

Unternehmenswert

Nichts ist umsonst und Qualität fällt nicht vom Himmel. Doch wofür verwendet der ORF die Gebühren? Was leistet er dafür? Investiert er in INNOVATION? Fördert er die KOMPETENZ der Mitarbeiter/innen? Bietet er TRANSPARENZ und lässt einen Blick hinter die Kulissen zu?



Next
Generation

»Wir brauchen Innovation in Fernsehen, Radio und Online, weil gerade der ORF als Medium der Gesellschaft dieser nicht hinterherhinken darf.«

Katja Winkler, »Report«

zukunft.ORF.at

Das Notwendige ist möglich.

Von Klaus Unterberger, ORF Public Value

Ob es uns gefällt oder nicht: Die letzten Jahre haben die Medienwelt nachhaltig verändert. »Lügenpresse« und »Postfaktisches« im Mediendiskurs, »Fake

News« und Hasspostings im Netz. Globale Internetgiganten, die ungeheure Datenmengen sammeln und mittels – von der Öffentlichkeit unüberprüfbarer – Algorithmen die Mediennutzung und individuelle Meinungsbildung zu steuern imstande sind. Gleichzeitig lösen gesellschaftliche Disruptionen einen markanten Vertrauensverlust der Menschen in Politik und Medien aus: Populismus und Filterbubbles wirken wie binäre Kampfstoffe, die Demokratie

und gesellschaftlichen Zusammenhalt gefährden. Die Frage ist also nicht, ob sich unsere Welt verändert, sondern lediglich wie wir darauf reagieren. Wie beantworten wir unerwünschte Folgen von Politik, Wirtschaft und Technologie? Welchen

Beitrag leisten öffentlich-rechtliche Medien, um die Erosion der politischen Kultur zu verhindern und die demokratische Öffentlichkeit zu stärken? Für den ORF gilt: Besondere Zeiten erfordern besondere Initiative und Medien, die sich nicht nur als Geschäftsmodell, sondern als gemeinwohlorientierte öffentliche Aufgabe verstehen. Dabei geht es weniger um den Status, sondern um zukunftsorientierte Perspektiven, um eine attraktive Vision, wie der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag in der digitalen Medienwelt erfüllen kann.

Warum also nicht: Der ORF als kreative Plattform österreichischer Medienproduktion, als frei zugängliches elektronisches Gedächtnis der Nation – ohne gesetzliche »7 Tage Abruffrist« im Netz, als Teil eines kooperativen europäischen Mediennetzwerkes. Warum nicht: Ein Innovationsmanagement, das auch budgetär wirksam wird und digitale Kompetenz für junge Medienmacher/innen aufbaut. Intensive Kooperationen mit der Kreativwirtschaft und der Zivilgesellschaft zur Belebung des öffentlichen Raumes. Crossmedial verschränkte Jugendformate, die nicht nur unterhalten, sondern Politik, Wirtschaft, Alltag und Kultur aus junger, kritischer Perspektive behandeln. Programme, die zur Komplexitätsreduktion beitragen und Bildung, etwa über die Grundlagen des Zusammenlebens in demokratischen Gesellschaften vermitteln. Warum nicht: Bürgerdialoge auf Augenhöhe mit den Menschen (ggf. auch ohne Politiker/innen), investigativer Daten- und Dokumentarjournalismus zur Vermittlung von Orientierungswissen, Sendereihen über die Chancen und Risiken der neuen digitalen Medien,



über die die faszinierende Welt der Problemlösungen, über die Visionär/innen und Möglichmacher/innen in Österreich und Europa. Warum nicht einen »Public Open Space« mit Universitäten, Bildungseinrichtungen, Museen, Kulturorganisationen und NGOs, um zukunfts-fähige Ideen für Österreich zu finden? Wenn wir die besten Sänger, die besten Tänzerinnen suchen, warum nicht auch das originellste, kreativste, spannendste Projekt für ein neues Österreich, ein soziales Europa, für eine Gesellschaft, die gelingen kann? Je unsicherer sich unsere Welt anfühlt, je fragmentierter, je kommerzialisierter der Medienkonsum wird, desto wichtiger ist es für öffentlich-rechtliche Medien, Alternativen dazu sichtbar zu machen und attraktive Möglichkeitsräume für die Gestaltbarkeit und das Gemeinwohl der Gesellschaft zu schaffen. Google und Co. sind nicht die neuen uneingeschränkten Herrscher der Welt. Menschen sind nicht nur Konsument/innen, sondern in erster Linie Bürger/innen. Die gute Nachricht: Diese Perspektive beschreibt nicht den Niedergang, sondern – im Gegenteil – eine enorme Chance für öffentlich-rechtliche Medien.

Der Anspruch ist nicht der Feind des Machbaren. Demokratische Gesellschaften brauchen mehr und nicht weniger gut ausgebildete Journalist/innen, mehr und nicht weniger Qualitätsmedien, mehr und nicht weniger öffentlichen Diskurs. Gerade weil disruptive Entwicklungen die Welt erschüttern: Das gesellschaftlich Nützliche ist möglich. ●

Tags auf zukunft.ORF.at

Medienqualität
Transparenz
Innovation



Klaus Unterberger
leitet die Stabsstelle Public Value
der ORF-Generaldirektion.

Augenmaß gefordert

Von Karl Petermichl, Technische Direktion

Rad, Dampfmaschine, Automobil, Buchdruck, Radio, Fernsehen, Computer, Internet, Smartphone: Im Schnelldurchlauf eine Aufzählung jener technischen Entwicklungen, die einerseits die Fähigkeiten der Menschheit erweitert und völlig neue

Tags auf zukunft.ORF.at

Innovation
Kompetenz
Transparenz



individuelle Möglichkeiten eröffnet haben, andererseits jedoch auch dramatische ökonomische, soziologische und politische Umwälzungen in den diese Entwicklungen nutzenden Gesellschaften bewirkt haben. Über die Hardware hinausgehend bewirken die damit transportierten Inhalte und Konzepte tiefgehenden Wandel: Industrialisierung, Mobilität, Bildung, Information,

Unterhaltung, individuelle Vernetzung in Form von »Social Media« und der eben eingeläuteten »Sharing Economy«.

So wertvoll sich technologische Umbrüche über einen gewissen Beobachtungszeitraum auch darstellen (und wer möchte sich eine Welt ohne Automobil, Radio oder Bücher vorstellen?), so kritisch sollte man auch vergängliche »Hypes« und Moden, kurzfristige Quick-Wins und veritable Flops kenntlich machen: Innovation mit Verantwortung bedeutet, eine möglichst vielschichtige Sicht auf die Auswirkungen von neu einzuführenden technischen Systemen zu werfen, die Diversität an möglichen Lebenswelten zu würdigen, niemanden auf Grund von Zugangshürden von relevanten Inhalten auszuschließen.

Für einen öffentlich-rechtlichen Sender gilt dies umso mehr, als Gebührengelder gewissenhaft verwendet werden müssen. Bei näherer Betrachtung gleicht nämlich die vielgelobte Innovationsdynamik in hochentwickelten techno-ökonomischen Arrangements wie etwa dem Silicon Valley eher den Regeln im Casino: Das reichlich verfügbare Risikokapital wird auf unterschiedliche Felder gesetzt, von zahlreichen (Startup-)Möglichkeiten kommen nur sehr wenige zum Erfolg, die Hoffnung ruht auf dem einen großen



Karl Petermichl
verantwortet die Investitionen der
Technischen Direktion des ORF.

Ertragsbringer, der die anderweitigen Verluste ausgleicht. Die Entscheidung, in eine neue Technologie zu investieren, wird im ORF mit zahlreichen Parametern und Analysen gestützt, zumal je nach Vorhaben Laufzeiten von mehreren Jahren für einen kompletten Systemumstieg zu projektieren sind: Wie kompatibel ist die neue Technologie mit derzeit vorhandenen Geräten in den Haushalten? Wie entwickelt sich der Verkauf einer neuen Gerätegeneration in den Elektronikmärkten? Wie viele Fernsehgeräte in Österreich sind tatsächlich mit dem Internet verbunden? Welches Smartphone-Betriebssystem wird tendenziell an Bedeutung gewinnen, welches wird Marktanteile verlieren? Entwickeln sich Spielekonsolen zum Mediengerät der Zukunft? Aus solchen und vielen weiteren Fragen hervorgehend sind Entwicklungen in der Bildtechnik wie 3D-TV, HDTV und UHD TV zu bewerten, ist die Gewichtung der Verbreitungswege zwischen Satellit, Kabel, Terrestrik und Internet zu definieren, oder auch der Bandbreitenbedarf im Live-Streaming perspektivisch zu planen. Neben den internen Investitionsentscheidungen sind auch die angesprochenen inhaltlichen und methodischen Auswirkungen Gegenstand von Abwägungen: Wie setzt man zeitgemäßes Storytelling multimedial um?

ORF-Leitbild »Der ORF ist ein zukunftsorientiertes Medienunternehmen, welches auf der Basis von Effizienz und Wirtschaftlichkeit nach kontinuierlicher Innovation strebt, und dessen Mitarbeiter/innen das Leistungsangebot engagiert, kompetent und kreativ gestalten.«

Unterstützt die Studiodekoration optimal das Sendungskonzept und dessen visuelle Präsentation? Welche Formate kommen für die Umsetzung mit »Virtual Reality« Technologie in Frage? Ist die zusätzliche Ebene einer sendungsbegleitenden App mit Audiosteuerung geeignet, komplexere Handlungsstränge zu vermitteln?

Qualität im Sinne medientechnischer Entwicklungen entfaltet sich daher vor allem dann, wenn Innovation gefördert, aber nicht zum Selbstzweck wird, wenn Technologien erst nach sorgfältiger Nutzungsanalyse ausgerollt werden, wenn Barrierefreiheit ebenso hochrangig wie der neueste Medientrend in den Prioritätenlisten aufscheint. Dafür steht die ORF-Technik, und die Summe solcher Aspekte prägt unsere spezifisch öffentlich-rechtliche Stimme im Chor der Medienunternehmen. ●

Don't keep doing what you're doing

Von Vanessa Peiker, Personal & Schulung

Bots – ein neuer Trend? Ja. Eine neue Technologie? Nein. Bots gibt es bereits seit Längerem, aufgrund neuester Entwicklungen im Social Media-, Artificial Intelligence- und Machine-Learning-Bereich haben sie jedoch eine neue Dimensionen erreicht. Die Einsatzgebiete sind vielfältiger geworden. Wer heute über eine Messenger-Plattform Informationen oder Hilfe sucht oder mit einer Hotline spricht,

kommuniziert vielleicht gar nicht mit einer Person, sondern mit einem Computerprogramm, einem sogenannten Bot. Bots versenden automatisierte Antworten und können mit einer Lernfähigkeit ausgestattet sein und sich damit besser an die Fragen und Bedürfnisse der User/innen anpassen. Durch Bilderkennung-, Spracherkennungs- und Stimmungserkennungsfunktionen kann die Kommunikation noch interaktiver gestaltet werden.

Doch was bedeutet dieser neue Bot-Trend für die Medienbranche und das Publikum des ORF? Wie kann man schnell testen, ob dies interessant oder doch nur ein Hype ist? Warum ist es für den ORF überhaupt wichtig innovativ zu sein?

Mit diesen Fragen beschäftigt sich unter anderem der Bereich des Innovationsmanagements. Kreativität gilt dabei als Basis von Innovation, jedoch inkludiert Innovation auch die Strukturierung kreativer Ideen und ihre Implementierung. Die Medienbranche verändert sich rasant und neue Technologien verändern das Userverhalten. Hier heißt es: Reagieren. Und das bedeutet, Kreativitätsprozesse zu fördern, um mit innovativen Produkten dem veränderten Verhalten zu begegnen. Denn »How to kill creativity: Keep doing what you're doing.« (Teresa M. Amabile)

Ein Hackathon (Wortspiel aus Hacking und Marathon) ist eine von vielen Innovationsmethoden mit denen man schnell und effizient Konzepte für eine neue Technologie testen und Prototypen entwickeln kann: In nur acht Stunden, von der Ideengenerierung in die Konzeptionsphase bis hin zur Prototypisierung. Ziel des ORF Bot-Hackathons war es, in diesem Rahmen im Bereich der Bots zu experimentieren.



30 Programmierer/innen, Kommunikations- und User Experience Expert/innen namens »Lemmings.io« formten mit 20 ORF Mitarbeiter/innen interdisziplinäre Teams, um Bot-Konzepte zu entwickeln. Bei der Gruppe der »Lemmings.io« kann man von »Early Adopters« sprechen, also jener Zielgruppe, die sich als erstes mit einem neuen Produkt bzw. einer neuen Technologie beschäftigt. Gleichzeitig sind die eingeladenen Gäste, die an diesem Tag gemeinsam mit den Mitarbeiter/innen neue Ideen für die Zukunft der Medienbranche entwickelten, auch selbst Nutzer/innen des ORF-Medienangebots.

Mit jungem Publikum experimentieren, interagieren, diskutieren und entwickeln war an diesem Tag möglich. Aus den kreativen Ideen entstanden am Ende des Tages acht Prototypen. Darunter ein »Science Bot«, über den Wissenschaftler/innen neue wissenschaftliche Erkenntnisse an den ORF schicken können und Nutzer/innen wissenschaftliche Neuigkeiten abrufen können. Mit einem weiteren Prototyp konnte man »FM4 entdecken« und mit Moderator/innen interagieren. Ein Beispiel eines ORF-intern entwickelten Bots, der dem Publikum während der Bundespräsidenten-

Wahl 2016 zur Verfügung gestellt wurde, war der ORF.at-WahlBot. Er versendete über Facebook-Messenger aktuelle Nachrichten, Ergebnisse und Hochrechnungen angepasst an die Fragen der User/innen.

Welche Technologien uns die Zukunft bringt, wissen wir nicht. Sicher ist jedoch, dass der ORF weiterhin innovativ an neue Technologien herangehen und neue Produkte angepasst an die Bedürfnisse des Publikums entwickeln wird und muss, um wettbewerbsfähig zu bleiben. ●



Mit Leidenschaft programmiert: Der erste »ORF-Botathon«.

Tags auf zukunft.ORF.at

Botathon
Innovation
SocialMedia



Vanessa Peiker
ist Referentin der
ORF-internen Weiterbildung.

Es geht nicht nur um Sprache

Von Marianne Waldhäusl, »heute konkret«

Die bedauernswerten Behinderten, die an den Rollstuhl gefesselt sind, die Mongos, die Spastis, die Taubstummen, die Liliputaner – in unserem Sprachgebrauch gibt es Begriffe, die verwendet werden, ohne, dass wir darüber nachdenken. Doch Sprache hat so unglaublich viel Macht. Sie kann Realität wiedergeben oder verzerrt darstellen. Sie kann beschönigen oder verletzen. Sie kann Barrieren abbauen und Berührungsängste verstärken.

Wie Medien mit Sprache und Darstellung in Zusammenhang mit Menschen mit Behinderung umgehen, ist ein wesentliches Qualitätsmerkmal. Aber wie sag ich es: Behinderter? Behinderter

ORF-Programmrichtlinien
»Die Angebote des ORF haben zum Abbau von Vorurteilen, insbesondere aufgrund von Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion, Nationalität, politischer Gesinnung, Homosexualität, ethnischer, kultureller und sozialer Zugehörigkeit, beizutragen.«

Mensch? Mensch mit Beeinträchtigungen? Regelmäßig werden neue Formulierungen vorgeschlagen, kursieren und verflüchtigen sich wieder. Doch diskriminierende Verhaltensweisen ändern sich nicht einfach durch Umbenennung ihrer Bezeichnung. Auch neue Wortschöpfungen nehmen eine negative

Bedeutung an, wenn sich die tatsächlichen Verhältnisse nicht ändern. Journalistinnen und Journalisten spielen bei dieser Veränderung eine große Rolle. Denn was Text und Bild ausdrücken hat Einfluss auf Betroffene, aber auch auf die Wahrnehmung der Zuseherinnen und Zuseher. Es gilt also, Sprache und Gestaltung mit Respekt und Gefühl einzusetzen.

Selbst unter Menschen mit Behinderungen sind manche Bezeichnungen umstritten. Definitiv »out« zum Beispiel ist die Formulierung »der Behinderte«. Hauptwörtlich gebraucht wird ein Mensch damit auf ein Merkmal reduziert, das alle anderen Eigenschaften dominiert. Das gleiche gilt für »den Blinden«, »die Spastikerin« oder »den Amputierten«. Zum Vergleich: der Ausdruck »Blondine«, lässt andere Assoziation im Kopf entstehen, als »eine Frau mit blondem Haar«.

Behinderte Menschen wollen nicht über ihre körperliche Eigenart definiert werden. Sie sind Menschen, mit einem Namen, einer persönlichen Geschichte. Viele Betroffene plädieren für die Bezeichnung »Menschen mit Behinderungen« oder »behinderte Menschen«, weil diese das »behindert sein« wie auch das »behindert werden« gleichermaßen ausdrückt und unterstreicht, dass eine Behinderung nicht den ganzen Menschen ausmacht. Doch es geht in Beiträgen über Menschen mit Behinderung nicht nur um Sprache. Es geht auch um die Bilder, die die oder den Protagonisten mit Behinderung meist nur in extremen darstellen – als hilfloses Opfer oder als Superheld – und damit schnell zur Gratwanderung zwischen Bericht und zur Schau-stellung werden können.

Als Journalistinnen und Journalisten sind wir in diesem Zusammenhang immer öfter Kritiken ausgesetzt, die wir vielleicht (noch) nicht immer nachvollziehen können. Vor allem, weil durch die Außensicht auf einen Menschen mit Behinderung ein großer Unterschied zur Realität entstehen kann. Nicht behinderte Menschen denken zum Beispiel oft, dass Menschen mit Behinderung zwangsläufig an ihrer Behinderung »leiden«. Hier gilt es durch einen offenen, empathischen Zugang tradierte Vorstellungen zu reflektieren.

Tags auf zukunft.ORF.at

Bürgeranwalt
Bürgernähe
Kompetenz



Marianne Waldhäusl
ist Redakteurin bei »Bürgeranwalt« und »heute konkret«.

Es kommen also Aspekte auf uns zu, die wir vielleicht noch nie angedacht haben oder anders empfinden. Diese Hürde gilt es zu überwinden. Denn noch sind viele Kritiken sind berechtigt. Wenn etwa in einem Nachrichten-Beitrag ein Mädchen mit Behinderung verbal »an den Rollstuhl gefesselt« wird, ist das sicher ein kein gutes Beispiel für Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft. Formulierungen und Darstellungen in den Medien haben nicht nur Einfluss auf Menschen mit Behinderung, sondern auch auf alle anderen Rezipientinnen und Rezipienten. Doch bei allem gebotenen Feingefühl: Was Fakt

ist, muss Fakt bleiben dürfen. Wenn z. B. eine junge Frau erzählt, dass sie durch eine Fehlbehandlung seit Jahren Schmerzen hat, sodass sie nicht mehr arbeiten kann, ihren Freund verloren hat, ihren Job und ihr Haus, dann muss das auch als »Leid« bezeichnet werden dürfen. Vor allem, wenn sie selber es so empfindet.

Pointiert formuliert: Auch behinderte Menschen haben das Recht, medial auf eigenes Leid und Schmerzen hinweisen zu dürfen.

Unbestritten, Medien können wesentlich dazu beitragen, Klischees und Vorurteile zu schüren oder abzubauen. Als Journalistinnen sind wir Meinungsbildner und tragen nicht zuletzt deshalb auch Verantwortung: für das Bild, das wir von Menschen mit Behinderung zeichnen, für den Kontext, in dem wir sie darstellen und für die Formulierungen, die wir wählen. Genau deshalb nimmt die UN-Behindertenrechtskonvention Journalistinnen und Journalisten nun verstärkt in die Pflicht und verlangt von uns bewusstseinsbildendes Verhalten.

PS.: Der ORF hat ein Handbuch zum Thema erstellt und für Interessierte auf zukunft.ORF.at veröffentlicht. ●

Reizthema Gendern

Von Elisa Vass, Radioinformation

»Pfefferstreuer/in«, »Menschen und Menscheninnen«, »Otto Normalverbraucher und Ottilie Normalverbraucherin«: Solche weltfremden und abstrusen Beispiele bringen meist jene, die dem Gendern in der Sprache grundsätzlich abgeneigt sind. In ihrem Chor singe ich nicht mit. Ebenso wenig möchte ich dafür plädieren, dass wir uns im ORF Regeln auferlegen, die unsere Sprache schwer hörbar machen oder gar Aggressionen in unseren Hörern und Hörerinnen wecken.

Dennoch sollten wir Journalistinnen und Journalisten uns nicht auf den bequemen Standpunkt des wirksamen generischen Maskulinums stellen. Wenn wir, wie es noch immer in den meisten Printmedien praktiziert wird, die Frauen – etwa in der Pluralform – weitgehend verschweigen nehmen wir nämlich zweierlei in Kauf:

1. Das männlich dominierte Weltbild wird in den Köpfen verstärkt.

2. Die Realität wird nicht abgebildet. Denn es gibt eben im Deutschen eine weibliche Form im Plural, und wenn ich nur von Männern rede, dabei aber auch Frauen meine, drücke ich mich falsch aus. Forschungen belegen, dass bei Sätzen wie »Die vier belgischen Atomphysiker haben dafür den Nobelpreis bekommen« kaum jemand an eine Frau denkt.

Die Frauen in der Sprache hörbar zu machen und nicht einfach nur mit den Männern »mitzumeinen«, ist dennoch notwendig, weil man damit daran erinnert, dass auch Frauen einen wichtigen Anteil in der Gesellschaft leisten, dass sie gleichberechtigt und daher auch gleich zu behandeln sind. Das im Auge zu behalten, ist durchaus ein Auftrag speziell an ein öffentlich-rechtliches Medium. Diesem Auftrag werden auch die Verpflichtung zur geschlechtergerechten Sprache in den Programmrichtlinien sowie die diesbezüglichen Empfehlungen der ORF-Rechtschreibkommission gerecht. Wie das aber journalistisch umsetzen?

Ich plädiere, kurz gesagt, für Pragmatismus, Kreativität und Abwechslung, gleich ein



Elisa Vass
ist Redakteurin des »Journal Panorama«.

Beispiel: »Die Verletzten wurden von Ärztinnen und Physiotherapeuten behandelt.« Die »Verletzten« sind geschlechtsneutral, beim Personal sind beide Geschlechter genannt, ohne dass sie »verdoppelt« werden.

Man kann auch in der Sprache abbilden, welche Berufsgruppe mehr frauen- bzw. männerdominiert ist, etwa: »Auch für Direktoren und Lehrerinnen war die Verkürzung der Sommerferien letztendlich akzeptabel.« Bei Dirigenten ist die Nennung von Frauen beinahe überflüssig, bei Kindergartenpädagoginnen die der Männer.

Es geht in unseren Texten schließlich auch darum, auf die Differenzen und unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten hinzuweisen. Eine weitere gute Strategie ist es, neutrale Begriffe zu verwenden, etwa »Lehrkraft« statt »Lehrer oder Lehrerin«.

Nicht in allen Fällen sind solche Lösungen praktikabel – man denke an die mit Häme geführte Debatte über die Bezeichnung »Landeshauptfrau«. Aber anstatt sich hier mit »Frau Landeshauptmann« oder »Landeshauptmännin« zu behelfen, könnte man ja auch darüber nachdenken,

einen neuen Begriff zu prägen, etwa »Gouverneur/in«.

Es muss meiner Meinung nach auch nicht immer zwingend das Prinzip halbe-halbe herrschen in unseren Berichten. Man kann durchaus einmal »die Italiener« ohne »die Italienerinnen« wählen lassen, man kann auch einmal über den »Radiologenkongress« sprechen, ohne gleich ein schlechtes Gewissen wegen der unerwähnten Radiologinnen zu bekommen. Die ausschließliche Nennung der männlichen Form, die nach wie vor von vielen Journalistinnen und Redakteuren praktiziert wird, sollte aber nicht die Regel sein; ebenso wenig ist für uns als ORF die ausschließliche Nennung von Frauen, wenn beide Geschlechter gemeint sind, eine gute Idee, wie sie etwa von ORF.at einmalig erprobt wurde.

Wir sollten gendersensibel sein und die weibliche Form immer wieder einbauen. Variatio delectat.

Auch Hörgewohnheiten ändern sich, und wenn wir mit Augenmaß und Pragmatismus an die Sache herangehen, werden unsere Seher und Hörerinnen vielleicht sogar selbst bewusster mit der Sprache und ihrer Funktion als Spiegel unserer Gesellschaft umgehen. ●

Transparenz – Kompetenz – Innovation

INNOVATIONEN – Eine Auswahl

ZIB 100

Die Nachrichten des Tages in 100 Sekunden. Die ZIB 100 wird in die Sozialen Medien übertragen und kann per Whatsapp abonniert werden.

ORF Extra

Das Portal extra.ORF.at bietet interessante Specials, Angebote und Möglichkeiten zum Mitmachen für das Publikum.

TVthek goes school

»Österreichs Zeitzeug/innen«

Die persönlichen Erinnerungen von 89 Zeitzeug/innen wurden mit Hilfe des Mauthausenkomitees für Österreichs Schulen multimedial aufbereitet.

Der ORF ist eines der meistgeprüften Unternehmen Österreichs. Qualitätssicherung und nachvollziehbare Veröffentlichung sind überprüfbarer Ausdruck seiner Kompetenz. Im digitalen Medienumfeld ist das Gebot der Innovation eine Selbstverständlichkeit.

Social Media Community

2.047.628

1.795.456

Fans auf Facebook

10.555.000

likes

2.005.000

Kommentare

1.855.000

shares

162.629

Follower auf Twitter

59.000

retweets

139.000

favorites

47.000

mentions

89.543

Follower auf Instagram

11.000

Kommentare

607.000

Interaktionen

596.000

likes

Nutzung des ORF-Internetangebots »ORF.at«-Network

in Mio.

Monate	Visits	Pageimpressions
Jänner	75,3	441
Februar	70,6	417
März	81,4	438
April	76,9	399
Mai	86,3	454
Juni	90,5	484
Juli	84,7	431
August	79,1	416
September	75	388
Oktober	77,3	396
November	80,2	417
Dezember	83,4	449

ORF Kommunikation

9.500

Alle APA-Meldungen

42.500

Printstories zu ORF-Themen

675

Fototermine absolviert

2.425.233

Page Impressions auf der orf.at

52.881.824

Page Impressions auf Programm.orf.at

65.000

Pressebilder Online gestellt

4000

Presstexte online gestellt

228

Covers zu ORF-Programmen

Videoabrufe TVthek & andere Sites

(Sport.ORF.at, news.ORF.at, iptv.ORF.at, usw.)

26,3 Mio.

Der Jahresdurchschnitt 2016 lag bei 26,3 Mio im Monat.

Gremien und Beiräte des ORF

Kulturbeirat

Mag.^a Eva Blimlinger, Rektorin Akademie der bildenden Künste, Rudolf Buchbinder, künstlerischer Leiter Musikfestival Grafenegg, Prof.ⁱⁿ Mercedes Echerer, Schauspielerin / EU XXL Film, Dr.ⁱⁿ Sabine Haag, Generaldirektorin Kunsthistorisches Museum, Dr. Josef Kirchberger, Direktor Art für Art Theaterservice, Angelika Kirchschrager, Kammer Sängerin, Beppo Mauhart, Initiative Wirtschaft für Kunst, Dominique Meyer, Direktor Wiener Staatsoper, Anna Mitgutsch, Schriftstellerin, Alexander Pereira, Intendant Mailänder Scala, Prof. Wolf D. Prix, Architekt, Julia Rabinowich, Schriftstellerin, Dr.ⁱⁿ Johanna Rachinger, Generaldirektorin Österr. Nationalbibliothek, Dipl. Ing. Günter Rhomberg, Stella Rollig, Direktorin Lentos Kunstmuseum Linz, Dr. Rudolf Scholten, Präsident Wiener Festwochen, Dr. Klaus Albrecht Schröder, Direktor Albertina Museum, Dr.ⁱⁿ Danielle Spera, Direktorin Jüdisches Museum Wien, Gerfried Stocker, Geschäftsführer ARS Electronica Linz, Dr. Christian Strasser, Direktor Museumsquartier Wien, Gerhard Weis, Vorsitzender des Aufsichtsrates VBW, Wolfgang Winkler, Direktor Brucknerhaus Linz, Erwin Wurm, Künstler

Stiftungsrat

Gerhard Berti (Zentralbetriebsrat), GF Andrea Brem (Bundesregierung), Mag. Wilfried Embacher (Bundesregierung über Vorschlag der Grünen), Dr. Rudolf Ertl (Bundesregierung) Herbert Fechter (Bundesregierung), Mag. Erich Fenninger (Publikumsrat), MMag. Dr. Alfred Geismayr (Vorarlberg), Dr. Hans Peter Haselsteiner (Bundesregierung über Vorschlag der NEOS), Margit Hauff (Oberösterreich), Vst. Dir. Prof. KR Mag. Dietmar Hoscher (Bundesregierung über Vorschlag der SPÖ), Prof. Herwig Hösele (Bundesregierung), Martin Ivancsics (Burgenland), Christiana Jankovics, Bakk.phil. (Zentralbetriebsrat), Stefan Jung (Zentralbetriebsrat), Direktor Norbert Kettner (Wien), Prof. Mag. Alberich Klinger (Niederösterreich), Direktor Dr. Franz Küberl (Bundesregierung), Günter Leitold (Bundesregierung über Vorschlag des Team Stronach), Dipl. Ing. Matthias Limbeck (Salzburg), Mag. Walter Marschitz (Publikumsrat), Dr. Franz Medwenitsch (Bundesregierung), Willi Merny (Publikumsrat), Univ. Prof. Dr. Siegfried Meryn (Publikumsrat), Dr. Gerhard Moser (Zentralbetriebsrat), Sigi Neuschitzer (Kärnten), Ass. Prof. Mag. Dr. Klaus Poier (Steiermark), Josef Resch (Tirol), Mag. Rainer Röhlhuber (Bundesregierung),

Mag. Andrea Schellner (Bundesregierung), Dr. Norbert Steger (Bundesregierung über Vorschlag der FPÖ), Gudrun Stindl (Zentralbetriebsrat), Dr. Petra Stolba (Publikumsrat), Mag. Martina Vitek-Neumayer (Bundesregierung), Mag. Thomas Zach (Bundesregierung über Vorschlag der ÖVP), Mag. Daniela Zimmer (Publikumsrat)

Publikumsrat

Mag.^a Eva Blimlinger, Mag.^a Claudia Boyneburg-Lengsfeld-Spendier, Dr. Ilse Brandner-Radinger, Mag. (FH) Erich Fenninger, DSA, Dr. Susanne Fürst, Dr. Karl Guschlbauer, Mag. Rupert Haberson, Ing. Karl Hanzl, Mag.^a Bettina Heise, Univ. Prof. Dr. Roman Hummel, Univ. Prof. Dr. Matthias Karmasin, Mag. Andreas Kratschmar, Hanneliese Kreissl-Wurth, Mag. Walter Marschitz, Beppo Mauhart, Willi Merny, Univ. Prof. Dr. Siegfried Meryn, Dr.ⁱⁿ Anna Mitgutsch, Dr. Gerald Netzl, Hanns Palme, Dipl. Ing. Gerald Plattner, Dir. Gabriele Rittenbacher, Claudia Satler, Mag. Martin Schenk – Mair, Franz Stocher, Dr. Petra Stolba, Präsident Dr. Alfred Trendl, Michael Trinko, Univ. Prof. Dr. Peter Vitouch, Hon. Prof. Dr. Georg Weißmann, Mag.^a Daniela Zimmer

Gesundheitsbeirat

Dr. Gerald Bachinger (Patientenanwalt Niederösterreich), Mag.^a Christine Ecker (ARGE Selbsthilfe Österreich), Dr. Karl Forstner (Ärztelkammer Österreich), Mag. Alexander Hagenauer (Hauptverband Sozialversicherungsträger), Univ.-Prof. Dr. Markus Hengstschläger (Medizinische Universität Wien / Abteilung für medizinische Genetik), Generalsekretär Dr. Jan Oliver Huber (Pharming), Vizedekan O.Univ.-Prof. Dr. Ulrich Körtner (Evangelische-Theologische Fakultät), Präsident Franz Küberl (Caritas), Univ.-Prof. Dr. Siegfried Meryn (Apothekenkammer), Rektor Univ.-Prof. Dr. Markus Müller (Medizinische Universität Wien), Dr. Sigrid Pilz (Patientenanwalt Wien), Univ.-Prof. Dr. Paul Sevela (Österreichische Krebshilfe), Mag. Martin Schenk (Diakonie Österreich), Mag. Stefan Spitzbart, MPH (Hauptverband Sozialversicherungsträger), Präsident Dr. Thomas Szekeres (Ärztelkammer Wien), Präsident Dr. Arthur Wechselberger (Ärztelkammer Österreich), Präsident Mag. Pharm. Max Wellan (Arbeiter Samariterbund)

ORF Kontakt

Über eine Million mal pro Jahr wird der Kundendienst des ORF zu verschiedenen Themen genutzt.

926.635

Technik

227.005

TV Services

227.427

Radio Services

164.517

ORF Telefonvermittlung

Schulungen im ORF

Thema	Teilnahmen
Administration	151
Betriebliche Gesundheitsförderung	92
EDV-Administration	120
EDV- Anwendung	350
Führungstraining	285
Fremdsprachen	41
Frauenförderung	161
Journalistische Weiterbildung	1792
Klausuren	213
Methodenorientiertes Training	344
Multimediales Arbeiten	258
Sprechtraining	310
Sicherheit	197
Technik	533
Und außerdem	204

Besuche im ORF Zentrum

79.490