

Gesellschaftswert

Wie vermittelt der ORF die Gesellschaft, in der wir leben? Macht er seine Programme ORIENTIERUNG? Reagiert er auf Augenhöhe mit den Menschen, in BÜRGERNÄHE auf die Herausforderungen der Zeit? Unterstützt er die INTEGRATION der Benachteiligten, der Besonderen, der Minderheiten, der Ankommenden?



Next
Generation

»Public Value heißt für mich, Verantwortung für gesellschaftliche Diskurse zu übernehmen – und das kann ich in meinem Job bei Ö1 umsetzen.«

Juliane Nagiller, Ö1

zukunft.ORF.at

Zum Schweigen fehlen uns die passenden Worte

Von Peter Klein, Ö1

Der Tag begann um sechs Uhr morgens mit einer »Begrüßung« durch die Glocken der Stiftskirche Klosterneuburg, gefolgt vom »Spruch des Tages«.

Am Abend dann das »Musikalische Welttheater« sowie »Parodien und Satiren«, gelesen von Otto Schenk. Um null Uhr fünf war schließlich Sendeschluss, sowas gab's damals noch.

ORF-Gesetz § 4. (1) »Der Österreichische Rundfunk hat für die Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft sowie für die Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots zu sorgen. (4) Insbesondere Sendungen in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft haben sich durch hohe Qualität auszuzeichnen.«

Am 1. Oktober 1967 ereignete sich in Österreich eine Radio-revolution, erblickten der Klassik- und Informations-sender Ö1 und, zeitgleich, der »Jugend-sender« Ö3 das Licht der Welt. Der Beginn einer Erfolgsgeschichte, die die österreichische Rundfunklandschaft bis zum heutigen Tag prägen sollte. Und weil wir, wie der italienische Schriftsteller Tomasi di Lampedusa so treffend formulierte, zulassen müssen, dass sich manches verändert, wenn wir wollen, dass alles so bleibt wie es ist, wird Ö1 seinen fünfzigsten Geburtstag nutzen, um sich sanft, aber erkennbar, weiter zu entwickeln.

Selbstverständlich wäre es völlig verrückt eine so bekannte und bestens eingeführte Marke wie Ö1 über Bord zu werfen und durch etwas gänzlich Neues zu ersetzen. Ö1 hat, sowohl als Radioprogramm als auch in seinen Printprodukten, einen hohen Wiedererkennungswert. Der Reformprozess musste daher behutsam angegangen werden. Eine schwierige Aufgabe. Schwierig aber machbar.

Der erste Veränderungsschritt war längst überfällig. Die Ö1-Website und die Ö1 App müssen einem dringend notwendigen Relaunch unterzogen werden. Sowohl aus ästhetischen als auch aus technischen Gründen. Dieser Prozess erleichtert unserem Publikum das Hören über Tablets und Smartphones und damit den Zugang zum Nachhören versäumter oder verpasster Sendungen.

Von langer Hand vorbereitet war der zweite Schritt des Reformprozesses. Der Vormittag wird abwechslungsreicher und flotter als bisher. Um 11 Uhr gibt es erstmals Nachrichten, die Radiogeschichten werden auf 11 Uhr 05 vorverlegt und um einige Minuten verlängert. Vor dem Mittagsjournal wird eine neue Sendung unter dem spitzen Titel Des Cis Neuigkeiten aus der Welt der Musik präsentieren und direkt im Anschluss an das Mittagsjournal wird eine tägliche Sendereihe (Titel: Punkt eins) unter Einbindung des Publikums aktuelle und semiaktuelle Themen ausleuchten und diskutieren. Punkt eins ersetzt die bisherige Sendereihe Von Tag zu Tag. Moment – Leben heute, die »Familiensendung« von Ö1, wobei zur Familie natürlich auch Rudi, der Radiohund gehört, wandert in den späteren Nachmittag und wird um zehn Minuten verlängert. Eine spezielle Erwähnung verdient, nebst anderen, geringfügigen Veränderungen, noch der Ö1 Kunstsonntag. Sonntag für Sonntag versammelt Ö1 nun von 19 Uhr 05 bis 24 Uhr Neues aus der Welt der Kunst. Neben einem optimierten Programm wird sich Ö1



Peter Klein leitet Ö1.

auch optisch neue Kleider schneiden lassen. Die, die wir jetzt tragen, sind bemerkenswerte 22 Jahre alt und schon ein wenig abgewetzt. Logo, Schrifttypen und grafisches Design werden moderner, heller, zeitgemäß. Mit Protesten ist zu rechnen. Doch wie schon Gerd Bacher sinngemäß sagte: Ein neues Design, dass zum Zeitpunkt seines Erscheinens bereits allen gefällt, kann zur Stunde seiner Geburt bereits als veraltet gelten. Damit der Gewöhnungsprozess leichter fällt wird Ö1 ab Ende April eine Imagekampagne starten. Aber keine Angst: Ö1 bleibt Ö1. Man wird uns auch in den neuen Kleidern mühelos identifizieren können.

Noch entscheidender für einen Radiosender als das, was man sieht, ist ohne Frage das, was man hört. Daher wird Ö1 sich und seine Hörerinnen und Hörer zum fünfzigsten Geburtstag mit einem völlig neuen akustischen Design beschenken. Die Signations und Jingles des genialen Querkopfs Werner Pirchner, die das akustische Erscheinungsbild des Senders seit 1995 prägen, treten in den wohlverdienten Ruhestand und werden, für Nostalgiker, auf CD erscheinen. An ihre Stelle treten an die hundert musikalische Miniaturen aus der Feder des Musikers, Komponisten und Dirigenten Christian Muthspiel, die, größtenteils vom RSO eingespielt, das Klangbild des Kultur- und Informationssenders für lange Zeit prägen und eine völlig neue Qualität entfalten werden. Am 1. Oktober 2017 werden sich die Pforten des RadioKulturhauses öffnen. Es wird Konzerte und Live-Sendungen geben, eine Festrede von Robert Menasse und einen gewaltigen Besucheransturm.

Der Gründungstag von Ö1, war ein Sonntag. Der Kalender will es, dass auch der 1. Oktober 2017 auf einen Sonntag fällt. Ein Festtag für einen frisch renovierten Sender in seinen besten Jahren. Wir werden feiern und auch darüber reden. Denn zum Schweigen fehlen uns die passenden Worte. ●

Reden wir über den Talk

Von Claudia Reiterer, »Im Zentrum«

Ich habe meine Moderationslaufbahn im ORF vor 16 Jahren mit einer Diskussionsendung begonnen (»betrifft« gemeinsam mit Johannes Fischer) – und weiß seither: Die entscheidenden Parameter für den politischen Talk sind Thema und Gäste. Das Thema richtet sich nach Aktualität, Brisanz und Relevanz.

Die schwierigsten Wochen sind jene, in denen das Diskussionsthema nicht klar auf der Hand liegt. Ein Beispiel war die letzte Februarwoche. So haben wir einen Tag lang intensiv das Thema »Arbeit« mit dem geplanten Zwölfstundentag »Ausbeutung oder Freiheit« genannt und mit potenziellen Gästen telefoniert, Inhalte recherchiert, mögliche Beiträge überlegt. Doch das Thema findet sich gerade nicht im Aufmerksamkeitsfokus der Menschen, keine Berichte oder Streit in der Politik zu diesem Zeitpunkt. Also Themenwechsel hin zum Arbeitstitel: »Die Politik im Netz der Lügen«, doch hier gelingt es uns nicht, die besten

Gäste zu angeln, so wurde es vier Tage vor der Sendung das Thema »Bildung«, weil eine aktuelle Statistik zeigt, dass jede/r vierte Schüler/in in Österreich und jede/r zweite in Wien Deutsch nicht als Muttersprache hat. Zwei volle Tage Recherchen und Vorbereitung waren vergebens.

Gäste einladen hört sich ja verdammt einfach an, nur: In der Praxis? Da herrscht oft Diskussionsverweigerung. Die einen wollen nicht, die anderen können nicht, die dritten dürfen nicht. Und dann sind noch die, die mit diesem/dieser oder jenem/jener keinesfalls diskutieren möchten. Und dann die, die nur dann kommen wollen, wenn auch ein bestimmter anderer/eine bestimmte andere auch eingeladen wird. Und dazu kommen noch die, die gar nicht eingeladen sind,

es aber unbedingt sein wollen. Deren Klage- lieder kommen dann prompt per Telefon oder Presseaussendung ...

Das Publikum erwartet sich in einer Talk-Runde zu Recht Menschen, die

etwas zu sagen haben. Im doppelten Wortsinn. Einerseits Menschen mit gewichtiger Stimme, die Kraft ihres Amtes auch Entscheidungen treffen können. Und andererseits Menschen, die diese Entscheidungen kritisieren oder von diesen Entscheidungen unmittelbar betroffen sind. Und zu Recht vielfältige Akteure – und eben auch Akteurinnen: Wo bleiben die Frauen?

Talk-Runden bilden Realität ab. Eine Realität, in der es nicht gerade von Spitzenpolitikerinnen, Bankdirektorinnen, Wirtschaftskapitäninnen und Gewerkschaftsfunktionärinnen wimmelt ... Diese Realverfassung schlägt auch auf Diskussionsrunden durch. Und so manche Top-Frau zweifelt an der eigenen Kompetenz. »Ich bin nicht genügend vorbereitet«, »ich habe einen Kollegen, der macht sowas gern«, oder »ich muss erst einen Babysitter organisieren«. Absage-Begründungen, die man von Männern so gut wie nie hört. Im Gegenteil: Da gibt es welche, die beim ersten Anruf der Talk-Redaktion sagen: »Ich komme, was ist das Thema?«

Wenn sie schließlich im Studio Platz nehmen, sind sie meist exzellent vorbereitet, trainiert, gecoacht, mitunter übertrainiert. Politiker/innen üben im Vorfeld vor der Kamera sowohl das, was sie sagen wollen, als auch das, was sie nicht sagen wollen –



Claudia Reiterer
verantwortet »Im Zentrum«, die
aktuelle Gesprächssendung des ORF.

und vor allem, wie sie das tun. Als Moderatorin ist für mich die erste Frage, mit der ich eine Sendung eröffne, von großer Bedeutung. Die Herausforderungen und Qualitätsansprüche, die an mich gestellt werden: Wenn Gäste Fragen ausweichen, mein Verhalten in sprachlichen Chaosituationen, wann es sinnvoll ist, jemanden zu unterbrechen. Am Ende steht für mich immer der Erkenntnisgewinn. Jedenfalls sollten in einer politischen Talk-Sendung u. a. folgende Qualitätsmerkmale zu finden sein: Relevanz, Ausgewogenheit, Meinungsvielfalt und Unparteilichkeit.

Nicht zuletzt diese wird vom Verhältnis zwischen Politik bzw. Wirtschaft und Medien bestimmt und ist aufgrund der großen Verschiebungen der Weltpolitik, der größten Krise der Europäischen Union, der Fluchtbewegung und der Diskussionen rund um Fake News, Lügen, Halbwahrheiten in Zeiten von Social Media stets im Diskurs.

Hier bildet das Redakteursstatut des ORF mit seinen wesentlichen Punkten wie Unabhängigkeit, Eigenverantwortung und Freiheit der journalistischen Berufsausübung, sowie die Verpflichtung der Geschäftsführung, gegen die Einflussnahme von außen zu verteidigen und den Redakteuren Schutz zu gewähren, ein Schutzregulativ, das unter Umständen öfter in Erinnerung gerufen werden muss. ●

Tags auf zukunft.ORF.at

- # Bürgerforum
- # DialogForum
- # ZiB
- # Im Zentrum



Qualitätsprädikat: ORF III

Von Peter Schöber, ORF III

Qualität, Qualität und nochmals Qualität. Das war und ist der Grundanspruch von ORF III. In den ersten Jahren waren es primär Archivsendungen und zeitnahe Wiederholungen bestehender ORF-Produktionen, mit denen wir das Gros der Hauptsendezeit bestritten. Um den Sender aber langfristig als Kultur und Informationsmarke des ORF im Bewusstsein des Publikums zu verankern, war es unabdingbar, ihn mit starken Sendungsmarken, Eigen- und Auftragsproduktionen auszustatten. Wurden im Jahr 2012 noch rund 80 % der Hauptsendezeit (19.30–23.00 Uhr) mit Formaten aus dem Archiv und Wiederholungen versehen, so präsentierte ORF III im Jahr 2016 bereits rund 80 % Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen in der Hauptsendefläche. Rund 85 % unseres Programmbudgets – ein außergewöhnlich hoher Wert – fließen in die österreichische Produzentenlandschaft. Dieser konsequente Ausbau der Programmidentität,

ORF-Leitbild »Kunst und Kultur sind zentrale Werte für den ORF. Seine Programme und Aktivitäten stimulieren, fördern und vermitteln die kulturelle Vielfalt in der Gesellschaft. Der Kulturauftrag des ORF gilt der gesamten Bevölkerung und erstreckt sich auf alle Lebensbereiche der Menschen im regionalen, nationalen und globalen Kontext.«

der vom Konzern, allen voran Generaldirektor Dr. Wrabetz, nach Kräften unterstützt und mitgetragen wird, führt dazu, dass wir all unsere Ressourcen in die Schaffung tragfähiger Sendungsmarken investieren können, die unsere vier Programmsäulen Kultur / Volkskultur / Regionalität und Religion; Zeitgeschichte / Zeitgeschehen / Wissenschaft und Bildung; Information / europäische Integration und Stärkung des Demokratieverständnisses; sowie Kunst und Kultur, glaubhaft widerspiegeln.

Wie rasch sich ORF III zum maßgeblichen Partner in der österreichischen Kulturlandschaft entwickelt hat, zeigt auch folgende Kennzahl: Wurden im ersten Senderjahr noch bescheidene vier klassische Bühnenproduktionen eigenständig für das ORF-III-Publikum erstellt, so waren es im Vorjahr mehr als 30 (!), die unser Sender live oder live-zeitversetzt unter dem Label »Erlebnis Bühne« gemeinsam mit unseren Partner/innen von den heimischen Kulturinstitutionen umsetzen konnte. Der Bogen spannt sich hier von der Wiener Staatsoper, dem Ronacher und dem Konzerthaus, über die Salzburger Festspiele, die Bühnen in Grafenegg, Graz, Bregenz und Baden, die Freiluftarenen von Mörbisch, Göttweig, St. Margarethen über die alternative Szene des RadioKulturhauses und des Werk X, bis hin zum Open-Air-Gedenkkonzert am Heldenplatz. In Zukunft wird der ORF-III-Spielplan auch mit Programmen aus dem neuen und anspruchsvollen heimischen Volksmusikrepertoire erweitert. Literatur im Hauptabend und Spielfilme österreichischer Provenienz zur besten Sendezeit sind ohnehin seit jeher fixer Bestandteil unseres Fernsehangebots, und auch den wichtigsten heimischen Film- und Theaterpreisen räumen wir in Live-Übertragungen und umfassenden Berichterstattungen breitesten Raume in, wie dem Österreichischen Filmpreis, der Diagonale oder dem Nestroy-Preis.



Peter Schöber
leitet ORF III.

»Kultur Heute« ist stets am Puls der Zeit und berichtet in Spezialausgaben von den Orten des kulturellen Geschehens. Bedeutende Persönlichkeiten aus dem Kunst- und Kulturbereich finden sich mehrmals wöchentlich zum Studiogespräch ein. Dass Kultur und Unterhaltung kein Wider-

spruch sind, beweist auch Birgit Denk in der ORF-III-Gesprächsreihe »DENK mit KULTUR«. Neben vielschichtigen kulturellen Themen kommt aber auch feinsinniger Humor in ORF III nicht zu kurz. Die Kleinkunst-Sendereihe »Kabarett im Turm« trainiert diesbezüglich regelmäßig die Lachmuskeln der Österreicher und Österreicherinnen und verbreitet anspruchsvolle Unterhaltung mit Tiefgang.

Abseits des klassischen Kulturumfeldes haben wir in den vergangenen Jahren ein besonderes Augenmerk auf die Aufarbeitung zeitgeschichtlicher Vorgänge und Ereignisse gelegt. Mehr als 150 »zeit.geschichte«-Sendeplätze pro Jahr informieren unser Publikum über historische Zusammenhänge und deren gegenwärtige Bezüge. Wirtschaftspolitische Ereignisse der Vergangenheit werden dabei ebenso beleuchtet wie spannende Persönlichkeiten aus Politik und Gesellschaft porträtiert. In jedem Fall steht ORF III Pate dafür, dass Zeitgeschichte alles andere als langweilig ist. Geschichte und Kultur, das ist für uns mehr als Theater, Oper oder Literatur. Es ist ein umfassender Auftrag, bei dem ORF III seine Qualität so richtig entfalten kann. ●



ORF III ist der Kultursender des ORF – u. a. mit zahlreichen Opern im Programm.

Die Gegenteile der Authentizität

Von Christoph Guggenberger, TV-Religionsredaktion

»Sehr gut, aber sehr spät«, das steht angenehm häufig in den E-Mails unser Zuseherinnen und Zuseher als Sendungsfeedback. »Sehr gut«, das freut uns natürlich, bei »sehr spät« beeilen wir uns hinzuzufügen, dass »kreuz und quer« auch auf ORF III zu sehen ist und außerdem einen Mittags-Wiederholungstermin hat ... Was aber heißt für uns »sehr gut« im Bereich der TV-Dokumentation für »kreuz und quer« und was nimmt unser Publikum als »sehr gut« wahr? Die Zutaten scheinen zunächst selbstverständlich – doch sie haben unbequeme Konsequenzen.

Da ist zunächst einmal gerade bei TV-Dokumentationen ein gehöriges Maß an Authentizität als Hauptzutat. Klingt selbstverständlich und modern. Ist aber schon auf den zweiten Blick ziemlich schwierig. Das wird deutlicher, wenn man bei der Definition von Authentizität versucht, Gegenteile zu formulieren. Ein auf den ersten Blick vielleicht nicht erkennbares aber durchaus gefährliches Gegenteil ist nämlich die »Mission«, oder aber gefälliger formuliert – »wenn ein Film etwas aussagen will«. Sehr schnell ist hier das Gegenteil von Authentizität erreicht, nämlich »das Bemühen, eine Haltung zu

vermitteln«. Auf der Suche nach sehr guten TV-Dokumentationen für »kreuz und quer« ist es für mich immer wieder erstaunlich, dass es nicht viele Regisseurinnen und Regisseure gibt, die ihrem Stoff, ihren Protagonistinnen und Protagonisten, ihrem Objekt der Berichterstattung wirklich trauen. Und die sich vor allem trauen, Tiefen und Untiefen auszuloten, Vertrauen zur Wirklichkeit zu haben, ins Eintauchen ins Komplexe. Erst dann gelingt es, einen Felsen zu umschiffen, der sich Klischee nennt, auch ein Gegenteil der

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.«

Authentizität. Denn Klischees machen die Wirklichkeit stromlinienförmiger. Das bietet zwar Vorteile fürs Erzählen, doch wirklich spannende Dokus sind nicht aerodynamisch. Und sind erst dadurch authentisch – und übrigens bei aller erwähnten Vorsicht – überzeugender. Maria Kollers Film über Mutter Teresa »Heilige der Dunkelheit« (MR-Film) darf hier als Beispiel dienen, indem sie Mutter Teresa mit ihren schwierigen Seiten und

auch mit ihren Glaubenszweifeln portraitiert. Dieses Eintauchen in die Wirklichkeit braucht – Zeit. Womit eine weitere wichtige Zutat angesprochen wäre, die Zeit eben – und damit Ausführlichkeit und die Liebe zum Detail. Eine gute »kreuz und quer«-Doku muss das Gegenteil der so modernen »Briefings« sein. Die vollständige Information, nicht Info-Häppchen. Doch auch diese Zutat ist nicht selbstverständlich, mündet nur auf den ersten Blick. Denn das Bekenntnis zur Ausführlichkeit und der Abbildung der



Christoph Guggenberger leitet »kreuz und quer«.

Wirklichkeit in ihren Schattierungen bedeutet auch, Mut zu haben, Themen zu zerlegen. Aspekte einer Thematik auszuwählen, um diese im Detail ausleuchten zu können. Details zu zeigen und Zeit zu haben – »Himmelwärts« ist so ein Film (Regie Jaqueline Kornmüller, Produktion Navigatorfilm). Ein extrem ruhiger, behutsamer und nachdenklicher Blick voll von innerer aber auch optischer Spannung, der den stillen Tagesablauf eines Piaristenpaters zeigt, der mitten in Wien eine spirituelle Nische geschaffen hat.

Wobei dieses Beispiel auch noch eine dritte Zutat birgt, die viele großartige Dokus aufweisen: Die Liebe zu Nischen nämlich, also dort hinzusehen, wo normalerweise niemand oder niemand gern hinsieht. Es ist gerade Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Mediums, Licht auch in die Schattenseiten des Landes zu bringen. Themen und Stoffe, die als unattraktiv gelten, zu untersuchen. Und doch lassen sich oft gerade dort die vielen Facetten der Wirklichkeit entdecken. Und die weiten den Blick – positiv, negativ, wertfrei, offen für Überraschungen. »Wie Taubblinde ihr Leben sehen« von Johnny Roth ist auch ein Beispiel dafür. Ein Film, der das Leben von taubblinden Menschen beschreibt. Solche, die es von Geburt an sind, und solche, die durch Krankheit dazu geworden sind. Er zeigt ihre Hoffnungen, ihre schlimmsten Momente, ihren Alltag. Spannend und überraschend an dem Film ist, unter anderem zu sehen, wieviel Glück sie erleben, vielleicht sogar, wie wenig sich ihr Glück von anderen Menschen unterscheidet. Übrigens ein Film, der sehr gute Marktanteile hatte, sehr viele Zuseher/innen haben sich für das Leben von Taubblinden interessiert. Wir haben mit weniger gerechnet, hätten niedrigere Marktanteile akzeptiert, weil wir das Thema für wichtig hielten. Auch da hat uns der Film wieder einmal positiv überrascht. Qualität und Marktanteile müssen kein Widerspruch sein ... ●

Qualität ist kein Zufall

Von Hildegard Aichberger, »Mutter Erde«

Wie gut wird ein Unternehmen dem Anspruch, der an es gestellt wird, gerecht? Wie genau entspricht ein Produkt dem, was von ihm erwartet wird bzw. versprochen wurde? Der ORF »verspricht« im Sinn seines öffentlich-rechtlichen Kernauftrags nicht nur umfassende Information zu gesellschaftspolitisch relevanten Themen. Der ORF hat auch »das Verständnis zu diversen – im ORF Gesetz festgelegten Themen – in der Bevölkerung zu fördern«.

Die Übereinstimmung der Programminhalte mit den gesetzlich festgelegten Themen ist ein zentraler Aspekt dessen, was Qualität für den ORF bedeutet. Bezogen auf Umwelt und Naturschutz ist das neben der Inhaltsvermittlung vor allem auch »die Förderung des Verständnisses über die Prinzipien der Nachhaltigkeit«.

Qualität, wie sie hier diskutiert wird, bezieht sich daher vor allem darauf, inwieweit der ORF seinen »Bildungs«-Auftrag wahrnimmt und wie gut es ihm gelingt, zu relevanten Themen Bewusstsein zu schaffen

und Zusammenhänge zu vermitteln. Trotz der starken Marktposition des ORF in der österreichischen Medienlandschaft bedarf es einer wohlüberlegten Choreographie, um mit einem Thema nicht nur aus dem Informationsüberfluss herauszusteichen sondern dieses auch noch in der notwendigen Tiefe an die Hörer/innen, Seher/innen und Leser/innen zu bringen. Dabei ist »Qualität kein Zufall, sondern immer das Ergebnis angestrebten Denkens« (frei nach John Ruskin). Hier sind Ergebnisse

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.«

des »angestrebten Denkens« unternehmensweite Programmschwerpunkte. Die wiederum sind nur so gut, wie es gelingt, ein Thema interessant aufzubereiten, unterschiedliche Perspektiven darzustellen und insgesamt tiefgehend zu informieren. Im Unterschied zum Kampagnenjournalismus, der die Medienkonsument/innen von

einer Sichtweise überzeugen will, geht es hier darum, die Mediennutzer und Mediennutzerinnen in die Lage zu versetzen, sich selbst eine Meinung zu bilden.

Diese umfassende und objektive Berichterstattung stellt auch eine mögliche Antwort auf die heute vieldiskutierten »Fake News« dar, indem der/die Medienkonsument/in selbst mehr und mehr in die Lage versetzt wird, zwischen Meinungsmache und Information zu unterscheiden. Lebensmittelverschwendung ist ein Thema, bei dem dieser Anspruch 2016 weitgehend erfüllt wurde: das Thema ist von hohem öffentlichen Interesse und betrifft jeden und jede. Ein Drittel aller Lebensmittel landet im Müll, während jeder neunte Mensch zu wenig zu essen hat. Lebensmittelverschwendung ist einer der großen Treiber für den Klimawandel und mitverantwortlich für weltweite Ressourcenprobleme.

Den Schwerpunkt »Essen verschwendet ist Mist« haben 88 % der Österreicher und Österreicherinnen wahrgenommen. Acht von zehn sagten im Anschluss an die Schwerpunktwoche, dass ihnen durch den Programmschwerpunkt erst bewusst geworden sei, wie viele Lebensmittel im Müll landeten. Auch die Bereitschaft zu handeln hat durch den Schwerpunkt deutlich zugenommen: Sieben von zehn meinten, sich in Zukunft verstärkt



Hildegard Aichberger ist Geschäftsführerin von »Mutter Erde«.

bemühen zu wollen, Lebensmittelabfälle im Haushalt zu vermeiden. Auch wenn es zur Lösung des Problems wohl noch ein weiter Weg ist, so zeigen diese Ergebnisse doch, welches Potenzial es hat, wenn der ORF sich einem Thema in Form eines umfassenden Programmschwerpunkts widmet. Es ist jedoch noch ein weiter Weg zu gehen, wenn sich der ORF in Hinblick auf die Erfüllung seines öffentlich-rechtlichen Auftrags weiterentwickeln will. Viele im Kernauftrag festgelegten Themen könnten intensiver behandelt werden. Eine konsistente inhaltliche Strategie, die festlegt, welche Themen in den kommenden Jahren im Vordergrund stehen werden, wäre zu aktualisieren.

Auch die Messung der Wirkung von inhaltlichen Schwerpunkten ist ausbaufähig. Aus Umfragen ist bekannt, dass der ORF nach wie vor hohe Glaubwürdigkeit genießt, die aber in Zeiten von Fake News und Populismus in Zukunft in Frage gestellt werden wird. Eine strategische Herangehensweise an die wesentlichen Aufgaben aus dem öffentlich-rechtlichen Auftrag in Kombination mit nachvollziehbarer Erfolgskontrolle ist wohl eine der notwendigen Antworten auf diese Herausforderungen. ●

Orientierung – Vielfalt – Bürgernähe – Integration · Kultur

Kultur und Religion im Regionalradio

Sender	Minuten pro Woche
Radio Burgenland	358:19
Radio Kärnten	371:08
Radio Niederösterreich	255:13
Radio Oberösterreich	468:44
Radio Salzburg	344:36
Radio Steiermark	344:57
Radio Tirol	369:52
Radio Vorarlberg	360:30
Radio Wien	103:56

Sendestunden TV-Kultur

ORFeins und ORF 2

338 Kunst 52 E-Musik 348 E-Film 39 Theater

Kultur im ORF-Internet

Beiträge 2016

738

IPTV

30

Diagonale

28

Wiener Festwochen

23

Salzburger Festspiele

46

Viennale

3.405

Kulturbeiträge auf news.orf.at

Der Kulturauftrag verbindet Mehrheiten und Minderheiten. ORF-Information bietet Orientierungshilfe. Grundlage dafür ist das Bekenntnis zur Vielfalt in der Gesellschaft. Dabei ist dem ORF Bürgernähe wichtig, indem er Betroffenen eine öffentliche Plattform gibt. Seine Integrationsfunktion soll Menschen – so unterschiedlich sie auch sind – miteinander verbinden.

Bürgeranwalt – Top 3

82-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum	Erw. 12+ in Tsd.
Grill- und Parkchaos / Nachgefragt: Funkmast Kitzeck / Flutlicht Stadion	27.02.	507
Servitut weg / Beeridigungsverbot / Sachwalterschaft Schäfer	16.01.	474
Autokennzeichen gestohlen / Weingarten Graz / Direktorin gemobbt	30.01.	472

ORF RadioKulturhaus

Insgesamt: 316 Veranstaltungen, davon

133

im Großen Sendesaal

152

im RadioCafe

22

im Studio 3

9

im Klangtheater

74%

Jahresauslastung

30.000

Besucher 2016

253

Veranstaltungen weisen einen wesentlichen Österreich-Bezug auf

140

Veranstaltungen weisen einen wesentlichen Livemusik-Anteil auf

Übertragungen auf Ö1

4	47	44	10	18	4
aus dem Theater an der Wien	aus dem Konzerthaus	aus dem Musikverein	aus der Staatsoper	Jeunesse	aus Musica Juventutis (im Konzerthaus)

ORF zum Mitreden – eine Auswahl

Thema der Sendung	Datum
Ö3 Talk Radio: Generation What	ganzjährig
»Barbara Karlich Show« zu »Gesundheit ist planbar«	07.04.
ORF-Publikumsgespräch Linz zum Genre »Sport«	27.09.
ORF-DialogForum »Im Spiegelskabinett der Filterbubble«	03.11.
»Im Zentrum« zur Mindestsicherung	06.11.
ORF Bürgerforum: »Österreich auf dem Prüfstand – Wie geht es weiter?«	13.12.
Ö1-Radiokolleg zum Mitreden: »Die offene Gesellschaft und ihre Grenzen: Vernunft, Freiheit und Gleichheit auf dem Prüfstand?«	17.02.

FM4 Top 15

Avec

Bilderbuch

Camo & Crooked

Der Nino aus Wien

Farewell Dear Ghost

Fijuka

Giantree

HVOB

James Hersey

Leyya

M.P.

Skero

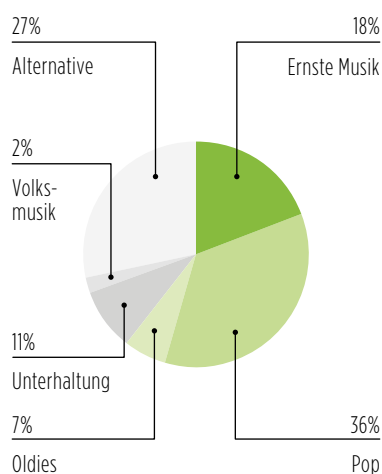
Vicious

Viach

Voodoo Jürgens

Musik in den ORF-Radios

Die ORF-Radios Ö1, Ö3, FM4 sowie die Regionalradios senden vielfältige Hörerlebnisse.



Heimat fremde Heimat – Top 3

130-mal ausgestrahlt

Thema der Sendung	Datum
Nachgefragt – Wohnraum für Flüchtlinge / Das Gesellschaftsmodell Integration	
Abdullah – integrierter unbegleiteter minderjähriger Flüchtling	31.01.16
50 Jahre Anwerbeabkommen mit Jugoslawien / Jugo-Liga – eine alte Legende	
Wienerischer als eine Wienerin	10.04.16
Garten der Begegnung / Bockwerk – Von & für Flüchtlinge	
Weitblicke – Heini Staudinger	01.05.16

ORF – Radio-Symphonieorchester

59

Konzerttermine

123

Werke

14

Spielstätten

23

Dirigentinnen und Dirigenten

3.440

Sendeminuten für Ö1

Programmschwerpunkte Mutter Erde

»Essen verschwenden ist Mist«

Ein trimedialer Themenschwerpunkt zu Lebensmittelverschwendung in der Woche von 7. – 15. April 2016

weitester Seherkreis

3,951

Millionen Menschen, d. h. 54% der TV-Bevölkerung 12+

1,4 MIO

Aufrufe in der ORF TVthek

In Summe rund

320

Beiträge im Fernsehen und Hörfunk

~82.702

Seitenaufrufe der Homepage muttererde.ORF.at im Jahre 2016

Ö3 Bands international TOP 10

Twenty One Pilots

Adele

Charlie Puth

Coldplay

Alan Walker

Sia

Disturbed

Justin Bieber

Ed Sheeran

Robin Schulz

Schwerpunkte der Ö1-Musikredaktion – eine Auswahl

Schwerpunkt	Datum
Jazz Jetzt – Der Ö1 Jazztag (30.04.)	30.04.
Plácido Domingo – 75. Geburtstag	21.01.
Ivan Eröd – 80. Geburtstag	02.01.
Friedrich Cerha – 90. Geburtstag	17.02.
György Kurtág – 90. Geburtstag	19.02.

Religion im ORF TV

Zusätzlich zu Schwerpunkten zu den Papstbesuchen in Kreta, Auschwitz, Krakau und Lund sowie zur Heiligsprechung von Mutter Theresa berichtete die ORF-Religionredaktion zu Glauben und Wissen in:

51

47

16

17

Orientierung Kreuz & Quer Feierabend Gottesdienste

Ö3 Bands national TOP 10

Pizzera und Jaus

Lemo

Seiler und Speer

Flowrag

Christina Stürmer

Bilderbuch

Julian Le Play

James Hersey

Tagträumer

Möwe und

Daniel Nitt