PUBLIC VALUE REPORT 2013/14

ORF

140.160
Stunden Programm

890 Mio.
Euro generiert das ORF-TV an Bruttowertschöpfung laut einer Studie des WIFO.

DER AUFTRAG

Wer sorgt für Glaubwürdigkeit? Wie nützen Medien den Menschen? Was macht öffentlich-rechtliche Qualität in der Praxis aus?

Der ORF gibt Auskunft. Zum ersten Mal in seiner Geschichte dokumentiert und thematisiert er seine eigene Medienproduktion in Fernsehen, Radio, Online und Print: Reportagen, Sendereihen und Berichte beleuchten die journalistische Praxis, bieten einen Blick hinter die Kulissen, liefern Zahlen, Daten und Fakten, Portraits und Statements, wissenschaftliche Expertise aus ganz Europa.

Qualität zählt. Der Auftrag gilt.



»What people need, even in Europe's digital media age, are media in their environment, close to their needs, in short: Public Service Media that they can trust.«

ISABEL FERNÁNDEZ-ALONSO
UNIVERSITY OF BARCELONA





Z U K U N F T . O R F . A T



PUBLIC VALUE REPORT 2013/14



Wem nützen Medien?

»Die Frage nach dem Existenzgrund der öffentlich-rechtlichen Sender wird sich noch einmal mit aller Vehemenz stellen. Dabei kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk durchaus gestärkt aus dieser Debatte hervorgehen – weil im Hybriden das Feste Halt gibt.«

Dieses Zitat des Direktors des Adolf-Grimme-Instituts ist dem ersten Public Value Bericht 2007/2008 entnommen. Bereits damals war klar: Auch der ORF wird sich der Debatte über seinen Wert und Nutzen als gebührenfinanziertes Unternehmen stellen müssen. Wir haben die Forderung nach Legitimation und der Dokumentation der originären Qualität öffentlich-rechtlicher Medienproduktion ernst genommen. Zunächst haben wir uns der wohl dringendsten Frage gewidmet: Wie erfüllt der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag? Was ist die oft geforderte unterscheidbare Medienqualität eines gebührenfinanzierten Unternehmens?

Unsere Antwort darauf sollte Klarheit schaffen: Fünf Qualitätsdimensionen und Leistungskategorien definieren (auch in diesem Bericht) den öffentlichen Wert der ORF-Medien. Konkret, nachvollziehbar, den geltenden gesetzlichen Bestimmungen entsprechend, auf aktuelle Herausforderungen der Medienwelt und der Ansprüche der Gesellschaft und der Mediennutzer/innen Bezug nehmend. Qualität sollte aber nicht nur behauptet, sondern auch nachgewiesen werden. Daher haben wir in den letzten Jahren die ORF-Qualitätssicherung massiv ausgebaut. Mehr Kontrolle durch mehr externe Evaluierung, durch mehr wissenschaftliche Expertise in den ORF-Expert/innengesprächen und den Public-Value-Jahresstudien. Mehr Meinung, Kritik und Bürgernähe durch ORF-Publikumsgespräche. Um die Glaubwürdigkeit bei der Erfüllung der Funktionsaufträge zu stärken, entwickelt der ORF zurzeit auch TV-Qualitätsprofile, die konkrete Selbstverpflichtungen für die Programmproduktion definieren. Auch sie werden umgehend durch externe wissenschaftliche Institute überprüft.

Wer an Qualität interessiert ist, sollte aber auch kontinuierlich nachfragen: Daher haben wir die Kommunikation, die Debatte zur wohl wichtigsten Zukunftsfrage wahrnehmbar intensiviert: Wie soll sich der ORF auf die Medienwelt von morgen vorbereiten? Was soll er wem in Zukunft bieten? Darauf beziehen sich die jährlichen Public-Value-Studien, die sich aktuellen Herausforderungen widmen, sei es Migration, Programme für junge Bevölkerungsgruppen, Onlinekommunikation, intellektuelle und ökonomische Wertschöpfung und zuletzt der Frage der Qualität von Fernsehunterhaltung. Zahlreiche, öffentliche DialogForen bieten Raum für kritische Debattenkultur. Mittlerweile zwölf Ausgaben unserer Schriftenreihe »TEXTE – Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs« präsentieren Kommentare internationaler und österreichischer Wissenschafter/innen und Medienexpertinnen und -experten. Für mehr Transparenz sorgt auch unsere Public-Value-Website »zukunft.ORF.at«, die neben relevanten Dokumenten, umfangreichen Zahlen, Daten und Fakten auch zahlreiche Interviews und Stellungnahmen bekannter und unbekannter ORF-Mitarbeiter/innen bietet, die eine ganz einfache, aber auch ganz entscheidende Frage beantworten: Was verstehen sie unter öffentlich-rechtlicher Medienqualität? Wie erfüllen sie – konkret, Tag für den Tag – den öffentlich-rechtlichen Auftrag?

Heuer gehen wir einen entscheidenden Schritt weiter: Wir bieten unserem Publikum neben dem vorliegenden Public Value Bericht in allen ORF-Medien – in Fernsehen, Radio und Online – Programme, Sendungen und Beiträge, die sich auf die Hintergründe unserer Arbeit beziehen. Sie erlauben einen Blick hinter die Kulissen der ORF-Medienproduktion und thematisieren zentrale Fragen:

— Wie entsteht Informationsqualität in Fernsehen, Radio und Online?
— Warum können Sie ORF-Nachrichten vertrauen?
— Worin besteht der Wert von Bildungsmedien?
— Was leisten die ORF-Landesstudios?

Fünf Jahre nach dem ersten Public-Value-Bericht ist klar: Es gibt keine allgemein- und endgültigen Antworten, keine unumstrittenen Messwerte, die ein für allemal festlegen, was als Medienqualität zu gelten hat. Was aber möglich ist: seriöse Dokumentation, kontinuierliche Analyse, externe Kontrolle und vor allem: ein aufrichtiger, selbstreflexiver und engagierter Diskurs zur Frage, was Medien wert sind und wem und wie sie nützen.
Dazu wollen wir auch mit dem aktuellen Public-Value-Bericht beitragen.

Konrad Mitschka & Klaus Unterberger
ORF Generaldirektion Public Value

Der erste multimediale Leistungsbericht des ORF

Von 23. April bis 4. Mai 2014 bietet der ORF einen Blick hinter die Kulissen seiner Medienproduktion:

Zahlreiche Sendungen im ORF-Fernsehen sowie die Radioprogramme thematisieren Medienqualität, berichten, wie der ORF seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag nachkommt, und dokumentieren die Leistungserfüllung auf vielfältige Art und Weise. ORF.at liefert Fakten und Hintergrundinformation. Der TELETEXT ergänzt durch Daten auf den Seiten 883, 887 und 888.
Der Public-Value-Bericht im Überblick:

TV

Von »€co« (24.4.) bis »ZiB2« (29.4.), vom »ZiB-Magazin« (28.4.) bis »Tirol heute« (1.5.), vom »Report« (29.4.) bis zum »Österreichbild« (1.5.) spannt sich der Sendungsbogen. Inhaltlich geht es u. a. um Wertschöpfung durch Filmproduktion, Barrierefreiheit, die Funktionalität der Quotenmessung, 90 Jahre Radio in Österreich oder Kultur im alpinen Raum.

Radio

FM4, Ö3 und Ö1 thematisieren Medienqualität: z. B. die Förderung junger Talente (FM4), der Religionsbegriff in Fernsehserien (»Erfüllte Zeit«, 4.5.) oder wie die größte Verkehrsredaktion des Landes funktioniert (Ö3).

Online

ORF.at gestaltet von 28.4.– 4.5. Reportagen: Was passiert hinter den Kulissen der ZiB2? Wer berichtet im Fall erschütternder Katastrophen? Alle Sendungen des TV-Leistungsberichts sind in der TVthek abrufbar.

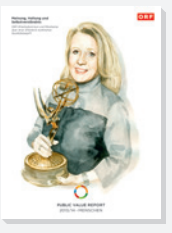
Print

Vier Hefte dokumentieren, wie der ORF seine gesetzlichen Aufträge erfüllt und was die europäische Wissenschaft zur Zukunft der Medien meint.



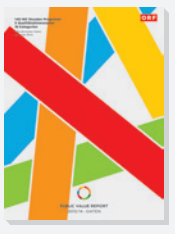
Report
Der multimediale Public-Value-Bericht im Überblick

16 Seiten



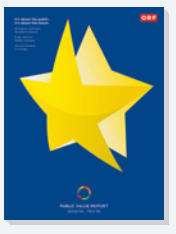
Menschen
Stellungnahmen zu öffentlich-rechtlichem Qualitätsverständnis

60 Seiten



Daten
Zahlen und Fakten zur Dokumentation der ORF-Medienproduktion

32 Seiten



Texte
Wissenschaftliche Analysen aus ganz Europa

124 Seiten

Reaktionen, Hinweise und Kritik bitte an: **zukunft@ORF.at**

ORF PUBLIC VALUE

IMPRESSUM **Herausgeber und Hersteller** Österreichischer Rundfunk, ORF, Würzburggasse 30, 1136 Wien **Art Direction & Design** Rosebud, Inc.; www.rosebud-inc.com **Konzept** Konrad Mitschka & Rosebud, Inc. **Illustration** Paul Riedmüller **Für den Inhalt verantwortlich** Generaldirektion Public Value, Klaus Unterberger **Redaktionsleitung** Konrad Mitschka **Redaktion** Isabelle Richter, Eva Thalhammer; Martin Andiel, Kathrin Müllner, Cordula Oeltze; Martin Majnaric (Fotos) **Lektorat** Ulrike Zdimal-Lang **Druck** PAUL GERIN GmbH & Co KG **Bildnachweis** Cover (ORF/Milenko Badzic, Lukas Beck, ORF/Hans Leitner, ORF/Thomas Ramstorfer), S. 6 (ORF/Hans Leitner, Ö3, SATEL/Petro Domenigg, Atlas Film, Sevenone International, ORF/Milenko Badzic), S. 8 (FM4, Ran Film/Richard Mayr, ORF/Thomas Ramstorfer, ORF/Milenko Badzic, ORF/Hans Leitner, Burgtheater/Reinhard Werner, ORF/Thomas Ramstorfer, TELE-München, Universal), S. 10 (ORF/Lukas Beck, Superfilm/Ingo Pertramer, Graf-Film/Toni Muhr, Zoran Dobric, ORF/Hans Leitner, ORF III/Christian Hofer, Daniel Kundi, Geissendörfer Film/Meike Birck), S. 12 (ORF/Hubert Mican, Prokino, Sony Pictures, Fox, Degeto, ORF/Günther Pichlkostner), S. 14 (ORF/Hans Leitner, ORF III/Philipp Maiwald), ORF/Günther Pichlkostner, Telepool, tpt National Productions), S. 15 (EPA/Julien Warnand, ORF/Roman Zach-Kiesling, DOR-Film/Petro Domenigg, ORF/Günther Pichkostner, Superfilm/Ingo Pertramer), S. 16 (Lotus Fillm/Petro Domenigg, ORF/Hans Leitner, Jean-Baptiste Isabey). Alle übrigen Fotos © ORF. 1. Auflage, ©ORF 2014

FSC www.fsc.org MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C108696

Dieser Geschäftsbericht wurde auf der Papiersorte Munken Lynx gedruckt. Das Papier stammt nachweislich aus vorbildlicher Waldwirtschaft und ist FSC®-zertifiziert. Gedruckt nach der Richtlinie »Druckerzeugnisse« des Österreichischen Umweltzeichens durch die Druckerei Paul Gerin, UW-Nr. 756.

Qualität

F E R N S E H E N • R A D I O • O N L I N E

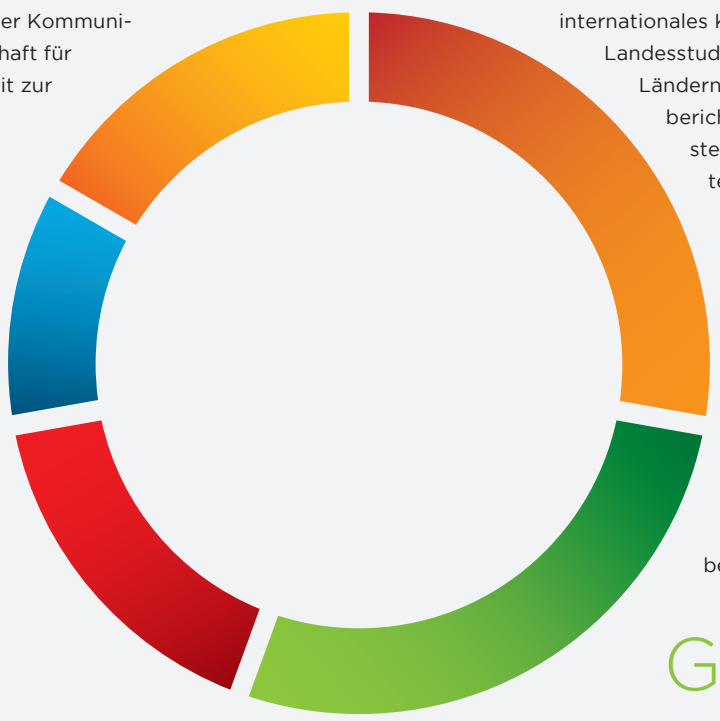
Der ORF stellt seinen Wert und Nutzen für den Einzelnen, für die Gesellschaft und für Österreich in fünf Qualitätsdimensionen und 18 Leistungskategorien dar.

Unternehmenswert

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

Internationaler Wert

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



Individueller Wert

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

Österreichwert

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

Gesellschaftswert

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

Empowering Society

2012 hat sich die EBU, der Verband der öffentlich-rechtlichen Sender Europas, auf eine gemeinsame Wertecharta unter dem Titel »Empowering Society« geeinigt, Auszüge*:

UNIVERSALITY

We aim to reach all segments of society. We underline the importance of expressing a plurality of views. We strive to create a public sphere, in which all citizens can form their own opinions. We are multi-platform, accessible for everyone. We enable each individual to participate in a democratic society.

EXCELLENCE

We act with high standards of integrity and professionalism and quality. We foster our talent and train our staff. We want to empower, enable and enrich our audiences. We want our work to result in maximum participation. We understand that our audiences are also participators in our activities.

ACCOUNTABILITY

We engage in a permanent and meaningful debate. We publish our editorial guidelines. We correct our mistakes. We strive to report on our policies, budgets, editorial choices. We are transparent. We strive to be efficient and managed according to the principles of good governance.

INDEPENDENCE

We want to be trusted programme-makers. We strive to be completely impartial and independent. Free to challenge the powerful we contribute to an informed citizenship. We want to be autonomous in all aspects. Our commitment to independence needs to be underpinned by safeguards in law.

DIVERSITY

Our audiences consist of a diverse range of interest groups so we strive to be diverse and pluralistic. We support and seek to give voice to a plurality of competing views. Conscious of the creative enrichment which can derive from co-existing diversities, we want to help build a less fragmented society.

INNOVATION

We want to enrich the media-environment of the countries and regions we work in. We strive to be a driving force of innovation. We aim at new formats, new technologies, new ways of connectivity with our audiences. We want to train our staff so that they can participate in the digital future, serving our public.

* Die ungekürzte Version ist auf www3.ebu.ch downloadbar und erschien in »TEXTE–Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs« und ist auf zukunft.ORF.at veröffentlicht.

Individueller Wert

VERTRAUEN • SERVICE • WISSEN • UNTERHALTUNG • VERANTWORTUNG

Vertrauen

ORF-Gesetz

§ 4. (6) Unabhängigkeit ist nicht nur Recht der journalistischen oder programmgestaltenden Mitarbeiter, sondern auch deren Pflicht.

§ 32. (1) Der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften haben die Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter sowie die Freiheit der journalistischen Berufsausübung aller journalistischen Mitarbeiter bei Besorgung aller ihnen übertragenen Aufgaben im Rahmen dieses Bundesgesetzes zu beachten.

ORF-Programmrichtlinien

Programmelemente von Informationssendungen einschließlich der Moderation müssen sachlich fundierte und konkrete Angaben enthalten; Gerüchte und eigene Spekulationen sind ausgeschlossen. Nur erfahrungsgemäß zuverlässige Agenturen sind ohne ausdrückliche Zitierung als Hauptinformationsquellen zulässig.

ORF-Leitbild

Der ORF ist sich des in ihn gesetzten Vertrauens der österreichischen Bevölkerung bewusst und leistet einen wertvollen Beitrag zur öffentlichen Meinungsvielfalt und Kommunikationsqualität und damit zu Toleranz, Solidarität und Integration in der Gesellschaft.

»The most valid and unique contribution that the Public Service Media can give [...] is the safeguarding in its news and current affairs programs of the core values of accuracy, truthfulness, due impartiality and editorial integrity as well as high standards of normative journalism.«

JOSEPH BORG
UNIVERSITY OF MALTA

»What people need, even in Europe's digital media age, are media in their environment, close to their needs, in short: public service media that they can trust.«

ISABEL FERNÁNDEZ-ALONSO
UNIVERSITY OF BARCELONA

»The well-known mantra of Public Service Media to inform, educate and entertain has long sustained PSM as the necessary alternative to commercial media pursuing their own agenda.«

LIA-PASCHALIA SPYRIDOU, UNIVERSITY OF CYPRUS
DIMITRA L. MILIONI
CYPRUS UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Wissen

ORF-Programmrichtlinien

Die Vermittlung von Wissenschaft bezieht sich sowohl auf gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse und neue wissenschaftliche Thesen. Ziel ist es, über Themen der Wissenschaft nicht nur zu informieren, sondern dadurch auch zu besserem Verständnis aktueller Probleme und deren Zusammenhänge beizutragen und damit unter anderem Lebenshilfe zu bieten.

ORF-Leitbild

Der ORF ist als elektronisches Gedächtnis Österreichs eine »öffentliche Mediathek des Wissens«. Er vermittelt Erkenntnisse wissenschaftlicher Forschung und macht Bildungsinhalte allen zugänglich.

»Um [...] Vielfalt als Normalität zu etablieren, sind interkulturelle Informationen, Unterhaltung und Bildung notwendig, die die Interessen von Minderheiten mit denen von Mehrheiten verschränken.«

BARBARA THOMASS
RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM

Verantwortung

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die angemessene Berücksichtigung der Anliegen behinderter Menschen und die angemessene Berücksichtigung und Förderung sozialer und humanitärer Aktivitäten, einschließlich der Bewusstseinsbildung zur Integration behinderter Menschen in der Gesellschaft und am Arbeitsmarkt zu sorgen.

ORF-Leitbild

Der ORF ist sich seiner gesellschaftlichen und insbesondere sozialen Verantwortung bewusst und leistet einen wertvollen Beitrag zur öffentlichen Meinungsvielfalt und Kommunikationsqualität und damit zu Toleranz, Solidarität und Integration in der Gesellschaft.

Unterhaltung

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat durch die Gesamtheit seiner gemäß § 3 verbreiteten Programme für die Darbietung von Unterhaltung zu sorgen.

ORF-Programmrichtlinien

Unterhaltung ist wesentlicher Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Der ORF bietet die besten internationalen und österreichischen Programme und ist sich bei der Themenwahl und Programmgestaltung der besonderen Verantwortung insbesondere für die österreichische Identität und Kultur, Gleichberechtigung, Minderheiten, Kinder und Jugendliche bewusst.

»Medienunterhaltung trägt zum Unterhalt der Gesellschaft bei. Public Value meint nicht nur Bildung, Kultur und Politik, es ist eine Art ›animation culturelle‹, die nicht zuletzt mit dem Vehikel der Unterhaltung zur Bildung, Kultur und politischen Meinungsbildung beiträgt.«

LOUIS BOSSHART
UNIVERSITÄT FREIBURG

Service

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die Information über Themen der Gesundheit und des Natur-, Umwelt- sowie Konsumentenschutzes unter Berücksichtigung des Verständnisses über die Prinzipien der Nachhaltigkeit zu sorgen.

ORF-Leitbild

Der ORF bietet objektive, vertrauenswürdige und zuverlässige Information sowie vielfältige Serviceangebote für die Bewältigung des Alltags.

»It is necessary for the public service to always remember the need to maintain universal access to its content and its real business: content production.«

ZRINJKA PERUŠKO
UNIVERSITY OF ZAGREB

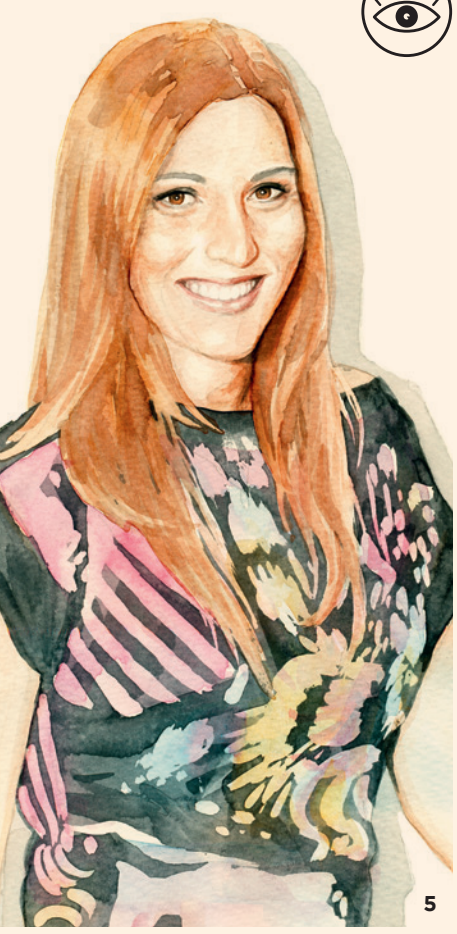


1


2


3


4


5

190.042
Storys auf ORF.at

10.851
Ö3-Nachrichten/-Journale

3.861
Stunden Information
im ORF-TV

6

1 Was macht Medienqualität aus? Wie kann sich investigativer Journalismus angesichts der wachsenden Public Relation der wirtschaftlich und politisch Verantwortlichen behaupten: **»Der Report«** macht den Reality Check: am **29.4.** in **ORF 2.**

2 Auch Marcel Hirscher ist zuweilen on air. **Ö3** liefert in der Schwerpunktwoche Informationen über Film- und Serieneinkauf, Berichte im Katastrophenfall und die Open-Data-Debatte: Wie kommt die Verkehrsinfo ins Navi?

3 In der »ORF-Wahlfahrt« chauffierte er 2013 österreichische Spitzenpolitiker/innen durch den Wahlkampf. Für die EU-Wahl 2014 ist Teil II mit europäischen Kandidatinnen und Kandidaten angesetzt. Im Public-Value-Report schreibt Hanno Settele über den innovativen Höhepunkt der Wahlberichterstattung. »Menschen«, S. 4

4 »Soko Donau«, »Janus«, »Schnell ermittelt«: Der ORF produziert als einzige TV-Station österreichische Krimispannung. Mehr dazu von Katharina Schenk in »Menschen«, S. 17 und »Daten« S. 19.

5 Sport im ORF bedeutet Vielfalt: Von Olympia und Skiweltcup bis zu »Schule bewegt« mit Mirna Jukic. Doch wie barrierefrei ist Sportberichterstattung? Zu Untertitelung und Audiokommentar im ORF **»Ohne Grenzen«** auf **Sport+** am **1.5.**

6 Wie viel Information bringt der ORF? Zahlen dazu in **TELETEXT**, auf **zukunft.ORF.at** und in »Daten« S. 4.

7 Steckt in Wolf ein Wolf? Was hinter den Kulissen der »ZiB2« passiert: **ORF.at** berichtet am **30.4.**

8 »Ö1 macht Schule«, Bildungsmedienabkommen und das große Projekt von Christoph Feurstein. **»Thema«** berichtet über den Bildungsauftrag in der Praxis am **29.4.** in **ORF 2**.

9 Filme und Serien ohne Werbeunterbrechung: u. a. bei der Initiative »Eurovision Film Week« und im EURO.Film auf ORF III. Filme ohne Werbeunterbrechung: u. a. bei der Initiative »Eurovision Film Week«, im EURO-Film auf ORF III und in »Daten«, S. 7, 17, 18 und 22.

10 »Wenn der Spaß beim Geld aufhört«: »Staatskünstler« Florian Scheuba über die ORF-Gebühren. »Menschen«, S. 18.

11 Das ORF-TV sendet Preisgekröntes: Ob Eigenproduktionen wie »Das Wunder von Kärnten« oder ausgezeichnete Serien aus Hollywood. Jene, die auswählen und redaktionell verantworten, schreiben über ihre Haltung in »Menschen«, S. 16f.

12 Informationsqualität im ORF: Wie sie entsteht, wie sie funktioniert: Darüber berichtet **Radio Oberösterreich** am **28.4.**


7


8


9


11


10


12

Gesellschaftswert

ORIENTIERUNG • VIELFALT • BÜRGERNÄHE • INTEGRATION • KULTUR

Orientierung

ORF-Verhaltenskodex

Alle politischen und wirtschaftlichen Verquickungen, die geeignet sein könnten, Zweifel an der Unabhängigkeit aufkommen zu lassen, sind zu vermeiden. Deshalb ist strikt zu achten auf: Unabhängigkeit von (partei-)politischen Interessen, von wirtschaftlichen Interessen, strikte Trennung von Programm und Werbung / Marketing sowie Authentizität.

ORF-Leitbild

Der ORF handelt unabhängig von politischen Parteien und anderen Interessengruppen und ist ausschließlich seinem Publikum und der Gesellschaft verpflichtet. Er leistet einen am Gemeinwohl orientierten Beitrag zur pluralistischen Demokratie und begleitet Wandel und Entwicklung der Gesellschaft.

»Der Wert eines öffentlich-rechtlichen Mediums zeigt sich an der Qualität und an der Vielfalt des öffentlichen Raumes, den sie mit anderen wichtigen Akteuren der Gesellschaft schaffen und gestalten. Ein Raum, in dem sich alle mit allen treffen können, in dem man sich informiert, diskutiert, entspannt, genießt, bildet, manchmal streitet, Ideen kreiert, zuhört. Ein Raum, den grundsätzlich alle mitgestalten können.«

INGRID DELTENRE, EBU

»Medienunternehmen haben eine allgemeine gesellschaftspolitische Verantwortung. Ihre Orientierungsfunktion erstreckt sich über die Gewährleistung von Faktentreue und hochwertiger Recherche hinaus auch auf die Vermittlung zivilgesellschaftlicher Werte und Normen.«

FLORIAN OBERHUBER, INSTITUTE FOR SOCIAL RESEARCH AND CONSULTING

»The principle of diversity together with quality, autonomy and social responsibility is a fundamental value in a deliberative and participatory democratic society. «

KRISTINA JURAITĖ
VYTAUTAS MAGNUS UNIVERSITY KAUNAS

Integration

ORF-Gesetz

§ 4. (5a) Im Rahmen der gemäß § 3 verbreiteten Programme sind angemessene Anteile in den Volksgruppensprachen jener Volksgruppen, für die ein Volksgruppenbeirat besteht, zu erstellen.

§ 10. (3) Das Gesamtangebot hat sich um Qualität, Innovation, Integration, Gleichberechtigung und Verständigung zu bemühen.

ORF-Programmrichtlinien

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

Vielfalt

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die angemessene Berücksichtigung aller Altersgruppen, die angemessene Berücksichtigung der Anliegen der Familien und der Kinder sowie der Gleichberechtigung von Frauen und Männern, die angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgesellschaften zu sorgen.

§ 4. (2) Das Angebot hat sich an der Vielfalt der Interessen aller Hörer und Seher zu orientieren und sie ausgewogen zu berücksichtigen.

§ 10. (6) Die Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen ist angemessen zu berücksichtigen, die Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte und Privatsphäre des Einzelnen sind zu achten.

ORF-Programmrichtlinien

Bei der Programmgestaltung sind alle wichtigen gesellschaftlichen, politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen, sportlichen, wissenschaftlichen, geistigen, religiösen und künstlerischen Entwicklungen zu berücksichtigen. Allerdings reicht es nicht aus, jeweils etablierte Anschauungen und Richtungen wiederzugeben, auch abweichende oder erst aufkommende Entwicklungen sind zu beachten. Bloß originelle Problematik kann aber nicht als Rechtfertigung einseitiger Darstellung dienen.

»A pluralistic media industry – marked by a variety of outlets with diverse ownership and viewpoints, independence and transparency – can serve democracy and reflect diversity within society.«

PETROS IOSIFIDIS
UNIVERSITY OF LONDON

Bürgernähe

ORF-Programmrichtlinien

Relevante Themen und Inhalte sind nicht nur zu kommunizieren, sondern im Sinne der Anregung eines öffentlichen Diskurses sowie persönlicher Reflexionen des Publikums auch kritisch zu würdigen.

ORF-Leitbild

Der ORF handelt unabhängig von politischen Parteien und anderen Interessengruppen und ist ausschließlich seinem Publikum und der Gesellschaft verpflichtet.

»While the private operator has to gain audience in order to maximize its revenues, Public Service Media has to aim at other targets: developing social cohesion, promoting diversity and pluralism, engaging in education, aiming at universality.«

CLARA ALMEIDA SANTOS, SÍLVIO SANTOS
UNIVERSITY OF COIMBRA

»Bearing in mind that Public Service Media around the world operate in different social architectures and culture there is no doubt that culture shall be regarded as one of the key characteristics of each public media company.«

MICHAŁ GŁOWACKI, UNIVERSITY OF WARSAW

Kultur

ORF-Gesetz

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

§ 4c. (1) Der Österreichische Rundfunk hat nach Maßgabe der wirtschaftlichen Tragbarkeit ein Fernseh-Spartenprogramm zu veranstalten, das ein umfassendes Angebot von Sendungen mit Informations- oder Bildungscharakter sowie von Kultursendungen beinhaltet.

ORF-Leitbild

Kunst und Kultur sind zentrale Werte für den ORF. Seine Programme und Aktivitäten stimulieren, fördern und vermitteln die kulturelle 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.



1



2



3



4

1 Wie fördert der ORF junge Talente in Österreich? **FM4** und **Ö3** berichten von **28.4.** bis **4.5.**

2 Geschäfte mit Geld und Schönheit: Astrid Petermann zur Wirtschaftsberichterstattung im ORF, »Menschen«, S. 24.

3 Am **1.5.** im Mittelpunkt von **»Radio Tirol«**: Der ORF und die Kultur im Alpenraum. Ein Streifzug vom Hörspiel bis zur »liabsten Weis«.

4 Orientierung für alle Menschen als Aufgabe in allen Medien: Das **»ZiB-Magazin«** berichtet am **28.4.** in ORF eins über die Leistungen des ORF zur Barrierefreiheit – und checkt, wie Quotenmessung funktioniert.

5 346 Stunden Kunst und Kultur allein im ORF-TV: **»Kultur heute«** berichtet über kulturelle Vielfalt auf **ORF III.**

6 Kultur in Zahlen: »Daten« S. 12 f.

7 Die »Lange Nacht der Museen«, Lesungen und Debatten im Radio-Kulturhaus, Informationen über ein nachhaltiges Leben: Bildung ist im ORF ein umfassender Auftrag. **ORF Salzburg** berichtet.

8 Migration und autochthone Minderheiten: Österreich spricht nicht nur deutsch. Über die Leistungen des ORF für die Volksgruppen berichtet das **Landesstudio Kärnten.**

9 ORF verbindet: Etwa im Themenschwerpunkt »Wir sind Österreich« oder mit Filmen wie dem preisgekrönten deutschen Spielfilm »Almanya«. Mehr in »Daten«, S. 16.

10 Der ORF als Kultur- und Festivalsender: »Menschen«, S. 30 f – und Berichte in **Radio Steiermark.**

11 Mehrheiten und Minderheiten – im ORF kommen alle zu Wort: Mehr zu Diskussionssendungen in **Radio Vorarlberg.**

12 Meistgesehener Kult.Film auf ORF III: »Arabeske«. Mehr Daten: Im gleichnamigen Heft S. 12.



5

2.567 x

veröffentlichte ORF.at Storys über Kultur.

1.529 x

befasste sich das ORF-TV 2013 mit Literatur.

6



7



8



9



10



11



12

Österreichwert

FÖDERALISMUS • IDENTITÄT • WERTSCHÖPFUNG

»Medien, und hier vor allem die öffentlich-rechtlichen Massenmedien, spielen in dem Prozess der Stärkung von Integration und Aufbau (regionaler) Identität eine große Rolle – durch direkte und indirekte Vermittlung von Werten und Normen.«

AGNES STREISSLER-FÜHRER
WIRTSCHAFTSPOLITISCHE PROJEKTBERATUNG

»Public Service Media has an important mission in representing and reproducing national culture and identity in its programming.«

MIKKO SIHVONEN
MANCHESTER METROPOLITAN UNIVERSITY

Identität

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration zu sorgen. (4) Ferner hat er bei der Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen sowie sonstigen Angeboten auf die kulturelle Eigenart, die Geschichte und die politische und kulturelle Eigenständigkeit Österreichs sowie auf den föderalistischen Aufbau der Republik besonders Bedacht zu nehmen.

ORF-Verhaltenskodex

Die Authentizität der Darstellung muss in jedem Fall gewährleistet sein. Journalistisch relevante Umstände für das Entstehen eines Beitrags sind kenntlich zu machen: z. B. besondere Bedingungen, Umstände und Entwicklungen während der Dreharbeiten oder wenn (etwa wegen Betriebsgeheimnissen) Material verwendet werden muss, das die Person oder Einrichtung, auf die sich der Beitrag bezieht, zur Verfügung gestellt hat. Das Publikum muss sich darauf verlassen können, dass in der Berichterstattung jegliche manipulative Darstellung oder Inszenierung unterbleibt.

ORF-Leitbild

Der ORF als eine Institution der österreichischen Öffentlichkeit ist das elektronische Leitmedium des Landes, Träger und Förderer österreichischer Identität, Kultur und Qualität.

Föderalismus

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die Information über die Bedeutung, Funktion und Aufgaben des Bundesstaates sowie die Förderung der regionalen Identitäten der Bundesländer zu sorgen.

§ 5. (5) Der Österreichische Rundfunk hat einen angemessenen Anteil seiner Finanzmittel für die Tätigkeiten der neun Landesstudios vorzubehalten.

ORF-Programmrichtlinien

In den Programmen des Fernsehens sind durch regelmäßige regionale Sendungen sowie durch angemessene Anteile an den österreichweiten Programmen die Interessen der Länder zu berücksichtigen.

ORF-Leitbild

Der ORF als eine Institution der österreichischen Öffentlichkeit spiegelt – gestützt auf einen lebendigen Föderalismus – die Vielfalt der Bundesländer wider.

»Am Beispiel Luxemburg lässt sich gut zeigen, dass insbesondere in kleinen Ländern Medien mit Public Value nicht nur hinsichtlich ihrer Informations- und Unterhaltungsleistung bewertet werden müssen, sondern auch an ihren Leistungen zur Erhaltung und Weiterentwicklung der eigenen Sprache als Teil nationaler Identität.«

CHRISTOF BARTH, UNIVERSITÄT TRIER

»Neben vielen anderen Qualitätskriterien wie Rechtmäßigkeit, Transparenz, Inhalt, Gestaltung, Verständlichkeit, Unbedenklichkeit, Professionalität, Innovation, Akzeptanz und Vielfalt ist für öffentliche Medien in Kleinstaaten vor allem eines wichtig: Der Beitrag zur Identitätskonstruktion.«

GABRIELE SIEGERT,
UNIVERSITÄT ZÜRICH

»The added value of Public Service Broadcasting does not only reside in the value for the individual and society it creates in its own right but also in collaboration and relationships with other partners, including commercial competitors, civil society organisations and others.«

HILDE VAN DEN BULCK
UNIVERSITY OF ANTWERP

»Public service broadcasting and its values entailed plurality and diversity, thus involving the provision for minorities, a concern for national identity and community, and the addressing of audiences as citizens, not as consumers.«

GUNILLA HULTÉN, STOCKHOLM UNIVERSITY

Wertschöpfung

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die angemessene Berücksichtigung und Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion zu sorgen.

§ 10. (8) Als Kultursender soll der Österreichische Rundfunk sowohl Berichterstatter wie eigenständiger Produzent sein und vor allem Auftraggeber, Arbeitgeber und Forum österreichischer Kreativität und Gegenwartskunst.

ORF-Programmrichtlinien

Durch Berücksichtigung und Förderung der heimischen künstlerischen und kreativen Produktion ist ein Beitrag zum Kulturgeschehen zu leisten. Im Bereich der Filmkunst, der bildenden Kunst, der Literatur und der Musik ist besonders dem gegenwärtigen österreichischen Schaffen Raum zu geben. Als Auftraggeber und häufig Erstveröffentlicher künstlerischer Werke und wissenschaftlicher Erkenntnisse soll der ORF einen Beitrag zum Kulturgeschehen leisten.

ORF-Leitbild

Der ORF stärkt den Medienstandort Österreich durch die Zusammenarbeit mit der österreichischen und europäischen Kreativwirtschaft bei der Entwicklung und Herstellung hochwertiger und zeitgemäßer Angebote.


1


2


3


4


5


6


7


8

1 »Schönbrunner Tiergeschichten« hat das »Universum« am 16.4. 2013 erzählt. Mit »Rückkehr des Wiedehopf«, dem »Flug der Eule« und »Schladming« gehört »Universum« zu den Exportschlagern des ORF: »Daten«, S. 17

2 Wie ist der Alltag in einem Landesstudio? Welche besonderen Projekte gibt es in Tirol? Waltraud Kiechl in »Menschen«, S. 42 – und Berichte aus dem **Landesstudio Niederösterreich.**

3 Österreich-Identität: Kritisch, skurril, lebensnah. Haltungen, Meinungen, Aspekte in »Menschen«, S. 40.

4 Der ORF fördert junge internationale und nationale Musik auch off air: z. B. im RadioKulturhaus mit jährlich über 30.000 Besuchern und Besucherinnen. Im Bild: Hillary Hahn, die am 25.5. im Ö1-»Klassik-Treffpunkt« zu Gast bei Albert Hosp war. Die Statistik zum RKH: »Daten«, S. 15.

5 Kollektive Erinnerungen werden ausgesprochen und neu geordnet: Der »Tatort: Unvergessen« bezieht bestimmende Geschichtsmomente wie den Partisanenwiderstand im Zweiten Weltkrieg mit ein und schafft frische Mögtlichkeiten der Reflexion. Meint Bernhard Natschläger in »Menschen«, S. 22

6 Mit aktueller Information und konkreter Hilfe: In Notfällen und Katastrophen demonstriert der ORF, wie wichtig Zuverlässigkeit ist. Einblicke in die Arbeit vom »Ö3 Team Österreich« in »Menschen«, S. 20. Im Bild: Zoran Dobric, »Thema«, beim Hochwassereinsatz.

7 **Ö3** blickt hinter die Kulissen einer österreichische Show **(28.4.–4.5.)** – und die »Daten« liefern »Willkommen Österreich« in Zahlen: S. 9

8 Der ORF fördert österreichische Literatur in zahlreichen Programmen: Ö1, »Erlesen«, »Kulturmontag«. Die Topliste der ORF-Bücher: »Daten«, S. 13.

9 »Die verrückte Welt der Ute Bock«, gesendet am 17.3. 2013 in ORF 2 ist nur einer von über 1.000 Titeln mit Österreichbezug: »Daten«, S. 20.

10 Der **TELETEXT** mit konkreten Zahlen zur ORF-Produktion auf **S. 883, 887 und 888**

11 »Der Sommer der Gaukler« vom 28.12. 2013 (ORF 2) als ein Beispiel erfolgreicher Koproduktionen. Die Liste der Herkunftsländer der im ORF gezeigten Filme: »Daten«, S. 24.


9

10

95.900.000

Euro vergab der ORF 2013 in Auftrags- und Koproduktionen an österreichische Produzenten.

890.000.000

Euro generiert das ORF-TV an Bruttowertschöpfung laut einer Studie des WIFO.


11

Internationaler Wert

EUROPA • WELT

»In fact, public service operators are among the most innovative around Europe and their services are in many cases the »Flag-ship« that creates a critical audience and drives the private initiative.«

ROBERTO SUÁREZ CANDEL
EBU

Europa

Europäische Menschenrechtskonvention

Artikel 10 (1): Freiheit der Meinungsäußerung. Jedermann hat Anspruch auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Freiheit der Meinung und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen ohne Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen ein.

Amsterdamer Protokoll

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist in den Mitgliedstaaten unmittelbar mit den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen jeder Gesellschaft sowie mit dem Erfordernis verknüpft, den Pluralismus in den Medien zu wahren.

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die Förderung des Verständnisses für die europäische Integration zu sorgen.

(4) Insbesondere Sendungen in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft haben sich durch hohe Qualität auszuzeichnen.

§ 10. (4) Die umfassende Information soll zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung im Dienste des mündigen Bürgers und damit zum demokratischen Diskurs der Allgemeinheit beitragen.

ORF-Programmrichtlinien

Für Österreich ist die Einbettung in Europa, das Verhältnis zu seinen Nachbarn und seine Verbundenheit mit diesem Kulturraum wesentlicher Bestandteil seiner Identität. Ein Europa ohne Grenzen, in dem die Gemeinsamkeit im Vordergrund steht, stellt keinen Widerspruch zu einem Europa der Regionen dar.

ORF-Leitbild

Der ORF ist die »österreichische Orientierungshilfe« in der nationalen und internationalen Angebotsvielfalt der digitalen Medienwelt. Damit leistet er einen Beitrag zur europäischen Integration.

»Im europäischen Einigungsprozess und auch in der gegenwärtigen internationalen Finanzkrise spielen die öffentlich-rechtlichen Medien eine besonders wichtige Rolle. Sie sind die wichtigste Barriere gegen den Vormarsch des Populismus von rechts und links, gegen den Rassismus, gegen die Intoleranz.«

PROF. PAUL LENDVAI

»Because public broadcasters are beholden to no one, they can bring news and cultural programming to communities around the world and act as a bulwark against the tide of intolerance. That role works in two directions. In addition to exporting information and cultural values, public broadcasting also helps promote understanding by importing information and values, bringing it into a local context. In seeking to strive for impartial representation of all sides of a story, public broadcasters also help keep the public in their home country informed.«

ALISON BETHEL MCKENZIE
INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE

»We have to keep defending public broadcasting, despite its flaws and limitations because it is an essential component or our European political cultures, audiovisual production, political and social pluralism. It is a daily struggle and we cannot cave in, for the simple reason that the market cannot replace genuine public broadcasting. We should not end up choosing between Orban, Berlusconi or Samaras: it is a matter of democracy for us as journalists and as citizens of the European Union.«

MARC GRUBER
EUROPEAN FEDERATION OF JOURNALISTS

»So zuverlässig wie die Kompassnadel immer nach Norden zeigt, müssen auch die Informationen, die Wissensinhalte der Öffentlich-Rechtlichen immer das höchste Maß an Zuverlässigkeit haben. Und diese Kompetenz hört nicht an den Landesgrenzen auf. Die breiten Korrespondentennetze rund um den Globus ermöglichen es den Menschen, sich auch über Ereignisse auf der anderen Seite der Weltkugel sehr zeitnah zu informieren. Hintergrundberichte stellen die Zusammenhänge her und unterstützen somit die Kompassfunktion in großer Vielfalt.«

ANDRAS BÖNTE
BAYERISCHER RUNDFUNK

Welt

UNESCO Konvention

Artikel 6 – Rechte der Vertragsparteien auf nationaler Ebene (1) Im Rahmen ihrer Kulturpolitik und kulturpolitischen Maßnahmen im Sinne des Artikels 4 Nummer 6 und unter Berücksichtigung ihrer eigenen besonderen Gegebenheiten und Bedürfnisse kann jede Vertragspartei Maßnahmen, die auf den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen innerhalb ihres Hoheitsgebiets abzielen, beschließen.

(2) Derartige Maßnahmen können Folgendes umfassen:

h) Maßnahmen, die darauf abzielen, die Medienvielfalt zu erhöhen, und zwar auch durch den öffentlichen Rundfunk.

ORF-Gesetz

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat für die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen zu sorgen.

§ 4c. (1) Der Österreichische Rundfunk hat Fernseh-Spartenprogramm zu veranstalten, das ein umfassendes Angebot von Sendungen mit Informations- oder Bildungscharakter sowie von Kultursendungen beinhaltet. Das Spartenprogramm soll sich gleichrangig mit Themen mit Österreich-Bezug wie mit europäischen und internationalen Themen beschäftigen.

ORF-Programmrichtlinien

Der ORF muss seinem Publikum sowohl das Fremde als auch das Eigene näherbringen. Er hat dazu anzuregen, einerseits das Vertraute zu schätzen und andererseits Interesse für das Neue, noch Unbekannte zu wecken.

ORF-Leitbild

Der ORF ist Fenster zur Welt sowie Stimme Österreichs und seiner Kultur auch jenseits der Landesgrenzen. Damit leistet er einen Beitrag zum Verständnis internationaler und globaler Zusammenhänge.



1



2

3

2.180
Fernsehbeiträge

ORF-Korrespondentinnen und Korrespondenten

4.693
Radiobeiträge



4



5



6



7



8



9



10



11

1 »Vier Frauen und ein Todesfall« – österreichische Filme und Serien werden in alle Welt verkauft: Mit Wertschöpfung durch Medienproduktion, etwa den »Cop Stories« oder dem »Tatort« befasst sich **»€co«** am **24.4.**

2 Geistliche, die in Mordfällen ermitteln, Nonnen, die ständig mit dem Bürgermeister (und oft auch mit ihrer Oberin) im Clinch liegen – und natürlich all die Ereignisse, die »eine himmlische Familie« so umtreiben. Bei näherer Betrachtung findet sich gar nicht so wenig Religiöses in populären Fernseh-Serien und Filmen (im Bild: »Habemus Papam«). Wie Glaubensfragen in Serien und Filmen dargestellt werden, die der ORF in seinem Fernsehprogramm ausstrahlt – und was dabei vermittelt wird, dieser Frage geht Brigitte Krautgartner in **»Erfüllte Zeit«** auf **Ö1** am **4.5.** um **7:05 Uhr** nach.

3 Was leistet das Korrespondenten- und Korrespondentinnennetz des ORF? In »Daten«, S. 20.

4 TV-Serien sind die Romane unserer Tage – Philipp L'heritier von **FM4** analysiert.

5 »Euro-Monopoly« in Brüssel – Cornelia Primosch berichtet aus dem Alltag einer Korrespondentin in der EU-Hauptstadt in »Menschen«, S. 52.

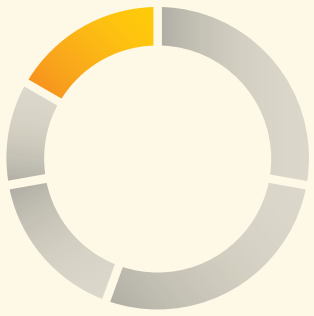
6 »Vorsicht – ganz so ist es nicht!«, meint Ben Segenreich in seinem Beitrag über Auslandsberichte in »Menschen«, S. 53.

7 + 8 Von schwarze Schwänen und stotternden Königen: Die Liste der Erstausstrahlungen prämierter Filme in den »Daten«, S. 24.

9 Das »ORF-DialogForum« bildet den Diskurs zwischen Publikum, Programmmacher/innen und Wissenschaft ab. Zuletzt etwa zum Thema »Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag« mit dem Schweizer Professor Louis Bosshart. Am 23.4. erörtern Wissenschaftler/innen aus ganz Europa die Rolle öffentlich-rechtlicher Medien in der digitalen Medienwelt im RadioKulturhaus. **ORF III** zeichnet auf und sendet das **»DialogForum«** am **24.4.** um **23:30 Uhr**.

10 Das »Weltjournal« zeigt den Alltag der ORF-Korrespondentinnen und -Korrespondenten. Im Bild: Mathilde Schwabeneder aus Rom.

11 Das »WELTjournal+« vertieft seit 2013 die ORF-Berichterstattung z. B. mit »Kenias Polizisten – selbsternannte Rächer«. Die meistgesehenen Sendungen in den »Daten« S. 23.



Unternehmenswert

TRANSPARENZ • KOMPETENZ • INNOVATION

»The challenges for Public Media relate to significant societal changes occurring in the Public Service Media environment. We are witnessing a gradual shift from channels to content platforms, from collective, mass-oriented linear broadcast distribution towards personalised services provided in non-linear, interactive Internet environments.«

ANKER BRINK LUND, CHRISTIAN S. NISSEN
COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL

Innovation

ORF-Gesetz

§ 10. (3) Das Gesamtprogramm hat sich um Innovation zu bemühen.

§ 4e. (1) Der Österreichische Rundfunk hat zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags auch ein Online-Angebot bereitzustellen, das insbesondere sendungsbegleitende und in direktem Zusammenhang mit seinen Rundfunkprogrammen stehende Inhalte zu umfassen hat.

ORF-Programmrichtlinien

Das Gesamtprogrammangebot des ORF hat sowohl für die Pflege tradierter Qualität als auch für darauf aufbauende und diese weiterentwickelnde Formen und Inhalte zu stehen.

ORF-Leitbild

Der ORF ist ein zukunftsorientiertes Medienunternehmen, welches auf der Basis von Effizienz und Wirtschaftlichkeit nach kontinuierlicher Innovation strebt.

»The evolution of the second screen, and of the growing delivery of television programmes by the internet indicate broadcasters would be wise to explore how to creatively extend television by integrating second screens and the additional activities offered by the internet (chat, share, forward, ›like‹, download, and time-shift) with quality television.«

LIZZIE JACKSON, RAVENSBOURNE

»Um in Zukunft seine politische Rolle und Legitimation zu erhalten, müssen PSM in der Lage sein, Digital- und Internetstrategien zu entwickeln, die eine Transformation hin zu digitalen Public-Service-Medien ermöglichen.«

HARDY GUNDLACH, HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN HAMBURG

»Will Journalismus – und insbesondere öffentlich-rechtlicher Journalismus – auch in Zukunft seine Funktion in einer demokratischen, aber zusehends diversen Gesellschaft weiterhin erfüllen, dann wird er die Formen seiner Kommunikationsleistung überdenken müssen, um weiterhin die Voraussetzungen zur qualifizierten Teilhabe möglichst vieler BürgerInnen an öffentlichen Diskursen, Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen schaffen zu können.«

JOSEF SEETHALER
ÖSTERREICHISCHE AKADEMIE DER WISSENSCHAFTEN

Transparenz

ORF-Gesetz

§ 7. (1) Der Österreichische Rundfunk hat dem Bundeskanzler und der Regulierungsbehörde einen Bericht über die Erfüllung der Aufträge im vorangegangenen Kalenderjahr zu erstellen.

§ 4a. (7) Das Qualitätssicherungssystem sowie die dazu erstellten Studien und Teilnehmerbefragungen und die diesbezüglichen Beschlüsse des Stiftungsrates und des Publikumsrates sind auf der Website des Österreichischen Rundfunks leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu machen.

ORF-Verhaltenskodex

Redaktionelle Kooperationen mit Unternehmen, Institutionen etc. sind klar zu kennzeichnen. Events, bei denen der ORF Medienpartner ist, erhalten keine Bevorzugung in der Berichterstattung. Sie werden nach den üblichen journalistischen Regeln auch kritisch beleuchtet. Auch bei gemeinnützigen Zwecken (Kampagnen) dürfen journalistische Kriterien, journalistische Eigenverantwortung etc. nicht missachtet werden. Von Firmen, Institutionen usw. zur Verfügung gestelltes Sendematerial darf nur verwendet werden, wenn dadurch redaktionelle Entscheidungen in keiner Weise beeinflusst werden. Allfällige Verstöße sind nach dem ORF-G zu verfolgen.

»Without an advanced level of transparency, which should not end up in the obliged disclosure of strategic information, there is no point in establishing accountability mechanisms. Control and evaluation become crucial aspects of Public Service Media. «

CAROLINE PAUWELS,
KAREN DONDERS
VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

»It can be maintained that a strong Public Service Media practising responsible journalism free from commercial pressure is needed to counteract the polarising and disintegrating tendencies that can be observed in the political sphere in many parts of Europe.«

ALESSANDRO D'ARMA
UNIVERSITY OF WESTMINSTER

Kompetenz

ORF-Gesetz

§ 4a. (1) Der Generaldirektor hat ein Qualitätssicherungssystem zu erstellen, das unter besonderer Berücksichtigung der Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter, der Freiheit der journalistischen Berufsausübung sowie der Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit der Direktoren und Landesdirektoren Kriterien und Verfahren zur Sicherstellung der Erfüllung des erteilten öffentlich-rechtlichen Kernauftrages definiert.

§ 4. (8) Der Generaldirektor hat im Einvernehmen mit dem Redakteursausschuss einen Verhaltenskodex für journalistische Tätigkeit bei der Gestaltung des Inhalteangebots zu erstellen.

ORF-Programmrichtlinien

Grundsätzlich ist kein Programmgenre davon ausgenommen, anspruchsvolle Inhalte anzubieten. Anspruch leitet sich nicht nur von der Auswahl der Themen und Stoffe, über die berichtet wird, ab, sondern auch von der Art und Weise, in der diese programmlich umgesetzt werden. Diesem Kriterium kann etwa durch besondere gestalterische, journalistische oder künstlerische Qualität, die zur kritischen Auseinandersetzung anregt, entsprochen werden.

ORF-Leitbild

Der ORF ist ein zukunftsorientiertes Medienunternehmen, dessen Mitarbeiter/innen das Leistungsangebot engagiert, kompetent und kreativ gestalten.

»Only a high level of professionalism with solid ethical background, supported by proper funding, can guarantee that a proper ratio between quality / viewership / costs in Public Service Media will be achieved.«

ANDREJ ŠKOLKAY
SCHOOL OF COMMUNICATION AND MEDIA BRATISLAVA


1



2

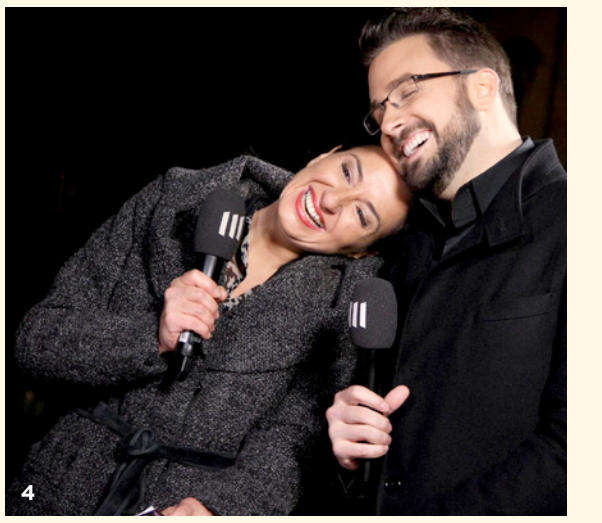
959,3

Die Umsatzerlöse der ORF-Muttergesellschaft lagen 2013 insgesamt bei 959,3 Mio. Euro.

3.015

Mitarbeiter/innen hatte der ORF mit Jahresende 2013

3


4


5


6

1 Das **Landesstudio Wien** widmet der Geschichte des Hörfunks ein **»Österreichbild«**: »90 Jahre Radio« am **1.5.** in **ORF 2**.

2 Zum wiederholten Mal bekam der ORF die Auszeichnung als »Redaktion des Jahres«. Die ORF-Informationsleistung im Überblick gibt's in den **Radionachrichten** Ende April.

3 ORF-Kennzahlen zum Nachblättern: »Daten«, S. 28.

4 »Kunst als Gedächtnis der Gesellschaft«: Ani Gülgün-Mayr, mehrfach ausgezeichnete Moderatorin und Leiterin von »Kultur heute« (ORF III), beschreibt ihren Kulturbegriff in »Menschen«, S. 32.

5 »Orte in Bewegung«, so heißt der Innovationswettbewerb von Ö1 und respekt.net. Gesucht werden soziale Innovationen in österreichischen Gemeinden, gefragt sind Projekte, die z. B. ökologische Produkte entwickeln, mit Kunst und Kultur zum regionalen Aufbruch beitragen oder mit nachbarschaftlicher Kinder- oder Altenbetreuung soziale Lücken schließen. Einsendeschluss auf oe1.ORF.at/openinnovation ist am 6.5. 2014. Die Sendereihe »Innovation. Leben« präsentiert 16 Projekte vom 4.8.–28.8. 2014 – und Martin Bernhofer, Leiter der Ö1-Wissenschaft, schreibt über Hintergründe von »Open Innovation« in »Menschen«, S. 59.

6 Ausgezeichnetes »Universum«: Die Liste der Preisträger/innen in den »Daten«, S. 32.

7 »Herr Ostrowski sucht das Glück« – und andere ORF-Innovationen in den »Daten«, S. 27.

8 Wer berichtet im Katastrophenfall? Gerald Heidegger und sein Team von **ORF.at** recherchieren. Online ab **28.4.**

9 Wie arbeitet der Kundendienst des ORF? An wen kann man sich wenden, wenn man etwas aus TV oder Radio benötigt? **»help«** berichtet am **5.5.** auf **Ö1**.

10 Wie funktionieren Bildungsmedien? Das **Ö1-»Radiokolleg«** berichtet von **28.4.–30.4.**

11 Die Zukunft ist digital: Zu den Perspektiven eines trimedialen Berufs veranstaltet das **Landesstudio Burgenland** ein Symposium und berichtet.


7


10


8

9

1.298.057

ORF-KUNDENDIENST Kontakte gesamt


11

Zukunft

Was kommt: Progr

EU-Wahl

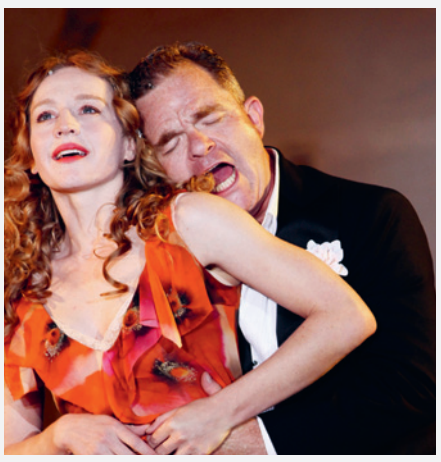
Mehr als 100 Sendungen in TV und Radio bringen Europa Österreich näher. Höhepunkte: Das Duell der Spitzenkandidaten am 8. Mai, gemeinsam mit dem ZDF ausgestrahlt, und die Neuauflage der »Wahlfahrt«: Hanno Settele und sein Mercedes kurven durch Europa.



Jedermann & Co.

Zu den ORF-Konzerthighlights zählen u. a. das »Sommernachtskonzert Schönbrunn«, die »Sommernachtsgala Grafenegg«, außerdem das Eröffnungskonzert der Wiener Festwochen und das »Gedenkkonzert der Wiener Philharmoniker in Sarajevo« – beides anlässlich des »Gedenkjahres 2014«. Darüber hinaus präsentiert sich der ORF im Sommer 2014 einmal mehr als der Festspielsender des Landes – mit den Highlights der wichtigsten Festivals von Bregenz bis Salzburg.





Schwerpunkt Umwelt

ORF und NGOs starten eine neue Initiative: Unter dem Titel »Mutter Erde« wird dem Thema »Umwelt« künftig jedes Jahr eine Schwerpunktwoche gewidmet. Mit wechselnden Themensetzungen soll das Bewusstsein in der österreichischen Bevölkerung für Umweltthemen nachhaltig gesteigert werden. Die erste Schwerpunktwoche findet vom 28. Mai bis 5. Juni 2014 statt.





MUTTER ERDE

Schwerpunkt Sarajevo

Im Juni thematisiert der ORF in all seinen Medien den Ausbruch des Ersten Weltkriegs. U. a. mit einem Realzeit-Hörspiel über die 90 Minuten des letzten Aufenthalts des Thronfolgers in Sarajevo vor seiner Ermordung, einer tägliche Fünf-Minuten-Reihe auf Ö1, in der Handschriften, Tagebucheinträge und Briefe den Alltag der Menschen rund um den Zeitpunkt des Kriegsbeginns illustrieren – und im TV mit zahlreichen Dokumentationen, etwa dem Vierteiler »14 – Tagebücher des Ersten Weltkriegs« Ende Mai auf ORF 2.





ORF going Europe

Ende Mai versammeln sich die Spitzen der öffentlich-rechtlichen Medien Europas in Wien. EBU und ORF richten den Media-Summit aus: ein internationales Großereignis für die gesamte Medienbranche.



BÖsterreich

Wie böse Österreich sein kann, zeigen Nicholas Ofczarek und Robert Palfrader in dem neuen »DIE.NACHT«-Satireformat: »BÖsterreich« ab 1. April 2014, jeweils um ca. 22:50 Uhr in ORF eins. In 40 verschiedenen Rollen nähern sich die beiden im neuen Sketchcomedy-Format den Schattenseiten der österreichischen Seele an.



amme. Filme. Initiativen.

Mörderisch neu

2014 stehen die ORF-Premieren der ersten drei Landkrimis auf dem Programm: »Die Frau mit einem Schuh« (Michael Glawogger), »Alles Fleisch ist Gras« (Reinhold Bilgeri) und »Steirerblut« (Wolfgang Murnberger) zeigen, dass Blut wahrhaft kein Himbeerwasser ist …



Das Ende des Ostblocks als Anfang des neuen Europas

Zum 25. Jahrestag des Falles der Berliner Mauer rekonstruiert Ö1 den 9. November 1989 mit Originaltönen, Zeitzeuginnen und Zeitzeugen – und blickt in die Zukunft Europas.





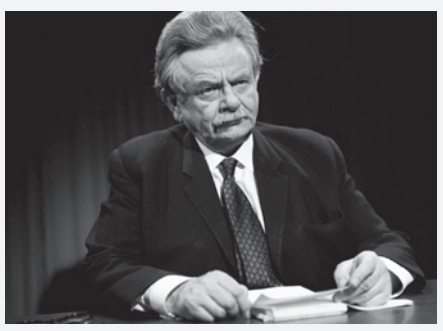
TVthek & Apps

Das Angebot der TVthek (mittlerweile 200 TV-Sendungen, mehr als 200 Live-Streams) wächst auch 2014, ebenso wie das Angebot der neu entwickelten Apps. In Planung: Die umfassenden News- und Sport-Apps der ORF-Onlineredaktion.



Blendend gehört

Für Sommer 2014 geplant: Eine Hörspieladaption von Elias Canettis Roman »Die Blendung« in 12 Teilen. Diese Koproduktion des Bayerischen Rundfunks mit dem ORF ist eine der größten und aufwändigsten Produktionen in der Geschichte des Funkhauses und wird in Wochenend-Doppelfolgen ab 19. Juli zu hören sein.



Bildung fürs Leben

Dem Thema Schule und Ausbildung widmet sich der ORF bis Juni in einem Programmschwerpunkt. Unter dem Titel »Schule fürs Leben« werden unter anderem die Lebenswirklichkeiten von Jugendlichen und ihren Familien thematisiert, die PISA-Tests unter die Lupe genommen und neue Schulformen diskutiert. Zahlreiche ORF-Sendungen widmen sich dem Zukunftsthema.



Tanz mit der Geschichte

Ö1 nimmt den 200. Jahrestag des Wiener Kongresses (18. 9. 1814) zum Anlass, sich in einigen Sendungen mit der Neuordnung Europas nach Napoleon auseinanderzusetzen – u. a. im »Salzburger Nachtstudio«, »Im Gespräch« und in »Betrifft: Geschichte«.



Küniglberg reloaded

Bis 2021 sollen alle ORF-Redaktionen in Wien unter einem Dach arbeiten. Geplant ist ein multimedialer Newsroom. Das ORF-Radio-Kulturhaus und das Stadtstudio, der Große Sendesaal als Heimat des ORF-Radio-Symphonieorchesters sowie die Großproduktions-Studios und Regieplätze für Musik und Hörspiel sollen im Funkhaus Wien erhalten bleiben.



Mehr Programme, Filme und Initiativen sehen, hören und lesen Sie in allen Medien des ORF. Auch 2014/15.

UNDER CONSTRUCTION
ORF 2014 – 2021

In den nächsten Jahren wird das ORF-Zentrum in Wien zum modernen, zukunftsfähigen Produktionsstandort ausgebaut. Viele Fragen sind noch offen:

— Wie funktioniert ein trimedialer Newsroom?
— Wie kann journalistische Vielfalt und Qualität bewahrt werden?
— Wie werden die Nachrichten der Zukunft im Verbund von Fernsehen, Radio und Online produziert?

Klar ist heute schon: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk muss sich an den Fragen der Zukunft orientieren. Neue Informationskanäle, neue Geräte, neue Wege, Medien zu nützen, werden die Kommunikation der Menschen grundlegend verändern.

Der ORF steht daher vor großen Herausforderungen. Die Zukunft der Medien, aber vor allem die Mediennutzer/innen verlangen nach neuen Angeboten, neuen Lösungen, neuen Antworten:

— Wie wird der ORF diesen Herausforderungen begegnen?
— Wie wird er sich, wie muss er sich verändern?
— Wie kann der ORF auch 2020 erfolgreich sein und zugleich seinem umfangreichen gesellschaftlich relevanten öffentlich-rechtlichen Auftrag entsprechen?

Mit diesen Fragen werden wir uns heuer intensiv beschäftigen: im Diskurs mit der Wissenschaft und unserem Publikum. In Veranstaltungen und vielfältigen Initiativen. In Kooperation mit unseren europäischen Partnern.

Machen Sie mit dabei. Schreiben Sie uns Ihre Meinung. Ihre Vorschläge. Ihre Perspektiven. Ihre Ideen. Ihre Visionen. Die besten, die kreativsten, die originellsten, die interessantesten Beiträge werden wir im nächsten Public-Value-Bericht veröffentlichen.

Beteiligen Sie sich an der Zukunft des ORF.
Der »Rundfunk der Gesellschaft« gehört auch Ihnen.

zukunft@ORF.at

ZUKUNFT.ORF.AT

PUBLIC VALUE IM INTERNET Zahlen, Daten und Fakten zur Programmproduktion, Regulative und Expertisen, Statements von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unternehmensrelevante Informationen dokumentieren, wie der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag erfüllt.