



**Das Qualitätssicherungssystem des ORF
im Jahr 2021
Gutachten zur Bewertung der
Gesamtleistung**

Ingrid Deltenre

Mai 2022

Vorbemerkung

Noch nie war das Informationsangebot so vielfältig wie heute. Vor allem viele junge Leute nutzen Informationskanäle, die es vor wenigen Jahren noch nicht einmal gab. Aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten ist diese Entwicklung eigentlich positiv zu werten. Bei näherer Betrachtung muss diese Entwicklung jedoch auch kritisch beurteilt werden, weil sie nicht nur aber auch gravierende Folgen für die etablierten Medien hat.

Viele Informationen, die via Social Media verbreitet werden, wurden nicht nach journalistischen Grundsätzen verfasst. Faktentreue und Wahrheitsgehalt sind keine unabdingbaren Voraussetzungen für ihre Verbreitung, weil die Verfasser nicht zwingend im Interesse der Öffentlichkeit handeln, sondern oft eigene soziale, politische und wirtschaftliche Ziele verfolgen.

Die Social-Media-Plattformen haben nicht nur zu einer massiven Vergrößerung des Informationsangebots geführt, sondern auch zu einer massiven Beschleunigung der Informationsverbreitung, was wiederum die Konkurrenz unter den Medien verschärft hat. Im Kampf um die Aufmerksamkeit und Akzeptanz beim Publikum will und muss jedes Medienunternehmen heute so schnell wie möglich über bedeutende Vorfälle informieren. Diesem Druck ist auch der ORF ausgesetzt.

Die zentrale Herausforderung für eine Redaktion besteht deshalb darin, schnell zu informieren und trotzdem eine hohe Qualität und Zuverlässigkeit der Information zu garantieren. Verbreitet eine Redaktion unwissentlich sogenannte Fake News, verliert sie ihre Glaubwürdigkeit, die wichtigste «Währung» im Geschäft der Information.

Die Recherche und Verifikation von Inhalten gehören seit jeher zum Kerngeschäft des Journalismus. Aber weil heute viel mehr Informationen zur Verfügung stehen und weil ihre Veröffentlichung auf den Websites und auf den Social-Media-Kanälen der Medienunternehmen unter einem viel größeren Zeitdruck erfolgt, braucht es zusätzliche Investitionen und auch neue (technische) Fachkenntnisse, um die Verifikation von Nachrichten und ihren Quellen zu gewährleisten.

Der ORF hat aufgrund seines Geschäftsmodells einen kleineren finanziellen Druck als private Verlage. Er trägt deshalb als öffentlich-rechtliches Unternehmen eine besondere gesellschaftliche Verantwortung im Hinblick auf die Glaubwürdigkeit seines publizistischen Angebots. Vor diesem Hintergrund verlangt der Gesetzgeber ein System der Qualitätssicherung, welches jedes Jahr überprüft werden muss. Das vorliegende Gutachten legt Zeugnis über die Erreichung dieser gesetzlichen Vorgaben ab.

Die Berichte sind umfassend und decken eine Vielzahl von Bereichen ab. Im Sinne einer Ergänzung wäre es jedoch aufschlussreich zu erfahren, welche Maßnahmen der ORF trifft, um seine Glaubwürdigkeit zu schützen vor dem Hintergrund der veränderten Mediennutzung und der stärkeren Konkurrenz um die Aufmerksamkeit.

Ingrid Deltenre, im Mai 2022

Inhalt

Vorbemerkung	2
1 Executive Summary	4
2 Das Qualitätssicherungssystem des ORF	6
2.1 Die gesetzliche Grundlage.....	6
2.2 Verfahren und Methoden 2021.....	6
3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten	11
4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags	13
4.1 ORF-Hörfunk.....	14
4.2 Die Regionalradios des ORF.....	16
4.3 ORF-Fernsehen.....	17
4.3 Internet und Teletext.....	19
4.4 Kooperationen des ORF.....	21
4.5 Barrierefreie Angebote im ORF	22
4.6 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF	24
5 Die ORF-Overall-Befragung	26
6 Evaluation des Qualitätsprofils Sport 2021 im ORF-Fernsehen	27
7 Publikumsgespräche	30
8 Gespräche mit Expertinnen und Experten	33
8.1 Gespräch über Wissenschaftssendungen	33
8.2 Gespräch über Bürger-, Konsumentenschutz- und Servicesendungen	34
9 ORF-Publikumsratsstudie 2021: Fiktionale Unterhaltung im Fernsehen .	36
10 Public-Value-Bericht und Public-Value-Jahresstudie	38
11 Fazit	40

1 Executive Summary

Das vorliegende Gutachten untersucht, ob und inwiefern der ORF mit seinem publizistischen Angebot den Vorgaben des Gesetzes gerecht geworden ist. Die Grundlage für diese Bewertung bildet das vom ORF-Stiftungsrat beschlossene Qualitätssicherungssystem. Dieses System beinhaltet unter anderem diverse empirische Studien, Inhaltsanalysen, Diskurse mit Expertinnen und Experten sowie den Public-Value- und den Jahresbericht des ORF.

Innerhalb des ORF wird der Prozess der Qualitätssicherung sowie die Berichterstattung darüber vom Public-Value-Team unter der Leitung von Dr. Klaus Unterberger sowie von der Marktforschungsabteilung unter der Leitung von Mag. Eva Sassmann getrieben.

Es besteht eine hohe Kontinuität bei den mit der Qualitätsmessung beauftragten Instituten. Im Jahr 2021 fand kein Wechsel bei den Instituten statt. Die angewendeten Methoden und Verfahren sind über Jahre erprobt und verfeinert worden. Die Overall-Befragung sowie die Publikumsratsstudie wurden auch im Jahr 2021 coronabedingt per Telefon oder schriftlich, via Online-Fragebogen, gemacht. Die Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit dem Vorjahr ist möglich, jedoch ist die Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen von 2019 und früheren Jahren nur eingeschränkt möglich. An dieser Stelle kann bereits festgehalten werden, dass die Studien und Analysen methodisch korrekt und nachvollziehbar durchgeführt worden sind.

Nicht nur die Pandemie, politische Skandale, die Kanzlerwahlen in Österreich und in Deutschland sowie die Ereignisse rund um die Inauguration von Joe Biden in den USA führten zu einem gestiegenen Informationsbedürfnis beim Publikum. Auch die sportlichen Großveranstaltungen wie die UEFA Euro 2020 sowie die Olympischen Sommerspiele in Tokio fanden beim Publikum regen Zuspruch. Die Reichweiten, die Nutzungsdauer und die Marktanteile der ORF-Programme erreichten auch deshalb Spitzenwerte und wurden gegenüber dem Vorjahr noch einmal verbessert. Dies schafft ein Medium nur mit einem unabhängigen, vielfältigen und relevanten Programmangebot.

Im ORF-Jahresbericht werden sämtliche inhaltlichen und technischen Anforderungen des Kernauftrags laut ORF-Gesetz abgearbeitet und wenn immer möglich mit quantitativen Aussagen untermauert oder mit Programm-Beispielen illustriert. Der ORF hat die gesetzlichen Auflagen bezüglich der Förderung der österreichischen Identität, des Österreichbezugs, dem Anteil anspruchsvoller Sendungen in den Hauptabendprogrammen sowie dem Anteil europäischer Werke erfüllt. Die Werte sind überwiegend noch höher als schon im Vorjahr.

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Die Inhaltsanalysen der Hörfunk- und Fernsehprogramme basieren seit Jahren auf den gleichen inhaltlichen Kategorien und Zuordnungsschemata und erlauben deshalb ohne weiteres den Vergleich zu den Vorjahren. Im Jahr 2021 haben sich die Programmstrukturen von Radio und Fernsehen nur marginal verändert. Die Veränderungen sind auch für das Jahr 2021 unterhalb der Fünf-Prozentpunkte-Marke geblieben.

Im Diskurs mit dem Publikum sowie den Expertinnen und Experten wurde dem publizistischen Angebot des ORF in allen wesentlichen Programmsäulen eine hohe

Qualität und Vielfalt attestiert. Die Scores für das Jahr 2021 waren oft noch besser als die ohnehin schon guten Beurteilungen aus dem Vorjahr.

Seit dem 1.1.2021 ist die neue ORF-Novelle 2020 in Kraft getreten, wonach das Angebot an barrierefrei zugänglichen Sendungen ausgebaut werden muss. Zudem wünschte der Publikumsrat, dass die Auflagen bezüglich der Barrierefreiheit ebenfalls Gegenstand dieses Qualitätsgutachtens sein sollen. Der geplante Ausbau des barrierefrei zugänglichen Programmangebots sowie die Erreichung der Ziele, die sich der ORF für das Jahr 2021 selber gesetzt hat, wurden erstmals überprüft. In einigen Bereichen wurden die selbstgesteckten Ziele übertroffen. In anderen Bereichen besteht noch ein kleiner Nachholbedarf. Doch sollte dieser Rückstand – nach Angaben des ORF – dank zusätzlichen finanziellen Mitteln, einer höheren Automatisierung und dem Einsatz neuer Technologien im Jahr 2022 vollständig aufgeholt werden.

Der ORF hat im Jahre 2021 dem Kriterienkatalog für die Qualität seines Programms in allen Punkten entsprochen. Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Vorgehen mit qualitativen und quantitativen Verfahren den Vorgaben des Gesetzes gerecht geworden ist. Er hat das geforderte Qualitätsmanagement im Jahre 2021 effektiv und erfolgreich umgesetzt.

2 Das Qualitätssicherungssystem des ORF

2.1 Die gesetzliche Grundlage

Gemäß ORF-Gesetz hat der Generaldirektor ein Qualitätssicherungssystem zu erstellen, das unter besonderer Berücksichtigung der Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeitenden die Kriterien und Verfahren zur Sicherstellung der Erfüllung des Kernauftrags des ORF definiert.

Der ORF-Stiftungsrat hat am 11. Mai 2011 ein adaptiertes Qualitätssicherungssystem beschlossen, das zusätzliche Maßnahmen vorsieht, mit denen die Angebote des ORF sowohl angebots- als auch publikumsorientiert evaluiert werden sollen. Diese Studien ergänzen den Jahresbericht des ORF. In der Sitzung vom 20. November 2014 wurden Ergänzungen eingebracht und vom Stiftungsrat beschlossen, die die Analyse der Programmstruktur des ORF-Fernsehens insgesamt betreffen.

2.2 Verfahren und Methoden 2021

Das ORF-Qualitätssicherungssystem setzte auch im Jahr 2021 auf die bewährten Verfahren der Repräsentativbefragung, Publikumsgespräche, Experten- und Expertinnen-Befragung, Programmstrukturanalysen, den Public-Value-Bericht, die Public-Value-Jahresstudie, die Publikumsratsstudie sowie den ORF-Jahresbericht.

Das Qualitätssicherungssystem des ORF wird laufend optimiert. Dazu organisiert der ORF jeweils einen Workshop mit allen am Prozess beteiligten Instanzen. Dieser Workshop fand am 1.12.2021 statt. Es wurde beschlossen, dass auch die Social-Media-Angebote des ORF in die Publikumsbefragungen integriert werden sollen, weil diese mittlerweile eine wichtige Funktion für die Informationsvermittlung eingenommen haben. Sie werden erstmals in den Umfragen im Jahr 2022 integriert. Auf Wunsch des Publikumsrates wurde außerdem beschlossen, dass die gesetzlichen Anforderungen bezüglich der Barrierefreiheit ebenfalls Gegenstand des Qualitätsgutachtens sein sollen.

Die Overall-Befragung wie auch die Publikumsratsstudie wurden im Jahre 2021 – coronabedingt – wie schon im Vorjahr telefonisch und via Online-Fragebogen durchgeführt (davor Face-to-Face-Interviews). Der Vergleich mit dem Vorjahr ist deshalb problemlos möglich. Der Vergleich mit längeren Zeitreihen ist allerdings nur unter Vorbehalt möglich.

Das Qualitätssicherungssystem des ORF basiert auf den folgenden Grundlagen:

ORF-Jahresbericht

Laut Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk betreibt der ORF drei österreichweit und neun bundeslandweit empfangbare Programme des Hörfunks und zwei österreichweit empfangbare Programme des Fernsehens. Hinzu kommen im Rahmen von besonderen Aufträgen ein Sportspartenprogramm, ein Informations- und Kulturspartenprogramm, ein Fernsehprogramm für das europäische Publikum sowie ein Online- und Teletextangebot. Für die Programme wurden im ORF-Gesetz

spezifische inhaltliche wie technische Anforderungen festgehalten. Der ORF hat deshalb jedes Jahr bis zum 31. März dem Bundeskanzler sowie der Regulierungsbehörde einen Bericht über die Erfüllung der Aufträge vorzulegen. Dieser Jahresbericht soll entsprechend den Programmaufträgen sowie den inhaltlichen Anforderungen gegliedert sein und soll eine detaillierte Darstellung der entsprechend den Aufträgen unternommenen Maßnahmen und Tätigkeiten insbesondere zum jeweiligen Vorjahr dokumentieren. Der Bericht soll auch die Reichweiten, die erzielten kommerziellen Einnahmen sowie die Anwendung und Einhaltung des Qualitätssicherungssystems festhalten. Die Ergebnisse der Programmstrukturanalysen des ORF-Fernseh- und -Radioprogramms bilden ebenfalls einen festen Bestandteil des Jahresberichts.

Programmstrukturanalyse

Zur Überprüfung der Ausgewogenheit des Inhaltsangebots wird für das Fernseh- und das Radioprogramm jeweils eine Programmstrukturanalyse durchgeführt.

Für die Fernsehprogramme des ORF wird das Programmangebot eines gesamten Jahres ausgewertet. Die für dieses Gutachten vorliegende Analyse wurde – analog zum Verfahren der Vorjahre – von Dr. Cornelia Brantner und Prof. Dr. Jürgen Pfeffer vom Institut für Wissenskommunikation und angewandte Forschung (IWAF) durchgeführt. Das Zuordnungsschema nach sechs Programmfeldern für die Sender ORF 1 und ORF 2 erfolgt seit 2013 auch auf Basis des von der Universität Wien entwickelten Analyseschemas. Im Jahr 2021 umfasste der analysierte Gesamtbestand insgesamt 283.977 Sendungen bzw. Sendungsteile. Einzelne Sendungen bestimmter Sendeleisten können – je nach inhaltlichem Schwerpunkt – auch unterschiedlichen Kategorien zugeordnet werden.

Die Programmstrukturanalyse Radio erfolgt als Stichproben-Erhebung einer typischen Woche («Musterwoche»). Seit dem Berichtsjahr 2018 wird die Erhebung von der APA-DeFacto unter der wissenschaftlichen Leitung von DDr. Julia Wippersberg durchgeführt. Auch dieses Analyseschema ist über die Jahre gleichgeblieben. Als Musterwoche wurde die Woche vom 13. bis 19. September 2021 bestimmt.

Evaluation der Qualitätsprofile

Um sicherzustellen, dass die im ORF-Gesetz geforderten Verfahren und Kriterien der Qualitätskontrolle auch unmittelbar auf die Gestaltung der Programme wirken, wurden im Rahmen der Qualitätssicherung Qualitätsprofile erstellt, die – jeweils getrennt nach Medium – die Programmkategorien Information, Kultur/Religion, Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe, Unterhaltung und Sport umfassen. Ein Qualitätsprofil beinhaltet ein spezifisches Anforderungsprofil für die Programme, das anhand von Leistungskriterien beschrieben wird. Bei den Leistungskriterien handelt es sich um Auftragswerte, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden, sowie spezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in einzelnen Programmbereichen beziehen. Das Qualitätsprofil stellt somit das SOLL-Bild eines Bereichs dar, das mittels Interviews beim Publikum validiert wird und gegebenenfalls angepasst wird, sollte es von den Erwartungen des Publikums an das Programm zu stark abweichen.

Im Jahr 2021 wurde der Bereich Sport im ORF-Fernsehen im Detail analysiert. Die Analyse wurde vom Institute for Social Research and Consulting SORA in Wien durchgeführt. Für die Studie waren verantwortlich – wie schon im Vorjahr – Dr. Florian Oberhuber und Karoline Schenk. Für die Evaluierung der Qualitätswahrnehmung wurden 305 Personen, die älter als 15 Jahre alt sind, via Telefon im Zeitraum vom 11.10. bis 12.11.2021 befragt. Mit diesen Interviews wurde zunächst evaluiert, ob das vom ORF definierte Qualitätsprofil von den Befragten überhaupt als relevant und wichtig eingestuft wird. In einem zweiten Schritt wurde dann abgefragt, inwieweit der ORF mit seinem Sportangebot in den Augen der Befragten diese Anforderungen auch erfüllt hat. In einem dritten Schritt wurde der ORF mit anderen Sendergruppen bezüglich dieser Qualitätsmerkmale verglichen und in einem letzten Schritt wurde mittels offener Frage erhoben, was die Stärken und Schwächen des ORF-Sportangebots sind.

ORF-Overall-Befragung

Die Zufriedenheit mit dem ORF und die Qualitätswahrnehmung des Inhaltsangebots durch das Publikum wurde mittels einer repräsentativen Befragung der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren im Zeitraum vom 7.5.2021 bis zum 8.6.2021 ermittelt. Bis 2019 wurde diese Befragung jeweils mittels Face-to-Face-Interviews durchgeführt. 2020 wurde die Befragung coronabedingt auf ein kombiniertes Verfahren via Telefoninterviews und Onlinefragebogen umgestellt. Auch 2021 wurden 1.000 Personen telefonisch (CATI) und mittels Online-Fragebogen (CAWI) befragt. Die Vergleichbarkeit mit den Vorjahresergebnissen ist deshalb möglich. Die Befragungsinhalte blieben unverändert. In einem ersten Teil der Befragung wurde ermittelt, wie hoch das Interesse für die Programmsäulen Information, Unterhaltung, Kultur und Sport jeweils in den verschiedenen Medien wie Fernsehen, Radio, Teletext und Internet ist. Anschließend wurde abgefragt, wie hoch jeweils die Zufriedenheit mit diesen Programmsäulen in den verschiedenen ORF-Medien ist. Mit der Durchführung der Studie wurde das Institut für empirische Sozialforschung IFES in Wien beauftragt.

ORF-Publikumsratsstudie

Die jährliche Publikumsratsstudie setzte 2021 den Fokus auf die fiktionale Unterhaltung im ORF-Fernsehen. Ziel war es, die Film- und Serienpräferenzen des Publikums besser kennenzulernen, zu erfahren, welche Plattformen für die Nutzung von fiktionalen Angeboten genutzt werden und zu verstehen, welche Wünsche das Publikum an die fiktionale Unterhaltung des ORF hat.

Insgesamt wurden 1.000 Personen, davon 250 telefonisch sowie 750 via Online-Fragebogen, befragt. Die befragten Personen waren repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren. Die Befragung wurde in der Zeit vom 31.8.2021 bis zum 27.9.2021 durchgeführt. Mit der Durchführung der Studie wurde wie schon im Vorjahr das Institut Psyma Research+Consulting in Rückersdorf/Nürnberg beauftragt.

Publikumsgespräche

Wie schon im Vorjahr mussten die sonst üblicherweise im ORF-Zentrum oder in den ORF-Landesstudios stattfindenden Publikumsgespräche coronabedingt adaptiert und

als Online-Veranstaltung organisiert werden. Insgesamt wurden drei Online-Publikumsgespräche mit 29 (Internet/Teletext), 23 (Radio) und 27 (Fernsehen) Teilnehmerinnen und Teilnehmern durchgeführt. Diskutiert wurden die ORF-Angebote jeweils getrennt für Fernsehen, Radio, Internet/Teletext unter Anleitung des Wiener Marktforschungsinstituts Sensor mit den Schwerpunkten auf den Programmsäulen Information, Kultur/Religion, Unterhaltung und Sport. In Kleingruppen wurden in einer ersten Online-Veranstaltung die Stärken und Schwächen des jeweiligen ORF-Angebots erarbeitet. Den ORF-Verantwortlichen wurden die Ergebnisse dann am Tag darauf beim rund zweistündigen Online-Gespräch präsentiert und im Diskurs mit den Vertreterinnen und Vertretern des Publikums vertieft.

Experten-/Expertinnengespräche

Diese Gespräche haben das Ziel, jeweils einen Bereich des publizistischen Angebots plattformübergreifend und kritisch mit den Programmschaffenden zu diskutieren. Im Jahr 2021 wurden zwei Gesprächsrunden mit Expertinnen und Experten organisiert, die alle im ORF in Wien stattgefunden haben. Beide Gespräche wurden von Dr. Klaus Unterberger und Konrad Mitschka moderiert. Als Gesprächsleitfaden dienten die Qualitätskategorien: Vertrauen und Orientierung, Österreich und die Welt, Bürgernähe, Vielfalt und Diversität sowie Innovation und Kompetenz.

Die erste Gesprächsrunde befasste sich mit den Bürger-, Konsumentenschutz- und Servicesendungen. Rund 14 Expertinnen und Experten waren live vor Ort, weitere sechs reichten ihre Bemerkungen und Stellungnahmen schriftlich ein. An der Diskussion nahmen auch fünf Programmschaffende des ORF teil. Das Gespräch fand am 20.10.2021 statt.

Die zweite Gesprächsrunde befasste sich mit dem Wissenschaftsangebot des ORF. An dieser Diskussion nahmen rund 20 Expertinnen und Experten aus diversen wissenschaftlichen Fachgebieten teil sowie acht Programmschaffende. Das Gespräch fand am 22.10.2021 statt.

Public-Value-Bericht und Public-Value-Jahresstudie

Das Public-Value-Konzept des ORF beschreibt den gesetzlich geforderten Leistungsauftrag des ORF in fünf Dimensionen, die wiederum in 18 Leistungskriterien gegliedert sind. Dem Konzept liegt die Idee zugrunde, dass – im Austausch zur Rundfunkgebühr – der ORF mit seinem publizistischen Angebot einen gemeinwohlorientierten Wert schaffen muss. Danach sollte der ORF einen Wert für jede/n Einzelne/n, für die Gesellschaft, für Österreich, für Österreich im internationalen Kontext sowie auch einen Unternehmenswert im Sinn von Transparenz, Innovation und Kompetenz der Mitarbeiter/innen schaffen.

Public Value bedeutet für den ORF nach eigenen Angaben Qualitätskontrolle, Selbstreflexion und Innovation, Diskurs mit der Wissenschaft und der Gesellschaft, die Suche nach neuen Wegen, um den öffentlich-rechtlichen Auftrag auch in Zukunft erfolgreich zu erfüllen.

Im Jahr 2021 wurde der Public-Value-Bericht in drei Teilen vorgelegt. Der erste Teil, «David gegen Goliath», thematisiert die digitale Transformation, am Beispiel des ORF etwa in Bezug auf den Newsroom sowie die ORF-Archive, und damit einhergehend das veränderte Selbstverständnis der Journalistinnen und Journalisten.

In einem zweiten Bericht, «My home is my», schildern Programmschaffende aus allen Medien, was für sie das Thema «Österreich – Kultur – Identitäten» bedeutet und wie sie den Österreichbezug in ihren Eigenproduktionen umsetzen.

Beim dritten Teil des Public-Value-Berichts handelt es sich um ein äußerst ausführliches Kompendium mit Zahlen, Daten und Fakten, um zu illustrieren, welchen Wert der ORF mit seinen Programmen geschaffen hat.

Auch in diesem Jahr wurde wieder eine Jahresstudie bei zahlreichen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftern aus dem In- und Ausland in Auftrag gegeben, die sich mit der Thematik beschäftigt, wie öffentlich-rechtliche Medien die Glaubwürdigkeit ihrer Informationen im veränderten Medienumfeld sicherstellen können. Die Ergebnisse dieser Jahresstudie werden in das Gutachten im kommenden Jahr einfließen.

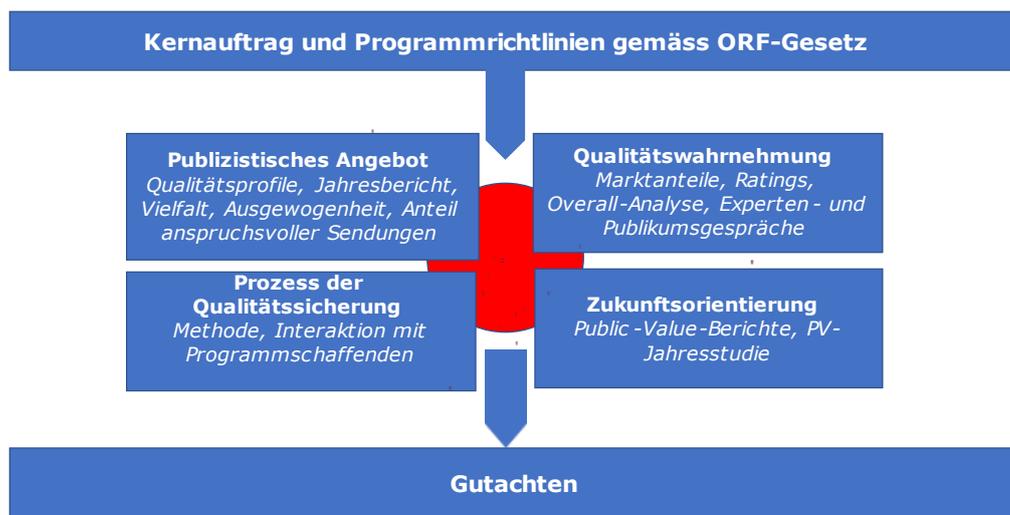
Im Rahmen dieser Public-Value-Diskussionen werden Fragestellungen aufgeworfen, die den ORF darauf vorbereiten sollen, sein Qualitätsversprechen auch in Zukunft in einem komplett veränderten Medienumfeld und mit neuen Mediennutzungsgewohnheiten der Bevölkerung erfüllen zu können. Weil es sich dabei in gewisser Weise auch um Neuland handelt, wird die internationale Zusammenarbeit im Rahmen der EBU und auch direkt mit anderen öffentlich-rechtlichen Medien gesucht.

3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten

Der Pflichtenkanon des ORF, so wie er im ORF-Gesetz definiert ist, ist der Leitfaden dieses Gutachtens. Geprüft wird, inwieweit der ORF im abgelaufenen Jahr den vom ORF-Gesetz und von den Gremien vorgeschriebenen Aufgabenkatalog zur Qualitätssicherung inhaltlich korrekt, methodisch sauber und strukturell umfassend erfüllt hat.

Das Qualitätskonzept des ORF beruht zum einen auf Inhaltsanalysen der Programme, auf der Messung der Qualitätswahrnehmung bei den Nutzerinnen und Nutzern und auf Gesprächen und Diskussionen mit Mitarbeitenden, mit dem Publikumsrat, mit dem Publikum sowie mit nationalen und internationalen Expertinnen, Experten, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftern. Für die Qualitätssicherung ist es wichtig, dass die Programmleistung nicht nur rückwirkend analysiert wird, sondern auch zukunftsorientierte Themen reflektiert werden, die von großer Bedeutung für die anstehenden Herausforderungen sind. Der ORF leistet dies im Rahmen der Public-Value-Diskurse.

Der Prüfungsansatz:



Wo konkrete Zielvorgaben seitens des Gesetzgebers vorliegen oder wo Qualitätsvorgaben in einem SOLL-Bild festgehalten werden, wird die Erreichung der Zielvorgabe geprüft. Bei eher qualitativen Vorgaben wird analysiert, ob die Ausführungen zur Zielerreichung nachvollziehbar sind. Wo aufgrund von Diskussionen mit dem Publikum und Expertinnen bzw. Experten konkrete Handlungsanleitungen formuliert worden sind, ist es wichtig, dass diese vom Generaldirektor oder auch von Programmschaffenden zur Kenntnis genommen werden.

Viele weitere Maßnahmen des ORF zur Qualitätssicherung, wie beispielsweise die interne Aus- und Weiterbildung, regelmäßige Sendekritiken sowie zusätzliche Publikumsanalysen, sind nicht Bestandteil dieses Gutachtens.

Ebenfalls nicht Bestandteil dieses Gutachtens sind bestimmte gesetzliche Auflagen, wie beispielsweise bezüglich der Gleichstellung der Geschlechter, wozu der ORF-interne Gleichstellungsplan 2020–2021 vorliegt und im Hinblick auf die journalistische Arbeit die Initiative «50:50-Challenge» lanciert worden ist.

Die Ziele, Initiativen, aber auch programmlichen Schwerpunkte zum Thema Nachhaltigkeit sind im Nachhaltigkeitsbericht enthalten, der nicht Teil dieses Gutachtens ist.

Erstmals wurden jedoch die Maßnahmen im Hinblick auf den vom Gesetzgeber geforderten Ausbau der Barrierefreiheit geprüft. Das entsprechende Resultat wird in diesem Gutachten in einem eigenen Kapitel dargelegt.

4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags

Im Jahresbericht des ORF wird festgehalten: «Wenn es darauf ankommt, wird ORF geschaut, gehört und geklickt». Die Nutzungszahlen der ORF-Medien für das Jahr 2021 belegen diese Aussage eindrücklich. Das ORF-Fernsehen erreichte einen Marktanteil von 35,5 % beim Publikum ab zwölf Jahren. Das sind 2,3 Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. Es ist der höchste Wert seit 2012.

Die ORF-Radiosender erreichten 2021 einen sehr hohen Marktanteil von insgesamt 72 % bei Hörerinnen und Hörern ab zehn Jahren.

Die Monatsreichweite des ORF.at-Network beträgt bei den Internet-Userinnen und -Usern im Alter ab 14 Jahren hohe 82 % bzw. 83 % (Nov. bzw. Dez. 2021). Das ORF.at-Network ist die Internet-Plattform mit der höchsten in der Österreichischen Webanalyse (ÖWA) ausgewiesenen Reichweite und hat monatlich über eine Million mehr User/innen als die nächstgrößere Plattform (willhaben Dachangebot).

Die ORF-TVthek konnte bei den Visits gegenüber 2020 um 12 % zulegen, allerdings scheint in Anbetracht der absoluten Zahlen das Potenzial noch lange nicht ausgeschöpft. Die Nutzung des gesamten ORF-Online-Bewegtbildes (Videos auf ORF-TVthek und anderen ORF.at-Angeboten) legte stark zu – die Nettoviews um 27 %, die Brutto-Views um 35 % und die Nutzungsminuten gar um 44 %.

Auch die Social-Media-Angebote auf Facebook, Twitter, Instagram und seit Oktober auch TikTok legten an Fans und Followern allesamt deutlich zu.

Dies sind eindrückliche Zahlen für den ORF. Der ORF ist und bleibt das Leitmedium der Österreicherinnen und Österreicher. Dies schafft ein Sender nur mit einem unabhängigen, vielfältigen und glaubwürdigen Informationsangebot.

2021 war sowohl aus politischer als auch aus sportlicher Sicht ein besonderes Jahr. So trat in Österreich nach massiven Vorwürfen und Ermittlungen Bundeskanzler Sebastian Kurz zurück und es fanden Neuwahlen statt, in Deutschland wurde Olaf Scholz zum Kanzler gewählt und in den USA wurde nach dem Sturm auf das Kapitol Joe Biden als neuer Präsident vereidigt. Und darüber lag immer noch die Schwere der Corona-Pandemie, die in allen Facetten in den Programmen des ORF thematisiert wurde. Die Österreicherinnen und Österreicher stillten ihr Informationsbedürfnis in erster Linie mit dem Nachrichtenangebot des ORF, im Fernsehen, Radio, Internet und mit Social Media. Im Bereich des Sports waren es – außer den üblichen Highlights – vor allem die Live-Übertragungen der UEFA Euro 2020 sowie der Olympischen Sommerspiele in Tokio, die vom Publikum stark nachgefragt wurden.

Wenn man sich etwas genauer mit den Nutzungszahlen im langfristigen Trend beschäftigt, stellt man allerdings fest, dass es unter der Oberfläche durchaus rumort. So bevorzugen gerade die Jüngeren die verschiedenen Streaming-Dienste und Mediatheken, wenn es um die Nutzung von Filmen und Serien geht.

Dies gilt für alle Programmanbieter, nicht nur für den ORF. Aber als Anbieter mit dem Leistungsauftrag, ein Programm für alle zu machen, stellt dies doch neue Anforderungen an den Sender (siehe dazu auch die Studie des Publikumsrates, Kapitel 9).

Der ORF-Jahresbericht 2021 hält die wesentlichen Entwicklungen im Bereich des Programmangebots fest. Er deckt wo möglich und sinnvoll mit Zahlen und Fakten, aber auch mit illustrativen Beispielen sämtliche Auflagen an den ORF, die im ORF-Gesetz enthalten sind, ab.

Bemerkung und Anregung:

Der Jahresbericht ist komplett, er beinhaltet sämtliche Informationen, die von Gesetzes wegen verlangt werden, um die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags zu überprüfen. Die unglaubliche Fülle an Informationen über die ausgestrahlten Sendungen illustriert die Vielfalt des Programms und den starken Bezug des ORF zur österreichischen Kultur- und Kunst-, Sport- und Unterhaltungsszene.

Es wäre auch aufschlussreich zu erfahren, mit welchen spezifischen Maßnahmen der ORF seine hohe Glaubwürdigkeit auch in dem veränderten Medienkontext sicherstellt.

4.1 ORF-Hörfunk

Alle ORF-Radios zusammen kommen auf einen Marktanteil von 72 % bei der Bevölkerung, die älter als zehn Jahre ist. Davon entfallen rund 8 % auf Ö1, 30 % auf Hitradio Ö3, 33 % auf die ORF-Regionalradios und 2 % auf FM4. Alle Privatradios in Österreich zusammen haben einen Marktanteil von 26 %. Die ORF-Radios erreichen täglich im Schnitt 4,7 Mio. Österreicher/innen, ein leicht rückläufiger Wert.

Auch im Berichtsjahr waren die Radioprogramme von coronabedingten Lockdowns, Verschiebungen, Absagen und Einschränkungen von Musik-, Theater- und Kulturveranstaltungen betroffen und mussten sich deshalb einiges einfallen lassen, um ihre Hörerinnen und Hörer trotzdem mit Kultur und Unterhaltung am Radio zu begeistern.

Das Programm von **Österreich 1** wurde im Jahr 2021 von durchschnittlich 804.000 Personen 10+ pro Tag gehört. Im Jahresbericht werden viele spannende Schwerpunkte des Jahres 2021 aufgeführt und es fällt schwer eine Auswahl zu treffen, die an dieser Stelle aufgeführt werden kann. Aber einige Beispiele sollen erwähnt werden, um die Vielfalt des Programms zu illustrieren: Aufgrund der coronabedingten Einschränkungen bei vielen Kulturveranstaltungen wurde die im Vorjahr lancierte, multimediale, virtuelle «Ö1 Bühne» weitergeführt. Schwerpunkte wurden zu den 100. Geburtstagen von H.C. Artmann, Friedrich Dürrenmatt und Erwin Ringel gesetzt. Dem von der UNO ausgerufenen «Jahrzehnt der Ozeane» wurden während des ganzen Jahres Schwerpunkte gesetzt. Mit den «Science Fiction Tagen» beschäftigte sich Ö1 in mehr als 35 Sendungen mit den Utopien der Gegenwart und den Vorstellungen von Zukunft. Mit dem Innovationsprojekt «Reparatur Zukunft» in Kooperation mit den österreichischen Kulturforen wurde eine multimediale Plattform mit innovativen Ideen zur «Reparatur» von aktuellen Problemen geboten. In einem «Betrifft: Geschichte – Spezial» erzählte der Historiker Ernst Bruckmüller «Die Geschichte Österreichs in 29 Kapiteln», die auch als Podcasts erhältlich sind.

Aktuelle Themen werden in den Informations- und Kultursendungen sowie in «Wissen Aktuell» und «Religion Aktuell» vertieft. Erwähnenswert ist, dass Ö1 als Hörspiel-

Produzent nicht nur Berichterstatter, sondern auch Produzent und Auftraggeber von Kompositionen ist.

Die Programmstruktur, die aufgrund der Musterwoche analysiert wurde, ist im Vergleich zum Vorjahr äußerst stabil geblieben. Die Abweichungen sind alle unterhalb der Schwelle von fünf Prozentpunkten. Der Anteil Information beträgt 24 % (Vorjahr 26 %), dafür hat der Anteil an Kultur von 37 % auf 40 % zugenommen. Der Anteil Wissenschaft/Bildung beträgt 14 % (Vorjahr: 17 %), der Anteil Sport liegt unter 1 %, der Anteil Familie/Gesellschaft nahm von 6 % auf 10 % zu. Die Anteile an den unterschiedlichen Musikgenres blieben im Vergleich zum Vorjahr praktisch gleich. So betrug der Anteil ernster Musik 90 % (Vorjahr 91 %).

Hitradio Ö3 erreichte täglich rund 2,4 Millionen Österreicherinnen und Österreicher im Alter ab zehn Jahren und erzielte einen Marktanteil von stabilen 30 %. Im Zentrum steht und stand die verlässliche Information, welche die Redaktion mittlerweile auf allen relevanten Plattformen mit individuell auf Zielgruppen zugeschnittenen Formaten anbietet. Informiert wurde nicht nur umfassend über politische Ereignisse im In- und Ausland, sondern die Ö3-Reporter/innen waren auch bei sportlichen Großveranstaltungen im Einsatz.

Das gemeinnützige Engagement der Redaktion war auch im Jahr 2021 hoch. Mit Social Campaigns thematisierte die Redaktion soziale Missstände und wollte mit konstruktiven Lösungsansätzen einen Beitrag zur Verbesserung der Situation schaffen. Mit dem «Team Österreich» appellierte man an die Solidarität der Österreicherinnen und Österreicher und lancierte verschiedene Hilfsaktionen in Zusammenarbeit mit dem Roten Kreuz, um Menschen in Not in Österreich zu helfen. Weitere Schwerpunkte waren der Aufruf zur großen Lehrstellensuche für Jugendliche mit Behinderung, die Ö3-Wundertüte oder das Ö3-Weihnachtswunder.

Die Programmstrukturanalyse zeigt auch im Fall von Hitradio Ö3 eine im Vergleich zum Vorjahr sehr stabile Programmstruktur. Auch hier sind die Schwankungen alle unterhalb der Marke von fünf Prozentpunkten. Die wesentlichen Wortanteile verteilen sich wie folgt: Die Information hat einen Anteil von 28 %, Service/Verkehr/Wetter hat einen Anteil von 37 % und die Unterhaltung einen Anteil von 15 %. Der Anteil Sport beträgt 5 %, dieser ist im Vergleich zum Vorjahr gesunken (2020: 8 %). Auch an der Gestaltung des Musikprogramms hat sich grundsätzlich nichts geändert. Der Anteil Pop am Musikmix beträgt immer noch 100 %.

FM4 erreicht täglich rund 253.000 Hörerinnen und Hörern ab zehn Jahren, der Marktanteil liegt bei 2 %. Der Sender ist mehrheitlich englischsprachig und bildet die innovative Szene der Jugend- und Populärkultur ab. Wichtiges Programmelement wären eigentlich die Live-Musik Anlässe, die auch im Jahr 2021 coronabedingt natürlich stark limitiert waren. Jugendspezifische Hintergrundberichterstattung insbesondere über Klimaveränderungen, Corona oder Themen aus der digitalen Welt wie Gaming waren inhaltliche Schwerpunkte des Programms. Mit den englischsprachigen Sendungen richtet sich die Redaktion aber auch an die internationale Wohnbevölkerung in Österreich.

Innerhalb des Wortanteils haben die Information und Kultur mit je 26 % den größten Anteil (Vorjahr: 22 % und 21 %). Rund 23 % entfällt auf die Unterhaltung (Vorjahr:

27 %) und mit 16 % bilden Service/Verkehr sowie Wetter (Vorjahr: 13%) bedeutende Programmschwerpunkte.

4.2 Die Regionalradios des ORF

Die Regionalradios des ORF machen ein Programm für alle. Die Kernzielgruppe für des publizistische Angebot sind Erwachsene ab 35 Jahren. Auch im Jahr 2021 bleiben die **Regionalradios des ORF** in ihren Verbreitungsgebieten Marktführer und erreichten Marktanteile von 19 % (Radio Wien) bis 54 % (Radio Kärnten) in dieser Zielgruppe. Zusammen erreichen die Regionalradios mehr als 2,1 Millionen Personen ab zehn Jahren. Damit ist die Tagesreichweite bei 10+ im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig (2020: 29,3 %, 2021: 27,2 %).

Auch im Jahr 2021 war die Berichterstattung aller Regionalradios stark von der Coronapandemie mit ihren wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen geprägt. Mit einer Vielzahl von Service- und Beratungssendungen wurde der Thematik mit all ihren Facetten auf den Grund gegangen. Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, aber auch Psychologen, Psychotherapeuten und Theologen waren in zahlreichen Live-Call-in-Sendungen zu Gast und stellten sich den Fragen des Publikums.

Ein wichtiger Programmschwerpunkt war auch der Sport, gerade auch weil die Fans nicht in die Stadien durften. Die Redaktionen ließen sich einiges einfallen, um das fehlende Live-Highlight zu kompensieren. Mit zusätzlichen Live-Kommentatoren, mehr Porträts von Sportlerinnen und Sportlern sowie mit Hintergrundinformationen zu den zahlreichen regionalen, nationalen und internationalen Sportanlässen haben zahlreiche Regionalradios ihr Sportangebot im Jahr 2021 bestritten.

Programmschwerpunkte im Bereich Politik bilden naturgemäß die Landtagswahlen, Gemeinderats- und Bürgermeisterwahlen. Mit Thementagen und Themenwochen, beispielsweise rund um die Gesundheit, Landwirtschaft, Ernährung oder im Rahmen des MUTTER ERDE-Schwerpunkts oder dem Projekt LICHT INS DUNKEL wurden weitere eigene Akzente gesetzt.

Die Programmstruktur ist in den verschiedenen Regionalradios im Vergleich zum Vorjahr relativ stabil geblieben. Bei manchen stieg in der Musterwoche der Anteil des Informationsangebots zulasten der anderen Inhaltskategorien wie beispielsweise bei Radio Oberösterreich von 39 % auf 45 %, Radio Salzburg von 32 % auf beinahe 37 % und Radio Tirol von 31 % auf 37 %. Andere Regionalradios haben im Verlauf des Jahres ihr Musikkonzept angepasst. So sendet Radio Niederösterreich 2021 mehr Pop und etwas weniger Oldies und Evergreens, während Radio Steiermark und Radio Tirol mehr Pop und weniger Unterhaltungsmusik und Schlager programmiert haben.

Die ORF-Landesstudios produzierten ein vielfältiges Hörfunk- und Fernsehangebot für die **sechs autochthonen Volksgruppen**, für die im Bundeskanzleramt ein Volksgruppenbeirat besteht. Das Kompetenzzentrum für alle im Osten Österreichs lebenden Volksgruppen ist das Landesstudio Burgenland. Das Burgenland produziert in Burgendlandkroatisch, Romanes, Ungarisch, Tschechisch und Slowakisch. Die Landesstudios Kärnten und Steiermark produzieren Programm für die slowenische

Volksgruppe. Produziert werden sowohl tagesaktuelle Nachrichtensendungen wie auch Magazinsendungen. Der thematische Bogen reicht von Berichten über das politische Geschehen, kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, Kinder- und Jugendsendungen bis zu Interviews mit für die jeweilige Volksgruppe interessanten Persönlichkeiten.

4.3 ORF-Fernsehen

Während die gesamte Reichweite aller Fernsehsender in Österreich bei der österreichischen Bevölkerung ab zwölf Jahren leicht gesunken ist im Vergleich zum Vorjahr (von 70,3 % auf 69,2 %) und auch die Nutzungszeit aller Fernsehsender von 209 Minuten auf 203 Minuten etwas kürzer geworden ist, hat die Reichweite des ORF nur 0,4 Prozentpunkte eingebüßt, während die Nutzungszeit nochmals von 69 auf 72 Minuten gestiegen ist. **In Anbetracht dieser Zahlen kann festgehalten werden, dass das ORF-Fernsehen seine Position beim österreichischen Publikum im Berichtsjahr noch weiter gestärkt hat.** Zu diesem Erfolg beim Publikum haben verschiedene Faktoren beigetragen: Zum einen die besondere Nachrichtenlage im In- und Ausland, aber auch die sportlichen Großereignisse, die UEFA Euro 2020 sowie die Olympischen Sommerspiele in Tokio und ein breites Spektrum von erfolgreichen Events im Unterhaltungsbereich.

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Der Anteil Information am Gesamtangebot beträgt 19 %, Unterhaltung macht 31 % aus, Kultur 19 % und Sport 31 %. Quelle dieser Zahlen ist die Programmstrukturanalyse, die von Dr. Cornelia Brantner und Prof. Dr. Jürgen Pfeffer vom Institut für Wissenskommunikation durchgeführt wurde. Aufgrund dieser Strukturanalyse, der detaillierten Ausführungen zu den einzelnen Programmen im Jahresbericht 2021 sowie der Reichweiten und Marktanteile des ORF im Jahre 2021 kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass der ORF dieser gesetzlichen Verpflichtung nachgekommen ist.

Im Folgenden sollen einige Highlights des Jahresberichtes zur Illustration nur kurz und nur sehr summarisch festgehalten werden:

Mit einem vielfältigen Programm erreichten ORF 1 und ORF 2 gemeinsam pro Tag durchschnittlich 3,920 Millionen Personen 12+. Insgesamt strahlten die beiden Sender netto 17.584 Programmstunden aus. Rund 27 % davon entfielen auf Informationssendungen. Die ORF-Information war das ganze Jahr stark gefordert und berichtete mit zahlreichen Spezi­alsendungen, Live-Übertragungen und Dokumentationen über die zahlreichen außerordentlichen nationalen wie internationalen politischen Ereignisse. Der Programmoutput im Bereich Information war im Vergleich zum Vorjahr denn auch nur marginal kleiner.

907 Stunden des Programmoutputs entfielen auf die Kultur. Das Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker mit den Live-Zuspielungen Tausender applaudierender Zuschauer/innen aus aller Welt erzielte rekordhohe Einschaltquoten. Coronabedingt mussten verschiedene Veranstaltungen ohne Publikum stattfinden. ORF 2 produzierte

Ersatzprogramme und ermöglichte via Live-Übertragung einem großen Publikum, dennoch von zu Hause dabei zu sein.

9 % des Programmoutputs entfielen auf Wissenschaft, Bildung und Lebenshilfe. Gerade in den Wissenschaftssendungen hatte die Thematik Corona und die neuen Impfstoffe einen hohen Stellenwert. Expertinnen und Experten lobten denn auch ausdrücklich die Qualität der Sendungen (siehe Kapitel 8).

Ebenfalls 9 % des Programmoutputs, rund 1538 Stunden, entfielen auf den Sport. Das waren rund 4 % mehr als noch im Vorjahr und ist in erster Linie auf die Übertragung der UEFA Euro 2020 und die Olympischen Sommerspiele in Tokio zurückzuführen. Sehr hohe Einschaltquoten erzielte der ORF aber auch mit dem alpinen Skiweltcup 2020/2021. Der größte Anteil an der Sportberichterstattung entfällt mit rund 1.232 Stunden auf die beliebten Live-Übertragungen. Auch die Sportberichterstattung erhält beim Publikum Höchstnoten (siehe Kapitel 6).

Auf das Unterhaltungsprogramm entfielen rund 44 % der gesendeten Stunden. Es umfasst mit einem vielfältigen Angebot an Filmen, Serien, Casting-Shows, Familienshows, Quiz-Sendungen, Comedy und Kabarett sowie Talksendungen ein sehr breites Angebot für alle Alters- und Interessengruppen (siehe dazu auch Kapitel 9).

Auf das Kinderprogramm entfielen insgesamt 945 Programmstunden. Dies sind etwas weniger als noch im Vorjahr (1.107 Stunden). Unter der Dachmarke OKIDOKI zeigt der ORF Real- und Trickserien für Kinder im Alter zwischen drei und elf Jahren. Mit Sendungen wie ABC Bär, Museum AHA, Knall Genial, Schmatzo, Rateshows und Servus Kasperl soll Kindern die Freude am Lernen, an Wissenswertem, Unterhaltung und Spaß geboten werden.

ORF III Kultur und Information ist ein Spartenprogramm. Es soll aktuelle Themen berücksichtigen und als Multiplikator für Sendungen dienen, die bereits in ORF 1 oder ORF 2 ausgestrahlt wurden. Vier Programmsäulen bilden das Grundgerüst für das ORF-III-Programmschema:

- 1) Kultur/Volkskultur/Regionalität/Religion
- 2) Zeitgeschichte/Zeitgeschehen
- 3) Information / Stärkung von Demokratie- und EU-Verständnis
- 4) Bühne für österreichische Kunst- und Kulturschaffende

Mit der Fokussierung auf ganz spezifische Themen für jeden Wochentag wollte man die Wiedererkennbarkeit und die Programmorientierung weiter verstärken: Am Montagabend stehen beim «Themenmontag» jeweils Themen wie Ernährung, Medizin, Mobilität, digitale Welt, Religion, Energie, Umwelt oder Finanzen im Zentrum. Der Dienstagabend steht jeweils immer im Zeichen der Kultur und Kunst. Am Mittwochabend werden Formate und Dokumentarfilme gezeigt, die das typische Leben in dörflichen Gemeinschaften schildern und die Traditionspflege in den Mittelpunkt rücken. Am Donnerstag steht «Politik live» auf dem Programm, ein Talk-Format, in dem Medienschaffende, Politikerinnen und Politiker zu Wort kommen. Gefolgt von Kabarett und Klassikern der Kleinkunstszene. Der Freitagabend ist nicht mehr nur dem österreichischen Filmschaffen, sondern neu auch dem österreichischen Theater gewidmet. Produktionen aus den Regionalstudios werden am Samstag-Vorabend

gezeigt. Den Schwerpunkt am Samstagabend bilden zeitgeschichtliche und historische Ereignisse, Jubiläen und Jahrestage.

Diese Programmstruktur scheint beim Publikum anzukommen. 2021 war das bisher erfolgreichste Jahr des Senders.

Zu den Höhepunkten im Berichtsjahr gehörte die von ORF III initiierte Konzertreihe «Wir spielen für Österreich» mit zahlreichen hochkarätigen Premieren aus der Wiener Staatsoper und Konzerten der Wiener Philharmoniker. Neu wurden auch Theaterproduktionen in die Sendungen «Wir spielen für Österreich» integriert.

Auch das Informationsangebot auf ORF III wurde weiter ausgebaut. Seit November 2020 sendet ORF III werktäglich von 9.30 Uhr bis 13.00 Uhr eine Live-Infostrecke. Im Mittelpunkt stehen die Top-Story des Tages, ein Überblick über die neusten innen- wie außenpolitischen Entwicklungen, Interviews, Live-Schaltungen und Reportagen. Übertragene Pressekonferenzen werden direkt journalistisch eingeordnet und kommentiert, darüber hinaus wirft die Sendung einen Blick in die Bundesländer. Trotz dieser neuen Programme bleiben die Übertragungen des National- und Bundesrats fixer Bestandteil des ORF-III-Informationsangebots.

ORF SPORT + ist der Sportspartenkanal. Mit täglich vier Stunden neuem Inhalt an Sport sollen Veranstaltungen und Sportarten eine Plattform erhalten, die es sonst nicht auf die große Bühne schaffen. Der Österreichbezug ist zentral. Ins Programm aufgenommen werden regionale und nationale Veranstaltungen, bei denen österreichische Sportlerinnen und Sportler antreten. Insgesamt gab es Sendungen zu mehr als 70 Sportarten. Produziert wurden ähnlich wie im Vorjahr rund 8.653 Stunden Sportprogramm. Dabei sollen die Programminhalte umfassend über möglichst vielfältige Sportarten informieren und einen Beitrag leisten, damit diese vielfältige Sportlandschaft in Österreich auch erhalten bleibt. Darüber hinaus möchten die Programmschaffenden die Bevölkerung zur aktiven sportlichen Betätigung anregen. Dazu sollen vor allem die eigenproduzierten Magazine «Schule bewegt» und das «Yoga Magazin» sowie «Fit aktiv für Junggebliebene» beitragen. Auch der Behindertensport hat einen festen Platz gefunden im Programm, mit dem Magazin «Ohne Grenzen» (siehe dazu auch Kapitel 6).

4.3 Internet und Teletext

Trotz der etwas altertümlich anmutenden visuellen Erscheinung bleibt der Teletext nach wie vor für viele Österreicherinnen und Österreicher ein etablierter und beliebter Informations- und Servicekanal. Schwerpunkte der Seitenbelegung sind denn auch jedes Jahr die Information, Sportresultate, Informationen zum Radio- und Fernsehprogramm sowie begleitende Informationen zu den Schwerpunkthemen im Unterhaltungsprogramm.

Insgesamt umfasste der ORF TELETEXT am Stichtag 31. März 2021 1.488 Seiten. Der Servicebereich rund um die Corona-Pandemie wurde noch einmal stark erweitert, indem neu auch auf jedes Bundesland bezogen wichtige Informationen bezüglich Regelungen, Hotlines und Impfstationen bereitgestellt wurden.

Im Sportbereich wurden Automatisierungen eingeführt, die den Teletext für die Sportfans noch attraktiver machen. So werden die aktuellen Ranglisten und Tabellen noch während des Live-Events jeweils aufdatiert.

Seit einigen Jahren ist der Teletext nicht nur via Fernsehen abrufbar, sondern hat auch seine eigene Website sowie eine kostenlose App. Die App wurde im Berichtsjahr modernisiert und nutzerfreundlicher gestaltet.

Die Internet-Plattform **ORF.at-Network** verzeichnete in den vergangenen beiden Jahren **eine starke Zunahme der Nutzung. Waren es 2019 durchschnittlich noch 93,5 Millionen Visits, stieg diese Zahl 2020 auf 128,2 Millionen Visits und im Jahr 2021 auf 139 Millionen Visits, das sind rund 8 % mehr als im Vorjahr.** Der historische Höchststand vom März 2020 von knapp 180 Millionen Visits wurde zwar nicht mehr erreicht, dennoch steigt die Online-Nutzung stetig an. Sie ist stark von Ereignissen getrieben. Wann immer sich aus politischer oder sportlicher Sicht etwas Außergewöhnliches ereignet, führt das sofort zu vermehrten Zugriffen auf ORF.at. Oder anders ausgedrückt: Das Informationsangebot ist beliebt und wird gefunden, insbesondere auch dann, wenn aufgrund von politischen Skandalen, aber auch durch die Corona-Pandemie bedingte Unsicherheit das Bedürfnis des Publikums nach glaubwürdiger Information steigt.

Dank des neuen Studiendesigns weist die ÖWA seit November 2021 auch wieder die Reichweiten der wichtigsten österreichischen Internet-Plattformen aus. Danach haben im November und Dezember 2021 82 % bzw. 83 % der österreichischen Nutzerinnen und Nutzer im Alter ab 14 Jahren im Laufe des Monats zumindest einmal eine der ORF.at-Websites oder ORF-Apps aufgerufen.

Der TV-Guide tv.ORF.at wurde einem großen Relaunch unterzogen mit dem Ziel, die Nutzerfreundlichkeit zu erhöhen sowie programmbegleitende Informationen, insbesondere zu den großen Unterhaltungsshows, attraktiver zu gestalten und besser auffindbar zu machen. Auch die Programmschwerpunkte wie LICHT INS DUNKEL, NACHBAR IN NOT sowie MUTTER ERDE wurden wieder online begleitet.

Die Live-Streams und Video-on-Demand-Angebote des ORF erzielten 2021 pro Monat durchschnittlich 11,1 Millionen Nettoviews (zusammenhängende Nutzungsvorgänge). Dies entspricht einer Zunahme im Vergleich zum Vorjahr von 27 %. Mit 69.1 Millionen Bruttoviews (registrierte Videostarts), das sind rund 35 % mehr als im Vorjahr, und einem Nutzungsvolumen von 302 Millionen Minuten, das sind rund 44 % mehr als noch im Vorjahr, legte die Nutzung der Online-Angebote wieder sehr stark zu, und dies trotz der zahlreichen Beschränkungen, die dem ORF von Gesetzes wegen auferlegt worden sind.

Schaut man sich die Hitliste der Streaming-Angebote an, dann führt die Fußball-EM die Live-Stream-Hitliste 2021 mit großem Abstand an. Bei der Video-on-Demand-Nutzung erzielten die ZIB 2 und weitere Infosendungen die höchsten Werte. Die Einführung der Video-Lane der Nachrichtenredaktion (im Herbst Ausbau zum ORF.at-Newsroom) sowie zahlreiche technische und optische Verbesserungen und das erweiterte Angebot haben zum Erfolg des Online-Angebotes beigetragen.

Mit dem Projekt **«ORF-Player»** leitete der ORF die strategische Weiterentwicklung vom Public Service Broadcaster zur Public Service Plattform ein. Aufbauend auf den bestehenden Digitalangeboten ORF.at, ORF-TVthek und ORF-Radiothek soll der ORF-Player als multimediales Online-Netzwerk künftig die digitale Infrastruktur bilden für ein neues Informations-, Kultur-, Sport- Religions-, Wissenschafts- und

Unterhaltungserlebnis. Für die erfolgreiche Umsetzung dieses Projektes ist der ORF weiterhin auf die Änderung einer Novelle des bestehenden ORF-Gesetzes angewiesen. Die zahlreichen Bemerkungen, die seitens der Expertinnen und Experten gemacht werden (siehe Kapitel 8), illustrieren, dass die aktuellen Beschränkungen des ORF vom Publikum als nicht mehr zeitgemäß taxiert werden. Im Rahmen des Möglichen hat der ORF sein Video-Angebot weiter ausgebaut und technische Verbesserungen u. a. auch im Audibereich umgesetzt.

Auch aus **technischer Sicht sind diverse Fortschritte** zu verzeichnen. So wurde in die bessere Visualisierung von Daten investiert und ein neues Consent-Management-System eingeführt. Zudem wurden die App-, Podcast- und Smart Speaker-Angebote deutlich ausgebaut. Die Smart-Speaker-Angebote erleichtern Personen, die beispielsweise in ihrer Mobilität stark eingeschränkt sind, mit einfachen Sprachkommandos auf die ORF Programme zuzugreifen.

Seit Oktober 2021 werden zudem nicht nur die Video-on-Demand-Angebote mit Untertiteln versehen, sondern auch die Live-Streams. Außerdem wurde auch die Jugendschutz Kennzeichnung mit Altershinweisen in der ORF-TVthek integriert.

Die Videostreaming-Plattform **Flimmit** wurde nach Abschluss des Genehmigungsverfahrens 2020 in einen öffentlich-rechtlichen Abrufdienst mit fiktionalem Schwerpunkt umgewandelt. Die inhaltliche Neuaufstellung scheint vom Publikum positiv aufgenommen zu werden. Die Abonnentenzahlen steigen und das Interesse an Kooperationen hat in der Branche ebenfalls zugenommen.

4.4 Kooperationen des ORF

Seit vielen Jahren bestehen Kooperationen mit den deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sendern. Zum einen werden gemeinsame Sendungen, Dokumentationen, Filme und Serien produziert, zum anderen betreibt man ganze Sender zusammen.

Die längste Kooperation besteht mit ZDF, ARD und SRF. Zusammen mit dem ORF betreiben sie den Sender **3sat**. 3sat ist eine festverankerte Marke im deutschen Sprachraum und bietet ein internationales Schaufenster vor allem für Sendungen im Bereich der Kultur.

Auch im Krisenjahr blieb 3sat seinem Motto «anders Fernsehen» treu und bot ein abwechslungsreiches und anspruchsvolles Programm, gewissermaßen ein «Best-of» der hochwertigen Produktionen aus den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz. Der ORF steuerte neben vielen Beiträgen für die Nachrichten-, Wissenschafts- und Kulturmagazine auch Konzert- und Opernaufzeichnungen bei und verantwortete insgesamt sechs Thementage federführend. In diversen Talkshows, unter anderem zum Thema «Was ist rechts?» oder «Wem gehört die Welt?» nahmen österreichische Journalistinnen und Journalisten teil. In Österreich erzielte 3sat 2021 einen Marktanteil von 1,4 %. Die Beteiligung des ORF am Gesamtprogramm lag bei 25,1 %. Insgesamt wurden 2.154 Stunden Programm, das entspricht rund sechs Stunden Programm pro Tag, geliefert.

Seit mehr als 20 Jahren ist der ORF assoziiertes Mitglied des deutsch-französischen Kultursenders **ARTE** und ist somit in den ARTE-Lenkungs- und -Leitungskonferenzen mit einer wichtigen beratenden Stimme vertreten. Der Jahresmarktanteil von ARTE lag in Österreich bei stabilen 1 %. Gemeinsam werden Dokumentationen, Krimis und vor allem auch viele Konzerte mit besonders hohem Schauwert produziert, die für den ORF allein nicht realisierbar wären. Ein besonderes Highlight gab es am 6. Juni unter dem Titel mit «Beethoven durch Europa». Neun Symphonien aus neun symbolträchtigen Orten ganz Europas wurden übertragen. Ein weiteres multimediales Highlight, das auch von der Pandemie nicht gestoppt werden konnte, war die neuinszenierte Aufführung von Richard Wagners «Parsifal» aus der Wiener Staatsoper. Die ORF-ARTE-Koproduktion «Olimba – Königin der Leoparden» gewann mehrere Preise, unter anderem beim renommierten Wildlife Film Festival von Missoula/Montana.

Für den ORF bietet die Kooperation mit ARTE wie auch mit 3sat die Möglichkeit, die Stimme Österreichs in Europa zu verstärken und auch als Kulturproduzent aufzutreten.

Eine weitere wichtige Partnerschaft mit der ARD verbindet seit Juni 2014 den ORF über das Programm **ARD-alpha**. 2021 erreichte der gesamte Sender ARD-alpha in Österreich einen Marktanteil von 0,2 %. Nachdem auch 2021 von der Corona-Pandemie geprägt war, setzten die Programmacher weiterhin auf Dokumentationen, die sich kritisch mit Gesundheitsthemen und dem Klimaschutz befassten. Aber auch erbaulichere Themen wie die Dokumentationen über die Adelsgeschlechter, ihre Burgen und Gärten fanden ihr Publikum. Ein weiterer Programmschwerpunkt bildete das Gedenken an die Explosion des Tschernobyl-Reaktors vor 35 Jahren.

2021 brachte alpha-Österreich 154 Erstsendungen (+4 im Vergleich im Vorjahr) in den deutschen Partnersender und erfüllte damit seine Lieferverpflichtungen aus dem Kooperationsvertrag.

4.5 Barrierefreie Angebote im ORF

In ORF 1 und ORF 2 lag die Untertitelungsquote in den letzten Jahren bei durchschnittlich 70 % und in der Primetime bei über 90 %. ORF III stellte etwa 30 % seiner Sendungen mit Untertitelung zur Verfügung. Ausgewählte Programme, die besonders zur Information geeignet sind, werden auf ORF 2 Europe mit Gebärdensprache ausgestrahlt, dazu gehören u. a. die «ZIB um 19.30 Uhr,» Nationalratssendungen, «ZIB Wetter», «konkret», «Bürgeranwalt», «Mayrs-Magazin – Wissen für alle» sowie ausgewählte Kinderprogramme wie «Helmi». 2021 wurden 708 Stunden Programm mit Gebärdensprache gesendet.

Täglich werden außerdem vier Stunden Programm für Sehbehinderte ausgestrahlt, die mit Audio-Deskription angeboten werden. Außerdem gibt es noch einen speziellen Service, der Menschen mit einer Lernbehinderung den Zugang zu Informationen erleichtern soll, indem diese Sendungen in einer besonders einfachen Sprache verfasst werden.

Mit dem Inkrafttreten der Gesetzesnovelle am 1. Januar 2021 wurde der ORF verpflichtet, den Anteil seiner barrierefrei zugänglichen Sendungen in TV und Online gegenüber dem Stand 2020 kontinuierlich weiter zu erhöhen. Jedenfalls die

Informationssendungen müssen so gestaltet sein, dass Menschen mit Seh- und/oder Hörbeeinträchtigung sowie Menschen mit einer intellektuellen Beeinträchtigung das Verfolgen der Sendung erleichtert wird. Der ORF soll zudem täglich eine Sendung in einfacher Sprache in einem seiner Programme ausstrahlen. Die jährlichen Steigerungen müssen getrennt nach den inhaltlichen Kategorien Information, Kunst und Kultur, Unterhaltung, Bildung und Sport sowie mit der Vorgabe fester Mindestquoten erfolgen.

Für diese neue gesetzliche Vorgabe hat der ORF einen Aktionsplan erstellt, der festhält, wie diese gesetzlichen Vorgaben bis Ende 2024 erreicht werden sollen. Dieser Aktionsplan umfasst nicht nur ORF 1 und ORF 2, sondern auch ORF III und ORF SPORT +. Bis 2024 soll die Untertitelungsquote von 43,2 % (Stand 2020) auf 49,6 % erhöht werden und die Audiodeskriptionsquote von 4,3 % (Stand 2020) auf 4,9 %. Zusätzlich soll es ein tägliches Nachrichtenprogramm in Einfacher Sprache geben und Schwerpunktsetzungen bei der Gebärdensprache (z. B. auf das Kinderprogramm). Mit Einsatz von neuen Technologien sollen diese Ziele möglichst effizient umgesetzt werden.

Die Zielsetzung für die erste Etappe im Jahr 2021 wurde in einzelnen Bereichen deutlich übertroffen und in anderen noch nicht ganz erreicht. Im Hinblick auf die wichtigen inhaltlichen Kategorien Information (51,0 %), Kultur und Kunst (37,5 %) und Bildung (57,2 %) wurden sie übertroffen. Bei der Unterhaltung erreichte man eine Untertitelungsquote, die leicht unter der eigenen Zielsetzung war. **Erwähnenswert ist, dass das barrierefreie Programmangebot im Hauptabend von ORF 1 und ORF 2 im Vergleich zum Vorjahr gehalten werden konnte.**

Das Angebot von Programmen mit Audio-Description wurde deutlich ausgebaut und erhöhte sich auf 6 %, deutlich mehr als die ursprünglich angestrebten 4,4 %. Im Tagesdurchschnitt bot der ORF rund fünf Stunden und 48 Minuten audiodeskrierte Programme an.

Der ORF beabsichtigt den Rückstand der Untertitelungs-Quote bis Ende 2022 gemeinsam mit der Steigerungsquote des folgenden Kalenderjahres aufzuholen. Dazu sollen die Budgetmittel aufgestockt werden und ein verstärkter Einsatz von Technologien für die Umwandlung von Speech-to-Text (vor allem auch wichtig für die Live-Berichterstattung) aber auch von synthetisch generierten Stimmen eingesetzt werden.

Das Angebot in Einfacher Sprache wurde ebenfalls ausgebaut. Zusätzlich zu den bereits bestehenden Sendungen, die werktäglich auf ORF III ausgestrahlt werden, wurde seit Anfang Jahr jeweils am Freitag auf Radio Steiermark noch **ein Wochenrückblick in Einfacher Sprache** ausgestrahlt. Auf ORF.at sind täglich «Nachrichten in Einfacher Sprache» abrufbar. Das Angebot wird in Kooperation mit der APA und der Inklusiven Lehrredaktion erstellt. Die Lehrredaktion übersiedelte 2020 zum ORF und wurde im Verlauf von 2021 weiter ausgebaut. Sie unterstützt unter anderem ORF-Redaktionen bei Themen der Barrierefreiheit und im Verfassen von komplexen Nachrichten in einfachverständlicher Sprache.

4.6 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF

Im Jahresbericht des ORF werden die Programmschwerpunkte, Initiativen und Themenabende der verschiedenen Sender im Detail vorgestellt. Der Bericht illustriert eindrücklich, wie groß die Programmvielfalt und wie breit das Spektrum der abgedeckten Themen durch die Programme ist.

Der ORF ist laut ORF-Gesetz zur **Förderung der österreichischen Identität** im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration verpflichtet. Des Weiteren muss der ORF die österreichische künstlerische und kreative Produktion angemessen berücksichtigen. 2021 entfielen rund **66,7 % der Sendezeit** auf Produktionen, die dieser Zielsetzung entsprechen. Im Vorjahr waren es noch 63,5 % gewesen. In der Primetime war der Anteil mit 85,9 % noch höher als schon im Vorjahr (84,6 %).

Wie schon aus der Publikumsbefragung (siehe Kapitel 7) hervorgeht, wird der **Österreichbezug** des ORF vom Publikum als Stärke eingeschätzt. Der ORF wird dadurch unterscheidbar vor allem im Hinblick auf die deutschen Sender, die in Österreich weit verbreitet sind und gut genutzt werden.

Der ORF ist laut ORF-Gesetz dazu verpflichtet, im Fernsehen in den Hauptabendprogrammen in der Regel **anspruchsvolle Sendungen zur Wahl** zu stellen. **Auch diesen Auftrag hat der ORF erfüllt.** Für die Analyse wurden zwei exemplarische Wochen bestimmt, eine im Frühling (15.3. bis 21.3.2021) und eine im Herbst (27.9. bis 3.10.2021). Die beiden Wochen werden als repräsentativ für die Jahresprogrammierung gesehen. Beispiele der angebotenen Sendungen wurden im Jahresbericht publiziert. Es kann somit nachvollzogen werden, dass tatsächlich anspruchsvolle Sendungen zur Hauptsendezeit zur Wahl standen. Diese Einschätzung und Qualitätswahrnehmung bestätigen auch die Ergebnisse der Overall-Befragung (siehe Kapitel 5).

Gemäß dem ORF-Gesetz hat der ORF dafür Sorge zu tragen, dass der Hauptanteil der Sendezeit seiner Fernsehprogramme und seiner Sendungen in Abrufdiensten, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen bestehen, europäischen Werken vorbehalten bleiben soll. Im linearen Fernsehprogramm von ORF 1 und ORF 2 wurden 2021 **europäische Werke** im Gesamtumfang von 10.636 Stunden gesendet, dies bedeutet ein Plus von 84 Stunden zum Vorjahr. Gemessen an der Quotenbasis entfielen **dabei 74,4 %** (Vorjahr: 70,2 %) der Sendezeit auf europäische Programme, was einem sehr deutlichen Anstieg entspricht. **Der Anteil der europäischen Werke entsprach damit den Vorgaben des ORF-Gesetzes.**

Ferner hat der ORF gemäß den gesetzlichen Vorgaben Sorge dafür zu tragen, dass mindestens 10 % der Sendezeit seiner Fernsehprogramme, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, für die Programmgestaltung der Sendung europäischer Werke von Herstellern vorbehalten werden, die von Fernsehveranstaltern unabhängig sind. Diese Vorgabe hat der ORF erfüllt. **2021 wurden in ORF 1 und ORF 2 7.332 Sendestunden** (Vorjahr: 6.667 Sendestunden), und damit mehr als **51 % der anzurechnenden Sendezeit**, von unabhängigen europäischen Herstellern produziert.

Um sicherzustellen, dass nicht nur Wiederholungen von europäischen unabhängigen Produzenten ausgestrahlt werden, wurde im Gesetz festgehalten, dass ein angemessener Anteil für **«neuere Werke»** berücksichtigt werden muss. Dabei

handelt es sich um Produktionen, die innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden müssen. Im Jahr 2021 betrug dieser Anteil der neueren Werke an den europäischen unabhängigen Produktionen, die in ORF 1 und ORF 2 ausgestrahlt wurden, **rund 63,3 %**, gleichviel wie im Vorjahr.

Es kann somit bestätigt werden, dass der ORF seine Verpflichtungen laut ORF-Gesetz, aber auch aus der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste im Jahre 2021 erfüllt hat.

5 Die ORF-Overall-Befragung

1.000 Personen wurden befragt, welche inhaltliche Interessen für sie bei der Mediennutzung ausschlaggebend sind und wie sie diesbezüglich das publizistische Angebot der ORF-Medien beurteilen. Die Overall-Befragung 2021 wurde vom 7.5. bis am 8.6.2021 durchgeführt.

Wie schon im Vorjahr wurden die Interviews nicht Face-to-Face, sondern via Telefon und Onlinefragebogen durchgeführt. Die Ergebnisse sind daher mit dem Vorjahr problemlos vergleichbar. Der Zeitreihenvergleich mit den Jahren davor ist jedoch nur mit einem kleinen Vorbehalt möglich, weil der Anteil der Antworten mit K. A. / w. n. bei Telefon- und Online-Interviews oft deutlich größer als bei Face-to-Face-Interviews ist.

Wenn es ganz generell um die Nutzung von Medien geht, steht das Interesse an Information beim Publikum an erster Stelle (87 %), gefolgt von Unterhaltung (79 %), Sport (48 %) und Kultur (46 %).

Auch wenn man das Nutzungsinteresse ganz spezifisch nach Mediengattung abfragt, steht das Interesse an Information beim Fernsehen (83 %), Radio (78 %) und Internet (82 %) jeweils an erster Stelle.

Der Teletext wird von deutlich weniger Befragten genutzt als jeweils Fernsehen, Radio und Internet. Allerdings sind auch diejenigen mit Teletext-Zugang in erster Linie an Information und erst in zweiter Linie an Sport interessiert.

Während die befragten Frauen und Männer sich gleichermaßen für Information interessieren, unterschied sich das Interesse an den anderen Themen nach dem bekannten stereotypischen Muster. So interessierten sich die Männer stärker für Sport und die Frauen eher für Kultur und Unterhaltung.

Bei den unter 30-Jährigen zeichnet sich allerdings eine Verlagerung der Präferenzen je nach Mediengattung ab. Das beliebteste Medium ist das Internet. So erzielt das Internet in dieser Altersgruppe jeweils die höchsten Werte für das Interesse an Information, Unterhaltung, Sport und Kultur. Bei den über 50-Jährigen steht das Fernsehen für sämtliche Programminteressen an erster Stelle.

Insgesamt waren die Befragten sehr zufrieden mit dem Programmangebot des ORF. Wie schon im Vorjahr lag die Program Zufriedenheit für alle ORF-Medien auf einer Skala von 1–5 zwischen 1,9 bis 2,6. Die höchsten Zufriedenheitswerte erzielte die Information, sowohl im Fernsehen (2,0), als auch im Radio (1,9), Internet (2,1) und Teletext (2,1). Die Zufriedenheitswerte mit den Programmsäulen Unterhaltung, Kultur und Sport lagen für Radio und Fernsehen alle zwischen guten 2,2 und 2,5. Den tiefsten Wert erzielte der Teletext für sein Unterhaltungsangebot (2,6).

51 % der Befragten waren der Meinung, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zwischen 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel auch anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen. Diese Beurteilung fällt ähnlich hoch aus wie im Vorjahr (52 %). Der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass der ORF diesen Auftrag nicht erfüllt, liegt bei relativ stabilen 37 %.

Die Befragung wurde methodisch sauber durchgeführt und entspricht «Best Practice» in diesem Bereich.

6 Evaluation des Qualitätsprofils Sport 2021 im ORF-Fernsehen

Im Jahr 2021 kamen die Sportinteressierten endlich wieder voll auf ihre Kosten. Highlights waren sicherlich die UEFA Euro 2020 sowie die Olympischen Sommerspiele in Tokio. Vor diesem Hintergrund machte es Sinn, das Sportangebot des ORF im Hinblick auf die definierten Qualitätsansprüche des ORF zu analysieren. Evaluiert wurden die Sportnachrichten, Sportmagazine, Sportdokumentationen sowie die Live-Übertragungen.

Anhand der Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Kompetenz, internationale Perspektive und Föderalismus wurde in der Vergangenheit ein differenziertes SOLL-Bild für das Leistungsprofil des Sports definiert. Die Kriterien basieren auf den gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, den ORF-Programmrichtlinien sowie auf den Public-Value-Qualitätsdimensionen. Hinzu kommen sportspezifische Ergänzungen. Für die Sportberichterstattung gelten grundsätzlich die gleichen journalistischen Richtlinien und Qualitätsstandards wie für die übrigen Nachrichtensendungen des ORF.

Rund 305 Personen wurden mittels eines teilstandardisierten Interviews zu den Qualitätsprofilen telefonisch befragt. In einem ersten Schritt wurde eruiert, inwiefern dieses, vom ORF definierte, SOLL-Bild für das Publikum überhaupt relevant und legitim ist. In einem zweiten Schritt wurde dann ermittelt, inwieweit die Befragten das SOLL-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachten und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag aus Publikumsicht erfüllt wird.

Dazu wurde den Befragten eine Liste mit 21 Qualitätsmerkmalen vorgelegt. Diese 21 Items wurden jeweils im SOLL (wie wichtig ist ...) und im IST (wie sehr erfüllt ...) abgefragt. Anschließend wurden die Befragten gebeten, das Programmangebot des ORF auch im Hinblick auf das Programm anderer Sportprogramme zu vergleichen. Für die Beurteilung wurde eine fünfstufige Skala verwendet. Ergänzend dazu wurden noch nach Stärken und Schwächen der ORF-Angebote gefragt.

Die Ergebnisse wurden jeweils auf Kohärenz und Plausibilität überprüft, indem die Antworten auf offene Fragen mit den Antworten der standardisierten Fragen verglichen wurden. Die Antworten der offenen Fragen wurden nicht nur inhaltsanalytisch erfasst, sondern es wurde mittels einer Valenzanalyse auch noch ermittelt, ob die Antwort eher positiv, neutral oder negativ zu bewerten ist. Die inhaltsanalytische Auswertung wurde mittels der Software MAXQDA gemacht, entlang eines zuvor festgelegten Kodierschemas.

Das Ziel der Befragung war nicht die statistisch gesicherte Repräsentanz der Antworten für die Gesamtheit der österreichischen Bevölkerung, sondern die gesicherte Abbildung der gesamten Spannweite der Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsanforderungen. Dafür wurde – wie in der qualitativen Forschung üblich – mit einem relativ ausgeklügelten Stichprobenplan gearbeitet. Damit sollte sichergestellt werden, dass nur Personen befragt wurden, die das publizistische Angebot zumindest hin und wieder nutzen und kennen (höchstens 10 % seltene Nutzer) und dass die Befragten möglichst repräsentativ für die Bundesländer, politischen Bezirke sowie Ortsgrößen sowie aufgrund von wichtigen soziodemografischen Kriterien ausgewählt wurden. Die österreichweite Befragung fand telefonisch im Zeitraum vom 11.10.2021

bis 12.11.2021 statt. Mit der Durchführung der Studie wurde SORA, Institute for Social Research and Consulting in Wien, beauftragt.

Es handelt sich bei der Studie um den zweiten Zyklus der Qualitätsanalyse für den Programmbereich Sport. Weil jedoch die Erhebungsmethode von Face-to-Face- auf Telefonbefragungen umgestellt wurde und außerdem die Stichprobengröße deutlich angehoben wurde (von 120 auf 300 Befragte), wurde auf den detaillierten Vergleich mit der früheren Analyse verzichtet.

Das definierte Qualitätsprofil fand einen großen Zuspruch beim Publikum. Aufgrund der Befragungsergebnisse kann festgehalten werden, dass das **definierte Qualitätsprofil in einem hohen Maße den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums entspricht**. Kompetente Moderatorinnen und Moderatoren, die faire, seriöse und sachliche Berichterstattung, aber auch ein vielfältiges Angebot, das technisch hervorragend inszeniert wird, werden als besonders wichtig eingestuft. Überraschend hoch wurde auch die Wichtigkeit der Barrierefreiheit eingestuft (78 % sehr wichtig / wichtig). Dass der ORF auch zur sportlichen Betätigung anregen sollte, wurde immer noch von mehr als 50 % der Befragten als wichtig bzw. sehr wichtig angesehen.

Die Befragten waren außerdem der Auffassung, **dass der ORF diese Anforderungen in hohem Maße (zwischen 42 und 90 %) erfüllt hat**. Der ORF schnitt auch im Vergleich mit den anderen abgefragten Fernsehsendern außerordentlich gut ab.

Die höchsten Zustimmungsraten (90–83 %) erhielt der ORF für die hohe technische Qualität der Übertragungen und die verständlich, respektvoll, ansprechend und seriös aufbereiteten Inhalte. Am geringsten (Werte zwischen 51–42%) werden Themen beurteilt wie Vielfalt, regionale Informationen zum sportlichen Geschehen, die Berücksichtigung von neuen Entwicklungen im Sport, das Abdecken eines breiten Spektrums an Sportarten sowie die Anregung zur sportlichen Betätigung. Aber insgesamt ist die Beurteilung aller Kategorien mit Mittelwerten von 1,6 bis 2,8 sehr gut.

Ergänzend zu den standardisierten Fragen wurde auch nach den Stärken und dem Verbesserungspotenzial für das ORF-Fernsehen beim Sport gefragt. Als besondere Stärken werden die Fach-, Vermittlungs- und Moderationskompetenz genannt, der vertrauenswürdige Journalismus, der sich in der seriösen Recherche, den fundierten Hintergrundinformationen und in der ausgewogenen Berichterstattung manifestiert. Als weiteres wichtiges Element in der Qualitätszuschreibung wird die Vielfalt der übertragenen Sportarten genannt.

Bei den Verbesserungsmöglichkeiten stehen vor allem die handelnden Moderatorinnen und Moderatoren im Zentrum. Gewünscht werden vor allem von den jüngeren Befragten (unter 50) noch mehr Kompetenz, mehr Empathie und bessere Unterhaltung. Wobei die Meinungen vermutlich auseinander gehen, wie dies erreicht werden soll. Hinsichtlich Vielfalt wird eine noch größere Auswahl an Randsportarten oder der Wiedererwerb von Übertragungsrechten (v. a. Fußball) genannt.

Viele Befragte freuen sich, dass der ORF immer noch über die finanziellen Mittel für den Erwerb von vielen Übertragungsrechten verfügt, um ein so breites Sportangebot anbieten zu können. Im Zentrum der Qualitätswahrnehmung bei den Befragten stehen immer noch die Live-Übertragungen. Diesbezüglich wird die hohe Qualität der Inszenierung aber auch die neuen Formen der Analyse (Animation) erwähnt.

Abschließend kann festgehalten werden, dass die Studie im ersten Teil zum Schluss kommt, dass die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte mit Zustimmungsraten zwischen 53 und 93 Prozent eine hohe Legitimation bei den Befragten haben. Sie werden als Anforderungsprofil an qualitativ hochwertige Angebote des ORF-Sportangebots bestätigt.

Im zweiten Teil wurde untersucht, ob die vom ORF definierten Auftragswerte vom Publikum auch als erfüllt angesehen werden. Auch hier zeigt die Studie, dass **der Anspruch an die Programmgestaltung durchaus als erfüllt gelten kann, mit Zustimmungsraten zwischen 42 und 90 Prozent.**

Als drittes Element wurde die Erfüllung des Leistungsprofils durch den ORF im Vergleich mit anderen Sendern untersucht. Auch vor diesem Hintergrund belegt die Studie die sehr gute Beurteilung des Sportangebots des ORF. **So erzielte der ORF bei allen 21 abgefragten Items die größte Zustimmung. Keine andere Sendergruppe kommt auch nur annähernd an die gute Beurteilung des ORF heran.** Nur in einem einzigen Bereich, der Information über das europäische und internationale Sportgeschehen, können die Sport-Spartensender mithalten.

Die Methode der Studie ist anspruchsvoll, aber ausgereift und entspricht dem geforderten hohen Qualitätsstandard.

7 Publikumsgespräche

Bei den Publikumsgesprächen handelt es sich um eine qualitative und nicht repräsentative Erhebung zur Zufriedenheit und zur Wahrnehmung der Qualität des Fernseh-, Hörfunk-, Online- und Teletext-Angebots des ORF bei ausgewählten Vertreterinnen und Vertretern des Publikums.

Vor Corona fanden diese Gespräche als mehrstündige Veranstaltung direkt im ORF – abwechselnd in den neun Bundesländern – statt. Aufgrund der Corona-Pandemie wurden die Gespräche im Jahr 2021, wie schon im Vorjahr, wieder in den virtuellen Raum verlegt.

Die Gespräche zwischen Publikumsvertreterinnen und -vertretern und den Programmschaffenden wurden inhaltlich nach Mediengattung gegliedert: 29 Personen wurden in erster Linie zum Internet/Teletext befragt, 23 Personen zum Radio und 27 Personen zum Fernsehangebot des ORF. Thematisch wurden in jedem Gespräch alle Programmsäulen, Information, Unterhaltung, Sport und Kultur/Religion, abgedeckt.

Die Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer wurden aufgrund eines telefonischen Screenings ausgewählt. Zunächst erarbeiteten sie in Gruppenarbeiten die Stärken und Schwächen des Programms. Danach wurden diese Ergebnisse mit den ORF-Programmverantwortlichen in einer Online-Veranstaltung diskutiert. Im Anschluss an diesen Austausch wurde eine telefonische Nachbefragung zum Erleben der Veranstaltung durchgeführt.

Wie schon im Vorjahr wurde das Institut SENSOR Marktforschung, unter der Leitung von Mag. Daniela Heininger, mit der Projektkoordination und mit der Auswahl der Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer beauftragt. Konrad Mitschka vom Public-Value-Team des ORF übernahm die Moderation der Gespräche. Die Gespräche fanden an verschiedenen Terminen statt: ORF Internet und Teletext am 22. März 2021, ORF Radio am 15. Juni 2021 und ORF Fernsehen am 7. Dezember 2021.

Schon bei den Screening-Interviews wurden die Befragten gebeten, den ORF-Angeboten eine Note zu geben. Nach den Publikumsgesprächen wurden die Befragten noch einmal gebeten, die Angebote mit einer Note zu beurteilen.

Die gewählte Form der Diskussion zwischen Publikum und Programmschaffenden hat verschiedene positive Aspekte. Die ORF-Verantwortlichen erhalten ein direktes und ungefiltertes Feedback aus dem Publikum. Die Vertreterinnen und Vertreter des Publikums wiederum lernen die Überlegungen und manchmal auch die Sachzwänge kennen und verstehen, die vielen Programmentscheidungen zugrunde liegen. Zudem erfahren sie direkt, welche Wertschätzung man ihnen – dem Publikum – entgegenbringt.

Die Studie illustriert eindrücklich, dass sich der Austausch mit dem Publikum und die Transparenz in der Argumentation für den ORF lohnen. Nach dem Gespräch mit den Programmverantwortlichen beurteilten die Befragten die Programme nochmals deutlich besser als vor dem Gespräch. Das Verständnis für gewisse Sachzwänge, wie zum Beispiel bezüglich des Erwerbs der Sportrechte, war von Nutzen.

Die Gesprächsgruppe, die sich inhaltlich mit dem Online- und Teletext-Angebot beschäftigt hatte, gab im Screening-Interview eine Beurteilung von 2,3 und in der Nachbefragung von 1,9 ab. Die Gruppe, die über die Radio-Angebote befragt wurde,

gab einen Score von durchschnittlich 2,1 vor, aber auch nach dem Gespräch ab. Die Gruppe, die zum Fernsehangebot befragt wurde, gab im Screening einen Score von 2,1 und bei der Nachbefragung einen Score von 1,6 ab.

Zu diesen Verbesserungen dürfte bei der Internet-Gruppe vor allem die Erläuterung der Sieben-Tage-Regel und beim Fernsehen die Situation und die Erläuterungen rund um die Sport- und Filmrechte beigetragen haben.

Diese insgesamt sehr gute Beurteilung illustriert schon, was auch aus den Gesprächsaufzeichnungen hervorgeht: die insgesamt hohe Zufriedenheit mit dem publizistischen Angebot des ORF.

Beim ORF-Angebot in den Bereichen Internet und Teletext wurde als Stärke die Aktualität, Vielfalt und Verlässlichkeit hervorgehoben. Bei der ORF-TVthek wünschte man sich, dass die Beiträge und Sendungen länger abgerufen werden können. Es wurde angeregt, die Suchfunktionen zu verbessern und auch ein Vorschlagssystem aufgrund des eigenen Nutzungsverhaltens anzubieten. Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass das Publikum bezüglich Funktionalität der TVthek des ORF und Zugang zu den Inhalten des ORF die gleichen Erwartungen hat und Ansprüche stellt wie an Google, Amazon, YouTube, Netflix und die anderen Streaming-Services. Man wünscht sich auch mehrsprachige Untertitel und ein Log-in-System, um auch im Ausland österreichische Filme und das Sportangebot zu nutzen. Es wurde zudem vorgeschlagen, die Online-Plattform auch stärker für kulturelle Angebote und für Randsportarten zu nutzen.

Optisch wirkt der **Teletext** auf die Teilnehmerinnen und Teilnehmer veraltet. Aber die Schnelligkeit und Einfachheit in der Bedienung machen diesen Nachteil deutlich wett. Insgesamt wurde auch hier wenig Kritik angebracht. Vereinzelt wurden Optimierungsmöglichkeiten in der Navigation oder zusätzliche Features gewünscht.

Die Vielfalt und das breite Spektrum des Hörfunkangebots werden alles in allem ebenfalls sehr geschätzt. Die gut aufbereiteten Informationen, die Vielfalt der Themen, die auch Denkanstöße vermitteln, die hohe Qualität der Hintergrundsendungen sowie die kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren werden bei allen Sendern geschätzt. Bei Ö1 findet das Publikum eigentlich kaum Schwächen. Es wird angeregt, noch mehr Hörspiele, kürzere Beiträge und ein abwechslungsreicheres Musikprogramm zu machen. Bei Ö3 wird der «Ö3 Wecker» besonders gelobt sowie die Aktion «Weihnachtswunder». Die Sendung «Frag das ganze Land» polarisiert ganz offensichtlich. Wünschen würde man sich noch mehr Sport-Live-Übertragungen und noch mehr Abwechslung im Musikprogramm. Auch Radio Wien schneidet in der Diskussion durchwegs sehr gut ab. Seine Stärke ist die regionale Verankerung, die aktuellen Informationen und Verkehrsnachrichten und Sendungen sowie «Menschen im Gespräch». Als Anregung wurde hier erwähnt, dass Radio Wien noch mehr über regionale und lokale Veranstaltungen berichten sollte. Mehr Kabarett und mehr lokale Veranstaltungstipps wurden gewünscht, aber auch mehr Sport, auch Randsportarten wie beispielsweise Basketball und Eishockey.

Beim ORF-Fernsehangebot wurde das verlässliche, vielseitige und seriöse Informationsangebot, die aktuelle, faire und umfassende Sportberichterstattung, das

abwechslungsreiche Unterhaltungsangebot mit den vielen Eigenproduktionen, die Übertragungen von Kulturhighlights, sowie die sympathischen, kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren besonders hervorgehoben. Auch die Expertinnen und Experten, die in den Programmen zu Wort kommen, werden positiv erwähnt.

Einige Befragte wünschten sich ein größeres «Humor-Angebot», andere mehr «Heimat-Filme», noch mehr Abwechslung und frische Eigenproduktionen mit jüngeren Moderatorinnen und Moderatoren. Gerade weil man mit News auf allen Plattformen sehr gut und aktuell versorgt wird, regen einige an, die ZIB am Abend mit noch mehr Hintergrund und Vertiefung zu ergänzen. Die Thematik, wie der ORF mit kontroversiellen Meinungen umgeht, nahm in der Diskussion einen großen Raum ein. Im Zusammenhang mit dem Kulturprogramm wurde vertieft darüber diskutiert, wie es dem ORF gelingen könnte, auch jüngere Zielgruppen besser anzusprechen. Auch wenn einige die Meinung vertreten haben, dass es eine Illusion sei, junge Menschen zum Fernschauen auf ORF zu bringen.

Die **ORF-Verantwortlichen**, die in diesen Gesprächsrunden dabei waren, haben mit Verständnis auf die Anregungen, Wünsche und konstruktiven Vorschläge aus dem Publikum reagiert, zum Teil die Sachzwänge erläutert aber auch eingestanden, wenn es im einen oder anderen Fall durchaus Verbesserungen braucht.

Das publizistische Angebot des ORF in den Bereichen Information, Unterhaltung, Sport, Kultur und Religion wird von den Befragten sehr geschätzt und wird als qualitativ hochstehend beurteilt. Die Diskussionen unter der Moderation von Konrad Mitschka vom Public-Value-Team des ORF waren gut strukturiert und sind übersichtlich zusammengefasst worden.

Anregung: Es wäre aufschlussreich zu erfahren, was die Programmschaffenden mit diesen Anregungen und Feedbacks der Befragten machen bzw. ob einige dieser Anregungen auch umgesetzt werden. Darauf könnte zum Beispiel in den Veranstaltungen Bezug genommen werden. Denn die Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer investieren Zeit und setzen sich intensiv mit dem ORF auseinander.

8 Gespräche mit Expertinnen und Experten

8.1 Gespräch über Wissenschaftssendungen

Nur selten kam der Wissenschaft in der journalistischen Berichterstattung eine so große Bedeutung zu wie in den Pandemie-Jahren. Zur Hauptsendezeit kamen Wissenschaftlerinnen und Experten zu Themen wie Impfstoffe und ihre Nebenwirkungen, Varianten der Pandemie und ihre Ausbreitung, Sinnhaftigkeit von Schutzmaßnahmen sowie Covid-Krankheitsverläufe etc. zu Wort. Deshalb war die Idee des Public-Value-Teams naheliegend, ein Expertinnen- und Expertengespräch zum Wissenschaftsangebot des ORF zu organisieren.

Am 22.10.2021 fand dieser erste Austausch zum Wissenschaftsangebot des ORF in Fernsehen, Radio und Internet im ORF-Zentrum in Wien statt. Am Gespräch nahmen rund 19 bedeutende Expertinnen und Experten von Universitäten und Fachhochschulen teil. Seitens ORF waren acht Programmschaffende aus Radio, TV und Online dabei. Auch Florian Oberhofer, der im Auftrag des ORF bereits das Qualitätsprofil Wissenschaft evaluiert hatte, nahm an diesem Gespräch teil und stellte eingangs auch die Ergebnisse dieser Evaluation vor.

Das Gespräch wurde entlang der sechs Qualitätsdimensionen Vertrauen und Orientierung, Vielfalt, Bürgernähe, Innovation, Kompetenz sowie die österreichische und internationale Perspektive geführt – dafür herangezogen wurden die Werte des Qualitätsprofils zur TV-Wissenschaft.

An dieser Stelle soll nicht der ganze Gesprächsverlauf zusammengefasst werden. Es kann jedoch festgehalten werden, dass dieser gehaltvolle Austausch von allen Beteiligten außerordentlich geschätzt wurde. Davon zeugen auch die vielen Anregungen zur Kooperation und Zusammenarbeit. Dem ORF wird insgesamt eine hohe Vermittlungskompetenz attestiert. Große Zufriedenheit herrscht vor allem mit Ö1 und ORF.at. Im TV und Internet wurde zudem auch die gute Visualisierung von komplexen Sachverhalten und Daten hervorgehoben.

Im Verlauf des Gesprächs wurden wichtige Themen angesprochen und auch das gegenseitige Verständnis für die teilweise unterschiedlichen Funktionsweisen des Wissenschaftsbetriebs und des Journalismus diskutiert, die durchaus zu Spannungsfeldern führen können. Um ein Beispiel zu nennen: Wie stellt man sicher, dass man ein komplexes wissenschaftliches Thema mit der nötigen Tiefe erfasst, es dann aber so vereinfacht, dass es einem breiten Publikum vermittelbar wird? In diesem Kontext wurde die erforderliche Personalisierung, die Funktion von Infografiken und Podcasts, die Auswahl von Forscherinnen und Forschern sowie ihre Diversität diskutiert. Ein weiteres wichtiges Thema war, wie man als Journalist/in mit wissenschaftlichen Forschungsergebnissen umgehen soll, bei denen es auch unter Wissenschaftlern keinen Konsens gibt, ohne damit gleich eine Fake-News-Debatte zu befeuern.

Aufgefallen ist, wie konstruktiv die Programmacher die Vorschläge und Anregungen der Expertinnen und Experten aufgenommen haben. Es wurde eine Vielzahl guter Vorschläge gemacht. Viele Vorschläge betrafen die ORF-TVthek des ORF. Man sollte sie aktiver bewirtschaften und damit Themen besser sichtbar machen, die Suchfunktionen verbessern und Empfehlungsfunktionen einbauen. Es wurde

gewünscht, dass die Sieben-Tage Regel fällt, gerade für die Wissenschaftsthemen wäre dies wichtig. Die ORF-TVthek sollte nicht nach Ausspielkanälen, sondern nach Themen gegliedert werden. Der ORF sollte auch vorausschauende Hinweise platzieren können, beispielsweise wann etwas Neues zum gesuchten Thema produziert wird.

Social Media und eigene YouTube-Kanäle sind offensichtlich auch für die Expertinnen und Experten selber genauso ein wichtiges Thema wie für den ORF. So wurde darauf hingewiesen, dass in Deutschland eine Vloggerin, eine promovierte Chemikerin mit Millionen von Followern, zur Journalistin des Jahres 2020 ausgezeichnet worden ist.

Das Fazit dieses Austausches war, dass es für wissenschaftliche Themen, auch für wissenschaftspolitische Themen, nach wie vor gute Sendezeiten braucht, aber auch die Nutzung von sozialen Netzwerken, damit die ganze Bevölkerung, mit individualisierten Beiträgen, erreicht werden kann.

8.2 Gespräch über Bürger-, Konsumentenschutz- und Servicesendungen

Dank Internet und Social Media sind Konsumentinnen und Konsumenten heute besser informiert denn je. Die Fülle an Information ist so groß wie nie zuvor. Als Käuferin oder Käufer ist man heute oft besser informiert als der/die Verkäufer/in. Und dennoch ist es in vielen Belangen nicht einfacher geworden, sich ein Urteil über gewisse Dinge zu bilden. Bürgersendungen, Service- und Konsumentenschutz entsprechen diesem Trend nach mehr Transparenz und Einordnung. Deshalb sind diese Sendungen auch heute noch genau so populär wie zu ihren Anfängen.

Auf Einladung des Public-Value-Teams wurden Expertinnen und Experten aus den verschiedensten Fachbereichen eingeladen, die sich für die Belange von Jugendlichen, Frauen, Behinderten, Konsumentenschutz, Antirassismus und Armutsbekämpfung einsetzen. Insgesamt nahmen am Gespräch im ORF-Zentrum in Wien 14 Expertinnen und Experten teil. Sechs Expertinnen und Experten reichten schriftliche Stellungnahmen ein. Seitens ORF nahmen fünf Programmschaffende am Gespräch teil. Das Gespräch wurde moderiert und zusammengefasst von Klaus Unterberger und Konrad Mitschka.

Als Leitfaden für das Gespräch dienten wiederum die sechs – an das Qualitätsprofil TV-Wissenschaft angelehnten – Qualitätsdimensionen Vertrauen und Orientierung, Vielfalt, Bürgernähe, Innovation, Kompetenz sowie die österreichische und internationale Perspektive.

Die Diskussion zwischen Expertinnen und Experten und den Programmschaffenden war ebenfalls anregend und konstruktiv. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer attestieren dem ORF insgesamt eine hohe publizistische Unabhängigkeit, eine hohe Vermittlungskompetenz und sind überzeugt, dass der ORF beim Publikum einen großen Vertrauensvorsprung genießt.

Die Anspruchshaltung an den ORF scheint im Vergleich zum Gespräch mit den Expertinnen und Experten aus der Wissenschaft deutlich größer. So drehte sich die Diskussion zum einen um die Wichtigkeit der Unabhängigkeit von politischen aber auch

von wirtschaftlichen Einflüssen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren sich einig, dass obschon immer mal wieder der politische Einfluss auf die Gremien thematisiert wird, die redaktionelle Berichterstattung davon ganz offensichtlich nicht beeinflusst wird. Die Unabhängigkeit der Programmschaffenden sei denn auch die wichtigste Voraussetzung für die Glaubwürdigkeit der Institution ORF.

Viele Expertinnen und Experten wünschten sich einen noch stärkeren Einbezug der Bürgerinnen und Bürger in die Bürgersendungen. Auch die Auswahl der Bürgervertreter/innen sowie diejenige der Expertinnen und Experten für die Konsumentensendungen wurde thematisiert. Der Wunsch nach größtmöglicher Diversität bei den handelnden Personen wurde mehrfach angesprochen, nicht nur bezüglich der Wahl von Bürgerinnen/Bürgern und Expertinnen/Experten für die Sendungen, sondern auch bezüglich der ORF-Mitarbeitenden selber. Die ORF-Mitarbeitenden sollten die Gesellschaft besser repräsentieren, mehr Junge, mehr Frauen, auch Behinderte und People of Color sollten im Programm sichtbar sein und moderne Rollenbilder verkörpern.

Unter dem Stichwort «Bürgernähe» wurde diskutiert, wie vor allem die jüngere Bevölkerung besser angesprochen werden könnte. Diese sei nicht politikverdrossen, wie man manchmal höre, aber sie müsste gezielter, individualisierter angesprochen werden, und vermutlich würden dies jüngere Journalistinnen und Journalisten besser schaffen, weil sie die Lebenswelten auch besser verstehen. Gerade mit Online-Formaten und Social Media können viele erreicht werden. Social-Media-Angebote könnten und sollten als Teaser dienen und auf vertiefende Angebote verlinken.

Auch unter dem Stichwort «Innovation» wurde die ORF-TVthek des ORF als verbesserungswürdig eingestuft. Die Suchfunktion solle verbessert werden und die Sieben-Tage-Regel gehöre nach Ansicht vieler Expertinnen und Experten abgeschafft. Auch bezüglich Barrierefreiheit wurden konstruktive Vorschläge gemacht. So sollten grundsätzlich alle Videobeiträge mit Untertiteln versehen werden, weil man so die Videos unterwegs auch ohne Kopfhörer nutzen könne. Die ORF-Präsenz auf Instagram und TikTok wurde ausdrücklich geschätzt, aber die ORF-spezifischen Beschränkungen, wie beispielsweise das Verbot des Verlinkens, mache keinen Sinn.

Fazit: Allein schon die Tatsache, dass es diese Expertinnen- und Experten-Gespräche mit Beteiligung der Programmschaffenden gibt, ist gut. Die Programmschaffenden werden mit den Ansprüchen und Erwartungshaltungen der Gäste konfrontiert. Sie können ihre Sachzwänge erklären und schaffen so Verständnis. Sie erhalten Anregungen und werden mit Kritik konfrontiert. Im Verlauf dieser Gespräche wurden viele Ideen eingeworfen und wertvolle Verbesserungsvorschläge gemacht, die, sofern sie umgesetzt werden, das publizistische Angebot des ORF bereichern könnten.

Anregung:

In den Gesprächen wurde eine Vielzahl konstruktiver Anregungen gemacht. Einige sind aufgrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen nicht umsetzbar, andere könnten umgesetzt werden. Im Rahmen des Qualitätsworkshops, aber auch als vertrauensbildende Maßnahme könnten die Anregungen, die umgesetzt werden, den Expertinnen und Experten im Nachgang an das Gespräch mitgeteilt werden.

9 ORF-Publikumsratsstudie 2021: Fiktionale Unterhaltung im Fernsehen

Nachdem sich der Publikumsrat im Vorjahr vertieft mit der non-fiktionalen Unterhaltung auseinandergesetzt hat, stand im Jahr 2021 die fiktionale Unterhaltung im Fokus der Aufmerksamkeit. Ziel war es, die Präferenzen des Publikums bezüglich fiktionaler Produktion besser kennenzulernen und darauf basierend auch Weiterentwicklungspotenziale für den ORF zu evaluieren.

Für diese quantitative Erhebung wurden rund 1.000 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren mittels eines hybriden Verfahrens (250 CATI- sowie 750 CAWI-Befragungen) ausgewählt. Die Befragung dauerte vom 31.8.2021 bis zum 27.9.2021.

Fiktionale Unterhaltung ist zweifellos sehr beliebt. Dabei kommt die Studie zum Schluss, dass es bezüglich der Präferenzen der einzelnen Genres die erwartbaren geschlechtsspezifischen Unterschiede gibt. Männer bevorzugen eher Action, Thriller, Science-Fiction- und auch Kriegs- und Katastrophen-Filme, während Frauen sich tendenziell eher für Familienfilme und -serien, Romanzen sowie Liebesfilme aussprechen. Das beliebteste Genre bei Jung und Alt ist die Comedy. Der größte Differenziator für die abgefragten Themen ist das Alter der Befragten. Während die Älteren besonders die Filme mit Österreichbezug schätzen, ist das für die Jüngeren weniger wichtig. Sie interessieren sich auch mehr als die anderen Altersgruppen für amerikanische Produktionen, und am liebsten würden einige diese in der Originalsprache mit Untertiteln schauen.

Fiktionale Unterhaltung wird stärker als die non-fiktionale Unterhaltung auch auf anderen Plattformen (Streaming-Dienste und TVthek) als das klassische Fernsehen genutzt. Das ist besonders bei den unter 30-Jährigen der Fall und etwas weniger, aber immer noch deutlich ausgeprägt, auch bei den unter 50-Jährigen. Über der Hälfte der unter 50-Jährigen ist es wichtig, Filme und Serien auch online nutzen zu können. Sie schätzen es, dass man gleich mehrere Folgen einer Serie hintereinander und diese auch zeitversetzt sehen kann. Nur noch 7 % der unter 30-Jährigen gibt an, Filme und Serien nur dann anzuschauen, wenn sie gerade im Fernsehprogramm laufen. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es ebenfalls nur noch 27 %. Bezüglich der Ausspielkanäle und deren Präferenzen gibt es keine geschlechtsspezifischen Unterschiede.

In der gesamten Bevölkerung ist der ORF nach wie vor der wichtigste Sender für fiktionale Unterhaltung, gefolgt von den österreichischen und deutschen Privatsendern. Aber auch hier gibt es bedeutende Unterschiede, wenn man die Ergebnisse nach Altersgruppen analysiert. So nennen 80 % der unter 30-Jährigen und 64 % der 30- bis 49-Jährigen die Streaming-Dienste an erster Stelle für die Nutzung von fiktionaler Unterhaltung. Die über 50-Jährigen nennen zu 75 % den ORF an erster und mit 70 % die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender an zweiter Stelle.

Die Studie illustriert deutlich, dass die klassischen Fernsehsender für die Nutzung fiktionaler Unterhaltung an Bedeutung verlieren. **Für das jüngere Publikum spielt der Ausspielkanal TV für die Nutzung von fiktionaler Unterhaltung schon heute eine deutlich geringere Rolle als für die über 50-Jährigen.**

Die Wunschliste an den ORF ist groß und breit. Oben auf der Wunschliste stehen noch mehr österreichische Filme und Serien (39 %), Comedy (36 %) sowie historische Filme

und Serien (34 %). Die Daily Soaps / Telenovelas, Horrorfilme und Sitcoms scheinen von gestern zu sein. Nur 8 %, bzw. je 13 % der Befragten wünschten sich mehr davon.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der ORF in Sachen Zufriedenheit bei den über 50-Jährigen der meistgenannte Sender ist. Auch bei den unter 30-Jährigen wird der ORF gleich nach den Streaming-Diensten immerhin an zweiter Stelle genannt. Während der ORF im Bereich der Information und des Sports immer noch eine Sonderstellung einnimmt, ist dies bei der fiktionalen Unterhaltung weniger ausgeprägt. Bei den 30- bis 49-Jährigen teilt sich der ORF Platz 2 in der Zufriedenheit mit den österreichischen Privatsendern. Und bei den über 50-Jährigen teilt der ORF seinen Spitzenplatz mit den deutschen öffentlich-rechtlichen Sendern.

Anregung: Es wäre aufschlussreich zu wissen, welchen Stellenwert die fiktionale Unterhaltung im Vergleich zum gesamten Unterhaltungsspektrum des ORF, gerade auch – aber nicht nur – für die jüngeren Befragten hat. Die Studie unterscheidet nicht zwischen «Film-Fans» und gelegentlichen Filmnutzern. Im Hinblick auf die Bedeutung der Ausspielkanäle, den Österreichbezug und die Zufriedenheit mit dem Filmangebot des ORF wäre dies ebenfalls aufschlussreich gewesen.

10 Public-Value-Bericht und Public-Value-Jahresstudie

Gerade bei außerordentlichen politischen und gesellschaftlichen Ereignissen sind unvoreingenommene, unabhängige und glaubwürdige Medien von unschätzbarem Wert. Aber die Realität zeigt, dass eine größer werdende Gruppe von Menschen den klassischen Medien nicht mehr vertraut. Sie befriedigen ihr Informationsbedürfnis in erster Linie mit Informationen, die sie von Freunden über Social Media erhalten. Sie glauben Expertinnen und Experten mehr, die mit ihren Einschätzungen und Ansichten (vermutlich aus gutem Grund) nicht in den klassischen Medien zu Wort kommen.

Auch wenn sogenannte «Fake News» und «Filterblasen» keineswegs neue Phänomene sind, Menschen haben sich immer schon am liebsten mit «gleichgesinnten» Medien und Menschen beschäftigt, so hat die Verbreitung von Propaganda und Fake News durch Social Media dennoch ein noch nie dagewesenes Ausmaß angenommen.

Vor diesem Hintergrund hat das Public-Value-Team des ORF seine Arbeiten auf drei Themenbereiche fokussiert. Die Ergebnisse dieser Arbeit sind in Berichten, aber auch im Internet dokumentiert.

Im Rahmen einer internationalen Konferenz beschäftigte man sich mit der Idee, eine gemeinsame öffentlich-rechtliche Plattform zu schaffen, die nicht primär nach kommerziellen Kriterien geführt würde, sondern am Gemeinwohl orientiert sein sollte. Im Rahmen von diversen Veranstaltungen trafen sich Vertreterinnen und Vertreter von Wissenschaft und anderen öffentlich-rechtlichen Medien, die sich alle mit der digitalen Transformation von Medien beschäftigen, um die Möglichkeit zu diskutieren, eine gemeinsame Medien-Infrastruktur zu schaffen für die Verbreitung eines hochstehenden Programmangebots. Ein Output dieser Diskussion war das «Public Service Manifesto», das einerseits zur Erneuerung der öffentlich-rechtlichen Medien aufruft and andererseits zur Schaffung eines öffentlich-rechtlichen Internets.

Direkt relevant für den ORF waren die Diskussionen rund um den **ORF-Player, den multimedialen Newsroom mit seinen Möglichkeiten, das multimediale Archiv des ORF sowie unter anderem auch das neue Selbstverständnis der ORF-Journalistinnen und -Journalisten**, vor dem Hintergrund «online first» und den neuen journalistischen Angeboten.

Der zweite Fokus im Berichtsjahr wurde auf die Thematik **«Österreich-Kultur-Identität(en)»** gesetzt. Der ORF hat laut ORF-Gesetz einen Kultur- und Bildungsauftrag und ist verpflichtet, ein publizistisches Angebot mit einem facettenreichen Österreichbezug zu produzieren. Redakteurinnen und Redakteure aus allen ORF-Medien und allen Programmsäulen beschreiben, wie und mit welchen Ansprüchen sie diesen Auftrag erfüllen. Einträge in den Kalender illustrieren vorausschauend, welche Programminitiativen im Jahr 2022 zu erwarten sind.

In einem **dritten Bericht** wird mit umfangreichen Daten und Fakten dokumentiert, wie der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag erfüllt hat und welchen Wert das publizistische Angebot für die Nutzerinnen und Nutzer geschaffen hat. Während der klassische Jahresbericht des ORF strikt als Rechenschaftsbericht im Hinblick auf die gesetzlichen Vorgaben konzipiert ist und sich an Parlamentarierinnen und Parlamentarier richtet, handelt es sich beim Public-Value-Bericht um einen

Rechenschaftsbericht, der darlegen soll, inwiefern der ORF einen «Public Value», einen Wert für die Öffentlichkeit, geschaffen hat.

Um den «**Public Value**» des ORF darlegen zu können, wurde dieser «Wert für die Öffentlichkeit» in fünf Dimensionen definiert: der Wert für das Individuum, der Wert für die Gesellschaft, der Wert für Österreich, der internationale Wert sowie der Wert, den der ORF als Unternehmen schafft. Diese fünf Dimensionen wurden dann in weitere 18 Unterdimensionen gegliedert. Im vorgelegten Bericht wird dieser «Wert» gesondert für jede Dimension mit einer unglaublich großen Fülle an Daten und Fakten illustriert, aber nicht kommentiert.

Im Fokus der Public-Value-Jahresstudie steht das Thema der **Information und Glaubwürdigkeit im Internet**. Wie kann in der Flut von Informations- und Unterhaltungsangeboten die Zuverlässigkeit, die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit der Medien gewährleistet werden? Neue gesetzliche Rahmenbedingungen, Selbstverpflichtungen und Regulative werden nicht genügen. Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Disziplinen der Wissenschaft und aus der Medienpraxis aus ganz Europa werden mit ihren Beiträgen darlegen, wie die journalistischen Angebote der öffentlich-rechtlichen Medien den Negativeffekten wie Fake News und der Bildung von fragmentierten Filterblasen begegnen sollten. Sie werden darlegen, mit welchen Maßnahmen, Initiativen, journalistischen Formaten und Kooperationen die Zuverlässigkeit, Vertrauenswürdigkeit und Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien im Netz gestärkt werden können.

An der Studie beteiligen sich außer dem ORF der BR, SWR, die SRG und der Dachverband der öffentlich-rechtlichen Medien in Europa, die EBU. Die finalen Arbeiten werden im Herbst 2022 präsentiert und können deshalb in diesem Bericht nicht mehr zusammengefasst werden.

Der ORF befindet sich in einem Transformationsprozess, der mit der «Strategie 2025» eingeläutet wurde. Im Moment fehlt für die bestmögliche Umsetzung noch die gesetzliche Grundlage. Dennoch ist es wichtig, dass sich der ORF im Rahmen der Qualitätssicherung genau mit diesen zukunftsrelevanten Themen beschäftigt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der ORF einen **Prozess angestoßen hat, der sich aus ganz unterschiedlichen Perspektiven vertieft mit den Fragen beschäftigt, wie das publizistische Angebot des ORF bezüglich Qualität, Vielfalt, Relevanz und Transparenz weiterentwickelt werden soll**, damit die hohe **Glaubwürdigkeit** auch in Zukunft erhalten werden kann.

Alle Publikationen, die Umfrageergebnisse so wie auch die Video-Beiträge der ORF-Mitarbeitenden sind auf der Website [zukunft.orf.at](http://www.zukunft.orf.at) einsehbar.

Allein schon die Tatsache, dass ein so breit abgestützter Diskurs mit wichtigen Stakeholdern im In- und Ausland initiiert worden ist, der sich mit relevanten und zukunftsorientierten Fragen beschäftigt, ist äußerst positiv zu werten, und es ist davon auszugehen, dass dieser Prozess einen Beitrag für die notwendige digitale Transformation des ORF leistet.

Anregung: Das Public-Value-Team hat einen wichtigen Diskurs angestoßen und beschäftigt sich mit relevanten Zukunftsthemen, die alle Mitarbeitenden des ORF betrifft. Die Frage stellt sich, wie das Team diese Reflexion und Diskussion noch breiter innerhalb des ORF abstützen kann.

11 Fazit

Die grundsätzliche Frage, die im Qualitätsmonitoring des ORF gestellt wird, heißt: Wird der ORF mit seinem Programm den Vorgaben des Gesetzes, den konkreten Auflagen der Gremien, den Erwartungen des Publikums sowie dem eigenen Anspruch zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags gerecht?

Aufgrund der Daten und Fakten im ORF-Jahresbericht kann festgehalten werden, dass die formalen, inhaltlichen und technischen Anforderungen an das publizistische Angebot gemäß dem ORF-Gesetz erfüllt sind.

Das befragte Publikum, die Expertinnen und Experten bescheinigen dem ORF sowohl in empirischen Umfragen als auch im direkten Diskurs eine hohe Professionalität und Unabhängigkeit und äußern sich insgesamt überaus zufrieden mit der publizistischen Leistung.

Die Publikumsratsstudie über die Nutzung der fiktionalen Unterhaltung illustriert eindrücklich, wie wichtig mittlerweile die Streaming-Dienste geworden sind, welche die individualisierte und zeitunabhängige Nutzung von Filmen und Serien ermöglichen. Im Gespräch mit den Expertinnen und Experten wird denn auch deutlich, dass der ORF, auch wenn die rechtlichen Voraussetzungen nicht gegeben sind, an den gleichen Standards gemessen wird, wie die Streaming-Dienste.

Der Dialog zwischen den Programmschaffenden mit dem Publikum und den Expertinnen und Experten, wie er im Rahmen der Qualitätssicherung stattfindet, ist wichtig. Dies illustrieren die Publikumsbefragungen sehr anschaulich. Die Befragten beurteilten das publizistische Angebot des ORF nach dem Gespräch deutlich besser als vor dem Gespräch. Die Programmschaffenden erhalten in diesen Gesprächen nicht nur ein ungefiltertes Feedback, sondern auch eine Vielzahl von Vorschlägen und Ideen, die zur Verbesserung des Angebots führen können.

Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Vorgehen, auf der Basis von qualitativen und quantitativen Verfahren den inhaltlichen Vorgaben des Gesetzes gerecht geworden ist. Er hat das geforderte Qualitätsmanagement im Jahre 2021 effektiv und erfolgreich umgesetzt. Er erfreut sich in der österreichischen Bevölkerung einer sehr hohen Beliebtheit und Glaubwürdigkeit.

Ingrid Deltenre

Mai 2022