

ORF-Qualitätsmonitoring 2016:

**Evaluation des
ORF-Qualitätsprofils
Radio**

Daten zur Untersuchung

Thema:	Evaluierung des ORF-Qualitätsprofils Radioprogramme 2016
Beauftragtes Institut:	SORA Institute for Social Research and Consulting, Wien
Wissenschaftliche Leitung:	Dr. Florian Oberhuber
Autor:	Dr. Florian Oberhuber
Erhebungsgebiet:	Österreichweit
Art der Erhebung:	Modul 1: Fokusgruppe mit Nutzer/innen der ORF- Radio-Angebote (Wien) Modul 2: 302 telefonische Interviews österreichweit (CATI)
Erhebungszeitraum:	Modul 1: 11.10.2016 Modul 2: 25.10.2016 bis 22.11.2016

Einleitung

ORF-Qualitätsprofile stellen eine Definition von Leistungskriterien dar, die ein Anforderungsprofil an ORF-Angebote definieren und durch externe Evaluierung kontrolliert werden. Qualitätsprofile bestehen aus:

1. Auftragswerten, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden;
2. genrespezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Programmkategorien und Subkategorien beziehen.

In den Jahren 2011 bis 2015 wurde die Evaluation der Qualitätsprofile im Bereich ORF-Fernsehen abgeschlossen. Der vorliegende Bericht fasst die Evaluation des im Jahr 2016 beschlossenen Qualitätsprofils für die ORF-Radioflotte zusammen.

Die Evaluationsstudie basiert auf etablierten Methoden der qualitativen Sozialforschung (s. Kapitel 1): In einem offenen, dialogischen Erhebungsverfahren wird das Publikum in die Diskussion über den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einbezogen und den Befragten Gelegenheit zu einem differenzierten Feedback gegeben, das sodann wiederum in den Prozess der ORF-Qualitätssicherung einfließt.

Im Folgenden wird zunächst in Kapitel 2 ein allgemeiner Überblick gegeben, inwieweit der vom ORF formulierte Qualitätsanspruch vom Publikum für wichtig und legitim erachtet und inwieweit das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet wird.

In Kapitel 3 wird entlang der einzelnen im ORF-Qualitätsprofil angesetzten Leistungskriterien die Qualitätswahrnehmung der Befragten und deren Perspektiven auf Stärken und Schwächen des Programms zusammengefasst.

Kapitel 4 widmet sich im Anschluss der Zufriedenheit mit den vier ORF-Radiosendern sowie den spezifischen Anforderungen der Befragten an diese.

Kapitel 5 fasst die zentralen Ergebnisse der Studie im Sinne eines abschließenden Befunds der Evaluation zusammen.

Executive Summary

Mit dem Qualitätsprofil Radio hat der ORF ein differenziertes SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der Leistungskriterien *Vertrauen/Orientierung, Verantwortung/Kultur, Vielfalt, Wertschöpfung, Internationaler Wert & Föderalismus sowie Kompetenz* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Diese allgemeinen sowie senderspezifischen Auftragswerte dienen als Leitlinien für das ORF-Radioangebot in sämtlichen Programmsäulen sowie für die Sender *Ö1, Ö3, FM4 und ORF-Regionalradios*. Zugleich soll die ERFÜLLUNG der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Radioprogramme für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil Radio mittels Methoden der qualitativen Sozialforschung. In einem zweistufigen Verfahren wurde mittels einer vorbereitenden Fokusgruppe sowie 302 teilstandardisierten telefonischen Interviews Hörerinnen und Hörern in ganz Österreich das vom ORF entwickelte Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms vorgelegt. Die Hörer/innen legten in Gruppendiskussion und Interviews ausführlich ihre Wahrnehmung der Stärken und Schwächen der ORF-Angebote dar.

Abschließender Befund der Evaluationsstudie:

1. Die standardisierte empirische Abfrage von 25 Qualitätsmerkmalen zeigt eine hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 65 und 95 %. Das Qualitätsprofil wird daher von den Befragten als Anforderungsprofil an ein qualitativ hochwertiges ORF-Radioprogramm bestätigt.
2. Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird als kohärent und glaubwürdig erlebt: Je nach Item bewerten zwischen 67 und 95 % der Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben. Besonders stark positioniert ist der ORF in der Publikumswahrnehmung hinsichtlich Österreichbezug, Aktualität, Seriosität, Verantwortung, Abwechslungsreichtum und den kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren.
3. Im Sendervergleich ergibt die standardisierte Abfrage in allen Leistungskriterien laut Qualitätsprofil eine starke Positionierung der ORF-Angebote mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 54 und 73 %. Unter den Mitbewerbern bevorzugt rund ein Fünftel der Befragten (19 %) österreichische Privatradios beim Auftragswert „musikalisch vielfältig“.

4. Die Evaluation des Qualitätsprofils beinhaltete Fragen nach Kritik, Anregungen und Empfehlungen, um allfällige Lücken zwischen SOLL und IST des Qualitätsprofils zu schließen. Die Evaluation ergab zu den vorgegebenen Kriterien konkrete Empfehlungen zur Optimierung der Programmproduktion des ORF-Radioprogramms. Diese werden im Folgenden zusammengefasst.

Radio als Tagesbegleiter

Radio wird in der Regel als Alltagsmedium und Tagesbegleiter genutzt. Im Vordergrund steht demnach der Wunsch nach einer Programmvietalt, die aktuelle Informationen zum Tag (z. B. Nachrichten, Wetter, Verkehr, Veranstaltungen) mit unterhaltenden bzw. interessanten Elementen in Wort und Musik verbindet.

Wie die vorliegende Evaluationsstudie zeigt, ist die Aufmerksamkeit der Befragten häufig nicht auf die einzelnen Sendungen und ihre Inhalte fokussiert, sondern wird Radio gleichsam „nebenbei“ konsumiert. Dementsprechend ist die manifeste Qualitätswahrnehmung der Befragten in der Regel wenig differenziert und es stehen Aspekte im Vordergrund, die für die Mediennutzung unmittelbar relevant sind (Musikmix, Qualität von Service und Information, Wahrnehmung der Moderatorinnen und Moderatoren).

Größtes Interesse an Information, Musik, Service

Das größte Publikumsinteresse an ORF-Radioangeboten besteht an den Programmsäulen Information, der Musik sowie dem Bereich Service (Wetter, Verkehr, Veranstaltungstipps). Jeweils über acht von zehn Befragten sind an diesen Angeboten sehr oder ziemlich interessiert.

Rund drei Viertel der Befragten sind an Angeboten zu Wissenschaft, Bildung, Konsumentenschutz und Lebenshilfe interessiert. Ebenfalls noch über die Hälfte der Befragten interessieren sich für Kultur sowie für Unterhaltung.

Auf das vergleichsweise geringste Interesse stoßen die Angebote zu Sport (45 % sehr/ziemlich interessiert) sowie Religion, Philosophie und Ethik (39 % sehr/ziemlich interessiert).

Seriosität, Aktualität, Abwechslungsreichtum und Gestaltung als zentrale Qualitätsanforderungen

Im Vordergrund der Publikumswahrnehmung stehen Information, Musik und Service, wobei der ORF sowohl durch eine **hohe Qualität als auch hohe Vielfalt des Programmangebots sowohl in Musik als auch Wortanteil** punkten kann. Zentrale

Publikumsanforderungen wie Vielfalt, Aktualität, Seriosität, Informationsqualität, Kompetenz und ansprechende Gestaltung werden in der standardisierten Abfrage von jeweils über drei Viertel der Befragten als gut bzw. sehr gut erfüllt bewertet.

Wie die qualitative Analyse zeigt, verbinden die Befragten mit dem zentralen Begriff „Seriosität“ sowohl die Qualität der Präsentation (detailliert, unaufgeregt bzw. weniger „reißerisch“) als auch die inhaltliche, journalistische Qualität.

Hörer/innenbindung durch hohe Zielgruppenadäquanz der ORF-Sender

Durchwegs positiv erlebt wird die **zielgruppenspezifische Ausrichtung der einzelnen Sender in der ORF-Radioflotte**. Dadurch kann eine hohe Zielgruppenadäquanz von Musikmix und Gestaltung erreicht werden, die insbesondere für den Tagesbegleiter Radio zentrale Faktoren bzw. Muss-Leistungen für die Hörer/innenbindung darstellen.

Weitere Treiber der Zufriedenheit

Weitere Programmelemente – d. h. unterhaltende Elemente (z. B. Quiz, Comedy), Kultur, Wissenschaft, Lebenshilfe oder Sport – werden von Teilen des befragten Publikums besonders geschätzt und können als ergänzende Leistungs- bzw. Begeisterungsfaktoren für die Hörer/innenzufriedenheit angesehen werden. Dabei heben sich für Teile des befragten Publikums die ORF-Radios neben ihrer Seriosität und dem hohen Österreichbezug auch durch die Vielfalt der Angebote im Wortanteil positiv von den Privatradios ab.

Wie die qualitative Auswertung der vorliegenden Studie zeigt, gehören die **kompetenten Moderatorinnen, Moderatoren sowie Journalistinnen** und Journalisten zu den manifesten Stärken der ORF-Radios in der Publikumswahrnehmung. Positive Qualitätszuschreibungen werden dabei an den Dimensionen Seriosität, Informationsqualität, Emotion, Witz/Unterhaltung, Sprache/Stimme sowie Vielfalt bzw. Auswahl der Moderatorinnen und Moderatoren festgemacht.

Starke Positionierung im Mitbewerb

Im Anbietervergleich zeigen sich die ORF-Radios stark positioniert mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 54 % („musikalisch vielfältig“) und 73 % („trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“). Insbesondere Österreichbezug, Aktualität, Seriosität, Verantwortung, kompetente Moderatorinnen und Moderatoren, kulturelle Programmangebote und die breite Palette an Themen und Sendungen gehören zu den Stärken der ORF-Radios im Anbietervergleich.

Als relevante Mitbewerber werden am ehesten **österreichische Privatradios** gesehen. Rund ein Fünftel der Befragten (19 %) bevorzugt diese Anbietergruppe beim

Auftragswert „musikalisch vielfältig“, rund 15 % bei den Auftragswerten „immer wieder Neues / innovativ“, „unterhaltsam“ und „nah am Publikum“.

Senderspezifische Qualitätswahrnehmung

Ö1 sticht im befragten Publikum einerseits durch die hohe Informationsqualität und -tiefe heraus, andererseits durch das vielfältige und hochwertige kulturelle Angebot (Musik sowie Kulturberichterstattung).

ORF-Regionalradios punkten durch den hohen regionalen Bezug von Information und Service sowie die in Inhalt und Gestaltung vermittelte regionale Identität. Darüber hinaus werden die vielfältige Musikauswahl und die kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren als Stärken gesehen.

Hitradio Ö3 überzeugt vor allem durch die vielfältige Musikmischung, den hohen Mehrwert im Bereich Service, die aktuelle und umfassende Information sowie ebenfalls die kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren.

FM4 wird als Sender mit einer im Anbietervergleich besonders eigenständigen „Machart“ wahrgenommen, wobei insbesondere die Vielfalt und Aktualität des Musikangebots, die Gestaltung, Vielfalt und Tiefgang der Angebote im Wortanteil sowie die Internationalität und Mehrsprachigkeit überzeugen.

Verbesserungspotenziale

Vielfalt, Abwechslungsreichtum und Innovation werden sowohl in der standardisierten Abfrage als auch in den offenen Antworten der Befragten mehrheitlich positiv wahrgenommen. Aufgrund der großen Bedeutung dieses Aspekts für die Hörer/innenzufriedenheit kann empfohlen werden, dieses hohe Niveau beizubehalten und gegebenenfalls weiter zu stärken.

Ebenfalls als gut erfüllt betrachtet werden von der großen Mehrheit der Befragten die Aspekte **Verantwortung und Wertschöpfung**. Auf der anderen Seite zeigt die qualitative Evaluation, dass diese Leistungskriterien vergleichsweise schwach im Qualitätsbewusstsein des Publikums verankert sind, d. h. hier bestehen noch Potenziale für eine breitere Verankerung des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts im Publikum.

Seriosität bzw. Vertrauenswürdigkeit gehören zu den zentralen Anforderungen des Publikums an die ORF-Radios. Wie die standardisierte Abfrage zeigt, wird das Item „vertrauenswürdig“ von 84 % der Befragten positiv beurteilt, 13 % sehen diesen Auftragswert befriedigend erfüllt (Note „3“ auf einer 5-stufigen Skala) und 3 % negativ (Note 4 oder 5). Die meisten kritischen Nennungen beziehen sich dabei auf den ORF als Institution und wünschen sich für diesen mehr Transparenz und Unabhängigkeit von

der Politik. Weitere Verbesserungsvorschläge fordern mehr Neutralität in der Berichterstattung oder aber mehr journalistische Freiheit ein.

Konkrete Verbesserungspotenziale sehen Teile des befragten Publikums beim Musikmix (weniger Wiederholungen, mehr Abwechslungsreichtum) sowie der Häufigkeit von Werbung (Wunsch nach weniger Werbung).

Weitere Kritik bzw. Verbesserungswünsche betreffen **spezifische Aspekte der Vielfalt**: Manche Befragte wünschen hier generell „mehr Abwechslung“, andere mehr Programm zu bestimmten Inhalten (z. B. Sport) oder für bestimmte Zielgruppen (mehr für Junge, mehr für Alte).

Schließlich wird von einigen Befragten Kritik an einzelnen Moderatorinnen und Moderatoren oder an der Gestaltung einzelner Sendungen geübt.

ORF-Qualitätsprofil Radioprogramme

1. Vertrauen und Orientierung

Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität sind als wesentliche Qualitätsmerkmale der ORF-Radioprogramme sicherzustellen. Das Publikum muss sich darauf verlassen können, dass in der Berichterstattung jegliche manipulative Darstellung oder Inszenierung unterbleibt. Durch umfassende und faktentreue Information schafft der ORF eine vertrauenswürdige Grundlage zum Verständnis der Welt. Servicesendungen vermitteln Wissen und Hilfestellungen in vielfältigen Fragen des Alltags. Unabhängigkeit ist dabei nicht nur Recht der journalistischen oder programmgestaltenden Mitarbeiter/innen, sondern auch deren Pflicht. Unabhängigkeit bedeutet Unabhängigkeit von Staats- und Parteieinfluss, aber auch Unabhängigkeit von anderen Medien, seien es elektronische oder Printmedien, oder seien es politische oder wirtschaftliche Lobbys. Bei der selbstständigen Gestaltung von Sendungen sind z. B. auch solche Beiträge aufzunehmen, die der persönlichen Meinung des/der Redakteurs/Redakteurin widersprechen. Objektivität bedeutet Sachlichkeit unter Vermeidung von Einseitigkeit, Parteinahme und Verzerrung der Dimensionen. Wesentlich für jede objektive Darstellung ist die klare Trennung zwischen Tatsachenangaben und Meinungen. Objektivität betrifft sowohl Auswahl der Nachrichten als auch jedes Programmelement selbst. Dazu gehören auch Sachanalysen und Moderationen, nicht jedoch Meinungskommentare; diese sind von der Berichterstattung streng zu trennen. Objektivität ist hierbei dadurch zu gewährleisten, dass für die Ausgewogenheit in der Auswahl zu sorgen ist. Solche Programmelemente – Meinungskommentare – enthalten Äußerungen mit subjektiver und wertender Beurteilung. Dennoch muss vom/von der Kommentator/Kommentatorin erwartet werden, dass er/sie sich seine/ihre Meinung auf Grund zuverlässiger Quellen und Informationen bildet, sie mit möglichst stichhaltigen Argumenten begründet und in fachlich qualifizierter Weise darlegt.

Objektivität erfordert jedenfalls die Berücksichtigung aller erreichbaren zuverlässigen Informationsquellen, wahrheitsgemäße Quellenangabe und Beurteilung jeder Information nach Richtigkeit und Nachrichtenwert unter Bedachtnahme auf die relevanten gesellschaftlichen, politischen, geistigen und künstlerischen Strömungen. Grundlegend gilt: Dem Gebot der umfassenden Information der Allgemeinheit kann dadurch Rechnung getragen werden, dass eine Sendereihe bzw. ein Bündel von Beiträgen der Behandlung bestimmter Themen und Problemstellungen (z. B. der kritischen Behandlung gesellschaftlicher Zusammenhänge oder der kritischen Überprüfung der Institutionen aus individuellem Blickwinkel) gewidmet ist, während andere relevante Themen und Problemstellungen in anderen Sendereihen bzw. Bündeln von Beiträgen behandelt werden. Insgesamt muss aber auch in diesen Fällen die Ausgewogenheit der Inhalte gewährleistet werden. Die Ausgewogenheit kann auch in der Weise erzielt werden, dass nicht im Rahmen einer einzigen Sendung (Beitrag), sondern in einer Sendereihe (in

einem Bündel mehrerer Beiträge) im Verlauf eines angemessenen Zeitraums alle relevanten Meinungen berücksichtigt werden.

Die Freiheit der journalistischen Berufsausübung besteht darin, ausschließlich aufgrund der nach bestem Wissen und Gewissen erhobenen Tatsachenlage zu handeln. Programmelemente von Informationssendungen einschließlich der Moderation müssen sachlich fundierte und konkrete Angaben enthalten; Gerüchte und eigene Spekulationen sind ausgeschlossen. Nur erfahrungsgemäß zuverlässige Agenturen sind ohne ausdrückliche Zitierung als Hauptinformationsquellen zulässig. Auch diese Quellen sind – wie alle anderen Informationsquellen – bei geringstem Zweifel ausdrücklich anzugeben. In allen Berichterstattungsfällen über Konfliktsituationen und Streitfragen im In- und Ausland sind die Quellen und Angaben der beteiligten Seiten klar voneinander getrennt anzuführen. Behauptungen über Personen, Organisationen oder Institutionen dürfen ohne vorhergehende Rückfrage bei den Betroffenen und ohne Einladung zur Stellungnahme nicht gesendet werden. Aus dem Blickpunkt des Persönlichkeits-schutzes ist jedenfalls die Meinung des/der Betroffenen als relevant anzusehen, insbesondere wenn es um seine/ihre Ehre und seinen/ihren guten Ruf geht. Auf diese Überprüfung kann in der aktuellen Berichterstattung nur verzichtet werden, wenn eine Äußerung nicht über Veranlassung des ORF abgegeben wird, die Betroffenen nicht erreichbar sind oder ihre Erreichbarkeit außerhalb des zumutbaren Bereichs liegt und kein strafbares Verhalten des/der Kritisierten behauptet wird. Die Stellungnahme der Betroffenen bzw. der Grund für das Fehlen ihrer Stellungnahme sind in der Sendung zum Ausdruck zu bringen. Jeder Person, die um Abgabe einer Erklärung oder eines Interviews gebeten wird, ist mitzuteilen, dass es sich um ein Interview für eine Sendung handelt. Im Allgemeinen ist die Kenntnis vorauszusetzen, dass bei derartigen Aufnahmen Schnitte und andere Änderungen, insbesondere Kürzungen, im Interesse der Sendung vorgenommen werden können und dass keinesfalls eine Garantie für die Sendung der Aufnahme gegeben werden kann; diesbezügliche Informationen sind daher nur gegenüber Personen erforderlich, die im Umgang mit Medien gänzlich unerfahren sind. Es ist untersagt, zu Aufnahmезwecken Situationen herbeizuführen, die geeignet sind, bei Dritten den Eindruck einer strafbaren Handlung hervorzurufen, oder durch die ein Eingreifen der Sicherheitsbehörden oder sonstiger Institutionen, wie Rettung, Feuerwehr und ähnlicher Dienste, provoziert werden könnte. Sollte sich in Einzelfällen die Notwendigkeit ergeben, in Erfüllung der dem ORF gestellten Informationsaufgabe doch derartige Situationen herbeizuführen, so bedarf es der vorherigen Zustimmung des/der zuständigen Direktors/Direktorin oder Landesdirektors/Landesdirektorin sowie allenfalls der vorherigen Kontaktnahme mit den zuständigen Behörden. Es gilt auch: Die Berichterstattung über gerichtliche Strafverfahren ist vor allem an das Gebot der Achtung der Menschenwürde aller Verfahrensbeteiligten gebunden. Der/die Beschuldigte oder Angeklagte ist bis zur rechtskräftigen Verurteilung als bloß tatverdächtig zu behandeln. Die Berichterstattung hat objektiv ohne die geringste eigene Meinung oder Kommentierung zu erfolgen und ausschließlich in einer getreuen Wiedergabe der Vorgänge im Verfahren zu bestehen. Die Einflussnahme auf ein Strafverfahren durch Erörterung des

vermutlichen Ausgangs des Verfahrens oder des Werts eines Beweismittels ist in bestimmten Verfahrensabschnitten gerichtlich strafbar.

Senderspezifische Ergänzungen

1.1. Ö1

Ö1 versteht sich als Plattform, die ein Maximum an Informationen, Analysen, Meinungen und Haltungen zur Verfügung stellt und transportiert – und dies nicht nur in Sendungen, die explizit dem Genre „Information“ zugeordnet sind. Die Themenbereiche reichen dabei von Innen- und Außenpolitik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Religion bis hin zu Sport und Wetter. Ö1 erhebt den Anspruch, über alle relevanten Ereignisse, Entwicklungen, Zustände und Tendenzen aus allen Bereichen (Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Religion, Sport) österreichweit, europaweit und weltweit zu informieren. Dabei sollen über das Ereignishafte hinaus Hintergründe ausgeleuchtet und aktuelle „Ereignisse“ in einer zunehmend komplexer werdenden Welt „verstehbar“ gemacht werden. In diesem Sinne kommt es im Gesamtprogramm von Ö1 zu einer fruchtbaren Kooperation zwischen Informationssendungen wie Journalen und Nachrichten auf der einen Seite und den semiaktuellen und gar nicht auf Aktualitätsbezug ausgerichteten Sendereihen auf der anderen Seite.

Es ist dabei nicht primär die Absicht von Ö1, „Orientierung“ zu geben, sondern, durch qualitativ hochwertige Information, die Voraussetzungen für Orientierung zu schaffen. Die individuelle Meinungsbildung zu den jeweiligen Themen bleibt selbstverständlich den Hörerinnen und Hörern überlassen.

Die Kategorie „Vertrauen“ ist für einen Sender wie Ö1 dabei absolut zentral. Dieses Vertrauen muss erst erworben und Tag für Tag, Stunde für Stunde bestätigt werden können. Die Methoden hierfür sind Ernsthaftigkeit, Seriosität, Kompetenz, Nachvollziehbarkeit und Transparenz. Selbstverständlich hat in diesem Konzept auch Subjektivität in Kommentaren und Einzelfallanalysen, in Rezensionen, Interventionen und künstlerischen Arbeiten aller Art ihren Platz.

In Summe freilich muss dieser Kanon aus der Gesamtheit aller Stimmen bestehen. Es ist Teil der Philosophie von Ö1, dass Quantität und Qualität nicht losgelöst voneinander betrachtet werden können. Komplexe Phänomene aus aller Herren Länder sollen in jenem Zeitraum dargestellt, analysiert und erklärt werden, den es braucht.

1.2. Ö3

Bei Ö3 kommt der Erfüllung der genannten Qualitätsmerkmale Vertrauen, Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität eine besondere Bedeutung zu. Dies liegt zum einen am Umstand, dass Ö3 in nationalen Notfällen Erstinformationen zur Orientierung der Bevölkerung zu senden hat, aber auch an den Gesetzmäßigkeiten des „Alltagsradios“ als „Nebenbeimedium“. Das Faktum, dass sich die Inhalte an ein großes

Publikum richten, welches dem Programm aber nicht immer die ungeteilte Aufmerksamkeit schenkt, zwingt die Redaktion zu noch größerer Sorgfalt bei der Berichterstattung und der Aufbereitung der Inhalte. Sie muss Missverständnisse ausschließen, darf nicht zweideutig sein, muss Aufmerksamkeit wecken, ohne „reißerisch“ zu sein, und komplexe Zusammenhänge in aller Kürze auf den Punkt bringen. Hörer/innen, die keine ausführlichen Nachrichten schätzen, sollen dennoch über das Tagesgeschehen so weit informiert werden, dass sie am demokratischen Diskurs teilnehmen können. Hier erfüllt Ö3 eine besondere Aufgabe. Es werden nicht Inhalte für ein zu 100 % interessiertes Publikum aufbereitet, sondern Inhalte für ein nur teilweise an Inhalten interessiertes Publikum, dessen Interesse erst durch aufwendige Programmgestaltung, die außerhalb reiner Informationssendungen wie Nachrichten auch unterhaltende Elemente nicht ausschließt, geweckt werden soll. Die Kürze als wesentliches Qualitätskriterium darf nicht dazu verleiten, komplexe Zusammenhänge so zu vereinfachen, dass eine differenzierte Sicht auf die gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen verloren geht. Da dies nicht immer innerhalb eines einzelnen Beitrages gelingen kann, muss gerade das „Alltagsradio“ in seiner Gesamtheit beurteilt werden. Aufgabe der Programmgestaltung ist es daher, die Hörer/innen stets darauf aufmerksam zu machen, wenn zum gleichen Thema an anderer Stelle im Programm berichtet wird. Die Berichterstattung im „Alltagsradio“ wird also auf ein Thema stets an mehreren Programmfugen eingehen, um trotz der gebotenen Kürze möglichst viele Aspekte darzustellen. Querverweise sind daher fixer Bestandteil des Programms. Viele tages- und wochenaktuelle Themen werden die Hörer/innen über den gesamten Sendetag innerhalb der Nachrichten und auch in der Programmfläche begleiten.

1.3. FM4

FM4 steht für kritischen Journalismus, Toleranz und Ausgewogenheit, bietet Rüstzeug zur Erweiterung medialer und gesellschaftlicher Kompetenz in Form einer Mischung aus fremdsprachigen News & Reportagen, intensivem Eintauchen in die Jugendkultur, hoher Kompetenz für avancierte Popmusik und einem reflektierten Blick auf die Gegenwartskultur. FM4 fördert den Gedanken der Inklusion auch durch Ermunterung der Hörer/innen zur Partizipation.

FM4 versteht sich dabei nicht nur als journalistischer Begleiter, sondern auch als Plattform, die insbesondere jungen Menschen und ihren Aktivitäten Stimme verleiht. FM4 ist ein Ort, wo vieles, was sonst keinen Platz hat, ein Zuhause findet. FM4 ist die Kosmopolitin unter den Radiosendern, insbesondere für junge Menschen Fenster zur Welt und Kompass, was musikalische Trends und Themen betrifft. FM4 versteht sich als Jugendkultursender, der nicht zuletzt lebendige Alternativ-Kultur mitermöglicht.

1.4. Regionalradios

Die ORF-Regionalradios sind sich ihrer Aufgabe, in einem ihren Hörerinnen und Hörern zumeist vertrauten, weil nahen Gebiet für ein Programm aus Information, Kultur, Sport

und Unterhaltung zu sorgen, bewusst. Diese Nähe und Vertrautheit erfordert einerseits besondere journalistische Sachlichkeit, andererseits Achtsamkeit in Bezug auf die Verführbarkeit durch Nähe: Allfällige persönliche Betroffenheit und Kenntnis der Umstände darf nicht zu einer Subjektivierung von Sachverhalten führen, vielmehr ist auf Ausgewogenheit und Stimmigkeit der gebotenen Inhalte zu achten. Hörer/innen müssen sich auf die inhaltliche Richtigkeit des Gebotenen verlassen können, wobei inhaltlich über das, was unmittelbar bzw. ausschließlich von regionalem Interesse ist, hinausgegangen werden soll. Es geht darum, gegebenenfalls auch bei relevanten nationalen oder internationalen Geschehnissen regionale Bezüge zu berichten bzw. allfällige Auswirkungen auf das unmittelbare Lebensumfeld darzustellen.

2. Verantwortung und Kultur

Alle Sendungen des Österreichischen Rundfunks müssen im Hinblick auf ihre Aufmachung und ihren Inhalt die Menschenwürde und die Grundrechte anderer achten. Das Gesamtangebot hat sich um Qualität, Integration, Gleichberechtigung und Verständigung zu bemühen. Umfassende Information soll zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung im Dienste der mündigen Bürger/innen und damit zum demokratischen Diskurs der Allgemeinheit beitragen. Auf den Schutz des höchstpersönlichen Lebensbereichs ist zu achten, das gilt besonders für Opfer von Unterdrückung, Gewalt, Unfällen etc. Das Gebot zur Achtung des Lebens schließt auch den Umgang mit Selbstmord ein. Werbende Effekte für den Suizid oder die Selbstbeschädigung bzw. Selbstgefährdung sind zu unterlassen. Die Sendungen dürfen nicht zu Hass aufgrund von Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion, Nationalität, politischer Gesinnung oder sexueller Orientierung aufreizen. Das gilt auch für ethnische, kulturelle und soziale Zugehörigkeit, Krankheit und dergleichen. Vielmehr haben sie zum Abbau von Vorurteilen beizutragen. Niveaulosigkeit, Unhöflichkeit, Schimpfwörter und rhetorische Gewalt, insbesondere die Verächtlichmachung des anderen, sind grundsätzlich keine Stilmittel der Programme des ORF. Respektvoller Umgang ist auch grundlegende Maxime von Unterhaltung mit Haltung. Dies bedeutet: ein vielfältiges Angebot für alle und Qualitätsstandards, die Ansprüche und Niveaugrenzen beachten. Dabei soll der Unterhaltungsaspekt nicht kommerziellen Interessen Vorschub leisten; vielmehr soll er als Anregung verstanden werden, auch anspruchsvolle Inhalte massenattraktiv zu machen und publikumswirksame Angebote mit Anspruch zu versehen.

Im Sinn des „Rundfunks der Gesellschaft“ ist es auch, Programminhalte für Kinder und Jugendliche geeignet aufzubereiten und anzubieten; in jedem Fall ist auf die Rezeptionsmöglichkeit der verschiedenen Publikumsgruppen auf Grund diverser Umstände, z. B. ihres Arbeits- und Lebensrhythmus, ihres Bildungsniveaus etc. Bedacht zu nehmen. Verantwortung übernimmt und fördert der ORF so im Sinn einer bewussten Gemeinwohlorientierung.

Senderspezifische Ergänzungen

2.1. Ö1

Respektvoller Umgang mit den Akteurinnen und Akteuren, die in Ö1 zu Wort kommen, ist oberstes Ziel bei der Entstehung von Ö1-Sendungen. Ö1 lässt niemanden zu Wort kommen, um ihn/sie bloßzustellen. Wenn jemand sein Wissen, seine Fachkompetenz, seine Meinung mit dem Publikum teilt, dann, weil es relevant ist und Gewicht hat. Ö1 ordnet niemanden einer bestimmten Gruppe zu, um ihn/sie unterschwellig in einen Kontext zu bestehenden Vorurteilen zu bringen. Vielmehr gilt es, bestehende Vorurteile laufend zu hinterfragen und dadurch zu einer Entwicklung der Gesellschaft in Richtung vom mehr Toleranz und Akzeptanz unterschiedlicher Meinungen und Lebensweisen beizutragen.

Ö1 ist dem Grundwert der Aufklärung verpflichtet: Demokratie setzt Mündigkeit voraus, und Mündigkeit kann nur durch Information gewährleistet werden. Eine wesentliche Frage, mit der sich alle Medien – und damit auch Ö1 – auseinanderzusetzen haben, betrifft in diesem Kontext die Darstellung von Politik. Politikfeindlichkeit ist die schlechteste Voraussetzung im Sinne einer anzustrebenden demokratischen Mündigkeit. Der Darstellung von Politik als potenziell fragwürdige Veranstaltung, getrieben von Konflikten, Kämpfen, Vorwürfen und Zerwürfnissen, steht mitunter verantwortungsvolle Medienarbeit entgegen. Das heißt für Ö1, Politik als gesellschaftliches Feld zunehmend positiver zu präsentieren: Lösungen, Wettbewerb der Ideen und Konzepte anstelle von Streit, positive Unterstellungen anstelle negativer. Andererseits zeigt sich hier ein schwer aufzulösender Widerspruch: Gerade die auf Ö1 so intensiv gepflegt Langform lebt in erster Linie vom Konflikt, vom Drama im aristotelischen Sinn. Denn nur der Konflikt verspricht und garantiert dramaturgische Spannung. Verantwortung im Sinne von Ö1 bedeutet unter anderem, diesem Konflikt nicht auszuweichen, sondern bewusst und reflektiert damit umzugehen.

2.2. Ö3

Ö3 nimmt auf die Rezeptionsmöglichkeit der verschiedenen Publikumsgruppen aufgrund diverser Umstände, z. B. ihres Arbeits- und Lebensrhythmus, ihres Bildungsniveaus etc., in besonders hohem Ausmaß Bedacht, ist förmlich ein „Werkzeug“ zur Alltagsbewältigung. Besonders am Morgen sind verlässliche Informationen für den bevorstehenden Tag, insbesondere verlässliche Wetter- und Verkehrsinformation, geboten. Daher kommt der Morgensendung eine besondere Bedeutung zu.

Ö3 unterstützt mit seinen Programmen und Initiativen die proaktive Teilnahme (etwa in Vereinen, bei ehrenamtlichem Engagement etc.) am gesellschaftlichen Leben, etwa im Hinblick auf ehrenamtlicher Verkehrsmeldungen („Ö3ver“) oder Mitwirkung in Krisensituationen (etwa als Mitglied im „Team Österreich“).

Radio ist als Tagesbegleiter nicht nur Informations- und Unterhaltungsmedium, sondern in hohem Maße „Mood-Medium“ (Stimmungsmedium). Die Musik und die freundlichen Moderatorinnen und Moderatoren tragen dazu bei, die Stimmung der Hörer/innen zu heben. Verantwortung geht aber für Ö3 selbstverständlich über das Heben von Stimmung hinaus: Thematisch soll immer wieder, nicht zuletzt durch Zusammenwirken etwa im Bereich des Humanitarian Broadcasting, auf jene eingegangen werden, die im Schatten der Gesellschaft leben, und letztlich Verständnis für eine inklusive Gesellschaft, für mehr Toleranz und ein respektvolles Miteinander geschaffen werden. Dem stehen auch Unterhaltungsformen, die aufgrund ihrer humoristischen Natur mitunter zuspitzen (müssen), nicht entgegen: Unterhaltung auf Ö3 soll zum Miteinander-Unterhalten-(Werden) einladen, nicht zum Verhöhnern. Ö3 ist von seinem Grundverständnis stets an neuen Entwicklungen und Trends interessiert, die aus zahlreichen Blickwinkeln betrachtet werden.

2.3. FM4

FM4 ist das junge alternative Kulturradio des ORF. Die FM4-Kernzielgruppe sind junge Menschen, die nicht nur in ihrem Denken, sondern auch in ihren Aktionen mobil sind. Sie setzen sich gerne und speziell mit Neuem, Innovativem, Riskantem und somit den gerade gängigen Standards widersprechenden Alternativen auseinander. Diversität als Alternative zum Mainstream ist die wesentliche Vorgabe und Entscheidungsgrundlage für Musikauswahl, Einsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unterschiedlicher Herkunft und regelmäßige Programmschwerpunkte. Öffentlich-rechtlicher Kernauftrag ist die Vermittlung und Förderung von Kunst und Kultur, vor allem die Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Protagonistinnen und Protagonisten. FM4 versteht sich als wichtige Anlaufstelle und Plattform heimischer Musikschafter.

FM4 versteht sich als eine popkulturelle Ideenwerkstatt, ein Ort, in dem sich junge Menschen über verschiedenste subkulturelle Herangehensweisen und Bewegungen informieren können. Ein zentraler Fokuspunkt des jungen gesellschaftlichen Diskurses, in dem ein Zuhause für Menschen, Ideen und kreative und ungewöhnliche Konzepte geschaffen wird. Ein Zuhause, das von wechselseitigem Respekt und Toleranz getragen wird. FM4 versteht sich ausdrücklich als inklusiv, nicht als das andere, das Fremde ausschließend.

2.4. Regionalradios

Verantwortung für die ORF-Regionalradios zeigt sich nicht nur im Umstand, dass sie etwa im Fall von Ausnahmen (Katastrophen, Nöte, ...) unmittelbar informieren und so gegebenenfalls Hilfe leisten, sondern dass sie auch im Alltag auf die Unterschiedlichkeit der Menschen in der Region und ihrer Bedürfnisse respektvoll eingehen. Die Regionalradios verstehen sich als öffentliche Diskursplattform, die unterschiedliche Ansichten zu gesellschaftspolitischen Themen zu Gehör bringen.

3. Vielfalt

Vielfalt betrifft sowohl die Umfänglichkeit des Programms – etwa auch im Hinblick auf musikalische Diversität und Vorlieben – als auch die Berücksichtigung der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen. Gesellschaftspolitisch relevante Themen sind in einer möglichst großen Breite und Vielfalt so anzubieten, dass diese von einem möglichst zahlreichen Publikum, jedenfalls aber von der jeweiligen Zielgruppe, angenommen werden: Der Kulturauftrag verbindet Mehrheiten und Minderheiten; die ORF-Berichterstattung bietet Orientierungshilfe in der Flut an Nachrichten in einer zunehmend unübersichtlichen Welt. Dabei ist dem ORF Bürgernähe wichtig, indem er Menschen eine öffentliche Plattform bietet, nahe an den Interessen, den Anliegen und Sorgen der Bürger/innen. Die Integrationsfunktion des ORF soll Menschen, so unterschiedlich sie auch sind, miteinander verbinden. Auch die vielfältige Vermittlung von Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe ist im Rahmen des „Bildungsauftrags“ eine Aufgabe, die der ORF gegenüber dem Publikum wahrzunehmen hat; die Erfüllung dieser Aufgabe hat im Gesamtprogramm zu erfolgen und ist nicht an bestimmte Sendungs- und Gestaltungsformen gebunden. Diese Vermittlungsleistung bezieht sich etwa sowohl auf gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse als auch auf neue wissenschaftliche Thesen. Erkenntnisse und Entwicklungen soll der ORF möglichst in einer breit gestreuten Palette von Sendungen und Angeboten dem Publikum näher bringen. In den Programmen sollen gemäß dem Prinzip der Nachhaltigkeit dauerhaft verträgliche, nicht nur den momentanen Bedürfnissen der Gesellschaft verpflichtete, sondern auch die Interessen künftiger Generationen berücksichtigende Lebens- und Verhaltensweisen als Leitmotiv für die Suche nach Lösungsansätzen besondere Berücksichtigung finden.

Grundsätzlich gilt auch in humoristischen Formaten das Gebot der Darstellung und Widerspiegelung von Diversität, die jedoch nicht auf vorführende, entlarvende oder bloßstellende Weise geschehen darf. Auch wenn das Anarchische in der Natur des Witzes liegt, sollen keinerlei Exklusionsmechanismen (re)produziert werden. Die Förderung von klischeehaften Vorstellungen auf implizite oder explizite Weise widerspricht jedenfalls dem Anspruch an hochwertige Unterhaltung.

Insgesamt stellt der ORF bei der Schaffung und Auswahl seiner Angebote die gesellschaftliche, regionale, ethnische, religiöse und kulturelle Vielfalt in allen Dimensionen in bester Qualität dar. Die Ergänzung des Objektivitäts- durch das Pluralitätsgebot soll verhindern, dass Analysen isoliert für sich bleiben und sich nicht mit anderen maßgeblichen Meinungen auseinandersetzen. Auch bei der Wiedergabe und Vermittlung von für die Allgemeinheit wesentlichen Kommentaren, Standpunkten und kritischen Stellungnahmen ist die Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen in ihrer Gesamtheit angemessen zu berücksichtigen. Das ORF-Programm stellt demokratische Meinungsvielfalt sicher und beachtet die unterschiedlichen Interessen des Publikums und der Gesellschaft. Das ORF-Programm verbindet alle, Mehrheiten und Minderheiten.

Senderspezifische Ergänzungen

3.1. Ö1

Das Programm von Ö1 ist angewandte, gelebte und praktizierte Vielfalt. Ö1 ist nicht nur der klassischen Musik und der Hochkultur verpflichtet, zur musikalischen Vielfalt zählt u. a. auch Jazz-, Volks- und Weltmusik oder die Auseinandersetzung mit aktueller, qualitativ anspruchsvoller Popmusik. Das Vielfaltsgebot gilt auch und insbesondere für die aktuelle Kulturberichterstattung: Ö1 pflegt einen sehr weiten und offenen Kulturbegriff. Kultur wird als die Summe der Lebensäußerungen aller Menschen verstanden. Dieser Anspruch beinhaltet Vielfalt und Vielfältigkeit. Berührungsängste auch zu entlegeneren Bereichen gibt es keine. Vielfalt bezieht sich aber nicht nur auf Inhalte und auf Themen, sondern auch auf die Vielfalt der Formen und Formate. Vom Kurzbericht bis zur elaborierten Dokumentation, von Live-Sendungen bis zum Hörspiel: Ö1 ist von der Überzeugung getragen, dass nicht nur die inhaltliche, sondern auch eine umfassende formale Vielfalt der Differenziertheit und Komplexität der Welt entsprechen kann.

3.2. Ö3

Das Programm von Ö3 versteht sich als vielfältig in Bezug auf Formate und Genres; die Formate (etwa: Interviews, Nachrichtenbeiträge, humoristische Arabesken, ...) werden dabei als passende Formen für die Darbietung von relevantem Inhalt (etwa: Politik, Wirtschaft, Chronik, Sport, Kultur ...) verstanden und sollen insgesamt ein akustisches Bild der Vielfalt erzeugen. Das Bemühen um Diversität von Protagonistinnen und Protagonisten zählt ebenso zum Qualitätsverständnis wie die professionelle Gestaltung der Inhalte.

3.3. FM4

FM4 bietet neben avancierter Comedy, gewagtem Talk-Radio und stündlichem englischen News-Service unter anderem auch umfassende Jugendkultur-Berichterstattung und sieht ausführliche Präsentation vielfältiger musikalischer Genres als wesentliche Aufgabe. Vielfalt zeigt sich aber nicht nur im musikalischen Anspruch: Nicht nur die Diversität der externen Akteurinnen und Akteure (etwa: Interviewpartner/innen, Fachleute, ...), sondern auch die der Medienmacher/innen wird als Merkmal verstanden, das Qualität ermöglicht. Ein besonderer Fokus wird auf Partizipationsprojekte (=Stärkung der Rückkanäle) gelegt, die Communitys mit den Sendern verbinden. Beispielsweise mit seinen zahlreichen Call-in-Sendungen kommuniziert FM4 mit seinen Hörerinnen und Hörern über gesellschaftspolitische Themen und bietet damit auch eine Plattform für unterschiedlichste Meinungen und Erfahrungen.

3.4. Regionalradios

Regionale Vielfalt zeichnet sich nicht nur thematisch oder auf Formatebene aus, vielmehr ist es besonders wichtig, die Vielfalt der Menschen, die in einer Region leben, auch hörbar zu machen. Dies umfasst gegebenenfalls ausdrücklich auch Mitglieder autochthoner Volksgruppen. Vielfalt zeichnet sich jedenfalls durch das Toleranzgebot aus, das nicht als stille Duldung, sondern vielmehr als Respekt und als on air gelebte Inklusion verstanden wird.

4. Wertschöpfung

Die Förderung österreichischer Kultur und Kreativität, aber auch jene des Diskurses zu österreichischer Identität bringt Wertschöpfung, beispielsweise durch die laufende Unterstützung bereits etablierter Akteurinnen und Akteure der Kreativwirtschaft (z. B. Autor/innen, Musiker/innen und Schauspieler/innen) sowie durch die Suche nach Nachwuchstalenten. Gerade Unterhaltung kann als Plattform für Begabungen jeder Alters-, Herkunfts- oder Geschlechtergruppe fungieren und solcherart zur Förderung von Kreativität und Kunst beitragen. Wertschöpfung wird nicht notwendig als monetär verstanden, vielmehr ist „intellektuelle Wertschöpfung“ Anliegen. Dies bedeutet die aktive Implementierung eines breiten Begriffs von Medien und Kultur sowie nicht nur die Eliten oder die Interessen der werbewirtschaftsrelevanten Zielgruppen anzusprechen, sondern die Bedürfnisse der gesamten Gesellschaft im Blick zu haben. Intellektuelle Wertschöpfung kann am besten realisiert werden, wenn ORF-Programme Alltagskulturen ebenso thematisieren wie Hochkulturen und Inhalte produzieren bzw. senden, die von einer Vielzahl von Urheberinnen und Urhebern stammen und möglichst viele Bereiche der „populären“ und „elitären“ Kulturen in möglichst verschiedenen Vermittlungsformaten präsentieren.

Als Auftraggeber und mitunter Erstveröffentlicher künstlerischer Werke soll der ORF einen Beitrag zum Kultur- und Wissenschaftsgeschehen leisten. So soll sich etwa die Vermittlung von Kunst, Kultur und Wissenschaft sowohl auf tradierte Kunstformen und gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse als auch auf aktuelle künstlerische Ausformungen und neue wissenschaftliche Thesen beziehen, bei der Vermittlung aktueller künstlerischer Inhalte eine Verständnishilfe für das Publikum bieten und zur Nutzung von Angeboten Kulturschaffender und kultureller Institutionen ermuntern.

Senderspezifische Ergänzungen

4.1. Ö1

Ö1 ist nicht nur ein Sender, der Ereignisse und Phänomene wiedergibt, zusammenfasst und reflektiert, Ö1 ist darüber hinaus auch Kultur- und Wissensproduzent: Dies kann etwa geschehen, indem Ö1 Texte österreichischer Autorinnen und Autoren publiziert, Hörspiele in Auftrag gibt, Schauspieler/innen beschäftigt, Essayistinnen, Essayisten

und Rezensentinnen und Rezensenten zu Wort kommen lässt oder Kooperationen mit Institutionen aus Wissenschaft und Kultur eingeht. Dazu kommen Kompositionsaufträge, Konzertmitschnitte sowie die (Mit-)Organisation von Wettbewerben. Ö1 ist vor allem in den Bereichen Literatur, Hörspiel, Musik und Wissenschaft weit mehr als ein wiedergebendes Medium. Ö1 ist wesentlicher Teil der kulturell-wissenschaftlichen Öffentlichkeit; ein Player, der vor allem durch die Beschäftigung von Künstlerinnen und Künstlern und die Veröffentlichung von Texten und von zeitgenössischer Musik für die Kulturschaffenden Österreichs eine Verdienst- und Einkommensquelle darstellt.

4.2. Ö3

Wertschöpfung ist für Ö3 mehr als ein monetärer Begriff: Vielmehr geht es darum, ein akustisches Umfeld für ein Massenpublikum zu schaffen, durch das dieses Anregungen findet, die sich etwa durch die Begrenztheit („Filter-Bubble“) der „social media“ nicht ergeben würden. Auf musikalisch-kultureller Ebene geht es etwa nicht nur um Förderung österreichischer Musik, vielmehr sollen internationale Top-Acts geboten werden. Ö3 bekennt sich in diesem Sinn zu einem umfassenden Kulturbegriff, der nicht an regionalen oder nationalen Grenzen Halt macht. Um ein disperses Massenpublikum zur Auseinandersetzung mit Neuem anzuregen, bedient sich Ö3 einer Formenvielfalt: Nicht nur informierende, auch unterhaltsame Programmelemente sind dazu geeignet, u. a. gesellschaftliche Phänomene akustisch aufzuarbeiten. Dies betrifft nicht zuletzt die Auseinandersetzung mit österreichischer Identität.

4.3. FM4

FM4 versteht sich auch als Plattform für Austausch von Ideen und kulturellen Hervorbringungen und will so nicht nur ökonomische, sondern auch geistige Wertschöpfung ermöglichen. Der musikalische Ausdruck von FM4 ist heterogen, versteht sich als national wie international inklusiv und fasst Zeitgenössisches wie tradierten Mainstream mit progressivem Charakter zu einer Musikfarbe zusammen. FM4-Musik ist nicht als Genre-Bezeichnung zu verstehen. Unter diesen Begriff fallen vielmehr Produkte aus so unterschiedlichen Bereichen wie Rock, Indiepop, Metal, Electronic, Soul oder Britpop genauso wie Hip-Hop, House, Drum 'n' Bass, Dub oder Reggae. Die Förderung künstlerischen Schaffens geht dabei über reines „Airplay“ hinaus: FM4 regt auch durch andere Maßnahmen, etwa Veranstaltungen, zu Kreativproduktion an.

4.4. Regionalradios

ORF-Regionalradios regen auf vielfältige Weise zu kultureller und ökonomischer Wertschöpfung an: Sie verstehen sich als kultureller wie informierender Knotenpunkt der Region, nicht nur, indem sie berichten, sondern indem sie z. B. durch (Mitwirkung an) Veranstaltungen zu Dialog und Diskurs anregen. Die Regionalradios verstehen sich dabei als kritisch-deliberativ und wollen bürgerschaftlichen Foren und Initiativen

gegenüber ausdrücklich inklusiv wirken. Regionalradios stärken auch den Gedanken der Teilhabe am regionalen Geschehen, etwa, indem sie auf Möglichkeiten bürgerlicher Mitwirkung hinweisen oder selbst entsprechende Gelegenheiten schaffen. Diese Maßnahmen sollen letztlich auch auf die (Weiter-)Entwicklung regionaler Identität im Sinn einer offenen, von Respekt getragenen Teilöffentlichkeit hinwirken.

5. Internationaler Wert & Föderalismus

ORF-Programme sollen insgesamt österreichische, europäische und internationale Produktionen bieten und dabei das relevante regionale, nationale, europäische und internationale Geschehen abbilden und reflektieren. Dabei ist jedenfalls (nicht zuletzt in der Befassung mit Sport) chauvinistischen und anbiedernden Tendenzen entgegenzuwirken, vielmehr ist kritische journalistische Distanz geboten. Dem Umstand, dass z. B. Sport als völkerverbindendes Vergnügen Toleranz und (europäische wie internationale) Integration stärken kann, ist durch Sachlichkeit in Bericht, Übertragung, Kommentar, Analyse und Moderation Rechnung zu tragen. Die Programme des ORF leisten insgesamt einen unverzichtbaren Beitrag zur Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration. Österreichische (nationale wie regionale) Identität kann nur durch den sie begründenden Dialog stets aufs Neue (re)konstruiert werden. In den Programmen sind daher regional, aber auch national die Interessen der Länder sowie die Förderung der regionalen Identitäten der Bundesländer von Relevanz. Insbesondere in diesem Kontext ist auch auf die Wahrnehmung autochthoner Volksgruppen in angemessener Weise Bedacht zu nehmen. Die ORF-Programme erfüllen aber auch die Funktion, Fenster zur Welt zu sein, d. h. Außerösterreichisches im Inland und Österreichisches im Ausland bekannt und wahrnehmbar zu machen. Der ORF fungiert darüber hinaus als elektronisches Gedächtnis Österreichs, als eine öffentliche Mediathek des Wissens: Mit Hilfe seiner Archive kann er Inhalte kontextuell aufgearbeitet allen zugänglich machen.

Senderspezifische Ergänzungen

5.1. Ö1

Ö1 sieht seine primäre Aufgabe nicht unbedingt darin, die „österreichische Identität“ als etwas „Statisches“ zu wahren und zu befördern. Die programmatische Aufgabe eines Kultur- und Informationssenders muss es vielmehr sein, Österreich im Kontext europäischer, internationaler und globaler Entwicklungen zu sehen – und Identität eben als etwas sich stets Wandelndes, das keine nationalen oder geografischen Grenzen kennt, zu begreifen und in diesem Sinne auch hörbar zu machen, zu reflektieren und zur Reflexion anzuregen. Dies kann auch im Spiegel der Vergangenheit geschehen: Absolut zentral für das öffentlich-rechtliche Selbstverständnis von Ö1 ist die Zurverfügungstellung des in den Ö1-Archiven gelagerten Wissens. Im Idealfall bilden die Bestände von Ö1 eine Art „akustische Nationalbibliothek“.

5.2. Ö3

Ö3 als nationaler Sender kann die regionalen Identitäten naturgemäß nicht im gleichen Ausmaß bedienen wie die ORF-Regionalradios, die ihr Programm für das jeweilige Bundesland gestalten. Ö3 ist es dennoch ein großes Anliegen, alle Bundesländer gleichermaßen im Programm hörbar zu machen („Neun Länder, ein Sender“). Dies geschieht nicht nur in Form von Berichten über lokale (z. B. chronikale) Ereignisse von nationalem Interesse, sondern etwa, indem regionale Idiome und Dialekte auch in Berichten aus nationalem Geschehen hörbar gemacht werden – beispielsweise durch die Auswahl von Akteurinnen und Akteure wie Interviewpartner/innen oder Anrufer/innen aus unterschiedlichen Bundesländern. Unabhängig davon ist insbesondere Ö3 dazu verpflichtet, seiner Funktion als „Fenster zur Welt“ nachzukommen, indem es beispielsweise auf musikalischer Ebene in erster Linie internationale Musik spielt, im Bereich „Sport“ nationale und internationale (Groß-) Ereignisse fokussiert und/oder in den informierenden Beiträgen das Weltgeschehen, etwa auch durch Einsatz von ORF-Korrespondentinnen und -Korrespondenten, hörbar macht.

5.3. FM4

FM4 liefert auf all seinen Ausspielwegen Trends aus allen wichtigen Metropolen der Welt. Die verschiedenen Richtungen alternativer Musik stehen dabei im Mittelpunkt. Im weiteren Verständnis berichtet FM4 aber auch über Mode und Design, Lifestyle und Szene-News. Der Sender richtet sich an ein aufgeschlossenes Publikum, das sich aktiv vor allem mit den kulturellen und technologischen Aspekten des jungen, urbanen Lebens auseinandersetzt. Die FM4-Website basiert auf dem Autoren-/Autorinnenprinzip: einzelne, ausgewählte Personen schreiben kolumnenhafte Weblogs für FM4. Viele der Autorinnen und Autoren leben und arbeiten im Ausland, ihre Artikel kommen direkt aus der jeweiligen Szene, in der die Autorinnen und Autoren verankert sind, und vermitteln Trends und Strömungen aus New York City, London oder Berlin quasi in Echtzeit. Jugendkulturen hören nicht bei Musik-Genres auf, sondern gehen weit über durch Bekleidungs-Codes kenntliche Gruppen hinaus: Es sind ebenso Communities mit gemeinsamen Interessen und Aktivitäten, egal ob sie sich um Abgrenzung oder Durchlässigkeit bemühen, egal ob sie sich über Musik, Games, Sport oder Politik definieren. FM4 ist draußen, sucht Kontakt auf Augenhöhe, präsentiert die Lebensrealität der Hörer/innenschaft, agiert Community-stiftend und ist ein zentraler Verbinder der vielfältigen Szenen und Subkulturen des Landes. Bei wichtigen Außen-Events (z. B. Ars Electronica in Linz, Donauinselfest in Wien, FM4 Frequency Festival in St. Pölten, Elevate in Graz) kommt das FM4-Programm live und direkt von Ort und Stelle des Geschehens.

5.4. Regionalradios

Im Gegensatz zu den national ausgerichteten Programmen des ORF liegt der Schwerpunkt der Regionalradios eben auf dem regionalen Geschehen: Dies umfasst etwa die Wahrnehmung regionaler Ereignisse in den Bereichen Sport, Kultur, Unterhaltung oder Gesellschaftspolitik und schließt nationales oder internationales Geschehen nicht aus: die Priorisierung erfolgt zugunsten des Regionalen, Überregionales soll nicht zuletzt in seinen Bezügen auf Regionales aufgearbeitet werden. Im Hinblick auf Identität ist nicht zuletzt auf die Bedeutung der Sprache und ihrer Vielfalt, etwa durch das Vorkommen lokaler Idiome, Dialekte und Jargons, zu achten. Insbesondere auch die Regionalradios verstehen Föderalismus als lebendig und in diesem Sinn vielfältig, nicht statisch, und bemühen sich so um Akteur-/Akteurinnenvielfalt aus der in der Region lebenden Bevölkerung.

6. Kompetenz

Grundsätzlich gilt: Bei eigenen Sendungen und eigenen Beiträgen wird der Name des Verfassers bzw. der Verfasserin genannt. Bei Nachrichtensendungen wird der Name des verantwortlichen Redakteurs / der verantwortlichen Redakteurin genannt. Bei User-Generated-Content ist erhöhte Sorgfaltspflicht notwendig. Bei diesem zugesandten oder elektronisch übermittelten Zuschauer/innenmaterial muss die Quelle respektive der Absender / die Absenderin der Bilder wenn möglich in einer persönlichen Kontaktaufnahme überprüft werden. Die Deklaration als User-Generated-Content enthebt nicht von journalistischen Sorgfaltspflichten. D. h. soweit möglich, ist auch der zu Gehör gebrachte Sachverhalt zu überprüfen.

Transparenz und Nachvollziehbarkeit seiner Unternehmungen ist ebenso Anspruch des ORF wie die stete Steigerung der Kompetenz seiner Mitarbeiter/innen. Nur durch Qualitätssicherung kann letztlich umgesetzt werden, was das Publikum verlangt: die Fähigkeit zur medialen Innovation. Vor allem für die programmgestaltenden Mitarbeiter/innen gilt es, immer wieder neue, entsprechende, attraktive Sendungen und Formate zu entwickeln. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Qualität Zeit braucht: Auch Zeit, um vom Publikum akzeptiert zu werden. Jedenfalls ist wichtig, ein anspruchsvolles und kompetentes crossmediales Programmangebot zu liefern.

Bei der Umsetzung in der Programmarbeit ist ein handwerklich hohes Niveau anzustreben. Bei Prüfung und Auswahl zu behandelnder Themen und der Art ihrer Kommunikation ist auf Verständlichkeit zu achten. Die Sprache hat auf akustische Verständlichkeit, grammatische und phonetische Richtigkeit und die allgemein anerkannten (ggf.: österreichischen) Sprachgewohnheiten zu achten; regionales Idiom ist in passendem Kontext eine Möglichkeit, die Authentizität des Geschehens zu unterstreichen. Zu den programmlichen Qualitätskriterien zählt auch Gendergerechtigkeit. Das Gesamtangebot bemüht sich um Gleichberechtigung. Es gehört zum Arbeitsverständnis der Redaktionen, klischeehafte Darstellung zu

vermeiden. Besonders wichtig ist, alle Geschlechter sowohl als Protagonistinnen, Protagonisten als auch als Interviewpartner/innen und Expertinnen und Experten zu zeigen. Darüber hinaus verpflichtet die Gleichstellung von Frauen und Männern zu einer geschlechtergerechten Sprache.

Senderspezifische Ergänzungen

6.1. Ö1

Ö1 fordert und fördert Kompetenz in seinen Fachredaktionen. Gefragt sind nicht alles können Medienarbeiter/innen, sondern Fachleute in allen relevanten Bereichen. Zum einen ist Fachwissen – egal, ob es sich um zeitgenössische Literatur, Alte Musik oder Nanotechnologie handelt – gefragt, zum anderen die Fähigkeit, die entsprechenden Inhalte Ö1-adäquat umsetzen zu können. Zur Kompetenz gehört es auch, die Diversität Österreichs zu beachten, insbesondere bei der Einladung von Expertinnen und Experten zu Interviews für die Sendungen. Geschlechtergerechte Sprache wird auf Ö1 verpflichtend praktiziert. Bei der Entwicklung neuer Sendereihen und Formate setzt Ö1 auf Kreativität und Kritikfähigkeit seiner Mitarbeiter/innen: Wer Qualität produzieren will, muss sie u. a. in täglicher Auseinandersetzung mit dem Publikum sichern. Besonderen Wert legt man bei Ö1 auf die Qualität des (ausgesprochenen) Wortes. Das betrifft nicht nur die Pflege der österreichischen Varietät der deutschen Sprache, sondern umfasst auch die korrekte Verwendung der Grammatik.

6.2. Ö3

Für Ö3 ist nicht nur die fachliche, sondern auch die kommunikative Kompetenz der Mitarbeiter/innen wichtig. Dies auch im Sinne des Plattformgedankens: Ö3 ermutigt Bürger/innen zum Kontakt und der Teilhabe an der Programmgestaltung, etwa durch sogenannten „User-Generated-Content“ oder auch in anderen Formen der täglichen Programmreflexion, etwa in Social Media. Dies ist mit der besonderen Verantwortung verbunden, einerseits Programmbeiträge wie die Äußerung von Meinungen respektvoll zu behandeln, andererseits dafür zu sorgen, dass diese Beiträge gültigen Regulativen entsprechen. Ö3 fühlt sich auch der Formatinnovation, dem Neuen verpflichtet, dies allerdings stets unter Berücksichtigung der Bedürfnisse seines Publikums.

6.3. FM4

FM4 steht für profunde und hintergründige Berichterstattung und ist Trendsetter im Alternativbereich. FM4 bespielt all seine Ausspielplattformen multimedial, und daher haben FM4 Mitarbeiter/innen bei der Umsetzung ihrer Programmarbeit ein handwerklich hohes Niveau im Hinblick auf Text, Ton, Bild und Bewegtbild. Dabei wird stets auf die akustische und sprachliche Verständlichkeit geachtet und darauf, wie das Publikum auf welchem Ausspielweg angesprochen werden muss. FM4 steht als Medium und Marke

für den regen Austausch mit der jüngeren Musik- und Kulturszene Österreichs und bestätigt damit seine Szene-Kompetenz.

6.4. Regionalradios

Die ORF-Regionalradios verstehen sich als föderale Medienkompetenzzentren: Auf Basis fachlicher Kompetenz ihrer Mitarbeiter/innen, die auch Wissen um regionale Gegebenheiten umschließt, ermöglichen sie im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten Partizipation der Menschen in der Region: Sei es durch (Mit-) Organisation von Veranstaltungen, Aufnahme von Hörer/innenwünschen oder dergleichen.

1 Methodische Vorgangsweise

Die vorliegende Studie beruht auf etablierten Prinzipien qualitativer Sozialforschung im Rahmen von Evaluationsstudien:

- Das dialogische Erhebungsverfahren (Fokusgruppe, teilstandardisierte Interviews) geht über das standardisierte Abfragen von Zufriedenheit hinaus.
- Befragte können daher ihre Einschätzungen und Bewertungen ausführlich beschreiben und begründen.
- Detaillierte Meinungen zu Stärken und Schwächen werden erhoben.
- Der Schwerpunkt liegt nicht auf statistisch repräsentativen Angaben zur Verteilung von Merkmalen in einer Grundgesamtheit, sondern auf der umfassenden Darstellung der Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsanforderungen des Publikums.

Die Datengrundlage der Studie sind 302 österreichweit durchgeführte telefonische Interviews auf der einen Seite, eine Fokusgruppen-Diskussion mit Nutzerinnen und Nutzern des ORF-Radioangebots auf der anderen. Die Erhebungsschritte fanden zwischen Oktober und November 2016 statt und folgten einem zweistufigen Evaluationsdesign, das hier kurz beschrieben wird.

1.1 Pilotierung mittels einer Fokusgruppe

Als erstes Modul und Vorstufe der österreichweit durchgeführten telefonischen Interviews wurde eine Fokusgruppe mit Nutzerinnen und Nutzern der ORF-Radioangebote durchgeführt.

Fokusgruppen sind moderierte Gruppendiskussionen zu einem Thema (Fokus), die explorativ Argumente und Einstellungen innerhalb der Bevölkerung erfassen, wobei im Unterschied zu Befragungen Argumente und Meinungen in ihrem natürlichen sozialen Kontext untersucht werden können.

Ziel dieses ersten Moduls war es, die Akzeptanz der im ORF-Qualitätsprofil definierten Qualitätsansprüche im Publikum zu ermitteln und darauf aufbauend eine empirisch fundierte Entwicklung des in den Interviews verwendeten Fragebogens zu ermöglichen.

In der Zusammensetzung der Gruppe wurde auf eine ausgewogene Verteilung von Nutzerinnen und Nutzern der unterschiedlichen ORF-Radiosender geachtet. Die Diskussion fand in Wien statt und dauerte rund eineinhalb Stunden; sie wurde digital aufgezeichnet, transkribiert und anschließend analysiert.

1.2 Telefonische Interviews (n=302)

Die österreichweite Befragung fand im Zeitraum vom 25. Oktober bis 22. November 2016 statt. Insgesamt wurden 302 Interviews durchgeführt. In den Interviews wurden sowohl offene als auch standardisierte Fragen gestellt.

Wie für qualitative Forschungen üblich, wurde im Vorhinein ein Stichprobenplan festgelegt. Dieser stellt sicher, dass mit den Daten die gesamte Spannweite interessierender Phänomene abgebildet werden kann. Entsprechend dem Ziel einer Evaluation des ORF-Qualitätsprofils Radio wurde folgende Quotenvorgabe für die Nutzung der ORF-Radioflotte angesetzt:

- Mindestens je 90 Nutzer/innen (zumindest „selten“) von Ö3 und ORF-Regionalradios
- Mindestens je 60 Nutzer/innen (zumindest „selten“) von Ö1 und FM4

Als Adressquelle für das Sampling wurden die Telefondaten der Herold Business Data AG verwendet. Daraus wurde per Zufallsauswahl eine Stichprobe mittels Multistage-Stratified-Clustered-Address-Random Verfahren gezogen. Die mehrfache Schichtung erfolgt nach Bundesland, politischen Bezirken und Ortsgröße.

Mittels soziodemografischer Quotierung stellt der Stichprobenplan zudem eine ausgewogene Zusammensetzung der Stichprobe sicher. Für die vorliegende Studie wurden folgende Merkmale vorgegeben: Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland. Die Quoten wurden so festgelegt, dass sie der Verteilung in der Wohnbevölkerung Österreichs (ab 15 Jahren) entsprechen. Eine Gewichtung der Daten wurde nicht vorgenommen.

Tabelle 1: Strukturmerkmale der Stichprobe

		Anzahl	Prozent
Geschlecht	männlich	144	48 %
	weiblich	158	52 %
Altersgruppen	Bis-29-Jährige	57	19 %
	30- bis 49-Jährige	92	30 %
	Ab-50-Jährige	153	51 %
Schulbildung	ohne Matura	206	68 %
	mit Matura	96	32 %
derzeitige Tätigkeit	berufstätig	167	55 %
	in Pension	105	35 %
	anderes	30	10 %
Bundesland	Wien	61	20 %
	Niederösterreich	58	19 %
	Burgenland	9	3 %
	Steiermark	43	14 %
	Kärnten	23	8 %
	Oberösterreich	52	17 %
	Salzburg	20	7 %
	Tirol	25	8 %
	Vorarlberg	11	4 %
Gesamt		302	100 %

1.3 Auswertung der Daten: Verbindung quantifizierender und qualitativer Methoden

Die 302 telefonischen Interviews verbanden offene Fragen zu individuellen Hörerfahrungen und Qualitätsansprüchen des Publikums auf der einen Seite mit der standardisierten Abfrage einzelner Items auf der anderen.

Neben dem Themeninteresse hinsichtlich der ORF-Radioprogramme wurden insbesondere die im ORF-Qualitätsprofil entlang der Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung, Verantwortung und Kultur, Vielfalt, Wertschöpfung, Internationaler Wert und Föderalismus sowie Kompetenz definierten Auftragswerte standardisiert abgefragt. Dazu wurde eine Fragenbatterie mit 25 Items entwickelt, die jeweils im SOLL (wie wichtig ist) und im IST (wie sehr erfüllt) sowie im Vergleich unterschiedlicher Radioanbieter abgefragt wurde.

Die Ergebnisse dieser standardisierten Abfrage werden in Kapitel 2 dargestellt. Da entsprechend des qualitativen Ansatzes eine Quotenstichprobe gezogen wurde, sind

statistische Angaben zur Schwankungsbreite der standardisiert erhobenen Daten nicht möglich. Für die Interpretation der Ergebnisse werden im Folgenden daher die Ergebnisse der standardisierten Abfrage jeweils mit den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse verglichen und auf Kohärenz und Plausibilität überprüft.

1.3.1 Inhaltsanalyse mittels MAXQDA

Der Schwerpunkt des Berichts in den Kapiteln 3 und 4 liegt auf einer umfassenden Darstellung der in den qualitativen Interviews sowie den Fokusgruppen thematisierten Wahrnehmungen, Bewertungen und Qualitätsansprüchen der Befragten.

Dazu wurden die qualitativen Daten mittels der Software MAXQDA systematisch entlang eines Codierschemas strukturiert und ausgewertet. Dieses Auswertungsverfahren folgt etablierten Ansätzen der qualitativen Textanalyse³ und erlaubt eine zusammenfassende und zugleich gegenstandsnahe Darstellung manifester Inhalte großer Textkorpora.

Im Rahmen dieses strukturierenden und zusammenfassenden Verfahrens wurde eine **Valenzanalyse** all jener Antworten auf offene Fragen vorgenommen, die eindeutig als negative oder positive Aussagen zur Erfüllung der Auftragswerte laut ORF-Qualitätsprofil codiert werden konnten. Während also Frequenzanalysen sich auf eine Auszählung von Worthäufigkeiten beschränken, erfassen Valenzanalysen, ob Inhalte (hier: die Erfüllung von Auftragswerten laut Qualitätsprofil) positiv, neutral oder negativ bewertet werden.

³ Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim; Kuckartz, Udo et al. (2008): Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis, 2. Aufl., Wiesbaden; Altheide, David (1996): Qualitative Media Analysis, Thousand Oaks.

2 Qualität aus Publikumssicht und Akzeptanz des ORF-Qualitätsprofils

Der ORF hat das Qualitätsprofil Radio nach folgenden Leistungskriterien gegliedert: **Vertrauen und Orientierung, Verantwortung und Kultur, Vielfalt, Wertschöpfung, Internationaler Wert und Föderalismus, Kompetenz**

Für die vorliegende Studie wurden die je Leistungskriterium definierten Auftragswerte als standardisierte Fragenbatterie operationalisiert. Es wurde jeweils nach der Wichtigkeit der Qualitätsdimensionen für das Publikum, nach deren Erfüllung durch die ORF-Angebote sowie nach der Qualitätswahrnehmung im Vergleich der unterschiedlichen Radioanbieter gefragt.

Ergänzend wurde je Leistungskriterium auch offen nach Stärken und Schwächen der ORF-Angebote gefragt.

2.1 Die Qualitätswahrnehmung des Publikums

2.1.1 Bewertung im Soll

Im Zuge der 302 telefonischen Interviews wurde den Befragten eine Liste mit 25 Eigenschaften entlang der Auftragswerte entsprechend ORF-Qualitätsprofil vorgelegt. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen diese Eigenschaften für die ORF-Radioangebote sind. Diese Bewertung wurde anhand einer 5-stufigen Skala (1 „sehr wichtig“ bis 5 „gar nicht wichtig“) vorgenommen.

Abbildung 1 zeigt die relative Wichtigkeit der einzelnen Qualitätsmerkmale für das Publikum im Überblick. **Demnach ist die Zustimmung zu den vorgelegten Begriffen durchwegs hoch:** Das am wenigsten wichtig eingeschätzte Item „bietet Tipps und Anregungen für den Alltag“ wird noch von rund zwei Drittel der Befragten (65 %) als (sehr) wichtig bewertet. Im Folgenden werden daher zu einer besseren Differenzierung die Bewertungen in der Top-Box „sehr wichtig“ verglichen.

Die höchsten Bewertungen im SOLL – mit über zwei Drittel Zustimmung in der Top-Box „sehr wichtig“ – erhielten die Items „aktuell“, „kompetente Moderatoren und Moderatorinnen“, „seriös“ sowie „respektvoll / führt die Menschen nicht vor“.

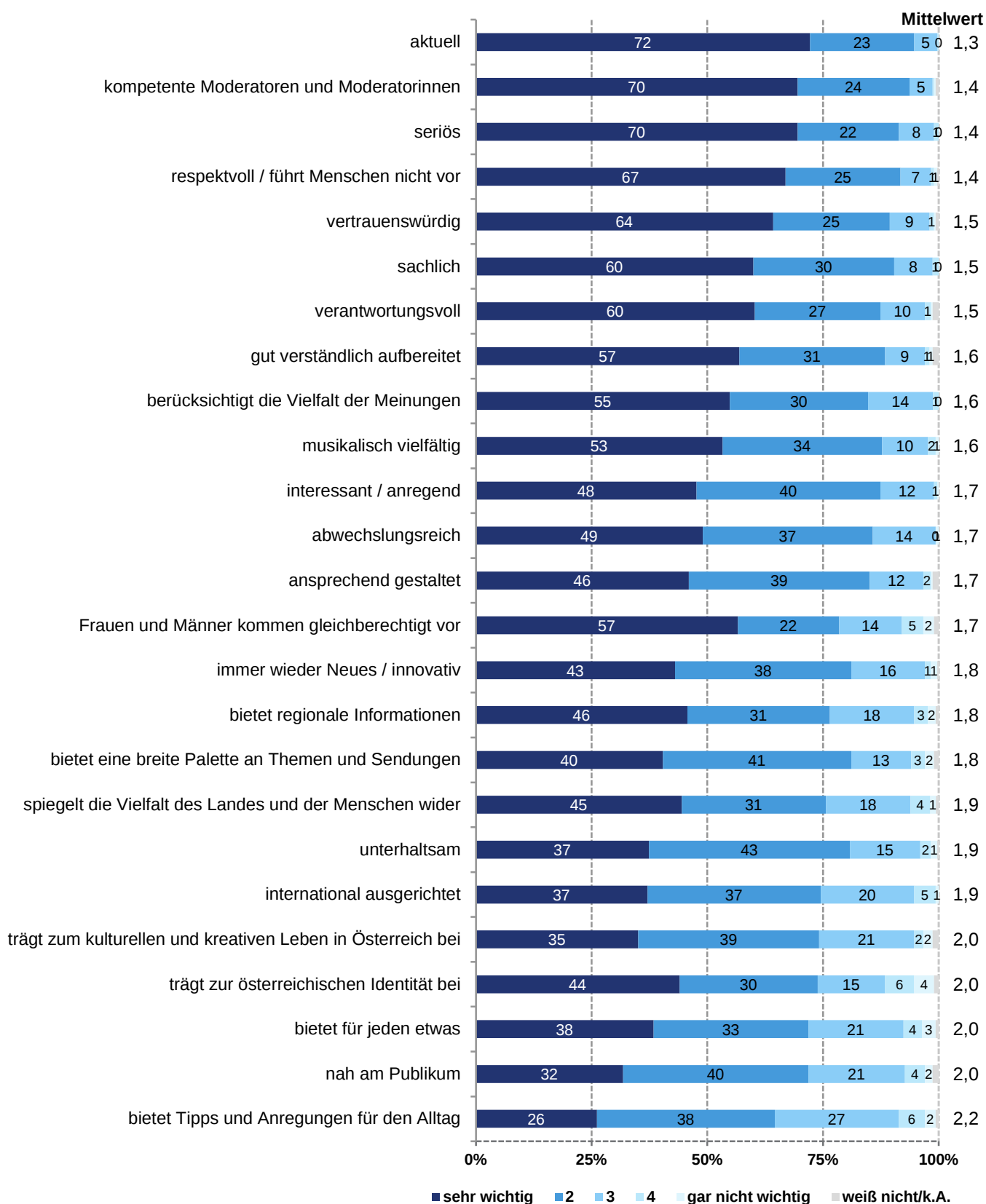
Mit Zustimmungsraten in der Top-Box zwischen 60 und 64 % wurden zwei zentrale Auftragswerte im Bereich Vertrauen – „vertrauenswürdig“, „sachlich“ – sowie das Merkmal „verantwortungsvoll“ bewertet.

Etwas weniger wichtig mit Zustimmungsraten in der Top-Box zwischen 53 und 57 % bewertete das Publikum die Merkmale „gut verständlich aufbereitet“, „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“ sowie im Bereich der Vielfalt die Items „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ und „musikalisch vielfältig“.

Zustimmungsraten in der Top-Box knapp unter 50 % erhielten betreffend den individuellen Mehrwert für die Hörer/innen die Items „interessant / anregend“, „abwechslungsreich“ „ansprechend gestaltet“, „immer wieder Neues / innovativ“ sowie im Bereich des Österreichwerts die Merkmale „bietet regionale Informationen“, „trägt zur österreichischen Identität bei“ und „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“.

Relativ weniger wichtig bewerteten die Befragten die Eigenschaften „bietet eine breite Palette an Themen und Sendungen“, „unterhaltsam“, „international ausgerichtet“, „trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“, „bietet für jeden etwas“, „nah am Publikum“ sowie „bietet Tipps und Anregungen für den Alltag. In der Top-2-Box bewerteten aber auch diese Items noch zwischen 65 bis 81 % der Befragten als (sehr) wichtig.

Abbildung 1: Qualitätsmerkmale – Wichtigkeit für das Publikum (n=302)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer 5-stufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „gar nicht wichtig“; Angaben in Prozent, n=302.

2.1.2 Bewertung im Ist

Im Anschluss an die Bewertung nach Wichtigkeit wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie sehr die 25 Eigenschaften auf das ORF-Radioprogramm auch zutreffen. Verwendet wurde dazu ebenfalls eine 5-stufige Skala (1 „trifft sehr zu“ bis 5 „trifft gar nicht zu“).

Abbildung 2 zeigt die Ergebnisse im Überblick. Während die zuvor dargestellte Abfrage nach Wichtigkeit ein Idealbild zeigt, bewerten die Befragten in der Erfüllung das reale Programmangebot, woraus sich in der Regel eine niedrigere Bereitschaft zur Verwendung der Top Box „trifft sehr zu“ ergibt. Die Kategorien 1 und 2 der 5-stufigen Skala wurden daher zu einer Kategorie – „trifft (sehr) zu“ – zusammengefasst.

Die Zustimmung zu den verschiedenen Eigenschaften variiert nur wenig und liegt durchwegs hoch zwischen rund sieben und rund neun von zehn Befragten, die die einzelnen Eigenschaften als sehr zutreffend bzw. zutreffend einstufen.

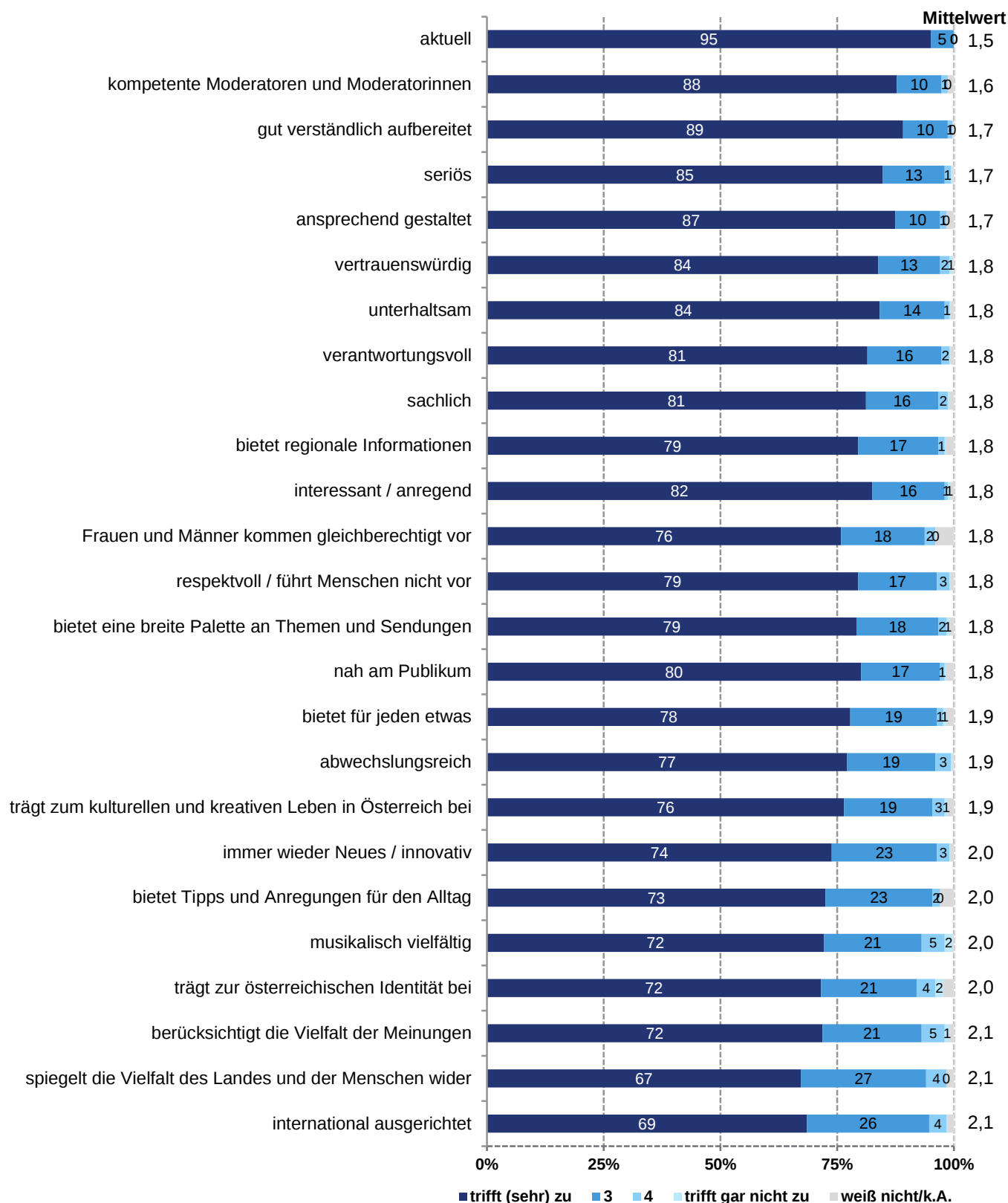
Die höchste Bewertung im IST erhielten mit 95 % Zustimmung das Item „aktuell“.

Ebenfalls sehr gut bewertet wurden mit Zustimmungsraten zur Erfüllung von über 80 % die Dimension Vertrauen und Orientierung („gut verständlich aufbereitet“, „seriös“, „vertrauenswürdig“, „sachlich“, „interessant/anregend“), das Leistungskriterium „verantwortungsvoll“ sowie hinsichtlich der Kompetenz die Items „kompetente Moderatoren und Moderatorinnen“, „ansprechend gestaltet“ sowie „unterhaltsam“.

Zustimmungsraten zwischen 72 und 80 % erhielten Items in den Dimensionen Wertschöpfung und Föderalismus („bietet regionale Informationen“, „nah am Publikum“, „trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“, „trägt zur österreichischen Identität bei“) und die Vielfalt des ORF-Radioangebots („bietet eine breite Palette an Themen und Sendungen“, „bietet für jeden etwas“, „abwechslungsreich“, „musikalisch vielfältig“, „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“). Ebenso gut bewertet wurden im Bereich Verantwortung die Merkmale „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“ und „respektvoll / führt Menschen nicht vor“, im Bereich Orientierung das Merkmal „bietet Tipps und Anregungen für den Alltag“ sowie das Item „immer wieder Neues / innovativ“.

Die relativ geringste, aber immer noch hohe Zustimmung in der Erfüllung erhielten schließlich die Merkmale „international ausgerichtet“, das 69 % der Befragten für erfüllt bzw. sehr erfüllt ansahen, sowie das Merkmal „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“ (69 % erfüllt / sehr erfüllt).

Abbildung 2: Qualitätsmerkmale – Erfüllung durch das ORF-Radioangebot (n=302)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer 5-stufigen Skala von „trifft sehr zu“ bis „trifft gar nicht zu“; Angaben in Prozent, n=302.

2.1.3 Bewertung im Sendervergleich

Die Bewertung im Sendervergleich ergänzt die allgemeine Bewertung des ORF-Radioangebots. Dafür wurden die Befragten gebeten, für die 25 vorgelegten Eigenschaften jeweils anzugeben, auf welche der folgenden Gruppen von Sendern diese am meisten zutreffen: ORF-Radio, österreichisches Privatrado oder andere Radiosender.

Wie Tabelle 2 zeigt, erhielt das ORF-Radioangebot **auf allen 25 abgefragten Items die mit Abstand stärkste Zustimmung** mit zwischen 54 und 73 % der Befragten, die dem ORF im Anbietervergleich die höchste Qualität zusprachen.⁴

Mit einer Zustimmung von 69 % und mehr am stärksten positioniert sahen die Befragten die ORF-Radios beim **Österreichbezug** („trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“, „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“, „trägt zur österreichischen Identität bei“, „bietet regionale Informationen“), bei Aktualität und Seriosität, der Verantwortung („verantwortungsvoll“) sowie den Merkmalen „vertrauenswürdig“ und „kompetente Moderatorinnen und Moderatoren“.

Im Bereich von Zustimmungsraten zwischen 63 und 67 % im Mittelfeld finden sich die Merkmale „sachlich“, „bietet eine breite Palette an Themen und Sendungen“, „gut verständlich aufbereitet“, „ansprechend gestaltet“, „bietet für jeden etwas“, „respektvoll / führt Menschen nicht vor“ sowie „international ausgerichtet“.

Mit Zustimmungsraten zwischen 54 und 60 % bewertet wurde der ORF auf den Items „interessant / anregend“, „nah am Publikum“, „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“, „bietet Tipps und Anregungen für den Alltag“, „unterhaltsam“, „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“, „immer wieder Neues / innovativ“, „abwechslungsreich“ sowie „musikalisch vielfältig“.

Die österreichischen Privatrados hingegen erhielten ihre beste Bewertung mit 19 % Zustimmung auf dem Item „musikalisch vielfältig“, andere Radios konnten je 10 % Zustimmung auf den Items „international ausgerichtet“, „abwechslungsreich“ und „musikalisch vielfältig“ auf sich vereinen.

⁴ Die rechte Spalte in Tabelle 2 zeigt einen Anteil von jeweils rund einem Fünftel der Befragten, die im Sendervergleich kein Urteil abgaben („weiß nicht“). Darunter sind insbesondere auch jene Befragten, die aktuell nur ORF-Radio nutzen.

Tabelle 2: Positionierung ORF-Radios auf den Qualitätskriterien im Anbietervergleich, Angaben in Prozent (n=302)

	ORF-Radios			
	ORF	öst. Privatradios	andere Radios	weiß nicht k. A.
trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei	73	8	3	17
aktuell	72	6	3	20
seriös	71	7	3	19
spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider	70	11	3	16
verantwortungsvoll	70	8	3	20
kompetente Moderatoren und Moderatorinnen	69	6	3	22
trägt zur österreichischen Identität bei	69	10	2	20
bietet regionale Informationen	69	13	2	16
vertrauenswürdig	69	7	2	22
sachlich	67	6	5	21
bietet eine breite Palette an Themen und Sendungen	67	8	9	17
gut verständlich aufbereitet	66	9	2	23
ansprechend gestaltet	66	12	3	19
bietet für jeden etwas	64	5	9	22
respektvoll / führt Menschen nicht vor	64	8	4	25
international ausgerichtet	63	8	10	20
interessant / anregend	60	12	7	21
nah am Publikum	60	15	5	21
berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen	59	13	6	23
bietet Tipps und Anregungen für den Alltag	59	12	3	25
unterhaltsam	59	15	5	21
Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor	58	4	4	34
immer wieder Neues / innovativ	57	16	8	20
abwechslungsreich	56	15	10	19
musikalisch vielfältig	54	19	10	17

Anm.: Anteile der Befragten, die das jeweilige Item am besten durch das Radio-Angebot im ORF, in österreichischen Privatradios oder in anderen Radios erfüllt sehen; Angaben in Prozent, n=302.

2.2 Ergänzende qualitative Analyse

Neben dem Vorlegen der standardisierten Fragenbatterien wurde in den 302 telefonischen Interviews auch offen nach der Qualitätswahrnehmung des Publikums gefragt:

- nach Schwerpunkten in der Qualitätswahrnehmungen sowie entsprechenden Positiv- bzw. Negativzuschreibungen an den ORF;
- nach Stärken und Schwächen des ORF-Radioangebots in allen Leistungskriterien laut Qualitätsprofil;
- sowie nach einem zusammenfassenden Qualitätsurteil und den wichtigsten Punkten für die künftige Weiterentwicklung des ORF-Radioangebots vor dem Hintergrund des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts.

Radio als Tagesbegleiter

Wie wir aus zahlreichen Studien wissen, wird Radio in der Regel als Alltagsmedium und Tagesbegleiter genutzt. Im Vordergrund steht demnach der Wunsch nach einer Programmvietfalt, die aktuelle Informationen zum Tag (z. B. Nachrichten, Wetter, Verkehr, Veranstaltungen) mit interessanten bzw. unterhaltenden Elementen in Wort und Musik verbindet:

Als Qualitätssender [geht es um] den Musikmix und einfach auch die Information, gehaltvolle Information, aber eben auch Unterhaltung.
(männlich, 53)

Zu viel Musik ist nichts, und zu viel Reden ist auch nichts. (männlich, 33)

Wie die vorliegende Evaluationsstudie zeigt, ist die Aufmerksamkeit der Befragten häufig nicht auf die einzelnen Sendungen und ihre Inhalte fokussiert, sondern wird Radio gleichsam „nebenbei“ konsumiert:

Ich höre Radio nebenbei, ich setze mich ja nicht hin, ich hab nicht die Zeit, dass ich mich jetzt bewusst hinsetze und nichts mache und nur Radio höre. Da habe ich gerne so zur Berieselung eher die leichtere Kost.
(weiblich, 35)

Dementsprechend ist die manifeste Qualitätswahrnehmung der Befragten in der Regel wenig differenziert und stehen Aspekte im Vordergrund, die für die Mediennutzung unmittelbar relevant sind (Musikmix, Qualität von Service und Information, Wahrnehmung der Moderatorinnen und Moderatoren).

Auf der anderen Seite gibt es für viele Befragte auch Sendungen mit hoher *memorability*, die sie bewusst einschalten und mit einem hohen Mehrwert (z. B. hinsichtlich Information und Unterhaltung) verbinden:

Mir gefällt gut auf Ö1, dass sie manchmal am Abend so um neun ganze Konzerte, Mitschnitte machen. ... Das schreibe ich mir dann schon in den Kalender, und dann höre ich es mir ganz bewusst an. (weiblich, 49)

Mein Mann mag dieses „Auf und Davon“, ... ich habe überhaupt gerne Preisausschreiben, auch bei Ö3 mache ich oft mit. Bei Ö3 „Frühstück bei mir“, Sonntag, da läuft auch immer das Radio und Samstagnachmittag „Frag das ganze Land“. Und sonst plätschert es eher so, ja, nebenbei, ich kann es jetzt nicht bewusst sagen. „Mittagsjournal“ höre ich auch sehr gerne. (weiblich, 60)

Wenn ich Information haben will, dann habe ich auch den entsprechenden Sender, aber sonst bin ich, wenn ich Radio höre, dann ist es so ein Mischmasch. (männlich, 53)

Manifester Qualitätsbegriff

Die inhaltsanalytische Auswertung der offenen Antworten im Rahmen der telefonischen Interviews zeigt, welche Qualitätsaspekte die Befragten ungestützt und in ihren eigenen Worten zur Sprache bringen. Am nächsten zum Alltagsverständnis und der Nutzungserfahrung der Befragten sind demnach

- die Qualitätsdimensionen Vertrauen/Orientierung, d. h. der Informationsgehalt aufgrund eines hochwertigen, glaubwürdigen Journalismus,
- die Vielfalt der Angebote (Musik sowie Wortanteil),
- die Kompetenz in der Gestaltung sowie der Journalistinnen, Journalisten, Moderatorinnen, Moderatoren und Expertinnen und Experten,
- das kulturelle Angebot (bei hohem Österreichbezug) der ORF-Radiosender.

Abbildung 3 zeigt dies im Überblick, wobei die Stärke der blauen Linien die Häufigkeit repräsentiert, mit denen die jeweiligen Qualitätsmerkmale in den offenen Antworten der Befragten zu Beginn der telefonischen Interviews thematisiert wurden (d. h. bevor den Befragten das Qualitätsverständnis laut Qualitätsprofil vorgelegt wurde).

Österreichwert (inklusive Föderalismus) und Wertschöpfung wurden von den Befragten in der Eingangsphase der Interviews verhältnismäßig seltener thematisiert.⁵

Dies trifft ebenfalls auf die Dimensionen des internationalen Werts und der Verantwortung zu. Insbesondere Verantwortung ist ein Begriff, der von manchen Befragten in Bezug auf die Qualität von Radioangeboten schwer nachvollzogen werden kann:

Mit dem Begriff „Verantwortung“ kann ich nicht viel anfangen (weiblich, 68)

⁵ Wie die weitere Analyse zeigt, werden diese Aspekte als Selbstverständlichkeit mit dem ORF verbunden und von diesem erwartet sowie als gut erfüllt erlebt – und daher eingangs in den Interviews von den Befragten nicht explizit angesprochen.

Abbildung 3: Qualitätsanmutungen des Publikums – Antworten auf offene Fragen in der Eingangsphase der qualitativen Interviews



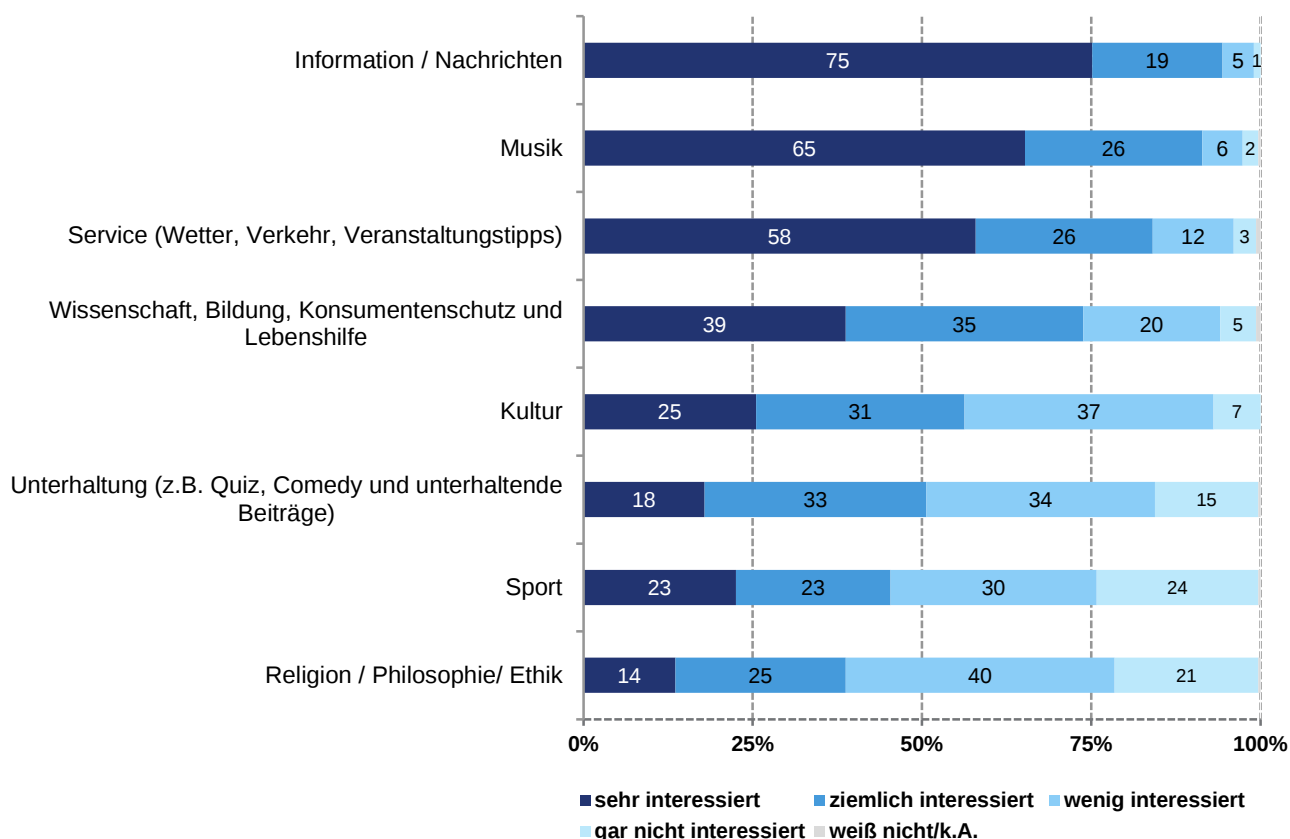
Anm.: Die Stärke der blauen Verbindungslinien repräsentiert die Häufigkeit, mit der die Befragten das jeweilige Qualitätsmerkmal thematisiert haben (n=197 codierte Aussagen (Mehrfachantworten)).

Über die genannten Qualitätsmerkmale hinaus diskutierten einige wenige Befragte im Verlauf der Interviews auch weitere Ansprüche, die unmittelbar mit dem Gebrauchswert von Radio zu tun haben: Darunter fällt der Wunsch, dass es in den ORF-Radios weniger Werbung geben möge sowie die kritische Wahrnehmung, dass in den ORF-Radios der Wortanteil gegenüber der Musik zu hoch sei.

Inhaltliche Interessen

Das ORF-Qualitätsprofil bezieht sich auf das Gesamtangebot der ORF-Radioflotte und daher auf alle Programmsäulen. Zur Heranführung an diesen Evaluationsgegenstand wurden die Befragten zu Beginn der telefonischen Interviews nach ihrem Interesse an acht großen Themenbereichen in den ORF-Radios gefragt (s. Abbildung 4).

Abbildung 4: Interesse an den unterschiedlichen Programmangeboten



Anm.: Gestützte Abfrage auf einer vierstufigen Skala; Frage im Wortlaut: „Alles in allem: Wie sehr sind Sie an folgenden Angeboten in den ORF-Radios interessiert?“ Angaben in Prozent, n=302.

Das größte Interesse besteht demnach an den Informationsangeboten, der Musik und dem Bereich Service (Wetter, Verkehr, Veranstaltungstipps). Jeweils über acht von zehn Befragten sind an diesen Angeboten sehr oder ziemlich interessiert.

Rund drei Viertel der Befragten sind an Angeboten zu Wissenschaft, Bildung, Konsumentenschutz und Lebenshilfe interessiert. Ebenfalls noch über die Hälfte der Befragten interessieren sich für Kultur sowie für Unterhaltung.

Auf das vergleichsweise geringste Interesse stoßen die Angebote zu Sport sowie Religion, Philosophie und Ethik.

Stärken der ORF-Angebote

Ergänzend zur in Abschnitt 2.1.2 dargestellten standardisierten Abfrage, wurden den Befragten im Rahmen der telefonischen Interviews auch eine Reihe von offenen Fragen zu ihrer Zufriedenheit und zu Stärken und Schwächen der ORF-Angebote gestellt. Die inhaltsanalytische Auswertung fasst die Wahrnehmung von Stärken wie folgt zusammen (Reihung nach absteigender Häufigkeit der Nennungen):

Vielfalt: Die Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen und Geschmäcker durch die ORF-Radioflotte im Gesamten, aber auch die inhaltliche Breite und der Abwechslungsreichtum jedes einzelnen Senders, gehört in der Publikumswahrnehmung zu den zentralen Stärken des ORF – auch im Vergleich zu anderen Anbietern. Dabei gehen die Befragten sowohl auf die Vielfalt der Wortanteile als auch auf den Musikmix ein, z. B.:

KroneHit bringt alle zwei Stunden immer das Gleiche, die Musik ist nicht abwechslungsreich, bei den ORF-Radios wird alles durch die Bank gespielt, auch Oldies zum Beispiel. Ö3 ist weit abwechslungsreicher als KroneHit bei der Musiktitelwahl. (männlich, 18)

Einige Nennungen beziehen sich auf den Abwechslungsreichtum hinsichtlich der Gestaltung (unterhaltsam bis rein sachlich, leicht bis anspruchsvoll).

Kompetente Moderatoren/Moderatorinnen / Journalisten/Journalistinnen: 17 % aller expliziten Nennungen von Stärken der ORF-Angebote beziehen sich auf die handelnden Personen, das sind zuvorderst die Moderatorinnen und Moderatoren sowie die Journalistinnen und Journalisten. Diese werden als „kompetent“, „gut ausgebildet“ wahrgenommen, man „hört sie gerne“. Im Detail wird diese Kompetenzwahrnehmung an folgenden Merkmalen festgemacht:

Tabelle 3: Positive Qualitätszuschreibungen an ORF-Moderatoren/Moderatorinnen / Journalisten/Journalistinnen

Dimension	Merkmal
Seriosität	seriös; Feingefühl; bemüht um eine kultivierte Sprache
Informationsqualität	Informativ; qualitativ gute Interviews; fundiert; gut vorbereitet
Emotion / Stimmung	engagiert; haben auch Emotionen; gut gelaunt; angenehm; Freundlichkeit; sympathisch; fröhlich; ausgeruht und voll engagiert
Witz / Unterhaltung	witzig; nicht albern; lustig; unterhaltsam, wortgewandt; gute Sprüche; Spontaneität
Sprache und Stimme	angenehme Stimmen; freundliche Stimmen; sprachliche Qualität; sprechen sehr gut, jeder Ausländer kann sie verstehen; sprechen ... nahe am Publikum; angenehm für den Hörer
Vielfalt / Auswahl der Moderatoren/Moderatorinnen	interessante Mischung; abwechslungsreich

Informationsgehalt und -qualität: 12 % der Nennungen von Stärken der ORF-Angebote beziehen sich auf Informationsgehalt und -qualität. Dabei beziehen sich die Befragten nicht nur auf Nachrichten, sondern – entsprechend ihrer Interessen – auch auf Service, Wissenschaft, Informationen zum Kulturgesehen, Sport oder Religion. Einige heben dabei eher die regelmäßigen kurzen Nachrichten und Servicemeldungen hervor, andere schätzen besonders die ausführlichen Informationen. Positiv hervorgehoben wird dabei unter anderem die Qualität von Inhalten und Aufbereitung,

z. B.: „Mir ist wichtig, dass es genaue Nachrichten gibt, nicht nur Banales; dieses Gefühl habe ich bei den ORF-Sendern“ (weiblich, 41).

Aktualität: Ein weiterer Aspekt der Informationsqualität, der von zahlreichen Befragten besonders hervorgehoben wird, ist die hohe Aktualität der Informationsangebote im ORF-Radio. So sei man „immer am neuesten Stand“, immer „am Laufenden“. Diese Aktualität wird von einigen Befragten auch auf die Musik in den ORF-Radios bezogen.

Kulturangebote: Das umfassende und qualitätsvolle kulturelle Angebot (inklusive Populärkultur) der ORF-Radios wird in den offenen Antworten der telefonischen Interviews insgesamt 34-mal explizit als besondere Stärke hervorgehoben (entspricht 9 % der Nennungen von Stärken). Der Sender Ö1 sticht dabei als „Kultursender“ besonders heraus, aber auch die anderen Sender werden von Befragten ausdrücklich mit Kulturangeboten in Verbindung gebracht, z. B. FM4 für sein „Kultur- und Musikprogramm“ und die ORF-Regionalradios für die Information über das kulturelle Leben und Veranstaltungen im Bundesland.

Gestaltung: Nur etwas weniger positive Nennungen als besondere Stärke der ORF-Radios beziehen sich auf Aspekte von Gestaltung und Machart inklusive der technischen Qualität. Das „Sendungsdesign“, die „gesamte Aufbereitung“, die Erstellung und Auswahl der Beiträge werden als „gut gemacht“ wahrgenommen, der ORF „technisch auf einem sehr hohen Level“ (männlich, 68). Einige Befragte betonen auch den guten Unterhaltungswert („nicht langweilig“), z. B.

FM4 ist teilweise auch sehr locker gestaltet, und das gefällt mir sehr gut, denn da ist für mich auch ein hoher Unterhaltungswert gegeben, und man zappt dann auch nicht weg. (weiblich, 49)

Weitere häufige Nennungen von Stärken beziehen sich auf die Glaubwürdigkeit der ORF-Radios, auf den besonderen Österreichbezug, die Regionalität sowie die Internationalität.

Erwartungen an den ORF und Verbesserungspotenziale

Wie die in Abschnitt 2.1.2 dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, ist die Zufriedenheit unter den 302 telefonisch befragten Hörerinnen und Hörern generell hoch. Dies zeigt auch die qualitative Inhaltsanalyse der offenen Antworten der Befragten im Rahmen der telefonischen Interviews: So wurden insgesamt 386 Textstellen als explizite Nennungen von Stärken der ORF-Radios codiert, hingegen 186 Nennungen von Schwächen bzw. Verbesserungspotenzialen:

Musikmix: Mit 14 % der Nennungen haben die Befragten am häufigsten den Musikmix in den ORF-Radios kritisch besprochen. An erster Stelle wird dabei ein zu häufiges Wiederholen von Musiktiteln,⁶ insbesondere auf Ö3, kritisiert. Positiv formulierte

⁶ „Ich finde auf Ö3 die Musikgestaltung etwas langweilig. Wenn man den ganzen Tag Ö3 hört, ist man am Nachmittag mit der Musik ziemlich durch.“ (männlich, 46) „Wie oft aktuelle Lieder gespielt werden, da könnte man einiges besser machen und auch mal Lieder aus Spartensendungen wie

Erwartungen an den ORF betreffen eine größere Bandbreite der Musikstile (Abwechslung, „neue Blickwinkel“, immer wieder Neues, auch Junge / Nachwuchs) sowie einen höheren Anteil österreichischer bzw. deutschsprachiger Musik. Auf der anderen Seite zeigt die von den Befragten formulierte Kritik in der Zusammenschau auch widersprüchliche Erwartungen: So wünschen manche mehr, andere weniger Oldies, einige mehr Schlager, andere vor allem aktuelle Popmusik usw.⁷

Glaubwürdigkeit: Die Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit der ORF-Radios, insbesondere der Information, gehört neben der Vielfalt zu den zentralen Qualitätsansprüchen der Befragten. Diese Dimension wird wie oben dargestellt von vielen Befragten explizit als Stärke des ORF hervorgehoben:

Durch das ORF-Gesetz ist das ORF-Radio zu Objektivität verpflichtet. Ö1 ist werbefrei und damit auch meiner Meinung nach unabhängig, sie können kritische Berichte, die Zeitungen und andere Radios nicht senden würden oder könnten, bringen. Gerade Ö1 ist ein kritisches und unabhängiges Medium, das meiner Meinung nach nicht durch Politik und Medien beeinflusst wird. (männlich, 40)

Auf der anderen Seite sehen einige Befragten auch Verbesserungspotenziale:

- Die meisten kritischen Nennungen beziehen sich auf den ORF als Institution und wünschen sich für den ORF Transparenz und Unabhängigkeit von der Politik (Regierung, Landeshauptleute, Parteien).
- Zum Teil wird generell, nicht nur in Bezug auf den ORF, mehr journalistische Freiheit und journalistischer Mut eingefordert („dass sich die Journalisten mehr trauen“ [männlich, 57]).
- Einzelnennungen kritisieren die Qualität der journalistischen Arbeit im Sinne von Recherche und Sachlichkeit.

Weniger Werbung: 11 % der kritischen Nennungen wünschen weniger Werbung in den ORF-Radios.

Weitere Kritik bzw. Verbesserungswünsche betreffen **spezifische Aspekte der Vielfalt:** Manche Befragte wünschen hier generell „mehr Abwechslung“, andere mehr Programm zu bestimmten Inhalten (z. B. Sport) oder für bestimmte Zielgruppen (mehr für Junge, mehr für Alte⁸).

Solid Gold ins normale Programm mit hineinmischen, also eine größere Durchmischung bei der Musik, und auch interessante Remixe von bekannten Liedern, wie sie z. B. auf FM4 oft gespielt werden könnten, z. B. auch bei Ö3 öfter vorkommen, denn die spielen immer nur die Radioversion eines Liedes, oder wenn, dann auch immer nur den einen gleichen Remix. Dabei gibt es ja von vielen Liedern verschiedene Remixe, und dann würde es auch nicht so stören, wenn über den Tag verteilt öfter das gleiche Lied vorkommt.“ (männlich, 42).

⁷ Ein Befragter schlägt einen eigenen Sender für „60er, 70er, 80er Musik“ vor (männlich, 46). Einer wünscht „mehr Volksmusik“ auf Radio Vorarlberg (männlich, 49).

⁸ „[Sollten] nicht nur Jugendliche, sondern auch ältere Leute [ansprechen], z. B. englische Worte werden gesprochen, die viele nicht verstehen.“ (weiblich 59) / „Das Programm sollte sich mehr an jüngeres Publikum richten.“ (weiblich, 48)

Schließlich wird von einigen Befragten Kritik an einzelnen Moderatorinnen und Moderatoren oder an der Gestaltung einzelner Sendungen geübt.

2.3 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Radio wird in der Regel als Alltagsmedium und Tagesbegleiter genutzt. Im Vordergrund des Publikumsinteresses stehen dementsprechend die regelmäßige und aktuelle Information, der Musikmix sowie Serviceangebote wie Wetter und Verkehrsnachrichten.

In der Wahrnehmung durch das befragte Publikum kann der ORF diesbezüglich sowohl durch eine **hohe Qualität als auch eine hohe Vielfalt des Programmangebots sowohl in Musik als auch Wortanteil** punkten. Zentrale Publikumsanforderungen wie Vielfalt, Aktualität, Seriosität, Informationsqualität, Kompetenz und ansprechende Gestaltung werden in der standardisierten Abfrage von jeweils über drei Viertel der Befragten als gut bzw. sehr gut erfüllt bewertet.

Dabei zeigen sich die **ORF-Radios im Anbietervergleich stark positioniert** mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 54 % („musikalisch vielfältig“) und 73 % („trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“).

Als relevante Mitbewerber werden am ehesten **österreichische Privatradios** gesehen. Rund ein Fünftel der Befragten (19 %) bevorzugt diese Anbietergruppe beim Auftragswert „musikalisch vielfältig“, rund 15 % bei den Auftragswerten „immer wieder Neues / innovativ“, „unterhaltsam“ und „nah am Publikum“.

Durchwegs positiv erlebt wird die **zielgruppenspezifische Ausrichtung der einzelnen Sender in der ORF-Radioflotte**. Dadurch kann eine hohe Zielgruppenadäquanz von Musikmix und Gestaltung erreicht werden, die insbesondere für den Tagesbegleiter Radio zentrale Faktoren bzw. Muss-Leistungen für die Hörer/innenbindung darstellen.

Weitere Programmelemente – beispielsweise unterhaltende Elemente (z. B. Quiz, Comedy), Kultur, Wissenschaft, Lebenshilfe oder Sport – werden von Teilen des befragten Publikums besonders geschätzt und können als Leistungs- bzw. Begeisterungsfaktoren für die Hörer/innenzufriedenheit angesehen werden. Dabei heben sich für Teile des befragten Publikums die ORF-Radios neben ihrer Seriosität und dem hohen Österreichbezug auch durch die Vielfalt der Angebote im Wortanteil positiv von den Privatradios ab.

Wie die qualitative Auswertung der vorliegenden Studie zeigt, gehören die **kompetenten Moderatoren/Moderatorinnen sowie Journalisten/Journalistinnen** zu den manifesten Stärken der ORF-Radios in der Publikumswahrnehmung. Positive Qualitätszuschreibungen werden dabei an den Dimensionen Seriosität, Informationsqualität, Emotion, Witz/Unterhaltung, Sprache/Stimme sowie Vielfalt bzw. Auswahl der Moderatorinnen und Moderatoren festgemacht.

Die **Vertrauenswürdigkeit der ORF-Radios** wird von 84 % der Befragten positiv beurteilt, 13 % sehen dieses Leistungskriterium befriedigend erfüllt (Note „3“ auf einer 5-stufigen Skala) und 3 % negativ (Note 4 oder 5). Die meisten kritischen Nennungen beziehen sich dabei auf den ORF als Institution und wünschen sich für diesen mehr Transparenz und Unabhängigkeit von der Politik. Weitere Verbesserungsvorschläge fordern mehr Neutralität in der Berichterstattung oder aber mehr journalistische Freiheit ein.

Konkrete Verbesserungspotenziale sehen Teile des befragten Publikums beim Musikmix (mehr Abwechslungsreichtum, weniger Wiederholungen) sowie der Häufigkeit von Werbung (Wunsch nach weniger Werbung).

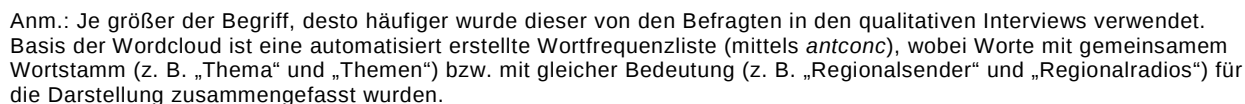
3 Detailergebnisse zur Qualitätswahrnehmung des Publikums

In den 302 telefonischen Interviews wurde den Befragten nach einem einleitenden Teil zur Qualität des ORF-Radioangebots eingehend Gelegenheit gegeben, ihre Sicht von Stärken und Schwächen des Programms entlang der im Qualitätsprofil angesetzten Leistungskriterien darzulegen.

Die Begriffswolke (Tagcloud) in Abbildung 5 gibt einen ersten Überblick über das Qualitätsverständnis des Publikums aufgrund einer Darstellung der Frequenz zentraler, von den Befragten verwendeter Begriffe. Je größer der Begriff, desto häufiger wurde dieser von den Befragten (über das gesamte Interview hinweg) verwendet.

Einige in den folgenden Abschnitten ausführlich beschriebenen Befunde zeigen sich bereits anhand dieser Auswertung nach Frequenz:

- Die am häufigsten verwendeten Wörter spiegeln die zentrale Bedeutung der Programmelemente „Musik“ sowie „Nachrichten“ und „Information/en“ wider. Weitere häufig genannte Programmelemente sind Verkehrsinformationen, Kultur, Werbung, Wetter und Sport.
- Entsprechend der generell hohen Zufriedenheit des befragten Publikums werden die Wörter „gut/e“ sowie „mehr“ besonders häufig verwendet.
- Hinsichtlich der Qualitätsaspekte des ORF-Radioangebots thematisieren die Befragten am häufigsten Qualitäten der Moderatorinnen und Moderatoren, gefolgt von der thematischen Vielfalt sowie dem regionalen bzw. Österreichbezug.
- Weitere Anforderungen an Qualität sind Unterhaltungswert, Aktualität, Abwechslungsreichtum, inhaltlich „interessanter“ sowie „neuer“ Content, Internationalität sowie in der Dimension Vertrauenswürdigkeit Merkmale wie Sachlichkeit, Seriosität und Neutralität. Weniger häufig thematisiert werden hingegen die Leistungskriterien Verantwortung und Wertschöpfung.



3.1 Vertrauen und Orientierung

„Vertrauen“ und „Orientierung“ sowie die diese rechtfertigenden journalistischen Qualitätsstandards werden im Qualitätsprofil Radio als grundlegende Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk formuliert.

Wie die in Kapitel 2.1 zusammengefasste quantitative Abfrage der Wichtigkeit einzelner Qualitätsmerkmale zeigt, wurden entsprechende allgemeine Eigenschaften wie „seriös“, „vertrauenswürdig“ oder „sachlich“ vom Publikum durchwegs als sehr wichtig angesehen (mit Zustimmungsraten von 90 % und mehr, die diese Merkmale als „sehr wichtig“ bzw. „ziemlich wichtig“ einstufen). Auch die konkreteren Qualitätsmerkmale hinsichtlich der Orientierungsleistung, d. h. „aktuell“ und „gut verständlich aufbereitet“, erhielten Zustimmungen in der Wichtigkeit von rund 90 %. Als vergleichsweise weniger wichtig eingestuft wurde hingegen das Merkmal „bietet Tipps und Anregungen für den Alltag“, das etwas weniger als zwei Drittel der Befragten (65 %) als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ einstufen.

3.1.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Wie die in Kapitel 2.1.2 dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, sind die Befragten überwiegend mit der Erfüllung der Qualitätsmerkmale in der Dimension Vertrauen / Orientierung zufrieden: Jeweils über 80 % der Befragten sehen die Merkmale „seriös“, „vertrauenswürdig“ und „sachlich“ in den ORF-Radios als „sehr“ bzw. „ziemlich“ erfüllt an. Rund neun von zehn (89 %) sagen das für das Merkmal „gut verständlich aufbereitet“ und sogar 95 % für das Merkmal „aktuell“. Knapp drei Viertel (74 %) der Befragten geben an, dass die ORF-Radios „Tipps und Anregungen für den Alltag“ bieten.

Ergänzend zur standardisierten Abfrage wurden die Interviewpartner/innen in den 302 telefonischen Interviews auch offen nach ihren Wahrnehmungen von Stärken und Verbesserungspotenzial des ORF in den Dimensionen Vertrauen und Orientierung gefragt.

Eine klare Stärke der ORF-Radioflotte liegt demnach im **Informationsgehalt**: Begriffe wie *seriös*, *interessant*, *informativ* werden von den Befragten immer wieder auf die ORF-Angebote bezogen. Auch die gute Aufbereitung der Beiträge und deren Vielfalt werden von Befragten positiv hervorgehoben. Dabei beziehen sich manche in erster Linie auf „Nachrichten“, während andere Befragte etwa auch Kultur- und Veranstaltungstipps, Wetter, Verkehr, wissenschaftliche Inhalte oder Tipps im Bereich Konsumentenschutz und Lebenshilfe schätzen. Als Stärken genannt werden dabei sowohl die „Ausführlichkeit“, als auch die Prägnanz der Informationen:

Sie kommen schnell auf den Punkt und sind immer auf dem neuesten Stand, die Mischung der beiden Eigenschaften zeichnet sie aus.
(männlich, 38)

Da wird sich Zeit genommen und das wird vorgetragen und da werden nicht nur solche Newsflashes gebracht, sondern auch Themenschwerpunkte (...). (männlich, 53)

Häufig hervorgehoben wird in diesem Zusammenhang die **Aktualität** der ORF-Informationen: Nachrichten und Service-Informationen würden „rechtzeitig“ gesendet, man werde „schnell informiert“, sei dadurch immer „up to date“ und „am neuesten Stand“: „Was im Land geschieht, dass man am Laufenden ist, alles was kulturell interessant ist, das sind die Stärken der ORF-Radios.“ (männlich, 63)

Eine dritte Stärke in diesem Bereich ist die **Seriosität** der ORF-Radios. Wie die in Kapitel 2.1.3 dargestellte standardisierte Abfrage zeigt, wird Seriosität im Sendervergleich von einer Mehrheit von 71 % der Befragten in erster Linie den ORF-Radios zugeschrieben. Wie die offenen Antworten ergänzend zeigen, verbinden die Befragten mit diesem Begriff sowohl die Qualität der Präsentation (detailliert, unaufgeregt bzw. weniger „reißerisch“) als auch die inhaltliche, journalistische Qualität.

KroneHit zum Beispiel, es wird oft nur die Überschrift vorgelesen, so ungefähr, und bei Ö3 geht man ins Detail. (männlich, 33)

Es liegt an den Sprechern, sie machen keine zu subjektiven Bemerkungen im Vergleich zu anderen privaten Radiosendern. (weiblich, 29)

Mir ist sehr wichtig, dass es genaue Nachrichten gibt, nicht nur Banales. Das Gefühl habe ich bei den ORF-Sendern, bin sehr zufrieden. (weiblich, 41)

Auf der anderen Seite sieht ein Teil der Befragten in ebendiesem Bereich auch **Verbesserungspotenziale** beim ORF-Radioangebot:

- Von einigen Befragten wird kritisiert, der ORF sei „politisch stark beeinflusst“ (männlich, 39) bzw. wird Sachlichkeit und politische Neutralität als besonders wichtig für die Vertrauenswürdigkeit der ORF-Radios eingefordert.
- In diesem Zusammenhang fordern manche Befragte, dass ORF-Journalistinnen und -Journalisten sich eigener „Kommentierungen“ noch stärker enthalten sollten (männlich, 68), keine „Meinung machen“ (männlich, 43) sollten; andere wünschen sich hingegen Pressefreiheit bzw. „mehr Mut“ (männlich, 57), eine „ungesteuerte, freie“ Information (weiblich, 68).⁹ Ein Befragter (männlich, 63) wünscht sich ergänzend zur sehr seriösen bzw. „konservativen“ ORF-Information bisweilen auch weniger „angepasste“, „frechere“ Beiträge.
- Insgesamt neun Befragte formulieren den Wunsch nach einer Stärkung des *constructive journalism* in den ORF-Radios. Eine ständige Wiederholung von

⁹ „Offen zu sein und sich mehr aus dem Fenster zu lehnen bei der Berichterstattung und Beiträge frei gestalten, ohne zu versuchen, sich zu verstecken, ohne Zensur, und sich mehr zu trauen. Die Hörer möchten das tagtägliche Leben erleben und die Infos sollen auch dementsprechend sein, außerdem ausführlich, und die Objektivität der Meinungen soll berücksichtigt werden und nicht parallel rennen zu den Parteien.“ (männlich, 57)

„Horormeldungen“ (weiblich, 57) oder „Mord und Totschlag“ sehen sie kritisch und fordern stattdessen mehr positive Berichterstattung in den ORF-Radios.¹⁰

- Vereinzelt eingefordert wird eine „kritischere“ Berichterstattung (männlich, 18) sowie eine höhere Fachkompetenz (männlich, 44). Eine Befragte empfindet Ö3 als zu „marktschreierisch“ (weiblich, 65).¹¹

Ein weiterer Teil der Befragten erscheint schließlich allgemein verunsichert hinsichtlich der Vertrauenswürdigkeit der Medien: Können Nachrichten heutzutage angesichts von Zeit- und Ressourcendruck überhaupt noch korrekt und selbstständig recherchiert werden?

Sicher erwartet man sich seriösen Journalismus, nur wie können wir als normale Hörer das jetzt einschätzen, ob das jetzt erarbeitet worden ist oder nicht? (weiblich, 30)

Für diesen verunsicherten Teil des Publikums kann eine Strategie zur Stärkung von Vertrauen darin bestehen, die journalistische Produktion explizit zu thematisieren und exemplarisch transparent zu machen, wie und aufgrund welcher Qualitätskriterien im ORF Nachrichten produziert werden.

3.1.2 Senderspezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Die Auftragswerte eines seriösen, glaubwürdigen Journalismus und einer hohen Qualität der gebotenen Informationen werden von den Befragten durchwegs von den ORF-Radios erwartet und auch mit allen Sendern der ORF-Radioflotte verbunden.

Hörer/innen der **ORF-Regionalradios** sehen diesen Sender insbesondere als inhaltlich informativ, interessant und aktuell. Als Stärken im Programm werden die regelmäßigen Nachrichten, Verkehrsfunk und weitere nützliche Informationen (z. B. Veranstaltungstipps) hervorgehoben. Auch die kompetenten Moderatorinnen und Moderatoren tragen zur Zufriedenheit in der Dimension Vertrauen und Orientierung bei.

Ähnlich ist die Qualitätswahrnehmung von **Hitradio Ö3**: Auch hier heben die Befragten die aktuelle und punktgenaue Information (Nachrichten, Service) als Stärken hervor. Dabei wird namentlich die morgendliche Sendezeit („Wecker“) häufig positiv genannt. Sachlichkeit, Seriosität und Glaubwürdigkeit sind zentrale Qualitätsanforderungen.

Ähnlich wie die ORF-Regionalradios in der regionalen Information überlegen positioniert sind, ist es **Ö1** hinsichtlich der Informationstiefe und Qualität. Genauigkeit, Ausführlichkeit der Ö1-Information wird immer wieder als einzigartig im Radiovergleich

¹⁰ „Für mich muss nicht immer alles nur Mord und Totschlag sein, sondern es ist gut, dass es zum Beispiel auf Radio Niederösterreich auch einen Gegenpart zu den schrecklichen Sachen in den Nachrichten gibt, wo etwas Positives entgegengesetzt wird und das Bewusstsein wachgerüttelt wird und auch die jüngere Generation sieht, dass nicht alles selbstverständlich ist. Außerdem kommen dort auch viele ruhigere Sachen vor, von denen man nicht überfordert wird beim Zuhören, das finde ich auch gut.“ (männlich, 57)

¹¹ „Weniger marktschreierische Aufbereitung auf Ö3: Wer wo wann mit dem Messer attackiert wird, das interessiert mich nicht.“ (weiblich, 65)

genannt. Auch der vielfältige Content von Wissenschaft über Konsumentenschutz bis zu gesellschaftlichen Reportagen wird als Stärke von Ö1 erlebt. Einige Befragte nennen in diesem Zusammenhang auch die Ö1-Ausspielwege in Internet und Social Media als nützliche ergänzende Informationsquellen.

FM4 schließlich wird von vielen Befragten primär wegen des Musikangebots genutzt, sodass die Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung hier weniger im Vordergrund stehen. Nennungen von Stärken in diesem Bereich beziehen sich auf das Erleben von Meinungsvielfalt und -freiheit bei FM4 sowie auf Seriosität, Aktualität und einen guten Informationsgehalt.

3.2 Verantwortung und Kultur

Das Leistungskriterium „Verantwortung und Kultur“ umfasst im Qualitätsprofil Radio die Orientierung an den Grundwerten der Integration, Gleichberechtigung und demokratischen Verständigung, den „respektvollen Umgang“ sowie die Beachtung elementarer Prinzipien wie Non-Diskriminierung und den „Schutz des höchstpersönlichen Lebensbereichs“. In den senderspezifischen Ergänzungen wird darüber hinaus auf die Vermittlung von Kunst und Kultur näher eingegangen.

Die standardisierte Abfrage der Wichtigkeit zeigt für das übergeordnete Merkmal „verantwortungsvoll“ eine hohe Zustimmung von 87 % der Befragten, die dieses Item als (sehr) wichtig für eine gute Qualität der ORF-Radioprogramme einstufen. Mit 92 % noch etwas höher ist die Zustimmung zum Item „respektvoll / führt die Menschen nicht vor“. 85 % stimmten dem Merkmal „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ in der Wichtigkeit zu, 78 % dem Merkmal „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“.

3.2.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

In der Erfüllung durch das ORF-Radioangebot bewertet das befragte Publikum die Merkmale „verantwortungsvoll“ sowie „respektvoll / führt die Menschen nicht vor“ mit einer Zustimmung von 81 bzw. 79 % am besten. Rund drei Viertel der Befragten (76 %) sahen die Anforderung „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“ als sehr gut bzw. gut erfüllt an. Etwas mehr als sieben von zehn (72 %) bewerteten das Item „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ als gut bzw. sehr gut erfüllt.

Aufgrund der qualitativen Analyse kann zunächst festgehalten werden, dass die Dimension der Verantwortung im manifesten Qualitätsbegriff des Publikums deutlich weniger präsent ist als etwa die Leistungskriterien Vertrauen und Vielfalt (vgl. Abbildung 3). Sie werden daher auch im Rahmen der telefonischen Interviews wesentlich seltener in den offenen Antworten thematisiert.¹² Auf der anderen Seite zeigt die vorliegende Studie, dass entsprechende Auftragswerte wie der respektvolle

¹² Insgesamt entfallen 4 % aller als Aussagen zur Qualität codierten Textstellen unter das Leistungskriterium der „Verantwortung“.

Umgang, Gleichberechtigung oder Meinungsvielfalt für das befragte Publikum durchaus anschlussfähig, d. h. latent als Qualitätsmerkmal verankert sind.

Wie die standardisierte Abfrage der entsprechenden Items zeigt, ist die Zufriedenheit mit der Erfüllung des Leistungskriteriums Verantwortung in den ORF-Radios hoch. Positive Zuschreibungen in den offenen Antworten beziehen sich überwiegend auf die Dimension **Respekt**, z. B.: *respektvoll, Wertschätzung, keine Ausgrenzung, sorgsamer Umgang mit den Menschen, niemand werde vorgeführt, Feingefühl, vorurteilsfrei, nicht frauenfeindlich, nicht ausländerfeindlich, niemand benachteiligt*. Ein Befragter (männlich, 36) betonte in Bezug auf FM4 besonders, dass jeder die Chance habe, zu Wort zu kommen.

Kritik an mangelndem respektvollem Umgang in den ORF-Radios wurde in den 302 telefonischen Interviews explizit nur von zwei Befragten geäußert.¹³ – In der Fokusgruppendifkussion wurde das Beispiel des Ö3-Mikromanns aufgebracht, der von einer Befragten (weiblich, 25) als respektlos empfunden wurde, von einer anderen hingegen als „in Ordnung“ (weiblich, 35).

Weitere offene Nennungen in der Dimension der Verantwortung beziehen sich auf die Werte **Integration und Diversität**. Positiv hervorgehoben wurde etwa die Verantwortung „in Bezug auf die unterschiedlichen Zugehörigkeiten, Slowenisch etc.“. Eine Befragte (weiblich, 32) wünschte sich „mehr Diversität“ bei den Moderatorinnen und Moderatoren und Sendungen, ein Befragter (männlich, 37) mehr Zweisprachigkeit (z. B. auch Information auf Slowenisch, Italienisch) eine weitere (weiblich, 47) „mehr Migrantenprogramme“ wie etwa „Heimat Fremde Heimat“ im ORF-TV. Zwei Befragte betonten, die ORF-Berichterstattung trage angesichts von ausgrenzenden Tendenzen etwa in den sozialen Medien eine besondere Verantwortung.

Kulturelles Angebot als Stärke

Das Leistungskriterium Kultur wird im Qualitätsprofil Radio auf Ebene der sendungs-spezifischen Ergänzungen behandelt und wurde daher in der telefonischen Befragung nicht als eigenes standardisiertes Item abgefragt. Dennoch wurde dieses Qualitätsmerkmal von zahlreichen Befragten von sich aus in den offenen Antworten eingebracht und als eine besondere Stärke der ORF-Radios – auch im Anbietervergleich – festgehalten:

Was im Land geschieht, dass man am Laufenden ist, alles was kulturell interessant ist sind die Stärken der ORF-Radios. (männlich, 63)

Kritik bzw. Verbesserungsvorschläge werden in diesem Zusammenhang nur vereinzelt geäußert: Ein Befragter (männlich, 60) wünscht sich noch mehr österreichische Künstler/innen und Kulturschaffende im Programm, einer empfindet die Expertinnen

¹³ „Manche Sendungen und Moderatoren, egal ob Ö3 oder auch Regionalsender, machen immer mehr ätzende Bemerkungen über Personen, die die Personen vorführen.“

und Experten als nicht immer kompetent (männlich, 52), eine Hörerin (weiblich, 77) wünscht sich, dass kulturelle Inhalte der Jugend verstärkt nahegebracht werden.¹⁴

3.2.2 Senderspezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Das Leistungskriterium Verantwortung wurde in den offenen Antworten der telefonischen Interviews vergleichsweise selten thematisiert und dabei primär auf die ORF-Radios insgesamt und weniger auf einzelne Sender bezogen. Stärker senderspezifisch wurde hingegen der Auftragswert der Kultur wahrgenommen, wobei insbesondere die Sender Ö1, FM4 und die ORF-Regionalradios in der Qualitätswahrnehmung herausragen.

Ö1 wird von den Befragten als „Kultursender“ wahrgenommen bzw. auch explizit so benannt. Die Vielfalt der kulturellen Angebote sowohl in Musik als auch Wort (bis hin zu Wissenschaft, Philosophie und Bildung) werden als besondere Stärke wahrgenommen.

Kulturelle Stärken von **FM4** sind aus Sicht der Befragten das vielfältige musikalische Angebot sowie die Internationalität der kulturellen Angebote. Auch die Unterstützung kultureller Veranstaltungen durch den Sender wird von einigen Befragten positiv hervorgehoben.

Die Qualitätswahrnehmung der **ORF-Regionalradios** betrifft regionale kulturelle Angebote sowie Veranstaltungs- und Kulturtipps. Der Aspekt der Wertschätzung und des respektvollen Umgangs wird von zwei Befragten besonders mit den Regionalradios verbunden.

Hitradio Ö3 schließlich wird von den Befragten deutlich weniger mit kulturellen Angeboten verbunden. Wahrnehmungen in Bezug auf das Leistungskriterium Verantwortung betrafen vereinzelt den respektvollen Umgang durch Moderatorinnen und Moderatoren sowie karitative Aktionen wie Wundertüte, Weihnachtswunder oder Team Österreich.

3.3 Vielfalt

Der ORF begründet das Leistungskriterium der Vielfalt im Qualitätsprofil mit dem Auftrag, die gesellschaftliche Diversität in all ihren Dimensionen abzubilden sowie die Interessen eines breiten Publikums in der Programmgestaltung zu berücksichtigen. Dementsprechend ist ein umfassendes Programmangebot anzustreben und hohe Meinungsvielfalt zu gewährleisten.

Dieser Qualitätsanspruch wird in den qualitativen Interviews und Fokusgruppen durchwegs auch vom Publikum vertreten und eingefordert: Der ORF soll ein breites Angebot für alle Gruppen und Geschmäcker bieten.

¹⁴ In der Fokusgruppendifkussion wünschten sich drei Befragte auch Inhalte für Kinder im Radio. Positiv erwähnten sie die „Rolf-Rüdiger-Show“ (Radio Wien) sowie „Rudi Radiohund“ in Ö1.

In der quantitativen Abfrage der Qualitätsmerkmale zeigt sich folgendes Bild: Die höchste Zustimmung im Soll erhielten die Items „musikalisch vielfältig“ (88 % wichtig / sehr wichtig) und abwechslungsreich (86 %). Es folgen die Merkmale „bietet eine breite Palette an Themen und Sendungen“ (81 %) sowie „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“ (76 %). Noch über sieben von zehn Befragten (72 %) bewerteten das Merkmal „bietet für jeden etwas“ als wichtig bzw. sehr wichtig.

3.3.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

In der Bewertung der Erfüllung der genannten Eigenschaften durch das ORF-Radioangebot erhielten die Merkmale „bietet eine breite Palette an Themen und Sendungen“ (79 % erfüllt / sehr erfüllt), „bietet für jeden etwas“ (78 %) und „abwechslungsreich“ (77 %) die höchste Zustimmung durch das befragte Publikum. Geringfügig weniger Zustimmung in der Erfüllung (jeweils 72 %) erhielten die Items „musikalisch vielfältig“ sowie „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“. Das Merkmal „spiegelt die Vielfalt des Landes und der Menschen wider“ wurde schließlich von rund zwei Drittel der Befragten (67 %) als erfüllt betrachtet.

Die qualitative Analyse der offenen Antworten der Befragten im Rahmen der telefonischen Interviews bestätigt die hohe Relevanz des Leistungskriteriums „Vielfalt“ für das Publikum. Vielfalt ist Teil eines manifesten Qualitätsbewusstseins und wird im gesamten Verlauf der Interviews von den Befragten eingebracht. Im Detail genannt werden insbesondere die musikalische Vielfalt, die breite Zielgruppenansprache und der Abwechslungsreichtum hinsichtlich Themen, Formaten und Kulturleben.

Von den 82 als Stärken codierten Nennungen in der Dimension der Vielfalt entfallen im Detail 25 auf die Publikumswahrnehmung einer **breiten Zielgruppenansprache** („für jeden etwas“): Genannt werden in diesem Zusammenhang Angebote für unterschiedliche Altersgruppen und Bildungsschichten ebenso wie die regionalen Angebote der Bundesländerradios.¹⁵ Vereinzelt wird eingefordert, das Programmangebot solle sich noch mehr an Jüngere oder aber mehr an älteres Publikum richten.

Weitere 24 Nennungen entfallen auf Stärken in der Dimension **Abwechslungsreichtum**:

Im Vergleich zu anderen Radiosendern sind die ORF Radiosender sehr, sehr abwechslungsreich, was den jeweiligen Zugang zum Thema betrifft.
(männlich, 24)

Positiv hervorgehoben werden etwa die „bunte Mischung“, die „breit gestreuten Themen“ oder die „gute Mischung zwischen Information und Unterhaltung“ bzw.

¹⁵ „Es gibt eine Vielfalt von verschiedenen Sendungen, die die Lebensrealitäten von verschiedenen Menschen ausdrücken. Auch von den Kommentatoren ist je nach Radiosender das Alter verschieden für die jeweilige Zielgruppe, [es gibt] Frauen und Männer.“ (männlich, 39) „Die Sender passen wirklich für alle, für die gesamte Bevölkerung ist für jeden etwas dabei, sage ich.“ (weiblich, 51).

zwischen Wortanteil und Musik.¹⁶ Vereinzelt wünschen sich Befragte mehr Inhalt zu bestimmten Themen (z. B. „Gesundheit“); positiv hervorgehoben werden von einer Befragten Themenblöcke im Radio; eine Befragte (weiblich, 59) wünscht sich mehr Diskussions- und Wissenssendungen.

Die besonderen Schwerpunkte der einzelnen ORF-Sender werden in der Regel positiv erlebt, wie in diesem Ausschnitt der Fokusgruppendifkussion:

Ich finde, dass der ORF im Prinzip immer unterschiedliche Schwerpunkte hat, aber im Großen und Ganzen alles abdeckt. Es wird eigentlich alles wirklich bespielt, aber nicht auf jedem Sender, das finde ich gut so, so kann man sich das nehmen, was einem wichtiger ist. (weiblich, 35)

Sein eigenes Wunschprogramm zusammenstellen und die Filetstücke herausholen, die einem auf dem jeweiligen Sender am besten taugen. (weiblich, 58)

Kritik wird in diesem Zusammenhang von drei Befragten an den (wortgleichen) Wiederholungen von Nachrichtensendungen geübt: „Man bekommt die gleichen Informationen mehrmals am Tag zum gleichen Thema, anderes wird zurückgestellt.“ (männlich, 55) Zwei Befragte wünschen sich mehr Vielfalt in der Sportberichterstattung im Radio.

Verbesserungsvorschläge zum Musikmix

Neben der Glaubwürdigkeit der Information im ORF-Radio und der Kompetenz der Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten wird die Qualität des Musikmix in den telefonischen Interviews von den Befragten am häufigsten thematisiert. Musik, die gefällt, die man gerne hört, die angenehm zu hören ist, gehört zu den zentralen Publikumsanforderungen, aber auch Abwechslung, Variation und Vielfalt werden von den Befragten häufig eingefordert bzw. als Stärken der ORF-Radios erlebt.

Wie die standardisierte Abfrage zeigt, wird das Merkmal „musikalisch vielfältig“ von etwas mehr als sieben von zehn Befragten (72 %) als gut bzw. sehr gut das ORF-Radioangebot erfüllt bewertet. Die Analyse der offenen Antworten erlaubt einen detaillierten Blick auf die kritischen Meinungen und Verbesserungswünsche in diesem Bereich:

- **Weniger Wiederholungen:** Die häufigste konkrete Kritik der Befragten (23 Nennungen) betrifft die Wahrnehmung, dass Lieder zu häufig wiederholt würden (v. a. auf Ö3).
- **Mehr Vielfalt:** Der häufigste positive Verbesserungsvorschlag betrifft mehr Vielfalt im Musikmix, d.h. zum Beispiel eine größere Bandbreite an Musikstilen und -richtungen, eine breite Auswahl der gespielten Bands und Künstler/innen, mehr Vielfalt hinsichtlich aktueller und älterer Musik, die Präsentation auch junger, unbekannter Bands bzw. das Vermitteln „neuer Blickwinkel“. (15 Nennungen)

¹⁶ „Zu viel Musik ist nichts und zu viel Reden ist auch nichts.“ (männlich, 33).

- **Österreichische Musik:** Sechs von 302 Befragten wünschen sich mehr österreichische Musik im Programm bzw. weniger englischsprachige Musik.
- **Spezielle Musikwünsche:** Schließlich werden im Verlauf der Interviews unterschiedliche spezielle Musikwünsche geäußert, darunter mehr Volksmusik, mehr „alte Platten“, mehr (aber auch: weniger) Schlager, mehr Jazz und Blues.

3.3.2 Senderspezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Das Leistungskriterium der Vielfalt ist wesentlicher Teil des manifesten Qualitätsbegriffs des Publikums und wurde im gesamten Verlauf der telefonischen Interviews von den Befragten thematisiert.

Dabei überzeugen die **ORF-Regionalradios** aufgrund eines zielgruppenadäquaten und breiten Angebots an Musik und Wortanteil, das die Interessen der Befragten gut befriedigt. Verbesserungswünsche werden teilweise hinsichtlich des Musikmix eingebracht (weniger Wiederholungen, noch mehr Vielfalt).

Musikalische Vielfalt und Abwechslungsreichtum sind die zentralen positiven Qualitätswahrnehmungen von **Hitradio Ö3**, wobei unter den einzelnen Sendungen der „Ö3-Wecker“ am häufigsten positiv hervorgehoben wird. Kritische Wahrnehmungen beziehen sich primär auf den Musikmix (zu viele Wiederholungen, zu wenig Vielfalt, zu wenig deutschsprachige Lieder).

Ö1 kann besonders mit der großen Vielfalt an Sendungsgenres und Themen überzeugen. Die musikalische Vielfalt wird vergleichsweise weniger häufig als Stärke hervorgehoben.

Bei **FM4** steht hinsichtlich der Vielfalt klar das musikalische Angebot im Zentrum der Qualitätswahrnehmung. Abwechslungsreichtum, Musik abseits des Mainstreams, aktuelle Musik werden vom befragten Publikum bei FM4 wahrgenommen und teilweise auch noch stärker eingefordert.

3.4 Wertschöpfung

Der Auftragswert der Wertschöpfung bezieht sich im Qualitätsprofil sowohl auf den konkreten Beitrag zur Förderung österreichischer Talente und Kreativwirtschaft als auch eine breiter verstandene, intellektuelle Wertschöpfung durch ein vielfältiges, die ganze Gesellschaft berücksichtigendes Angebot. Dies umfasst auch die Förderung „des Diskurses zu österreichischer Identität“.

Die standardisierte Abfrage im Rahmen der vorliegenden Evaluationsstudie zeigt hinsichtlich der Wichtigkeit eine Zustimmung von über sieben von zehn Befragten für die entsprechenden Auftragswerte: Jeweils 74 % der Befragten hielten die Merkmale

„trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“ sowie „trägt zur österreichischen Identität bei“ für wichtig bzw. sehr wichtig.

3.4.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Die Bewertung der genannten Eigenschaften im Ist entspricht in etwa jener der Wichtigkeit, d. h. jeweils 72 % der Befragten sahen die Merkmale „trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“ und „trägt zur österreichischen Identität bei“ durch die ORF-Radioangebote als gut bzw. sehr gut erfüllt an.

Aufgrund der Analyse der offenen Antworten kann ergänzend festgehalten werden, dass auf der einen Seite der starke Österreichbezug zur Kernidentität der ORF-Radioflotte und zu den Basisanforderungen des Publikums gehört.

Was übrigens auch wichtig ist: Sogar Ö3 sorgt dafür, dass die österreichische Identität erhalten bleibt, die anderen ORF Sender machen das sowieso, man muss sich nur andere private Radiosender anhören wie KroneHit, die haben nichts mehr mit Österreich zu tun, die sind auch mit anderen Sendern außerhalb von Österreich völlig austauschbar.
(männlich, 40)

Auf der anderen Seite ist die Vielfalt der konkreten Aktivitäten und Beiträge der ORF-Sender zur kulturellen Wertschöpfung der Mehrheit des Publikums nicht bewusst bzw. wird sie im alltäglichen Radiokonsum nur von einer Minderheit reflektiert. Dementsprechend entfallen nur 6 % der als explizite Qualitätsurteile codierten Nennungen in den offenen Antworten auf dieses Leistungskriterium.

Positive Qualitätswahrnehmungen in diesem Zusammenhang betreffen die Platzierung und Förderung österreichischer Musik und Künstler/innen, wobei insbesondere FM4 mehrmals positiv hervorgehoben wird. Auch Veranstaltungshinweise bzw. die Berichterstattung über lokale Veranstaltungen wird als Stärke gesehen, ebenso das gesamtösterreichische Angebot im ORF, d. h. Programm aus allen Bundesländern.

Ich habe das Gefühl, dass lokale Künstler über Ö3, Regionalradios und auch FM4 Zugang zu österreichischen Bewohnern haben und dadurch auch eine Förderung erfahren. (männlich, 28)

Unter den Verbesserungsvorschlägen steht an erster Stelle der Wunsch nach noch mehr österreichischer Musik bzw. österreichischen Kulturschaffenden im Programm. Fünf Befragte betonen darüber hinaus, dass insbesondere auch jungen Künstlerinnen und Künstlern bzw. Newcomern eine Plattform geboten werden sollte.

Die ORF-Radios sollten noch vielfältiger sein: besonders in Bezug auf die Musik: Die sollte mehr von jungen Künstlern, auch von österreichischen Künstlern, aber auch von jungen internationalen Künstlern stammen.
(weiblich, 60)

Drei Befragte wünschen sich mehr Brauchtum und Heimatkultur in den ORF-Radios. Einer wünscht sich eine größere Vielfalt in der Berichterstattung über lokale Veranstaltungen und Festivals.

3.4.2 Senderspezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Generell wird der Aspekt der Wertschöpfung vom befragten Publikum nur selten thematisiert und scheint daher keine zentrale Rolle für das manifeste Qualitätsbewusstsein zu spielen. Demnach ist auch die senderspezifische Wahrnehmung dieses Qualitätsaspekts wenig ausgeprägt bzw. beziehen sich entsprechende Wortmeldungen in der qualitativen Evaluationsstudie eher auf das ORF-Radioangebot insgesamt denn auf einzelne Sender.

Hitradio Ö3 wird vereinzelt als wichtige Plattform für österreichische Künstler/innen (Musik) genannt. Auch Nennungen zu **FM4** beziehen sich auf den hohen Anteil österreichischer Künstler/innen im Musikprogramm bzw. auf die Förderung österreichischer Musik.¹⁷ Darüber hinaus wird auch die Förderung vielfältiger Veranstaltungen in Österreich durch FM4 positiv hervorgehoben.

Ähnliches gilt für **Ö1** sowie die **ORF-Regionalradios**: Auch hier wird neben der Rolle einer Plattform für österreichische Künstler/innen besonders auf die Förderung von Veranstaltungen bzw. deren Ausrichtung als positiver Beitrag zur Wertschöpfung hingewiesen.¹⁸

3.5 Internationaler Wert und Föderalismus

Im Kapitel „Internationaler Wert und Föderalismus“ formuliert das Qualitätsprofil den Anspruch das relevante „regionale, nationale, europäische und internationale Geschehen abzubilden und zu reflektieren“. Auch die Förderung der österreichischen und der regionalen Identitäten wird in diesem Kapitel noch einmal betont.

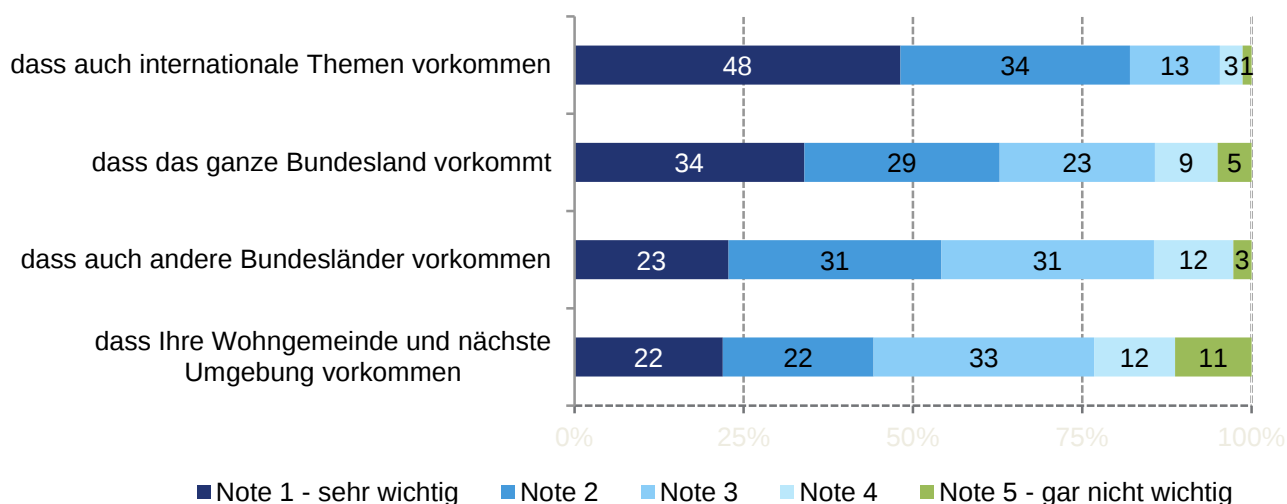
Im Rahmen der vorliegenden Evaluationsstudie wurden Items zu allen drei Ebenen – der Welt, Österreich sowie den Regionen – abgefragt. Hinsichtlich der Wichtigkeit erhielten diese eine ähnlich hohe Zustimmung von rund drei Viertel der Befragten, die das jeweilige Item als wichtig bzw. sehr wichtig für eine hohe Qualität der ORF-Radios einschätzten.

Um die Bedeutung der unterschiedlichen Ebenen noch genauer abschätzen zu können, wurden die Befragten in einer ergänzenden Fragebatterie gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen das Vorkommen von vier regionalen Ebenen in den ORF-Radios ist.

¹⁷ „Auf FM4 hab ich halt das Gefühl, es wird ein bisschen mehr gefördert, ja, also da weiß ich auch, da gibt's ein Format, da können immer wieder österreichische Künstler eine Stunde lang, vorwiegend DJs, ihre Mixes präsentieren, also sowas finde ich ganz großartig, und wenn man dann auch noch den Bezug zum Künstler bekommt, weil ein kurzes Interview mit ihm dabei ist.“ (weiblich, 25)

¹⁸ „Es gibt doch im RadioKulturhaus mit diesem monatlichen Programm eine große Palette an Angebot bezüglich Lesungen, Diskussionen unterschiedlichster Natur, sehr viel Musik, klassisch und jede andere Musikrichtung, ich glaube da wird schon sehr viel angeboten.“ (weiblich, 58)

Abbildung 6: Wichtigkeit unterschiedlicher regionaler Ebenen der Berichterstattung



Anm.: Gestützte Abfrage auf einer fünfstufigen Skala; Frage im Wortlaut: „Wie wichtig ist Ihnen auf einer Skala von 1 bis 5 ...“ Angaben in Prozent, n=302.

Demnach schreibt das befragte Publikum – neben dem selbstverständlich vom ORF eingeforderten Österreichbezug – einer internationalen Perspektive in der Berichterstattung eine hohe Relevanz zu: Über acht von zehn (82 %) sind der Meinung, dass in den ORF-Radios „auch internationale Themen vorkommen“ sollen.

Hinsichtlich der regionalen Dimension der Berichterstattung halten es rund zwei Drittel der Befragten (63 %) für wichtig bzw. sehr wichtig, dass „das ganze Bundesland“ in den ORF-Radios vorkommt. Auf der anderen Seite sind 14 % der Befragten wenig oder gar nicht an regionaler Berichterstattung interessiert.

Dass „auch andere Bundesländer vorkommen“ wird von den Befragten im Vergleich zum eigenen Bundesland etwas weniger wichtig eingeschätzt (54 % Zustimmung). Die im Vergleich geringste Bedeutung hat schließlich die eigene „Wohngemeinde und nächste Umgebung“ (44 % Zustimmung).

3.5.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

In der Erfüllung durch das ORF-Radioangebot bewertet das befragte Publikum das Merkmal „bietet regionale Informationen“ mit einer Zustimmung von 79 % am besten. Rund sieben von zehn Befragten (72 %) sehen die Anforderung „trägt zur österreichischen Identität bei“ als sehr gut bzw. gut erfüllt an. Nur etwas weniger (69 %) bewerteten das Item „international ausgerichtet“ als gut bzw. sehr gut erfüllt.

Aufgrund der qualitativen Analyse der offenen Antworten kann ergänzt werden, dass sowohl die internationale als auch die regionale Ausrichtung der ORF-Radios von den Befragten weniger häufig thematisiert werden als andere Leistungskriterien wie Vertrauen, Vielfalt und Orientierung. Dabei betonen jene Befragten, die sich zur Regionalität oder Internationalität

äußern, in der Regel die Wichtigkeit dieses Aspekts und wünschen sich, dass dieser in den ORF-Radios beibehalten werden sollte:

[Ich wünsche mir] dass Vielfalt und Internationalität erhalten bleiben, gut darauf Rücksicht genommen wird. (weiblich, 51)

Ich möchte weiterhin die lokalen Nachrichten und Musikunterhaltung, politisch relevante Themen innerhalb der Region. (männlich, 70)

Föderalismus

Stärken der ORF-Radios werden dabei hinsichtlich der Regionalität in der Vielfalt der regionalen Berichterstattung gesehen,¹⁹ in der Berichterstattung über und Unterstützung vielfältiger regionaler Veranstaltungen und der aktuellen regionalen Information.

An Verbesserungsvorschlägen wird allen voran der Wunsch nach noch „mehr“ regionaler Berichterstattung genannt. Konkrete Wünsche sind

- mehr aus kleinen, ländlichen Gemeinden bzw. mehr ländliche Themen;
- versuchen, alle Bundesländer einzubinden und zu „bündeln“ bzw. eigene Sendung für alle Bundesländer;
- Verbesserung der Informationsqualität in den Regionalradios / mehr Ausführlichkeit;
- Vorkommen regionaler Künstler/innen auch in Ö3.

Internationaler Wert

Stärken der ORF-Radios hinsichtlich der Internationalität werden neben der Auslandsberichterstattung und der Internationalität des kulturellen Angebots explizit auch in der Mehrsprachigkeit gesehen. Auch hier ist der häufigste Verbesserungsvorschlag, dass noch „mehr“ Internationalität ins Programm gebracht werden sollte.²⁰ Konkrete Kritik und Wünsche sind:

- weitere Fremdsprachen neben Englisch und Französisch (3 Nennungen);
- Inlands- und Auslandsberichterstattung weniger „mischen“;
- stärker Betroffene aus anderen Ländern zu Wort kommen lassen.

3.5.2 Senderspezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

Wie oben dargestellt, werden ein starker Österreichbezug ebenso wie internationale Berichterstattung vom befragten Publikum grundsätzlich von der ORF-Radioflotte erwartet. Wie die qualitative Analyse zeigt, wird die unterschiedliche

¹⁹ Beispiel: „Besonders wichtig sind mir die regionalen Berichterstattungen, wo verschiedene Themen behandelt werden und auch alle Berufsgruppen angesprochen werden.“ (männlich, 41)

²⁰ Zwei Befragte wünschen sich hingegen explizit weniger Internationales in den ORF-Radios. Weitere zwei kritisieren zu viele „Amerikanismen“ in der Berichterstattung.

Schwerpunktsetzung der ORF-Sender in dieser Beziehung vom Publikum deutlich wahrgenommen und in der Regel positiv rezipiert.

Eine besondere Stärke in der Internationalität wird dabei **FM4** zugeschrieben, wobei insbesondere die englischsprachige Berichterstattung in der Publikumswahrnehmung heraussticht. – Bei **Ö1** wird Internationalität vor allem in der Informationsberichterstattung wahrgenommen.

Auch bei den **Regionalradios** wird Internationalität in der Programmsäule der Information wahrgenommen, wobei einzelne Befragte hier die regionale Berichterstattung bevorzugen.

Bei **Hitradio Ö3** steht die Musik im Vordergrund der Publikumswahrnehmung, wobei ein Teil der Befragten hier mehr österreichische Interpretinnen und Interpreten hören möchte.

3.6 Kompetenz

Das abschließende Kapitel „Kompetenz“ umfasst im Qualitätsprofil Radio neben dem „handwerklich hohen Niveau“ auch die Kompetenz der Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten sowie die „Fähigkeit zur medialen Innovation“.

Die standardisierte Abfrage entsprechender Items zeigt mit über 90 % Zustimmung (94 %) einen besonders hohen Stellenwert der „kompetenten Moderatoren und Moderatorinnen“. Mit 85 % Zustimmung ebenfalls besonders wichtig ist dem befragten Publikum die Eigenschaft „ansprechend gestaltet“. Dahinter folgen mit je 81 % Zustimmung die Merkmale „immer wieder Neues / innovativ“ sowie „unterhaltsam“.

3.6.1 Stärken und Verbesserungspotenzial

Die ergänzende qualitative Analyse bestätigt zunächst die hohe Wichtigkeit der Kompetenz für das befragte Publikum: Insgesamt entfallen 17 % aller als Qualitätsurteile codierten Aussagen in den offenen Antworten auf dieses Leistungskriterium.

Die Erfüllung der genannten Eigenschaften durch das ORF-Angebot wird vom befragten Publikum durchwegs gut eingeschätzt: Fast neun von zehn Befragten sehen die wichtigen Auftragswerte „kompetente Moderatoren und Moderatorinnen“ (88 % Zustimmung) sowie „ansprechend gestaltet“ (87 % Zustimmung) durch die ORF-Radios gut bzw. sehr gut erfüllt. 84 % Zustimmung erhält das Item „unterhaltsam“ und 74 % das Merkmal „immer wieder Neues / innovativ“.

Stärkefeld kompetente Moderatorinnen und Moderatoren

Als größte Stärke der ORF-Radios im Bereich der Kompetenz werden in den offenen Antworten die Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten genannt. 17 % aller expliziten Nennungen von Stärken der ORF-Angebote beziehen sich auf diese Protagonisten. Sie werden als „kompetent“, „gut ausgebildet“ wahrgenommen,

man „hört sie gerne“. Im Detail ist diese Kompetenzwahrnehmung in Kapitel 2.2 (Tabelle 3) aufgeschlüsselt; einige beispielhafte Verbatims:

Die Moderatoren sind immer sehr kompetent, seriös und sehr freundlich. (weiblich, 19)

Die Moderatoren sprechen in einer Art und Weise nahe am Publikum, sehr angenehm für den Hörer. (männlich, 56)

Dass sehr verschiedene Redakteure am Werk sind, genug Personal da ist, und von der Weltanschauung sich doch bemüht, wirklich alles abzudecken. (weiblich, 67)

Ganz egal, welches ORF-Radio, die Moderatoren sind sehr kompetent, vielleicht abgesehen von den Regionalradios, aber die Moderatoren sind ihre große Stärke, außerdem hat der ORF ein gutes Netzwerk, was ein großer Vorteil ist, und auch die Bandbreite ist sehr groß. (männlich, 40)

Kritische Wahrnehmungen hinsichtlich der Moderatorinnen und Moderatoren werden nur von elf Befragten eingebracht. Die von diesen genannten Verbesserungsvorschläge betreffen die Sprache (v.a. Verständlichkeit) und den Stil (z.B. „Klamauk“, „seicht“).

Gestaltung und Technik

Ebenfalls überwiegend positiv werden Gestaltung und Machart wahrgenommen („Sendungsdesign“, „Art der Moderation“, „gesamte Aufbereitung“). Einige Befragte heben dabei auch den hohen Unterhaltungswert bzw. den Aspekt von Witz/Humor positiv hervor. Einige beziehen sich positiv auf Call-in-Sendungen als Gestaltungselemente mit hoher Bürgernähe:

Das finde ich sehr gut, weil ja oft die Leute, die anrufen, ein bisschen bodennäher sind in den Meinungen als vielleicht Wissenschaftler, die ein bisschen abgehoben agieren, und durch das Hereinspielen der Meinung des Volkes, wenn man so will, kriegt das ganze einen zusätzlichen interessanten Aspekt. (männlich, 63)

Die technische Qualität der ORF-Radios wird von drei Befragten explizit als Stärke genannt. Der Auftragswert der Innovation wird hingegen mit Ausnahme einer Nennung vom befragten Publikum in den offenen Antworten nicht thematisiert.

Drei kritische Nennungen beziehen sich auf den schlechten Empfang eines ORF-Senders bzw. Streaming-Dienstes (eine Nennung), zwei Befragte wünschen sich eine „modernere“ bzw. „flottere“ Gestaltung.

Fünf Befragte beziehen sich auf ergänzende Angebote der ORF-Sender im Internet (Homepage, Social Media, Streaming-Dienste). Ein konkreter Verbesserungsvorschlag ist in dieser Hinsicht, ein einheitliches Portal für alle ORF-Radiosendungen einzurichten (männlich, 38).

3.6.2 Senderspezifische Schwerpunkte in der Qualitätswahrnehmung

In der senderspezifischen Wahrnehmung des Leistungskriteriums Kompetenz stehen primär die Moderatorinnen und Moderatoren sowie Gestaltung und Unterhaltungswert im Vordergrund.

Beide Aspekte werden vom befragten Publikum besonders häufig bei **Hitradio Ö3** positiv hervorgehoben. „Kompetente“, „lustige“, „herzliche“ Moderatorinnen und Moderatoren mit angenehmen Stimmen bewirken gemeinsam mit einer abwechslungsreichen Gestaltung nebst „lustiger“, „unterhaltsamer“ Elemente eine hohe Publikumszufriedenheit.

Auch bei den **ORF-Regionalradios** stehen die Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten im Zentrum einer positiven Publikumswahrnehmung, wobei vereinzelt von Befragten diesbezüglich auch Kritik geäußert wird.

Hinsichtlich **Ö1** heben die befragten Hörer/innen deutlich weniger die emotionalen Qualitäten der Moderatorinnen und Moderatoren hervor als Aspekte wie Kompetenz, gute Recherche, Sachlichkeit und fundierte Information.

FM4 schließlich wird von den Befragten stärker mit dem musikalischen Content verbunden und daher die Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren weniger häufig thematisiert.

4 Qualitätswahrnehmung einzelner Sender

In den im Rahmen dieser Studie durchgeführten 302 telefonischen Interviews wurde den Befragten im Anschluss an den allgemeinen Fragebogenteil zur ORF-Radioflotte auch Gelegenheit gegeben, noch einmal auf einen der vier ORF-Radiosender einzugehen. Dabei wurden sie insbesondere danach gefragt, was ihnen im Bereich dieses Senders besonders wichtig ist, womit sie zufrieden sind und was auf der anderen Seite verbessert werden sollte. Die Antworten auf diese Fragen wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und sind in den folgenden Abschnitten zusammenfassend dargestellt.

4.1 Ö1

Insgesamt 60 Befragte wurden telefonisch vertiefend zum Sender Ö1 befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Ö1-Nutzer/innen zusammen.

Information, (klassische) Musik und Kultur

Insgesamt 80 % aller expliziten Aussagen zu positiv erlebten Aspekten von Ö1 beziehen sich auf die Bereiche Information (30 % der Nennungen), (klassische) Musik (29 %) sowie den Content im Bereich Kultur (21 %).

Im Bereich Information wird besonders die Informationsqualität und -tiefe, die „gut recherchierte“, „differenzierte“ Berichterstattung hervorgehoben und geschätzt: Einige Befragte betonen darüber hinaus den persönlichen Mehrwert der Ö1-Information: „Es ist bereichernd, informativ, liefert Denkanstöße.“ (weiblich, 68). Acht Befragte betonen, dass jedenfalls die ausführlichen Journale beibehalten werden sollten.

Ö1 mit seinen Nachrichten finde ich schon gewaltig, die sind wirklich sehr gut. (männlich, 56)

Wenn es um kritische Beiträge geht, sehe ich da ganz besonders Ö1 sehr weit vorne. (männlich, 18)

Im Bereich Musik heben die Befragten am häufigsten das gute Angebot an klassischer Musik positiv hervor, aber auch Jazz, moderne Musik und die „verschiedenen Musikrichtungen“ werden genannt.

Also die Musikgestaltung auf Ö1, wobei natürlich das Schwergewicht auf klassischer Musik liegt, das hat sich in den letzten Jahren sehr gebessert. Früher war eigentlich immer Mozart, Beethoven, Schubert, und das ist abwechselnd gespielt worden, und heute besuchen die Moderatoren auch jetzt andere Zweige der Musik, parallel zur klassischen Musik, Entwicklungen aufzuzeigen oder internationale Beispiele zu bringen und daher ist das klassische Programm jetzt viel interessanter geworden, man hört eigentlich fast lieber zu als früher, weil man auch Wissen aufnehmen kann über die Musik. (männlich, 63)

Als drittes großes Stärkefeld wird „Kultur“ mit Ö1 verbunden, darunter Kulturberichterstattung, kulturelle Events, Literatur, Theater, Hörspiel und Oper/Konzerte.

Als weitere Stärken wurden genannt:

- wissenschaftlicher Content (5 Nennungen)
- kompetente Moderatorinnen und Moderatoren (3 Nennungen)
- Internationalität (2 Nennungen)
- Regionale Berichterstattung auf Ö1 (3 Nennungen)
- Einzelnennungen zu sonstigem Content

Kritische Wahrnehmungen zu Ö1 werden im gesamten Interviewverlauf nur vereinzelt von Befragten eingebracht. Dabei kritisieren zwei Befragte die Informationsqualität bzw. Sachlichkeit auf Ö1. Ein Befragter wünscht sich eine bessere Qualität der Interviews, ein weiterer mehr Internationalität und Vielfalt im Programm. Einmal wird weniger Klassik und „modernere Musik“ eingefordert, zweimal eine größere Vielfalt der Musikrichtungen.

4.2 ORF-Regionalradios

Zu den ORF-Regionalradios wurden 90 Befragte telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Regionale Info & Service, Heimatbezug, Musikauswahl und kompetente Moderation

Ein gutes Drittel (36 %) aller Nennungen von Stärken der Regionalradios beziehen sich auf die Bereiche Information und Service. Dabei werden insbesondere die regelmäßigen, aktuellen Nachrichten sowie der Verkehrsfunk (seltener: Wetter) von den Befragten hervorgehoben.²¹ Qualitätsmerkmale dieses Angebots sind aus Publikumssicht in erster Linie die Regionalität der Information, gefolgt von Aktualität („was im Land passiert“), aber auch die internationale Berichterstattung in den Regionalradios wird als Mehrwert genannt.

Ein gutes Fünftel (21 %) der positiven Nennungen bezieht sich auf den Aspekt der Regionalität allgemein (d. h. nicht nur in Bezug auf Information und Service). Die Hälfte dieser Nennungen verbindet dies explizit mit einem Gefühl von Identität oder Heimat: „Weil das unser Heimatradio ist“ (weiblich, 68); „Wir sind Burgenländer und wir hören Radio Burgenland“ (weiblich, 60) usw.

²¹ Beispiel: „Erstmal weckt mich Radio Wien in der Früh und ansonsten, wenn ich unterwegs bin, höre ich Radio Wien wegen des Verkehrsfunks, weil mir das wichtig ist. Wenn dazwischen etwas passiert und ich darüber informiert werde, finde ich das auch gut.“ (weiblich, 70)

Radio Niederösterreich und Radio Burgenland, die haben das voll, also ich bin so begeistert von Radio Burgenland, ... die sind lustig, die wecken das Interesse, und da ist man so mit dabei, und auch die Moderatoren sind sehr, sehr nett. ... Also das ist so, als würde man mit jemandem reden und der erzählt einem das, oder es wäre der Nachbar, das ist so amikal, freundschaftlich, nett, nicht so abgehoben. (weiblich, 49)

Weitere 21 % der Nennungen beziehen sich positiv auf die Musikauswahl (vielfältige Musik, Volksmusik, Blasmusik, aus älteren Zeiten usw.) in den Regionalradios.²²

Und das finde ich bei Radio Wien wieder gut auch, weil sie nicht so häufig wiederholen, weil die eine viel größere Bandbreite an Musik anbieten und nicht nur das, was jetzt gerade angesagt ist. Und ich finde auch, dass die Nachrichten für mich auch sehr wichtig sind, und das haben ja auch nicht alle Sender, dass die zur halben Stunde auch Kurznachrichten bieten, das macht zum Beispiel Radio Wien schon, das finde ich schon sehr gut. Man merkt auch schon bei den Sendern die unterschiedliche Qualität von den Nachrichten. (weiblich, 35)

Die kompetenten, „guten“ Moderatorinnen/Moderatoren bzw. Sprecher/innen werden schließlich in 13 % der positiven Nennungen besonders hervorgehoben.

Weitere positive Wahrnehmungen sind:

- gute Unterhaltung (2 Nennungen)
- Abwechslungsreichtum
- Veranstaltungsinformationen

Kritische Wahrnehmungen zu den ORF-Regionalradios werden im Verlauf der telefonischen Interviews nur vereinzelt geäußert: Dabei beziehen sich zwei Nennungen auf die Musikauswahl, eine auf die Sportnachrichten und zwei auf die Qualität der Moderation.

4.3 Ö3

Zum Sender Ö3 wurden 90 Befragte telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Ö3-Nutzer/innen zusammen.

Musik, aktuelle Info/Service, Moderation und Unterhaltungswert

31 % aller expliziten Aussagen zu positiv erlebten Aspekten von Ö3 beziehen sich auf die Musik. Häufige Zuschreibungen sind die *Vielfalt, moderne, aktuelle Musik, die Musikmischung bzw. Mix*. Ein Befragter (männlich, 38) hebt besonders hervor, dass „auch österreichische Musik gespielt wird“.

²² Beispiele: „Weil der den ganzen Tag die Balladen spielt, nicht den Rocksound, dieses ganze wilde Zeug ... die Balladen beruhigen, das ist in Ordnung, wenn sie die ganzen Balladen von früher spielen.“ (weiblich, 70) „Sie spielen alte Lieder, 50er 60er 70er 80er, die auch mal populär waren, und die österreichischen Schlager, auch das sind die, die früher modern waren.“ (weiblich, 43)

Weitere 25 % der positiven Nennungen beziehen sich auf den praktischen Mehrwert des Senders im Bereich der Verkehrsnachrichten.

19 % der Nennungen sehen eine besondere Stärke von Ö3 bei der stets aktuellen und umfassenden Information bzw. den „stündlichen Nachrichten“.

12 % der positiven Nennungen beziehen sich auf die kompetenten bzw. sympathischen Moderatorinnen und Moderatoren.

Ich finde die Machart von Ö3 ziemlich gut, mit Schnitt, Ton, Regie, das gefällt mir. Die Moderatoren passen, finde ich, auch zum Sender, genauso wie die Radio-Wien-Moderatoren zu Radio Wien passen, meiner Meinung nach, und bei Ö3 hab ich auch die Facebook-Seite geliked, und das finde ich auch super mit diesem Newsflash, der immer kommt.
(weiblich, 30)

Weitere positive Wahrnehmungen sind:

- Unterhaltungswert,²³ z. B. „kurzweilig“, „Witz“, „gute Mischung zwischen Comedy und seriöser Moderation“ (9 Nennungen)
- Sportnachrichten (2 Nennungen)

Kritische Wahrnehmungen zu Ö3 betreffen im ganzen Interviewverlauf vor allem den Musikmix und wurden im Kapitel 3.3 bereits zusammengefasst. Im vertiefenden Abschnitt zu diesem Sender beziehen sich zwei Befragte kritisch auf den Auftragswert des „respektvollen Umgangs“:

Manche Moderatoren machen ätzende Bemerkungen über Personen, die teilweise sehr unter der Gürtellinie sind. (männlich, 39)

4.4 FM4

Zum Sender FM4 wurden 62 Befragte telefonisch vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer/innen zusammen.

Musik, Internationalität und eigenständige Machart

Die offenen Antworten der vertiefend zu FM4 befragten Hörer/innen zeigen eine deutliche Wahrnehmung der eigenständigen Machart dieses Senders und eine entsprechend differenzierte Wahrnehmung seiner Stärken.

Die häufigsten positiven Nennungen (36 % der codierten Stärken) beziehen sich dabei auf den musikalischen Content.²⁴ Hervorgehoben wird die Vielfalt und Aktualität der

²³ Beispiel: „So wie es jetzt ist von der Gestaltung her sollte es bleiben – der Wecker ist sehr gut, auch mit vielen super Ideen, wie die Kinder aufwecken. Es ist einfach lebendiges Radio und man merkt, dass die Leute mit dem Leben, was sie machen, und sich tagtäglich mit dieser Prozedur konfrontieren, und man merkt, dass viel Arbeit dahintersteckt, nicht nur von den Moderatoren, die das dann ausführen, sondern vor allem auch von den Leuten im Hintergrund, die sich das alles ausdenken und das alles entwickeln, und das sollte so weitergehen.“ (männlich, 57)

Musik, Nischen-Musikrichtungen bzw. „alternative“ und „nichtkommerzielle“ Musik, das „relativ weite Musikspektrum“:

Die Musik, die FM4 spielt, kommt bei anderen kommerziellen Sendern nicht vor. Ich höre zwar nicht so oft FM4 wie Ö3, Ö3 kann ich den ganzen Tag hören, aber ich finde es gut, dass dort andere Musik gespielt wird. Außerdem scheint mir FM4 die meiste Diversität zu haben, das Programm ist moderner und alternativer als bei anderen Sendern.
(weiblich, 70)

Weitere 21 % der positiven Nennungen heben eine besondere Eigenständigkeit von FM4 hervor, ein „eigenes Profil“, das beibehalten werden sollte. Dies betrifft neben der Musikauswahl auch die „Art der Moderation“, die „Jugendlichkeit“, die Art von Content, den man „sonst nie hört“.

19 % der positiven Nennungen beziehen sich auf positive Eigenschaften des nicht-musikalischen Contents auf FM4,²⁵ wobei insbesondere Vielfalt und Tiefgang hervorgehoben werden (Themenvielfalt, Berichte über Hintergründe, ausführliche Interviews, „gesellschaftskritische Themen von hoher Aktualität“). Häufig gehen die Befragten dabei auch auf einzelne Sendungen ein, die ihnen besonders gefallen.

Weitere 19 % der Nennungen heben die Internationalität des Senders besonders hervor. Dabei wird von den Befragten immer wieder die Mehrsprachigkeit als Besonderheit genannt, die in Zukunft unbedingt beibehalten werden sollte.

Vereinzelt werden schließlich auch Aspekte der Wertschöpfung²⁶ (Förderung junger Musiker, Sponsoring von Veranstaltung) positiv hervorgehoben.

Kritische Wahrnehmungen zu FM4 werden im gesamten Interviewverlauf nur vereinzelt eingebracht. Dabei kritisieren drei Befragte Aspekte der Gestaltung (zu jugendlich, zu viel Wortanteil, zu viele Sprünge zwischen den Musikrichtungen), zwei weitere die Werbung im Programm. Ein Befragter sieht die Mischung zwischen englischer und deutscher Moderation negativ.

²⁴ Beispiel: „FM4 ist nichts für faule Radiohörer, aber mich stört das nicht, weil ich weiß, wann es für mich passt und wann ich einschalten muss, um das zu hören was mir gefällt ... manchmal kommen auch komplett schräge Sachen, z. B. bei „House of Pain“, oder Sachen die mir zu extrem alternativ sind oder komplett außergewöhnlich sind und mir dann halt nicht gefallen, aber mich stört das nicht, und man sollte das trotzdem so beibehalten.“ (männlich, 46)

²⁵ Beispiel: „Die kulturelle Berichterstattung sollte beibehalten werden, damit meine ich gar nicht so sehr Eventtipps, sondern Berichte mit Hintergründen zu verschiedenen kulturellen Dingen. Die schönen langen Interviews sollten auch beibehalten werden.“ (männlich, 36)

²⁶ Beispiel: „Auf FM4 hab ich halt das Gefühl, es wird ein bisschen mehr gefördert, ja, also da weiß ich auch, da gibt's ein Format, da können immer wieder österreichische Künstler eine Stunde lang, vorwiegend DJs, ihre Mixes präsentieren, also sowas finde ich ganz großartig, und wenn man dann auch noch den Bezug zum Künstler bekommt, weil ein kurzes Interview mit ihm dabei ist.“ (weiblich, 25)

5 Abschließender Befund der Evaluation

Mit dem Qualitätsprofil Radio hat der ORF ein differenziertes SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der Leistungskriterien *Vertrauen/Orientierung, Verantwortung/Kultur, Vielfalt, Wertschöpfung, Internationaler Wert & Föderalismus sowie Kompetenz* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Diese allgemeinen sowie senderspezifischen Auftragswerte dienen als Leitlinien für das ORF-Radioangebot in sämtlichen Programmsäulen sowie in den Sendern *Ö1, Ö3, FM4 und ORF-Regionalradios*. Zugleich soll die ERFÜLLUNG der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Radioprogramme für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil Radio mittels Methoden der qualitativen Sozialforschung. Untersucht wird, inwieweit das Publikum die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte für wichtig und legitim erachtet, inwieweit es das erarbeitete Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag aus Publikumssicht erfüllt wird.

Als abschließender Befund kann zusammenfassend festgehalten werden:

1. Evaluation im Soll:

Das ORF Qualitätsprofil wird vom Publikum verstanden und als maßgeblich für ein hochwertiges öffentlich-rechtliches Radioprogramm angesehen. Die standardisierte empirische Abfrage zeigt eine hohe Legitimität der einzelnen Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 65 und 95 %. Das vom ORF definierte Anforderungsprofil an die ORF-Radioprogramme entspricht also in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums.

Differenzierend wurde festgehalten, dass einige Aspekte des komplexen und vielschichtigen Qualitätsbegriffs laut ORF-Qualitätsprofil im Publikum weniger stark bzw. nur latent verankert sind. Zentrale, manifeste Anforderungen des Publikums an den ORF sind: Aktualität, Informationsgehalt und -qualität aufgrund eines hochwertigen, glaubwürdigen Journalismus, die Vielfalt der Angebote (Musik sowie Wortanteil), die Kompetenz in der Gestaltung sowie der Journalistinnen/Journalisten, Moderatorinnen/Moderatoren und Expertinnen/Experten sowie das kulturelle Angebot und der hohe Österreichbezug der ORF-Radiosender.

2. Evaluation im Ist:

Als zweiter Teil der vorliegenden Evaluationsstudie wurde untersucht, inwieweit die vom ORF definierten Auftragswerte vom Publikum auch in der Programmgestaltung als erfüllt wahrgenommen werden. Auch hier zeigt die standardisierte empirische Abfrage über alle Auftragswerte hinweg eine sehr hohe Zustimmung im befragten Publikum: Je nach Item gaben zwischen 67 und 95 % der Befragten an, dass der jeweilige Auftragswert durch die ORF-Radioprogramme erfüllt bzw. sehr gut erfüllt wird. Zentrale Publikumsanforderungen wie Vielfalt, Aktualität, Seriosität, Informationsqualität, Kompetenz und ansprechende Gestaltung werden von jeweils über drei Viertel der Befragten als gut bzw. sehr gut erfüllt bewertet.

Potenzial zur Optimierung des Angebots erten Teile des Publikums beim Musikmix (weniger Wiederholungen, mehr Abwechslungsreichtum), der Vertrauenswürdigkeit (Unabhängigkeit und Transparenz des ORF) sowie der Häufigkeit von Werbung (Wunsch nach weniger Werbung).

3. Evaluation im Sendervergleich:

Schließlich wurde als drittes Element der Evaluation die Bewertung des ORF-Angebots im Vergleich zu anderen Sendern untersucht. Hier belegt die standardisierte empirische Abfrage eine hohe Imagestärke des ORF in allen Leistungskriterien mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 54 und 73 %.

Als relevante Mitbewerber werden am ehesten österreichische Privatradios gesehen. Rund ein Fünftel der Befragten (19 %) bevorzugt diese Anbietergruppe beim Auftragswert „musikalisch vielfältig“, rund 15 % bei den Auftragswerten „immer wieder Neues / innovativ“, „unterhaltsam“ und „nah am Publikum“.