



**Das Qualitätssicherungssystem des ORF
im Jahr 2023
Gutachten zur Bewertung der
Gesamtleistung**

Ingrid Deltenre

Mai 2024

Vorbemerkung

Der Gesetzgeber hat im Berichtsjahr für den ORF wichtige Weichen gestellt. Zum einen wurde das Finanzierungskonzept geändert. Neu wird ab 2024 der ORF über eine Haushaltabgabe finanziert. Zum anderen wurden die Rahmenbedingungen für das publizistische Angebot im Internet angepasst.

Das neue Gesetz ermöglicht dem ORF die bedürfnisgerechte Modernisierung und Weiterentwicklung des Streaming-Angebotes. Audio- und Video-Inhalte werden länger, teilweise unbefristet abrufbar und können schon kurz vor der Ausstrahlung bereitgestellt werden. Damit erfüllt der ORF bereits einen großen Teil der im Berichtsjahr oft geäußerten Wünsche des Publikums.

Die Attraktivität der neuen Streaming-Plattform ORF ON ist für die Zukunft des ORF entscheidend. Wie die Overall-Befragung 2023 illustriert, ist für die österreichische Bevölkerung unter 50 Jahren das Internet bereits heute das wichtigste Medium für die Information und für den Sport. Für das Themeninteresse an Kultur oder Unterhaltung wird Social Media genauso oft genannt wie das Fernsehen.

Die veränderte Mediennutzung war ein zentrales Thema in den Publikumsbefragungen im Berichtsjahr. In diesem Kontext wurde die wohl wichtigste Frage für den ORF thematisiert: Was ist zu tun, damit der ORF auch in Zukunft gerade für das jüngere Publikum eine glaubwürdige und relevante Marke bleibt?

Im Berichtsjahr hat der ORF wichtige organisatorische und technische Änderungen in die Wege geleitet. Die ersten Früchte dieser Arbeit werden in den Publikums- und Expertenbefragungen im nächsten Berichtsjahr sichtbar.

Ingrid Deltenre, im Mai 2024

Inhalt

| | |
|--|----|
| Vorbemerkung | 2 |
| 1 Executive Summary | 4 |
| 2 Das Qualitätssicherungssystem des ORF | 7 |
| 2.1 Die gesetzliche Grundlage | 7 |
| 2.2 Verfahren und Methoden 2023 | 7 |
| 3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten | 12 |
| 4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags | 14 |
| 4.1 ORF-Hörfunk | 15 |
| 4.2 Die Regionalradios des ORF | 19 |
| 4.3 ORF-Fernsehen | 22 |
| 4.4 Internet und Teletext | 24 |
| 4.5 Kooperationen des ORF | 26 |
| 4.6 Barrierefreie Angebote im ORF | 28 |
| 4.7 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF | 30 |
| 5 Die ORF-Overall-Befragung | 32 |
| 6 Evaluation des Qualitätsprofils Kultur, Religion und Ethik 2023 | 35 |
| 7 Publikumsgespräche | 38 |
| 8 Gespräche mit Expertinnen und Experten 2023: Sport | 42 |
| 9 ORF-Publikumsratsstudie 2023: Kunst, Kultur und Identität | 45 |
| 10 Public-Value-Berichte | 47 |
| 11 Fazit | 49 |

1 Executive Summary

Das vorliegende Gutachten untersucht, ob und inwiefern der ORF mit seinem publizistischen Angebot **den Vorgaben des Gesetzes entsprochen** hat. Die Grundlage für diese Beurteilung bildet das vom ORF-Stiftungsrat beschlossene Qualitätssicherungssystem. Dieses System beinhaltet Repräsentativ-Befragungen, Publikumsgespräche, Inhaltsanalysen, Diskurse mit Expertinnen und Experten, Public-Value-Berichte, Public-Value-Studien sowie den Jahresbericht des ORF.

Zum Vorgehen

Wo im ORF-Gesetz **konkrete Zielvorgaben** genannt werden, wurde untersucht, ob diese Zielvorgaben erreicht worden sind. Darüber hinaus sind implizit weitere Kriterien in die Beurteilung eingeflossen, die für einen öffentlich-rechtlichen Sender wichtig sind. Zum einen ist es die **Relevanz** des publizistischen Angebots, die sich in Marktanteilen und Reichweiten äußert. Weitere wichtige Kriterien sind die **Glaubwürdigkeit** der Information und die **Originalität** vor allem in den Bereichen Unterhaltung, Kultur und Sport. Eine weitere Anforderung an den ORF ist die **technische Qualität** der Produktionen. Vom ORF werden diesbezüglich die höchsten Standards erwartet. Immer wichtiger wird auch das Kriterium der **Nutzerfreundlichkeit der ORF-Apps und Streaming-Plattformen**, weil das publizistische Angebot des ORF von immer mehr Österreicherinnen und Österreichern nicht mehr nur linear genutzt wird. Die einfache Auffindbarkeit, die optische Gestaltung und Nutzerführung für die verschiedenen Plattformen sind neue und wichtige Anforderungen geworden. Diese Themen wurden vor allem in den Publikums- und Expertengesprächen angesprochen.

Für die konzeptionelle Beurteilung des ORF-Qualitätsmanagement-Systems wird untersucht, inwiefern die Ergebnisse **valide und reliabel** sind und ob sie auch von den wichtigen **Akteuren des ORF zur Kenntnis** genommen werden.

Das Qualitätssicherungs-System

Innerhalb des ORF werden 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 betrieben. Im Rahmen der jährlichen Workshops mit allen Beteiligten werden Verbesserungsmöglichkeiten diskutiert und allenfalls beschlossen. Das Qualitätssicherungssystem wird somit laufend verbessert und angepasst.

Es besteht eine **hohe Kontinuität** bei den mit der Qualitätsmessung beauftragten Instituten. Auch im Jahr 2023 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 2023 per Telefon bzw. schriftlich, via Online-Fragebogen, gemacht. An dieser Stelle kann festgehalten werden, dass die Studien und Analysen methodisch korrekt durchgeführt worden sind und den höchsten Anforderungen entsprechen.

Die **Publikumsgespräche** wurden anders als in den letzten Jahren strukturiert, so wurden nicht alle Programmsäulen für jeweils eine Mediengattung abgefragt, sondern jeweils die einzelnen Programmsäulen für jeweils alle Mediengattungen. Dieses Vorgehen hat eindeutig Vorteile und entspricht der Mediennutzung der Befragten.

Die **ORF-Macherinnen und -Macher** beteiligen sich aktiv an den Gesprächen mit dem Publikum sowie mit den Expertinnen und Experten. Sie bringen sich ein, nutzen die Gespräche, um Ideen zu vertiefen, geplante Programmneuerungen anzukündigen, aber auch um allfällige rechtliche Rahmenbedingungen des ORF zu erläutern. Vom Publikum wird dieser Austausch sehr geschätzt, was auch in den Nachbefragungen zu den Publikumsgesprächen immer wieder betont wird.

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.

Die Mehrjahresvergleiche der empirischen Studien, die **Evaluation des Qualitätsprofils** «Kultur, Religion und Ethik» und die jährlichen Inhaltsanalysen illustrieren die hohe Validität und Reliabilität der Ergebnisse. Die Studien ergänzen sich und erlauben die Beurteilung der Erfüllung des gesetzlichen Auftrags aus ganz verschiedenen Perspektiven.

Die **Public-Value-Berichte** leisten einen wichtigen Beitrag zur **Transparenz** des Unternehmens und mit der **Public-Value-Studie** werden aktuelle Themen vertieft, wie beispielsweise im Berichtsjahr die Bedeutung der KI für die journalistische Arbeit.

Zu den Ergebnissen

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein **differenziertes Gesamtprogramm** von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Diese Vorgabe wird mit Inhaltsanalysen der Radio- und Fernseh-Programme ermittelt. Sie basieren seit Jahren auf den gleichen inhaltlichen Kategorien und Zuordnungsschemata und erlauben deshalb ohne Weiteres den Vergleich zu den Vorjahren. Im Jahr 2023 haben sich die Programmstrukturen von Radio und Fernsehen **nur marginal** verändert, so dass dem ORF attestiert werden kann, diese gesetzliche Vorgabe erfüllt zu haben.

Gemäß ORF Gesetz muss der ORF einen hohen Anteil **europäischer Werke** von **unabhängigen Produzenten** im Programm haben und dieser Anteil sollte einen angemessenen Anteil **neuer Werke** beinhalten. Diese Vorgabe hat der ORF erfüllt.

Des Weiteren soll der ORF einen wichtigen Beitrag zur **Förderung der österreichischen Identität** leisten. Dies wird zum einen mit der Zielvorgabe an einen hohen Anteil österreichischer Produktionen in den Fernsehprogrammen umschrieben, andererseits wurde die eigentliche Wirkung des ORF in der Evaluation des Qualitätsprofils «Kultur, Religion und Ethik» aber auch in der Publikumsratsstudie «Kunst, Kultur und Identität» überprüft, indem die Befragten den Grad ihrer Zustimmung zu Aussagen wie «verbindet Bevölkerungsgruppen» oder «leistet einen wichtigen Beitrag zur österreichischen Identität» geben. Die hohen Zustimmungswerte von über 55 % belegen, dass der ORF **diese gesetzliche Vorgabe erfüllt hat**.

Der ORF hat im Hauptabend auch **«anspruchsvolle» Sendungen** zur Wahl zu stellen. Dieser Auftrag wird am Beispiel von Musterwochen überprüft. Mit dieser Analyse kann belegt werden, dass dieser Auftrag erfüllt worden ist. Wie die Ergebnisse der Overall-Befragung zeigen, sind allerdings im Publikum 47 % der Befragten der

Meinung, dass der ORF diese Wahl nicht bietet. Allerdings bleibt offen, was die Befragten unter «anspruchsvoll» verstehen. Es könnte sein, dass dieser Begriff im Verlauf der Zeit immer stärker eher für «elitäre Kunst- und Kultursendungen» vorbehalten wird. Nachdem außerdem die On-Demand-Nutzung immer wichtiger wird, ist möglicherweise diese Zielsetzung nicht mehr so relevant wie noch vor einigen Jahren. Vor dem Hintergrund, dass das Angebot der TVthek des ORF deutlich ausgebaut wird, anspruchsvolle Programme somit rund um die Uhr abrufbar werden und die Musterwochen die Zielvorgabe bestätigen, hat der ORF **mit einer kleinen Einschränkung auch diese Zielvorgabe erfüllt.**

Die Marktanteile und Reichweiten des ORF-Hörfunks sowie des ORF-Fernsehens sind nur leicht niedriger als im Vorjahr und illustrieren die hohe **Relevanz**, die der ORF für die österreichische Bevölkerung hat. In den Publikumsbefragungen wird die hohe **Glaubwürdigkeit** des ORF immer wieder genannt, genauso wie die **große Zufriedenheit** mit dem Programm. Der Aspekt der **Originalität** wird in den Publikumsgesprächen, in der Evaluation des Qualitätsprofils «Kultur, Religion und Ethik» sowie auch in der Publikumsratsstudie angesprochen. So wünscht man sich zwar mehr Überraschung, mehr Mut, mehr Abwechslung vor allem in den Programmsparten Unterhaltung und Kultur, aber insgesamt ist man sehr zufrieden mit dem Angebot. In diesem Kontext wird immer öfter die Wichtigkeit der Attraktivität des ORF beim **jungen Publikum** angesprochen. Hier äußert sich die große Sorge vieler Befragten, wie und ob der ORF es schafft, auch für die jüngere Generation relevant zu bleiben. Die **hohe technische Kompetenz**, beispielsweise in der Sportberichterstattung, wird ausdrücklich gelobt von den Sportexpertinnen und -experten und wird als Alleinstellungsmerkmal hervorgehoben.

Eine **große Kritik** am ORF betrifft die **technische Nutzerführung auf den Online-Plattformen**. Die häufigsten Kritikpunkte sind die kurzen Abrufzeiten der Programme, die Suchfunktionalität, die fehlende Personalisierung, das Fehlen der Abspielbeschleunigung und insgesamt die Modernität des Auftritts.

Der ORF hat sein **barrierefreies Angebot** deutlich ausgebaut und hat bereits die ursprünglich für 2025 gesteckten Ziele für die Untertitelung erreicht. Neue Technologien für die Umwandlung von Speech-to-Text (vor allem auch wichtig für die Live-Berichterstattung) aber auch von synthetisch generierten Stimmen für die Audiodeskription, die im vergangenen Jahr noch in der Pilotphase waren, werden mittlerweile erfolgreich eingesetzt.

Mit den **Public-Value-Berichten und der Public-Value-Jahresstudie**, die zusammen mit vielen weiteren Informationen, unter anderem in der Form von Podcasts, Interviews, DialogForen und weiteren Publikationen, auf der Website zukunft.ORF.at zugänglich sind, leistet das Public-Value-Team einen wichtigen Beitrag zur Transparenz und zum Verständnis des ORF beim Publikum.

Dem ORF ist deshalb zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Vorgehen die Maßnahmen des Qualitätssicherungssystems effektiv umgesetzt hat. Der ORF hat die inhaltlichen Vorgaben des ORF-Gesetzes auch im Jahr 2023 erfüllt.

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. Eine Ergänzung zur Programmstruktur des ORF-Radios wurde am 15. September 2022 durch den Stiftungsrat genehmigt.

2.2 Verfahren und Methoden 2023

Das ORF-Qualitätssicherungssystem setzte auch im Jahr 2023 auf die bewährten Verfahren und Instrumente der Repräsentativbefragung, Publikumsbefragungen, Experten- und Expertinnen-Befragung, Programmstrukturanalysen, den Public-Value-Bericht, die Public-Value-Jahresstudie, die Publikumsratsstudie sowie den ORF-Jahresbericht.

Das Qualitätssicherungssystem wird laufend optimiert. Unter anderem organisiert der ORF jährlich einen Workshop mit allen beteiligten Personen. Dieser Workshop fand am 15. September 2023 statt.

Im Rahmen dieses **Workshops** wurden alle Anregungen aus dem Gutachten vertieft diskutiert, insbesondere auch die Thematik, wie mit dem Begriff «anspruchsvoll» umzugehen sei.

Im Workshop wurde angekündigt, dass die **Evaluation des Qualitätsprofils angepasst wird**. Neu werden jeweils nicht mehr alle Programmsäulen für jeweils jede Mediengattung einzeln abgefragt, sondern es wird die Programmsäule vertieft für alle Mediengattungen abgefragt

Ferner hat die **KommAustria** – wie alle zwei Jahre – das Qualitätssicherungssystem, insbesondere das Verfahren der Erstellung, überprüft.

Der **Publikumsrat** hatte 2021 beschlossen, dass seine Studie für die Beurteilung der Wichtigkeit und Zufriedenheit des Publikums mit den ORF-Programmaufträgen genutzt werden soll. Im vergangenen Jahr wurde diese Anregung zum ersten Mal umgesetzt mit der Befragung zu den Themen «Wirtschaft», «Europa» und «Sicherheit». Im Berichtsjahr wurden die Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Themen «**Kunst**», «**Kultur**» und «**Identität**» in der ORF-Berichterstattung überprüft.

Der 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.

Die 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 unter der Leitung von Dr. Mira Mayrhofer, Universität Wien, durchgeführt. Im Jahr 2023 umfasste der analysierte Gesamtbestand insgesamt 283.227 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 11. bis 17. September 2023 bestimmt. Sie fällt in dieselbe Kalenderwoche wie im Vorjahr.

Ergänzend zur Analyse nach Wort- und Musikanteilen wird seit 2022 erstmals für alle ORF-Radioprogramme auch eine Zuordnung von ganzen Sendungen nach den vier Kategorien Information, Unterhaltung, Kultur und Sport gemacht. Diese Auswertung wurde im Berichtsjahr ebenfalls von der APA-DeFacto durchgeführt. Dafür wurde die gleiche Musterwoche vom 11. bis 17. September 2023 genutzt.

Die Evaluation der Qualitätsprofile

Bis heute wurden zwei vollständige Zyklen dieser Qualitätsbeurteilungen für alle Mediengattungen und Programmsäulen durchgeführt. Der erste Zyklus fand von 2011 bis 2017 statt, der zweite von 2018 bis 2022. Im Berichtsjahr startet nun mit der Evaluation der Programmsäule «Kultur, Religion und Ethik» der dritte Zyklus dieser Qualitätsbeurteilung.

Ein Qualitätsprofil beinhaltet ein spezifisches Anforderungsprofil an die Programme, das anhand von Leistungskriterien beschrieben wird. Bei den Leistungskriterien handelt es sich um Auftragswerte, die aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden. Das Qualitätsprofil stellt somit das Soll-Bild eines Bereichs dar, das mittels Interviews beim Publikum validiert wird und gegebenenfalls auch angepasst wird, sollte es von den Erwartungen des Publikums an das Programm zu stark abweichen. Mit dieser Befragung kann letztlich festgestellt werden, ob der ORF seinem gesetzlichen Auftrag, in der Beurteilung der Befragten, nachkommt. Hinzu kommen spezifische Themen, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in einzelnen Programmbereichen beziehen.

Die Studie wurde – wie schon in den Vorjahren – von FORESIGHT (ehemals: SORA Institute for Social Research and Consulting) in Wien durchgeführt. Verantwortlich für die Durchführung waren Dr. Florian Oberhuber und Dr. Saskja Schindler.

Für die Studie wurden österreichweit 307 Personen, die älter als 15 Jahre alt sind, via Telefon im Zeitraum vom 12. Oktober bis 13. November 2023 befragt. Die Befragten wurden auf der Basis eines anspruchsvollen und differenzierten Stichprobenplans ausgewählt. In 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 erhoben, inwieweit der ORF mit seinem Programmangebot in den Augen der Befragten diese Anforderungen auch erfüllt hat. Am 15. November 23 wurden im Rahmen einer Fokusgruppe mit neun Personen explorativ Argumente und Einstellungen zur Programmsäule «Kunst, Religion und Ethik» diskutiert.

Die 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 8. Mai 2023 bis zum 16. Juni 2023 ermittelt. Es wurden insgesamt 1.017 Personen ab 15 Jahren telefonisch (CATI) und mittels Online-Fragebogen (CAWI) befragt. In einem ersten Teil der Befragung wurde ermittelt, wie hoch das Interesse für Information, Unterhaltung, Kultur und Sport jeweils in den verschiedenen Medien wie Fernsehen, Radio, Teletext, Internet und Social Media 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.

Seit 2022 werden Internet und Social Media getrennt abgefragt. Vergleiche mit dem Vorjahr sind daher möglich, längere Zeitreihenvergleiche sind allerdings nicht möglich.

Die ORF-Publikumsratsstudie

Auf Wunsch des Publikumsrats wird seit 2022 die Wichtigkeit und Zufriedenheit des Publikums mit den gesetzlich vorgeschriebenen ORF-Programmaufträgen erhoben. Im Berichtsjahr wollte man mehr über die Anforderungen und Erwartungen des Publikums

an die Themen «Kunst», «Kultur» und «Identität» in der ORF-Berichterstattung erfahren.

Insgesamt wurden 1.002 Personen ab 14 Jahren zwischen dem 25. Oktober und 16. November 2023 telefonisch und via Online-Fragebogen befragt. Mit der Durchführung der Studie wurde das Institut FORESIGHT (ehemals SORA Institute for Social Research and Consulting) beauftragt.

Im ersten Teil des Interviews wurde das Interesse und die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten in den Medien und im ORF erhoben, daran anschließend wurde die Zustimmung zu verschiedenen Statements, wie beispielsweise die Bedeutung des ORF für die österreichische Identität, evaluiert. Abschließend wurde gefragt, welche Themen, die für die österreichische Identität von Bedeutung sind, der ORF in Zukunft verstärkt abdecken sollte.

Die Publikumsgespräche

Im Berichtsjahr wurde das Konzept der Publikumsgespräche angepasst. Es wurden im Rahmen von drei Gesprächsrunden die Programmsäulen «Information», «Unterhaltung» und «Kultur und Religion» diskutiert. Dabei wurde das publizistische Angebot jeweils für alle Medien (Fernsehen, Radio, Internet, Teletext) mit den ORF-Programmschaffenden evaluiert und nicht wie in den letzten Jahren getrennt nach Mediengattung. Am Verfahren für die Auswahl der Personen und am Gesprächsformat mit den ORF-Programmverantwortlichen hat sich nichts verändert.

Die Programmsäule «Sport» wurde im Berichtsjahr mit Expertinnen und Experten diskutiert.

Im Jahr 2023 fand das erste Gespräch am 15. März mit 27 Personen aus Wien zum Thema «Kultur und Religion» statt. Am 20. Juni fand das zweite Gespräch mit 36 Personen aus Innsbruck zur «Unterhaltung» statt und am 9. November wurde das dritte Gespräch mit 24 Teilnehmenden aus der Steiermark über das «Informationsangebot» des ORF durchgeführt.

Mit der Rekrutierung der Teilnehmenden wurde das Marktforschungsinstitut SENSOR unter der Leitung von Mag. Daniela Heininger beauftragt. Die Gesprächsteilnehmenden waren zwischen 18 und 70 Jahre alt, nutzten das entsprechende ORF-Angebot zum jeweiligen Thema (Information, Unterhaltung oder Kultur/Religion) mindestens gelegentlich. Es gab ferner Quoten für Geschlecht, Bildung und Nutzungsverhalten.

Die Moderation der Gespräche übernahm Konrad Mitschka vom ORF-Public-Value-Team. Für die Projektkoordination zeichnete die ORF-Marktforschung verantwortlich.

Die Expertinnen- und Expertengespräche

Komplementär zu den Publikumsgesprächen sucht der ORF auch den Austausch mit Fachleuten, damit auch fachspezifische Positionen zum ORF einfließen können. Die Gespräche werden von Klaus Unterberger und Konrad Mitschka moderiert und aufgezeichnet. Seitens des ORF nehmen jeweils die Programmschaffenden des entsprechenden Bereichs teil.

Am 19. Juni 2023 trafen sich insgesamt 15 Expertinnen und Experten aus sehr unterschiedlichen Bereichen des Sports und diskutierten zusammen mit den

Programmschaffenden das ORF-Sportangebot. Das Gespräch drehte sich um drei Fragestellungen: Was sind die Stärken und Schwächen der ORF-Sportberichterstattung, wie kann der Programmauftrag zeitgemäß interpretiert und umgesetzt werden und welche Verbesserungen wären möglich und sinnvoll?

Als Gesprächsleitfaden dienten die Qualitätskategorien des Public-Value-Konzepts: Vertrauen und Orientierung, Bürgernähe und Österreichwert, Vielfalt sowie Innovation und Kompetenz. Aus Sicht der Diskussionsteilnehmenden wurden abschließend Handlungsempfehlungen an den ORF formuliert, die auch ORF-intern diskutiert worden sind.

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 werden können. 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 jeden Einzelnen und jede Einzelne, für die Gesellschaft, für Österreich, für Österreich im internationalen Kontext sowie auch für die österreichische Wirtschaft schaffen. Dieses Konzept des Public Value fließt jeweils in die Überprüfung der Qualitätsprofile der ORF-Programme ein, aber auch in die Publikumsgespräche.

Darüber hinaus sucht das Kompetenz-Zentrum Public Value des ORF auch den Austausch mit anderen öffentlich-rechtlichen Sendern und der Wissenschaft und beschäftigt sich mit Fragen, die die Zukunft des ORF betreffen.

Im Berichtsjahr wurden wiederum diverse Publikationen zum Public Value des ORF auf zukunft.ORF.at publiziert. In der Printausgabe des Public-Value-Berichts geben ORF-Mitarbeitende konkrete Antworten auf typische Fragen an den ORF, wie beispielsweise: Warum überlässt der ORF die Unterhaltung nicht den Privaten? Oder: Wer bestimmt, was im «Report» läuft? Warum braucht der ORF neun Landesstudios? 100 Millionen für den Film – Ist es das wert? Oder: Warum kann ich nicht alles jederzeit und überall schauen? usw. Es handelt sich um Fragen, die auch in den Publikumsgesprächen immer wieder gestellt werden. Der Bericht ist in fünf Kapitel gegliedert: was ist drin für mich, was ist drin für uns alle, was ist drin für das Land, was ist drin für Europa und die Welt und was ist drin fürs Geld?

Die Public-Value-Berichterstattung erschöpft sich längst nicht mehr nur mit dieser Printausgabe, sie wird durch Podcasts, Videos, Interviews, DialogForen und Konferenzen ergänzt, die allesamt auf ORF.at publiziert werden.

Im Fokus der Public-Value-Studie steht im Berichtsjahr 2023/2024 die digitale Innovation. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem In- und Ausland berichten über ihre Forschungsarbeiten zu Themen wie beispielsweise den Einsatz von KI in der Redaktionsarbeit, Sprach-Software und Avatare, oder Erkenntnisse aus der Interaktion mit dem jungen Publikum.

3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten

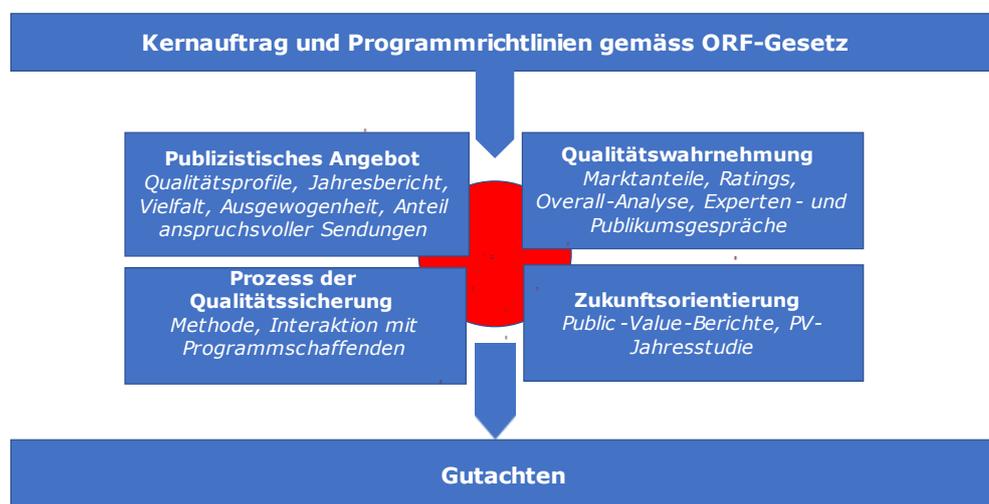
Der Pflichtenkanon des ORF, so wie er im ORF-Gesetz definiert ist, ist der Leitfaden dieses Gutachtens. Geprüft wird, inwieweit der ORF im abgelaufenen Jahr den vom ORF-Gesetz und von den Gremien vorgeschriebenen Aufgabenkatalog und die Zielvorgaben zur Qualitätssicherung inhaltlich korrekt, methodisch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

Für die Beurteilung des Leistungsauftrags des ORF werden jedes Jahr, wie im Kapitel 2 dargelegt, Inhaltsanalysen der Programme, Umfragen zur Qualitätswahrnehmung, vertiefende Gespräche mit dem Publikum und mit Expertinnen und Experten durchgeführt.

Im ausführlichen Jahresbericht des ORF sind die wichtigsten Daten festgehalten und dokumentieren den Grad der Erfüllung des gesetzlichen Auftrags. Mit Befragungen der Nutzerinnen und Nutzer hält der ORF fest, inwiefern er sein Qualitätsversprechen einlöst und seinen gesellschaftlichen Auftrag erfüllt. Diese Einschätzung des Publikums wird mit den ORF-Public-Value-Berichten ergänzt. Mit der Public-Value-Jahresstudie, die auch internationale Beiträge umfasst, werden Zukunftsthemen beleuchtet, die für den ORF relevant sind und die Angebotsentwicklung inspirieren.

Für das Gutachten sind diese genannten Berichte die wesentlichen Quellen. Je nach Bedarf wurden auch Informationen der European Broadcasting Union für die Beurteilung beigezogen.

Der Prüfungsansatz:



Das vorliegende Gutachten prüft sowohl das ORF-Qualitätssicherungssystem als auch die Erreichung der vom Gesetzgeber formulierten Ziele. Für die konzeptionelle Beurteilung der Qualitätssicherung werden die folgenden Kriterien verwendet:

- **Validität:** Wird die zentrale Fragestellung korrekt gemessen?

- **Reliabilität:** Dazu werden, wenn möglich, die Befragungsergebnisse im Vergleich zum Vorjahr betrachtet und unterschiedliche Studienansätze zum gleichen Thema im Hinblick auf die Konsistenz der Hauptaussagen geprüft.
- **Risiken:** Besteht ein Risiko, dass es bei den Befragungen zu Verzerrungen gekommen ist?
- **Akzeptanz und Nutzen:** Ist das Verfahren bei den Beteiligten akzeptiert? Werden die Ergebnisse von den Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern wahrgenommen und fließen sie allenfalls auch in Entscheidungen ein?

Wo **konkrete Zielvorgaben seitens des Gesetzgebers** vorliegen oder wo Qualitätsvorgaben in einem Soll-Bild festgehalten werden, wird die Erreichung der Zielvorgabe geprüft, je nach dem basierend auf Programmstatistiken oder Zustimmungsraten abgefragten Sätzen in empirischen Studien. 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. Die «Quality-Checks» leisten dazu einen wichtigen Beitrag. Sie werden allerdings im Gutachten nicht berücksichtigt.

Auch wenn **keine konkreten Zielsetzungen** vorliegen, sind die Relevanz, die Glaubwürdigkeit, die Originalität, die Benutzerfreundlichkeit (Auffindbarkeit der Programme, Navigation) und die «technische Qualität» (Produktion, Abspielgeschwindigkeit, etc.) wichtige Qualitätskriterien für jedes Medium, auch für den ORF. Im Gutachten werden deshalb auch diese Kriterien für die Beurteilung genutzt.

Die Relevanz wird aufgrund der quantitativen Nutzungsdaten beurteilt. Die **Glaubwürdigkeit, Originalität, Usability sowie die technische Qualität** werden in den Publikums-, Expertinnen- und Expertengesprächen, in der Overall-Studie und in der Evaluation der Qualitätsprofile eruiert.

Für die Qualitätssicherung ist es wichtig, dass auch **zukunftsorientierte Themen** reflektiert werden, die von großer Bedeutung für die anstehenden Herausforderungen sind. In den Befragungen des Publikums wird deshalb auch systematisch nach Möglichkeiten für **Programmverbesserungen und Anregungen** für die Verbesserung der Usability gefragt.

Die Public-Value-Berichte schaffen **Transparenz** und erklären den ORF einem breiten Publikum. Die **Public-Value-Studien** beschäftigen sich vorausschauend mit Themen, die für die **publizistische Arbeit in Zukunft** relevant sein werden. Österreichische und internationale Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Expertinnen und Experten stellen dazu ihre Forschungsarbeiten vor.

Viele weitere Maßnahmen des ORF zur Qualitätssicherung, wie beispielsweise allfällige **interne programmrelevante Weisungen, der Ethik-Kodex, die Aus- und Weiterbildung, regelmäßige Sendekritiken** sowie zusätzliche **Publikumsanalysen** sowie die «**Quality Checks**» sind nicht Bestandteil dieses Gutachtens. Ebenfalls nicht Bestandteil dieses Gutachtens sind bestimmte gesetzliche Auflagen, wie beispielsweise bezüglich der **Gleichstellung der Geschlechter** oder Auflagen bezüglich der **Nachhaltigkeit**.

4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags

Unter den 2.000 TV-Sendungen, die im Jahr 2023 in Österreich am meisten gesehen wurden, finden sich 1.973 im ORF ausgestrahlte Produktionen. Diese Dominanz ist eindrücklich und illustriert die große Beliebtheit der ORF-Fernsehprogramme beim Publikum.

Bezüglich der Nachrichtenlage war das Berichtsjahr relativ ernüchternd. Die geopolitischen Spannungen, der Krieg in der Ukraine, der Terroranschlag der Hamas und der Krieg in Gaza, die Inflation und die damit verbundene gedämpfte Nachfrage, der Klimawandel und die zunehmenden Unwetterkatastrophen, aber auch drei Landtagswahlen, die Ereignisse an der SPÖ-Spitze, der Prozess gegen Ex-Kanzler Sebastian Kurz und der Zusammenbruch der Signa standen im Fokus der Berichterstattung der Nachrichten-Redaktionen.

Publizistische Schwerpunkte setzte der ORF mit Spezialprogrammen zu wichtigen Ereignissen der Zeitgeschichte, wie etwa der Jahrestag des «Anschlusses», der «Holocaust-Gedenktag» sowie «75 Jahre Erklärung der Menschenrechte». Weitere Akzente setzten die Informationsabteilungen mit Thementagen wie beispielsweise zu Gesundheit und zum Klimawandel. Außerdem wurden auch wichtige Persönlichkeiten aus Kultur und Politik mit Sonderprogrammen gewürdigt.

Die Highlights im Sport waren die Ski-alpin-WM in Courchevel und Méribel sowie die Fussball-WM der Frauen, die in Australien und Neuseeland ausgetragen wurde.

Wie jedes Jahr lieferte der ORF mit den Übertragungen des «Neujahrskonzerts», der «Sommernachtsgala», dem «Sommernachtskonzert» und den Opern «Le nozze di Figaro», «Turandot», «Macbeth», dem zweiten «Prater-Picknick»-Konzert der Wiener Symphoniker einen Kulturgenuss der Extraklasse. Rund 500 Stunden Programm umfasste der ORF-Kultursommer.

Punkto Unterhaltung traf der ORF mit eigen- und koproduzierten Serien, Hörspielen und Podcasts den Geschmack auch des jüngeren Publikums. Dazu gehören etwa die neuen Serienfolgen von «Schnell ermittelt», «Walking on Sunshine», «Schnee», «Der Schwarm» und viele mehr.

Die Programmviefalt des ORF ist beeindruckend und kann in diesem Bericht nur gerade angedeutet werden. Der ORF-Jahresbericht legt eindrücklich Rechenschaft ab über die **Vielfalt** der produzierten Sendungen.

Die hohen Nutzungszahlen der ORF-Programme und des Internetangebots belegen die insgesamt **hohe Relevanz** des publizistischen Angebots bei den Österreicherinnen und Österreichern. Die Reichweiten und Marktanteile des ORF sind zwar im Vergleich zum Vorjahr etwas niedriger. Diese Entwicklung ist auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern in den umliegenden Ländern zu beobachten und dürfte unter anderem auch auf das Fehlen von großen Sportanlässen zurückzuführen sein. Aber immerhin nutzen täglich beachtliche **6,1 Millionen Menschen** (2022: 6,4 Millionen) in Österreich zumindest eines der multimedialen Angebote des ORF.

Das ORF-Fernsehen erzielte einen Marktanteil von 33,8 % (Vorjahr: 34,6 %) beim Publikum ab zwölf Jahren. Der Marktanteil der ORF-Radios beträgt 65 % (2022: 68 %)

bei Österreicherinnen und Österreichern ab zehn Jahren. Rund 780.000 Personen nutzen den ORF TELETEXT täglich (Vorjahr: 900.000).

Die Reichweite des ORF.at-Networks beträgt monatlich bei den Internet-Usern im Alter ab 14 Jahren hohe 73,9 %. Trotz der zahlreichen Beschränkungen, die dem ORF von Gesetzes wegen auferlegt werden, ist ORF.at die Internet-Plattform mit der höchsten Reichweite unter den in der ÖWA ausgewiesenen Dachangeboten in Österreich.

Für die Online-Videoangebote im gesamten ORF.at-Network wurden pro Monat durchschnittlich 9,8 Millionen Nettoviews (Vorjahr 11 Millionen) und 60,6 Millionen (Vorjahr: 65,7 Millionen) Bruttoviews verzeichnet. In Summe lag das Gesamtnutzungsvolumen 2023 bei durchschnittlich 278 Millionen Minuten (Vorjahr: 306 Millionen Minuten) pro Monat.

Dies sind eindruckliche Zahlen für den ORF. Er ist und bleibt das Leitmedium der Österreicherinnen und Österreicher. Auch wenn die Zahlen im Vergleich zum Vorjahr leicht tiefer sind. Das schafft ein Sender nur mit einem unabhängigen, vielfältigen und glaubwürdigen publizistischen Angebot.

Ganz entscheidend für die **Zukunft des ORF** war 2023 jedoch eine Entwicklung, die außerhalb seines Einflussbereichs lag. Im Berichtsjahr wurde das neue ORF-Gesetz verabschiedet, dass per 1. Jänner 2024 in Kraft getreten ist. Das Gesetz sieht vor, dass der ORF neu über einen **ORF-Beitrag** (sogenannte Haushaltsabgabe) finanziert wird, wie man es bereits aus Deutschland und der Schweiz kennt. Aus Sicht des Publikums von noch größerer Bedeutung sind jedoch die Änderungen der **Rahmenbedingungen für das digitale Angebot des ORF**. Damit erfolgt eine wichtige Weichenstellung, die den ORF nachhaltig erfolgreich machen sollte, weil der Handlungsspielraum im Digitalbereich deutlich größer werden wird.

Der ORF hat das Berichtsjahr genutzt, um die Organisation so anzupassen, dass eine multimediale Produktion von redaktionellen Inhalten insbesondere für die Bereiche Information, Sport und Kultur erleichtert wird.

In Vorbereitung auf den schrittweisen Start von **ORF ON** wurde die Vereinheitlichung der Content-Management-Systeme und der zugehörigen Workflows vorangetrieben, um für längere On-demand-Abrufdauern von Inhalten und damit für mehr Content auf der ORF-Plattform gerüstet zu sein. Ebenso wurde ein neues Design für die Produktoberflächen entwickelt, die den ORF-Digitalangeboten einen moderneren und unverwechselbaren Look verleihen sollen.

4.1 ORF-Hörfunk

Der ORF hat drei nationale sowie neun regionale Radioprogramme, die täglich rund um die Uhr Programme anbieten. Zusätzlich betreibt der ORF über Kurzwelle das internationale Programm Radio Österreich 1. Darüber hinaus bietet der ORF täglich acht Stunden slowenischsprachiges Programm auf Radio Agora an.

Der durchschnittliche Radiokonsum der Österreicherinnen und Österreicher ab zehn Jahren hat **im Berichtsjahr zugenommen** und lag von Juli 2022 bis Juni 2023 laut Radiotest (zuletzt veröffentlichte Daten) bei 201 Minuten pro Tag (2022: 187 Minuten). 130 Minuten, rund zwei Minuten mehr als im Vorjahr, entfielen auf die ORF-Radios.

Sie erzielten einen Marktanteil von 65 % (2022: 68%). Ö3 hatte von Juli 2022 bis Juni 2023 einen Marktanteil von 28 % (2022: 29 %) bei Personen ab zehn Jahren, Ö1 hatte schon wie im Vorjahr einen Marktanteil von 7 %, FM4 erzielte einen Marktanteil von 4 % in der Zielgruppe der 14–49-Jährigen. Die ORF-Regionalradios erzielten einen Marktanteil von 29 % (2022: 31 %), in der eigentlichen Zielgruppe von Personen ab 35 Jahren von 35 % (2022: 37 %).

Die Tagesreichweite der ORF-Radioprogramme betrug von Juli 2022 bis Juni 2023 rund 58,5 %. Damit erreichten alle Radioprogramme zusammen täglich mehr als 4,7 Millionen Hörerinnen und Hörer.

Die hohe effektive Radionutzung ist ein erster Indikator dafür, dass der ORF ein relevantes Programm für alle macht.

Im Rahmen des Qualitätssicherungssystems wird das publizistische Angebot des ORF-Hörfunks jedoch nicht nur aufgrund der effektiven Radionutzung und mit Publikumsbefragungen evaluiert, es wird zusätzlich eine jährliche Programmstrukturanalyse durchgeführt.

Im Unterschied zum ORF-Fernsehen kann nicht das vollständige Programm inhaltsanalytisch erfasst werden, die Programmstrukturanalyse erfolgt als Stichproben-Erhebung. Anhand einer ausgewählten Musterwoche wird seit dem Berichtsjahr 2018 die Erhebung von der APA-DeFacto unter wissenschaftlicher Leitung von DDr. Julia Wippersberg durchgeführt.

Das Analyseschema ist gleichgeblieben. Der Wortanteil der einzelnen Sender wird nach acht, der Musikanteil nach sechs Hauptkategorien ausgewertet.

Für die Inhaltsanalyse wurden die Radioprogramme in der Musterwoche vom 11. bis 17. September 2023 untersucht. Weil sich von Jahr zu Jahr die Nachrichtenlage ändern kann, was sich wiederum auf die Programmstruktur beziehungsweise auf die inhaltliche Kategorisierung der Wortanteile auswirken kann, ist mit dem Vorjahresvergleich Vorsicht geboten. Das ORF-Gesetz sieht denn auch vor, dass man für den Vergleich eigentlich einen Vierjahreshorizont in Betracht ziehen soll.

Die Programmanteile der ORF-Radiosender nach den acht Programmfeldern Information, Kultur, Religion/Ethik, Wissenschaft/Bildung, Service/Wetter/Verkehr, Sport, Familie/Gesellschaft sowie Unterhaltung sind praktisch gleich geblieben im Vergleich zum Vorjahr.

Seit 2022 wird eine zusätzliche Output-Analyse für die Hörfunk-Programme gemacht. Für die Betrachtung des ORF-Radioangebots wurde das gesamte Wort- und Musikprogramm einer Musterwoche analysiert. Als Bezugsgröße wurde die einzelne «Sendung» herangezogen. Diese Auswertung wurde ebenfalls von der APA-DeFacto durchgeführt. Als Basis diente dieselbe Musterwoche wie für die «traditionelle» Inhaltsanalyse (11. bis 17. September 2023).

Aufgrund dieser Analyse beträgt der Anteil Information 19 % (Vorjahr: 18 %), Kultur 24 % (Vorjahr: 25 %), Unterhaltung wie schon im Vorjahr 57 %. Und wie schon im Vorjahr produzierten die ORF-Radios in der gewählten Musterwoche keine eigenständigen Sendungen zum Sport. Der Sport-Anteil beträgt deshalb 0 %.

Die aktuelle Programmstruktur ist ausgewogen. Weil nur ganze Sendungen den vier Inhaltskategorien zugeordnet werden, ist davon auszugehen, dass diese Struktur **auch in Zukunft voraussichtlich keine großen Schwankungen** zeigen wird.

Der Kultur- und Informationssender **Österreich 1** wurde von Juli 2022 bis Juni 2023 von durchschnittlich 755.000 Personen (2022: 783.000 Personen) pro Tag gehört. Bei der Bevölkerung ab zehn Jahren lag die Tagesreichweite bei 9,4 % (2022: 9,8 %). In der Gesamtbevölkerung erreichte Ö1 einen Marktanteil von 7 % wie schon 2022.

Das Programm von Ö1 deckt ein großes Spektrum ab und ist in gewisser Weise komplementär zum Programm von Ö3. Das Programm der Sendungen wird natürlich von den politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Ereignissen geprägt.

Aber man setzte im Jahr 2023 auch **starke eigene Akzente**. In mehr als 200 Sendungen standen der Klimawandel und Wege zur Nachhaltigkeit im Zentrum. Begleitend zur Buchmesse in Leipzig, bei der Österreich Gastland war, hat Ö1 in zahlreichen Sendungen den literarischen Reichtum Österreichs vorgestellt. Das 100-Jahr-Jubiläum der Republik Türkei bildete ebenfalls einen redaktionellen Schwerpunkt.

Immer wieder werden auch herausragende Persönlichkeiten aus Kultur und Politik mit Sendungen und Hörspielproduktionen gewürdigt, die zum Anlass eines runden Geburts- oder Todestages produziert wurden. Im Berichtsjahr waren es unter anderem Ingeborg Bachmann, Max Reinhardt, Klaus Maria Brandauer, Michael Heltau und Emil Breisach.

Die Hörspielredaktion hat in **Eigen- sowie in Koproduktionen** zahlreiche Hörspielfassungen zu Theateraufführungen produziert, darunter «Der kaukasische Kreidekreis» nach Bertolt Brecht und «Die Wut, die bleibt» von Mareike Fallwickl. Aufgefallen ist ferner das Projekt «Wien, Schwedenplatz. Variationen», nach einem Projekt von Margret Kreidl und Lucas Cejpek, mit Texten von mehr als 100 Autorinnen und Autoren über den Schwedenplatz.

In der Sendung «Hörbilder» wurden zwei prominente Podcast-Serien produziert: «An der Schwelle. Audiotagebücher von Teenagern», eine Podcast-Serie in vier Folgen, sowie «Die Geschichte der Ascher-Schwestern», eine Familiengeschichte in sechs Folgen.

Die Wissenschaftsredaktion beschäftigte sich mit unterschiedlichsten Themen, von der «Abnehmspritze» bis hin zum Nobelpreis für den Physiker Ferenc Krausz. Die Themen der Sendung «Wissen aktuell» reichten von Quantenphysik, Menschheitsgeschichte bis zu KI. Mit dem Deutschlandfunk wurde die fünfteilige «Dimensionen»-Serie «Call me Günther» produziert.

Die Ö1 Musikabteilung hat im Berichtsjahr wieder **Festivals und Konzerte** in ganz Österreich aufgenommen und live oder zeitversetzt gesendet, darunter die wichtigsten Produktionen der Salzburger und Bregenzer Festspiele. Aufgrund dieses großen kulturellen Engagements ist der ORF auch ein hoch geschätzter Partner der European Broadcasting Union (EBU).

Die EBU betreibt eine Plattform für den Konzertaustausch. Der ORF stellte 176 Ö1-Mitschnitte (159 Konzerte und 17 Opern) für den Austausch mit anderen Radiosendern bereit. Die Aufnahmen wurden 1.233-mal bestellt und bislang 465-mal ausgestrahlt. Damit erreichen die aufgezeichneten Musikproduktionen ein noch weit größeres internationales Publikum. Selbstverständlich kann der ORF im Gegenzug auch attraktive Konzertaufzeichnungen anderer Radiosender beziehen.

Im Jahresbericht werden viele spannende Schwerpunkte des Jahres 2023 aufgeführt, die an dieser Stelle nicht alle erwähnt werden können. Die obigen Beispiele dienen nur zur Illustration des breiten Programmspektrums.

In der Programmstruktur von Ö1, die anhand einer einzigen Musterwoche analysiert wurde, gab es nur kleine Veränderungen im Vergleich zu den Vorjahren. Informationssendungen hatten einen Anteil von 29,90 % (2022: 31,98 %), etwas weniger als im Vorjahr. Der Anteil Wissenschaft/Bildung betrug 13,71 % (2022: 10,95 %) und hat im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht zugenommen. Ebenfalls leicht zugenommen hat der Anteil der Kulturbeiträge, der 37,74 % betrug (Vorjahr: 36,64 %), der Anteil Sport liegt wie schon im Vorjahr deutlich unter 1 %, der Anteil Familie/Gesellschaft nahm ebenfalls leicht ab und beträgt 6,49 % (Vorjahr: 7,55 %). **Alles in allem war die Programmstruktur somit sehr stabil.**

Der Musikmix blieb im Vergleich zum Vorjahr praktisch gleich. So betrug der Anteil ernster Musik 93,91 %.

Hitradio Ö3 erreichte von Juli 2022 bis Juni 2023 täglich rund 2,5 Millionen Österreicherinnen und Österreicher im Alter ab zehn Jahren und erzielte einen Marktanteil von 28 % (2022: 29 %). In der eigentlichen Zielgruppe, Personen von 14–49 Jahren, erzielte Hitradio Ö3 eine Tagesreichweite von 36,2 % (2022: 35,5 %).

Hitradio Ö3 bietet verlässliche Information, welche die Redaktion mittlerweile auf allen relevanten Plattformen mit individuell auf Zielgruppen zugeschnittenen Formaten anbietet, von Webradio über Audio on Demand und Social Media bis hin zu Podcasts oder jungen Stimmen im «Ö3 Wecker». Korrespondentinnen und Korrespondenten informierten umfassend über politische Ereignisse im In- und Ausland, die Sportredaktion ist bei sportlichen Großveranstaltungen im Einsatz.

Nach eigenen Angaben will Hitradio Ö3 Menschen in Österreich multimedial rund um die Uhr motivierend, positiv, verlässlich und verantwortungsvoll durch den Tag begleiten.

Es ist der Redaktion ein Anliegen, für das Land konstruktiv, zusammenführend und lösungsorientiert zu berichten. Dafür wurden in der Vergangenheit diverse Programm-Eckpfeiler entwickelt, wie beispielsweise das «Team Österreich», die Plattform für Nachbarschaftshilfe, die «Ö3-Lehrstellenaktion» für Jugendliche mit Behinderung, das «Ö3-Weihnachtswunder» sowie die «Ö3-Wundertüte». Mit den beiden letztgenannten Initiativen wird im Rahmen von LICHT INS DUNKEL Geld gesammelt, das Familien in Not gespendet werden konnte.

Um das Land und die junge Bevölkerung anzusprechen, führte Hitradio Ö3 – wie schon im Vorjahr – die Ö3-Jugendumfrage durch. Zahlreiche Fragen in einem interaktiven Erhebungstool auf der Homepage bildeten die Grundlage für einen mehrwöchigen Programmschwerpunkt im Mai und ermöglichten Einblicke in das Innenleben einer geforderten Generation. Insgesamt nahmen mehr als 40.000 junge Menschen an der Befragung teil.

Podcasts erfreuen sich einer steigenden Beliebtheit. Ö3 führte im Berichtsjahr zum dritten Mal einen Podcast-Award durch. Rund 38.000-mal wurde abgestimmt, 1.300 Podcasts waren nominiert.

Offenbar stehen in Österreich über eine Million Menschen schon zwischen 4.00 und 5.00 Uhr auf. «Der Ö3-Wecker Frühstart» ist das neue Angebot für die schon (und auch noch) Wachen. Die Sendung eignet sich auch als Talent-Plattform für junge Radiomacherinnen und -macher, die in dieser Sendung ihr Morgenshow-Talent unter Beweis stellen können.

Neu eingeführt wurde auch «Frag das ganze Land – Der Ö3-Night Talk» von Dienstag bis Freitag von 0.00 bis 1.00 Uhr. Dieser Talk widmet sich besonders den Fragen der jüngeren Generation. Das Format «Frag das ganze Land» wurde auch in den Publikumsgesprächen thematisiert und kontrovers diskutiert. In anderen Gesprächen wurde wiederum ausdrücklich erwähnt, dass man sich vom ORF mehr kantige, mehr überraschende mutigere Inhalte wünsche.

Die Programmstrukturanalyse zeigt im Fall von Hitradio Ö3 eine im Vergleich zum Vorjahr stabile Programmstruktur. Die wesentlichen Wortanteile verteilen sich wie folgt: Der Anteil Information ist mit 30,12 % etwas kleiner als im Vorjahr (33,68 %). Der Anteil für Service/Verkehr/Wetter betrug 36,59 % (2022: 35,02 %), der Anteil Unterhaltung lag bei 20,97 % (2022: 14,60 %) und der Sport-Anteil bei 5,28 % (2022: 5,91 %).

Der Anteil Popmusik beträgt wie schon im Vorjahr 100 %.

FM4 hat seine Tagesreichweite von Juli 2022 bis Juni 2023 im Vergleich zum Vorjahr erneut ausgebaut, auf nun durchschnittlich 296.000 Personen ab zehn Jahren täglich. Der Marktanteil lag bei 2 %. In der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen kam der Sender auf eine Tagesreichweite von 5,7 % und einen Marktanteil von 4 % wie schon im Vorjahr.

FM4 ist ein Eventradio und dank seiner Schwerpunktlegung auf österreichische Musik, auf Konzerte und Events, die von der innovativen Szene der Jugend- und Popkultur veranstaltet werden, ein beliebter Partner der heimischen Kulturszene. Ein Highlight für FM4 war auch die Kommentierung des Eurovision Song Contests live vor Ort in Liverpool.

Mit einem Programmschwerpunkt über den umstrittenen heimischen Künstler RAF Camora hat sich FM4 mit einer Jugendszene verbunden, die sonst vermutlich eher selten mit dem ORF in Berührung kommt.

Auch die Programmstruktur von FM4 ist sehr stabil geblieben. Der Wortanteil von FM4 verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Programmsäulen: Den größten Anteil hat die Unterhaltung mit 26,33 % (2022: 29,67 %), gefolgt von Kultur mit 25,21 % (Vorjahr: 18,20 %), Information mit 22,87 % (2022: 25,83 %) und Service/Verkehr/Wetter mit 17,74 % (2022: 20,88 %).

Der Musikmix hat sich leicht verändert. 92,99 % des Musikmixes stammen aus dem Genre Alternative, im Vorjahr waren es 89,44 %.

4.2 Die Regionalradios des ORF

Das publizistische Angebot der neun Regionalradios richtet sich in seiner Kernzielgruppe an Erwachsene ab 35 Jahren. Sie sind in ihren Gebieten in dieser Zielgruppe jeweils Marktführer, in Wien mit einem Marktanteil von 16 % (2022: 20 %), in Kärnten mit einem Marktanteil von 48 % (2022: 48 %). Alle anderen Regionalradios haben Marktanteile von 28 % bis 35 %.

Zusammen erreichen die Regionalradios wie schon im Vorjahr rund 2,1 Millionen Personen ab zehn Jahren. Sie produzieren ihre Programme überwiegend selbst. Fallweise werden Programme wie beispielsweise Gottesdienste von einem Landesstudio oder von der Hauptabteilung Religion und Ethik produziert und den Regionalradios zur Übernahme zur Verfügung gestellt.

Alle Sender sowie auch deren Podcasts sind auf der ORF-Plattform «ORF Sound» verfügbar. Die Apps der ORF-Regionalradios bieten zusätzlich zur Live- und On-Demand-Funktion die Möglichkeit, Push-Meldungen der neuen Nachrichten zu erhalten.

Radio Burgenland hat Teile seines Programms einem Relaunch unterzogen. So wurden das Musikkonzept sowie die Informations- und Kulturformate überarbeitet. Mit neuen Signations sowie knapperen Präsentationsformen wollte man eine harmonischere Einbindung der regionalen News in das Flächenprogramm gewährleisten. Personelle Änderungen gab es auch in der Sportberichterstattung, mit dem Ziel, die Aktualität, Attraktivität und Relevanz deutlich zu steigern.

Der Programmschwerpunkt von **Radio Niederösterreich** zu Jahresbeginn war die Landtagswahl. Im Sommer bildete der Programmschwerpunkt «30 Orte in 30 Tagen» ein Programmhilite. Live aus dem Sommertourbus wurde aus den jeweiligen Gemeinden gesendet. Reportagen führten zu den schönsten Plätzen des Landes. Im Oktober startete die neue monatliche Diskussionssendung «Ein Ort am Wort» zu kontroversen Themen.

Die Kärntner Landtagswahl war im 1. Quartal das bestimmende Thema im Programm von **Radio Kärnten**. Mit zahlreichen Mitschnitten und auch Live-Sendungen von Konzertveranstaltungen war Radio Kärnten bei allen bedeutenden Konzertveranstaltungen im Land präsent und sorgte durch die Aufnahmen nicht nur für großes Publikum, sondern auch für eine Dokumentation des Kulturschaffens im Land. «In Kärnten produzieren statt Krisen importieren», das war das Leitmotiv der «Woche der Landwirtschaft». Eine Woche lang wurde insgesamt 44 Stunden lang von Bauernhöfen gesendet. Eine weitere Woche gab es zum Thema «Holz- und Forstwirtschaft». Anfang August kam es in Kärnten zu starken Niederschlägen und Überflutungen, Erdbeben und Murenabgängen. Gemeinsam mit der Initiative ÖSTERREICH HILFT ÖSTERREICH startete Radio Kärnten eine große Spendenaktion.

Nachdem 2022 ganz im Zeichen des Relaunches des Programms von **Radio Oberösterreich** gestanden ist, waren diese Neuerungen auch im Berichtsjahr weiterhin ein großes Thema und zogen weitere Veränderungen nach sich. Die Sonntags-Gesprächssendung «Linzer Torte» wurde um eine Stunde verlängert, um den Interviewpartnern mehr Zeit einzuräumen und der Sendung mehr Relevanz zu geben. Die Sendung «Frühschoppen» wurde mit zehn Live-Sendungen am Sonntag wieder ins Programm aufgenommen und seit Februar gibt es mit dem «Literarischen Duett» wieder eine neue Literatursendung. Als vorläufig letzten Schritt des erneuerten Radioprogramms von Radio Oberösterreich wurde im Frühling auch der neue Slogan «Weil wir Oberösterreich lieben» präsentiert.

Für **Radio Salzburg** beginnt das Jahr jeweils äußerst sportlich mit der redaktionellen Berichterstattung über die Vierschanzentournee und über zahlreiche alpine Weltcupveranstaltungen in Flachau und in Gastein. Der Frühling stand dann ganz im Zeichen der Landtagswahl. Das Sommerhighlight waren die Salzburger Festspiele. In

der beliebten Phone-in-Sendung «Mittagszeit» diskutieren Hörerinnen und Hörer mit Persönlichkeiten aus unterschiedlichen Bereichen, die sich aus der Aktualität ergeben. Aus diesen Gesprächen ergaben sich immer wieder Folgethemen für die Nachrichten und Journalsendungen.

Die Programmstruktur von **Radio Steiermark** blieb im Berichtsjahr weitgehend unverändert. Besonders die «Nachrichten in Einfacher Sprache» sowie der «Wochenrückblick in Einfacher Sprache» wurden auch in den Publikumsgesprächen explizit und lobend erwähnt. Schwerpunkte der Berichterstattung waren die Unwetter und ihre Folgen, die Femizide in der Steiermark, die Debatten rund um das Gesundheitswesen, die Regierungsumbildung, die Auswirkungen der Teuerung und die Klimafragen. Mit Spezialsendungen wurde ÖSTERREICH HILFT ÖSTERREICH unterstützt. Darüber hinaus gestaltete Radio Steiermark besondere Programmaktivitäten wie beispielsweise «Wir machen Ihren Job», Moderatorinnen und Moderatoren übernahmen mehr als zwei Wochen lang für jeweils einen Tag die Jobs von Hörerinnen und Hörern und berichteten live über ihre Erlebnisse.

«Fitnesswahn und Selbstoptimierung» war der multimediale Themenschwerpunkt gleich zu Beginn des Jahres für **Radio Tirol**. Mit dem Teuerungsschwerpunkt «So kann man im Haushalt sparen» und den vielen Thementagen wie «ORF Tirol Radfest», «Florianitag», «Tag der Herzlichkeit», «Winterwoodstock der Blasmusik» und dem «Freddie Mercury Gedenktag» deckte Radio Tirol ein großes Themenspektrum an Interessen ab, was zur starken Publikumsbindung beigetragen hat. Für Gesprächsstoff sorgte auch das Format «Bei die Leut», wo Tiroler Persönlichkeiten mit besonderen Hobbies, Leidenschaften und Berufen besucht und vorgestellt werden. «Ihr Einsatz bitte» präsentierte Menschen, die sich mit viel Engagement ehrenamtlich für eine besondere Sache einsetzen. In der Sendereihe «Stehaufmenschen» kamen Menschen mit besonderen Schicksalsschlägen zu Wort und schilderten, wie sie gelernt haben, die Herausforderungen des Lebens neu zu meistern.

Mit «Tatort Vorarlberg» startete der ORF Vorarlberg einen neuen True-Crime-Podcast unter dem Motto «Fakten statt Fiktion». Im Herbst wurden mit «Gesprächskultur – der Kulturpodcast» und «Wir fragen – der Interviewpodcast» zwei weitere vertiefende Informationsangebote zum Nachhören gestartet. Wie die anderen Landesstudios sucht **Radio Vorarlberg** die Nähe zum Publikum längst nicht nur über das Programm, sondern organisiert Live-Events und ist präsent bei den wichtigsten Kultur-, Wirtschafts- und Sportveranstaltungen im Land.

Radio Wien setzte Akzente mit seinen Talkformaten wie «Talk im Turm», «Talk im Studio» oder «Der Nachtfalke». Den Anspruch, Wissen auf unterhaltende Weise zu vermitteln, kam Radio Wien mit einer Reihe von neuen Wissens- und Quiz-Sendungen nach, wie beispielsweise der Reihe über Wiener Brunnen, dem «Denkmalquiz» sowie dem «Persönlichkeiten-Quiz» und der «Frage zum Tag».

Der ORF-Jahresbericht beinhaltet eine weit umfangreichere Liste der Aktivitäten der verschiedenen Regionalradios. Sie können hier nur anekdotisch wieder gegeben werden. Die aufgeführten Beispiele illustrieren allerdings eindrücklich die Vielfalt der produzierten Beiträge sowie die Bedeutung von Partnerschaften und Off-Air-Aktivitäten.

Die Programmstruktur sowie der Musikmix ist in den verschiedenen Regionalradios im Vergleich zum Vorjahr relativ stabil geblieben.

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 Burgenlandkroatisch, 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

Nicht nur die Nutzung des Hörfunks, auch die Fernsehnutzung hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Filme und Serien werden von vielen in erster Linie über die Streaming-Dienste wie Netflix, Amazon Prime und Disney+ genutzt. Wie die Overall-Befragung in diesem Jahr illustriert (siehe Kapitel 5), ist für die unter 50-Jährigen heute bevorzugt das Internet für ihre Interessen an Information bedeutsam. Für die unter 30-Jährigen werden auch die Social-Media-Plattformen immer wichtiger.

Mit der veränderten Fernsehnutzung ändern sich auch die Erwartungen der Nutzerinnen und Nutzer an die Qualität von Fernsehprogrammen. Dies äußert sich auch in den Publikumsbefragungen des ORF. Gefragt sind: mehr Überraschung, mehr Abwechslung, größere Auswahl, personalisierte Nutzung und bessere Auffindbarkeit von Programmen bzw. Inhalten. Dieser Wunsch wurde auch in den Publikumsgesprächen sowie in der Evaluation des Qualitätsprofils im Berichtsjahr geäußert (siehe Kapitel 6 und 7).

Vor dem Hintergrund dieser Veränderungen des Nutzungsverhaltens und der Erwartungen der Zuschauerinnen und Zuschauer ist der ORF sehr erfolgreich unterwegs.

Im Vergleich zum Vorjahr hat das ORF-Fernsehen zwar leicht an Reichweite und Marktanteilen eingebüßt. Aber es bleibt immer noch unangefochten das wichtigste Medium in Österreich.

Laut Teletest erreichte der ORF 2023 mit der gesamten Sendergruppe eine durchschnittliche Tagesreichweite von beachtlichen **3,683 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern** ab einem Alter von drei Jahren (Vorjahr 3,908 Millionen). 44,4 % aller Personen ab drei Jahren in TV-Haushalten nutzen das ORF-Fernsehen täglich (Vorjahr 47,1 %).

2023 wurden in Österreich durchschnittlich **163 Minuten ferngesehen, das sind 9 Minuten weniger** als noch im Vorjahr. Davon entfielen 55 Minuten auf die Programme des ORF, was ebenfalls weniger ist als noch im Vorjahr (59 Minuten).

Für den leichten Rückgang der Tagesreichweiten sind auch verschiedene externe Faktoren verantwortlich, zum einen war das Berichtsjahr kein herausragendes Jahr mit

großen internationalen Sport-Events und zum anderen spüren die Sender das veränderte Nutzungsverhalten des Publikums.

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Die aktuelle Auswertung für die Programmstrukturanalyse von ORF 1, ORF 2 inklusive Lokalausgaben, ORF III und ORF SPORT + basiert auf dem von Prof. Dr. Hannes Haas, Universität Wien, im Jahr 2013 entwickelten Zuordnungsschema. Im Berichtsjahr 2023 wurde die Analyse erstmals von Dr. Mira Mayrhofer der Universität Wien durchgeführt.

Die Programmstruktur 2023 ist im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben. Der Anteil Information am Gesamtangebot beträgt 19 %, Unterhaltung 31 %, Kultur 19 % und Sport 30 %.

Im Jahresbericht sind die redaktionellen Schwerpunkte für alle TV-Sender festgehalten. Sie vermitteln einen guten Überblick über die große Programmviefalt der ORF-Programmfamilie, die an dieser Stelle nicht mehr anekdotisch illustriert werden soll.

Im Berichtsjahr wurde der neue **multimediale Newsroom** in Betrieb genommen. Sämtliche Ausgaben der «Zeit im Bild», «ZIB», «Aktuell nach eins», «Aktuell nach fünf», die «ZIB-Flash»-Ausgaben und das «ZIB-Wetter» wurden aus dem neuen Nachrichtenstudio gesendet, das mit modernster Technik ausgestattet ist, unter anderem mit automatisierter Sendungsabwicklung und neuester 3D-Technik für anschauliche Erklärstücke.

Die Redaktion nutzte die Gelegenheit und lancierte weitere neue Informationsmagazine, wie beispielsweise das «ZIB Magazin Klima» oder das «ZIB Magazin Kino».

Der ORF wird auch international als qualitativ hochwertiger öffentlich-rechtlicher Sender wahrgenommen. Dazu tragen insbesondere die kulturellen Highlights mit den Wiener Philharmonikern bei. Aber auch die zahlreichen Eigen- und Koproduktionen mit ARD, ZDF, ARTE und 3sat werden sehr geschätzt.

ORF III Kultur und Information ist ein Spartenprogramm mit den Schwerpunkten Kultur und Information. Vier Programmsäulen (Kultur, Zeitgeschichte, Information, Kunst- und Kulturschaffen) bilden das Grundgerüst für das Programmschema.

Das Programmschema bietet die Flexibilität, dass aus aktuellem Anlass und bei außerordentlichen Ereignissen die entsprechenden Themen mit Dokumentationen und Gesprächsrunden vertieft werden können. Im Berichtsjahr wurde das unter anderem für den Ukraine/Russland-Krieg oder den Konflikt Israel/Gaza gemacht.

Wichtige Info-Höhepunkte im Programmjahr waren außerdem ein mehrtägiger Info-Schwerpunkt zum Ableben von Papst Benedikt XVI. oder Thementage wie anlässlich des «Fest der Freude», das am 8. Mai die bedingungslose Kapitulation der Nationalsozialisten 1945 feiert. Auch die Krönung von Charles III wurde zum Anlass genommen, einen Programmschwerpunkt mit Dokumentationen zu setzen. Immer wieder schafft der Sender auch besondere kulturelle Höhepunkte in enger Zusammenarbeit mit Universitäten und mit Festspielveranstaltern.

Das Prestigeprojekt des Senders ist die neue, 40-teilige Reihe **«Österreich – Die ganze Geschichte»**. Es geht um nichts weniger als die Geschichte des Landes von

den Anfängen bis in die Gegenwart. Die ersten zehn Folgen beginnen mit dem Jahr 996, als Österreich erstmals namentlich erwähnt wird als «Ostarrichi», und reichen bis ins 18. Jahrhundert. Das ganze Projekt ist auf vier Jahre angelegt. Die Staffeln werden jeweils um die Weihnachtszeit ausgestrahlt.

ORF SPORT + ist der Sportspartenkanal. Veranstaltungen und Sportarten erhalten eine Plattform, die es sonst nicht auf die große Bühne schaffen. Ins Programm aufgenommen werden regionale und nationale Veranstaltungen und Wettbewerbe, bei denen österreichische Sportlerinnen und Sportler bzw. Teams antreten.

ORF SPORT + erreicht jeden Tag durchschnittlich 213.000 Zuschauerinnen und Zuschauer, der Marktanteil liegt bei 0,4 %. 2023 lieferte ORF SPORT + 8.634 Stunden Sportprogramm. Die Sportarten mit dem größten Sendevolumen waren Fußball (1.537 Stunden) gefolgt von Ski alpin (554 Stunden), Yoga (542 Stunden) und Motorsport (499 Stunden – davon 149 Stunden zu Disziplinen mit E-Antriebstechnik). Insgesamt wurden Sendungen zu mehr als 70 Sportarten gezeigt. Der Anteil an Sendungen mit österreichischem Inhalt betrug 2023 rund zwei Drittel. Neu im Programm ist die Formel 1 Academy, die Rennserie für die Damen.

Die Live-Übertragungen von Sportanlässen und Pressekonferenzen, Diskussionssendungen wie etwa zu Respekt und Sicherheit gegen sexuelle Übergriffe im Sport wurden vom Publikum auch im Berichtsjahr sehr gut angenommen. Dies kam auch im Gespräch mit den Sportexpertinnen und -experten zur Sprache. Ausdrücklich gelobt wurde der Effort, die Bevölkerung zur aktiven sportlichen Betätigung anzuregen. Dazu sollen vor allem die eigenproduzierten Magazine wie das «Yoga-Magazin» sowie «Fit aktiv für Junggebliebene» beitragen. Auch der Behindertensport hat unter anderem mit dem Magazin «Ohne Grenzen» einen festen Platz im Programm gefunden.

4.4 Internet und Teletext

Das Internet ist heute bei den unter 50-jährigen die wichtigste Informationsquelle (siehe Kapitel 5). Aber auch der Teletext bleibt nach wie vor für täglich 780.000 Österreicherinnen und Österreicher (Vorjahr: 900.000) ein etablierter und beliebter Informations- und Servicekanal. Rund 10 % der Österreicherinnen und Österreicher im Alter ab 14 Jahren schauen sich täglich diverse Beiträge an, sei es am Fernsehgerät oder über digitale Abspelwege. Schwerpunkte der Seitenbelegung sind denn auch jedes Jahr die Information, Sportresultate, Informationen zum Radio- und Fernsehprogramm sowie Serviceinformationen.

Der Gesamtumfang des ORF TELETEXT belief sich am Stichtag 31. März 2023 auf insgesamt 1.485 Seiten (Vorjahr: 1.597). Knapp 30 % der Seiten entfallen auf die Information, rund 23 % auf Sport, 19 % auf Programminformationen und 16 % auf Service und Lebenshilfe. Diese Struktur ist im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben.

Auch im Berichtsjahr wurde das Angebot «**Nachrichten leicht verständlich**» und der **Teletext als Kunstraum** weitergeführt. Im Rahmen der On-Air-Ausstellung «Sommer im Teletext» wurden in Kooperation mit der ARD Text Arbeiten von 17

Künstlerinnen und Künstlern aus Großbritannien, Deutschland, Österreich, Belgien, Indonesien und den USA präsentiert.

Das gesamte Angebot des ORF TELETEXT ist auch im Internet, über eine kostenlose App und im Rahmen des «ORF Smart»-HbbTV-Angebots abrufbar.

Die ORF TELETEXT-Redaktion gestaltet außerdem das Breaking-News-Angebot des ORF auf X (vormals Twitter), das rund um die Uhr über die wichtigsten nationalen und internationalen Ereignisse informiert.

Ein großer Teil der Ressourcen des **Onlinebereichs** wurde in die Vorbereitungen zum Relaunch des gesamten Online-Auftritts des ORF investiert. Am 1. Januar 2024 trat das neue ORF-Gesetz in Kraft, das unter anderem neue Vorgaben an das digitale Angebot und die Ausweitung der zeitlichen Limits für die Bereitstellung der Programme beinhaltet. Diese neuen Rahmenbedingungen sorgten dafür, dass stark genutzte Onlineangebote, angefangen von der TVthek, über news.ORF.at und sport.ORF.at bis hin zu ORF Sound, teilweise massiv umgebaut werden mussten.

Wichtige Bestandteile des ORF-Online-Angebots waren – neben der Überblicksberichterstattung – das Live- und On-Demand-Streaming in den Abrufdiensten und begleitende Angebote zu den Radio- und Fernsehsendungen des ORF. Hinzu kamen die Informationen über das Unternehmen selber, über seine Programme und über Aktionen aus dem Bereich Humanitarian Broadcasting.

An den Ausführungen der Macherinnen und Macher erkennt man unschwer, dass die gesamte redaktionelle Produktion immer stärker verschränkt und multimedial verstanden wird. So wurden beispielsweise für **ORF Topos** in Zusammenarbeit mit ORF III und den Korrespondentinnen und Korrespondenten neue interaktive und multimediale Erzählformate entwickelt.

Im Berichtsjahr wurde das **ORF-Streaming-Angebot** weiterentwickelt. Im Rahmen des neuen Videoarchivs «Höhepunkte von «Am Schauplatz»» wurden mehr als zwei Dutzend Sozialreportagen aus über zwei Jahrzehnten online verfügbar gemacht. Für zahlreiche Videos wurden Untertitel bereitgestellt.

ORF Sound wurde weiterentwickelt und erhielt neue Funktionalitäten wie unter anderem die Erstellung einer persönlichen Playlist. Das Streaming-Angebot **Flimmit** wurde per Ende November eingestellt, da Angebote gegen eine gesonderte Bezahlung laut ORF-Gesetz ab Anfang 2024 nicht mehr zulässig sind.

Laut ÖWA-Reichweitenstudie vom vierten Quartal 2023 wurde das publizistische Angebot des **ORF.at-Network** durchschnittlich pro Monat von rund 5,2 Millionen Österreicherinnen und Österreichern im Alter ab 14 Jahren genutzt. Dies entspricht einer Monatsreichweite von 73,9 % in der österreichischen Online-Bevölkerung. Die Tagesreichweite betrug im Berichtsjahr 19,7 %. Das ORF.at-Network liegt nicht nur bei der Monatsreichweite, sondern auch bei den Wochen- und Tagesreichweiten an der Spitze aller in der ÖWA ausgewiesenen Dachangebote.

Das ORF.at-Network verzeichnete im Jahr 2023 pro Monat im **Schnitt 123,79 Millionen Visits** (2022: 134,62 Mio.) **und 667,31 Millionen Page Impressions** (Vorjahr: 714,19 Millionen). Der historische Höchststand vom März 2020 von knapp 180 Millionen Visits wurde zwar auch 2023 nicht mehr erreicht, das Niveau der Online-Nutzung bleibt aber weiterhin hoch. Die Nutzung der Plattformen wird stark von politischen, wirtschaftlichen, sportlichen und auch kulturellen Ereignissen bestimmt.

Laut Online-Bewegtbild-Messung der AGTT wurden im Jahr 2023 auch die **Live-Streaming- und Video-on-Demand-Angebote** des ORF stark nachgefragt. Es wurden im Berichtsjahr pro Monat durchschnittlich rund 9,8 Millionen Nettoviews und 60,6 Millionen Bruttoviews (Vorjahr: 65,7 Millionen) registriert. Das Gesamtnutzungsvolumen lag bei 278 Millionen Minuten pro Monat (Vorjahr: 306 Minuten).

Die hohen Nutzungsdaten, aber auch die Publikumsgespräche bestätigen (siehe Kapitel 7) die hohe Qualität und Glaubwürdigkeit des publizistischen Angebots des ORF.at-Network. Das Publikum wünscht sich noch einen stärkeren Ausbau der on demand verfügbaren Inhalte, eine bessere Nutzerführung und eine Modernisierung des optischen Auftritts vor allem im Newsbereich. Das Berichtsjahr spiegelt eine Übergangssituation wider. Es wird spannend zu beobachten, wie das neue Online-Angebot und die modernisierten Plattformen mit einer verbesserten Usability vom Publikum beurteilt werden. Es handelte sich in allen Publikumsgesprächen jeweils um Hauptkritikpunkte am ORF-Angebot.

4.5 Kooperationen des ORF

Seit vielen Jahren bestehen Kooperationen mit den deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sendern. Zum einen werden gemeinsame Sendungen, Dokumentationen, Filme und Serien produziert, die zeitgleich ausgestrahlt werden, 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 und attraktiven Dokumentationen.

Das Berichtsjahr gilt als das «Jahr eins nach Corona». Der Gemeinschaftssender ist in der neuen Normalität angekommen. Die neuen digitalen Workflows, die während Corona eingeführt wurden, haben sich etabliert und die Zusammenarbeit flexibler und effizienter gemacht. Das Kulturangebot ist wieder so vielfältig wie vor Corona. Davon zeugen die zahlreichen Programmhöhepunkte, wie beispielsweise die Salzburger Mozartwoche im Jänner, die Übertragung des Wiener Opernballs im Februar usw.

Auch im Berichtsjahr 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 Marktanteil betrug 1,4 % und ist im Vergleich zum Vorjahr stabil.

Am Gesamtprogramm von 3sat ist der ORF mit rund 26 % (gleich wie im Vorjahr) beteiligt. **2023 wurden insgesamt 134.039 Minuten Programm aus Österreich geliefert (Vorjahr: 132.370), das entspricht im Durchschnitt mehr als sechs Stunden Programm pro Tag.**

Der ORF steuerte neben vielen Beiträgen für die Nachrichten-, Wissenschafts- und Kulturmagazine auch Konzert- und Opernaufzeichnungen bei. Exklusiv für 3sat werden «nano» und «kulturzeit» produziert, die täglich von Montag bis Freitag ausgestrahlt

werden. Der ORF kuratierte insgesamt rund zehn Thementage «Expedition Wüste», «Zwischen Himmel und Erde», «Leben am Fluss», «prächtig und mächtig», «Wien-schaurig schön», «Trauminseln», «Herzflimmern», «Wilde Western», «Kabarett und Comedy», «Pop around the clock» und «Unter Null». Zum Thementag «Das Rauschen der Blätter» steuerte der ORF unter anderem Sendungen über steirische Baumdenkmäler und den Wienerwald bei. Im Hauptabend waren unter anderem der Landkrimi «Steirerkreuz», der zweiteilige Fernsehfilm «Sisi» und die Krimikomödie «Willkommen in Wien» zu sehen.

Hervorzuheben sind auch die vielen spannenden und themenaktuellen Dokumentationen zu zeitgeschichtlichen Ereignissen, Klimawandel, Veränderungen in der Arbeitswelt, Theatergeschichten und Kulinarik, die vom ORF eigens für 3sat realisiert wurden.

Seit 23 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 auch 2023 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.

Anlässlich des 300. Geburtstags von Johann Bernhard Fischer von Erlach wurde die Koproduktion von ORF III und ARTE «Drei Kaiser und ein Star – Die Erlebnisse des Fischer von Erlach» produziert. Einer der Höhepunkte aus der «Universum»-Redaktion war die Koproduktion «Das wahre Dschungelbuch» nach der Vorlage von Rudyard Kipling.

Das live-zeitversetzte Opernspektakel der Neuinszenierung von Mozarts Oper «Le nozze di Figaro» aus der Wiener Staatsoper war ein weiteres Highlight der Zusammenarbeit.

Es würde hier den Rahmen sprengen, alle Koproduktionen zu nennen, aber so viel sei festgehalten, der ORF ist ein wichtiger Partner, der wertvolle Produktionen zum Programm von ARTE beisteuert. Gleichzeitig profitiert der ORF auch stark von dieser Partnerschaft, indem Produktionen realisiert werden können, die der ORF allein kaum stemmen könnte.

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

Eine weitere wichtige Partnerschaft verbindet den ORF seit Juni 2014 mit der ARD über das Programm **ARD-alpha**. 2023 erreichte der gesamte Sender ARD-alpha in Österreich wie in der Vergangenheit einen Marktanteil von 0,1 %.

Der Jahrestag des Ukraine-Krieges bildete einen wichtigen Schwerpunkt mit den neu produzierten Dokumentationen «Ukraine – Im Schatten Russlands», «Die Krim – Geschichte einer umkämpften Halbinsel» und «Freiheit für die Ukraine». Man setzte weiterhin auf kritische Dokumentationen zu Konsumthemen und sozialkritischen Themen wie unter anderem Greenwashing, Bekleidung und Ernährung. Beispielsweise wurde unter anderem «Die Wahrheit über Fisch», «Das Experiment – 5 Tage ohne Zucker», «Was heißt schon gesund?» oder «Grüne Lügen – Die Tricks mit dem

Greenwashing» produziert, die auch viel Zuspruch aus dem Publikum erhielten. Ein österreichischer Zeitgeschichte-Schwerpunkt zur Zwischenkriegszeit brachte die Dokumentationen «Der junge Hitler – Jugendjahre eines Diktators», «Österreichs Weg in die Kanzlerdiktatur» sowie «Die Jahre der Kanzlerdiktatur».

2023 brachte alpha-Österreich 223 Erstsendungen (im Vorjahr 166) ein.

Der ORF hat im Jahr 2023 insgesamt die vertraglichen Verpflichtungen gegenüber den Kooperationspartnern übererfüllt.

4.6 Barrierefreie Angebote im ORF

Tatsächlich übernimmt der ORF eine Vorreiterrolle bei der Barrierefreiheit seiner Programme. Er versteht es als seinen gesellschaftlichen Auftrag, seine Programme Menschen mit Hör- oder Sehbeeinträchtigungen durch **Untertitelung, Österreichische Gebärdensprache oder Audiodeskription** sowie für Menschen mit Lernbehinderung durch **«Einfache Sprache»** zugänglich zu machen.

Mit dem Inkrafttreten einer Gesetzesnovelle am 1. Januar 2021 wurde der ORF zudem auch gesetzlich 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 teilweise mit der Vorgabe fester Mindestquoten erfolgen.

Für diese neue gesetzliche Vorgabe hat der ORF einen jeweils dreijährigen Aktionsplan erstellt, der festhält, wie diese gesetzlichen Vorgaben erreicht werden sollen. Dieser Aktionsplan umfasst nicht nur den ORF 1 und ORF 2, sondern auch ORF III und ORF SPORT +. Danach sollen **bis 2030 alle Sendungen mit Sprachinhalten barrierefrei sein.**

Im Berichtsjahr wurde der Bereich «Barrierefreiheit und Inklusion» als neue Abteilung in der Hauptabteilung «Corporate Social Responsibility» aufgewertet.

Insgesamt wurden im Berichtsjahr 18.282 **Sendestunden untertitelt**, das entspricht einer **Untertitelungsquote von 52,0 %**, was wiederum ein Anstieg von 11 % im Vergleich zum Vorjahr ist. Schon 2022 wurde die Gesamtsteigerungsrate gegenüber dem ursprünglichen Plan leicht übertroffen. 2023 war dies noch viel deutlicher der Fall. So wurde das **Gesamtziel für 2025 bereits im Berichtsjahr erreicht**. Der ORF hat deshalb beschlossen, für die folgenden Jahre neue Zielwerte zu definieren. Die neuen Zielwerte sehen eine jährliche Erhöhung um 2,5 % für die Bereiche Information, Kunst und Kultur sowie Bildung vor und eine Erhöhung von jährlich 4 % für die Unterhaltung. Diese Ziele werden mit dem Einsatz von KI-basierter Software für die Erstellung von Transkripten unterstützt. So sollen künftig auch die reichweitenstarken Informationssendungen der Landesstudios bereits sehr kurz nach der Ausstrahlung in der TVthek mit Untertitelung angeboten werden können.

Im Sinne des Gesetzes wurden vor allem die Informations- und Kindersendungen prioritär Untertitelt. Im Vergleich zu 2022 sind die entsprechenden Anteile deutlich gestiegen: die Informationssendungen auf 65,3 % (Vorjahr: 55 %) und die Kindersendungen auf 91 % (Vorjahr: 80,4 %).

Nachdem die Fernsehnutzung immer öfter auch on demand erfolgt, wurde im Berichtsjahr eine Erweiterung der **Untertitelung für die TVthek** vorbereitet. So werden etwa ab Anfang 2024 alle neun «Bundesland heute»-Sendungen und «Südtirol heute» Untertitelt: Aktuell werden die automatisch erstellten Transkripte nach der jeweiligen Sendung korrigiert und anschließend für die TVthek freigegeben. Die Vorbereitungen für die Live-Untertitelung laufen, allerdings ist für die direkte Freischaltung die Fehlerquote noch zu hoch.

Derzeit steht etwa mehr als die Hälfte der auf der ORF-TVthek angebotenen Sendungen mit Untertiteln, Audiodeskription, Transkripten und/oder Österreichischer Gebärdensprache zur Verfügung.

Bis 2030 strebt der ORF nach wie vor die hundertprozentige Untertitelung aller TV-Programme an.

Insgesamt standen 608 Programmstunden (2022: 585) in **Gebärdensprache** zur Verfügung. Die Parlaments- und Wahlberichterstattung wird sowohl in Gebärdensprache wie auch mit Untertiteln ausgestrahlt.

Seit 2004 werden vor allem Spiel- und Fernsehfilme und diverse Sportübertragungen auch als «Hörversion» ausgestrahlt. Die **Audiodeskription** wird im ORF akustisch mittels Signalton und visuell – durch Einblendung eines entsprechenden Logos – gekennzeichnet und im Zweikanalton-Verfahren ausgestrahlt.

Der ORF sendete im Berichtsjahr – über alle vier Sender – 2.766 Programmstunden (Vorjahr: 2.599 Stunden) mit Audiodeskription. Im Tagesdurchschnitt bot der ORF somit mehr als 7,5 Stunden (im Vorjahr: 7 Stunden) audiodeskripte Programme an, das entspricht 7,9 % über alle Sender. Die Zielsetzung für 2023 wurde damit ebenfalls übererfüllt. Auch in diesem Bereich sind neue Technologien im Einsatz. 2023 hat der ORF rund 115 Stunden Programm mit **synthetischer Audiodeskription** produziert. Dabei kommt eine künstliche Stimme zum Einsatz, wodurch der Produktionsaufwand deutlich effizienter gestaltet werden kann.

Mehr als eine Million Menschen in Österreich haben eine Lese- und Schreibschwäche. Der ORF sieht es als seine Verpflichtung, dass diese große Gruppe einen für ihre Bedürfnisse angepassten Zugang zu Informationen hat. Der ORF bietet daher **Nachrichten in Einfacher Sprache** auf news.ORF.at, auf ORF III, in den Regionalradios und im Teletext. Im Berichtsjahr ist auch dieses Angebot weiter ausgebaut worden. Durch die Zusammenarbeit mit der APA konnte die tägliche Anzahl Berichte auf news.ORF.at deutlich erhöht werden. ORF III hat die Nachrichtensendung in Einfacher Sprache von zwei auf fünf Minuten ausgebaut.

Das Thema Barrierefreiheit wird mittlerweile im journalistischen Grundkurs thematisiert und es wurden Praktikumsstellen geschaffen für Menschen mit Beeinträchtigungen.

Der ORF hat sein barrierefreies Angebot weiter ausgebaut. Die Ziele für 2023 wurden übererfüllt.

4.7 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF

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. 2023 entfielen rund 66,9 % der Sendezeit (Vorjahr: 65,4 %) auf Produktionen, die dieser Zielsetzung entsprechen. In der Primetime war der Anteil mit 88,1 % noch einmal höher als schon im Vorjahr (86,1 %). **Mit diesem hohen Anteil an österreichischen Produktionen hat der ORF diese Zielsetzung erfüllt.**

Der ORF ist laut ORF-Gesetz dazu verpflichtet, im Fernsehen in den Hauptabendprogrammen in der Regel **«anspruchsvolle Sendungen» zur Wahl** zu stellen. Dieser besondere Auftrag wird im Gesetz nicht näher definiert. Damit überlässt es der Gesetzgeber dem ORF zu definieren, was als «anspruchsvolle» Sendung zu gelten hat. Der ORF verwendet für die Definition einer «anspruchsvollen» Sendung gestalterische, technische sowie inhaltliche Kriterien. Auf der Basis dieser Definition kann als «anspruchsvolle» Sendung beispielsweise eine gelungene fiktionale Eigen- oder Koproduktion, ein Dokumentarfilm zu einem komplexen Thema oder auch eine anspruchsvolle Quiz-Sendung bezeichnet werden.

Für die Analyse wurden zwei exemplarische Wochen bestimmt, eine im Frühling (20. bis 26. März 2023) und eine im Herbst (9. bis 15. Oktober 2023). Die beiden Wochen werden als repräsentativ für die Jahresprogrammierung gesehen.

Im Jahresbericht kann klar nachvollzogen werden, dass «anspruchsvolle» Sendungen zur Hauptsendezeit zur Wahl standen.

Zusätzlich wurde im Rahmen der Overall-Befragung auch das Publikum gefragt, ob es der Meinung sei, dass der ORF im Hauptabend jeweils eine anspruchsvolle Sendung im Angebot hat. Rund 40 % der Befragten bejahten diese Auffassung, allerdings sind 47 % der Befragten der Meinung, dass der ORF diese Anforderung nicht erfüllt (siehe dazu Kapitel 5). Vor dem Hintergrund, dass das Angebot der TVthek des ORF deutlich ausgebaut wird, anspruchsvolle Programme somit rund um die Uhr abrufbar werden und die Analyse der Musterwochen die Zielvorgabe bestätigt, hat der ORF also **mit einer kleinen Einschränkung auch diese Zielvorgabe erfüllt.**

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 2023 europäische Werke im Gesamtumfang von 11.009 Stunden gesendet (Vorjahr: 10.481 Stunden). Gemessen an der Quotenbasis entfielen **dabei 75,8 %** (Vorjahr: 72,7 %) der Sendezeit auf europäische Programme. **Der Anteil der europäischen Werke entsprach damit auch im Jahr 2023 mehr als ausreichend 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 für Programme von **Produzenten** vorbehalten werden, die von Fernsehveranstaltern **unabhängig** sind. Diese Vorgabe hat der ORF erfüllt. 2023 wurden 7.429 Sendestunden (Vorjahr: 7.283)

in ORF 1 und ORF 2 und damit **51,1 %** (Vorjahr: 50,5 %) **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 2023 betrug dieser Anteil der neueren europäischen Werke unabhängiger Produzenten, die in ORF 1 und ORF 2 ausgestrahlt wurden, gemessen an den insgesamt ausgestrahlten Produktionen unabhängiger Hersteller **60,8 %**.

Es kann somit bestätigt werden, dass der ORF insgesamt seine Verpflichtungen laut ORF-Gesetz und laut der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste im Jahre 2023 erfüllt hat.

***Anregung:** Es könnte aufschlussreich sein, der Frage genauer nachzugehen, weshalb sich die Einschätzung des Publikums über die anspruchsvollen Sendungen im Hauptabend verändert hat. Siehe dazu auch Kapitel 5.*

5 Die ORF-Overall-Befragung

Insgesamt 1.017 Personen im Alter ab 15 Jahren wurden gefragt, welche inhaltlichen Interessen für sie bei der Mediennutzung ausschlaggebend sind und wie sie diesbezüglich das publizistische Angebot der ORF-Medien beurteilen. Die Umfrage wurde vom 8. Mai bis 16. Juni 2023 durchgeführt.

Wie schon in den Vorjahren wurden die Interviews telefonisch und mit Onlinefragebogen durchgeführt. Die Ergebnisse sind daher mit dem Vorjahr problemlos vergleichbar, mit einer Ausnahme: 2022 wurden erstmals das Internet und Social Media gesondert abgefragt. Der Vergleich der Internet-Daten ist deshalb mit dem Vorjahr möglich, aber die Werte für das Internet im Zeitreihenvergleich sollten nur mit Vorbehalt interpretiert werden.

Wenn es ganz generell um die Nutzung von Medien geht, steht das **Interesse an Information** beim Publikum seit vielen Jahren mit großem Vorsprung an erster Stelle (82 %), gefolgt von Unterhaltung (66 %), Kultur (41 %) und Sport (37 %).

Besonders aufschlussreich ist das Interesse nach Mediengattung und Altersgruppen. Schaut man sich das Interesse der **unter 50-Jährigen** an, dann zeichnen sich fundamentale Veränderungen bezüglich der Wichtigkeit der einzelnen Mediengattungen für die Information und den Sport ab. In dieser Altersgruppe ist schon heute nicht mehr das Fernsehen das wichtigste Medium, sondern das Internet. Auch Social Media nimmt an Bedeutung zu.

Bei den unter 30-Jährigen ist – wenig überraschend – das Internet ebenfalls das bevorzugte Medium und – das ist neu – jeweils gefolgt von Social Media. So interessieren sich für Informationen 70 % der Befragten im Internet, gefolgt von Social Media (66 %) und dem Radio (60 %). Diese Altersgruppe interessiert auch Sport bevorzugt im Internet (45 %) gefolgt von Social Media (42 %). Die Bedeutung von Social Media ist für die Unterhaltung bei dieser Altersgruppe noch größer (71 %), gefolgt von Internet (69 %) und Fernsehen (62 %). Auch das Thema Kultur interessiert sie in erster Linie in Internet und Social Media (beide 37 %).

Die **Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen** interessiert sich für Information am häufigsten im Internet (80 %) gefolgt von Radio (71 %) und Fernsehen (66 %). Aber auch für diese Altersgruppe spielt Social Media für die Information bereits eine wichtige Rolle (61 %). Dem Sportinteresse dient ebenfalls stark das Internet (41 %), gefolgt von Fernsehen (39 %) und Radio (31 %). Auch für das Kulturinteresse wird in erster Linie das Internet genannt (35 %). Social Media und Fernsehen sind für das Kulturinteresse mit je 29 % und 28 % praktisch gleichbedeutend.

Für die **über 50-Jährigen** ist das Fernsehen nach wie vor immer noch das bevorzugte Medium für alle Programmsäulen. Allerdings hat das Internet auch für diese Altersgruppe mittlerweile die gleiche Bedeutung wie das Radio, Ausnahme ist hier nur der Bereich Unterhaltung.

Insgesamt waren die Befragten zufrieden mit dem Programmangebot des ORF. Bei allen Befragten beträgt die Programmmzufriedenheit für alle ORF-Medien und -Programmsäulen im Schnitt zwischen 2,2 bis 2,9, gemessen an einer 5er-Skala. Die höchsten Zufriedenheitswerte erzielte die Information, sowohl im Radio (2,2), im Internet (2,3) als auch im Fernsehen und Teletext (je 2,4). Etwas tiefer ist der Wert

für Social Media (2,6). Die Zufriedenheitswerte für Unterhaltung, Kultur und Sport lagen im mittleren Bereich zwischen 2,6 und 2,9.

Schaut man sich nur die Beurteilung der effektiven **Nutzerinnen und Nutzer des Fernsehens** an, dann fallen die Beurteilungen, nicht überraschend, etwas positiver aus: Das Informationsangebot des ORF-Fernsehens wird mit 2,2 am besten beurteilt, gefolgt von Sport und Kultur je gleichauf mit 2,6 und der Unterhaltung mit 2,7.

Ähnlich verhält es sich beim ORF-Hörfunk. Die Radionutzerinnen und -nutzer beurteilen das Informationsangebot mit einer 2,1, die Unterhaltung mit 2,4, Kultur und Sport mit 2,6.

Auch im **Internet** erhält das Informationsangebot des ORF die beste Beurteilung mit 2,2, der Sport 2,5, die Unterhaltung 2,6 und die Kultur 2,7.

Das **Social-Media-Angebot** wird von den Nutzerinnen und Nutzern vor allem im Bereich Information mit einem Mittelwert von 2,4 beurteilt, gefolgt von der Unterhaltung mit 2,5, Sport mit 2,6 und der Kultur mit 2,7.

Im 10-Jahres-Zeitvergleich nimmt das Interesse an den klassischen Programmsäulen Information, Unterhaltung, Sport und Kultur im Radio und Fernsehen tendenziell leicht ab. Diese Entwicklung wurde durch Corona zwar aufgehalten, aber scheint sich mittlerweile weiter fortzusetzen.

Die **Zufriedenheitswerte** mit dem Programmangebot sind zwar immer noch hoch, aber sie nehmen seit 2019 ebenfalls ab.

40 % 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 niedriger aus als noch im Vorjahr (46 %). Der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass der ORF diesen Auftrag (eher) nicht erfüllt, liegt bei 47 %, im Vorjahr waren es noch 44 %. Der Zeitreihenvergleich illustriert, dass der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass es im Hauptabend des ORF anspruchsvolle Sendungen gibt, seit 2015 (69 %) jedes Jahr kontinuierlich abnimmt. Allerdings ist nicht klar, ob für diese veränderte Beurteilung tatsächlich der Programmmix der Sender verantwortlich ist, oder ob sich die **Definition, was als «anspruchsvolle» Sendung** zu gelten hat, bei den Befragten **geändert** hat. Denn den Befragten wird **keine** Definition vorgelegt, was mit anspruchsvoll gemeint ist, sie sollen selber einschätzen, was sie als «anspruchsvoll» beurteilen. Nachdem sich die Programmstrukturen aber nicht verändert haben, dürften andere Faktoren für die Einschätzung des Publikums eine wesentliche Rolle gespielt haben. So könnte sich beispielsweise die Interpretation, was eine «anspruchsvolle Sendung» ist, im Verlauf der Zeit geändert haben. Möglicherweise wird heute unter «anspruchsvoll» eher eine «elitäre Kultursendung» verstanden.

Anregung:

Es könnte aufschlussreich sein, der Frage genauer nachzugehen, weshalb sich die Einschätzung des Publikums über die anspruchsvollen Sendungen im Hauptabend verändert hat. Nachdem die On-Demand-Nutzung des Fernsehens weiter zunehmen wird und alle Sendungen jederzeit, auch über einen längeren Zeitraum, genutzt werden können, nimmt die Bedeutung dieser gesetzlichen Anforderung an den ORF

allerdings ab. Darüber hinaus wäre interessant, sich die tendenziell rückläufigen Zufriedenheitswerte mit den Programmsäulen anzusehen und hier etwa die «Akzeptanz» des ORF beim Publikum zu evaluieren. Die Akzeptanz bemisst sich bekanntlich nicht nur nach der Zufriedenheit, sondern nach dem wahrgenommenen «Nutzen» des ORF für jede und jeden Einzelnen, wie auch für die Gesellschaft.

6 Evaluation des Qualitätsprofils Kultur, Religion und Ethik 2023

Um die Qualität dieses Angebots im Rahmen einer Studie vertieft zu überprüfen, hat der ORF seinen Leistungsanspruch an die «Kultur, Religion und Ethik» entlang der Kriterien Vertrauen, Vielfalt, Wissen, Europa/Identität, Kompetenz und Innovation definiert. Anhand dieser Kriterien wurden 21 relevante Merkmale ausformuliert, die insgesamt ein Soll-Bild für das Leistungsprofil dieser Programmsäule darstellen.

Die abgefragten Kriterien berücksichtigen die gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, die ORF-Programmrichtlinien und stützen sich des Weiteren auf die Public-Value-Qualitätsdimensionen.

In einem zweistufigen Verfahren wurde mittels teilstandardisierten telefonischen Interviews mit rund 307 Befragten in ganz Österreich die Qualitätsstudie durchgeführt. In einem ersten Schritt wurde eruiert, inwiefern das, vom ORF definierte, Soll-Bild für den Programmbereich Kultur, Religion und Ethik 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 Publikumssicht erfüllt wird. Abschließend wurde dann im Rahmen von offenen Fragen nach den Stärken und dem Verbesserungspotenzial für die Sendungen im Bereich Kultur/Religion gefragt. Mit einer Fokusgruppe von neun Personen wurden die angesprochenen Themen weiter extrapoliert.

Die Ergebnisse wurden jeweils auf Kohärenz und Plausibilität überprüft, indem die Antworten auf die offenen Fragen im Interview 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 Codier-Schemas.

Die Befragung war nicht auf die statistisch gesicherte Repräsentanz der Antworten für die Gesamtheit der österreichischen Bevölkerung angelegt, sondern auf die gesicherte Abbildung der gesamten Spannweite der Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsanforderungen.

Es wurde – wie in der qualitativen Forschung üblich – mit einem relativ ausgeklügelten Stichprobenplan gearbeitet. Zum einen wurden nur Personen befragt, die das publizistische Angebot zumindest hin und wieder nutzen und kennen (höchstens 10 % seltene Nutzerinnen und Nutzer), und zum anderen wurden die Befragten entsprechend der Verteilung in der Wohnbevölkerung nach Bundesländern sowie aufgrund von wichtigen sozio-demografischen Kriterien ausgewählt.

Die telefonischen Interviews fanden im Zeitraum vom 12. Oktober bis 13. November statt. Am 15. November 2023 wurde das explorative Gespräch online mit einer Fokusgruppe von neun Personen durchgeführt. Mit der Durchführung der Studie wurde das Institut FORESIGHT (ehemals SORA Institute for Social Research and Consulting) in Wien beauftragt. Das Institut hat alle bisherigen Analysen zum Qualitätsprofil für den ORF durchgeführt. Die Methode der **Studie ist anspruchsvoll, aber ausgereift** und entspricht dem geforderten hohen Qualitätsstandard.

Es handelt sich bei der Studie um den Beginn des dritten Zyklus der Qualitätsanalyse. Der erste Zyklus lief in den Jahren 2011 bis 2017, der zweite in den Jahren 2018–2022. Über die Jahre wurde die Erhebungsmethode von Face-to-Face- auf Telefonbefragungen umgestellt, die Stichprobengröße wurde deutlich angehoben (von 120 auf 300 Befragte). Ein Zeitreihenvergleich ist daher nur mit Vorsicht und in der Zusammenschau der standardisiert abgefragten Items möglich.

Aufgrund der Befragungsergebnisse kann festgehalten werden, dass das vom ORF definierte Qualitätsprofil für «Kultur», «Religion» und «Ethik» den Wertvorstellungen und Erwartungen an das Programm des Publikums entspricht (Soll).

Auf die Frage, ob der ORF denn auch diese Ansprüche tatsächlich erfüllt, erhielten die **höchsten Zustimmungsraten – mit Zustimmung von 81–90 %** – die grundlegenden Anforderungen wie «respektvoll», «verständlich», «hohe technische Qualität», «seriös», «kompetente Moderatorinnen und Moderatoren, Journalistinnen und Journalisten», «verantwortungsvoll», «sachlich» und «vertrauenswürdig».

Ebenfalls noch sehr hoch, mit Zustimmungsraten von 70 % oder mehr, wurden Items wie «**vermittelt Hintergrundwissen**», ist «**vielfältig**» und «**fördert Kunst und Kultur in Österreich**», «**Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor**» sowie «**ganz Österreich kommt vor**» beurteilt.

Die spezifischen Leistungsaufträge wie «Bevölkerungsgruppen verbindend», «im Ausland einer der besten Botschafter für österreichische Kunst und Kultur» «**bietet Innovatives**», «**ist anregend und inspirierend**», «**deckt ein breites Spektrum an Kunst- und Kulturschaffen ab**», «informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte» und «ausgewogen» erzielten immer noch hohe Zustimmungsraten von 55 % bis 68 %.

Neben dieser standardisierten Abfrage der 21 Qualitätsmerkmale wurde in den telefonischen Interviews auch offen nach den Schwerpunkten in der Qualitätswahrnehmung, nach Stärken und Schwächen der ORF-Angebote in den Leistungskriterien laut Qualitätsprofil und Mediengattung gefragt, sowie nach einem zusammenfassenden Qualitätsurteil und den wichtigsten Punkten für die künftige Weiterentwicklung des ORF-Angebots.

Die inhaltsanalytische Auswertung illustriert deutlich, dass die Angebotsvielfalt, die vertrauenswürdige Berichterstattung und die wahrgenommene Kompetenz und der Beitrag zur Wissensvermittlung maßgeblich für die Beurteilung der Qualität des Programms durch das Publikum sind.

Darüber hinaus diskutierten die Befragten weitere Ansprüche, die unmittelbar mit dem «**Gebrauchswert**» des Angebots zu tun haben. So wurden beispielsweise die Sendezeiten, die Wiederholungen und die Tatsache kritisiert, dass man die Abspielgeschwindigkeit in der ORF-TVthek nicht erhöhen kann.

Die Befragten äußerten sich besorgt über das Nutzungsverhalten und das Angebot für **jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer**, deshalb wird vorgeschlagen, der Popkultur mehr Raum zu geben. Weiter wird von einigen **mehr Mut zur Kontroverse** und mehr Innovation gewünscht. Große Hoffnungen werden in die **Zukunft der TVthek** gesetzt. Sie sollte stärker ausgebaut und mit Möglichkeiten der Personalisierung versehen werden. Außerdem sollte die zeitliche Verfügbarkeit der Beiträge verlängert werden.

Der Zeitreihenvergleich zeigt eine ausgeprägte Kontinuität in der Relevanz der Qualitätsmerkmale so wie in der Qualitätswahrnehmung des ORF.

Zusammengefasst äußert sich das Publikum äußerst zufrieden mit dem publizistischen Angebot auf allen Kanälen. In der Angebotsvielfalt liegt die zentrale Stärke des ORF. Das Qualitätsprofil wird vom Publikum verstanden und als maßgeblich für ein hochwertiges öffentlich-rechtliches Programm angesehen. **Die Abfrage der 21 Merkmale zeigt hohe bis sehr hohe Zustimmungsraten.**

Das Anforderungsprofil entspricht in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums. **Die definierten Auftragswerte werden vom Publikum als erfüllt angesehen.**

7 Publikumsgespräche

Der ORF führt jedes Jahr drei Gesprächsrunden mit Vertreterinnen und Vertretern des Publikums und mit den jeweils verantwortlichen Programmschaffenden durch, um die Zufriedenheit und die Beurteilung der Qualität mit den wichtigsten Programmsäulen – in diesem Jahr: «**Information**», «**Unterhaltung**» sowie «**Kultur und Religion**» – in der Tiefe zu diskutieren. Die Gespräche wurden diesmal nicht nach Mediengattung, sondern nach Programmsäulen getrennt, dafür aber **multimedial** besprochen. Die Programmsäule «Sport» wurde im Berichtsjahr zusammen mit Expertinnen und Experten diskutiert.

Nach einem telefonischen Screening-Interview werden die Vertreterinnen und Vertreter des Publikums bestimmt. Sie erarbeiten in kleinen Gruppen die Stärken und Schwächen der jeweiligen Programmsäule. Die Gruppenarbeiten werden sodann den Programmschaffenden präsentiert und diskutiert. Im Nachgang werden die Teilnehmenden nochmals kontaktiert und zum Erlebnis der Veranstaltung befragt.

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. Sie erfahren hin und wieder – im Sinne eines Primeurs – auch, welche Programmneuerungen geplant sind. Dieses Vertrauen wurde von den Publikumsvertreterinnen und -vertretern enorm geschätzt. Sie erfahren so direkt, welche Wertschätzung man ihnen – dem Publikum – entgegenbringt.

Mit der Durchführung der Gespräche wurde, wie schon in den Vorjahren, das Institut SENSOR beauftragt. Projektleiterin war Mag. Daniela Heiningner. Konrad Mitschka vom ORF-Public-Value-Team moderierte die Gespräche.

Am 15. März 2023 fand das erste Publikumsgespräch zum Thema «Kultur und Religion» im ORF statt. Es nahmen 27 Personen aus Wien und die ORF-Verantwortlichen am Gespräch teil. Bei der Zusammenstellung der Gruppe wurde darauf geachtet, dass die Teilnehmenden ein gewisses Interesse an dieser Thematik haben und das ORF-Angebot mindestens gelegentlich nutzen. Es wurde quotiert nach Geschlecht, Bildung und Nutzungsverhalten.

Schon bei der Einladung wurden die Gesprächsteilnehmenden gebeten, eine Gesamtqualitätsbeurteilung des ORF-Angebots abzugeben. Mit einem Score von 2,2 ist die Beurteilung auf gutem Niveau.

Das ORF-Angebot im Bereich «Kultur und Religion» wird insgesamt sehr geschätzt. Man fühle sich **gut informiert**, die Themenauswahl sei **vielfältig**, die Studiogäste sind spannend und sorgfältig ausgewählt, auf Sendeformate wie «kulturMontag», «kreuz und quer», «Orientierung» im Fernsehen sowie auf die vielen Konzertübertragungen besonders in den ORF-Radios möchte man nicht verzichten. Der ORF wird als **seriöser, glaubwürdiger** Sender geschätzt. Das Konzept der «Senderfamilie» des ORF, wonach jeder Sender ein klares Profil hat und Zielgruppen thematisch ansprechen kann, wird verstanden.

Kabarett wird von den Befragten als Unterhaltung, aber auch als Ausdruck von Kultur gesehen. Dies ist ein Hinweis auf die fehlende Trennschärfe zwischen Kultur und

Unterhaltung, die sich im Vergleich auch auf die Ergebnisse von Befragungen auswirken kann, je nachdem, welcher Programmsäule dieses beliebte Format zugeschrieben wird.

Diverse **Anregungen** an die Programmschaffenden kamen zur Sprache. So wünschen sich einige der Befragten jüngere Moderatorinnen und Moderatoren, die auch für jüngere Zielgruppen attraktiv sind. Auch im Bereich der Dokumentationen sollte man mehr mit der Zeit gehen und neuere Themen, wichtige Ereignisse der Zeitgeschichte zu Dokumentationen verarbeiten. **Mehr Mut** und sich trauen, auch sensiblere Themen aus verschiedenen Blickwinkeln zu bringen, kam gerade auch im Bereich der Religion mehrfach zur Sprache.

Die Anregungen der Publikumsvertreterinnen und -vertreter decken sich durchaus mit den Ergebnissen der diesjährigen Publikumsratsstudie (siehe Kapitel 9). Video-Formate und die altersgerechte **Kulturvermittlung für Kinder und Jugendliche** auch via Social Media und YouTube wurden intensiv diskutiert.

Die **ORF-TVthek** wurde ebenfalls mehrfach angesprochen, die von den Befragten grundsätzlich als Angebot sehr geschätzt wird. Allerdings könne diese in manchen Bereichen leider nicht mehr mit den TVtheken von ausländischen Sendern und schon gar nicht mit Netflix und anderen Plattformen mithalten. Wie so oft musste der gesetzlich eingeschränkte **Abrufzeitraum** erklärt werden. Es wurden auch **Funktionalitäten** wie die Suchfunktion, die fehlende Möglichkeit der Regulierung der Wiedergabegeschwindigkeit und allgemein die Optik kritisiert.

Nach dem Gespräch wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nochmals befragt und gebeten, ihren Eindruck vom ORF wiederzugeben. Die Gesamtbeurteilung blieb bei einem Mittelwert von 2,3 stabil. Die Nachbefragung zeigte, dass die Veranstaltung aber insgesamt als positiv und anregend erlebt wurde. Vereinzelt hätte man gerne noch mehr Zeit gehabt, um einige Themen noch zu vertiefen.

Das zweite Publikumsgespräch zur Programmsäule «Unterhaltung» fand am 20. Juni 2023 statt. Insgesamt nahmen 36 Personen in Innsbruck, im Alter zwischen 18 und 70 Jahren, daran teil.

In diesem Gespräch wurde das Angebot des ORF für alle Mediengattungen insgesamt als positiv mit einem Score von 2,1 beurteilt. Nach dem Gespräch stieg er noch etwas höher auf den Mittelwert von 1,9.

Im Bereich der Unterhaltung wurde besonders das vielfältige und abwechslungsreiche Programm und die Vielfalt der Formate in Radio und Fernsehen hervorgehoben. Der ORF biete mit seinen zahlreichen Kanälen ein Programm für alle. Kabarettssendungen, die fiktionalen Eigenproduktionen, besonders Krimis, US-Serien, Porträts und Interviews mit berühmten Persönlichkeiten und das breit gefächerte Musikangebot wurden angesprochen. Auch wenn einige monierten, man höre immer die gleichen Charts, wurde insgesamt das breitgefächerte Musikangebot gelobt.

Als Verbesserungsmöglichkeiten wurden immer wieder **die TV-Sendezeiten** erwähnt, man wünschte sich eine frühere Ausstrahlung von hochwertigen Sendungen. Ebenfalls erwünscht wären mehr Dialekt, besonders in den Radios, und eine bessere Bündelung der Veranstaltungshinweise. Außerdem sollte die Musik jeweils zu Ende gespielt werden, ohne dass Moderatorinnen und Moderatoren hineinsprechen. Man stört sich

außerdem daran, dass man als Erwachsener nicht jugendfreie Programme in der ORF-TVthek nicht rund um die Uhr abrufen kann. Generell wünschte man dem ORF mehr Mut, um freche, eigenständige, polarisierende neue Serienformate zu entwickeln, die allenfalls auch das Potential haben, sich über die Zeit zu eigentlichen Kulturklassikern zu entwickeln. Der ORF wurde in der Folge von wenigen als zu zugeknöpft und als langweilig bezeichnet.

Auch in diesem Gespräch wurden die Vorteile und der Nutzen der TVthek und die ORF-Sound-App positiv angesprochen. Allerdings wünschten sich die Teilnehmenden längere **Abrufzeiten**, eine bessere **Usability** und neue **Formate für Social Media**, um insbesondere die jüngere Zielgruppe noch erreichen zu können. Die Benchmark für die Befragten für die ORF-TVthek sind die internationalen Streaming-Anbieter Netflix oder Amazon Prime.

In der Nachbefragung wurde die Veranstaltung als sehr gut beurteilt. Der Abend wurde als interessant, informativ und anregend erlebt. Der Austausch mit den Programmverantwortlichen wurde als konstruktiv und sehr wertschätzend empfunden. Diese positive Beurteilung spiegelt sich auch in der besseren Gesamtqualitätsbeurteilung des Angebots mit 1,9 wider.

Das dritte und letzte Gespräch zur Programmsäule «Information» fand am 9. November 2023 statt. 24 Personen aus der Steiermark im Alter zwischen 18 bis 70 Jahren nahmen an diesem Gespräch teil.

Die Teilnehmenden schätzen den ORF als eine **glaubwürdige und zuverlässige** Quelle für Informationen. Besonders geschätzt wird das **vielfältige Angebot** zu aktuellen politischen, wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Themen im In- und Ausland sowohl im Radio als auch im Fernsehen und Internet. Positiv erwähnt werden auch die Diskussionsrunden zu relevanten aktuellen Themen und der konstruktive Umgang der Gesprächspartner untereinander sowie die kompetente Moderation. Auch die gelungene Kombination von Wissensvermittlung und Unterhaltung sowohl in Radio- wie auch Fernsehsendungen wurde gelobt. Der ORF stehe für **Seriosität**, man hat **Vertrauen** in die Berichterstattung.

Immer wieder wurde erwähnt, wie wichtig es sei, dass der ORF die Meinungsvielfalt in den Programmen reflektieren sollte. Die Befragten erwarten vom ORF mehr Mut, wenn es um die Zusammensetzung der Diskussionsrunden geht. Die eingeladenen Expertinnen und Experten würden oft ähnliche Meinungen vertreten und man wünscht sich **mehr Meinungsvielfalt**, mehr Beiträge, die sich mit Themen beschäftigen, die auch für jüngere Menschen relevant sind, beispielweise zum Arbeitsmarkt, zu zeitgeschichtlichen Ereignissen, zur Geschichte des Judentums.

Auch in diesem Gespräch machen sich die Befragten Sorgen, ob der ORF in Zukunft die **jüngere Bevölkerung** noch erreichen kann. In diesem Kontext kamen die TVthek, Podcasts und das ORF-Angebot auf Social Media zur Sprache. Besonders gelobt wurde das Angebot der ZIB auf Social Media, insbesondere auf TikTok.

Und auch in dieser Gesprächsrunde wurde auf die Verbesserungsfähigkeit der **Usability** und die Abrufzeiten der TVthek hingewiesen. Die Programmschaffenden nutzten die Gelegenheit und informierten über einige geplante Neuerungen für das ORF-Streaming-Angebot ab 2024, was von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern außerordentlich geschätzt wurde.

Insgesamt wurde auch in dieser Gesprächsrunde wenig Kritik am Programm geäußert. Die Gesprächsteilnehmenden sind insgesamt zufrieden mit dem Informationsangebot des ORF. Vor dem Gespräch mit den Programmschaffenden beurteilten sie das ORF-Angebot allgemein mit einem Score von 2,1. Nach dem Gespräch verbesserte sich die Beurteilung auf die 1,9.

Fazit: Die drei Gesprächsrunden wurden von den Teilnehmenden allesamt sehr positiv beurteilt. Die ORF-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter haben offen über ihre Arbeit informiert, nahmen Anregungen positiv auf und zeigten sich durchaus auch selbstkritisch.

Die Gesprächsteilnehmenden wurden jeweils vor und nach dem Gespräch mit den ORF-Programmschaffenden um eine Beurteilung der Programmqualität gebeten. Mit Ausnahme der Gruppe, die über die Programmsäule «Kultur und Religion» diskutiert hatten, verbesserten sich alle Scores im Nachgang. Es ist anzunehmen, dass das gute Gesprächsklima und das bessere Verständnis einiger rechtlicher Rahmenbedingungen zu dieser Verbesserung geführt haben.

In allen drei Gesprächsrunden äußerten die Befragten ihre Sorge, ob der ORF auch in Zukunft die jüngere Bevölkerung mit seinem publizistischen Angebot noch erreichen wird. Ein Ausbau des Social-Media-Angebots wie auch der TVthek sei für die Zukunftsfähigkeit des ORF unabdingbar.

8 Gespräche mit Expertinnen und Experten 2023: Sport

Der Sport ist für öffentlich-rechtliche Sender unverzichtbar. Vor allem die großen internationalen Wettbewerbe sind attraktiv und ziehen ein breites und vielfältiges Publikum an, das über die üblichen Zielgruppen ihrer Programme hinausgeht. Dies hilft den Sendern, ihre Reichweite zu erhöhen und eine stärkere Bindung zum Publikum aufzubauen.

Gerade öffentlich-rechtliche Sender bieten jedoch mehr als nur die Berichterstattung über die Super-Events. Vielmehr decken sie eine große Vielfalt an regionalen und nationalen Sportveranstaltungen ab und stellen weniger bekannte Sportarten, Sportlerinnen und Sportlern einer breiteren Öffentlichkeit vor, was wiederum für deren Finanzierung von existenzieller Bedeutung sein kann. Für Athleten und Verbände sind zwar Social-Media-Plattformen wichtige Kommunikationskanäle geworden, aber sie sind dennoch – mindestens vorläufig noch – auf die klassischen Medien angewiesen.

Zu den Kernaufgaben des ORF gehören nicht nur die Live-Übertragungen von regionalen, nationalen und internationalen Sportveranstaltungen sowie die kritisch-analytischen Hintergrundsendungen, vielmehr soll die Bevölkerung auch selber zur aktiven sportlichen Betätigung angeregt werden.

Wie auch für alle anderen Programmsäulen hat der ORF ein Qualitätsprofil für den «Sport» definiert. Das **Qualitätsprofil** beinhaltet die Ansprüche an das Sportangebot, wie vom Gesetzgeber gefordert, aber sie beinhalten auch die ORF-eigenen publizistischen Ansprüche an das Sportangebot. Diese Leistungsansprüche wurden in der Vergangenheit in der Studie über das Qualitätsprofil Sport validiert. Im Gespräch mit den Expertinnen und Experten bilden sie den roten Faden.

Das Public-Value-Kompetenzzentrum hat am 19. Juni 2023 das Gespräch mit den Sportverantwortlichen des ORF und mit 15 Expertinnen und Experten aus Sportverbänden, aus der Wissenschaft, mit Sporttherapeuten, Sport-Medizinern, Sport-Pädagogen und Sport-Veranstaltern moderiert. Im Dialog mit diesen Fachleuten wurden die Erwartungen an das ORF-Sportangebot, die Stärken und Schwächen, diskutiert. Das Gespräch wurde entlang der Qualitätsdimensionen «Vertrauen und Orientierung», «Bürgernähe und Österreichwert», «Vielfalt», «Innovation und Kompetenz» geführt.

An dieser Stelle soll nicht der ganze Gesprächsverlauf zusammengefasst werden, zumal ein detaillierter Bericht vorliegt. Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass die Expertinnen und Experten dem ORF insgesamt eine **hohe Kompetenz** bescheinigen.

Sie sind der Ansicht, dass der ORF nach wie vor eine **Leuchtturm-Funktion** innehat und er solle alles daransetzen, dass dies auch so bleibe. Wie die Kunst und die Musik schaffe es der Sport, Menschen zu verbinden. Er verbinde Menschen aller Altersgruppen, aller kultureller Herkunft, aller Ethnien. Außerdem rege er an, dass sich Millionen Menschen **gesundheitsfördernd bewegen**. Diskutiert wurde auch, welchen Einfluss der Erfolg von Athleten, beispielsweise Thomas Muster oder Dominic Thiem, auf die Popularität und die Förderung einer Sportart haben kann.

Auch die populärste Sportart, der Skisport, unterliege allerdings einem gesellschaftlichen und ökologischem Wandel, deshalb sollte grundsätzlich jede Sportart immer auch kritisch begleitet und alle relevanten Aspekte beleuchtet werden. Der ORF genießt ganz offensichtlich eine **hohe Vertrauenswürdigkeit**. Die Expertinnen und Experten thematisieren das Spannungsverhältnis der steigenden Rechte- und Produktionskosten zum einen und zum anderen die Notwendigkeit, am Markt relevant zu bleiben und ein relevantes und vielfältiges Programm bieten zu können.

Zur Sprache kamen ferner die **Qualität der Berichterstattung und die damit verbundene Bürgernähe**. Wie viel Patriotismus, wie viel Emotionalität verträgt es bei den Live-Kommentaren? Hier kamen durchaus unterschiedliche Voten, aber grundsätzlich gehe es um Unterhaltung und Spannung, allerdings sollen durchaus auch im Sinne des Bildungsauftrags Hintergründe und Analysen geboten werden. Es gelte sich nicht nur kritisch mit Themen wie Doping und Korruption auseinanderzusetzen. Sport und Nachhaltigkeit gerade im Hinblick auf Skifahren oder Formel 1 sollte ebenfalls öfters in der Tiefe beleuchtet werden. Die Aspekte des Umwelt- und Klimaschutzes bei Großprojekten sollten zusätzlich zu den politischen Rahmenbedingungen der Gastgeberländer diskutiert werden.

Euphorie in der Sportberichterstattung sei nicht zulässig, aber **Emotionen** schon. Es wird festgehalten, dass die Berichterstattung des ORF auf einem stabilen Fundament stehe. Ausdrücklich erwähnt wurde auch die **Bedeutung der Landesstudios** im Bereich der Sportberichterstattung, die über eine **große Vielfalt** an Sportarten berichten. Die **regionale Berichterstattung** wird als wertvoll erlebt und sollte durchaus noch stärker ausgebaut werden. Die Nähe von Journalistinnen und Journalisten zu den Athleten wurde unter dem Stichwort des **«Embedded Journalism»** angesprochen. Diese Nähe, die sich durch den Gebrauch des «Du-Worts» vermittelt, wird formatabhängig beurteilt.

In den letzten Jahren seien auch unglaublich **starke Frauen** im ORF-Sport an einflussreichen Plätzen sichtbar geworden. Kritisch wird angemerkt, dass viele Frauensportarten jedoch nur auf dem Sport-Spartenkanal stattfinden. Die Sportarten Ski, Fußball und Formel 1 dominieren logischerweise die Berichterstattung, weil die Nachfrage beim Publikum am größten sei. Allerdings sei es im Sinne des Leistungsauftrags, auch über möglichst viele, weniger populäre Sportarten zu berichten. Es wurde zwar festgehalten, dass der ORF über mehr als **70 Sportarten** berichtet, aber die Vielfalt könne noch größer werden. Erwähnt wurde beispielsweise auch wirkliche Randsportarten wie Frisbee als Community-Sportart oder E-Sportarten.

Die **ORF-Moderatorinnen und -Moderatoren** werden grundsätzlich geschätzt. Allerdings seien nicht alle gleich gut in der Lage, auch fundierte gesellschaftspolitische Zusammenhänge in die Berichterstattung einfließen zu lassen und kritische Interviews zu führen. Weiter solle die **Barrierefreiheit** deutlich ausgebaut werden. Derzeit seien noch zu wenig der Sportprogramme barrierefrei gestaltet. In den Gesprächen schwang auch ein gewisser Stolz auf die **technische Innovation und Kompetenz** des ORF in der Berichterstattung mit. Es sei vor allem im Wintersport ein Alleinstellungsmerkmal des ORF, das man hegen und pflegen müsse. Der ORF solle sich aber überlegen, wie man auch im **Social-Media-Bereich** das Know-how, die Qualität und Diversität ausbauen könne, damit man auch in Zukunft relevant bleibe. Beiträge für diese Plattformen müssen kompakt sein, Komplexität muss reduziert werden, und trotzdem sollte Substanz geboten werden.

Im Verlauf des Gesprächs wurde bestätigt, dass eine größere organisatorische Änderung beim ORF anstehe. Die Sportredaktionen von Radio, Online und Fernsehen rücken organisatorisch zusammen und werden einen «**Sport-Cluster**» bilden. Die Expertinnen und Experten sehen in dieser Entwicklung ein enormes Potential für weitere **Programminnovationen und noch mehr Hintergrundberichterstattung**. Die Multimedialität und das Vernetzen von Inhalten auf diversen Ausspielwegen würden das Programm des ORF insgesamt attraktiver machen.

Gewünscht wurde ferner eine eigentliche Sport-App des ORF, die eine stärkere **Personalisierung**, beispielsweise nach Sportinteressen, ermöglichen würde. Das gleiche gelte auch für die ORF-TVthek. Zur Sprache kamen auch das «**Smart Producing**» und der Einsatz der «**Artificial Intelligence**». Alle diese Neuerungen böten auch große Chancen für ORF SPORT +.

Auch in dieser Runde wurde thematisiert, dass es für den ORF wohl immer schwieriger werde, die **jungen Menschen** zu erreichen, was allerdings essentiell sei für die künftige Legitimation des ORF. In diesem Kontext wurden Podcasts, die TVthek, Social Media wie Instagram, partizipative Sendeformate und neue Trend-Sportarten diskutiert.

Das Fazit dieses Gesprächs: Insgesamt wird dem ORF eine hohe **Vertrauenswürdigkeit** und Kompetenz im Sportbereich attestiert. Er erfülle mit seinem Angebot eine wichtige **Klammerfunktion** für die Gesellschaft. Dies ist nur mit einem vielfältigen und inklusiven publizistischen Angebot zu erreichen. Auch im Bereich der **Gesundheitsförderung** schreiben die Expertinnen und Experten dem ORF eine wichtige Schlüsselfunktion zu. Die **regionale Berichterstattung** wird als wertvoll erlebt und sollte noch weiter ausgebaut werden. Die **technische Kompetenz** und die **journalistische Kompetenz** wurden betont und gelobt. Gleichzeitig wurde angeregt, die kritisch-analytische Hintergrundberichterstattung weiter auszubauen und auch dem Thema der **Nachhaltigkeit** größere Bedeutung zu schenken.

9 ORF-Publikumsratsstudie 2023: Kunst, Kultur und Identität

Die diesjährige Publikumsratsstudie beschäftigte sich mit den Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Themen «Kunst, Kultur und Identität» in der ORF-Berichterstattung.

Dazu wurden 1.002 Personen befragt, die so ausgewählt wurden, dass sie die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren repräsentativ abbilden. Sie wurden telefonisch und mittels Online-Fragebogen interviewt. Die Befragung dauerte vom 25. Oktober 2023 bis zum 16. November 2023 und wurde vom Institut FORESIGHT (ehemals SORA Institute for Social Research and Consulting) durchgeführt.

In einem ersten Schritt wurde das **Interesse am Thema Kunst und Kultur** in den Medien evaluiert. Etwas überraschend ist das Interesse an Kunst und Kultur bei den unter 29-Jährigen am größten. Dieses Ergebnis deckt sich nicht mit den Werten aus der Overall-Befragung. Dies hängt vermutlich mit dem verwendeten Kunst- und Kulturbegriff zusammen, der auch die Alltagskultur, wie beispielsweise Mode, Lifestyle und Kulinarik, umfasst. Beim Interesse an den entsprechenden Angeboten dominieren in allen Altersgruppen die Musik- und Konzertübertragungen, Kabarett und Comedy sowie Filme und Serien.

Es sind jedoch, wenig überraschend, die **über 50-Jährigen**, die das Kulturangebot des ORF am intensivsten nutzen. Nachdem sich die 30- bis 49-Jährigen etwas weniger für Kunst und Kultur interessieren als die anderen Altersgruppen, erstaunt es auch nicht, dass sie entsprechend das Kulturangebot des ORF laut eigener Einschätzung etwas weniger nutzen als die anderen Altersgruppen.

Die **Zufriedenheit der Nutzerinnen und Nutzer** mit der ORF-Kulturberichterstattung stimmt mit anderen Befragungen überein und liegt bei 2,6 auf einer fünfteiligen Skala. Die Altersgruppe der bis **29-Jährigen** ist mit einer durchschnittlichen Beurteilung von **2,3 deutlich zufriedener** mit dem Angebot als die anderen Altersgruppen.

Das ORF-Kunst- und -Kulturangebot wird laut den Befragten als aktuell und kompetent eingestuft und deckt Ereignisse aus ganz Österreich ab, bringt Zeitgenössisches, aber auch Klassisches und deckt ein breites Spektrum ab, bringt Populäres wie auch Hochkultur. Nur wenige sehen die Kulturberichterstattung als kritisch.

Beim Interesse an Berichterstattungsarten dominieren die Kulturdokumentationen und -reportagen, außerdem werden Kulturinformationen in den tagesaktuellen Nachrichten erwartet, genauso wie die Übertragung von Kulturveranstaltungen, Kultur- und Veranstaltungstipps, Künstlerporträts und Interviews. Kulturmagazine, Diskussionssendungen und Literatursendungen werden zwar auch noch genannt, aber deutlich weniger oft.

Aufschlussreich waren die Antworten auf die Frage nach dem Umfang ausgewählter ORF-Angebote. So wünschen sich alle Befragten, unabhängig vom Alter, mehr **Angebote im Kulturbereich** für Kinder und Jugendliche, mehr Kulturberichterstattung aus den Bundesländern und Regionen sowie mehr internationale oder europäische Kulturberichterstattung. Bei der **Populärkultur** gibt es Unterschiede. Die Befragten unter 50 Jahren wünschen sich mehr Populärkultur,

während sich bei den über 50-Jährigen diejenigen die Waage halten, die entweder mehr oder weniger Populärkultur wünschen.

Für die Beantwortung der Frage, was das «Österreichische» am ORF-Angebot zu Kunst und Kultur ausmacht, wurde den Befragten eine Reihe von Sätzen vorgelegt. Danach ist es den Befragten wichtig, dass über kulturelle Ereignisse berichtet wird, die in Österreich, in ihrem Bundesland oder ihrer Region stattfinden. Ebenfalls von Bedeutung ist, dass der österreichische Nachwuchs im Bereich der Kunst und Kultur gefördert wird und österreichische Kulturschaffende vorkommen, egal, ob sie in Österreich auftreten oder tätig sind oder im Ausland.

Abschließend wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zur **Rolle des ORF bei der Förderung der österreichischen Identität** befragt. Auch dazu wurden den Befragten eine Reihe von Sätzen vorgelegt. Die mit Abstand größte Zustimmung mit 72 % erhielt die Aussage, wonach österreichische Sprache und Dialekt im ORF-Programm wichtig sind für die österreichische Identität. Ebenfalls hoch (66 %) war die Zustimmung zur Aussage, dass die Berichterstattung aus den Bundesländern wichtig ist für die **Vielfalt der regionalen Identitäten**. Für **60 % der Befragten** leistet der ORF einen wichtigen Beitrag zu **österreichischer Identität und Heimatgefühl**. 59 % der Befragten sind der Meinung, dass die ORF-Angebote die **kulturelle Vielfalt des Landes** und der Menschen widerspiegeln, und 52 % sind der Meinung, dass der ORF ein wichtiger Botschafter österreichischer Kunst und Kultur im Ausland ist.

Fazit: Das Kunst- und Kulturangebot des ORF wird **insgesamt positiv** beurteilt und sollte, laut Befragten, vor allem für das jüngere Publikum noch stärker ausgebaut werden. Besonders erfreulich sind auch die **hohen Zustimmungsraten bei den unter 30-Jährigen**. Das Programmangebot in seiner Ausgestaltung entspricht ganz offensichtlich den Erwartungen der Befragten. Dies äußert sich unter anderem auch in den Antworten auf die Fragen nach dem Beitrag des Kunst- und Kulturangebots des ORF zur österreichischen Identität. Die hohen Zustimmungsraten auf Sätze, die die Rolle des ORF im Hinblick auf die Förderung der österreichischen Identität beschreiben, illustrieren, dass die Befragten der Meinung sind, dass der ORF diesem gesetzlichen Auftrag entspricht.

10 Public-Value-Berichte

Die wichtigste Währung für den ORF ist seine Glaubwürdigkeit. Diese Glaubwürdigkeit muss er sich jeden Tag aufs Neue mit seinem redaktionellen Angebot verdienen. Aber das allein reicht nicht. Die Glaubwürdigkeit kann bekanntlich durch das Handeln wichtiger Akteure untergraben werden. Hohe professionelle und ethische Standards sind deshalb eine Selbstverständlichkeit für jedes öffentlich-rechtliche Medienunternehmen. Darüber hinaus erwarten die verschiedenen Stakeholder auch eine transparente Berichterstattung über die unternehmerischen Tätigkeiten.

Die Publikationen des Public-Value-Kompetenzzentrums leisten einen wichtigen Beitrag, um das Unternehmen und die Abläufe innerhalb des ORF einem breiten Publikum zu erklären. Sie schaffen Transparenz und vermitteln Hintergrundwissen. Im Rahmen der Qualitätssicherung sollen deshalb in diesem Kapitel zwei Publikationen sowie die Website zukunft.ORF.at hervorgehoben werden.

Der Public-Value-Bericht und Website:

«Was ist drin» ist der Titel des Public-Value-Berichts für das Berichtsjahr 2023/2024. Der Bericht ist in fünf Kapitel gegliedert. Die Ausgangsfrage lautet: **Was bekommt man für 50 Cent pro Tag?** Die fünf Kapitel des Berichts entsprechen dem Public-Value-Konzept des ORF: Was ist drin für mich – jeden Einzelnen? Was ist drin für uns – für die Community und die Gesellschaft? Was ist drin für Österreich? Was ist drin für Europa und die Welt? Was ist drin fürs Geld?

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ORF und Medienfachleute geben Antworten auf **50 typische Fragen**, die auch im Rahmen der Publikums- und Expertengespräche gestellt werden. Sie decken ein breites Spektrum ab wie beispielsweise: Wie beweisen Sie ihre Unabhängigkeit? Warum überlässt der ORF die Unterhaltung nicht den Kommerziellen? Wo habt's ihr das schon wieder her? Wer bestimmt, was im «Report» läuft? Wer entscheidet im ORF, wer ein Experte, eine Expertin ist? Warum braucht der ORF neun Landesstudios? Wozu braucht Europa öffentlich-rechtliche Medien? Wer kontrolliert den ORF? Wie viel KI ist drin im ORF? Gibt es eine nächste Generation im ORF? usw.

Die vollständigen Interviews sind jeweils per QR-Code abrufbar. Die Publikation ist attraktiv illustriert, die Aussagen werden mit Zahlen und Fakten untermauert. Wer mehr über den ORF erfahren will, hat eine reiche multimediale Quelle zur Hand.

Im gedruckten Bericht findet man die Kurzfassung der Antworten auf die 50 Fragen. Zusätzlich gibt es Videostatements, Podcasts und jede Menge zusätzlicher Zahlen, Daten und Fakten zum ORF. Alle diese zusätzlichen Beiträge sind auf der Website zukunft.ORF.at zu finden.

Auch alle früheren Berichte, Texte, Studien und DialogForen zum ORF sind auf der Website zukunft.ORF.at abrufbar.

Die Public-Value-Studie: Innovation

Als Public-Value-Jahresstudie hat der ORF einen wissenschaftlichen Bericht in Auftrag gegeben, der vom Public-Value-Team koordiniert wird. Es handelt sich um eine

interdisziplinäre Studie, an der insgesamt zehn nationale und internationale Partner beteiligt sind. Im Rahmen dieser Studie werden zukunftsweisende Themen, die für den ORF wichtig sind, vertieft.

Einen Schwerpunkt der Studie bildet die Bedeutung von **KI für die redaktionelle Arbeit**. Welche Einsatzmöglichkeiten gibt es? Welche publizistischen Guidelines sollen gelten? KI bietet auch Chancen für die Personalisierung im Bereich der Mediatheken und kann für die Effizienzsteigerung der Untertitelung (Speech-to-Text) und für Avatare eingesetzt werden, welche den barrierefreien Zugang zu Audio- und Video-Produktionen massiv beschleunigen würden. Avatare könnten beispielsweise die Funktion von menschlichen Gebärdensprach-Übersetzern übernehmen. Die SRG forscht auf diesem Gebiet und wird ihre Ergebnisse in dieser Studie vorstellen.

Interessant ist auch die Studie zum Thema **«Onboarding für den öffentlichen Rundfunk»**. Wer erstmals seinen Rundfunkbeitrag bezahlen muss, erhält in Deutschland Post vom «ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice». Darin werde zwar sachlich, aber möglicherweise nicht zielgruppenadäquat über den Rundfunkbeitrag informiert. Ein spezielles Onboarding für den öffentlichen Rundfunk findet laut Prof. Markus Kaiser, Professor für digitalen Journalismus, Medieninnovationen und Changemanagement an der Technischen Hochschule Nürnberg, nicht statt. Dies könne dazu führen, dass gerade jüngere Menschen die Mehrwerte des öffentlichen Rundfunks nicht erkennen und deshalb auch die Sinnhaftigkeit des Rundfunkbeitrages in Frage stellen. Das Konzept seiner Studie sieht einen Leitfaden für ein solches Onboarding vor.

In Zusammenarbeit mit der EBU wird zudem ein **internationales Mapping** der wichtigsten Initiativen europäischer öffentlich-rechtlicher Medien im Bereich der digitalen Transformation erstellt. Dieses Mapping soll inspirieren und den Erfahrungsaustausch ermöglichen, schafft aber auch die Grundlage für Kooperationen.

Fazit:

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird zunehmend in Frage gestellt. Das Public-Value-Kompetenzzentrum leistet einen wichtigen Beitrag, den ORF einem breiten Publikum zu **erklären und Transparenz zu schaffen**. Zusätzlich beschäftigt sich das Team mit relevanten zukunftsweisenden Themen und schafft **Raum für Inspiration und Reflexion**.

Allein schon die Tatsache, dass ein so breit abgestützter Diskurs mit wichtigen Stakeholdern im In- und Ausland stattfindet, 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.

Alle Publikationen im Bereich Public Value, die Umfrageergebnisse im Zusammenhang mit der ORF-Qualitätsprüfung und das «ORF DialogForum» sind auf der Website **zukunft.ORF.at** einsehbar.

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.**

Eine kleine **Einschränkung** betrifft die Zielvorgabe, wonach der ORF im Hauptabendprogramm ein **anspruchsvolles Programm** bieten muss. Das Ergebnis der Analyse der Musterwochen bestätigt die Erfüllung dieser Zielvorgabe. Allerdings sind laut den Ergebnissen der Publikumsbefragung zunehmend **mehr Befragte der Ansicht**, dass der ORF diese Zielvorgabe nicht erfüllt. Vor dem Hintergrund, dass das **Angebot der TVthek** des ORF deutlich ausgebaut wird, **anspruchsvolle Programme somit rund um die Uhr** abrufbar werden und die Musterwochen die Zielvorgabe bestätigen, hat der ORF **mit einer kleinen Einschränkung auch diese Zielvorgabe erfüllt.**

Der Kern der Qualitätssicherung ist der Dialog zwischen den Programmschaffenden und dem Publikum sowie den Expertinnen und Experten. Das befragte Publikum wie auch die Expertinnen und Experten bescheinigen dem ORF sowohl in empirischen Umfragen als auch im direkten Diskurs **eine hohe Glaubwürdigkeit, Vielfalt und Professionalität und äußern sich insgesamt überaus zufrieden mit der publizistischen Leistung des ORF.**

In der Publikumsratsstudie werden das Interesse und die Zufriedenheit mit den Programmaufträgen zu **«Kunst, Kultur und Identität»** untersucht. Auch diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass der ORF seinem gesetzlichen Auftrag bezüglich der Abbildung der Vielfalt und der **Förderung der österreichischen Identität** entsprochen hat.

Dem ORF ist deshalb zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Verfahren mit qualitativen und quantitativen Auswertungen den Vorgaben des Gesetzes einer umfassenden Qualitätssicherung gerecht geworden ist. Er hat das geforderte Qualitätsmanagement im Jahr 2023 effektiv und erfolgreich umgesetzt.

Ingrid Deltenre

Mai 2024