

**Das Qualitätssicherungssystem des
ORF im Jahr 2012**

**Gutachten zur Bewertung der
Gesamtleistung**

Prof. Markus Schächter

Mai / Juni 2013

Inhalt

1	Die gesetzlichen Voraussetzungen, die Ausgangslage und die kontextuellen Bedingungen der gutachterlichen Tätigkeit	3
2	Die Fakten zum Programmangebot und zur Programmstruktur	5
2.1	Differenziertes Gesamtprogramm und Publikumsinteresse	5
2.1.1	Fernsehen	5
2.1.2	Hörfunk	6
2.1.2.1	Österreich 1	6
2.1.2.2	Hitradio Ö3	7
2.1.2.3	FM4	7
2.1.2.4	ORF-Regionalsender	8
2.1.3	Teletext	8
2.1.4	Internet (ORF.at)	9
2.1.5	Themenschwerpunkte	10
2.2	Besondere Detailanforderungen an das Programmangebot	11
3	Akzeptanz, Bewertung, Einordnung	15
3.1	Repräsentativbefragung	15
4	Publikumsgespräche	19
4.1	Publikumsgespräch zum Thema Information	19
4.2	Publikumsgespräch zum Thema Wissenschaft/Service	20
4.3	Publikumsgespräch zum Thema Sport	21
4.4	Publikumsgespräch zum Thema Unterhaltung	22
5	Expertengespräche zum Thema Kultur/Religion	23
6	Evaluation des ORF-Qualitätsprofils Kultur/Religion	26
7	Exkurs: Die Ausgewogenheitsbeschwerde des VÖP und die definitorischen Schwierigkeiten des Kulturbegriffs	28
8	Public-Value-Studie 2012: Volkswirtschaftliche Effekte des ORF-Fernsehens	29
9	Die ORF-Publikumsratsstudie 2012: Der Gender-Aspekt in den ORF-Angeboten unter besonderer Berücksichtigung der Information	31
10	Public-Value-Report	33
11	Fazit	34

Hinweis:

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

1 Die gesetzlichen Voraussetzungen, die Ausgangslage und die kontextuellen Bedingungen der gutachterlichen Tätigkeit

Dies ist die zweite Darstellung der vom ORF zu ergreifenden qualitätssichernden Maßnahmen, wie es das ORF-Gesetz in der Fassung vom 1. Oktober 2010 vorschreibt. Diese qualitätssichernden Maßnahmen einer Sender-Analyse – in der Tiefe der Analyse wie in der breiten Vorgabe der Instrumente eine extraordinary Anstrengung, auch und gerade im Vergleich mit anderen europäischen Public-Service-Sendern – haben ja seit der Neufassung des Gesetzes eine deutliche Aufwertung und neue Akzentuierungen erfahren. Während die früheren Fassungen im Wesentlichen eine „laufende Prüfung der Qualitätskriterien“ beschrieben, ist nunmehr dem Qualitätssicherungssystem in der Vorgabe eines eigenen Paragraphen ein sehr breiter Handlungskatalog vorgegeben. In acht Absätzen werden das Ziel und die an das Verfahren gestellten Anforderungen expliziert und zum Beispiel im Hinblick auf die programmkonzeptionelle Qualität des Angebots, die Publikumszufriedenheit und die Ausgewogenheit der Inhalte deutlich präziser gestaltet.

§ 4a Abs. 2 und § 21 Abs. 1 ORF-G erfordern die Genehmigung des Qualitätssicherungssystems durch den Stiftungsrat. Dies geschah auf Grundlage des novellierten ORF-Gesetzes zum ersten Mal am 12. Mai 2011 mit der Definition der zum Qualitätssicherungssystem substanziell wichtigen Elementen: ORF-Jahresstudien, ORF-Monitoring, Programmstrukturanalyse, Public-Value-Bericht, ORF-Qualitätsprofile, Publikums- und Expertengespräche. Neu und wiederum im internationalen Vergleich wichtig und weitergehend ist die Bestimmung, die Betrachtung der Programmanforderungen aus Sicht der Rezipienten zu realisieren.

§ 4a Abs. 2 Satz 2 ORF-G sieht eine Beurteilung der Gesamtleistung des Qualitätssicherungssystems durch einen unabhängigen Sachverständigen vor, der insbesondere prüft, ob den Qualitätskriterien in den wesentlichen Belangen entsprochen wurde. Analog zur „Pioniertätigkeit“ meines Vorgängers Dr. Günter Struve wird dieser gesetzlichen Bestimmung mit einem Gutachten für das Programmjahr 2012 entsprochen, das sich aus guten Gründen in der Gliederung und in der Zuspitzung an die Arbeit des Vorgängers anlehnt.

Zur Erstellung des Gutachtens waren folgende vom ORF zur Verfügung gestellten Berichte und empirischen Studien maßgeblich:

1. Der ORF-Jahresbericht 2012
2. Die ORF-Overall-Befragung 2012
3. Public-Value-Bericht 2012 / 2013

4. Die Publikumsratsstudie: Der Gender-Aspekt in den ORF-Angeboten unter besonderer Berücksichtigung der Information
5. Die Public-Value-Studie: Volkswirtschaftliche Effekte des ORF-Fernsehens
6. Die Publikumsgespräche über Information, Wissenschaft/Service, Sport, Unterhaltung
7. Expertengespräche über Kultur/Religion
8. Das Qualitätsprofil zu Kultur/Religion

2 Die Fakten zum Programmangebot und zur Programmstruktur

2.1 Differenziertes Gesamtprogramm und Publikumsinteresse

In jeweils unterschiedlich realisierten Inhaltsanalysen, methodisch differenten Verfahren und Stichproben-Zeiträumen soll empirisch das vom ORF verlangte „differenzierte Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport“ überprüft werden. Ebenso soll die Berücksichtigung des unterschiedlichen und vielfältigen Publikumsinteresses in seiner Gesamtdarstellung verifiziert werden.

2.1.1 Fernsehen

Für das Leitmedium Fernsehen bestand schon wie in den Vorjahren die Möglichkeit, als Grundlage für die Auswertung des Sendevolumens die Gruppierung nach 268 Fernsehsendungskategorien zu übernehmen. Alle Sendungen eines Jahres werden hinsichtlich formaler und inhaltlicher Merkmale vom Marktforschungsinstitut GfK Austria mit einem dreistelligen Sendungscode kategorisiert und entsprechend verglichen. Die Zuordnung erfolgt unabhängig von der Zugehörigkeit der einzelnen Sendungen bzw. Sendeleisten zu Direktion bzw. Hauptabteilungen im ORF. Auf diese Art und Weise kann differenziert auf formelle und inhaltliche Aspekte Rücksicht genommen werden.

Auf der Grundlage dieser sehr ausgereiften Differenzierungsmethode zeigt sich, dass die Programmstruktur des ORF-Fernsehangebots auch 2012 so stabil wie in den Gutachten der letzten vier Jahrgänge dargestellt werden konnte. Zum fünften Mal in Folge machen die Kern-Kompetenz-Sendungen aus dem Bereich Information, also Nachrichten, Politik, Hintergrundsendungen, Magazine, Diskussionen mit 21 % ein gutes Fünftel des Programmangebots des ORF-Fernsehens aus. Wenn man – wie im letzten Jahr diskutiert – jenseits der traditionellen und klassischen Codierungen zum Informationsbereich auch Sendungen zur Wissenschaft, zur Bildung und zu Aspekten der Lebenshilfe mit ihren stark informierenden Funktionen hinzunimmt, dann besteht die Sendezeit des ORF-Fernsehens zu gut 30 % aus informativen Angeboten. Auch dieser gutachterlich zusammengestellte Summenwert ist gegenüber den Jahren 2009, 2010 und 2011 nur marginal verändert.

Leicht verbessert zeigen sich die Anteile von kulturellen und religiösen Inhalten. Der Anteilswert hat sich von 5 % auf 6 % augmentiert, der Sportanteil hat entsprechend dem starken Sportjahr (Olympische Spiele und Fußball-Europameisterschaft) von 6 auf 7 Prozentpunkte zugenommen. Gleichgeblieben sind die Anteile für die fiktionalen Angebote, die in 2011 wie in 2012 39 % ausmachen. Stabil wie die gesamte Angebotspalette zeigt sich auch der Bereich von unterhaltenden

Angeboten, aber auch der Bereich Familie, der in vergleichbaren Ländern in Europa deutlich geringer ausfällt als die 12 % beim ORF.

In der Bilanz zeigt sich, dass das Angebotsprofil des ORF-Fernsehens in seiner Differenziertheit an Information, Kultur, Unterhaltung und Sport eine ähnlich hohe Ausgewogenheit und stabile Kontinuität aufweist wie in dem letzten Jahr 2011. Das angemessene Verhältnis der Kategorien Information, Kultur, Sport und Unterhaltung zueinander konnte mit dem Start der beiden 24-Stunden Spartenprogramme ORF III Kultur und Information und ORF SPORT + auch noch verbessert werden.

2.1.2 Hörfunk

Das Radio bietet traditionell – im Unterschied zum Fernsehen – methodisch keine kategoriale Vollerhebung an. Es ist eine europaweit akzeptierte Konvention, in einer Stichprobenwoche das Angebotsprofil und die Programmstruktur des Hörfunks exemplarisch zu beschreiben, da Radio-Programmschemata erfahrungsgemäß über das Jahr hinweg nur geringen Schwankungen unterliegen und mit einer Woche eine gute Basis gefunden ist. Für die Analyse wurde die Woche vom 10. bis 16. September 2012 als Musterwoche bestimmt. Bei der Ermittlung einer typischen Woche wird methodisch generell auf einen geringen Grad an Faktoren und Themen gelegt, die das Programm beeinflussen können (wie zum Beispiel Wahlen oder große Events). Die in dieser Woche ausgestrahlten Programme wurden wie im Vorjahr in die unterschiedlichen Hauptkategorien für die Wortbeiträge codiert. Sechs Kategorien gibt es, um die Musikeinspielungen zu klassifizieren. Zusätzlich zu den drei bundesweiten und neun regionalen Radioprogrammen disponiert der ORF im Jahr 2012 das über Kurzwelle und Internet angebotene internationale Programradio Österreich 1 international, und in der Kooperation mit dem Verein Agora strahlt der ORF täglich 8 Stunden slowenischsprachiges Programm auf Radio Agora aus.

Weil Radio rasch auf aktuelle Ereignisse reagieren kann, bisweilen in Echtzeit bei den Events dabei sein kann, wird es auch gerne als schnelles Medium kategorisiert. Im Unterschied zum Fernsehangebot ist das auf Tagesaktualität und Flexibilität ausgerichtete Radio schneller bei der Hand mit Veränderungen und Verteilungen der Inhalte auf bestimmte Kategorien.

2.1.2.1 Österreich 1

Mit fast 50 % Wortanteil ist Österreich 1 der Sender mit dem höchsten Wortanteil aller ORF-Sender. Ö1 ist in der kategorialen Kombination von Kultur, Religion, Wissenschaft und Bildung von mehr als 59 % und den 94 % ernster Musik sicher einer der am besten profilierten und klar positionierten Kultursender Europas. Sein Profil als hochwertiger Informations- und Kultursender verstärkt Österreich 1 mit

großen Themenschwerpunkten der Radio-Information wie dem Jahresschwerpunkt Ökoscience, zur Thematik Energiewende oder zum 200-jährigen Bestehen der Gesellschaft für Musikfreunde in Wien. Mit dem signifikant hohen Klassikanteil und der ausgewiesenen Marke „Festspielsender Ö1“ durch mehr als 140 Übertragungen von Festivals zu musikalischen Events in Österreich wurde exemplarisch der Nachweis erbracht, wie erfolgreich ein Sender mit diesem Programmprofil sein kann.

2.1.2.2 Hitradio Ö3

Mit rund 2,8 Millionen täglichen Hörern war Ö3 der in allen Zielgruppen meistgehörte Radiosender Österreichs. Ö3 konnte im Jahr 2012 seine Marktanteile teilweise noch ausbauen, zumindest aber halten. Dies ist im Vergleich zu ähnlichen Marktführern in Europa eine besondere Leistung, umso mehr als sich hier das Umfeld auf 84 Mitbewerber in Österreich erweitert hat. In der Woche vom 10. bis 16. September 2012 verteilt sich der Wortanteil im Verhältnis zum Musikanteil wie 1.700 Minuten zu 7.446 Minuten und behauptet mit fast 19 % die Wortanteile der letzten Jahre. Musikalisch ist Ö3 eine sehr geschickte Mischung aus Pop und Pop-Rock. Redaktionell ist der Sender geprägt durch Hintergrundberichte zum Tagesgeschehen. Der Schwerpunkt liegt in den Bereichen Information und Service, wobei Aktualität und rasche Reaktion im Vordergrund stehen. Mir persönlich hat die Jugendsozialaktion von Ö3 besonders gefallen. Zum sechsten Mal zeigte die Mitmachaktion unterschiedlicher Jugendverbände und Hitradio Ö3 mit dem Titel „72 Stunden ohne Kompromiss“ neben dem operativen Hilfefteil eine bemerkenswerte Welt des Engagements junger Leute.

2.1.2.3 FM4

Der mehrheitlich fremdsprachige Sender FM4 akzentuiert eine vielfältige Angebotspalette, vor allem in der Musik. In der gleichen Weise wie Österreich 1 der Klassiksender ist, setzt FM4 auf Musik jenseits des Mainstreams. FM4 konnte seine Position im Radiomarkt im Jahr 2012 mit rund 250.000 Hörern behaupten und konnte erfolgreich junge Zuhörer ansprechen. Ein Grund für den Erfolg ist neben einer journalistisch reflexiven Beschäftigung mit alternativen Kulturangeboten und innovativen Szenen aus allen jugend- und populärkulturellen Bereichen auch die Bilingualität. Der Wortanteil ist gleichgeblieben.

2.1.2.4 ORF-Regionalsender

Die deutlichste Unterscheidung gegenüber den nationalen ORF-Sendern ist bei den ORF-Regionalsendern die abweichende Musikfarbe. Es sind wie schon in den letzten Jahren die Oldies und Evergreens, die das Musikangebot mit Unterhaltungsmusik und dem Schlager prägen. Der Wortanteil liegt wieder zwischen 20 und 25 %. Radio Wien bleibt der Sender mit dem geringsten, Radio Kärnten der mit dem höchsten Wortanteil.

In der Addition der breiten Vielfalt und im Bewusstsein dieser Angebotsstrukturen ist sowohl im Hinblick auf die Wort-Berichterstattung als auch auf die Qualität des Musikprogramms ein differenziertes und vielfältiges Angebot zu attestieren.

2.1.3 Teletext

Es hat sich in den letzten Jahren als sinnvoll herauskristallisiert, den Monat März als repräsentativen Monat für die Detailanalyse des Gesamtangebots Teletext zu nehmen. Die Programmofferten sind über das Jahr stabil – und so ermöglicht die Monatsanalyse eine Aussage über Qualität, Leistung und thematische Vielfalt des Teletext im Gesamtjahr auf der Basis des ausgewählten Beispielmonats. Die seit 2010 eingeführte Ausweisung von genauen prozentualen Angaben zur Verteilung der Genres auf den Haupt- oder Subseiten ermöglicht den Vergleich mit den Angeboten im Fernsehen und Radio.

Es zeigt sich wie in den Jahren zuvor eine bemerkenswert stabile Struktur: Mit 26,98 % bleibt die Information (Politik, Leute, Chronik, Wirtschaft, Wetter) das größte redaktionelle Angebot. Sie ist mit ihrer Leistung über das aktuelle Geschehen exakt auf der Höhe des letzten Jahres. Die nächstgrößere Programmgruppe ist Sport mit 18,84 % und der Bereich Service/Lebenshilfe mit identischen Größenordnungen. Bemerkenswert umfassend ist mit fast 6 % der Bereich Kultur und Religion, der damit größer ausfällt als im vergleichbaren Angebotsservice des europäischen Auslandes und mehr als doppelt so hoch als das Angebot der öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland ist.

Wichtige Neuerungen sind Serviceleistungen für Menschen mit Behinderungen. So werden im Rahmen der Information zu Hörfilmen/Hörsendungen nicht nur Spielfilme mit Audiodeskription angeführt, sondern auch alle audiodeskribierten Sportsendungen der nächsten Tage vorgestellt. Neu auch die Präsentation internationaler Wetterwerte und im Bereich der Service-Information Hinweise zu „Billig tanken“. Seit Mai werden diese Treibstoffangebote in ihrer Preisstaffelung auch pro Region in den einzelnen Bundesländern aufgelistet – ein populäres Zuschauerservice, das vielfach nachgefragt wurde.

Die im internationalen Vergleich als Qualitätskriterien angesehene Struktur und Frequenz der Seiten-Updates (neue Story – neuer Inhalt + Aktualisierung / Erweiterung / Fortsetzung) zeigen, dass das Qualitätskriterium Aktualität des Teletext-Angebots von der Teletext-Redaktion wichtig genommen wird. Im März 2012 gab es 17.355 Gesamt-Updates, das sind mehr als im Vergleichsmonat des letzten Jahres (+455).

2.1.4 Internet (ORF.at)

Da die komparative Methode eines strukturellen Vergleichs zwischen den klassischen linearen Medien Fernsehen und Radio mit den sehr differenten Angebotsmodi des ORF-Internetangebots nicht möglich ist, hat man sich in der Vergangenheit – um ein Mindestmaß an Vergleichbarkeit herzustellen – im ORF als Vergleichseinheit auf die sogenannte „Story“ als eine in sich abgeschlossene und mit den anderen Sendeinhalten vergleichbare Inhaltskategorie geeinigt.

Wie schon im letzten Jahr ist die Zahl der Storys, also der Beiträge über das regionale, nationale und internationale Geschehen, in allen gesellschaftlichen relevanten Bereichen im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Den 197.580 Beiträgen und Storys aus dem Jahr 2011 stehen im Jahr 2012 rund 5.000 Einheiten weniger gegenüber. Diese Stagnation bedeutet nicht grundsätzlich eine Reduktion des Vielfalts-Angebots. Vielmehr ist bei der Darstellung des Umfangs und der Pluralität von ORF.at mehr denn je die ORF-TVthek zu berücksichtigen, die inzwischen mehr als 130 ORF-TV-Sendungen anbietet, die regelmäßig on demand bereitgestellt werden. Dazu kommen ca. 50 regelmäßige Live-Streams. Die Entwicklung der Videoabrufe ORF.at insgesamt, live und on demand war im letzten Jahr außerordentlich positiv. Einschließlich der Videoangebote im ORF.at-Netzwerk wurden durchschnittlich 13,4 Millionen Videos abgerufen. Damit ist eine neue Informationsqualität angeboten, die den Rückgang bei den Storys und Beiträgen aufwiegt. Umso mehr als auch die ÖWA bzw. die ÖWA+ die Erfolgsbilanz der Mediathek des ORF bestätigt. Mit 2,9 Millionen Visits (zusammenhängende Besuche) wird die Videoplattform von fast 700.000 österreichischen Usern 14+ genutzt. Mit einer Verdoppelung der Videoabrufe seit dem ersten vollständigen Video-ORF-TVthek-Jahr 2010 von 7,0 Millionen Videoabrufen auf 13,4 Millionen im Jahr 2012 ist die Erfolgsbilanz bemerkenswert. Das Angebot zur zeitsouveränen Nutzung – ein Zukunftstrend für die multimedial aufgestellten Fernsehanstalten – ist beim ORF gut unterwegs.

Dazu gehört die stufenweise Bereitstellung der ORF-TVthek auch für mobile Plattformen. Seit März 2012 ist das Angebot des ORF für alle gängigen Smartphones und Tablets via App nutzbar. Die sehr präzise arbeitende Medienforschung macht deutlich, dass mit 2,05 Millionen Abrufen bereits 17,4 % aller Teilnehmer von mobilen

Endgeräten stammen. Es wird deutlich, dass dieses Angebot vom Publikum positiv aufgenommen wird.

Geht man noch einmal in die Detailanalyse der ORF.at-Angebote, so bleibt die Berichterstattung über nationale und internationale Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft ebenso auf dem neuerdings erreichten hohen Niveau stabil wie wetter.ORF.at und die Berichterstattung über den nationalen und internationalen Sport mit rund 16.000 Beiträgen.

Immerhin: Im Jahr 2012 erzielte ORF.at im Vergleich zu 2011 ein Plus von 11 % Visits (zusammenhängender Besuche). Wichtig sind dabei aber auch andere Zahlen: Im Monatsschnitt haben 6,15 Millionen Unique Clients (einzeln identifizierbare Endgeräte wie PCs usw.) auf das Online-Angebot zurückgegriffen, was einem weiteren Zuwachs von 13 % entspricht. Laut ÖWA+ wurde ORF.at im zweiten Quartal 2012 monatlich von 2,5 Millionen österreichischen Usern ab 14 Jahren genutzt, was einer Reichweite von 44,1 % der österreichischen Online-Bevölkerung ab 14 Jahren entspricht. Damit liegt der ORF im europäischen Vergleich im vorderen Mittelfeld.

2.1.5 Themenschwerpunkte

Zu den herausragenden Regelangeboten in den einzelnen Mediengattungen und mediengattungsübergreifend gehören die publizistisch mit großer Aufmerksamkeit begleitenden thematischen Schwerpunkte. Mit der europaweiten Aktion „Armut – mutig gegen Armut“ (die mit der Gesamt-Koordination beauftragte EBU-Zentrale in Genf hat den ORF-Beitrag als besonders gelungen herausgestellt), mit der Gesundheitsthematik „Bewusst gesund“ und der Öko-Betrachtung „Unser Klima – es liegt in unserer Hand“ sowie dem österreichischen Klimaschutzpreis hat der ORF – um einige Beispiele zu nennen – außerordentlich wichtige und für die Gesellschaft wertvolle Impulse in den Brennpunkten gesellschaftspolitischer und wirtschaftlicher Auseinandersetzung gesetzt.

Der ORF hat mit diesen und anderen Programmschwerpunkten jenseits seiner akzentuierten Programmpolitik nachhaltig seine öffentlich-rechtliche Rolle als kampagnenfähiger nationaler Kommunikator unterstrichen. Durch große publizistische Unterstützung und die inzwischen multimediale Breite des gesamten ORF-Angebots wird mit einer klassischen Public-Value-Aktion ein besonders interessanter Querschnitt der Bevölkerung darauf aufmerksam gemacht, welchen Wert der ORF für die Thematisierung relevanter Zukunftsthemen in der österreichischen Gesellschaft besitzt. Darüber hinaus hatte 2012 der ORF zwei besondere Jubiläen zu begehen: 20 Jahre Hilfsaktion „Nachbar in Not“ mit einem eigenen Programmschwerpunkt im Mai und 40 Jahre „Licht ins Dunkel“, die mit einer großen Spezi­alsendung „Ein Fest der Menschlichkeit“ und (natürlich) mit der

Spendensendung am Heiligen Abend gefeiert wurde. Beide Sendungen haben in der Kraft und Tradition ihrer Charity-Konzeption nahezu eine halbe Milliarde Euro gesammelt – ein ungewöhnlich starker Nachweis für die Reichweite des gesellschaftspolitischen Impulses, den der ORF gesetzt hat, und gleichzeitig ein Hinweis dafür, wie sehr der inzwischen multimediale Organisationsapparat des ORF emotionale Ansprechqualität besitzt.

2.2 Besondere Detailanforderungen an das Programmangebot

Das ORF-Gesetz beschreibt in den Paragrafen 4, 5 und 11 über die generellen Qualitätsvorschriften der Programmstruktur hinaus eine Reihe von konkreten Anforderungen an das Programm. Jedes der einzelnen Postulate ist gleichzeitig eine weitere Konkretisierung der Qualitätsvorstellungen des Gesetzgebers und eine zusätzliche Norm zur Erfüllung des Programmauftrags.

Förderung der österreichischen Identität

Der ORF ist gemäß § 4 Abs. 1 Zi. 3 und 6 ORF-G zur „Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration“ verpflichtet und „angehalten, die österreichisch, künstlerische und kreative Produktion angemessen zu berücksichtigen“. Im Jahr 2012 hat das ORF-Fernsehen 58 % seines Sendevolumens in diesem Sinne ausgerichtet. Das ist zwar weniger als im letzten Jahr mit 61 %, aber es liegt im Mittel der letzten sieben Jahre – im Jahr 2005 lag der österreichische Bezug bei 54 %. In der Hauptsendezeit zwischen 18.00 und 22.00 Uhr lag der Anteil im Durchschnitt der letzten sieben Jahre grundsätzlich höher, im Jahr 2012 bei 74 %. Mit diesem Anteil in der Primetime und 58 % am gesamten Sendetag kann die gesetzliche Qualitätsanforderung für das Jahr 2012 als erfüllt betrachtet werden.

„Anspruchsvolle Sendungen zwischen 20.00 und 22.00 Uhr“:

§ 4 Abs. 3 ORF-G schreibt dem ORF vor, dass im Fernsehen zwischen 20.00 und 22.00 Uhr „in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen“. In diesem Zusammenhang wird notwendigerweise daran zu erinnern sein, dass in einem Diskussionsprozess zwischen dem ORF-Stiftungsrat und dem ORF-Publikumsrat in den Jahren 2003 und 2004 ein Katalog bestimmter Programmfarben konzipiert wurde, wonach unter anderem Informations-, Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur-, Religions- und Bildungssendungen zu dieser Kategorie gehören. Sportsendungen sind zu inkludieren, wenn darüber eine öffentliche, gesellschaftliche Diskussion ermöglicht wird, besondere Unterhaltungssendungen, wenn sie Bildungsinhalte und soziale Kompetenz vermitteln. Anspruchsvolle fiktionale Produktionen, die in der Regel als Fernsehfilm auch ambitioniert angegangen und umgesetzt sind oder

professionelle Anerkennung durch Auszeichnungen oder Preise für dramaturgische Qualität finden, gehören ebenfalls und selbstverständlich in diese Kategorie.

Im Jahresbericht 2012 sind anhand von zwei ORF-Programmwochen des Jahres 2012 exemplarische Analysen angestellt worden, inwieweit das ORF-Fernsehen den Anforderungen des juristisch nicht näher erläuterten und in der Öffentlichkeit uneinheitlich interpretierten Adjektivs „anspruchsvoll“ gerecht wird. Anhand der Programmwochen vom 26. März bis 1. April 2012 und vom 1. bis 7. Oktober 2012, die als bewusst selektierte Zeitpunkte im Frühling und im Herbst eine Repräsentativität für das Jahresprogramm darstellen sollen, wurde in der Addition der Programme verdeutlicht, dass der ORF seinen Auftrag erfüllt und im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl gestellt hat.

Gespiegelt und bestätigt wird diese analytische Feststellung durch die Ergebnisse der ORF-Overall-Befragung 2012 und durch ein Feedback der Zuschauer. Aus der befragten Bevölkerung sind 60 % der Meinung, dass der ORF voll und ganz oder eher schon diesem Auftrag gerecht wird. 28 % der Österreicher sind diesbezüglich eher skeptisch. Zu beachten bleibt, dass vor allem gehobene Bildungsschichten weniger davon überzeugt sind, dass der ORF diesem Auftrag entspricht. Es zeigt sich, dass der Prozentsatz derer, die den Programmauftrag erfüllt sehen, im Vergleich zu 2011 gleich hoch war. Gegenüber 2009 hat sich die Wahrnehmung zugunsten des ORF tendenziell verbessert.

Sendungen europäischen Ursprungs und Produktionen senderunabhängiger Produzenten

In Konsequenz zur europäischen Fernsehrichtlinie verpflichtet § 11 Abs. 1 ORF-G das ORF-Fernsehen, den Hauptanteil seiner redaktionellen Fernsehzeit für die Sendungen zu reservieren, die europäische Länder als Ursprungsland ausweisen können. Weiterhin sollen laut § 11 Abs. 2 mindestens ein Zehntel dieser Zeit von senderunabhängigen Produzenten stammen, wobei die Zahl der Werke angemessen sein soll, die nicht älter als fünf Jahre sind. Aus den Statistiken des Jahresberichts 2012 wird deutlich, dass das ORF-Fernsehprogramm die Sendezeit für europäische Werke im Programm von ORF eins und ORF 2 mit 9.896 Stunden erreicht hat. Das ist ein Anteil von 67 %, was den Vorgaben des ORF-Gesetzes entspricht. Auch die Auflage an die Programmgestaltung, jene Werke von europäischen Produzenten besonders zu gewichten, ist im Jahr 2012 bei weitem erfüllt. Im Jahr 2012 entfielen 6.151 Sendestunden oder 42 % auf Werke, welche von unabhängigen europäischen Herstellern produziert wurden. Auch die Forderung „neuerer Werke“ ist reichlich umgesetzt. Gemessen an der anzurechnenden Quotenbasis der Sendezeit belief sich der Anteil dieser Werke auf 21,2 % in ORF eins und 34,6 % in ORF 2. Der Anteil neuerer Werke, gemessen an den ausgestrahlten Produktionen unabhängiger Hersteller, liegt für das Jahr 2012 bei 67 %. Das ist ein europäischer Spitzensatz,

den nur wenige Sender erreichen. Insoweit hat der ORF im Jahr 2012 seine Verpflichtung aus der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste erfüllt.

Angebote für Volksgruppen

Für die sechs Volksgruppen, für die im Bundeskanzleramt ein Volksgruppenbeirat besteht, ist entsprechend § 4 Abs. 5a ORF-G in angemessenem Umfang ein Programmangebot in den Sprachen dieser Volksgruppen vorzusehen.

Für die burgenlandkroatische, die slowakische, slowenische, tschechische und ungarische Volksgruppe und die Volksgruppe der Roma wurden Programme einerseits in den jeweiligen Volksgruppensprachen angeboten, andererseits in Deutsch, auch um die Themen der Volksgruppen der deutschsprachigen Mehrheit näherzubringen. Wichtig: Seit dem Start des Spartensenders ORF III Kultur und Information im Oktober 2011 werden alle TV-Magazine für Volksgruppen auch österreichweit ausgestrahlt. Auf der Videoplattform ORF-TVthek haben Volksgruppenangehörige in Österreich und weltweit die Möglichkeit, die Fernsehproduktion für Volksgruppen über das Internet zu sehen. Die Online-Plattform volksgruppen.ORF.at bringt eigene Kanäle für alle sechs anerkannten Volksgruppen in der jeweiligen Muttersprache und in Deutsch. Über Digitalsatellit sind alle Programmangebote auf Radio Burgenland und Radio Kärnten free to air europaweit zu hören. Die Fernsehsendungen sowie Teletext sind über Digitalsatelliten Astra österreichweit empfangbar, womit auch die Versorgung jener Volksgruppenangehöriger gewährleistet ist, die von der terrestrischen Versorgung nicht erreicht werden. Der Katalog des ORF-Angebots der Volksgruppen, der hier nicht in umfänglicher Gänze dargestellt werden kann, ist in seiner Breite und in seiner Differenziertheit der einzelnen Landessprachen und Verbreitungswege umfangreich und beeindruckend. Zusammenfassend ist das ORF-Angebot für die sechs Volksgruppen als angemessen zu bewerten.

Untertitelung für Gehörlose und hörbehinderte Menschen

In § 5 Abs. 2 verpflichtet das ORF-Gesetz den ORF Gehörlosen und hörbehinderten Menschen das Verfolgen insbesondere von Informationssendungen zu ermöglichen. In 2012 hat der ORF sein Gehörlosenservice ausgebaut und die selbst formulierten Ziele schrittweise umgesetzt. Die im Etappenplan für die Untertitelung vorgesehene Erhöhung der Quote bis Ende 2012 auf 60 % wurde im Jahresschnitt leicht und in einzelnen Monaten deutlich übertroffen. Dem entspricht auch eine Steigerung um 8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Monatlich wurden 2012 rund 879 Stunden mit Untertiteln ausgestrahlt, rund 120 Stunden mehr als im Vorjahr. Bemerkenswert ist, dass sich bei der Eigenproduktion durch den Einsatz der Spracherkennung der Anteil der Live-Untertitelung auf 30 % (2011 29 %) hat steigern lassen. Durch den hier optimierten Einsatz der Spracherkennung kann die Untertitelung bei sämtlichen Übertragungen von Debatten aus dem österreichischen Parlament, bei wichtigen Sportübertragungen oder Events wie Opernball, Dancing Stars oder bei Papst-Messen

zum Einsatz kommen. Im Sportjahr 2012 war es ein besonderer Erfolg, dass von den Europameisterschaften im Fußball und den Olympischen Spielen in London erstmalig umfassend barrierefrei mit Untertiteln und Audiokommentar gearbeitet werden konnte. Hilfreich: Seit dem 3. September wird die „ZiB 2“ mit Untertiteln im Teletext auf Seite 777 ausgestrahlt. Seit dem 24. September wird erstmals das gesamte Fernsehprogramm in ORF 2 von 13.00 bis 19.00 Uhr durchgehend untertitelt.

Barrierefreiheit von Sendungen für sehbehinderte Menschen

Gesetzlich gefordert ist der Ausbau des ORF-Angebots von „Hörfilmversionen“. Das Service für sehbehinderte und blinde Zuseher bringt klassische Audiodeskriptionen, d. h. in Dialogpausen eingeschaltete knappe sprachliche Beschreibungen von Bildelementen und Bildfolgen des jeweiligen Films, die zum besseren Verstehen der Handlung wichtig sind. Prioritär bleibt der rasche Ausbau der Audiodeskription für blinde und sehschwache Menschen wichtig, der schneller als in dem in 2010 vorgelegten Etappenplan erfolgt. In diesem hatte sich der ORF dem Stiftungsrat verpflichtet, jährlich die Steigerung des Volumens audiodeskriptiver Programme von 10 % vorzunehmen. Diese Ziele hat der ORF inzwischen übertroffen. Bereits 2011 wurden mit 676 Stunden die für 2014 avisierten Zahlen erreicht. 2012 trieb der ORF den Ausbau von Programmangeboten weiter voran, es wurden mehr als 750 Programmstunden audiodeskribiert. Es handelt sich dabei um Hörfilmfassungen, aber auch um die Live-Audiokommentierung von ORF-Sondersendungen und Sportübertragungen, wie Ski-alpin-Weltcuprennen und Bewerbe der Vierschanzentournee. Zusammen mit der steigenden Anzahl an barrierefreien Internetseiten bei ORF.at sowie den in der ORF-TVthek abrufbaren barrierefreien Sendungen ist es angemessen, von der Erfüllung der entsprechenden Norm durch den ORF zu sprechen.

3 Akzeptanz, Bewertung, Einordnung

Neben der analytischen, empirischen und statistischen Betrachtung der normativen Vorgaben an die Qualitätskonzepte des ORF-Sendesystems gehört zu den Kernvorgaben eines jeden Qualitätssicherungssystems die Betrachtung der Rezipienten-Seite: die Akzeptanz, die Bewertung und die Einstellungen der Zuschauer, die als Adressat und Raison d'Être die Grundlage der Existenz des ORF ausmachen. Vor dem Hintergrund dieser Kernaufgabe initiierte der ORF in den vergangenen Jahren eine Reihe von Projekten, um sowohl das Gesamtangebot als auch spezifische Programmfelder einem eingehenden Qualitätsurteil zu unterziehen. Dabei werden Jahr für Jahr in unterschiedlichen Akzentuierungen neue Schwerpunkte gesetzt.

Was das ORF-Qualitätssicherungssystem angeht, sind zwei charakteristische Entwicklungen bemerkenswert:

Für das Jahr 2012 lässt sich feststellen, dass eine Balance zwischen den grundsätzlich unterschiedlichen Studienverfahren – quantitativ, qualitativ – gefunden werden konnte. Für die spezifischen Zwecke des ORF-Qualitätssicherungssystems gibt es in den mir vorliegenden Unterlagen eine Reihe von qualitativen Akzentsetzungen, die auch für die konkrete redaktionelle Arbeit von großer Wichtigkeit sind – wie es ebenso die klassischen herkömmlichen quantitativen Regeluntersuchungen gut ermöglichen, die Entwicklung des ORF in dem momentanen gewaltigen Transformationsprozess der Medienlandschaft genauer zu orten, seine Position als Leitmedium zu vermessen und die durch die Migration von linearen zur digitalen Welt beeinflussten Neupositionierungen entsprechend zu beobachten.

3.1 Repräsentativbefragung

Das ehrenwerte Dutzend ist voll: Zum nunmehr 12. Mal stellt die ORF-Overall-Befragung 2012 die kontinuierliche Fortführung der Qualitätsmessung von ORF-Angeboten durch das Publikum dar. 12 Jahre lang wird nach den gleichen methodischen Verfahren die österreichische Bevölkerung um ein differenziertes Qualitätsurteil zu den grundlegenden Leistungen des ORF gebeten. Diese Qualitätsmessung beruht auf der Beurteilung von ORF-Angeboten aus den Bereichen Information, Unterhaltung, Kultur und Sport im Fernsehen, Radio, Internet und Teletext. Anhand von 16 vorgegebenen Items wird in der Overall-Befragung auch die Wahrnehmung des ORF bei der österreichischen Bevölkerung anhand von Reputations- und Imagefragen erfasst. Die Qualitätsmessung soll zur Feststellung der Zufriedenheit der österreichischen Bevölkerung mit den ORF-Angeboten

beitragen. Die Auswahl der mündlich-persönlich Befragten geht – state of the art – nach einem strengen Zufallsprinzip vor, die erhobenen Daten sind repräsentativ. Der Befragungszeitraum orientiert sich an den Zeitpunkten, wie sie in den Vorjahren lagen, nämlich zwischen Ende Juli und Anfang August. Wichtig: Das Fragenprogramm ist gemäß dem Selbstverständnis der Studie identisch geblieben. Ergänzend wurde gemäß den Modifikationen des ORF-Gesetzes die Frage zum Angebot „anspruchsvoller“ Fernsehsendungen am Hauptabend gestellt. Insoweit ist die Overall-Befragung als Bestandteil der ORF-Qualitätssicherung in einem hohen Ausmaß und inhaltlich standardisiert. Die Erhebungsmethode bleibt vorgegeben, der Erkenntniswert wird somit signifikant aussagefähig.

Als Resümee lässt sich festhalten: Die Tendenz des letzten Jahres, dass sich die Österreicher zufriedener mit dem ORF als im Vorjahr äußern, setzt sich fort. 65 % der Österreicher ab 15 Jahre geben an, dass der ORF alles in allem gesehen seine Sache sehr gut bzw. eher gut absolviert. Im Jahr 2010 lag der Anteil derer, die dieser Ansicht waren, bei 55 % und damit auf einem Allzeittief. Im Jahr 2011 betrug der Zuspruch 58 % – jetzt also der Sprung auf 65 %. Damit ist die in den letzten Jahren rückläufige Entwicklung signifikant gestoppt. Das Gesamturteil der 50+-Generationen, die mit 76 % der Meinung sind, dass der ORF alles in allem seine Sache sehr gut macht, entspricht durchaus auch den Erfahrungen, die man im internationalen Bereich mit öffentlich-rechtlichen Sendern und seiner älteren Klientel machen kann. Ungewöhnlich ist aber der Wert von 65 % positiver Zustimmung bei den 30- bis 39-Jährigen und 60 % bei den 40- bis 49-Jährigen. Hier ist im internationalen Vergleich, auch zum deutschsprachigen Ausland, die Identifizierung mit dem öffentlich-rechtlichen ORF deutlich höher. Im Zeitvergleich ist die hohe Zustimmungsrates von 65 % auf der Höhe der Werte, die zuletzt 2007 erreicht wurden, und damit nicht weit entfernt von jenen, die zu Beginn des letzten Jahrzehnts erreicht wurden. Man erinnert sich: In den Jahren 2001, 2002 war auch in der seriösen Publizistik begonnen worden, das Totenglöcklein für die klassischen TV-Sender zu läuten. Vor dem Hintergrund der dynamischen Motorik der digitalen Welt hat man den klassischen Medien eigentlich nicht mehr zugetraut, sich auf der Akzeptanz- und Relevanzhöhe früherer Zeiten zu halten. Umso erstaunlicher ist die sehr große Stabilität über diesen kritischen Zeitraum hinweg.

Nicht überraschend nach dem Gesamturteil über die Gesamtperformance ist das Ergebnis für die klassische Vermissens-Frage: Auch hier steigen die Werte von dem Tiefpunkt in 2010 mit 55 % über 58 % in 2011 auf 61 % in 2012. Ein scheinbar nicht umkehrbarer Trend ist gedreht, ohne dass jedoch zu vorschnell und mit falschem Zungenschlag Entwarnung gegeben werden kann. Die positive Entwicklung der Bevölkerungsmeinung über das öffentlich-rechtliche Rundfunkwesen ist wohl noch fragil, aber durchaus auch in der Lage, sich in positive Richtungen zu verändern, wie das Jahr 2012 deutlich zeigt.

Auch in der detaillierteren Befassung mit den einzelnen Eigenschaften wird die wohlwollende Akzeptanz des ORF noch einmal bestätigt. Weitgehend stabil sind die Werte bei den 16 gefragten Items dort, wo es sich um Kernfragen des Public Service handelt. 75 % der Österreicher bestätigen dem ORF, gut und umfassend zu informieren. 70 % sagen, dass der ORF wichtig für Österreich ist, und in der grundsätzlichen Glaubwürdigkeitsfrage, ob der ORF als „seriös und vertrauenswürdig“ eingestuft werden kann, attestieren 67 % der Österreicher dem Sender diese Eigenschaft. 2010 waren es noch 62 %, 2011 waren es 65 %. Weil diese Imagefrage nach seriösen und glaubwürdigen Sendern als eine Grundfrage grundsätzlicher Reputation gelten kann, ist dieser Zuwachs von Bedeutung. Stabil bleibt die Einschätzung über ein „gutes Angebot“ für Kinder und Jugendliche, das mit 53 % um 10 Prozentpunkte höher liegt als in 2010 und den hohen Stand des Zugewinns in 2011 egalisieren kann. In einem Zeitvergleich ist das Fazit freundlich: Die vergleichbar schlechten Werte des Jahres 2010 aufgrund der Akzente in der öffentlichen Diskussion können vorsichtig als atypisch bezeichnet werden. Der ORF ist imagemäßig wieder auf dem Stand des als gut eingestuften Jahres 2009.

Insgesamt ist für 2012 festzuhalten:

Der ORF findet nach wie vor bei einer Mehrheit der österreichischen Bevölkerung Respekt, Anerkennung, Akzeptanz und Reputation. Die relevanten Angebotsleistungen und die Kernaufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks werden nach Ansicht der meisten Befragten vom ORF erfüllt. Von den Genres, die sich aus dem Programmfarben-Quartett Information, Unterhaltung, Sport und Kultur, ergeben, gilt dies in erster Linie für die Informationsvermittlung des ORF. In allen vier Mediengattungen (TV, Hörfunk, Internet und Teletext) liegt die Information in der Zufriedenheitsbekundung immer vorn. Im Fernsehen und im Hörfunk ist die Zufriedenheit mit 75 % bzw. 69 % größer als bei den beiden Telemedien. Dahinter liegt für die Fernsehzuschauer die Unterhaltung mit 60 % und der Sport mit 52 %, die Kultur erhält 42 %. Im ORF-Radio erhalten die Unterhaltungssendungen mit 62 % ein mehrheitliches Votum. Die Kultur bleibt mit 35 %, der Sport mit 44 % im ORF-Radio in etwa auf dem Niveau der Vorjahre. Die Ergebnisse für die Internet- und Teletext-Angebote bleiben schwer interpretierbar. Mit wachsendem Internetzugang, der in 2012 bei 70 % liegt (in Deutschland bei 77 %), ist der hohe Anteil von Befragten auffällig, die weder zu Sport und Kultur noch zu Unterhaltung eine Antwort geben wollen. Es wird deutlich, dass die Telemedien überwiegend zu Informationszwecken genutzt werden. Vergleiche mit den klassischen Mediengattungen Radio und Fernsehen sind für den Informationsbereich durchaus möglich, fallen aber – wie nicht anders zu erwarten – immer noch zugunsten des Fernsehens und des Hörfunks aus.

Wichtiger, zum dritten Mal befragter Gegenstand in der Overall-Befragung 2012 ist die Frage nach dem Anspruch der Sendungen im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens. Die Frage lautet: „Der Programmauftrag des ORF sieht vor, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zwischen 20.00 und 22.00 Uhr in der

Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen. Wie sehr erfüllt der ORF Ihrer Meinung nach diesen Auftrag?“ Die Frage zu stellen heißt, offen zu sein für sehr unterschiedliche Antworten. Das Adjektiv „anspruchsvoll“ ist nicht objektivierbar, dennoch ist eine Zuschauerantwort auf die Frage ein interessanter und durchaus werthaltiger Anhaltspunkt für die Programmschemaarbeit der Programmverantwortlichen.

Die Zahlen sind aussagekräftig: Im Jahr 2012 äußern 60 % der Befragten, dass der ORF voll und ganz oder eher schon diese Norm erfüllt. Das ist das gleiche Niveau wie schon ein Jahr zuvor, allerdings ist die Zahl derer, die voll und ganz die Erfüllung des Anspruchs des Programms sehen, größer geworden. Gegenüber 2009 ist die Gruppe mit positiver Einschätzung um 2 Prozentpunkte gewachsen. Nicht groß ausdifferenziert ist das Meinungsbild zwischen den unterschiedlichen Altersgruppen. Entscheidend für die Einschätzung ist vielmehr der Schulabschluss: Je qualifizierter die Ausbildung, desto zurückgenommener ist (erwartungsgemäß) das Urteil über die Erfüllung des Auftrags. Es ist zu bemerken, dass die Spartensender ORF III Kultur und Information sowie ORF SPORT + zum ersten Mal insgesamt als Programmangebot zur Verfügung standen. Die mit den Sendern einhergehende Angebotserweiterung hat die Ergebnisse über die Einschätzung zum Angebot anspruchsvoller Sendungen (noch) nicht breit verändert. Es ist aber bedeutsam, dass diese Frage weiterhin im Panel bleibt. Sie ist vielleicht noch stärker auf die Programmerweiterung durch die beiden Digitalsender auszudehnen.

4 Publikumsgespräche

Erfreulich ist die Dichte und Intensität der Publikumsgespräche, wie sie nur in ganz wenigen vergleichbaren Ländern Europas stattfinden. Dieses qualitative Verfahren bringt Publikum mit Programmverantwortlichen, auch teilweise Gremienmitgliedern, in eine Interaktion, die Stärken und Schwächen der Berichterstattung thematisiert. Dadurch wird eine Detailtiefe erreicht, die weit über die Qualität einer standardisierten Massenbefragung hinausgeht.

4.1 Publikumsgespräch zum Thema Information

Das Untersuchungsdesign beschreibt das Publikumsgespräch mit 39 Teilnehmern aus Niederösterreich und sechs Verantwortlichen. Das Untersuchungsziel ist eine qualitative und d. h. nicht repräsentative Erhebung der Zufriedenheit des informationsaffinen Publikums mit der Leistung der ORF-Medien. Es geht dabei auch um die Evaluation des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts im Hinblick auf Informationsangebote.

Im Ergebnis empfinden knapp ein Drittel der Teilnehmer eine Verbesserung der Qualität, wobei der Spartensender ORF III Kultur und Information am meisten zu dieser Entwicklung beiträgt. Die ORF-Informationsangebote können sich von relevanten Mitbewerbern absetzen: Es gibt eine hohe Zufriedenheit und eine entsprechende Qualitätswahrnehmung des teilnehmenden Publikums mit den Informationsangeboten des ORF. Der ORF besitzt eine sehr hohe Imagestärke und kann weit über die Hälfte der erhobenen Imagezuschreibungen auf sich vereinen. Schlüsselbegriffe für die Positionierung des ORF liegen in der Dimension „Niveau“, „Verifikation“ und nicht zuletzt in der „Regionalität“. Dagegen punkten die Spartensender, wie zum Beispiel CNN oder ntv, mit „Schnelligkeit“, während die privat-kommerziellen Sender eher den Distinktionspunkt „Unterhaltung“ einbringen. Im Detail zeigt sich in der Qualitätswahrnehmung der schon beschriebene deutliche Aufwärtstrend: 29 % des befragten Publikums schreiben dem ORF eine Verbesserung der Qualität seines Informationsangebots gegenüber dem Vorjahr zu, 71 % beurteilen die Qualität als unverändert und 0 % nehmen eine Verschlechterung wahr. Bei einer Detailbetrachtung der Positionierung der ORF-Informationsangebote im Vergleich zu den Wettbewerbern punktet das ORF-Angebot insgesamt durch Österreich-Bezug, Zuverlässigkeit, Übersichtlichkeit, Niveau, Verständlichkeit, Glaubwürdigkeit, Verantwortung, Relevanz und Sorgfältigkeit. Ermittelt man die Position des ORF über alle untersuchten Items im Bereich von Images, zeigt sich eine Imagestärke von 58 %, wohingegen die Spartensender auf 14 %, die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender auf 11 %, die österreichischen Privatsender auf 9 % und die deutschen Privatsender auf 8 % kommen.

Bemerkenswert in der Betrachtung der Stärken des ORF-Fernsehens erscheint als expliziter Pluspunkt die „schöne Sprache“ und „sehr gute Verständlichkeit“ der Moderatoren. Als Optimierungspotenziale werden beim weitgehenden Fehlen konkreter Kritikpunkte auf der Metaebene Postulate einer allgemeinen Unabhängigkeitsbetrachtung des Qualitätsjournalismus und generelle Neutralitätsüberlegungen eingebracht. Im Hörfunk erhielt Ö1 quantitativ und qualitativ die besten Noten, was mit seinem Informationsgehalt und seiner Informationstiefe begründet wird: Die Sendungen sind kompetent, gut aufgearbeitet, wertumfassend, informativ. Eine andere wesentliche Stärke des ORF-Hörfunks: Hitradio Ö3 wird neben seiner Informationsleistung mit den nützlichen Verkehrsinformationen und den unterhaltenden Aspekten vor allem wegen seiner Schnelligkeit gelobt. Mit den Adjektiven „zeitunabhängig“, „selektiv“ und „gezielt“ punktet die ORF-TVthek, die Aspekte und Erwartungen erfüllt, die eine hohe Relevanz aufweisen. Darüber hinaus zeichnet sich das ORF-Internet durch ein hohes Maß an Übersichtlichkeit und eine sehr gute Struktur aus. Diese Struktur mit ihrer Einfachheit und der Reduktion auf das Wesentliche ohne unnötige Spielereien wird als unterscheidendes Merkmal gelobt. Hauptkritikpunkt an der ORF-TVthek ist die Beschränkung der Verfügung der Inhalte auf eine Woche.

4.2 Publikumsgespräch zum Thema Wissenschaft/Service

Bei den Publikumsgesprächen diskutieren 46 Teilnehmer aus dem themenaffinen Wiener Publikum mit sieben Verantwortlichen des entsprechenden ORF-Programms und mit Publikumsrat-Gremienmitglied Mag. Andreas Kratschmar über Wahrnehmung und Reputation dieser Programmofferten, die zum klassischen Angebotsfeld des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zählen.

Beide Programmbereiche zeichnen sich durch eine hohe Imagestärke aus. Der ORF ist in der Lage, sehr relevante öffentlich-rechtliche Mehrwert-Dimensionen zu vereinen, zum Beispiel Seriosität, Zuverlässigkeit, Verständlichkeit, Kompetenz, Verantwortung und Glaubwürdigkeit. Auch hier gilt, dass die Privat-Kommerziellen einen Vorsprung in der Dimension unterhaltender Darstellung und spannender Dramaturgie aufweisen. Die Publikumszufriedenheit liegt auf einem guten Niveau, wobei ORF eins in der Publikumseinschätzung hervorsteht. ORF 2 kann bei Service, Lebenshilfe und Konsumentenschutz das Publikum für sich einnehmen. Die Zuschauer nehmen bei den beiden Programmangeboten, inklusive auch der ORF-Internetangebote, einen Aufwärtstrend wahr, wobei auch hier die Neueinführung des Spartensenders ORF III Kultur und Information maßgeblich mit zum Eindruck eines größeren Angebots und einer größeren thematischen Vielfalt einzahl.

Das größte Optimierungspotenzial zeigt sich beim ORF-Fernsehen im Bereich Wissenschaft und Bildung: Das Publikum formuliert als Hauptwunsch eine größere Quantität an Sendungen und Beiträgen aus diesem Programmbereich. Mit dem

Wunsch nach mehr Dokumentationen wird gleichzeitig eine größere thematische Breite angeregt. Thematisiert wird eine stärkere Vernetzung zwischen den ORF-Medien. Beim Thema Service, Lebenshilfe kommt ergänzend der Wunsch nach einer besseren Expertenauswahl und mehr Publikumspartizipation zum Ausdruck.

4.3 Publikumsgespräch zum Thema Sport

Mit 42 sportaffinen Vorarlbergern diskutieren sechs ORF-Programmverantwortliche Aspekte der Qualität der Sportberichterstattung und der Sportangebote der ORF-Medien.

Die Zufriedenheit der Teilnehmer des Publikumsgesprächs mit den Sportangeboten des ORF bewegt sich auf hohem Niveau – gleichauf mit den deutschsprachigen Privat-Spartensendern wie Sport 1 und Eurosport. Die Bewertungsbandbreite der vier ORF-Medien liegt zwischen 1,9 für das ORF-Fernsehen und 2,1 für den ORF-Spartenkanal ORF SPORT +. Das Sportprogramm der öffentlich-rechtlichen Sender wird besser bewertet als die deutschen privat-kommerziellen Sportangebote. Die Teilnehmer des Publikumsgesprächs attestieren den Sportangeboten des ORF eine hohe Qualität, wobei die Live-Übertragungen als Highlight für das Publikum dargestellt werden und als Live-Einstiege und Live-Streams auch in Medien, Radio und Internet hoch estimiert werden. In der Wahrnehmung des Publikums ist der ORF-Sport ausgewiesen in den Feldern „professionelle und topaktuelle Berichterstattung, „Breitensport“, spannende Live-Erlebnisse und „Österreich und Regionalbezug“.

Der Public Value wird in den Augen des Publikums am meisten in den regionalen und vielfältigen Berichterstattungsformen über Breiten- und Randsport generiert.

Mehr Mut zu gestalterischen Innovationsformen und frischeren Gesichtern bei der Kommentierung inklusive lockerem Auftreten wünscht sich vor allem das jüngere Publikum, insbesondere ein entstaubtes „Sport am Sonntag“.

Das Publikum wünscht sich trotz der Betonung „regionaler Kompetenz“ ein Entgegensteuern der „wahrgenommenen Ostlastigkeit der Berichterstattung“. Als noch nicht optimal wird ORF SPORT + bezeichnet. Der neue Digitalsender schöpfe zurzeit noch nicht alle Potenziale aus. Das Programmschema sei noch nicht hinreichend kommuniziert. Im ORF-Radio werden als Optimierungsmöglichkeit eine längere Berichterstattung oder eine eigene einstündige Sportsendung als Ergänzung der kurzen Informationseinheit angeregt. Der ORF-Internetauftritt brauche im Sportbereich mobile Applikationen, der ORF TELETEXT könnte sich vermehrt dem Thema Randsport und Regionalität annehmen.

4.4 Publikumsgespräch zum Thema Unterhaltung

47 unterhaltungsaffine Teilnehmer aus dem Publikum unterhalten sich in Kärnten mit neun ORF-Programmverantwortlichen und dem Mitglied des ORF-Stiftungsrats Franz Küberl über die Qualität und den Public Value des Unterhaltungsprogramms des ORF. Dabei zeigt sich eine Zufriedenheit des unterhaltungsaffinen Publikums mit dem Unterhaltungsprogramm des ORF und schreibt den Unterhaltungsangeboten eine gute Qualität mit positiver Tendenz zu. Gegenüber den Mitbewerbern ist der ORF klar positioniert. Seine Haupt-Assets sind Österreich-Bezug, Niveau, politische Korrektheit und Stimulation. Besondere Stärken finden sich auch in den Schlüsselbegriffen Spannung, Originalität und Neuigkeitswert. Die größten wahrgenommenen Pluspunkte liegen im Österreich- und Regionalbezug. Optimierungspotenziale werden hinsichtlich der Ausstrahlungszeiten des Kinderprogramms und hochwertiger Spielfilme, einem attraktiveren Wochenendprogramm, der Förderung junger Talente und generell mehr Innovation und Kreativität gesehen.

Die ORF-Radiosender punkten durch ihre markante Profilierung und ihre Zielgruppenaffinität. Im Hinblick auf das eingeschränkte Musikspektrum bei Radio Kärnten gibt es Kritik der jüngeren Zielgruppen. Das Publikum wünscht sich zudem weniger Wiederholungen auf Ö3.

Als größte Stärke des ORF-Internets im Hinblick auf Unterhaltung wird die ORF-TVthek angesehen, bei der man sich aber wie in allen anderen Kontexten eine längere Archivfunktion wünscht. Die Formulierung des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts liegt am deutlichsten im Österreich- und Regionalbezug.

5 Expertengespräche zum Thema Kultur/Religion

Stehen in den Publikumsgesprächen die Meinungen und die Reflexion von ORF-Mediennutzern im Mittelpunkt, werden in den Expertengesprächen Fachleute in den einzelnen Bereichen und Genres befragt und in einen aktiven Diskussionsprozess mit ORF-Sendungsverantwortlichen einbezogen.

Dadurch sollen fachspezifische Positionen, Kritik und Anregungen in die ORF-Qualitätssicherung einfließen, die sich unabhängig von der Praxis der Programmproduktion ergeben. Im Gegensatz zu den quantitativen Analysen, die sich im Qualitätsmonitoring der Repräsentativbefragung sowie in den Programmstrukturanalysen finden, sollen in den Expertengesprächen die qualitative Bedeutung, die subjektive Meinung der Fachleute zur Qualität und zur Ethik der Medien im Mittelpunkt stehen. Umgekehrt können Experten auf diesem Weg einen unmittelbaren Einblick in die Produktionsbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gewinnen und ihre Anliegen direkt an Sendungsverantwortliche weitergeben. Für den ORF ergeben sich Anregungen, Kritiken, Meinungen, Forderungen und Überlegungen für neue Formate.

Die Gespräche finden in regelmäßigen Zeitabständen wiederkehrend statt. Wie in den Vorjahren wurden für jedes Gespräch etwa 15 themenspezifische Fachleute eingeladen, um zusammen mit für den jeweiligen Programmbereich Verantwortlichen des ORF über die Leistungen und Aktivitäten des ORF zu diskutieren.

Um die spezifischen inhaltlichen Schwerpunkte der beiden Themenbereiche umfassend behandeln zu können, wurden die Expertengespräche in zwei Gruppen abgehalten. Die Fragestellungen in Bezug auf Religion im öffentlich-rechtlichen Rundfunk lauteten:

Religion als Teil des Programmauftrags des ORF

- Welche Stärken und Schwächen sehen Sie in den Medienangeboten des ORF im Bereich Religion?
- Welche konkreten Erwartungen richten sich dabei an einen öffentlich-rechtlichen Programmanbieter?
- Wie kann der Programmauftrag des ORF im Hinblick auf Religion zeitgemäß interpretiert werden?

Die Fragestellung in Bezug auf Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk lautet:

- Welche Stärken und Schwächen sehen Sie in den Medienangeboten des ORF im Bereich Kultur?

- Welche konkreten Erwartungen richten sich im Hinblick auf die Kulturberichterstattung an einen öffentlich-rechtlichen Programmanbieter?
- Wie kann der Programmauftrag des ORF in diesem Bereich zeitgemäß interpretiert werden?

Summa summarum lässt sich nach dem Expertengespräch feststellen: Da den ORF die einschränkenden Besonderheiten und problematischen Rahmenbedingungen des Religionsjournalismus nur eingeschränkt betreffen, muss speziell der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit institutionalisierten Religionsredaktionen und Religionsjournalisten einen wesentlichen Beitrag leisten, um Religion öffentlich anzubieten und zum Diskurs zur Verfügung zu stellen. Die Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist somit, lebensweltliche und spirituelle Themen aufzunehmen und so zu bearbeiten, dass sie eine tiefe und ansprechende Beschäftigung mit dem großen Gesamtbereich des Glaubens und der spirituellen Welt ermöglichen.

Dabei waren sich sämtliche Teilnehmer des Expertengesprächs einig darin, dass die Religionsberichterstattung des ORF nach hohen qualitativen Ansprüchen gestaltet ist. Bemerkenswert ist die Formulierung von Paul Zulehner, Theologieprofessor aus der Erzdiözese Wien. Er hält es für äußerst wichtig, dass die österreichischen Glaubensgemeinschaften in den Beiträgen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks repräsentiert werden. „Der ORF hat die Aufgabe, die Leute zusammenzubringen, sie einander bekannt zu machen, miteinander reden zu lassen, sich auszutauschen, zu feiern, zu streiten, Religionskenntnis zu vermitteln – ich glaube, jede Dynamik ist hilfreich. Es ist lediglich wichtig, dass sie stattfindet.“ Nachdrücklich gefordert wurde mit Hinblick auf die journalistische Formatierung von Religionssendungen, dass neben der Darstellung von Religion in aktuellen, sozialen Zusammenhängen auch über Religion auf einer Metaebene zu berichten ist. Wobei Teilaspekte des nahezu unerschöpflichen Themenfeldes Religion auch über fiktionale Formate transportiert werden sollen. Damit dies möglich wird, so die Empfehlung und Anregung der Fachleute, soll ORF-Religion unabhängig und vertrauenswürdig bleiben, soll die ORF-Religion Hilfe zur Orientierung bieten und sich durch große Kompetenz auszeichnen. Die Sendungen der ORF-Religion soll Wissen über die Religion vermehren. Formal soll sie vielfältig sein, dramaturgisch multimedial und vernetzt bleiben.

In der Programmkategorie Kultur fand das Gespräch am 24. Oktober mit zehn Kulturexperten und sieben ORF-Mitarbeitern statt.

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen als „Rundfunk für alle“ ist nach Meinung der Experten auch das prädestinierte Medium einer „Kultur für alle“. Das Leitbild des ORF sieht den Sender als eine Institution der österreichischen Öffentlichkeit und als elektronisches Leitmedium des Landes: Träger und Förderer österreichischer Identität und Spiegel der Vielfalt der Bundesländer.

Zu den Empfehlungen der Experten gehört: ORF-Kultur soll den Diskurs zum Kulturbegriff ermöglichen, der Kulturbegriff nicht als ein statischer, vielmehr als „veränderliches, kontextuelles Begreifen“. Der Diskurs umschließt die Aufgaben, herrschende Paradigmata infrage zu stellen. Kunstvermittlung im ORF soll Analysen ebenso bieten wie Anregungen, über die Wirkung von Kunst nachzudenken. Zur Erfüllung seiner Aufgaben in Bezug auf Kunst und Kultur braucht der ORF unabdingbar die Einbeziehung neuer Medien. Als Fazit ist festzuhalten: Wer ernsthaft über die Medienproduktion im digitalen Zeitalter in der offenen demokratischen Gesellschaft nachdenken und kommunizieren will, muss einen Diskursraum ermöglichen, der nach beiden Seiten kritisch, aufgeschlossen, neugierig und zukunftsorientiert jene Eindrücke, Schlussfolgerungen und Perspektiven ergibt, die ein lebendiges öffentlich-rechtliches Fernsehen auch für seine eigene kreative Anregung braucht.

Die Expertengespräche zu den beiden Schlüsselbegriffen einer unterscheidenden öffentlich-rechtlichen Kernkompetenz hat viele Anregungen und Impulse für die ORF-Verantwortlichen bereitgestellt: „Kultur und Religion vom Reißbrett“ ist demnach nicht geeignet, sich den Qualitätsfragen der Medien anzunähern. Die Macher der Expertengespräche hoffen, dass intellektuelle Freiräume, Interpretationsspielräume und ein breiter Kulturbegriff die Grundlage dafür bilden, dass die Menschen und ihre Bedürfnisse möglichst einbezogen werden können. Elitäre oder gar autoritäre Exklusion muss möglichst verhindert werden.

6 Evaluation des ORF-Qualitätsprofils Kultur/Religion

Das neueste Element aus dem ORF-Qualitätssicherungssystem umfasst das Herstellen und Überprüfen von Qualitätsprofilen für die einzelnen Programmkategorien und Mediengattungen des ORF. Hier wird methodisch noch einen Schritt weitergegangen als in den bisherigen Instrumenten der Programmbewertung. Um den Katalog der Anforderungen herum, die sich aus dem ORF-Gesetz, den Programmrichtlinien und den im „Public-Value-Bericht“ definierten Leistungskategorien sowie den mediengattungsspezifischen Qualitätsmaßstäben ergeben, bildet sich ein sehr komplex beschriebenes Qualitätsprofil. Dies soll mittels demoskopischer Verfahren dem Publikum zur Evaluation vorgelegt werden. Dabei soll zuerst geklärt werden, ob diese Qualitäts-Normen und -Dimensionen auch von der Bevölkerung für wichtig und relevant erachtet werden und sich mit ihren eigenen Anforderungen decken. Im nächsten Schritt wird ermittelt, ob der ORF die an ihn herangetragenen Anforderungen nach Einschätzung des Publikums erfüllt. Im Jahr 2011 war das Qualitätsprofil TV-Information Gegenstand einer solchen und sehr umfangreichen Evaluation. Sinnvollerweise zu dem Expertengespräch über Religion und Kultur wurde für 2012 beschlossen, eine Evaluation des ORF-Qualitätsprofils TV-Kultur/Religion durchzuführen.

Die Evaluationsstudie basiert auf etablierten Methoden der qualitativen Sozialforschung, bei denen in einem dialogischen Erhebungsverfahren das Publikum in seiner Rolle als Bürger in die Diskussion über den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einbezogen wird.

Mit dem Qualitätsprofil Kultur/Religion formuliert der ORF einen Anspruch: Entlang der fünf Leistungskriterien Vertrauen, Vielfalt, Wissen, Identität und Kompetenz definiert schließlich das Qualitätsprofil Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Diese allgemeinen Auftragswerte dienen als Grundlage für das Kultur- und Religionsprogramm in den tagesaktuellen Informationssendungen, den Magazinen und Dokumentationen, Diskussionssendungen, den Live-Übertragungen, den Filmen und Serien sowie in den Sendungen zu Alltagskultur und Brauchtum. Die Erfüllung des Qualitätsprofils soll garantieren, dass ORF-Kultur- und -Religionsprogramme für die Gesellschaft einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien erbringen.

Zusammenfassend lässt sich die Evaluationsstudie konkretisieren:

1. Das Qualitätsprofil wird von den Befragten als Leitlinie für die Schaffung von Public Value durch den ORF bestätigt.

2. Zwischen Qualitätsprofil und Umsetzung geht die Schere nicht zu weit auseinander. Die meisten der Befragten bewerten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben.
3. Im Sendervergleich ergibt die standardisierte Abfrage bei 33 von 35 abgefragten Auftragswerten, dass das ORF-Angebot inklusive ORF III Kultur und Information die höchste Qualität besitzt. Ergänzend für diese Qualität werden von den Befragten vor allem öffentlich-rechtliche Spartensender wie ARTE, 3sat oder BR-alpha hinsichtlich ihres Angebots im Bereich Kultur und Religion geschätzt.
4. Die in der monierten Kritik allfälligen Lücken zwischen Soll und Ist des Qualitätsprofils beinhalten: andere Sendezeiten, spezifischere Ansprache für junge Zielgruppen bzw. eine ansprechende Gestaltung für diese. Hinsichtlich der Wissensvermittlung wünschen einige Befragte noch mehr Augenmerk auf die Präsentation von Hintergründen bzw. eine tiefergehende, detailreichere Information. Am häufigsten verwendeten die Befragten – in unterschiedlichen Zusammenhängen – das Wort „mehr“, d. h. sie wünschen eher einen Ausbau des Kultur- und Religionsprogramms. Ebenso ist die Vielfalt von Sendungen und Themen für die Befragten und ihre Zufriedenheit mit dem Programm besonders relevant. Bemerkenswert dabei ist aber, dass in den 123 Face-to-Face-Gesprächen das Mehr an Vertrauenswürdigkeit – sonst ein üblicheres Postulat bei ähnlichen Befragungen – nicht in der gleichen Intensität gefordert wird wie Themenvielfalt.

7 Exkurs: Die Ausgewogenheitsbeschwerde des VÖP und die definitorischen Schwierigkeiten des Kulturbegriffs

Auch wenn inzwischen der BKS feststellte, dass das TV-Gesamtprogramm für das Jahr 2010 dem ORF-Gesetz gerecht wurde und auch wenn es gute Gründe für die vorläufige Annahme gibt, dass der ORF bei dem Start des 24-Stunden-Spartenprogramms ORF III Kultur und Information auch dem von BKS aufgetragenen Gebot proportionaler Verhältnisse zwischen Kultur und Unterhaltung weiter genügen wird, so ist vielleicht an dieser Stelle im Anschluss an die Expertendiskussion zum Thema Religion/Kultur der Evaluation von Kultur und Religion im Programm folgende Reflexion angebracht: Die aus dem Konzept „Rundfunk für alle“ zu schließende Konzeption „Kultur für alle“ legt sowohl vonseiten der Produzenten wie vonseiten der Rezipienten ultimativ den Abschied von einem statischen Kulturbegriff nahe. Es wird in Zukunft sehr viele Kulturbegriffe geben müssen, die sich nicht mehr untereinander ausschließen, sondern Respekt vor dem Kulturschaffen und der Kreativität des anderen beinhalten. Ich will dabei auf die Wahrnehmung der Rezipienten und ihrem Verständnis des heutigen Kulturbegriffs verweisen, wie es sich aus der Evaluation der kulturellen Qualitätswahrnehmung ergibt. So werden die kulturellen Stärken gerade der tagesaktuellen Informationssendungen von den Gesprächspartnern als Kulturleistung außerordentlich hervorgehoben. Auch die aktuellen, direkten und indirekten Kulturbezüge, die kulturelle Vielfalt, die kompetente Machart (Professionalität als beachtliche kulturelle Leistung) und der Bezug zu Alltagskulturen in diesen und anderen Sendungen werden hervorgehoben. Die Hinweise auf regionale Kulturangebote werden ebenso thematisiert wie lokale Informationssendungen als ein Teil der manifesten Kulturinformation. Vor allem aber fallen die demografischen Unterschiede bei den Bewertungsentscheidungen auf. Sie sind signifikativ und relevant. Sie helfen eine Antwort auf die Frage nach der „richtigen“ Struktur der Programmstrukturanalysen zu geben, ob 4 und/oder 6 Kategorien angemessen und normativ richtig sind. Die Ergebnisse zeigen – auch vor dem breiten Hintergrund des komplexen Auftragsfeldes – dass der ORF gut beraten ist, auch künftig eine Ausweitung nach 6 Kategorien (inklusive Altersdifferenzierung) im Auge zu behalten. Die geforderte Auswertung nach nur vier Kategorien und diesbezüglich strengen Quantitätsvorgaben ist auch international nicht zuletzt angesichts der Dynamik der Kulturbegrifflichkeit nicht aussagefähig und deshalb nicht üblich.

8 Public-Value-Studie 2012: Volkswirtschaftliche Effekte des ORF-Fernsehens

Eine eher ungewöhnliche Spur zur Thematik Qualitätssicherung ergibt das Forschungsprojekt über die Produktionsaufträge des ORF, seine Effekte und seine Konsequenzen. Qualitätssicherung wird hier verstanden als Ausweitung der Legitimationsbasis des programmorientierten Handelns des ORF im Hinblick auf die Konsequenzen für gesellschafts- und wirtschaftspolitische Grundlagen des Landes. Die auf Programmproduktion des Jahres 2011 ausgerichteten Untersuchungen versuchen, durch Anwendung ökonometrischer Methoden die Effekte von TV-Produktionen auf die regionale Tourismuskonsumnachfrage sowie auf der Basis eines multiregionalen Input-, Output-Modells die direkten und indirekten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte zu simulieren, die aus den Aufwendungen des ORF für den Bereich Fernsehen entstehen.

Die volkswirtschaftlichen Effekte lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

Basierend auf Daten des Jahres 2011 wurde im Rahmen einer solchen Modellsimulation berechnet, dass die im Zuge des Bereichs Fernsehen getätigten Ausgaben des ORF im Ausmaß von rund 676 Millionen Euro mit

- rund 1,82 Milliarden Euro an gesamtwirtschaftlichen Produktionswerten,
- einer Bruttowertschöpfung von 890 Millionen Euro als Beitrag des ORF zum österreichischen Bruttoinlandsprodukt
- sowie einer Beschäftigung von rund 10.360 Vollzeitäquivalenten

verbunden werden können.

Daraus ergeben sich folgende Multiplikatoreffekte:

- Jeder Euro, den der ORF für seine Aktivitäten im Bereich Fernsehen aufwendet, ist mit einer identischen Bruttowertschöpfung von 1,32 Euro verbunden.
- Jeder Euro an Bruttowertschöpfung, der im ORF im Bereich Fernsehen in Form von Löhnen und Gehältern sowie Abschreibungen entsteht, trägt 3,20 Euro zur inländischen Bruttowertschöpfung bei.
- Auf alle im Bereich Fernsehen beschäftigten Personen kommen fünf Beschäftigte in anderen Bereichen der österreichischen Wirtschaft.

Im Rahmen einer ökonometrischen Differenzialanalyse wurden die Effekte der Ausstrahlung der beiden TV-Serien „Winzerkönig“ und „Vier Frauen und ein Todesfall“ im Hinblick auf die Auswirkungen auf den lokalen Tourismus statistisch ausgewertet. Es gibt, so das Ergebnis, Effekte in der Zahl der Übernachtungen von

Gästen aus verschiedenen Ländern. Es gibt signifikante Steigerungen für den Zeitraum nach Ausstrahlung des jeweiligen Landes bei Gästen aus Slowenien und Kroatien. Die Nennung aller Drehorte einer Film- oder TV-Produktion beim Originalnamen und die Platzierung der Drehorte als Marke steigern den Werbewert einer Region und die volkswirtschaftlichen Effekte.

Im Kontext der „Public-Value-Studie“ initiierte der ORF auch eine Studie mit dem Titel: „Die intellektuelle Wertschöpfung des ORF-Fernsehens“.

Die Studie, die vom Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien realisiert und von den Universitätsprofessoren Dr. Katharina Salikaris und Dr. Fritz Hausjell geleitet wurden, fragt nach dem Beitrag des ORF auf die intellektuelle Wertschöpfung der österreichischen Gesellschaft. Basierend auf Literaturanalysen und empirischen Fallstudien macht das Projekt die folgenden Empfehlungen und Beobachtungen: Der Beitrag des ORF zur intellektuellen Wertschöpfung des Landes zeigt sich in drei Bereichen des Engagements und des Outputs seiner Arbeit: in seiner Aufmerksamkeit für die kulturelle Vielfalt, seinem Beitrag zur aktiven Gestaltung der selbstreflexiven Identität und in der innovativen Kreativität. Diese drei Bereiche intellektueller Tätigkeit sind die Schlüsselbereiche, in denen der ORF Verpflichtungen zum Schutz des Reichtums und der Entwicklung der sich stets weiter entfaltenden und verändernden kulturellen Umgebung einbringt. Empfohlen wird, dass der ORF vor dem Hintergrund seiner Bedeutung für die intellektuelle Landschaft angehalten werden soll, seine technischen und administrativen Strukturen in Bezug auf den Zugriff auf das ORF-Archiv zu verbessern, um so mehr Personen einen Zugang zu ORF-Produktionen zu ermöglichen. Darüber hinaus sollte der ORF Veränderungen in Bezug auf Medientechnologie sowie sein Verständnis von Innovation vorantreiben. Auch habe der ORF eine spezielle Verpflichtung im Sinne der Medienkompetenz sowie den Möglichkeiten des Informations- und Wissensaustausches.

9 Die ORF-Publikumsratsstudie 2012: Der Gender-Aspekt in den ORF-Angeboten unter besonderer Berücksichtigung der Information

Die diesjährige Studie des Publikumsrats hat eine komparative und analytische Thematik. Zum einen thematisiert sie in der Gegenüberstellung zur Studie aus dem Jahr 2004 Vorbilder in den Medien, differenziert zwischen Männern und Frauen. Auf der anderen Seite rückt sie Rollenbilder und Wahrnehmung dieser Bilder von Frauen und Männern in den Informationssendungen des ORF in den Fokus. Die Untersuchung will zwischen journalistischen Rollen, moderativen Rollen, den Experten und den Expertinnen und den Gegenstand der Berichterstattung über Männer und Frauen unterscheiden. Gleichzeitig sollen Institutionen, welche das Frauen- und Männerbild von Kindern und Jugendlichen am stärksten prägen, im Vergleich zu 2004 erfragt werden. Die Methode wurde als eine telefonische Repräsentativbefragung beim Integral-Institut in Auftragung gegeben, 976 Bürger ab 14 Jahren wurden vom 16. Jänner bis zum 5. Februar 2013 mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens interviewt.

Vor dem Hintergrund einer sehr umfangreichen Diskussion über die Frauenquote fast überall in Europa sind jetzt die neuen Ergebnisse nicht ohne Überraschung.

- Im Vergleich zu 2004 ergab sich ein Rückgang der Zustimmung, Frauen sollen verstärkt in Führungspositionen arbeiten, um ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen zu können. Zurückgegangen ist die Verknüpfung der Frauen-Erwerbstätigkeit mit der Entwicklung der Arbeitslosen. Hinsichtlich der Berufstätigkeit von Müttern äußert sich knapp jeder Zweite (50 %) skeptisch.

Jeder Dritte (32 %) vertritt die traditionelle Rollenverteilung, arbeitender Vater / Hausfrau und Mutter. Immerhin 16 % geben den arbeitenden Frauen die Schuld an der hohen Arbeitslosenzahl.

Was die Vorbilder der Medienwelt angeht:

- Sowohl bei den weiblichen als auch bei männlichen Vorbildern der Medienwelt dominieren internationale Schauspielerinnen, wenn auch nicht mehr so ausgeprägt wie im Jahr 2004.
- Unterschiede zeigen sich hinsichtlich des angenommenen Interesses für Sendungsformate: Besonders Talksendungen, Magazine und Unterhaltungsshow werden eindeutig als für Frauen interessanter eingestuft, während Sportnachrichten und Sportübertragungen sowie Wirtschaftsmagazine eindeutig als für Männer interessanter angesehen werden.

- 67 % sind davon überzeugt, dass es im ORF sowohl für Frauen als auch für Männer interessante Informationssendungen gibt.
- Unterschiede zeigen sich auch bei der Art der Aufbereitung: Die Aufbereitung der Themen Gesundheit und Kunst und Kultur im ORF-Fernsehen sprechen aus Sicht der Befragten eher Frauen an – während die Aufbereitung von Sportinhalten für den Geschmack des männlichen Publikums zugeschnitten scheint.
- Im Hinblick auf Informationssendungen sind die Ergebnisse ziemlich stabil:
 - Sieben von zehn Befragten sind der Ansicht, das Verhältnis von Frauen und Männern in den ORF-Informationssendungen sei heute ausgewogener als früher. In den Bereichen Moderation, Expertise, Journalismus und/oder Berichterstattung ist für rund die Hälfte der Befragten ein ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern sehr oder eher wichtig.
 - Zufrieden zeigen sich die Befragten mit dem in den ORF-Informationssendungen vermittelten Bild von Frauen und Männern. Ein Viertel ist sehr zufrieden, weitere 46 % sind eher zufrieden.

Die diesjährige Publikumsratsstudie von Frauen und Männern zeigt erhebliche Veränderungen seit 2004 und gleichzeitig große Unsicherheiten in einer gemeinsamen Vorstellung vom Rollenverhalten der Frau. Dass angesichts der großen Leistungen von Journalistinnen im ORF eine Zufriedenheit über die ausgewogene Besetzung in der Information ein wichtiges Thema der Zuschauerbefindlichkeit ist, wird mit dieser Studie zum ersten Mal manifest belegt.

10 Public-Value-Report

Dies ist der 5. „Public-Value-Report“ des ORF. Er berichtet in Zahlen, Daten, Fakten, Aufsätzen und Bildern in anspruchsvollem Design die fünf Qualitätsdimensionen des ORF. Den individuellen Wert, den Gesellschaftswert, den Österreichwert, den internationalen Wert und den Unternehmenswert. Er stellt den grundsätzlichen gesellschaftlichen Mehrwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks jenseits von Marktanteilen oder Werbeeinnahmen in den Vordergrund. Er belegt den gesellschaftlichen Mehrwert und geht damit weit über die proklamierende, behauptende und deskriptive Form von Beschreibungen einer öffentlich-rechtlichen Identität hinaus. Mit den fünf Qualitätsdimensionen des ORF hat der „Public-Value-Report“ einen soliden roten Faden. Er macht deutlich, aus welchen gesetzlichen Normen, aus welchen ORF-Programmrichtlinien und ORF-Leitbildern diese Qualitätsdimensionen abgeleitet und weiter expliziert werden können.

Die einzelnen empirischen Belege sind wie ihre Quelle zu vielfältig und umfangreich, um einzeln hier erwähnt zu werden. Erwähnenswert bleibt dennoch der außerordentlich einfallsreiche Approach, die Leitfiguren des ORF in einer neuen Funktion als tiefgründige, analytische Beschreiber ihrer Welt zu erleben.

Zentral bleiben die zahlreichen Eckwerte der Programmstruktur, die zwar auch den unterschiedlichen Berichten zu entnehmen sind, aber im „Public-Value-Bericht“ erstens färbiger, differenzierter und vor allen Dingen lesbarer aufbereitet sind. Sie machen Appetit auf das Programm.

11 Fazit

Die Berichte, die diesem Gutachten zugrunde liegen, gewähren einen umfassenden Einblick darüber, in welcher Vielfältigkeit, komplexen Argumentationsreihe und Tiefe der ORF seine Qualitätskonzepte darlegt.

Vor allem aber auch, wie er seine Qualitätssicherung als ein System begründet.

Die Erfüllung der Qualitätsstandards wurde sowohl produkt- als auch rezipientenbezogen geprüft. Die Inhalts- bzw. Programmstrukturanalysen ermöglichen Aussagen über die Angebots- und damit auch über die Profile der Qualität aller Mediengattungen und Sender des ORF.

Ausweislich dieser Berichte ist festzustellen, dass der ORF im Jahr 2012 den festgelegten Qualitätskriterien in den wesentlichen Belangen entsprach.

Beindruckend ist über die aktuelle Feststellung der gesetzeskonformen Umsetzung der Qualitätssicherung hinaus die sukzessive Ausweitung des ORF-Qualitätssicherungssystems in den letzten Jahren. Es gibt nur wenige vergleichbare Sender, die in einer vergleichbaren Form und in einer vergleichbaren Detailtiefe die qualitativen Perspektiven einer Qualitätssicherung so intensiv forciert haben wie der ORF. Die seit 2010 zu beobachtende Opulentierung des „Public-Value-Berichts“ und nachvollziehbare Belege runden das zunehmend positive Bild des ORF-Qualitätssicherungssystems ab – ein System, das inzwischen innerhalb der europäischen EBU von vielen anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern als Vorbild gesehen wird.