



**Das Qualitätssicherungssystem des ORF
im Jahr 2024
Gutachten zur Bewertung der
Gesamtleistung**

Ingrid Deltenre

Mai 2025

Vorbemerkung

Das vergangene Jahr war ein außergewöhnliches für den ORF. Zum ersten Mal wurde der Sender über eine Haushaltsabgabe finanziert und eine Gesetzesnovelle zum Online-Auftritt trat in Kraft. Mit Anpassungen soll der ORF in der digitalen Medienlandschaft wettbewerbsfähig bleiben und gleichzeitig seinen öffentlich-rechtlichen Charakter bewahren.

Und das ist dem ORF im Berichtsjahr gelungen. Das Superwahljahr, die Hochwasser-Katastrophe, große Sportveranstaltungen und zahlreiche kulturelle Events wurden in neuer Qualität multimedial auf seinen Plattformen wie Radio, TV, Internet und Social Media präsentiert.

Mit dem ehrgeizigen Ziel, ein «Programm für alle» zu gestalten, hat der ORF zahlreiche Anpassungen vorgenommen und neue Formate lanciert. Wöchentlich erreichten seine Programme im Berichtsjahr rund 91 % der Österreicherinnen und Österreicher im Alter ab 14 Jahren. Es gibt in Österreich kein anderes Unternehmen, das so viele Menschen erreicht wie der ORF.

Solche beeindruckende Nutzungszahlen sind nur mit einem relevanten, unabhängigen und qualitativ hochwertigen «Programm für alle» möglich. Dies belegen auch die Dialoge mit den Expertinnen und Experten sowie die Ergebnisse der Publikumsbefragungen, die sich in diesem Jahr speziell mit dem Informationsangebot befassten. Sie bezeichnen das Informationsangebot des ORF als äußerst vertrauenswürdig, zuverlässig, sachgerecht und unabhängig.

Das Ziel dieses Gutachtens ist es, eine objektive und transparente Bewertung der Leistung und Verpflichtungen des ORF zu liefern. Der ORF hat diese Verpflichtungen und seine selbstgesteckten hohen Standards im Berichtsjahr erfüllt und in vielen Bereichen deutlich übertroffen.

Ingrid Deltenre, im Mai 2025

Inhalt

Vorbemerkung	2
1 Executive Summary	4
2 Das Qualitätssicherungssystem des ORF	8
2.1 Die gesetzliche Grundlage	8
2.2 Verfahren und Methoden 2024	8
3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten	13
4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags	15
4.1 ORF-Hörfunk	16
4.2 Die Regionalradios des ORF	20
4.3 ORF-Fernsehen	23
4.4 Internet	26
4.5 Kooperationen des ORF	28
4.6 Barrierefreie Angebote im ORF	30
4.7 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF	31
5 Die ORF-Overall-Befragung 2024	33
6 Evaluation des Qualitätsprofils Information 2024	35
7 Publikumsgespräche Unterhaltung, Sport, Kultur und Religion	38
8 Expertinnen-/Expertengespräch 2024: Information	42
9 ORF-Publikumsratsstudie 2024: Demokratie, Information und Bildung ...	44
10 Public-Value-Berichte	46
11 Fazit	49

1 Executive Summary

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

Zum Vorgehen

Wo im ORF-Gesetz **konkrete Zielvorgaben** genannt werden, wurde untersucht, ob diese Zielvorgaben erreicht worden sind. Darüber hinaus sind implizit weitere Kriterien in die Beurteilung eingeflossen, die für einen öffentlich-rechtlichen Sender wichtig sind. Zum einen ist es die **Relevanz** des publizistischen Angebots, die sich in Marktanteilen und Reichweiten äußert. Weitere wichtige Kriterien sind die **Glaubwürdigkeit** der Information und die **Originalität** vor allem in den Bereichen Unterhaltung, Kultur und Sport. Eine weitere implizite Anforderung an den ORF ist eine hohe **technische Qualität** der Produktionen. Nachdem gerade das jüngere Publikum bevorzugt das Internet und Social Media nutzt, wird auch das Kriterium der **Auffindbarkeit** und der **Nutzerführung** auf den ORF-Streamingplattformen immer wichtiger. Diese Themen werden vor allem in den Publikumsgesprächen und im Dialog mit den Expertinnen und Experten angesprochen.

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

Methode und Prozesse des Qualitätssicherungssystems

Innerhalb des ORF werden der Prozess der Qualitätssicherung sowie die Berichterstattung darüber vom Public-Value-Team unter der Leitung von Dr. Klaus Unterberger sowie von der Marktforschungsabteilung unter der Leitung von Mag. Eva Sassmann betrieben. Im Rahmen der jährlichen Workshops mit allen Beteiligten werden Verbesserungsmöglichkeiten diskutiert und allenfalls beschlossen. Das Qualitätssicherungssystem wird somit laufend angepasst.

Es besteht eine **hohe Kontinuität** bei den mit der Qualitätsmessung beauftragten Instituten und den verantwortlichen Projektleiterinnen und Projektleitern. Auch im Jahr 2024 fand kein Wechsel statt. Die angewendeten Methoden und Verfahren sind über Jahre erprobt und verfeinert worden.

Die **Overall-Befragung sowie die Publikumsratsstudie** wurden auch im Jahr 2024 per Telefon bzw. schriftlich, via Online-Fragebogen, gemacht. An dieser Stelle kann festgehalten werden, dass die Studien und Analysen methodisch korrekt durchgeführt worden sind und den höchsten Anforderungen entsprechen.

In den **Publikumsgesprächen** wurden die Programmsäulen Unterhaltung, Sport und Kultur/Religion über alle Mediengattungen diskutiert.

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

Im **ORF-Jahresbericht** werden sämtliche inhaltlichen und technischen Anforderungen des Kernauftrags laut ORF-Gesetz abgearbeitet und wenn immer möglich mit quantitativen Aussagen untermauert oder mit Programm-Beispielen illustriert.

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

Die **Public-Value-Berichte** leisten einen wichtigen Beitrag zur **Transparenz** des Unternehmens und mit der **Public-Value-Studie** werden aktuelle Themen vertieft, wie beispielsweise im Berichtsjahr, wo der Frage nachgegangen wird, was es bedeutet oder wie es zu interpretieren ist, ein Programm für alle zu machen.

Der Leistungsauftrag

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein **differenziertes Gesamtprogramm** von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Diese Vorgabe wird mit Inhaltsanalysen der Radio- und Fernsehprogramme ermittelt. Sie basieren seit Jahren auf den gleichen inhaltlichen Kategorien und Zuordnungsschemata und erlauben deshalb ohne Weiteres den Vergleich zu den Vorjahren.

Im ORF-Fernsehen stehen die Programmanteile Information, Unterhaltung, Sport, Kultur in einem **angemessenen Verhältnis** zueinander. Diese Aussage kann auch mit den Ergebnissen der Publikumsratsstudie bestätigt werden. In dieser Studie wurde das Publikum unter anderem danach befragt, welche Programmteile (Wirtschaft, Soziales, Politik, Sport und Kultur) stärker ausgebaut werden sollten. Aus den Antworten kann unschwer die Schlussfolgerung gezogen werden, dass sich die meisten Befragten wünschen, dass die **Anteile gleich wie bisher bleiben**.

Die Programmanteile sind auch bei den **ORF-Radios** sehr stabil geblieben. Bei einigen **Regionalradios** wurde im Berichtsjahr die Berichterstattung in den Bereichen Service/Wetter/Verkehr temporär intensiviert, was der Hochwasserkatastrophe geschuldet war. Dem ORF kann attestiert werden, auch diese gesetzliche Vorgabe erfüllt zu haben.

Gemäß ORF-Gesetz muss der ORF einen hohen Anteil **europäischer Werke** im Programm haben. Im Berichtsjahr betrug der Anteil europäischer Programme rund **80,9 %**. 55,7 % wurden von **unabhängigen Produzenten** hergestellt. Der Anteil **neuer Werke** betrug 31,1 % der Sendezeit. Damit hat der ORF auch diese gesetzlichen Vorgaben gut erfüllt.

Auch im Berichtsjahr hat sich der ORF als wichtiger und verlässlicher Partner in der Zusammenarbeit mit **ARTE, 3Sat und ARD alpha** erwiesen und hat seine vertraglichen Verpflichtungen erfüllt.

Des Weiteren soll der ORF einen wichtigen Beitrag zur **Förderung der österreichischen Identität** leisten. Dies wird zum einen mit der Zielvorgabe an einen hohen Anteil österreichischer Produktionen in den Fernsehprogrammen umschrieben. Bezogen auf den ganzen Tag betrug dieser Anteil im ORF rund 69,5 %. Diese Produktionen waren entweder inhaltlich dazu geeignet, die österreichische Identität zu fördern, und/oder wurden in Österreich produziert und trugen somit zur Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion bei. In der Primetime betrug der Anteil an Sendungen mit Österreichbezug sogar 87,9 %.

Der ORF hat im Hauptabend auch **«anspruchsvolle» Sendungen** zur Wahl zu stellen. Dieser Auftrag wird am Beispiel von zwei Musterwochen überprüft. Die publizierten Musterwochen im Jahresbericht illustrieren die Vielfalt des Programms können als Beleg dafür dienen, dass im **Hauptabend anspruchsvolle Programme gesendet werden**. Diesem Befund stimmen in diesem Jahr, laut Overall-Befragung 2024, auch die Mehrheit der befragten Personen zu.

Der ORF hat sein **barrierefreies Angebot** wiederum deutlich ausgebaut und ist auf gutem Weg, die Zwischenziele des Aktionsplans aber auch das langfristige Ziel 2030 zu erreichen, wonach alle Programme mit Untertitelung angeboten werden sollen. Die Knacknuss um dieses Ziel zu erreichen, bleibt die Untertitelung sämtlicher Sportprogramme.

Die Qualitätswahrnehmung

Mit einer wöchentlichen **Reichweite von 91 %** bei der Bevölkerung ab 14 Jahren über all seine Medien gehört der ORF zu den erfolgreichsten Medien in Europa überhaupt. Das **ORF-Fernsehen** erzielte im Berichtsjahr einen – im Vergleich zum Vorjahr – höheren Marktanteil von 34,2 %. Es erreichte täglich rund 3,638 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer, was 43,9 % aller Personen in TV-Haushalten ab 3 Jahren entspricht.

Das **ORF-Radio** erzielte in der Bevölkerung ab zehn Jahren einen Marktanteil von 60 %, das sind zwei Prozentpunkte weniger als noch im Vorjahr. Die Tagesreichweite der Radioprogramme betrug 55,5 %, damit erreichen die ORF-Radios täglich rund 4,5 Millionen Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren.

Besonders beeindruckend sind die Zahlen von **ORF ON bzw. des ORF-Videostreaming-Angebots**. Die Nettoviews der ORF-Videostreams sind von im Schnitt 9,8 Millionen pro Monat auf 14,5 Millionen gestiegen, das Gesamtnutzungsvolumen von durchschnittlich 278 Mio. Minuten auf 387 Mio. Minuten.

Diese Werte illustrieren die hohe **Relevanz**, die der ORF für die österreichische Bevölkerung hat. Im diesjährigen Dialog mit den Expertinnen und Experten zum Programmbereich der Information wird die hohe **Glaubwürdigkeit** des ORF besonders hervorgehoben. Die Berichterstattung im ORF komme einem «Gütesiegel» gleich. Auch im Rahmen der Evaluation des «Qualitätsprofil Information» waren die Zustimmungswerte zu den wichtigsten Qualitätsmerkmalen des Informationsangebots außerordentlich hoch. Die aktuelle, sachliche, zuverlässige und faktenreue Berichterstattung, die hohe Kompetenz und Vielfalt im Hinblick auf Themen, Meinungen, Zielgruppen und Protagonisten werden als Stärken des ORF hervorgehoben.

Ein Dauerbrenner bleibt das Thema der **Originalität**. Sie wird in den Publikumsgesprächen für den Bereich der Unterhaltung angesprochen. So wünscht man sich mehr Überraschung, mehr Mut und mehr Abwechslung, aber insgesamt ist man trotzdem sehr zufrieden mit dem Angebot. Sehr oft wird die Wichtigkeit der Attraktivität des ORF beim **jungen Publikum** angesprochen. Viele der Befragten wollen verstehen, wie und ob der ORF es schafft, auch für die jüngere Generation in Zukunft relevant zu bleiben. Die Ergebnisse der Publikumsratsstudie belegen, dass der ORF einen wichtigen Beitrag zum **Zusammenleben in Österreich** leistet. So stimmten 64 % der Befragten der Aussage zu, wonach der **ORF insgesamt das demokratische Zusammenleben fördert**.

Die **Auffindbarkeit** der Programme und die **Nutzerführung** auf den Online-Plattformen dürfte sich mit **ORF ON** im Verlauf des Berichtsjahres bereits stark verbessert haben. Allerdings fanden die Publikumsgespräche relativ früh im Jahr statt, so dass noch nicht alle Neuerungen umgesetzt waren. Es wird aufschlussreich sein zu sehen, wie die Online-Plattformen auch bezüglich der Nutzerführung in den nächsten Jahren beurteilt werden.

Die Zukunftsorientierung

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

Die Ergebnisse der diesjährigen Public-Value-Studie dürften auch für die Gremien des ORF von großem Interesse sein. So werden wissenschaftliche Arbeiten unter anderem zu **«False Balance»** im Journalismus erarbeitet. Dabei wird beiden Seiten eines Themas gleiche Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit eingeräumt, auch wenn Beweise oder wissenschaftliche Grundlagen sie ungleich unterstützen. Außerdem wird ein Modell vorgestellt, dass – KI-gestützt – die Ausgewogenheit von Informationssendungen messen soll.

Das Fazit dieses Gutachtens kann wie folgt zusammengefasst werden:

Insgesamt ist dem ORF zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Vorgehen die Maßnahmen des Qualitätssicherungssystems effektiv umgesetzt hat. Der ORF hat die inhaltlichen Vorgaben des ORF-Gesetzes auch im Jahr 2024 erfüllt.

2 Das Qualitätssicherungssystem des ORF

2.1 Die gesetzliche Grundlage

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

Der ORF-Stiftungsrat hat am 11. Mai 2011 ein adaptiertes Qualitätssicherungssystem beschlossen, das zusätzliche Maßnahmen vorsieht, mit denen die Angebote des ORF sowohl angebots- als auch publikumsorientiert evaluiert werden sollen. Die Ergebnisse dieser Studien fließen zusammen mit den Informationen aus dem Jahresbericht in das Gutachten ein. In der Sitzung vom 20. November 2014 wurden Anpassungen eingebracht und vom Stiftungsrat beschlossen, die die Analyse der Programmstruktur des ORF-Fernsehens insgesamt betreffen. Eine Ergänzung zur Programmstruktur des ORF-Radios wurde am 15. September 2022 durch den Stiftungsrat genehmigt.

2.2 Verfahren und Methoden 2024

Das ORF-Qualitätssicherungssystem setzte auch im Jahr 2024 auf die bewährten Verfahren und Instrumente der Repräsentativbefragung, Publikumsbefragungen, Experten- und Expertinnen-Befragung, Programmstrukturanalysen, den Public-Value-Bericht, die Public-Value-Jahresstudie, die Publikumsratsstudie sowie den ORF-Jahresbericht.

Das Qualitätssicherungssystem wird laufend optimiert. Dazu organisiert der ORF jährlich einen Workshop mit allen beteiligten Personen. Dieser Workshop fand am 20. September 2024 statt.

Im Rahmen dieses **Workshops** wurde die Anregung aus dem Stiftungsrat behandelt, zu prüfen, ob es **KI-gestützte Verfahren** gibt, die für eine Verbesserung oder Effizienzsteigerung der Qualitätssicherung genutzt werden könnten. Die befragten Institute kamen zum Schluss, dass der Einsatz von KI für Inhaltsanalysen durchaus sinnvoll sein könnte, allerdings sei der Aufwand für solche ORF-spezifischen Analysen immer noch erheblich. Im Public-Value-Bericht 2025 wird eine Studie vorgestellt, die sich mit der Thematik beschäftigt, wie KI für die Analyse der Ausgewogenheit einer Sendung genutzt werden könnte (siehe auch Seite 49). Im Workshop kam auch die Thematik der **«anspruchsvollen Sendungen»** zur Sprache. Sie wird einerseits mit Inhaltsanalysen belegt, sie wird aber auch in der Overall-Befragung abgefragt. Es wurde vereinbart, sich 2025 dem Thema in ergänzenden qualitativen Untersuchungen genauer zu widmen. Im Workshop wurde ferner diskutiert, wie die Kommunikation über das Qualitätssicherungssystem des ORF sowohl im ORF selber auch gegenüber der Öffentlichkeit verbessert werden könnte.

Der **Publikumsrat** hatte für seine aktuelle Funktionsperiode beschlossen, dass seine Studie für die Beurteilung der Wichtigkeit und Zufriedenheit des Publikums mit den ORF-Programmaufträgen genutzt werden soll. Im Berichtsjahr wurden die

Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Themen «**Demokratie, Information und Bildung im ORF**» überprüft.

Der ORF-Jahresbericht

Laut Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk betreibt der ORF drei österreichweit und neun bundeslandweit empfangbare Programme des Hörfunks und zwei österreichweit empfangbare Programme des Fernsehens. Hinzu kommen im Rahmen von besonderen Aufträgen ein TV-Sportspartenprogramm, ein TV-Informationen- und Kulturspartenprogramm, ein Fernsehprogramm für das europäische Publikum, ein Online-Programm für Kinder sowie das Online- und Teletextangebot. Für die Programme wurden im ORF-Gesetz spezifische inhaltliche wie technische Anforderungen festgehalten. Der ORF hat deshalb jedes Jahr bis zum 31. März dem Bundeskanzler sowie der Regulierungsbehörde einen Bericht über die Erfüllung der Aufträge vorzulegen. Dieser Jahresbericht soll entsprechend den Programmaufträgen sowie den inhaltlichen Anforderungen gegliedert sein und soll eine detaillierte Darstellung der entsprechend den Aufträgen unternommenen Maßnahmen und Tätigkeiten insbesondere zum jeweiligen Vorjahr dokumentieren. Der Bericht soll auch die Reichweiten, die erzielten kommerziellen Einnahmen sowie die Anwendung und Einhaltung des Qualitätssicherungssystems festhalten. Die Ergebnisse der Programmstrukturanalysen des ORF-Fernseh- und -Radioprogramms bilden ebenfalls einen festen Bestandteil des Jahresberichts.

Die Programmstrukturanalyse

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

Für die **Fernsehprogramme** des ORF wird das Programmangebot eines gesamten Jahres ausgewertet. Die für dieses Gutachten vorliegende Analyse wurde unter der Leitung von Dr. Mira Mayrhofer, Universität Wien, durchgeführt. Es wird u. a. nach vier Kategorien ausgewertet: Information, Unterhaltung, Kultur und Sport.

Die **Programmstrukturanalyse Radio** erfolgt als Stichproben-Erhebung einer typischen Woche («Musterwoche»). Seit dem Berichtsjahr 2018 wird die Erhebung von der APA-DeFacto unter der wissenschaftlichen Leitung von DDr. Julia Wippersberg durchgeführt. Auch dieses Analyseschema ist über die Jahre gleichgeblieben. Als Musterwoche wurde die Woche vom 9. bis 15. September 2024 bestimmt. Sie fällt in dieselbe Kalenderwoche wie im Vorjahr. Genau in diese Musterwoche fiel auch die Hochwasserkatastrophe 2024 im Osten Österreichs.

Ergänzend zur Analyse nach Wort- und Musikanteilen wird seit 2022 für alle ORF-Radioprogramme gemeinsam auch eine Zuordnung von ganzen Sendungen nach den vier Kategorien Information, Unterhaltung, Kultur und Sport gemacht. Diese Auswertung wurde im Berichtsjahr ebenfalls von der APA-DeFacto durchgeführt. Dafür wurde die gleiche Musterwoche vom 9. bis 15. September 2024 genutzt.

Die Evaluation der Qualitätsprofile

Bis heute wurden zwei vollständige Zyklen dieser Qualitätsbeurteilungen für alle Mediengattungen und Programmsäulen durchgeführt. Der erste Zyklus fand von 2011

bis 2017 statt, der zweite von 2018 bis 2022. Die dritte Runde des Evaluationszyklus startete im Jahr 2023. Im Berichtsjahr wurde die Programmsäule «Information» evaluiert.

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

Die Studie wurde – wie schon in den Vorjahren – von FORESIGHT in Wien durchgeführt. Verantwortlich für die Durchführung waren Dr. Florian Oberhuber und Dr. Saskja Schindler.

Für die Studie wurden österreichweit 300 Personen, die älter als 15 Jahre alt sind, via Telefon im Zeitraum vom 16. Oktober bis 14. November 2024 befragt. Die Befragten wurden auf der Basis eines anspruchsvollen und differenzierten Stichprobenplans ausgewählt. In diesen Interviews wurde zunächst evaluiert, ob das vom ORF definierte Qualitätsprofil von den Befragten überhaupt als relevant und wichtig eingestuft wird. In einem zweiten Schritt wurde dann erhoben, inwieweit der ORF mit seinem Programmangebot in den Augen der Befragten diese Anforderungen auch erfüllt hat. Zusätzlich wurden am 13. November 2024 im Rahmen einer Fokusgruppe mit neun Personen explorativ Argumente und Einstellungen zur Programmsäule «Information» diskutiert.

Die ORF-Overall-Befragung

Die Zufriedenheit mit dem ORF und die Qualitätswahrnehmung des Inhaltsangebots durch das Publikum wurde mittels einer repräsentativen Befragung der österreichischen Bevölkerung ab 16 Jahren im Zeitraum vom 8. Mai 2024 bis zum 6. Juni 2024 ermittelt. Es wurden insgesamt 1.006 Personen telefonisch (CATI) und mittels Online-Fragebogen (CAWI) befragt. In einem ersten Teil der Befragung wurde ermittelt, wie hoch das Interesse für Information, Unterhaltung, Kultur und Sport jeweils in den verschiedenen Medien wie Fernsehen, Radio, Teletext, Internet und Social Media ist. Anschließend wurde abgefragt, wie hoch jeweils die Zufriedenheit mit diesen Programmsäulen in den verschiedenen ORF-Medien ist. Mit der Durchführung der Studie wurde das Institut für empirische Sozialforschung IFES in Wien beauftragt. Mag. Christine Schuster-Himmel und Dr. Eva Zeglovits waren die Projektleiterinnen.

Die ORF-Publikumsratsstudie

Auf Wunsch des Publikumsrats wird seit 2022 die Wichtigkeit und Zufriedenheit des Publikums mit den gesetzlich vorgeschriebenen ORF-Programmaufträgen erhoben. Im

Berichtsjahr wollte man mehr über die Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Berichterstattung zu «Demokratie, Information und Bildung im ORF» erfahren.

Insgesamt wurden 1.025 Personen ab 14 Jahren zwischen dem 23. Oktober und 4. November 2024 telefonisch und via Online-Fragebogen befragt. Mit der Durchführung der Studie wurde das Institut FORESIGHT beauftragt. Dr. Florian Oberhuber hatte die Projektleitung.

Im ersten Teil des Interviews wurde das Interesse und die Nutzung von Nachrichten und Informationen in den Medien generell und im ORF abgefragt. Daran anschließend wurde die Wichtigkeit verschiedener Themenbereiche hinsichtlich der Volks- und Jugendbildung im ORF erhoben. Und in einem dritten Teil wurden Aussagen über die ORF-Berichterstattung im Hinblick auf den Umfang, die Qualität und die Förderung des Verständnisses für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens abgefragt.

Die Publikumsgespräche

Wie schon im Vorjahr wurden drei Gesprächsrunden mit Vertreterinnen und Vertretern aus dem Publikum sowie mit Programmschaffenden des ORF durchgeführt, diesmal zu den Programmsäulen «Unterhaltung», «Sport» und «Kultur und Religion». Dabei wurde das publizistische Angebot jeweils für alle Medien (Fernsehen, Radio, Internet, Teletext, Online und Social Media) mit evaluiert und nicht wie früher getrennt nach Mediengattung. Am Verfahren für die Auswahl der Personen und am Gesprächsformat mit den ORF-Programmverantwortlichen hat sich nichts verändert.

Das erste Gespräch fand am 10. April 2024 online statt. Es nahmen insgesamt 28 Personen aus Wien teil. Diskutiert wurde der Bereich «**Unterhaltung**» im ORF. Am 22. Mai fand das zweite Online-Gespräch mit 27 Personen aus Niederösterreich zum «**Sport**» statt und am 6. November trafen sich 40 Vertreterinnen und Vertreter aus dem Publikum aus Kärnten mit Programmschaffenden des ORF, um über «**Kultur und Religion**» im ORF zu diskutieren.

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

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

Die Expertinnen- und Expertengespräche

Komplementär zu den Publikumsgesprächen sucht der ORF auch den Austausch mit Fachleuten, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie Vertreterinnen und Vertretern des jüngeren Publikums, damit auch ihre Positionen zum ORF einfließen können. Die Gespräche werden von Klaus Unterberger und Konrad Mitschka moderiert und wurden von Nina de Colle, Laura Hörner, Dora Laage, Laura Schnetzer, Konrad Mitschka und Klaus Unterberger zusammengefasst. Seitens des ORF nehmen jeweils die Programmschaffenden des entsprechenden Bereichs an diesen Gesprächen teil.

Am 5. April 2024 trafen sich insgesamt 16 Expertinnen und Experten mit akademischem, gewerkschaftlichem oder journalistischem Hintergrund im ORF-Zentrum und diskutierten grundlegende Fragen zum Bereich der «**Information**». Das Gespräch drehte sich um drei Fragestellungen: Was sind die Stärken und Schwächen des ORF-Informationsangebots, wie kann der Programmauftrag zeitgemäß interpretiert und umgesetzt werden und welche Verbesserungen wären möglich und sinnvoll?

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

Public-Value-Bericht und Public-Value-Jahresstudie

Das Public-Value-Konzept des ORF beschreibt den gesetzlich geforderten Leistungsauftrag des ORF in fünf Dimensionen, die wiederum in 18 Leistungskriterien gegliedert werden können. Dem Konzept liegt die Idee zugrunde, dass – im Austausch zum ORF-Beitrag – der ORF mit seinem publizistischen Angebot einen gemeinwohlorientierten Wert schaffen muss. Danach sollte der ORF einen Wert für alle, für die Gesellschaft, für Österreich, für Österreich im internationalen Kontext sowie auch für die österreichische Wirtschaft schaffen. Dieses Konzept des Public Value fließt jeweils in die Überprüfung der Qualitätsprofile der ORF-Programme ein, aber auch in die Publikumsgespräche.

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

Im Berichtsjahr wurden wiederum diverse Publikationen zum Public Value des ORF auf zukunft.ORF.at publiziert. Der Public-Value-Bericht stellt in diesem Jahr zusätzlich zu den vielen Zahlen und Fakten eine Gruppe von preisgekrönten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des ORF vor. Genau weil die Programmqualität nicht nur mit Zahlen und Fakten ausgedrückt werden kann.

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

Im Fokus der Public-Value-Jahresstudie 2024/2025 steht das Thema «Medien für alle!?» Darin werden die Chancen und Herausforderungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Kontext gesellschaftlicher Segmentierung und Polarisierung beleuchtet. Die wissenschaftliche Leitung obliegt Univ.-Prof. Dr. Larissa Krainer (Universität Klagenfurt) und Dr. Josef Seethaler (ÖAW).

3 Der Prüfungsansatz in diesem Gutachten

Der Pflichtenkanon des ORF, so wie er im ORF-Gesetz definiert ist, ist der Leitfaden dieses Gutachtens. Dieser Pflichtenkanon hat sich in den letzten Jahren inhaltlich nicht maßgeblich verändert. Der ORF ist neu verpflichtet, auch ein Kinderprogramm online zu produzieren und es gelten neue Auflagen für das Online-Angebot.

Geprüft wird in diesem Gutachten, inwieweit der ORF im abgelaufenen Jahr den vom ORF-Gesetz und von den Gremien vorgeschriebenen Aufgabenkatalog und die Zielvorgaben zur Qualitätssicherung inhaltlich korrekt, methodisch sauber und strukturell umfassend erfüllt hat.

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

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

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

Der Prüfungsansatz:



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

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

Wo **konkrete Zielvorgaben seitens des Gesetzgebers** vorliegen oder wo Qualitätsvorgaben in einem Soll-Bild festgehalten werden, wird die Erreichung der Zielvorgabe geprüft, je nach den basierend auf Programmstatistiken oder Zustimmungsraten abgefragten Sätzen in empirischen Studien. Bei eher qualitativen Vorgaben wird analysiert, ob die Ausführungen zur Zielerreichung nachvollziehbar sind. Wo aufgrund von Diskussionen mit dem Publikum und Expertinnen bzw. Experten konkrete Handlungsanleitungen formuliert worden sind, ist es wichtig, dass diese vom Generaldirektor oder auch von Programmschaffenden zur Kenntnis genommen werden. Die «Quality-Checks» leisten dazu einen wichtigen Beitrag. Sie werden im Gutachten nicht berücksichtigt.

Auch wenn **keine konkreten Zielsetzungen** vorliegen, sind die Relevanz, die Glaubwürdigkeit, die Originalität, die Benutzerfreundlichkeit (Auffindbarkeit der Programme, Navigation) und die «technische Qualität» (Produktion, Abspielgeschwindigkeit, etc.) wichtige Qualitätskriterien.

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

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

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

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

4 Der ORF und die Erfüllung seines Kernauftrags

An dieser Stelle sei schon vorweggenommen, dass der ORF den Kernauftrag, wie er vom Gesetzgeber definiert worden ist, im Beitragsjahr alles in allem sehr gut erfüllt hat.

Die Umstellung der Finanzierung auf eine Haushaltabgabe hatte ORF-intern zu intensiven Diskussionen geführt, wie die eigene Ambition, ein «**ORF für alle**» zu sein, noch besser erfüllt werden kann. In der Folge wurden zahlreiche programmliche Anpassungen gemacht und neue Sendeformate lanciert. Diese Neuerungen haben sich ganz offensichtlich ausgezahlt.

Der ORF erzielte im Berichtsjahr eine **wöchentliche Reichweite von 91 %** in der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren über all seine Medien.

Mitverantwortlich für die hohen Reichweiten sind, aus journalistischer Sicht betrachtet, die Großanlässe wie die US-Wahlen, die EU-Wahlen, die Nationalrats- und Landtagswahlen in Vorarlberg und der Steiermark («Superwahljahr»), die Sporthighlights wie die UEFA EURO 2024 und die Olympischen Sommerspiele in Paris sowie die Hochwasserkatastrophe im September.

Das **ORF-Fernsehen** konnte seinen Marktanteil beim Publikum ab zwölf Jahren im Berichtsjahr von 33,8 % auf 34,2 % erhöhen. Die neuen Serien «School of Champions» und «Biester» waren so erfolgreich, dass für 2025 eine zweite Staffel in Auftrag gegeben wurde. Aber auch die eigenproduzierten Krimis und die großen Showevents erzielten jeweils große Reichweiten. Mit den neuen Sendeformaten «ZIB Wissen» und «WeltWeit» setzt der ORF neue Akzente.

2024 war auch für die **ORF-Radios** ein besonderes Jahr. Sechs von zehn gehörten Radiominuten entfallen auf die ORF-Radios, was einem Marktanteil von 60 % entsprach (minus zwei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr). Sie erzielten im Berichtsjahr eine Tagesreichweite von 55,5 % (Vorjahr 56,7 %) bei der Bevölkerung ab zehn Jahren. Dieser Reichweiten- und Marktanteilsverlust geht unter anderem auf das Konto immer zahlreicher werdender kleiner Angebote privater kommerzieller Radios auch im DAB+-Sektor.

Rund 710.000 Personen nutzten den **ORF TELETEXT** täglich (Vorjahr: 780.000).

Mit **ORF ON und ORF KIDS** sind im Berichtsjahr auch zwei wichtige Online-Plattformen lanciert worden, die beim Publikum ganz offensichtlich großen Anklang gefunden haben. Viele TV-Inhalte sind jetzt mindestens ein halbes Jahr, zum Teil auch zeitlich unbegrenzt nutzbar. Im Vergleich zu früher bietet ORF ON ein nahezu vollständiges Streamingangebot aller vier ORF-TV Sender an, was beinahe 30 Stunden zusätzlichem Live-Programm pro Tag entspricht. Es wurden auch zahlreiche Verbesserungen im ORF-Internet-Auftritt umgesetzt, die immer wieder in den Publikums- und Expertengesprächen moniert worden sind. Auch diese «Offensive» für die Erneuerung des ORF-Programms im Internet scheint sich ausgezahlt zu haben.

Die ehrgeizige Zielsetzung, ein «ORF für alle» zu sein, wurde auch mit **ORF KIDS** verfolgt. Die innovative Web- und App-Welt für das junge Publikum bietet

unterhaltsame, spannende und auch lehrreiche Sendungen für Kinder, die garantiert werbe- und gewaltfrei bleiben sollen.

Das Angebot für junge Erwachsene wurde mit der **«Zeit im Bild» auf YouTube** ausgebaut. Eigens produzierte **«ZIB erklärt»**-Videos liefern Hintergründe, Einordnung sowie Faktenchecks zu den wichtigsten aktuellen Themen. Dieser publizistische Ausbau des redaktionellen Angebots für das jüngere Publikum entspricht einem oft geäußerten Wunsch in den Publikums- und Expertinnen- und Experten-Gesprächen.

Die monatliche Reichweite des **ORF.at-Networks** betrug bei den Internet-Usern im Alter ab 14 Jahren hohe 74,1 % und konnte damit im Vergleich zum Vorjahr (73,9 %) weiter zulegen.

Für die ORF-Online-Videoangebote wurden pro Monat durchschnittlich **14,5 Millionen Nettoviews** gemessen, was im Vergleich zum Vorjahr einer Zunahme von 49 % entspricht. In Summe lag das Gesamtnutzungsvolumen 2024 bei durchschnittlich **387 Mio. Minuten** (Vorjahr: 278 Millionen Minuten) pro Monat.

Dies sind eindrückliche Zahlen für den ORF, sie illustrieren aber auch deutlich die veränderten Ansprüche des Publikums. Die Interessen und Bedürfnisse des Publikums sind zwar mehr oder weniger gleichgeblieben, aber die Inhalte werden viel individueller genutzt (On-Demand und Social Media).

Der ORF passt sich im Rahmen seiner gesetzlichen Möglichkeiten an diese Verhältnisse an und ist deshalb auch im Berichtsjahr das **Leitmedium der Österreicherinnen und Österreicher geblieben**. Das schafft ein Sender nur mit einem relevanten, unabhängigen, vielfältigen und glaubwürdigen publizistischen Angebot.

Sowohl die Publikumsgespräche wie auch der Dialog mit den Expertinnen und Experten über das **Informationsangebot** des ORF und die Evaluation des Qualitätsprofils «Information» belegen eine insgesamt hohe Zufriedenheit mit dem Programm. So wird dem ORF in diesen Studien eine kompetente, sachliche und seriöse Berichterstattung attestiert.

Die hohe publizistische Qualität wird dem ORF nicht nur vom Publikum attestiert. Im Beitragsjahr erhielten viele ORF-Produktionen insgesamt **120 Auszeichnungen**. Darüber hinaus wurde der ORF zum 13. Mal von einer Fachjury zur **«Redaktion des Jahres»** gekürt.

4.1 ORF-Hörfunk

Der ORF hat drei nationale sowie neun regionale Radioprogramme, die täglich rund um die Uhr Programme anbieten. Zusätzlich betrieb der ORF bis 19. Oktober 2024 über Kurzwelle das internationale Programm Radio Österreich 1. Darüber hinaus bietet der ORF täglich acht Stunden slowenischsprachiges Programm auf Radio Agora an.

Die Tagesreichweite der ORF-Radioprogramme betrug im Berichtsjahr 55,5 % (Vorjahr: 56,7 %). Sie erreichten zusammen täglich rund 4,5 Millionen Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren.

Durchschnittlich hörte das Radiopublikum insgesamt **199 Minuten Radio pro Tag**. Das sind nur drei Minuten weniger als im Vorjahr. 119 Minuten, und damit deutlich weniger als noch im Vorjahr (125 Minuten), entfielen auf die **ORF-Radios**. Sie erzielten deshalb einen im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Marktanteil von 60 % (2023: 62 %) bei den Personen ab zehn Jahren.

Ö3 erreichte im Berichtsjahr 2,4 Millionen Hörerinnen und Hörer (Vorjahr: 2,5 Millionen). Die Tagesreichweite in der Gesamtbevölkerung lag bei 29,6 % (Vorjahr: 31,0 %). Der Marktanteil von Ö3 betrug 25 % (2023: 28 %) bei Personen ab zehn Jahren.

Der Kultur- und Informationssender **Ö1** wurde im Berichtsjahr von durchschnittlich 763.000 Personen (Vorjahr: 717.000) pro Tag gehört. Bei der Bevölkerung ab zehn Jahren lag die Tagesreichweite bei 9,4 % (2023: 8,9 %). In der Gesamtbevölkerung erreichte Ö1 einen Marktanteil von 7 % (2023: 6 %).

Die **ORF-Regionalradios** erreichten durchschnittlich rund 2 Millionen Hörerinnen und Hörer (Vorjahr: 2,0 Millionen). Die Tagesreichweite lag bei 24,8 % (Vorjahr: 25,0 %) und sie erzielten einen Marktanteil von 26 % (Vorjahr: 27 %).

FM4 hat seine Tagesreichweite im Berichtsjahr leicht auf rund 316.000 Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren ausgebaut (Vorjahr: 303.000 Personen). Dies entspricht einer Tagesreichweite von 3,9 %. Der Sender erreichte 5,6 % der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen, der Marktanteil lag bei 3 %.

Wie eingangs schon erläutert haben Ö3 und die ORF-Regionalradios Reichweite und Marktanteile an einige private kommerzielle Radios verloren. Sie bleiben jedoch mit Abstand Marktführer in ihrer jeweiligen Zielgruppe.

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

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

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

Für die Inhaltsanalyse wurden die Radioprogramme in der Musterwoche vom 9. bis 15. September 2024 untersucht. Weil sich von Jahr zu Jahr die Nachrichtenlage ändern kann, was sich wiederum auf die Programmstruktur beziehungsweise auf die inhaltliche Kategorisierung der Wortanteile auswirken kann, ist beim Vorjahresvergleich Vorsicht geboten. Das ORF-Gesetz sieht denn auch vor, dass man für den Vergleich eigentlich einen Vierjahreshorizont in Betracht ziehen soll.

Die **Programmanteile der ORF-Radiosender** wurden gemäß den acht Programmfeldern Information, Kultur, Religion/Ethik, Wissenschaft/Bildung, Service/Wetter/Verkehr, Sport, Familie/Gesellschaft sowie Unterhaltung untersucht.

Die Programmstrukturanalyse zeigt im Berichtsjahr **bei Ö1** eine leichte Verschiebung zu mehr Wissenschaft/Bildung, was etwas zu Lasten des Anteils an der Kultur am gesamten Programm gegangen ist. Wobei das Kulturangebot mit 32,70 % immer noch den größten Programmanteil hat, gefolgt von 29,54 % für die Information.

Bei Ö3 fällt vor allem der Service/Verkehr/Wetter-Anteil deutlich höher aus, was auf die Berichterstattung über die Hochwasserkatastrophe zurückzuführen ist, die sich genau in der Musterwoche im September 2024 ereignete. Der Anteil der Information beträgt im Berichtsjahr 29,73 % und ist damit im Vergleich zum Vorjahr gleichgeblieben. Der Anteil Unterhaltung lag bei 16,40 %, was etwas weniger ist als noch im Vorjahr. Der Musikmix von Ö3 hat sich nicht verändert.

Seit 2022 wird eine zusätzliche **Output-Analyse für die Hörfunk-Programme** gemacht. Für die Betrachtung des ORF-Radioangebots gesamt wurde das gesamte Wort- und Musikprogramm einer Musterwoche analysiert. Als Bezugsgröße wurde die einzelne «Sendung» herangezogen. Diese Auswertung wurde ebenfalls von der APA-DeFacto durchgeführt. Als Basis diente dieselbe Musterwoche wie für die «traditionelle» Inhaltsanalyse (9. bis 15. September 2024).

Aufgrund dieser Analyse beträgt der Anteil Information 20 % (Vorjahr:19 %), Kultur 22 % (Vorjahr: 24 %), Unterhaltung wie schon im Vorjahr 57 %. Und wie schon im Vorjahr produzierten die ORF-Radios in der gewählten Musterwoche keine eigenständigen Sendungen zum Sport. Der Sport-Anteil beträgt deshalb 0 %.

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

Das Programm von Ö1

Seit Februar 2024 sendet Ö1 mit einem **neuen Programmschema**, mit dem Ziel, die Kultur- und Informationsvermittlung im linearen Programm zu stärken, aber gleichzeitig auch online auffindbar und vereinfacht abrufbar zu machen. In diesem Kontext wurde die **multimediale Zusammenarbeit (Radio, TV, Online)** etwa in den Bereichen Wissenschaft, Bildung, Literatur, Kabarett, Religion und Ethik ausgebaut.

So beleuchteten beispielsweise das Ö1-«Radiokolleg» und die TV-Sendung **«ZIB Wissen»** multiperspektivisch das Thema Demokratie. In viermal 50 Minuten wurde etwa das «Betriebssystem Demokratie» auf seine Fehleranfälligkeiten und Errungenschaften überprüft.

Man setzte im Jahr 2024 weitere **eigene Akzente** mit Schwerpunkten zum Jubiläum «100 Jahre Radio in Österreich», mit Thementagen und Sendungen rund um die Jahrestage von Franz Kafka, Peter Turrini, Michael Köhlmeier, Karl Kraus, Friederike Mayröcker, Arnold Schönberg und Anton Bruckner.

In den **News-Formaten** von Ö1 standen die Berichte und Interviews rund um die vielen wichtigen Wahlen in Österreich, Europa und den USA im Zentrum.

Im Bereich **Wissenschaft** wurde eine Dokumentation über das 150-Jahr-Jubiläum der Entdeckung von Franz-Josef-Land durch die Österreicher Julius Payer und Carl

Weyprecht trimedial produziert und gesendet. Der Klimawandel bot das ganze Jahr über Anlass zu Thementagen und Sondersendungen. Weitere Spezialsendungen gab es in den Sendereihen «Digital.Leben» oder «matrix – Computer und neue Medien». Aus der Sendung «Radiodoktor» wurde «Am Puls» mit verlängerter Sendezeit. Die Sendereihe «Dimensionen» ist das Radio-Langformat des Wissenschaftsressorts, das mit Reportagen, Features, Recherchen, Porträts, Gesprächen und Magazinen ganz unterschiedliche Themen bearbeitet. Verstärkt in den Fokus sind gesellschaftliche relevante Zukunftsfragen wie KI und Bio-Medizin gerückt.

Das Ressort **Gesellschaft** lancierte eine neue Podcast- und Sendereihe «Menschenbilder mittendrin» mit Porträts und Interviews von Persönlichkeiten.

Einen besonderen Beitrag zur Stärkung und Präsenz der österreichischen Live-Musikszene leisteten auch die Sendung «**Ö1 Hausmusik**» mit einem wöchentlichen Studio-Konzertset und die «Ö1 Klassik-Treffpunkt»-Sommertournee zu den österreichischen Festivals.

Der **European Broadcasting Union** wurden im Berichtsjahr 170 Ö1-Mitschnitte angeboten. Die Aufnahmen wurden 1.104-mal bestellt und bis Jahresende bereits 558-mal von öffentlich-rechtlichen Sendern ausgestrahlt.

Die Interviews und Porträts in «**Ex libris Sommergespräche**» wurden live im Radio, Online und gekürzt auch auf ORF III gesendet. Die ebenfalls von Ö1 initiierte zehnteilige multimediale Reise «Literatur to go» wandte sich an ein junges Publikum. Junge Schauspielerinnen und Schauspieler präsentierten literarische Texte auf unkonventionelle Art. In Ö1 waren diese Beiträge in «Radiogeschichten» zu hören, für 3sat und ORF Topos wurden außergewöhnlich gestaltete kurze Filme hergestellt.

Im Jahresbericht werden viele spannende Schwerpunkte des Jahres 2024 aufgeführt, die an dieser Stelle nicht alle erwähnt werden können. Die obigen Beispiele dienen nur zur Illustration des breiten Programmspektrums.

Das Programm von Ö3

Hitradio Ö3 ist nicht nur mit seinem linearen Radioprogramm Marktführer, sondern wird auch in den **sozialen Medien** stark genutzt. Dies ist unter anderem auch dem gezielten Dialog mit der jungen Zielgruppe geschuldet. **Die Jugendstudie**, an der in diesem Jahr mehr als 30.000 Jugendliche teilgenommen haben, war denn auch ein ganz spezieller Programmschwerpunkt, der nicht nur für das junge Publikum, sondern auch für die ältere Bevölkerung von großem Interesse war. Ähnlich erfolgreich war die Initiative und Tour zu «**Frag das ganze Land**», wo in Schulen in ganz Österreich jeweils rund 200 Schülerinnen und Schüler im Alter zwischen 16 und 18 Jahren die aus ihrer Sicht wichtigen aktuellen Themen diskutierten.

«**Sag_Mal**» heißt das erste **TikTok-Format**, bei dem Ö3 und «funk» gemeinsam kurze Videos über die Meinungen, Interessen und Bedürfnisse junger Menschen produzieren, im Rahmen der Ö3-Wecker-Rubrik senden und auf TikTok publizieren. «funk» ist das Netzwerk von ARD und ZDF, das sich mit seinen Beiträgen speziell an ein junges Publikum richtet.

Mit seinen **Event-Einsätzen** rund um Konzerte, Festivals und eigenproduzierte Disco- und Film-Events setzte Ö3 gezielt auf Regionalität und Publikumsbindung. Außerdem wurden verstärkt **Ö3-Studio-Sessions** durchgeführt. Ziel war es, live vor Publikum

oder für Social Media zu musizieren und mit dem Publikum und der Ö3-Redaktion in Austausch zu treten.

Zum 20. Mal wurde die Aktion «**Ö3-Wundertüte**» durchgeführt. Es ist mittlerweile das Best-Practice-Beispiel für gute Nachhaltigkeitsprojekte. Durch die konsequente Wiederverwertung von Altgeräten wie Handys sollen Rohstoffe wiedergewonnen und Ressourcen geschont werden, und mit dem Erlös können auch noch soziale Notlagen überbrückt werden.

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

Die zuverlässige und kompetente Information rund um die Wahlen und aktuellen politischen Ereignisse im In- und Ausland sowie – besonders im Herbst – die Hochwasserkatastrophe waren im Berichtsjahr auch bei Ö3 die Schwerpunkte der Informationsabteilung.

Das Programm von FM4

Die Zielsetzung des ORF, «**Programm für alle**» zu machen, wurde auch bei FM4 intensiv diskutiert. Unverändert will FM4 auch weiterhin der größte mediale Unterstützer der österreichischer Musik- und Veranstaltungsszene bleiben. Darüber hinaus werden weiterhin auch diverse Programme in englischer Sprache produziert.

FM4 machte im Berichtsjahr auch mit eigenen Akzenten auf sich aufmerksam. Die dreiteilige Reportagerihe «Deep Dive» wurde mit dem österreichischen Umweltjournalismus-Preis ausgezeichnet. Ein weiteres Highlight für FM4 war die Kommentierung des Eurovision Song Contests live in Malmö.

Die Programmstruktur hat sich leicht verändert. Der Wortanteil von FM4 verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Programmsäulen: Den größten Anteil hatte im Berichtsjahr nicht mehr die Unterhaltung, sondern die Information mit 27,19 % (Vorjahr: 22,87 %). Die Kultur lag an zweiter Stelle mit 24,71 % (Vorjahr: 25,21 %). Die Unterhaltung folgte mit 22,75 % (Vorjahr: 26,33 %) an dritter Stelle. Service/Verkehr/Wetter hatten einen Anteil von 18,57 % (Vorjahr: 17,74 %). Wissenschaft und Bildung trugen noch 5,76 % zur Programmstruktur bei.

Der Musikmix ist stabil geblieben. Rund 91,39 % der ausgespielten Musik werden dem Genre «Alternative» zugerechnet. Im Vorjahr waren es 92,99 %.

4.2 Die Regionalradios des ORF

Das publizistische Angebot der **neun Regionalradios** richtet sich in seiner Kernzielgruppe an Erwachsene ab 35 Jahren. Sie waren auch im Berichtsjahr in ihren Gebieten in dieser Zielgruppe jeweils Marktführer, in Wien mit einem Marktanteil von

14 % (Vorjahr 15 %), in Kärnten mit einem Marktanteil von 45 % (im Vorjahr 44 %). Alle anderen Regionalradios haben Marktanteile von 23 % bis 36 %.

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

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

Seit Januar 2022 senden alle neun ORF-Regionalradios täglich einen Informationsblock mit «**Nachrichten in Einfacher Sprache**», um Menschen mit Lernbehinderungen oder auch Personen mit geringen Deutschkenntnissen das Wichtigste des Tages leichter verständlich näherzubringen.

Radio Burgenland lancierte eine neue Aktion mit starkem Regionalbezug: «Gewinnen Sie eine Morgensendung». Einen Schwerpunkt bildete auch die Förderung österreichischer Musikerinnen und Musiker, etwa mit dem «Radio Burgenland Musikmärz» oder zahlreichen weiteren Aktionen für österreichische Kunstschaffende. Im Bereich der Information wurde die Zusammenarbeit mit dem multimedialen Newsroom im ORF-Mediencampus intensiviert, was vor allem für die Beiträge über die Wahlen im In- und Ausland wertvoll war.

Programmschwerpunkte von **Radio Niederösterreich** waren die Wahlen, aber natürlich auch die aktuelle Berichterstattung über die Hochwasserkatastrophe im September, um Betroffene live in den kritischsten Stunden Tag und Nacht aktuell zu informieren. Die Diskussionsreihe «Ein Ort am Wort» fand monatlich zu aktuellen kontroversiellen Themen statt.

Schwerpunkte im Programm von **Radio Oberösterreich** waren unter anderem das Kulturhauptstadt-Jahr und das Brucknerjahr. In «Guten Morgen Oberösterreich» startete die «Bruckner-Minute», eine wöchentliche Serie rund um das Leben und Schaffen des oberösterreichischen Komponisten anlässlich seines 200. Geburtstags. Ein weiterer Fokus lag auf den Wahlsendungen. Mit der Serie «Wortwahl» wurden in der Frühsendung wichtige Wahl-Begriffe erklärt. Mit «60 Minuten Klartext» lancierte man ein neues Format, das eine Plattform auch für jüngere Hörerinnen und Hörer bieten will. Eine weitere neue Diskussionsendung ist «Red' ma drüber – Ein Ort am Wort».

Radio Kärnten bildete im Vorfeld der EU-Wahl einen besonderen Schwerpunkt mit den Spitzenkandidatinnen und -kandidaten. «100 Jahre Radio» in Österreich wurde in Kooperation mit dem Kärntner Landesmuseum gestaltet. Den ganzen Sommer gab es in der Serie «100 Jahre in 100 Tagen» einen täglichen Rückblick mit historischen und musikalischen Highlights. Als neue Sendung wurde der Late-Night-Talk «Im Hafen» ins Leben gerufen, ein Show-, Talk- und Musikformat für Radio, TV und Social Media. Neu ist auch das monatliche Format «Startup», eine Plattform für junge heimische Nachwuchsmusiker. Und ebenfalls neu wird im «Radio Kärnten Freizeichen» mit Hörerinnen und Hörern sowie mit Expertinnen und Experten über aktuelle Themen diskutiert.

Für **Radio Salzburg** beginnt das Jahr jeweils äußerst sportlich mit der redaktionellen Berichterstattung über die Vierschanzentournee und über zahlreiche alpine Veranstaltungen, etwa den Weltcup in Flachau. Der Frühling stand dann ganz im Zeichen der Salzburger Gemeinde- und Bürgermeisterwahl. Das Sommerhighlight waren die Salzburger Festspiele. In der Phone-in-Sendung «Mittagszeit» diskutieren Hörerinnen und Hörer mit Persönlichkeiten aus unterschiedlichen Bereichen, die sich aus der Aktualität ergeben.

Das Programmschema von **Radio Steiermark** blieb auch in diesem Berichtsjahr weitgehend unverändert. Schwerpunkte in der Berichterstattung waren unter anderem die schweren Unwetter, die Brandtragödie in der Grazer «Stern-Bar» sowie natürlich das Superwahljahr inklusive der Landtagswahl in der Steiermark.

Gleich im Januar des Berichtsjahres hat **Radio Tirol** einen umfangreichen Reformprozess angestoßen, der das aktuelle Radioprogramm sowohl im Bereich der Informationssendungen als auch in der Programmfläche stärker an den Hörgewohnheiten des Publikums ausrichten sollte. «Guten Morgen Tirol» wurde um eine Stunde verlängert, die Nachrichtensendungen am Morgen, Mittag und Abend wurden ausgebaut. Formate wie «Tirol am Wort», «Radio Tirol unterwegs», «Tirol pur», «Bei die Leut'», «Auf ein Wort» und «Ihr Einsatz bitte!» waren Highlights im Programm und illustrieren das Bemühen des Senders, ein Programm für alle zu produzieren.

Im Berichtsjahr lancierte **Radio Vorarlberg** drei neue Podcasts, die alle von Frauen moderiert werden und Themen rund um die Diversität und den Wertewandel, über die Wechseljahre oder True-Crime-Stories beinhalten. In den Sondersendungen «Fußball live» wurden die Heim- und Auswärtsspiele der Vorarlberger Fußballligisten Altach und Austria Lustenau live übertragen. In den Publikumsgesprächen im Rahmen der Qualitätssicherung des ORF wurden genau solche Sportevents für die Regionalradios gewünscht.

Radio Wien setzt Akzente mit seiner multimedial aufbereiteten Serie «Bezirks-Einblicke». In dieser Serie stellten Wiener Persönlichkeiten aus allen Bezirken ihre Wohnumgebung und Lieblingsplätze vor. Radio Wien war auf vielen Events in Wien vertreten, beim Bike Festival am Rathausplatz ebenso wie bei den «Wiener Elektro Tagen» mit einem Expertentalk zur Zukunft der Mobilität. Eine Fortsetzung fand die im Vorjahr eingeführte Kultsendung «Der Nachtfalke». Ein bereits traditionelles Programmhilflicht war der «Freiwilligen-Adventkalender», in dem wieder 24 ehrenamtlich tätige Menschen und die Organisationen, für die sie sich engagieren, porträtiert wurden.

Die ORF-Landesstudios produzierten ein vielfältiges Hörfunk- und Fernsehangebot für die **sechs autochthonen Volksgruppen**, für die im Bundeskanzleramt ein Volksgruppenbeirat besteht. Das Kompetenzzentrum für alle im Osten Österreichs lebenden Volksgruppen ist das Landesstudio Burgenland. Das Burgenland produziert in Burgendlandkroatisch, Romanes, Ungarisch, Tschechisch und Slowakisch. Die Landesstudios Kärnten und Steiermark produzieren Programm für die slowenische Volksgruppe. Produziert werden sowohl tagesaktuelle Nachrichtensendungen wie auch Magazinsendungen. Der thematische Bogen reicht von Berichten über das politische Geschehen, kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, Kinder- und Jugendsendungen bis zu Interviews mit für die jeweilige Volksgruppe interessanten Persönlichkeiten.

Der ORF-Jahresbericht beinhaltet eine weit umfangreichere Liste der Aktivitäten der verschiedenen Regionalradios. Sie können hier nur anekdotisch wieder gegeben werden. Die aufgeführten Beispiele illustrieren allerdings eindrücklich die Vielfalt, aber auch den Trend zu mehr multimedial produzierten Sendungen, die auf allen ORF-Kanälen ausgespielt werden.

Die Programmstruktur der meisten Regionalradios hat sich im Vergleich zum Vorjahr grundsätzlich nicht verändert. Veränderungen gab es während der Musterwoche nur bei Radio Nieder- und Oberösterreich sowie bei Radio Salzburg, Radio Steiermark und Radio Wien. Wegen der Hochwasser-Katastrophe, die sich genau in dieser Musterwoche ereignete (9. bis 15. September 2024), wurde das Programm in diesen Regionalradios logischerweise umgestellt, um die Hörerinnen und Hörer laufend über die aktuelle Lage zu informieren. Dies führte zu einer deutlichen Verschiebung der Programmanteile. Der Anteil Service/Wetter/Verkehr war bei diesen Regionalradios deutlich größer (Abweichung mehr als 4 %) als in den Vorjahren.

Der Musikmix der Regionalradios ist im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben.

4.3 ORF-Fernsehen

Laut TELETTEST erreichte der ORF 2024 mit der gesamten Sendergruppe eine durchschnittliche **Tagesreichweite von beachtlichen 3,638 Millionen** Zuschauerinnen und Zuschauern (Vorjahr: 3,683 Mio.) ab einem Alter von drei Jahren. Damit erzielte der ORF eine Tagesreichweite von **43,9 %** (Vorjahr: 44,4 %).

Es wurde durchschnittlich 157 Minuten pro Tag ferngesehen, was 6 Minuten weniger war als noch im Vorjahr. Davon entfielen 53 Minuten (Vorjahr 55 Minuten) auf die Programme des ORF.

Mit seinen vier TV-Kanälen erzielte der ORF bei der Bevölkerung ab zwölf Jahren einen durchschnittlichen **Marktanteil von 34,2 %**. (Vorjahr: 33,8 %). Dieser Marktanteilszuwachs kann teilweise mit außerordentlichen Ereignissen erklärt werden, wie beispielsweise der UEFA EURO 2024 in Deutschland, den Olympischen Sommerspielen in Paris, mit dem Superwahljahr (Wahlen in Österreich, der EU und in USA) sowie mit der Berichterstattung rund um die Hochwasserkatastrophe im September.

Darüber hinaus fanden auch die zahlreichen Programmschwerpunkte, Themenabende sowie die erfolgreich lancierten neuen eigenproduzierten Filme und Serien großen Anklang.

Das sind natürlich alles in allem sehr hohe Werte, aber bei einem Sport- und Wahljahr wie 2024 wären die Werte früher noch höher gewesen. Die Ergebnisse der **Overall-Studie** illustrieren, wie wichtig heute das Internet für das Informationsbedürfnis des Publikums geworden ist. Auch **Unterhaltungs- und Sportangebote sucht** das jüngere Publikum in erster Linie im Internet. Sie schauen Filme und Serien vorwiegend auf Plattformen wie Netflix, Amazon, YouTube und ORF ON. Vor diesem Hintergrund erstaunt es nicht, dass die Nutzungsdauer des Fernsehens trotz eines ereignisreichen

Jahres zurückgeht. Die älteren Zuschauerinnen und Zuschauer bleiben dem ORF nach wie vor treu, was sich in den stabilen Nutzungszahlen in dieser Zielgruppe äußert.

Vor dem Hintergrund des neuen Finanzierungsmodells über die Haushaltsabgabe haben sich alle Abteilungen des ORF mit der Thematik beschäftigt, wie sie sich weiter verbessern können, um ein «**Programm für alle**» zu produzieren. Das scheint dem ORF-Fernsehen gelungen zu sein.

ORF 1 und ORF 2

ORF 1 und ORF 2 kamen 2024 gemeinsam auf insgesamt 3,510 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (3+). Das entsprach einer Tagesreichweite von **42,3 %, sie war praktisch gleich hoch wie im Vorjahr** (2023: 3,562 Mio.; 42,9 %).

Das Publikum ab drei Jahren verbrachte täglich insgesamt 157 Minuten mit Fernsehen. Auf ORF 1 und 2 entfielen rund **48 Minuten**.

Die Analyse der täglichen Nutzungsdauer von ORF 1 und ORF 2 illustriert, wie eklatant sich die Mediennutzung in den letzten Jahren verändert hat. Sie wird besonders deutlich, wenn man sich die tägliche Nutzung nach Altersgruppen anschaut. So schauen **über 50-jährige** Personen ORF 1 im Schnitt 25 Minuten pro Tag und ORF 2 65 Minuten. Die unter 50-Jährigen schauen ORF 1 im Schnitt täglich 10 Minuten und ORF 2 9 Minuten.

Im Vergleich zum Vorjahr sind die **Marktanteile** der beiden ORF-Sender **stabil**. In der Bevölkerung ab zwölf Jahren erzielte der ORF 1 einen Marktanteil von 10,1 % (Vorjahr: 9,5 %) und der ORF 2 einen Marktanteil von 20,9 % (Vorjahr: 21,0 %).

Im Jahresbericht sind die redaktionellen Schwerpunkte für ORF 1 und ORF 2 festgehalten. Sie vermitteln einen guten Überblick über die große Programmvierfalt der ORF-Programmfamilie, die an dieser Stelle nicht mehr anekdotisch illustriert werden soll.

ORF KIDS

Zum bislang im ORF-Gesetz definierten Versorgungsauftrag hat der Gesetzgeber zusätzlich zu den bereits bestehenden linearen Programmen ein neues – ausschließlich online verbreitetes – Programm für Kinder beauftragt. **ORF KIDS** besteht aus einem Streaming-Kanal sowie aus einem zeitunabhängigen Video-on-Demand-Abruf der ausgestrahlten Sendungen. **Der Kanal ist auf ORF ON** auffindbar und auch direkt ansteuerbar auf **kids.ORF.at** oder mit der entsprechenden App.

Zielgruppe dieses neuen Programms sind Kinder **im Alter von 3 bis 11 Jahren**, was eigentlich eine große Altersspanne ist. Das Programmprofil von ORF KIDS bringt Information, Wissen, Service, Orientierung und Unterhaltung. Seit dem ersten Programmjahr wurden ca. **40 neue Sendungsformate** produziert. Kriterien für die Gestaltung waren das spielerische Erkunden von Bildungsinhalten sowie Freude an Wissen und Orientierung zu vermitteln.

Die fünfminütige «**ZIB Zack Mini**» kann bereits am Vorabend der ORF-1-Ausstrahlung online auf ORF KIDS und danach zeitunabhängig auf ORF ON gesehen werden. Diese Nachrichtensendung wird auch in Gebärdensprache angeboten. Hinzu kommt eine ganze Reihe weiterer Sendungsformate, die Kinder mit Wissen und Spaß zum Staunen

bringen sollen, beispielsweise «Hallo, was machst du?» – ein Format, in dem verschiedene Berufe vorgestellt werden – oder «Science Busters 4 Kids» – ein spezielles Bühnenprogramm, in dem experimentiert wird. Der zehnjährige Benni und sein jüngerer Bruder gehen auf Entdeckungsreise und stürzen sich in Abenteuer in der Sendung «Abenteuer-Checker». «Die Gartenpiraten» geben einen Einblick in die Pflanzenwelt. Und die Reihe «Weltenbummler» soll Kindern die verschiedenen Religionen näherbringen. Diese Programme werden mit «Yoga für Kinder», aber auch mit den OKIDOKI-Erformats des ORF-1-Kinderprogramms ergänzt.

Zu den beliebtesten Kinderprogrammen gehören natürlich die Animationsserien und Filme für Kinder.

Zur Vorbereitung auf dieses erste Programmjahr hat die TV-Programmdirektorin mit der ORF-Public-Value-Abteilung eine hochrangige **Expertinnen- und Expertenrunde** eingeladen. Die **Marktforschungsabteilung** lieferte mit der Kinder- und Elternumfrage wichtige Erkenntnisse für die Programmierung. Und die Frage «was Kinder von Medien brauchen» war auch Thema eines **ORF-DialogForums** unter Beteiligung internationaler Expertinnen und Experten.

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

Das Programmschema bietet die Flexibilität, dass aus aktuellem Anlass und bei außerordentlichen Ereignissen die entsprechenden Themen mit Dokumentationen und Gesprächsrunden vertieft werden können. Im Berichtsjahr wurde das unter anderem für das Superwahljahr wie auch für die Hochwasser-Katastrophe gemacht.

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

ORF SPORT + hatte einen Marktanteil von 0,5 %. 2024 lieferte ORF SPORT + 8.783 Stunden Sportprogramm. Die Sportarten mit dem größten Sendevolumen waren Fußball, Handball, Yoga, Volleyball, Motorsport, Eishockey, Ski alpin, Tennis und Basketball. Dahinter folgen Tischtennis, Leichtathletik, Schwimmen, Ausdauer- und Extremsportarten, Kampfsportarten, Behindertensport, Skispringen, Rodeln und Tanzen. Es gab Sendungen zu über 80 verschiedenen Sportarten bis hin zu Faustball, Rugby, Skeleton, Turnen, Trampolin und Eiskunstlauf. Der Anteil der Sendungen mit österreichischem Inhalt betrug 2024 rund zwei Drittel. Die Anzahl der Sportarten, über die berichtet wurde, hat im Vergleich zum Vorjahr weiter zugenommen.

Laut ORF-Gesetz muss der ORF ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anbieten. Die aktuelle Auswertung für die Programmstrukturanalyse von ORF 1, ORF 2 inklusive Lokalausgaben, ORF III und ORF SPORT + basiert auf dem von Prof. Dr. Hannes Haas, Universität Wien, im Jahr 2013 entwickelten Zuordnungsschema. Im Berichtsjahr 2024 wurde die Analyse wie im Vorjahr unter der Leitung von Dr. Mira Mayrhofer der Universität Wien durchgeführt.

Die Programmstruktur 2024 ist im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben. Der Anteil Information am Gesamtangebot beträgt 19 %, Unterhaltung 32 %, Kultur 19 % und Sport 31 %. Die Programmanteile stehen in einem angemessenen Verhältnis zueinander.

Der ORF TELETEXT bleibt nach wie vor für täglich 710.000 Österreicherinnen und Österreicher (Vorjahr: 780.000) ein etablierter und beliebter Informations- und Servicekanal, auch wenn die Zahl der täglichen Nutzer von Jahr zu Jahr abnimmt. Rund 9 % der Österreicherinnen und Österreicher im Alter ab 14 Jahren schauen sich täglich diverse Beiträge an, sei es am Fernsehgerät oder über digitale Abspielwege. Schwerpunkte der Seitenbelegung sind denn auch jedes Jahr die Information, Sportresultate, Informationen zum Radio- und Fernsehprogramm sowie Serviceinformationen.

Der Gesamtumfang des ORF TELETEXT belief sich am Stichtag 31. März 2024 auf insgesamt 1.461 Seiten und liegt damit gleichauf wie im Vorjahr (1.485 Seiten).

Die Nutzerinnen und Nutzer des Teletexts schätzen den einfachen Zugriff auf für sie wichtige Informationen und die Übersichtlichkeit. Die Qualität des visuellen Auftritts spielt dabei keine Rolle.

Die «**Nachrichten leicht verständlich**» wurden im Berichtsjahr weiter ausgebaut mit zahlreichen Specials zu den Wahlen und großen Sportveranstaltungen, aber auch zu weiteren ganz unterschiedlichen Themen wie beispielsweise Rechtsextremismus, Masern oder Zecken.

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

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

4.4 Internet

Laut interner Statistik vom dritten Quartal 2024 verzeichnete das **ORF.at-Network** rund 5,251 Millionen Unique User (14+) im Verlauf eines Monats. Das entspricht einer **Monatsreichweite von 74,1 % in der österreichischen Online-Bevölkerung 14+**. Eher mit der Fernsehreichweite vergleichbar sind die Werte für die tägliche Reichweite des ORF.at-Networks. Und auch diese ist beachtlich mit 1,364 Millionen Unique Users, was einer Tagesreichweite von 19,2 % entspricht. Diese Zahlen sind etwa auf dem Niveau des Vorjahres geblieben.

Allerdings wurde das **ORF-Video-Streamingangebot im Berichtsjahr so intensiv genutzt wie noch nie** zuvor. Laut der Online-Bewegtbild-Messung der Arbeitsgemeinschaft TELETEST erzielten die Live-Streams und Video-on-Demand-Angebote des ORF monatlich rund 14,5 Millionen Nettoviews, im Vorjahr waren es noch monatlich 9,8 Millionen Nettoviews. Das Gesamtnutzungsvolumen lag im Berichtsjahr bei durchschnittlich 387 Mio. Minuten pro Monat, im Vorjahr waren es noch 278 Mio. Minuten pro Monat.

Die deutliche Nutzungssteigerung ist darauf zurückzuführen, dass am 1. Januar 2024 das neue ORF-Gesetz in Kraft getreten ist, das unter anderem neue Vorgaben an das digitale Angebot und die Ausweitung der zeitlichen Limits für die Bereitstellung der Programme beinhaltet. Diese neuen Rahmenbedingungen sorgten dafür, dass die bereits früher gut genutzten Onlineangebote, angefangen von der ORF-TVthek, über news.ORF.at und sport.ORF.at bis hin zu ORF SOUND, den neuen Möglichkeiten und gesetzlichen Anforderungen entsprechend erneuert wurden. Die Video-Streaming-Plattform – früher ORF-TVthek – heißt jetzt **ORF ON**.

Die Zunahme der Nutzungsdauer und der Netto-Views von ORF ON sind vermutlich die Erklärung dafür, weshalb die Nutzungsdauer der Fernsehprogramme trotz des Superwahljahres und der großen Sportereignisse nicht zugenommen hat, sondern um zwei Minuten kürzer war als im Vorjahr.

Mit der längeren Bereitstellungsdauer von vielen Sendungen auf **ORF ON** kommt der ORF einem der größten Anliegen des Publikums entgegen. Aktuelle Programmhilights werden bis zu **24 Stunden vorab** bereitgestellt. Die Übersichtlichkeit des Angebots ist deutlich besser geworden. Die Programmempfehlungen wurden verbessert – unter anderem gibt es eigene «Must-See»-Lanes mit Empfehlungen von Prominenten – und zahlreiche neue zeit- und kulturhistorische Archive wurden zugänglich gemacht. Auch diese Verbesserungen entsprachen einem großen Anliegen, das immer wieder in den Publikumsgesprächen geäußert wurde.

Das neue ORF-Gesetz legt eine Obergrenze für die Überblicksberichterstattung in Form von Textbeiträgen in **ORF.at** und ein zu erfüllendes Verhältnis von audiovisuellen Beiträgen zu Textbeiträgen fest. Im ORF-Jahresbericht 2024 werden deshalb die Textbeiträge erstmals für news.ORF.at und für sport.ORF.at gesondert ausgewiesen und nach inhaltlichen Kategorien dargestellt.

Die weitere Veränderung des Webangebots betrifft den Ausbau und die Integration von Audios und Videos in die jeweiligen Übersichtsseiten. Design und Technik wurden modernisiert und auch die Barrierefreiheit wurde weiter verbessert.

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

Mehr als 90.000 Personen beteiligten sich bei der großen sendungsbegleitenden Online-Umfrage «**ORF fragt**» zum Meinungsklima und zu im Zentrum stehenden Themen. Die ORF-Abteilung «Barrierefreiheit und Inklusion» führte eine Casting-Initiative durch unter dem Motto «**Mach dich sichtbar**». Dazu wurde die Website sichtbar.ORF.at gestaltet.

Im Berichtsjahr wurde der ORF auch damit beauftragt, ein neues Kinderprogramm zu produzieren. Wie schon vorgängig kurz beschrieben handelt es sich bei **ORF KIDS** um einen Live-Streaming-Kanal mit einem On-Demand-Onlineangebot, das in ORF ON eingebettet ist, aber auch direkt über die Website oder über eine App angesteuert werden kann.

Die Auffindbarkeit des vielfältigen Programmangebots ist und bleibt eine spezielle Herausforderung. Der ORF hat deshalb außer den genannten Online-Plattformen auch das HbbTV-Angebot modernisiert. Dabei wurden die ORF-ON-Hilights prominent in die Startseite integriert. Die Podcast- und Smartspeaker-Angebote wurden weiter

ausgebaut und die Apps von ORF SOUND und ORF ON wurden für auch die Nutzung von Android Automotive weiterentwickelt.

Die Publikumsgespräche über das Unterhaltungs- und Sportangebot fanden im April und Mai statt, als noch nicht alle Features auf ORF ON aufgeschaltet waren. Insofern wird es aufschlussreich sein, wie das Publikum in den kommenden Jahren das Online-Angebot des ORF beurteilt. Wichtige Anliegen, die immer wieder zur Sprache kamen, dürften allerdings mit den neuen Plattformen umgesetzt worden sein.

4.5 Kooperationen des ORF

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

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

Im Berichtsjahr feierte 3sat seinen 40. Geburtstag. Beim Sendestart erreichte der Sender über Satellit gerade mal 8.000 Haushalte. Im Berichtsjahr waren es mehr als 41 Millionen TV-Haushalte in Deutschland, der Schweiz und Österreich. In Österreich konnten 2024 rund 92 % aller TV-Haushalte 3sat empfangen.

Die Zukunft von 3sat ist allerdings offen. In Deutschland wird im Berichtsjahr eine Rundfunkreform von ARD, ZDF und Deutschlandradio diskutiert. Diese Reform sieht vor, dass die Inhalte von 3sat teilweise oder auch vollständig in das ARTE-Programm und dessen Digitalangebote überführt werden. Sowohl der ORF wie auch die SRG müssen mit dieser Neuausrichtung einverstanden sein. Der Plan sieht vor, dass diese Rundfunkreform Mitte 2025 in Kraft gesetzt wird.

Dessen ungeachtet blieb 3sat auch im Berichtsjahr seinem publizistischen Motto **«anders fernsehen»** treu und bot ein abwechslungsreiches und anspruchsvolles Programm, gewissermaßen ein «Best-of» der hochwertigen Produktionen aus den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz. 2024 betrug der Marktanteil in Österreich 1,5 % und lag damit 0,1 Prozentpunkte über dem Vorjahr.

Am Gesamtprogramm von 3sat ist der ORF mit rund 26 % (gleich wie im Vorjahr) beteiligt. **2024 wurden insgesamt 134.063 Minuten Programm aus Österreich zugeliefert. Das ist gleich viel wie im Vorjahr (134.039 Minuten), was im Durchschnitt mehr als sechs Stunden Programm pro Tag entspricht.**

Der ORF steuerte neben vielen Beiträgen für die Nachrichten-, Wissenschafts- und Kulturmagazine auch Konzert- und Opernaufzeichnungen bei. Exklusiv für 3sat werden «nano» und «kulturzeit» produziert, die täglich von Montag bis Freitag ausgestrahlt werden. Im Berichtsjahr gab es insgesamt 32 Thementage. Der ORF steuerte etwa für den Thementag «Klassik nonstop» unter anderem die «Sommernachtsgala

Grafenegg» und die Fernsehrrarität «Die 3 Tenöre – ihre verschollenen Konzerte» bei und kuratierte die Thementage «Salz.Kammer.Gut», «Abenteuer Südamerika», «Zug um Zug», «Film ab, Österreich» und «Österreich – wild und schön» sowie «Zwischen Himmel und Erde».

Hervorzuheben sind auch die vielen spannenden und themenaktuellen Dokumentationen zu zeitgeschichtlichen Ereignissen, Konsum sowie Mensch und Natur, die vom ORF eigens für 3sat realisiert wurden.

Der ORF ist ein assoziiertes Mitglied des deutsch-französischen Kultursenders **ARTE** und ist somit in den ARTE-Lenkungs- und Leitungskonferenzen mit einer wichtigen beratenden Stimme vertreten. Von seinem Volumen her ist der ORF der wichtigste assoziierte Partner von ARTE. Im Fernsehspiel ist die Zusammenarbeit mit Partnersendern nicht mehr wegzudenken, wenn man hochwertige Produktionen anstrebt. Im Berichtsjahr wurden die Spielfilme «Zwei gegen die Bank» und «Kopftuchmafia» gemeinsam produziert.

Zum 200. Jahrestag spielten die Wiener Symphoniker die «Neunte» von Beethoven im Wiener Konzerthaus. Die vier Sätze der Symphonie wurden von ARTE live-zeitversetzt aus Leipzig, Paris, Mailand und Wien übertragen. Auch die Dokumentationen «Anton Bruckner – Das rätselhafte Genie» oder «Peter Lorre – Hinter der Maske des Bösen» kamen in Zusammenarbeit mit ARTE zustande.

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

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

Eine weitere wichtige Partnerschaft verbindet den ORF mit der ARD über das Programm **ARD-alpha**.

Investigative und konsumkritische Programme bilden einen Schwerpunkt im Programm von ARD-alpha. Dem ORF ist es gelungen, auch im Berichtsjahr wichtige Akzente zu setzen – mit hochkarätigen Dokumentationen wie etwa mit den Eigenproduktionen «Unsere Kleidung – wirklich grün und sauber?», «Traumjob Influencer – Viel Geld für Nix?», «Nicht ohne mein Handy!», «Spermageddon – Sterben wir bald aus?», «Afrikas Grüne Mauer», «Wahnsinn à la carte – die extreme Welt der Spitzenköche», «Mikroplastik – die unsichtbare Gefahr» und schließlich «Artensterben – was tun?».

Es würde auch hier zu weit führen, alle Produktionen aufzuführen. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass alpha Österreich im Berichtsjahr rund **266 deutsche Erstspielungen** in den Partnersender eingebracht hat. Im Vorjahr waren es noch 223 Erstsendungen. **Damit hat der ORF sein vertragliches Plansoll wie schon im Vorjahr übererfüllt.**

4.6 Barrierefreie Angebote im ORF

Mit dem Inkrafttreten der Gesetzesnovelle am 1. Januar 2021 wurde der ORF gesetzlich verpflichtet, den Anteil seiner barrierefrei zugänglichen Sendungen in TV und Online gegenüber dem Stand 2020 kontinuierlich weiter zu erhöhen. Jedenfalls die Informationssendungen müssen so gestaltet sein, dass Menschen mit Seh- und/oder Hörbeeinträchtigung sowie Menschen mit einer intellektuellen Beeinträchtigung das Verfolgen der Sendung erleichtert wird. Der ORF soll zudem täglich eine Sendung in Einfacher Sprache in einem seiner Programme ausstrahlen. Die jährlichen Steigerungen müssen getrennt nach den inhaltlichen Kategorien Information, Kunst und Kultur, Unterhaltung, Bildung und Sport sowie teilweise mit der Vorgabe fester Mindestquoten erfolgen.

Für die Umsetzung dieser gesetzlichen Vorgabe hat der ORF einen Aktionsplan erstellt, der nicht nur die Programme von ORF 1 und ORF 2 umfasst, sondern auch jene von ORF III, ORF SPORT + und ORF KIDS. Laut diesem Aktionsplan sollen **bis 2030 alle Sendungen mit Sprachinhalten barrierefrei sein. Die Zwischenziele werden im Aktionsplan jährlich überprüft und allenfalls angepasst.**

Als Zwischenziel strebt der ORF an, die Untertitelungsquote bis 2027 auf insgesamt 70 % zu steigern. Die Angebote mit Audiodeskription sollen ebenfalls bis 2027 auf mehr als 3.800 Stunden erhöht werden. Die Sendung «Bundesland heute» wie auch die Sportberichte auf ORF SPORT + sollen mit einer automatischer Live-Untertitelung versehen werden. Die Angebote in Einfacher Sprache sollen weiterentwickelt werden und auch die Barrierefreiheit der Online-Angebote soll weiter ausgebaut werden.

Der Aktionsplan mit seinen Zwischenzielen wird im ORF-Jahresbericht publiziert. Die Zielerreichung kann problemlos nachvollzogen werden.

Im Berichtsjahr lag die Untertitelungsquote in ORF 1 und ORF 2 bei durchschnittlich **88,4 % (Vorjahr 87,5 %)** und in ORF III bei 68,0 % (Vorjahr 57,7 %). In der Primetime werden mehr als 90 % des Gesamtprogramms von ORF 1 und ORF 2 Untertitelt. Der Kinderkanal ORF KIDS wird zu fast 100 % mit Untertiteln angeboten.

Insgesamt waren im Berichtsjahr **63,0 % des gesamten ORF-Fernsehprogramms** mit zumindest einem barrierefreien Merkmal versehen – entweder Untertitel, Audiodeskription und/oder Österreichische Gebärdensprache. Bei Sendungen im Bereich der Unterhaltung und Bildung ist diese Quote deutlich höher und liegt bei über 90 %. Auch 75,5 % der Informationssendungen sind barrierefrei zugänglich. Das größte Potential hat der barrierefreie Zugang für die Sportberichterstattung (9,9 %). Diese Herausforderung kann allerdings nur mit besseren technischen und KI-basierten Lösungen gemeistert werden.

Der ORF bietet in Zusammenarbeit mit der APA **Nachrichten in Einfacher Sprache** auf news.ORF.at, auf ORF III, in den Regionalradios und im Teletext an. Unter dem Titel «Wahl in Einfacher Sprache» wurden außerdem in der Woche vor der Nationalratswahl Ende September Interviews mit Spitzenvertretern der Parlamentsparteien geführt. Die Interviews wurden auf ORF III gesendet und auf news.ORF.at als Videos angeboten.

Der ORF hat sein barrierefreies Angebot weiter ausgebaut. Die für 2024 in Aussicht gestellten Ziele wurden übertroffen. Im Bereich der Unterhaltung

und Bildung wird die 100%-Untertitelung bereits in absehbarer Zeit erreicht werden.

4.7 Weitere gesetzliche Anforderungen an den ORF

Der ORF ist laut ORF-Gesetz zur **Förderung der österreichischen Identität** im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration verpflichtet. Des Weiteren muss der ORF die österreichische künstlerische und kreative Produktion angemessen berücksichtigen.

Die Umsetzung dieser gesetzlichen Vorgabe ist gleichzeitig das Alleinstellungs- und Qualitätsmerkmal so wie auch ein wichtiger Faktor, der zum Erfolg des ORF beiträgt. 2024 war der Programmanteil von ORF 1 und ORF 2, der diesen gesetzlichen Vorgaben entspricht, mit 69,5 % noch höher als im Vorjahr (66,9 %). In der Primetime war der Anteil mit 87,9 % nahezu gleich wie im Vorjahr (2023:88,1 %). **Mit diesem hohen Anteil an österreichischen Produktionen im Gesamtprogramm wie auch im Hauptabend hat der ORF diese Zielsetzung erfüllt.**

Der ORF ist laut ORF-Gesetz dazu verpflichtet, im Fernsehen in den Hauptabendprogrammen in der Regel **«anspruchsvolle Sendungen» zur Wahl** zu stellen. Dieser besondere Auftrag wird im Gesetz nicht näher definiert. Damit überlässt es der Gesetzgeber dem ORF zu definieren, was als «anspruchsvolle» Sendung zu gelten hat. In der Folge wurde der Begriff «anspruchsvoll» auf der Grundlage gesetzlicher Wertungen und im Rahmen eines Diskussionsprozesses mit dem ORF-Stiftungsrat und dem ORF-Publikumsrat definiert. Der ORF verwendet für die Definition einer «anspruchsvollen» Sendung gestalterische, technische sowie inhaltliche Kriterien. Auf der Basis dieser Definition kann als «anspruchsvolle» Sendung beispielsweise eine gelungene fiktionale Eigen- oder Koproduktion, ein Dokumentarfilm zu einem komplexen Thema oder auch eine anspruchsvolle Quiz-Sendung oder eine technisch herausfordernde Sport-Live-Übertragung bezeichnet werden.

Für die Analyse des Hauptabendprogramms wurden zwei exemplarische Wochen bestimmt, eine im Frühling (18. bis 24. März 2024) und eine im Herbst (14. bis 20. Oktober 2024). Die beiden Wochen werden als repräsentativ für die Jahresprogrammierung gesehen. Die Programme dieser Wochen sind im Jahresbericht aufgeführt. Als Beispiele für anspruchsvolle Sendungen wurden beispielsweise die eigenproduzierte Serie «Biester», die Informationssendung «Thema», «Universum», «Report», «Dok 1», das «ORF 1 Spezial» zu «Wie geht's Österreich?», «Am Schauplatz Gericht», «Weltweit», «Kafka», «Tatort» und «100-Jahre Radio – die Show», aufgeführt.

Im Jahresbericht kann klar nachvollzogen werden, dass auf der Basis der Definition, was als «anspruchsvolle Sendung» gilt, tatsächlich auch «anspruchsvolle» Sendungen zur Hauptsendezeit zur Wahl standen.

Zusätzlich wurde im Rahmen der Overall-Befragung auch das Publikum gefragt, ob es der Meinung sei, dass der ORF im Hauptabend jeweils eine anspruchsvolle Sendung im Angebot hat. Rund 44 % der Befragten bejahten diese Auffassung, und rund 40 %

der Befragten waren der Meinung, dass dies (eher) nicht der Fall sei. **Eine Mehrheit der Befragten ist somit ebenfalls der Meinung, dass der ORF diesem Anspruch genügt.**

Gemäß dem ORF-Gesetz hat der ORF dafür Sorge zu tragen, dass der Hauptanteil der Sendezeit seiner Fernsehprogramme und seiner Sendungen in Abrufdiensten, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen bestehen, **europäischen Werken** vorbehalten bleiben soll. Im linearen Fernsehprogramm von ORF 1 und ORF 2 wurden 2024 europäische Werke im Gesamtumfang von 11.638 Stunden gesendet (Vorjahr: 11.009). Gemessen an der Quotenbasis entfielen **dabei 80,9 % (Vorjahr: 75,8 %)** der Sendezeit auf europäische Programme. **Der Anteil der europäischen Werke entsprach damit auch im Jahr 2024 mehr als ausreichend den Vorgaben des ORF-Gesetzes.**

Im Berichtsjahr wurden auf der ORF-TVthek (bis 22.5.2024) bzw. auf ORF ON inklusive dem neuen linearen Online-Kanal ORF KIDS beinahe ausschließlich Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen des ORF oder europäische Kaufproduktionen zur Verfügung gestellt **(rund 99 %)**. **Damit entsprachen auch die Abrufdienste den gesetzlichen Vorgaben.**

Ferner hat der ORF gemäß den gesetzlichen Vorgaben Sorge dafür zu tragen, dass mindestens 10 % der Sendezeit seiner Fernsehprogramme, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, für die Programmgestaltung der Sendung europäischer Werke für Programme von **Produzenten** vorbehalten werden, die von Fernsehveranstaltern **unabhängig** sind. Diese Vorgabe hat der ORF erfüllt. **2024 wurden 8.010** Sendestunden in den beiden linearen Hauptprogrammen von unabhängigen europäischen Herstellern produziert. Dies entspricht rund **55,7 %**. Im Vorjahr waren es noch 7.429 Sendestunden, was 51,1 % entsprach.

Um sicherzustellen, dass nicht nur Wiederholungen von europäischen unabhängigen Produzenten ausgestrahlt werden, wurde im Gesetz festgehalten, dass ein angemessener Anteil für **«neuere Werke»** berücksichtigt werden muss. Dabei handelt es sich um Produktionen, die innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden müssen. Im Jahr 2024 betrug dieser Anteil der neueren europäischen Werke unabhängiger Produzenten, die in ORF 1 und ORF 2 ausgestrahlt wurden, gemessen an den insgesamt ausgestrahlten Produktionen unabhängiger Hersteller **55,8 %**. Dieser Wert ist leicht tiefer als im Vorjahr (60,8 %) Der ORF hat im Jahr 2024 dennoch seine Verpflichtung aus der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste mehr als erfüllt.

Es kann somit bestätigt werden, dass der ORF insgesamt seine Verpflichtungen laut ORF-Gesetz und laut der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste im Jahre 2024 erfüllt hat.

5 Die ORF-Overall-Befragung 2024

Insgesamt 1.006 Personen im Alter ab 16 Jahren wurden gefragt, welche inhaltlichen Interessen für sie bei der Mediennutzung ausschlaggebend sind und wie sie diesbezüglich das publizistische Angebot der ORF-Medien beurteilen. Die Umfrage wurde vom 8. Mai bis 6. Juni 2024 durchgeführt.

Wie schon in den Vorjahren wurden die Interviews telefonisch und mit einem Onlinefragebogen durchgeführt. Auch sonst hat sich an der Studienanordnung nichts verändert. Der Vergleich der Ergebnisse ist daher mit den beiden Vorjahren problemlos möglich.

Wenn es ganz generell um die Nutzung von Medien geht, steht das **Interesse an Information** beim Publikum seit vielen Jahren mit großem Vorsprung an erster Stelle (81 %), gefolgt von Unterhaltung (69 %), Kultur (44 %) und Sport (44 %).

Unabhängig vom jeweiligen Themeninteresse ist insgesamt immer noch das Fernsehen das wichtigste Medium, gefolgt von Internet und Radio. Das gilt allerdings nicht mehr für die Altersgruppe der **unter 50-Jährigen**. In dieser Altersgruppe interessiert nur noch der Sport mehrheitlich am meisten im Fernsehen.

Am auffälligsten ist Reihenfolge der bevorzugten Medien für das Interesse an der Information bei den **unter 30-Jährigen**. So nutzt diese Altersgruppe für die Information bevorzugt das Internet (69 %), gefolgt von Social Media (65 %). Für diese Altersgruppe ist auch das Radio noch etwas wichtiger (55 %) als das Fernsehen (52 %). Auch die **30- bis 49-Jährigen** interessiert Information in erster Linie im Internet (80 %), gefolgt von Radio (67 %) und TV (65 %). Nur bei den über **50-Jährigen** bleibt das Fernsehen für alle Interessengebiete das dominante Medium.

Grundsätzlich ist die Mediennutzung nach Interessengebieten sehr stabil und es gibt keine Veränderungen in der Gewichtung zum Vorjahr. Über einen längeren Zeitraum betrachtet, hat das Interesse an den verschiedenen Themengebieten in den Corona-Jahren zwar wieder leicht zugenommen, aber es ist jetzt wieder abgeflacht und liegt teilweise unter den Werten von 2014.

Insgesamt waren die Befragten **zufrieden mit dem Programmangebot des ORF**. Die Werte für alle ORF-Medien liegen **gleichauf mit dem Vorjahr oder sind sogar leicht besser geworden**. Bei allen Befragten beträgt die Programmmzufriedenheit für alle ORF-Medien und -Programmsäulen im Schnitt zwischen 2,2 (Information ORF Radio) bis 3,0 (Kultur im ORF TELETEXT). Die Werte sind gemessen an einer 5er-Skala.

Schaut man sich nur die Beurteilung der effektiven **Nutzerinnen und Nutzer der ORF-Medien an**, dann fallen die Beurteilungen, nicht überraschend, alle noch etwas positiver aus.

Wie schon im Vorjahr wird das Informationsangebot des **ORF-Fernsehens** mit 2,2 am besten beurteilt, gefolgt von Sport und Kultur je gleichauf mit 2,5 und der Unterhaltung mit 2,6. Das Unterhaltungsangebot wie auch das Sport- und Kulturangebot wurden im Vergleich zum Vorjahr leicht besser beurteilt.

Ähnlich verhält es sich beim ORF-Hörfunk. Die Radionutzerinnen und -nutzer beurteilen das Informationsangebot wie schon im Vorjahr mit einer 2,1, die Unterhaltung mit 2,2 leicht besser als im Vorjahr (2,4), Kultur mit 2,6 und Sport mit 2,8. Letzteres ist etwas schlechter als noch im Vorjahr (2,6).

Auch im **Internet** erhält das Informationsangebot des ORF die beste Beurteilung wie schon im Vorjahr mit 2,2. Sport- und Unterhaltungsangebot werden mit je 2,5 und das Kulturangebot mit 2,6 beurteilt.

Das **Social-Media-Angebot** wird von den Nutzerinnen und Nutzern wie schon im Vorjahr vor allem im Bereich Information mit einem Mittelwert von 2,4 beurteilt, gefolgt von der Unterhaltung mit 2,5, Sport mit 2,6 und der Kultur mit 2,7. Auch diese Werte sind sehr stabil geblieben im Vergleich zum Vorjahr.

Die Zufriedenheit mit dem **Teletext** hat im Vergleich zum Vorjahr insgesamt leicht abgenommen. Über 60 % der Befragten konnten die generelle Frage zum Teletext nicht beantworten. Aber auch die eigentlichen Teletext-Nutzerinnen und -Nutzer sind etwas weniger zufrieden mit dem Angebot als noch im Vorjahr. Die Werte liegen alle noch im unproblematischen Bereich zwischen 2,3 (Information) und 2,8 (Kultur).

44 % der Befragten waren der Meinung, dass im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens zwischen 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel auch **anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen**. Diese Beurteilung fällt etwas höher aus als noch im Vorjahr (40 %). Der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass der ORF diesen Auftrag (eher) nicht erfüllt, liegt **bei 40 %**, im Vorjahr waren es noch 47 %. Gleichzeitig ist der Anteil der Befragten, die diese Frage nicht beantworten können, von 13 auf 16 % gestiegen.

Anmerkung:

Der ORF hat sich im Berichtsjahr intensiv mit der Thematik der «anspruchsvollen» Sendungen beschäftigt. Nicht zuletzt deshalb, weil davon ausgegangen werden kann, dass das Publikum den Begriff «anspruchsvoll» spontan nicht verwendet, um über gutes Programm zu sprechen. Anspruchsvoll wird vermutlich eher mit herausfordernd und anstrengend gleichgesetzt. Die ORF-Marktforschung befasst sich genauer mit dieser Thematik.

6 Evaluation des Qualitätsprofils Information 2024

Im Zeitraum von 2011 bis 2017 hat der ORF erstmals Qualitätsprofile für alle wichtigen Programmsparten des ORF entwickelt und evaluieren lassen. Mittlerweile hat der dritte Zyklus begonnen. Über die Jahre wurde die Erhebungsmethode von Face-to-Face- auf Telefonbefragungen umgestellt und die Stichprobengröße wurde deutlich angehoben (von 120 auf 300 Befragte). Aber auch die Rahmenbedingungen für den ORF und die Mediennutzung des Publikums haben sich in diesem Zeitraum markant verändert, deshalb ist ein direkter Vergleich der Zeitreihen nur mit Vorbehalt möglich, nichtsdestotrotz ist ein Vergleich der Ergebnisse interessant.

Der ORF hat für die Überprüfung des Programmauftrags für den Bereich der «Information» schon im ersten Zyklus der Studie ein Konzept mit Leistungskriterien entlang der Dimensionen Vertrauen, Vielfalt, Föderalismus, Verantwortung, Internationaler Wert, Kompetenz und Innovation entwickelt. Anhand dieser Kriterien wurden 21 relevante Merkmale ausformuliert, die insgesamt ein Soll-Bild für das Leistungsprofil dieser Programmsäule darstellen. Ergänzend wurde je Leistungskriterium auch offen nach Stärken und Schwächen der ORF-Angebote gefragt.

Die abgefragten Kriterien berücksichtigen die gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, die ORF-Programmrichtlinien und stützen sich des Weiteren auf die Public-Value-Qualitätsdimensionen. Diese Kriterien sind über die Jahre gleichgeblieben. Die Qualitätsbefragungen lieferten keinen Anlass, diese Kriterien anzupassen.

In einem zweistufigen Verfahren wurde mittels teilstandardisierten telefonischen Interviews mit rund 300 Befragten in ganz Österreich die Qualitätsstudie durchgeführt. In einem ersten Schritt wurde eruiert, inwiefern das, vom ORF definierte, Soll-Bild für den Programmbereich Information für das Publikum überhaupt relevant und legitim ist. In einem zweiten Schritt wurde dann ermittelt, inwieweit die Befragten das Soll-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachten und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag aus Publikumssicht erfüllt wird. Abschließend wurde dann im Rahmen von offenen Fragen nach den Stärken und dem Verbesserungspotenzial für die Sendungen im Bereich Information gefragt. Mit einer Fokusgruppe von neun Personen wurden die angesprochenen Themen weiter extrapoliert.

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

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

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

Die telefonischen Interviews fanden im Zeitraum vom 16. Oktober bis 14. November 2024 statt. Am 13. November 2024 wurde das explorative Gespräch online mit einer Fokusgruppe von neun Personen durchgeführt. Mit der Durchführung der Studie wurde wie schon in den Vorjahren das Institut FORESIGHT in Wien beauftragt. Das Institut hat alle bisherigen Analysen zu den Qualitätsprofilen für den ORF durchgeführt. Die Methode der **Studie ist anspruchsvoll, aber ausgereift** und entspricht dem geforderten hohen Qualitätsstandard. Die Projektleitung hatte wie schon in den Vorjahren Dr. Florian Oberhuber und Dr. Saskja Schindler.

Aufgrund der Befragungsergebnisse kann festgehalten werden, dass das vom ORF definierte Qualitätsprofil für die «Information» den Wertvorstellungen und Erwartungen des Publikums entspricht (Soll). Auch der Zeitreihenvergleich illustriert eindrücklich die ausgeprägte **Kontinuität in der Qualitätswahrnehmung** sowie eine breite Akzeptanz und hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte.

Die Zustimmungsraten für die einzelnen Aussagen lagen bei sehr **hohen 63 % bis 98 %**. Die höchsten Werte erzielten die Qualitätsmerkmale **seriös, neutral, respektvoll, vertrauenswürdig, sachlich, verständlich, verantwortungsvoll und kompetente Moderatorinnen und Moderatoren** mit über 96 % Zustimmung (wichtig, sehr wichtig), gefolgt von vermittelt Hintergrundwissen (93 %) und informiert über das europäische und internationale Geschehen (90 %). Man kann zusammenfassend auch festhalten: Eigentlich sind alle formulierten Merkmale aus Sicht des Publikums wichtig. Den tiefsten Wert erhielt das Merkmal innovative Gestaltung / modern mit einer Zustimmung von 63 %. Dem Publikum kommt es ganz offensichtlich eher auf den Inhalt als auf die formale Gestaltung an. Das trifft nicht ganz auf das Internet zu, wie die Diskussion mit der Fokusgruppe illustriert.

Im Anschluss an diese erste Frage wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie sehr diese Eigenschaften **auch auf den ORF zutreffen**. Hier punktete der ORF bezüglich verständlich (88 %), bietet regionale Informationen (83 %), respektvoll (83 %), kompetente Moderatorinnen und Moderatoren sowie Journalistinnen und Journalisten (82 %), seriös (81 %), informiert über das europäische und internationale Geschehen (81 %), verantwortungsvoll (82 %), vertrauenswürdig (78 %). Die Befragten attestieren dem ORF eine ausgewogene und sachliche Berichterstattung (jeweils über 70 %). Es sind sehr **hohe Zustimmungsraten für das Informationsangebot des ORF**. Die tiefste Zustimmung erhielt das Merkmal «berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen» mit einer Zustimmung von immer noch 53 %.

Auch die qualitative Befragung bestätigt die Bedeutung der vertrauenswürdigen Berichterstattung, die einhergeht mit einer aktuellen, sachlichen, zuverlässigen und fakturenreuen Berichterstattung. **Kompetenz und Vielfalt** im Hinblick auf Themen, Meinungen, Zielgruppen und Protagonisten sind wichtige Voraussetzung dafür. Diese Merkmale werden denn auch als die zentralen Stärken des ORF hervorgehoben. Es sei – laut den Befragten – auch ein klares Unterscheidungsmerkmal zu anderen Nachrichten Anbietern.

Für die Zukunft wünscht sich das Publikum dementsprechend eine weitere Stärkung von Zuverlässigkeit, Faktentreue und Neutralität. Die Faktenchecks werden vor dem Hintergrund von Fake News sehr geschätzt. Darüber hinaus wünschen sich die Befragten mehr Vermittlung von Hintergrundwissen, die Abbildung einer größeren Vielfalt von Meinungen und Perspektiven. Genannt wurde außerdem der Wunsch nach einem Ausbau des **Informationsangebots für ein jüngeres Publikum** mit kompakten, verständlichen Informationen.

Die Kritik am ORF bezieht sich am häufigsten auf den Aspekt der Faktentreue. Einzelne Befragte kritisieren den ORF als «politisch gesteuert». Das Thema Ausgewogenheit wird vor allem im Zusammenhang mit dem Radio und Fernsehen genannt. Im Internet wünschen sich die Befragten einen Ausbau des Informationsumfangs.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Anforderungsprofil an das Informationsangebot des ORF in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums entspricht (Soll). Das Qualitätsprofil wird vom Publikum verstanden und wird als maßgeblich für ein hochwertiges öffentlich-rechtliches Programm angesehen. **Die Abfrage der 21 Merkmale zeigt hohe bis sehr hohe Zustimmungsraten.** Im Zeitreihenvergleich sind nur geringfügige Veränderungen bezüglich der Bedeutung der Qualitätsmerkmale feststellbar. **Die Relevanz des Leistungskriteriums «Vertrauen» ist größer geworden.** Während die Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren sowie Journalistinnen und Journalisten weniger im Vordergrund steht als früher.

Die definierten Auftragswerte für das Informationsangebot des ORF **werden vom Publikum als erfüllt angesehen. Es ist zufrieden mit dem publizistischen Informationsangebot des ORF auf allen Kanälen (Ist).** Die Vertrauenswürdigkeit, Seriosität, Aktualität und Kompetenz der Macherinnen und Macher sind die zentralen Stärken des ORF.

Für die Zukunft wünschen sich die Befragten, dass die Zuverlässigkeit, Faktentreue und Neutralität weiter verbessert werden. Es wird gewünscht, dass der ORF die Meinungsvielfalt im Land reflektiert, in dem er beispielsweise Diskussionsrunden ausgewogen besetzt und unterschiedliche Perspektiven zu Wort kommen lässt.

7 Publikumsgespräche Unterhaltung, Sport, Kultur und Religion

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

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

Die gewählte Form der Diskussion zwischen Publikum und Programmschaffenden hat verschiedene positive Aspekte. Die ORF-Verantwortlichen erhalten ein direktes und ungefiltertes Feedback aus dem Publikum. Die Vertreterinnen und Vertreter des Publikums wiederum lernen die Überlegungen und manchmal auch die Sachzwänge kennen und verstehen, die vielen Programmentscheidungen zugrunde liegen. Sie erfahren hin und wieder – im Sinne eines Primeurs – auch, welche Programmneuerungen geplant sind. Dieses Vertrauen wird von den Publikumsvertreterinnen und -vertretern enorm geschätzt. Sie erfahren so direkt, welche Wertschätzung man ihnen – dem Publikum – entgegenbringt.

Mit der Durchführung der Gespräche wurde, wie schon in den Vorjahren, das Institut SENSOR beauftragt. Projektleiterin war Mag. Daniela Heininger. Konrad Mitschka vom ORF-Public-Value-Team moderierte die Gespräche. Die Koordination aller Gespräche wurde von der Marktforschungsabteilung des ORF wahrgenommen.

Am 10. April 2024 fand das erste Publikumsgespräch zum Thema «Unterhaltung» im ORF statt. Es nahmen 28 Personen aus Wien und die ORF-Verantwortlichen des Landesstudios Wien, der ORF-Programmdirektion, von Ö3 und der ORF-TVthek am Gespräch teil. Bei der Zusammenstellung der Gruppe wurde darauf geachtet, dass die Teilnehmenden ein gewisses Interesse an dieser Thematik haben und das ORF-Angebot mindestens gelegentlich nutzen. Es wurde quotiert nach Geschlecht, Bildung und Nutzungsverhalten.

Schon bei der Einladung wurden die Gesprächsteilnehmenden gebeten, eine Gesamtqualitätsbeurteilung des ORF-Angebots abzugeben. **Mit einem Score von 2,2** ist die Beurteilung auf gutem Niveau. Nach dem Gespräch wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu ihrem Eindruck der Veranstaltung befragt und sollten nochmals den ORF beurteilen. Die Gesamtbeurteilung nach dem Gespräch liegt bei einem noch besseren Mittelwert von **1,9**.

Im Bereich der Unterhaltung wurde besonders das **vielfältige und abwechslungsreiche** Programm und die Vielfalt der Formate in Radio und Fernsehen hervorgehoben. Der ORF biete mit seinen zahlreichen Kanälen ein Programm für alle.

Kabarettssendungen und die fiktionalen Eigenproduktionen mit einem Österreichbezug werden besonders hervorgehoben. Auch wenn einige monierten, man höre immer die gleichen Charts, wurde insgesamt das breitgefächerte Musikangebot gelobt, zu dem etwa auch FM4 beitrage. Bei Ö1 wurde das breite Programmspektrum von Hörspielen bis zur Übertragung von klassischen Konzerten hervorgehoben, was von einigen auch zur Unterhaltung gezählt wird. Ö3 sei der Gute-Laune-Sender, der die Stimmung anhebe. Bei ORF 1 kommen die Programmanpassungen, die dem Sender ein stärkeres österreichisches «Gesicht» geben, gut an. Gelobt werden auch die fiktionalen Eigenproduktionen, die auch im Ausland erfolgreich sind und beispielsweise vom ZDF ausgestrahlt worden sind.

Generell wünschte man dem **ORF mehr Mut**, um freche, eigenständige, innovative Sendungen zu entwickeln, mehr Podcasts, bessere Veranstaltungstipps. Es wurden auch einzelne mögliche neue Sendeformate angesprochen, aber grundsätzlich waren die Befragten alles in allem sehr zufrieden mit dem Unterhaltungsangebot.

Auch in diesem Gespräch wurden die Vorteile und der Nutzen von ORF.at und der ORF-TVthek angesprochen. Allerdings wünschten sich die Teilnehmenden wie schon in den Vorjahren eine bessere **Usability und bessere Suchfunktionen**. Die Orientierung und Gliederung der Inhalte wurden im Gespräch oft angesprochen und als unübersichtlich kritisiert. Auch der visuelle Auftritt auf Facebook und Instagram wurde teilweise als veraltet kritisiert. Die Benchmark für die Befragten für die ORF-TVthek sind die internationalen Streaming-Anbieter Netflix oder Amazon Prime.

Der Austausch wurde von allen Beteiligten als wertschätzend wahrgenommen. Die Programmschaffenden haben sich mit den Anregungen konstruktiv auseinandergesetzt, viele Sachzwänge konnten erklärt werden, was zu einem besseren Verständnis für gewisse Programmentscheide bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern geführt hat.

Die bessere Beurteilung des ORF-Angebots (von der Note 2,2 zu 1,9) kann auch als Gradmesser für die Qualität des Gesprächs gewertet werden.

Das zweite Gespräch zur Programmsäule «Sport» fand 22. Mai 2024 statt. Es nahmen insgesamt 27 Personen aus Niederösterreich im Alter von 18–70 Jahren daran teil, sowie die Programmverantwortlichen des ORF Sport und Vertreter des Landesstudios NÖ.

Die sportinteressierten Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Gesprächs waren insgesamt sehr zufrieden mit dem Sportangebot des ORF. Besonders geschätzt wird die Live-Berichterstattung in erster Linie im Fernsehen, aber auch im Radio. Man schätzt die Berichterstattung über die alpinen Sportarten, Formel 1 und Fußball. Auch die zahlreichen Randsportarten, über die vor allem auf ORF SPORT + berichtet wird, werden besonders erwähnt. Auch das Angebot in der TVthek bzw. auf ORF ON und auf verschiedenen Social-Media-Plattformen wird positiv beurteilt.

Im Gespräch konnten die Programmverantwortlichen die zahlreichen Einschränkungen für die Sportübertragung, in erster Linie die teilweise **limitierten Sportrechte**, aber auch gesetzliche Vorgaben bezüglich der **Sport-Programmierung von ORF SPORT +**, darlegen. Es wurden die Qualität der Moderatorinnen und Moderatoren, der

Expertinnen und Experten, die Anmutung der Sportstudios sowie die hohe technische Qualität der Übertragungen diskutiert.

Insgesamt wünschen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer noch mehr Sport, noch mehr Randsportarten, mehr Hintergrundberichte sowohl im Radio als auch im Fernsehen. Es wurde etwa angeregt, dass man den Sport doch auch in die fiktionalen Eigenproduktionen integrieren könnte und in den Landesstudios könne man auch stärker über die lokalen Fußballligen mit ihren Heroes berichten.

Das Publikumsgespräch wurde stark genutzt, um auch die finanziellen Aspekte rund um den Erwerb von Sportrechten zu erklären, was sehr geschätzt wurde. Auch bei diesem Publikumsgespräch fiel die Beurteilung des ORF-Angebots nach dem Gespräch mit **1,8 besser aus als vor dem Gespräch (2,0)**.

Das dritte und letzte Gespräch zur Programmsäule «Kultur und Religion» fand am 6. November 2024 statt. Es nahmen insgesamt 40 Personen im Alter zwischen 18–70 Jahren aus Kärnten am Gespräch teil. Seitens ORF waren die Verantwortlichen des Landesstudios Kärnten, der Kultur- und Religionsabteilung sowie von ORF III, Ö1 und ORF Topos dabei.

Die Programmvielfalt im Bereich der «Kultur und Religion» wird insgesamt sehr geschätzt. Es werde ein breites Spektrum an unterschiedlichen Interessen abgedeckt. Einige Befragte interessieren sich eher für Hochkultur, andere bevorzugen eher unterhaltende Formate. Besonders hervorgehoben wird das vielfältige Angebot im Bereich der Kleinkunst. Das Angebot sei so groß, dass man immer wieder hervorragende Produktionen verpasse, der ORF sollte deshalb mehr Programmhinweise und Ankündigungen auch für kulturelle Angebote machen.

Vor dem Hintergrund religiös motivierter Gewalttaten wünschten sich manche mehr Informationen, vor allem mehr Hintergrundberichte über die Entwicklungen im Bereich der Religionen.

Die Programmverantwortlichen nutzten das Gespräch, um zu erklären, wie gerade Radio, Fernsehen und Online stärker zusammengeführt werden, um die Kooperationen zwischen den Redaktionen zu verstärken und wie der Online- und Social-Media-Auftritt weiter verbessert wird.

Intensiv wurde darüber diskutiert, wie man wichtige Themen aus den Bereichen Kultur und Religion **einem jüngeren Publikum** näherbringen könnte. Neue, innovative, auch kurze Sendungen, die komplexe Zusammenhänge einfach erklären, werden in diesem Kontext diskutiert. Die österreichische Jugendkultur sei ein Thema, das zu kurz komme. Schließlich interessiere es auch Erwachsene, was die Jungen heute bewegt.

Bei der Diskussion um das Kultur- und Religionsangebot der ORF-Radios wurden zahlreiche Sendungen genannt, die außerordentlich geschätzt werden.

Während dem Gespräch wurde öfters erwähnt, dass gewisse Sendungen zu **attraktiveren Sendezeiten** ausgestrahlt werden sollten. In diesem Kontext wurde die **Usability, die Qualität der Suchfunktionen und die schwierige Auffindbarkeit** des Angebots in ORF ON angesprochen. Die Programmschaffenden nutzten die Gelegenheit, die Zielsetzung von **ORF Topos** zu erklären, was für viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer offensichtlich neu war. Die unterschiedlichen zeitlichen Verfügbarkeiten von Sendungen führten während des Gesprächs immer wieder zu Konfusion bei den Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmern.

Insgesamt wurde der Austausch sowohl von den Programmverantwortlichen wie auch von den Vertreterinnen und Vertretern des Publikums sehr geschätzt. Dies illustriert die Bewertung des Angebots. Während im Vorgespräch das ORF-Angebot **insgesamt mit einer 2,2 benotet wurde, verbesserte sich die Beurteilung auf 1,8.**

Fazit: Das Programmangebot des ORF wurde in allen drei Gesprächsrunden außerordentlich positiv beurteilt. Die Gesprächsrunden wurden sehr geschätzt. Die ORF-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter haben offen über ihre Arbeit informiert, nahmen Anregungen positiv auf und zeigten sich durchaus auch selbstkritisch.

Die Gesprächsteilnehmenden wurden jeweils vor und nach dem Gespräch mit den ORF-Programmschaffenden um eine Beurteilung der Programmqualität gebeten. Alle Scores der drei Gruppen verbesserten sich im Nachgang des Gesprächs. Es ist anzunehmen, dass das gute Gesprächsklima und das bessere Verständnis einiger rechtlicher Rahmenbedingungen zu dieser Verbesserung geführt haben.

8 Expertinnen-/Expertengespräch 2024: Information

Der bestimmt wichtigste Leistungsauftrag aller öffentlich-rechtlichen Medien ist der **Informationsauftrag**. Durch die Erfüllung dieses Auftrags trägt der ORF maßgeblich dazu bei, die Demokratie zu stärken, die Bevölkerung umfassend zu informieren, Bildung zu fördern und die kulturelle Vielfalt zu unterstützen.

Am 5. April hat der ORF 16 Expertinnen und Experten eingeladen, um über die Stärken und Schwächen der ORF-Informationsprogramme sowie über die zeitgemäße Interpretation des Informationsauftrags zu diskutieren. Im Verlauf des Gesprächs wurden auch konkrete Anregungen und Empfehlungen zu Programmverbesserungen angesprochen.

Eingeladen zum Dialog wurden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie ausgewählte junge Expertinnen und Experten. Seitens ORF nahmen Vertreter der Landesdirektion Burgenland, von ORF III, ORF News, «Report» und ORF-Magazinen am Gespräch teil.

Moderiert wurde das Gespräch von Konrad Mitschka und Klaus Unterberger. Für die Zusammenfassung zeichnen Nina de Colle, Laura Hörner, Dora Laage, Laura Schnetzer, Konrad Mitschka und Klaus Unterberger verantwortlich.

Die Ausführungen der Expertinnen und Experten sind entlang der Public-Value-Kategorien «Vertrauen und Orientierung», «Österreichische und internationale Perspektive», «Vielfalt und Diversität» sowie «Innovation und Kompetenz» angeordnet.

An dieser Stelle soll nicht der ganze Gesprächsverlauf zusammengefasst werden, zumal ein detaillierter Bericht vorliegt. Es geht letztlich darum zu evaluieren, **wie die Expertinnen und Experten die Erfüllung des Leistungsauftrags** durch den ORF beurteilen und welche **Verbesserungswünsche** diskutiert worden sind.

Gleich eingangs wird von verschiedenen Personen festgehalten, dass der ORF eine **hohe Glaubwürdigkeit** beim Publikum genießt. Der ORF sei als eine Art «**Gütesiegel**» zu verstehen. Der ORF genieße ein **großes Vertrauen** in der Bevölkerung, auch weil er auf allen Plattformen nutzergerechte Informationsbeiträge bereitstellt, auch für die Kinder. Vertrauen müsse schließlich früh geschaffen werden. Der ORF genieße auch bei den Jugendlichen ein hohes Vertrauen, das könne man am Erfolg der **ZIB auf TikTok** sehr gut verfolgen.

Es wurde festgehalten, dass Menschen, die ein bestimmtes Medium sehr oft nutzen, diesem Medium in der Regel auch stärker vertrauen als anderen Medien, die sie seltener nutzen. Vor diesem Hintergrund wird angeregt, dass sich der ORF stärker mit den Menschen beschäftigen sollte, die den **ORF nicht (mehr) nutzen**, damit er sicherstellen kann, dass er auch in Zukunft erfolgreich bleibt.

Es fällt auf, dass im Gespräch immer wieder die Zeit und die Berichterstattung rund um das **Coronavirus** angesprochen wurde. Es wurde Kritik an einigen Experten geäußert, über die Schädlichkeit von zu viel «Bad News» diskutiert und über die Wichtigkeit, immer eine gewisse Balance oder Distanz gegenüber allen Stakeholdern zu bewahren. Eine größere **Meinungsvielfalt stärkt das Vertrauen** in den ORF.

Eine rege Diskussion fand dann allerdings darüber statt, ob man Vertretern mit extremen und radikalen Meinungen im ORF eine Plattform geben sollte oder ob man sie eher nicht einladen sollte. Letztlich ging es darum, ob der ORF eine «**False Balance**» bieten sollte, um die Vielfalt der Meinungen besser abzubilden, was eine größere «Ausgewogenheit» suggerieren würde. Insgesamt wird dem ORF attestiert, dass er eine verantwortungsvolle Berichterstattung anstrebt, die den Unterschied zwischen konsensbasierten Fakten und individuellen Meinungen klar herausstellt.

Einige Teilnehmer empfehlen dem **ORF, sich stärker zu vernetzen** und mit anderen Organisationen wie Rechercheplattformen, Wikipedia, mit YouTube-Channels, Bildungseinrichtungen, etc. zusammenzuarbeiten. Auch die Zusammenarbeit mit Influencern für die Promotion des ORF wird empfohlen.

Einige wünschten sich zusätzliche auch Informationsformate, die eine **einfachere und verständliche Sprache** verwenden, ohne sie als solche zu kennzeichnen. Der Zugang zu wichtigen Informationen könnte gerade für junge und alte Menschen, aber auch für Neuzuzüger stark erleichtert werden.

Die **Ergebnisse dieses Gesprächs** wurden von den ORF-Teilnehmerinnen und -Teilnehmern **intern kommuniziert** und fließen in andere Maßnahmen der ORF-Qualitätssicherung ein, insbesondere in die vom ORF Public Value für 2025 geplanten **Quality-Checks** zu Information.

9 ORF-Publikumsratsstudie 2024: Demokratie, Information und Bildung

Die diesjährige Publikumsratsstudie beschäftigte sich mit den Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Berichterstattung zu «Demokratie, Information und Bildung» im ORF.

Dazu wurden 1.025 Personen befragt, die so ausgewählt wurden, dass sie die österreichische Wohnbevölkerung ab 14 Jahren repräsentativ abbilden. Sie wurden telefonisch und mittels Online-Fragebogen interviewt. Die Befragung dauerte vom 23. Oktober bis zum 4. November 2024 und wurde vom Institut FORESIGHT durchgeführt. Dr. Florian Oberhuber hatte die Projektleitung.

In einem ersten Schritt wurden das **Interesse an Nachrichten und Informationen** sowie die Nutzung von Informationsmedien abgefragt. In einem zweiten Schritt wurde die **Wichtigkeit von Themenbereichen** hinsichtlich der Volks- und Jugendbildung evaluiert. Und in einem dritten Schritt wurde der **Umfang der Berichterstattung** in Bezug auf den Informationsauftrag des ORF sowie die Zustimmung zu verschiedenen Aussagen ermittelt.

Rund 81 % der Befragten geben an, dass sie sich sehr oder ziemlich stark für «Nachrichten und Informationen» interessieren. Dafür nutzen sie in erster Linie das Fernsehen (65 %) und das Internet (56 %), noch vor Zeitungen (52 %) und Radio (50 %).

Das sieht allerdings je nach Altersgruppe sehr unterschiedlich aus. Bei den unter 30-Jährigen steht das Internet (62 %) an erster Stelle, gefolgt von Social Media (50 %) und Fernsehen (42 %). Bei den über 50-Jährigen steht das Fernsehen mit 79 % an erster Stelle, gefolgt von Zeitungen und Zeitschriften inklusive deren Online-Ausgaben (62 %), Radio (57 %) und Internet (50 %).

Der ORF hat den Auftrag, **Volks- und Jugendbildung** zu fördern und zu verbreiten. Die Befragten wurden gefragt, welche Bereiche sie in diesem Kontext als besonders wichtig erachten. An oberster Stelle steht das Thema «Rechtsstaat und Gesetze», gefolgt von der «generellen Wissensvermittlung für Kinder und Jugendliche». An dritter Stelle wird «Demokratie, Wahlen und politische Mitbestimmung» genannt, gefolgt von «Wissenschaft, Forschung, Technologie und Innovation», sowie «Österreichische und europäische Geschichte». Diese Einschätzung der Wichtigkeit der verschiedenen Themenbereiche wird von den ORF-Nutzerinnen und -Nutzern aller Altersgruppen geteilt.

Als öffentlich-rechtlicher Sender hat der ORF den Auftrag, umfassend über alle wichtigen Fragen aus **Politik, Sozialem, Wirtschaft, Kultur und Sport** zu informieren. Es stellte sich daher die Frage, ob die Befragten mit dem aktuellen Umfang der Berichterstattung zu diesen Themen zufrieden sind. Die Antworten zeigen ein klares Bild: Zwischen 51 % bis 63 % aller Befragten wünschen je nach Thema, dass der Umfang gleichbleiben soll. Bei den jüngeren Befragten fallen diese Antworten noch deutlicher aus.

Bezüglich der abgefragten **Formen der Berichterstattung** sind die meisten Befragten der Ansicht, dass der bisherige Mix des ORF stimmt. Einige wünschen sich (35 %) mehr Berichte über Hintergründe, Analysen des politischen Geschehens,

andere wünschen eher weniger (12 %). Außerdem werden von 35 % der Befragten mehr Diskussionssendungen mit direkter Beteiligung des Publikums gewünscht, andere wünschen weniger (14 %). Insgesamt ist die Mehrheit der Befragten auch bezüglich der Formen der Berichterstattung mit der aktuellen Situation zufrieden.

Die Befragten wurden auch gebeten, einige Qualitätsmerkmale des ORF zu beurteilen, wie beispielsweise den **respektvollen Umgang mit Gästen** (75 % trifft sehr/ziemlich zu), die **Vielfalt der vorkommenden politischen Meinungen** und Anliegen (67 % trifft sehr/ziemlich zu) sowie die **Vielfalt und Perspektiven** unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen (66 % trifft sehr/ziemlich zu) und das Fördern des **demokratischen Zusammenlebens** (64 % trifft sehr/ziemlich zu). Insgesamt sind diese Zustimmungsraten über alle Altersgruppen hinweg sehr hoch.

Die tiefsten Zustimmungsraten erhält der ORF für Aussagen wie «der ORF zeigt in seiner Berichterstattung Lösungen für Probleme auf» (43 % trifft sehr/ziemlich zu) oder «der ORF deckt Missstände auf und berichtet darüber (49 % trifft sehr/ziemlich zu). Bezüglich Ausgewogenheit sind immerhin 54 % der Meinung, dass der ORF diesem Anliegen entspricht.

Was auffällt ist, dass insbesondere die **jüngeren Befragten und jene mit einer guten Ausbildung dem ORF «Bestnoten» attestieren.**

Die Ergebnisse dieser Studie fördern keine Widersprüche zu den Ergebnissen der Befragung beispielsweise des Qualitätsprofils des ORF-Informationsangebots zu Tage. Die positive Beurteilung des Informationsangebots deckt sich auch mit den Ergebnissen der Overall-Befragung sowie mit Einschätzungen der Expertinnen und Experten.

10 Public-Value-Berichte

Transparenz ist ein wichtiger Aspekt, um das Vertrauen der Öffentlichkeit in den ORF zu stärken. Die Studien und Analysen des Qualitätssicherungssystems, der Geschäftsbericht, der Nachhaltigkeitsbericht, der ORF-Ethikkodex, die Offenlegung der Gehälter im ORF und die zahlreichen ORF-Richtlinien, die alle auch im Internet abrufbar sind, zeugen vom Bemühen des ORF, eine größtmögliche Transparenz über seine Aktivitäten herzustellen. Nach eigenen Angaben ist der ORF das meistgeprüfte Unternehmen in Österreich.

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

Der Public-Value-Bericht und die Public-Value-Website:

«Best of Fernsehen, Radio, Online» ist der Titel des Public-Value-Berichts für das Berichtsjahr 2024/2025. Sehr oft stehen in den Public-Value-Berichten die beeindruckenden Zahlen und Fakten zu den mehr als 140.000 Programmstunden, zehntausenden News, Videos und Sendungen auf ORF.at, ORF ON und ORF SOUND etc. im Zentrum.

Im Berichtsjahr wollen die Autoren die Qualität nicht nur anhand von quantitativen Daten illustrieren, sondern auch mit den über hundert Preisen, mit denen Fachjurs die Programmschaffenden des ORF im Berichtsjahr ausgezeichnet haben. Im vorliegenden Bericht werden mehr als 20 Preisträgerinnen und Preisträger vorgestellt. Sie beschreiben, was ihnen wichtig ist an ihrer Arbeit, welche Werte sie vertreten, wie sie arbeiten und was für ihre Arbeit auch in Zukunft wichtig bleibt. Die Kurzfassung dieser Interviews sind im publizierten Bericht zu lesen. Das ganze Interview kann über den QR-Code und im Internet gesehen werden.

Außerdem haben vier Wissenschaftlerinnen der Universitäten Wien, Klagenfurt, Salzburg sowie die FH Wien den Gehalt des Public Value des ORF beurteilt. Ihre Urteile sind vollständig im Internet abrufbar.

Im Berichtsjahr produzierte das Public-Value-Team einen neuen Film zum Thema «Inside ORF», in dem die Autoren einen Blick hinter die Kulissen des ORF und die tägliche Arbeit im ORF gewähren. Das Thema publizistische Qualität stand auch im ORF-«DialogForum», einer Diskussionssendung auf ORF III, im Zentrum und wurde mit nationalen und internationalen Gästen diskutiert.

Die Public-Value-Studie: «Medien für alle!?!»

Als Public-Value-Jahresstudie hat der ORF eine **interdisziplinäre Studie in Auftrag gegeben**, an der sowohl nationale als auch internationale Universitäten beteiligt sind. Die wissenschaftliche Leitung obliegt Prof. Dr. Larissa Krainer (Universität Klagenfurt) und Dr. Josef Seethaler (ÖAW).

Jedes öffentlich-rechtliche Medienunternehmen in Europa hat den Anspruch, ein **Medium für alle** zu sein. Aber was bedeutet das wirklich? In der diesjährigen Public-Value-Studie gehen diverse Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen aus dem In- und Ausland der Frage nach, ob dieser Anspruch jeweils erfüllt wird und wie sich dieser Anspruch überhaupt erfüllen lässt. Dabei wird zunächst der Frage nachgegangen, **wer eigentlich «die Öffentlichkeit» bzw. «das Publikum» ist**. Dieser Thematik widmet sich Fiona Fehlmann (Universität Zürich) angesichts der «Plattformisierung» der Medienbranche. Sie untersucht die veränderten Publikumsvorstellungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der SRG, analysiert, wie diese konstruiert werden und wie sie sich auf die Erfüllung des Leistungsauftrags und auf strategische Entscheidungen auswirken.

Was steckt hinter dem Vorwurf der **Elitenorientierung** und des **regierungsnahen «Staatsfunks»**, den man in Bezug auf öffentlich-rechtliche Sender immer mal wieder hört? Dem geht der Beitrag von Uwe Krüger, Judith Kretschmar und Markus Beiler (Universität Leipzig) nach. Die Vertrauenswerte für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Ostdeutschland liegen deutlich unter den hohen Werten in den alten Bundesländern. Die Studie fokussiert auf Sachsen, dessen erwachsene Bevölkerung zu 85 % wenig oder kein Vertrauen in etablierte Medien hat. Dazu wurden 61 repräsentative Tiefeninterviews durchgeführt. Sie untersuchen den oft gehörten Wunsch, wonach ein Programm ein breites Meinungsspektrum repräsentieren soll und unter Umständen eine **«False Balance»** in Kauf nehmen sollen. Dabei identifizierten sie beim Publikum einen psychologischen Faktor, der als Bedürfnis und Stolz auf eine selbst entwickelte Meinung beschrieben werden kann, die diese Gruppen dann in den Medien suchen. Die Autoren diskutieren, wie diese **«False Balance»** vermieden wird und **welche Handlungsempfehlungen** sich daraus für die journalistische Arbeit ableiten lassen.

Mit den ganz konkreten Erwartungen des Publikums beschäftigt sich der Beitrag von Jan-Hinrik Schmidt (Leibniz-Institut für Medienforschung / Hans Bredow Institut). Im Zentrum seiner Arbeit steht der **Bildungsauftrag von öffentlich-rechtlichen Medien**. Er geht der Frage nach, wie ein sehr abstraktes Anliegen – hier der Bildungsauftrag – konkretisiert werden kann, und wie öffentlich-rechtliche Medien überhaupt wissen können, was ihr Publikum darunter versteht und was es konkret erwartet. In ihrem Beitrag stellen sie eine Studie des ZDF aus dem Jahr 2023 vor.

Der Beitrag von Josef Seethaler, Andreas Schulz-Tomancok (Österreichische Akademie der Wissenschaften) und Larissa Krainer (Universität Klagenfurt) widmet sich den Erwartungshaltungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk seitens **armutsgefährdeter und von sozialer Ausgrenzung bedrohter Menschen**. Über das Mediennutzungsverhalten dieser durchaus beachtlichen, doch inhomogenen Bevölkerungsgruppe gibt es wenig gesicherte Erkenntnisse.

Eine Gruppe von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Johannes Gutenberg-Universität Mainz beschäftigt sich mit der Forderung an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, **«ausgewogen» zu berichten**. Wie sich Ausgewogenheit empirisch messen lässt, ist keine triviale Frage. Das öffentlich-rechtliche Content-Netzwerk «funk» hat dazu in Zusammenarbeit mit dem Forschungsbereich für Politische Kommunikation der JGU Mainz ein Verfahren **zur automatisierten Messung politischer Ausgewogenheit mithilfe von ChatGPT** entwickelt, das erstmals eine kontinuierliche Beobachtung der Ausgewogenheit des Gesamtprogramms erlaubt. Die Autorinnen und Autoren stellen sowohl das Verfahren vor als auch erste Befunde.

Der Bericht wird noch zahlreiche weitere wissenschaftliche Arbeiten umfassen, die an dieser Stelle nicht weiter vorgestellt werden sollen. Diese kurze Zusammenfassung soll nur illustrieren, dass sich die Lektüre dieses Berichts für Programmschaffende und Gremien lohnen könnte.

Fazit:

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

Allein schon die Tatsache, dass ein so breit abgestützter Diskurs mit wichtigen Stakeholdern im In- und Ausland stattfindet, der sich mit relevanten und zukunftsorientierten Fragen beschäftigt, ist äußerst positiv zu werten.

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

11 Fazit

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

Mit dem **Qualitätssicherungssystem** kommt der ORF dem gesetzlichen Anspruch nach, seinen Leistungsauftrag und die gewünschte Programmqualität jährlich zu überprüfen und darzulegen, ob die hoch gesteckten Anforderungen des Gesetzgebers und Erwartungen des Publikums erfüllt werden.

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

Die Qualität des ORF wird letztlich durch eine Kombination vieler Faktoren bestimmt. Der Kern der Qualitätssicherung ist der **Dialog** zwischen den Programmschaffenden und dem Publikum sowie den Expertinnen und Experten. Das befragte Publikum wie auch die Expertinnen und Experten bescheinigen dem ORF sowohl in empirischen Umfragen als auch im direkten Diskurs **eine hohe Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Objektivität, Programmvierfalt und Professionalität, sie äußern sich insgesamt überaus zufrieden mit der publizistischen Leistung des ORF.**

In der Publikumsratsstudie attestieren die Befragten, dass der ORF seinen Programmauftrag zu «**Demokratie, Information und Bildung**» erfüllt.

Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Verfahren mit qualitativen und quantitativen Auswertungen den Vorgaben des Gesetzes einer umfassenden Qualitätssicherung gerecht geworden ist. Er hat das geforderte Qualitätsmanagement im Jahr 2024 effektiv und erfolgreich umgesetzt.

Ingrid Deltenre

Mai 2025