

ORF-Qualitätsmonitoring 2025:

**Evaluation des
ORF-Qualitätsprofils
Wissenschaft/Bildung/
Service/Lebenshilfe**

Daten zur Untersuchung

Thema	Evaluierung des ORF-Qualitätsprofils Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe 2025
Auftraggeber	ORF
Beauftragtes Institut	FORESIGHT Research Hofinger GmbH
Wissenschaftliche Leitung	Dr. Florian Oberhuber
Autor:innen	Dr. Florian Oberhuber, Dr.in Saskja Schindler
Erhebungsgebiet	österreichweit
Art der Erhebung	Modul 1: Online-Fokusgruppe mit Nutzerinnen und Nutzern des ORF-Angebots zu Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe Modul 2: n=320 Interviews österreichweit (davon n=270 CATI, n=50 CAWI), Wohnbevölkerung 15+
Erhebungszeitraum	12. November 2025 (Fokusgruppe) 17. Oktober bis 19. November 2025 (Befragung)

Einleitung

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

Auftragswerten, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden.

genrespezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Medien, Programmkategorien und Subkategorien beziehen.

In den Jahren 2011 bis 2017 wurden erstmals Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellt und evaluiert. In den Jahren 2018–2022 lief die zweite Runde des Evaluationszyklus und im Jahr 2023 startete eine dritte Runde, wobei erstmals die Angebote zum evaluierten Programmbereich in allen ORF-Medien als Evaluationsgegenstand zugrundegelegt wurden.

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

In Kapitel 2 wird ein allgemeiner Überblick gegeben, inwieweit der vom ORF formulierte Qualitätsanspruch vom Publikum für wichtig und legitim erachtet und inwieweit das erarbeitete SOLL-Bild durch das ORF-Angebot als erfüllt betrachtet wird.

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

Kapitel 4 widmet sich der Wahrnehmung spezifischer Stärken und Schwächen der Angebote in den einzelnen ORF-Medien (Radio, Fernsehen, Internet, Social Media, Teletext).

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

Executive Summary

Mit dem Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe hat der ORF ein differenziertes SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der *Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus sowie Kompetenz und Innovation* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Zugleich soll die Erfüllung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Angebote für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil mit Methoden der qualitativen Sozialforschung. In einem zweistufigen Verfahren wurde mittels einer Fokusgruppe sowie 320 teilstandardisierten Interviews Befragten in ganz Österreich das vom ORF entwickelte SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Angebots vorgelegt. Untersucht wird, inwieweit das Publikum die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte für wichtig und legitim erachtet, inwieweit es das erarbeitete SOLL-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag aus Publikumssicht erfüllt wird.

Publikum steht hinter öffentlich-rechtlicher Qualität

Der Zeitvergleich der vorliegenden Studie mit vorangegangenen Evaluationen des Qualitätsprofils zeigt eine **ausgeprägte Kontinuität in der Qualitätswahrnehmung**: Weiterhin erwartet das Publikum vom ORF ein aktuelles und vielfältiges Angebot zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe. Zentrale Treiber der Zufriedenheit sind die gebotenen Inhalte auf der einen, der kompetente und vertrauenswürdige Journalismus auf der anderen Seite:

- **Vertrauen und Orientierung** sind grundlegende Erwartungen an den ORF. Sie werden zuvorderst mit einer hohen journalistischen Qualität im Sinne der Zuverlässigkeit und Faktentreue, der neutralen Berichterstattung sowie der fundierten Information über Hintergründe und Zusammenhänge verbunden.
- Im Sinne der **Bürgernähe** sollen die ORF-Angebote allen Menschen zugänglich gemacht werden. Dazu gehört die breite Zielgruppenansprache hinsichtlich inhaltlicher Relevanz, Verständlichkeit sowie Gestaltung. Spezifisch mit Blick auf junge Zielgruppen wird die Bedeutung der ORF-Angebote auf Social Media positiv hervorgehoben.
- **Kompetenz** erlebt das Publikum dann, wenn fachlich versierte Protagonistinnen und Protagonisten (Moderation, Studiogäste, Expertinnen/Experten) Inhalte interessant und spannend aufbereiten und erklären. Ein Teil des Publikums schätzt

diesbezüglich eher die kompakte Information, ein anderer Teil eher ausführliche Berichte über Hintergründe und Zusammenhänge.

- Dieser **Fokus auf Inhalte** dominiert auch die Anforderungen des Publikums in den Dimensionen **Vielfalt, Föderalismus und globale Perspektive**: Gewünscht wird ein abwechslungsreiches Programm, das immer wieder neue Personen und Perspektiven bietet, wobei Teile des Publikums speziell an regionaler oder aber internationaler Berichterstattung besonders interessiert sind.

Verbesserungspotenziale

Bei generell hoher Zufriedenheit können folgende Anregungen für die Weiterentwicklung der Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe in Betracht gezogen werden:

Vertrauen sichern – Neutralität stärken: Der Mehrheit der Befragten erlebt den ORF als seriöses Medium, auf das man sich verlassen und dem man vertrauen kann. Besondere Relevanz hat für viele Befragte die Dimension der Neutralität und Ausgewogenheit: Dazu gehört das Vermeiden eigener Meinungsäußerung der Moderation bzw. die Trennung von Fakten und Meinungen, die klare Ausschilderung (politischer) Unabhängigkeit sowie der Einbezug einer breiten Vielfalt von Meinungen und Perspektiven, sodass *alle*, egal wo sie stehen, sich als Teil des Diskurses erleben können.

Zugänglichkeit für alle sicherstellen: Der Anspruch des öffentlich-rechtlichen ORF, Programm für alle zu bieten, wird vom befragten Publikum breit geteilt und immer wieder als wichtig für die Zukunft unterstrichen. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf jungen Zielgruppen, auf jenen mit niedriger formaler Bildung und vereinzelt auf der Zugänglichkeit bzw. Barrierefreiheit. Neben der Verständlichkeit werden dabei auch Nutzen/Relevanz für die Zielgruppen sowie Gestaltung und Unterhaltungswert als wichtige Aspekte von Bürgernähe gesehen.

Anregende Vielfalt bieten: Die qualitative Analyse legt nahe, dass das Publikum im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe nicht nur eine hohe Informationsqualität, sondern auch Anregung durch „immer wieder Neues“ wünscht. Dazu gehören inhaltliche Abwechslung, gestalterische Innovationen, immer wieder neue Protagonistinnen und Protagonisten und Perspektiven sowie der Blick über den Tellerrand.

Abschließender Befund der Evaluationsstudie:

1. Die standardisierte empirische Abfrage von 21 Qualitätsmerkmalen zeigt eine hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 66 und 96 Prozent (Top-2-Box). Das Qualitätsprofil wird daher von den Befragten als Anforderungsprofil an ein qualitativ hochwertiges ORF-Angebot bestätigt.
2. Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird als kohärent und glaubwürdig erlebt: Je nach Item bewerten zwischen 58 und 82 Prozent der Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben.
3. Die Evaluation des Qualitätsprofils beinhaltet Fragen nach Kritik, Anregungen und Empfehlungen, um allfällige Lücken zwischen SOLL und IST des Qualitätsprofils zu schließen. Die Evaluation ergab zu den vorgegebenen Kriterien konkrete Empfehlungen zur Optimierung der ORF-Angebote im untersuchten Programmbereich. Diese werden im Evaluationsbericht zusammengefasst.

1 Methodische Vorgangsweise

1.1 Online-Fokusgruppe

Am 12. November 2025 wurde eine Online-Fokusgruppe mit neun Nutzerinnen bzw. Nutzern der ORF-Angebote im Bereich Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe durchgeführt.

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

In der Zusammensetzung der Gruppe wurde darauf geachtet, dass Teilnehmer:innen aus ganz Österreich rekrutiert werden, die die unterschiedlichen ORF-Medien und Angebote im zu evaluierenden Programmbereich nutzen. Die Diskussion fand online statt und dauerte rund eineinhalb Stunden; sie wurde digital aufgezeichnet, transkribiert und anschließend analysiert.

1.2 Teilstandardisierte Interviews

Die österreichweite Befragung fand im Zeitraum vom 17. Oktober bis 19. November 2025 statt. Insgesamt wurden 320 Interviews durchgeführt, davon 270 telefonisch (CATI) und 50 online (CAWI). In den Interviews wurden sowohl offene als auch standardisierte Fragen gestellt.

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

- Nutzer:innen von ORF-Angeboten im Programmbereich, darunter höchstens 10 % „seltene“ Nutzer:innen⁴
- Mindestens je 50 Nutzer:innen (zumindest „gelegentlich“) der Mediengattungen ORF-Radios, ORF-Fernsehen, ORF-Internet, ORF-Social-Media sowie mindestens 30 Nutzer:innen ORF TELETEXT.

⁴ Zumindest „seltene“ Nutzer:innen laut folgender Fragestellung: „Denken Sie jetzt bitte an die ORF-Medien, also die ORF-Angebote in Fernsehen, Radio, Teletext, Internet und Social Media, egal ob live oder zeitversetzt. Nutzen Sie Angebote aus dem Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe im ORF regelmäßig, gelegentlich, selten oder nie?“

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

Tabelle 1: Strukturmerkmale der Stichprobe

		Anzahl	Prozent
Geschlecht	männlich	145	45
	weiblich	174	54
Altersgruppen	15- bis 29-Jährige	59	18
	30- bis 49-Jährige	114	36
	Ab-50-Jährige	147	46
Schulbildung	ohne Matura	180	56
	mit Matura	140	44
derzeitige Tätigkeit	berufstätig	201	63
	in Pension	78	24
	anderes	41	13
Bundesland	Wien	72	23
	Niederösterreich	56	18
	Burgenland	9	3
	Steiermark	47	15
	Kärnten	20	6
	Oberösterreich	53	17
	Salzburg	19	6
	Tirol	29	9
	Vorarlberg	15	5
Gesamt		320	100 %

1.3 Auswertung der Daten: Verbindung quantifizierender und qualitativer Methoden

Die 320 Interviews verbanden offene Fragen zu individuellen Nutzungserfahrungen und Qualitätsansprüchen des Publikums auf der einen Seite mit der standardisierten Abfrage einzelner Items auf der anderen.

Neben der allgemeinen Zufriedenheit mit dem ORF-Angebot wurden insbesondere die im ORF-Qualitätsprofil entlang der Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung,

Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus sowie Kompetenz und Innovation definierten Auftragswerte standardisiert abgefragt. Dazu wurde eine Fragenbatterie mit 21 Items verwendet, die jeweils im SOLL (wie wichtig ist) und im IST (wie sehr erfüllt) abgefragt wurde.

Die Ergebnisse dieser standardisierten Abfrage werden in Kapitel 2 dargestellt. Da entsprechend dem qualitativen Ansatz eine Quotenstichprobe gezogen wurde, sind statistische Angabe zur Schwankungsbreite der standardisiert erhobenen Daten nicht möglich. Für die Interpretation der Ergebnisse werden im Folgenden daher die Ergebnisse der standardisierten Abfrage jeweils mit den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse verglichen und auf Kohärenz und Plausibilität überprüft.

Inhaltsanalyse mittels MAXQDA

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

Dazu wurden die qualitativen Daten mittels der Software MAXQDA systematisch entlang eines Codierschemas strukturiert und ausgewertet. Dieses Auswertungsverfahren folgt etablierten Ansätzen der qualitativen Textanalyse⁵ und erlaubt eine zusammenfassende und zugleich gegenstandsnahe Darstellung manifester Inhalte großer Textkorpora.

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

1.4 Zeitvergleich zu den Evaluationsstudien 2015 und 2020

In den Jahren 2011 bis 2017 wurden erstmals Qualitätsprofile für sämtliche ORF-Angebote erstellt und evaluiert. In den Jahren 2018–2022 lief die zweite Runde des Evaluationszyklus und im Jahr 2023 startete eine dritte Runde, wobei erstmals die

⁵ Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim; Kuckartz, Udo et al. (2008): Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis, 2. Aufl., Wiesbaden; Altheide, David (1996): Qualitative Media Analysis, Thousand Oaks.

Angebote zum evaluierten Programmbereich in allen ORF-Medien als Evaluationsgegenstand zugrundegelegt wurden.

Zeitvergleiche mit den vorangegangenen Evaluationen des Qualitätsprofils sind aufgrund dieser veränderten Rahmenbedingungen nur begrenzt aussagekräftig. Im vorliegenden Bericht wird ein Zeitvergleich daher nur in der Zusammenschau von standardisiert abgefragten Items auf der einen und der qualitativen Analyse auf der anderen Seite vorgenommen.

2 Qualität aus Publikumssicht und Akzeptanz des ORF-Qualitätsprofils

Der ORF hat das Qualitätsprofil nach folgenden Leistungskriterien gegliedert:

Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus sowie Kompetenz und Innovation.

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

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

2.1 Die Qualitätswahrnehmung des Publikums

2.1.1 Bewertung im SOLL

Im Zuge der 320 teilstandardisierten Interviews wurde den Befragten eine Liste mit 21 Eigenschaften entlang der Auftragswerte entsprechend ORF-Qualitätsprofil vorgelegt. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen diese Eigenschaften für die ORF-Angebote im Bereich Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe sind. Diese Bewertung wurde anhand einer fünfstufigen Skala (1 „sehr wichtig“ bis 5 „gar nicht wichtig“) vorgenommen.

Abbildung 1 zeigt die relative Wichtigkeit der einzelnen Qualitätsmerkmale für das Publikum im Überblick. **Demnach ist die Zustimmung zu den vorgelegten Begriffen hoch** mit Zustimmungsraten von 66 bis 96 Prozent in der Top-2-Box („sehr wichtig“ bzw. „wichtig“).⁶ Im Folgenden werden zu einer besseren Differenzierung die Bewertungen in der Top-Box („sehr wichtig“) verglichen.

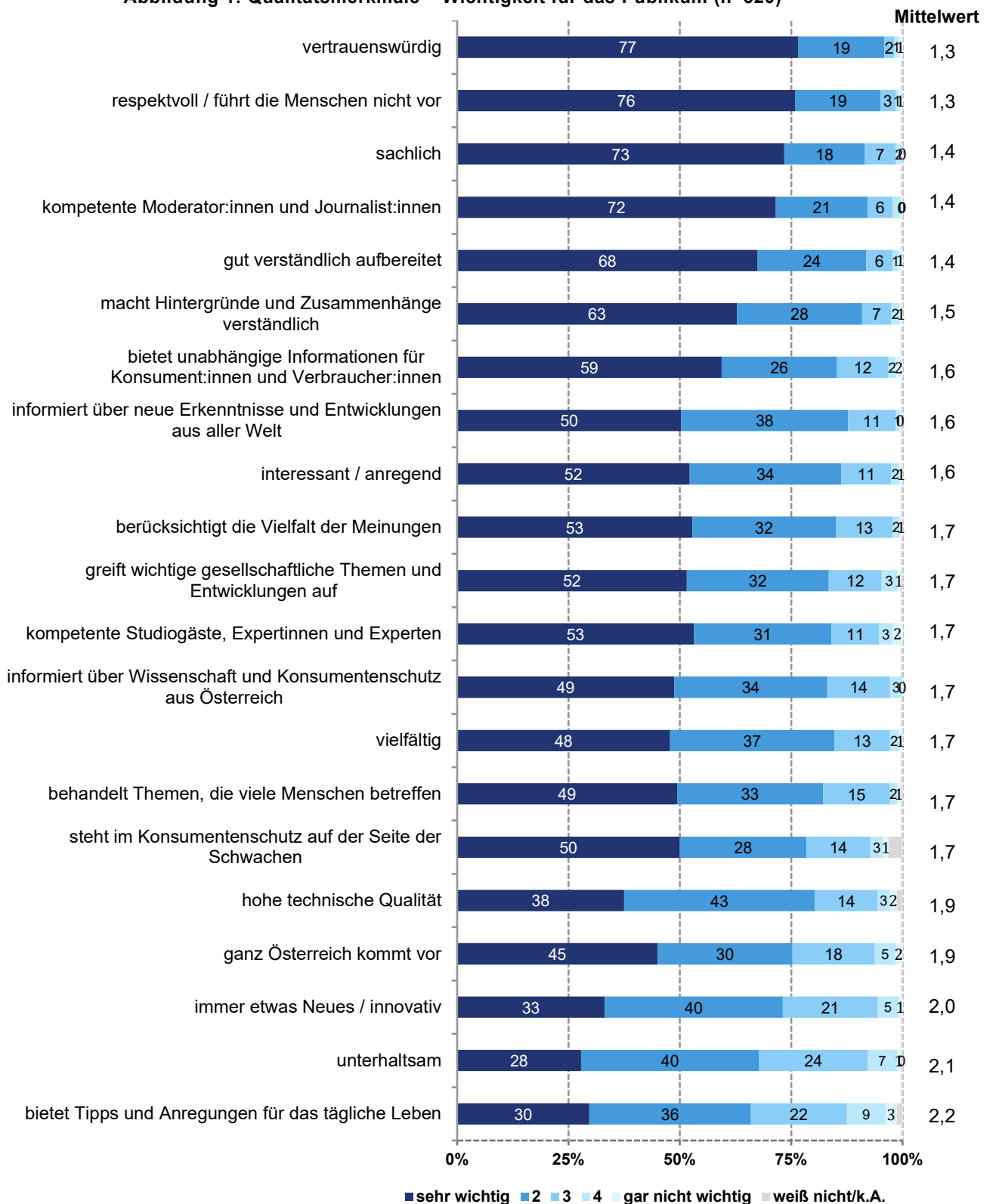
Die höchsten Bewertungen im SOLL – mit Zustimmungsraten in der Top-Box „sehr wichtig“ von 59 bis 77 Prozent – erhielten grundlegende Anforderungen aus den Dimensionen Vertrauen, Verantwortung, Orientierung und Kompetenz, d.h. die Items „vertrauenswürdig“, „respektvoll / führt die Menschen nicht vor“, „sachlich“, „kompetente Moderator:innen und Journalist:innen“, „gut verständlich aufbereitet“, „macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“ sowie „bietet unabhängige Informationen für Konsument:innen und Verbraucher:innen“.

⁶ Bei den im Text angegebenen Top-2-Box-Werten sind geringfügige Abweichungen (+/- 1 Prozentpunkt) gegenüber der Tabelle auf Rundungseffekte zurückzuführen.

Zustimmungsraten von rund 50 Prozent in der Top-Box enthielten Aspekte der Vielfalt („berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“, „vielfältig“, „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“, „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“) sowie konkretere Qualitätsanforderungen aus den Bereichen Kompetenz und Bürgernähe, nämlich „interessant/anregend“, „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“, „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“, „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“ und „steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“.

Mit Zustimmungsraten in der Top-Box zwischen 28 und 45 Prozent haben die Auftragswerte „hohe technische Qualität“, „ganz Österreich kommt vor“, „immer etwas Neues / innovativ“, „unterhaltsam“ und „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“ für das Publikum etwas geringere Priorität. Auch diese Auftragswerte werden aber von einer Mehrheit von 66 bis 80 Prozent als sehr/ziemlich wichtig (Top-2-Box) angesehen.

Abbildung 1: Qualitätsmerkmale – Wichtigkeit für das Publikum (n=320)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer fünfstufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „gar nicht wichtig“; Angaben in Prozent, n=320.

2.1.2 Bewertung im IST

Anschließend an die Bewertung nach Wichtigkeit wurden die Befragten gebeten anzugeben, wie sehr die 21 Eigenschaften auf das ORF-Angebot zu Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe auch zutreffen. Verwendet wurde dazu ebenfalls eine fünfstufige Skala (1 „trifft sehr zu“ bis 5 „trifft gar nicht zu“).

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

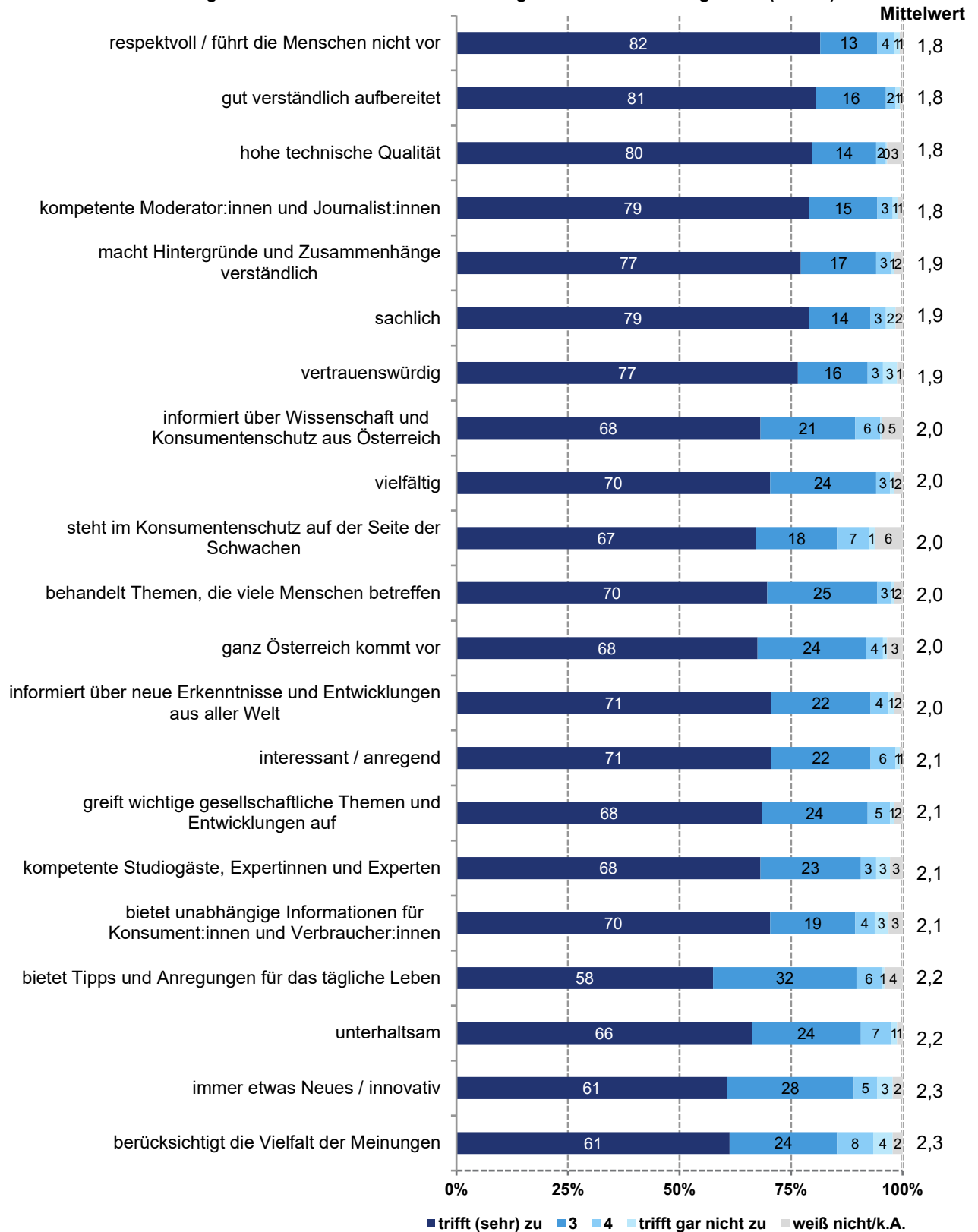
Die Zustimmung zu den verschiedenen Eigenschaften variiert zwischen rund sechs und rund acht von zehn Befragten, die die einzelnen Eigenschaften als sehr zutreffend bzw. zutreffend einstufen.

Die höchsten Bewertungen im IST mit Zustimmungsraten zur Erfüllung von 77 Prozent und mehr erhielten die Dimensionen Verantwortung und Vertrauen („respektvoll / führt die Menschen nicht vor“, „vertrauenswürdig“, „sachlich“), Kompetenz („hohe technische Qualität“, „gut verständlich aufbereitet“, „kompetente Moderator:innen und Journalist:innen“) sowie Orientierung („macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“).

Zustimmungsraten von rund 70 Prozent erhielten die Leistungskriterien Vielfalt, Österreichbezug/Föderalismus und globale Perspektive („vielfältig“, „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“, „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“, „ganz Österreich kommt vor“) sowie Aspekte der Kompetenz und Bürgernähe („interessant/anregend“, „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“, „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“, „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“, „steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“, „bietet unabhängige Informationen für Konsument:innen und Verbraucher:innen“).

Die relativ geringste, aber immer noch mehrheitliche Zustimmung von 58 bis 66 Prozent der Befragten in der Erfüllung erhielten die Auftragswerte „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“, „unterhaltsam“, „immer etwas Neues / innovativ“ und „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“.

Abbildung 2: Qualitätsmerkmale – Erfüllung durch die ORF-Angebote (n=320)



Anm.: Reihung der Items aufgrund der Mittelwerte auf einer fünfstufigen Skala von „trifft sehr zu“ bis „trifft gar nicht zu“; Angaben in Prozent, n=320.

2.2 Ergänzende qualitative Analyse

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

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

Manifester Qualitätsbegriff

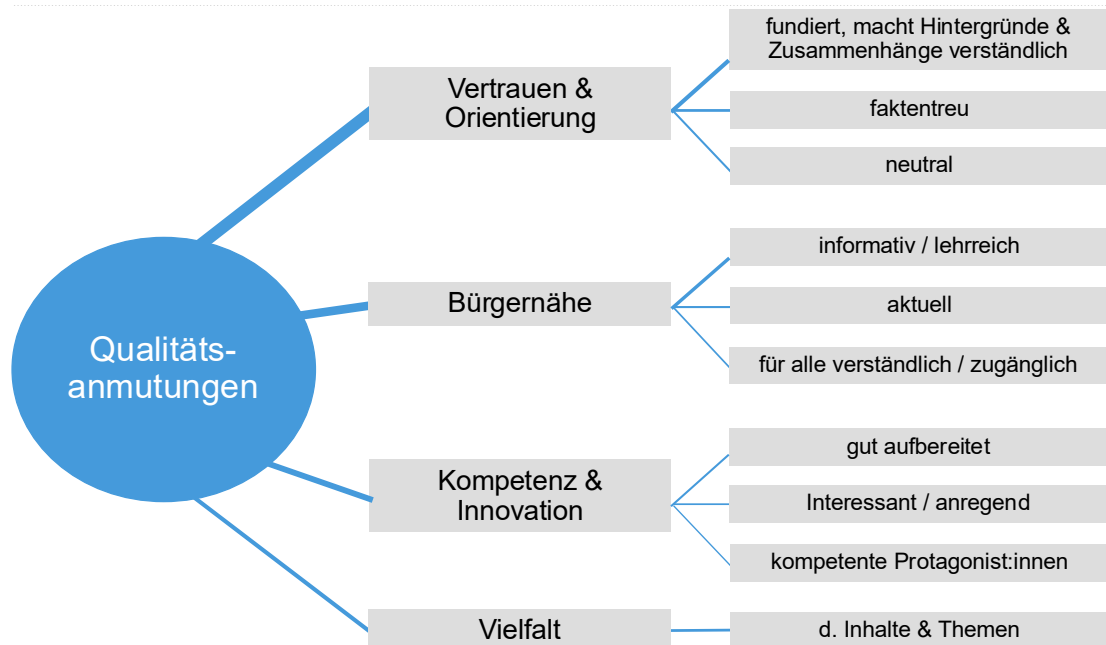
Die inhaltsanalytische Auswertung der offenen Antworten im Rahmen der teilstandardisierten Interviews zeigt, welche Qualitätsaspekte die Befragten ungestützt und in ihren eigenen Worten zur Sprache bringen.

- **Vertrauen und Orientierung** sind grundlegende Anforderungen an den ORF. Sie werden zuvorderst mit einer hohen journalistischen Qualität im Sinne der Zuverlässigkeit und Faktentreue, der neutralen Berichterstattung sowie der fundierten Information über Hintergründe und Zusammenhänge verbunden.
- In der Dimension **Bürgernähe** wird von den Befragten spontan in erster Linie die persönliche **Verwertbarkeit** der gebotenen Inhalte im Sinne von Informationsgehalt und Aktualität thematisiert. Darüber sollen komplexe Themen breit verständlich gemacht werden, eine Erwartung, die auch die Vermittlungskompetenz der Journalistinnen, Journalisten und Studiogäste umfasst.
- **Kompetenz und Innovation** erlebt das Publikum dann, wenn fachlich kompetente Protagonistinnen und Protagonisten Inhalte interessant und spannend aufbereiten und erklären.
- Dieser **Fokus auf Inhalte** dominiert auch die Qualitätsansprüche des Publikums in der Dimension der **Vielfalt**.
- Die Leistungskriterien globale Perspektive / Föderalismus sowie Verantwortung wurden in der Eingangsphase der Interviews von den Befragten selten thematisiert. Der weitere Interviewverlauf zeigt, dass auch diese Dimensionen von den Befragten verstanden und als Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk unterstützt werden.

Abbildung 3 zeigt dies im Überblick, wobei die Stärke der blauen Linien die Häufigkeit repräsentiert, mit der die jeweiligen Qualitätsmerkmale in den offenen Antworten der

Befragten zu Beginn der teilstandardisierten Interviews thematisiert wurden (d. h. bevor den Befragten das Qualitätsverständnis laut Qualitätsprofil vorgelegt wurde).

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



Anm.: Die Stärke der blauen Verbindungslinien repräsentiert die Häufigkeit, mit der die Befragten das jeweilige Qualitätsmerkmal thematisiert haben (n=484 codierte Aussagen, Mehrfachantworten).

Über die genannten Qualitätsmerkmale hinaus diskutierten einige Befragte im Verlauf der Interviews auch weitere Ansprüche an den ORF.

Sendezeiten/Abrufdauer: Trotz des Angebots von ORF ON bleiben Sendezeiten für einen Teil des Publikums ein wichtiges Thema. Insgesamt 27 Nennungen bringen den Wunsch nach „besseren“ Sendezeiten zum Ausdruck, worunter in der Regel gemeint ist, dass Sendungen nicht „so spät“, d. h. im Hauptabendprogramm gebracht werden sollten. Auch eine längere Abrufbarkeit der Sendungen auf ORF ON wird von einigen Befragten eingefordert.

ORF-Beitrag: Elf Nennungen bringen den Wunsch nach weniger/keinem ORF-Beitrag zum Ausdruck, sechs heben diesen hingegen als Stärke des ORF im Sinne von Unabhängigkeit und Qualität hervor.

Werbung: Acht Nennungen betonen die Abwesenheit von Werbeunterbrechungen als Mehrwert des ORF, vier fordern eine weitere Reduktion von Werbeblöcken.

Wiederholungen: Einzelne Befragte kritisierten, dass es im ORF-Fernsehen zu viele Wiederholungen gäbe.

Stärken und Verbesserungspotenziale

Vertrauen: Die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe genießen ein hohes Vertrauen. Rund ein Fünftel aller positiven Zuschreibungen in den offenen Antworten entfallen auf dieses Leistungskriterium, wobei die Glaubwürdigkeit aufgrund journalistischer Professionalität besonders heraussticht. Dass Vertrauenswürdigkeit im Sinne von Zuverlässigkeit, Sachlichkeit, Ausgewogenheit und Unabhängigkeit auch in Zukunft gewährleistet werden soll, steht im befragten Publikum außer Frage. Einzelne Stimmen äußern diesbezüglich Kritik bzw. fordern Verbesserungen ein, konkret:

- mehr Unabhängigkeit von Parteipolitik bzw. politisch neutrale Berichterstattung;
- das Vermeiden eigener Meinungsäußerung der Moderation bzw. die klare Trennung von Fakten und Meinungen;
- mehr Einbezug unterschiedlicher bzw. abweichender Perspektiven (abseits der dominanten Perspektive).

Bürgernähe: Ein Viertel der positiven Qualitätszuschreibungen bezieht sich auf das Leistungskriterium Bürgernähe. Als zentrale Stärke der ORF-Angebote wird erlebt, dass Bürger:innen mit für sie relevanten bzw. nützlichen Informationen versorgt werden. Ebenso werden die gute Verständlichkeit bzw. Zugänglichkeit für ein breites Publikum sowie die Aktualität der ORF-Angebote wertgeschätzt.

- Einzelne Befragte wünschen sich künftig noch mehr Augenmerk auf die Verständlichkeit für Menschen mit niedriger formaler Bildung.

Kompetenz: Kompetenz wird vom befragten Publikum zuvorderst an einer interessanten und anregenden (bis hin zu unterhaltsamen) Aufbereitung von Inhalten festgemacht. In zweiter Linie wird die Fach- und Vermittlungskompetenz von Moderatorinnen/Moderatoren, Journalistinnen/Journalisten und Studiogästen positiv hervorgehoben.

- Einige Befragte orten Verbesserungsbedarf bei der Moderation sowie der Vielfalt und Qualität der Expertinnen und Experten.
- Hinsichtlich Aufbereitung und Gestaltung kritisieren einzelne Stimmen das ORF-Angebot als veraltet und wünschen sich „frischen Wind“, neue/jüngere Protagonistinnen/Protagonisten bzw. attraktivere Angebote für junge Leute.

Orientierung: Rund ein Zehntel der positiven Nennungen betont die Orientierungsfunktion im Sinne der fundierten Aufklärung von Hintergründen und Zusammenhängen als Stärke des ORF. Diese umfassende und qualitätsvolle Information solle auch in Zukunft aufrechterhalten werden.

- Einzelne Befragte wünschen sich vom ORF noch mehr ausführliche, tiefgehende Berichterstattung im Sinne der Beleuchtung von Hintergründen und (globalen) Zusammenhängen.

Vielfalt: In dieser Dimension sticht klar die Vielfalt der Inhalte, Sendungen und Sendungstypen als Stärke des ORF im Programmbereich hervor.

- Ein Teil der Befragten wünscht sich generell einen Ausbau des Angebots, noch mehr Abwechslung bzw. spezifische Themenbereiche oder Sendungstypen, die aus ihrer Sicht nicht gut genug abgedeckt werden.
- Einige Nennungen fordern mehr Meinungsvielfalt, andere mehr Angebote für Kinder und Jugendliche ein, insbesondere im Themenbereich Wissenschaft.

Verantwortung: Das Leistungskriterium Verantwortung wurde generell selten von den Befragten thematisiert. Auf der anderen Seite kann festgehalten werden, dass der respektvolle Umgang in der quantitativen Abfrage als wichtigstes Kriterium mit einer Zustimmungsrate von 76 Prozent in der Top-Box genannt wurde.

- Einzelne Befragte messen der breiten Zugänglichkeit / Barrierefreiheit der ORF-Angebote hohe Bedeutung bei und wünschen sich noch mehr Augenmerk auf diesen Aspekt.

Föderalismus und globale Perspektive: Auch Föderalismus und globale Perspektive werden selten von den Befragten thematisiert, wobei am häufigsten die Regionalität der ORF-Angebote als Stärke hervorgehoben wird.

- Ein kleiner Teil des Publikums misst der globalen Perspektive besondere Bedeutung bei, d. h. sie sind besonders international interessiert und wünschen sich diesbezüglich mehr Angebote vom ORF.

Qualitätswahrnehmung der einzelnen ORF-Medien

Hinsichtlich des ORF-Angebots zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe steht das **Fernsehen** klar im Vordergrund der Publikumswahrnehmung. Insbesondere Dokumentationen werden häufig als Aushängeschilder für Qualität genannt, gefolgt von tagesaktuellen TV-Formaten, „Bürgeranwalt“, „Science Busters“ und „konkret“. Positive Qualitäten werden dabei in allen Leistungskriterien gesehen – von Vertrauen über Kompetenz und Vielfalt bis zur Bürgernähe. Spezifisch auf das Fernsehen bezogene Verbesserungsvorschläge beziehen sich insbesondere auf Vielfalt und Kompetenz der Protagonistinnen und Protagonisten (kompetente und neutrale Moderation, Meinungsvielfalt bei Diskussionsrunden und Studiogästen).

Stärken der **ORF-Radioangebote** zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe sind aus Publikumssicht die vertrauenswürdigen, fundierten sowie vielfältigen und ansprechenden Inhalte. Insbesondere Radio Ö1 wird dabei als hinsichtlich Umfang und Qualität herausragend wahrgenommen. Spezifisch auf das Radio bezogene Wünsche

und Verbesserungsvorschläge werden nur vereinzelt eingebracht und beziehen sich auf einen Ausbau des Angebots, Stärkung der Objektivität sowie des Unterhaltungswerts.

Im Fokus der positiven Wahrnehmung von Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe im **ORF-Internet** sowie auf **ORF-Social-Media** stehen Aktualität und Informationsqualität, die Breite des Angebots sowie dessen ansprechende Gestaltung. Auch die Präsenz auf diversen Social-Media-Plattformen wird positiv hervorgehoben bzw. vom ORF eingefordert. Für die Zukunft wünscht sich das befragte Publikum teils einen Ausbau des Angebots allgemein bzw. zu ausgewählten Themen wie Gesundheit, Umweltschutz oder IT. Bezogen auf Social Media wird der Auftrag an den ORF formuliert, Inhalte spezifisch für junge Zielgruppen aufzubereiten und zu verbreiten.

Stärken des **ORF TELETEXT** liegen aus Publikumssicht primär in der Aktualität und der kompakten Informationsaufbereitung, weshalb Nutzer:innen sich wünschen, dass auch dieses Medium weiter bestehen soll.

2.3 Zeitvergleich mit den Evaluationen 2015 und 2020

Ein Zeitvergleich der vorliegenden Evaluationsstudie mit den Evaluationen des Qualitätsprofils Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe aus den Jahren 2015 und 2020 ist nur eingeschränkt möglich, da in den vorangegangenen Jahren ausschließlich das ORF-Fernsehen untersucht wurde.

Trotz dieser unterschiedlichen Evaluationsgegenstände fällt eine ausgeprägte Kontinuität in der Qualitätswahrnehmung des Publikums auf:

- Der Vergleich der standardisiert abgefragten Auftragswerte im SOLL („wie wichtig ist“) zeigt nur geringfügige Unterschiede zwischen den Erhebungen, d. h. die allgemeinen Anforderungen an den Programmbereich im ORF-Fernsehen unterscheiden sich kaum von jenen an die anderen ORF-Medien.
- Im manifesten Qualitätsbewusstsein zeigt sich, dass die Relevanz der Leistungskriterien Vertrauen/Orientierung an Bedeutung gewonnen haben, während die Kompetenz der (für das Fernsehen besonders wichtigen) Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten weniger im Vordergrund steht.
- Weiterhin gilt eine breite Akzeptanz und hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte als maßgeblich für Medienqualität im Allgemeinen und den ORF im Besonderen.
- Während in der Evaluation des Qualitätsprofils Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe aus dem Jahr 2020 häufig auf die Corona-Pandemie Bezug genommen wurde, kommt dieses Thema in der Evaluation 2025 nur sechsmal vor (viermal als Kritik am ORF und zweimal als Beispiel für vertrauenswürdige Berichterstattung).

3 Detailergebnisse zur Qualitätswahrnehmung des Publikums

In den 320 teilstandardisierten Interviews wurde den Befragten nach einem einleitenden Teil zur Qualität des ORF-Angebots eingehend Gelegenheit gegeben, ihre Sicht von Stärken und Schwächen des Programms entlang der im Qualitätsprofil angesetzten Leistungskriterien darzulegen.

Die Begriffswolke (Tagcloud) in Abbildung 4 (s. folgende Seite) gibt einen ersten Überblick über das Qualitätsverständnis des Publikums aufgrund einer Darstellung der Frequenz zentraler, von den Befragten verwendeter Begriffe. Je größer der Begriff, desto häufiger wurde dieser von den Befragten (über das gesamte Interview hinweg) verwendet.

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

- Entsprechend der generell hohen Zufriedenheit des befragten Publikums werden die Wörter „gut/gute“ sowie „mehr“ besonders häufig verwendet.
- Der inhaltliche Aspekt des Programms, d. h. die Themen und Sendungen bzw. ihr Informationsgehalt stehen im Vordergrund der Qualitätswahrnehmung.
- Zentrale Qualitätsansprüche an das Programm sind Aktualität, Vertrauen (objektiv, neutral, unabhängig), Verständlichkeit sowie Kompetenz hinsichtlich Aufbereitung und Moderation.
- Unter den zu evaluierenden Sendungen geht das befragte Publikum am häufigsten auf Dokumentationen, insbesondere „Universum“, ein, gefolgt von tagesaktuellen Formaten („Zeit im Bild“), „Bürgeranwalt“, „Science Busters“ und „konkret“.

Abbildung 4: Qualität der ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service, Lebenshilfe:
Frequenz verwendeter Begriffe in den Interviews (offene Fragen)



Anm.: Je größer der Begriff, desto häufiger wurde dieser von den Befragten in den offenen Antworten verwendet. Basis der Wordcloud ist eine automatisiert erstellte Wortfrequenzliste (mittels MAXQDA), wobei Worte mit gemeinsamem Wortstamm (z. B. „Moderator“, „Moderatorin“, „Moderation“, „moderieren“) zusammengefasst wurden.

3.1 Vertrauen und Orientierung

„Vertrauen“ und „Orientierung“ werden im Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe als grundlegende Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk formuliert. In diesem Rahmen habe der ORF einen das Gesamtprogramm übergreifenden „Bildungsauftrag“ zu erfüllen. Neben der Information soll dabei auch zu einem besseren Verständnis aktueller Probleme und deren Zusammenhänge beigetragen werden.

Wie die in Kapitel 2.1 zusammengefasste quantitative Abfrage der Wichtigkeit einzelner Qualitätsmerkmale zeigt, sind den Befragten entsprechende Eigenschaften durchwegs sehr wichtig. Die höchste Zustimmungsrate in der Top-Box erhielten die allgemeinen Auftragswerte „vertrauenswürdig“ (77 Prozent ist diese Eigenschaft „sehr wichtig“) sowie „sachlich“ (73 Prozent). Rund zwei Drittel schätzten den Auftragswert „macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“ als sehr wichtig ein und 59 Prozent das Merkmal „bietet unabhängige Informationen für Konsument:innen und Verbraucher:innen“.

Damit erhielt die Dimension Vertrauen unter allen standardisiert abgefragten Eigenschaften die höchsten Werte im SOLL, d. h. die Befragten sprachen diesen die höchste Wichtigkeit zu. Diesen Befund stützt auch die qualitative Auswertung der offenen Antworten in den teilstandardisierten Interviews: Noch vor den Leistungskriterien Orientierung, Bürgernähe, Kompetenz und Vielfalt wurde Vertrauen in den Interviews am häufigsten thematisiert (26 Prozent der Nennungen entfielen auf diese Dimension) und durchwegs als sehr wichtiges Qualitätsmerkmal beschrieben.

ORF-Stärken und Verbesserungspotenzial im Bereich Vertrauen

Die standardisierte Abfrage zeigt, dass die Befragten überwiegend mit der Erfüllung des Leistungskriteriums Vertrauen zufrieden sind. Je rund acht von zehn Befragten bewerteten die Eigenschaften „sachlich“ und „vertrauenswürdig“ als auf die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe (sehr) zutreffend. Rund sieben von zehn sehen den Auftragswert „bietet unabhängige Informationen für Konsument:innen und Verbraucher:innen“ als (sehr) erfüllt an.

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

Wie die Analyse zeigt, **ruht das Vertrauen des Publikums auf vier Säulen:** der Zuverlässigkeit aufgrund professioneller Recherche, der sachlichen Vermittlung von Inhalten, der Ausgewogenheit sowie der Unabhängigkeit des ORF von politischer oder wirtschaftlicher Einflussnahme. Die Erfüllung dieser vier Säulen vertrauenswürdiger

Berichterstattung bildet zugleich die Basis für die Orientierungsleistung der Berichterstattung, die erst aufgrund eines hohen Vertrauens möglich wird.

Zuverlässigkeit: Der ORF erscheint generell als seriöser Anbieter von Informationen, auf den man sich verlassen und dem man vertrauen kann. Dabei ziehen Befragte auch Vergleiche und bezeichnen den ORF gegenüber Privat-sendern als vertrauenswürdiger:

Ich denke, dass der ORF vertrauenswürdiger ist als Privatsender, die finanziell von irgendwelchen Firmen gesteuert werden. (männlich, 48)

Mit dieser Qualität verbinden die Befragten insbesondere eine *gute bzw. verlässliche Recherche*. Dazu gehören die Verwendung verlässlicher Quellen und deren Überprüfung sowie die journalistische Sorgfalt.⁷ Mehrmals wird spezifisch betont, dass man sich beim ORF darauf verlassen könne, dass keine „Fake News“ transportiert werden.

[Stärken sind, dass] es aktuell ist, nachvollziehbar und der Realität entspricht, keine Fakes. (weiblich, 52)

Die gute und verlässliche Recherche wird dabei auch in Zusammenhang mit der Kompetenz von ORF-Journalistinnen und -Journalisten sowie der Gestaltung der Sendungen gebracht.

Hohe fachliche und journalistische Sorgfalt, die komplexe Themen klar, korrekt und verlässlich aufbereitet. (männlich, 23)

[Im ORF gibt es] absolute Fachexperten bezüglich verschiedener Themen Gedankenaustausch erfordert mehrere Meinungen. Alle Seiten eines Themas werden beleuchtet. Oder der Eindruck, dass der Versuch gemacht wird. (männlich, 76)

Sachlichkeit: Eine zweite Säule des Vertrauens in die ORF-Angebote ist die sachliche Vermittlung von Inhalten. Aus den offenen Antworten geht eine grundsätzliche Zuschreibung von Objektivität/Sachlichkeit an den ORF hervor. Diese Stärke ist für viele Befragte zentral und sie äußern den Wunsch, dass die Objektivität beibehalten werden solle.

Im Detail verstehen die Befragten darunter etwa, dass die Angebote nicht emotional oder „reißerisch“ sind, sondern informativ, differenziert und fachlich fundiert:

[Der ORF ist] nicht reißerisch, sondern seriös und objektiv im Vergleich. (männlich, 48)

⁷ Beispiel: „Man kann sich darauf verlassen, dass es gut recherchiert ist, die Quellen verlässlich sind und es handwerklich gut gemacht ist.“ (männlich, 51)

Objektivität wird darüber hinaus auch damit in Verbindung gebracht, dass die Berichterstattung unabhängig von persönlichen Meinungen von Journalistinnen und Journalisten ist.⁸

Ausgewogenheit: Mit dieser dritten Säule des Vertrauens verbindet das befragte Publikum eine Meinungs- und Perspektivenvielfalt, beziehungsweise dass „nicht einseitig“ berichtet, sondern die ganze Breite der Meinungen repräsentiert wird.

Berichterstattung und Meinungsaustausch sind neutral und vielfältig. Andere Meinungen sind willkommen beziehungsweise erwünscht. Dadurch ist der ORF vertrauenswürdiger im Vergleich zu anderen. (weiblich, 61)

Einige Befragte verstehen unter dieser Säule des Vertrauens vor allem eine innenpolitische Ausgewogenheit und wünschen sich vom ORF eine absolut *unparteiische* Berichterstattung, auch in der Moderation.

Unabhängigkeit des ORF und seiner Angebote bildet schließlich die vierte Säule, auf der die positive Bewertung des Leistungskriteriums Vertrauen aus Sicht des befragten Publikums fußt.

In erster Linie wird dabei die finanzielle Unabhängigkeit des ORF als Stärke hervorgehoben, die den ORF unabhängig von Interessen zum Beispiel Werbetreibender macht.

Sie sind unabhängig finanziert. Das ist der große Vorteil von öffentlich-rechtlichem Fernsehen, dass sie keine Interessen vertreten müssen. (männlich, 38)

Neben der allgemein positiven Zuschreibung, dass der ORF *unabhängig* ist, wird in Einzelnennungen auch die politische Unabhängigkeit als Stärke hervorgehoben.⁹

Zusammenfassend zeigt die qualitative Analyse einen breiten Konsens hinsichtlich der Säulen einer vertrauenswürdigen Berichterstattung im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service, Lebenshilfe. Als ORF-Stärken schätzt das befragte Publikum die Unabhängigkeit des ORF im Allgemeinen sowie die ausgewogene, sachliche und zuverlässige Berichterstattung im Besonderen. Rund 44 Prozent der Zuschreibungen zu den ORF-Angeboten auf diesen Auftragswerten sind positive Nennungen, 15 Prozent äußern Kritik und 42 Prozent sind Wünsche, der ORF solle **die genannten Qualitäten weiter stärken**.

Unausgewogenheit, fehlende Unabhängigkeit und mangelnde Sachlichkeit werden in etwa gleich häufig kritisiert, während die Zuverlässigkeit des ORF kaum in Frage

⁸ „Bei der Ausrichtung bitte rein wissenschaftlich vorgehen, sodass der ORF einen sachlichen Blick auf die Themen wirft, ... nicht die persönliche Meinung des Reporters im Vordergrund steht, sondern objektiv berichtet wird.“ (männlich, 38)

⁹ „[Der ORF ist] nicht weisungsgebunden, keine politische Hörigkeit“. (männlich, 42)

gestellt wird. Konkret geht es insbesondere darum, **eine ideologische bzw. politische Tendenz der Berichterstattung zu vermeiden**:

- Unabhängigkeit von Parteipolitik bzw. politisch neutrale Berichterstattung;¹⁰
- das Vermeiden eigener Meinungsäußerungen der Moderation; das Publikum soll sich selbst eine Meinung bilden können;¹¹
- unabhängige und kritische Berichterstattung explizit auch gegenüber Regierenden;¹²
- mehr Einbezug von unterschiedlichen und gegensätzlichen Perspektiven zum Beispiel in Diskussionsrunden im Gegensatz zu einseitiger Berichterstattung.¹³

Während in der Evaluation des Qualitätsprofils

Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe aus dem Jahr 2020 häufig auf die **Corona-Pandemie** Bezug genommen wurde, kommt dieses Thema in der Evaluation 2025 nur sechsmal vor (viermal als Kritik am ORF und zweimal als Beispiel für vertrauenswürdige Berichterstattung).

ORF-Stärken und Verbesserungspotenzial im Bereich Orientierung

Wie die standardisierte Abfrage zeigt, bewerten rund acht von zehn Befragten die Eigenschaft „macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich“ als auf die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe (sehr) zutreffend.

Dieser Befund spiegelt sich auch in den Antworten auf die offenen Fragen in den Interviews wider: Drei Viertel der expliziten Nennungen zu dieser Dimension thematisieren Stärken, während nur einzelne Nennungen Schwächen kritisieren. **Im Zentrum der Qualitätswahrnehmung steht die hohe Informationsqualität der ORF-Angebote.** Diese werden als *informativ* beschrieben, basierend auf *fundierter* bzw. *breiter* Recherche. Oberflächlichkeit werde vermieden.¹⁴ Ebenfalls wird das *umfassende* Informationsangebot hervorgehoben. Einige Befragte betonen in diesem

¹⁰ „Angebote sind ideologisch eingefärbt. Berichterstattung und Meinung werden vermischt. Neutrale Berichterstattung ist wünschenswert, nur Fakten, keine politische Färbung, ... keine moralisierende Berichterstattung.“ (männlich, 49)

¹¹ „Neutralere Journalisten. [Ich bilde mir] meine Meinung selbst. Experten mögen bitte antworten. Bitte keine Interpretationen der Journalisten.“ (männlich, 76)

¹² „Er ist sehr regierungsabhängig bei erneuerbaren Energien, nicht sehr kritisch.“ (männlich, 55)

¹³ „Ich finde, der ORF nimmt immer die gleichen Leute, die immer die gleiche Meinung haben, und es kommt nie ein frischer Wind von Leuten, die eine andere Meinung haben. Das gehört breiter aufgestellt, es ist sehr, sehr einseitig in manchen Dingen.“ (weiblich, 48)

¹⁴ Beispiele: „Wenn man sich die anderen Medien anschaut, ist das super. Ich habe das Gefühl, dass die Recherche relativ breit und nicht oberflächlich ist.“ (weiblich, 68) „Ich empfinde es als sehr positiv, wie der ORF komplexe Themen aus Wissenschaft und Gesellschaft klar, zugänglich und zugleich seriös vermittelt. Die Angebote fördern echtes Verständnis und stärken die Allgemeinbildung, ohne oberflächlich zu wirken.“ (weiblich, 23)

Zusammenhang, dass der ORF als öffentlich-rechtlicher Sender seinen „**Bildungsauftrag**“ erfülle.

Der ORF macht eine sehr professionelle Berichterstattung, sehr gut recherchiert. Es sind gut gemachte Nachrichten. Seröse Berichterstattung kommt dem Bildungsauftrag nach. (weiblich, 46)

Diese Qualität weiter aufrechtzuerhalten, wird in den offenen Antworten auch als Wunsch für die Zukunft des ORF genannt.

Einzelne Befragte wünschen sich vom ORF noch mehr ausführliche, tief gehende Berichterstattung im Sinne der Beleuchtung von Hintergründen, „globalen Zusammenhängen“¹⁵ oder auch „Mut zu Randthemen und Minderheitenprogrammen“ (weiblich, 67).

3.2 Bürgernähe

Unter dem Leistungskriterium der „Bürgernähe“ formuliert das Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe den Anspruch, „alle Mitglieder der Gesellschaft“ anzusprechen und Inhalte verständlich aufzubereiten und zu vermitteln. Des Weiteren soll der ORF zur Volks- und Jugendbildung beitragen und die ORF-Angebote konkrete Hilfe für die Bewältigung des Lebens bieten.

Die in Kapitel 2.1 zusammengefasste, standardisierte Abfrage entsprechender Eigenschaften zeigt ein differenziertes Bild: Dass die Sendungen „gut verständlich aufbereitet“ werden ist für rund zwei Drittel der Befragten „sehr wichtig“. Die Items „steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“ und „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“ werden von rund fünf von zehn Befragten als „sehr wichtig“ beurteilt. Weniger prioritär sieht das Publikum die Merkmale „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“ (30 % sehr wichtig) sowie „unterhaltsam“ (28 %).

Stärken und Verbesserungspotenzial

Die quantitative Analyse im IST zeigt, dass das befragte Publikum den Auftragswert Bürgernähe insgesamt als gut erfüllt bewertet. Rund acht von zehn Befragten sind der Meinung, dass die Sendungen im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe „gut verständlich aufbereitet“ sind. Ebenfalls sehr hohe Zustimmungswerte erreicht das Item „behandelt Themen, die viele Menschen betreffen“, das rund sieben von zehn Befragten als (sehr) zutreffend auf die ORF-Angebote ansehen. Für rund zwei Drittel treffen die Merkmale „steht im Konsumentenschutz auf der Seite der Schwachen“

¹⁵ „Die Breite der Themen wäre wünschenswert, globale Zusammenhänge mehr beleuchten.“ (weiblich, 47)

und „unterhaltsam“ (sehr) zu. Den Aspekt „bietet Tipps und Anregungen für das tägliche Leben“ bewerten 58 Prozent als (sehr) gut erfüllt.

Die ergänzende Analyse der offenen Antworten zeigt, dass das Publikum Bürgernähe im ORF als **Nähe zu den Anliegen der Bevölkerung** erlebt, und zwar **hinsichtlich Verständlichkeit, Informationsgehalt, Aktualität, Nutzen und Unterhaltungswert:**

Lehrreich und nützlich: Rund ein Drittel der als positiv codierten offenen Zuschreibungen entfallen auf diese Dimension. Sendungen im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe werden als (*sehr*) *informativ* beschrieben und die Befragten haben das Gefühl, dass „gut informiert und aufgeklärt“ wird (weiblich, 15). Dazu gehört erstens der kognitive Mehrwert („neue Erkenntnisse“, „wichtige Informationen“, Hilfestellung zur Meinungsbildung“ usw.). Zweitens wird die Nützlichkeit im Sinne von Service/Lebenshilfe positiv hervorgehoben, etwa bei Gesundheitsthemen oder Konsumentenschutz.

Man kann viel dazulernen und erhält immer neue Informationen. (männlich, 23)

Verständlich und zugänglich: Ein weiteres Viertel der positiven Zuschreibungen bezieht sich darauf, dass die Information nicht nur hochwertig, sondern auch klar und leicht verständlich sei. So Sorge der ORF dafür, dass wissenschaftliche Inhalte allen Bevölkerungsgruppen zugänglich gemacht werden („kommt an jeden Menschen heran“, weiblich, 27).

Komplexe Themen werden verständlich und klar vermittelt, zum Beispiel für Laien oder Themenfremde. (weiblich, 80)

Zum Beispiel ‚Science Busters‘ würde ich da herausstreichen. Sie machen es immer verständlich und haben gute Beispiele, dass man ... mitkommt und mitdenken kann und zum Selberdenken angeregt wird. (männlich, 59)

Dazu trägt unter anderem die Gestaltung und Aufbereitung der Sendungen bei, etwa, dass Themen „anschaulich dargestellt“ (weiblich, 37) bzw. „einfach erklärt“ (weiblich, 23) werden. Zentral ist also das Zusammenspiel aus fundierter Information und verständlicher, allgemein zugänglicher Aufbereitung.

Immer aktuell: Eine weitere Stärke der ORF-Programme (rund ein Fünftel der positiven Zuschreibungen) liegt in der Aktualität. Der ORF wird generell als *sehr aktuell* beschrieben, weil schnell auf Themen und Ereignisse reagiert wird. Dabei ist auch hier wesentlich, dass die gebotenen Informationen nicht „nur“ als aktuell, sondern auch als fundiert und seriös wahrgenommen werden.

Sachliche, vertrauenswürdige, rechtzeitige Berichterstattung und nicht hinterherhinkend. (weiblich, 19)

Sie sind ziemlich unabhängig, stets vor Ort, egal was auf der Welt passiert. Auch in Österreich, wenn es lokale Ereignisse gibt, rücken sie das lokale Geschehen sofort in den Mittelpunkt der Öffentlichkeit. (männlich, 40)

Schließlich bezieht sich ein Zehntel der positiven Zuschreibungen auf die **unterhaltsame und lebensnahe bzw. alltagspraktische** Vermittlung von Informationen. Unter „unterhaltsam“ verstehen die Befragten in erster Linie, dass die Inhalte „kurzweilig“ (männlich, 29), bisweilen auch „lustig“ (männlich, 24) aufbereitet werden. Mehrmals wird hier auf die Sendung „Science Busters“ positiv Bezug genommen. Wichtig ist dabei abermals, dass die gebotene Information fundiert und verständlich ist und dabei „so gestaltet, dass es nicht langweilig oder mühsam wird“ (weiblich, 15). Außerdem wird die lebensnahe, alltagspraktische Wissensvermittlung positiv hervorgehoben, d. h. es werden Probleme und Personen in die Sendungen eingebunden, mit denen sich die Befragten identifizieren können. Dies wird auch als „nah an den Problemen der Menschen, hilfreich“ (männlich, 42) beschrieben.

Explizite **Kritik** findet sich in den offenen Antworten zum Leistungskriterium Bürgernähe kaum – nur rund 3 % der Nennungen enthalten kritische Äußerungen. Diese wenigen Nennungen beziehen sich auf die Aktualität, den Informationsgehalt sowie den Unterhaltungsgrad der Beiträge/Sendungen.¹⁶

Wünsche oder Anregungen werden in rund einem Drittel der Nennungen geäußert. In Hinblick auf den Informationsgehalt wird vielfach der Wunsch nach **Beibehaltung der guten Qualität** geäußert wird, z. T. in Verbindung mit der Stärkung spezifischer Aspekte oder Themenbereiche:

An wichtigen Themen dranbleiben, eventuell ein bereits aufgenommenes Thema nach zehn Jahren nochmals aufgreifen. (weiblich, 27)

Weiterhin wissenschaftliche Informationen zeigen, die auch Einfluss auf den Einzelnen und auf die Gesellschaft haben. Das wäre ein weites Feld. Zum Beispiel der Umgang mit der neuen KI, damit wir diese positiv nutzen. (weiblich, 68)

In Hinblick auf die Verständlichkeit wird vor dem Hintergrund des Anspruchs der Zugänglichkeit des ORF-Angebots für die gesamte österreichische Bevölkerung v.a. ein **Ausbau der Verständlichkeit für Menschen mit niedrigerem Bildungsgrad** (z. B. Pflichtschüler:innen, Jugendliche) gewünscht:

Nicht so viele Anglizismen. Abkürzungen ausschreiben. Fachbegriffe erklären. Pflichtschüler gibt es auch, sie sind auch Bürger. (männlich, 76)

Mehr Erklärungen. Mehr Verständlichkeit für den durchschnittlichen Österreicher. (männlich, 48)

¹⁶ Beispiele: „Ich finde, der ORF ist bei vielen Dingen extrem engstirnig, einschlägig und echt spät dran. Vom Stil her ist das meiste unsympathisch.“ (weiblich, 40) „Er [der ORF] ist vielleicht nicht so unterhaltsam wie Privatsender.“ (weiblich, 15)

Es ist wichtig, dass man Begriffe – zum Beispiel Wirtschaftswachstum – erklärt. Die meisten wissen nicht, was es ist. (weiblich, 59)

In Hinblick auf die **Aktualität** wird vor allem deren Relevanz unterstrichen und vereinzelt der Wunsch nach noch schnellerer Information über aktuelle Ereignisse oder auch mehr Beiträgen „am Puls der Zeit“ (männlich, 42) geäußert.

3.3 Kompetenz und Innovation

Das Kapitel „Kompetenz und Innovation“ des Qualitätsprofils Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe fokussiert einerseits auf ein „handwerklich hohes Niveau“ hinsichtlich technischer Qualitäten (Text, Ton, Regie, Schnitt, Kameraführung etc.), andererseits auf die Kompetenz der Journalistinnen/Journalisten und Moderatorinnen/Moderatoren. Neben den bewährten Angebotsformen sollen im Kontext einer sich wandelnden Medienwelt auch innovative Produktionen entwickelt und angeboten werden.

Die standardisierte Abfrage entsprechender Auftragswerte zeigt, dass das Merkmal „kompetente Moderator:innen und Journalist:innen“ den höchsten Stellenwert für das Publikum hat: Rund sieben von zehn Befragten (72 Prozent) ist diese Eigenschaft „sehr wichtig“. Je rund fünf von zehn Befragten bewerten die Auftragswerte „interessant/anregend“ und „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“ als sehr wichtig. Den Items „hohe technische Qualität“ (38 % „sehr wichtig“) sowie „immer etwas Neues / innovativ“ (33 %) wird eine vergleichsweise geringere Wichtigkeit beigemessen.

ORF-Stärken

Das befragte Publikum ist mit der Erfüllung der Items „hohe technische Qualität“ und „kompetente Moderator:innen und Journalist:innen“ besonders zufrieden. Jeweils rund acht von zehn sehen diese Eigenschaften durch die ORF-Angebote (sehr) erfüllt. Die Auftragswerte „interessant/anregend“ und „kompetente Studiogäste, Expertinnen und Experten“ werden von sieben von zehn, das Merkmal „immer etwas Neues / innovativ“ von 61 Prozent der Befragten (sehr) gut erfüllt eingeschätzt.

Die ergänzende Analyse der offenen Antworten der Befragten zeigt **zwei zentrale Stärkefelder** des ORF in der Qualitätswahrnehmung: die ansprechend aufbereiteten Inhalte sowie die hohe Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren sowie Journalistinnen und Journalisten.

Interessante und ansprechend aufbereitete Inhalte

Fast die Hälfte der positiven Zuschreibungen enthalten Formulierungen wie „ansprechend“, „interessant“ oder „gut aufbereitet“. Dies spiegelt die **zentrale Rolle der gebotenen Themen und Inhalte für die Attraktivität der Angebote** im untersuchten Programmbereich wider. Das Publikum nutzt Sendungen im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe insbesondere aus aktivem Interesse, dem Wunsch, Neues zu erfahren. Wo dieser Wunsch erfüllt wird und es Sendungen gelingt, *interessante* Themen auf *ansprechende* Weise zu präsentieren, dort wird Qualität positiv erlebt.

Neue und interessante Informationen ... sowie Ratschläge für den Alltag. Qualitätstechnisch sehr wichtig sind besonders Studiogäste und Experten mit ihrem Know-how und Wissen. In einigen Sendungen wird der Zuschauer quasi weitergebildet. Angenehme und klar verständliche Wissensvermittlung. (weiblich, 80)

Was jeweils als interessant erlebt wird, hängt von individuellen Vorlieben ab. So erwähnen Befragte in den offenen Antworten immer wieder bestimmte Formate und Inhalte, die ihr persönliches Interesse besonders gut treffen (z. B. Natur, Gesundheit, Geschichte). Dabei werden insbesondere zwei spezifische Qualitäten mit einer „guten Aufbereitung“ in Verbindung gebracht:

- Inhalte sollen informativ sein, dabei aber **nicht langweilig**, das heißt *kurzweilig* vermittelt und *spannend* aufgebaut. Dazu kann auch gehören, dass „immer wieder mal Überraschungen“ vorkommen (weiblich, 81) oder eine humorvolle Komponente geboten wird.
- Zweitens schätzt das Publikum die kompetente Informationsvermittlung im ORF, d. h. Inhalte sind verständlich, werden **gut erklärt / gut dargelegt**. Einige Befragte heben diesbezüglich Kürze und Prägnanz hervor, andere die ausführliche, fundierte Berichterstattung.

Kompetente Moderation und Expertinnen/Experten

Ein weiteres Drittel der als Stärken codierten Nennungen bezieht sich auf die handelnden Personen, insbesondere die Moderation sowie Studiogäste bzw. Expertinnen und Experten. Dabei wird zumeist deren Kompetenz hervorgehoben und diese allgemein als „gut“ und „kompetent“ beschrieben.

Teilweise spezifizieren die Befragten genauer, welche Kompetenzen sie besonders positiv erleben. Bei den **Studiogästen sowie Expertinnen und Experten** stehen ganz klar das **Fachwissen** und die Fähigkeit, dieses **gut zu vermitteln** im Vordergrund. Der Aspekt Sympathie wird deutlich weniger häufig genannt.

Bei anderen Sendern sind die Themen reißerischer präsentiert, einseitiger aufbereitet. Die Experten beim ORF kennen sich in dem Gebiet aus, zu dem sie befragt werden. (weiblich, 50)

Bei **Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten** geht es neben der inhaltlichen und Vermittlungs-Kompetenz auch um den Umgang mit Studiogästen und Expertinnen und Experten, zum Beispiel bei Interviews und Diskussionsrunden, sowie zum Teil um sprachliche Verständlichkeit und eine angenehme Stimme.

Moderatoren führen gut durch die Sendung. Der Charakter der Moderatoren ist wichtig, wie sie vortragen und sprechen. (weiblich, 85)

Schließlich thematisieren einige Befragte in den offenen Antworten auch die **technische Qualität** sowie den **Innovationsgehalt** der ORF-Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe. Dabei wird insbesondere hervorgehoben, dass man im ORF immer wieder etwas Neues lernen könne, beispielsweise zum Thema Gesundheit.

Anregungen und Verbesserungspotenziale

Explizite Kritik hinsichtlich Kompetenz und Innovation wird **nur vereinzelt** eingebracht. Einige Befragte orten Verbesserungsbedarf bei der Moderation sowie der Auswahl der Expertinnen und Experten.¹⁷ Ein spezifischer Wunsch diesbezüglich betrifft den Punkt, dass mehr Personen aus der Praxis eines Berufs eingeladen werden sollten.¹⁸

Hinsichtlich Aufbereitung und Gestaltung kritisieren einzelne Befragte den ORF als *veraltet* und wünschen sich ein „Upgrade“ (männlich, 57), „frischen Wind“ (weiblich, 48), neue/jüngere Protagonistinnen und Protagonisten bzw. attraktivere Angebote für junge Leute.

Eine Befragte regt an, im ORF sollten „neue Sachen, Innovationen zu verschiedensten Themen“ vorgestellt werden. (weiblich, 52). Zwei kritisieren einen inflationären Gebrauch englischer Begriffe.

3.4 Vielfalt und Verantwortung

Die Leistungskriterien „Vielfalt“ und „Verantwortung“ umfassen im Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe erstens den Anspruch einer relevanten Berichterstattung für ein möglichst zahlreiches Publikum. Dies bedeutet auch, dass

¹⁷ Beispiel: „Die Fachexperten finde ich manchmal wiederholend und langweilig, sie kommen oft zu den gleichen Meinungen.“ (männlich, 45)

¹⁸ „Nicht nur Experten einladen, sondern auch Personen aus dem jeweiligen Beruf, aus der Praxis.“ (weiblich, 30)

Themen in einer möglichst breiten Vielfalt anzubieten sind sowie die „Berücksichtigung der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen“. Zweitens sollen „elementare Werte“ beachtet werden wie Persönlichkeitsrechte und ein Bemühen um „Integration, Gleichberechtigung und Verständigung“ sichtbar werden.

Die standardisierte Abfrage der Wichtigkeit entsprechender Qualitätsmerkmale im Rahmen der vorliegenden Studie zeigt, dass die Eigenschaft „respektvoll / führt Menschen nicht vor“ (76 Prozent „sehr wichtig“) besonders hohe Relevanz für das Publikum hat. Auftragswerte der Vielfalt, d. h. die Items „vielfältig“ und „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ sind für rund fünf von zehn Personen sehr wichtig, ebenso das Item „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“.

ORF-Stärken

Rund acht von zehn Befragten bewerteten die Eigenschaft „respektvoll / führt Menschen nicht vor“ als auf die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe (sehr) zutreffend. Das Merkmal „greift wichtige gesellschaftliche Themen und Entwicklungen auf“ erhält 68 Prozent Zustimmung. Das Merkmal „vielfältig“ sehen 70 Prozent als (sehr) gut erfüllt an. Der Teilaspekt „berücksichtigt die Vielfalt der Meinungen“ erhält mit 61 Prozent etwas niedrigere Zustimmung.

Aufgrund der qualitativen Analyse kann festgehalten werden, dass die Dimensionen der Verantwortung und Vielfalt im manifesten Qualitätsbegriff des Publikums weniger präsent sind als etwa die Leistungskriterien Vertrauen, Bürgernähe oder Kompetenz: 13 Prozent aller codierten offenen Antworten thematisieren Aspekte der Vielfalt und nur 2 Prozent jene der Verantwortung.

Verantwortung im „respektvollen Umgang“ und dem Bemühen um „Verständigung“

Mit Bezug auf das Leistungskriterium Verantwortung zeigt die qualitative Analyse, dass insbesondere der respektvolle und vorurteilsfreie Umgang mit Menschen sowie das Bemühen um Verständigung als Qualitätskriterien verankert sind und als Stärke der ORF-Angebote im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe erlebt bzw. als Erwartung geäußert werden. Der respektvolle Umgang und das Bemühen um Verständigung werden konkret daran festgemacht, dass der ORF Menschen nicht vorführt und dass Themen nicht reißerisch, sondern rücksichtsvoll und mit Bedacht behandelt werden.

... dass jeder seine Meinung sagen kann, dass man, wenn einer interviewt wird, dessen Meinung akzeptiert und der Person auch zuhört. (weiblich, 57)

Darüber hinaus wird die breite Zugänglichkeit/Barrierefreiheit von einzelnen Befragten als Stärke des ORF genannt sowie der Wunsch nach einem Ausbau geäußert:

Barrierefrei, einfache Sprache, inklusive für Hörgeschädigte. (männlich, 33)

Programme auch für behinderte Personen zugänglich machen, auch sprachlich niederschwelligeres Angebot. (weiblich, 46)

Höhere Diversität bieten bitte und die Zugänglichkeit für Menschen mit besonderen Bedürfnissen. (weiblich, 32)

Vielfalt erhalten und ausbauen

Das vielfältige Angebot für alle gehört zur Kernidentität des öffentlich-rechtlichen ORF. Neben allgemeinen Zuschreibungen wie *vielfältig* und *abwechslungsreich* zeigt sich die **Themen- und Programmvietfalt** als zentrales Stärkefeld in der manifesten Publikumswahrnehmung. Auf diesen Aspekt entfallen mehr als die Hälfte aller Nennungen von Stärken im Bereich der Vielfalt. Darunter wird sowohl die vielfältige Auswahl der Themen als auch die „große Bandbreite von verschiedenen Sendungen“ (männlich, 40) und der große Umfang des Angebots verstanden. Die Befragten sind überwiegend zufrieden mit dem IST-Zustand und äußern den Wunsch, dass dieser beibehalten werde:

Die Vielfaltigkeit der Sendungen, von Alltagsratschlägen bis zu Diskussionsrunden, versorgt einen mit unterhaltsamen, wertvollen Informationen und Neuigkeiten. (weiblich, 78)

Ich finde es wichtig, dass es vielfältig bleibt, dass die Vielseitigkeit gegeben ist und nicht zu lange bei einem Thema verweilt wird. Vielfalt ist mir wichtig. (weiblich, 58)

Für alle: Darüber hinaus wird Vielfalt auch hinsichtlich der Zielgruppenansprache thematisiert. Die Befragten sehen eine Stärke der ORF-Angebote darin, dass „für jeden etwas dabei“ (weiblich, 40) ist. Mehrfach wird dabei auch die Ausrichtung der Angebote auf ein jüngeres Zielpublikum insbesondere im Bereich von Social Media positiv hervorgehoben.

Meinungsvietfalt: Eine dritte Stärke liegt schließlich darin, dass „verschiedene Meinungen“ gezeigt (weiblich, 37) werden und die Meinungsvietfalt berücksichtigt wird.

Anregungen und Verbesserungspotenziale

In rund einer von zehn Nennungen zu den Leistungskriterien Vielfalt und Verantwortung wird Kritik geäußert und in rund vier von zehn Nennungen werden Wünsche formuliert:

- Ein Teil der Befragten wünscht sich einen **Ausbau des Angebots** bzw. allgemein **mehr Vielfalt**. Das Angebot solle „mehr Diversifikation und mehr Bandbreite“ beinhalten (weiblich, 49) oder auch „abwechslungsreicher“ sein bzw. die „Programmvietfalt“ solle erhöht werden.

- Einige Befragte betonen **spezifische Themenbereiche oder Sendungstypen**, die aus ihrer Sicht nicht gut genug abgedeckt werden, wobei hier die Wünsche individuell unterschiedlich sind und etwa von mehr Dokumentationen über „mehr technische Sachen“ (männlich, 48) bis hin zu Gesundheitssendungen oder Naturberichterstattung reichen.
- Wie bereits in vergangenen Evaluationsstudien werden auch in Bezug auf Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe **mehr Angebote für Kinder und Jugendliche** gewünscht.¹⁹ Im Vordergrund stehen dabei Themen für Kinder im wissenschaftlichen Bereich sowie darauf zu „schauen, dass junge Leute angesprochen werden, damit diese den Bezug zum ORF nicht verlieren, sich angesprochen fühlen.“ (weiblich, 50). Dieser Punkt wird zum Teil auch mit dem Wunsch nach einer einfacheren, für alle zugänglichen Sprache verbunden.²⁰
- Schließlich empfinden einige Befragte die Vielfalt der Meinungen als nicht ausreichend, in dem Sinne, dass **mehr Meinungsvielfalt**, mehr Blickrichtungen gezeigt werden sollten.²¹ Der ORF solle nicht „immer die gleichen Leute, die immer die gleiche Meinung haben“ zu Wort kommen lassen (weiblich, 48), sondern es sollten (insbesondere in Diskussionsrunden) „vielfältige Meinungen zugelassen werden“ (weiblich, 61), auch „Meinungen außerhalb des Mainstreams“ (männlich, 39) solle ein Raum gegeben werden bzw. eine (kritische) Auseinandersetzung erfolgen.²²

3.5 Globale Perspektive und Föderalismus

Die in Kapitel 2 präsentierte Auswertung der standardisierten Fragebatterien zeigt, dass eine globale Perspektive und Föderalismus als Qualitätsansprüche an das ORF-Angebot von den Befragten breit unterstützt werden, jedoch im Vergleich der Leistungskriterien nicht als prioritär angesehen werden. Jeweils rund die Hälfte der Befragten bewerteten die Eigenschaften „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“ sowie „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“ als „sehr wichtig“. Geringfügig weniger Zustimmung (45 Prozent) erhielt das Merkmal „ganz Österreich kommt vor“.

¹⁹ Umgekehrt beklagen ältere Befragte vereinzelt einen zu starken Fokus auf jüngere Zielgruppen und wünschen sich in Bezug auf Themenwahl und Aufbereitung eine stärkere Ausrichtung auf ältere Menschen.

²⁰ Beispiel: „Dass die Themen, die fachlich sehr schwierig sind, einfacher zu erklären sind. Fachjargon ist oft schwierig zu verstehen, für einfachere Menschen, zum Beispiel für Kinder, nicht so geeignet. Öffentlich-rechtliches Fernsehen sollte allgemeinverständlich sein.“ (weiblich, 52)

²¹ Beispiel: „Wenn man ein staatliches Fernsehen ist, muss man alle Meinungen berücksichtigen.“ (männlich, 53)

²² Beispiel: „Die Gesellschaft in ihrer Diversität, alle Menschen abholen, auch die Gegner des ORF. Vor allem beim Umweltschutz auch mit Gegnern auseinandersetzen.“ (männlich, 33).

Die qualitative Inhaltsanalyse bestätigt diesen Befund: Nur rund zwei Prozent aller als Qualitätsaussagen codierten Textstellen entfallen auf den Aspekt globale Perspektive und Föderalismus bzw. Österreichbezug. Auf der anderen Seite zeigt die qualitative Inhaltsanalyse, dass der Österreichbezug zur Kernidentität des ORF und zu den Basisanforderungen des Publikums gehört. Diese Anforderung wird daher als selbstverständlich vorausgesetzt und vergleichsweise selten thematisiert.

Österreichbezug und Regionalität

In der Erfüllung bewerten jeweils rund zwei Drittel der Befragten die Merkmale „informiert über Wissenschaft und Konsumentenschutz aus Österreich“ und „ganz Österreich kommt vor“ als (sehr) auf die ORF-Angebote zutreffend.

Unter den wenigen offenen Nennungen wurde die **Regionalität** relativ am häufigsten von den Befragten als Stärke der ORF-Angebote thematisiert, konkret die „regionalen Sendungen“ und die lokale/regionale Berichterstattung.

- Kritik am Aspekt Föderalismus wird nur von zwei Befragten geäußert, die sich mehr lokale bzw. regionale Berichterstattung wünschen.
- Ein paar Befragte betonen den Österreichbezug als Stärke des ORF. Vereinzelt wird auch der Wunsch nach mehr Österreichbezug geäußert.

Globale Perspektive

Rund sieben von zehn Befragten bewerten das Merkmal „informiert über neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus aller Welt“ als (sehr) auf die ORF-Angebote zutreffend. Die ergänzende qualitative Analyse zeigt, dass ein kleiner Teil des Publikums diesem Aspekt besondere Bedeutung zumisst, d. h. diese sind besonders international interessiert und wünschen sich diesbezüglich mehr Angebote vom ORF:

Vielleicht ein bisschen mehr aus der Welt, globale Themen. (weiblich, 39)

Auch andere Erdteile [abdecken], nicht nur EU, USA. (männlich, 48)

4 Qualitätswahrnehmung der einzelnen ORF Medien

In den im Rahmen dieser Studie durchgeführten 320 Interviews wurde den Befragten anschließend an den allgemeinen Fragebogenteil auch Gelegenheit gegeben, noch einmal auf einzelne ORF-Medien im Detail einzugehen. Dabei wurden sie insbesondere danach gefragt, womit sie besonders zufrieden sind und was auf der anderen Seite verbessert werden sollte. Die Antworten auf diese Fragen wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und sind in den folgenden Abschnitten zusammenfassend dargestellt.

4.1 ORF-Fernsehen

150 Befragte wurden vertiefend zum ORF-Fernsehen befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Sichtweisen dieser zumindest gelegentlichen Nutzer:innen zusammen.

Fernsehen im Fokus der Qualitätswahrnehmung

Im Rahmen der 320 teilstandardisierten Interviews wurden Nutzer:innen der ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe in allen ORF-Medien befragt. Die qualitative Analyse zeigt, dass das ORF-Fernsehen klar im Fokus der Qualitätswahrnehmung steht: Fast drei Viertel (73 Prozent) aller expliziten Verweise der Befragten auf ein ORF-Medium beziehen sich auf das Fernsehen:

- Insbesondere Dokumentationen – namentlich die „Universum“-Reihe²³ – verfügen über eine hohe Memorability und werden häufig als Aushängeschilder für Qualität angeführt.
- Ebenfalls häufig genannt werden tagesaktuelle Formate („Zeit im Bild“) gefolgt von „Bürgeranwalt“, „Science Busters“ und „konkret“.

Breite Wahrnehmung von Stärken

Aufgrund dieser Dominanz des Fernsehens in der Qualitätswahrnehmung können die in Abschnitt 3 zusammengefassten allgemeinen Befunde auf das ORF-Fernsehen im Speziellen übertragen werden, das heißt: Grundlage für die positive Wahrnehmung der ORF-Angebote ist ihre **Vertrauenswürdigkeit** aufgrund professioneller journalistischer Arbeit, Unabhängigkeit, Sachlichkeit und einer seriösen und neutralen Darbietung. Einen besonderen Mehrwert können TV-Angebote aufgrund ihrer interessanten, ansprechenden **Aufbereitung** sowie der **Fach- und Vermittlungskompetenz** von

²³ Im allgemeinen Teil der 320 Interviews (ohne einen spezifischen Bezug auf das Fernsehen) wurde „Universum“ 88 Mal genannt. Auf „Dok 1“ entfallen weitere 28 Nennungen.

Moderator:innen und Studiogästen entfalten. Ebenso wichtig ist für das Publikum die **Vielfalt des Angebots** und die **Bürgernähe der gebotenen Inhalte** hinsichtlich Verständlichkeit, Informationsgehalt, Aktualität, Nutzen und Unterhaltungswert.

Spezifische Anregungen an den ORF

Innerhalb der oben genannten Bereiche formulieren einzelne Befragte konkrete Anregungen für das Angebot zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe im ORF-Fernsehen:

- Personen sind für das Medium Fernsehen von besonderer Bedeutung. Einige Befragte heben die Moderationsrolle als Säule der Vertrauenswürdigkeit hervor (Neutralität, Vermeiden eigener Meinungsäußerungen), einige unterstreichen die Bedeutung der Meinungsvielfalt bei Diskussionsrunden und der Auswahl von Studiogästen. Vereinzelt wird auch der Wunsch geäußert, dass „junge Leute“ oder „Randgruppen“ als Protagonistinnen und Protagonisten präsenter sein sollten.²⁴
- Ein zweiter Schwerpunkt der Qualitätswahrnehmung des ORF-Fernsehens betrifft gestalterische Aspekte. Vereinzelt werden ORF-Angebote diesbezüglich als „altbacken“ erlebt. In der Fokusgruppendifkussion wird „STRG_F“ als vorbildhaftes junges Format genannt.²⁵
- Schließlich wünschen sich einzelne Befragte noch mehr Regionalität²⁶ im ORF-Fernsehen, mehr positiven Journalismus²⁷ oder mehr Augenmerk auf die sprachliche Verständlichkeit.²⁸

4.2 ORF-Radios

147 Befragte wurden vertiefend zum ORF-Radio befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer:innen zusammen.

²⁴ Beispiele: „Holt auch junge Leute, die gerade angefangen haben“ (weiblich, 41); „Mehrere Randgruppen (z. B. LGBTQ) werden ausgelassen. Der ORF ist zu konservativ im Vergleich zu RTL.“ (weiblich, 37)

²⁵ „[Die haben] ein ganz junges Team, die ganz, ganz viel aufdecken und so dieser Spirit der Reporter fehlt ein bisschen beim ORF. Also dieses Junge, Dynamische, Hinterfragende.“ (weiblich, 51)

²⁶ Beispiel: „Regionale Nachrichten könnten aufwendiger und mit weniger Kulturbeiträgen gestaltet werden.“ (männlich, 46)

²⁷ Beispiel: „Das Positive sollte überwiegen. Das Schlechte sollte nicht im Mittelpunkt stehen ... Eine grundlos depressive Grundstimmung wird verbreitet.“ (weiblich, 64)

²⁸ Beispiel: „Bei der Sprache gibt es Probleme. Gerade die weiblichen Moderatorinnen und auch die Gäste sprechen sehr schnell, und deswegen wird es ziemlich undeutlich.“ (männlich, 87)

Stärken: vertrauenswürdig, fundiert und ansprechend gestaltet

Als zentrale Stärken der Berichterstattung in den ORF-Radios im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service, Lebenshilfe wird ein vertrauenswürdiges, fundiertes sowie vielfältiges und ansprechendes Programm (von lehrreich bis unterhaltsam) gesehen. Mit 55 Nennungen steht dabei **Radio Ö1 im Zentrum der Qualitätswahrnehmung**.

Vertrauenswürdige, hochwertige Information: Gute Recherche bildet die Basis des Vertrauens in die ORF-Radioberichterstattung. Dabei wird speziell Ö1 von zahlreichen Befragten für die *gut recherchierte, umfassende* und *ausführliche* Information gelobt: „Ö1 hat eine super Wissenschaftsredaktion, überdurchschnittlich gut für Breitenmedien“. Inhaltliche Vielfalt, Aktualität und Fachexpertise werden als Stärken hervorgehoben. Ebenso wird die Kompetenz der Moderatorinnen und Moderatoren bzw. Sprecher:innen sowie der Studiogäste wie Expert:innen²⁹ bzw. Gesprächspartner:innen genannt.

Gestaltung und Unterhaltungswert: Neben der inhaltlichen Qualität betont ein Teil der Befragten Aspekte der Sendungsgestaltung als Stärken der ORF-Radios. Genannt wird auf der einen Seite die interessante Aufbereitung von Inhalten, auf der anderen Seite der Unterhaltungswert.

Weitere Nennungen von Stärken beziehen sich auf die **Aktualität** bzw. die **schnelle/regelmäßige** Informationsberichterstattung.

Wünsche und Verbesserungsvorschläge zum Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe in den ORF-Radios werden nur vereinzelt geäußert, und zwar:

- genereller Ausbau des Programmbereichs im Radio³⁰ bzw. Ausbau des Podcast-Angebots³¹
- mehr Augenmerk auf Objektivität³²
- mehr Augenmerk auf den Unterhaltungswert³³

²⁹ Beispiel: „Bei Ö1 reden viele Experten, die sich damit auskennen.“ (weiblich, 86)

³⁰ Beispiel: „Es könnte mehr sein, mehr Wissenschaft, besonders Naturwissenschaft.“ (weiblich, 47)

³¹ Beispiel: „Vielleicht Podcasts könnte man anbieten, zum Beispiel auf Spotify. Vielleicht würden das auch mehr Leute dann hören, über irgendwelche wissenschaftlichen Themen oder gerade aktuelle Themen, dass man sich das in einem Podcast nochmal anhören könnte.“ (weiblich, 31)

³² Beispiel: „Neutrale Berichterstattung. Meinung und Fakten trennen beziehungsweise kenntlich machen.“ (männlich, 49)

³³ Beispiel: „Ö1 ist zu beladen mit Wissen. An sich sehr interessant, doch zu kopflastig, und der Genuss kommt zu kurz. Die Qualität ist top, aber zu viel Wissen ist belehrend. Belehrung ist schön, allerdings kommen Leichtigkeit und Genuss zu kurz.“ (weiblich, 78)

4.3 ORF-Internet

Zum ORF-Internet wurden 139 Befragte vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer:innen zusammen.

Stärken: Infoqualität, Aktualität, Vielfalt/Verfügbarkeit und Gestaltung

Im Zentrum der positiven Wahrnehmung des ORF-Internet-Angebots im Bereich Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe stehen Aktualität und hohe Informationsqualität, die Breite des Angebots bzw. die Themenvielfalt, die gute Zugänglichkeit der Inhalte sowie die Gestaltung der Beiträge. Vereinzelt wird auch die regionale Information positiv hervorgehoben – und auch, dass für die Nutzung des Internet-Angebots keine Kosten (außer ORF-Beitrag) anfallen und wenig Werbung gezeigt wird.

Informationsqualität und Aktualität: Das ORF-Angebot im Internet zeichnet sich aus Publikumssicht durch eine hohe Qualität der gebotenen Information aus. Die Beiträge werden als detailliert, klar, sachlich und faktenbasiert wahrgenommen. Vereinzelt werden in diesem Zusammenhang die Hinweise auf Quellen oder weiterführende Informationen zu den Artikeln/Themen positiv hervorgehoben. Darüber hinaus wird vielfach die Aktualität der Beiträge gelobt: Die Information werde „regelmäßig aktualisiert“ bzw. erfolge „zeitnah“ und die Berichte thematisieren „neueste wissenschaftliche Erkenntnisse“ oder auch „das Wichtigste vom Tag“. ³⁴

Inhaltliche Aufbereitung / Gestaltung: Hinsichtlich dieser Qualitäten wird erstens die verständliche und kompakte/übersichtliche Aufbereitung der Inhalte geschätzt. Der Aufbau der Internetseite wird als klar, übersichtlich und gut strukturiert wahrgenommen, ebenso die Gestaltung der App fürs Mobiltelefon. Die Information wird für die Nutzer:innen dadurch leicht überblickbar und zugänglich. Dabei wird vereinzelt explizit positiv auf Kurzbeiträge Bezug genommen. ³⁵

Zweitens wird mit Charakterisierungen wie „nutzerfreundlich“, oder „leichte Navigation“ mehrfach positiv auf technische Aspekte des ORF-Internet-Informationsangebots Bezug genommen. Dies betrifft auch die zeitlich und örtlich unabhängige Verfügbarkeit, die einen Informationsbezug jederzeit und nicht (nur) zu festgelegten Zeiten ermöglicht. ³⁶

³⁴ Beispiel: „Ich finde die Aktualität sehr gut und den Umfang. Die ORF-Science-Seite gefällt mir sehr gut.“ (männlich, 49)

³⁵ Beispiele: „Kurzbeiträge finde ich sehr gut und für Informationen sehr angenehm.“ (weiblich, 50); „Kurzformate sind top.“ (weiblich, 32)

³⁶ Beispiel: „Da finde ich gut, dass man es nachschlagen kann, wann und wo man will bzw. sich die Beiträge anschauen kann, wann man will.“ (weiblich, 16)

Umfang und Vielfalt des Angebots: Das ORF-Angebot im Internet zeichnet sich aus Publikumssicht durch seinen großen Umfang und eine breite Themenvielfalt aus. Von den Befragten werden diese Stärken durch Beschreibungen wie „alles ist vorhanden“, „Vielfalt an Themen“ oder „abwechslungsreich“ ausgedrückt.³⁷

Wünsche und Verbesserungsvorschläge zum ORF-Internet-Angebot beziehen sich auf unterschiedliche Aspekte:

- Genannt wird der Wunsch nach einem Ausbau des Informationsumfangs in Form von „mehr“ bzw. „umfangreicherer Information“ oder auch mehr Berichten zu einzelnen Themen (z. B. Gesundheit, Umweltschutz, IT).
- Vereinzelt werden Aspekte der Informationsqualität hinsichtlich ihrer Ausgewogenheit kritisch thematisiert.³⁸
- Weitere vereinzelte Anregungen betreffen technische Verbesserungen wie die Geschwindigkeit der Seite.³⁹
- Schließlich wurde in der Fokusgruppen-Diskussion angeregt, dass ORF-Inhalte online länger verfügbar sein und verstärkt auch auf Plattformen wie YouTube auffindbar sein sollten.⁴⁰

4.4 ORF-Social-Media

Zu ORF-Social-Media wurden 82 Befragte vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer:innen zusammen.

Stärken: Aktualität, Qualität, gute Aufbereitung und Verfügbarkeit

Stärken des ORF-Social-Media-Angebots liegen aus Publikumssicht insbesondere in aktuellen, qualitativ hochwertigen Beiträgen, der Aufbereitung bzw. Gestaltung der Inhalte sowie in der zeitlich unabhängigen Verfügbarkeit der Information.

Gute inhaltliche Aufbereitung und Gestaltung ist aus Publikumssicht die zentrale Stärke des ORF auf Social Media. Dabei wird das Verhältnis von Umfang und Informationsgehalt mit Beschreibungen wie *kompakt* oder *schnell, gut und kurz* beschrieben. Ebenso wird die Gestaltung der Beiträge als *gut verständlich* und *modern*

³⁷ Beispiel: „Breite Palette der Themen, von Ameisen bis Medizin und Psychologie.“ (männlich, 48)

³⁸ Beispiele: „Technisch ist es in Ordnung. Inhaltlich ist es sehr einseitig.“ (weiblich, 40); „Zum Beispiel bei Krieg nicht nur von einer Seite berichten, sondern auch von der anderen.“ (weiblich, 30)

³⁹ Beispiele: „Download bei ORF ON oft mühsam, dauert lange.“ (weiblich, 45); „Den technischen Bereich aufrüsten, online schneller bitte.“ (männlich, 50)

⁴⁰ Beispiel: „Ich würde mir wünschen, dass mehr Inhalte auf Plattformen wie zum Beispiel YouTube einsehbar sind, wo sie dann noch über einen längeren Zeitraum verfügbar sind ... Gerade wissenschaftliche Themen, die sind jetzt nicht nach zwei Wochen nicht mehr aktuell. ... Das kann ja auch für viele, viele Jahre oder Jahrhunderte aktuell bleiben. Deshalb sehe ich jetzt nicht, warum man das direkt löschen müsste.“ (männlich, 19)

charakterisiert.⁴¹ In einzelnen Nennungen wird die gute Verknüpfung zwischen der knappen Info auf Social Media und der Weiterleitung zu ausführlicheren Quellen/Berichten gelobt.⁴² Außerdem wird die gute Passung an jüngere Zielgruppen thematisiert.⁴³ In einzelnen Nennungen werden die ORF-Angebote auf TikTok, Instagram sowie die YouTube spezifisch herausgestrichen.

Aktualität, Qualität und Verfügbarkeit: Zeitliche Aspekte spielen eine zentrale Rolle in der Qualitätswahrnehmung des ORF-Social-Media Angebots. Dabei wird zum einen die schnelle Bereitstellung aktueller Information als Stärke gesehen und von den Befragten mit Beschreibungen wie *immer aktuell* oder auch *sehr schnell* zum Ausdruck gebracht. Gleichzeitig ist auch die Qualität der Information bedeutsam, die als vertrauenswürdig („keine Fake News“), relevant („alles Wesentliche“) und *sachlich* wahrgenommen wird.⁴⁴ Zum anderen wird die dauerhafte Verfügbarkeit und damit zeitunabhängige Nutzbarkeit mehrfach als Stärke thematisiert. Der Informationsabruf kann so autonom an eigene Bedürfnisse/Präferenzen angepasst werden.⁴⁵ Im Rahmen der Fokusgruppendifkussion wird außerdem der Aspekt der aktiven Benachrichtigung über wichtige Ereignisse positiv hervorgehoben:

Bei der „Zeit im Bild“ ist es sehr praktisch, dass man auf Instagram gerade etwas anderes nachschaut und dann die Benachrichtigung dafür bekommt. Der Nachteil ist halt, dass es dann nur sehr kurz ist. Man müsste sich mehr darüber informieren. Aber ja, ich finde es schön, dass man trotzdem informiert wird, auch wenn es nur kurz ist.“ (weiblich, 22)

Wünsche und Verbesserungsvorschläge zum ORF-Social-Media Angebot werden in Einzelnennungen zu unterschiedlichen Aspekten vorgebracht, darunter:

- Wünsche nach *mehr* ORF-Content / -Präsenz⁴⁶ bzw. mehr Reichweite des ORF auf Social Media⁴⁷
- Wünsche nach einer moderneren, interessanteren Aufbereitung bzw. Gestaltung.⁴⁸

⁴¹ Beispiele: „Kompakter Beitrag, wo man alles Wesentliche gut verständlich mitgeteilt bekommt.“ (männlich, 29); „Dass sie komplexe Themen kurz, interessant und prägnant darstellen können.“ (männlich, 34)

⁴² Beispiel: „Dass es gute, knappe Infos gibt, die dann zu einem ausführlichen Bericht weiterleiten.“ (männlich, 49)

⁴³ Beispiel: „Wichtige Infos werden durch soziale Medien an die Jugend vermittelt.“ (weiblich, 19)

⁴⁴ Beispiel: „Sehr gut aufbereitet, keine Fake News, sachlich, ... speziell die TikTok-Moderatoren.“ (männlich, 42)

⁴⁵ Beispiel: „Es lässt sich am leichtesten über Instagram in den Alltag integrieren, man kann jüngere Leute damit besser erreichen.“ (männlich, 23)

⁴⁶ Beispiel: „Wissenschaftsbeiträge auch auf TikTok, auch mehr auf Social Media zu Konsument:innenschutz.“ (weiblich, 46)

⁴⁷ Beispiele: „Reichweite in sozialen Medien ausbreiten für jüngere Generationen ... man kann ja auch Kurzvideos machen, quasi als Teaser, dass sie sich dann vielleicht eben auf ORF ON das noch genauer anschauen. Oder ankündigen, dass nächste Woche eine große Doku ... ist. Also die sozialen Medien mehr als Marketing und Werbung verwenden für das Programm.“ (männlich, 59) „Mehr Werbung auf Plattformen, die jüngere Leute nutzen, für die Angebote, die sie haben, weil sie haben ja grundsätzlich coole Sachen, aber ich glaube, es wird einfach zu wenig davon berichtet, was es für Angebote gibt, gerade auch für junge Leute.“ (weiblich, 22)

⁴⁸ Beispiele: „Moderner und schneller“ (männlich, 53); „interessantere Headlines“ (weiblich, 19)

Im Rahmen der Fokusgruppendifkussion wird mit Blick auf die Mediennutzung jüngerer Zielgruppen eine längere Verfügbarkeit von Social-Media-Beiträgen gefordert:

[Wenn es um die Jugend geht], dann muss man auf jeden Fall Möglichkeiten schaffen, dass der Content länger zur Verfügung steht bzw. auch interaktiv ist.“ (männlich, 59)

4.5 ORF TELETEXT

Zum ORF TELETEXT wurden 39 Nutzer:innen vertiefend befragt. Die folgenden Ausführungen fassen die Qualitätswahrnehmung dieser zumindest gelegentlichen Nutzer:innen zusammen.

Stärken: Aktualität, Aufbereitung, Qualität und Verfügbarkeit des Angebots

Der ORF TELETEXT wird von den zumindest gelegentlichen Nutzerinnen und Nutzern überwiegend positiv gesehen. Mehrfach wird dabei allgemein positiv Bezug genommen mit Äußerungen wie „einfach eine gute Sache“ (weiblich, 60) oder „Teletext ist super und soll erhalten bleiben“ (männlich, 45). Spezifische Stärken dieses Mediums liegen aus Publikumssicht in der Aktualität der Beiträge sowie in der kompakten Informationsaufbereitung. Darüber hinaus werden vereinzelt die Informationsqualität und die Verfügbarkeit der Information positiv hervorgehoben.

Aktualität und Gestaltung: Die meisten positiven Nennungen der Befragten zum Teletext entfallen auf die Aktualität sowie auf die Aufbereitung der Information. Die Berichterstattung wird als *auf dem neuesten Stand* und *immer schnell* beschrieben. In Bezug auf die Gestaltung der Beiträge wird insbesondere die kompakte Aufbereitung als Stärke genannt, die mit Bezeichnungen wie *kurz und knackig* oder *kurz, knapp* charakterisiert wird.

Informationsqualität und Verfügbarkeit: Neben der Aktualität und der Gestaltung der Beiträge wird von den Nutzerinnen und Nutzern vereinzelt auf die Informationsqualität hingewiesen, die als *verlässlich und praxisnah* oder auch allgemein als *gut* beschrieben wird. Zweitens wird die zeitunabhängige Verfügbarkeit der Information im ORF TELETEXT mit Zuschreibungen wie *immer verfügbar* positiv hervorgehoben.

Wünsche und Verbesserungsvorschläge zum ORF TELETEXT werden nur vereinzelt geäußert und umfassen Forderungen nach einem Ausbau des Informationsumfangs (mehr Beiträge/Auswahl), einer Verbesserung der Verständlichkeit von Beiträgen oder einer noch schnelleren Berichterstattung.⁴⁹

⁴⁹ Beispiele: „Eher sehr gut, aber die Sätze sollten kürzer sein. Wenn zu lange Sätze, muss man das dreimal lesen.“ (weiblich, 78); „Hin und wieder sind sie da hinten nach.“ (weiblich, 85); „Es sollte mehr gebracht werden.“ (männlich, 74)

5 Abschließender Befund der Evaluation

Mit dem Qualitätsprofil Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe hat der ORF ein differenziertes SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Programms erstellt: Entlang der *Leistungskriterien Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Verantwortung, Bürgernähe, globale Perspektive und Föderalismus sowie Kompetenz und Innovation* definiert das Qualitätsprofil konkrete Anforderungen an die Programmgestaltung und die journalistische Arbeit. Zugleich soll die Erfüllung der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte garantieren, dass die ORF-Angebote für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die vorliegende Studie evaluiert das ORF-Qualitätsprofil mit Methoden der qualitativen Sozialforschung. In einem zweistufigen Verfahren wurde mittels einer Fokusgruppe sowie 320 teilstandardisierten Interviews Befragten in ganz Österreich das vom ORF entwickelte SOLL-Bild eines qualitativ hochwertigen Angebots vorgelegt. Untersucht wird, inwieweit das Publikum die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte für wichtig und legitim erachtet, inwieweit es das erarbeitete SOLL-Bild durch das ORF-Programm als erfüllt betrachtet und inwieweit daher der öffentlich-rechtliche Auftrag aus Publikumssicht erfüllt wird.

Als abschließender Befund kann zusammenfassend festgehalten werden:

1. Evaluation im SOLL:

Das ORF-Qualitätsprofil wird vom Publikum verstanden und als maßgeblich für ein hochwertiges öffentlich-rechtliches Programm angesehen. Die standardisierte empirische Abfrage von 21 Qualitätsmerkmalen zeigt eine hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte mit Zustimmungsraten je nach Item zwischen 66 und 96 Prozent (Top-2-Box).

Das vom ORF definierte Anforderungsprofil entspricht also in einem hohen Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums, d. h. es wird vom Publikum als Leitlinie für die Schaffung von Public Value durch den ORF bestätigt.

2. Evaluation im IST:

Als zweiter Teil der vorliegenden Evaluationsstudie wurde untersucht, inwieweit die vom ORF definierten Auftragswerte vom Publikum auch in der Programmgestaltung als erfüllt wahrgenommen werden. Auch hier zeigt die standardisierte empirische Abfrage über alle Auftragswerte weitgehend eine hohe Zustimmung im befragten Publikum. Je nach Item bewerten zwischen 58 und 82 Prozent der Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben.

Anhang:

ORF-Qualitätsprofil

Multimedial: Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe 2025

ORF-Qualitätsprofil

Multimedial: Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe

ORF-Qualitätsprofile stellen eine Definition von Leistungskriterien dar, die ein Anforderungsprofil an ORF-Programmkategorien und ihre Subkategorien definieren.

Sie bestehen aus:

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

Insgesamt stellt ein „Qualitätsprofil“ ein SOLL-Bild einer Programmkategorie dar, das durch externe Evaluierung kontrolliert wird und gegebenenfalls zu Optimierungsmaßnahmen der Programme führt. Bestehende Richtlinien und Regulative, wie etwa Programmrichtlinien, Redakteursstatut oder Verhaltenskodex, werden von den Qualitätsprofilen nicht berührt und bleiben uneingeschränkt gültig.

Das Qualitätsprofil der Programmsäule „Wissenschaft/Bildung/Service/Lebenshilfe“ umfasst entsprechend der ORF-Programmstrukturanalyse folgende ORF-Angebote in Radio, Fernsehen, ORF TELETEXT und Online:

- Bürgersendungen
- Dokumentationen
- Service- und Infoangebote
- Wissenschaftssendungen und -angebote

Präambel

Wissenschaft und Medien stehen zur Zeit vor einer disruptiven Herausforderung, die unmittelbar ihre Qualität, aber auch ihre Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit betrifft: Künstliche Intelligenz eröffnet ungeahnte Möglichkeiten der Informationsverarbeitung, gleichzeitig erzeugt sie auch erhebliche Gefahren. Fake News verbreiten sich schneller als je zuvor, Desinformation wird gezielt eingesetzt, um Gesellschaften zu spalten, und Hassrede vergiftet den öffentlichen Diskurs. In diesem Umfeld ist öffentlich-rechtliche Qualität mehr denn je gefordert: Gerade in den sensiblen Themenfeldern Wissenschaft, Konsumentenschutz und Gesundheit ist Vertrauen ein hohes Gut. Bürger:innen müssen sich darauf verlassen können, dass die Informationen, die sie erreichen, richtig sind. Verantwortung bedeutet in diesem Kontext, nicht nur korrekt zu berichten, sondern auch komplexe Sachverhalte so zu vermitteln, dass sie nachvollziehbar werden. Erst Vielfalt in der Berichterstattung ermöglicht Einordnung, Erklärung, Multiperspektivität und wird einer pluralen Gesellschaft gerecht. Vielfalt schützt davor, dass einseitige Narrative dominieren und stärkt die demokratische Debatte. Deshalb muss öffentlich-rechtlicher Journalismus auch in Zukunft Maßstab bleiben: mit klaren ethischen Standards und Qualitätskriterien, mit einer Überprüfbarkeit der Unabhängigkeit und mit der Fähigkeit, die Möglichkeiten neuer Technologien verantwortungsbewusst zu nutzen. Die erforderlichen Qualitätskategorien sind im Folgenden näher definiert.

1. Vertrauen und Orientierung

Die Vermittlung von Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe ist im Rahmen des „Bildungsauftrags“ eine Aufgabe, die der ORF gegenüber dem Publikum wahrzunehmen hat; die Erfüllung dieser Aufgabe hat im Gesamtprogramm zu erfolgen und ist nicht an bestimmte Sendungs- und Gestaltungsformen gebunden. Diese Vermittlungsleistung bezieht sich etwa sowohl auf gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse als auch auf neue wissenschaftliche Thesen. Erkenntnisse und Entwicklungen in wissenschaftlichen Disziplinen soll der ORF möglichst in einer breit gestreuten Palette von Sendungen und Angeboten dem Publikum näher bringen. Ziel ist es, über Themen der Wissenschaft nicht nur zu informieren, sondern dadurch auch zu besserem Verständnis aktueller Probleme und deren Zusammenhänge beizutragen. Zu beachten ist jedenfalls das Objektivitätsprinzip: Objektiv berichtet jedenfalls, wer ein zutreffendes Bild der Wirklichkeit zeichnet. Dazu sind alle Elemente der Berichterstattung nach ihrer Richtigkeit und Wesentlichkeit – im Sinne der Vollständigkeit der Darstellung – zu erkennen und sachlich darzulegen. Zu vermeiden sind tatsachenwidrige, tendenziöse und polemische Feststellungen und die unkritische Wiedergabe einseitiger Behauptungen. Bei der Thematisierung von aktuellen Denkansätzen, Modellen und Szenarien im Bereich Wissenschaft, Service und Lebenshilfe, insbesondere zu Themen des Umwelt- und Konsumentenschutzes und der Gesundheit, sollen gemäß dem Prinzip der Nachhaltigkeit

dauerhaft verträgliche, nicht nur den momentanen Bedürfnissen der Gesellschaft verpflichtete, sondern auch die Interessen künftiger Generationen berücksichtigende Lebens- und Verhaltensweisen als Leitmotiv für die Suche nach Lösungsansätzen besondere Berücksichtigung finden. Die gebotene Unabhängigkeit des ORF ergibt im Zusammenhang mit Angeboten zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe im Gegensatz zu kommerziellen Medien die Verpflichtung, jeglichen Einfluss etwa von Werbung, wirtschaftlichen Lobbys oder politischen Parteien auf das Programm auszuschließen: So erhalten etwa auch Events, bei denen der ORF Medienpartner ist, oder gemeinnützige Kampagnen keine Bevorzugung in der Berichterstattung. Sie werden nach den üblichen journalistischen Regeln auch kritisch beleuchtet. Redaktionelle Kooperationen sind klar zu kennzeichnen.

1.1 Wissenschaftssendungen

Wissenschaft muss und soll per se nach genauen Kriterien überprüfbar und objektivierbar sein. Das bilden die Wissenschaftssendungen des ORF ab, wobei schwerpunktartig der Nutzen für zukünftige Generationen und die Alltagsnähe wissenschaftlicher Erkenntnisse herausgearbeitet werden.

1.2 Dokumentationen

Dokumentationen basieren seit jeher auf neuesten wissenschaftlichen Arbeiten. Der Vergleich verschiedener Studien sowie die Eigenrecherche und äquidistante Prüfung im Rahmen von Produktion, Redaktion oder Bearbeitung gehört zum Standardrepertoire der Sendungen. Eines der wichtigsten Ziele der Dokumentationen ist es, Hintergründe und Zusammenhänge, gleich, ob gesellschaftlicher, historischer oder ökologischer Dimension, klar herauszuarbeiten. Das weit gefasste inhaltliche Spektrum soll aber auch, insbesondere im Kontext österreichischen Drehorte, Information und Orientierung zu kulturhistorischen, sozialen und räumlichen Gegebenheiten, gleichsam anschauliche Landeskunde bieten.

1.3 Service- und Infosendungen

Der Anspruch der Service- und Infosendungen ist es, die unmittelbare Lebenswelt in Österreich abzubilden und den Nutzerinnen und Nutzern Tipps und Anregungen für das tägliche Leben zu bieten. Wesentlicher Bestandteil der Berichterstattung sind neue Entwicklungen und Initiativen: Dabei stehen nicht zuletzt ökologische und nachhaltige Aspekte im Blickpunkt. In der Gegenüberstellung von „alt“ und „neu“ werden die Unterschiede sachlich analysiert und damit Perspektiven für die Gesellschaft, verschiedene Berufsgruppen und Konsumentinnen und Konsumenten aufgezeigt. Dabei steht nicht Empörungsbewirtschaftung im Vordergrund – vielmehr wird Wert auf Lösungsansätze, auf das Zeigen von Lebensbewältigungsstrategien gelegt, ohne diese als Ultima Ratio zu präsentieren. Letztlich soll es den Rezipientinnen und Rezipienten

selbst überlassen bleiben, ob die Erkenntnisse, die die Protagonistinnen und Protagonisten der Sendungen gewonnen haben, auch auf sie zutreffen könnten. Ziel der Gestalter:innen ist es, Vielfalt darzustellen und nicht zu werten. Die Redaktionen sind sich des Umstands bewusst, in der Berichterstattung auf die Zusammenarbeit und die Informationen von Organisationen, Fachleuten, Institutionen etc. angewiesen zu sein. Die entsprechenden Beziehungen müssen mit großer Verantwortung, aber auch mit Fingerspitzengefühl gepflegt werden. Die Unabhängigkeit der Berichterstattung ist oberstes Gestaltungsprinzip.

1.4 Bürgersendungen

Die Bürgersendungen des ORF greifen Beschwerden und Anliegen der Bürger:innen auf und konfrontieren Verantwortungs- und Entscheidungsträger:innen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft damit. Dabei gilt als oberster Grundsatz, die Argumentation beider Seiten so ausführlich wie möglich darzustellen und ggf. Fachsprache ins Allgemeinverständliche zu übersetzen.

1.5 Ö1

Neben seiner großen Informationskompetenz steht Ö1 im Wortbereich für Wissensvermittlung in den Bereichen Wissenschaft, Bildung und Kultur. Dabei werden stets über das Ereignishafte hinaus Hintergründe ausgeleuchtet und aktuelle „Ereignisse“ in einer zunehmend komplexer werdenden Welt verständlich gemacht. In diesem Sinne kommt es im Gesamtprogramm von Ö1 zu einer fruchtbaren Kooperation zwischen Informationssendungen wie Journalen und Nachrichten auf der einen Seite und den semi-aktuellen und gar nicht auf Aktualitätsbezug ausgerichteten Sendereihen auf der anderen Seite. Es ist dabei nicht primär die Absicht von Ö1, „Orientierung“ zu geben, sondern, durch qualitativ hochwertige Information, die Voraussetzungen für Orientierung zu schaffen. Die individuelle Meinungsbildung zu den jeweiligen Themen bleibt selbstverständlich den Hörerinnen und Hörern überlassen.

1.6 Ö3

Hitradio Ö3 ist das große und breite Radio der Mitte der Gesellschaft. Die Zuhörer:innen werden rund um die Uhr mit den wichtigsten Nachrichten versorgt – der Fokus liegt dabei immer auf „News You Can Use“ – Nachrichten also, die einen ausgeprägten Servicecharakter und einen unmittelbaren Bezugspunkt auf das eigene Leben widerspiegeln. Serviceangebote wie Wetter- und Verkehrsnachrichten sind dabei nicht nur im Katastrophenfall wichtige Orientierungshilfen für das Publikum. So ist beispielsweise die Ö3-Verkehrsinformation seit vielen Jahren ein zuverlässiger Begleiter, egal ob auf dem Weg zur Arbeit oder in den Urlaub. Während Navigationssysteme lediglich den aktuellen Staustatus anzeigen, kann die gesprochene Verkehrsinformation Zusatzinfos liefern, die für die Einordnung und Einschätzung bei Verkehrsbehinderungen

sowie für die Routenplanung notwendig sein können. Darüber hinaus ordnet die Ö3-Verkehrsredaktion Gefahren ein und spricht – etwa in Krisensituationen wie der vergangenen Hochwasserkatastrophe – Warnungen und Empfehlungen aus. Zudem wird verstärkt auf alternative Mobilitätslösungen hingewiesen, vor allem auf den öffentlichen Verkehr, der immer häufiger als attraktive Alternative zum überlasteten Individualverkehr gesehen wird.

In anderen Bereichen liegt die Herausforderung für Hitradio Ö3 darin, auch komplexe Sachverhalte kurz und prägnant zu vermitteln, ohne zu stark zu vereinfachen. Da dies nicht immer innerhalb eines einzelnen Beitrages gelingen kann, muss das Programm in seiner Gesamtheit beurteilt werden. Themen, darunter auch Service-Angebote, werden oft über den gesamten Tag oder gar über mehrere Tage in unterschiedlichen Sendeblöcken behandelt – etwa wenn niederschwellig im Rahmen von Mental-Health-Aktionen das Thema psychische Gesundheit im Ö3-Programm abgebildet wird oder wenn dem Publikum über eine ganze Aktionswoche hinweg auf vielfältige Weise Kompetenzen im Umgang mit KI vermittelt werden.

1.7 Regionalradios

Die Nähe und Vertrautheit im Regionalen erfordert einerseits besondere journalistische Sachlichkeit, andererseits Achtsamkeit in Bezug auf die Verführbarkeit durch Nähe: Allfällige persönliche Betroffenheit und Kenntnis der Umstände darf nicht zu einer Subjektivierung von Sachverhalten führen, vielmehr ist auf Ausgewogenheit und Stimmigkeit der gebotenen Inhalte zu achten. Hörer:innen müssen sich auf die inhaltliche Richtigkeit des Gebotenen verlassen können: Es geht im Hinblick auf Serviceinhalte darum, allfällige Auswirkungen von Geschehnissen und Erkenntnissen auf das unmittelbare Lebensumfeld darzustellen.

1.8 Online

Die Kategorien Vertrauen und Orientierung sind eingedenk der Debatte um „Fake News“ gerade im Bereich der Wissens- und Serviceangebote zentral. Die angebotenen Inhalte müssen übersichtlich gestaltet sein und nach Möglichkeit Quellen sowie Urheberschaft nachvollziehbar machen.

1.9 ORF TELETEXT

Daten und Fakten sind ebenso wichtig wie die ausgewogene und objektive Darstellung unterschiedlicher Standpunkte. Die aktuellen Meldungen sollen die Leser:innen in die Lage versetzen, sich eine eigene Meinung zu bilden sowie Interesse auch für komplexe, nicht leicht zugängliche, aber relevante Themen wecken. Ein besonderer Fokus wird dabei auf „News You Can Use“ gelegt.

2. Vielfalt und Verantwortung

Die ORF-Angebote zu Wissenschaft, Bildung, Service und Lebenshilfe haben auf verbindlichen programmlichen Grundstandards wie Objektivität, Respektierung der Meinungsvielfalt und der Beachtung elementarer Werte (Achtung der Menschenwürde, der Persönlichkeitsrechte sowie der Privatsphäre) zu beruhen und sich um Integration, Gleichberechtigung und Verständigung zu bemühen. Gesellschaftspolitisch relevante Themen sind in einer möglichst großen Breite und Vielfalt so anzubieten, dass diese von einem möglichst zahlreichen Publikum, jedenfalls aber von der jeweiligen Zielgruppe angenommen werden. Relevante Themen und Inhalte sind nicht nur zu kommunizieren, sondern im Sinne der Anregung eines öffentlichen Diskurses sowie persönlicher Reflexionen des Publikums auch kritisch zu würdigen. Die Angebote dürfen nicht zu Abwertung auf Grund von ethnischer Zugehörigkeit, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion und Nationalität motivieren. Das gilt auch für kulturelle und soziale Zugehörigkeit, Krankheit und dergleichen. Vielmehr sind die Prinzipien der Toleranz, Gleichstellung und Demokratie zu fördern. Die Angebote des ORF spiegeln sowohl in ihrer Themenauswahl als auch in der Berücksichtigung von Stellungnahmen, Expertisen oder Initiativen die Vielfalt der Bevölkerung und ihre Interessen wider. Die unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen kommen gemäß journalistischer Kriterien zu Wort. Dabei werden auch die Anliegen der verschiedenen autochthonen Volksgruppen, ihre sprachliche und kulturelle Vielfalt berücksichtigt, aber auch die Kultur und Lebensvielfalt von Menschen mit migrantischem Hintergrund. Die verwendete Sprache soll so verständlich wie möglich sowie grammatikalisch und orthografisch richtig sein. Dabei kommen die von der ORF-Rechtschreibkommission beschlossenen Regeln zur Anwendung. Geschlechtergerechte Sprache ist im Sinne der erarbeiteten Empfehlungen anzustreben. Verantwortung in journalistischer Praxis heißt auch Vielfalt in der Berichterstattung – und journalistischen Beitrag dafür zu leisten, dass Vorurteile und negative Emotionen gegenüber einer anderen als der gewohnten Lebenswelt auf der Basis von Fakten und einfach durch Kennenlernen gemindert und ausgeräumt werden. Das bedeutet auch, das (mögliche und oft auch praktizierte) Miteinander von Menschen, Bevölkerungsgruppen und Institutionen in den Vordergrund zu stellen; gezeigt werden nicht zuletzt Beispiele, die von einer letztlich positiven und wohlmeinenden Grundhaltung getragen sind. Das schließt Konflikte nicht aus – stellt sie aber auf eine sachliche Basis, die Dialog auch bei sehr unterschiedlichen Positionen weiter möglich macht. Wesentlich ist in passendem Rahmen auch der generationenübergreifende Aspekt: Überlieferte Traditionen und Verhaltensweisen zeitgemäß beizubehalten und weiterzugeben, ist wesentlicher Teil des Zusammenlebens nicht nur im ländlichen Raum. In Bezug auf Gesundheitsberichterstattung wird Verantwortung nicht zuletzt dahingehend verstanden, dass die vorgestellten Themenbereiche dazu beitragen sollen, das Bewusstsein in Fragen der Gesundheitsvorsorge und des Gesundheitszustandes der Bevölkerung sowie das Interesse an aktiver sportlicher Betätigung zu fördern. Verantwortung insbesondere im Bereich Konsumentenschutz und Gesundheitsberichterstattung bedeutet aber auch, von Spekulativem Abstand zu

nehmen und die Interessen und Bedürfnisse insbesondere auch nicht kaufkräftiger und bildungsferner Publikumssegmente im Blick zu haben.

2.1 Wissenschaftssendungen

Die Wissenschaftssendungen des ORF greifen nicht nur Themen der Technologie und Naturwissenschaften, sondern unter anderem auch sozialwissenschaftliche Themen und Fragestellungen auf und nähern sich gesellschaftspolitischen Themen zielgruppen- und geschlechtergerecht.

2.2 Dokumentationen

Dokumentationen stellen Aspekte unserer Welt in ihrer Komplexität und Vielfalt dar; so ist es etwa das Ziel von Naturdokumentationen, nicht nur Fauna bzw. Flora abzubilden, sondern den ökologischen Kontext und die Wirkung von Natur auf den Menschen (und umgekehrt) einzubinden. Insbesondere Dokumentationen zu (Zeit-)Geschichte vermitteln nicht zuletzt Respekt vor anderen Kulturen durch die Kenntnis Ihrer Geschichte und sind einem aufklärerischen Vermittlungsideal verbunden. Dokumentation zu Österreich sollen nicht zuletzt auf den oft auch immateriellen – kulturellen und mitunter auch spirituellen – Wert von Stätten, Orten und Regionen fokussieren, sollen neugierig machen, sich mit dem eigenen Lebensumfeld näher auseinanderzusetzen und zur Bewahrung dieses Erbes auch für kommende Generationen anregen.

2.3 Service- und Infosendungen

Nicht-diskriminierende Betrachtung aller gesellschaftlichen Kräfte bzw. von Einzelpersonen ist oberstes Gebot, dem in kritischer Reflexion innerhalb von Redaktionen Rechnung getragen wird. Nicht-Diskriminierung drückt sich sowohl in der Auswahl von Akteurinnen und Akteuren als auch im Zugang zu Themen, im Text wie in der Bildsprache aus. Service- und Infosendungen bekennen sich ausdrücklich insbesondere in höchstpersönlichen Bereichen des Lebens, etwa in Bezug auf Gesundheitsfragen, zu sensibler Gestaltung. Interviewpartner:innen werden nicht nur sorgsam ausgewählt, sondern erforderlichenfalls auch vor der Aufnahme auf mögliche Konsequenzen eines medialen Auftritts hingewiesen und nach dem Dreh betreut. Bei der Auswahl von Akteurinnen und Akteuren wird darauf geachtet, Klischees und Stereotypen entgegenzuwirken. Wenn persönliche Lebensgeschichten in der Sendung thematisiert werden, geschieht dies ausschließlich zur Verdeutlichung des eigentlichen Sendungsinhaltes.

2.4 Bürgersendungen

Die Auswahl der Protagonistinnen und Protagonisten erfolgt ausschließlich nach professionellen journalistischen Kriterien. Aspekte der Akteursvielfalt werden nach Möglichkeit einbezogen: Das Verständnis von „Bürger“ nimmt ausdrücklich auf die sich wandelnde Gesellschaft Bezug. Insbesondere jene Sendungen, die Probleme von Bürgerinnen und Bürgern mit als mächtig zu begreifenden Institutionen/Personen aufgreifen, stehen auch zu ihrer Verantwortung als Sprachrohr jener, denen in kommerziellen Medien mangels Kaufkraft keine Artikulationsmöglichkeit geboten wird.

2.5 Ö1

Ö1 gibt unterschiedlichen Stimmen und Ansichten Raum – dabei stehen Wissen und Fachkompetenz stets im Vordergrund. Die Darstellung und Ermöglichung unterschiedlicher Zugänge und Meinungen ermöglicht den Zuhörer:innen eine Vielfalt an Perspektiven zu hören und dadurch einen Einblick in andere Lebenswelten und -realitäten zu bekommen.

2.6 Ö3

Ö3 nimmt auf die Rezeptionsmöglichkeit der verschiedenen Publikumsgruppen auf Grund diverser Umstände, z.B. ihres Arbeits- und Lebensrhythmus, ihres Bildungsniveaus etc. in besonders hohem Ausmaß Bedacht. Besonders am Morgen sind verlässliche Informationen für den bevorstehenden Tag, vor allem Wetter- und Verkehrsinformation, geboten. Daher kommt der Morgensendung eine besondere Bedeutung zu. Ö3 setzt auch, nicht zuletzt durch Zusammenwirken etwa im Bereich des „Humanitarian Broadcasting“, einen Fokus auf inklusive Berichterstattung und sorgt damit für ein breiteres Verständnis für gesellschaftliche Themen wie Inklusion, Toleranz und einem respektvollen Miteinander. Aktionen sind ein probates Thema der inklusiven Berichterstattung. Grundsätzlich zählt das Bemühen um Diversität von Protagonistinnen und Protagonisten ebenso zum Qualitätsverständnis von Ö3 wie die professionelle Gestaltung der Inhalte.

2.7 FM4

Diversität als Alternative zum Mainstream ist die wesentliche Vorgabe und Entscheidungsgrundlage für regelmäßige Programmschwerpunkte. Nicht nur die Diversität der externen Akteurinnen und Akteure (etwa Interviewpartner:innen, Fachleute, etc.), sondern auch die der Medienmacher:innen wird als Merkmal verstanden, das Qualität ermöglicht.

Die Themenlandschaft auf FM4 orientiert sich verstärkt an den Interessen und Bedürfnissen junger Menschen. FM4 fungiert dabei als Türöffner zum öffentlich-rechtlichen Content-Universum des ORF und greift Themen oft am Beginn gesellschaftlicher Debatten auf, noch bevor sie den Mainstream erreichen. Damit sollen

auch jene progressiven und meinungsstarken Zukunftsmilieus erreicht werden, die als Multiplikatoren gesellschaftspolitische Entwicklungen vielfach aktiv mitgestalten.

2.8 Regionalradios

Verantwortung für die ORF-Regionalradios zeigt sich nicht nur im Umstand, dass sie etwa im Fall von Ausnahmen (Katastrophen, Nöte ...) unmittelbar informieren und so gegebenenfalls Hilfe leisten, sondern dass sie auch im Alltag auf die Unterschiedlichkeit der Menschen in der Region und ihre Bedürfnisse respektvoll eingehen. Regionale Vielfalt zeichnet sich nicht nur thematisch oder auf Formatebene aus, vielmehr ist es besonders wichtig, die Vielfalt der Menschen, die in einer Region leben, auch hörbar zu machen. Dies umfasst gegebenenfalls ausdrücklich auch Mitglieder autochthoner Volksgruppen. Vielfalt zeichnet sich jedenfalls durch das Toleranzgebot aus, das nicht als stille Duldung, sondern vielmehr als Respekt und als on air gelebte Inklusion verstanden wird.

2.9 Online

Inhalte sind so barrierefrei wie möglich anzubieten. Dabei sind etwa bei Websites international anerkannte Standards zur Erstellung von barrierefreien Webinhalten einzuhalten. Das Niveau der Standards und seine Umsetzung werden in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Behindertenverbänden koordiniert.

3. Bürgernähe

Bürgernähe bedeutet im Zusammenhang mit Angeboten von Wissenschaft, Service und Lebenshilfe in erster Linie größtmögliche Verständlichkeit für alle Bevölkerungsgruppen. Bei der Erfüllung des Auftrags zur Verbreitung und Förderung von Volks- und Jugendbildung sollen die Angebote des ORF einerseits Prozesse des Lernens im einfachen Wortsinn von begreifen, verstehen und behalten für die Aus- und Fortbildung anregen; sie sollen andererseits – umfassender – anstreben, dass für die Bewältigung des Lebens Hilfe geboten wird, dass soziales und politisches Lernen gefördert werden, dass schließlich die Bildung des Bewusstseins und die Formung der Persönlichkeit unterstützt werden. Die Sendungen im Bereich Wissenschaft, Service und Lebenshilfe haben also nicht nur unter dem Gesichtspunkt der Lerneffektivität und des Einprägewerts die Aufgabe, Wissen und Hilfe für den Alltag zu vermitteln; sie sollen auch selbstständiges Erkennen, eigenes kritisches Denken und verantwortungsbewusstes Handeln fördern. In erhöhtem Maße gilt dies für die Gestaltung von Kinder-, Jugend- und Familienprogrammen. In jenen Bereichen der Bildung, der Erziehung und des Wissens, in denen es grundsätzlich unterschiedliche Ansatzpunkte, Lehrmethoden und differierende Erkenntnisse bzw. Forschungsergebnisse gibt, genügt es nicht, Denkvorstellungen, Modelle oder Ziele einer Richtung darzustellen; es müssen vielmehr alle relevanten

Auffassungen berücksichtigt werden. Um dies zu erreichen, ist es geboten, eine Vermittlerrolle zwischen der komplexen Sprache der Wissenschaft und laienhaftem Verständnis einzunehmen, und im Gesamtprogramm jedenfalls alle Mitglieder der Gesellschaft anzusprechen und diese nach Möglichkeit in die Berichterstattung nicht nur als Objekte, sondern vielmehr als Subjekte einzubinden. Auch unterhaltende Angebotsformen, Online-Aktivität, Crossmedialität und Massenattraktivität sind in diesem Verständnis des Bildungsauftrags geeignete Mittel, die vielfach behauptete Dichotomie von Qualität und Quote aufzuheben und Teilhabe zu ermöglichen.

3.1 Wissenschaftssendungen

Bürgernähe von Wissenschaftssendungen zeigt sich nicht nur in verständlicher Aufbereitung komplizierter Themen, sondern auch in der Nutzung von außerhalb des Mediums gelegenen Distributionsformen, etwa Aktivitäten in sozialen Medien oder bei öffentlichen Veranstaltungen.

3.2 Dokumentationen

Dokumentationen sollen ein breites Publikum erreichen – vor allem dann, wenn es um komplexere, aber demokratiepolitisch wesentliche Inhalte geht. Daher wird ein Hauptaugenmerk auf Vermittlung für alle durch verständliche Aufbereitung gelegt. Die Themen der Zeit werden so eingebunden, dass sie für viele in ihren Lebenskontext integrierbar sind. Sofern Regionen Österreichs betroffen sind, ist es unter dem Primat journalistischer Kriterien zulässig, Kultur und Wissen, Landschaften und Lebensweisen zum einen visuell ansprechend, zugleich aber auch „bodenständig“ und nah an den Menschen zu präsentieren. Demnach geht es sehr oft um regional eng umschriebene Lebensräume, die Lust auf „selbst erleben“ machen können.

3.3 Service- und Infosendungen

Service- und Infosendungen sind nicht nur nah dran am Geschehen, sondern gestalten auch Interaktion mit den Nutzerinnen und Nutzern. Mündliche und schriftliche Korrespondenz mit jenen, die sich an die Redaktionen wenden, ist daher selbstverständlich. Einfachheit in der Sprache bedeutet nicht Einfältigkeit: Vielmehr geht es um Multiperspektivität und Facettenreichtum, insbesondere auch darum, Bürger:innen nicht nur als Objekte der Berichterstattung, sondern als Subjekte wahrzunehmen und ihnen Gelegenheit zu Meinungsäußerung on und off air zu geben. Im Bereich der Gesundheitsberichterstattung werden nach Möglichkeit Selbsthilfegruppen eigens miteinbezogen. Die Sendungen haben eine wesentliche Brückenfunktion – etwa zwischen Stadt und Land, zwischen Landwirtschaft und Konsument:innen, zwischen jenen, die Rat brauchen, und jenen, die solchen geben können. Dem entsprechend wird in den Beiträgen nicht von „Außenstehenden“ abstrakt „über etwas“ gesprochen – im

Mittelpunkt stehen in der Auswahl der Gesprächspartner:innen vielmehr der unmittelbare Bezug zum und das Eingebundensein in ein Thema.

3.4 Bürgersendungen

Ausgangspunkt für Bürgersendungen sind stets authentische Beschwerdefälle aus der Lebensrealität, die filmisch aufbereitet und allgemeinverständlich dargestellt werden. Insbesondere Bürgersendungen sind dazu verpflichtet, auf ausgewogene Weise Bürger:innen dazu anzuregen, ihren Anliegen Stimme und Ausdruck zu verleihen.

3.5 Ö3

Ö3 unterstützt mit seinen Programmen und Initiativen die aktive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben – etwa in Vereinen oder in anderen ehrenamtlichen Engagements. In Community-Shows, ggf. auch in bundesweiten Umfrageaktionen lädt Ö3 Hörer:innen zum Mitdiskutieren ein. Hier werden Themen aus der Perspektive der Jugendlichen beleuchtet, der Perspektivenaustausch und der Meinungsbildungsprozess werden gefördert.

3.6 FM4

FM4 versteht sich nicht nur als journalistischer Begleiter, sondern auch als Plattform, die insbesondere jungen Menschen und ihren Aktivitäten Stimme verleiht. FM4 ist ein Ort, wo vieles, was sonst keinen Platz hat, ein Zuhause findet.

3.7 Regionalradios

Die Regionalradios verstehen sich als Ort der Begegnung, die nicht nur on air, sondern auch durch geeignete Maßnahmen wie „Tage der offenen Tür“ o.ä. aktiv Nähe zum Publikum suchen.

3.8 Online

Online sind Debatten möglich und zu fördern, dabei ist weitestgehend dafür zu sorgen, dass Hate Speech unterbleibt und das sachliche Niveau der Debatte gewahrt bleibt.

4. Globale Perspektive und Föderalismus

Von besonderer Bedeutung in der Berichterstattung über Wissenschaft ist dem ORF die internationale Perspektive; es gilt, neue Erkenntnisse etwa der Natur- und Geisteswissenschaften, Neuerungen im Bereich der Technik etc. aus aller Welt zu vermitteln. Dabei sind jedoch auch österreichische Aspekte zu beachten; die

Wahrnehmung von Erkenntnissen der österreichischen Wissenschaft bzw. von Forscherinnen und Forschern an österreichischen Wirkungsstätten ist im Gesamtprogramm zu berücksichtigen. Verlässliche Information über die alltäglichen Probleme der Menschen anzubieten ist eine Kernaufgabe des ORF: Konsumentenschutz, Rat und Hilfe in Notlagen, Information in Fragen der Gesundheit und Medizin, der Ernährung, der Umwelt, zu Verkehr und Wetter, kompetente Hilfe für Kinder und Jugendliche, Themen wie Alltagsbewältigung für junge Familien, Arbeitnehmerrechte oder Herausforderungen für ältere Menschen eignen sich insbesondere für Aufarbeitung im regionalen Kontext und stellen sicher, dass öffentlich-rechtliche Medien auch im digitalen Zeitalter eine zuverlässige Quelle von vertrauenswürdigen hilfreichen Wissen für den Alltag sind. Der ORF fungiert darüber hinaus als elektronisches Gedächtnis Österreichs, als eine öffentliche Mediathek des Wissens im internationalen Kontext: Mit Hilfe seiner Archive kann er Bildungsinhalte kontextuell aufgearbeitet allen zugänglich machen.

4.1 Wissenschaftssendungen

Wissenschaft und Forschung sind per se global und supranational; unabhängig davon werden Erkenntnisse der österreichischen Wissenschaft bzw. von Forschern und Forscherinnen an österreichischen Universitäten und Instituten vorrangig berücksichtigt.

4.2 Dokumentationen

Dokumentationen schlagen den Bogen zwischen vielfältigem Österreich-Bezug und globaler Perspektive. Insbesondere Dokumentationen zu (Zeit-)Geschichte sind sich der Aufgabe, durch unverfälschte ausgewogene Darstellung zur österreichischen Identität im Hinblick auf die Förderung europäischer Integration beizutragen, bewusst.

4.3 Service- und Infosendungen

Ziel der Service- und Infosendungen ist es, implizit ein facettenreiches und so der Wirklichkeit gerecht werdendes Bild Österreichs zu zeichnen. Dies kann auch dadurch geschehen, dass bei der Auswahl von Akteurinnen und Akteuren oder von Drehorten Ausgewogenheit in regionaler Hinsicht als Entscheidungskriterium berücksichtigt wird. Dies umfasst ausdrücklich die Verwendung regionaler Mundarten oder Jargons ebenso wie das Drehen an sonst wenig beachteten Plätzen. Trotz Schwerpunktsetzung auf „Regionalität“ bzw. „das Österreichische“ werden auch internationale Trends oder Entwicklungen wahrgenommen, die auch Österreich tangieren. Dass Einbeziehen internationaler Ebenen ist insbesondere im Bereich der Gesundheitsberichterstattung, etwa, was internationale Studien und medizinische Erkenntnisse betrifft, relevant.

4.4 Bürgersendungen

Die Bürgersendungen achten darauf, Probleme aus allen Lebensbereichen und allen Bundesländern Österreichs zu thematisieren.

4.5 Ö1

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

4.6 Ö3

Ö3 als nationaler Sender kann die regionalen Identitäten naturgemäß nicht im gleichen Ausmaß bedienen wie die ORF-Regionalradios, die ihr Programm für das jeweilige Bundesland gestalten. Ö3 ist es dennoch ein großes Anliegen, alle Bundesländer im Programm hörbar zu machen: Dies geschieht nicht nur in Form von Berichten über lokale Ereignisse von nationalem Interesse, sondern etwa auch durch Korrespondentinnen und Korrespondenten in den Bundesländern oder durch das Ö3-Sommerwetter, das quer durch Österreich tourt.

4.7 FM4

FM4 liefert auf all seinen Ausspielwegen Trends und News aus der ganzen Welt. Der Sender richtet sich an ein aufgeschlossenes Publikum, das sich aktiv mit Aspekten des jungen, urbanen Lebens auseinandersetzt.

4.8 Regionalradios

Im Hinblick auf Identität ist nicht zuletzt auf die Bedeutung der Sprache und ihrer Vielfalt, etwa durch das Vorkommen lokaler Idiome, Dialekte und Jargons, zu achten. Insbesondere auch die Regionalradios verstehen Föderalismus als lebendig und in diesem Sinn vielfältig, nicht statisch, und bemühen sich so um eine Vielfalt an Akteurinnen und Akteuren aus der in der Region lebenden Bevölkerung.

4.9 ORF TELETEXT

Um das regionale Leben abzubilden und regionale Identität zu fördern, wird über entsprechende Ereignisse berichtet. Das bezieht auch Aussagen und Studienergebnisse regionaler Fachleute und Betroffener ein. Aufgegriffen werden Themen auch dann, wenn sie nur für ein Bundesland relevant, aber von allgemeinem Interesse sind.

5. Kompetenz und Innovation

Bei der Umsetzung in der Programmarbeit ist ein handwerklich hohes Niveau im Hinblick auf Text, Ton, Kameraführung, Regie, Schnitt, darstellerische Leistung etc. anzustreben. Dazu gehört auch ein den Zielgruppen angepasstes Erscheinungsbild, etwa hinsichtlich Moderation, Grafik und Studio. Sendungsinhalte, die Persönlichkeitsrechte oder den höchstpersönlichen Lebensbereich berühren, sind in Abwägung mit dem Informationsauftrag und dem Grundsatz der freien Meinungsäußerung zu gestalten. Dabei verpflichtet die Themenwelt des Bereichs Wissenschaft, Service und Lebenshilfe einerseits zu richtiger, für alle verständlicher Sprache, andererseits zu Kreativität in der Form: Um möglichst alle Bevölkerungsgruppen zu erreichen, sind Themen je nach Zielgruppe in unterschiedlicher Gewichtung informativ, unterhaltsam, orientierend, lehrreich, spannend, amüsant, hilfreich etc. aufzubereiten. Eine sich wandelnde Gesellschaft bedingt insbesondere unter dem Einfluss der digitalen Medienwelt und der sich ändernden Mediennutzung neben Bewährtem innovative Angebotsformen in unterschiedlichen Medien, gegebenenfalls in trans- und crossmedialer Produktion. Dabei kann die Form niemals der Grundsätze öffentlich-rechtlicher Gestaltung, etwa der Richtigkeit, Einwandfreiheit und Ausgewogenheit entheben. Journalistisch relevante Umstände für das Entstehen eines Beitrags sind kenntlich zu machen: z. B. besondere Bedingungen, Umstände und Entwicklungen während Dreharbeiten oder wenn (etwa wegen Betriebsgeheimnissen) Material verwendet werden muss, das die Person oder Einrichtung, auf die sich der Beitrag bezieht, zur Verfügung gestellt hat. Von Firmen, Institutionen usw. zur Verfügung gestelltes Sendematerial darf nur verwendet werden, wenn dadurch redaktionelle Entscheidungen in keiner Weise beeinflusst werden. Bei User-Generated-Content ist erhöhte Sorgfaltspflicht notwendig. Starke Software, sogenannte künstliche Intelligenz (KI), kann ein relevantes journalistisches Hilfsmittel etwa bei der Recherche sein. Allerdings gilt: ORF-Angebote veröffentlichen nur, was von einem Menschen final geprüft wurde. Audio- und Videomaterial muss bei Zuhilfenahme von KI gekennzeichnet sein, wenn es mit tatsächlichem Audio- und Videomaterial verwechselbar wäre. Insgesamt ist auf die sich wandelnden Bedürfnisse der Mediennutzer:innen im Zuge dynamischer technologischer Entwicklung Rücksicht zu nehmen und durch Innovation der Rolle öffentlich-rechtlicher Medien in einem durch Veränderung geprägten Umfeld gerecht zu werden.

5.1 Wissenschaftssendungen

Wissenschaftssendungen berichten auf journalistisch hohem Niveau. Das gilt für Eigenproduktionen sowie für Auftragsproduktionen oder Bearbeitungen internationaler Dokumentationen. Moderationen und Texte, wiewohl zielgruppenspezifisch ausrichtbar, dürfen keinesfalls anbiedernd wirken. Gerade Wissenschaftssendungen können und sollen Informationen auch unterhaltsam aufbereiten, wobei im Zentrum der Unterhaltung nicht Abwertendes zu stehen hat, vielmehr ist der Unterhaltungsaspekt als Erleichterung der Verständlichkeit einzusetzen.

5.2 Dokumentationen

Dokumentationen verstehen sich als Technologie-Pioniere des ORF. Ziel des Einsatzes von Innovationen, vor allem neuester visueller Techniken, ist aber nicht der Spieltrieb, sondern der Wunsch, Erkenntnisse anschaulich zu machen. Innovative Kamera-, Bildbearbeitungs- und Schnitttechnik können dabei ebenso wie das Beachten emotionaler Komponenten zielgruppenspezifisch eingesetzt werden, ohne dabei je die Authentizität des Materials zu gefährden.

5.3 Service- und Infosendungen

Recherche bzw. Casting für Service- und Informationssendungen sind ausgesucht sorgfältig und erfolgen wie die technische Umsetzung in Bild und Ton in vielen Arbeitsschritten und Kontrollen. Sendungsinhalte müssen jeglicher Überprüfung standhalten und in Tempo und Sprache zielgruppenadäquat gestaltet werden. Zur kompetenten Gestaltung gehört auch, die emotionale, im besten Sinn des Wortes berührende Komponente angemessen wahrzunehmen. Innovative Haltung bedeutet nicht nur Aufgeschlossenheit gegenüber zusätzlichen Verbreitungswegen („Multimedialität“) oder technischen Neuerungen, sondern auch das Bemühen um Inhalte und Formen, die einer sich wandelnden Gesellschaft gerecht werden.

5.4 Ö1

Ö1 verfügt über Redakteurinnen und Redakteure mit einem ausgeprägten Fachwissen in ihren jeweiligen Bereichen, und kann dem Publikum so äußerst hochwertige journalistische Inhalte bieten – fachlich wie auch sprachlich. Dieses Fachwissen wird zunehmend auch in multimedialen Kompetenzclustern (u.a. ORF Wissen, ORF News) gebündelt, wodurch Themen aus verschiedensten Fachrichtungen noch aktueller, tiefergehend und für verschiedene Ausspielwege individuell passend aufbereitet werden können.

5.5 Ö3

Ö3 fördert Begegnung und Austausch in angemessener Form, und das in vermehrtem Maße auch in sozialen Medien und bei Veranstaltungen im realen Raum.

5.6 FM4

Die Bedürfnisse des jungen Publikums von radio FM4 definieren sowohl Inhalt als auch Machart, Form und Ausspielweg aller Themen in den Angeboten des Senders, sowohl on als auch off air. Um in dieser umworbenen jungen Zielgruppe zu reüssieren, müssen alle Programmvorhaben und Programminnovationen dazu geeignet sein, die 360°-Marke FM4 auch außerhalb des Radioprogrammes dort zu positionieren, wo junge Menschen Medien konsumieren. Dies erfordert auch ein handwerklich hohes Niveau im Hinblick auf die Text-, Ton- und Bildgestaltung. Dabei wird stets auf die je nach Ausspielweg passende akustische und sprachliche Verständlichkeit geachtet.

5.7 Regionalradios

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

5.8 Online

Crossmedialität bedeutet für ORF-Angebote keine inhaltliche Beschränkung, sondern vielmehr den Auftrag, über die Grenzen des eigenen Mediums hinaus Darstellungsmöglichkeiten zu erarbeiten. Ergänzendes Bild- oder Audiomaterial soll den Inhalt unterstreichen, anschaulich machen und nicht konterkarieren.

5.9 ORF TELETEXT

Die mehrmediale Arbeit der Redakteurinnen und Redakteure garantiert zuverlässige Quellenrecherche und Arbeitskontinuität. Verständlichkeit der Präsentation ist oberstes Gebot. Fachwissen und Sachverstand können nur dann von Nutzen für die Leser:innen sein, wenn sie begreiflich