann noch einen Karton über den betäubten Angeschossenen und lacht darüber. Zuvor inszeniert man einen Probeschuss auf ein Crew-Mitglied, das man mit dem Giftpfeil trifft, um es dann halluzinierend einer Krankenschwester zur Obsorge zu übergeben. Aufgezeichnet wird im dokumentarischen Dogma-Stil mit vielen Handkameras und körpernahen GoPros, so ist man nahe an der Realität und an der Konsolen-Ästhetik.

Auch das hat natürlich wieder nichts mit unserer gesellschaftlichen Verfassung, mit dem Umgang mit Aggressionen oder mit selbst- oder fremdverletzendem Verhalten Jugendlicher zu tun. Man könnte natürlich noch auf viele andere Ideen

kommen, wie zum Beispiel sich in einem „Anzug“ aus Fleischresten in Brasilien in einen Fluss mit Piranhas zu hängen, sich im schottischen Moor oder in einem Boot in Norwegen einfach bis zum potenziellen Ersticken untergehen oder sich einfach lebendig begraben zu lassen. Als besonderes Highlight, anschließend an das Horror-Genre, könnte man einem der Kandidaten einfach den Mund richtig zunähen. Aber nicht fiktional erzählt, sondern in einer Action-Show. Eine weitere Möglichkeit wäre eine Container-Show-Variante, bei der man 100 Kandidat/innen in ein kleines Einfamilienhaus mit einer einzigen Toilette zwingt. Mit ein wenig Glück hätte man einen dehydrierten Kandidaten, den man mit der Rettung abtransportieren könnte, um das klaustrophobische Setting dem Publikum spürbar zu vermitteln. →

UNTERHALTUNG MIT HALTUNG: ÖFFENTLICH-RECHTLICHE THEMENABENDE

Eine Auswahl

Titel	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Die Trapp Familie – Ein Leben für die Musik (Kombination mit der Dokumentation „Sound of Austria“)	08.12.	679
Die Frau in Gold (Kombination mit „Menschen & Mächte – der Fall Klimt“ und dem Spielfilm „Klimt“)	12.07.	455
Zwischen Himmel und Hölle (Kombination mit ZIB 2 History „500 Jahre Reformation – Luther und Österreich“ und „kreuz & quer: Martin Luther – Ein Mönch gegen Höllengeschäfte“)	30.10.	449
Colonia Dignidad – Es gibt kein Zurück (Kombination mit DOKeins: „Colonia Dignidad – Die wahre Geschichte“)	13.12.	413
Diana (Kombination mit den Dokumentationen „Diana – Forever and ever“ und „Mit ihren eigenen Worten“)	26.08.	241

UNTERHALTUNG IM ORF-TV

Programmstunden

Unterhaltende Information	102
Filme/Serien Unterhaltung	4.600
Quiz/Show	821
Sonstige Unterhaltung	149
Filme/Serien Spannung	2.680
U-Musik	30

Übrigens: Wenn es Quote bringt, dann könnte man als kommerzieller Sender natürlich auch politische Diskussionen machen, die ziehen immer, vor allem in Vorwahlzeiten. Man könnte den Werbetarif an den Erfolg der wahlwerbenden Parteien bei der nächsten Wahl koppeln. Eine Dokumentation über den Gründer einer Partei, die Werbespots gebucht hat, zu senden, wäre ein nächster logischer Schritt, aus rein kommerzieller Sicht.*

Alle oben genannten inhaltsbezogenen Beispiele haben im kommerziellen TV stattgefunden. Sie sind Teil der medialen Realität und führen kaum noch zu Diskussionen. Öffentlich-rechtliches Fernsehen hat eine sehr wichtige Rolle – nicht nur im Sinne einer objektiven parteipolitischen Berichterstattung, sondern auch im Sinne einer gesellschaftspolitischen Verantwortung. Wir brauchen intelligente Gegenmodelle zum Kommerz-TV, die gesellschaftliche Phänomene und Trends aufgreifen, sie aber nicht zur Profitmaximierung ausnützen, sondern sie in einen Kontext stellen, mögliche Auswirkungen thematisieren und Alternativen entwickeln. Wir brauchen Unterhaltung, die anders ist als die genannte Beispiele. Das ist ein gesellschaftsrelevanter Unterschied. ■

TV-SPIELFILME – TOP 5

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Maria Theresia II	28.12.	1.213
Maria Theresia I	27.12.	1.150
Tatort: Wehrlos	23.04.	965
Tatort: Schock	22.01.	934
Tatort: Gott ist auch nur ein Mensch	19.11.	902

* Siehe dazu: <https://derstandard.at/1361241213021/Keine-Auskunft-zu-Stronachs-Werbebuchungen-bei-Puls-4>; <http://www.salzburg24.at/privatsender-verweigern-ausstrahlung-von-fpoe-spots-2/4473237>; <https://kurier.at/wirtschaft/neos-locken-medien-mit-erfolgshonorar/153.323.593>

Alle erwähnten Inhalte wurden tatsächlich im kommerziellen Fernsehen gezeigt; konkret handelt es sich dabei um „Ich bin ein Star – Holt Mich Hier Raus“ (Das Dschungelcamp) auf RTL, „Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt“ und „Get the F*ck out of my House“ auf ProSieben.

ABENTEUER VERGANGENHEIT

#TOM MATZEK

SENDUNGSVERANTWORTLICHER
„UNIVERSUM HISTORY“

Die jüngste ORF-Geschichts-Doku-Reihe setzt auf die Kombination von wissenschaftlichen Background und aufwändigen Rekonstruktionen mit Spielszenen und Animationen. So soll einem breiten Publikum der Zugang zur Beschäftigung mit der Vergangenheit erleichtert werden.

Jänner 2017, Stift Klosterneuburg. Der große Marmorsaal wird in ein Filmstudio verwandelt. Eine Zeitreise ins Jahr 1740. Feiner Puderstaub schwebt durch die Luft. Färbt die Haare jener Frau weiß, die majestätisch durch ein Spalier von Lakaien schreitet. Gerti Drassl, bekannt aus den „Vorstadtweibern“ spielt eine geradezu ikonografische Figur der österreichischen Geschichte: Maria Theresia. 10 Grad Raumtemperatur lassen nicht nur Gerti Drasl frieren, sondern das gesamte Team. Doch das ist die geringste Herausforderung während der Dreharbeiten. dieser Tage. Es geht um die historische Faktentreue. Das Team hat minutiös recherchiert: ob die damalige Erzherzogin eine Perücke trug oder nicht und wie die

Haare strahlend weiß gemacht wurden. Ein kleines Detail, das aber einen wesentlich Unterschied macht. Es ist die Verantwortung, die ein öffentlich-rechtlicher Sender gegenüber seinem Publikum hat. Es darf nicht egal sein, ob es wissenschaftlich haltbar ist oder nicht. So wird es dann auch in Szene gesetzt. Licht-Crew und Kameramann haben dafür gesorgt, dass die Räumlichkeiten mit Kerzen und Spiegeln so beleuchtet werden, wie es an den Fürstenhöfen des 18. Jahrhunderts üblich war. Auch wenn es Inszenierung ist, sie soll es soweit authentisch sein, wie es belegbar ist.

Das ist die große Herausforderung eines TV-Formats wie „Universum History“. Es soll unterhaltsam wie ein Spielfilm sein, ohne dessen künstlerische Freiheiten. Und es soll ein Informationsprogramm sein, obwohl es nicht für alle Details schriftliche Quellen gibt. Historische Berater/innen sind bei allen unseren Produktionen mit an Bord, um Recherchieren, Drehbuchauto/innen, Produzenten, Regisseur/innen und nicht zuletzt der Redaktion zu helfen, diese Aufgabe zu bewältigen, und letztendlich auch von Seiten der Wissenschaft dem Film eine Art Gütesiegel zu verpassen. Dieses Konzept ist in ganz Europa seit vielen Jahren bewährt. Ohne Spielszenen, sogenannte Reenactments, gäbe es im Fernsehen →

wenig Chancen, die Epochen vor der Erfindung von Film und Fotografie für ein breites Publikum möglichst lebendig werden zu lassen. Und der massive Zuspruch der Zuseherinnen und Zuseher spricht für sich.

Diversität ist demokratiepolitisches Anliegen

Eine/r der Erfolgsfaktoren dieser international produzierten, von Redaktionen aus mehreren Ländern betreuten sogenannten Doku-Dramen: Es wird versucht, sich der historischen Wirklichkeit aus mehreren Perspektiven zu nähern, zum Beispiel aus einer österreichischen, einer deutschen, einer französischen. Keine eindimensionale Heldenverehrung, sondern unterschiedliche Blickwinkel auf ein Geschehen. Das ist nicht nur realitätsnäher, sondern ermöglicht unterschiedliche Identifikationsmöglichkeiten und ist damit auch spannender. Es offenbart, dass das menschliche Dasein, auch jenes von Kaisern und König/innen, stets voller Brüche und Widersprüche ist. Was für den einen ein Freiheitsheld, ist für den anderen ein Tyrann. Diese Diversität darzustellen, ist auch das demokratiepolitische Anliegen, das ein Grundauftrag eines öffentlich-rechtlicher Senders ist. Wer auch die andere Seite kennt, ist wahrscheinlich für Feindbilder und Führerfiguren weniger anfällig. Beispiel Maria Theresia. Ihr größter diplomatischer Erfolg ist die Verheiratung ihrer Kinder mit einem der mächtigsten Herrscherhäuser Europas, den Bourbonen. Damit sichert sie die Macht der Habsburger für Generationen. Der Preis: die Kinder verlassen Wien, die Mutter ist im Alter alleine. Sie hat lediglich eine Brieffreundin, der sie über ihre Depressionen schreibt. Erfolg hat seinen Preis. Macht und Ohnmacht liegen knapp beieinander.

Von Beginn an untrennbar mit den „Universum History“-Eigenproduktionen verbunden, ist das Engagement renommierter österreichischer Schauspielerinnen und Schauspieler. Ob Serienliebhaber wie Ursula Strauss als Margarethe Ottilinger, „Soko Kitzbühel“-Star Kristina Sprenger in „Unser Österreich – Leben an der Grenze“, „Vorstadtweib“ Gerti Drassl als Maria Theresia, oder erfolgreiche Newcomerinnen wie Julia Rosa Stöckl, bekannt aus „In drei Tagen bist du tot“ in „Tirol – Geteilte Heimat“ und Verena Altenburger („Cop-Stories“, „Mission Impossible“) in „Diplomatische Liebschaften“ – sie bereichern dieses österreichische

UNIVERSUM HISTORY – TOP 5

52-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Maria Theresia – Majestät und Mutter	02.05.	667
Unser Österreich: Steiermark – Verbunden über alle Grenzen	17.10.	636
Unser Österreich: Vorarlberg – Tor zum Westen	12.12.	553
Unser Österreich: Oberösterreich – Im Bann von Krieg und Besatzung	31.10.	454
Die Irre Welt der Diktatoren	30.06.	275

Doku-Format und sorgen für hohes Publikumsinteresse. „Die Frau, die zu viel wusste“ – die Rekonstruktion des Entführungsfall Margarethe Ottilinger aus der Zeit des Kalten Kriegs mit Ursula Strauss in der Hauptrolle erreichte über 310.000 Zuseher/innen (19 % Marktanteil). Das im Rahmen eines Schwerpunkts im Mai 2017 zum 300. Geburtstag ausgestrahlte Biopic „Maria Theresia – Majestät und Mutter“ mit Gerti Drassl erreichte mit rund 670.000 Zusehern/innen (21 % Marktanteil) am Dienstag-Hauptabend einen absoluten Spitzenwert. Aber auch hier stehen hinter dem Erfolg eines Films jahrzehntelange, oft von Rückschlägen gezeichnete Forschungen, unter anderem in den Archiven des russischen Geheimdienstes. Erst diese Recherchen machten es möglich, einen nie geklärten Fall wie den der Margarethe Ottilinger neu aufzurollen. Und bei „Maria Theresia“ war es der Fund von 80 noch nie veröffentlichten Briefen der Kaiserin an ihre Hofdame, Sophie Enzenberg, die erstmals sehr persönliche Seiten ans Tageslicht brachten. Dieser ständige Kontakt zu Historiker/innen, Archivrechercheuren, Archäolog/innen und Expeditionsreisenden ist daher die Grundvoraussetzung, um

UNIVERSUM – TOP 5

99-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Lungau – Wildernis im Herzen der Tauern	14.03.	815
Brahmaputra – Der große Fluss vom Himalaya – Teil I	07.II.	770
Der Arlberg – Das verborgene Paradies	12.12.	741
Hermann Maier – Meine Heimat rund um den Hahnenkamm	17.01.	706
Brahmaputra – Der große Fluss vom Himalaya – Teil 3	21.II.	697

unserem Publikum regelmäßig ein neues Bild von der Geschichte der Menschheit zu liefern. 2015 wurde ein neues Kapitel bei „Universum History“ aufgeschlagen: Mit der Reihe „Unser Österreich“ wurde und wird in mehrfacher Hinsicht Neuland betreten. Anhand von vier Generationen einer realen Familie werden die Auswirkungen eines Jahrhunderts auf Land und Menschen anschaulich gemacht. Geschichte wird von unten erzählt. Ausgangspunkt dieser neunteiligen Reihe, (pro Bundesland eine Folge), sind die neuen Landesgrenzen, die nach Ende des Ersten Weltkrieges und dem Zusammenbruch der Habsburger-Monarchie gezogen wurden. Diese Grenzziehungen – von den Siegermächten des Ersten Weltkrieges am grünen Tisch verordnet – durchschnitten alte Siedlungs- und Wirtschaftsräume und prägten damit die Geschichte des 20. Jahrhunderts nachhaltig. Sie schürten Konflikte zwischen Volksgruppen, die teilweise bis zum heutigen Tag spürbar sind – wie in Kärnten oder Südtirol. Für den ORF, einen Sender, der seinem eigenen Publikum „gehört“, also allen Österreicherinnen und Österreichern, ist das eine Kernaufgabe. Der Titel „Unser Österreich“ ist deshalb nicht nur ein Sendungstitel, sondern

programmatisch zu verstehen – es geht darum, Sprachrohr für die Menschen zu sein – in dem Fall für eine Familie, deren Schicksal von der Grenzziehung und den historischen Wendepunkten entscheidend beeinflusst, intensiv geprägt wurde.

Neun Regionen, neun filmische Handschriften

Sie wird porträtiert mit Dokumenten, wie Fotos, Amateurfilmen, aber auch durch Spielszenen, die auf den Erinnerungen der Familienmitgliedern beruhen. Für die Produktion der einzelnen Folgen wurden kreative Teams aus den jeweiligen Bundesländern zusammengestellt. Für die erste Folge über die Teilung Tirols wurde eine besondere Teamkonstruktion gewählt. Für das Drehbuch konnte der Autor der Serie „Die Rosenheim-Cops“, Thomas Baum gewonnen werden, der umfangreiche Erfahrung mit umgangssprachlichen Dialogen des Alpenraums besitzt. Für die dokumentarische Regie engagierten wir den erfahrenen Journalisten, TV-Dokumentarist und „Tirol Heute“-Moderator Georg Laich. Die szenische Regie besorgte der Kino-erfahrene Ernst Gossner. Das Konzept, die jeweils spannendste und für die Region prägendste Geschichte zu erzählen, wurde vom Publikum angenommen. Rund 500.000 Zuseher/innen sahen die ersten Folgen dieses neuen Formats, produziert nach dem Motto: neun Regionen, neun filmische Handschriften. So soll bis 2018 ein buntes Bild unseres Landes entstehen. Geplant sind zum Republikjubiläum Folgen über Wien und das Burgenland.

Unser wöchentliches „Universum History“ am Freitag programmieren wir nach dem Motto: Jede Woche eine neue Zeitepoche. Das ist auch für uns Sendungsmacher/innen einer der tollsten Jobs die es gibt. Natürlich sind die gemeinsam mit unseren Partner/innen anderer europäischer öffentlich-rechtlicher Sender entwickelten Filme adrenalin-fördernde Höhepunkte des Jahres. Doch auch der Einkauf internationaler Produktionen sorgt für eine Horizonterweiterung. Geschichtsforschung fordert Akribie und Ausdauer. Sie ist aber auch ein Abenteuer, wie bei Indiana Jones. Die Nachrichten über neue Entdeckungen und Funde auf allen Kontinenten sind für unsere Redaktion ebenso lehrreich und spannend, wie sie es hoffentlich für unsere Zuseher/innen sind. ■

DER KLEINE **#RICARDA REINISCH** LEITERIN DER GESUNDHEITSREDAKTION UNTERSCHIED UND SEINE FOLGEN ...

In modernen Gesundheitsgesellschaften wird erwartet, dass Bürger/innen fähig sind, stichhaltige Entscheidungen für die eigene Gesundheit und die Gesundheit anderer zu fällen – das bedingt aber in hohem Ausmaß, informiert zu sein.

Also ist es eine Kernkompetenz des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, das große Thema „Gesundheit“ in all seinen Facetten dar- und zur Diskussion zu stellen. Wenn sich das Medium Fernsehen der Gesundheit annimmt, dann ist Seriosität wohl einer der wichtigsten Grundlagen in der Berichterstattung. Wir müssen also seriös informieren, Lust auf einen gesunden Lebensstil wecken, Bewusstsein dafür schaffen, dass wir sorgsam mit unserem Körper umgehen und dass ein ausgeglichenes Gemüt und ein gesundes Seelenleben unabdingbar notwendig sind, damit wir uns rundum wohl und zufrieden fühlen. Was erwarten Sie von einer guten Berichterstattung zum Thema Gesundheit und Medizin, Life-Style – in erster Linie wollen Sie über neueste Erkenntnisse

informiert werden und das so, dass Sie sich auf die Inhalte verlassen können; die Ratschläge und Informationen, die Sie erwarten und auch bekommen, sollen seriös und effektiv sein, das heißt, Sie müssen darauf vertrauen können, dass das, was man Ihnen über eine bestimmte Erkrankung, ein medizinisches und gesundheitliches Problem und mögliche Therapien vermittelt, durch seriöse Studien abgesichert ist.

Gerade auf dem Medizin- und Gesundheitssektor gibt es, wie natürlich auf allen andern Gebieten auch, immer wieder schwarze Schafe, aber in diesem sensiblen Bereich kann eine falsche Auskunft Ihrer Gesundheit abträglich sein, im schlimmsten Fall tödlich verlaufen.

Therapien unter der Lupe

Gleichzeitig wird gerade auf diesem Sektor auch viel Geld verdient – gerade Angebote auf dem Sektor der sogenannten „Lifestyle-Medizin“ sind mit äußerster Vorsicht zu genießen. Es werden Versprechungen abgegeben, die unmöglich zu halten sind, und Behandlungen angepriesen, die im besten Falle wirkungslos bleiben, im schlimmsten Falle die Gesundheit kosten. Tragisch wird es dann, wenn es um chronische Krankheiten, vor allem Krebs, geht; hier sind immer wieder Heils-

GESUNDHEIT IM ORF-TV

Anzahl von Nennungen des Begriffs. ORF-TV-Archiv 2017

4.482 Gesundheit **2.422** Ernährung

34 Diät **28** Kur

versprechungen zu finden, die in keiner Relation zum tatsächlich Möglichen stehen; hier wird die Verzweiflung von todkranken Menschen und ihren Angehörigen schamlos ausgenützt. Gerade im öffentlich-rechtlichen Medium ist es die wichtigste Aufgabe, all diese Angebote und Therapien genau unter die Lupe zu nehmen und aufklärend zu wirken; die Zuschauerin, den Zuschauer nicht alleine zu lassen, sondern tatsächlich wertvolle und kompetente Hilfestellung anzubieten.

Dem Publikum, nicht der Werbung verpflichtet

Die Aufgabe der Medizin- und Gesundheitsjournalist/innen im öffentlich-rechtlichen Medium ist es, zu wissen wer die richtigen Ansprechpartner und Expertinnen und Experten auf diesem großen Themenfeld sind, und woher sie ihre Legitimation beziehen – wir als Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten müssen firm sein, wenn es darum geht, neue Erkenntnisse zu überprüfen, wir müssen richtig recherchieren und klar stellen, ob es sich um seriöse Studien handelt, wo diese nachzulesen sind, und lieber einmal mehr als zu wenig prüfen und nachfragen. Im Gegensatz zu kommerziellen Medien hat der ORF die Verpflichtung, jeglichen Einfluss von Werbung, wirtschaftlichen Lobbys oder politischen Parteien auf das Programm auszuschließen, das bedingt deshalb genaueste Überlegungen hinsichtlich der vorgestellten Themenbereiche. Im Fokus der öffentlich-rechtlichen Berichterstattung zum Thema Gesundheit/Medizin ist es deshalb auch wichtig und selbstverständlich, mit den großen Stakeholder/innen aus dem öffentlichen Gesundheitsbereich zusammenzuarbeiten – deshalb hat der ORF auch

BEWUSST GESUND – TOP 10

92-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Morbus Parkinson allgemein / Parkinson im Alter	11.02.	362
Herztransplantation / Ketogene Diät / COPD Singen	16.12.	347
Nasentatmung / Krebs Perücken / Noma	07.01.	333
Innere Uhr – Chronobiologie / LED-Leuchten und gesundheitliche Nebenwirkungen	14.01.	318
Needling / Wackelbrett / Blutdruckmessung per SMS / BG Tipp: Schlafapnoe	18.02.	316
Ins Herz implantierte Defibrillatoren / ewige Jugend mit Spermidin? / Pflege im Heim	11.11.	316
Stressfraktur / Gesunde Kindheit: zuckerfrei und trotzdem süß / Beckenboden-Training	22.04.	315
Passgenaue Hüftgelenke 3D / große Hilfe: Sprache lernen nach Schlaganfall / Gesunde Luft: Durchatmen im Heilstollen	16.09.	308
Usher-Syndrom / Porridge / Bewegung neu erlernen	28.01.	307
Knieprothese / Zöliakie / Nesselausschlag	25.11.	305

den ORF-Gesundheitsbeirat installiert, der zweimal im Jahr zu einer Reflexion und Diskussion zusammentrifft.

Es kann nicht die Schlagzeile, die Sensation sein, die uns bei unserer journalistischen Arbeit antreibt; es müssen ehrliches Bemühen, die Lust auf Wissen, Sorgfalt und auch das Abwägen von Schaden und Nutzen sein, die unsere Arbeit tagtäglich bestimmen. Wir sind nicht der Quote, sondern ausschließlich dem Publikum und dessen Gesundheit verpflichtet. ■

DER RESONANZ- RAUM DES 21. JAHRHUNDERTS

#HARTMUT ROSA

UNIVERSITÄT JENA

EXTERNE
EXPERTISE

Im Rahmen seiner Qualitätssicherung hat der ORF die Studie „Der Auftrag: Bildung“ beauftragt, um Wissenswertes über die Zukunft des Bildungsauftrages öffentlich-rechtlicher Medien im digitalen Europa zu erfahren. Der vorliegende Beitrag ist ein Ausschnitt aus den Erkenntnissen des deutschen Soziologen Hartmut Rosa.

Die diagnostische Grundthese der Studie „Der Auftrag: Bildung“ lautet zunächst, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk und seine auch digitalen Medienangebote die „klassischen“ Aufgaben des Bildungs- und Demokratiefauftrags in durchaus beeindruckender Weise erfüllen.

- Sie stellen auf gleichsam allen Kanälen ein breites Informationsangebot zur Verfügung.
- Sie bilden die Meinungsvielfalt und die Diversität der Lebensformen durchaus weitgehend ab

und versuchen, die unterschiedlichsten Gruppen und Milieus „zu Wort“ (aber auch zu Bild und Klang) kommen zu lassen.

- Sie bieten ein breites Bildungsangebot, das es BürgerInnen erlaubt, rezeptiv und zunehmend auch interaktiv Wissen zu erwerben, Faktenlagen zu eruieren und auch konsequente Bildungsangebote wahrzunehmen.
- Schließlich haben sich auch die Zahl der Foren und die Möglichkeiten für die Bürger und Bürgerinnen verbessert und vervielfältigt, ihre eigene Meinung und Position darzulegen und zum Ausdruck zu bringen und auf diese Weise aktiv und reaktiv am medialen Geschehen zu partizipieren.

Die Frage bleibt aber bestehen, ob der mediale Raum als ein Resonanzraum fungiert, der die Anverwandlung von und das In-Beziehung-Treten zu fremden Lebenswelten und unvertrauten Weltausschnitten erlaubt und befördert. Die resonanztheoretische Perspektive hilft hier möglicherweise, Orientierung zu stiften und neue Qualitätskriterien zu bestimmen. (...)

Unterschiedliche Formate und unterschiedliche Medien bergen selbstredend unterschiedliche Resonanzchancen bzw. sie haben unterschiedliche

Resonanzqualitäten. Bemerkens- und beachtenswert scheint mir dabei grundsätzlich die Differenz zwischen synchronen („Echtzeit-“) und asynchronen (zeitversetzt nutzbaren) Medien zu sein: Das Wissen darum, dass eine Stimme (eines Sängers oder eines Moderators) am Morgen beispielsweise gleichzeitig von vielen anderen Menschen auch gehört wird, stiftet einen gefühlten und wahrgenommenen Resonanzraum nicht nur zum „Sender“, sondern zu allen anderen Hörern, es prästabiliert gewissermaßen einen sozio-akustischen, horizontalen Resonanzraum. Ähnlich verhält es sich bei Live-Übertragungen: Das Bewusstsein, unmittelbar „dabei zu sein“, erzeugt einen sozialen Resonanzraum, der verlorengeht, wenn man ein Spiel oder eine Sendung zeitversetzt und individuell rezipiert. Diese Wirkung lässt sich sogar noch bei Spielfilmen, Soaps oder Krimiserien beobachten: Der Sonntagabend-Tatort beispielsweise stiftet ohne Zweifel einen zivilgesellschaftlichen Resonanzraum, allerdings eben auch hier nur für eine Teilmenge soziomoralischer Milieus, wenngleich diese Teilmenge überraschend groß und heterogen ist. Nutzen und Vorteil der grenzenlosen Individualisierungsmöglichkeiten, welche die neuen Medientechniken bereitstellen und auf die die Anbieter so konsequent insistieren, müssen daher im Blick auf den Verlust solcher geteilten Resonanzräume kritisch gegengerechnet werden. Das Resonanzkriterium kann hierfür einen Maßstab bereitstellen, der sich durchaus auch auf der individuellen Ebene einsetzen lässt: Es ist für den individuellen Zuschauer weniger „lohnend“, ein Fußballspiel einen Tag später anzusehen, auch wenn er das Ergebnis nicht kennt.

Das Radio als Resonanzmedium

Wenn „Hören und Antworten“ die Grundform eines Resonanzverhältnisses definieren, dann kann das klassische Radio (und natürlich auch das Internetradio) als die paradigmatische Form eines Resonanzmediums verstanden werden: Es macht Welt hörbar und ermöglicht eine antwortende Reaktion und Selbstwirksamkeitserfahrung auf Seiten der Hörer und Hörerinnen schon dadurch, dass sie die visuellen Dimensionen der gehörten Welt hinzudenken, also selbst erzeugen müssen. Die Stimme ist ein zentrales menschliches Resonanzorgan (Rosa 2016, S. 109–122), über das Antwortbeziehungen zur Welt gesucht und gefunden

werden, so dass es gute Gründe gibt für die Annahme, dass die Stimme des Moderators oder der Sängerin eine Präsenz- und Verbundenheitserfahrung stiften können, die den kognitiven Sinn des Geäußerten überschreiten bzw. ihm vorausliegen. Daher sind die Affizierungschancen für Hörfunkprogramme prinzipiell hoch – allerdings ist die Stimulationsdichte niedrig, weil eben nur auditive Stimuli im Spiel sind, was das Verhältnis von eigenem zeitlichen und energetischem Input zum Output an „Lustgewinn“ relativ ungünstig werden lässt (Siehe dazu ausführlich meine Diskussion des „Fernsehparadoxons“ in: Beschleunigung).

Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2005) und zur Folge hat, dass Radioprogramme nur nebenher gehört werden bzw. niedrige Einschaltquoten erzielen. Über die genannte Dimension hinaus ist die soziale Selbstwirksamkeitserfahrung in der Regel nicht sehr hoch, mit Ausnahme natürlich der partizipativen Radioformate, die in der herkömmlichen Form allerdings auch selten die Stufe eines resonanten Transformationsprozesses erreichen. →

ORF ZUM MITREDEN

Eine Auswahl

Thema der Sendung	Datum
DialogForum: Verändere die Welt – Protest-Medien-Gesellschaft	04.06.
DialogForum: Wer ist das Volk? Demokratie, Populismus und Medien	02.10.
DialogForum: Zuckerbrot und Peitsche – Nichts dazwischen	07.05.
DialogForum: Verantwortung in der digitalen Welt	11.10.
DialogForum: Der Auftrag Bildung	30.11.
Radiokolleg – Helfen: Aber wie? 4 Teile	18.12. / 19.12. 20.12. / 21.12.
25 Orte in 25 Tagen „ORF NÖ-Sommertour“	10.07.–11.08.

Fernsehen

Das klassische TV-Format verschiebt demgegenüber die „Weltbeziehungsachsen“ deutlich auf die visuelle Seite – und hat tendenziell eine massiv „passivierende“ Wirkung auf Seiten der Rezipienten zur Folge. Meines Erachtens bedeutet dies, dass die Selbstwirksamkeitserfahrung beim Fernsehen tendenziell am niedrigsten ist, und es gibt durchaus Gründe für die Vermutung, dass Bildschirme eine tendenziell resonanzdämpfende Wirkung haben (Siehe ebd. sowie vor allem Rosa, Resonanz, S. 155–160): die „Affizierung“ (und ihre „Färbung“) bei Spielfilmen beispielsweise wird weit stärker durch die akustische Untermalung (sehr häufig durch Musik, aber auch darüber hinaus durch die Eröffnung eines akustischen Raumes) als durch Bild und Text erreicht. Demgegenüber besitzt das klassische Fernsehen immer noch den Vorteil, geteilte soziale Resonanzräume in Echtzeit durch Live-Übertragungen zu erzeugen und durch die Kombination von Bild und Ton die Resonanzkanäle zu verdoppeln.

Internetmedien

Internetformate haben zwar häufig den Nachteil, dass sie den durch Echtzeitmedien aufgespannten sozialen Raum der (zumindest antizipierten) joint attention und joint emotion nicht erzeugen können, bieten dafür aber erstens neue, starke und vielfältige Möglichkeiten für Selbstwirksamkeitserfahrungen und zweitens natürlich ebensolche Möglichkeiten für symmetrische soziale Interaktion, welche das Internet zu einem privilegierten Begegnungsort werden lassen, wobei hier Begegnung zwei resonanzentscheidende Dimensionen umfasst: Erstens die Begegnung mit „einer anderen Stimme“ im sozialen Sinne und zweitens die Begegnung mit einer „anderen materiellen Welt“ bzw. einem anderen Weltausschnitt.

Demgegenüber ist allerdings auch die Gefahr von „Echokammern“ hier besonders groß: Durch die Click-Logik und stärker noch durch die Filterlogik von Such- und Verweisungsmaschinen steigt die Gefahr, dass die eigene „Blase“ im Sinne einer Echokammer stetig verfestigt und verstärkt wird und immer luftdichter abgeschlossen wird und dass „Anderer“ nur noch repulsiv als das Abzulehnende und zu Bekämpfende – oder das Indifferente begegnet. Die Ausdifferenzierung

ORF-TV

ORFeins und ORF 2

269 STUNDEN

Programm Wissenschaft und Bildung

und Abschließung von Kommunikationsräumen und entsprechenden Lebenswelten und Milieu-Gruppen ist hier zweifellos am weitesten vorgeschritten und nur sehr schwer umkehrbar. Wenn der zentrale Auftrag der Etablierung, Pflege und Erhaltung eines geteilten demokratischen Resonanzraumes für alle Gruppen durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk erfüllt werden soll, so kann dies aufgrund der hier nur angerissenen Vor- und Nachteile aller Einzelmedien zweifellos nur in einem koordinierten Zusammenspiel aller Medienarten und Formate gelingen.

Immerhin lassen sich resonanztheoretisch (auch mit Hannah Arendt) gute Gründe dafür finden, dass Menschen eine Sehnsucht oder sogar ein starkes Verlangen nach einer „umgreifenden“ Resonanzbeziehung haben (Vgl. Rosa, Resonanz, S. 435–515), das heißt, dass der Wunsch, in lebendige Verbindung zum Ganzen der Welt und des Lebens zu treten und damit die je eigene Echokammer zu überschreiten, zu den gleichsam „natürlichen Anlagen“ der Medienrezipienten gehört. Medienmacher und -politiker dürfen also davon ausgehen, dass der Wunsch nach und die Bereitschaft zur partizipativen Ko-Konstruktion einer umfassenden bürgerschaftlichen Resonanzsphäre durchaus lebendig und verbreitet ist, sie können also gleichsam mit einem „entgegenkommenden zivilgesellschaftlichen Resonanzraum“ rechnen.

Ö1 DIMENSIONEN

	Anzahl	%
Beiträge	179	100
Aus Umwelt	21	11,73
Aus Naturwissenschaft / Technik	55	30,72
Aus Geisteswissenschaften / Religionen / Kunst & Kultur	30	16,75
Aus Gesundheit / Psychologie	30	16,75
Aus Geschichte / Politik / Geografie	34	18,99
Aus Wirtschaft	9	5,02

NEWTON – TOP 5

76-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Mythen und Unsinn	04.03.	281
Kälte	28.01.	203
Mond-Rover Preis: Lunar XPrize	07.01.	142
Flugzeuge der Extraklasse	30.12.	137
Solar-Strom für die Malediven, Keramik aus dem Drucker – wie österreichische Forscher und Unternehmer Erfolg haben und auch scheitern	14.01.	135

Fazit

Es kann kein Zweifel daran bestehen, dass für spätmoderne Subjekte mediale Weltzugänge in vielerlei Hinsicht die zentralen Weltzugänge sind. Medien stiften oder erzeugen buchstäblich Weltbeziehungen: Radio, Fernsehen und Internet sind Kanäle, über die sich Subjekte der Präsenz der Welt versichern. Das gilt keineswegs nur für vereinsamte Personen, für die die Stimme aus dem Radio und das Bild im Fernsehen oder der Chatroom buchstäblich unerlässlich dafür sind, das Gespür und das Bewusstsein einer lebendigen, sprechenden Außenwelt zu erhalten. Etwas ist da, etwas ist gegenwärtig ist nach Maurice Merleau-Ponty die basale Form des Weltbewusstseins oder der Weltwahrnehmung, und wie dieses etwas da draußen beschaffen ist, das offenbart sich in vielen Hinsichten bzw. für viele Menschen in den und über die Medien. Wenn diese Medien im Kampf um Aufmerksamkeit, Klicks und Quote dieses etwas – diese Welt – prädominant als bedrohlich, gefährlich, befremdlich, spektakulär und überwältigend (re-)präsentieren, laufen sie Gefahr, gleichsam dispositionale Resonanzbeziehungen und Resonanzverhältnisse zu erschweren oder gar zu verhindern.

Hören und Antworten ist die Grundform einer resonanten Weltbeziehung, und Hören (in einem umfassenden Sinne, der auch Sehen und Lesen einschließt) und Antworten sollte gleichsam die Ziel-Haltung sein, welche dem sich vollziehenden Umbau der öffentlich-rechtlichen Medienangebote die Richtung weist. ■

Die ungekürzte Ausgabe der Studie ist in „Der Auftrag: Bildung“, herausgegeben vom Österreichischen Rundfunk 2017, nachzulesen.

DER UNTERSCHIED:

BARRIEREFREIER

PROGRAMM-

ZUGANG

#ROBERT SPERLING
#JOHANNES KARNER
HUMANITARIAN BROADCASTING

Die Beiträge, Betrachtungen und Bekenntnisse der ORF-Mitarbeiter/innen in dieser Broschüre ergeben in Summe mehr als einen „Bericht“. Sie sind wortwörtliche Belege für jenes breite Programmspektrum, welches das Medienunternehmen ORF seinen Nutzer/innen bietet. Sie beleuchten dabei auch die gesellschaftspolitische Rolle, die erhebliche Relevanz, die den ORF von seinen – ausschließlich kommerziellen Interessen verpflichteten – Mitbewerbern unterscheidet.

Als eine Art Best Practice Beispiel dafür sei hier im Folgenden die Schaffung barrierefreien Programmzugangs für seh- oder hörbbeeinträchtigte Menschen genannt. Egal ob Spielfilme oder TV-Serien, egal ob der Wiener Opernball, das Abfahrtsrennen auf der Streif, die Fußball-Champions League oder der Eurovision Song Contest: Gesellschaftliche und sportliche, fiktionale und nicht-fiktionale Großereignisse elektrisieren TV-Zuseher und schaffen die Basis für Diskussionen. Doch wie soll man mitdiskutieren, wenn man die Ereignisse nicht sehen oder hören kann? Der ORF geht in Sachen Barrierefreiheit einen konsequenten, offensiven Weg und bietet blinden und hörbbeeinträchtigten TV-Konsumenten ein umfangreiches und qualitativ hochwertiges Fernsehangebot. Trotz Sinneseinschränkung soll es möglich sein, einen großen Teil des Programms zu verfolgen. Das ist einerseits Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrags des ORF und seit der Novellierung des ORF-Gesetzes 2010 dort auch festgeschrieben. Das ist aber ebenso Ausdruck jenes Selbstverständnisses des

ORF und seiner Mitarbeiter, das Programmangebot an möglichst viele Menschen im Land zu richten: Mittlerweile werden rund 70% der TV-Programme des ORF für hörbeeinträchtigte Menschen untertitelt. Und blinde oder sehbeeinträchtigte Menschen haben im Schnitt über vier Stunden täglich die Gelegenheit, Hörfilmfassungen zu Spielfilmen und TV-Serien oder live audiodokumentierte Sportevents und Shows auf einer eigenen Tonspur zu konsumieren. Denn für Menschen mit Sinnes Einschränkung ist es eminent wichtig, selbst bestimmen zu können, welches Programm sie konsumieren. Während Untertitel für hörbeeinträchtigte Menschen schon seit Jahrzehnten im ORF und in anderen deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sendern angeboten werden, ist die Audiodeskription von Programmen für blinde oder sehbeeinträchtigte Menschen „jung“.

Vorreiterrolle bei Großereignissen

Ursprünglich in den USA ausschließlich für fiktionale Programme entwickelt, hat der ORF als erster deutschsprachiger Broadcaster 2010 die Audiodeskription von Programmen zu einer zentralen Aufgabe gemacht. Während ZDF, ARD, die dritten Programme und ARTE bei der Aufbereitung von fiktionalen Inhalten zu Hörfilmen mittlerweile zum ORF aufgeschlossen haben, nimmt der ORF bei der Live-Audiodokumentierung von Sportübertragungen, Shows und gesellschaftlichen Großereignissen nach wie vor eine Vorreiterrolle ein: Bereits 2009 beschreiben geschulte Audiodokumentatoren Fußball-Länderspiele der österreichischen Nationalmannschaft – in Kooperation mit dem ÖFB – erstmals im TV auf einer zweiten Tonspur. 2010 folgt dann eine umfassende Programminnovation: Bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika werden sämtliche Spiele live audiodokumentiert und damit blinden und sehbeeinträchtigten Fußballfans jede einzelne Sekunde des Sportspektakels barrierefrei zugänglich gemacht.

Weder die BBC noch diverse amerikanische Sender, die sich des Themas Audiodeskription angenommen haben, können hierbei mithalten. Mit der audiodokumentierten Fußballweltmeisterschaft liefert der ORF eine weltweite Premiere. Das Feedback auf diese Innovation ist derart positiv, dass die Live-Audiodokumentierung als fixer Bestandteil in das Programm aufgenommen wird und heute

AUDIODESKRIPTION UND AUDIOKOMMENTIERUNG IN DEN PROGRAMMEN DES ORF

1.486

Audiodeskripte Programmstunden
in ORFeins & 2

244

Audiodeskripte Sehminuten pro Tag

fest in der Programmplanung und -umsetzung implementiert ist. Die Qualität wird im ständigen Austausch mit Interessensvertretern aus den Zielgruppen erhöht, die Quantität sukzessive gesteigert. Das live-audiodokumentierte Programmangebot hat sich seit 2010 versiebenfacht, das Angebot an audiodokumentierten Sendungen hat sich insgesamt mehr als verdreifacht. Die anderen öffentlich-rechtlichen Sender im deutschsprachigen Raum ziehen hier nur zögerlich nach: 2013 wird mit „Wetten, dass ...?“ im ZDF und ORF Europas größte Unterhaltungsshow live audiodokumentiert.

Barrierefreiheit erfordert Teamwork

Auf sportlicher Ebene findet die Live-Audiodokumentierung erstmals bei der UEFA Champions League 2015 im ZDF ihren Einzug. In der ARD werden zunächst die hauseigenen Hörfunkreportagen auf der zweiten TV-Tonspur parallel ausgestrahlt, was sich – wenig verwunderlich – nicht bewährt. Erst später wird auf „echte“ Live-Audiodeskription gesetzt. Private Sender verzichten bis dato überhaupt auf das Angebot von →

ANGEBOTE IN ÖSTERREICHISCHER GEBÄRDENSPRACHE

Sendung	Sender	Uhrzeit	Ausstrahlung
„Zeit im Bild“	ORF 2 Europe	19:30	Täglich
Wetterbericht	ORF 2 Europe	19:49	Täglich
Heute konkret	ORF 2 Europe	18:30	Mo – Fr
„Licht ins Dunkel“-Aktionstag	ORF 2	12:00–12:45 und 14:00–14:45	04.12.
„Licht ins Dunkel“-Sendung am Heiligen Abend	ORF 2	12:00–14:00	24.12.
Live-Berichterstattung aus dem Parlament	ORF III	-	-
Sitzungen des Nationalrats	ORF III	-	-

ANGEBOTE DES ORF FÜR GEHÖRLOSE UND STARK HÖRBEHINDERTE MENSCHEN

Untertitelte Sendestunden (ORFeins & 2)	12.513
Untertitelungsquote ORFeins & 2	71,42 %
Monatlich ausgestrahlte Untertitelungsstunden über Teletext 777	1.042
Untertitelte Stunden ORF III pro Monat	272
Untertitelungsquote ORF III	37,16 %

Auch für alle Sendungen und Sondersendungen zur Österreichischen Nationalratswahl am 15. Oktober 2017, ebenso wie die davor stattfindenden „Konfrontationen“ und „Elefantenrunden“ mit den Spitzenkandidat/innen, waren im ORF TELETEXT die Untertitel abrufbar.

Audiodeskription – in ihren Programmen finden sich weder Hörfilmfassungen noch Live-Audio-kommentierung. Der Gehörlosenservice im ORF sorgt für eine aktuelle Benchmark von 70 Prozent Untertitelung. In der Redaktion arbeiten aktuell 36 Menschen daran, dass dieses quantitativ und qualitativ starke Offert täglich auf Sendung gehen kann. Bei den Olympischen Spielen in Südkorea waren bis zu 13 Re-Speaker gleichzeitig im Einsatz, um live jene Texte einzusprechen, die dann auf der Teletextseite 777 als Untertitel abgerufen werden konnten. In den Redaktionen, die hinter dem barrierefreien TV-Angebot des ORF stehen, wird vor allem ein Wort großgeschrieben: Teamwork! Es braucht motivierte Menschen, die für blinde oder sehbeeinträchtigte TV-Konsumenten live audiokommentieren oder in Teams gemeinsam mit sogenannten „Referenzblinden“ Bildbeschreibungen in Script-Fassung bringen, diese

redigieren und daraus mittels aufwendiger Tonmischungen Hörfilme produzieren – oder für hörbeeinträchtigte Menschen Untertitel vorab produzieren oder live einsprechen. Zum anderen sind es ebenso viele Menschen, die in den unterschiedlichen Redaktionen bei der Administration mithelfen und Bewusstsein für die Bedeutung barrierefreien Fernsehens entwickelt haben. All diese Menschen ermöglichen es den blinden, seh- oder hörbeeinträchtigten ORF-Kunden, selbstbestimmt zu entscheiden, ob, und wenn, welche Sendungen sie aus dem barrierefrei zugänglichen Programmangebot des ORF konsumieren – gelebte Inklusion! ■

MASSE MIT TIEFGANG

#HILDEGARD AICHBERGER

„MUTTER ERDE“

Thematisch gibt's für mich eine klare Regel: Je schwieriger, desto öffentlich-rechtlicher.

Beim Thema Klimawandel geht es um nichts weniger als unseren Heimatplaneten und die Frage, ob er auch für unsere Kinder noch lebenswert ist. Obwohl das Thema für unsere Zukunft so bedeutend ist, und obwohl wir uns immer weiter von unseren Klimazielen entfernen, bekommt das Thema vergleichsweise wenig mediale Präsenz. Einerseits wohl, weil die Folgen zeitlich und räumlich weit entfernt sind. Die erwartete Wasserknappheit südafrikanischer Metropolen emotionalisiert hierzulande nun mal nicht. Und Bilder von ins All geschossenen Elektroautos tragen wenig zur Lösung des Problems bei. Vor allem aber geht es beim Klimaschutz – mehr als bei anderen Themen – um widerstrebende Interessen:

die meisten etablierten Industrien hängen stark von billigem Öl ab und haben ein hohes Interesse an einer Verlängerung des Status quo. Junge, zukunftsfähige Unternehmen, die tendenziell progressiver eingestellt sind, sind heute noch zu weit vom Tropf der Macht entfernt um ihre Interessen – nämlich verlässliche politische Rahmenbedingungen – mit Nachdruck durchzusetzen. Profitorientierte Medienhäuser, die in erster Linie vom Geld ersterer abhängig sind, vermeiden daher tunlichst, zu stark gegen deren Interessen zu wettern. Der ORF tut sich leichter, bei ihm sind es nicht Gewinninteressen, die ihn vorantreiben. Der ORF entscheidet aufgrund seines Programmauftrags, und der lautet, sich gesellschaftspolitisch relevanten Themen wie etwa dem Umweltschutz zu widmen. Gerade beim Klimaschutz tut das der ORF konsequent und hat dem Thema 2017 bereits zum zweiten Mal einen Programmschwerpunkt gewidmet. →

MUTTER ERDE – 2° SIND MEHR ALS DU DENKST

Ein trimedialer Themenschwerpunkt zum Thema Klimawandel von 26. Mai bis 2. Juni

Durchschnittliche Reichweite **3,831 Mio.** Menschen (51% I2+)

Beiträge in TV und Hörfunk **Ca. 200**

Views in der ORF-TVthek = 40.000 Stunden **Ca. 450.000** (Brutto)
240.000 (Netto)

MEISTGESEHENE TV-SENDUNGEN

	durchschn. Reichweite	MA %
Am Schauplatz-Reportage „Viel zu heiß für diese Welt“	498.000	19
Universum-Dokumentation „Eisige Welten“	445.000	18

SOCIAL MEDIA

Facebook	30.000 Fans
Twitter	222 Followers
Webzugriffe	> 25.000
Newsletter	1.800 Abonnenten

Die Menschen erreichen

Ein typischer Tag einer „MUTTER ERDE“-Schwerpunktwoche beginnt im Ö3-„Wecker“ mit Ideen, was jede und jeder einzelne gegen den Klimawandel tun kann. Später liest man auf science.ORF.at eine Hintergrundgeschichte zu Wärmedämmung und abends im Weltjournal läuft eine Doku über „Zukunft ohne Auto“. In den Landesstudio-Radios sprechen Expertinnen über die Auswirkungen von

MUTTER ERDE IM PROGRAMM

eine Auswahl

TV

Am Schauplatz
Die Erde von Oben
Guten Morgen Österreich
heute Leben
heute mittag
„konkret“
kreuz und quer
Land und Leute
ORF III Themenmontag
Report
Universum
Weltjournal und WJ+

Radio

Beiträge auf Ö3, FM4 in den Bundesländerradios
Erfüllte Zeit
Gedanken
Rudi, der Radiohund
Vom Leben der Natur
Wissen Aktuell

Sonstige

Beitrag in der Mai-Nachlese
muttererde.ORF.at
ORF.at
TELETEXT und TVthek mit eigenem Themenkorb

Stickoxiden auf die Gesundheit, während die ZiB über Trumps Ausstieg aus dem Weltklimavertrag berichtet. Die „Barbara Karlich-Show“ auf ORF eins thematisiert die persönliche Betroffenheit der Autofahrerinnen und Autofahrer, auf ORF III läuft ein Themenabend über „erneuerbare Energien“. Kinder erfahren in „hallo okidoki“ mehr über die Hintergründe des Klimawandels. In der TVthek sind all diese Beiträge einsehbar und nachschaubar, ein Angebot, das in einer Schwerpunktwoche etwa 1,5 Mio. Menschen nutzen. Auch wenn nicht alle Beiträge von jedem bzw. jeder gesehen werden, wissen wir doch aus Umfragen, dass die ORF-Schwerpunkte bei den Menschen ankommen: 2016 gaben 88% der Befragten an, den „MUTTER ERDE“-Schwerpunkt wahrgenommen zu haben; etwa ein Viertel davon aus dem sozialen Umfeld. Es funktioniert also: Wenn der ORF auf allen Kanälen sendet, spricht Österreich darüber. Das ist seiner Größe und dem Umstand, dass er auf

mehreren Medienkanälen senden kann, geschuldet. Und natürlich und vor allem dem Umstand, dass der ORF für alle sendet und nicht nur für eine kleine kaufkräftige Schicht. Er erfüllt damit seinen gesetzlichen Auftrag der „Vollversorgung“, und ist für Arbeiter aus Wien-Favoriten genauso da wie für Pensionistinnen in Oberösterreich, für Studenten im Tirol wie für Pendlerinnen im Burgenland. Eben ein „Rundfunk der Gesellschaft“, der gesellschaftlich relevante Themen setzen kann.

Heißes Eisen Konsumenteninformation

Konsumenteninformation hat beim Öffentlich-Rechtlichen seit jeher einen hohen Stellenwert. Sendungen wie „help“ oder „konkret“ agieren als Stachel im Fleisch der Wirtschaft, wenn es um Qualität von Produkten, die Glaubwürdigkeit von Werbeversprechen oder ganz allgemein darum geht, dass Konsumentinnen ihr Recht bekommen. Hier passiert wertvolle Aufklärung an der zentralen Schnittstelle zwischen Konsumenten und Expertinnen, die gerade bei Umweltschutzthemen essenziell ist. Medien, die stärker von Inserenten oder Mäzenen abhängen, tun sich mit diesem Zugang schwerer. So kommt es, dass Konsumentenschutzthemen intensiv vom ORF abgedeckt werden – ein Spezifikum, das übrigens auch in anderen Ländern zu beobachten ist.

Ein gutes Beispiel ist Ö3 und Mikroplastik (2014): mit einer beispiellosen integrierten Informationsoffensive in Radio, Web und Social Media erreichte Ö3 unzählige Menschen. Bevor Ö3 mit dem Thema gestartet hatte, war kaum jemandem klar, welche tickende Zeitbombe da in unser aller Badezimmer lauert. Ohne die Stellung als öffentlich-rechtlicher Sender wären solche Info-Kampagnen bei Ö3 wohl nicht möglich.

Auch kommerzielle Medien machen mitunter gutes Programm mit Mehrwert für die Gesellschaft. Manche haben sogar mehr Budget für die eine oder andere Dokumentation. Andere haben innovative Sendungsideen, mit der eine Sache anschaulich und spannend transportiert werden kann.

Manche Medien mögen weniger kompliziert sein, als es der „Koloss“ ORF manchmal ist. Auch gibt es gute Journalisten und Journalistinnen bei den Kommerziellen. Aber keines der kommerziellen

90 TREFFER

zeigt das ORF-TV-Archiv zum Stichwort „Nachhaltigkeit“ für 2017. Zum Beispiel „konkret“ vom 3. März über „Das Null-Energie-Wohnmobil“.

Medien ist in der Lage, das zu tun, was der ORF seit Jahren mit seinen Programmschwerpunkten leistet: unabhängig von Quotendruck die gesellschaftlich relevanten Themen aufbereiten und multimedial kommunizieren. Die Menschen bis ins entlegenste Eck Österreich zu erreichen und zwar so, dass die Menschen am Stammtisch und in der Betriebskantine darüber diskutieren. Themen auf die gesellschaftspolitische Agenda setzen, selbst wenn sie unbequem sind und journalistisch schwierig. Themen ins Zentrum der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit zu bringen, wie es dem ORF mit Klima, mit Mikroplastik und mit Lebensmittelverschwendung gelungen ist.

Diese Rolle dauerhaft und verlässlich ausführen, mit Tiefgang die Massen erreichen, das kann nur ein Öffentlich-Rechtlicher, dem man seine Sendungsgefäße lässt, und dem man erlaubt, diese nach inhaltlichen und journalistischen Gesichtspunkten zu bespielen. ■

JOURNALISMUS

#KIM KADLEC

REDAKTEURIN BEI „AM SCHAUPLATZ“

„VON UNTEN“

Osterwochenende 2017. Es schneit in Wien. Aktivist/innen besetzten ein altes Zinshaus in Penzing. Kurze Zeit ist die mediale Aufmerksamkeit groß. Nach zwei Tagen stürmt die Polizei in einer öffentlich wirksamen Aktion das Haus. Auf vielen Onlineseiten sind noch am selben Tag „starke Bilder“ der Räumung zu sehen. Genaueres erfahren wir aus der Berichterstattung nicht. Nur so viel: Die Besitzer der Liegenschaft wollen an Stelle des alten Zinshauses einen modernen Wohnkomplex errichten. Wo einen Tag lang Dutzende Journalist/innen unterwegs waren, ist es schon am nächsten Tag wieder ruhig. Polizei und Besetzer/innen sind längst weg und auch die Journalist/innen sind bereits auf der Suche nach ihrer nächste Geschichte. Die mediale Halbwertszeit ist kurz.

Ein paar Tage später betritt zum ersten Mal ein „Am Schauplatz“-Team das Haus. Um einzelnen Recherchen den Zeitdruck zu nehmen, arbeiten wir grundsätzlich an mehreren Projekten gleichzeitig. So können wir uns die Zeit nehmen, die es braucht, das Vertrauen der noch dort lebenden Mieter/innen zu gewinnen. Wir kommen erst dann mit der Kamera wieder, wenn sie von sich aus bereit sind, uns ihre Geschichten zu erzählen. Die meist älteren Bewohner/innen sprechen gebrochen Deutsch, haben in Österreich viele Jahre in Fabriken, am Bau oder in der Pflege gearbeitet. Sie erzählen verzweifelt, dass sich seit Jahrzehnten

niemand um das Haus gekümmert habe. In den Wohnungen zeigen sie uns Schimmel und Urinreste an den Wänden. Die Mieter/innen haben keine Erfahrung mit Medien oder Filmkameras, die meisten haben nicht einmal Internet. Aber sie wollen sich mitteilen, ihre Situation öffentlich machen.

Nach unseren ersten Dreharbeiten bemühen wir uns wochenlang um ein Interview mit dem Hausbesitzer, der die Immobilie „entwickeln“ möchte, wie es in der Branche heißt. Wir investieren Zeit und Ressourcen in unsere Recherchen, durchforschten Zuschriften an die Redaktion, und finden nach und nach immer mehr alte Zinshäuser, in denen Mieter/innen ähnliche Probleme haben. Wir sprechen mit Wissenschaftler/innen und Expert/innen aus der Immobilienwirtschaft, erfahren, wie Immobilienentwicklung in Großstädten funktioniert und warum in Wien Wohnungspreise gerade in die Höhe schnellen. Auch die älteren Mieter/innen in dem Haus in Penzing besuchen wir regelmäßig, können zeigen wie sich die Bewohner/innen spontan organisieren und sich Vertreter/innen der Stadt in den Fall einschalten. In unserer Reportage porträtieren wir schließlich drei Häuser und ihre Bewohner/innen. Erst nach sechs Monaten intensiver journalistischer Arbeit haben wir genug Informationen und Filmmaterial, um die Sendung zu gestalten. In dieser lassen wir alle Beteiligten, Mieter/innen wie Immobilienentwickler/innen,

AM SCHAUPLATZ – TOP 10

68-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Geisterorte	30.II.	740
Scheinväter und Kuckuckskinder	10.08.	724
Die Kinder vom Zachhiesenhof	23.II.	655
„Österreich, Nein Danke“	18.05.	644
Die süße Sucht	23.03.	639
Kein Paradies für Mensch und Tier	19.01.	621
Am Rand	14.12.	618
Zuhause ist überall	19.10.	612
Sehnsucht Russland	09.II.	600
Millionen mit dem Wohnen	21.09.	599

mit ihren unterschiedlichen Positionen zu Wort kommen. Wir verfilmen ruhig, aber hartnäckig, wie Stadtentwicklung in konkreten Fällen abläuft und welche Konsequenzen sie hat.

In dieser wie unseren anderen Reportagen geben wir Menschen eine Öffentlichkeit, die sonst nicht gehört werden, die noch nie von Journalist/innen nach ihrer Meinung oder ihrer Geschichte gefragt wurden. Dabei beschränken wir uns nicht auf die Beschreibung von Einzelschicksalen oder eine zweidimensionale Opfer-Täter/innen Rollenzuschreibung. Die vergleichsweise lange Recherche- und Sendezeit, die uns zur Verfügung stehen, erlaubten uns, Problemlagen und Protagonist/innen differenziert zu betrachten. Wir können zeigen, wer von sozioökonomischen Entwicklungen (beispielsweise am Immobilienmarkt) profitiert und welche Interessen und soziale Strukturen dabei

AM SCHAUPLATZ GERICHT – TOP 5

19-mal ausgestrahlt
+ 3-mal 20 Jahr Am Schauplatz Gericht

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Schlecht geteilt	06.04.	725
Geschwisterstreit ums Elternhaus	14.09.	698
Nur über meine Leiche	07.12.	697
Ohne Maulkorb	27.07.	663
20 Jahre Am Schauplatz Gericht	05.10.	648

zum Tragen kommen. Die porträtierten Fallbeispiele, Menschen und Konflikte stehen somit nie nur für sich selbst, sondern geben immer auch Auskunft über gesellschaftliche Problemlagen und Aushandlungsprozesse, zum Beispiel im Bereich der Stadtentwicklung.

Wir erreichen mit unseren Reportagen ein anhaltend großes Publikum. 574.000 waren es 2017 im Schnitt. Aber die Quote ist kein Selbstzweck. Wir wollen die Zuseher/innen gewinnen, weil die Fragestellungen und Konflikte, die wir bearbeiten, von gesellschaftlicher Brisanz sind. Dabei versuchen wir immer auch Lösungen im Konkreten und im Allgemeinen anzustoßen. Im Fall des Penzinger Zinshauses bekommen fast alle Mieter/innen nach Ausstrahlung unserer Sendung vertragliche Zusicherungen, dass sie langfristig in dem neu errichteten Wohnhaus zu für sie leistbaren Konditionen wohnen können. Das macht für mich den Unterschied. ■

Der Text bezieht sich auf die „Am Schauplatz“-Reportage „Millionen mit dem Wohnen“, die am 21.9.2017 ausgestrahlt wurde und für die Kim Kadlec mit dem „Journalismuspreis von unten“ der Österreichischen Armutskonferenz ausgezeichnet wurde.

GESELLSCHAFTS WERT

ORIENTIERUNG

INTEGRATION

BÜRGERNÄHE

KULTUR

VIELFALT

Der Unterschied ist:

Für öffentlich-rechtliche Medien besteht ihr Publikum nicht aus kaufkräftigen Werbezielgruppen, sondern aus der Gesellschaft in ihrer ganzen Vielfalt. Der ORF erfüllt einen verbindlichen und überprüf- baren gesetzlichen Auftrag, der einen Beitrag zur Demokratie in Österreich leistet. Dazu gehört: umfassende Information für alle Alters- und Bevölkerungs- gruppen, Integration und Inklusion, ein umfangreicher Bildungs- und Kulturauftrag.

Public Value bedeutet für den ORF Medieninhalte zu produ- zieren, die Menschen über ihre Unterschiede hinaus mitein- ander verbinden.

Orientierung ORF-Verhaltenskodex: Alle politischen und wirtschaftlichen Verquickungen, die geeignet sein könnten, Zweifel an der Unabhängigkeit aufkommen zu lassen, sind zu vermeiden. Deshalb ist strikt zu achten auf: Unabhängigkeit von (partei-)politischen Interessen, von wirtschaftlichen Interessen, strikte Trennung von Programm und Werbung/Marketing sowie Authentizität. ORF-Leitbild: Der ORF handelt unabhängig von politi- schen Parteien und anderen Interessengruppen und ist ausschließ- lich seinem Publikum und der Gesellschaft verpflichtet. Er leistet einen am Gemeinwohl orientierten Beitrag zur pluralistischen Demo- kratie und begleitet Wandel und Entwicklung der Gesellschaft.

Integration ORF-Gesetz: § 4. (5a) Im Rahmen der gemäß §3 verbreiteten Programme sind angemessene Anteile in den Volksgruppensprachen jener Volksgruppen, für die ein Volks- gruppenbeirat besteht, zu erstellen. § 10. (3) Das Gesamtangebot hat sich um Qualität, Innovation, Integration, Gleichberechtigung und Verständigung zu bemühen. ORF-Programmrichtlinien: Die Angebote des ORF haben zum Abbau von Vorurteilen, insbesondere aufgrund von Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion, Nationalität, politischer Gesinnung, Homosexualität, ethnischer, kultureller und sozialer Zugehörigkeit, beizutragen.

Bürgernähe ORF-Programmrichtlinien: Relevante Themen und Inhalte sind nicht nur zu kommunizieren, sondern im Sinne der Anregung eines öffentlichen Diskurses sowie persönlicher Reflexionen des Publikums auch kritisch zu würdigen. ORF-Leitbild: Der ORF handelt unabhängig von politischen Parteien und anderen Interessengruppen und ist ausschließlich seinem Publikum und der Gesellschaft verpflichtet.

Kultur ORF-Gesetz: § 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft sowie für die Vermittlung eines vielfältigen kultu- rellen Angebots zu sorgen. (4) Insbesondere Sendungen in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft haben sich durch hohe Qualität auszuzeichnen. § 4c. (1) Der Österreichische Rund- funk hat nach Maßgabe der wirtschaftlichen Tragbarkeit ein Fern- seh-Spartenprogramm zu veranstalten, das ein umfassendes Angebot von Sendungen mit Informations- oder Bildungscharakter sowie von Kultursendungen beinhaltet. ORF-Leitbild: Kunst und Kultur sind zentrale Werte für den ORF. Seine Programme und Aktivitäten stimulieren, fördern und vermitteln die kulturelle Viel- falt in der Gesellschaft. Der Kulturauftrag des ORF gilt der gesamten Bevölkerung und erstreckt sich auf alle Lebensbereiche der Men- schen im regionalen, nationalen und globalen Kontext.

Vielfalt ORF-Gesetz: § 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die angemessene Berücksichtigung aller Altersgruppen, die angemessene Berücksichtigung der Anliegen der Familien und der Kinder sowie der Gleichberechtigung von Frauen und Männern, die angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgesellschaften zu sorgen. § 4. (2) Das Angebot hat sich an der Vielfalt der Interessen aller Hörer und Seher zu orientieren und sie ausgewogen zu berücksich- tigen. § 10. (6) Die Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen ist angemessen zu berücksichtigen, die Menschen- würde, Persönlichkeitsrechte und Privatsphäre des Einzelnen sind zu achten. ORF-Programmrichtlinien: Bei der Programmgestal- tung sind alle wichtigen gesellschaftlichen, politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen, sportlichen, wissenschaftlichen, geistigen, religiösen und künstlerischen Entwicklungen zu berück- sichtigen. Allerdings reicht es nicht aus, jeweils etablierte Anschau- ungen und Richtungen wiederzugeben, auch abweichende oder erst aufkommende Entwicklungen sind zu beachten. Bloß originelle Problematik kann aber nicht als Rechtfertigung einseitiger Darstel- lung dienen.

PARADISE

#ULLA KRAMAR-SCHMID

PAPERS

REDAKTEURIN DER
TV-INFORMATION

Es ist ein trüber Februarnachmittag im Vorjahr. Die schmale, aber schlagkräftige Investigativ-Truppe des ORF sitzt im „Ecksalon“ (wie das kleine Sitzungszimmer auf der Newsroom-Ebene unter uns fraglos übertrieben genannt wird). Und – eh klar: Die Sache mit der Videokonferenz nach Washington, unter Einbeziehung von Ungarn, Polen, Malta und Italien, funktioniert einmal mehr nicht so flott, wie sie sollte.

Dabei sind wir alle schon gespannt wie ein Pfitschpfeil. Immerhin, Washington hat zum Conference-Call geladen, und jeder Investigativ-Journalist weiß, wer dort sitzt: das ICIJ, das Internationale Konsortium investigativer Journalisten. Um es vorweg zu nehmen: Das Warten hat sich gelohnt. Das ICIJ hatte nach Offshore Leaks, Lux Leaks, Swiss Leaks und Panama Papers ein neues Projekt in der Pipeline. Einmal mehr waren der Süddeutschen

Zeitung in München sensible Daten über Steuervermeidungsoasen zugespielt worden; einmal mehr hatte das ICIJ diese analysiert und geprüft, welche Länder hauptsächlich davon betroffen sind; einmal mehr hatte sich herausgestellt, dass Österreich eine nicht unwesentliche Drehscheibe beim Verschieben und Vermeiden von Steuern und Vermögen ist. Das ORF-Team war also wieder an Bord. Unter dem Titel „Paradies Papers“ sollte das Ergebnis neun Monate später, im November, on air gehen – gemeinsam mit über 80 namhaften Medien weltweit.

Die Aufgabe von Medien – ob Print, TV oder online – ist unbestritten unter anderem, Fehlentwicklungen aufzuzeigen. Und diese Fehlentwicklungen auch bei der Politik anzuzeigen und zu hinterfragen. Wenn nun, wie bei Panama Papers, Personen ihr Steuervermögen am Fiskus vorbei in ein Steuerparadies umleiten; wenn, wie bei Paradise Papers, milliardenschwere Unternehmen alle verfügbaren Steuerschlupflöcher ausnutzen, um die Steuerpflicht auf ein Minimum zu dämpfen; wenn den Nationalstaaten durch die Steuertricks einiger Privilegierter hunderte Millionen jährlich an Einnahmen entgehen – dann kann von einer Fehlentwicklung gesprochen werden. Und wer sonst sollte sich um diese Fehlentwicklung an vorderster Front kümmern, wenn nicht ein öffentlich-rechtliches Unternehmen wie der ORF – das ja per Gesetz Sorge

zu tragen hat für die „umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtige politischen, sozialen, wirtschaftlichen (...) Fragen“. Sicher, wir könnten es uns auch einfacher machen: Dem Auftrag zur Ausgewogenheit und Objektivität wäre auch mit der bloßen Wiedergabe von Statements politischer und wirtschaftlicher Player Genüge getan – Motto: A-Hörnchen sagt A, B-Hörnchen sagt B. Das entspricht aber nicht dem Selbstverständnis der ORF-Journalistinnen und -Journalisten.

Keine Angst vor Mächtigen

Die gern verbreitete (und deshalb immer noch nicht richtige) Behauptung, der ORF würde den jeweils Mächtigen ohnehin nicht weh tun, wurde nicht zuletzt mit Panama Papers und Paradise Papers widerlegt: Die Investigativ-Gruppe hat es sich mit der mächtigen Raiffeisen-Gruppe angelegt; unsere Recherchen haben den Vorstandsvorsitzenden der landeseigenen Hypo Vorarlberg zum Rücktritt bewegt; wir haben die Justiz im Fall Bawag/Flöttl in Erklärungsnot gebracht – und die Politik in die hochnotpeinliche Situation, wieder einmal darlegen zu müssen, warum auf europäischer Ebene in Sachen Steuergerechtigkeit so wenig weitergeht. Um nur einige Beispiele zu nennen. Und all das mit Wissen und Rückendeckung unserer Führungsebene.

Das war auch und gerade deshalb möglich, weil diese weiß, dass wir hohe Standards an unsere Berichterstattung legen. Weil wir sauber recherchieren. Weil wir lieber dreimal nachfragen statt einen Fehler zu machen. Weil wir auch Gegenargumente abwägen und Gegenstellungnahmen ausführlich zu Wort kommen lassen. Weil wir nicht (einer breiten Öffentlichkeit unbekannt) Einzelpersonen an den Pranger stellen, sondern die Problematik per se anprangern. Weil wir nicht boulevardesk skandalisieren, sondern sachlich informieren. Weil wir Thesen belegen und nicht Behauptungen aufstellen. Weil wir in engem Kontakt mit unserer Rechtsabteilung stehen, die schlussendlich jede Geschichte penibel überprüft. Und weil wir uns schon innerhalb unserer Recherchegruppe eine vorgelagerterte Qualitätskontrolle auferlegt haben, bevor wir eine Geschichte überhaupt zur Geschichte verdichtet haben. Es ist zweifelsohne ein Gütesiegel, dass unsere Berichterstattung beide Male keine Klagen nach sich gezogen hat; und es ist auch ein Gütesiegel, dass es keine nachhaltigen Verwerfungen

REPORT – TOP 3

79-mal ausgestrahlt (inkl. Spezialsendungen)

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Höhepunkte Wahlkampf	11.10.	738
Österreich hat gewählt	16.10.	735
Regierungsprogramm	18.12.	728

THEMA – TOP 3

71-mal ausgestrahlt (inkl. Spezialsendungen)

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Gefährliche Perchtenläufe / Gatterjagd	20.11.	772
Doppelmord – Stiwoll im Ausnahmezustand / Lebenstraum Mikrohaus	06.11.	715
Sexuelle Übergriffe im Sport / NS-Euthanasie in Klagenfurt	27.11.	651

mit den einzelnen Betroffenen unserer Geschichten gegeben hat – weil wir hart, aber fair berichtet haben.

Journalismus wird global

Die Welt hat sich globalisiert, mit ihr Politik, Wirtschaft, Betrug, Geldwäsche, Steuerhinterziehung, Kriminalität. Da kann der Journalismus, der kritische zumal, nicht weiter in nationalen Grenzen denken. Auch er muss sich globalisieren. Nicht umsonst haben die namhaften Verlagshäuser und TV-Anstalten Investigativ-Ressorts, die immer öfter international zusammenarbeiten. Nicht, um sich zu Staatsanwält/innen und Richter/innen aufzuschwingen, sondern um zu zeigen, welche konkreten Auswirkungen globale Fehlentwicklungen auf einen Staat, auf seine Bürger/innen, auf uns alle haben. Auch das ist Aufgabe, wenn nicht DIE Kernaufgabe des öffentlich rechtlichen Rundfunks. ■

HEILMITTEL GEGEN FAKE ALLER ART

#INGRID THURNHER
CHEFREDAKTEURIN
VON ORF III

Es ist schon so, dass mir immer wieder Menschen sagen: „Seit Sie bei Ö3 arbeiten, schau ich immer wieder dieses Programm.“ Das freut mich ganz abseits der Namensverwechslung mit unserem überaus erfolgreichen Radioprogramm natürlich sehr. Der „Dreier“ hat nämlich, ebenso wie sein Bruder vom Hörfunk, ein unverwechselbares Profil – und das nach nur sechs Jahren seines Bestehens.

Wer immer etwa versucht, den öffentlich rechtlichen Programmauftrag zu definieren, kann ganz einfach ORF III einschalten. Der Kultur- und Informations-Spartensender des ORF zeigt zum

Beispiel täglich, wie politische Berichterstattung auch geht. Natürlich könnte ich mich jetzt tief in die Medientheorie begeben, könnte Konkurrenten durchleuchten und erzählen, warum andere weniger seriöse Information im Programm haben als wir – und ganz allgemein dem Thema Politik und politischem Diskurs weniger Aufmerksamkeit zuwenden als wir das tun (nur ein Vergleich: der Anteil von Kultur und Information in allen ORF-Sendern beträgt 38 %; das Kommerz-TV spielt mitunter knapp über 34 % Werbung). Das ist aber gar nicht nötig, um zu verstehen, welche Maßstäbe wir selbst für unser Programm anlegen. Abgesehen von Selbstverständlichkeiten wie Objektivität, Unabhängigkeit und journalistischen Tugenden wie Neugier, Zuhörbereitschaft und Sachlichkeit, wollen wir vor allem nah dran sein an allem, was berichtenswert ist.

Politik im Brennpunkt

Zum einen unmittelbar: Die Liveübertragungen aus dem Parlament zeigen, was unsere Volks-

vertreter/innen mit ihrem Mandat tun. Wir ordnen ein, kommentieren, und erklären, was groß ist, was wichtig – und was weniger bedeutsam ist. Mit dieser Unmittelbarkeit wird aber dennoch ein unverfälschter Blick ins Herz der Politik für alle interessierten Gruppen möglich. Das ist ein Asset der öffentlich-rechtlichen Berichterstattung über politische Vorgänge im Land. Dieser Einblick ist ohne Diskurs darüber aber nicht komplett. Den bietet ORF III mit einer wöchentlichen Diskussionsendung, und die bleibt nah dran an der Arbeit von Regierung und Parlament und lädt Stakeholderinnen und Insider zur Livedebatte.

Komplettiert wird die innenpolitische Berichterstattung von Dokumentationen, für die es sonst in Österreich nirgendwo Platz gibt: ausführliche Einblicke in innenpolitische Vorgänge, wie zum Beispiel der dokumentarische Rückblick auf den Bundespräsidentenwahlkampf 2016, der seinesgleichen in der Geschichte des Landes sucht, oder die Aufarbeitung der Geschichte der Grünen nach ihrem Ausscheiden aus dem Nationalrat. Oder ein innenpolitischer Jahresrückblick, der ausführlich einen kritischen Blick auf das Jahr des politischen Machtwechsels in Österreich wirft. Oder die Portraits über die scheidenden Landeshauptleute, die zum Teil jahrzehntelang die heimische Politik geprägt haben. ORF III leistet sich dazu den tiefen Griff in die Schätze des Archivs, wendet sich aber auch mit neuen Stilmitteln in der Gestaltung der Gegenwart und der Zukunft zu und zeigt innenpolitische Dokumentation „Im Brennpunkt“.

À propos Insider: Mit „Inside Brüssel“ liefert ORF III als einziges österreichisches Medium eine regelmäßige Diskussionsendung direkt aus dem Machtzentrum der Europäischen Union. ORF-Korrespondent Peter Fritz lädt Playerinnen und Beobachter der europäischen Politik zu sich und bringt der kritischen Öffentlichkeit das Projekt Europa näher.

Aber Europa ist eben nicht nur Brüssel. Wo immer in Europa Berichtenswertes passiert, geht „Inside“ outside: Nach Paris, London, Berlin, Rom, aber auch über die Grenzen der Union hinaus nach Istanbul, Washington, Moskau. Dort werden mit deutsch sprechenden Gästen etwa bevorstehende Wahlen oder andere gravierende politische Ent-

wicklungen diskutiert – ein direkter Blick in politische Vorgänge, wie es ihn im österreichischen Kommerz-TV nicht zu sehen gibt, ein Blick, der Europapolitik unmittelbar zeigt.

Nichts wird behübscht

Diese Unmittelbarkeit, dieses nah d’ran Sein prägt insgesamt das Informations-Angebot von ORF III. Ob beim Themen-Montag ein ganzer Abend unter einem Motto steht – mit einem Talk als „added value“, ob in der Wissenschafts-Berichterstattung mit „Quantensprung“ – die Unmittelbarkeit ist letztlich bestes Mittel gegen Fake News. In der Wissenschaftsberichterstattung ist das eine schwierige Herausforderung: Wissenschaft aus dem Elfenbeinturm holen, und doch keine Scheu vor den komplexesten Inhalten haben, das ist unser Anspruch.

Dieser Unmittelbarkeit will ORF III in Zukunft noch mehr Rechnung tragen. Was immer tagsüber passiert, soll sich live im Sender wieder finden – immer mit Analyse und Hintergrund als Mehrwert. Damit kann ORF III auch zum „Breaking-News“-Sender des ORF werden. Zum Profil gehört aber auch Wissensvermittlung – ohne belehrend zu sein. So wird sich demnächst →

ORF III

191H 54M 32S

sendete ORF III Sitzungen des Nationalrates

33H 15M

sendete ORF III Sitzungen des Bundesrates

52-MAL

wurden in „60 Minuten.Politik“ österreichische Parlamentarier/innen befragt

ORF-TV 2017

ORFeins / ORF 2 / ORF III / ORF Sport+

	Anzahl	Sekunden	%
Information	18.540	20.308.705	17
Unterhaltung	18.801	39.033.330	33
Kultur	11.103	24.564.172	21
Sport	20.010	35.149.781	30
Gesamt	68.454	119.055.988	100

im Sender ein „ABC der Wirtschaft“ finden, mit dem Ziel, finanzielle und ökonomische Zusammenhänge leicht verständlich zu erklären. Von Aktien bis Zinsen, kurze Spots mit dem Mehrwert Wissen, ein ganz neues Projekt im Portfolio des Informations-Spartensenders. Und zum Profil gehört auch die vertiefende Auseinandersetzung mit gesellschaftspolitischen Themen. Hier will ORF III Spiegelbild sein. Nichts wird ausgeblendet, beschönigt oder behübscht. Auf den Thementisch kommt, was Sache ist: an einer ur-österreichischen Institution: dem Stammtisch. Mit Gästen aus allen Lebensbereichen, Bildungsschichten und Ausrichtungen. Reden wie an den Stammtischen des Landes – ein Diskurs, der nicht den Konflikt zum Ziel hat, sondern die Darstellung aller Meinungs-Tendenzen im Land. Mit diesem Programm-Portfolio schaffen wir einen Kontrapunkt zur teils überhitzten, zugespitzten Debatte im Land. Ein ordentliches Maß an „Constructive Journalism“ als Heilmittel gegen Fake aller Art.

Information ... und Kultur!

Dazu kommen Formate, die bereits echte Erfolgsgegaranten des jungen Spartensenders ORF III sind: Das „DialogForum“, zum Beispiel, das dem Diskurs zu Medienpolitik Plattform bietet. Oder „Erlesen“ – neben „LesArt“ in ORF 2 die einzige Büchersendung auf dem heimischen TV-Markt. „Treffpunkt Medizin“ ist ein verlässlicher Sende-

60 MINUTEN POLITIK

Eine Auswahl / 21-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Make Europe great again – Wie kommt die EU aus der Krise?	09.02.	40
Der neue Koalitions пакт – Ein Sicherheitspaket – auch für Regierung?	02.02.	38
Umverteilung und Rückkehr-Tausender: Die richtige Flüchtlingshilfe?	30.03.	27
Neues Jahr, neuer Deal: Was schafft die Regierung 2017?	19.01.	26
Türkei-Konflikt: Nächste Zerreißprobe für die EU?	16.03.	26
Die Last-Minute-Bildungsreform	22.06.	20
Werden mit der Familienpolitik also die falschen Anreize gesetzt? Und wann kommt die Trendwende?	09.03.	18
Sozialstaat Österreich – Nicht für alle?	23.03.	15
Mindestlohn und Arbeitszeit – Geht da noch was?	08.06.	15

platz für Gesundheitsthemen. Der wöchentliche Zeitgeschichte-Schwerpunkt am Samstag vertieft die Auseinandersetzung mit österreichischer Geschichte. Und natürlich alles, was die Kultur beiträgt: Opern- und Konzertübertragungen, die tägliche Kultur-Nachrichtensendung „Kultur heute“, und, und und. In kommerziellen Sendern hätte kaum etwas davon Platz. Das ist öffentlich-rechtliche Kernkompetenz vom Feinsten. ■

IT'S THE **#HANS HRABAL** REDAKTEUR BEI „ECO“ ECONOMY, ...!

In wirtschaftlich schlechten Zeiten bieten Hintergrund-Information und Erklärkompetenz der öffentlich-rechtlichen Wirtschaftsberichterstattung Service und Orientierung, die für das Publikum oft pures Geld wert sind.

Schlechte Zeiten für die Wirtschaft sind gute Zeiten für die Wirtschaftsberichterstattung. Klingt es auch zynisch, so könnte man die Jahre seit 2009 demnach als die besten bezeichnen, die sich für Wirtschaftsjournalisten in der jüngeren Vergangenheit boten. Die Zeit war geprägt durch eine globale Finanz- und Wirtschaftskrise, eine – vor allem europäische – Staatsschuldenkrise und von teils harten darauf folgenden Einsparungen. Dazu kam ein Verfall der Zinsen, eine extrem schwierige Zeit für Anleger, und eine beinahe hysterische Suche jener, die noch Geld hatten, nach einigermaßen sicheren und ergiebigen Investitionen.

Auch in der ORF-Wirtschaftsberichterstattung im Fernsehen hat sich dieser Zusammenhang – zwischen wirtschaftlich konnotierten Krisen und Berichterstattung – ausgewirkt. Selten zuvor in

den vergangenen Jahrzehnten haben unsere Wirtschaftsformate so stabile Nachfrage bei den Seherinnen und Sehern generiert. Die Wirtschaftsredaktion des aktuellen Dienstes Fernsehen, also der ZiBs, hat in dieser Zeit sehr oft die Aufmacher-Geschichten für die Hauptabendnachrichten verantwortet und Innenpolitik, Außenpolitik, Kultur, sogar Sport auf die Ränge verwiesen. Und das Wirtschaftsmagazin ECO mauserte sich vom einst eleganten Ratgeber für jene, die über ein wenig Kapital verfügten, zum stabilen Quoten-Garanten, in dem die von den sich überstürzenden Ereignissen betroffenen Menschen jeden Donnerstag nach der ZiB2 die wichtigsten Wirtschaftsthemen noch einmal hintergründig erläutert und erklärt bekamen. Quoten von bis zu 25 Prozent und Reichweiten von rund 450.000 Zuseherinnen und Zusehern waren in den letzten Jahren für ECO eher die Regel als die Ausnahme. Das 30-minütige wöchentliche Wirtschaftsmagazin wurde in dieser Zeit eine der stabilsten und erfolgreichsten Sendungen der ORF-TV-Magazinfamilie überhaupt.

Freilich. Der öffentlich-rechtliche ORF war mit der verstärkten Nachfrage nach qualifizierter Wirtschaftsberichterstattung in diesen Jahren keine solitäre Erscheinung. Die Wirtschaftsberichterstattung der größtenteils privaten →

ECO – TOP 5

93-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Elektroautos / Wandertourismus / Saftige Geschäfte	10.08.	481
Ski-Winter / Finanzierung ohne Bank (Crowdfunding) / Marshallplan	09.11.	459
Facharbeiter dringend gesucht / Medienstandort Österreich / Fischzucht in Österreich	12.10.	453
Neustart – wie die Regierung Jobs schaffen will: Arbeitsmarkt NEU / Strom wird teurer / Wirtschaftsfaktor Ball	02.02.	444
Chefsache Steuerreform / Pflege auf dem Bauernhof – Green Care / Sitzenbleiben	07.09.	443

Qualitätsmedien im Printsektor erfreute sich ebenfalls einer gesteigerten Aufmerksamkeit, davon können die Kolleginnen und Kollegen etwa von der „Presse“ und vom „Standard“ ein Lied singen.

Nichts davon im Kommerz-TV

In den kommerziellen Fernsehangeboten, egal ob als österreichische oder als deutsche Programmproduktionen ausgewiesen, herrschte in Sachen Wirtschaft allerdings Notstand. Unsere heimischen Konkurrenzprogramme boten den Konsumentinnen und Konsumenten in wirtschaftsjournalistischer Hinsicht nur wenig bis nichts. Hartnäckige Recherchen und Hintergrund-Informationen rund um aktuelle, globale, komplexe Ereignisse – nichts. Interviews und kritisches Nachfragen bei europäischen oder österreichischen wirtschaftspolitischen Akteuren und Experten – nichts. Aufwendige Erklär-Grafiken, wie es im ORF-Fernsehen ein besonderes Service etwa der ECO-Redaktion und der ORF-Fernsehgrafik sind – nichts. Verstehen Sie mich bitte nicht falsch. Hier will niemand den privaten Mitbewerbern dieses Defizit vorwerfen.

Wirtschaftsberichterstattung, so scheint es, ist demnach ein besonderes Alleinstellungsmerkmal des öffentlich-rechtlichen ORF. Jedenfalls im Fernsehen. Jedenfalls in Österreich. Und das ist auch nachvollziehbar. Warum? Qualitative Wirtschaftsberichterstattung, insbesondere im Fernsehen, ist schwierig, aufwendig, teuer.

Wirtschaft fordert Expertise

Wirtschaftliche Themen sind oft abstrakt, werden – auf den ersten Blick – von nüchternen, nackten Zahlen und Fakten beschrieben. Die muss man als Programmacher zuerst einmal selbst verstehen, und dazu braucht es natürlich qualifiziertes Personal, das nicht frisch aus der Journalistenschule kommt, und schon gar nicht auf Bäumen wächst. Wirtschaftsjournalistinnen und Journalisten in den ORF-Formaten müssen immer auch selbst Expertinnen und Experten in inhaltlicher Hinsicht sein. Und dann müssen sie die komplexen Fakten und Gegebenheiten natürlich noch erfolgreich vermitteln.

Aber nur wenig ist beim Fernsehmachen schwieriger, als abstrakte Zusammenhänge in verständliche Bilder zu übersetzen. Fernsehen ist aktionsgetrieben, lebt von der Emotion, von Mimik und Gestik, von Betroffenen, mit denen das Publikum mitleben, mitleiden kann, gar nicht so selten von übertriebener Zur-Schau-Stellung, auch von purer Inszenierung. All das gibt es rund um wirtschaftsspezifische Berichterstattung so gut wie nie. Wirtschaftspolitische Akteure, Managerinnen, Banker, Unternehmerinnen sind eher nicht spontan und erstaunlich öffentlichkeitsscheu. Sie haben viele Termine oder schieben diese vor, wollen nur ins Fernsehen, wenn sie alles kontrollieren und das vorher planen können.

Problem: Bildermangel

Wirtschaftspolitische Experten wiederum neigen zu trockener und unverständlicher Sprache. Sie halten nichts von Vereinfachung (wie es das Fernsehen benötigt), sondern empfinden sich umso kompetenter, desto facettenreicher und komplizierter ihre Hypothesen sind. Einen Wirtschaftsforscher kompetent zu interviewen ist schwierig. Ihn (oder sie) sanft zu zwingen ihre Position auf den Punkt zu bringen, eine Kunst. Eine Wirtschaftsforscherin so zu schneiden, dass

WIRTSCHAFT ZUM MIT- REDEN IM RADIO: JOURNAL PANORAMA

Thema der Sendung	Datum
Auf der Flucht vor dem Wasser: Die Folgen des Klimawandels auf den Philippinen	23.03.
Ins Netz gegangen, im Netz gefangen? Die Zukunft des Einkaufens	02.01.
Haus ohne Stromanschluss. Die Zukunft der Energiewirtschaft?	27.12.
Darknet – Das Netz des Bösen	16.08.

die Aussage, die sie im Interview gemacht hat, nicht fälschlicherweise inhaltlich verkürzt oder verändert wird, sie durch den Schnitt nicht nur kürzer, sondern auch noch spannender, verständlicher zu machen, ist allerdings die eigentliche Herausforderung. Und dann die Bilder! „Die Zinsen steigen.“ „Der Euro fällt.“ „Draghi stützt die Anleihenkurse abermals mit Zig-Milliarden Euro.“ „An der Wall Street gehen die Aktienkurse durch die Decke. Der Dow Jones erreicht Höchststand.“ Das alles kann man, mit Verlaub, nicht so zeigen, wie man es sagt. Denn diese Bilder gibt es nicht, außer vielleicht als Zahlenreihe auf einer digitalen Anzeigetafel, und die wiederum lockt keinen Zuseher hinter dem Ofen hervor, geschweige denn bedient dieses eher langweilige Sujet seine Lust an bunten, starken, einprägsamen, ereignisreichen Fernsichtbildern. Einfach rechtzeitig dabei sein und draufhalten, das funktioniert in der Wirtschaftsberichterstattung zumeist leider nicht.

Wirtschaftsberichterstattung, insbesondere in Magazinen mit hohem Erklär- und Hintergrundanspruch besteht in der Mehrzahl nicht aus Reportagen, sondern aus Beiträgen, die man „gebaute Geschichten“ nennt. Diese Geschichten zu bauen, ist mühsam und langwierig. Man

ÖI SALDO

Eine Auswahl

Thema der Sendung	Datum
Die Lufttaxis sind im Anflug – fortschreitende Entwicklung von marktreifen Drohnen zum Transport von Menschen	01.12.
Das Geschäft mit dem Wahlkampf	20.10.
Sicherheitsnetz oder Hängematte – Pro und Contra des bedingungslosen Grundeinkommens	01.09.
Ein Jahrzehnt im Krisenmodus – Der Finanzcrash 2007 und seine Konsequenzen	23.06.
Der Preis für ethisches Wirtschaften	19.05.
Die schwierige Entscheidung zwischen Uni und FH	28.04.
Goodbye Großbritannien – wirtschaftliche Folgen des Brexit	31.03.
Die letzten Fleischhauer	10.02.
Vom Modellbastler zum Weltmarktführer – die Wiener Firma Schiebel	20.01.

braucht einen Plan. Muss jede Zahl, jeden Fakt, jedes Bild, jede Aussage mühsam einzeln recherchieren und zusammentragen und sie dann, wie ein Puzzle, zu einem sinnvollen, verständlichen, möglichst spannenden Ganzen zusammenfügen. Auch bei kurzen Wirtschaftsbeiträgen ist das so. Auch wenn sie trocken erscheint, Wirtschaftsberichterstattung ist fast immer um einiges aufwendiger, als bloss darüber zu berichten, wenn an der Donau der Wasserpegel steigt, weil es tagelang geregnet hat. Und dass diese sehr spezifische Form der Berichterstattung vom öffentlich-rechtlichen ORF erbracht wird, sehr viel häufiger, konsequenter und, wie ich meine, besser, als von der privaten TV-Konkurrenz, zeigt nur einmal mehr, wodurch wir uns von ebendieser unterscheiden wollen und sollen! ■

DAS RECHT DER KINDER

#URSULA HOFMEISTER

PROGRAMMCHEFIN VON
„RADIO BURGENLAND“

„Sie sind das schwierigste Publikum der Welt!“ – dieser Satz fällt häufig, wenn Künstler/innen über Kinder sprechen.

Ihre unmittelbare Ehrlichkeit, ihre Bereitschaft sofort eine unbestechliche Meinung zu äußern und bei Missfallen die Aufmerksamkeit zu entziehen, können den erwachsenen Entertainer/innen Angst einflößen oder fordern zumindest ihren höchsten Respekt. Sätze, die wir regelmäßig im selben Wortlaut hören wie den eingangs geschriebenen, empfinden wir schnell als Plattitüde. Doch in diesem Fall ist die Aussage – und sei sie noch so abgenutzt – keineswegs belanglos.

Wer Kinder als schwieriges Publikum betrachtet, der begegnet ihnen auf Augenhöhe. Sichtbar wird das auf einem Foto im Internet, wenn die Ratte Rolf Rüdiger sich dem Publikum vorstellt. Ihr alter Ego, der Moderator Robert Steiner, hat seinen Kopf neben der Plüschratte mit den großen Augen, und sie stellen sich gemeinsam als gleichwertiges Moderatorenpärchen vor. Es ist ein achtsames Menschenbild, das durch dieses Bild und die

Beschreibung des jungen Publikums sichtbar und in unserem Unternehmen gelebt wird – und es ist leider kein Selbstverständliches. Alle Jahre wieder sendet der ORF ein kleines Drehteam nach Rumänien, um dort die Sozialprojekte der katholischen Kirche Österreichs zu besuchen. Es ist eine Presse-reise, die meist nachdenkliche Redakteurinnen und Redakteure auf die heimischen Schnittplätze zurückbringt. Denn das Leben der Straßenkinder, die nur wenige Kilometer von unseren Grenzen entfernt in einem Mitgliedsstaat der Europäischen Union zuhause sind, hat mit unseren Vorstellungen von einer glücklichen Kindheit nicht viel gemein. Am Bahnhof in Bukarest begegnet man jungen Menschen, die keine Ahnung haben, wer ihre Eltern sind. Ein Dach über den Kopf finden sie, indem sie durch ein kleines Loch in das Kanalsystem unter dem Hauptbahnhof klettern und sich dort einen Schlafplatz mit Ratten und Hunden teilen. Viele Kinder imitieren Straßenkötter, weil diese die einzigen Lebewesen sind, die sie sozialisieren.

Keine Kraft für Träume

Was auf keinem Fernsehbild zu sehen sein kann, sind die Gerüche. Der Gestank von Unrat, menschlichem Schweiß und entzündeten Wunden wird

überdeckt von dem beißend stechenden Odeur eines billigen Klebstoffes, den sich die Straßenkinder auf Plastiksäcke schmieren und inhalieren, weil sie kein Geld für echte Drogen haben und doch irgendetwas benötigen, um sich zu betäuben. Das Unerklärliche für die Besucher/innen aus Österreich ist aber, dass viele, die die Möglichkeit hätten, ihr Leben als rumänisches Straßenkind hinter sich zu lassen, es dennoch nicht tun. Sozialprojekte, die mit Spendengeldern aus Österreich finanziert werden, würden ihnen ein warmes Zimmer, eine Ausbildung, ein Leben in einem familienähnlichen Verband bieten, und doch gehen viele zurück in den Kanal unter dem Bahnhof von Bukarest. Die Sozialarbeiter/innen nennen dieses Phänomen: „Die Freiheit der Straße.“ Ein geregeltes Leben zu führen, bedeutet, jeden Tag aufzustehen, sich sauber zu machen, seine Leistung zu erbringen – das ist mitunter anstrengend, und die erforderliche Energie haben einige dieser Kinder und Jugendlichen einfach schon verloren. Sie haben keine Kraft mehr zu träumen. Michael Ende hat in seiner „Unendlichen Geschichte“ die Parallelwelt Phantasien beschrieben. Sie wird von einem schwarzen Loch, einem bösen „Nichts“ verschlungen, weil die Menschen aufgehört haben zu träumen. Es scheint tatsächlich so zu sein: Da, wo es keine Zukunftsperspektiven, wo es keine Träume mehr gibt, da ist auch für die kleinsten Kinder ... nichts.

Beschönigen ist nicht öffentlich-rechtlich

Diese Tatsache zu berichten, darauf haben einige Kolleginnen und Kollegen aus anderen Medienhäusern verzichtet. Die Gründe sind offensichtlich. Es ist leicht, sich auf die Kinder und Jugendliche zu konzentrieren, deren Leben durch die Sozialeinrichtungen tatsächlich drastisch verbessert worden ist. Ihre Geschichte zu erzählen ist die „schönere Story“ und einfacher zu „verkaufen“, denn sie berichtet von einem vermeintlichen „Happy End“. Vielleicht sogar unbewusst lassen sie damit aber die anderen Mädchen und Buben am Bahnhof in Bukarest zurück.

Der französische Philosoph und Medienkritiker Paul Virilio hat Anfang der 90er Jahre begonnen ikonische Fernsehbilder zu kritisieren. Die abstrakten Abbildungen der Satellitenkameras, die damals während des Golfkriegs gezeigt worden

sind, haben aus Bomben grau-grüne Blitze gemacht. Man sah kein Blut mehr, keine Toten, keine Verzweiflung. Es wurde suggeriert, es gäbe so etwas wie einen „sauberen Krieg“. Virilio warnte davor, dass diese Art der Berichterstattung die Möglichkeit zukünftiger Kriege fördern würde. Wenn wir also drauf verzichten, die Perspektivlosigkeit der Kinder im Kanalsystem von Bukarest zu dokumentieren und lediglich die idyllischen Bilder eines gelungenen Sozialprojektes transportieren, ermöglichen wir dann nicht den Fortbestand unterlassener Hilfeleistung für diejenigen, die nicht mehr die Kraft haben, sich aus diesem Leben zu befreien? Suggestieren wir damit nicht eine „saubere Armut“ ein „sauberes Elend“, das mit einer kleinen Spende leicht zu beheben ist?

Als öffentlich-rechtliches Medienunternehmen ist es unsere Aufgabe, objektiv zu berichten, und wir haben an uns den Anspruch gestellt, die Rechte von Kindern und Jugendlichen zu wahren. Die Diskussionen, die am Schnittpunkt nach der jährlichen Reise zu den rumänischen Straßenkindern entstehen, drehen sich hauptsächlich um dieses Thema: Welche Bilder sollen/dürfen/müssen wir zeigen – wie können wir die „Wahrheit“ berichten, ohne sie durch unsere subjektive Sichtweise zu dem Erlebten zu verändern? Dass es dazu keine allgemeingültige Antwort gibt, und jede Redakteurin und jeder Redakteur regelmäßig ihren/seinen eigenen Weg findet, ist Teil des demokratischen Objektivierungsprozesses. Dass bei der Darstellung der rumänischen Straßenkinder-Projekte jedoch regelmäßig auf die Abbildung von Sozialromantik verzichtet wird, zeigt den reflektierten Umgang mit unserer medialen Verantwortung.

Kinderprogramm auf Augenhöhe

Sonntagfrüh, Kinder rufen bei Radio Wien an, um der Ratte Rolf Rüdiger und dem Moderator Robert Steiner knifflige Fragen zu stellen. Es ist eine einzigartige Radiosendung, die auch von kinderlosen Erwachsenen gerne gehört wird. Denn auch wenn es ein Kinderprogramm ist, so ist es nicht kindisch. Wer in den Morgenstunden das Radio einschaltet, der erlebt keinen Abschaltimpuls. Genauso wie sich Kinder ganz natürlich in unser Leben integrieren und es bereichern sollen, so fügt sich diese Sendung harmonisch in die ORF-Angebote ein. Es ist ein Gegenpol zu einer Gesellschaft, die →

EIGENPRODUKTIONEN IN „OKIDOKI“

Eine Auswahl von Sendungen aus dem einzigen österreichischen TV-Kinderprogramm

WISSENSCHAFTSFORMATE

27 x Knall Genial

12 x 7 Wunder

12 x Genauso geht's

QUIZ- & GAMESHows

48 x 1,2 oder 3

113 x Rätselburg

KUNST & MAGIE

6 x Trickfabrik

MAGAZIN SENDUNGEN

86 x Hallo Okidoki

82 x Tolle Tiere

47 x Helmi

FIKTION & UNTERHALTUNG

97 x ABC Bär

33 x Tom Turbo Detektivclub

26 x Tom auf heißer Spur

113 x Servus Kasperl

30 x Franz Ferdinand

KOCHSHOWS

18 x Schmatzo – Koch-Kids-Club

25 x Schmatzo – Kochen mit WOW

partiell Tendenzen zeigt, Kinder aus dem Alltag verbannen zu wollen. Kinderlose Restaurants, kinderlose Hotels, kinderlose Flüge – wer spielende Kinder und lautes Gelächter bereits als Zumutung empfindet, wer sollte dann Interesse an einem schonungslosen Bericht über rumänische Straßenkinder haben? Die Bedürfnisse, aber auch den Wert von Kindern sichtbar zu machen und sie nicht unsichtbar werden zu lassen, das gilt sowohl für das mediale Angebot als auch für Berichte, die von, für oder über Kinder gemacht werden. Es beginnt mit dem Hinsehen und endet idealerweise mit einer Kommunikation auf Augenhöhe.

Rolf Rüdiger zieht gerade seinen imaginären Hut vor einer achtjährigen Anruferin, die eine besonders gute Frage gestellt hat. Pädagogisch wertvoll erheben die Figuren im ORF Kinderprogramm nicht den berühmten und veralteten Zeigefinger. Die Plüschratte hat so gar nichts mit den Tieren zu tun, die im Kanal von Bukarest die Straßenkinder plagen. Für die rumänischen Buben und Mädchen macht niemand eine Radiosendung. Insgesamt 22 Stunden gewaltfreies, werbefreies Kinderfernsehprogramm pro Woche ist ein Luxus, den sie wahrscheinlich niemals kennenlernen werden. Schade, denn Tom Turbo, Helmi oder der Kasperl sind Figuren, die selbst in vielen Erwachsenen noch Bilder wach rufen und zum Träumen anregen. Möglicherweise sind es tatsächlich die Träume, die uns Kraft geben, auch verworrene Situationen zu meistern, uns anspornen, uns weiterzuentwickeln und uns um eine bessere Zukunft zu bemühen. Unbestritten ist jedoch, dass dort, wo Träume sind, nicht Nichts ist.

Wenn unser Anspruch im Kinderprogramm also der ist, die Aussichten unserer Kinder zu verbessern, indem wir ihre Fähigkeit zu träumen anregen, dann ist der Satz erst Recht keine Plattitüde mehr: „Kinder sind das schwierigste Publikum der Welt!“ ■

Ursula Hofmeister wurde für ihren Beitrag „Wohnen Träume überall“, der auf ORF III gesendet wurde, mit dem Medienpreis für Kinderrechte ausgezeichnet.

VIELE FEINE UNTERSCHIEDE

#CEDOMIRA SCHLAPPER

**JOURNALISTIN AUS ÖSTERREICH,
SLOWENIEN ODER SERBIEN**

Warum soll eine Hausfrau aus Tirol etwas über einen somalischen Kulturverein in Wien erfahren? Und warum soll ein Pensionist aus der Steiermark sich ein Porträt über ein afghanisches Flüchtlingsmädchen, das Schauspielerin werden möchte, anschauen?

„Endlich kommen Sie auch einmal zu uns filmen“, sagt mir die bosnischstämmige Pflegehelferin Zahra bei meinem letzten Dreh in unsicherem Deutsch. Sie umarmt mich herzlich zur Begrüßung, obwohl wir uns nicht persönlich kennen und nur im Vorfeld meiner Recherche telefoniert hatten, über ihre Arbeit im Pflegeheim und bosnischen Kulturverein. Solche Begegnungen habe ich als Redakteurin für die Sendung „Heimat Fremde Heimat“ laufend. Die Menschen aus den verschiedensten Communities, die ich bei ihnen zuhause oder bei ihrer Arbeit mit meinem Kamerateam

besuchen komme, empfinden es als Privileg, in einer ORF-Sendung als Interviewpartner vorkommen zu dürfen. Denn ihrem Empfinden nach tun sie das viel zu selten und wenn, dann eher im Zusammenhang mit Negativbegriffen wie „integrationsunwillig“, „Islamismus“, „Terror“ und anderen Verbrechen. So empfinden sie es. Obwohl meine Kollegen und Kolleginnen aus der Minderheitenredaktion und ich oft das Gefühl haben, dass wir schon nahezu alle interessanten Projekte von Integrations- und Kulturvereinen oder migran-tischen UnternehmerInnen und AktivistInnen im Programm hatten, offensichtlich täuschen wir uns. Denn Projekte und Initiativen, die das Zusammenleben in Österreich stärken und bereichern, poppen seit Jahrzehnten auf wie heißes Popcorn. Es gibt so viele einzelne Personen, die sich täglich in Sachen Integration bemühen, ohne dass das je publik gemacht wird und sie für ihre Verdienste öffentlich gelobt oder gar belohnt werden.

So wie Zahra – sie arbeitet als Altenpflegerin und engagiert sich in einem Kulturverein. In ihrer bosnischen Heimat war sie Universitätsassistentin, bevor der Krieg ausbrach. In Österreich landet →

INTEGRATION IM ORF-TV

Schlagwort	Anzahl
Flüchtling	2.991
Integration	1.010

sie in der Altenpflege – einem Job, den sie trotz familienfeindlicher Arbeitszeiten und schlechter Bezahlung von Herzen gerne macht. Beim Dreh herrscht kurzzeitig Verwirrung: Zahra (ausgesprochen mit stimmhaftem S: „Sachra“) stellt sich als Sara vor – so wie auch viele deutschsprachige Frauen heißen. „Das ist für die Leute hier einfach leichter“, stellt sie klar. Seit sie in Österreich lebe, habe sie sich daran gewöhnt „Sara“ zu sein, sagt Zahra schulterzuckend.

Sich erklären macht keine Freude

Ich kann sie verstehen, schließlich heiße ich ja Čedomira – ausgesprochen klingt das wie „Tschedomira“. Die Abkürzung meines Namens lautet Čeda („Tscheda“). Viele Menschen können sich aber auch die Kurzversion meines Vornamens nicht merken (oder machen sich nicht die Mühe) und nennen oder schreiben meinen Namen dann in folgenden Varianten: Keda, Zeda, Jedda, Cheddar, Schedda usw. So wie Zahra, habe ich mich daran gewöhnen müssen. Ich spreche mit Zahra Serbokroatisch, das ich fließend beherrsche, um ihr die Anspannung vor dem Interview zu nehmen und frage sie, ob sie mir ihr liebstes Sevdah-Lied (das sind uralte, traditionelle bosnische Liebeslieder) nennen kann. Es sei derzeit „Čudna jada od Mostara grada“ (auf Deutsch: Seltsamer Schmerz aus der Stadt Mostar), aber sie wolle sich nicht festlegen, sagt Zahra lachend. Schon wirkt sie entspannter. Während mein Kamerateam das Setting aufbaut, entsteht, wie so oft, eine

HEIMAT FREMDE HEIMAT – TOP 5

87-mal ausgestrahlt (inkl. Spezialsendungen)

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Migranten-Wahl 2017 / Wahl-Pass egal / Slowakisch-österreichisches Grenzleben	01.10.	141
Rechtsextremismus-Anstieg / Carneval in Schärding / Vorstadttheater	08.10.	141
Steirische Slowenen – unsichtbare Volksgruppe?	29.10.	113
Juden in Österreich / Weitblicke – Oberrabener Eisenberg	05.11.	105
Volksgruppen – Wiener Slowaken	19.11.	102

Diskussion, welche Sprache Zahra und ich denn nun tatsächlich sprechen – Serbisch, Kroatisch, Bosnisch oder am Ende gar Slowenisch? „Ach so, früher in Jugoslawien habt’s eh alle gleich geredet und heute nicht mehr, alles klar!“, will es der Kameramann am Ende ungewollt unsensibel auf den Punkt bringen. Ich sehe wie Zahra nervös wird und sich als Bosniakin, die in den 1990er-Jahren vor dem Bürgerkrieg nach Österreich geflohen war, durch die Frage verunsichert und auch ein wenig gedemütigt fühlt. Sie starrt jetzt auf die eingerahmten Fotos an der Wand über ihrem Büroschreibtisch, auf denen bosnische Sehenswürdigkeiten zu sehen sind, und schweigt. Ich selbst bin Kärntner Slowenin und werde, seit ich denken kann, von meinen Mitmenschen in Österreich (und am häufigsten in Kärnten selbst) gefragt, „was“ das eigentlich genau sei. Wenn ich dann auch noch erwähne, dass mein Vorname aus Serbien stammt, herrscht in punkto Identität absolute Verwirrung: „Hä? Bist Du jetzt aus Serbien oder Slowenien?“, werde ich (von autochthonen Österreicher/innen, nie von Migrant/innen) so häufig gefragt, dass ich dann aus Trotz gerne antworte, ich sei slowenische oder serbische Migrantin. Je nach Laune, wechsle ich meine Staatsangehörig-

keit. Beim ständigen Sich-erklären-Müssen kommt nämlich keine Freude auf. Im Gegenteil, es hinterlässt das Gefühl, nicht ganz dazuzugehören. Dein Name ist Teil Deiner Identität. Genauso, wie Deine Sprache oder Religion. Das ist Dir nur bewusst, wenn das jemand in Frage stellt. Von selbst würde Dir das In-Frage-Stellen Deiner Identität ja nie einfallen. Warum sollte es auch.

Man übe sich also am besten in Gelassenheit. So wie Zahra. Wir sprechen über ihre Fluchtgeschichte und vergleichen die Situation in den 1990er Jahren, als Österreich an die 90.000 Bürgerkriegsflüchtlinge aus Bosnien aufnahm, mit den heutigen Flüchtlingsbewegungen. Zahra erklärt uns die vielen Unterschiede aus Ihrer Sicht, sieht aber auch genauso viele Parallelen. „Heute bin ich hier zuhause und werde auch nicht in der Pension nach Bosnien zurückkehren“, beantwortet Sie meine Frage nach ihrer Wunsch-Heimat. „Unten habe ich ja nichts mehr“, sagt die heute 56-Jährige. Unten ist sie heute eine Fremde. Die Fragen über den Krieg kann Zahra nicht auf Deutsch beantworten – sie findet nicht die richtigen Worte. Sie will lieber in „unserer“ Sprache sprechen, verrät sie mir, so fühle sie sich sicherer. Naravno, može! Selbstverständlich ist das möglich! Später werde ich die bosnischen Statements in meinem Beitrag untertiteln. Bei „Heimat Fremde Heimat“ ist die Originalsprache immer zu hören – es gibt kein Voice over. Das bedeutet zwar mehr Arbeit für mich als Redakteurin – aber die Zuschauer/innen danken es einem später, weil sie endlich einmal hören konnten „wie dieses Bosnisch schön klingt“. Und auch beim nächsten Community-Besuch werde ich berührte Menschen treffen, die sich aufgewertet fühlen, weil „endlich auch einmal unsere Sprache im Fernsehen vorkommt“. Mir kommt mein „Migrationshintergrund“ sehr zugute und meinen Kolleg/innen in der Redaktion auch. Man kann sich leichter in die Lebensrealität und Denke seines Gegenübers hineinversetzen und stellt dadurch ganz andere Fragen und achtet auf Details, die sonst ungesehen bleiben.

Viele Zuschauer/innen berichten uns, dass sie durch unsere Reportagen und Features über die vielen Communities, die in Österreich leben, ein besseres Gefühl für ihre Mitmenschen gewinnen können. Denn es sind die feinen Unterschiede, um

FM4: HERKUNFTSSTAATEN DER MITARBEITER/INNEN

Argentinien	Großbritannien	Norwegen
1	9	1
Australien	Ghana	Neuseeland
1	1	1
Barbados	Ungarn	Peru
1	1	1
Bulgarien	Irland	Philippinen
1	2	1
Kanada	Iran	Slowenien
2	1	1
China	Italien	Sudan
1	2	1
Tschechien	Südkorea	Slowakei
1	1	1
Deutschland	Nigeria	Türkei
4	1	2
Ägypten	Holland	USA
2	1	5

die so viele nicht Bescheid wissen. Wir brauchen mehr migrantische Journalist/innen und mehr Geld für die Berichterstattung über migrantische Themen. Das Thema Diversity wird bei bestehenden und neuen Integrationsproblemen sowie den sich anbahnenden Migrationsbewegungen von großer Bedeutung werden – wenn wir unsere Demokratie behalten und weiter ausbauen und den Ruck in Politik und Gesellschaft Richtung Populismus nicht weiter begünstigen wollen. ■

Čedomira Schlapper ist 2018 für den „CIVIS-Medienpreis“ nominiert.

DAS PRIVILEG NICHT ERPRESSBAR ZU SEIN **#PETER RESETARITS** **„BÜRGERANWALT“**

In der angeregten Diskussion um die Notwendigkeit eines Öffentlich-Rechtlichen sind bereits alle möglichen „Für und Wider“ herangezogen worden. Ich möchte aus eigener Wahrnehmung ein Pro-Argument vertiefen, das meiner Ansicht nach zu wenig gewürdigt wurde.

Es ist eine Tatsache, dass bei einem starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der einen durch diverse gesetzlichen Regelungen definierten klaren Auftrag hat, journalistische und wirtschaftliche Interessen streng getrennt werden können. Was ein wenig spröde klingt, ist ein altherwürdiger hoher Anspruch, der in der modernen Medienwelt wohl ein wenig in den Hintergrund gerückt ist. Man tut sich heutzutage als Medienkonsument oft schwer, redaktionell und werblich Dargebotenes auseinanderzuhalten. Oft geht das auch deswegen nicht, weil Gekauftes und journalistisch Inspiriertes eine seltsame Mischform einge-

gangen sind. In der ORF-Berichterstattung über Beschwerden aller Art, die Bürger/innen gegen Versicherungen, Banken, Konzerne und sonstige übermächtige Gegner/innen erheben, musste ich noch nie Rücksicht darauf nehmen, dass ein potenter Werbekunde, eine Werbekundin vielleicht vergrämt werden könnte. Wir mussten uns bei den Bürgersendungen über angeblich geprellte, betrogene, schlecht operierte, mangelhaft aufgeklärte, unfreundlich behandelte oder sonst wie „eingefahrene“ Beschwerdeführer/innen nie darum sorgen, dass eine geplante lukrative Werbung im ORF wegen unserer Berichterstattung vielleicht gestoppt oder reduziert werden könnte, oder dass vielleicht eine „Kooperation“ aufkündigt wird.

Mir ist natürlich bewusst, dass dies eine privilegierte journalistische Basis ist, von der aus wir im ORF arbeiten können. Eine, von der Kolleg/innen in kommerziellen Medien, aber auch in mancher sogenannten Qualitätszeitung nur träumen können. Aber ich halte es für wichtig, dass es eine starke publizistische Stimme im Land gibt, die sich nicht darum kümmern muss, ob ein wirtschaftlich potenter Beschwerdegegner von Konsument/innen verstimmt oder verärgert ist,

BÜRGERANWALT – TOP 5

83-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Waschstraße / NG Hörndlwald / Aufschließungskosten / NG Einbruch Safe	07.01.	460
Teure Trauung / NG: Autokenn- zeichen / Bandscheiben-OP misslungen / NG Reihenhäuser	11.02.	450
Haftung nach Sturz / NG Lärm- höhle / Polizei hat immer Recht	14.01.	445
Erhöhung Friedhofsgebühr / NG Keine Zufahrt / Bienen	11.11.	422
Kein Visum / Krematorium	16.12.	412

wenn er öffentlich kritisiert wird. Wir erfahren in aller Regel nicht einmal, ob ein/e Kollege/in von der Marketing- oder Werbeabteilung weinend zusammenbricht, weil unsere Berichterstattung eine potente Werbekund/in vergrault. Wenn dem so sei, weint man heimlich, konfrontiert uns Journalist/innen aber nicht mit den bitteren Vorwürfen. Uns ist natürlich bewusst, dass wir mit dieser publizistischen Macht sorgsam umgehen und genau prüfen müssen, ob das Substrat von Vorwürfen, die wir in die Öffentlichkeit tragen, ausreichend ist, um deshalb eine öffentliche Diskussion oder Auseinandersetzung zu starten. Denn ein zu Unrecht zugefügter Imageschaden ist nur schwer wiedergutzumachen. Es ist uns daher wichtig, niemanden grundlos anzupatzen. Deshalb prüfen wir die bei uns einlangenden Beschwerden, die oft das letzte verzweifelte Mittel „kleiner Leute“ sich zu wehren sind, sehr genau. Nach rechtlichen, aber auch moralischen und journalistisch-ethischen Gesichtspunkten.

Widerstand gegen Konzerne

Gott sei Dank haben wir noch das Personal dafür, dass wir aus den tausenden von Beschwerdefällen, die an uns herangetragen werden, die

Spreu vom Weizen trennen können, und allen, denen wir absagen müssen, keine Schimmelbriefe schicken, sondern in schicklicher Weise antworten und sie vielleicht an für sie geeignetere Stellen weiterverweisen können. Aber wir können auch dann, wenn die Gefahr droht, dass sich solche Auseinandersetzungen zu Gericht verlagern, als starker „public watchdog“ anders agieren als kleinere Medienunternehmen. Gut betuchte Konzerne, Immobilieninvestoren, Glückspielautomatenbetreiber, Krankenhausträger, zum Teil Versicherungen oder Banken versuchen nämlich neuerdings mit auf Medienrecht spezialisierten Rechtsanwält/innen kritische Berichte zu verhindern. Meiner Erfahrung nach wird strategisch gezielt der Auftrag an diese Staranwälte/innen erteilt, bei unerwünschten Berichten sofort mit teuren Klagen zu drohen und dann tatsächlich zu klagen, was nur irgendwie klagbar ist. Strafrechtlich, zivilrechtlich, bei der Medienbehörde. Auf üble Nachrede, Kreditschädigung, Unterlassung, Widerruf usw. Dadurch soll zum Ausdruck gebracht werden, dass Berichterstattung in diesen Fällen unerwünscht, teuer, langwierig und sehr mühsam für Journalist/innen und Medienunternehmen ist.

Im Klartext lautet die Forderung, die an uns gerichtet wird: „Spielt das nicht, sonst klage ich euch“. Kleinere Medienunternehmen halten diesem Druck, diesen Prozessen, Kosten und der Drohung „sonst machen wir bei Ihnen keine Werbung mehr“ vermutlich nicht lange Stand. Vielleicht ist dem einen oder anderen unter den geneigten Leserinnen und Lesern dieser Zeilen schon aufgefallen, dass es über bestimmte Branchen erstaunlich wenige kritische Berichte gibt. Ein starker öffentlich-rechtlicher ORF mit Redaktionen, die gute rechtliche Rückendeckung haben und durch ein Redakteursstatut abgesichert sind, können derartige heikle Themen noch umfassend recherchieren, senden, was ihnen journalistisch nötig erscheint und allfällige Klagen mit hohem Streitwert hinnehmen, ohne gleich um ihre Existenz/ihren Arbeitsplatz zittern zu müssen.

Dieser Journalismus, der jenen eine Stimme gibt, die ansonsten kaum gehört werden, ist nicht überall beliebt, aber es ist wichtig, dass er nicht abgedreht wird. ■

LANGE #MARTIN BIEDERMANN LEITER MARKETING UND KOMMUNIKATION NACHT DER MUSEEN

Der ORF ist die meistgenutzte Kulturplattform der Österreicherinnen und Österreicher: zum einen natürlich mit seinen Programmen in Radio, Fernsehen, online und den Landessstudios; zum anderen aber auch off air als Veranstalter von Kulturevents unterschiedlichster Art. Die vom ORF-Marketing initiierte „ORF-Lange Nacht der Museen“ ist dabei ein jährlicher Höhepunkt, der aus dem österreichischen Kulturkalender für viele nicht mehr wegzudenken ist.

Seit dem Start im Jahr 2000 konnten bei der mittlerweile größten Kulturinitiative dieser Art in Österreich mehr als sechs Millionen Besuche verzeichnet werden. Gestartet mit 100 Häusern, nehmen aktuell rund 700 Museen, Galerien und Kulturinstitutionen jährlich in ganz Österreich und in den Grenzgebieten einiger Nachbarländer an der „ORF-Lange Nacht der Museen“ teil, die damit einzigartig ist. Museumsnächte finden zwar mittlerweile auch in anderen Ländern statt, aber nur in Österreich wird die „Lange Nacht“ landesweit zum gleichen Termin in allen Bundesländern veranstaltet. Die „ORF-Lange Nacht der Museen“ ist heute eine etablierte Kulturmarke des ORF, die erlebbaren kulturellen Mehrwert für die Österreicherinnen und Österreicher schafft.

Drei Faktoren sind neben der kulturellen Vielfalt des Landes für den Erfolg der „Langen Nacht“ verantwortlich: Die Funktion des ORF als mediale

ORF-KULTURSOMMER 2017

> **500 STUNDEN**

ORF-Programm von den kulturellen Hotspots des Landes

3,8 MIO.

nutzten das TV-Festspielangebot

Plattform, der niederschwellige Kulturzugang für das Publikum und das perfekte Zusammenspiel aller Partnerinnen und Partner bei der Organisation. Mit nur einem einzigen Ticket pro Person können die Besucherinnen und Besucher einen nächtlichen Streifzug durch Österreichs Kunstsammlungen unternehmen. Auch Kindern und Jugendlichen wird besonderes Augenmerk gewidmet. Um ihr Interesse an Kultur zu wecken, warten jährlich rund 300 Museen in ganz Österreich mit altersgerechten Zusatzangeboten auf. Und immer wieder schafft die „Lange Nacht“ auch die Möglichkeit, Kunstobjekte zu bestaunen, die der Öffentlichkeit nur selten zugänglich sind: So bot sich beispielsweise 2016 die Gelegenheit, einen Blick auf das berühmte Aquarell „Feldhase“ von Albrecht Dürer zu werfen. Es befindet sich seit dem Jahr 1796 in der Sammlung der Albertina und war seitdem aufgrund seiner Lichtempfindlichkeit für die Öffentlichkeit erst sechsmal im Original zu sehen. Für die Präsentation in der Albertina in Wien wurde eine spezielle Vitrine angefertigt, die das empfindliche Blatt vor Licht und Luftfeuchtigkeit schützt.

Kultur gehört zur DNA des ORF

Der ORF veranstaltet die „Lange Nacht der Museen“ aber nicht nur, er begleitet sie auch umfassend in Fernsehen und Radio mit aktueller Berichterstattung. Der Kulturspartenkanal ORF III berichtet am Tag der Veranstaltung ganztags bis in die späte Nacht in zahlreichen Live-Einstiegen und einer

LANGE NACHT DER MUSEEN

362.460

Besuche

45-minütigen Sondersendung mit den ORF-III-Moderatoren Ani Gülgün-Mayr, Peter Fässlacher und Karl Hohenlohe von den Orten des Geschehens. Und auch online informiert der ORF auf langenacht.ORF.at und im ORF.at-Netzwerk ausführlich. Auf facebook.com/ORFLangeNachtderMuseen können sich Kulturinteressierte vor und während der Langen Nacht über Programm und Aktionen informieren. Die ORF-TVthek stellt in einem Video-on-Demand-Themenschwerpunkt Sendungen und Beiträge des ORF-Fernsehens bereit. Der ORF TELETEXT informiert einige Tage vor dem Kulturevent über die wichtigsten Serviceinfos.

Kultur gehört zur DNA des ORF: Als größter Kulturvermittler des Landes sieht es der ORF als eine seiner Kernaufgaben, allen Österreicherinnen und Österreichern auch mit Off-Air-Aktivitäten Lust auf Kunst und Kultur zu machen. Gerade auch jenen, die sonst vielleicht nicht so oft vom vielfältigen Kulturangebot Österreichs Gebrauch machen. Wir wollen die Menschen zur Kultur verführen. Deshalb organisieren wir jedes Jahr die „Lange Nacht der Museen“. Auf diese Weise setzen wir einen wesentlichen Impuls und schaffen als öffentliche Institutionen gemeinsam mit den Museen und Kulturstätten einen greifbaren, sichtbaren und direkt erlebbaren kulturellen Mehrwert für alle Österreicherinnen und Österreicher. ■

HINTER DEN KULISSEN

#ALEXANDER RAAB

LEITER DES UNTERNEHMENSMARKETINGS

**Wie entsteht Fernsehen?
Wie sieht ein Radio-Studio aus?
Wie groß ist das ORF-Zentrum?
Und wie viel Meter Kabel sind dort verlegt? All das Fragen, die der ORF dem Publikum gerne beantwortet – offen, unmittelbar und persönlich – etwa während eines Besuchs an einer Produktionsstätte.**

Der ORF bietet seinen Besucherinnen und Besuchern ein umfangreiches Angebot an verschiedenen Führungen durchs Unternehmen. Ziel ist es, dem Publikum einen allgemeinen Überblick über die Tätigkeiten des ORF zu geben, die unterschiedlichen Aufgabenbereiche, die zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages führen, näherzubringen, Wissenswertes über die Geschichte des ORF zu vermitteln und über technische Neuerungen zu informieren. Dass die ORF-Backstage-Angebote gut genutzt werden, verdeutlichen die

Zahlen: Jährlich buchen rund 80.000 Gäste eine ORF-Backstage-Führung, das sind in etwa 232 Gäste pro Tag. Monatlich finden rund 260 Führungen in aktuell 16 Varianten statt. Das Angebot reicht dabei von der beliebten Standardführung oder der Juniorführung über programmbegleitende Spezialführungen – etwa die ZiB-Spezialführung – bis zu Rahmenprogrammen für spezielle Zielgruppen, zum Beispiel die Führung „Technik kompakt“. Kombi-Angebote aus Backstage-Führungen und Tickets für ORF-Programmaufzeichnungen wie etwa „Sport am Sonntag“, „Barbara Karlich“-Spezial oder „Was gibt es Neues?“ sind ebenfalls fixer Bestandteil des Leistungsspektrums.

Triff den Kasperl und die ZiB

Eine besonders wichtige Rolle in diesem umfangreichen Führungsportfolio spielen die Jüngsten: Bei der einstündigen Junior-Führung durch das ORF-Zentrum lernen Kinder spielerisch, wie Fernsehen gemacht wird. Diese Führung ist auf den Wissenshorizont und die Interessenslage von Kindern im Alter zwischen vier und neun Jahren ausgelegt. Um für die Jüngsten ein attraktives, informatives und spannendes Live-Programm

im ORF-Zentrum zu ermöglichen, gibt es jeweils zu Ostern eine Aktion, die eine einstündige ORF-Backstage-Juniorführung und den Besuch des Kasperltheaters im ORF-Zentrum umfasst. Damit auch jene Familien teilnehmen können, die sonst vielleicht nicht so oft vom vielfältigen Backstage-Angebot Gebrauch machen können, ist die Junior-Führung auch ein wiederkehrender Programmpunkt im wienXtra-Ferienspiel.

Für alle ab zehn Jahren bietet die Standard-Führung im ORF-Zentrum in 90 Minuten ein umfassendes Bild über die Tätigkeiten des Österreichischen Rundfunks. Das ORF-Publikum besucht dabei das TV-Museum, das Kulissendepot, Produktionsstätten und Studios. Bei der ZiB-Spezialführung können die Besucherinnen und Besucher den ORF-Newsroom – die Nachrichtenzentrale des ORF – besuchen und es kann ein Meet-and-Greet mit Moderatoren oder Redakteurinnen organisiert werden.

Alte und junge Höhepunkte

Der Höhepunkt jeder Führung durch das ORF-Zentrum ist das ORF-Erlebnisstudio, ein voll ausgestattetes, sendefähiges Fernsehstudio, in dem auch Kinder Hand anlegen dürfen. Dabei geht es nicht nur um den Entertainment-Faktor: Aufgrund des hochfrequenten Einsatzes fungiert das Erlebnisstudio oft auch als Teststudio der ORF-Technik: Zwischen 2013 bis 2017 wurde beispielsweise der Probetrieb eines von ORF-Techniker/innen selbstproduzierten Bildspeichersystems durchgeführt. Derzeit wird eine kleine neuartige Lichtregelanlage mit Steuerung der „Moving Head“-Scheinwerfer getestet.

Ein weiteres Highlight jeder Führung durch das ORF-Zentrum ist die erste Fernsehkamera des ORF: ein selbstgefertigter Kamera-Prototyp, gebaut von ORF Technikern um das Jahr 1952. Der Korpus besteht aus Schreib- und Nähmaschinen-Teilen, als Rotlicht wurde ein Autoblinder zweckentfremdet, ehemalige Zündkerzen und -spulen dienen im Inneren als Sicherungskasten für die Stromzufuhr und Kameraobjektive sind teilweise aus den Zielfernrohren von Sturmgewehren gefertigt. Die Kamera mit hohem Sammlerwert wurde 1955 als die beste Kamera weltweit ausgezeichnet. Das Erstaunliche: Sie funktioniert noch immer.

BESUCHE IM ORF-ZENTRUM

Insgesamt 76.572

4.185

Jänner

5.219

Februar

6.602

März

8.162

April

12.542

Mai

12.438

Juni

4.767

Juli

2.238

August

5.533

September

6.266

Oktober

4.723

November

3.897

Dezember

Geführt wird hauptsächlich durch das ORF-Zentrum, aber auch durch das RadioKulturhaus oder die Redaktion von Hitradio Ö3 werden Führungen angeboten. Auch die ORF-Landesstudios lassen sich unkompliziert besichtigen; an speziellen „Tagen der offenen Tür“ kann es dann schon sein, dass Tausende Besucher/innen einen Blick in die Studios werfen. Daneben gibt es auch andere Angebote, die „Tuchföhlung“ mit dem ORF und seinen Mitarbeiter/innen ermöglichen, etwa Ö3-Discos, die ORF Burgenland Bezirksrallye, das RedHaus des ORF Tirol – und natürlich den Tourbus von „Guten Morgen, Österreich“, der jeden Tag an einem anderen Ort Halt macht – und so erfolgreich war, dass nun auch die Nachmittags-Fernsehstrecke des ORF unterwegs in Österreich ist.

Transparenz und Bürgernähe sind beides für den ORF Werte, die er nicht nur durch Sendungen in TV und Radio verwirklicht, sondern auch in Bezug auf sich selbst gestaltet. Indem er seine Türen öffnet – oder zu den Menschen in Österreich kommt. Diese Angebote – gemessen an Qualität und Quantität – kann nur ein öffentlich-rechtliches Medienunternehmen im Sinne des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts bieten. ■

KULTUR AUS NÄCHSTER NÄHE

#THOMAS WOHINZ
LEITER RADIOKULTURHAUS

„Der ORF hat für live Kultur ein Areal – ORF RadioKulturhaus!“ 2017 feierte das ORF RadioKulturhaus sein 20-jähriges Bestehen und kann für das Jubiläumsjahr auch seine bisher erfolgreichste Bilanz präsentieren. Die Auslastung konnte auf 82 % gesteigert werden. Das bedeutet, dass 33.000 kulturinteressierte Besucher/innen unsere Veranstaltungen besuchten.

Es fanden 2017 im Areal des ORF RadioKulturhauses 301 Veranstaltungen statt, davon 137 im Großen Sendesaal. 94 % der Veranstaltungen wiesen einen wesentlichen Österreich-Bezug auf, 45 % der Veranstaltungen fanden mit Livemusik statt. Seit nunmehr 20 Jahren macht das ORF RadioKulturhaus Programm – und hat sich mit all seinen unterschiedlichen Veranstaltungen – von Klassikkonzerten, Lesungen und Diskussionsveranstaltungen, Jazz- & Weltmusikausflügen bis hin zu Pop- und Rock- & Elektronikkonzerten

einen Namen in der Wiener Kulturlandschaft gemacht und sich als Garant für Vielfalt & Qualität etabliert. Das ORF RadioKulturhaus ist als Live-Kulturproduzent des ORF dem öffentlich-rechtlichen Auftrag verpflichtet. Das heißt, dass das ORF RadioKulturhaus Künstler/innen eine erste Bühne bietet und wichtige und brisante Themen öffentlich macht. So geben wir z.B. in der Reihe Live@RKH jungen Musiker/innen der heimischen Musikszene die oft erste Möglichkeit sich in einem Konzertsaal einem musikinteressierten Publikum zu präsentieren. Über die vielfältigen Kommunikationskanäle des ORF werden die Künstler/innen einer breiten Öffentlichkeit bekanntgemacht.

Die Künstler/innen schätzen den Saal, seine Möglichkeiten und vor allem seine einmalige Akustik. Die künstlerischen Darbietungen, Konzerte, Gespräche, etc. werden von ORF Tontechniker/innen hochprofessionell aufgenommen und in voller Länge bzw. in Teilen in den ORF-Radios gesendet. Die Mitschnitte können den Künstler/innen auch für die Produktion einer CD zur Verfügung gestellt werden. Das ORF RadioKulturhaus ist eng mit den ORF Radios, insbesondere mit Ö1 aber auch FM4 und dem Studio Wien, verknüpft. Ursprünglich konzipiert als öffentlicher und sichtbarer Teil des Radios, schafft dieser Begegnungsraum mit Ö1

Livesendungen wie dem Ö1 Klassik-Treffpunkt, Klartext oder Jazztime einen direkten Kontakt zwischen Sendungsmacher/innen und Hörerinnen und Hörern.

2017 wurde im Großen Sendesaal eine stationäre HD Video-Anlage (Tricaster mit sieben Kameras) für die vielfältigen Produktionen des ORF RadioKulturhauses installiert. Diese ermöglicht es dem ORF RadioKulturhaus seine ausverkauften Highlight-Veranstaltungen jetzt auch visuell zu übertragen. Die Video-Livestreams werden auf radiokulturhaus.ORF.at, oe1.ORF.at aber auch auf den Facebook-Seiten von Ö1, FM4 und ORF-Kultur übertragen.

Die bildliche Verbreitung des Kulturprogramms ermöglicht es dem ORF RadioKulturhaus, neben der akustischen österreichweiten Präsenz seiner

Programme in den Radios, seine Veranstaltungen auch live in TV-Qualität multichannelfähig seinem Publikum außerhalb von Wien anbieten zu können!

Das RadioKulturhaus wird 20

Nach einer halbjährlichen Testphase des Systems ist das Operatorenteam der HD Video-Anlage in der Lage, aus den Veranstaltungsmitschnitten fertige TV-Produktionen zu fertigen. Alles aus einer Hand: On Air Grafik, (live) Regie, Kameraführung, etc. ... ! Eine neue Form des effizienten Produzierens von TV-Produktionen ist im ORF RadioKulturhaus entstanden und findet seine Bestätigung über das Ausspielen auf ORF III und über Wien heute auf ORF 2! Somit ist das ORF RadioKulturhaus Kulturcontent-Lieferant für alle ORF-Kanäle wie z. B. Ö1, FM4, ORF III, ORF 2 sowie diverse social-media-Kanäle! Wir stärken mit unseren Inhalten die Kulturkompetenz des ORF im Sinne →

RKH ON AIR

Radio

	Anzahl	Sendeminuten
Musiksendungen	50	4.418
Passagen	34	1.870
Heimspiel	34	852
Ö1 Klassik-Treffpunkt	41	3.600
Alte Musik – neu interpretiert	5	450
Jazztime	10	300
Im Klartext	9	540
Freak Radio (Ö1 Campus)	12	1.440
Mitschnitte (Feiertage)	13	585
FM4 Radio Sessions	3	241
Radio Wien Klubkonzert	8	540
Radio gesamt		15.661

ORF RADIO-KULTURHAUS

eine Auswahl

Veranstaltungen	301
Mit Österreich-Bezug	94% (aufgerundet 283)
Mit Livemusik-Anteil	45% (abgerundet 135)
Gesprächsveranstaltungen zu den Themen Kunst/Kultur	77% (aufgerundet 232)
Gesprächsveranstaltungen zu den Themen Kultur/Politik	9% (abgerundet 27)
Gesprächsveranstaltungen zum Thema Gesellschaft	23% (abgerundet 69)
Gesprächsveranstaltungen zum Thema Wissenschaft	2% (abgerundet 6)

33.000 Besucher/innen

2016: 30.000

81% Auslastung

2016: 73%

STREAMING DER HIGHLIGHT-VERANSTALTUNGEN

Neu seit 2017

62 von 137 Veranstaltungen im Großen Sendesaal wurden auf radiokulturhaus.ORF.at gestreamt

26 Veranstaltungen wurden auf ORF III gezeigt

22 Veranstaltungen wurden mit 220.000 Aufrufen auf Facebook FM4 und ORF Kultur gestreamt

des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Zur Feier seines 20. Jubiläums gab es im ORF RadioKulturhaus eine Reihe außergewöhnlicher Veranstaltungen, die alle ausverkauft waren. 62 Produktionen wurden auf radiokulturhaus.ORF.at aber auch auf den FB Seiten von FM4, ORF Kultur und Ö1 gestreamt und insgesamt 220.000-mal aufgerufen. Verschiedenste Konzerte, die Reihen Aus dem Archiv, Live@RKH und Klartext (rund um das Thema Nationalratswahl 2017) generierten 2.700 Sendeminuten in ORF III, das entspricht rund 800.000 Seher/innen. Für Ö1 produzierte das ORF RadioKulturhaus Programm in der Länge von 14.000 Sendeminuten, das sind 200 Sendungen.

Wir sprechen auch die Nische an

Das Besondere und der Erfolg des ORF RadioKulturhauses entsteht durch seine offene, vielfältige Programmierung, durch das spannende Zusammenreffen verschiedener Spezies: Kulturveranstalter/innen, Kulturschaffende, Radiomacher/innen und jetzt eben neu auch Fernsehproduzent/innen sowie die vielfältigen Verbreitungsmöglichkeiten. Die Produktion von multichannelfähigem Kulturcontent, seine Verbreitung und damit die Stärkung der Kulturkompetenz des ORF sind auch für 2018 die großen Zielsetzungen.

Die langfristige Intention des ORF RadioKulturhaus ist es natürlich die Vielfalt der österreichischen Kunst- und Kulturlandschaft nachhaltig abzubilden. Wir sehen unser Kulturareal auch als

RKH IM TV

	Anzahl	Sendeminuten
Live@RKH	1	64
Klartext	8	464
Aus dem Archiv	4	224
Wiener Vorlesungen	13	759
Radio Wien Klubkonzert	3	255
FM4 Radio Session	3	227
Licht ins Dunkel	3	109
50 Jahre Ö1 (Ö1 Festtag live in ORF III)	6	329
Diverses in ORF III	5	307
ORFeins und 2	65	936
TV gesamt		3.674

wichtige Produktions- und Archivierungsplattform! Seit Gründung des ORF RadioKulturhauses archivieren wir alle Produktionen, die auf unseren Bühnen stattfanden. Bis vor zwei Jahren akustisch, seit kurzem auch das Bild! Betrachtet man die Entwicklung von ORF III, wird die Wichtigkeit eines umfangreichen Archivs erkennbar. Noch ein Satz zur Programmierung des ORF RadioKulturhauses: eine Auslastung von 82 % ist natürlich sehr erfreulich. Wenn wir jedoch die wichtigen, für uns relevanten, aktuellen und öffentlich-rechtlichen Programme abbilden, aufzeichnen, bewerben und archivieren wollen, dann nehmen wir manchmal bewusst in Kauf, dass der Saal nicht zu 100 % gefüllt ist. Die Geschichte zeigt, dass zeitgemäße, experimentelle Produktionen nicht immer „populär“ sind und oft ein Nischenpublikum ansprechen. Gerade hier sehen wir unserer Aufgabe, solche Produktionen zu zeigen, zu dokumentieren und zu archivieren. ■

KULTUR FÜRS WOHNZIMMER

#ELKE TSCHAIKNER

LEITERIN „Ö1-MUSIK“

Der beste Musiksender zu sein, das behaupten viele Radio-stationen bzw. deren Marketing-abteilungen von sich. Außerdem – könnte man glauben – ist Musik aller Art leicht verfügbar, im Netz, über Streamingdienste, via Radio. Wozu als Musikinter-essierte also ausgerechnet Ö1 hören?

Sollten Sie sich diese Frage stellen, dann hoffe ich, dass Sie am Ende dieses Textes überzeugende Antworten darauf haben. Was den Kultursender Ö1, dessen Programm zur Hälfte aus Musiksendungen besteht, einzigartig macht, ist schlicht, dass wir Einzigartiges bieten: Das ganze Jahr über sind unsere Aufnahmeteams unterwegs und nehmen Konzerte und Operaufführungen auf, täglich präsentieren wir mindestens ein Konzert am Sender. Man darf Ö1 deshalb aus gutem, sprich öffentlich-rechtlichem Grund als größten und wichtigsten Musikproduzenten des Landes bezeichnen. Die Ö1-Hörer/innen brauchen keine Eintrittskarten,

um die Wiener Philharmoniker, die Salzburger Festspiele oder das Jazzfestival Saalfelden zu genießen. Erste Reihe fußfrei können sie Konzerte hören, wo immer sie wollen. Ein besonderes Highlight ist die sommerliche Festspielsaison: In allen Bundesländern arbeiten unsere Tontechniker/innen, Aufnahmeleiter und Redakteur/innen, um Ihnen die enorme Vielfalt der österreichischen Musikfestival-Szene via Ö1 zur präsentieren. Über 150 einschlägige Musiksendungen gehen in den Sommermonaten on air, über 30 Festivals können Ö1-Hörer/innen klanglich miterleben ohne dabei tatsächlich reisen zu müssen. Wir entführen zu sommerlichen Musikreisen durch ganz Österreich mit Alter und Neuer Musik, mit aktueller Weltmusik, Klassik, Oper und Jazz im gedanklichen Gepäck. Zur Styriarte in die Steiermark, zu den Bregenzer Festspielen, zu den Innsbrucker Festwochen der alten Musik, zum Carinthischen Sommer, zum Brucknerfest nach Linz, zum Kammermusikfestival Allegro Vivo in Niederösterreich, zum Liszt Festival Raiding im Burgenland, zu den Salzburger Festspielen, zu den Wiener Festwochen ...

Besonders aufregend ist es, wenn wir live übertragen, wenn der Moment des Scheiterns ebenso in der Luft liegt wie ein möglicher Moment →

KOMPOSITIONSAUFTRÄGE

Insgesamt 26

Josef Klammer, Seppo Gründler	The Sound of the Internet of Things
Barry Guy, Peter Herbert	Peter Herbert & Barry Guy
Peter Jakober	Primen
Christoph Dienz	Der Fliegende
Johannes Maria Staud	Adenota Kaama Oryx Tanzmusik für Orchester
Bernd Richard Deutsch	Balera
Gabriele Proy	Kalamatianos
Johannes Kalitzke	Panic Room
Peter Herbert	Tanzmusik
Judit Varga	Jump!
Jorge Sánchez-Chiong	Ilsa, Raver of the Supervixen Obstetrician – for Ilsa Gold
Patrick Pulsinger	Homage à Philip Glass
Andrea Sodomka	Homage à Yoko Ono
Peter Ablinger	Homage à Morton Feldman
Peter Herbert	Homage à Charles Mingus
Mia Zabelka	Homage à Pauline Oliveros
Max Nagl	Homage à John Zorn
Christian Fennesz	Homage à Cyndi Lauper
diebl3	Homage à Grandmaster Flash & the Furious Five
Bernd Klug	Homage à Maryanne Amacher
Bernhard Lang	Homage à Robert Ashley
Olga Neuwirth	Homage à Patti Smith
Demi Broxa (Agnes Hvizdalek & Jakob Schendeiwind)	Homage à David Tudor
Elisabeth Harnik	Homage à Jeanne Lee
Sehyung Kim / 5. März 2017	Sijo_17III6 (Das Gesicht der anderen) für sieben Instrumente
Alexander Kaiser / 6. Mai 2017	They will come to regret they've allowed – für verstärktes Ensemble und Elektronik

KONZERTÜBERTRAGUNGEN AUF Ö1

Musikverein	37 (inkl. 4x RSO Wien)
Konzerthaus	57 (inkl. 9x RSO)
Musica Juventutis	4
Theater an der Wien	5
Jeunesse	8
Staatsoper	10
Wiener Philharmoniker	8

einer grandiosen Konzertsternstunde. Wenn das Radio den Konzertsaal sozusagen im Moment des Geschehens ums Tausendfache vergrößert. Wenn sich die Moderator/innen live aus Krems vom Weltmusikfestival Glatt & Verkehrt oder von der Schubertiade Schwarzenberg melden. Spannungsgeladenes Knistern in der Luft ist auch dann zu spüren, wenn Musik tatsächlich ganz neu und unerhört ist, wenn Kompositionen zum allerersten Mal gespielt, rezipiert und übertragen werden, wenn also Uraufführungen auf den Programmen stehen. Seit dem Jahr 1968 ist das vom ORF produzierte Festival für zeitgenössische Musik, das musikprotokoll im steirischen herbst der vielleicht legendärste Ort für diese Art von aufregenden Hörerlebnissen. Unser musikprotokoll ist das älteste Festival für neue und experimentelle Musik in Österreich und feierte 2017 seine 50. Ausgabe.

Förderung für Kreativität und Kunst

Unzählige Kompositionsaufträge hat der ORF in diesem Zusammenhang in den vergangenen Jahrzehnten an Komponierende vergeben und so

MUSIKEXPORT

199

Angebotene
Mitschnitte

1.666

Bestellte
Öl-Aufnahmen

640

Ausgestrahlte
Öl-Aufnahmen

auch die Musiklandschaft Österreichs bereichert. Um es ganz nüchtern zu sagen, dieses öffentlich-rechtliche Unternehmen ist per Gesetz dazu verpflichtet, nicht nur über die kulturellen Facetten unserer Gesellschaft zu berichten, sondern auch als Auftraggeber zu agieren. Zitat aus dem ORF Gesetz: „Der Programmauftrag zu Kunst, Kultur und Wissenschaft geht über die Erfüllung des Informationsauftrags hinaus. Durch Berücksichtigung und Förderung der heimischen künstlerischen und kreativen Produktion ist ein Beitrag zum Kulturgesehen zu leisten. Im Bereich der Filmkunst, der bildenden Kunst, der Literatur und der Musik ist besonders dem gegenwärtigen österreichischen Schaffen Raum zu geben. Als Auftraggeber und häufig Erstveröffentlicher künstlerischer Werke und wissenschaftlicher Erkenntnisse soll der ORF einen Beitrag zum Kulturgesehen leisten.“

Export in alle Welt

Doch Ö1 bringt nicht nur die Aktivitäten österreichischer Konzertsäle in die Wohnzimmer, auch das internationale aktuelle Musikgeschehen ist Teil unseres Auftrags. Als Mitglied der EBU (European Broadcasting Union) ist der Sender Teil eines internationalen Musikvertriebssystems der öffentlich-rechtlichen Sender Europas: Alleine im Jahr 2017 wurden Ö1 Konzertproduktionen von anderen Stationen 640-mal international ausgestrahlt. Umgekehrt präsentiert das Ö1-Musikprogramm auch Ereignisse aus der aller Welt, seien es Live-Opernübertragungen aus der New Yorker Met oder aktuelles vom Montreux Jazz Festival. Auch Historisches gibt es regelmäßig zu genießen, immerhin ist das ORF-Audio-Archiv mit all seinen qualitativ hochwertigen Aufnahmen aus Jahrzehnten ein

SCHWERPUNKTE DER Ö1-MUSIKREDAKTION

eine Auswahl

Schwerpunkt	Datum
Baujahr 67 – eine Zeitreise mit Ö1	Ganzjährig
Live vom Donauinselfest	23. bis 25.06.
Ars Electronica 2017	07. bis 11.09.
100. Geburtstag von Gottfried von Einem	19.01.
Elvis Presley	13.08.

klingendes kulturelles Gedächtnis dieser Republik, da lohnt es sich immer wieder auch in die Vergangenheit zu hören.

Wenn andere Radiosender ihre Musikprogramme von Computersystemen errechnen lassen, die Quote das allererste Kreativ-Prinzip ist, und Hits in immer wiederkehrender Schleife Stimmungsmacher sein sollen, dann unterscheidet sich Ö1 in jeder Sendesekunde davon. Hinter jeder Sendung steckt viel menschliche Überlegung, Expertise und „Handarbeit“. Die Gestalter/innen von Musikprogrammen sind nicht nur für das, was gesendet wird, verantwortlich, sie denken auch genau darüber nach, wie sie Musik präsentieren. Ja, unsere Musiksendungen sollen auch Spaß und Freude machen, und die steckt bei Ö1 oft im Überraschungsmoment: Wenn ein Sendungsgestalter es schafft, dass Altbekanntes in einem neuen Licht erscheint und bisher nie Gehörtes zum unerwarteten Hörerlebnis wird.

Dies ist ein kleiner Einblick in die Arbeit der Ö1 Musikredaktion, eine Arbeit, der ein zutiefst demokratisches Bewusstsein zugrunde liegt: Zugang zu Kunst und Kultur soll für jeden Menschen möglich sein. Und nicht nur für kaufkräftige Konsument/innen. Das ist für mich ein hörbarer Unterschied. ■

MIT DEM GEWISSEN WUMMS

#MARTIN PIEPER
CHEFREDAKTEUR VON FM4

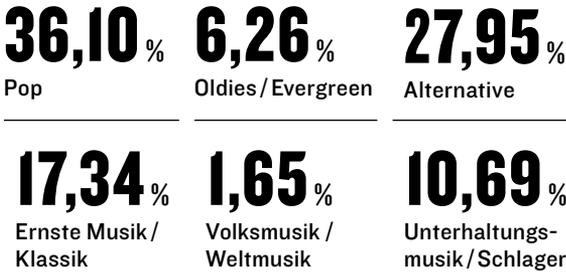
Laut AKM-Statistik spielte FM4 im Gründungsjahr 1995 gerade einmal 9,74% österreichische Musik. 21 Jahre später liegen wir mit 28,86% für 2016 – aktuellere Jahresabrechnungen liegen noch nicht vor – bei einem knappen Drittel des FM4-Programms, das mit heimischer Musik bestritten wird. Das ist nicht nur für die Musikerinnen und Musiker erfreulich, sondern auch für die Hörerinnen und Hörer des Senders, die als eines ihrer Hauptmotive FM4 zu hören immer „Musik entdecken“ anführen. Diese Zahlen sind aber auch ein Ausdruck für einen nachhaltigen (Pop)Kulturwandel, an dem FM4 durchaus einen Anteil hatte und hat.

Von „Austropop“ zur FM4-Musik

Die österreichische Popidentität wurde in den 80er Jahren unter dem Schlagwort „Austropop“ höchst erfolgreich ausdefiniert. Von Falco bis Ambros, Opus bis Rainhard Fendrich: Weltberühmt in Österreich – und gelegentlich auch anderswo – war die Devise. Die Popästhetik forderte aber spä-

testens in den frühen 90er Jahren neue, frischere Sounds und Haltungen. Die alten „Helden von heute“ wurden zu den Held/innen von gestern und zwischen Grungerock und Elektronik suchten junge heimische Musiker/innen nach neuen Antworten und Ausspielwegen. Mit FM4 wurde genau zum richtigen Zeitpunkt ein neues breites Radioformat ins Leben gerufen, das bald zur Heimat aller Bands und Künstler/innen wurde, die sich zwischen den Eckpunkten Grungerock, Hip Hop und Elektronik ausprobierten. Was bei FM4 als Underground (eine fast schon historisch zu nennende Haltung alternativer Musikkultur) begann, wurde sehr bald zum breiten Strom aus allen möglichen Genres. Um da den Überblick zu behalten und vor allem neuen und jungen Acts die Möglichkeit zu bieten, mit der FM4-Community in Kontakt zu treten, wurde im Jahr 2001 die Plattform „FM4 Soundpark“ online und on air ins Leben gerufen. Und natürlich hat sich auch die Selbstverständlichkeit im Umgang mit österreichischer Musik

MUSIK IN DEN ORF-RADIOS



verändert. Die alte – und immer schon problematische – Moderation „... klingt gar nicht nach österreichischer Musik“ ist im Jahr 2018 undenkbar. Das hat drei Gründe:

1. Die Mittel für die Produktion und Distribution von Popmusik sind durch die Digitalisierung demokratisiert – und billiger – geworden. Zahllose sogenannte „Bedroom-Producer“, Menschen, die zuhause am Laptop ihre musikalische Arbeit verrichten, können schöne Lieder davon singen. Noch nie war es auf einem technischen Level so leicht, „anhörbare“ Musik zu machen. Das gilt für Nigeria genauso wie für Finnland und natürlich auch für Österreich.
2. Pop ist endgültig in der Peripherie angekommen. Pop war bis in die 80er Jahre hinein in den deutschsprachigen Ländern vor allem ein Importprodukt aus den großen Popländern USA und England. Der Rest war – und Ausnahmen bestätigen die Regel – Kopie, Novelty oder auf die ganz lokale Nische beschränkt. Das hat sich geändert. Die popkulturelle Peripherie rückte ins Rampenlicht. Das Ergebnis war Cloudrap aus Schweden, Techno aus Belgien, Elektro aus Südafrika oder Indiepop aus Island. Die Popwelt wurde tatsächlich internationalisiert. Noch nie war es egal, woher die Musik ursprünglich kommt, um gehört zu werden.
3. Die digitale Vermittlung von Musik und popkulturellen Formaten hat auch den Informationsfluss internationalisiert und rasant beschleunigt. Alles

KULTUR IM ORF-RADIO

Musterwoche: II. – 17.9.2017

Thema der Sendung	Minuten	%
Ö1	1886:43	40,78
Ö3	101:01	05,38
FM4	537:47	30,19
Radio Burgenland	279:40	13,04
Radio Kärnten	178:42	07,31
Radio Niederösterreich	182:14	08,64
Radio Oberösterreich	261:50	12,38
Radio Salzburg	357:21	15,90
Radio Steiermark	278:03	12,62
Radio Tirol	245:23	11,38
Radio Vorarlberg	262:38	12,14
Radio Wien	80:18	05,06

steht immer und überall für (fast) jeden und jede zur Verfügung. Eine kleine lokale Szene kann im Nu zu einem globalen Phänomen werden. Nischen aller Länder, vereinigt euch! Und spätestens an dieser Stelle kommt auch FM4 zu seinem Auftritt.

Mehr als Wanda und Bilderbuch

FM4 gibt Orientierung durch die neue Vielfalt heimischer Musik und sieht sich dabei in erster Linie als Verstärker für Neues und Ungehörtes oder – anders gesagt – für Musik mit dem „gewissen Wumms“. In einer Vielzahl von Formaten, Aktionen, Events macht FM4 hörbar, was da draußen in den Studios und Clubs, Wohnzimmern und Proberäumen passiert und bereitet es so auf, dass die potentiellen Hörerinnen und Hörer auch eine Chance bekommen, sich einzuklinken. Wanda und Bilderbuch, die stets – und zu Recht – genannten „großen Zwei“, wurden von Anfang an intensiv von FM4 begleitet, schon lange bevor sie →

ÖSTERREICH AUF FM4 – TOP 10

Interpret/in	Titel
Bilderbuch	Bungalow
Mavi Phoenix	Aventura
Flut	Linz bei Nacht
Clara Moto	Gone By The Morning
Nihils	Breathing
Mile Me Deaf	Voyage
Alex The Flipper	Classic (Augenwischer)
Avec	Granny
Ogris Debris	Lazer Gun
Chick Quest	Exit Strategy

ihren internationalen Höhenflug antraten. Natürlich gehören sie weiterhin zum musikalischen Kernrepertoire von FM4, gleichzeitig halten wir aber natürlich schon Augen und Ohren offen, um die nächsten vielversprechenden Acts zu entdecken.

So klingt ein Monat

Für einen öffentlich-rechtlichen Sender wie FM4 steht es außer Frage, dass es nicht nur um das „wie viel“ sondern natürlich auch um das „wie“ gehen muss. Ein liebevoller, gleichzeitig kritischer Umgang mit Musik ist einer der Kernbereiche für FM4 und seine Definition als der Sender für Jugendkultur. Als Beispiel der Vielfältigkeit der Genres und der Zugänge zu österreichischer Musik sei der März des Jahres 2018 beschrieben.

Der „FM4-Award“ beim Amadeus wird von Hörerinnen und Hörern per Online-Voting bestimmt und anschließend im Rahmen einer Art von Radiogala verliehen; eine Gelegenheit, die fünf Acts, die zur Auswahl stehen, einzuladen und ausführlich zu Wort kommen zu lassen. Am Ende gibt es nicht nur eine schöne Torte, sondern auch

die Aussicht auf den TV-Auftritt der Siegerband im Rahmen der Preisverleihung im April.

Ein FM4-Überraschungskonzert mit „Bilderbuch“: Die Band spielt für den Sender ein exklusives und intimes Clubkonzert, das wir für das Radio und einen Videolivestream auf fm4.ORF.at aufbereitet werden. Der FM4-„Soundparkact des Monats“ März heißt Yukno und kommt aus der Steiermark. Jedes Monat verleihen wir diesen „Titel auf Zeit“ an eine Band oder Künstler/in, die womöglich knapp vor dem Durchbruch steht. „Heavy Rotation“, Studiobesuche und intensive redaktionelle Berichterstattung quer durch das Programm soll den FM4-„Soundparkact des Monats“ noch bekannter machen. Die FM4 Private Sessions mit Mynth: Das Elektronik-Duo aus Salzburg spielt in den Wohnzimmern von FM4 Hörerinnen private Konzerte. Wir begleiten die Band auf ihrer Reise durch die österreichischen WGs in Ton, Wort und Bild. Videolivestream aus dem Radiokulturhaus der Band „Buntspecht“ auf fm4.ORF.at: In der Reihe Live@RKH präsentieren österreichische Acts ihre neuen Platten und Ideen in sehr speziellen Livekonzerten. Hören und sehen kann man diese auf der FM4-Webseite. Aktionstag mit „Kreisky“: Die Band, die sich nach dem ehemaligen Bundeskanzler benannt hat, übernimmt für einen Tag die FM4 Nachmittags-Sendung „Connected“. Lieblingsplatten, Einflüsse, Anrufe nach draußen und vieles mehr laden dazu ein, sich in das verschlungene System „Kreisky“ zu begeben.

Österreichisch ist Herzensangelegenheit

Die Expertise, die sich FM4 in Sachen österreichischer Popmusik über die Jahre erarbeitet hat, hat sich herumgesprochen. FM4 Musikredakteurinnen und -redakteure werden regelmäßig eingeladen, als Kurator/innen für diverse Festivalformate zu agieren. Vom „Electric Spring Festival“ bis zum „Popfest Wien“ wird gerne auf die FM4-Soundparkredaktion zurückgegriffen. Das ehrt uns sehr und ist ein weiteres Zeichen für die Wertschätzung, die FM4 aus der Musikszene entgegengebracht wird, und für die Wertschätzung, die FM4 umgekehrt der Musikszene entgegenbringt. Ohne die Kreativität der Musikerinnen und Musiker, die seit Jahren unter meist prekären Bedingungen an ihrer Kunst arbeiten, wäre FM4 nicht vorstellbar. ■

DER HOMO DIGITALIS UND DIE KULTUR

#SIEGFRIED STEINLECHNER

REDAKTEUR DER TV-KULTUR

Ich könnte es mir einfach machen: Der Kulturauftrag ist im ORF-Gesetz §4 Öffentlich-rechtlicher Kernauftrag mehrfach festgeschrieben. Darum kümmern wir uns seit mehr als sechs Jahrzehnten mit viel Wissen, Können und Engagement und mit großem Erfolg. Das lässt sich wunderbar mit Zahlen belegen und so ist es gut. So einfach will ich es mir und Ihnen aber nicht machen.

Es geht nämlich um viel mehr als es der gesetzliche Auftrag vermittelt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat darüber hinausgehend als Medium und Institution eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft übernommen, die die diversen privaten Anbieter so nicht erfüllen und für sich beanspruchen können.

Die „kulturelle Verantwortung“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks darf keineswegs eng-idealistisch verstanden werden. Vielmehr treten wir für ein offeneres Kulturverständnis ein. Der dem Kulturauftrag zugrundeliegende Kulturbegriff hat die Erweiterung des Begriffs des Kulturellen, die auch die Gesellschaft erfahren hat, nachzuzeichnen. Wir versuchen dabei täglich außerhalb klassischer Genregrenzen und Resorts zu →

KULTURMONTAG – TOP 10

255-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Spezial aus Aarhus	21.08.	336
Werner Herzog: The Works / Natalie Portman: Jackie	23.01.	312
Kinderschicksale im ZOOM Kindermuseum	09.10.	309
Resümee Salzburger Festspiele / Film „Die beste aller Welten“	28.08.	308
„Vulgär? Fashion Redefined“ / Neues Ed Sheeran Album	27.02.	302
Jonas Kaufmann / Flamenco-Report / Portrait Miroslav Krleža	13.03.	298
Aida / Free Weed Crebassa / Die Kunst der Illustration	07.08.	298
Fotomuseum Österreich / Jan Fabres Belgien-Hommage	10.07.	293
Neues Programm von Alfred Dorfer / Frankfurter Buchmesse 2017: Frankreich	02.10.	292
Anna fucking Molnar / Gespräch mit Nina Proll & Philip Hochmair	27.11.	292

denken und neue kulturelle Bereiche zu erschließen. In unseren Sendegefäßen Aktueller Dienst, Magazin, Matinee, Dokumentarfilm, Musik und Theater und zahlreichen Sonderformaten bieten wir eine ausgewogene Bilanz zwischen Mainstream und alternativen Zugängen. Wir verlassen dabei bewusst immer wieder den sicheren Boden der reinen Berichterstattung, um Personen und Institutionen jenseits des Mainstreams Platz einzuräumen.

Kein kommerzieller Anspruch

Wir öffnen die Grenzen täglich: nebst zahlreicher und breit angelegter Kultur in und aus Österreich zeigen wir wie grenzenlos, grenzüberschreitend und verbindend Kultur ist. Jenseits von „Hoch- und Popkultur“ erstreckt sich unser Angebot auf

Vieles, was die Gesellschaft und das Menschsein eigentlich betrifft. Wir kümmern uns um viele Themen, die keinen kommerziellen Anspruch verfolgen. Wir setzen eine große Themenbreite ohne wirtschaftlichen Erfolgsdruck um. Viele unserer Kulturprogramme würden von kommerziellen Anbietern niemals produziert werden, da ihre Umsetzung kein Geld bringt. Zudem verstehe ich unseren Auftrag auch darin, den kommerziellen Angeboten einen ausgewogenen kulturellen Schwerpunkt gegenüber zu setzen. Wir gehen auf die Ansprüche und Interessen der Zuseher/innen ein und achten dabei laufend auf Diversität in Balance zu Publikumsinteressen und aktuellen populärkulturellen „Hits“ und Phänomen. Wir nehmen unsere Verpflichtung zu einer demokratischen, ausgewogenen Haltung jenseits kommerziell getriebener Interessen sehr ernst. Wir bieten laufend Möglichkeiten der Einordnung in Zeiten rasanter gesellschaftlicher Veränderungen.

Die digitale Zukunft

Vieles hat sich im Kulturbereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verändert – einiges Wichtige blieb konstant: der Qualitätsanspruch und dessen Umsetzung. Dank Digitalisierung und sozialen Medien konnten wir wesentliche Schritte Richtung Partizipation der Bevölkerung gehen und planen diese in den kommenden Jahren auszubauen. So haben wir uns in den vergangenen Jahren zunehmend mit cross- und transmedialem Storytelling, 360-Grad und Virtual Reality und nicht zuletzt mit diversen Social Media-Kanälen beschäftigt. Mittels „design thinking“-Workshops, der Teilhabe an internationalen Projekten, laufenden Schulungen und Fortbildungen der Kolleg/innen haben wir uns auf die Herausforderungen der (digitalen) Zukunft vorbereitet und erweitern ständig unsere Expertise in diesen Bereichen.

So gehen einige Projekte der EBU auf die Initiative der ORF-Kultur zurück, wie etwa das Songbook, das auch in diesem Jahr fortgesetzt wird und Fernseh- und Onlinewelt miteinander verbindet. Eines der Projekte, das dabei ins Leben gerufen wurde ist „Homo Digitalis“. In einer internationalen Ko-Produktion mit ARTE, dem BR, dem „Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation“ und dem Futurelab der „Ars Electronica“ haben wir uns mit der digitalen Zukunft des Menschen

PRODUKTIONEN IM RAHMEN DES BILDUNGSMEDIENABKOMMENS

Eine Auswahl

Sucht auf Rezept	Langbein & Partner
Keinstromland	PEPPO WAGNER FILMPRODUKTION
Ludwig Salvador auf Mallorca	Stadler Film
Republik in Flammen	Metafilm
Die Akte Nero	Interspot Film
Unser Land, unser Österreich VBG	Bilgeri Film
Körper essen Seele auf	Feuer & Flamme Film (Gebauer)
Egon Schiele	Metafilm
Falco Forever Young	Raum-Film
Viktor Frankl	Superfilm

auseinandergesetzt. „Homo Digitalis“ besteht aus einem Dokumentarfilm, einer Webserie und einem interaktiven Selbsttest zu der Zukunftsfrage überhaupt: Was macht die digitale Revolution mit uns als Menschen? Und: Was bedeutet das für unsere Zukunft? Was heißt es, wenn der Mensch sich über alle Beschränkungen des Lebens stellt – sich seine Freund/innen und Partner/innen programmiert, wie es ihm passt, sein Gehirn tunet, um selbst halb Mensch, halb künstliche Intelligenz zu sein, und als letzten Schritt seinen eigenen Tod durch gezielte DNA-Manipulation verhindern will?

Das Außergewöhnliche daran: „Homo Digitalis“ ist nicht nur eine unterhaltsame, aber doch tiefgreifende Analyse der aktuellen Forschung, es

TV-KULTUR

Stunden pro Jahr

E-Musik

61

Kunst

338

E-Film

409

Theater

85

ist auch ein wissenschaftliches Experiment. Auf der Webseite www.homodigitalis.de/at/fr können die Zuseher/innen selbst testen, was mit ihnen passiert, wenn sie mit einem intelligenten Chatbot kommunizieren. Er unterhält sich mit den Nutzer/innen, stellt nebenbei Fragen über deren digitales und analoges Leben und erhebt so Daten, die wissenschaftlich ausgewertet werden. Dabei gibt er den Nutzer/innen immer wieder Feedback – wie stehen sie da im Vergleich zu anderen? Was macht ihr Konsum mit ihrem analogen Leben? Und wie könnten sie die Balance zwischen digital und analog sogar noch verbessern? Die Kernfragen des digitalen Wandels werden angesprochen und damit auf Ängste und Hoffnungen vieler Menschen reagiert.

Im Laufe des Jahres 2018 werden die wissenschaftlichen Auswertungen veröffentlicht und in einem abschließenden Dokumentarfilm reflektiert. Was hat das Publikum in den nächsten Jahren von uns zu erwarten? Wir sind auf dem besten Weg uns für die Zukunft gut aufzustellen. Wir arbeiten zum einen an einem Kulturwandel, am nötigen digitalen Fachwissen und insgesamt an unserer Offenheit gegenüber Veränderungen. Zum anderen machen wir uns aktuell viele Gedanken, wie wir unser öffentlich-rechtliches Kulturangebot in das digitale Zeitalter heben können. ■

MUSIK FÜR EIN REICHHALTIGES LEBEN

#CHRISTOPH BECHER
INTENDANT DES
ORF RADIO-SYMPHONIEORCHESTER

Die Anspannung ist mit den Händen zu greifen: Ein Dirigent hebt den Stab, 80 Augenpaare vis à vis, 2000 Augenpaare im Rücken.

Nur ein kurzer Moment, dann erklingen die ersten Sekunden der Musik, mystisch, wie am Beginn einer Bruckner-Symphonie, signalhaft, wie bei Beethovens Fünfter, oder befreit singend, wie bei Mozart. Die ihm frontal in die Augen sehen, mit ihren teuren Instrumenten und langjähriger Ausbildung, stellen in mancher Hinsicht ein Spiegelbild der Gesellschaft dar. Wenn es sich um ein weltoffenes Orchester handelt, dann halten sich die Geschlechter die Waage, und rund 20 unterschiedliche Nationen sind vertreten. Seltener, aber immer öfter, ist der Stab hebende Dirigent eine Dirigentin. Wie beim ORF Radio-Symphonie-

orchester Wien, das die US-Amerikanerin Marin Alsop zur Chefdirigentin ab September 2019 ernannt hat. Man muss sich diesen magischen Moment des Anfangens vor Augen führen, wenn über ein Symphonieorchester gesprochen werden soll. Denn auch wenn über Reichweite, Reisen und Reputation die Rede sein wird, geht all dies auf das Konzerterleben zurück, das Zuhörer/innen in aller Welt verzaubert – und das seit der Mitte des 19. Jahrhunderts, als sich das bürgerliche Musikleben, wie wir es heute kennen, formierte. Einen besonderen Stellenwert nehmen darin die Symphonieorchester der Rundfunkanstalten ein. Wie nahezu alle öffentlich-rechtlichen Medieninstitutionen in Europa besitzt auch der ORF ein Radio-Symphonieorchester, dessen Aufführungen einen wesentlichen Anteil im Musikprogramm der Sender ausmachen und das ihn zugleich im Kulturleben Österreichs, aber auch weit über die Grenzen des Landes hinaus, vertritt. Und wenn die Reichhaltigkeit der österreichischen Kulturlandschaft

weltweit bewundert wird, dann hat, wie hier gezeigt werden soll, das Radio-Symphonieorchester Wien (RSO Wien) daran entscheidenden Anteil. Das marktwirtschaftliche Umfeld der Orchester – der Klassikmarkt – wird oft mit Sorgenfalten im Gesicht beschrieben. Beklagt wird zuvörderst die Überalterung des Publikums, die schneller voranschreite als die demografische und daher notwendigerweise zum Aussterben der Konzertgeher/innen führen müsse (zuletzt beispielsweise Martin Tröndle: Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form. Bielefeld 2009). Während dieses Umfeld in der österreichischen Kulturnation als stabil beschrieben werden kann, diagnostizieren alarmistisch gestimmte Kulturbeobachter wie Martin Tröndle oder Berthold Seliger im Nachbarland Deutschland eine absteigende Tendenz. So wird beispielsweise darauf verwiesen, dass die Zahl der öffentlich finanzierten deutschen Orchester von 168 im Jahr 1992 auf 129 im Jahr 2018 zurückgegangen ist – ein Rückgang von 23% (diese wie folgende statistische Zahlen nach den Erhebungen des Deutschen Musikinformationszentrums, abrufbar auf der Webseite www.miz.org). Da aber im gleichen Zeitraum die Anzahl aller Orchester-Planstellen um nur 20% reduziert wurden, müssen die verbliebenen Orchester gewachsen sein. Und diese haben mehr zu tun denn je, denn die Konzertanzahl steigt ebenfalls.

Der persönliche Stempel

Allein die Konzertangebote der zwölf deutschen Rundfunkorchester haben sich zwischen der Saison 2006/07 und der Saison 2015/16 nahezu verdoppelt, während ansonsten vor allem die musikpädagogischen Veranstaltungen stark angestiegen sind: Der Deutsche Musikrat zählt aktuell über 5.000 solcher Veranstaltungen jährlich, 2003 waren es noch halb so viel. Man kann lästern, die Orchester wichen auf Nischen aus. Stattdessen gilt es anzuerkennen, dass sich die Orchester um den Nachwuchs kümmern. Die Rechnung geht auf: Die Zahl der Klassikverweigerer, sinkt seit den 1980er Jahren kontinuierlich, zugunsten jenes Teils der Bevölkerung, der wenigstens einmal pro Jahr ein Konzert mit klassischer Musik besucht. (Hans Neuhoﬀ: Konzertpublika. Sozialstruktur, Mentalitäten, Geschmacksprofile. 2008. Abrufbar ebenfalls über www.miz.org.) Statt die Stirn in Falten zu legen, hat ein Radio-Symphonieorchester heute

ORF-RADIO-SYMPHONIE-ORCHESTER WIEN

Sendeminuten für Ö1	3.685
Anzahl der Spielstätten	13
Anzahl der Konzerttermine	63
Anzahl der Dirigent/innen	22
Anzahl der Werke	135
Erstaufführungen	4
Uraufführungen	8

die Aufgabe, dem gestiegenen Angebot auf einem stabilen Markt seinen persönlichen Stempel aufzudrücken. Vor diesem Hintergrund leistet das RSO ganze Arbeit. Das RSO steht selbstredend für die reiche musikalische Tradition der Donaumetropole von Haydn über Mozart, Beethoven, Schubert, Mahler und Schönberg bis hin zu Siemens-Preisträger Friedrich Cerha. Die Chefdirigenten des Orchesters haben dem stets Rechnung getragen: Bertrand de Billy hat eine international gefeierte CD-Edition mit Mozarts da-Ponte-Opern aufgenommen, Cornelius Meister stellt in jeder Saison in den Wiener Häusern Musikverein und Konzerthaus je eine Haydn-Symphonie vor und importiert das Wiener Kernrepertoire auch ins Ausland: Beethoven in Japan, Schubert in China.

Das Orchester ruft darüber hinaus musikalische Meisterwerke ins Leben zurück, die in Vergessenheit geraten sind. Das können seltene Perlen sein wie eine Ouvertüre aus den nahezu unbekanntenen Opern von Luigi Cherubini, die sträflich unterrepräsentierten ersten drei Symphonien von Peter Tschaikowsky oder die sechs Symphonien des tschechischen Komponisten Bohuslav Martinů, deren Gesamteinspielung unter Cornelius Meister im April 2018 mit dem begehrten Ersten Preis →

AUFTRITTE 2017

54 x Wien

1 x Eisenstadt

1 x Graz

3 x Salzburg

1 x Linz

3 x China

des International Classical Music Award ausgezeichnet wurde. Auf diese Weise erfüllt das RSO Wien seinen Bildungsauftrag, indem es das ansonsten auf die immergleichen Komponisten und Werke fokussierte Konzertrepertoire unaufhörlich erweitert. Als Motor des österreichischen Musiklebens wird das ORF Radio-Symphonieorchester Wien insbesondere dank seines Einsatzes für die Musik der Gegenwart wahrgenommen. Allein in den vergangenen drei Jahren hat das RSO Wien mit Ur- und Erstaufführungen von Olga Neuwirth, Toshio Hosokawa, Beat Furrer, Jorge E. Lopez, Lera Auerbach, Friedrich Cerha und Thomas Adès – die beiden letztgenannten bei den Salzburger Festspielen – weltweit Maßstäbe gesetzt. Seit der Saison 2010/11 hat das RSO Wien 57 Werke uraufgeführt – von der fünfminütigen Miniatur zur 45-minütigen Symphonie –, darunter 36 österreichische Komponistinnen und Komponisten, mehr als jedes andere österreichische Symphonieorchester (und im übrigen auch mehr als die meisten deutschen Rundfunkorchester). Damit fördert das RSO die Entstehung und Weiterentwicklung der musikalischen Gegenwarts-kultur sowie deren Verbreitung auch im Ausland: Gerald Resch war in Bukarest zu hören, Mia Zabelka in Japan, Gerhard E. Winkler in China, Friedrich Cerha in Köln. Mit seinem Orchester besitzt der ORF ein Aushängeschild, das das kulturelle Engagement des öffentlich-rechtlichen Rundfunks über das

Programm hinaus erlebbar macht. Selbstverständlich erklingt jede Konzertminute des Orchesters im Programm Ö1, regelmäßig ist das RSO in ORF 2 und ORF III, ja sogar auf Veranstaltungen von FM4 zu erleben. Ganz abzusehen von den neuen Radiosignations, die das RSO Wien zum 50. Geburtstag von Ö1 eingespielt hat. Aber die Verankerung des ORF Radio-Symphonieorchesters Wien im internationalen Konzertleben festigt die Reputation der Kulturnation Österreichs auf mindestens ebenso nachhaltige Weise. Allein in den letzten drei Jahren standen Japan, Taiwan, Taipeh, Deutschland, Holland, Spanien, Moskau, Rumänien und alljährlich China auf dem Reiseplan. Auf dem heimischen Festivalmarkt (Salzburger Festspiele, Wien modern, Carinthischer Sommer, Steirischer Herbst, Herbstgold Eisenstadt) ist das RSO Wien ebenso Stammgast wie bei Festivals im Ausland (Musikfest Hamburg, Radi-Festival Bukarest, Festspiele Mecklenburg-Vorpommern, Beethovenfest Bonn). Auch die Präsenz in den österreichischen Bundesländern wird konsequent ausgebaut.

Das Publikum von morgen

Das erfolgreiche Galakonzert „Hollywood in Vienna“, das alljährlich in Wien stattfindet und in den vergangenen zehn Jahren die besten Komponisten der amerikanischen Filmindustrie in Wien präsentiert hat – schließlich hat mit Erich Wolfgang Korngold ein österreichischer Komponist in Hollywood den Sound des modernen Kinos geprägt –, ist ein weiteres Beispiel dafür, wie das RSO Wien weltweit präsent ist, und zwar ganz ohne Reisetätigkeit. Denn „Hollywood in Vienna“, aufgenommen und gesendet vom ORF, hat sich als medialer Export-schlager etabliert. Mittlerweile wird das Konzert in 29 europäische Länder, 11 asiatische und 11 weitere Staaten übertragen.

Die eingangs angesprochene Verantwortung für das Publikum von morgen ist ein weiterer Schwerpunkt der RSO-Aktivitäten. Die durchschnittliche Klassikbesucherin geht ab dem Ende des dritten Lebensjahrzehntes seltener in die Konzerte, weil sie Berufs- und Familienpflichten in Anspruch nehmen. (Neuhoff) Ab 50 weist die Kurve wieder nach oben – aber nur dann, wenn sie oder er (statistisch gesehen eher sie; Frauen stellen im Klassikpublikum die Mehrheit) positive Erlebnisse mit Klassik in der Kindheit verbinden. Ins

Leben gerufen wurden die zahlreichen Initiativen für junge und jüngste Konzertbesucher/innen aber nicht, um den Besucherstrom von morgen abzusichern, sondern aus einem Verantwortungsgefühl gegenüber der kulturellen Bildung. Die Geburtsstunde der Musikvermittlung schlägt Mitte der 80er-Jahre in Großbritannien, als die Thatcher-Regierung den Musikunterricht an den öffentlichen Schulen zusammenstreicht. Zu Recht ist man in Deutschland und Österreich zwar noch heute der Meinung, dass Kulturveranstalter nicht in die Bresche springen dürfen, wenn der Staat seine elementaren Aufgaben nicht mehr erledigen will, aber der öffentliche-rechliche Rundfunk hat diesbezüglich einen Auftrag. Daher hat das ORF Radio-Symphonieorchester Wien mit den Formaten „Musiklabor“ (RSO-Musiker/innen besuchen die Schulen), „Mitten in my RSO“ (Schulkinder besuchen das Orchester) und „Concertino“ (spezielle Konzerte für die junge Zuhörer/innen, in Zusammenarbeit mit dem Konzerthaus sowie mit der Jeunesse Musicales Österreich) zahlreiche Aktivitäten im Programm, bei denen die Musikerinnen und Musiker des Orchesters auf Tuchfühlung mit dem Nachwuchs gehen. Angebote für „geübte“ Musikliebhaber/innen – der Workshop „Schlag auf Schlag“ sowie die „Klassische Verführung“, ein Vermittlungsformat im Großen Sendesaal des ORF RadioKulturhauses – zeigen, dass sich Musikvermittlung an alle Altersgruppen wendet.

Leidenschaft und Grenzgänge

Im Jahr 2017 schlug das ORF Radio-Symphonieorchester Wien ein neues Kapitel auf. Denn mittlerweile ist deutlich geworden, dass nicht die Überalterung des Klassikpublikums droht, sondern dass die Konzerte einer modernen und urbanen Gesellschaft nicht mehr gerecht werden. In den Städten wächst der Anteil von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte kontinuierlich. In Wien hatten 2016 von insgesamt 1,82 Millionen Einwohner/innen knapp 43 % Migrationshintergrund, Tendenz steigend. Hier müssen gesellschaftliche, soziale wie kulturelle Antworten gefunden werden. Anlässlich des Orchestertages 2017, an dem nahezu alle österreichischen Profi-Orchester teilnahmen, kreierte das RSO Wien nach einem Konzept der Musikpädagogin Annemarie Mitterbäck das Projekt „raum macht musik“, das ganz auf den transkulturellen Austausch zwischen

den Musikerinnen und Musikern des RSO sowie Laien und Profis aus anderen Kulturkreisen setzte. In unterschiedlichen Workshops entstand ein vielschichtiger musikalischer Dialog rund um die Themen Grenzen, Aufbruch, Veränderung, Zugehörigkeit und Neuordnung, der schließlich am 14. Juni 2017 zu einem gemeinsamen Konzert im RadioKulturhaus führte.

Die reichhaltigen, in den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF eingebundenen Aktivitäten seines Radio-Symphonieorchesters, die Leidenschaft, mit der sich die Musikerinnen und Musiker des Orchesters diesen Aktivitäten verschrieben haben, all dies lebt am Ende auch von der Begeisterung für das Konzert als Liveerlebnis. In den 60er-Jahren hatten Komponisten wie Mauricio Kagel und Dieter Schnebel kluge Gegenmodelle zum Konzert entwickelt, nachdem das Ritual vielerorts zum Fall für ein Museum erklärt worden war. Als in den frühen Achtzigern die CD auf den Markt kam, spürten die Konzert-Totengräber/innen Oberwasser, weil man nun zu Hause endlich Musik in Livequalität hören könne. Wie die Geschichte ausging, ist bekannt: Die RSO-Konzerte in Konzerthaus und Musikverein, im Theater an der Wien und bei den Salzburger Festspielen, in Tokio und Shanghai, Hamburg und Köln sind so gut besucht wie eh und je, während die Jungen schon nicht mehr wissen, was eine CD überhaupt ist. Insofern ist eingetreten, was der Soziologe Gerhard Schulze in den 1990er Jahren prophezeite: dass unsere Gesellschaft von dem polarisierenden Bedürfnis nach Verfügbarkeit (hierfür wären die Medien zuständig) und nach Erlebnis (ein klassischer Fall für ein Symphonieorchester) gekennzeichnet sein werden. (Gerhard Schule: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M. 1992.)

Klassische Musik ist kein Ausstellungsstück. Sie lebt. Sie bietet emotionale, sinnliche und kognitive Erlebnisse. In nur einem Konzert mit klassischer Musik aus vier Jahrhunderten Musikgeschichte können die Zuhörerinnen und Zuhörer die ganze Welt ihres individuellen Gefühlshaushaltes und Erfahrungshorizontes gespiegelt sehen. Dies schärft die Sinne, es macht sie sensibler und empfänglicher für die Außenwelt. Empfänglicher auch für die zauberhaften Augenblicke, an denen unser heutiges Leben so reich ist. ■

WEIL ES IM LEBEN MEHR ALS ALLES GIBT

#DORIS APPEL

LEITERIN „RELIGION“ IM ORF-RADIO

„Es muss im Leben mehr als alles geben.“ Mit diesem Satz hat einst der amerikanische Illustrator und Autor Maurice Sendak eine kleine surreale Geschichte überschrieben, in der er vom Auszug der Hündin Jennie aus dem beschaulichen Heim erzählt.

Auf die wiederholte Frage einer Topfpflanze, warum die Hündin, die doch alles habe, weggehe, antwortet diese: „Weil ich unzufrieden bin (...). Ich wünsche mir etwas, was ich nicht habe. Es muss im Leben noch mehr als alles geben!“ Und nach jeder Antwort beißt Jennie ein Blatt der Topfpflanze ab. Zum Schluss sagt die Pflanze nichts mehr, es ist ihr kein Blatt geblieben, mit dem sie das hätte tun können. Jennie weiß also nicht, was, wohl aber, dass ihr etwas fehlt. Sie fühlt eine leere Stelle inmitten aller Behaglichkeit. Ob es daran liegt, dass Maurice Sendak, aufgewachsen in Brooklyn und Nachfahre polnischer Rabbiner, Geschichten wie diese geschrieben hat, weil er mit anderen Welten als der rein diesseitigen zumindest gedanklich vertraut war? Weil Menschen wie er bewusst oder unbewusst durchlässig sind für eine Dimension, die man theologisch gesprochen als „Wirklichkeit Gottes“ bezeichnen könnte? Eine Wirklichkeit, die am Anfang einer existenziellen

Suche steht – und vielleicht auch am Ende? Meine Kolleginnen, Kollegen und ich als Team der ORF-Abteilung Religion im Radio haben das Privileg, uns mit genau diesen Fragen auseinanderzusetzen. Nähern wir uns doch mit unseren Sendungen auch Bereichen des Denkens an, die die reine Wahrnehmung überschreiten, sie transzendieren. Und wer sich mitunter über das Irdische erhebt, lässt eine neue Perspektive zu. Diese (Glaubens-)Perspektive kann ermutigen, trösten, zum Widerstand befähigen; heilsam sein in Zeiten von (Religions-)Kriegen, Terror und Flucht – und ist nie zynisch.

Vor kurzem erst, Anfang April, wurde in Judentum und Christentum, zu Pessach und Ostern, an kostbare alte Geschichten der Hoffnung erinnert. Sie erzählen von der Befreiung aus Knechtschaft und Tod und damit vom „Triumph des Unwahrscheinlichen über das Wahrscheinliche“ (Carolin Emcke), vom großen Trotzdem, aus dem sich leben und handeln lässt. Und wir haben davon berichtet.

Vom kurzen Bericht über die lange Reportage bis zum Feuilleton und zum Radioessay: Es sollen alle Hörer/innen interessiert werden, diejenigen, die zufällig das Radio einschalten sowie jene, die sogenannten Stammpublikum sind. Jene, die um ihren Glauben wissen und angemessen bedient werden wollen, jene, die um die kulturelle und auch politische Bedeutung wissen, die Religionskenntnis hat, und jene, deren Interesse durch guten Journalismus erst geweckt wird. Das alles

in Form und Inhalt ansprechend und sicher nicht langweilig: Attraktiv und wesentlich wollen wir sein, indem wir über das Phänomen des Religiösen und über real existierende Religionen und Konfessionen informieren, aufklären und Zusammenhänge herstellen – in einer gerade in Religionsfragen immer vielfältiger werdenden Welt. Unser Ziel sind Verständnis und Teilhabe. Und diese werden nicht zuletzt durch den Programmauftrag des ORF ermöglicht, demzufolge der ORF „für die angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgesellschaften“, die ja zu einem vollständigen Bild der Gesellschaft gehören, zu sorgen hat.

Es fehlt etwas, wenn Gott fehlt

Religion, der Begriff mag sich vom lateinischen „relegere – bedenken, beachten“ herleiten, ist ein menschlich-individuelles wie auch gesellschaftspolitisches Grundthema. Das betrifft persönliche Sinnsuche gleichermaßen wie gesellschaftliche Verantwortung, berührt Wertekataloge, die die verschiedenen Religionen nahe legen und führt sowohl zu traditionellen Weisheiten als auch zu aktuellen Neuorientierungen, wie sie etwa „das Einwanderungsland Europa“ (Navid Kermani) mit sich bringt. Religion ist relevant. Das zeigt sich auch in Anspielungen und Zitaten in Literatur, Musik und bildender Kunst, die verstanden werden wollen. Und das äußert sich nicht zuletzt in der Arbeit von Initiativen und Hilfsorganisationen, deren Weltbild und Handeln sehr oft religiös motiviert sind. Es fehlt etwas, wenn Gott fehlt, hat es Martin Walser auf den Punkt gebracht. Eine Glaubensfreiheit, die eigentlich Atheismus als einzige Form der Modernisierung akzeptiert, ist keine, schreibt Carolin Emcke. Und: Eine Glaubensfreiheit, die nur →

RELIGIONSENDUNGEN IM ORF-RADIO

Eine Auswahl

Sender	Sendung	Ausstrahlung
Ö1	Gedanken für den Tag	Mo – Sa, 06:56
	Religion aktuell	Mo – Fr, 18:55
	Praxis – Religion und Gesellschaft	Mi, 16:05
	Logos – Glauben und Zweifeln	Sa, 19:04
	Zwischenruf – Protestantisches zur Zeit	So., 06:55
Ö3	Religion im Hitradio Ö3	So + Feiertag, 06:30
	Einfach zum Nachdenken	So – Fr, 21:57
Regional	Morgengedanken	So, 06:05 Mo – Sa, 05:40
	Gottesdienste	So + Feiertag (meistens), 10:00

RELIGION IM REGIONAL-RADIO

Musterwoche: II.-17.9.2017

	Minuten	%
Radio Burgenland	119:11	5,56
Radio Kärnten	88:09	3,61
Radio Niederösterreich	82:44	3,92
Radio Oberösterreich	94:34	4,47
Radio Salzburg	88:41	3,95
Radio Steiermark	99:36	4,52
Radio Tirol	93:09	4,32
Radio Vorarlberg	84:36	3,91
Radio Wien	1:54	0,12

SENDUNGEN DER TV-RELIGION

ORIENTIERUNG – TOP 5

49-mal ausgestrahlt	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Kolumbien: Kirche hilft Flüchtlingen aus Venezuela	24.09.	165
Geheimnisse und Rätsel: 100 Jahre Fatima	07.05.	149
25 Jahre Ministrantinnen: Der weibliche Dienst am Altar	17.09.	143
Bischof Hermann Glettler Kritischer Geist mit Mission	26.11.	143
Integrationspakt: Kritik und Hoffnung	21.05.	141

KREUZ UND QUER – TOP 5

173-mal ausgestrahlt	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Die Frauen der russischen Oligarchen	31.01.	358
Mütter in Schande	10.01.	289
La Dolce Vita – Die bitteren Seiten der Süßigkeiten	21.03.	288
Bahai – Religion im Zeitgeist	10.10.	276
Liebe, aber koscher	16.05.	269

FEIERABEND – TOP 5

17-mal ausgestrahlt	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Geheimnis des Daseins	17.04.	855
Vertrauen ins Leben	06.01.	807
Im Namen der Ehre	08.12.	796
Tod am Altar – Bischof Kräutler über Erzbischof Romero	04.06.	776
Kämpferin mit großem Herz	26.12.	776

RELIGIONSJOURNALISMUS IM ORF-TV-ARCHIV

Religion	Beispiel	Anzahl
Buddhismus	Sri Lanka – Insel der Hoffnung (21.11.)	109
Judentum	Der Rabbi von Shanghai (TAO 171125, 25.11.)	549
Hinduismus	Hinduismus – Eine Reise nach Ladakh (17.09.)	97
Islam	Religionen der Welt: Muslime auf der Couch (04.11.) Weltjournal+: Im Ghetto – Frankreichs Muslime erzählen (19.04.)	1.101
Papst	Orientierung: der Papst in Asien (03.12.)	856

den christlichen Glauben meint, ist auch keine. So kommt es nicht von ungefähr, dass wir uns – um nur ein Beispiel zu nennen – in der Serie „Allah und Abendland“ im Sommer 2017 einem Islam europäischer Prägung gewidmet haben. Verändert doch der Islam Europa, aber Europa auch den Islam, was sich u.a. in historisch-kritischer Koranexegese und einem neuen Umgang mit der prophetischen Tradition zeigt.

Von „Tao – aus den Religionen der Welt“, wo diese Serie zu hören war, bis „Logos – Glauben und Zweifeln“, von „Gedanken für den Tag“ bis „Einfach zum Nachdenken“, von „Praxis – Religion und Gesellschaft“ bis „Lebenskunst – Begegnungen am Sonntagmorgen“ und weiteren Sendungen der ORF-Abteilung Religion im Radio: Berichte aus der und über die Welt der Religion/en, über die Arbeit kirchlicher Hilfsorganisationen und über biblische Weltliteratur machen deutlich, dass es im Leben mehr als alles geben kann – und muss. ■

MEHR ALS #VERONIKA DRAGON-BERGER EIN UNTERSCHIED: SENDERCHEFIN VON ORF SPORT+ ORF SPORT+

Der ORF hat gem. § 4b ORF-G nach Maßgabe der wirtschaftlichen Tragbarkeit ein Fernseh-Spartenprogramm mit insbesondere aktueller Berichterstattung über Sportarten und Sportbewerbe, denen üblicherweise in der österreichischen Medienberichterstattung kein breiter Raum zukommt, zu veranstalten. Schwerpunkte sollen Sportarten und -bewerbe sein, die in Österreich ausgeübt oder veranstaltet werden, oder an denen österreichische Sportler/innen oder Mannschaften teilnehmen. Mit der Berichterstattung über Sportarten, die in der Regel weniger im medialen Rampenlicht stehen, will ORF SPORT+ einen wichtigen Beitrag leisten, um die Vielfalt der österreichischen Sportlandschaft zu sichern und auszubauen.

Der seit dem 26.10.2011 gestartete Sportkanal ORF SPORT+ ist einzigartig in der Medienlandschaft in Österreich und bietet Informationen über sehr viele Sportarten in Österreich (im Jahr 2017 waren es 72 verschiedene Sportarten). Der Österreich-bezug ist bei ORF SPORT+ zentral. In das Programm aufgenommen werden regionale →

SPORT.ORF.AT

Sportart	%		
		Fußball	38
Tennis	8	Ski alpin	7
Motorsport	6	Ski nordisch	5
RadSPORT	3	Trendsportarten	2
Eishockey	7	US-Sport	1
Schwimmen	1	Basketball	4

(z.B. Fußball SV Pachern-GAK) und nationale Veranstaltungen österreichischer Sportverbände und Veranstalter, sowie internationale Sportbewerbe, bei denen österreichische Mannschaften oder Sportler/innen antreten. Mit ORF SPORT+ bekommen die Zuseher/innen Einblicke in die nationale und internationale Wettkampfszene von Sportarten, die oft erst am Beginn einer großen Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit stehen.

Damit fördert ORF SPORT+ die Begeisterung für viele Sportarten und ist Katalysator für die positive Entwicklung dieser sogenannten Randsportarten. So sorgt ORF SPORT+ mit seinem vielfältigen Programm auch für viele Impulse gegen die in Österreich immer wieder kritisierte Bewegungsarmut der Kinder. Die Freude am Sport und der einfache

Zugang wird in vielen Beiträgen transportiert und dient damit den Jugendlichen und Eltern auch als eine gewisse Basis für den Einstieg in den aktiven Sport. Das Interesse der Bevölkerung an aktiver sportlicher Bewegung soll gefördert werden. In der Programmplanung wird ein Mix aus internationalem und nationalem Spitzensport sowie Breitensport berücksichtigt. Von besonderer Bedeutung ist die Liveberichterstattung gepaart mit Analysen, einer ergänzenden Hintergrundberichterstattung und fachspezifischen Magazinen.

Mehrwert „ohne Grenzen“

In den Magazinen werden Zielgruppen angesprochen und Barrieren genommen. Speziell das Behindertensport Magazin „Ohne Grenzen“ ist hier Vorreiter, um Vorurteile in der Gesellschaft zu reduzieren und stellt die Protagonist/innen als Menschen wie „du und ich“ vor. Mit der Begleitung der Initiative für die tägliche Bewegungseinheit im Unterricht hat sich ORF SPORT+ in den letzten Jahren auch in den Dienst dieser vehement geforderten Maßnahme gestellt. Mittlerweile ist das Bewusstsein dafür in der Öffentlichkeit gewachsen. Ein Mehrwert, den ORF SPORT+ mit vielen Beiträgen in seinem Programm mitgetragen hat. Das Yogamagazin, das die Bevölkerung zum Mitmachen im Sinne der Gesundheitsvorsorge anregen soll, bildet einen programmlichen Fixpunkt.

SPORTARTEN IM TV

Gesamt 72 Sportarten – eine Auswahl

1834:33:54 Min. **365:17:22** Min.

Fußball

Eishockey

847:25:29 Min. **368:16:10** Min.

Ski Alpin

Leichtathletik

455:03:03 Min. **116:51:16** Min.

Formel I

Radsport

362:41:11 Min. **187:38:04** Min.

Motorsport

Volleyball

399:15:17 Min. **172:21:48** Min.

Tennis

Golf

468:15:17 Min. **215:10:35** Min.

Ski Nordisch

Behindertensport

196:55:26 Min. **295:36:20** Min.

Handball

Yoga

ORF TELETEXT

13.165

Seitenupdates auf den Sportseiten pro Monat

90

Hauptseiten für die Sportberichterstattung

SENDUNGEN IM TV

Eine Auswahl

Sendung	Sendestunden
Sport Aktuell	29:29:11
Sport am Sonntag	34:42:43
Sportbild	26:31:27
Sport 20	51:41:07

Schwerpunkt Frauenfußball

ORF SPORT+ verpasst keinen Trend und setzt selbst Maßstäbe. Ein hervorragendes Beispiel dafür ist die Programmierung der 25 Livespiele der Frauen-Fußballeuropameisterschaft aus den Niederlanden (16.07.–06.08.2017). Durch die großflächige Programmierung – bereits im Juni wurden Vorbereitungsspiele sowie alle Pressekonferenzen der Österreichischen Nationalmannschaft livegezeigt – verbunden mit dem Einzug der österreichischen Protagonistinnen bis ins Semifinale wurde der Stellenwert des Frauenfußballs in wenigen Wochen erheblich gesteigert.

Um den Schwerpunkt Frauenfußball weiterzuziehen wurde sowohl das Frauen-Champions-League-Spiel zwischen St. Pölten und Manchester City als auch erstmals ein Spiel der Frauen-Bundesliga zwischen Landhaus und St. Pölten live gezeigt und ein monatliches Frauen-Fußballmagazin ausgestrahlt. Das Interesse am Rechteerwerb der Länderspiele der Fußball-Frauen-Nationalmannschaft und weiterer Live-Übertragungen der Frauen-Bundesliga und Frauen-Champions League ist für 2018 vorhanden. Die zukünftige Entwicklung des Frauenfußballs ist auch gesellschaftspolitisch eine zu beachtende Komponente.

SPORTBEITRÄGE AUS DEN BUNDESLÄNDERN

Bundesland	ORFeins & 2	Davon live	ORF Sport+	Davon live	gesamt
Wien	33	5	134	6	167
Niederösterreich	90	-	319	5	409
Oberösterreich	54	-	267	9	321
Salzburg	75	-	431	13	506
Tirol	92	3	537	23	629
Vorarlberg	112	50	586	25	698
Kärnten	37	-	326	5	363
Steiermark	100	2	719	21	819
Burgenland	39	-	319	7	358

Die Tatsache, auf kurzfristige Erfolge von österreichischen Mannschaften mit Live-Übertragungen reagieren zu können, ist ein wesentliches Merkmal des Sportspartenkanals. Ein Beispiel aus jüngster Vergangenheit: Die österreichische Hockey-Herren-Nationalmannschaft erreichte am Samstag, den 13.01.2018 um 21:53 Uhr den Finaleinzug bei der Europameisterschaft in Antwerpen. Nach einigen Telefonaten konnte Sonntag früh die Live-Übertragung fixiert und die Popularität dieser Randsportart gefördert werden. Flexibilität und Österreich in einem Sender – das ist ein öffentlich-rechtlicher Unterschied. ■

DIE ZUKUNFT DES SPORTS

#REINHARD CHRISTL

MITGLIED DES
PUBLIC-VALUE-BEIRATS
DER RTR

EXTERNE
EXPERTISE

Eine einzige Zahl genügt, um die Situation auf dem Markt für Sportübertragungen zu beschreiben: In England kostet es umgerechnet mehr als zehn Millionen Euro, ein einziges Spiel der Fußball-Premier-League übertragen zu dürfen. Die Preise für Übertragungsrechte populärer Sportarten, allen voran Fußball, sind in den vergangenen Jahren explodiert. Sie haben sich innerhalb kurzer Zeit verdoppelt bis verfünffacht.

Die Folge: Öffentlich-rechtliche Sender haben es heute viel schwerer als in der Vergangenheit, Übertragungsrechte für populäre Sport-Events zu bekommen. So betrachtet, ist der Verlust der Fußball-Champions League und der Bundesliga, die der ORF 2017 zu beklagen hatte, im internationalen Vergleich nichts Besonderes. In hoch entwickelten Medienmärkten wie Großbritannien ist es seit Jahren eine Selbstverständlichkeit, dass die großen Fußball-Ligen nur im Pay-TV zu sehen

sind. Ein Ende der Kostenexplosion in Sachen Übertragungsrechte ist derzeit nicht abzusehen. Welche Folgen hat diese Entwicklung für die Qualität des Sportjournalismus? Was bedeutet sie für das Publikum? Und wie sollen öffentlich-rechtliche Sender darauf reagieren?

Embedded Journalism ist ein Problem, auch im Sport

„Embedded Journalism“ hat nicht zu Unrecht keinen guten Ruf. Seit Journalisten im Irak-Krieg gemeinsam mit US-Streitkräften marschierten und zum Sprachrohr der US-Regierung wurden, gilt er als das Gegenteil von unabhängigem Journalismus.

Embedded Journalism gibt es nicht nur in der Politik. Auch im Sport haben sich in den vergangenen Jahren immer mehr Abhängigkeiten, Verquickungen und Gegengeschäfte zwischen Objekten der Berichterstattung einerseits und Berichterstattern andererseits eingeschlichen. Pay-TV-Sender, vereinseigene TV-Programme und verschiedenste Social Media-Kanäle zeichnen immer öfter ein geschöntes und interessengeleitetes Bild von Sportevents. Zum Beispiel im Fußball. Bei der Fußball-Europameisterschaft 2016 etwa wurden Fan-Ausschreitungen von der Bildregie des Veranstalters UEFA konsequent ausgeblendet. Kritischer Sportjournalismus ist in den privaten Medien kaum zu finden und für die öffentlich-rechtlichen immer

schwerer möglich. Eine Einordnung dessen, was auf dem Rasen, auf der Piste oder auf der Rennstrecke passiert, in gesellschaftliche und politische Zusammenhänge wird in den neuen Medien und Privatsendern nicht wirklich geboten. Dabei gäbe es eine Menge zu hinterfragen und zu kritisieren: Korruption, undurchsichtige Vergabe von Olympischen Spielen, Wetterbetrügereien, Fanausschreitungen, Doping. Vieles davon wird von den privaten Medien verschwiegen, weil seine Erwähnung ihr Business-Modell stören würde. Wer embedded ist ins Geschäft, macht sich nicht dessen Grundlage kaputt.

Ein interessanter Spezialfall von „Embedded Sports Journalism“ bereichert seit einigen Jahren die österreichische Medienlandschaft: der Red-Bull-Sender Servus TV. Er macht hochprofessionelle Sportsendungen, keine Frage. Die Sport-Show „Sport und Talk im Hangar 7“ ist derartig aufwändig produziert, dass sie sich der ORF in dieser Form kaum leisten könnte. Trotzdem sind die in der Sendung gebotenen Sport-Diskussionen oft erstaunlich langweilig. Der Grund dafür ist einfach: Manche Positionen sind nur selten zu hören, würden sie doch zu oft mit den Interessen von Red Bull in Konflikt geraten, wenn es etwa um Todesfälle in von Red Bull gesponserten Extremsportarten geht. Oder um die Krise der Formel 1. Andererseits stehen immer mehr Zuseherinnen und Zuseher der mit der Explosion der Übertragungskosten einhergehenden Überkommerzialisierung des Sports zunehmend kritisch gegenüber und wollen über dessen Hintergründe informiert werden.

Öffentlich-rechtliche Medien können solche Hintergrundberichterstattung bieten. Als Alleinstellungsmerkmale ihrer Sportberichterstattung können sie dabei auf ihre klassischen Qualitäten setzen: weniger „embedding“ und mehr journalistisch-kritische Zugänge zum Thema Sport, der nicht nur als Produkt, sondern auch als gesellschaftspolitisches Phänomen zu betrachten ist; kritischere Interview-Fragen als bei den Privaten; eine Bildregie, die auch negative und aus Marketing-Sicht unerwünschte Aspekte und Szenen eines Sport-Events, etwa Fan-Ausschreitungen auf den Tribünen, nicht ausblendet; eine ausführliche, die Live-Übertragungen ergänzende Hintergrundberichterstattung, die sich den Schattenseiten des Sports widmet.

Sportjournalismus braucht gute Journalist/innen

Lange Zeit waren im Sport analytische Hintergrundgeschichten, ausführliche Reportagen und kritische Dokumentationen auch bei öffentlich-rechtlichen Sendern wenig gefragt. Live-Übertragungen waren das einzige, was Quoten brachte. Seit einigen Jahren zeichnet sich international eine Trendwende ab: Das Publikum beginnt der Eventisierung und Über-Inszenierung der Sport-Events überdrüssig zu werden. Es wünscht sich wieder mehr Blicke hinter die Kulissen. Klassische Reportagen und Dokumentationen finden wieder mehr Zuschauer, etwa der sensationelle einhalbstündige WDR-Dokumentarfilm über Boris Becker („Der Spieler“) oder das legendäre ORF-Portrait zu Ernst Happels 20. Todestag („Als Jose Mourinho ein Österreicher war“). Von privaten Medien ist in dieser Hinsicht nicht wirklich viel zu erwarten. In den öffentlich-rechtlichen sollte es künftig (wieder) mehr davon geben.

Auch wenn solche hochwertigen Reportagen und Dokumentationen noch so gut gemacht sind, brauchen sie freilich ein entsprechendes Programmumfeld. Sie können Live-Übertragungen nur ergänzen, nicht ersetzen. Wenn ein öffentlich-rechtlicher Sender keine massentauglichen Sport-Live-Übertragungen im Programm hat, wird er selbst für die großartigsten Sport-Reportagen und -Dokus kaum Zuseher finden. Und ein Sender, der keine Sportübertragungsrechte hat, wird sich schwer tun, Bildmaterial für Hintergrundreportagen zu finden. Fazit: Übertragungsrechte für populäre Sportarten bleiben für öffentlich-rechtliche Medien auch künftig unverzichtbar. Sie müssen sowohl Live-Übertragungen populärer Sport-Events als auch klassische Formate wie analytische Reportagen und Dokumentationen bieten.

Sie brauchen dafür künftig erstens ausreichende finanzielle Ressourcen. Zweitens ausreichend Personal, das regelmäßig und systematisch weitergebildet werden muss, um den veränderten Anforderungen gerecht werden zu können. Drittens schließlich rechtliche Rahmenbedingungen, die ihnen ermöglichen, ihr Sport-Publikum auch in den neuen Medien zu erreichen. ■

Dieser Beitrag wurde zuerst 2018 auf science.ORF.at veröffentlicht.

EINE FÜR ALLE

#DODO ROSCIC
MODERATORIN IN DER
ORF-FORMATENTWICKLUNG

Der Weltfrauentag ist für uns in der Entwicklungsabteilung Jahr für Jahr ein willkommener Anlass, uns über das alltägliche Geschäft des Abbildens der Gesellschaft auch in Bezug auf Frauen-Fragen – das Verhindern des gefürchteten „cherchez la femme“ bei Besetzungen unserer Sendungen hinaus beispielsweise – auf eine Metaebene zu transponieren: Wo steht der feministische Diskurs gerade, welcher Ausformung des ewigen Themas wollen und können wir uns mit der uns zur Verfügung stehenden Wucht widmen?

Monate bevor #metoo auch in unseren Timelines auftauchte, lange vor der beeindruckenden Rede von Oprah Winfrey bei den Golden Globes und auch lange vor der allumfassenden #timesup-Bewegung, aber interessanterweise im nämlichen Geiste, kristallisierte sich aus all unseren Überlegungen ein Gedanke heraus, den viele Jahre zuvor Madeleine Albright mit den viel zitierten Worten „There is a special place in hell for women who don't help other women“ zuspitzte: Weibliche Solidarität. Das Thema scheint in der Luft gelegen zu sein.

Unsere Kampagne zum Weltfrauentag 2017 kreiste um eine zentrale Message: Alle sagen, dass etwas nicht geht. Und dann kommt kam eine, die das nicht wusste – und macht es einfach! Denn ihre Mutter, Lehrerin, Großmutter, beste Freundin hat ihr beigebracht, dass alles geht, dass sie alles schaffen kann. Entlang dieses Gedankens, dass sich hinter jeder Frau, die sich weigert, in der ihr gesellschaftlich oder familiär zugewiesenen Rolle zu verkümmern, wahrscheinlich immer eine an-

DIVERSITÄT IM PROGRAMM

Treffer im ORF-TV-Archiv

Schlagwort	Anzahl	Beispiel	Datum
Gender	265	„Heute Mittag“: Gender-Medizin	13.07.
Familie	3.962	„Thema“: Kinderarmut	19.12.
Schule	1.049	„Newton“: Schule 4.0: Zwischen Tafel und Tablet – wie viel Digi- talisierung braucht das Klassenzimmer?	09.12.
Pflege	261	„Daheim in Öster- reich“: Pflege in Österreich	27.11.
Homo- sexualität	111	„Orientierung“: Ehe für alle	10.12.

dere Frau benennen lässt, die sie darin unterstützt hat, arbeitete ich mit Matthias Schweger an der Umsetzung dieser Idee. Wir wollten Frauen zeigen, die es gewagt haben, das Stereotyp zu zerschlagen. Die einen haben den Hof übernommen, weil sie sich mit der Plattitüde, Wein zu keltern sei nichts für Frauen, nicht länger aufhalten wollten. Die andere stellt ihren auffällig tätowierten, dem Jung-Mädchen-Schema des Size-Zero-Fetisch' nicht entsprechenden Körper stolz zur Schau, trainiert ihre Muskeln unter lauter Männern und bloggt über Mode. Auf den Gedanken, das sei unpassend oder stünde ihr nicht zu, kommt sie erst gar nicht, weil Frauen sie immer bestärkt haben. Und eine Dritte stürmt die Männerdomäne des Programmierens von Robotern und findet nichts dabei.

Wehrt euch, es steht euch zu

Der Aufruf, der hier deutlich gehört werden will: Die weibliche Solidarität, wie auch hierzulande anlässlich von #metoo deutlich wurde, ist ein atrophierter Muskel, seit Jahrhunderten kaum angewendet. Der Misstrauensantrag beginnt

SCHWERPUNKTE

Eine Auswahl

#einefüralle – Weltfrauentag	01. bis 14.03.
Klimawandel	26.05. bis 02.06.
500 Jahre Reformation	24. bis 31.10.
Lügenpresse, Fake News, Mainstream-Medien	16.01.
Öl: auf den Spuren des Islam in Europa	27.05. bis 01.07.
Falco – Verdammst wir leben noch!	19.02.
Viennale 2017	14.10 bis 28.10.
ORF III: Brennpunkt Nordkorea	09.09.
Ars Electronica 2017	06. bis 15.09.
50-jähriges Staatsopern-Jubiläum von Plácido Domingo	19. bis 21.05
Vienna Biennale 2017	26.06.
Armenien	27.05. bis 04.06.
Libanon	10. bis 19.03.
300 Jahre Maria Theresia	02. bis 14.05.
90. Geburtstag von Hugo Portisch	12. bis 17.02.
Erni Mangold wird 90	19.01. bis 27.02.

schon bei den Betroffenen selber, die Abwertung ist längst internalisiert. Wir wollten, dass jedes Mädchen und jede Frau, die diese Spots sieht, spürt: Helft einander, wehrt euch, es steht euch zu. Mit großer Freude und besonderem Engagement darf ich mich nun schon seit zwei Jahren im Auftrag der Fernsehdirektorin Kathrin Zechner der Kreation der Kampagne für den Weltfrauentag widmen. Auf einer ganz persönlichen Ebene war das mir Anvertrauen dieses Projektes durch sie mein erster größerer und konkreter Anker nach meiner Rückkehr aus der Babypause, einer Sturm- bö in Sachen Karriere, wie viele zurückgekehrte Mütter wissen. ■

AT HOME

#JOANNA BOSTOCK

REDAKTEURIN BEI FM4

The slogan that encapsulates the cosy-yet-cool familiarity that is the essence of FM4 already tells us something about why FM4 is different.

As a radio station, broadcasting in English as well as the native German of its Austrian audience makes it unique. There are bilingual radio stations elsewhere speaking to multicultural audiences with differing native languages, and there are radio stations broadcasting in English to ex-pats in non-English speaking countries, as Blue Danube Radio did back in the 1990s. On FM4, however, both languages address an Austrian, i.e. German native speaking, audience. It is not simply English per se that makes FM4 special, but also the unique way in which both English and German co-exist and are intertwined. These are essential components of what it means to be “at home” on FM4.

Far from being a barrier or making listening to the radio a chore, the English language presentation and content on FM4 are part of what identifies both the station and the listeners. Austria and Austrians are outward looking and embrace English as a professional and cultural must-have. As a global lingua franca, English is essential to those working in an economy largely founded on tourism and international trade. Alongside German and Maths, English is one of the core subjects in school

and is the primary modern language, with classes starting as early as elementary school. The Austrian curriculum aims not just to equip students with language skills for passing the final “Matura” exam, but also to prepare them for their role as global citizens. FM4 is currently working with the Österreichischer Bundesverlag Schulbuch GmbH & Co. KG, providing English language audio material for the “way2go!” books of its new four-level English language course for upper secondary schools. The ÖBV has chosen material from the “Reality Check” programme specifically for its educational value and because it is presented in a way that encourages critical thinking and motivates students to engage with current topics. There is also anecdotal evidence from FM4 listeners who say they listen to the news bulletins in English partly because they want to keep their English up to date.

The FM4 team includes native English speakers from all over the world and presents Austrian ears with a wide range of accents and regional variations. FM4 aims to break down language barriers: some shows are always presented by native English speakers, and feature German language content, while others have German speaking hosts and include English language content. Reports and features produced and presented in one language often include sound bites in the other. The Morning Show takes this a step further with a native English speaking host and a German speaking co-host, who playfully mix up the languages in a kind of bilingual ping-pong. When it comes to news and current

NEWS & NOUVELLES

Sprache	FM4 Mo-Fr	FM4 Sa-So	Ö1 Mo-Fr
Französisch	09:30 und 12:30		12:53
Englisch	Zehnmal täglich 2,5 Minuten	14-mal täglich 2,5 Minuten	12:50

affairs, broadcasting in English gives FM4 the opportunity to tap into expertise from all over the globe, delivering reports, information, analysis and comment that complement, rather than compete with, other ORF channels. FM4 has a well-established and wide-ranging pool of contacts, comprising journalists and academics from around the world.

The “native speaker” principle

When an Austrian commentator is interviewed in an English-presented programme, the “native speaker” principle usually applies: questions are put in English and the Austrian interview partner responds in German. However, there are also home-grown experts and contributors who prefer to speak English, reflecting the fact that they operate at an international level, and communicating a sense of Austrian involvement in global issues and on the world stage. Broadcasting in English allows us to take full advantage of face to face interviews with many distinguished and inspiring figures from all walks of life. Politicians, writers, scientists, filmmakers, humanitarians, cyber-culture experts, activists and sports stars come to Austria to deliver lectures and engage in public discussions, to appear at festivals and to participate in conferences. FM4 can access this wealth of knowledge, experience and opinion, making it available first hand and “undubbed” to an Austrian audience. Examples of prominent interview guests on FM4 include the then Secretary General of the United Nations, Ban Ki Moon; American author and activist Angela Davis; economist Jeffrey Sachs; British writer Jeanette Winterson; and Yetnebersh Nigussie, the

MEHRSPRACHIGKEIT IM ORF-TV

Filme im Zweikanalton	166
deutsch / englisch	154
deutsch / französisch	11
deutsch / schwedisch / spanisch / russisch / englisch	1*
Serienfolgen im Zweikanalton	2.912

*Der Hunderjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand

disability rights activist and winner of the Right Livelihood Award (often referred to as the “Alternative Nobel Prize”). The list also includes, of course, a whole range of musicians from around the world and across all genres, as well as many other fascinating and thought-provoking people.

Bands and artists from the Anglophone world are still vital to FM4 and by not overdubbing interviews with English speaking musicians, FM4 provides an authentic, more intimate listening experience in which personality, emotion and nuance are not lost in translation. By the same token, when prominent figures from the international scene are invited as guest DJs on programmes such as Unlimited, Tribe Vibes or Davidecks, they encounter a familiar environment which enables them to concentrate on their art and easily communicate, perform and connect with their Austrian audience. The “native speaker” principle also regularly applies when prominent guests from the Austrian music and youth culture scene are invited to appear on the Morning Show as live guests. However they often choose to chat with the host in English: what could be a more natural, engaging role model for the importance of language proficiency? In the 18 years since the launch of FM4 in its current English-German format was launched, a whole generation of listeners have grown up with English embedded in their cultural environment. ■

ÖSTERREICH- WERT

**IDENTITÄT
WERTSCHÖPFUNG
FÖDERALSIMUS**

Der Unterschied ist:

Der ORF gehört den Österreicherinnen und Österreichern und nicht einem Milliardär oder einem ausländischen Konzern. Seine Direktor/innen, Gremienmitglieder, seine Führungskräfte und Mitarbeiter/innen folgen Leitlinien und Regulativen, die in Österreich für Österreich gemacht wurden. Seine Programme schaffen nicht einen Gewinn für Aktienbesitzer/innen, sondern einen Mehrwert für die Gesellschaft und Wertschöpfung für Österreich. Seine Geschichte ist Teil der Geschichte Österreichs und steht für regionale und nationale Identität.

Für den ORF bedeutet Public Value: Wo ORF draufsteht, muss auch Österreich drin sein.

Identität ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat für die Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration zu sorgen. (4) Ferner hat er bei der Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen sowie sonstigen Angeboten auf die kulturelle Eigenart, die Geschichte und die politische und kulturelle Eigenständigkeit Österreichs sowie auf den föderalistischen Aufbau der Republik besonders Bedacht zu nehmen. ORF-Verhaltenskodex: Die Authentizität der Darstellung muss in jedem Fall gewährleistet sein. Journalistisch relevante Umstände für das Entstehen eines Beitrags sind kenntlich zu machen: z. B. besondere Bedingungen, Umstände und Entwicklungen während der Dreharbeiten oder wenn (etwa wegen Betriebsgeheimnissen) Material verwendet werden muss, das die Person oder Einrichtung, auf die sich der Beitrag bezieht, zur Verfügung gestellt hat. Das Publikum muss sich darauf verlassen können, dass in der Berichterstattung jegliche manipulative Darstellung oder Inszenierung unterbleibt. ORF-Leitbild: Der ORF als eine Institution der österreichischen Öffentlichkeit ist das elektronische Leitmedium des Landes, Träger und Förderer österreichischer Identität, Kultur und Qualität.

Wertschöpfung ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat für die angemessene Berücksichtigung und Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion zu sorgen. § 10. (8) Als Kultursender soll der Österreichische Rundfunk sowohl Berichterstatte(r) wie eigenständiger Produzent sein und vor allem Auftraggeber, Arbeitgeber und Forum österreichischer Kreativität und Gegenwartskunst. ORF-Programmrichtlinien: Durch Berücksichtigung und Förderung der heimischen künstlerischen und kreativen Produktion ist ein Beitrag zum Kulturgesehe(n) zu leisten. Im Bereich der Filmkunst, der bildenden Kunst, der Literatur und der Musik ist besonders dem gegenwärtigen österreichischen Schaffen Raum zu geben. Als Auftraggeber und häufig Erstveröffentlicher künstlerischer Werke und wissenschaftlicher Erkenntnisse soll der ORF einen Beitrag zum Kulturgesehe(n) leisten. ORF-Leitbild: Der ORF stärkt den Medienstandort Österreich durch die Zusammenarbeit mit der österreichischen und europäischen Kreativwirtschaft bei der Entwicklung und Herstellung hochwertiger und zeitgemäßer Angebote.

Föderalismus ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat für die Information über die Bedeutung, Funktion und Aufgaben des Bundesstaates sowie die Förderung der regionalen Identitäten der Bundesländer zu sorgen. § 5. (5) Der Österreichische Rundfunk hat einen angemessenen Anteil seiner Finanzmittel für die Tätigkeiten der neun Landesstudios vorzubehalten. ORF-Programmrichtlinien: In den Programmen des Fernsehens sind durch regelmäßige regionale Sendungen sowie durch angemessene Anteile an den österreichweiten Programmen die Interessen der Länder zu berücksichtigen. ORF-Leitbild: Der ORF als eine Institution der österreichischen Öffentlichkeit spiegelt – gestützt auf einen lebendigen Föderalismus – die Vielfalt der Bundesländer wider.

DIE MACHT DER BILDER



#OLIVER RATHKOLB
UNIVERSITÄT WIEN

Der ORF hat einen wichtigen Anteil an der Konstruktion einer eigenständigen österreichischen Identität, dies zeigt sich anhand der Entwicklung der Landesstudios ebenso wie an der Bedeutung der Sportredaktion – aber letztlich eigentlich in allen Programmsparten. Und genauso im Blick zurück, in die mentale Ausgangslage der österreichischen Gesellschaft nach Abschluss des Staatsvertrages.

Umfragen vom April 1956 dokumentieren, dass 46% der Österreicher/innen glaubten, die Österreicher/innen gehörten zum deutschen Volk.

Bei den 16- bis 39-Jährigen bekannten sich gar 51% als Deutsche. Es ist somit kein Zufall, dass Hugo Portisch, wenn man so will, journalistische und öffentliche „Speerspitze“ für einen aus den Parteiproporzzwängen befreiten ORF, auch ein einsamer Rufer für die österreichische Identität gewesen ist. Dieses Anliegen, mehr gelebte Demokratie, Zivilcourage und Identitätsbildung fallen letztlich bei dem Rundfunkvolksbegehren 1964 zusammen – das gegen massive Widerstände und Behinderungen durch die beiden großen politischen Parteien ÖVP und SPÖ durchgeführt wurde.

Im letztlich durch das Begehren geänderten ORF präsentierte bereits fünf Tage nach seiner Wahl, am 14. März 1967, Generalintendant Gerd Bacher seine Vorstellungen von der künftigen Ausrichtung und Identität des Rundfunks in einer Pressekonferenz: „Der Rundfunk hat der geistigen Provinzialisierung Österreichs entgegenzutreten. [...] Bis zum heutigen Tag erfüllt der Rundfunk weder quanti-

tativ noch qualitativ das Bedürfnis nach Information, Kommentar und Meinungsbildung in allen Sektoren des öffentlichen Lebens. Damit versagt er in seinen wesentlichsten Pflichten gegenüber der Demokratie: in der objektiven und umfassenden Unterrichtung der Staatsbürger. Er versagt auch in der Ausübung öffentlicher Kontrolle, die das Kriterium der Demokratie schlechthin darstellt. Der Rundfunk kann einen Beitrag zur Fundamentaldemokratisierung leisten.“

Gerd Bacher wusste damals noch nicht, dass er letztlich – gegen seine persönliche politische Überzeugung – zum besten Wahlkampfmanager Bruno Kreisky werden sollte und letztlich dessen Motto mitgetragen hat, das dieser von dem französischen Politiker Eduard Herriot entlehnt hatte: „Wer die Demokratie stabilisieren will, muss sie in Bewegung halten.“ Sowohl Kreisky als auch Bacher waren natürlich auch Männer in ihrem Widerspruch, und Peter Turrini hat dies einmal bezüglich des ORF-Generalintendanten auf den Punkt gebracht „Ich habe Gerd Bacher immer als ein Geschenk für meinen Geist betrachtet, vor allem deshalb, weil ich höchst selten seiner Meinung war.“

Demokratie ist Diskussion

Heute sehen wir im ORF nach wie vor häufig nur das, wie es Tarek Leitner in dem Buch formuliert hat, „vielzitierte Hochamt der Demokratie“, wenn die erste Hochrechnung nach einer Wahl präsentiert wird. Aber davor bietet der ORF vor allem seit der Reform 1967 in zahlreichen Sendeformaten Möglichkeiten, sich über das politische Angebot und die politischen Parteien oder diversen Bewegungen und Spitzenkandidat/innen zu informieren. In der Vergangenheit war der ORF dann immer am besten demokratiepolitisch unabhängig aufgestellt, wenn die politischen Parteien oder einzelne Parteienvertreter/innen besonders wütend gegen einzelne Journalistinnen und Journalisten gewütet oder die Geschäftsführung attackiert haben. Unzufriedenheit ist ein unangenehmer, aber verlässlicher Gradmesser demokratiepolitischer Verantwortung.

Diskussionssendungen haben im ORF eine wichtige demokratiepolitische Funktion wie beispielsweise Helmut Zilks „Stadtgespräche“, die „Runde der

Chefredakteure“, der „Club 2“ und Sendungen wie „Zur Sache“, „Betrifft“, „Offen gesagt“, „Runder Tisch“ und schließlich „Im Zentrum“ eindrucksvoll beweisen.

Die politischen Formate und Informationssendungen sind ein wichtiger Teil der politischen Bildung der österreichischen Wählerinnen und Wähler – und sie werden von dem größten Schatz getragen, den der ORF besitzt: von seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das zeigt sich auch im Buch „Die Macht der Bilder“, das Beiträge von und über Pionier/innen der Vergangenheit ebenso enthält wie von und über Persönlichkeiten der Gegenwart, die engagiert die Fackel der kritischen →

MENSCHEN UND MÄCHTE – TOP 10

41-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Bauernleben – Bauernsterben	07.09.	764
Republik in Flammen – Der Justizpalastbrand und seine Folgen	29.06.	384
In Memoriam Alois Mock – Ein großer Europäer	01.06.	334
Warten Warten Warten – Patient Gesundheitssystem	25.01.	311
Arbeiten bis zum Umfallen – Pensionssystem im Wandel	15.02.	307
Der Fall Klimt – Der Streit um die Bilder der Adele Bloch-Bauer	12.07.	301
Franz Vranitzky – Eine Karriere zum 80. Geburtstag	04.10.	300
Heiß umfehdet, wild umstritten – Die Geschichte der Bundeshymne	25.10.	300
Hitler und die Kinder vom Obersalzberg	22.03.	293
Zwischen Egotrip und Rebellion – Ein Blick in die Welt der Jungen	30.11.	289

Aufklärung weitertragen. Gerade in so turbulenten Zeiten, wo täglich Wellen an Fake News und Weltverschwörungstheorien auf uns alle niederprasseln, und permanenter Wetterungsstimmung, in Ruhe dagegen zu halten, kritisch und umfassend zu recherchieren und unabhängiges politisches und gesellschaftliches Orientierungswissen anzubieten, dies ist wohl eine wirkliche Goliaths-Aufgabe, die der ORF immer versucht hat zu leisten – manchmal besser, manchmal schlechter.

Demokratie in Gefahr?

Von Tag zu Tag wird diese Zielsetzung schwieriger, u.a. aufgrund der extremen Informationsdichte und der Vielfältigkeit an Nachrichten und der steigenden Manipulationsmöglichkeiten durch Algorithmen und perfekt kommunizierter Fake News bzw. sogenannter „Message Control“ und dem kommerziellen Gegenüber der Informationskontrolle, dem „Public Relations Journalism“. Nicht nur dadurch ist unsere parlamentarische Demokratie, die auf gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen, auf Minderheitenrechten beruht, in Bewegung, mitunter in Gefahr. Noch ist nicht klar, ob wir uns nicht doch eines Tages einem autoritäreren Modell annähern, gemäß dem Diktum von Carl Schmitt, dem Kronjuristen der Nationalsozialisten, der heute wieder oft positiv zitiert wird: Die Diktatur sei die perfekte Demokratie durch die Akklamation des Führers. Auch die zentrale emotionale Basis unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens, die Identität, ist in Wallung und im Fluss.

Die Konstruktion einer eigenständigen österreichischen kleinstaatlichen Identität ist gelungen – das zeigen alle Umfragen. Als Folge von Migrations- und Fluchtbewegungen sind allerdings wieder Identitätsfragen ins Zentrum medialer Berichterstattung und gesellschaftlicher Debatten gerückt. Hier kommt auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ORF in der Zukunft, gerade in dieser digital auf den Kopf gestellten Welt, eine noch größere Bedeutung zu als in der Vergangenheit. Heute muss immer wieder die im Vergleich zu den 1960er Jahren manchmal extrem aggressive kleinösterreichische Identität wieder zurückgedrängt und in Richtung Mehrfachidentitäten geöffnet werden, in Richtung Europa und der Welt. Für mich ist der ORF das zentrale Fenster in die globale Entwick-

lung – ohne ORF und seine internationalen Sendungen und sein vielfältiges Informationsangebot wären wir wohl völlig verloren. Auch hier sind seine Leistungen zu Orientierung, Information, Analyse und Interpretation gefordert.

Generaldirektor Alexander Wrabetz hat zu Recht in seinem Beitrag im Buch „Die Macht der Bilder“ gemeint, dass „wir ein Gegenprogramm formulieren“ müssen, auf eine nicht unrealistische Zukunftsprognose von Eric Schmidt von Google. Er hat gemeint: „Heute sind wir so weit, dass wir Ihnen auf Fragen die richtigen Antworten geben können. In fünf Jahren sind wir so weit, dass Sie auf jede Frage, die Sie stellen, die genau für Sie maßgeschneiderte Antwort kriegen. Und in zehn Jahren ist unser Ziel, dass wir Ihnen sagen können, welche Frage Sie stellen wollen.“ Der ORF ist für mich in seiner jetzigen Form der Garant für ein umfassendes Informations-, Kultur- und Unterhaltungsangebot, das den Österreicherinnen und Österreicherinnen hoffentlich mehr Mut geben wird, die Zukunftsherausforderungen zu bewältigen und der ihnen auch in vielen Bereichen hoffentlich jene Ängste nimmt, die derzeit im gesellschaftlichen Handeln dominieren. Denn diese Ängste verweisen auf ein Paradoxon: Während unsere Großmütter, Großväter und Eltern dieses Österreich, diese Zweite Republik unter schwierigsten Rahmenbedingungen aufgebaut und im Kalten Krieg einen in der bisherigen langen Geschichte unvorstellbaren Wohlstand erarbeitet haben, fürchten sich ihre Enkel/innen heute in einem der reichsten Industrie- und Wohlfahrtsstaaten vor der Zukunft. Daher hoffe ich sehr, dass der ORF die Herausforderungen der Zukunft aufgreifen wird und seinen Beitrag mit seinen exzellenten Journalistinnen und Journalisten so leisten kann, dass wieder kritischer Zukunftsoptimismus dominiert. ■

Der Text ist eine Zusammenfassung der Rede von Oliver Rathkolb zur Präsentation des Buches „Die Macht der Bilder“.

UNTERHALTUNG ALS GEDANKLICHER KATALYSATOR

#KATHARINA SCHENK
#BERNHARD NATSCHLÄGER

ORF-FERNSEHFILM

„Die Vorstadtweiber“ stehen heuer vor ihrer vierten Staffel, der anhaltende Quotenerfolg zeigt: Die bissige Gesellschaftsatire aus der Feder Uli Brées ist ein gelungenes Stück rot-weiß-roter Unterhaltung.

Beide Aspekte, sowohl die Unterhaltung als auch die Berücksichtigung von Quoten und Marktanteilen, sind fundamentale Bestandteile eines gelungenen öffentlich rechtlichen Programmangebots. Die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit österreichischer Unterhaltung ist nachweislich Teil des gesetzlichen Auftrags. Und das Augenmerk auf Akzeptanz und Wertschätzung genau dieses Programms durch ein möglichst großes und möglichst breites Publikum trägt zur prinzipiellen Relevanz bei – sonst wär's ja kein öffentlich-rechtliches Programm, sondern bestenfalls Sparte oder Special Interest. Und dennoch kommt im (fiktionalen) Pro-

grammangebot des ORF zu diesen Basiskriterien noch ein Bündel an zusätzlichen Merkmalen hinzu. Und zwar aus gutem Grund, denn Lachen und Quote können sich kommerzielle Anbieter jeglicher Ausrichtung ja ohne jede Selbstverleugnung ebenfalls auf ihre Fahnen schreiben. Selbst die antiken Gladiatorenkämpfe im römischen Circus Maximus folgten diesem Prinzip, und die würde heute wohl keiner als öffentlich-rechtliches Programm bezeichnen. Was macht also dieses „Mehr“ aus, was unterscheidet öffentlich rechtliches Unterhaltungsprogramm vom Boulevard, von der kommerziellen Unterhaltungsindustrie?

Der Unterschied, den der ORF in seinem Unterhaltungs-/Serienangebot macht, ist weitreichend, und er ist sowohl produktionsseitig als auch inhaltlich begründet. Auf Seiten der Produktion fällt bei den „Vorstadtweibern“ insbesondere auf, wie sehr von Beginn an darauf geachtet wurde, alle Parameter eines so genannten „Hochglanzprodukts“ zu erfüllen. Bilder von höchster technischer Qualität, eine auf der Höhe der Zeit stehende Auflösung →

ÖSTERREICHISCHE FILME UND SERIEN

Eine Auswahl

Serien	gesendete Minuten
Das Traumschiff	3x90'
Kreuzfahrt ins Glück	2x90'
Tatort „Schock“, „Wehrlos“, „Virus“	3x90'
Ketzerbraut	120'
Spuren des Bösen VI – Begierde	90'
MAXIMILIAN – Das Spiel von Macht und Liebe	3x90'
Die Toten vom Bodensee „Die Braut“, „Abgrundtief“	2x90'
Für dich dreh ich die Zeit zurück	90'
Kästner und der kleine Dienstag	100'
Maria Theresia	2x100'
Stadtkomödie „Notlüge“, „Herrgott für Anfänger“	2x90'
Soko Donau, 12. Staffel	11x43'
Soko Donau, 13. Staffel	6x43' (von insg. 16)
Soko Kitzbühel, 15. Staffel	13x43'
Schnell ermittelt, 5. Staffel	10x43'

der Kameraeinstellungen, Top-Ausstattung und nicht zu vergessen eine Besetzung, die mit Fug und Recht als Creme de la Creme der österreichischen Schauspielergilde zu bezeichnen ist. Und das, obwohl der ORF mit seinem fiktionalen Programm in einen vergleichsweise kleinen Markt präsent ist

Filme	gesendete Minuten
Superwelt	120'
Das ewige Leben	120'
Drei Eier im Glas	90'
Shirley – Visions of Reality	90'
Ma Folie	100'
Risse im Beton	100'
Nelly	17'
Familie mit Hindernissen	90'
Planet Ottakring	90'
Die geliebten Schwestern	140'
Der Blunzenkönig	90'
Mein Fleisch und Blut	90'
Schnell ermittelt Einsamkeit	90'
Einer von uns	90'
Wie man leben soll	100'
Maikäfer flieg!	109'
Jack	100'
Beautiful Girl	85'

und dafür sehr viel an Energie, Kreativität, Zeit und selbstverständlich Geld investiert. Einerseits ist das mit Einschränkungen verbunden, da man – anders als globale Player – nicht immer davon ausgehen kann, sich auf dem internationalen Markt zu refinanzieren. Andererseits bieten sich öffentlich-rechtlicher Fiktion dadurch auch Freiräume – die man halt auch verantwortungsvoll nutzen muss. Die Freiräume nämlich, Geschichten zu finden, die speziell für Österreich relevant sind und sie in

einer Sprache zu erzählen, welche die unsere und nicht ein Synchronerlei ist. Oder, um es auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen: ORF-Fiktion zeichnet sich neben ihrem Erfolg beim Publikum auch dadurch aus, dass sie auf höchstem Niveau originär österreichisches Programm für österreichische Zuseherinnen und Zuseher produziert.

Ist Sex öffentlich-rechtlich?

Am Beispiel der „Vorstadtweiber“ lässt sich auf inhaltlicher Ebene sehr gut nachvollziehen, auf welche Weise sich eine unterhaltende Hauptabendserie mit ironischem Gestus als öffentlich-rechtlich positioniert. In der öffentlichen Debatte ist vereinzelt davon zu hören, dass sich der ORF in seinem Programm auf bestimmte thematische Segmente konzentrieren sollte und quasi den „Rest“ den Privaten überlassen sollte. Soll das etwa bedeuten, es gäbe speziell „öffentlich-rechtliche Themen“ und alle anderen wären „Kommerz“ und somit minderwertig oder gar tabu? Gerade die „Vorstadtweiber“ demonstrieren anschaulich, dass dieser Gedanke in Wahrheit viel zu kurz greift. Denn es sind natürlich nicht die konkreten Ausschnitte der gesellschaftlichen Realität, welche kennzeichnend für die Serienunterhaltung im ORF sind.

Ganz im Gegenteil, es gibt per definitionem keinen Bereich unseres Lebensalltags, der nicht in einer Serie berücksichtigt werden könnte. Was es allerdings sehr wohl gibt, sind gewisse Kriterien, wie mit diesem Alltag umgegangen wird. Zum Beispiel der Umgang mit Sexualität. Man kann sie offenerherzig abbilden, widerspiegeln und sich dann etwas scheinheilig darauf berufen, dass das nun mal heutzutage die Realität ist. Wir erkennen diese Haltung unter anderem in mehr oder weniger spekulativen Reality-Formaten. Hintergrund dabei ist häufig, mittels zufällig wirkender Schlüpfrigkeiten die Phantasie – mit anderen Worten: den Kaufanreiz – des Publikums zu beflügeln. Kann man natürlich so machen – sofern man sich eingesteht, dass man so weniger die Auseinandersetzung mit der Materie, sondern bloß deren Konsum fördert.

Oder man macht es eben anders, nämlich so wie die „Vorstadtweiber“, spiegelt die Realität nicht bloß wider, sondern reflektiert sie, eingebettet in einen wohlsortierten dramaturgischen Kontext. Wie geschieht dies? Es passiert auf andere Weise

ÖSTERREICHBEZUG

59,3

Prozent des Programms in ORF eins und ORF 2 haben gemäß einer Auswertung aus der ORF-TIPS-Datenbank Österreichbezug.

als beispielsweise in Fernsehkrimis, bei denen Sex primär im Zusammenhang mit Gewaltverbrechen thematisiert wird, aber auch in Abhebung zu romantisierenden Schmonzetten, in denen überwiegend ein pur eskapistisches Modell von Beziehungs- und Liebesleben propagiert wird.

Die Charaktere der Vorstadtweiber sind – wiewohl nach außen hin in Beziehungen stehend – als einsame, alles andere als in sich selbst ruhende Personen gezeichnet. Ihr Leben ist von Lüge, Betrug und Kälte definiert, dementsprechend ist auch die Darstellung ihrer Sexualität eine hedonistische, primär nach innen gewandte Triebbefriedigung. In dieser Herangehensweise brechen die „Vorstadtweiber“ mit konventionellen Perspektiven auf das Thema Beziehungen und Sexualität. Weil sie nämlich Zuschauerinnen und Zuschauer gezielt und nachhaltig (heraus-)fordern. Die dramaturgische Herausforderung durch die „Vorstadtweiber“ besteht darin, sich gedanklich und emotional mit leerem, kaltem, hedonistisch konsumiertem Beziehungsleben der SerienprotagonistInnen auseinanderzusetzen. Dadurch leistet die Serie auf unterhaltsam spannende Weise einen unschätzbaren Beitrag, die uns alle umgebende Sexualität als Konsumartikel zu hinterfragen.

Dass solche Reflexionen durch eine Hauptabendserie ausgelöst werden, ihr gewissermaßen als Gestaltungsprinzip eingeschrieben sind, ist Merkmal von öffentlich-rechtlichem Fernsehen, das sich selbst ernst nimmt, sein Programm nicht als reine Ware begreift, sondern als gedanklichen Katalysator für eine jedenfalls spezifisch österreichische Art der Auseinandersetzung. Das spezifisch Österreichische kennzeichnet das eigenproduzierte fiktionale Programm des ORF insgesamt. ■

DAS ARCHIV IHRE VORBEUGUNG GEGEN GEDÄCHTNISVERLUST

#HERBERT HAYDUCK

LEITER ORF-ARCHIVE

„Geschichtsforschung ist nichts anderes als die ausdauernde Befragung der Vergangenheit im Namen der Probleme und Wissbegier der Gegenwart.“

— Fernand Braudel

Aktive Gedächtnisleistung ist eine der Grundbedingungen für selbstbestimmtes menschliches Leben, prägend für Bewusstsein und Identität – sowohl auf individueller als auch auf gesellschaftlicher Ebene. Der kritische Umgang mit Vergangenheit ist eine der Grundlagen für produktive Auseinandersetzung mit der Gegenwart, Ausgangspunkt für gesellschaftlichen Diskurs und produktive Reibungsfläche für gesellschaftliche Weiterentwicklung.

Die neuere Gedächtnisforschung weist darauf hin, dass Gedächtnisleistung nicht wie früher angenommen aus der unveränderlichen Repro-

duktion eines feststehenden Faktenkanons besteht, sondern aus dem aktiven und dynamischen Bezug zwischen Ereignissen der Gegenwart und historischen Erfahrungen, Beispielen und „Vorbildern“. Solche Bezüge und Vergleichsmöglichkeiten lassen sich nicht nur in mündlicher Tradition sicherstellen; langfristig und generationenübergreifend braucht es dazu systematische „Spurensicherung“: Sammlung, Dokumentation und langfristige Erhaltung von Dokumenten mit dem Ziel ihrer aktiven Wiedernutzung – Archivarbeit im klassischen Sinn mit den jeweils modernsten verfügbaren technischen Methoden.

Das elektronische Gedächtnis des Landes

Das Archiv des ORF ist ein lebendes und täglich wachsendes elektronisches Gedächtnis, das die Geschichte Österreichs und weit darüber hinaus seit 1955 (im Radiobereich sogar seit 1924) in all ihren Aspekten dokumentiert – vom alltäglichen Leben zu politischen Umbrüchen, von kulturellen Sternstunden zu sportlichen Höhepunkten, von gesellschaftlichen Krisen zu technologischen

Durchbrüchen, von Unglücken und Katastrophen zu individuellen Glücksmomenten. 400.000 Stunden an archivierten Fernsehsendungen und rund 200.000 Stunden an Radioaufzeichnungen – ein Speicher für Millionen einzelner audiovisueller Geschichten, aus denen Geschichte erzählt werden kann – mit immer neuen spannenden Perspektiven und Gegenwartsbezügen.

Die tägliche, konsequente Archivierung und Dokumentation aller gesendeten Medieninhalte sichert die Spuren der Gegenwart für spätere Auseinandersetzungen mit individuellen oder kollektiven gesellschaftlichen Entwicklungen in kritischer, aufklärerischer oder einfach unterhaltender Form. Die Beweissicherung erfolgt kontinuierlich, die Quellen werden laufend für späteren Einsatz aufbereitet. Der intellektuelle Betrieb dieses Gedächtnisspeichers und die aufwändige kostenintensive Sicherung der Medieninhalte über alle technologischen Veränderungen hinweg, stellen wesentliche Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Gesellschaft dar.

„Tradition ist ... nicht das Bewahren der Asche, sondern die Weitergabe des Feuers“

– Jean Jaures

Jede Verwendung von historischen Bildern und Tönen schafft intuitiven Zugang zu Veränderungen, macht Entwicklungen verständlich und Einordnungen möglich. Zeitlicher Abstand – egal wie groß – und historische Distanz helfen beim Verständnis von Phänomenen der Gegenwart. Das Wiedersehen oder -hören von Medieneindrücken, die der oder die Einzelne selbst einmal erlebt hat, schafft unmittelbaren emotionalen Zugang – weit über nostalgische Heimwehgefühle hinaus. Für Nachgeborene unterstützt die direkte Konfrontation mit Vergangenheit in Form authentischer (Medien-)Dokumente den kritischen und aufklärerischen Umgang mit historischen Ereignissen und beugt unreflektierter Fortsetzung oder Wiederholung begangener Fehler vor. Fehlt das Gedächtnis, droht das traumatische Verlorensein in einer geschichtslosen „Schönen Neuen Welt“ aus Wiederholungsschleifen – dem täglichen immer gleich grüßenden Murretier. Wer nicht bereit ist zu lernen, wird gezwungen sein, Vergangenes immer wieder zu erleben.

BELIEBTESTE ORF-ARCHIVSERIEN AUF FLIMMIT.AT

Serie	Laufzeit im TV
Ein echter Wiener geht nicht unter	1975–1977
Der Sonne entgegen	1984–1985
Tohuwabohu	1990–1998
Wenn das die Nachbarn wüssten	1990–1991
Kaisermühlen Blues	1992–2000
Familie Merian	1980–1984
Mozart und Meisel	1987
Donaug'schichten	1968
Der alte Richter	1968–1969

Künstliche Intelligenz – smart memory?

Wir gleiten kaum merklich, aber konsequent in eine Lebenswelt der totalen Gegenwart. Unsere vernetzten Kommunikationswerkzeuge bieten und provozieren ununterbrochene Präsenz; sie ziehen unsere Aufmerksamkeit immer stärker auf sich und fesseln uns an den „Pflock des Augenblicks“ (Friedrich Nietzsche); nicht den Augenblick, zu dem wir sagen „Verweile doch, du bist so schön ...“, nicht an den achtsamen, buddhistischen Gegenwarts-Moment, sondern an einen Dauerzustand der „Großen Geiztheit“ (Bernhard Pörksen) – eingespannt in eine Überfülle an Reizen und Empfindlichkeiten. Eine Überfütterung mit Informationen und Eindrücken, die alle Verarbeitungsmöglichkeiten überfordert und grassierende Gedächtnisschwächen nach sich zieht, nicht immer ohne Absicht. Gedächtnisleistung wird an Maschinen und Systeme ausgelagert – in Mengen und Dauerhaftigkeiten, die alle menschlichen Fähigkeiten überschreiten und sich transparenten und demokratisch gesteuerten Regulierungen entziehen. →

FLIMMIT.COM

Verfügbare Titel	9.272
Aus	65 Staaten
Prozent der Titel, die im Abo verfügbar sind	74%
Content-Aufteilung EU/restliche Welt	86% / 14%
Prozent der Zugriffe via Smart-TV / HbbTV	50%
Prozent der Nutzer/innen zwischen 25 und 40 Jahren	65%
Prozent der vor 2000 produzierten Titel	25%
Erscheinungsjahr des ältesten verfügbaren Films	1919

BELIEBTESTE FILME UND SERIEN AUF FLIMMIT.COM

Platz	Film	Serie
1.	Landkrimis	Vorstadtweiber
2.	Wilde Maus	SOKO Donau
3.	Toni Erdmann	Schnell ermittelt
4.	Hotel Rock'n'Roll	Kaisermühlen Blues
5.	Schnell ermittelt – Schuld	SOKO Kitzbühel

Unsere beliebten Kommunikationssysteme schöpfen alle verfügbaren Daten von und über uns konsequent und kontinuierlich ab und speichern diese ohne Ablaufdatum. War die Kunst des „Profiling“ vor wenigen Jahren noch eine hochspezialisierte Disziplin der Kriminalistik, so ist daraus eine alltägliche, millionenfach angewandte Datentechnik geworden. Unsere „Profile“, all unsere intransparent gespeicherten digitalen Spuren, bilden die Basis für „Recommender“-Systeme, die Empfehlungen zur „besseren“ Befriedigung unserer Interessen geben; immer entlang unserer oder ähnlicher gelagerten bisherigen Vorlieben und Verhaltensweisen. Wir navigieren durch die Datenwelt, unsichtbar geleitet von Algorithmen, die Zuwendung simulieren und uns mit sicherer virtueller Hand in Echokammern und Filterblasen steuern, wo wir im Interesse des steigenden Umsatzes mit bestätigendem Feedback versorgt werden.

Der große Unterschied – journalistische Haltung

Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen schlägt in seinem neuesten Buch „Die große Gereiztheit“ Rezepte gegen die herrschende Übererregung in Internet-Foren und sozialen Medien vor. Eines davon ist die grundsätzliche Anwendung redaktioneller Haltung in der gesellschaftli-

chen Kommunikation insgesamt: Die klassischen Tugenden und Werkzeuge des Qualitätsjournalismus sollten zu Allgemeingut werden: „Double-check“ und gesunde Skepsis statt spontanem Glauben an Behauptetes, Einbeziehen von anderen Standpunkten, das Hören der anderen Seite. Diese redaktionellen Grundhaltungen sollten dabei helfen, die ungefilterte Verbreitung von „Fake News“ und „alternative facts“ zu entlarven und kollektive Überreiztheiten einzugrenzen.

Die im Archiv des ORF gespeicherten Medieninhalte haben diesen Filter der journalistischen Qualitätskontrolle passiert und waren im Rahmen ihrer Veröffentlichung auch noch dem sehr effizienten Kontrollmechanismus der öffentlichen Diskussion unterworfen – seltene Fehler in der journalistischen Arbeit blieben so nie unbemerkt. Die Bestände des ORF-Archivs bilden damit – trotz oder gerade wegen ihrer jeweiligen Zeitbezogenheit – eine ganz besondere Quellensammlung zur Zeitgeschichte. Die journalistische Nutzung dieser Sammlung wird auch im operativen Geschäft des ORF-Archivs gelebt; in der Produktion neuer Sendungsformate direkt aus dem Archiv heraus. Archivredakteur/innen haben im Jahr 2017 über 1.200 Sendeminuten an neuem Fernsehprogramm

aus attraktiv zusammengestellten Archivcontents gestaltet, ergänzt durch neugedrehte Teile. Daneben wurden fast 8.000 Minuten an Archivsendungen für den Kultur- und Informationssender ORFIII von Archiv-Redakteur/innen programmiert. Im Rahmen des „Multimedialen Archivs“ nehmen Archiv-Mitarbeiter/innen auch redaktionelle Aufgaben im Hörfunk wahr: ca. 25.000 Sendeminuten an Musikprogramm wurden im Jahr 2017 von Archivredakteuren für den Kultursender Ö1 programmiert; für den zeitgeschichtlichen Programmschwerpunkt „März 1938 – der Anschluss“ wurden mehr als 15 Sendungsformate durch einen Mitarbeiter des Audioarchivs mitgestaltet.

Digitale Workflows

Das ORF-Archiv ist eng in den täglichen Produktionsbetrieb der Redaktionen eingebunden; die Archivdatenbanken sind tief in die Produktionssysteme im Fernsehen und Radio integriert. Täglich werden durchschnittlich 300 Archivrecherchen abgewickelt, ein laufend wachsender Anteil davon bereits im Selbstbedienungsbetrieb durch die Redaktionen; eine webbasierte Rechercheoberfläche ermöglicht den direkten Zugriff auf Beschreibungsdaten und Medieninhalte unmittelbar an den Redaktionsarbeitsplätzen. Parallel dazu werden täglich durchschnittlich 50 Audiofiles und 750 Videofiles in die digitalen Massenspeicher des Archivs neu aufgenommen. Mit dem Aufbau dieses digitalen Bestandes aus der laufenden Produktion wurde vor mittlerweile sechs Jahren begonnen. Der jährliche Datenzuwachs beträgt durchschnittlich 1.100 Terabyte. Die auf Videobändern gelagerten älteren Bestände, zurückgehend bis ins Jahr 1955, werden in einem großformatig auf zehn Jahre angelegten Digitalisierungsprojekt ebenfalls in die digitalen Massenspeicher integriert. Jährlich werden ca. 30.000 Programmstunden digitalisiert, der daraus resultierende Datenzuwachs beträgt rund 850 Terabyte/Jahr; der Abschluss ist für 2025 geplant.

Public Access – step by step

Die Innovationseffekte der Digitalisierung werden auch für die Erweiterung der öffentlichen Zugangsmöglichkeiten zu den Beständen des ORF-Archivs im Sinne des Publikums genutzt: Die im Rahmen des Bundesarchivgesetzes festgelegte Möglichkeit des öffentlichen Zugangs zum ORF-Archiv für private Nutzungen aller Art ist gängige Praxis

ARCHIV AUF ORF III

8.000

Sendeminuten haben Redakteure und Redakteurinnen des ORF-Archivs für ORF III programmiert.

und wird derzeit ca. tausend Mal pro Jahr wahrgenommen, die Tendenz ist steigend. Die gesamte Sammlung des ORF-Archivs steht an mittlerweile mehreren österreichischen Universitäten für die direkte Recherche und Nutzung für ausschließlich wissenschaftliche Zwecke zur Verfügung. Diese Möglichkeit wird von Studierenden und Lehrenden laufend stärker genutzt und befördert merklich die Verwendung audiovisueller Materialien als Quelle für wissenschaftliche Forschung und Lehre. Die vom Publikum sehr gut angenommene ORF-TVthek dient neben der Möglichkeit zur zeitversetzten Nutzung des aktuellen Fernsehprogramms auch der dauerhaften Veröffentlichung von ausgewählten Archivmaterialien. In mittlerweile mehr als 30 Themenarchiven zu zeitgeschichtlichen Schlüsselereignissen stehen journalistisch kuratierte Sammlungen von Archivinhalten zur zeitlich unbegrenzten Nutzung zur Verfügung. Ein Werkzeug zur Bildungsvermittlung im schulischen Zusammenhang, aber auch weit darüber hinaus. Der Ausbau dieser TVthek-Themenarchive ist ein deklariertes strategisches Ziel und findet laufend statt. Über die beiden Portale „flimmit“ und „fidelio“ werden ausgewählte Archivinhalte aus dem Musik- und Unterhaltungsbereich in Form entgeltlicher Abonnements kostengünstig zur On-demand-Nutzung angeboten.

Darüber hinaus stehen weitergehenden Öffnungen des ORF-Archivs für das Publikum einerseits urheberrechtliche Beschränkungen andererseits auch die sehr restriktiven gesetzlichen Regelungen entgegen, denen der ORF im Bereich von Online-Aktivitäten unterworfen ist. Hier liegt öffentlich-rechtliches Potenzial des ORF, dessen Nutzbarmachung für die Öffentlichkeit ein klares Gebot im Rahmen der medienpolitischen Entwicklung der kommenden Jahre sein sollte. ■

DER ALLTAGS- ENGEL

#TIMO ABEL-BENINI
ORF LANDESSTUDIO TIROL

EINE WEIHNACHTSGESCHICHTE

Wer hat mit angepackt, als Sie beim Übersiedeln Hilfe gebraucht haben? Wer geht regelmäßig für Sie einkaufen und unterstützt Sie im Haushalt? Wer springt ein, wenn Sie kurzfristig einen Babysitter brauchen?

Kurz: wer war im letzten Jahr für Sie da, als Sie jemanden gebraucht haben? Vielleicht kennen auch Sie solche Alltagsengel? Wir holen sie vor den Vorhang und sagen Ihnen „Danke!“ Mit einer kleinen Wertschätzung, die man nicht kaufen kann. Was als kleine Radioaktion geplant war, hat sich mittlerweile zu einer fixen Größe im Advent entwickelt. Nicht nur bei unseren Hörerinnen und Hörern. Der Begriff „Alltagsengel“ ist in der Tiroler Gesellschaft angekommen.

Stress. Haben Sie schon Ihre Weihnachtsgeschenke? Stress. Wissen Sie schon, was sie kochen werden? Stress. Heute müssen Sie laut Mondkalender den Christbaum schlagen. Oder kaufen. Stress. Und wenn Ihnen alles zu viel wird, dann schenken wir Ihnen einen Erholungsurlaub für die ganze

Familie! Alles was sie dafür tun müssen, ist ... Stress. Wann hat die stillste Zeit im Jahr aufgehört, still zu sein? Gern gepostet, gelikt und geteilt das Zitat von Karl Valentin: „Wenn die stillste Zeit im Jahr vorbei ist, dann wird’s auch wieder ruhiger!“ Gefällt mir. Naja, eigentlich nicht.

Es war im Herbst 2010, als wir im Team von „Radio Tirol“ beschlossen haben, es anders machen zu wollen. Wie können wir uns unterscheiden? Wie erreichen wir die Tirolerinnen und Tiroler abseits ihres Konsumalltages und der üblichen Adventroutinen? Suchen wir doch Menschen, die für andere da sind! Die anderen ihre Zeit schenken. Die helfen, wo Hilfe gebraucht wird. Lassen wir sie ihre Geschichten erzählen. Geben wir doch einen Einblick in die Lebenswelten von Menschen, für die es selbstverständlich ist, für andere da zu sein. Auch um zu zeigen, wie viel Gutes in unserer Gesellschaft passiert und wie viele Menschen dazu beitragen, unser Miteinander zu einem Besseren zu machen. Und belohnen wir sie mit einem Geschenk, das man nicht kaufen kann. Schenken auch wir Ihnen Zeit. Zeit, zum Beispiel mit einem besonderen Menschen. „Ja, aber was ich mache, ist ja nichts Besonderes. Das würde ja jede in der Situation machen. Das ist doch ganz normal!“

Diese Sätze haben wir in den letzten acht Jahren wohl am häufigsten gehört. Alltagsengel drängen sich nicht gern in den Vordergrund. Ihre Arbeit findet oft im Verborgenen statt, und die meisten empfinden das, was sie tun, als selbstverständlich. Um sie kennen lernen zu dürfen, mussten wir die Tirolerinnen und Tiroler motivieren, uns ihre persönlichen Alltagsengel zu nennen. Und wir waren selbst erstaunt, wie viele das getan haben: Schon im ersten Jahr haben wir über 70 Nominierungen bekommen. Viele wollten ihrem Alltagsengel einfach nur ein „Danke“ ausrichten. Manche haben uns Fotos geschickt. Briefe. Persönliche Einladungen, seitenlange Mails oder Basteleien, die sie für ihren Alltagsengel angefertigt haben.

Oma Olga in Tirol

Genannt wurden uns Menschen, die sich ehrenamtlich in Vereinen engagieren, zum Beispiel für Menschen mit Beeinträchtigungen, aber auch in Theatergruppen oder Musikkapellen. Menschen, die aufgrund ihrer Erkrankung Selbsthilfegruppen gegründet haben, um Hilfe anzubieten. Menschen, die in Altersheimen helfen, bei der Flüchtlingsbetreuung, in den Pfarren oder im Rahmen ihres Ehrenamtes bei einer Blaulichtorganisation. Und Menschen wie Oma Olga: Oma Olga wohnt in einem kleinen Häuschen in Innbruck-Kranebitten. Als wir sie besuchten, spielten gerade ein paar Nachbarskinder in ihrem Garten. „Der ist für alle offen“ lacht sie. Im Sommer hat sie sogar ein Trampolin gekauft. „Im Dezember backen wir gemeinsam Kekse, im Sommer gehen wir Eis essen oder ins Schwimmbad. Oder ins Theater. Viele Kinder aus dem nahegelegenen Kinderheim können sich das gar nicht leisten.“ Dann springt Oma Olga ein. Olga Drnec ist Schülerlotse vor der Volksschule Hötting-West. Und wenn Schüler/innen noch Schwierigkeiten mit dem Schulweg haben, dann holt sie sie persönlich ab. Und wenn Eltern ihren Pflegeurlaub verbraucht haben, dann pappelt sie auch kranke Kinder bei ihr zuhause auf.

Nachdem wir Oma Olga in Radio Tirol vorgestellt haben, sind unzählige Mails und Anrufe eingegangen, sie solle doch der Radio Tirol Alltagsengel werden. Als Wertschätzung ihrer Arbeit und als kleine Belohnung konnten wir DJ Ötzi und Schlagersänger Gilbert gewinnen, sich Zeit zu nehmen, um diese mit Oma Olga zu verbringen. Auf Wunsch

NOMINIERUNGEN

1.000

In acht Jahren wurden dem ORF Tirol rund 1.000 „Alltagsengel“ genannt.

der Gewinnerin sind die beiden in die Volksschule gekommen und haben gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern Weihnachtslieder gesungen. Ein unvergessliches Adventerlebnis. Das Beispiel „Oma Olga“ hat Schule gemacht. Schon im Aktionszeitraum haben sich Menschen bei uns gemeldet, die ebenfalls ehrenamtlich arbeiten wollen, aber nicht wissen, wie und wo. Gemeinsam mit dem Freiwilligenzentrum der Caritas Tirol konnten wir auch hier helfen.

In den darauffolgenden Jahren haben wir noch viele Geschichten gehört, viele Menschen kennen gelernt und viele besondere Adventerlebnisse geschaffen. Menschen wie der damals elfjährige Schüler Patrick aus dem Pitztal, der sich fürsorglich um seinen Klassenkameraden Silvan kümmert, der durch seine Sehbehinderung im Alltag eingeschränkt ist. Frauen wie Evi Zorn aus Mieders, deren Engagement für Wasserkopfkinder in Rumänien sogar dazu geführt hat, dass lebensnotwendige Hilfsmittel mittlerweile staatlich finanziert werden. Oder die Lebensretter der Freiwilligen Feuerwehren im Hochwassereinsatz im Sellraintal beim Murenunglück 2015.

Nachdem wir anfangs persönliche Treffen für die Sieger des Online- und Juryvotings organisiert haben, sind wir im Laufe der Jahre dazu übergegangen, alle Alltagsengel zu uns ins ORF Landestudio Tirol einzuladen. Mit den Menschen, die sie uns genannt haben, verbringen wir jetzt gemeinsam einen gemütlichen Abend mit Musik und Kabarett. Und vielen persönlichen Geschichten. Denn auch wenn sich der Aktionsmodus im Laufe der acht Jahre immer wieder ein wenig geändert hat, ging es nie um Preise, Gewinne, Stars und Belohnungen. Es ging und geht immer um Menschen und ihre Geschichten. Das ist der Unterschied. ■

VOM ORF (MIT)INITIIERTE WETTBEWERBE

Eine Auswahl

ALLTAGSENGEL

Veranstalter	ORF Tirol
Gewinner/innen	rund 1.000 Nominierungen in acht Jahren

CHRISTINE-LAVANT-PREIS

Zum 2. Mal wurde im ORF-RadioKulturhaus der Preis für Schriftsteller/innen, die einen hohen ästhetischen Anspruch mit humaner Haltung und gesellschaftskritischem Blick vereinen.

Veranstalter	ORF RadioKulturhaus und „Internationale Christine Lavant Gesellschaft“
Gewinner/innen	Schriftsteller Bobo Hell

CIVIS MEDIENPREIS

Ausgezeichnet werden die besten Beiträge im Radio, Film, Fernsehen und Internet zum Thema Migration, Integration und kulturelle Vielfalt in Europa.

Veranstalter	CIVIS Medienstiftung mit dem ORF als Medienpartner
---------------------	--

FM4 WORTLAUT

Jährlich werden die drei besten Kurzgeschichten von einer professionellen Jury ausgewählt und prämiert.

Veranstalter	FM4
Gewinner/innen	Vinzenz Dellinger: „Grelles Schwarz“

KLIMASCHUTZPREIS JUNIOR

Kinder und Jugendliche auf Klimaschutz aufmerksam zu machen und die besten Projekte auszuzeichnen ist das Ziel dieses Preises. Zum fünften Mal wurde der Preis bereits vergeben.

Veranstalter	BMLFUW und dem ORF in Zusammenarbeit mit der Klimaschutzinitiative klimaaktiv
Gewinner/innen	Vierte Klasse der NMS Neunkirchen in Oberösterreich mit „Energie sparen – Frieden bewahren“

KLIMASCHUTZPREIS

Der österreichische Klimaschutzpreis wird bereits seit 2008 vergeben. Insgesamt gab es fast 3.000 Einreichungen, von denen 186 präsentiert wurden. 2017 gingen zwei Preise nach Niederösterreich und je einer in die Steiermark, nach Vorarlberg und Oberösterreich

Veranstalter	BMLFUW und ORF in Zusammenarbeit mit „klimaaktiv“
Gewinner/innen	Tägliches Leben: „Info-Website Nachhaltig in Graz“ Gemeinden & Regionen: „Klimafreundliche Siedlungsentwicklung“ Landwirtschaft: „Vetterhof-Gemüsebox“ Betriebe: „Die Zukunft beginnt jetzt! – 15 Jahre Sonnen-Gut-Scheine“ Unternehmen Energiewende: „Bessere Akkus für saubere Mobilität“

MUNDARTPOP/ROCK-WETTBEWERB

Bereits zum 16. Mal wurde der Wettbewerb „Singa wia dr Schnabl gwachsa isch“ ausgetragen, bei dem die Gewinner/innen ein Preisgeld von 3.000 Euro abstauben konnten.

Veranstalter	ORF Vorarlberg unterstützt von Blum Beschläge in Höchst, der VKW, den Sennereiläden der Genossenschaft Alpenkäse Bregenzerwald, dem Baufachmarkt Wälderhaus im Bregenzerwald, Wann & Wo sowie der Gemeinde Bezau
Gewinner/innen	Band „Klaus Koblach“

ÖI-HÖRSPIEL DES JAHRES

Im Rahmen der Öl-Hörspiel-Gala werden neben den imposantesten Hörspielen in zwei Kategorien auch „Schauspieler des Jahres“ prämiert.

Veranstalter	ÖI
Gewinner/innen	Hörspiel des Jahres: Helmut Peschinas Fassung von „Medea“ Hörspielpreis der Kritik: Manfred Schild mit „Sturm und Zwang“ (ORF-Landesstudio Tirol) Schauspieler des Jahres: Karl Markovic

ÖI-LITERATURWETTBEWERB

Unter dem Motto „Aber sicher!“ wurden über 250 Texte von österreichischen Autorinnen und Autoren eingereicht, die das Thema Sicherheit in der heutigen Welt behandeln.

Veranstalter ÖI in Kooperation mit dem „Wiener Städtischen Versicherungsverein“

ÖI-TALENTESTIPENDIUM FÜR BILDENDE KUNST

ÖI und der Wiener Städtische Versicherungsverein prämiieren talentierten Künstlernachwuchs.

Veranstalter ÖI in Kooperation mit dem „Wiener Städtischen Versicherungsverein“

Gewinner/innen Franziska Kabisch
Publikumspreis: Lucy Schreiber

Ö3-VERKEHRSAWARD

Die „Ö3ver des Jahres“ wurden in sechs Kategorien vom Innenminister, der ORF-Hörfunkdirektorin und dem Ö3-Senderchef ausgezeichnet.

Veranstalter Ö3 in Kooperation mit dem Verkehrsministerium

Gewinner/innen u. a.
Ö3ver/in des Jahres: Christine Brandl
Polizei: Bezirkspolizeikommando Reutte
Feuerwehr: Freiwillige Feuerwehr Klingenbach
Rettung: Rotes Kreuz-Bezirksleitstelle Kirchdorf an der Krems
Straßenmeisterei: Asfinag-Autobahnmeisterei Guggenbach
Öffentlicher Verkehr: Linz Linien AG

ÖSTERREICH KANN

Die innovative TV-Sendung versammelte jene Talente, die Österreich inspirieren wollen.

Veranstalter ORFeins

Projekte
öKlo
WGE!
PHAbulous Philaments
myAbility
Hut & Stiel
SchoolFox
refugees{code}
Vello Bike
Zeitpolster
WADI

SCHIRM-GEDICHTE

Bei der Aktion von ÖI und dem ORF TELETEXT wurden in den beiden Medien wöchentlich lyrische Kunstwerke veröffentlicht und mit einem Publikumspreis prämiert.

Veranstalter ORF Teletext und ÖI

Gewinner/innen Christl Greller mit „fremdenzimmer“

TAGE DER DEUTSCHSPRACHIGEN LITERATUR

Bereits seit 1977 werden in Klagenfurt die Tage der deutschsprachigen Literatur vollzogen, bei der bislang unveröffentlichte Prosatexte vorgetragen werden. Unter anderem wird hier der Ingeborg-Bachmannpreis vergeben.

Veranstalter Stadt Klagenfurt
ORF
Deutschlandradio
3sat
BKS-Bank

Gewinner/innen
Der Ingeborg-Bachmann-Preis geht an Ferdinand Schmalz aus Graz für seinen Text „mein lieblingstier heißt winter“.
Der Deutschlandfunk-Preis geht an den amerikanisch-österreichischen Autor John Wray für den Text „Madrigal“.
Kelag-Preis: Eckhart Nickel für den Text „Hysteria“
3sat-Preis: Gianna Molinari für „Loses Mappe“
BKS-Publikumspreis: Karin Peschka für „Wiener Kindl“

TEXTFUNKEN-LITERATURWETTBEWERB

Der zum zweiten Mal stattfindende Textfunken-Literaturwettbewerb zeichnete literarische Texte aus, die sich besonders gut fürs Radio eignen.

Veranstalter ORF Burgenland

Gewinner/innen
Junge Textfunken: Julia Lückl
Textfunken: Feri Kopp
Publikumspreis: Andrea Holzinger

„ ÖSTERREICH

KANN

#INES SCHWANDNER
#MARIKA PÜSPÖK

**REDAKTEURINNEN IN DER
ORF-FERNSEHDIREKTION**

Als Fernsehdirktorin Kathrin Zechner im September 2017 mit der von ihr entwickelten Kampagne „Ich kann – Du kannst – Gemeinsam können wir alles“ an uns herantrat und den Startschuss zu einer ORF eins Hauptabendshow gab, die noch dazu in einem Rekordzeitraum von nur zehn Wochen auf die Beine gestellt werden musste, war ein völlig neues und außerordentlich wichtiges Fernsehprojekt ins Leben gerufen.

Die Idee, dem allgemeinen Geraunze im Lande eine Spotkampagne und eine Hauptabendshow entgegenzusetzen, ist wohl einzigartig in der Medienlandschaft und war auch ein Wagnis. Aber die Notwendigkeit, den Österreicherinnen und Österreichern einen positiven Spiegel vor Augen zu halten, neue Wege in die Zukunft zu zeigen und motivierend einen unterhaltsamen und inspirierenden Fernsehabend zu gestalten, war klar und somit Motor des Fernsehprojekts.

’Ran ans Werk, gemeinsam mit dem Soziologen und Philosophen Dr. Harald Katzmaier und seinem Team der FASresearch in der Definition. Wir leben in wechselhaften Zeiten und viele fragen sich: Wohin geht die Reise, was bringt die Zukunft, gibt es für mich und meine Familie in dieser Zukunft einen Platz, werde ich gebraucht? Und da gibt es nun jene Tausende von „Pionieren

und Pionierinnen“, die mit ihren Ideen genau das machen. Wege in die Zukunft zu zeichnen und die Türen in die Zukunft für uns alle zu öffnen. Diese Pionier/innen und sozialen Erfinder/innen sollen inspirieren und ermutigen. Mit Hilfe eines komplexen mehrstufigen Auswahlverfahrens wurden von anfangs 250 Vorschlägen letztlich die finalen „Top 10“ ermittelt. Mitentschieden haben dabei 10 in ihrem Bereich unbestrittene Expertinnen und Experten, die alle selbst Pionier/innen und damit Teil der Community der Zukunftsmacher/innen in unserem Land sind.

Bundespräsident a.D. und Science Buster

Wichtig für das zu entwickelnde Format war außerdem die Auswahl eines kompetenten und engagierten Hosts, der in der Person des langjährigen Ö3-Moderators Thomas Kamenar gefunden wurde. Kamenar repräsentiert durch seine persönliche Geschichte als Kind einer Flüchtlingsfamilie aus der Slowakei, das in Österreich erfolgreicher Medienmann und zweifacher Familienvater wurde, glaubwürdig den Spirit von „ÖsterREICH KANN“.

Weiters bemühten wir uns um die Zusammenstellung eines ebenso kompetenten, wie bekannten „Board of Experts“, das die Aufgabe hatte, im Namen der Zuseher/innen die in der Sendung vorgestellten Projekte live unter die Lupe zu nehmen und persönlich zu bewerten. Mit dem Bundespräsidenten a. D. Heinz Fischer, der Verhaltensbiologin und „Science Buster“-Mitglied Elisabeth Oberzaucher, der erfolgreichen Unternehmerin und Start-Up-Gründerin Katharina Klausberger und dem ehemaligen Spitzensportler und ebenfalls erfolgreichen Unternehmer Rainer Schönfelder konnten wir den in der Sendung erstmals vor einer großen Öffentlichkeit auftretenden Pionier/innen und dem Publikum ein repräsentatives, kritisches, aber immer wertschätzendes Expertenpanel bieten.

Idee des Tages

Die Promotion rund im „ÖsterrICH KANN“ war alles andere als einfach. Schließlich wollten wir 1. nicht allzu viel verraten, 2. gab es bis dato kein vergleichbares TV-Format und 3. auf keinen Fall mit einer der gängigen Start-Up- oder Castingshows in Zusammenhang gebracht werden.

250 VORSCHLÄGE

10 PIONIER/INNEN IN DER JURY

10 FINALTEILNAHMEN

Auch das Auspielen eines Sachpreises oder das pitchen Lassen der Ideen untereinander lag uns fern. Um dem Fernsehpublikum Gelegenheit zu geben, den Pionier/innen mit ihren einzigartigen und daher nichtvergleichbaren Projekten Feedback zu geben, gab es am Ende des Fernseh-abends jedoch die Möglichkeit, via Telefon die „Idee des Tages“ zu küren, nach dem Motto: „Welche Idee hat Sie ganz besonders beeindruckt, Ihnen die größte Hoffnung für eine bessere Zukunft gemacht? Welche Pionierinnen oder Pioniere möchten Sie Ihre Unterstützung spüren lassen? Wen wollen Sie darin bestärken, den begonnenen Weg weiter zu gehen? Wem wollen Sie etwas von der Energie und der Leidenschaft für sein oder ihr Projekt zurückgeben?“

Der ORF hat sich mit diesem neuen Format zur Aufgabe gemacht, den Pionierinnen und Pionieren des Landes die größtmögliche Plattform und Öffentlichkeit zu bieten, um ihre Projekte und Ideen zu präsentieren. Den Zuseherinnen und Zusehern konnte gezeigt werden, welches Potenzial in Österreich vorhanden ist. Ganz ohne Effekthascherei und Schielen nach Quoten oder spektakulärem Verteilen von Geld- und Sachpreisen. Das ist unser Auftrag. So macht die größte TV-Bühne des Landes Österreich zu einem Land der Möglichkeiten und der gestaltbaren Zukunft. ■

WERTE

SCHAFFEN

**#BERNHARD
NATSLÄGER**

**REDAKTEUR UND
DRAMATURG FERNSEHFILM**

WERTE

Am 2. März 2018 machte es in Wien Landstraße bei noch immer winterlichen minus fünf Grad um sieben Uhr in der Früh deutlich hörbar „Klack“.

Warum ist das wichtig? Und was war da passiert? Die Antwort: Der erste von insgesamt drei in diesem Jahr vorgesehenen ORF-TATORTen begann zu drehen. Die beiden Hauptdarsteller, an die dreißig Teammitglieder und ein paar früh aufgestandene Schaulustige waren dabei, als die erste Klappe von „TATORT – Glück allein“ geschlagen wurde. Auf den ersten Blick war das eine leicht überschaubare Gruppe unmittelbar Beteiligter und Betroffener. Wenn man jedoch tiefer in die Materie eindringt, wird die Streuung von Effekten, die das morgendliche „Klack“ nach sich zog und noch

ziehen wird, rasch und um Vieles größer. Wieso? Weil jede Serie, jeder (Kino-)Film, an denen der ORF als Auftraggeber und Finanzier beteiligt ist, sowohl Werte schafft als auch vermittelt. Nur: Mit den Werten ist das so eine Sache. Manche sind eindeutig quantifizierbar, andere sind, was das betrifft, bedauerlicher Weise etwas widerspenstig. Was sich mittels wirtschaftswissenschaftlicher Input-Output-Modelle inzwischen gut berechnen und belegen lässt, sind die direkten, indirekten und induzierten volkswirtschaftlichen Effekte des ORF-Fernsehens.

Die jüngsten Zahlen zu dieser Materie stammen immerhin aus 2012, die Systematik dahinter ist dagegen datumsunabhängig. Matthias Firgo und Oliver Fritz vom Wifo sowie Gerhard Streicher von Joanneum Research haben in einer genauen Analyse (Firgo, Matthias/Fritz, Oliver/Streicher,

DIAGONALE-FILM-PRODUKTION MIT ORF-BETEILIGUNG

Kinodokumentarfilme	Regie
Auf Ediths Spuren	Peter Stephan Jungk
Bauer unser	Robert Schabus
Ciao Chérie	Nina Kusturica
Cinema Futures	Michael Palm
Die dritte Option	Thomas Fürhapter
Free Lunch Society – Komm, komm Grundeinkommen	Christian Tod
Guardians oft he Earth	Filip Antoni Malinowski
Ein Deutsches Leben	Christian Krönes, Florian Weigensamer, Roland Schrotthofer, Olaf S. Müller
Homo Sapiens	Nikolaus Gayrhalter
Mappamundi	Bady Minck
Safari	Ulrich Seidl
Seeing Voices	Dariusz Kowalski
Sühnhaus	Maya McKeckneay
Tiere und andere Menschen	Flavio Marchetti
Untitled	Michael Glawogger und Monika Will
Was uns bindet	Ivette Löcker

TV-Produktionen	Regie
LDAE (Lass die anderes Entscheiden)	Christoph Schwarz
Hypotopia – Die Sucht nach Verantwortung	Gerald Igor Hauzenberger
Die Notlüge	Marie Kreutzer

Kinospielfilme	Regie
Attack of the Lederhosenzombies	Dominik Hartl
Die Beste aller Welten	Adrian Goiginger
Backstory	Stefan und Christoph Brunner
Die Blumen von gestern	Chris Kraus
Die Hölle	Stefan Ruzowitzky
Die Migrantigen	Arman T. Riahi
Die Mitte der Welt	Jakob M. Erwa
Die Nacht der 1000 Stunden	Virgil Widrich
Egon Schiele – Tod und Mädchen	Dieter Berner
Hotel Rock'n'Roll	Michael Ostrowski
Kater	Händl Klaus
Liebe möglicherweise	Michael Kreihsl
Lou Andreas-Salomé	Maria Schrader
Was has uns bloß so ruiniert	Marie Kreutzer
Wilde Maus	Josef Hader

Gerhard: „Die volkswirtschaftlichen Effekte des ORF-Fernsehens (2013)) zahlreiche Effekte isolieren können: „Jeder Euro an Bruttowertschöpfung, der im ORF im Bereich Fernsehen in Form von Löhnen und Gehältern sowie Abschreibungen entsteht, trägt 3,20 Euro zur gesamtgesellschaftlichen Bruttowertschöpfung teil; auf eine im Bereich Fernsehen im ORF beschäftigte Person (in VZÄ) kommen 5 Beschäftigte in anderen Bereichen der österreichischen Wirtschaft“ (A.a.O., Seite 11).

Der Schwerpunkt der Effekte konzentriert sich zwar auf Wien, allerdings sind auch deutliche regionale Effekte in den Bundesländern nachweisbar. Zwar konstatiert der österreichische Filmwirtschaftsbericht (<http://filmwirtschaftsbericht.filminstitut.at/13/filmwirtschaft/unternehmen-umsaetze-und-beschaeftigte/>), dass die heimische Filmlandschaft im österreichischen →

Gesamtaufkommen eine relativ kleine Branche ist, welche aber höchst dynamisch und in ihrer Gewichtung signifikant wachsend ist, was vermutlich ebenfalls auf die bereits erwähnten indirekten und induzierten Multiplikator-Effekte zurückzuführen ist.

Förderung von Talent vor und hinter der Kamera

Was die volkswirtschaftliche Bedeutung und die durch das ORF-Fernsehen angestoßenen Effekte betrifft, herrscht in der Fachliteratur de facto Konsens. Die ökonomische Relevanz – und ja, auch die damit einhergehende Verantwortung – der Fernsehproduktionen des ORF ist hinlänglich klar belegbar. Allerdings produziert und schaffen das fiktionale Programm des ORF, die Dokumentationen, die vom ORF mitfinanzierten Kinofilme nicht alleine wirtschaftlich quantifizierbare Werte. Das alleine ist zwar im Sinne des verantwortungsvollen Umgangs mit Ressourcen und Geld eine unverzichtbare Basis – noch dazu eine belegbare Erfolgsgeschichte – es umfasst aber noch nicht alle relevanten Wertmaßstäbe. Um diese zu verdeutlichen, kehren wir gedanklich nochmals zum eingangs erwähnten Drehstart des ORF-Tatorts zurück und lassen uns von den Begriffen „Kreativität“, „Talent“ und „Diskurs“ leiten.

Jede Filmproduktion bindet und fordert ausnahmslos von allen daran Beteiligten ein hohes Maß an Kreativität – vom Autor/der Autorin, der Regie, der Bildgestaltung, der Ausstattung, Kostüm, Maske, selbstverständlich den Darstellerinnen und Darstellern, aber auch von Redaktion, Produzenten und Technikern. Je häufiger und je regelmäßiger kreativ Arbeitende bei Filmproduktionen zusammenarbeiten können, desto umfassender wird das Potential der österreichischen „Creative Industry“ ausgeschöpft und darüber hinaus mit Wachstumsimpulsen angeregt – gewissermaßen haben wir es auch hier im übertragenen Sinn mit Multiplikator-Effekten zu tun. Effekte, die sich wohlgemerkt nicht alleine auf die dabei generierten Umsätze beziehen, sondern auch auf die inhaltliche und künstlerische Qualität der vollbrachten Leistungen.

Damit keine Missverständnisse entstehen – hohe filmische Qualität entsteht natürlich nicht bloß aus Routine und regelmäßiger Wiederholung. Es

ist gerade für den ORF ein großer Wert, den Kontakt zu Talenten zu suchen, ihnen Betätigungsfelder und Chancen zu bieten und von ihrer Innovationskraft zu lernen. Teams, in denen Erfahrene und Newcomer zusammenarbeiten, werden gerne zusammengestellt, regelmäßig bekommen junge Regisseurinnen und Regisseure in wichtigen Reihen und Formaten eine Gelegenheit, sich vor großem Publikum zu bewähren. Für Catalina Molina, die Regisseurin von „Tator – Glück allein“ war dieser Tatort nach dem Landkrimi „Die Drachenfrau“ erst ihr zweiter Fernsehfilm, Christopher Schier lieferte mit „Tatort – Wehrlos“ überhaupt sein Fernsehfilmdebüt, sowohl Schier als auch Barbara Eder arbeiteten zuvor bei den „CopStories“ erstmalig in einer großen Serienproduktion.

Zur Anregung der österreichischen Kreativwirtschaft, zahlreichen volkswirtschaftlichen Effekten und der sorgfältigen Förderung von Talenten vor und hinter der Kamera kommt schließlich noch ein weiterer, im engsten Sinn inhaltlicher Aspekt zum Tragen: Die Fiction-Produktionen des ORF zielen immer in mehr als eine Richtung – sie zielen auf Bauch, Herz und Hirn. Im Optimalfall – und dem nähern wir uns zum Glück oft an – verbinden sich Emotion und Unterhaltung mit einem signifikanten Beitrag zur Steigerung des gesellschaftlichen Diskurses. Quer durch die Genres und Formate gilt die Prämisse „Hier geht es um etwas, das es wert ist erzählt, gezeigt und reflektiert zu werden“.

Es ist klar, solche prinzipiellen Überlegungen sind auf den ersten Blick recht weit entfernt von den volkswirtschaftlichen Modellen, mit denen Wirtschaftswissenschaftler analytisch an das ORF-Programm herangehen. Umso wichtiger und umso erfreulicher, wenn es zwischen ihnen, den programmatischen Ansätzen von Programmgestalterinnen und -gestaltern und nicht zuletzt auch der Akzeptanz beim Publikum Parallelen in der Einschätzung gibt: Werte zu vertreten und Wert zu schöpfen, beim ORF-Programm sind die direkten und indirekten Effekte positiv! ■

AUF AUGENHÖHE

#GERNOT RATH

LEITER MARKETING IM ORF-STEIERMARK

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, die Kommunikationsstärke von Medien festzustellen: TELETEST, Radiotest und Österreichische Webanalyse bei den elektronischen Medien oder die Media-Analyse/Auflagenkontrolle bei den Printmedien sind die Standardverfahren, auf die sich die (meisten) Marktteilnehmer festgelegt haben.

Allen Untersuchungsverfahren gemeinsam ist, dass sie primär quantitative Parameter erheben. So wird Verbundenheit der Seher/innen, Hörer/innen und Leser/innen mit dem jeweiligen Medium dokumentiert, um vor allem der Werbebranche einen Überblick über Marktanteile und Reichweiten zu verschaffen. Wo gründet aber die Verbundenheit der Medien mit ihrem Publikum und umgekehrt? Wahrscheinlich tief im Menschlichen, denn letztlich ist das Vertrauen die Instanz, die die Basis für jegliche Beziehung schafft. Vertrauen ist ein individuelles Gefühl, das Raum für das „Glauben“ der Richtigkeit und Wahrheit von Informationen und der Redlichkeit des Gegenübers schafft. Vertrauen muss immer wieder aufs Neue bestärkt und erlebt werden: Verlässlichkeit, Verbindlichkeit und Zuwendung – die Grundprinzipien der zwischenmenschlichen und der medialen Vertrauensbildung sind dieselben! Eine gemeinsame Sprache im weitesten Sinne, eine respektvolle Begegnung, eine wohlmeinende innere

Grundhaltung, eine verbindende emotionale Tonalität und die Relevanz von geteilten Themen und Inhalten bewirken einen positiven Kommunikationsprozess, vereinfacht gesagt: Eine Begegnung auf Augenhöhe.

Wie kann ein trimediales Medium wie ein Landesstudio, das – aufgrund der technischen und gesetzlichen Gegebenheiten – primär nach dem Sender-Empfänger-Prinzip agiert, nun „auf Augenhöhe“ mit dem Publikum kommunizieren? Indem es die oben beschriebenen Tugenden praktiziert und täglich aufs Neue unter Beweis stellt. Der Anspruch den Lebenswirklichkeiten und medialen Bedürfnissen der Steirerinnen und Steirer in all ihren unterschiedlichen Lebenswelten gerecht zu werden, ist oberstes Gebot und zugleich die größte Herausforderung. Gilt es doch, den Brückenbau zwischen allen soziokulturellen und regionalen Gruppierungen in allen Altersklassen herzustellen. Ein Anspruch, der in seiner hundertprozentigen Erfüllung als Ding der Unmöglichkeit gilt, jedoch als Auftrag und Ansporn „das Unmögliche zu schaffen“ wirkt: Der Pluralität der Gesellschaft breiten Raum zu lassen und gleichzeitig einen gemeinsamen „Identitätskern“ des Bundeslandes zu bilden, das ist die Kunst!

Das Landesstudio als Plattform

Das ORF-Landesstudio ist eine offene und öffentliche Austauschplattform für die Geschehnisse und Entwicklungen des Landes und der Menschen und vermittelt das Nahe, das Lokale in einem überregionalen, europäischen und globalen Kontext. „Auf Augenhöhe“ zu kommunizieren bedeutet, das richtige journalistische Gespür für Themen und Inhalte aufzubringen und in angemessener →

Form aufzubereiten. Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Wissenschaft und Bildung, chronikale Ereignisse, Brauchtum, Feste, Typisches und Außergewöhnliches, Unterhaltendes, Wetter und vieles mehr; dieser breite und fein austarierte Themenmix verschafft dem TV-Flaggschiff „Steiermark heute“ die Begegnung mit dem Publikum auf Augenhöhe und hält im Jahresschnitt laut Teletest einen Marktanteil von 55 Prozent. Es ist damit das identitätsstiftende Herzstück des öffentlichen Lebens im Lande.

„Radio Steiermark“ bildet die größte Radio-Community des Landes. Dies mit einem Programm und einem Musikmix, die das „Lebensgefühl“ der Steierinnen und Steirer treffen, ein Radio, das informiert und unterhält und mit Service, Schwerpunktthemen, Tipps und Aktionen das Publikum begleitet und bereichert. Die Online-Seite steiermark.ORF.at erzielt trotz quantitativer (z.B. 80 erlaubte News-Meldungen pro Woche) und inhaltlicher Einschränkungen (z.B. keine Foren, keine Storys ohne TV-/Radio-Bezug) alljährlich enorme Zuwachsraten.

Kultur verbindet

„Auf Augenhöhe“ zu kommunizieren bedeutet auch, das breite Schaffen in Kultur und Volkskultur umfassend abzubilden und mit eigenen Veranstaltungen zu bereichern. Das Radio Steiermark-Magazin „Kulturzeit“ (Mo–Fr) fasst die spannendsten Projekte des Kulturlebens zusammen, berichtet über Hintergründe, liefert Interviews mit den Kulturschaffenden und gewährt einen Einblick in die Welt der Kulturproduktionen. Rund 60 Konzerte oder Aufführungen werden pro Jahr in aufwendigen, meist mehrtägig dauernden Aufnahmen in der Oper Graz oder den Konzerthäusern in höchster Qualität aufgezeichnet. Daraus entstehen mehr als 50 Sendungen für Ö1 und die zweistündige, wöchentliche Radio Steiermark-Sendung „Kultur Konzert spezial“. Die bunte Jazz-Szene des Landes wird jeden Montag in „Jazz at its best“ auf Radio Steiermark ausführlich beleuchtet. Zweimal pro Monat bringt das Radio-„Literaturmagazin“ Lesungen von Neuerscheinungen, Autor/innen-Interviews und Informationen zu aktuellen Literaturveranstaltungen, einmal pro Monat werden in „Reden übers Leben“ mit Psychiater und Bestseller-Autor Michael Lehofer die grundsätzlichen Fragen des Menschseins erörtert. „Chorissimo“ bringt einmal pro Monat viele Beispiele aus dem regen steirischen Chorleben.

Der „Zauber der Blasmusik“ stellt dreimal pro Monat eine „Augenhöhe“-Verbindung zu den Proberäumen und Konzertsälen der rund 16.000 steirischen Blasmusiker/innen her. 40 „Steirische Sänger- und Musikantentreffen“ aus allen Regionen des Landes finden jährlich den Weg ins Programm. Anhänger/innen der Volkskultur finden bei „Was ich gern hör“ und „Unser Steirerland“ in mehr als 100 mehrstündigen Sendungen pro Jahr den wichtigsten Begegnungsraum dieses Genres im Lande.

Das ORF-Landesstudio Steiermark beliefert die im nationalen ORF-Programm laufenden Informationssendungen und Nachrichten mit Reportagen, Berichten und Live-Elementen aus den Regionen. Vom ORF-Landesstudio maßgeblich mitgestaltet werden auch die Steiermark-Ausgaben der Sendungen „Guten Morgen Österreich“ und „Daheim in Österreich“. Rund 25 weitere aufwendige Großproduktionen für das nationale und internationale TV-Programm gehören inzwischen zum „Normalbetrieb“: je sechs Produktionen für „Erlebnis Österreich“ und „Österreich-Bild“ sowie „Faschingszug“, „Narzissenfest“, „Biedermeierfest“, „Winzerzug“ und der „Steirische Harmonikawettbewerb“, „TV-Gottesdienste“, und was uns ganz besonders stolz macht: Viermal pro Jahr gestaltet das ORF-Landesstudio Steiermark den TV-Hauptabend mit je einer neuen Folge von „Klingendes Österreich“ mit Sepp Forcher oder stellt via „ORF Steiermark Klangwolke“ den Höhepunkt des steirischen Festivals „styriarte“ ins nationale und internationale Programmfenster.

BUNDESLAND HEUTE – TOP 3

364-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Nationalratswahl 2017	15.10.	1.983
NÖ: Eisregen K: Aufgezeigt: Unfallversicherung T: Dopingprozess in Südtirol	31.01.	1.573
V: Rettungshundestaffel S: Ausstellung Protestantismus B: Bürgermeister-Stichwahlen	29.10.	1.453

MITTAG – TOP 3

245-mal ausgestrahlt (bis August: „heute Mittag“, danach „Mittag in Österreich“)

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Ehrenamtliche Bewerbungshelfer / Bühnenabschied Werner Schneyder	26.01.	271
Auschwitz Opfer	31.01.	267
Sturm in Österreich / Smog / Ende der Videotheken?	04.01.	266

Auf Augenhöhe bedeutet auch, „live“ bei und mit den Menschen zu sein, das ORF Steiermark-Team ist permanent im Land unterwegs und bringt aktuelle Live-Berichterstattung sowie rund 100 mehrstündige Live-Radiosendungen aus Orten in allen Regionen der Steiermark. Innovative Aktionen wie „Take your chance“, das Coaching- und Mentoring-Programm für junge Talente mit Stars und Expert/innen des Musikbusiness, oder die Serie „Respekt fian Dialekt“, die Mundart-Schätze des Publikums hebt und in einen unterhaltsamen/wissenschaftlichen Kontext stellt oder das Öko-Sensibilisierungsprojekt „Wunderwelt Bienen“ schaffen verbindende Begegnungsräume für unterschiedlichste Lebenswelten.

Kooperation mit Radio AGORA

Rund 170 Veranstaltungen und Aktionen wickelt das Team des ORF Steiermark jährlich ab: Zum Beispiel sind tausende Klassikfans alljährlich bei der „ORF Steiermark Klangwolke“ an zahlreichen Orten des Landes dabei. Der etablierte Kunst-Ausstellungsraum „ORF Steiermark Funkhausgalerie“ im Foyer des Landesstudios mit sechs wechselnden Ausstellungen pro Jahr, die acht spannenden Literatur- und Musikevents auf der „Hör und Seebühne“ im/am Funkhausteich, die „Lange Nacht der Museen“ als besucherstärkster Tag, Läufe, (Rad-) Wandertage, Frührschoppen, Gottesdienstübertragungen oder der vom ORF Steiermark initiierte „Große steirische Frühjahrsputz“, der pro Jahr rund 50.000 Aktive bei der größten Flurreinigungsaktion Österreichs mobilisiert, oder „Licht ins Dunkel“ mit

LAND UND LEUTE – TOP 3

27-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Internet und Landwirtschaft / Kürbiskernbauer	11.02.	274
Analyse von Fehlhaltungen / Weihnachtsbauernhof	23.12.	260
Klartext Bioenergie-Biomasse / Bäckerhandwerk	02.12.	234

rund 1,1 Mio. steirischen Spenden-Euros sind Beispiele für enorme Publikumsverbundenheit und Offenheit in der Begegnung. Das vom ORF Steiermark in Partnerschaft mit Ö1 organisierte, international renommierte „ORF musikprotokoll im steirischen herbst“ ist seit 50 Jahren ein Solitär in der steirischen Kulturlandschaft.

Auf Augenhöhe zu sein, heißt auch Minderheiten wahrzunehmen, zu stärken und Menschenrechte als Basis des Miteinanders zu achten. Die TV-Sendung „Dober dan, Štajerska“ bringt Aktuelles und Wissenswertes für die slowenische Volksgruppe in der Steiermark. Das slowenischsprachige Programm „radio AGORA 105,5“ ist auch in der südlichen Steiermark zu empfangen – die Inhalte entstehen als Programmkooperation in enger Zusammenarbeit von ORF Kärnten, Radio AGORA und der Redaktion des ORF Steiermark. Und als „Menschenrechtsstudio“ sensibilisiert der ORF Steiermark in vielen Veranstaltungen, Sendungen und Aktionen für ein respektvolles Miteinander, das ORF Steiermark-Menschenrechts-Kunstprojekt „face human rights“ wurde sogar im UN-Hauptquartier in New York vom UN-Generalsekretär höchstpersönlich präsentiert. So ist es diese lebendige und vielfältige Begegnung auf Augenhöhe, die die Haltung und Tonalität des ORF Steiermark bestimmen. Im Innenleben wie im Wirken nach außen. Das Gelingen des Miteinanders einer Gesellschaft ist wahrscheinlich die vornehmste Aufgabe eines Medienhauses. Heute mehr denn je: auf Augenhöhe! ■

INTERNATIONALER

WERT

EUROPA

Globale Perspektive

Der Unterschied ist:

25 Korrespondent/innen und 16 Auslandsbüros in Europa und weltweit. Der ORF ist nicht Teil einer kommerziellen Unternehmensgruppe, sondern Teil einer internationalen Gemeinschaft öffentlich-rechtlicher Medien mit 73 Rundfunkanstalten aus 56 Staaten. Er liefert vertrauenswürdige Information und qualitätsgeprüfte Unterhaltung aus aller Welt und exportiert österreichische Kultur und Identität.

Public Value bedeutet für den ORF: Medienproduktion muss auch im digitalen Zeitalter einer öffentlichen Aufgabe folgen und nicht nur einem Geschäftsmodell.

Europa Europäische Menschenrechtskonvention: Artikel 10 (I): Freiheit der Meinungsäußerung. Jedermann hat Anspruch auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Freiheit der Meinung und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen ohne Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen ein. Amsterdamer Protokoll: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist in den Mitgliedstaaten unmittelbar mit den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen jeder Gesellschaft sowie mit dem Erfordernis verknüpft, den Pluralismus in den Medien zu wahren. ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat für die Förderung des Verständnisses für die europäische Integration zu sorgen. (4) Insbesondere Sendungen in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft haben sich durch hohe Qualität auszuzeichnen. § 10. (4) Die umfassende Information soll zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung im Dienste des mündigen Bürgers und damit zum demokratischen Diskurs der Allgemeinheit beitragen. ORF-Programmrichtlinien: Für Österreich ist die Einbettung in Europa, das Verhältnis zu seinen Nachbarn und seine Verbundenheit mit diesem Kulturraum wesentlicher Bestandteil seiner Identität. Ein Europa ohne Grenzen, in dem die Gemeinsamkeit im Vordergrund steht, stellt keinen Widerspruch zu einem Europa der Regionen dar. ORF-Leitbild: Der ORF ist die „österreichische Orientierungshilfe“ in der nationalen und internationalen Angebotsvielfalt der digitalen Medienwelt. Damit leistet er einen Beitrag zur europäischen Integration.

Globale Perspektive UNESCO Konvention: Artikel 6 – Rechte der Vertragsparteien auf nationaler Ebene (I) Im Rahmen ihrer Kulturpolitik und kulturpolitischen Maßnahmen im Sinne des Artikels 4 Nummer 6 und unter Berücksichtigung ihrer eigenen besonderen Gegebenheiten und Bedürfnisse kann jede Vertragspartei Maßnahmen, die auf den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen innerhalb ihres Hoheitsgebiets abzielen, beschließen. (2) Derartige Maßnahmen können Folgendes umfassen: h) Maßnahmen, die darauf abzielen, die Medienvielfalt zu erhöhen, und zwar auch durch den öffentlichen Rundfunk. ORF-Gesetz: § 4. (I) Der Österreichische Rundfunk hat für die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen zu sorgen. § 4c. (I) Der Österreichische Rundfunk hat Fernseh-Spartenprogramm zu veranstalten, das ein umfassendes Angebot von Sendungen mit Informations- oder Bildungscharakter sowie von Kultursendungen beinhaltet. Das Spartenprogramm soll sich gleichrangig mit Themen mit Österreich-Bezug wie mit europäischen und internationalen Themen beschäftigen. ORF-Programmrichtlinien: Der ORF muss seinem Publikum sowohl das Fremde als auch das Eigene näherbringen. Er hat dazu anzuregen, einerseits das Vertraute zu schätzen und andererseits Interesse für das Neue, noch Unbekannte zu wecken. ORF-Leitbild: Der ORF ist Fenster zur Welt sowie Stimme Österreichs und seiner Kultur auch jenseits der Landesgrenzen. Damit leistet er einen Beitrag zum Verständnis internationaler und globaler Zusammenhänge.

#ERNST GELEGS

KORRESPONDENT
BUDAPEST

IN ZEITEN DER SOGENANNTEN SOZIALEN MEDIEN

Die Sinnhaftigkeit von Auslands- korrespondent/innen wird manchmal bezweifelt. Zu Recht?

Viktor Orbán, der rechtspopulistische Ministerpräsident Ungarns, arbeitet seit Jahren sehr erfolgreich daran, in seinem Land eine illiberale Demokratie zu errichten. Das ist streng genommen eine Staatsform, die man als Autokratie mit demokratischen Zügen bezeichnen kann, die in Ungarn folgendermaßen funktioniert: eine kleine Gruppe rund um Orbán entscheidet was „gut“ für das Land ist. Diese Entscheidungen werden von den zahlreichen Juristen im Büro des Ministerpräsidenten zu Gesetzestexten formuliert, die dann einem Abgeordneten der Orbán-Partei Fidesz zugesandt werden. Der Abgeordnete hat daraufhin die ehrenvolle Aufgabe, die Gesetzestexte als Gesetzesvorschlag dem Parlament zur Abstimmung vorzulegen, meist im Eilverfahren. Das geht alles so schnell, dass viele Parlamentarier/innen gar nicht wissen, wofür oder wogegen sie stimmen.

Diese Ahnungslosigkeit wird für die hier in Budapest ansässigen Korrespondenten und Beobachter/innen des politischen Geschehens immer dann deutlich, wenn während der Abstimmung

„Betriebsunfälle“ passieren: wie etwa, als der Landwirtschaftsminister irrtümlich gegen seinen eigenen Gesetzesvorschlag gestimmt hat und damit – sehr zum Ärger des Ministerpräsidenten – ein für Orbán wichtiges Bodengesetz verhindert hat. Der Irrtum des Landwirtschaftsministers war aus Sicht Orbáns deshalb so ärgerlich, weil für die Verabschiedung dieses Bodengesetzes eine zwei Drittelmehrheit erforderlich war, die die Orbán-Partei Fidesz unmittelbar nach der

EUROPASTUDIO – TOP 3

7-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Brexit – Anfang oder Ende?	02.04.	110
Neuer Ostblock an unseren Grenzen?	19.11.	109
Das Gespenst des Separatismus in Europa	17.12.	100

schief gelaufenen Abstimmung auf Grund des Ablebens eines Parlamentariers verloren hat. Die Nachwahl im Wahlkreis des verstorbenen Mandatars hat – ebenfalls sehr zum Ärger Orbáns – ein Kandidat der Opposition gewonnen, womit die verfassungsändernde Zwei-Drittel-Mehrheit für die Orbán-Partei Fidesz dahin war. Während die unter Regierungskuratel stehenden ungarischen Medien den folgenschweren Irrtum des Landwirtschaftsministers weitgehend ausgeblendet haben, habe ich dieses doch amüsante und für das Orbán-Regime bezeichnende Detail im Zuge meiner ORF-Berichterstattung über das ungarische Bodengesetz sehr wohl erwähnt, vermutlich wieder sehr zum Ärger Orbáns, der mit dem ORF-Büro hier in Budapest ein Medium sitzen hat, das er nicht kontrollieren kann. All seine Versuche, gegen mich und das ORF-Büro Budapest zu intervenieren, sind bisher vergeblich gewesen. Kritische Berichterstattung über die Politik der Orbán-Regierung findet derzeit nur im Internet (auf diversen ungarischen Nachrichtenportalen wie index.hu oder 24.hu) oder in der Auslandspresse statt. Doch ausländische Journalist/innen haben es mit Vertretern der Orbán-Regierung nicht leicht. Kaum wer bekommt ein Interview mit einem Minister, geschweige mit dem Ministerpräsidenten. Viktor Orbán lässt sich nicht von Journalist/innen befragen, schon gar nicht kritisch.

Die Idiot/innen aus dem Ausland

Korrespondent/innen ausländischer Medien werden hierzulande tendenziell als ahnungslose Idiot/innen betrachtet, die kein Verständnis für die ungarische Identität und das ungarische Denken hätten. Viele Auslandskorrespondent/innen, die über Osteuropa und damit auch über Ungarn berichten, haben den Nachteil, dass ihr redaktioneller Sitz in Wien angesiedelt ist. Die Osteuropabüros vieler bedeutender Medien, wie etwa ARD, ZDF, Süddeutsche Zeitung oder Frankfurter Allgemeine, um nur einige zu nennen, berichten aus ihren Büros in Wien über das politische und wirtschaftliche Geschehen in Ungarn, Polen, Tschechien oder Slowakei. Das heißt jetzt nicht, dass die Korrespondent/innen ständig in ihren klimatisierten Wiener Büros hocken und Osteuropa nur aus Reiseführern kennen, aber sie sind eben nicht immer am Ort des Geschehens. Und diese Tatsache verwenden Vertreter der ungarischen Regierung

EUROPAJOURNAL

51 Ausgaben – eine Auswahl

Thema der Sendung	Datum
Deutschland / Frankreich / Spanien / Schweden: Das Super-Wahljahr	13.01.
Von den Kommunisten zum Front National – die Neuorientierung der französischen Arbeiterschaft	03.02.
Drei Jahre nach dem Anschluss – was hat sich auf der Krim verändert?	03.03.
Das EU-Vorsitzland Malta – ein Steuerparadies	28.04.
Wie kann es weitergehen in der europäischen Energiepolitik?	05.05.
Emmanuel Macrons Durchmarsch – die Renaissance der republikanischen Monarchie	16.06.
Der gescheiterte Militärputsch vor einem Jahr – eine folgenschwere Nacht für die Türkei	14.07.
Europäische Werte – gültig nicht für alle?	15.09.
Wie Europa Whistleblower schützen kann	27.10.
100 Jahre Oktoberrevolution	03.11.
Ein, kein oder welches Sozialmodell für die EU?	01.12.

gegen die ausländischen Journalist/innen. Immer dann, wenn kritische Artikel veröffentlicht oder Berichte gesendet werden, behaupten sie, dass diese Korrespondenten das politische Geschehen in Ungarn ja nur aus der Ferne betrachten würden und daher gar nicht objektiv und ausgewogen berichten könnten. Ein Argument, das gegen den ORF nicht verwendet werden kann.

Obwohl die Orbán-Regierung nicht glücklich über die Anwesenheit des ORF-Korrespondentenbüros in Budapest ist, so hat sie sich diesen Umstand auch schon zunutze gemacht, und zwar am Höhepunkt der Flüchtlingskrise: Anfang →

EUROPA IM ORF-TV

Anzahl der Nennungen laut ORF-Archiv – eine Auswahl

Italien Kreuz und quer: Venedig und das Ghetto	22.08.	1.824
Frankreich Europastudio: Frankreich	26.02.	2.193
Großbritannien Europastudio: Brexit	02.04.	2.067
Ungarn Heimat Fremde Heimat: Die Österreichischen Ungarn	03.12.	597
Deutschland Weltjournal: Deutschland – Das Merkel-Phänomen	20.09.	3.623
Griechenland Weltjournal – Mein Athen	09.08.	445
Russland ÖO heute: Wirtschaftssanktionen	15.12.	1.594
Schweiz Report: Direkte Demokratie	21.11.	1.072
Ukraine ZiB I: Gefangenenaustausch	27.12.	509
Schweden Kreuz und quer: Die schwedische Theorie der Liebe	09.05.	428
Türkei 60 Minuten Politik: Türkei-Kon- flikt: Zerreißprobe für die EU?	16.03.	1.303
Slowenien Universum History: Dober dan Koroska	15.10.	206
Polen ZiB 2: Polen / EU-Verfahren	20.12.	491
Dänemark Kulturmontag Spezial aus Aarhus (Kulturhauptstadt)	21.08.	291
Slowakei ZiB 19:30: Regierungskrise	07.08.	177
Portugal ESC-Sieger 2017	13.05.	303

EUROPAQUOTE

ORFeins	Std.	%
Gesamtsendezeit	8.760	
Tägliche Sendezeit	24	
Quotenbasis	7.236	100
Europäische Werke	2.485	34,3
Europäische Werke unabhängiger Hersteller	1.968	27,2
Neue Werke von europäischen unabhängigen Herstellern	1.295	17,9
Neue Werke in % von Werken unabhängiger Hersteller		65,8
ORF 2	Std.	%
Gesamtsendezeit	10.143	
Tägliche Sendezeit	28	
Quotenbasis	7.538	100
Europäische Werke	7.211	95,7
Europäische Werke unabhängiger Hersteller	4.044	53,7
Neue Werke von europäischen unabhängigen Herstellern	2.457	32,6
Neue Werke in % von Werken unabhängiger Hersteller		60,8
ORF III	Std.	%
Gesamtsendezeit	8.760	
Tägliche Sendezeit	24	
Quotenbasis	8.522	100
Europäische Werke	8.289	97,3
Europäische Werke unabhängiger Hersteller	3.073	36,1
Neue Werke von europäischen unabhängigen Herstellern	2.089	24,5
Neue Werke in % von Werken unabhängiger Hersteller		68,0

INSIDE BRÜSSEL – TOP 5

41-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum
EU-Neustart für Frankreich und Großbritannien?	22.06.
Migration – Libyen als Partner?	09.02.
Erobert der Populismus Europa?	09.03.
Wo ist Europas Platz in einer veränderten Weltordnung?	08.06.
Hält der Euro durch?	02.03.

September 2015, als hunderttausende Flüchtlinge über die Balkan-Route nach Ungarn und dann weiter nach Österreich und Deutschland strömten, hat die Orbán-Regierung damit begonnen, an der ungarisch-serbischen Grenze einen Zaun zu errichten, eine Befestigungsanlage, die heute stärker, höher und bedrohlicher erscheint als einst der Eiserne Vorhang. Während Orbán immer wieder von der Notwendigkeit sprach, die EU-Außengrenze zu schützen, hagelte es Kritik aus fast ganz Europa, besonders aus Wien. Die damalige Bundesregierung unter Kanzler Faymann sah sich an die dunkelsten Kapitel der europäischen Geschichte erinnert und verurteilte die ungarische Flüchtlingspolitik auf das Schärfste. In dieser Zeit hatte ich im Büro des Ministerpräsidenten mehrfach um ein Interview angefragt, doch Orbán ließ stets wissen, dass er leider keine Zeit für ein Gespräch mit dem ORF-Korrespondenten habe. Ende September geriet Ministerpräsident Orbán zunehmend in die Defensive. Er fühlte sich gezwungen, dem Ausland seine Maßnahmen gegen Asylsuchende zu erläutern, vor allem den Menschen im liberalen Nachbarland Österreich zu erklären, warum der Zaun ein notwendiger Bestandteil seiner Flüchtlingspolitik sei. In dieser außenpolitisch heiklen Phase dürfte sich Orbán daran erinnern haben, dass der ORF in Budapest ein Büro hat. Und plötzlich hatte ich Regierungssprecher Zoltán Kovács am Telefon, der mir in knappen Worten mitteilte, dass der Herr

DAS KORRESPONDENT/ INNEN-NETZ

Stadt	Korrespondent/in
Belgrad + Kiew	Christian Wehrschütz
Berlin	Andreas Jölli Birgit Schwarz Sabine Schuster Hanna Sommersacher
Brüssel	Tim Cupal Peter Fritz Raffaella Schaidreiter
Budapest	Ernst Gelegs
Istanbul	Jörg Winter
Kairo	Karim El-Gawhary
London	Cornelia Primosch
Madrid	Josef Manola
Moskau	Christian Lininger Carola Schneider
Paris	Christophe Kohl Eva Twaroch Hans Woller
Peking	Josef Dollinger
Rom	Mathilda Schabeneder Katharina Wagner
Tel Aviv	Ben Segenreich
Washington	Ernst Kernmayer Robert Uitz-Dallinger Hannelore Veit
Zürich	Raphaella Stefandl-Herburger

Ministerpräsident jetzt bereit für ein Interview sei, und dass ich mich bitte beeilen möge, weil die Zeit des Herrn Ministerpräsidenten sehr knapp sei. In entscheidenden Phasen machen Korrespondentenbüros offenbar für jede/n einen Unterschied. Denn auf die dort in Unabhängigkeit erzeugte Nachrichtenqualität ist Verlass. ■

BLICK IN DIE WELT

#FRANZISKA MAYR-KEBER
**REDAKTEURIN UND VERANTWORTLICHE
FÜR KOPRODUKTIONEN, ORF 3SAT**

Bis zu 5.000 Euro, so wird gemunkelt, kann ein Ticket kosten, um die russische Starsopranistin mit österreichischem Pass, Anna Netrebko bei den Salzburger Festspielen live zu erleben. Wenn sie mit Ihrem Ehemann Yusif Eyvazov in Tokyo gemeinsam auf der Bühne steht, wird dieser Liederabend zum Weltereignis und auf 3sat zum kostenlosen Quotenhit. Die TV-Erstaussstrahlung verfolgten am 17. Juni 2017 eine halbe Million Menschen.

Reale Teilhabe an Kulturevents kostet Geld, Zeit und braucht ein gewisses Maß an Insider-Wissen. Genau das bietet 3sat seinem Publikum, macht Kultur zugänglich und erlebbar, und zwar 1:1. Gesendet werden Theateraufführungen in voller Länge, genauso wie sämtliche Lesungen des Bachmann Literaturwettbewerbs oder Opernhighlights

aus der ganzen Welt. Events und Veranstaltungen, die im Privatfernsehen so nicht zu finden sind. 3sat bringt Kultur ins Wohnzimmer, ein Service für Kulturgenießerinnen, Kulturgenießer und solche, die es werden wollen. Angesprochen dürfen sich auch diejenigen fühlen, die noch gar nicht wissen, dass auch in ihnen ein Theaterfan schlummert. Lineares Fernsehen macht es auch im digitalen Webzeitalter möglich, zufällig auf eine Sendung zu stoßen und dabei hängenzubleiben. Durch klassisches Zappen oder via Social Media Empfehlung. Ein wachsender Trend, die 3sat Community nimmt stetig zu. Auf Twitter, Instagram und Facebook finden täglich Dutzende neue Follower/innen ins 3sat-Universum.

Live dabei sein

So macht 3sat Lust, bei den Kulturgroßevents in Österreich und im deutschsprachigen Raum live dabei zu sein. Vor allem die jüngeren Zuschauer und Zuschauerinnen von heute wollen nicht nur konsumieren, sondern auch kommentieren, sich austauschen, teilhaben. Und das gelingt unter anderem bei der jährlichen Live-Übertragung des Bachmann Literaturwettbewerbs, der „Tage der deutschsprachigen Literatur“, im Netz kurz #tddl. Wenn Literatinnen und Literaten ihre

3SAT

In Zahlen

572.000

Zuseher/innen ØTR in Österreich

1,7%

Marktanteil

134.181

Programmminuten aus Österreich

26%

Prozentualer Anteil

Texte präsentieren und sich live einer Jurydiskussion stellen, klinkt sich sogar der deutsche Fernsehsatiriker Jan Böhmermann in die Twitter Debatte ein. Der Bachmannwettbewerb ist alles andere als ein Quotenhit, aber wo, wenn nicht auf 3sat, kann Literatur und somit deutschsprachige Kultur in diesem Ausmaß trotzdem Platz finden?

Umgekehrt, darf es auch auf 3sat Quotenhits geben? Natürlich! Und das tut es auch. So ist der absolute Star unter den zahlreichen Live-Events der Wiener Opernball. Ein ORF-Fernsehspettakel, das mit 3sat über Österreichs Grenzen transportiert wird. 1,3 Millionen Menschen waren 2017 via 3sat live dabei. Im Netz findet gleichzeitig ein reger und humorvoller Austausch zwischen 3sat und seinen Zuseherinnen und Zusehern statt. Das ist perfektes „Audience Engagement“ und Fusion von digitaler Welt und linearem Fernsehen.

Aus dem Vollen schöpfen

3sat sendet Inhalte aus drei Ländern als Senderkooperation der vier öffentlich rechtlichen Fernsehsender: ZDF, ORF, SRG und ARD. Konkret bedeutet das: Es kann aus dem Vollen geschöpft werden. Fachkompetenz, Archivschätze und Res-

ourcen können zu einem neuen Ganzen gebündelt werden, speziell an den Thementagen oder in den Themenwochen. Spielfilme, Dokumentationen und aktuelle Debatten werden aufeinander abgestimmt. In der Themenwoche „Abhängig!“ im Juni 2017 reihten sich beispielsweise um die neue ORF-3sat Koproduktion „Sucht auf Rezept – Wenn Medikamente abhängig machen“ Diskussionssendungen genauso wie der preisgekrönte Film von Steve McQueen „Shame“.

Apropos Publikumsliebliche. Tobias Moretti stand als „Jedermann“ letztes Jahr bei den Salzburger Festspielen im Fokus der Öffentlichkeit. Mit einer Filmreihe würdigte 3sat den österreichischen Schauspieler. Neben frühen Erfolgen wie „Krambambuli“ aus dem Jahr 1998 bis zum Kinofilm „Das finstere Tal“, brachte allein der ORF zehn Filme ein, ein Onlinequiz auf der 3sat Website für echte Moretti-Fans rundete das Angebot ab.

Aktuelle Debatten

Neben dem Erleben und Vermitteln von Kultur werden auf 3sat täglich brennende Themen der Zeit verhandelt. Die Magazine „Kulturzeit“ und „nano“ werden von allen Sendern mit aktuellen Inhalten aus Kultur, Wissenschaft und Gesellschaft beliefert. Dem Sender ist es ein wichtiges Anliegen, Debatten aufzugreifen, Themen, die den Zuseherinnen und Zusehern unter den Nägeln brennen, verständlich und ausgewogen aufzubereiten. Dass ORF-3sat Eigenproduktionen mehrfach zum Fernsehpreis der Erwachsenenbildung nominiert waren, spricht für die gebotene Qualität und Relevanz der Inhalte. Erst letztes Jahr war „unsere“ Eigenproduktion „Digital, flexibel, überflüssig – Wer hat morgen Arbeit“ unter den Nominierten.

3sat gelingt als öffentlich rechtlichem Sender mit der Kraft von vier Fernsehanstalten, seinem Publikum stets eine spannende Mischung aus Kulturevents, Filmen, Serien, Dokumentationen und täglich aktuellen Informationen zu bieten. Ein vielseitiges Vollprogramm, ein Blick in die Welt, ohne Werbung, ohne „gekaufte“ Inhalte, ein großer Unterschied zu dem, was man z.B. im kommerziellen Fernsehen sieht, und das ganz im Sinne unserer Auftraggeber: Den 3sat Zuseherinnen und Zusehern! ■

FAIRNESS IM #HANNELORE VEIT KORRESPONDENTIN IN WASHINGTON WESEN

Es ist unser tägliches Brot – und unsere tägliche Not: Ein Präsident, der verunglimpft, beleidigt, sich lustig macht, lügt – und dann die Medien geißelt, wenn sie ihn kritisieren.

Da wird schnell ein kritischer Sender wie CNN, eine angesehenere Zeitung wie die New York Times oder auch die öffentlich-rechtliche BBC von Donald Trump der Fake News bezichtigt. Fake News, das ist in den Augen des US-Präsidenten immer das, was ihm nicht gefällt. News über Trump sind omnipräsent, emotionsgeladen, schrill, sexy – das sind die News, die über soziale Plattformen am schnellsten zirkulieren und die kommerziellen Medien beherrschen. Daneben gibt es die andere Art, mit News umzugehen: kritisch über Trump berichten und gleichzeitig zu hinterfragen: warum? Was steckt dahinter? Wir Korrespondent/innen tun das täglich. Wir leben im Land, beobachten aus allernächster Nähe, filtern aus Pressekonferenzen, aus den in 24-Stunden-Nachrichtensendern abgegebenen Soundbites und Meinungen, aus den Instant-Analysen der Medien das heraus, was nicht nur in Amerika aufregt, sondern für die Welt von

Interesse ist. Und wir hören allen Seiten zu. Zur Berichterstattung gehört auch – und das ist weniger sexy – in den Mittleren Westen zu reisen, in die Bundesstaaten, die an der Ost- oder Westküste so abschätzig „Fly-Over Country“ genannt werden, und mit den Leuten da draußen zu sprechen.

„Wir haben den Menschen nicht zugehört, wir haben das nicht kommen sehen“, hat die Washington Post am 9. November 2016, am Tag nach der überraschenden Wahl Trumps sich selbst und die Medien geißelt. Zugegeben: wir im ORF haben diesen Wahlausgang auch nicht kommen sehen. Aber als öffentlich-rechtliche Journalist/innen bemühen wir uns hinzuhören und nicht nur mit Trump-Gegner/innen, auch mit Trump-Anhänger/innen zu sprechen. Warum wählt eine solide Mittelklassefamilie in Fargo in North Dakota aus voller Überzeugung Trump? Was gefällt Stahlarbeiter/innen in West Virginia oder Kohlearbeiter/innen in Ohio an diesem Präsidenten auch im zweiten Amtsjahr noch? Wie steht es um Rassismus in diesem Land? Warum tut sich das klassische Einwanderungsland so schwer mit neuen Immigrant/innen? Das sind nur ein paar Beispiele für Beiträge, die wir für „Zeit-im-Bild“-Sendungen, für Radiojournale oder für Magazine im TV und im Radio produziert haben. Wir diskutieren in

ORF III, warum das Amerikabild in den USA anders aussieht als in Europa. Oder wir analysieren im „Morgenjournal“, warum Impeachment mehr Wunschdenken als reelles Szenario ist, warum das in der Verfassung verankerte System der Gewaltentrennung, der „Checks and Balances“, stärker ist als der Mann im Weißen Haus, der so gerne als mächtigster Mann der Welt bezeichnet wird. Wir ORF-Korrespondent/innen wissen, dass wir eine besondere Verantwortung haben. Nicht mit der Menge schreien, sondern reflektieren – das ist nicht immer einfach, aber es ist unser Aufgabe.

Es sind die Hintergrundberichte, die den Unterschied ausmachen, die ob der Informationsflut, der Schnelligkeit und der Schnelllebigkeit der News bei kommerziellen Medien oder beim News-konsum über Online-Plattformen zu kurz kommen. Wir helfen im Dschungel aus Fake News (der echten, nicht der Fake News im Trumpschen Sinn), der Filterblasen und der irrelevanten Soundbites Orientierung zu geben. Das österreichische Publikum honoriert das auch. Die ZiB2 hat regelmäßig beste Einschaltquoten, wenn Korrespondent/innen aus verschiedenen Teilen der Welt zu Wort kommen um das Geschehen einzuordnen. Gerade hier in den USA fällt auf, wie wichtig öffentlich-rechtliche Information ist – oder wäre, würde sie hier im selben Maß wie in Europa stattfinden. Die Polarisierung in den Medien ist schon seit langem zu beobachten, sie hat unter dem jetzigen Präsidenten noch zugelegt. Wer für Trump ist, schaut Fox News, wer gegen Trump ist, schaut MSNBC. Selbst CNN, das sich das Motto „The Most Trusted Name in News“ auf die Fahnen geheftet hat, verlässt zunehmend die Position in der Mitte und diskutiert stundenlang, was Trump-Gegner/innen gerne hören. (Ich beziehe mich hier auf CNN USA, nicht CNN International, das ein völlig anderes Programm für ein globales Publikum bietet) Die Menschen konsumieren die News, die sie hören oder sehen wollen, leben zunehmend in Echoräumen, in denen die eigene Meinung reflektiert wird.

Fairness als Kernaufgabe

Dabei wäre eigentlich genau das Gegenteil gefragt. Das angesehene PEW Meinungsforschungsinstitut hat Anfang des Jahres eine Studie veröffentlicht, wonach die große Mehrheit der Amerikaner/innen – und übrigens auch der Newsnutzer/innen welt-

DIE WELT IM ORF-TV

ein Staat je Kontinent – eine Auswahl

Schlagwort	Anzahl	Beispiel	Datum
Ägypten	171	Orientierung: Ägyptens Christen und Muslime gegen den Terror	16.04.
Kanada	149	Land der Berge: Kanada – Sommer am Polarkreis	26.08.
Venezuela	278	ZiB 7:00: USA/Sanktionen Venezuela	01.08.
Palau	2	Palau – Korallenparadies in der Südsee	03.07.
Vietnam	33	Kultur heute: „Von den Bühnen der Welt“ (Vietnam-Tagebuch von Michael Schottenberg)	22.09.
Großbritannien	2.067	Europastudio: Brexit – Anfang oder Ende?	02.04.

weit – unvoreingenommene Berichterstattung wünscht, sie aber offenbar nicht findet. Nur eine Minderheit der Amerikaner/innen glaubt, dass die politische Berichterstattung in den Medien fair ist. Gerade das, Fairness zu gewährleisten, ist die Kernaufgabe, das Wesen der Öffentlich-Rechtlichen. Öffentlich-rechtlichen Rundfunk und öffentlich-rechtliches Fernsehen gibt es auch in den USA. Hochwertige Information und ein breites Bildungsangebot bietet NPR, das National Public Radio, exzellentes kulturell hochwertiges Programm im Fernsehen bietet das Public Broadcasting Service PBS. Nur, im Gegensatz zu Österreich ist öffentlich-rechtlich hier ein Minderheitenprogramm. Und es muss sich selbst finanzieren. Gebühren gibt es nicht. Dafür alle paar Wochen das, was hier „Donation Drive“ genannt wird: „Wenn Ihnen diese Sendung gefallen hat, dann unterstützen Sie uns!“. Ständig wird die Botschaft getrommelt, man möge doch dazu beitragen, dass der Sender weiterbestehen kann. Starjournalisten und namhafte Schauspieler/innen appellieren an das Publikum. Genauso lästig wie die Werbeunterbrechungen der →

BERICHTE DER KORRESPONDENT/INNEN

HÖRFUNK		FERNSEHEN		TOTAL	
Beiträge	Stunden	Beiträge	Stunden	Beiträge	Stunden
Belgrad					
183	06:45:27	83	03:31:40	266	10:17:07
Berlin					
878	24:22:44	401	13:45:36	1.279	38:08:20
Brüssel					
860	25:08:14	451	26:36:06	1.411	51:44:20
Budapest					
68	02:10:46	65	02:23:00	133	04:33:46
Istanbul					
143	05:07:27	112	04:11:19	255	09:18:46
Kairo					
81	04:24:30	81	03:12:43	162	07:37:13
London					
119	03:11:55	47	01:45:52	166	04:57:47
Madrid					
259	08:50:45	140	04:11:03	399	13:01:48
Moskau					
216	08:09:27	94	03:28:59	310	11:38:26
Paris					
368	11:54:22	225	07:18:03	593	19:12:25
Peking					
137	05:42:40	55	04:03:47	192	09:46:27
Rom					
403	13:26:10	162	06:41:03	565	20:07:13
Tel Aviv					
66	02:10:00	34	01:05:38	100	03:15:38
Washington					
657	18:18:48	319	11:26:56	976	29:45:44
Zürich					
165	07:35:44	67	02:36:40	232	10:12:24
GESAMT					
4.703	147:18:59	2.336	96:18:25	7.039	243:37:24

WELTJOURNAL – TOP 3

79-mal ausgestrahlt (inkl. Spezialsendungen)

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Mein Athen	09.08.	427
Mächtige Frauen und männliche Untergriffe	08.11.	399
USA – die Ära Obama	18.01.	396

WELTJOURNAL+ – TOP 3

100-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Kreuzfahrten – Traumgeschäfte mit Schattenseiten	26.07.	333
Präsident Trump – Leben für den Erfolg	18.01.	293
Chinesen auf Europa-Tour	09.08.	290

kommerziellen Medien ist das, Radio Hören oder PBS Schauen fällt in den Wochen der Donation Drives schwer. Doch ohne Spenden gibt es keine öffentlich-rechtlichen Medien. Nur ein verschwindend kleiner Teil der Finanzierung kommt in den USA von der öffentlichen Hand. Und dieser kleine Teil ist ständig in Gefahr, noch weiter gekürzt zu werden. Gänzlich streichen will ihn überhaupt der jetzige Präsident.

NPR und PBS werden auch ohne Geld aus Washington weiterbestehen. Die Werbeeinschaltungen in eigener Sache werden dann aber wohl noch lästiger sein. Um faire Berichterstattung und fundierte Analysen zu sehen oder hören, wird das amerikanische Publikum das wohl in Kauf nehmen müssen. Da hat es Europa, da haben es die Österreicher/innen (noch?) besser. ■

THE NEW



FEUDALISM

#EVGENY MOROZOV

AUTOR VON „THE NET DELUSION“

Evgeny Morozov war am 3. März 2017 zu Gast im ORF-Dialog-Forum. Der folgende Text ist eine leicht gekürzte Abschrift seiner Keynote.

It's a pleasure to be here and to be speaking to all of you in these interesting and somewhat challenging times, especially on a topic such as this one. Many of us are starting to rethink—especially now that we have Donald Trump in charge of the White House—, suddenly even we in Europe start realizing that maybe delegating so much power over data to American companies may be not such a good idea now that Obama is no longer in charge. Now we have a very different president with a very different agenda.

I think ultimately the challenge that many of us had over the last decade in thinking about technology, has been our inability to think about it historically

and politically. Mostly we have been thinking about it philosophically. Every time you start a conversation about Google, Silicon Valley, digital platforms, the conversation quickly turns into a very shallow round of accusations. Whether you are a technophobe or technophile, or you just hate technology and science or you love them: ultimately this is not the correct path to take. The reason why digital technologies, big digital firms in Silicon Valley have become such controversial issues has very little to do with this abstract, philosophical discussions about the nature of our own attitude towards technology but has everything to do with the nature of our current political and economic situation.

What do I mean by that? I'd like to argue that there is a very particular tendency in our society, especially among those who are in charge—political elites, business elites, cultural elites—, to think about digital technology, especially big technology firms coming from America, as being able to solve three big crises, three big contradictions that →

our societies have run into. Those crises are well known to every one of you: a crisis of democracy, a crisis of capitalism and a crisis of the welfare state.

Now that we only have a very limited amount of time today, there is no way for me to speak at length about all those crises but if you have read the newspapers recently or if you have listened to politicians you might have got an idea as to what the nature of the promises are. There are very few politicians in Europe, even less in America, who do not celebrate the power of technology to create new jobs, to give us more flexibility, the power of UBER and AirBnB to give us ways of earning money, the power of many other services like Facebook to stay in touch and become thus part of a new global international cosmopolitan village—but it reaches far deeper than that. If you listen to the promises made in specific domains like education or health care, you would hear that there are expectations that, thanks to artificial intelligence for example, it will be possible to cure cancer, it will be possible to come up with preventive schemes that tell patients what they should be eating and what they shouldn't be eating. Through constant monitoring it will be possible to fix many of those problems, it will be possible to finally do something about climate change, thanks to sensors we will finally be able to monitor our resource use and thus optimize all of our energy consumption.

You can run through a list of every political and social problem facing us today, from the crisis of democracy to the crisis of the welfare state, and you will see there is a ready-made solution made by some big technology firm in Silicon Valley, able to resolve it very cheaply, and all that is required of us is to acquiesce to constant, permanent, ubiquitous collection of our data.

Why politicians love the deal

That's the bargain that we strike. And the reason why I emphasize things like the crisis of the welfare state so much is because the reasons why those platforms and those technologies and services are so attractive to us, is because they come for free. We do not have to pay for many of these services. Every time you use something very basic like e-mail, you use Google's gmail, you use Yahoo or Microsoft, you use a search engine—all of this comes for free. Of

course, once you start looking underneath what actually powers those platforms, you realize that it is not offered for free, it's offered heavily subsidized. And the subsidy comes from advertising.

What the big firms have understood is that there is quite a lot of money to be made by collecting our data, finding people who are eager to reach us with some advertising message, arranging that exchange and more or less offering the services that allow them to monitor what we do at a very large scale. So in the past it was just limited to search and e-mail, now it can be extended to virtually everything that we do, as long as it is mediated through a screen and some sensor (...).

There is also a very easily understandable reason why such a model appeals to policymakers who find themselves under conditions of utmost austerity—they have no money to spend on services—so naturally they reach out to these firms. It makes those policymakers look innovative, very progressive and it makes them look as if they are in touch with reality and do everything to accelerate innovation.

The hidden side of the process

I think we need to understand that there is a hidden side to this process. This hidden side has to do with the fact that this very simplistic model that I have just described to you, where we basically enter a bargain with these firms: We give them our data, they show us an ad and they offer us a service. That transaction is not as simple as it seems, it has politics of its own behind it. It has to do with the fact that every time we use such a service, every time we give our data to these firms, it shows an ad and offers us a service, they don't just discard that data, they don't just send it to the national security services in the United States—although many of them do just that—they do much more with it. They take this data and actually use it to train their own systems of artificial intelligence. It's actually us, the users of these platforms, who are training the likes of Google, Amazon and Facebook how to do things automatically. We are training Google's cars how to navigate the city and how to become autonomous. It is us who are training Google's models how to analyze patient's health records in order to detect cancer. It's us who are training all of those systems

of artificial intelligence through the consumption of the services that those companies offer.

You might say that this is not a big deal: it's good, we are doing something good for the world, and all these companies are acquiring this knowledge. Ultimately, what's to fear about that? I would argue that we have a very poor analysis of the power relations behind this exchange because ultimately what is happening, is that just five American firms, and one Chinese firm—Baidu—, have managed to create a system where, thanks to artificial intelligence, they end up being the only layer of society with the resource to the most precious service that is going to reshape how society operates.

To me it sounds quite obvious that within ten years' time we will not have any truck drivers driving trucks. There is no reason to have actual truck drivers once you can have autonomous trucks. And we already have autonomous trucks. The reasons why they are not being released, has mostly to do with the political repercussions with doing this right now when there is so much discontent about inequality and automation. If you actually look at the number of people in those industries that stand to lose from automation, that number is immense. Just in the United States alone truck drivers actually happen to be the most populated occupation in the country—there are something like 3.5 million truck drivers who might lose their jobs. And worse, they might be the ones contributing to the disappearance of jobs because they are the ones training those systems how to basically automate their jobs out of existence.

A bunch of firms will dictate our lives

That is an aspect of contemporary digital capitalism that we fail to understand. Once society reshapes and reengineers itself along that model what we will end up with is a bunch of firms, five or six, who can dictate their terms to society and who are no longer tied to advertising as the primary model of making money. Ultimately the advertising bubble is going to crash one day or another. The moment a tiny part of the Chinese population stops buying German cars, a huge chunk of the online advertising market just disappears—it's that simple. The advertising market online is not very sustainable and it is very easy to disrupt it as many of you have seen

if you have followed the debate about ad-blocking. There are all sorts of threats that come up and can destroy the advertising market, or at least make it smaller or less reliable.

Big firms like Facebook have nothing to fear in this fight because they have developed this resource which they can use as they wish. They can charge us what they wish. So when our own health services, health ministries, insurance schemes run out of money—which is a very likely scenario given the aging population and the overall environment of austerity as well as the inability or unwillingness of the rich members of society to actually pay taxes because they can use tax havens—we end up in a situation where our own bureaucrats, our own civil servants have little choice but to turn to these firms, invite them in, sign a deal and have them process for example all of our health records.

This is not science fiction, this is already happening in the United Kingdom where the National Health Service, facing a giant fiscal crisis almost on a monthly basis, has actually invited Google to analyze the patient records of more than four million people in order to identify and detect the signs of early kidney disease. That is done exactly with this system of artificial intelligence Google has developed.

Of course, Google might be doing this particular project for free to generate publicity and free client work but there is absolutely no guarantee that it is going to be free five years from now when all these services are going to be converted into rent-extracting businesses that seek to set up monthly or yearly contracts with the public institutions. The reason why I believe we have to start thinking about all of these developments from the perspective of feudalism is very simple: Because ultimately we are ending up in a society where we see a new important resource coming up—data.

It's about the data

Before, we had land, labor and money—those were three very important factors of production. If you wanted to build something you had to strike a balance of some sorts between land, money and labor. You needed to hire somebody, you needed some capital, and probably you needed some →

land to grow something and to produce something. Nowadays, if you want to be competitive you need to be able to operate with access to this fourth factor of production: data. The entirety of the transition from feudalism to capitalism was trying to find mechanisms and ways how you can destroy institutionalized barriers that stand in the way of getting freer and easier access to core factors of production. This is why we didn't want feudal lords who controlled all the land and stopped any productive use of it outside of their control. This is why we wanted workers to have strong rights so that they could actually be able to bargain with whoever employs them to have a decent lifestyle. This is why we created all sorts of institutions for allowing entrepreneurs to borrow money, to develop some kind of creative relationship and invest that money into creating an enterprise etc (...)

We need to be able to understand how we can build a society where the most important, precious resource that we have—which in this case is data that artificial intelligence gave rise to—remains in a publicly accessible mode where all of us, whether we are entrepreneurs, whether we are cities or municipal communities, can actually come and do something with that data.

If we cannot reform how the system currently operates, we will end up in a situation where ultimately our lives will be extremely precarious. We wouldn't know whether Google would like to revoke access to certain data it holds about us or not. Most of that is not regulated by any means of normal laws. It is regulated by private laws, it is regulated by terms and conditions most of us accept while scrolling through that window without ever reading what those terms and conditions are. We are moving into an environment where there is very little that is permanent and that's why it becomes very hard to plan. Just think about Amazon which now has become the most powerful reseller of books: one day you might wake up scrolling through your E-reader and discover that one or two books are gone from that E-reader because Amazon has decided that something is not right with how you have been reading that book—which has actually happened ironically with George Orwell's 1984 which Amazon has removed from the Kindles of many users because it caused an error.

This should make us think immediately that what we are doing when we are transacting with those firms we are not entering just a simple relationship, where we are buying things, we are rather entering a service relationship, a contract. It is a contract that the other party can revoke whenever they want to, given how currently those agreements operate. We are entering an environment where everything is offered as a service. What does it mean to access privacy as a service? Privacy through a service is very easy: you pay a monthly fee, 5 euros, 10 euros or 50 euros (if you want to be really private) and your information disappears from all of those databases that are currently haunting you. Maybe nasty Google results are no longer on the first page but on the tenth page because there is a company that charges you a fee and knows how to clean up Google results. Maybe your data is no longer leaking from your phone because that fee guarantees you access to an app that will protect you.

Services instead of rights

A lot of firms actually do offer privacy as a service and a lot of privacy activists who have forgotten the language of politics and economics actually endorse it. Because they do think that the market combined with smart technologies can solve that problem. That's why I think many of our problems lie in the fact that we are no longer capable of distinguishing between privacy offered as a service and privacy as a right. When it is offered as a right, then there is no pressure on us to enter a commercial service to get it. Ultimately the game of those firms is to offer everything as a service: private security as a service, insurance as a service. Everything that has been offered through a framework of rights inscribed in the constitution, protected and guaranteed through institutions of the welfare state and legal institutions, is now being slowly unraveled to be offered in a highly privatized manner which of course will not be visible or evident to many of us because it will not be called privatization—it will be called digitization, which invokes much more positive attitudes.

That requires us to rediscover the language of politics, the language of economics and to understand that whenever we speak about issues like privacy it is no longer enough to only focus on the legalistic side or the technological side but we have to be

able to draw the conclusion that the moment we surrender our data—even if the data is relatively well protected—and this data ends up creating an artificial intelligence system that ultimately steals our job and furthermore offers us things that we used to take for granted as constitutionally guaranteed rights as a service, it's no longer just a problem or question of privacy, it's a problem of the economy. It's a problem of the very crisis that many of us are experiencing in other dimensions of our life that has to do with certain conditions democracy, the welfare state and capitalism are in. (...)

Right now that agenda is not anywhere on the table. They are not even thinking about it, while the most precious resource we have and that will actually power how we will live our lives in a world that is struggling to cope with drastic climate change is being surrendered. I often use that example that we currently find ourselves as Native Americans who discover that they can make a very appealing deal selling valuable land they have to these European colonizers who come and offer us some diamonds or pieces of gold while we are retreating further and further into the heartland until we actually discover that we are surrounded by these corporate giants, there is nothing left to be traded and all of our land is gone. I think we find ourselves in a similar situation with data, we find ourselves in a similar situation with infrastructure. Unless we manage to articulate an agenda which will not be just empty rhetoric like 'they are taking our data' or 'they are taking infrastructure', but an agenda that will actually be linked to listing positive, radical actions to remake how society functions, how we pay for work, how we guarantee rights, how we organize ourselves to defend ourselves not just from feudalism in the digital sphere but the encroaching feudalism elsewhere. If we don't do this I think we don't even have a chance to success.

I think the struggle is not lost yet, a lot can be done, but we need to be able to repoliticize the current debate and try to think a little bit harder about the economics and the politics and try to see through the rather positivistic, utopian language that those firms have surrounded themselves with. Unless we do that I think we will find ourselves in a very profound crisis, not just of politics and economics but also a very profound spiritual crisis. ■

GRÖSSENVERGLEICH

5

**TOP 5
INTERNET-
GIGANTEN**

5

**TOP 5
EUROPÄISCHE
TELEKOM**

5

**Top 5
US-Medien**

10

**Top 10
Europäische
Kommerzmedien**

64

**Die 64
öffentlich-rechtlichen Medien
Europas zusammengenommen**

Die Schriftgrößenverhältnisse der Zahlen spiegeln die Umsatzverhältnisse wieder; die fünf größten Internetkonzerne (Apple, Alphabet, Amazon, Facebook und Netflix) sind 12,1 Mal so groß wie die 64 europäischen öffentlich-rechtlichen Medien zusammengenommen. Die anderen Zahlen sind aliquot dargestellt.

Quelle: EBU

AUFGETISCHT IN USBEKISTAN

#KONRAD MITSCHKA

REDAKTEUR DES
PUBLIC-VALUE-REPORTS

Österreichs Außenhandel, das sind laut Klischee Mozart, seine Kugeln und die Lipizzaner. Gemäß amtlicher Statistik sind unsere Exportschlager Maschinen, Fahrzeuge und Medikamente. Und dann gibt es da noch ein Drittes: Die Ausfuhr von Kultur. Und da kommt der ORF recht bald ins Spiel.

Fragt man einen durchschnittlichen Amerikaner, was er denn mit Österreich assoziiert, kommt als Antwort „The Sound of Music“. Mit ein bisschen Pech fängt das Gegenüber dann auch noch an, „Edelweiß“ zu trällern, nur leider nicht so wunderbar wie Julie Andrews in der Hollywood-Schmonzette über die Salzburger Familie Trapp. Das Erstaunliche daran: Dieses Österreich-Klischee ist hierzulande weitgehend keines, „The Sound of Music“ vielen unbekannt. Aber es bringt Jahr für Jahr zahlreiche US-Tourist/innen und ihre Dollars nach Salzburg.

Österreich im Film, das ist also gut für die heimische Wirtschaft. Der größte heimische Film(ko-)produzent, der ORF, weiß das, und steckt jedes Jahr an die hundert Millionen in die österreichische Filmindustrie. Geld, das vervielfacht nicht nur direkt und indirekt dem Land zugute kommt, wie das WIFO einmal ausrechnete, sondern das eben auch über Umwege nützt. Wann immer z.B. einer der ORF-Beiträge, die auf 3sat zu sehen sind, läuft, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass Österreich im Bild ist, z.B. über die „Tage der deutschsprachigen Literatur“, Schwerpunkte wie „Klösterreich“ oder das „Schönbrunner Sommerkonzert“. Und Österreich im Bild ist ein

TV-EXPORT

Unterschiedliche lizenzierte
Produktionen

1.389

Kund/innen

355

Anreiz, das Land einmal zu besuchen. Das gilt auch für die Schirennen, die die ORF-Technik – etwa Kitzbühel – mit großem Aufwand überträgt, oder für andere Sportbewerbe. Die Österreich-Radrundfahrt generierte dank ORF einen Werbebewert von 2,5 Millionen Euro, wie eine Medienanalyse von United Synergies einmal ergab. Die Nüchternheiten in der Region stiegen nachweisbar, ein Effekt, der sich auch für Sportübertragungen aus Neusiedl am See zeigen ließ. Im Burgenland spielte denn auch die Serie „Der Winzerkönig“, die jahrelang für Fremdenverkehr sorgte. Ähnliche Effekte sind daher auch für die Landkrimis, die „SOKOs“, für „Vier Frauen und ein Todesfall“ oder andere Serien zu erwarten.

Die weiche Macht der Kultur

Filme und Serien aus Österreich bringen aber noch mehr als monetäre Wertschöpfung, sie sind kulturell wirkmächtig. Natürlich bei weitem nicht so wie Hollywood-Produktionen, die Verhalten und Duktus ganzer Generationen beeinflussen können, Wirkung aber zeigen Unterhaltungsproduktionen allemal. Sei es, dass sie international österreichische Sprache pflegen und erweitern, man denke da an Sissi, Mundl & das aktuelle Co, die „Vorstadtweiber“. Sei es, dass die Zuseher/innen einfach, weil sie sie sehen können, österreichische Sitten und Gebräuche wahrnehmen und verinnerlichen. Es macht einen Unterschied, ob man im Tatort bundesdeutsch spricht oder Österreich zeigt, von der Differenz zwischen Housewife und Vorstadtweib ganz zu schweigen.

Japan, Katar und Usbekistan

Österreichische Lebensart und Kultur exportiert der ORF sowohl hörbar als auch sehbar. Via Hörfunk etwa konnten allein durch die Opernübertragung „Lady Macbeth von Mzensk“ aus Wien über elf Millionen Hörer/innen erreicht werden. 2017 wurden insgesamt 199 Konzert- und Opernmitschnitte für internationale Radiostationen angeboten und international 640 Mal ausgestrahlt. Ähnlich die Erfolgsbilanz fürs Visuelle: Österreichische „Tatorte“ oder auch die Dokumentation über den Lungau wurde u.a. in den Iran exportiert. In Thailand sah man derweil die „Nockberge“ im öffentlich-rechtlichen Sender Thailands, Finninnen und Finnen konnten sich via YLE an „Der letzte großer Kaiser – Franz Joseph I“ ergötzen, „Aufge-

MEISTVERKAUFTE „UNIVERSUM“-DOKUMENTATIONEN – TOP 3

Nach Umsatz

Die Kanarischen Inseln

Brahmaputra – Himmelsfluss aus dem Himalaya

Lungau – Wildnis im Bann der Tauern

MEISTVERKAUFTE ORF-FILME UND -SERIEN – TOP 3

Nach Umsatz

Landkrimi

Drachengjungfrau

Schnell ermittelt

Staffel IV

Landkrimi

Die Frau mit dem Schuh

tischt“ wurde im Sender „Dunyo bo’ylab“ in Usbekistan ausgestrahlt, und „Universum“ sah man in Japan, Vietnam und auch Katar. Insgesamt hat die ORF-Enterprise-Abteilung „CSI“ (kurz für: Content Sales International) 2017 1.389 Produktionen für 355 Kund/innen lizenziert. Hinzu kommen all jene Beiträge der ORF-TV-Information, die über den Nachrichtenaustausch der öffentlich-rechtlichen Sender Europas und Nordafrikas im Ausland gezeigt werden. Zahlen dazu gibt es nicht, man wird aber davon ausgehen können, dass jeder Beitrag, der auf Österreich Bezug nimmt, unsere Heimat zumindest einmal in Erinnerung ruft. Ob das unmittelbar zur Reisebuchung oder Investition ins Land führt, lässt sich nicht sagen, Voraussetzung für dergleichen ist aber das Bewusstsein, dass es so einen lebenswerten Flecken wie Österreich gibt, allemal. Und dieses Bewusstsein lässt sich eben nicht nur durch Mozartsymphonien und -kugeln, Lipizzaner oder Waren made in Austria, sondern auch durch ORF-Exporte generieren. ■

UNTERNEHMENS- WERT

**INNOVATION
TRANSPARENZ
KOMPETENZ**

Der Unterschied ist:

Der ORF ist berechenbar. Seine Gewinne fließen ins Programm und nicht in die Taschen anonymer Shareholder. Seine Bilanzen werden von öffentlichen Institutionen geprüft, seine Auftragserfüllung von Parlament, Behörden und Gremien kontrolliert. Was der ORF tut oder nicht, was er plant oder nicht, wer was wird oder nicht, ist öffentlich.

Public Value bedeutet für den ORF: weitgehende Transparenz, überprüfbare Kompetenz und penible Qualitätssicherung.

Innovation ORF-Gesetz: § 10. (3) Das Gesamtprogramm hat sich um Innovation zu bemühen. § 4e. (I) Der Österreichische Rundfunk hat zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags auch ein Online-Angebot bereitzustellen, das insbesondere sendungsbegleitende und in direktem Zusammenhang mit seinen Rundfunkprogrammen stehende Inhalte zu umfassen hat. ORF-Programmrichtlinien: Das Gesamtprogrammangebot des ORF hat sowohl für die Pflege tradierter Qualität als auch für darauf aufbauende und diese weiterentwickelnde Formen und Inhalte zu stehen. ORF-Leitbild: Der ORF ist ein zukunftsorientiertes Medienunternehmen, welches auf der Basis von Effizienz und Wirtschaftlichkeit nach kontinuierlicher Innovation strebt.

Transparenz ORF-Gesetz: § 7. (I) Der Österreichische Rundfunk hat dem Bundeskanzler und der Regulierungsbehörde einen Bericht über die Erfüllung der Aufträge im vorangegangenen Kalenderjahr zu erstellen. § 4a. (7) Das Qualitätssicherungssystem sowie die dazu erstellten Studien und Teilnehmerbefragungen und die diesbezüglichen Beschlüsse des Stiftungsrates und des Publikumsrates sind auf der Website des Österreichischen Rundfunks leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu machen. ORF-Verhaltenskodex: Redaktionelle Kooperationen mit Unternehmen, Institutionen etc. sind klar zu kennzeichnen. Events, bei denen der ORF Medienpartner ist, erhalten 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. Von Firmen, Institutionen usw. zur Verfügung gestelltes Sendematerial darf nur verwendet werden, wenn dadurch redaktionelle Entscheidungen in keiner Weise beeinflusst werden. Allfällige Verstöße sind nach dem ORF-G zu verfolgen.

Kompetenz ORF-Gesetz: § 4a. (I) Der Generaldirektor hat ein Qualitätssicherungssystem zu erstellen, das unter besonderer Berücksichtigung der Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter, der Freiheit der journalistischen Berufsausübung sowie der Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit der Direktoren und Landesdirektoren Kriterien und Verfahren zur Sicherstellung der Erfüllung des erteilten öffentlich-rechtlichen Kernauftrages definiert. § 4. (8) Der Generaldirektor hat im Einvernehmen mit dem Redakteursausschuss einen Verhaltenskodex für journalistische Tätigkeit bei der Gestaltung des Inhalteangebots zu erstellen. ORF-Programmrichtlinien: Grundsätzlich ist kein Programmgenre davon ausgeschlossen, anspruchsvolle Inhalte anzubieten. Anspruch leitet sich nicht nur von der Auswahl der Themen und Stoffe, über die berichtet wird, ab, sondern auch von der Art und Weise, in der diese programmlich umgesetzt werden. Diesem Kriterium kann etwa durch besondere gestalterische, journalistische oder künstlerische Qualität, die zur kritischen Auseinandersetzung anregt, entsprochen werden. ORF-Leitbild: Der ORF ist ein zukunftsorientiertes Medienunternehmen, dessen Mitarbeiter/innen das Leistungsangebot engagiert, kompetent und kreativ gestalten.

GEDENKEN

IN ECHTZEIT

#STEFAN STRÖBITZER

LEITER DER PROGRAMMENTWICKLUNG

Es ist der größte Zeitgeschichte-schwerpunkt, den die ORF-Medien bisher gemeinsam gestaltet haben.

Allein durch das Fernsehen sind 4,38 Millionen Österreicherinnen und Österreicher erreicht worden, das entspricht 59 Prozent der Bevölkerung ab zwölf Jahren. Zählt man die durchschnittliche Reichweite der ORF-Radios und der ORF-Onlineangebote dazu, dann kann man davon ausgehen, dass der ORF seiner Aufgabe als Rundfunk der österreichischen Gesellschaft nicht nur in qualitativer Hinsicht – die Dokumentationen und Schwerpunktsendungen waren vielschichtig und umfassend – sondern auch in quantitativer Hinsicht – als Qualitätsmedium für alle Gruppen der österreichischen Bevölkerung – gerecht geworden ist.

80 Jahre nach dem sogenannten Anschluss Österreichs an Hitler-Deutschland haben wir dabei neue Wege beschritten, im Bemühen Gedenken und Geschichte einer Generation zu vermitteln,

die – großteils mit der Gnade der späten Geburt ausgestattet – die Ereignisse nicht selbst miterlebt hat. 1,1 Millionen Österreicherinnen und Österreicher sahen am 12. März um exakt 19:47 Uhr im Rahmen einer „ZIB history spezial“ die berühmt gewordene Abschiedsrede von Bundeskanzler Kurt Schuschnigg, die er mit den Worten „Gott schütze Österreich“ schloss. Statt Werbung – Gedenken in Echtzeit. „Man hat in den letzten Tagen viel gelesen und gehört über den „Anschluss“, die Auslöschung Österreichs, doch der genaue Zeitpunkt und das Wissen, was 80 Jahre zuvor Menschen im ganzen Land im Radio gehört hatten, verursachten Gänsehaut“, schrieb die Tageszeitung „Der Standard“ über diese Sondersendung.

Als wir den Schwerpunkt erdachten, war genau das unser Ziel. Wir wollten Geschichte und Gedenken in Echtzeit erlebbar machen. Wir wollten den Österreicherinnen und Österreichern die dramatischen Ereignisse zwischen Schuschniggs Ankündigung einer Volksabstimmung zur Sicherung der Unabhängigkeit Österreichs am 9. März 1938 und dem Vollzug des Anschlusses an Deutschland

am 13. März unmittelbar und umfassend präsentieren. So entstand auch die Idee einer großen Live-Sondersendung am Hauptabend des 12. März, an jenem Tag also, an dem vor 80 Jahren die deutschen Truppen in den Morgenstunden die österreichischen Grenzen überschritten und Hitler am Abend in Linz frenetisch bejubelt worden war. Ein Rückblick in Echtzeit: faktenreich, analytisch, zum Ge- und Bedenken anregend und dramaturgisch mit den Mitteln des modernen Fernsehens gestaltet: Schaltgespräche, Studiodiskussionen, historische und aktuelle Beiträge. Das fanden offenbar auch 743.000 Österreicherinnen und Österreicher, die sich die Sendung ansahen und mit der absoluten Top-Note von 4,5 bewerteten.

Wozu öffentlich-rechtliche Medien gut sind

Dazu vermerkte Guido Tartarotti im KURIER: „Am 80. Jahrestag des Einmarsches (und der freudigen Begrüßung) von Nazi-Truppen in Österreich zeigte ServusTV eine Motorrad-Doku und ein Porträt der Skiläuferin Mikaela Shiffrin, ATV den (saublöden) Film „Der letzte Tempelritter“ und Puls4 drei Folgen der (entsetzlichen) Comedy-Sendung „Der Witze-Stammtisch“ hintereinander. ORF 2 dagegen strahlte fast zwei Stunden lang eine atemberaubend gute „Menschen und Mächte spezial“-Sendung aus, in der mit heutigen Mitteln einfach und nachvollziehbar erklärt wurde, wie der sogenannte Anschluss damals ablief, wer die Täter, die Mitläufer und die Opfer waren und was er militärisch, politisch und wirtschaftlich bedeutete. Es gab Gespräche mit Auslandskorrespondenten, mit Expertinnen, Historikern, Zeitzeuginnen und immer wieder Analysen des beeindruckenden, unverzichtbaren Hugo Portisch. Vorbildlich und wichtig. Nur, falls wieder einmal jemand fragt, wozu öffentlich-rechtlicher Rundfunk eigentlich gut sein soll.“

Und falls wieder einmal jemand fragt, warum der ORF sich auch im Internet um öffentlich-rechtlichen Qualitätsjournalismus bemühen muss: Die ORF ON-Redaktion widmete dem Gedenken einen Schwerpunkt mit Hintergründen zum Jubiläumsjahr und einer Kooperation zwischen dem Haus der Geschichte, dem ORF-Archiv und science.ORF.at. In der fast 36-stündigen Annäherung des Ö1-Programms an das Thema „Anschluss“ erzeugte dieses 24-Stunden-Multimedienprojekt „Zeithr 1938“ besondere Awareness. Der begleitende Live-Ticker auf

4,38

Millionen Österreicher/innen hat der ORF-Schwerpunkt zu „80 Jahre Anschluss“ erreicht.

science.ORF.at unterstrich den einzigartigen trimedialen Aspekt des ORF-Schwerpunkts. Und sollte jemand der Meinung sein, Hitradio Ö3 wäre zu wenig öffentlich-rechtlich, dann möge er die Schwerpunktsetzung von Ö3 mit jener der Privatradios vergleichen: hier: Arik Brauer als Gast in „Frühstück bei mir“, das stündliche Protokoll der Ereignisse am 12. 3. sowie die kritische Auseinandersetzung mit dem Demokratieverständnis der Österreicherinnen und Österreicher anhand einer aktuellen Studie; in den Privatradios bin ich im ganzen Zeitraum auf keinen adäquaten Beitrag zum Gedenken gestoßen.

Alle drei Medien des ORF, Fernsehen, Radio und Online, kooperierten auch bei einem ganz neuen Projekt, den sogenannten historischen Vignetten. Gleichsam wie eine Vignette wurden von 21. Februar bis 27. März zwischen den Regelsendungen kurze historische Zitate vom Tag ins Fernsehprogramm geheftet. Blickpunkte der Erinnerung, gelesen von Studentinnen und Studenten des Max Reinhardt Seminars. Junge Menschen im Dienst des „Niemals vergessen!“ Berührend, bewegend, zum Nachdenken anregend. Diese historischen Montagen wurden vom Kultur- und Informationssender Ö1 übernommen und gesendet. FM4 stellte Zeitzeug/innen-Interviews in den Mittelpunkt des Gedenkens. ORF.at wiederum bündelte die Vignetten zum Nachsehen auf der TVthek.

Wir hatten den Anspruch, dieses dunkle Kapitel unserer Geschichte erstmals in Echtzeit zu erzählen, mit Sensibilität und Spürsinn, um unserem Publikum einen 360-Grad-Blick auf das Geschehene zu ermöglichen, wachzurütteln und zum Nachdenken anzuregen. Wir wollten unserem Anspruch als „historisches Gedächtnis Österreichs“ (Dr. Heinz Fischer, Alt-Bundespräsident) gerecht werden.

Drei Medien – ein Qualitätsanspruch. Das kann nur der ORF. ■

INNOVATIONEN

Eine Auswahl

ORF-Smart

Ist die neue Marke für die digitalen TV-Zusatzdienste des ORF für Smart-TVs. Seit der Ski-WM im Februar 2017 sind auch die Inhalte von sport.ORF.at via ORF-Smart erhältlich.

Ausbau TVthek

Restart-Funktion bei Live-Streams der ORF-TVthek auch für ORF III und ORF SPORT+ verfügbar.

Digitales Fernsehen – HD-TV in ganz Österreich

Mit dem Abschluss der finalen Umstellungsphase von DVB-T auf DVB-T2/simpliTV im Oktober 2017 wurde das digitale Antennenfernsehen auf High Definition umgestellt und ist nun in ganz Österreich zu empfangen.

Modernisierung Ö1-App

Technische, gestalterische und designmäßige Modernisierung der Ö1-App zum 50-jährigen Jubiläum von Ö1.

ORF-Archiv-Außenstelle in Graz

Hier bekommen Studierende Zugang zum gesamten gesendeten ORF-Material seit 1955.

Tagespresse aktuell

„Die Tagespresse“ ist das wohl bekannteste „Online-Satireblatt“ Österreichs und kam 2017 ins ORF-TV.

„Jedermann/Frau – Salzburger Festspielmagazin“

Das neue Festspielmagazin lief von 21. Juli bis 25. August in sechs Sendungen national auf ORF 2.

Mat's Rock-o-Pation

Neues Radioformat auf Radio Wien: Popmusik der 60er und 70er Jahre

„Mein Bundesland“ auf news.ORF.at

Auf news.ORF.at kann man sich nun bereits auf der Startseite über die wichtigsten Nachrichten aus dem eigenen Bundesland mit ein paar Klicks informieren.

Neues Ö1-Programm

Seit 01. Mai 2017 ist das Ö1-Programm geändert. Neu dabei sind die Musiksendungen „Anklang“ und „Der Cis“, die Live-Gesprächssendung „Punkt eins“, sowie das Medienmagazin „#doublecheck“.

Bundesland heute kompakt

In etwa 50 Sekunden werden in diesem Format die wichtigsten Nachrichten aus dem Bundesland zusammengefasst und geben so im Fernsehen einen guten Überblick über die Geschehnisse.

„Die Weltherrschaft“

Die öffentlich-rechtlichen TV-Sender ORF, ARTE, SRG und BR erschufen ein transmediales Projekt zu Verschwörungstheorien.

Wahl 17: Nationalräten – Die politische Quiz-Talk-Show

Bei jeder Ausgabe wurde ein/e Spitzenkandidat/in eingeladen und in mehreren Fragerunden wurde den Quizkandidat/innen auf den Zahn gefühlt, ob sie die unterschiedlichen Parteien und ihre Programme auch kennen.

FM4 neue Website + App

Seit April präsentiert sich die FM4-Website in neuem Look mit integriertem FM4-Player, aktuellen Artikeln zu FM4-relevanten Themen und abwechslungsreichen Highlight aus Social Media.

Mehr Programm und neuer Klang für Radio Vorarlberg

Mehr regionales Informations- und Serviceangebot: So lautet die neue Programmausrichtung von Radio Vorarlberg.

WAHLeins

Als Herzstück des Online-Angebotes zur Nationalratswahl 2017 wurden TV-Highlights, weiterführende Informationen und Hintergrundberichte zur Verfügung gestellt.

Kostenlose Sommerstudios RadioKulturhaus

Die Förderung von heimischer zeitgenössischer Musik ist eine wichtige Anforderung des ORF und zeigt sich vor allem, indem im RadioKulturhaus in Kooperation mit SKE (soziale und kulturelle Einrichtungen der austro-mechana) in Sommer kostenlos Aufnahmen in Studioqualität produziert werden können.

TVthek goes school

Neue zeit- und kulturhistorische Videoarchive – mit spezieller Form zur Integration in den Unterricht bietet der ORF an. Insgesamt gibt es bereits 30 ORF-TVthek-Videoarchive.

Förderprogramm Pixel, Bytes & Film

Bei der Initiative von ORF III und dem Bundeskanzleramt in Kooperation mit der Akademie der bildenden Künste Wien, dem Wissenstransferzentrum Ost und ARTE Creative werden 2017 zehn neue experimentelle Filmkonzepte gefördert.

„Hilft die Hilfe?“, eine interaktive Gerichtsverhandlung in den Ö1-„Hörbildern“

Das erste Mal in der Geschichte der Ö1-Hörbilder wird eine Sendung mit der Beteiligung der Hörerinnen und Hörer gestaltet.

ÖFFENTLICH- RECHTLICHES TV – AUCH IM WEB

#THOMAS PRANTNER

STV. DIREKTOR FÜR
TECHNIK, ONLINE UND
NEUE MEDIEN

Was ist das Spezielle, Einzigartige an der Online-Videoplattform ORF-TVthek? Denn schließlich: Es gibt ja noch YouTube, Netflix, Amazon Prime und auch die Mediatheken der Privatsender. Also eigentlich unendlich viel TV-Content, der online als Video-on-Demand verfügbar ist und den man jederzeit nutzen kann.

Welche Rolle kann und soll die ORF-TVthek hier also einnehmen? Was macht sie anders, für das Publikum besonders wertvoll und trotz der Fülle an anderen Streamingangeboten unverzichtbar? Die ORF-TVthek hat als Videoplattform des ORF eine ganz spezielle Aufgabe, die nur sie erfüllen kann: Sie macht hochwertige, öffentlich-rechtliche ORF-Inhalte, also TV-Content aus Österreich über Österreich und für Österreich, auf digitalen Plattformen live und on demand verfügbar. Und zwar Information und Kultur genauso wie Sport und

Unterhaltung. Genau dieser öffentlich-rechtliche Mehrwert unterscheidet sie von Streaming-Giganten bzw. Global Playern oder den Mediatheken vieler Privater und macht sie für das österreichische Publikum so wichtig und unverzichtbar.

Das Portfolio, das die ORF-TVthek dabei für das Publikum bereitstellt, kann sich sehen lassen: Das Video-on-Demand-Angebot ist umfasst bereits mehr als 220 Sendungen, das heißt alle Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen des ORF, für die der ORF die Onlinerechte hält, sowie hochwertige Kaufproduktionen. Das umfang- und facettenreiche Spektrum reicht von allen „ZiBs“ und „Bundesland heute“-Sendungen über österreichische Fiction wie „Vorstadtweiber“ oder Comedy-Kult wie die „Dienstag Nacht“ bis zu hochwertigen Dokumentationen sowie Religions- und Volksgruppen-sendungen. Die derzeit schon mehr als 200 Livestreams sollen in den kommenden Monaten darüber hinaus zu einem 24/7-Livestream aller vier ORF-TV-Sender ausgebaut werden. Aber die Videoplattform des ORF hat noch viel mehr zu bieten: Im Rahmen der Reihe „ORF-TVthek goes school“ werden thematisch ausgewählte Sendungen →

INFOSENDUNGEN – TOP 3

ORF-TVthek & Videos auf anderen ORF-Sites gesamt

Sendung	Datum	DRW	BV
Erwin Pröll im ZIB 2-Gespräch, Langversion	27.03.	48.300	86.785
Sommargespräche 2017 (Sebastian Kurz)	28.08.	31.851	442.140
Interview mit Kanzler Christian Kern in voller Länge	17.05.	22.506	47.196

Quelle: AGTT / GfK TELETEST Zensus, Nutzung in Österreich
DRW = Durchschnittsreichweite (auf Basis der gemessenen Nutzungsdauer ermittelt), BV = Bruttoviews (registrierte Videostarts einer Sendung / eines Beitrags)

LIVESTREAMS – TOP 3

ORF-TVthek & Videos auf anderen ORF-Sites gesamt

Sendung	Datum	DRW	BV
Die Hochrechnung – Wahl 17	15.10.	41.724	241.600
Fußball EM Damen Dänemark – Österreich (Verlängerung)	03.08.	40.734	132.800
Fußball EM Damen Österreich – Spanien (Elfmeter)	30.07.	36.442	72.040

Quelle: AGTT / GfK TELETEST Zensus, Nutzung in Österreich
DRW = Durchschnittsreichweite (auf Basis der gemessenen Nutzungsdauer ermittelt), BV = Bruttoviews (registrierte Videostarts einer Sendung / eines Beitrags)

und Beiträge des ORF-Archivs zu zeit- und kulturhistorischen Online-Videoarchiven zusammenstellt, die u.a. auch ganz besonders für die Integration in den Unterricht geeignet sind. Die inzwischen 32 Videoarchive mit insgesamt mehr als 2.700 Videobeiträgen – die neuesten zum „Schicksalsjahr 1938“ und zum Sendungsjubiläum „30 Jahre Bundesland heute“ – machen wertvollen ORF-Content aus den vergangenen Jahrzehnten wieder für das breite Publikum und nicht zuletzt für Schüler und Lehrer zugänglich, und dies uneingeschränkt und unbefristet.

Neuer Rekord für die TVthek

Ein weiteres besonderes Service ist „Live Spezial“: Unter dieser Marke werden in Kooperation mit der Austria Presse Agentur (APA) zusätzlich und ergänzend zur tagesaktuellen TV-Berichterstattung unkommentierte Livestreams von Pressekonferenzen und Veranstaltungen als „Additional Content“ zur Verfügung gestellt. Die ORF-TVthek bietet wöchentlich eine Auswahl von rund sechs bis sieben Live-Übertragungen mit dem Ziel an, den Userinnen und Usern die Möglichkeit zu bieten, relevante Pressekonferenzen vollständig mitverfolgen zu können, auch wenn diese im Fernsehen nicht komplett bzw.

nur auszugsweise gezeigt werden können. Und schließlich sind auch „Web Only“-Contents – wie etwa Langfassungen von Interviews – regelmäßig Teil des ORF-TVthek-Angebots. Wie wichtig solche Contents für die Zuschauerinnen und Zuschauer sind, zeigt beispielsweise die Langversion eines „ZiB2“-Interviews von Ende März 2017 mit dem damaligen Landeshauptmann Erwin Pröll, die mit einer Durchschnittsreichweite von 48.300 das bisher meist genutzte Video on Demand-Angebot auf der ORF-TVthek (seit Einführung der neuen Bewegtbildmessung der AGTT) ist.

Wie erfolgreich die ORF-TVthek mit diesem breitgefächerten und umfangreichen Output insgesamt ist, zeigt der hohe Publikumszuspruch: Mit durchschnittlich 6,1 Mio. Visits pro Monat hat die Videoplattform des ORF im Jahr 2017 einen neuen Rekord erzielt. Die ORF-TVthek behauptet sich mit 1,310 Millionen österreichischen Userinnen und Usern pro Monat hervorragend am österreichischen Streaming-Markt und erreicht ihr Ziel optimal, dem Publikum zeit- und ortsunabhängig Zugang zu seinen Lieblingssendungen zu bieten. Aber nicht nur die Inhalte, auch deren Verfügbarkeit unterscheidet die ORF-TVthek von den Media-

ONLINE BEWEGTBILD ORF

Bruttoviews 2017

Jänner	35,3	1.139.000
Februar	34,6	1.236.000
März	29,6	955.000
April	24,4	813.000
Mai	27,5	887.000
Juni	25,8	860.000
Juli	24,8	800.000
August	25,9	835.000
September	27,6	920.000
Oktober	33,3	1.074.000
November	27,1	903.000
Dezember	30,7	990.000

Quelle: AGTT / GfK TELETEST Zensus

theken von Privatsendern und vor allem den Global Playern wie Netflix und Co. Eine wesentliche Besonderheit ist nämlich, dass die ORF-TVthek ihre Sendungen nur sieben Tage anbieten darf. Das heißt, wenn sich ein „Universum“-Fan sechs Wochen nach der TV-Ausstrahlung für eine bestimmte Doku-Folge interessiert, kann er diese auf der ORF-TVthek leider nicht mehr finden. Eine wichtige Forderung des ORF in diesem Zusammenhang ist daher das Ende dieser „7-Days-Catch up“-Beschränkung, damit das Publikum in Zukunft Spannendes, Informatives und Interessantes auch langfristig online nutzen kann und österreichischer Content im Web noch stärker und noch präsenter wird.

Ein weiteres zentrales Anliegen in punkto TV-Content im Web ist es dem ORF aber auch, nicht nur die ORF-TVthek selbst weiter auszubauen, sondern den heimischen Medienmarkt insgesamt zu

stärken, damit er auch langfristig gegenüber den amerikanischen Internetriesen bestehen kann. Der erfolgreiche Anfang in diese Richtung ist schon gemacht – mit der von APA und ORF mit-initiierten Austria Video Plattform (AVP). Sie hat sich nach ihrem mittlerweile einjährigen Bestehen zu einem positiven Vorzeigeprojekt entwickelt und gilt jetzt schon als etablierter Video-Pool für die gesamte österreichische Online-Medienbranche. Der ORF als wichtigster Content-Provider stellt auf dieser Plattform pro Monat im Schnitt 2.400 eigenproduzierte, journalistisch hochwertige TV-Beiträge für inzwischen 16 private Medienhäuser zur Verfügung und leistet damit einen maßgeblichen Beitrag zum Erfolg der AVP und schließlich auch zu einer engeren Zusammenarbeit mit den Verleger/innen im New Media-Bereich.

AVP – das Vorzeigeprojekt

Dem ORF-Selbstverständnis nach sind das Inhalte, die jedem einzelnen zur Verfügung stehen sollten, auch dann, wenn sie außerhalb des ORF-Kontextes konsumiert werden. In der AVP, die einen offenen Zugang zu ORF-Material bietet, sehen wir eine Art moderne Umsetzung unseres öffentlich-rechtlichen Informationsauftrages. Dieses Projekt ist Symbol für einen gemeinsamen österreichischen Schulterschluss gegen die Übermacht der internationalen Internet-Giganten und schafft öffentlich-rechtlichen Mehrwert für das österreichische Publikum. ■

Ö1. ORF. AT DER UNTERSCHIED SIND 7 TAGE

#JOSEPH SCHIMMER
REDAKTEUR VON Ö1

Wäre Ö1 eine Zeitung, wäre sie so umfangreich wie das Wochenblatt „Die ZEIT“ – und das jeden Tag!

Während man eine Zeitung überall hin mitnehmen, sie auch mal zur Seite legen kann, um die Lektüre eines Artikels später wieder aufzunehmen, litt das Radio von Anbeginn an seiner Flüchtigkeit. Die Verankerung im Hier und Jetzt ist die größte Stärke des linearen Mediums Radio und zugleich seine größte Schwäche – zumal für ein Qualitätsmedium wie Ö1. Mit gutem Grund hat die Marke Österreich 1 im Zuge ihrer sanften Erneuerung anlässlich des 50-Jahr-Jubiläums im Jahr 2017 in ihrem Logo auf das vertraute Wort „Radio“ verzichtet. Ö1 war immer schon mehr als ein „Radio-Sender“, so, wie

„Kultur“ für Ö1 immer schon mehr war als Kunstberichterstattung. Journale und Bildung sind für den breiten Kulturbegriff von Ö1 ebenso relevant wie Kulinarik und Reisen, pointierter Diskurs ebenso wie kultivierte Unterhaltung. Die thematische Breite hat Ö1 nicht nur zu einem der erfolgreichsten Kultursender Europas gemacht, sie hat aus Ö1 eben auch mehr als einen Sender gemacht. Der „Ö1 Club“ umfasst mehr als 50.000 Mitglieder und produziert für diese seine treuesten Hörerinnen und Hörer ein eigenes Printmagazin. Großveranstaltungen wie das „Ö1 Kulturpicknick“ und die „Ö1 Kulturbühne“ beim Wiener Donauinselfest ziehen tausende Besucherinnen und Besucher an und gehören ebenso zur DNA der Marke wie kleine, feine Ö1 Club-Exklusiv-Veranstaltungen, bei denen dem Ö1-Publikum Angebote offeriert werden, die man mit Geld sonst kaum je kaufen kann.

Kunstförderprogramme wie die „Ö1-Talentebörse“, der „Ö1 Kompositionspreis“ und neu, jetzt auch ein Jazzstipendium gehören ebenso zu Ö1 wie eine eigene Konzertreihe, die in allen Bundesländern Station macht. Darüber hinaus nimmt der Festspielsender Ö1 mehr als 150 Konzerte in ganz Österreich auf und macht das Radio – Ihr Radio – damit zur größten Konzertbühne des Landes.

Ö1 zum Nachhören

Das alles und noch viel mehr findet auch online in oe1.ORF.at seine Entsprechung, hat zum Teil dort überhaupt erst seinen Ausgang genommen. Damit macht das flüchtige Medium Radio zu guter Letzt doch noch sein größtes Manko wett. oe1.ORF.at ist alle „Journale“ der letzten sieben Tage und alle „Klassiknächte“ dazu. Die Seite ist alle Programmacher/innen und alle Downloads. Sie ist alle Programmhilights und Senderschwerpunkte, alle Services, Ö1 CDs und Aktionen. Und, oe1.ORF.at ist ein Radio, so flexibel und detailgenau, wie das gute alte UKW-Radio nie sein konnte. Mit dem Ö1-Player lässt sich online und auf allen mobilen Endgeräten Ö1 nicht nur live hören, sondern auch das volle Programm der letzten sieben Tage genießen.

Um die Orientierung in diesem dichten Programmangebot zu erleichtern, kann man die einzelnen Beiträge der „Ö1 Journale“, der Magazinsendungen wie „Diagonal“, „Ambiente“, „Ex libris“ und viele andere mehr einzeln abrufen – und mittels der verbesserten Suche auch leichter finden. Radio zum Angreifen. Zum Nach- und Immerwiederhören. Und zum Teilen in Social Media – direkt aus der Sendung, egal ob live oder aus den letzten sieben Tagen. Unter digitalen Vorzeichen ist Radio immer live. Selbstverständlich bietet Ö1 seine Inhalte für die beiden wichtigsten Betriebssysteme IOS und Android als eigene App an. Auch dieses mobile Service wurde komplett erneuert. Erste Angebote für „smart Speaker“ sind bereits am Markt, Erweiterungen befinden sich in Entwicklung.

#IhreFrage und Track 5

Über seine Website hat Ö1 sein Publikum eingeladen, wie Richard Wagner zu komponieren und auch wie Eric Satie. Im Wahljahr 2017 baten die Ö1-„Journale“ ihre Hörerinnen und Hörer, den Kandidat/innen zur Nationalratswahl #IhreFrage

Ö1 – NICHT NUR RADIO

50.000 Mitglieder im „Ö1-Club“

> 25.000 Follower von Ö1 und Ö1-Journalen auf Twitter

5.000 Follower auf Instagram

zu stellen, gemeinsam mit seinem Publikum hat Ö1 in seiner Ö1 Fundgrube ein kollektives Porträt des Ö1 Gründungsjahrs 1967 gestaltet und eine immer aktivere Community produziert Kurzhörspiele für unseren Wettbewerb „Track 5“. Die Beiträge des Ö1-Publikums glänzen durch Geist, Witz und Engagement. Mehr als 25.000 Menschen folgen Ö1 und den Ö1 Journalen auf Twitter und mehr als 5.000 Fans verzeichnet Ö1 auf Instagram.

Allen gängigen Klischees zum Trotz zählt das Ö1-Publikum zu den aktivsten Nutzerinnen und Nutzern mobiler ORF-Angebote. Einen Haken allerdings hat die Sache. Das sind die derzeit gültigen, gesetzlich festgelegten Online-Behaltefristen. All die Buchbesprechungen, Theaterkritiken, Konzerte, Hörspiele und Opernübertragungen, alle Analysen, Reportagen, Features und Interviews, all das mit Gebührengeldern finanzierte akkumulierte Wissen stürzt Woche für Woche in den von digitalen Löschroutinen genährten Datenorkus. Einen Ort freilich gibt es, an dem oe1.ORF.at zeigen darf, was es der Öffentlichkeit auch bieten könnte. Das digitale Archiv für Sendungen von zeit- und kulturgeschichtlicher Relevanz gibt eine Ahnung davon, was öffentlich-rechtlicher Rundfunk unter digitalen Vorzeichen sein kann. ■

WER KONTROLLIERT DEN ORF?

#JOSEF LUSSER

STELLVERTRETENDER LEITER DER ABTEILUNG FÜR
RECHT UND INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN

Zuerst zur Wirtschaftsaufsicht: Die Europäische Kommission hat anlässlich des österreichischen Beihilfeverfahrens von 2007 beginnend bis 2009 immer wieder eingefordert, beim ORF verstärkte Rechtsaufsicht einzuführen. Dies ist letztlich durch die gesamte Wirtschaftsaufsicht in der ORF-Gesetz-Novelle 2010 auch geschehen. Im ORF-Gesetz, kurz: ORF-G, sind die Aufsicht durch die ORF-Organe Stiftungsrat und Publikumsrat, die externe Wirtschafts- (und Rechts-)Aufsicht durch die Regulierungsbehörde, die, anders als in Deutschland, auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk prüft, sowie durch eine eigene Verfassungsbestimmung die Kontrolle des ORF durch den Rechnungshof vorgesehen. Materiell bereiten die vom ORF bestellten Wirtschaftsprüfungskanzleien den Geschäftsabschluss des ORF vor, der von der KommAustria und der von ihr bestellten Prüfungskommission geprüft wird. Die Prüfungskommission prüft neben dem Geschäftsabschluss auch die wirtschaftliche Gebarung (Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit, Zweckmäßigkeit). Der erfolgreiche Abschluss dieser Jahresprüfung, bestehend aus den Prüfberichten zu Geschäftsabschluss und Gebarung des ORF einschließlich seiner Landesstudios und des ORF-Konzerns, also einschließlich seiner Tochtergesellschaften, bildet die Grundlage für den Beschluss für die Entlastung des Generaldirektors durch den Stiftungsrat. Für die finanzielle Kontrolle sieht das ORF-G detaillierte Sonderbestimmungen zur Rechnungslegung, zur Bildung besonderer Rücklagen und zur Eigenkapitalsicherung vor, deren rechtmäßiges Zustandekommen und Einhaltung die KommAustria überwacht.

Das Programmengelt wird im Zusammenwirken der Organe Generaldirektor, Stiftungsrat und Publikumsrat festgesetzt und in rechtlicher Hinsicht durch die KommAustria überprüft.

Weiters ist im ORF-G die Möglichkeit einer Sonderprüfung vorgesehen, bei der auf qualifizierten Antrag des Stiftungsrats oder des Publikumsrats ein ordentliches Gericht angerufen werden kann. Dieses untersucht, ob der Stiftungszweck gewahrt wurde und prüft ggf. inkriminierte Vorgänge der Geschäftsführung. Der Rechnungshof hat in den letzten Jahren den ORF, in einer eigenen Prüfung die Landesstudios und aktuell Fragen rund um den Neubau am Standort Küniglberg untersucht. Schließlich nimmt die Europäische Kommission ebenfalls eine gewisse Aufsicht über den ORF auf Basis des EU-Wettbewerbsrechts wahr. Hier ist die genannte Beihilfeentscheidung der EK aus dem Jahr 2009 wesentlich. Das ist ein bindender Rechtsakt, der einzuhalten und im ORF-G umgesetzt worden ist.

Rechtsaufsicht

Die Rechtsaufsicht über den ORF übt die KommAustria aus. Während in Deutschland die Aufsicht über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bei Gremien liegt, gibt es in Österreich eine Rechtsaufsichtsbehörde über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Beschwerdeberechtigt sind einzelne Personen, Personengruppen, Mitbewerber des ORF, der Bund und die Bundesländer, die Gremien des ORF, der Verein für Konsumenteninformation und europäische Organisationen zum Schutz von Ver-

braucherinteressen. Zudem kann die KommAustria von Amts wegen tätig werden. Die Aufsicht spielt sich in diesem Zusammenhang beispielsweise ab, wenn es um die Einhaltung der Genehmigung und Auflagen in Fällen der Auftragsvorprüfung geht. Bei Auftragsvorprüfungsverfahren findet eine Überprüfung statt, ob ein neues Angebot vorliegt und ob es unter den öffentlich-rechtlichen Auftrag fällt bzw. mit der Finanzierung durch Programmengelt gemacht werden darf.

Beim sogenannten „Public Value Test“ werden zwei Dinge abgefragt, einerseits der publizistische Mehrwert, es gibt hier auch einen Beirat, und andererseits der „Market Impact“, wobei die Wettbewerbsbehörde den Markt vertritt. Ein anderes Beispiel wäre die Verletzung von Werbebestimmungen, deren Einhaltung von Konkurrenten und von der KommAustria akribisch gemonitort wird. Seit 2014 fungiert das Bundesverwaltungsgericht als Beschwerdeinstanz gegen Entscheidungen der KommAustria. Die Funktionsperiode des „Bundeskommunikationssenates“, der bis dahin zweite Instanz über Berufungen gegen Entscheidungen der KommAustria war, endete mit diesem Zeitpunkt.

Qualitätsaufsicht

Im Rahmen des ORF-Qualitätssicherungssystems wird der ORF von einem eigenen Sachverständigen geprüft, und es ist gesetzlich vorgesehen, einen ständigen Ausschuss des Publikumsrats für die Zwecke der Qualitätsaufsicht zu bilden. Mit Blick auf Artikel 10 EMRK war bei der Neuregelung der Qualitätsaufsicht zu beachten, dass es nicht soweit kommen könnte, dass eine Behörde bestimmt, was Qualität sei oder eine Liste führt, was qualitativ sei und was nicht. Die Lösung dieses Problems bestand darin, dass der ORF selbst ein System auszubauen hat, um im Falle eines Verfahrens valide Aussagen zu haben, warum er zur Auffassung gelangt sei, dass eine bestimmte Sendung oder Zeitzone den gesetzlichen Erfordernissen entspricht. Nicht der Gesetzgeber oder der Regulator sagt diristisch, was als anspruchsvoll anzusehen ist, sondern der ORF fragt Sachverständige, fragt auch sein Publikum, was der Anspruch ist. Es geht – auch aus der Sicht des Bundeskommunikationssenats und unbeanstandet vom Verwaltungsgerichtshof – bei diesem Qualitätssicherungssystem etwa darum, dass der ORF belegt, warum eine Sendung →

STIFTUNGSRAT 2017/2018

Dr. Gerhard Anderl** (Bundesregierung),
Dr. Ewald Aschauer** (Bundesregierung über Vorschlag der ÖVP), Gerhard Berti (Zentralbetriebsrat),
Mag. Markus Braun** (Bundesregierung), Werner Dax** (Burgenland), Herbert Fechter (Bundesregierung),
Dr.ⁱⁿ Susanne Fengler** (Bundesregierung über Vorschlag der Liste Pilz), MMag. Dr. Alfred Geismayr (Vorarlberg), Dr. Hans Peter Haselsteiner (Bundesregierung über Vorschlag der NEOS), Mag.^a Claudia Hasenöhrl** (Bundesregierung), Margit Haufft* (Oberösterreich), Mag.^a Corina Heinrichsberger** (Publikumsrat), Mag.^a Bettina Heise MSc.* (Publikumsrat), Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Katharina Hofer** (Oberösterreich), Vst. Dir. Prof. KR Mag. Dietmar Hoscher* (Bundesregierung über Vorschlag der SPÖ),
Prof. Herwig Hösele (Bundesregierung),
Martin Ivancsics* (Burgenland), Christiana Jankovics, Bakk.phil. (Zentralbetriebsrat), Stefan Jung (Zentralbetriebsrat), Direktor Norbert Kettner (Wien),
Mag. Andreas Kratschmar** (Publikumsrat), Direktor Dr. Franz Küberl* (Bundesregierung), Heinz Lederer (Bundesregierung), Günter Leitold* (Bundesregierung),
Dipl.-Ing. Matthias Limbeck (Salzburg), Mag. Walter Marschitz (Publikumsrat), Franz Maurer** (Bundesregierung), Dr. Franz Medwenitsch (Bundesregierung),
Willi Mernyi* (Publikumsrat), Univ. Prof. Dr. Siegfried Meryn* (Publikumsrat), Mag. Helmut Miernicki (Niederösterreich), Dr. Gerhard Moser (Zentralbetriebsrat), Barbara Nepp** (Publikumsrat), Siggi Neuschitzer (Kärnten), Ass. Prof. Mag. Dr. Klaus Poier (Steiermark), Josef Resch (Tirol), Mag.^a Marie Ringler MBA* (Bundesregierung), Mag. Rainer Rößlhuber (Publikumsrat), Mag.^a Andrea Schellner* (Bundesregierung),
Mag. Gregor Schütze (Bundesregierung),
Dr. Norbert Steger (Bundesregierung über Vorschlag der FPÖ), Gudrun Stindl (Zentralbetriebsrat),
MMag.^a Dr.ⁱⁿ Petra Stolba (Publikumsrat),
Dr. Alfred Trendl** (Bundesregierung), Mag.^a Martina Vitek-Neumayer* (Bundesregierung), Dr. Georg Watschinger** (Publikumsrat), Mag. Thomas Zach (Bundesregierung über Vorschlag der ÖVP),
Mag.^a Daniela Zimmer* (Publikumsrat)

*diejenigen, die 2018 nicht mehr dabei sind

**diejenigen, die 2018 neu sind

PUBLIKUMSRAT 2018

Walter Ablinger (Behinderte Menschen), Ing. Johann Baumgartner, MAS (Kunst), Dir. Mag. Herbert Beiglböck (röm.-kath. Kirche), Mag. Josef Buranits (Volksgruppen), Dr. Christoph Erler (Konsumenten), Walter Famler (Ideengarage – Liste Peter Pilz), Mag. Rupert Haberson (Wirtschaftskammer Österreich), Dr. Gerhard Heilingbrunner (Umweltschutz), Mag.^a Corina Heinrichsberger (Eltern/Familien), Dr. Markus Hengstschläger (Hochschulen), Präs. Mag. Klaus Hübner (Kammern der freien Berufe), DDr. Matthias Karmasin (Akademie der Wissenschaften), Elisabeth Kern (Schüler), Mag. Andreas Kratschmar (Politische Akademie der ÖVP), Ernst Leo Marboe (neosLAB), Mag. Walter Marschitz, BA (Eltern/Familien), Sophie Matkovičs (Jugend), Willi Mernyi (Österreichischer Gewerkschaftsbund), Dr. Siegfried Meryn (Dr.-Karl-Renner-Institut), Helga Moser (Ältere Menschen), Dr.ⁱⁿ Maria Neisser (Ältere Menschen), Barbara Nepp (FPÖ Bildungsinstitut), Mag. Rainer Rößlhuber (Sport), Mag. Martin Schenk (Evangelische Kirche), Dr. Josef Siffert (Landwirtschaftskammer Österreich), MMag.^a Dr.in Petra Stolba (Touristik), Dr. Georg Watschinger (Sport), Mag.^a Dr.in Regina Weitlaner (Bildung), MMag. Bernhard Wiesinger, MBA, MPA (Krafffahrer), Mag. Daniela Zimmer (Bundesarbeitskammer)

anspruchsvoll sei, wenn ein Beschwerdeführer behaupten sollte, dass der ORF nicht Anspruchsvolles geboten hätte. Der Umgang mit Prüfungen und Prüfern gehört für den ORF zum Alltag und ist selbstverständlicher Bestandteil der ORF-Geschäftspolitik. Wer sind nun die Kontrolleure und Kontrolleurinnen?

ORF-Gremien (Stiftungsrat, Publikumsrat)

Das ORF-Gesetz sieht als Aufsichtsgremien den Stiftungsrat mit 35 Mitgliedern und den Publikumsrat mit künftig 30 Mitgliedern vor, die mit umfangreichen Überwachungs-, Prüf- und Genehmigungskompetenzen betraut sind. Dem Stiftungsrat obliegt insbesondere die Überwachung der Geschäftsführung, die Prüfung und Genehmigung des Jahresabschlusses, die Prüfung des Konzernabschlusses, die Bestellung und Abberufung des Generaldirektors, der Direktoren und Landesdirektoren, die Festsetzung des jährlichen Finanz- und Stellenplans.

Die Mitglieder des Stiftungsrats sind befugt (und verpflichtet), den Generaldirektor, die Direktor/innen und Landesdirektor/innen zu befragen und alle einschlägigen Auskünfte zu verlangen. Dem Publikumsrat obliegt die Genehmigung von Beschlüssen des Stiftungsrats, mit denen die Höhe des Programmgelts festgelegt wird.

Externe Sachverständige & Qualitätsausschuss

Zur Beurteilung der Gesamtleistungen des ORF Qualitätssicherungssystems ist ein/e vom Stiftungsrat zu bestellende externe Sachverständiger/in heranzuziehen. In seinem letzten Bericht hielt der Qualitätssachverständige Prof. Schächter, fest, es „ist gut zu sehen, wie das jetzt sieben Jahre existierende ORF-Gesetz mit den von Ihnen verfeinerten Auflagen und den von den ORF-Redaktionen in der operativen Umsetzung noch einmal ziselierten Vorgaben in der Lage ist, nicht nur Schönwetterperioden, sondern auch komplexere Situationen so in die Hand zu nehmen, dass es den Sender punktgenau in die Pflicht nimmt und von ihm eine Antwort verlangt, ob das Programm den Erwartungen des Gesetzes und den Vorstellungen der Zuschauer gerecht geworden ist. Das Gesetz wird ja, und damit komme ich in die Kontinuität dieser letzten fünf Jahre, in ganz unterschiedlichen Vorgaben konkretisiert. Ganz vorne steht die Frage nach der Substanz des Profils, der Vielfalt – ein Wort, das ich gar nicht genug unterstreichen kann –, aber auch, und das ist die andere Seite, der Zufriedenheit des Publikums. Es wird ein für Europa singulärer Forderungskatalog aufgelegt zur Bewertung der Umsetzung der eigenen Vorstellungen im Hinblick auf das Selbstverständnis eines Qualitätsmediums. Im Mittelpunkt steht die sehr detailliert aufzufächernde Antwort auf die Frage nach der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags. [...] Die Zuschauer- und Expertengespräche, eine in Europa nicht häufig anzutreffende Maßnahme einer partizipativen Öffnung eines Senders gegenüber seinem Publikum, machen deutlich, dass man bei der anstehenden Migration von der herkömmlichen offline-Berichterstattung hin zur digitalen Welt stark mit dem ORF als Leitmedium für die Zukunft rechnen möchte. Der ORF zeigt sich als Zweidrittelmedium in all diesen Fragen, zwei Drittel wollen, dass der ORF seine führende Rolle beibehält.“ Die Erstattung von Empfehlungen zum Qualitätssicherungssystem erfolgt durch einen gesetzlich vorgesehenen ständigen Ausschuss des

KULTURBEIRAT

Mag.^a Eva Blimlinger (Akademie der bildenden Künste), Rudolf Buchbinder (Musikfestival Grafenegg), Prof.in Mercedes Echerer (EU XXL Film), DI Paul Gessl (NÖ Kulturwirtschaft), Dr.ⁱⁿ Sabine Haag (Kunsthistorisches Museum), Univ.-Prof. Dr. mult. Walter Homolka (Abraham Geiger Kollegs), Dr. Josef Kirchberger (Art for Art Theaterservice), Mag. Christian Kircher (Bundestheater Holding), Angelika Kirchsclager, Michael Köhlmeier, Maestro Prof. Dr. Gustav Kuhn (Tiroler Festspiele Erl), Dominique Meyer (Wiener Staatsoper), Dr. Franz Patay (Vereinigte Bühnen Wien), Julia Rabinowich, Dr.ⁱⁿ Johanna Rachinger (Österreichische Nationalbibliothek), DI Günter Rhomberg, Stella Rollig (Österreichische Galerie Belvedere), Dr. Rudolf Scholten, Dr. Klaus Albrecht Schröder (Albertina Museum), Mag.^a Elisabeth Sobotka (Bregenzer Festspiele), Dr.ⁱⁿ Danielle Spera (Jüdisches Museum Wien), Gerfried Stocker (Ars Electronica Linz), Dr. Christian Strasser (MuseumsQuartier Wien), Gerhard Weis (VBW), Wolfgang Winkler (Oberösterreichischer Musikverlag), Erwin Wurm

Publikumsrats (Qualitätsausschuss). Das gibt dem Publikumsrat und den Qualitätssachverständigen die Möglichkeit, Themen im Zeitverlauf nicht nur im Auge zu behalten, sondern auch mitzuentwickeln.

Kommunikationsbehörde Austria

Die KommAustria, eine fünfköpfige Kollegialbehörde, ist unter anderem auch die Regulierungsbehörde für den ORF und dessen Tochtergesellschaften. Das ORF-G des Jahres 2010 enthält aufgrund der Verpflichtungen, die Österreich gegenüber der EU eingegangen ist, zahlreiche neue Bereiche. Hier versucht die KommAustria idR eine sachliche Entscheidung zu finden. In der Praxis als problematisch herausgestellt hat sich, wie lange manche solcher Verfahren dauern.

Prüfungskommission

Die Prüfungskommission wird von der KommAustria beauftragt und erhält von dieser jährlich Prüfungsaufträge. Kontrolliert wird neben der Richtigkeit der Buchführung und Bilanzierung die gesamte Geschäftsgebarung in Bezug auf Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit in

Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften. Die Prüfungskommission spielt auch eine wichtige Rolle bei der Feststellung, ob die bei der Festlegung des Programmentgelts getroffenen Annahmen den gesetzlichen Vorgaben entsprechen. Die KommAustria legt dies der rechtlichen Prüfung des gesetzeskonformen Zustandekommens der Programmfestsetzung durch den Stiftungsrat ihrer Entscheidung zugrunde.

Nationalrat und Rechnungshof

Das ORF-Gesetz verpflichtet den ORF dazu, dem National- und Bundesrat jährlich einen Bericht über die Erfüllung und Umsetzung seiner gesetzlichen Aufträge zu erstatten. Dieser muss jedes Jahr bis zum 31. März dem Bundeskanzler bzw. der Bundeskanzlerin und der Regulierungsbehörde vorgelegt werden. Die Gebarung des ORF unterliegt der Kontrolle des Rechnungshofes. Er hat das Ergebnis seiner Prüfung dem Stiftungsrat vorzulegen.

Gleichstellungskommission, Gleichstellungsbeauftragte, Arbeitsgruppe für Gleichstellungsfragen

Für Fragen der Gleichstellung von Frauen und Männern sieht das ORF-Gesetz detaillierte Prüfungskompetenzen vor, die der Umsetzung des Gleichstellungsgebots dienen. Als Rechtsfolge der Nicht-Beachtung der Vorschläge der Gleichstellungskommission durch den Generaldirektor ist die Berichterstattung an den Stiftungsrat vorgesehen.

Europäische Kommission

Auch durch das EU-Recht werden Grenzen gesetzt. Aus einer Liste der Generaldirektion Wettbewerb geht hervor, dass fast gegen jeden europäischen Mitgliedstaat ein Verfahren geführt wurde, weil die Kommission meinte, es sei im Gesetz nicht ausreichend festgeschrieben, was der öffentliche Rundfunk dürfe und was nicht, wobei sich fast alle diese Verfahren auf den Onlinebereich und auf Spartenkanäle bezogen haben. Österreich hat in Europa eine der detailliertesten Regelungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und auch die weitestgehende Judikatur, was den Rundfunk überhaupt betrifft. Die Kommission hat einiges von dem, was die österreichischen Gerichte und Regulierungsbehörden beispielsweise zum Thema Product Placement entwickelt haben, in die Audiovisuelle Mediendienste Richtlinie aufgenommen. ■

DER KLEINE LEUCHTTURM

#STEFAN KAPPACHER

LEITER VON
#DOUBLECHECK

Am 5. Mai 2017 ist das monatliche Ö1-Medienmagazin #doublecheck erstmals on air gegangen. Nach einem knappen Dutzend Sendungen und noch mehr Update-Folgen, die als Podcast angeboten werden, kann man sagen: Das kleine multimediale Leuchtturm-Projekt kommt gut an. Die Fangemeinde wächst. Hier geht es nicht um Quoten. Hier geht es um journalistische Glaubwürdigkeit.

Der Kultur- und Informationssender Ö1 hatte schon einmal ein wöchentliches Medienjournal, nämlich in den 1990ern. Nach dem EU-Beitritt

Österreichs wurde es durch das „Europajournal“ ersetzt. Das Thema Medien war für viele Jahre abgehakt, niemand wollte sich die Gratwanderung antun, regelmäßig über die eigene Branche zu berichten. Oder gar über das eigene Haus. Wobei es der ORF durchaus als seine Aufgabe sieht, sich kritisch mit der Zukunft der Medien und des Journalismus auseinanderzusetzen. Eine Vielzahl von „Dialogforen“, die vom Public-Value-Team des ORF organisiert werden, zeugen davon. Der Themenbogen spannt sich von der Rolle der Medienkritik über das Reizthema Lügenpresse bis hin zur Verantwortung in der digitalen Welt. Auch die Ö1-Mediensendungen „Matrix“ und „Digital. Leben“ setzen sich immer wieder mit Grundfragen auseinander, die uns in Zeiten der Digitalisierung bewegen. Netzneutralität, Fake News und die Rolle von Facebook & Co. sind nur einige davon. Das sind alles Angebote, die man bei kommerziellen Sendern vergeblich sucht.

#DOUBLECHECK

Acht Sendungen 2017

Thema der Sendung	Datum
Das Kreuz mit den Journalisten-Fragen	05.05.
Wie böse ist der Zeitungsboulevard?	02.06.
Schöne neue Parteimedien-Welt / Soziale Netzwerke für Politiker.	07.07.
Hass im Netz: Wie gut helfen Gesetze?	04.08.
Wenn Mächtige die Mächtigen kontrollieren / Dominanz von Medienhäusern	01.09.
Medien-Wahlkampf oder Wahlkampfmedien?	06.10.
Was macht der Machtwechsel mit den Medien?	03.11.
Kleiner Markt gegen die Internet-Riesen	01.12.

ORF als Gegenstand der Berichterstattung

Doch Medienberichterstattung muss sich gerade heute, wo alles in Frage gestellt wird, allen Herausforderungen stellen. Deshalb war es für die Macher von #doublecheck von Anfang an klar, dass es diese Sendung nur dann geben kann, wenn es keine Tabus gibt. Der ORF als der mit Abstand größte Player auf dem österreichischen Medienmarkt muss Gegenstand der Berichterstattung sein, sonst kann die Sendung niemand ernstnehmen. #doublecheck hat die Chance gekriegt. Schon in der ersten Sendung wurde die Kritik an den kritischen Interviews im europaweit geachteten TV-Format ZiB2 zum Thema gemacht – noch dazu Kritik aus dem eigenen Haus. Moderator Armin Wolf sind Verhörmethoden vorgeworfen worden, man erinnert sich. Der Chefredakteur der Radioinformation hat sich in diesen Tagen viel anhören müssen, aber er stand und steht hinter dem kleinen #doublecheck-Team. So wie er immer

hinter der Idee gestanden ist. Die Idee war: Der ORF kann nur glaubwürdig bleiben, wenn er die wichtigen Dinge transparent und offen anspricht. Das versucht #doublecheck als Teil der Radio-Innenpolitik zu machen, die meisten Medien – selbst jene Qualitätszeitungen, die regelmäßig und umfassend über Medien berichten – machen das nicht. Das ist der Unterschied. Auch viele Redaktionen im eigenen Haus machen das nicht. Seien es Falschmeldungen in der ZiB mit Millionenpublikum, die zwar richtiggestellt werden, für die man sich aber nicht auf Sendung entschuldigt. Oder seien es Berichte, die handwerklich indiskutabel sind.

#doublecheck will da nicht nur hinschauen, sondern auch nachfragen. Fehler passieren, Dummheiten passieren. Das sind Themen für ein ernstzunehmendes Medienmagazin. Und das macht den Unterschied. Das NDR-Medienmagazin „ZAPP“, das in puncto internen Recherchen als Vorbild für #doublecheck gelten kann, hat diesbezüglich schon einiges vorgelegt.

Nicht immer nur Freude

Er werde mit dieser Sendung nicht immer nur Freude haben, hat ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz vor dem Start von #doublecheck gesagt. Er hat das richtig eingeschätzt und die Sendung trotzdem möglich gemacht. Die Medienbranche ist ein undurchschaubares Knäuel von gegenseitigen Interessen – ganz besonders auf einem so kleinen und konzentrierten Markt wie in Österreich. Da vermutet bald einmal jemand eine Kampagne des Mitbewerbers, wo keine ist. Medienmanager/innen und Medientycoons sind auch nur Menschen, die rasch einmal überreagieren, wenn sie das Gefühl haben, dass ihre Interessen durch die Berichterstattung anderer Medienhäuser verletzt werden.

Es ist ein Minenfeld, das im Falle von #doublecheck weit in die Politik hineinreicht. Der öffentlich-rechtliche ORF ist größtenteils gebührenfinanziert und steht unter besonderer Beobachtung auch von Seiten der politischen Parteien. Die erschwerten Bedingungen sollen und dürfen aber kein Hindernis für eine unabhängige, transparente und aufklärerische Medienberichterstattung sein. Eine solche ist der ORF den Gebührenzahler/innen geradezu schuldig. ■

50 JAHRE

DIALOG

#BETTINA PARSchALK

LEITERIN DER „ORF KONTAKT“

Am 1. Jänner 1968 öffnete der ORF die Telefonleitungen für sein Publikum. Die Geschichte des ORF-Kundendienstes, die Geschichte des Dialogs nahm ihren Anfang.

Wir können nur mutmaßen, wie wohl die erste telefonische Anfrage an diesem Wintertag vor 50 Jahren lautete, aber wir glauben die Antwort zu kennen: „Willi Boskovsky, Josef Strauss ‚Eingesendet‘, Polka schnell, op. 240“. Mit diesem Stück begeisterten die Wiener Philharmoniker in der ORF-Fernsehübertragung des Neujahrskonzerts 1968 das Publikum. Übrigens in diesem Jahr zum letzten Mal in schwarz-weiß.

Programm, Technik, Kommunikationswege und Methoden – nahezu alles hat sich gewandelt. Unverändert sind das große Interesse unseres Publikums an den vielfältigen Angeboten des ORF und das Verlangen nach Wissen. TV und Radio sind lineare Medien und waren lange Zeit nicht „wiederholbar“. Die Flüchtigkeit der Informationen warf und wirft immer noch Fragen auf, und der ORF-Kundendienst beantwortet diese und stellt vertiefende Informationen bereit. Der Wissensdurst

zeichnet unser Publikum aus und macht gleichzeitig den ORF-Kundendienst zu einem unvergleichbaren, hoch organisierten und für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk unverzichtbaren Ort, an dem Wissenswertes recherchiert, aufbereitet, gesammelt, archiviert und mit dem Publikum geteilt wird. Sieben Tage die Woche steht der ORF-Kundendienst im Kontakt mit dem Publikum – für das Publikum.

Wünsche und Meinungen

Das Jahr 1968 war in vielerlei Hinsicht ein Jahr des Umbruchs und der Veränderung, und auch der ORF befand sich im Wandel. Es galt, dem Rundfunkvolksbegehren von 1964 Rechnung zu tragen, die Menschen zu erreichen und einzubeziehen. Die vorhandene Skepsis gegenüber dem Rundfunk sollte einer Identifikation mit dem neuen ORF weichen. Die Neuausrichtung legte den Fokus auf Öffentlichkeitsarbeit, Publikumsnähe und Kundenzufriedenheit. Durch die Einrichtung des ORF-Kundendienstes erhielten Wünsche und Meinungen Gehör und Berücksichtigung. Das ORF-Publikum bekam, im Sinne eines umfassenden Demokratieverständnisses, eine Stimme. Dem ORF gelang es, das ehrliche Bemühen um das Publikum glaubhaft zu vermitteln und den Kontakt mit dem Publikum zu vertiefen. Mit der wöchentlichen Sendung „Postfach 7000“, in der exemplarisch Publikumszuschriften vorgelesen und Fragen beantwortet wurden, und in den

Nachfolge-Formaten „Ich bin der Meinung – Kritisches zum Fernsehprogramm“ und „ORF transparent – Die Kundendienstsendung des ORF“ wurde die klare Ausrichtung des ORF hin zu seinem Publikum und der ORF-Kundendienst als permanent verfügbare Anlaufstelle für Anliegen aller Art fest in den Köpfen des Publikums verankert.

Anregungen und Kritik

Die Öffnung des ORF führte zu großem Zuspruch, denn der ORF war nicht länger ein abgeschottetes Konstrukt. Bereits für die Gründungsjahre sind 200.000 Kundenkontakte pro Jahr belegt. Mit der Einführung des ORF-Kundendienstes wurde somit der Wunsch der Zuseherinnen und Zuseher nach Teilhabe an der Programmgestaltung und Mitwirkung an einem „öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ erfüllt.

Hilfe

Doch die Welt hat sich verändert, die Bedürfnisse der Menschen sind mit den Möglichkeiten gewachsen, und auch die Erwartungen an den ORF und den ORF-Kundendienst sind gestiegen. So verfügt der ORF-Kundendienst neben dem traditionellen Team für Fragestellungen rund um den ORF und seine TV- und Radio-Programme heute auch über ein hochqualifiziertes Technik-Team, das unserem Publikum bei allen Fragen zum ORF-Empfang zur Seite steht. Auch gibt es Spezialistinnen für Online-Angebote, Fachleute für historische Recherchen und Profis für die Kommunikation über Soziale Medien.

Die Themenvielfalt, mit der sich der ORF-Kundendienst heute konfrontiert sieht, ist so bunt und reichhaltig wie die Welt, der ORF und all seine Angebote. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im ORF-Kundendienst verfügen daher über umfassendes und fundiertes Wissen. Sie haben Zugang zu allen wichtigen Informationen und sind in neue Entwicklungen stets eingebunden. Zusammen mit einem hohen Maß an Einfühlungsvermögen und sozialer Kompetenz gelingt so der stets lohnende Dialog mit dem Publikum.

Beständigkeit und Verantwortung

Bei aller Veränderung: das wirklich Wesentliche am ORF-Kundendienste hat Bestand. Damals wie heute ist der ORF-Kundendienst eine verlässliche

KUNDENDIENST

Anzahl der Kontakte nach Unit

Technik Service (ORF Digital, DVB-T2, ...)	1.091.971
TV-Service (ORF-Kundendienst, ORF nachlese, ...)	285.690
Radio-Service (Ö1 Service, Ö1 Club, ...)	208.413
ORF-Telefonvermittlung	146.536
ORF-KONTAKT gesamt	1.732.610

Anlaufstelle für unser Publikum. Im Dialog beantworten wir Fragen freundlich und kompetent, legen auch einmal klar unsere Standpunkte dar oder unterstützen mit hilfreichen Informationen. Anregungen und Meinungen nehmen wir stets wertschätzend und mit großem Interesse entgegen und tragen diese mittels Kundendienstprotokollen verlässlich an die Gestalterinnen und Gestalter heran. Immer belebt das vielfältige Kundenfeedback die Diskussionen in den Redaktionen, regt zu kritischer Reflexion und Auseinandersetzung an und findet so Eingang ins Programm.

Wir haben eine Verantwortung gegenüber unserem Publikum und wir nehmen diese wahr, jeden Tag aufs Neue. Auch 2018 wird der ORF-Kundendienst wieder über eine Million Mal Fragen beantworten, Stellung beziehen, Meinungen aufnehmen und technische Hilfestellung bieten. Wir müssen nicht mutmaßen, wie die erste telefonische Anfrage des Jahres 2018 lautete, denn wir kennen die Antwort: „Riccardo Muti, Josef Strauss, ‚Eingesendet‘, Polka schnell, op. 240“. Mit diesem Stück begeisterten die Wiener Philharmoniker in der ORF-Fernsehübertragung des Neujahrskonzerts 2018 das Publikum. Im Unterschied zu 1968 in diesem Jahr in Farbe, High Definition und Dolby Digital.

Und was blieb gleich? Der unbedingte Wille des ORF, mit einem offenen Ohr und den richtigen Antworten für sein Publikum da zu sein. ■

GLEICH GELINGT'S BESSER **#CHRISTIANA JANKOVICS** **VORSITZENDE DER ORF- GLEICHSTELLUNGSKOMMISSION**

Frauen im strukturellen Aufbau des Programms, in Entscheidungspositionen des mittleren und höheren Managements oder als Trägerinnen der Senderidentität waren lange Zeit nicht vorgesehen, ihr Fehlen wurde nicht einmal als Mangel bemerkt.

Parallel zum gesellschaftlichen Diskurs über die Stellung der Frau in der Gesellschaft in den 70er und 80er Jahren und der gesetzlichen Verankerung veränderte sich aber natürlich auch die Rolle und die Abbildung von Frauen. Aus Ansagerinnen wurden Moderatorinnen, in die Redaktionen kamen mehr junge Frauen, immer wieder gab es eine Hauptabteilungsleiterin oder Ressortchefin, und diese wenigen Frauen wurden sofort als Beweis angeführt, dass es Ungleichheit ja gar nicht gab und man sich nur richtig anstrengen musste, dann ginge es schon an die Spitze. Knapp 360 Jahre könnte es auf diese Weise bis zum Break Even dauern, haben findige Statistikerinnen einmal ausgerechnet, wenn es nicht gezielte Förderung und konsequente Regelwerke gibt. Und die gibt es im Medienvergleich nur im ORF. Zwar sehen sich auch

kommerzielle Medien als Sprungbrett für bemerkenswerte Frauenkarrieren, setzen auf kritische Journalistinnen und promoten das auch. Das ist gut und bringt Aufmerksamkeit. Aber besser als Werbung und Aufmerksamkeit sind Rechte.

Ausgezeichnet als „Beispiel gebend“

Gleichstellung im ORF ist strukturell verankert und sieht verschiedene Controlling-Prozesse vor: eine zehnköpfige Gleichstellungskommission wird paritätisch von der Geschäftsführung und dem Betriebsrat beschickt. Gemeinsam mit sechs Gleichstellungsbeauftragten wird alle zwei Jahre ein Gleichstellungsplan erarbeitet, der in der Folge vom Generaldirektor als Dienstanweisung erlassen wird. Bei Schwierigkeiten und im Fall von Uneinigkeit hat der Zentralbetriebsrat ein in einer Betriebsvereinbarung vereinbartes Beratungsrecht, bevor die Dienstanweisung tatsächlich ergeht. Das stellt sicher, dass sich mehrere Gremien umfassend mit dem Thema auseinandersetzen und Fehler und „blinde Flecken“ nicht übersehen werden können. Es stärkt die Gleichstellungsbeauftragten, die sich in der Kommission Hilfe bei der Durchsetzung ihrer Anliegen holen können und nicht – wie vielfach in deutschen Medien – als Einzelkämpferinnen wenig erreichen und trotzdem die Verantwortung für das Fortschreiten des Gleichstellungsprozesses tragen müssen. EIGE – das Europäische Institut für Gender Equality,

FRAUENANTEIL

57,3 %

Fernsehdirektion

15,4 %

Technische Direktion

62,4 %

Generaldirektion

43,8 %

TOTAL

das den Gender Equality Index, also die statistischen Grundlagen für die Gleichstellungspolitik der EU erhebt, hat den Gleichstellungsplan des ORF als „Beispiel gebend“ ausgezeichnet. Wichtiger Teil dieses Gleichstellungsplanes ist eine umfassende Personalstatistik, die weit über das hinaus geht, was die gesetzlich geforderten Einkommensberichte vorsehen – das sorgt für Transparenz und hilft, messbare Personalziele umzusetzen. Parallel zu seinen Gleichstellungsvorgaben hat der ORF aber auch ein Gender Budgeting Projekt, das den Budgetierungsprozess bei den Personalkosten begleitet und für jede Direktion und für jedes Landesstudio in objektive Zahlen übersetzt, wo es bei der Umsetzung der Gleichstellung noch hapert. Derzeit liegt der Gender Pay Gap des Unternehmens bei knapp über 14%, das ist mehr als wir uns wünschen, aber um fast 10% unter dem Gender Pay Gap des Landes.

Einen großen Schub für die Nachhaltigkeit in den Gleichstellungsbemühungen im ORF gibt es natürlich durch die Verankerung der Quote im Gesetz, die durch konsequentes Lobbying der hausinternen Frauengruppe Task Force durchgesetzt werden konnte. Tatsächlich ist der ORF der erste öffentlich-rechtliche Sender im deutschsprachigen Raum, der eine Frauenquote von 45 vH zu erfüllen hat, festgelegt im derzeitigen ORF-Gesetz. Dort ist auch die Pflicht zu einem transparenten und

nachvollziehbaren Personalauswahlverfahren festgeschrieben: Für Führungspositionen wurden deshalb mit dem Zentralbetriebsrat verpflichtende Hearings vereinbart, die im Besetzungsprozess ihr Gewicht haben und an denen die Gleichstellungsbeauftragten teilnehmen. Einen Bericht über die Gleichstellungsaktivitäten tragen die Gleichstellungsbeauftragten auch dem Stiftungsrat vor, der hier ebenfalls in der Verantwortung steht.

Was merkt das Publikum?

Gleichstellung ist Wertschätzung, ist Gerechtigkeit, ist Sensibilität für ein Gegenüber, das anders ist als man selbst. Gleichstellung ist Anerkennung, ist Chancengleichheit, ist ein Recht, ist die Grundlage für Demokratieverständnis. Der lange Weg zu mehr Gleichstellung, den Mitarbeiterinnen mit Begeisterung, Naivität, Ärger, Kampfgeist und Beharrlichkeit gehen, hat vor allem zu einem im Unternehmen geführt: zu einem grundsätzlichen Selbstbewusstsein und zu einem Verständnis für die eigenen Rechte, bei Frauen und auch bei Männern. In einem der erfolgreichsten Mentoring-Projekte des Landes, das die „Plattform Frauen im ORF“ und ihre Lobbygroup „Task Force“ als Initiative ins Leben gerufen haben, wird dieses Empowerment und Selbstbewusstsein weitergegeben und gestärkt. Nur aus diesem Bewusstsein lässt sich ein differenziertes Abbild der Gesellschaft schaffen, das die Diversität in stärkerem Ausmaß berücksichtigt. Genderstudien wie die der „Maria Furtwängler Stiftung“ im Sommer 2017 beweisen, dass hier weiter großer Nachholbedarf besteht: hatte sie doch klar erhoben, dass Frauen in der öffentlichen Darstellung noch weit unterrepräsentiert sind und hauptsächlich im Kontext von Partnerschaft und Beziehung abgebildet werden, während Männer Expertenrunden dominieren. Klischeehafte Darstellungen in Frage zu stellen, dafür braucht es selbstbewusste und aufmerksame Journalistinnen und Journalisten, und sie müssen in einer Unternehmenskultur agieren, in der Gleichbehandlung ein wichtiger Wert ist. Medien sind stets ein Spiegel der Gesellschaft. Was sich im Mainstream nicht abspielt, wird auch in der Abbildung nicht den Stellenwert einnehmen, den es aus moralischen oder gesellschaftspolitischen Gründen haben sollte. Gerade deshalb haben öffentlich-rechtliche Sender eine Vielzahl von Vorgaben, die sicherstellen sollen, dass sich die Bilder nicht nur an der Quote orientieren. ■

DAS GUTE

#KARL PETERMICHL

STÜCK ...

IN DER TECHNISCHEN DIREKTION
ZUSTÄNDIG FÜR STRATEGIE UND
GOVERNANCE

... ist etwas, das wohl jeder Haushalt, jede Person besitzt, eben ein besonders geliebter Gegenstand – mag es die Winterjacke sein, das besondere Plattencover oder eine Buchausgabe.

Der besondere Wert dieser Stücke ist oft kein materieller, sondern liegt vielmehr in den besonderen Eigenschaften der verwendeten Materialien, der Verarbeitung, dem Design, der Haltbarkeit oder dem besonderen praktischen Nutzen. Solche Eigenschaften sind auch Basis der Herangehensweise der ORF-Technik an die Planung und Gestaltung der Produkte und Sendungen in Hörfunk, Fernsehen und online: Beste Ausgangsqualität, mit großer Hingabe verarbeitet, medienpezifisch aufbereitet und zuverlässig ausgeliefert.

Erheischt beim „Durchzappen“ zwischen TV- und Radiosendern oder Webseiten anfangs noch das grellste und schrillste Angebot unsere Aufmerksamkeit, sind es im Laufe der Erfahrung

wohl andere Eigenschaften, die unser Auge, Ohr, Hirn und Herz ansprechen und begeistern können: Konsistente Bildsprache, ausbalancierte Lautstärken, durchgängig hohe Grafik- und Bildqualität, themenadäquates Storytelling. Mit dieser Sensibilisierung lässt sich auch gut der Unterschied zwischen den meisten privaten und den öffentlich-rechtlichen Angeboten in der österreichischen Medienlandschaft herausarbeiten.

Ähnlich wie beim traditionellen Handwerk ist die Grundlage aller Produktionsschritte hochwertiges Werkzeug, perfekt aufeinander abgestimmt und optimal betreut. Im Bereich Videobild liegt der Unterschied in den verwendeten Kameras und Objektiven, Stativen und Schwenk-Neigeköpfen, in Spezialperspektiven und der hochwertigen Zeitlupentechnik. Damit wirken vor allem Sportevents wie Skirennen oder Kulturevents wie Opernübertragungen im ORF spürbar schärfer, brillanter, eindrucksvoller und dynamischer.

Knapp 100% bei zwei Millionen

Wesentlich sind dafür auch sorgfältig ausformulierte Produktionsstandards und normierte tech-

nische Parameter, die intern im ORF gelten, aber auch von allen Anmietfirmen und angelieferten Produktionen verlangt werden. Jede einzelne Sendung im TV unterläuft vor der Ausstrahlung den Prozess der technischen Abnahme, bei dem die Einhaltung dieser Standards und Parameter geprüft und beurteilt wird. Auch im Zuge der Erstellung von Sendelisten und bei der Ausspielung selbst sorgen Kontrollen und Protokolle für eine möglichst hundertprozentige Zuverlässigkeit, damit die richtige Sendung in der erwarteten Qualität ausstrahlen wird. Bei rund zwei Millionen Sendeminuten pro Jahr gibt es nur ganz wenige Missgeschicke, somit liegt der ORF sehr nahe an den erwarteten 100% – und sollte doch einmal etwas passieren, sorgt eine gründliche Aufarbeitung der „root cause“ und ein Verbesserungsprozess dafür, dass ein erkannter Fehler künftig nicht mehr passieren kann.

Weitere Unterschiede lassen sich bei der Bearbeitung von Video- und Audiosignalen und Aufnahmen festmachen. Unternehmensweit einheitliche Vorgaben und Standards bei Grafiken und Schriften, Lichtstimmungen und Dekorationsteilen, bei Bildschnitten und Effekten, sowie bei Tonmischungen und Montagen sorgen für Konsistenz, Erkennbarkeit und Klarheit. Um das zu erreichen sind umfangreiche Bemühungen bei der Software, den Produktionssystemen, der Vorlagenerstellung und im Konfigurationsmanagement erforderlich, sowie natürlich dann die entsprechende Konsequenz in der täglichen Arbeit. Nur durch gute Ausbildung und laufende Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion, der Anlagenplanung und im Supportbereich kann solch ein Qualitätsstandard aufgebaut und auch gehalten werden.

Der „innere Wert“ der Produkte

Neben der optischen und akustischen Qualität erzeugen zunehmend auch gut gepflegte Wissensdatenbanken und zusätzliche beschreibende Metadaten einen wahrnehmbaren Mehrwert der Produkte des ORF. So können über eine selbst entwickelte Sportdatenbank Reporterinnen und Reporter in jeder Situation eines Bewerbs wertvolle Zusatzinformationen abrufen, viel genauer und umfangreicher als man solche Informationen über das Internet „googlen“ könnte. Metadaten sind

„GUTE STÜCKE“ – DIE MEIST-GESEHENEN SENDUNGEN DER ÖSTERREICHER/INNEN 2017

ab 12 Jahren

Thema der Sendung	Sender	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
MÄNNLICHES PUBLIKUM			
Bundesland heute	ORF 2	15.10.	1.006
Runde der Spitzenkandidaten – Wahl 17	ORF 2	15.10.	976
Die Hochrechnung – Wahl 17	ORF 2	15.10.	972

WEIBLICHES PUBLIKUM

Bundesland heute	ORF 2	15.10.	977
Zeit im Bild I	ORF 2	15.10.	938
Runde der Spitzenkandidaten – Wahl 17	ORF 2	15.10.	928

auch wichtige Grundlage für Suchvorgänge, zur Bildung von Themenschwerpunkten, oder auch für künftige personalisierte Services. Der Unterschied in der technischen Qualität der ORF Angebote ist damit eindeutig sichtbar und hörbar, sowie auch erfahrbar über die „inneren Werte“ der Produkte. Neben der sorgfältigen Planung, Beschaffung und Pflege von Betriebsmitteln und Informationstechnologie, sowie der konsequenten Vorgabe und Kontrolle von Parametern und Abläufen, sind vor allem aber Menschen dafür verantwortlich: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der ORF-Technik, deren Professionalität, deren Engagement und deren Liebe zu den Medien Fernsehen, Radio und Online. Dadurch dann werden die Programme, Webseiten und Apps des ORF im gesamten Medienangebot wohl zu jenen „guten Stücken“, zu den Angeboten mit besonderer Anmutung und Wertigkeit. ■

WENN DIE SIRENEN HEULEN

#NORBERT WELZL

SICHERHEITSVERANTWORTLICHER IM ORF

Bereits seit den 1970er-Jahren war der ORF in die Vorkehrungen der umfassenden Landesverteidigung eingebunden, um auch im Fall einer militärischen Neutralitätsverletzung (wie z.B. der damals gefürchtete Durchmarsch von Warschauer Paktstaaten), die Bevölkerung mit einem Notprogramm auf dem Laufenden zu halten. So sahen die damaligen Krisenpläne vor, dass sich ein redaktionelles „Informationsteam West“ samt Ü-Wägen aus Wien in das Landesstudio Salzburg zurückziehen solle und von dort ein nationales Hörfunk- und Fernsehnotprogramm produzieren möge. Eine ähnliche georedundante Strategie wird, wenn auch in etwas modifizierter Form, auch heute noch angewendet.

In den 1980er-Jahren änderten sich mit dem Reaktorunfall in Tschernobyl und der politischen Neuordnung jenseits des Eisernen Vorhangs die staatlichen Vorkehrungen und 1986 wurde das „Staatliche Krisenmanagement“ gegründet. Ein interministerieller Koordinationsausschuss im Bundeskanzleramt wurde eingerichtet und Vertreter/innen des ORF und der APA wurden im Anlassfall beigezogen. Ähnlich wie in der Schweiz wurden in den 1990er-Jahren an den geschützten staatlichen Ausweichstandorten in Wien und St. Johann im Pongau Notstudios eingerichtet, die bis heute noch vom ORF betriebsfähig gehalten werden. 2003 wurden die Agenden an das Innenministerium übertragen und das „SKKM“-Staatliches Krisen- und Katastrophenmanagement gegründet, wo bis heute noch der ORF und die APA Mitglied sind.

2013 wurden vom Bundeskanzleramt und Innenministerium ca. 400 Unternehmen in Österreich aufgrund einer EU-Richtlinie als strategische „kritische Infrastruktur“ identifiziert. Kritische Infrastrukturen sind Systeme und Einrichtungen, die von wesentlicher Bedeutung für die Aufrechterhaltung wichtiger gesellschaftlicher Funktionen, der Gesundheit, der Sicherheit und des wirtschaftlichen oder sozialen Wohlergehens der Bevölkerung sind und deren Störung oder Zerstörung erhebliche Auswirkungen hätte. Die

gesellschaftliche Bedrohungslage hat sich seit den 1970er-Jahren wesentlich geändert. Neben den „klassischen“ Gefahren wie z.B. Erdbeben, Reaktorunfälle in Grenznähe, Unwetter, kommen neue Bedrohungen wie Terrorismus, Cyberangriffe und großflächige Stromausfälle hinzu. Der ORF hat auf die aktuellen Bedrohungslagen reagiert und sich, so gut es ging, auch darauf strategisch und operativ vorbereitet. So wurden alle senderelevanten ORF-Standorte mit Notstromgeneratoren ausgestattet und es wird auch laufend in die physische Gebäudesicherheit und in eine bundesweit autarke, georedundante Technikinfrastruktur investiert.

Widerstand gegen Cyberattacken

Zusätzlich gibt es Sonderkommunikationsmittel wie z.B. Satellitentelefone, SMS-Alarmsystem für Schlüsselpersonen, Notfall- und Krisenpläne, Objektschutzübungen mit dem Bundesheer, Sonderfestnetz- und Mobiltelefone, BOS-Funkgeräte und eine intensive Zusammenarbeit mit den Landes- und Bundesbehörden für den Katastrophenschutz und den Technologiepartnern des ORF. Im vergangenen Jahr wurde wie das Bundeskanzleramt auch das Innenministerium an das digitale Leitungsnetz des ORF angeschlossen, um über autarke Verbindungen Liveschaltungen durchführen zu können, ohne dass Übertragungsfahrzeuge in das Regierungsviertel fahren müssen, damit man von öffentlichen Kommunikationsinfrastrukturen unabhängig wäre.

Der primäre Schwerpunkt des ORF ist, gemeinsam mit der ORS die Aufrechterhaltung einer notstromversorgten großflächigen analogen UKW-Notversorgung für bundesweite und landesweite Radioprogramme bei außergewöhnlichen Situationen, denn batteriebetriebene Radios sind in der Bevölkerung am meisten vorhanden. Diese Überlegung entspricht auch der im Jahr 2015 in einer empirischen Fallstudie der ITU (International Telecommunication Union) festgestellten Gegebenheit, dass analoger terrestrischer UKW-Rundfunk aufgrund seiner inhärenten Widerstandsfähigkeit gegenüber Cyberattacken oder Terrorismus eine besonders hohe Zuverlässigkeit in Krisensituationen aller Art besitzt. Laut einer Publikation der RTR über die Einführung von Digitalradio in Österreich aus dem Jahr 2016 erfüllt die österreichische UKW-Infrastruktur diese Anforderung

24/7

Ö3 ist das einzig rund um die Uhr besetzte Medium Österreichs.

ung uneingeschränkt. Ö3 ist das einzige rund um die Uhr redaktionell besetzte Medium Österreichs und kann jederzeit in die ORF-Regionalprogramme der Bundesländer einsteigen, regionale Warnmeldungen abgeben und insbesondere in der Nacht ORF-intern Alarm auslösen. Für die Bundeswarnzentrale im Innenministerium ist daher Ö3 der zentrale Meldekopf für bundesweite Alarmierungen. Über die Ö3-App werden die Ö3-Newsflashes versendet, wo laufend aktuelle Nachrichten direkt an die Mobiltelefone der Benutzer und Benutzerinnen versendet werden. Mit diesen Vorkehrungen ist sichergestellt, dass täglich von 0 bis 24 Uhr alle Alarmmeldungen und Ereignisse journalistisch beurteilt, entsprechend redaktionell aufbereitet und sofort gesendet werden können.

In die ORF-Fernsehprogramme kann die 24 Stunden besetzte Sendeleitung einen Laufbandtext einblenden und ebenfalls aktuelle Informationen über das Fernsehen verbreiten. Zusätzlich bekommt auch der Onlineauftritt des ORF im Internet eine immer höhere Bedeutung. Auch hier gibt es Konzepte, die Seite ORF.at mit den aktuellen Informationen und auch das Livestreaming der Fernseh- und Radioprogramme solange wie möglich im weltweiten Internet aufrecht zu erhalten.

Letztlich ist der ORF gemäß ORF-Gesetz verpflichtet, zu jeder Zeit in Krisen- und Katastrophenfällen die entsprechende Sendezeit und Onlinepräsenz Behörden und betroffenen Privaten zur Verfügung zu stellen.

Mit den beschriebenen organisatorischen und technischen Vorkehrungen im Dienste der österreichischen Bevölkerung hat der ORF besondere Vorsorgemaßnahmen getroffen, um auch in Krisen- und Katastrophenfällen möglichst lange und so weit wie möglich handlungs- und durchhaltefähig bleiben zu können, um umfassend informieren zu können. ■

GUT, DAS ES FÄHLER GIPT

#ANDREAS HEINDL

LEITER DER ORF-SCHULUNG

Meine Frau und ich waren begeistert von unserem neuen Haus. Es war hell, viel Licht, klare Linien, alles sauber, geordnet, neu. Für uns war es perfekt, bis zu dem Zeitpunkt, als mein kleiner Sohn auf eine große weiße Wand zuging und mit seinem Zeigefinger auf eine winzig kleine Unebenheit hinwies. Diese Unebenheit war uns noch gar nicht aufgefallen.

Auch wenn es ein kleiner Fehler war, wurde damit deutlich, dass das Haus nicht perfekt war. Es hatte einen Makel. Das hat mich geärgert und gekränkt. Ich empfand es als Undankbarkeit meines Sohnes und ich schämte mich und ärgerte mich, dass mir das selber nicht aufgefallen war. Die Freude am neuen Haus war getrübt. Erst später wurde mir bewusst, dass dieser Hinweis auf die Unebenheit nicht nur ein Hinweis auf die gesunde Entwicklung meines Sohnes war, sondern dass wir die Uneben-

heiten, die Abweichungen, die Fehler, wahrnehmen und uns darüber verständigen und nicht über das Gleichmäßige, das Regelmäßige. Das ist zwar erwähnenswert, darüber viel zu reden lohnt sich allerdings selten.

Theater, Literatur, Film und auch Journalismus leben davon. Gute Geschichten handeln von Konflikten, von Fehlern, von nichterfüllten Erwartungen, von Abweichungen, von Ereignissen, also von Unterschieden zum Gewöhnlichen. Man kann auch das Gewöhnliche exemplarisch erzählen. Aber auch dafür muss man es erst herausheben. Nach George Spencer-Brown ist die Unterscheidung die perfekte Be-Inhaltung. „Wenn einmal eine Unterscheidung getroffen wurde“, schreibt er im ersten Kapitel seines Buches „Laws of Form“, „können die Räume, Zustände oder Inhalte auf jeder Seite der Grenze, indem sie unterschieden sind, bezeichnet werden.“ Das bedeutet, die Unterscheidung ist die Voraussetzung für die Benennung von etwas. Die Kunst ist es, relevante Unterscheidungen zu treffen, Themen aufzugreifen und zu benennen. Das gilt für Redakteur/innen genauso wie für Führungskräfte und Techniker/innen oder Jurist/innen, um nur einige der Berufe im ORF zu nennen. Dadurch wird es möglich, in der Informa-

tionsflut unserer vernetzten Welt einen Überblick zu wahren und Orientierung zu stiften. Damit geht eine enorme Verantwortung einher, und es ist notwendig, das eigene Schaffen gemeinsam mit anderen zu reflektieren. Nur dadurch und durch ständig neue Inputs von außen ist es möglich zu lernen, sich zu entwickeln und Neues zu generieren, sprich Innovation voranzutreiben und Qualität zu heben. Die Aufgabe der Schulungsabteilung ist es, diese Kunst der Unterscheidung in allen Bereichen des ORF zu fördern, zu kultivieren und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Ausübung ihres Berufes zu unterstützen, weiterhin in der Oberklasse mitzuspielen. In Fachkreisen genießen sie hohes Ansehen. Damit es – bei zunehmend schwierigeren Rahmenbedingungen – so bleibt, ist es notwendig, diese Schulungs- und Entwicklungsprozesse weiter zu forcieren und auszubauen.

Fehler sind nur als Ausnahme interessant

Die großen Themen der Digitalisierung und die damit einhergehenden Änderungen in der Arbeitswelt sind nicht nur strategische und technische Herausforderungen, sondern sie beinhalten auch fachliche, zwischenmenschliche und emotionale Aspekte. Sie verändern die Arbeitsprozesse sowie die Unternehmenskultur und wurden in den letzten Jahren bereits in den ORF-Schulungen aufgegriffen. Nur durch ständige Weiterbildung kann man lernen, wie etwas funktioniert, wie andere mit diesen Themen umgehen und wie man diese Neuerungen sinnvoll im jeweiligen Verantwortungsbereich umsetzen oder anwenden kann und dabei keinen Schaden nimmt.

Die Aufgabe des ORF mit seiner Berichterstattung auf den unterschiedlichen Kanälen ist es, diese Auseinandersetzung zu fördern. Die Schulung spiegelt daher in gewisser Hinsicht den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF nach innen und sichert damit die Qualität. In diesem Sinn fließen aktuelle qualitätssichernde Studien, Feedbacks und Ergebnisse der Publikumsgespräche der Public Value-Abteilung in die laufenden Schulungen ein.

Fehler sind solange interessant und Gegenstand der Betrachtung, solange sie die Ausnahme sind. Und das sollten sie bleiben. Zur Routine gewordene Fehler werden zum Hintergrund, fallen nicht mehr auf und werden nicht mehr besprochen.

SCHULUNGEN IM ORF

Thema	Seminare	Teilnahmen	Weiblich	Männlich	Tage
Journalistische Weiterbildung	390	1892	1002	890	309
Multimediales Arbeiten	12	61	27	34	18
Technik	99	498	48	450	150
Sprechtraining	238	624	325	299	142
EDV-Administration	27	145	18	127	100
EDV-Anwendung	139	964	581	383	84
Führungskräftetraining	74	747	325	422	101
Methodenorientiertes Training	60	219	148	71	61
Fremdsprachen	31	18	11	7	12
Frauenförderung	10	139	131	8	13
Sicherheit	28	229	98	131	48
Betriebliche Gesundheitsförderung	23	78	47	31	16
Klausuren	29	372	143	229	38
Administration	22	48	33	15	21
Und außerdem	30	184	100	84	35
Gesamt	1.212	6.218	3.037	3.181	1.146

Demnach bestätigen Fehler die hohe Qualität des Produktes. Es ist also gut, wenn es Fehler gibt. Denn ein Fehler zeigt, dass er die Abweichung vom Gewohnten und vom Erwarteten ist. Für den Hinweis auf den Fehler an der Wand bin ich meinem Sohn noch immer dankbar, bestätigte er doch die überwiegende Schönheit des Hauses. ■

JUNGE CHANCEN

#PHILIPP MASCHL
REDAKTEUR BEIM
ORF-SPORT

#ISABELLE RICHTER
PUBLIC VALUE KOMPETENZZENTRUM

Längst gibt es eine schier unendliche Zahl an Möglichkeiten „irgendwas mit Medien“ machen zu können und dabei, je nachdem wie gut man die Logik des digitalen Marktes verstanden hat, gut Geld verdienen zu können. Warum also möchten ambitionierte, kreative junge Menschen bei einem öffentlich-rechtlichen Unternehmen wie dem ORF arbeiten? Noch dazu, wo der ORF durch seine Größe und Struktur manchmal behäbiger funktioniert und schnelle Innovation schon aus gesetzlichen Gründen kaum ermöglicht?

Für uns ist die Antwort zumindest klar: Weil es einen Unterschied macht. Denn wir glauben, dass es gesellschaftspolitisch entscheidend ist, dass es einen Ort gibt, an dem es nur Innovation gibt, wenn diese auch Fortschritt bedeutet und dieser Fortschritt im Sinne des Gemeinwohls stattfindet. Viele Jungjournalist/innen im ORF haben bei Privatmedien ihre ersten journalistischen Erfahrungen gesammelt. Bei vielen war damals ihr berufliches Ziel klar definiert: ORF. Der Jugendtraum wurde also gewissermaßen weitergedacht. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat für viele junge Medienschaffende eine gewisse Strahlkraft. Er ist ein Ort, an dem hohe journalistische Maßstäbe ebenso, wie Ausgewogenheit, Vertrauen und Vielfalt in der Berichterstattung gelten. Wo sich Kultur-, Sport- und Unterhaltungsprogramme am Gemeinwohl orientieren und das Publikum nicht als Gruppe von Konsument/innen verstanden wird. Das sind alles Punkte, die den ORF weiterhin ein Alleinstellungsmerkmal geben.

Doch dieses Alleinstellungsmerkmal muss weitergedacht werden. Nicht nur wegen der

aufkommenden Konkurrenz aus dem Onlinebereich. Ein Grund ist Ungeduld. Junge Menschen sind ungeduldig, wenn es darum geht neue Sachen auszuprobieren. Es gibt viele Ideen, wie Projekte oder Recherchen, die umgesetzt werden könnten. Manchmal ist das zu bearbeitende Thema dann doch eine Sackgasse und die Recherche verläuft sich im Sand. Manchmal eröffnet sich aber auch ein viel größerer Rahmen mit möglichen weiterführenden Projekten. Hier braucht es mehr Mut. Ideen und Projekten von Jungjournalist/innen sollte mehr Raum und Platz gegeben werden und es sollte an der Geschwindigkeit der Umsetzung gearbeitet werden.

Der ORF hat tolle Persönlichkeiten an Bord und damit ein riesiges Potenzial in jeglicher Hinsicht. Das große Schiff ist aber schwer navigierbar, deshalb benötigt es kleinere Boote um sich, die zu dem Schiffsverband gehören, jedoch auch einmal eigenständig, ohne die Erlaubnis des Brückenkommandos und des Hauptmaschinenraums auf Erkundungsreise gehen können. Jeder Mensch sieht die Welt anders. Das ist die Stärke des ORF, denn es arbeiten viele verschiedene Charaktere im Unternehmen, an unterschiedlichsten Stellen. Insbesondere um die Inhalte des ORF für das junge Publikum attraktiv zu machen, braucht es leicht bewegliche Einheiten, bestehend aus jungen und älteren erfahrenen Mitarbeiter/innen, die gemeinsam an neuen Konzepten arbeiten. So kann es gelingen, die Ambitionen der jungen ORFler/innen mit dem Know-how der älteren zu verbinden, Inhalte auf hohem Niveau, auf neuen Wegen zu präsentieren. Der ORF muss und will, als öffentlich-rechtlicher Rundfunk, jede Altersklasse erreichen. Das ist wohl auch im Interesse von jungen Erwachsenen, die Medieninhalte rezipieren.

Qualitätssiegel für Junge

Im Zuge einer Diskussionsveranstaltung zur Zukunft des ORF haben Jugendliche klar gemacht, dass ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk für sie auf jeden Fall existieren muss. Das ORF Logo fungiere als eine Art „Qualitätssiegel“ in Österreichs Medienlandschaft. Wo ORF drauf steht (und da ist natürlich auch der Onlinebereich auf Fremdplattformen eingeschlossen), ist Qualität drin. Eine Auszeichnung für den öffentlich-rechtlichen

Rundfunk in Österreich, in Zeiten, in denen das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen durch Onlinemedien geprägt ist. Dies ist auch ein klarer Auftrag für die kommenden Jahre, sich in puncto Qualitätsjournalismus nicht unterkriegen zu lassen. Doch es müssen neue Plätze besetzt werden. Ein Posting auf einer Onlineplattform als „ORF“ ist zu wenig. Junge RezipientInnen benötigen Personen in ihrem Alterskreis, die sie mit dem Unternehmen verbinden. Ein Team von jungen Menschen, die die Welt für sie im Blick behält und die nach außen hin auch als solche sichtbar sind.

Die einzelnen Abteilungen leisten für ihre Sendefläche sehr gute Arbeit. Es braucht Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens zwischen Abteilungen, abseits von Konkurrenzdenken. Ohne die journalistische Integrität zu gefährden, muss es möglich sein Rechercheergebnisse und Hintergrundinformationen untereinander zu teilen, um Themen effizient für verschiedene Sendefläche aufbereiten zu können. Mit einer effizienten Vernetzung von Abteilungen und Mitarbeiter/innen kann ein Mehrwert geschaffen werden. Neuerungen helfen dem ORF als öffentlich-rechtlicher Rundfunk am Markt weiterhin zu bestehen, seine Position zu festigen. Daher ist Mut gefragt, Ideen und Konzepte umzusetzen. Nicht alles wird ein Erfolg sein. Nicht jedes Format oder jede Geschichte wird vom Publikum in Massen angenommen werden, auch wenn journalistisch sauber gearbeitet wird. Doch eine funktionierende Feedback- und Fehlerkultur ist ein entscheidender Faktor, um Qualität weiterzuentwickeln und daher auch für ein öffentlich-rechtliches Medienunternehmen unbedingt notwendig.

Es gibt so viele Chancen, junge ORF-Mitarbeiter/innen im Unternehmen einzusetzen. Wichtig ist dabei, ihnen auch Möglichkeiten zu geben Neues auszuprobieren. Damit schafft der ORF als öffentlich-rechtlicher Rundfunk Pluralität, der auch weiterhin am Medienmarkt ein großer Player sein und so auch von allen Altersgruppen wahrgenommen wird. Diese Chancen sollten deshalb genutzt und forciert werden, um auch das junge Publikum weiterhin mit qualitativ hochwertigem Journalismus zu versorgen. Dazu braucht die Jugend im ORF ihre Chancen. ■

PREISTRÄGER/INNEN

Eine Auswahl

21. Axel-Corti-Preis

Armin Wolf

Biberacher Filmfestspiele

Fernsehheber für den besten Fernsehfilm:

„Die Notlüge“ (ORF-StadtKomödie)

Claus Gatterer Preis für soziales Engagement im Journalismus

Nora Zoglauer für die Reportage „Weder Mann noch Frau?“

CMS VATAVARAN – international Film Festival and Forum on Environment & Wildlife (Indien)

Kategorie „Wildlife Conservation“: Universum-Produktion „Zurück zum Urwald – Nationalpark Kalkalpen“ von Rita und Michael Schlamberger

Kategorie „Series“ für Universum-Produktion „Die Kanarischen Inseln – Im Reich der Feuerberge“

Deutscher FernsehKrimi-Preis 2017

ORF-Landkrimi „Höhenstraße“ von David Schalko

Deutscher Metropolis-Regiepreis

Bester Regie Kinofilm: Kai Wessel für „Nebel im August“

Bestes Regie Debüt: Adrian Goiginger für

„Die beste aller Welten“

Beste SchauspielerIn: Verena Altenberger für

„Die beste aller Welten“

Beste produzentische Leistung: Nils Dünker für

„Die beste aller Welten“

Journalistinnenpreis für Integration

Kategorie Online: Nadja Sarwat für „Islamische Welt: Ikonen im Kampf um Frauenrechte“

Kategorie TV: Hanno Settele für Dok.eins-Sendung „Österreich: Türkei – Settele über ein schwieriges Verhältnis“

Kategorie Radio: Kerstin Tretina (Ö1) für Ö1-Magazin

„Praxis – Religion und Gesellschaft“: „Afghanische Flüchtlinge in Österreich“

Journalismuspreis von unten

Kategorie TV: I. Kim Kadlec für „Millionen mit dem Wohnen“ in Am Schaulplatz

Kategorie Online: Nadja Sarwat für „Alleinerziehende in der Armutsfalle“ auf ORF.at

Kategorie Radio: I. Juliane Nagiller für „Working poor“ im Ö1 Radiokolleg

Diagonale

14 Auszeichnungen für ORF-(kofinanzierte) Produktionen

Österreichischer Kabarettpreis

Publikumspreis: „Wir sind Kaiser“

International Rostrum of Composers

10 Recommended Works: Gerhard E. Winkler mit „Anamorph IX (Frostblues zur Winterreise)“ (ORF-musikprotokoll-Kompositionsauftrag)

Kochbuchpreis Prix Prato 2017

Sonderpreis Kategorie Kulinarikjournalismus:

„Der Geschmack Europas“

Fernsehpreis der Erwachsenenbildung

Gestalter Peter Liska für „Der Schnee von morgen“

Regisseur Nikolaus Leytner und Drehbuchautorin Agnes Pluch für das historische Filmdrama „Die Kinder der Villa Emma“

ORF-Sendungsverantwortlicher Andreas Novak für

Dokumentationsreihe „Menschen und Mächte“

Dr. Karl-Renner-Publizistikpreis 2017

Preis für das Lebenswerk: Rainer Rosenberg (Ressortleiter Gesellschaft bei Ö1, seit 1972 beim ORF)

Kategorie Radio: Christine Scheucher und Peter

Waldenberger für Ö1-„Diagonal“-Sendung „Silicon Valley“

Kategorie Fernsehen: Nina Horowitz für „Am Schaulplatz“-Reportage „Voller Dreck“

Kategorie Online: Projekt und Redaktion des ORF Teletext

I. Franz-Grabner-Preis (Dokumentarfilmpreis)

Bester Fernsehdokumentarfilm: Andreas Pfeifer und Andreas Novak für „Flucht in die Freiheit“

Grierson Prize

„Best Natural History Documentary of the Year“ für

„Wildes Irland“ von John Murray

Goldene MedienLÖWIN

Gabriele Waldner-Pammresberger (Ö1 Journale)

Goldenes Verdienstzeichen des Landes Wien

Sabine Derflinger (Regisseurin der Vorstadtweiber)

International Green Culture „Green Fest“ (Serbien)

Best Nature Film für Universum-Produktion

„Die Kanarischen Inseln – Im Reich der Feuerberge“

JournalistInnenpreis WINFR (für herausragende Beiträge des Wiener Infrastruktur-Journalismus)

Kategorie: TV/Hörfunk: Nina Horowitz für „Am Schaulplatz“-Reportage „Voller Dreck“

Lessingpreis für Kritik 2018

Elisabeth T. Spira („Jahrhundertfigur fürs Fernsehen“ v.a. durch „Alltagsgeschichten“ und „Liebesg'schichten und Heiratssachen“)

Max-Ophüls-Preis

Publikumspreis Spielfilm: Die Migrantigen

Beste NachwuchsschauspielerIn: Elisabeth Wabitsch

MedienLÖWIN

Frauen im ORF

Walther Rode-Preis

„Report“ und „Hohes Haus“ für kritisch-analytische Aufarbeitung von Politik und Parlamentarismus in Österreich

„Leuchtturm für besondere journalistische Leistungen“ des Deutsche Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“

Armin Wolf

Medien-Preis des Corps Touristique Austria

Öl-Redakteurin Ursula Burkert für ÖI-Sendereihe „Ambiente“

Meeting Experts Green Award

Kategorie „Nachhaltige Veranstaltung“:
Eurovision Song Contest 2015

Menigoute Filmfestival (Frankreich)

Prix des Clubs Connaître et Protéger la Nature für Universum „Die Kanarischen Inseln – Im Reich der Feuerberge“

New York Festival

„Gold World Medal“ in der Kategorie „Nature&Wildlife“ für Universum-Produktion „Zurück zum Urwald – Nationalpark Kalkalpen“ von Rita und Michael Schlamberger

New York Festivals International Radio Awards

Kategorie Entertainment/Best Regularly Scheduled Music
Program: Bronze für Elke Tschakner und Christian Scheib für „Die Musik der Formel I“

Salzburger Stier 2018 (Gastgeber MDR)

Österreich: Science Busters

Sportjournalistenpreis

Michael Kögler (ORF-Sport) für „Team Hoffnung“

Österreichischer Filmpreis 2017

13 Auszeichnungen für sieben vom ORF kofinanzierte Kinofilme (u.a. für „Thank You For Bombing“, „Stille Reserven“ und „Maikäfer flieg“)

I. Österreichischer Umweltjournalismuspreis

Kategorie Klassische Medien – Rundfunk: Peter Liska für „Schnee von morgen in „Menschen und Mächte“

Plan Medienpreis für Kinderrechte

I. Platz: Mag.a Ursula Hofmeister für ORF III-Beitrag „Wohnen Träume überall?“

Prälat-Leopold-Ungar-JournalistInnenpreis 2017

Kategorie TV: Beate Haselmayer für „Russland – Gewalt erlaubt“ in ORF WELTjournal
Kategorie Hörfunk: Bartholomäus von Laffert für „Mittelmeer – Das Sterben hat ein Ende“ in Europa-Journal auf ÖI

Pressepreis der Ärztekammer für Wien 2016

Andrea Kandoler-Kiml für ihre „Heute Mittag“-Beiträge zu den Themen „Pflegerische Angehörige“, „Parkinson“ und „Demenz und Pflege“

30. Europäischer Filmpreis

EFA People's Choice Award für OR-kofinanziertes Drama „Vor der Morgenröte“

Österreichischer Radiopreis

Beste Moderatorin: FM4 – Julie McCarthy (GOLD),
Ö3 – Claudia Stöckl (SILBER)

Bester Moderator: Ö3 – Andi Knoll (GOLD)

Beste Morgensendung: Ö3-Wecker (GOLD)

Beste Nachrichtensendung: ÖI-Morgenjournal (GOLD),
Radio Niederösterreich – Das Niederösterreich-Journal (SILBER), Radio Osttirol – Mittagmagazin (BRONZE)

Beste Comedy: FM4 – Top FM4 (SILBER), Radio Wien – Aprilscherz (BRONZE)

Beste Musiksendung: FM4 – Musikerziehung (GOLD),
Radio Niederösterreich – Klassik am Abend – Plagiate und musikalische Wiederverwertungen (BRONZE)

Beste Innovation: Ö3 – Generation What? (GOLD),
ÖI – #howtobeausrian (SILBER)

Bester Wortbeitrag: ÖI – Journal Panorama „Sterben in Würde“ (SILBER), Radio Niederösterreich – „In solchen Situationen wird zuerst geholfen – 60 Jahre Ungarn-Aufstand (BRONZE)

Beste Promotionaktion: FM4 – #hastagprinter (BRONZE)

Bester Regionalbericht: Radio Osttirol – „Als das Wasser kam“ (SILBER), Radio Tirol – „Dorfwirt für Stanz gesucht“ (BRONZE)

Silver Living Award: Leben im Alter – JournalistInnenpreis für Betreutes Wohnen

Kategorie Elektronische Medien: Manuela Matl (Redakteurin ORF Niederösterreich) für Österreich-Bild „Zukunft des Alterns – Pflege in Niederösterreich“

Preis der Österreichischen Ärztekammer für besondere publizistische Leistungen im Interesse des Gesundheitswesens

Ursula Teiretzbacher (Leiterin des HDI Newsdesk im ORF) für „Journal-Panorama“-Beitrag „Hungern für die Männlichkeit“

Pulitzer-Preis

Internationales Netzwerk Investigativer Journalisten für „Panama Papers“-Enthüllungen (ORF beteiligt)

Radiopreis der Erwachsenenbildung 2016

Sparte Information: Rainer Rosenberg für „Moment am Sonntag“-Sendung: „I bin froh, wenn i die Zeit umedraht hab – 40 Jahre später“ – Feature über VOEST-Lehrlinge aus dem Jahr 1976

Sparte Bildung/Wissenschaft: Isolde Charmin für sechsteilige ÖI-Reihe „Ich und die Anderen. Philosophische Betrachtungen über das Leben in einer pluralisierten Gesellschaft“ („Sommervorlesung“ im Rahmen des „Dimensionen-Magazins“)

Sparte Kultur: Helene Flöss und Martin Sailer für Hörspiel „Dürre Jahre“ (produziert vom ORF-Landesstudio Tirol)

12. Seoul International Drama Awards

Best Screenwriter: „Das Sacher. In bester Gesellschaft“ für Rodica Döhnert

Best Director: „Gotthard“ für Urs Eggert

WorldMediaFestival

Kategorie „Entertainment: Children/Youth Special“:
„intermedia-globe-Gold“ an „Tolle Tiere“

Kategorie „Entertainment“: „intermedia-globe-Grand“ an „Tolle Tiere“

NEWS, EDITORIAL STANDARDS AND INFORMED CITIZENSHIP

#STEPHEN CUSHION
CARDIFF UNIVERSITY

EXTERNE
EXPERTISE

“Strong commercialization seems to restrict the exploitation of online journalism’s digital potential to a certain degree. Moreover, media systems with high expenditures in public service broadcasting (e.g. Great Britain, Germany) have more sophisticated online news providers than systems with marginalized public media.”

In other words, public service media that have invested in online news has demonstrated its democratic value by producing news that serves citizens with high quality journalism. While there is fierce competition between PMS and commercial

broadcasters in online news and new interactive technologies, studies examining content shows the former is producing distinctive news from the market.

Overall, the evidence presented in this report so far shows public service media tend to supply more serious and balanced coverage of politics and public affairs than market-driven media systems. In countries with a hybrid media system, where public-private obligations overlap, the very presence of public service obligations can help raise the editorial standards of journalism. Or, to put it another way, PSM help mitigate the costs of free market failure.

So, for example, Sakora et al’s (2013) survey of six countries—Canada, Italy, Japan, Norway, the UK and South Korea—found public service television news viewing generally enhanced people’s knowledge about public affairs. However, this varied

according to how broadcasters was financed, the audience share and the relative independence of each organisation. Put another way, public service broadcasters were less likely to raise people's knowledge about public affairs if they were reliant on commercial income, were not widely watched or listened to or if the state had an influence on the editorial content of news. It was also been discovered that in the country where state interference in public broadcasting was most evident, watching public service television did not effectively enhance people's knowledge of news.

Curran et al's (2009) content analysis of television news and survey of four nations—the US, UK, Norway and Finland—revealed the latter two countries were most knowledgeable about public affairs. The knowledge gap was most striking between uninterested political news viewers in the US compared to European countries, which is due—they argued—to citizens having regular access to reliable sources of news supplied most prominently by PSM. They concluded emphatically: “media provision of public information does matter, and continued deregulation of the broadcast media is likely, on balance, to lead to lower levels of civic knowledge.” Similarly, Iyengar et al's (2009) comparative survey of US and Swiss audiences discovered “dark areas of ignorance among” Americans, which they explained by the limited information supply about international news produced by US market-driven media.

Moreover, the rise of partisan news channels in the US have meant people are increasingly turning to outlets that reinforce their own ideological beliefs, a behaviour known as partisan selective exposure. Bos et al's (2017: 10–11) survey of people in Netherlands found the presence of public service broadcasters mitigated partisanship because they played “a unifying, and nation-binding role ... a strong public news provision ... is an important condition to avoid the US situation where the public sphere appears to have become different public spheres”. Put another way, the presence of public service media appears to challenge the growth of filter bubbles or echo chambers, which are concepts used to describe people insulating themselves from news they do not agree with. The wider consequences of PSM thus help ensure more citizens

receive impartial news, covering a wide range of topics rather than being exposed to information that ideologically aligns with people's own beliefs.

A four wave survey in Swedish public and commercial news programming examined people's knowledge in three contexts: the 2014 General Election, the EU Parliamentary Election and in a non-election period the same year. In each case, PSM was found to have a positive effect on people's understanding of issues, while commercial media had a negative impact during the election. When considering the degree to which different programmes' impact on people's understanding of politics, the study established certain public service formats enhanced knowledge to a greater degree. As the author concluded: “knowledge effects are stronger for one public service TV news show than for the other. This indicates that it is not ownership per se that is decisive. The format and the content also matter” (Strömbäck 2016: 13; emphasis added).

Critical role in incidental learning

Shehata and Stromback's (2018) survey of traditional media, including online news, and social media use in Sweden casts considerable doubt on this proposition. In their words, “there is very little evidence that following political news on social media compensates for not using traditional news media and online websites when it comes to learning political and current affairs news covered by traditional news media” (Shehata and Stromback 2018: 16–17). Put another way, traditional media—such as television and online—continue to be the main sources of news for acquiring knowledge and understanding politics and public affairs. Indeed, few people widely use social media as a sole source of news. Those that do tend to pick and choose their news, personalising it for their own interests and needs, leading to the creation of filter bubbles and echo chambers.

In a media environment with increasingly more choice of news sources, public service media play a critical role in what is known as incidental learning. Simply put, this means people learning from the news almost by accident because they are more likely to encounter information in a PSM system, giving them opportunities to →

acquire knowledge they may not have been exposed to in a heavily market-driven systems. In the US, for example, there is plenty of news available but it is often ghettoised or politicised. In many countries with well-resourced PSM, by contrast, people are more likely to be exposed to news with high editorial standards on broadcast, online or social media platforms.

PSM are the best media to inform the citizens

Comparing output across public service and market-driven media, the weight of evidence shows it is the former that is more likely to report news of democratic value. Put another way, in an increasingly commercialised media environment, PSM provide a valuable and distinctive news service. However, media systems are not uniformly the same across countries; regulatory environments can create public-private media that may deliver public service programming. But empirical studies drawn on throughout this report have also established that media with some public service obligations tend to produce news of higher editorial standards than entirely market driven media. Indeed, even the very presence of a well-resourced public service media within a country can impact on the wider editorial standards of journalism.

In exploring the relationship between media systems and public knowledge, surveys have consistently shown that PSM, above all, most effectively raise people's knowledge and understanding of politics and public affairs. This was most apparent among widely consumed and well-funded public service media, which had the most freedom to operate independently without editorial interference. More generally, it was found that PSM play an important role in preserving democratic ideals and remaining impartial or objective in an increasingly partisan media environment. As more people are exposed to dubious or politicised information on sites such as Twitter and Facebook, PSM offer reliable and credible news that not only serves the needs of individuals but benefits entire democracies.

At the same time, PSM should not escape criticism. The impartiality of PSM has often be called into question in political reporting, where the state may exercise too much control, compromising the

ability for broadcasters to act independently or remain impartial. This is a form of elite control, where even well intentioned PSM attempt to deliver public good, but remain wedded to institutional relationships and forms of indirect political pressure and scrutiny that can influence news choices and judgements (Freedman 2018). This may be a symptom of their relationship with the government of the day, and how their current and future funding are organised. There are potentially ways PSM can be restructured to help create more independent news gathering and journalism, where the state is more detached from funding decisions and a more democratic system of governance is established (Media Coalition Reform 2018).

As the commercial media landscape expands in many countries, the temptation for already cash-strapped governments could be to cut funding for PSM and let the market grow stronger. However, the overwhelming evidence shows that PSM not only produce distinctive news with high editorial values, they are the best equipped media system to inform people about the world. In other words, public policy making about media systems has profound effects for the health of any democracy. As Sokora and colleagues (2013: 738) succulently put it, "governments' decisions about funding for public broadcasters seem in many cases to be very much like decisions about just how well informed their citizens will be."

In an era of media abundance, the evidence not only shows PSM produce distinctive news from market-driven competitors, but news of higher democratic value. In so doing, PSM make a significant contribution to the health of many democracies, acting as an important information source about politics and public affairs for many people, and empowering citizens to engage and participate in society more generally. At a point in time when media audiences are fragmenting across a range of market-driven platforms, PSM continue to offer a distinctive democratic service not just for some audiences but all citizens in a democracy. ■

Dieser Artikel ist eine redaktionelle Zusammenfassung von Steven Cushions Beitrag für den EBU-Ergänzungsteil der Public-Value-Studie des ORF 2017/18.

VERTRAUEN IST GUT. KONTROLLE IST #KLAUS UNTERBERGER LEITER DES PUBLIC-VALUE- KOMPETENZZENTRUMS IM ORF BESSER.

Qualität zu bestimmen ist „wie einen Pudding an die Wand zu nageln“, also schlicht unmöglich. Diese Redewendung muss immer wieder dafür herhalten, wenn es schwierig wird, Qualität nachzuweisen. Daher ist der Hinweis auf die vielen verschiedenen Geschmäcker eine naheliegende Ausrede, es erst gar nicht zu versuchen. Auch in den Medien, speziell im Fernsehen, kann man es nicht allen „recht machen“. Zu unterschiedlich sind die Interessen und Gewohnheiten, die Ansprüche und Erwartungen.

Der ORF kann sich mit derartigen Ausflüchten jedoch nicht zufriedengeben. Wenn kommerzielle TV-Sender ihre Programme ausschließlich werbefinanziert ausstrahlen und Information und

Unterhaltung im Internet auf Knopfdruck abrufbar sind, dürfen Gebührenzahler/innen zu Recht eine unterscheidbare Qualität des ORF einfordern. Worin besteht aber sein Alleinstellungsmerkmal? Welche Produktqualität erhalten Mediennutzer/innen als Gegenleistung für das ORF-Programm-entgelt? Was ist die Leistung des ORF, die ihn als „Rundfunk der Gesellschaft“ auszeichnet und ihn von kommerziellen Medien unterscheidet?

Um diese Fragen glaubwürdig zu beantworten, hat der ORF eine richtungsweisende Entscheidung getroffen: Er hat seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag als grundlegendes Unterscheidungsmerkmal für seine Qualitätskontrolle herangezogen und ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem etabliert. Nur der gesetzliche, öffentlich-rechtliche Funktionsauftrag garantiert, dass der ORF seine Medienproduktion nicht wie kommerzielle Konkurrenten als Geschäftsmodell, sondern als „öffentliche Aufgabe“ versteht und sein Publikum nicht nur als Konsument/innen, sondern als Bürger/innen wahrnimmt. Erst durch diesen „Public Value“ wird der Gebührenauftrag zu einem Demokratieauftrag, der nicht nur Eigentümern und Aktienbesitzern, sondern der gesamten Gesellschaft in Österreich verpflichtet ist. →

Wie aber beweist der ORF seinen „Public Value“?

Grundlage für eine wirksame Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags sind der gesetzliche „Versorgungs- und Kernauftrag“, die „besonderen Aufträge“, die den österreichischen Volksgruppen gewidmet sind, sowie die zahlreichen Selbstverpflichtungen des ORF, wie sie in den ORF-Programmrichtlinien, dem ORF-Verhaltenskodex, dem ORF-Redakteursstatut und anderen Regulativen definiert sind. Um diese Anforderungen und vor allem die Leistungserbringung zu dokumentieren und zu kontrollieren, hat der ORF fünf „Qualitätsdimensionen“ definiert. Für alle gilt eine ebenso einfache wie sinnstiftende Frage: „Worin besteht der Wert des ORF, und wie nützt er den Gebührenzahler/innen und der Gesellschaft?“

Der „individuelle Wert“, bringt zum Ausdruck, worauf sich einzelne Mediennutzer/innen verlassen können sollten: Die Vertrauenswürdigkeit der Berichterstattung, die Serviceleistungen des ORF, den Bildungsauftrag, die Qualität der ORF-Unterhaltung und seine Angebote im Bereich des „Humanitarian Broadcasting“, also der gesellschaftlichen Verantwortung für Menschen mit Beeinträchtigungen und in Not.

Der „Gesellschaftswert“ definiert den Kultur-, Vielfalts- und Integrationsauftrag des ORF, seine geforderte Bürgernähe und jene Informationsleistungen, die Orientierung in der Komplexität des Alltags ermöglichen sollen.

Der „Österreichwert“ stellt jene Qualität sicher, die der ORF als föderales Mediensystem herstellt, als Beitrag zu einer österreichischen Identität sowie als ökonomische Wertschöpfung für Österreich.

Der „internationale Wert“ behandelt alle Medienleistungen, die der ORF produziert, um ein „Fenster zu Europa und der Welt“ darzustellen, etwa sein Korrespondent/innennetz und seine europäischen und weltweiten Kooperationen.

Der „Unternehmenswert“ gibt Aufschluss darüber, wie berechenbar der ORF in kaufmännischer Hinsicht ist, wie er es mit geforderter Transparenz, der nachhaltigen Kompetenz und vor allem der erforderlichen Innovation hält.

ORF-QUALITÄTSSICHERUNG

1.000	Befragte jeweils bei zwei Repräsentativ-Befragungen
1	Public Value Bericht
1	Expert/innen Gespräch
2	Programmstrukturanalysen
7	Studienautor/innen
3	Publikumsgespräche
1	Qualitätsprofil

Maßnahmen der Qualitätssicherung

Um diese Leistungskategorien nicht nur zu definieren, sondern auch in der Medienpraxis zu kontrollieren, wurden im Rahmen der ORF Qualitätssicherung Maßnahmen entwickelt, die eine jährliche Dokumentation und externe Evaluierung seiner Medienproduktion vorsehen:

1. Die „Programmstrukturanalyse“ der ORF Medienforschung liefert Daten über die Anteile von Information, Unterhaltung, Wissenschaft, Kultur und Sport in den ORF-Medien und garantiert damit die langfristige Kontinuität seiner Programmleistungen.
2. Der „Public Value Bericht“ weist umfangreiche Zahlen, Daten und Fakten zur ORF Medienproduktion aus und dokumentiert aus der Sicht der ORF-Mitarbeiter/innen das Qualitätsverständnis und die Arbeitsrealität jener, die ORF-Medien in der täglichen Praxis herstellen.
3. „Qualitätsprofile“ definieren klare Leistungskriterien für alle (einzelnen) Programmbereiche und prüfen, ob und wie die Anforderungen des ORF-Gesetzes und der ORF Regulative in der Praxis

erfüllt werden. Die Qualitätsprofile werden in den ORF-Redaktionen auf spezielle Rahmenbedingungen und Erfordernisse hin ausgerichtet und durch ein unabhängiges sozialwissenschaftliches Institut mittels externer Publikumsgruppen auf ihre Stichhaltigkeit und Umsetzung überprüft.

4. Das „Qualitätsmonitoring“ prüft anhand einer repräsentativen Umfrage von 1000 Österreicher/innen die Zufriedenheit mit dem ORF-Programmangebot.

5. Insgesamt vier „Publikums- und Expert/innen-gespräche“ pro Jahr garantieren, dass zu allen Medien (TV/Radio und Online) sowie zu allen Medienbereichen (Information und Wissenschaft/Unterhaltung/Kultur und Religion/Sport) die Meinung und Kritik der ORF-Mediennutzer/innen und der Wissenschaft berücksichtigt wird. Da bei diesen Gesprächen auch ORF-Programmverantwortliche anwesend sind, entsteht ein direkter, auf die Produktionspraxis bezogener Dialog zwischen Publikum und ORF-Journalist/innen. Die Auswahl der Teilnehmer/innen des Publikumsgesprächs und seine Auswertung verantwortet ein österreichisches Marktforschungsinstitut.

6. Eine vom ORF-Publikumsrat in Auftrag gegebene Studie prüft einmal im Jahr einen besonderen Aspekt von ORF-Medienqualität (2017: Anforderungen und Erwartungen des Publikums zum Thema „Digitaler Wandel“).

7. Eine jährliche „Public Value-Studie“ (2017: „Der Auftrag: Demokratie“) konzentriert sich auf eine zentrale Herausforderung für den ORF und ermöglicht damit einen Blick in die Zukunft öffentlich-rechtlicher Qualitätsmedienproduktion.

Alle Ergebnisse dieser qualitätssichernden Maßnahmen werden einem externen, vom ORF unabhängigen Gutachter und den ORF-Gremien (Stiftungs- und Publikumsrat) zur Prüfung vorgelegt. Zusätzlich wird das Qualitätssicherungssystem von der österreichischen Medienbehörde kontrolliert. Um eine Wirksamkeit der Qualitätssicherung in der redaktionellen Praxis zu erreichen, werden ihre Ergebnisse in eigenen Schulungsmaßnahmen und der internen Veranstaltungsreihe „Fast Forward“, die auch Einblicke in die internationale

Medienproduktion der europäischen öffentlich-rechtlichen Medien liefert, an die ORF-Mitarbeiter/innen vermittelt. Zahlreiche „ORF-DialogForen“ (im ORF-RadioKulturhaus und auf ORF III) bieten darüber hinaus einen offenen Medienqualitätsdiskurs, der insbesondere die Rolle und Bedeutung der öffentlich-rechtlichen Medien thematisiert. Zusätzlich publiziert der ORF in seiner Schriftenreihe „TEXTE-öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs“ regelmäßig Beiträge österreichischer und internationaler Wissenschaftler/innen (bisher erschienen rd. 200 Artikel und Kommentare) zu Fragen der Medienqualität.

Qualitätssicherung ist im ORF also multifunktional: Sie ist Legitimation der Verwendung von Gebührengeldern und damit Bringschuld gegenüber dem Publikum. Sie ist Dokumentation und Kontrolle aller Medienleistungen des ORF, insbesondere der Erfüllung seines öffentlich-rechtlichen Auftrags. Um zu gewährleisten, dass Qualitätssicherung nicht nur einen (selbst)kritischen Blick auf die bereits getätigte Medienarbeit wirft, ist sie auch eine Beitrag zum öffentlichen Qualitätsmedien-diskurs, um sich mit den in Zukunft zu erwartenden Anforderungen der digitalen Medienwelt auseinanderzusetzen.

Für manche bleibt Qualität trotzdem ein „Pudding, den man (eben nicht) an die Wand nageln kann“. Insbesondere kommerzielle Medien stützen sich häufig auf Behauptungen und verweisen mit Blick auf einzelne Programme auf einen selektiven „Public Value“, der sich bei näherer Betrachtung als Ausnahme von der Regel und somit als werbewirksames Feigenblatt erweist. Der ORF hat einen anderen Weg gewählt, der weniger spektakulär, dafür aber umso wirksamer und vor allem überprüfbar ist: „Im Auftrag der Gesellschaft“ bedeutet für den ORF einen Transformations- und Reformprozess zu führen, der für die demokratische Öffentlichkeit nützlich ist. „Public Value“ beschreibt dabei jene Leistungen, die als Informations-, als Bildungs-, Kultur-, Vielfalts-, Unterhaltungs-, Inklusions- und Demokratieauftrag zum Gelingen des gesellschaftlichen Lebens beitragen. Das ist mehr als ein Bekenntnis. Es ist ein Unterschied, der gemeinwohlorientierte Medienqualität erkennbar macht. Der Vergleich macht sicher. ■



Herausgeber und Hersteller
Österreichische Rundfunk, ORF
Würzburggasse 30
1136 Wien

Designkonzept
Rosebud, Inc. / www.rosebud-inc.com

Für den Inhalt verantwortlich
ORF Generaldirektion Public Value,
Klaus Unterberger



Druck
ORF Druckerei
Gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“
des Österreichischen Umweltzeichens, UW I237

Redaktionsleitung und Lektorat
Konrad Mitschka

Redaktion
Martin-Erik Andiel
Cordula Oeltze
Marika Papp
Isabelle Richter

I. Auflage, © ORF 2018
Reaktionen, Hinweise und Kritik bitte an
zukunft@ORF.at

MEHR INFORMATION:



Public Value 2017/2018
55 öffentlich-rechtliche Unterschiede



Public Open Space
ISBN 978-3-7089-1740-5



zukunft.ORF.at



**55 CENT ERHÄLT DER ORF PRO TAG UND GEBÜHREZZAHLER/IN.
55 ORF-MITARBEITER/INNEN DOKUMENTIEREN, WIE SIE DEN
ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN AUFTRAG ERFÜLLEN,
WAS DER ORF LEISTET UND WIE ER DEM
PUBLIKUM UND DER
GESELLSCHAFT
NÜTZT.**

ZUKUNFT.ORF.AT