

Das Qualitätssicherungssystem des ORF im Jahr 2016

Gutachten zur Bewertung der Gesamtleistung

Prof. Dr. h.c. Markus Schächter

Mai / Juni 2017

Inhalt

1. Die mediale Ausgangslage	S. 3
2. Der normative Anspruch	S. 7
2.1. Fernsehen: ORF eins und ORF 2	S. 7
2.1.1 Strukturfragen und Kontinuität	S. 7
2.1.2 Akzeptanz	S. 8
2.1.2.1 Information	S. 8
2.1.2.2 Kultur und Religion	S. 10
2.1.2.3 Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe	S. 11
2.1.2.4 Sport	S. 12
2.1.2.5 Unterhaltung	S. 13
2.1.2.6 Kinderprogramm	S. 14
2.2 Radio	S. 14
2.2.1 Ö1	S. 15
2.2.2 Hitradio Ö3	S. 16
2.2.3 FM4	S. 17
2.2.4 Regionalradios	S. 17
2.2.5 Weitere Radioangebote	S. 18
3. Das ORF.at-Network	S. 18
4. ORF TELETEXT	S. 19
5. Spartenkanäle des ORF-Fernsehens	S. 20
5.1 ORF III Kultur und Information	S. 20
5.2 ORF SPORT +	S. 22
5.3 ORF 2 Europe (ORF 2E)	S. 22
6. Kooperationen des ORF mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern	S. 23
6.1 3sat	S. 23
6.2 ARTE	S. 25
6.3 ARD-alpha	S. 26
7. Besondere Detailanforderungen des Gesetzgebers an das Programmangebot	S. 26
7.1 Der Anteil europäischer Werke am ORF-Fernsehprogramm	S. 26
7.2 Förderung der österreichischen Identität	S. 27
7.3 Angebote anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens	S. 27
8. Die Sicht des Publikums auf das Programm: Akzeptanz, Zufriedenheit und Interesse	S. 29
8.1 Die Overall-Befragung 2016	S. 30
8.2 ORF-Publikumsratsstudie 2016: Anforderungen und Erwartungen an die innenpolitische Berichterstattung im ORF	S. 32
8.3 Gespräche mit dem Publikum: Zufriedenheit und Wahrnehmung der Qualität	S. 34
8.3.1 Publikumsgespräch Unterhaltung	S. 35
8.3.2 Publikumsgespräch Sport	S. 37
8.3.3 Publikumsgespräch Kultur/Religion	S. 38
9. Evaluation des ORF-Qualitätsprofils ORF-Radio	S. 40
10. ORF-Experten-/Expertinnengespräch 2016: Information	S. 44
11. Public-Value-Bericht 2016/2017 und Public-Value-Jahresstudie	S. 46
12. Fazit	S. 48

Hinweis:

Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht verwiesen wird.

1. Die mediale Ausgangslage

Das Jahr 2016 war ein Jahr der politischen, institutionellen und medialen Turbulenzen auf allen Ebenen. Es waren vor allem dramatische, weltpolitische Ereignisse, die dieses Jahr geprägt haben und die die Medien in einer ganz besonders substanziellen Weise herausgefordert haben. Sowohl beim Brexit, dem US-Wahlkampf und dem Sieg von Donald Trump, dem Putschversuch in der Türkei, den Terroranschlägen in Europa und nicht zuletzt bei dem fast einjährigen österreichischen Bundespräsidentchaftswahlkampf war der ORF als wichtigstes österreichisches Informationsmedium besonders gefordert, die Qualität seiner Informationskompetenz unter Beweis zu stellen und gleichzeitig auch zu belegen, dass sein umfangreiches System zur Beibehaltung und Sicherung dieser Qualität funktioniert, transparent bleibt und die ihn tragenden gesellschaftlichen Institutionen wie das Publikum überzeugt.

Das vorliegende Gutachten bezieht sich auf den Zeitraum 1. Jänner bis 31. Dezember 2016 und soll untersuchen, inwieweit der ORF in diesem turbulenten Jahr den umfangreichen gesetzlichen Ansprüchen einer Qualitätssicherung und seiner selbst gesetzten publizistischen Ambition nachgekommen ist. Der Sender ist mit einem großen Bündel umfangreicher Vorgaben, Maßnahmen und Sollvorschriften auf breiter Ebene in die Pflicht genommen. Im Oktober 2010 ist mit dem ORF-Gesetz in den Paragraphen 3 bis 5 der Katalog an gesetzlichen Regelungen und Vorgaben konkretisiert worden, wie der Sender dem Anspruch seiner normativen Aufgaben, der Gewährleistung von Programmqualität, der Vielfalt seines Versorgungsauftrags und der Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags gerecht werden soll.

Gerade in einem so turbulenten Jahr ist es gut zu sehen, wie das jetzt sieben Jahre existierende ORF-Gesetz mehr ist als ein Gesetz für Schönwetter-Zeiten. Und inwieweit es auch in der Lage ist, in komplexeren Situationen den Sender punktgenau in die Pflicht zu nehmen und eine Antwort darauf zu verlangen, ob das Programm den Erwartungen des Gesetzes und den Vorstellungen der Zuschauer gerecht geworden ist.

Das Gesetz wird in sehr unterschiedlichen Vorgaben konkretisiert. Ganz vorne stehen die Fragen nach der Substanz, des Profils, der Vielfalt, aber auch der Zufriedenheit des Publikums. Es wird ein Forderungskatalog aufgelegt für die Bewertung der Umsetzung der eigenen Vorstellungen, vor allem aber im Hinblick auf Informationen und auf das Selbstverständnis eines Qualitätsmediums. Im Mittelpunkt steht die sehr detailliert aufzufächernde Antwort nach der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags.

2010, als das Gesetz verabschiedet wurde, stand die Medienlandschaft noch am Beginn eines neuartigen Medienphänomens, der Entwicklung der Social Media. Heute sieben Jahre später steht die Medienlandschaft betroffen und beeindruckt vor den ersten komplexen Konsequenzen und kollateralen Entwicklungen dieser Neuen

Medien. „Fake News“ und „alternative Fakten“ sind neue Stichworte geworden für eine neue Herausforderung mit neuen medialen Phänomenen. Die Entwicklung ist eine der Ursachen der alarmierenden Vertrauenskrisen der Institutionen der repräsentativen Demokratie, aber auch der Medien selbst. Es wird deutlich: Die neuen digitalen Kommunikationstechnologien schaffen nicht nur faszinierende Perspektiven und Zukunftsmöglichkeiten, sondern sind auch Gefahrenpotenziale für die substanzielle Basis einer demokratischen Öffentlichkeit. Zum Erhalt der Qualität dieser Basis im ORF schreibt das ORF-Gesetz ein Qualitätssicherungssystem vor. Es geht darum, in einer methodisch sehr breit differenzierten Vorgehensweise die Schwächen und Stärken der Medienproduktion des ORF zu identifizieren, um auch in Zukunft die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrages zu garantieren.

Vorrangig geht es in der Qualitätssicherung um folgende methodischen Vorgehensweisen:

1. Der ORF-Jahresbericht

Der gemäß § 7 ORF-Gesetz vorzulegende Jahresbericht ist die umfangreichste Selbstvergewisserung des Senders über die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags. Er soll belegen, dass der Sender in allen seinen Grundausrichtungen (der TV-Senderfamilie, der Radioflotte, dem ORF-Digitalnetzwerk inklusive der mobilen Angebote sowie dem ORF TELETEXT und den neuen Landesstudios) die Vorgaben erfüllt hat. Der Bericht soll gelesen werden können als eine quasi enzyklopädische Gesamtanalyse des ORF über die inhaltlichen, konzeptionellen, gesellschaftsbezogenen, ökonomischen und technischen Gegebenheiten im Berichtsjahr.

2. Die Programmstrukturanalyse Fernsehen und Radio

Zur Sicherstellung der Ausgewogenheit des Inhaltsangebots soll für das Fernsehen und für das Radioprogramm jeweils eine Programmstrukturanalyse durchgeführt werden. Bis 2012 war Grundlage für die Auswertung des Fernsehsendevolumens des jeweiligen Kalenderjahres eine Gruppierung nach Fernsehsendungskategorien der Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT). 2013 beauftragte der ORF auf der Grundlage einer Entscheidung des BKS eine Modifikation, die die Universität Wien mit einer entsprechenden neuen Zuordnung der Sendungen der Programme ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information und ORF SPORT+ umgesetzt hat. Das alte Zuordnungsschema nach sechs Programmfeldern für die Sender ORF eins und ORF 2 wurde ergänzend dazu fortgeschrieben.

Die Programmstrukturanalyse Radio erfolgt als Stichproben-Erhebung. Anhand einer ausgewählten Musterwoche, wie es international üblich ist, wird der Programmoutput der ORF-Radioangebote analysiert.

3. Der Public-Value-Bericht

Der Public-Value-Bericht gliedert die Dokumentation der Leistungserfüllung des ORF-Kernauftrags in qualitative Kriterien: Insgesamt 18 Leistungskategorien werden durch fünf Qualitätsdimensionen strukturiert, die aus dem ORF-Gesetz, den ORF-Programmrichtlinien, den ORF-Leitlinien sowie aktuellen Anforderungsbedingungen in Gesellschaft und Medien abgeleitet werden.

Weil dieses Thema eine ständige Herausforderung für die Transparenz des Unternehmens darstellt, hat der Sender eine eigene Unternehmenswebsite zum Thema Public Value eingeführt. Auf zukunft.ORF.at finden sich Inhalte dieses Reports in audiovisueller Form mit Programmbeispielen, Zahlen, Daten, Fakten, Video- und Audio-Statements sowie Expertisen von Autoren aus dem universitären Bereich. Dieser Public-Value-Bericht wird durch die Schriftenreihe „TEXTE“ ergänzt. Im Jahre 2016 erschienen darin unter anderem Ausgaben zu den Themen „Zu Flucht und Qualitätsjournalismus“ und „Wissenschaft und Lebenshilfe“, Texte, die im deutschen Sprachraum eine außerordentliche Resonanz fanden.

4. ORF-Repräsentativbefragung

Sie wird in diesem Jahr wieder als Overall-Befragung bei ca. 1.000 Personen durchgeführt, ist seit ihrer Gründung in ihrer Methodik gleichgeblieben und insoweit eine sehr gute Quelle für Quervergleich und Einschätzung von Entwicklungen auf der Zeitschiene. Sie misst die Zufriedenheit des Publikums mit dem ORF und seinen Programm- und Inhaltsangeboten. Die Untersuchung, die im Jahre 2016 vom 10. Mai bis zum 10. Juni durchgeführt wurde, befragt die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren.

5. Die ORF-Qualitätsprofile

Entsprechend den Vorgaben des Gesetzes werden im Rahmen des Qualitätsmanagements Profile erstellt, die die Programmkategorien Information, Kultur/Religion, Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe, Unterhaltung und Sport umfassen. Aus diesen Qualitätsprofilen entstehen Leistungskriterien, die ein Anforderungsprofil an die Programme ergeben. Sie leiten sich her aus Auftragswerten, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden. Sie stellen somit die Soll-Kategorien eines Bereichs dar. Durch externe Evaluierung werden diese kontrolliert. 2016 wurde das Qualitätsprofil für die ORF-Radios über alle Programmbereiche erstellt und durch ein sozialwissenschaftliches Institut extern evaluiert.

6. Publikums- und Expertengespräche

Mit besonderer Spannung sind 2016 aufgrund der vielfach als Wendezeit angesehenen Veränderung der Medienlandschaft die Publikums- und Expertengespräche erwartet worden. Publikumsgespräche sind strukturierte Gruppendiskussionen, zu denen der ORF ausgewählte Publika einlädt, um im Dialog mit Vertreterinnen und Vertretern der ORF-Gremien bzw. mit Programmverantwortlichen ihre Kritik, Ansprüche und Erwartungen zu den ORF-Programmen und -Aktivitäten darzulegen. In 2016 fanden drei Publikumsgespräche zu den Programmsäulen Unterhaltung, Sport und Kultur/Religion statt.

Das Expertengespräch 2016 war dem Programmbereich Information gewidmet. Ziel war, den Dialog zwischen Programmverantwortlichen und Experten in diesem Bereich zu vertiefen. Ergänzend brachte der ORF eine eigene Ausgabe der „TEXTE“ heraus und dokumentierte ausführlich das Thema „Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs“ – Thema der „TEXTE“ war die Programmsäule Bildung und Lebenshilfe.

7. ORF-Jahresstudien

Das ORF-Gesetz schreibt zur Feststellung der Interessen der Hörer und Seher regelmäßig durchgeführte repräsentative Befragungen vor, deren Thematik auf Vorschlag des Publikumsrats festgelegt wird. Fokus der Publikumsratsstudie 2016 waren die „Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die Innenpolitik-Berichterstattung im ORF“. Durchgeführt wurden 1.009 telefonische Interviews, repräsentativ für die Österreicher ab 14 Jahren. Neben dieser Studie für den Publikumsrat beauftragt der ORF jeweils eine Jahresstudie, die sich auf einen besonderen Aspekt seines Leistungsumfangs bezieht und eine vertiefende Evaluierung ermöglichen soll. Thema der Jahresstudie 2016 war „Der Bildungsauftrag im digitalen Mediumfeld“, eine Thematik, die auch eine zukunftsorientierte und praxisnahe Grundlage für die Programmarbeit ergeben soll.

Das sind die unterschiedlichen Grundlagen und Bezugspunkte der Evaluierung, die vonseiten des ORF dem Gutachter vorgelegt werden. Ich habe die unterschiedlichen, alles in allem fast 1.000 Seiten umfassenden Arbeiten zum Thema „Qualität des Programmangebots“ als eine Art „Werkzeugkasten des Gutachtens“ anzusehen. Alle „Papiere“ zusammengenommen sollen dokumentieren, dass der ORF aus der Außensicht der Experten, der Zuschauer und seiner eigenen kritischen Innensicht in der Lage war, den Ansprüchen des Gesetzes und den Vorgaben für einen öffentlich-rechtlichen Sender auch und gerade in turbulenten Jahren gerecht zu werden. Ich habe mein Gutachten auf diesen Arbeiten mit den zumeist komplementär ineinander verschränkten Elementen und Neuakzentuierungen der unterschiedlichen Themenbereiche zusammengestellt. Ich bin für die Berichtsjahre 2012 bis 2016 vom

ORF-Stiftungsrat als Sachverständiger gemäß § 4 a Abs. 2 ORF-Gesetz bestellt und in der Plenarsitzung vom 17. November 2016 für die Berichtsjahre 2017 bis 2019 verlängert worden.

Ergänzend zur aktuellen Überprüfung und Befragung des Qualitätssicherungssystems war ich Teilnehmer an Workshops, die mit den am Prozess beteiligten ORF-Abteilungen organisiert waren. Verlauf und Ergebnisse dieser intensiven Debatte waren gerade im Hinblick auf die Verschiebungen im Mediensystem eine wichtige Ergänzung dieses Quellenstudiums.

2. Der normative Anspruch

Die komplexen Vorgaben des ORF-Gesetzes zur Gewährleistung eines „vielfältigen Gesamtprogramms von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport“ machen den Anspruch des Gesetzgebers an den Sender deutlich. Das öffentlich-rechtliche Unternehmen soll belegen, dass es mit den von außen vorgegebenen Evaluierungsvorgaben und dem im Inneren vollzogenen Selbstvergewisserungsprozess in der Lage ist, insgesamt ein Konzept publizistischer Vielfalt so zu gestalten, dass es den komplexen Qualitätsvorgaben gerecht wird. Gleichzeitig wird dem Sender eine Erfolgsvorgabe gemacht, mit all den facettierten Qualitätsvorstellungen eines Public-Value-Konzepts Akzeptanz bei den Zuschauern zu finden und eine breite Zustimmung für die Ausrichtung des Unternehmens zu erhalten. Diese Balance, einerseits den Qualitätsvorgaben in jeder Hinsicht zu entsprechen und gleichzeitig das Publikum zu finden, das das Programm trotz und wegen dieser Qualitätsvorgaben gerne sieht, ist die jährliche Herausforderung an die Verantwortlichen der vier Programmsäulen Fernsehen, Radio, Teletext und Internet.

2.1 Fernsehen: ORF eins und ORF 2

2.1.1 Strukturfragen und Kontinuität

Was die inhaltliche und konzeptionelle Vielfalt des Programmangebots und gleichzeitig die Kontinuität der Programmofferten angeht, so zeigt sich, dass die Programmstruktur, die in den letzten Jahren die Zustimmung der Gremien und der Bevölkerung gefunden hat, auch im Berichtsjahr ziemlich stabil und in der großen Kontinuität der letzten fünf Jahre zu sehen ist:

Das zeigt sich in der zentralen Kategorie Vielfalt und Diversität. Mit 25 % Information im Jahr 2016 (Vorjahr: 22 %), 5 % Programmanteil Kultur / Religion (wie im letzten Jahr), 7 % Wissenschaft / Bildung / Lebenshilfe (2015: 9 %), 8 % Sport (2015: 6 %), mit 47 % Unterhaltung (2015: 49 %) und 8 % Familie mit Kinder / Jugend / Senioren-Programm (wie 2015) bleibt das Sendegerüst des ORF stabil und konsequent in der inhaltlichen Zuordnung der letzten Jahre. „Gewinner“ der Programmstruktur des

ORF-Fernsehens im Jahr 2016 war die Kategorie Current Affairs / Politik / Magazine / Diskussion, bei der der Anteil um 3 Prozentpunkte von 9 auf 12 % gestiegen ist. Auch die absolute Betrachtung gibt einen Eindruck von der Steigerung in dieser Kategorie: Von 1.632 Stunden im Jahr 2015 hat sich diese Programmofferte auf 2.084 in 2016 weiterentwickelt. Nimmt man, wie im internationalen Genre-Vergleich üblich, die Sendungen aus Wissenschaft / Bildung / Lebenshilfe zur Information dazu, dann gestalten ORF eins und ORF 2 rund ein Drittel des Programms aus informativen Angeboten. Diese Größenordnung ist auch im Jahre 2016 ein Ausdruck von stabiler Programmstruktur und liegt im internationalen Quervergleich im oberen Drittel der vergleichbaren Länder. Leicht reduziert ist der Anteil der Programmkategorie Unterhaltung, die im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozentpunkte auf 47 % zurückgeht. Dabei ist die Reduktion im Bereich Film und Serie von 44 % im Jahr 2015 auf 41 % im Jahr 2016 zu sehen. Die Frage stellt sich, inwieweit die Reduktion von 412 Film-/Serien-Programmstunden 2016 im Vergleich zum Jahr 2015 einen bewussten Ausreißer nach unten darstellt. Festzuhalten bleibt, dass mit 41 % die Serien- und Filmangebote den Löwenanteil des Gesamtangebots bestreiten.

2.1.2 Akzeptanz

Im Jahr 2016 erreichten ORF eins und ORF 2 pro Tag durchschnittlich 3,5 Mio. Zuseher, die 12 Jahre und älter sind. Der gemeinsame Marktanteil betrug 32,9 %, wobei ORF eins auf 2,000 Mio. Zuseher pro Tag und einen Marktanteil von 11,7 % kam. ORF 2 erreichte täglich 2,768 Mio. Zuseher und 21,2 % Marktanteil. Das entspricht ungefähr den Werten aus den letzten Jahren.

2.1.2.1 Information

Im Bereich der Nachrichtensendungen im ORF-Fernsehen 2016 gibt es Veränderungen und Neuakzentuierungen. Insgesamt hat sich die Zahl der Nachrichtensendungen im Vergleich zum Jahre 2015 um rund 7 % erhöht: gegenüber den 12.334 Nachrichtensendungen im Jahre 2015 waren es im Jahr 2016 13.213 Sendungen. Es sind dabei hauptsächlich „ZiB“-Kurzsendungen, die sich aufgrund der unterschiedlichen Aktualität im Jahre 2016 hier als selbstverständliche Akzentuierung des Aktualitäts-Verständnisses des ORF eingefügt haben. Insgesamt werden die ORF-Fernsehnachrichten mehr eingeschaltet als in den letzten Jahren. Die sechs Früh-„ZiB“-Ausgaben der Sendeleiste von „Guten Morgen Österreich“ und die „ZiB“ um 9.00 Uhr, die 2016 35 % Marktanteil erreichte, erweist sich als bemerkenswert hochakzeptierte Informationsleiste am Vormittag. Die „ZiB“ um 13.00 Uhr hat 28 % Marktanteil und die „ZiB“ um 17.00 Uhr 31 % Marktanteil.

Die „Zeit im Bild“ um 19.30 Uhr hatte 2016 mit durchschnittlich 1,009 Mio. Sehern 45 % Marktanteil – die besten Nutzungszahlen seit 2012. An der Spitze des Rankings stehen die Ausgaben an den Präsidentschafts-Wahltagen (erster Wahlgang: 1,62 Mio. Zuseher, Stichwahl: 1,5 Mio. Zuseher, Stichwahlwiederholung:

1,53 Mio. Zuseher), gefolgt von der Ausgabe mit ausführlichen Berichten zum Terroranschlag am Brüsseler Flughafen am 22. März (1,38 Mio. Seher). Die „ZiB 2“ kam 2016 mit einem Marktanteil von 25 % und 565.000 Zusehern auf den besten Reichweitenwert seit 2004 und erreichte im Schnitt ein Viertel des gesamten TV-Publikums zu dieser Sendezeit. Im Anschluss an das Wahl-Duell Hofer/Van der Bellen am 19. Mai hatte die „ZiB 2“ mit 1,3 Mio. Zuschauern einen Jahreshöchstwert, der in die Kategorie vorstieß, mit der die „ZiB 2“ 2002 über das nationale Hochwasser gesehen wurde.

Bei der Beschäftigung mit Nachrichten gilt international die Erfahrung, dass sich das jüngere Publikum von der klassischen Art der Informationsgabe durch ein öffentlich-rechtliches Fernsehen nicht mehr in der Weise angesprochen fühlt, wie das in den letzten Jahrzehnten des vergangenen Jahrhunderts selbstverständlich war. Deshalb gibt es die Ausgaben des „ZiB-Flash“ in ORF eins am Nachmittag bzw. am Abend, die in sehr kurzer, kompakter Form überblicksartig die wichtigsten Informationen des Tages auch für junge Leute servieren. Sowohl die „ZiB 20“ mit 9 % Marktanteil als auch die „ZiB 24“ mit 12 % Marktanteil steigerten sich bei stabiler Gesamtquote beim jüngeren Publikum jeweils um einen Prozentpunkt.

In 15 Ausgaben – das ist die höchste Sendungszahl seit 2008 – beleuchtete der „Runde Tisch“ im Jahre 2016 Hintergründe zum aktuellen politischen Geschehen. Der Schwerpunkt war die Bundespräsidentenwahl, aber auch Fragen wie Panama-Papers und Asyl-Obergrenzen wurden diskutiert. Mit rund 40 % Marktanteil und im Schnitt 732.000 Zuschauern war der „Runde Tisch“ nach der Bundespräsidenten-Stichwahl am 22. Mai 2016 der meistgesehene seit dem Inzest-Fall von Amstetten im Jahre 2008.

Nahtlos an die Stabilitäts- und Zugewinnwerte der Nachrichten kam auch der Bereich „Current Affairs / Politik / Magazine / Diskussionen“ auf ein hohes und stabiles Niveau. Die Mittwoch-Dokuleiste „DOKeins“ in ORF eins ist mit Blick auf das junge Publikum eingerichtet und zeigte 2016 Eigenproduktionen zu den Themen Erziehung, Fußball, Neidgesellschaft, Heimatgefühl und Türken in Österreich sowie sechs vom Sender als hochkarätig bezeichnete Dokumentationen, darunter die mit dem Oscar und mit mehr als 20 Preisen auf internationalen Filmfestivals ausgezeichnete Doku „Citizenfour“. Dass diese Programmleiste erfolgreich ist, zeigt sich am Beispiel der Reportage „Österreich-Türkei: ein schwieriges Verhältnis“, mit der Hanno Settele unterschiedliche türkische Lebenswelten in Österreich beleuchtete und vor allem beim jungen Publikum der unter 30-Jährigen mit 24 % Marktanteil einen außergewöhnlichen Erfolg erzielte.

Auffällig auch die mit vielen weiteren öffentlich-rechtlichen Medien in Europa durchgeführte großangelegte Jugendstudie „Generation What?“. Mit 149 Fragen zu den Themen Politik, Bildung, Arbeit, Europa, Glück, Sex etc. wurden online Wünsche, Haltungen, Ziele und Hoffnungen der 18- bis 34-Jährigen erhoben. Die Dokumentation „Generation What? – Das Selfie einer Generation“ zeigte das

entstandene Porträt der jungen Österreicher. Das Spiegelbild der jüngeren Generation interessierte mit 17 % der unter 30-Jährigen ein großes, junges Publikum. Zudem wird der ORF in der EBU, dem Zusammenschluss der öffentlich-rechtlichen Sender in Europa, nachdrücklich dafür belobigt, dass er bei dieser Umfrage den aktivsten Part in Europa gespielt hat mit der größten Anzahl an Beteiligungen an der Umfrage.

Bemerkenswert ist auch, wie sehr internationale Ereignisse wie die US-Präsidentenwahl in Österreich zum großen Fernsehereignis werden konnten. Insgesamt 3,5 Mio. Österreicher – das entspricht 48 % der heimischen TV-Bevölkerung – verfolgten den US-Wahlschwerpunkt im ORF. Der Sender hat mit mehreren großflächigen Sondersendungen rund um den 8. November so umfassend wie nie zuvor über eine US-Wahl informiert.

Bestimmendes Thema der österreichischen Politik und des ORF aber war im Jahr 2016 die Nachfolge von Bundespräsident Heinz Fischer, über die das österreichische Volk am 24. April und in Folge bei der Stichwahl am 22. Mai bzw. am 4. Dezember zu entscheiden hatte. Entsprechend bot der ORF dem österreichischen Publikum außergewöhnlich vielfältige Möglichkeiten, sich ein Bild von den Kandidaten zu machen. An den ersten beiden Wahltagen selbst kam die gesamte ORF-2-Wahlberichterstattung ab der ersten Hochrechnung um 17.00 Uhr auf einen weitesten Seherkreis von jeweils 3,7 Mio. Österreichern. Die Spitzenreichweiten bei einzelnen Sendungen lagen am ersten Wahltag bei über 1,7 Mio. Mit seinen Sendungen zum innenpolitischen Schwerpunkt hat sich der ORF als Meinungsführer in der nationalen Diskussion bestätigt und seine Rolle als Takt- und Stichwortgeber für den politischen Diskurs unterstrichen.

2.1.2.2 Kultur und Religion

Mit 5 % Anteil an den Gesamtangeboten von ORF eins und ORF 2 haben die beiden Programmgenres Kultur und Religion die gleiche Programmpräsenz wie im Jahr zuvor erreicht. 2016 waren 913 Sendestunden kulturellen und religiösen Sendungen gewidmet. Im Jahr zuvor waren es 903 Stunden.

Mit 776 „Kultur“-Stunden in 2016 hat der ORF seine Funktion als Kultursender auch im Jahr 2016 deutlich unter Beweis stellen können. Der Sender war die mediale Plattform für den österreichischen Kultursommer – bei seinen rund 135 Stunden Programm von den Festspielen zwischen Boden- und Neusiedler See erreicht der ORF allein im Fernsehen knapp 3 Mio. Österreicher. Die Kulturredaktionen können für sich reklamieren, dass diese große Aktivität einen weitesten Seherkreis von 41 % der Gesamtbevölkerung finden konnte und damit im europäischen Quervergleich sich so erfolgreich wie kein anderer Sender in der EBU für kulturelle Aktivitäten behaupten kann. In 2016 gab es neben den traditionellen Highlights in Salzburg und bei den Bregenzer Festspielen, den Opern-Festspielen in Sankt Margarethen und den See-Festspielen in Mörbisch, auch die Tiroler Festspiele Erl auf dem Spielplan.

Der ORF hat von dort in einer speziell für das Fernsehen eingerichteten Fassung der Rossini-Oper „Guglielmo Tell“ in ORF 2 gezeigt. Im Schnitt 62.000 Seher haben die Premiere aus Erl gesehen. Das sind 5 % Marktanteil.

Eine Rekordresonanz erzielte das „Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker“. Das Konzert in Schönbrunn hatten so viele Zuschauer in ORF 2 eingeschaltet wie noch nie zuvor. Mit 23 % Marktanteil hat der ORF für ein konzertantes Ereignis eine europäische Bestnote erreicht. Das Konzert wurde insgesamt in 82 Ländern auf allen fünf Kontinenten empfangen. In London, Madrid, Monza und Bukarest gab es die ORF-Übertragung als Public-Viewing-Event auf Großbildschirmen open air. Insgesamt strahlte der ORF im Bereich E-Musik 52 Stunden aus. Es ist der identische Anteil wie im Jahr zuvor. Bemerkenswert bleiben die 39 Stunden Theateraufführungen. Außerhalb des französischen Fernsehens, das sich neuerdings wieder mit Molière-Übertragungen ein großes Publikum erobert hat, sind Theateraufzeichnungen in den europäischen Hauptsendern nicht mehr auf dem Programm.

Der Bereich Religion bleibt in 2016 stabil. Die 137 Stunden über die Themenfelder des Glaubens und der Orientierung entsprechen dem Output von 2015.

2.1.2.3 Wissenschaft / Bildung / Lebenshilfe

Im Jahr 2016 hat der Bereich Wissenschaft und Bildung mit 231 Programmstunden ungefähr der Programmleistung des letzten Jahres entsprochen. Im Bereich Lebenshilfe lag das Programmvolumen mit 987 Programmstunden allerdings deutlich unter denen des letzten Jahres. Insgesamt hat dieser Bereich Wissenschaft, Bildung, Lebenshilfe im Jahr 2016 einen Anteil von 7 % am Gesamtoutput. Im letzten Jahr lag er bei 9 %.

Besonders für mich eindrucksvoll bleibt die 2016 wieder mehrfach international ausgezeichnete ORF-Dokumentationsreihe „Universum“. Mit seiner fast drei Jahrzehnte währenden Programmtradition verfügt die Sendereihe mit über einer halben Million Zuseher pro Ausgabe über ein außergewöhnlich treues und kenntnisreiches Publikum. 21 % Marktanteil belegen auch im europäischen Quervergleich eine außerordentlich erfolgreiche Positionierung einer Wissenschaftsreihe. Das Porträt über die Grenzregion Österreichs, „Land der grünen Grenzen“, am 9. August war mit im Schnitt 800.000 Zusehern und 30 % Marktanteil die bestgenutzte Ausgabe 2016.

Im Magazin „Newton“, das im Jahr 2016 sein 10-jähriges Bestehen feierte, wurde inhaltlich Wert gelegt auf qualitative Information aus der Welt der Wissenschaft. Hervorragend für mich der Beitrag über das „Zika-Virus“. Beim jungen Publikum kam „Newton“ auf Marktanteile von bis zu 22 %, was deutlich macht, dass gerade Zuschauer unter 40 solche Wissenschaftssendungen ganz besonders suchen.

Informieren, Mut machen und die Zuseher auf dem Weg zu einem gesunden und aktiven Leben tatkräftig unterstützen: Mit diesem Anspruch hat das ORF-Gesundheitsmagazin „Bewusst gesund“ einen durchschnittlichen Marktanteil von 21 % erreicht. Die bestgenutzte Ausgabe 2016 brachte am 12. März unter anderem Berichte über die Auswirkungen von Quecksilber und Aluminium auf den menschlichen Organismus und kam auf einen Wert von 28 % Marktanteil.

2.1.2.4 Sport

Auf den Bereich Sport entfielen 2016 1.471 Stunden in ORF eins und ORF 2, sechs Siebentel davon waren Live-Übertragungen diverser Sportwettbewerbe. Im Ranking der Sportarten steht mit 416 Stunden der Fußball vorne. Die Winter-Sportübertragungen kamen auf 367 Stunden und Olympia auf 198 Stunden.

Diese Olympia-Übertragungen aus Rio erfreuten sich 2016 im Fernsehen wieder eines großen Publikumszuspruchs. 67 % der heimischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren waren an den Sendungen aus Brasilien interessiert. Auf das meiste Interesse stießen dabei die Bronze-Segler im NACRA 17-Medallrace am 16. August mit 16 % Marktanteil, gefolgt von dem Wildwasser-Kanu-Slalom der Damen mit 14 % und dem Segeln in der 49er-Klasse ebenfalls mit 14 %. Es zeigte sich, dass das Interesse an Olympia jeweils mit den österreichischen Medaillenhoffnungen in der jeweiligen Disziplin wächst.

Bemerkenswert ist die programmliche Relevanz und Breite der Paralympics in Rio 2016 in den laufenden ORF-eins-Sportberichterstattungen. Dazu kommen umfangreiche Live-Übertragungen und Zusammenfassungen auf ORF SPORT +.

Durchschlagenden Erfolg in der Akzeptanz der Österreicher hatte wie bisher der „Alpine Skiweltcup 2015/2016“. 81 % der TV-Bevölkerung 12+ haben diese Übertragungen im Sender gesehen. Zuwächse erlebte wieder die Vierschanzentournee: Die Skispringen in Oberstdorf, Garmisch-Partenkirchen, Innsbruck und Bischofshofen kamen in Summe auf knapp 3,2 Mio. Zuseher. Das sind 44 % der österreichischen Bevölkerung über 12 Jahren.

Große Resonanz fand die UEFA-Fußball-Europameisterschaft 2016 in Frankreich. Insgesamt verfolgten im ORF rund 6,4 Mio. Seher bzw. 87 % der TV-Bevölkerung das größte Fußballturnier des Kontinents. Sehr erfolgreich liefen die Spiele der österreichischen Mannschaft gegen Portugal (62 % Marktanteil) gegen Ungarn (60 % Marktanteil) und Island (66 % Marktanteil).

Ein weiteres Sport-Highlight war die Formel 1. Im Schnitt 691.000 Zuseher haben den großen Preis von Brasilien gesehen (29 % Marktanteil). Aber auch der Vienna City Marathon hat mit 31 % Marktanteil durch die TV-Übertragung seine Reputation als größter österreichischer Lauf-Event unterstrichen.

2016 war ein ganz besonderes Sportjahr mit den Highlights der Olympischen Spiele und den Fußball-Wettbewerben. Insoweit steigerte sich der Anteil von Sportsendungen im Jahr 2016 mit 1.471 Stunden auf 8 % des Gesamtangebots. 2015 waren es mit 1.064 Stunden und 6 % doch signifikant weniger.

2.1.2.5 Unterhaltung

Mit 47 % Programmanteil kehrt das Genre Unterhaltung nach den Höchstwerten mit 49 % im Jahre 2015 wieder zu durchschnittlichen Werten der letzten Jahre zurück. Mit 8.235 Stunden (2015: 8.576 Stunden) bleibt die Unterhaltung aber programmstrukturell das angebotsstärkste Genre. Der Rückgang ergibt sich aus dem Bereich von Film und Serien, der im Bereich „Unterhaltung“ 2 Prozentpunkte im Vergleich zum letzten Jahr verliert. Der Bereich „Spannung“ verliert einen Prozentpunkt im Vergleich zum letzten Jahr. Zugenommen auf niedrigem Niveau hat das klassische Unterhaltungsgenre Quiz/Show, das im Jahre 2016 mit 663 Stunden und 4 % Programmanteil gegenüber dem Jahre 2015 (3 % und 581 Stunden) zulegt.

Highlights blieben die eigenproduzierten Staffeln der jeweiligen Serien und Reihen. Die zweite Staffel der „Vorstadtweiber“ erreicht in ORF eins wieder ein großes Publikum. 35 % Marktanteil bei den unter 50-Jährigen sind herausragend (Gesamtmarktanteil: 26 %).

Bemerkenswert ist auch die seit 2014 erfolgreich laufende ORF-Landkrimi-Reihe, die im Dezember 2016 mit vier neuen Ausgaben aus Tirol, Salzburg, Südtirol und Wien erneut vor allem jüngere Zuschauer angesprochen hat. Mit Marktanteilen jeweils um die 25 % ist die Landkrimi-Reihe ein sowohl originäres wie erfolgreiches Angebot des ORF an die speziellen Erwartungshaltungen seines Publikums. Als filmischer Höhepunkt 2016 wird vom Sender das ORF-eins-Event „Pregau – Kein Weg zurück“ bezeichnet. Der Krimi-Vierteiler mit Topbesetzung war auch hier wieder bei den jüngeren Zuschauern ein außergewöhnlicher Erfolg, auch durch das begleitende Second-Screen-Angebot, mit dem TV-Content um Zusatzinfos am PC bzw. auf mobilen Endgeräten angereichert wurde. So gab es zum Beispiel – sehr genau beobachtet in der deutschsprachigen TV-Welt – ein Angebot mit einem Online-Profiler mit Lügendetektor.

Mit der besten Film-Reichweite seit 2005 präsentierte sich der Auftakt zum Robert-Dornhelm-Zweiteiler „Das Sacher. In bester Gesellschaft“. 1,27 Mio. Zuseher, das sind 40 % Marktanteil, wollten den ersten Teil sehen. Der „Tatort“, eine Koproduktion von ARD, ORF und SRF, ist in seinem 46. Ausstrahlungsjahr die älteste Krimireihe im deutschsprachigen Fernsehen. Mit der besten Reichweite seit über 20 Jahren ermittelten Harald Krassnitzer und Adele Neuhauser am 7. Februar im Austro-Tatort „Sternschnuppe“ vor im Schnitt 1,169 Mio. Zuschauern. Das entspricht einem Marktanteil von 34 %. Dass auch die jungen Zuschauer, von denen man behauptet, sie seien nicht mehr gewillt, am Wochenende lineares Angebot zu verfolgen, um

20.15 Uhr am Sonntag pünktlich vor dem Fernsehen sitzen, zeigt der hohe Marktanteil von hier 23 % bei den 12- bis 29-Jährigen.

Bemerkenswert unter den „alten“ Formaten, die in der Unterhaltung schon seit vielen Jahren das Publikumsinteresse bedienen, ist der ORF-Society-Klassiker „Seitenblicke“. Die Sendung kam 2016 auf die beste Bewertung seit 2012. Mit im Schnitt 741.000 Zusehern erreichte sie im Durchschnitt 31 % Marktanteil.

2.1.2.6 Kinderprogramm

Auch das Kinderprogramm 2016 blieb im Rahmen des bisherigen Umfangs der Programmofferten für diese Zielgruppe. 2016 wurden 939 Programmstunden ausgestrahlt. 2015 waren es 953. Damit lag der Umfang wie im vergangenen Jahr und im Durchschnitt der letzten Jahre.

Bemerkenswert ist, dass der ORF in seinen Hauptprogrammen nach wie vor ein solches Programm für Familie und Kinder anbietet. In vielen anderen Ländern ist dieses Zielgruppenprogramm in die Spartenkanäle abgewandert. Das zeigte sich vielerorts in einem so umfangreichen Sportjahr, wo in der Regel die Tagesprogramme dem Sport relativ viel Sendeplatz abgeben müssen.

2.2 Radio

Zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags im Bereich des Hörfunks verfügt der ORF über drei bundesweite und neun regionale Radiosender. Zusätzlich betreibt der ORF im Berichtsjahr das über Kurzwelle laufende internationale Programm Radio Österreich 1 International. Darüber hinaus bietet der ORF (im Rahmen der Kooperation mit dem Verein AGORA) täglich acht Stunden slowenischsprachiges Programm auf Radio AGORA an.

Die ORF-Radioflotte erreichte 2016 täglich über 4,7 Mio. Hörer. Mit einem Marktanteil von 71 % entfielen deutlich mehr als zwei Drittel der täglichen Radionutzungszeit auf den ORF.

Im Unterschied zur punktgenauen täglichen Erfassung der Sendungen im Fernsehen ist es nicht möglich, das breite Programm des ORF-Radios vollständig EDV-technisch zu erfassen. Da das Radio-Programmschema erfahrungsgemäß über das Jahr hinweg nur geringe Schwankungen aufweist, wurde – nach dem gelernten Muster der Vorjahre – auch 2016 wieder eine typische Woche ausgewählt, in der der Programmoutput aller ORF-Sender einer detaillierten Inhaltsanalyse unterzogen wird. Die von der Medienforschung vorgegebene Stichprobenwoche wird pars pro toto verstanden. Als Musterwoche 2016 wurde die Woche vom 12. bis 18. September bestimmt. Gemäß internationalen Erfahrungen in der Radioforschung kann eine derartige Analyse dazu dienen, eine Orientierung über die Programmstruktur der jeweiligen Sender zu geben.

2.2.1 Ö1

In 2016 sinkt der Akzeptanz-Schnitt von Österreich 1 mit im Schnitt 616.000 Hörern 10+ pro Tag gegenüber den Vorjahren leicht. In der Ö1-spezifischen Zielgruppe ab 35 Jahren liegt die Tagesreichweite bei 10,5 %. Der Sender erzielt in der Gesamtbevölkerung einen Marktanteil von 5 %, bei Personen ab 35 Jahren 6 %. Damit bleibt Ö1, der Sender mit dem deutlich höchsten Wortanteil, mit seinem Marktanteil im Spitzenfeld vergleichbarer europäischer Hörfunk-Stationen ganz vorne.

Dabei hat Ö1 in 2016 die Kategorie „Wortanteil“ mit 4.872 Minuten (2015 waren es 4.712 und 2014 4.603 Minuten) noch einmal gesteigert. Unangefochtener Spitzenreiter bei den inhaltlichen Kategorien ist die Kultur mit fast 2.000 Minuten gefolgt von dem deutlich gesteigerten Minutenwert bei Informationen mit 1.178 Minuten. In seinem Mix aus unterschiedlichen Genres der Information, Kultur, Religion, Wissenschaft und Bildung, aus denen der Sender rund vier Fünftel seiner Wortbeiträge einbringt, und mit seinem sehr genau komponierten Programm aus ernsthafter Musik, bleibt Ö1 ein trennscharf positionierter Qualitätssender mit kulturellem Schwerpunkt. Wie sehr er sich als informativer Kultursender und kultureller Informationssender versteht, zeigt sich auch anhand seiner Schwerpunkte. Unter dem Titel „Nebenan – Erkundungen in Europas Nachbarschaft“ hat Ö1 im Herbst ein auf mehrere Jahre angelegtes Großprojekt gestartet, in dem Länder wie Marokko, Algerien, Tunesien, Libyen, Ägypten, Israel, Jordanien, Libanon, Syrien und die Türkei, aber auch Aserbaidschan, Armenien, die Ukraine, Kasachstan und andere Länder jeweils eine Woche lang in all ihrer Vielfältigkeit dargestellt und in ihrem Zusammenhang auch zur Flüchtlingswelle portraitiert werden. Pro Länderwoche sind rund 50 Sendungen und Beiträge aus allen Bereichen konzipiert. Die ersten beiden „Nebenan“-Wochen über Marokko und Georgien haben sowohl qualitativ wie von der Konzeption der einzelnen Beiträge mit ihrer breiten Mischung aus hoher Seriosität und unterhaltender Didaktik überzeugt.

Andere Schwerpunkte: Anlässlich des 300. Todestages von Gottfried Wilhelm Leibniz und dem 100. Todestag von Marie von Ebner-Eschenbach wurde ebenso ausführlich berichtet wie zum 100. Todestag von Kaiser Franz Joseph I., „100 Jahre Dada“ und „60 Jahre Volksaufstand in Ungarn“ waren ebenfalls eindrucksvolle Berücksichtigung der kalendarischen Besonderheiten.

Die Ö1-Musikredaktion war bei vielen Festivals dabei und sendete rund 135 Übertragungen von 31 heimischen Festivals unterschiedlicher musikalischer Richtungen, live oder zeitversetzt. Ob Wiener Festwochen, Bregenzer Festspiele, Carinthischer Sommer, Brucknerfest Linz, Musikfestival Grafenegg, Schubertiade, Innsbrucker Festwochen Alter Musik etc., der ORF war (fast) immer dabei. Unter dem Dach der Kampagne „Ö1 – Der Festspielsender“ wurde auch 2016 die Sonderedition des Ö1-Magazins „gehört“ über das Festspielangebot in Ö1 mit mehr

als 60.000 Exemplaren aufgelegt. Im Internet wurde auf oe1.ORF.at eine begleitende Gesamtübersicht über den „Festspielsender Ö1“ angeboten.

Ein besonderer Höhepunkt war die 49. Ausgabe des vom ORF kuratierten Grazer Festivals musikprotokoll. Dieses traditionsreiche Festival für zeitgenössische und experimentelle Musik ist seit seiner Gründung eine Koproduktion von Ö1, Landesstudio Steiermark und dem steirischen herbst. Dabei standen auf dem Programm 32 Uraufführungen und 7 österreichische Erstaufführungen. Es ist die Tradition von Ö1, solche Übertragungen ungewöhnlicher Konzerte und Musikveranstaltungen zu produzieren. Traditionell wurden 44 Konzertübertragungen aus dem Wiener Musikverein, 47 aus dem Wiener Konzerthaus und 10 Übertragungen aus der Wiener Staatsoper übertragen. Ich habe bereits in früheren Gutachten dargestellt, dass Ö1 ein besonderer Beleg dafür ist, dass Qualität und Akzeptanz durchaus erfolgreich miteinander koexistieren können.

2.2.2. Hitradio Ö3

Trotz Konkurrenz von mehr als 80 Mitbewerbern bleibt Ö3 bei Personen ab 10 Jahren der große Marktführer und Reichweitensieger am Radiomarkt. Ö3 erreicht 2016 täglich im Schnitt 2,55 Mio. Österreicher und konnte damit seinen Marktanteil auf 31 % steigern. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es stolze 38 % Marktanteil.

Hitradio Ö3 ist Österreichs Informations- und Serviceradio Nr. 1 mit einem Musikmix aus aktuellem Pop und Rhythmik, den Topsongs der letzten vier Jahrzehnte. Dazu bildet Ö3 das aktuelle Tagesgeschehen ab und will damit die Hörer bei der Einordnung der Geschehnisse unterstützen. Mit dem Angebot sollen möglichst viele unterschiedliche Standpunkte zum Thema zu Wort kommen. Mit Wetter- und Verkehrsnachrichten hat der Sender im Service seinen Schwerpunkt. Bei seinen halbstündlichen Verkehrsnachrichten bringt das Hitradio mit der größten Verkehrsredaktion des Landes den aktuellsten Verkehrsservice Österreichs. Der Akzent in diesem zunehmend wichtiger werdenden Serviceangebot liegt auf Schnelligkeit und Aktualität, wobei zunehmend die politische Aktualität aufgrund der offenen Programmfläche sofort und ohne Zeitverzögerung ins Programm gerückt werden kann.

Großer inhaltlicher Schwerpunkt der aktuellen Berichterstattung waren in diesem Sinne die Ö3-Nachrichten und -Journale zur Präsidentschaftswahl. Weitere Akzente waren die US-Wahl mit Ö3-Sondersendungen. Ausführlich waren die besonderen internationalen Ereignisse wie der Syrien-Konflikt, der Brexit, der Putschversuch in der Türkei oder auch die Terroranschläge in Europa in den Informationssendungen des Senders. Die Ö3-Nachrichtenredaktion konnte ihre zunehmende Bedeutung als einzige 24-Stunden-Radio-Nachrichten-Redaktion des ORF unter Beweis stellen, informierte „on air“ und zusätzlich über Facebook, Twitter, WhatsApp, per SMS oder oe3.ORF.at. Es bleibt bei der Feststellung aus den letzten Gutachten: Ö3 ist so

etwas wie die Alarmzentrale des ORF geworden. Dabei bleibt es für Ö3 auch ein besonderes Anliegen in fordernden und gewichtigen Fragen für das Land vielfältig und konsensorientiert zu agieren. Ö3 nennt diesen Service ein „positives Miteinander“. In diesen Sendungen geht es um die Bemühungen für ein gemeinsames Auskommen. So ist auch das im Jahre 2007 gegründete „Team Österreich“ im Berichtsjahr unterwegs gewesen. Im Rahmen der ORF-Initiative „Mutter Erde“ in der Karwoche (21. bis 25. März) war das Thema „Lebensmittelverschwendung“ der Themenschwerpunkt des Hitradios: Die „Team Österreich Tafel“ half dabei mit, mit einwandfreien Überschuss-Lebensmitteln, die ansonsten weggeworfen worden wären, das angespannte Haushaltsbudget von Familien in Notlagen zu entlasten. Pro Woche wurden 13.000 Menschen versorgt. Auch im Rahmen der „Team Österreich Flüchtlingshilfe“ waren viele Helfer im Einsatz, um bei Bewältigung der alltäglichen Integrationsfragen und Herausforderungen der Flüchtlingssituation mitzuhelfen.

Bei der Inhaltsanalyse für Hitradio Ö3 in der Musterwoche vom 12. bis 18.9. wurden 25,3 % des Wortanteils für Information zugeordnet, rund 4,3 % für Kultur und 3,6 % für Wissenschaft und Bildung. Service, Verkehr, Wetter erzielten fast 36 %. Im Vergleich mit den entsprechenden Anteilen im letzten Jahr zeigt sich, dass die Programmstruktur des Senders eine hohe Kontinuität aufweist.

2.2.3 FM4

Nachdem der weitgehend fremdsprachige Sender mit den bewusst alternativen Programmakzenten in den letzten Jahren seine Position im Radiomarkt ausbauen konnte, hat FM4 in 2016 leicht stagniert. Im Schnitt hörten täglich 280.000 Österreicher FM4. Der Marktanteil lag bei 2 %. In der Altersgruppe 14 bis 49 erreichte FM4 2016 eine Tagesreichweite von 5,8 %.

FM4 ist eine weit über die Landesgrenzen hinausgehende Marke. Die Bilingualität und die Konzentration auf Musik abseits des Mainstreams und eine ganz eigene Reflexion über zeitgenössische Themen werden von einer großen Community geschätzt. In der Musterwoche vom 12. bis 18.9. lag die Information mit rund einem Viertel des Wortanteils auf dem gleichen Wert wie im Vorjahr. Auch 30 % Kultur entspricht den Werten von 2015.

2.2.4 Regionalradios

Eine große Kontinuität zeigt sich auch in den ORF-Regionalradios, die ihre Programme überwiegend selbst produzieren. Das hat zur Folge, dass die Wortbeiträge eine sehr breite Vielfalt regionaler Themenfelder anbieten. Die Nähe zu Land und Leuten und zu den Themen aus der Region macht die Stärke des ORF-Regionalradios aus. Der Informationsanteil ging auch in diesem Jahr je nach Aktualität in den einzelnen Bundesländern weiter nach oben. Hohe Informationsanteile haben Radio Burgenland mit 34,7 %, Radio Niederösterreich mit

34,3 % und Radio Tirol mit 34,9 %. Den geringsten Anteil an Information in dem Wortanteil hat Radio Kärnten mit 29,6 %.

Wichtiger Unterschied in der Programmstruktur der Regionalradios und deutliches Unterscheidungsmerkmal gegenüber den nationalen ORF-Radioprogrammen ist in den Regionalradios die Präferenz für die klassische Musikunterhaltung aus Oldies und der Welt der Schlager.

2.2.5 Weitere Radioangebote

Weitere Radioangebote bietet der ORF unter dem Titel „Radio Österreich 1 International“. Hier werden auf den ORF-Kurzwellenfrequenzen seit 2003 Programmteile von Ö1 ausgestrahlt. Für Europa wurde ganzjährig die Ö1-Morgenstrecke mit den beiden Morgenjournalen zwischen 7.00 Uhr und 8.20 Uhr live übernommen. 2016 betrug die durchschnittliche Programmleistung 9 Stunden pro Woche.

Zu den besonderen Programmofferten der ORF-Radioflotte gehört auch Radio AGORA. Der ORF produziert das 24-stündige Vollprogramm für die slowenische Volksgruppe ORF-Radio AGORA seit 2011 mit dem Verein AGORA. Die Medienbehörde KommAustria hat AGORA die Lizenz für die Frequenzen im Siedlungsgebiet der slowenischen Volksgruppen in Kärnten für 10 Jahre bis Juni 2021 erteilt. Die Inhalte der Sendungen entstehen in enger Zusammenarbeit der slowenischen Redaktion von ORF Kärnten und ORF Steiermark.

3. Das ORF.at-Network

Dass sich der ORF 2016 als elektronisches Leitmedium des Landes präsentieren konnte, hängt auch damit zusammen, dass das ORF.at-Network außerordentlich erfolgreich war: Es wurden 2016 durchschnittlich 80,065 Mio. Visits (zusammenhängende Nutzungsvorgänge) pro Monat generiert: eine Steigerung um 21,3 % im Vergleich zu 2015. 97 % aller Page-Impressions entfielen auf Seiten mit redaktionellem Content. Im zweiten Quartal 2016 erzielte das ORF.at-Network den bisherigen Höchstwert von 3,510 Mio. österreichischen Usern ab 14 Jahren pro Monat. Das entspricht einer Reichweite von 56,8 % der österreichischen Online-Bevölkerung ab 14 Jahren. Was die produzierten Storys angeht, liegt in der Kategorie Information die Innen- und Außenpolitik mit zusammen 41 % deutlich vor anderen Kategorien. Die Chronik liegt mit 19 % dahinter, die Wirtschaft mit 12 %. Kultur und Sport folgen mit 8 und 7 % (wie in den Vorjahren wurde auch für das Jahr 2016 die „Story“ bzw. der „Beitrag“ als geschlossene Content-Einheit gewählt, die der quantitativen Auswertung des Outputs des ORF-Onlineangebots zugrunde liegt).

Das redaktionell begleitete und gewartete Debattenforum war als Teilangebot von news.ORF.at für User eine Möglichkeit, sich zu ausgewählten Themen im inhaltlichen

Zusammenhang mit österreichweit ausgestrahlten Fernseh- und Radiosendungen am öffentlichen Diskurs zu beteiligen. Auch hier stieg die Zahl der Postings beträchtlich: Waren es im Jahr 2015 noch 653.890, so war die Beteiligung im Jahr 2016 mit 782.452 um rund 20 % höher.

Dabei ist zu beachten, dass der redaktionelle Leistungsumfang im ORF.at-Network mit rund 170.000 Beiträgen bzw. Storys den gleichen Umfang an Output wie im Vorjahr erzielte.

Schwerpunkte der Berichterstattung waren die drei Wahlgänge der Bundespräsidentenwahl, einschließlich der Aufhebung der ersten Stichwahl, der Wechsel an der Regierungsspitze, der HYPO-Untersuchungsausschuss und die Themenwelt der Flüchtlingsproblematik. Mit „Europas neuen Fronten“ wurde eine mehrteilige multimediale Web-Reportage gestaltet.

Die beiden Großevents „EURO 2016“ und „Olympische Sommerspiele“ wurden jeweils mit eigenen Spezialangeboten multimedial begleitet. Wie schon in den Vorjahren wurden ORF-Initiativen und -Kampagnen wie „Licht ins Dunkel“, „Nachbar in Not“ oder „Bewusst gesund“ auch online unterstützt.

Neue Höchstwerte bei der Nutzungsbetrachtung erzielte die ORF-TVthek. Gemeinsam mit den Videoangeboten auf anderen ORF.at-Seiten generierte die Videoplattform 2016 durchschnittlich 26,3 Mio. Online-Videoabrufe pro Monat. Als stärkste Monate des Jahres und gleichzeitig als bisherige Rekordmonate seit dem Launch der ORF-TVthek waren Mai und Juni mit jeweils 32,7 Mio. Video-Abrufen im gesamten ORF.at-Netzwerk. Einen neuen Exklusiv-Service konnten die ORF-TVthek-User Mitte Oktober nutzen. Beim Film „Terror – Ihr Urteil“, bei dem das Publikum über das Urteil in einem Prozess abstimmen konnte, wurde nicht nur das mehrheitlich gewählte, im TV gezeigte Ende „Nicht schuldig“, sondern auch die „Schuldig“-Version auf der Videoplattform gezeigt.

4. ORF TELETEXT

Das Medium bot seinen Lesern neben einem stets aktuellen Überblick über das wichtigste in- und ausländische Geschehen einen umfangreichen Service mit einer Vielfalt an nützlichen Informationen sowie eine umfassende Programmvorschau zu den Angeboten der ORF-Fernseh- und -Radiosender. In der Seitenbelegung nach Programmfeldern ist die Information mit ihren Inhalten zu Politik, Chronik, Leute, Wirtschaft und Wetter mit 26 % vorne, knapp vor der Programminformation mit 21 %, dem Sport mit rund 20 % und Service/Lebenshilfe mit 18 %. Das gesamte Angebot des ORF TELETEXT ist auch online unter teletext.ORF.at und seit 1. März 2016 über eine kostenlose App verfügbar.

Mit einer Reihe von Innovationen zeigt das vielfach totgesagte Medienangebot, wie aktuell und nachgefragt diese besondere Leistung eines Senders bleibt. So wurde

seit Ende Februar 2016 im ORF TELETEXT in Kooperation mit dem Radiosender Ö1 mit den „Schirm-Gedichten“ jede Woche österreichische Lyrik präsentiert. Die Gedichte werden speziell für diese Aktion geschrieben und sind auf rund 500 Anschläge beschränkt, um auf einer Teletext-Seite Platz zu finden. Ein Jahr lang wird wöchentlich ein neues Gedicht präsentiert. Mit dieser Aktion berichtet der ORF TELETEXT nicht nur über das aktuelle Kunst- und Kulturgeschehen, sondern präsentiert sich selbst als kulturelle Plattform.

5. Spartenkanäle des ORF-Fernsehens

5.1 ORF III Kultur und Information

ORF III Kultur und Information hat im fünften kompletten Sendejahr ein Programm mit den Schwerpunkten Information, Diskussion, Dokumentation, Magazine und Kultur ausgestrahlt. Unter dem Motto „Mehr Programm für Österreich“ bot ORF III 2016 ein umfassendes Programm mit neuen Dokumentationen aus österreichischer Produktion und einer ausgiebigen Sommerprogrammierung sowie selbst gesetzte Höhepunkte aus den Bereichen Kunst und Kultur. Durch eine klare Struktur und eine sehr dezidierte Positionierung als ausgewiesener Kultursender erweist sich ORF III als eine wichtige Bereicherung des gesamten ORF-Angebots und erreicht im Jahre 2016 eine durchschnittliche Tagesreichweite von 611.000 Zusehern. Zu den regelmäßigen Schwerpunktakzenten kommen im Jahr 2016 politische und kulturelle Offerten, die den Sender in diesem Jahr als komplementären und kompetenten Kultur- und Informationssender auszeichneten. Zu den Kulturübertragungen mit sehr präzisen Angeboten kamen inhaltliche Schwerpunkte wie das „Fest der Freude“ aus Anlass des Tages der Befreiung von der NS-Herrschaft. Zum Bundespräsidenten-Wahljahr zeigte ORF III die erste Staffel der neuen „zeit.geschichte“-Reihe „Baumeister der Republik“, in der Schauspieler Cornelius Obonya auf den historischen Pfaden der Bundespräsidenten der Zweiten Republik wandelt.

Ergänzend dazu zeigte ORF III „Die 2 im Porträt“ und die Einzelporträts „Norbert Hofer – Die Entscheidung“ und „Alexander Van der Bellen – Die Entscheidung“. Außerdem übertrug ORF III live-zeitversetzt einstündige Diskussionsrunden mit den Bundespräsidentchaftskandidaten der Stichwahl aus dem RadioKulturhaus. Mit der Neuauflage des Politikformats „Runde der ChefrakteurInnen“ erweiterte ORF III sein Portfolio an Eigenproduktionen. Achtmal im Jahr diskutierten ORF-III-Chefredakteur Christoph Takacs und Journalist Peter Pelinka mit einer abwechselnd besetzten Runde österreichischer Chefredakteure, unter anderem über die Themen „Wo steht Österreich?“, „Populismus auf dem Vormarsch?“ oder „Demokratie in der Krise?“.

Unter dem Titel „ZiB 100“ präsentieren die „ZiB“-Moderatoren seit April 2016 von Montag bis Freitag jeweils um 17.25 Uhr 100 Sekunden kompakte Information in ORF III. Dabei wurde ein eigenes Bildformat für die „ZiB 100“ entwickelt: Die

Sendung wird im Hochformat produziert und zur Gänze untertitelt – somit kann sie auch während der Live-Übertragung aus dem Nationalrat gezeigt werden, ohne diese dafür im TV zu unterbrechen.

Darüber hinaus gibt es etwa das neue Wissenschaftsformat „Quantensprung“ und den Gesundheitstalk „MERYNS sprechzimmer“. Ein zusätzlicher Akzent unter den neuen Sendeformaten war die TV-Premiere der zehnteiligen Vorabendreihe „GartenKult“: Kultgärtner Josef Starkl und Moderatorin Katharina Gritzner verraten wöchentlich Wissenswertes rund um den grünen Daumen. Im Herbst präsentierte ORF III neue Folgen der Gesprächsreihe „André Hellers Menschenkinder“ von und mit dem österreichischen Universalkünstler. Heller zeigte unter anderem Regisseur Josef Hader oder Kunstsammler Karlheinz Essl senior.

Ein besonderer Programmakzent des ORF-III-Programmangebots ist für mich der Themenmontag, der ab 20.15 Uhr umfassend und deutlich über bisherige Informationsformate hinausgehend ein Thema variiert, bespielt und mit neuen Erkenntnissen akzentuiert. So etwa der Themenschwerpunkt „Wellness-Boom“ von Wolfgang Winkler oder das große Thema „Wege zum Arbeitsglück“ von Werner Huemer und Harald Scherz. Auffällig auch der Dienstag: Er steht im Zeichen von Kunst und Kultur, mit Buch- und Literatursendungen wie „erLesen“ und „Aus dem Rahmen“, bei dem sich Karl Hohenlohe auf Entdeckungstour in renommierte Institutionen, aber auch in kleine, besonders auffällige Museen begibt. Spannend für mich bleibt die Doku-Leiste „Mythos Geschichte“, die jeden Dienstag auf die prägendsten Momente der österreichischen Kulturzeitung verweist. 2016 war sie unter anderem mit der TV-Premiere der neuen Dokumentation „Auf den Spuren österreichischer Mythen“ vertreten oder mit der neuen Reihe „Lebensräume“, in der berühmte Schauplätze Österreichs wie Schloss Schönbrunn, das Hotel Imperial, die Hofburg und die Wachau dargestellt und unter neuen Blickwinkeln beleuchtet werden.

Um das Demokratie-Verständnis sowie die EU-Kompetenz der Österreicher weiter zu stärken, überträgt ORF III im Rahmen der Programmleiste „Politik live“ die Debatten des Bundes- sowie des Nationalrats in voller Länge. Darüber hinaus überträgt ORF III immer wieder die „ORFDialogForen“, eine Initiative des ORF, den Dialog zwischen Medien und Zivilgesellschaft zu intensivieren, und trägt so zur Stärkung der Media Literacy sowie zur Positionierung des ORF als aktiven Betreiber des Qualitätsmediendiskurses bei.

Am Samstag gibt es Kontinuität unter dem Motto „Unser Österreich“: Das ORF-III-Programm steht am Samstag-Vorabend ganz im Zeichen von Regionalität, Brauchtum, Kultur, Volksmusik, Land und Leute. Zu sehen sind hochwertige Produktionen wie „Land der Berge“ und „Natur im Garten“ sowie Sendungen aus den ORF-Landesstudios. Im eigenproduzierten Format „Gipfel-Sieg“ präsentiert ORF III gemeinsam mit dem Verein RollOnAustria berührende und motivierende Gipfel-Sieg-Gespräche zwischen Personen mit und ohne Behinderung, moderiert von Barbara

Stöckl. Mich hat das Gespräch mit der Schauspielerin Julia Gschnitzer und der ehemaligen Stabhochspringerin Kira Grünberg, die heute querschnittsgelähmt ist, sehr bewegt.

5.2 ORF SPORT +

Gleichzeitig mit ORF III wurde ORF SPORT + vor sechs Jahren gegründet. Der Sender hat also im Jahre 2016 sein fünftes volles Programmjahr hinter sich. Er hat mit seiner inzwischen gelernten Programmierung und seinem Rhythmus von Live-Berichterstattung von Sportereignissen und sportreflexiven, journalistischen Formaten ein eigenes Profil gefunden. Mit der Berichterstattung von Sportarten, die in der Regel weniger im medialen Rampenlicht stehen, leistet ORF SPORT + einen wichtigen Beitrag für die Vielfalt der österreichischen Sportlandschaft. Dabei spielt der Österreich-Bezug bei ORF SPORT + eine zentrale Rolle. In den Kanon der regelmäßigen Übertragungen aufgenommen werden regionale und nationale Veranstaltungen österreichischer Sportverbände und Veranstalter sowie internationale Sportwettbewerbe, bei denen österreichische Mannschaften oder Sportler antreten. Dabei werden auch weniger bekannte Sportarten und ihre Regeln transportiert. Gleichzeitig hat der Breitensport, der Schulsport und der Sport von Menschen mit besonderen Bedürfnissen, wie zum Beispiel den Special Olympics, einen eigenen Platz gefunden. Der Sender bringt seit Oktober 2015 statt der bisher üblichen Drei-Stunden-Programmierung täglich vier Stunden neuen Inhalt für die Zuschauer. Die Vier-Stunden-Fläche beginnt täglich um 19.00 Uhr und endet um 23.00 Uhr. Insgesamt lieferte der Sportspartenkanal ORF SPORT + 2016 rund 8.700 Stunden Sportprogramm. Die Sportarten mit dem größten Sendevolumen waren neben den Mainstream-Sportarten wie Fußball, Autorennsport und Tennis u. a. Yoga, Volleyball, Handball oder der Behindertensport. Insgesamt kamen in dem Spartenkanal ORF SPORT + mindestens 76 verschiedene Sportarten zu Wort.

Gewachsen ist der Output an Live-Übertragungen, darunter auch Spezifika wie die Übertragungen der Pressekonferenzen der österreichischen Fußball-Nationalmannschaft bei der Europameisterschaft 2016 aus Frankreich.

Gut angenommen vom Publikum werden die drei eigenproduzierten Magazine „Schule bewegt“, das Behindertensportmagazin „Ohne Grenzen“, das von den beiden österreichischen Behindertensportlern Claudia Lösch und Andreas Onea präsentiert wird. Bemerkenswert und ein Vorreiter für ein ähnliches Format in anderen europäischen Ländern ist das „Yoga-Magazin“, das die Bevölkerung zum Mitmachen im Sinne der Gesundheitsvorsorge anregt.

5.3 ORF 2 Europe (ORF 2E)

Soweit der ORF über die Senderechte für eine unverschlüsselte Verbreitung verfügt, strahlt ORF 2 Europe (ORF 2E) das Fernsehprogramm von ORF 2 zeitgleich,

unverändert und unverschlüsselt via Digitalsatellit aus. Wenn der ORF aus lizenzrechtlichen oder finanziellen Überlegungen die Rechte nicht besitzt, weil sie für eine unverschlüsselte Verbreitung entweder nicht erwerbbar oder zu teuer sind, gibt es auf dem Sender Hinweise auf das folgende Programm und Teletext-Information. Viele dieser Sendungen werden durch Archivmaterial substituiert. Auf diese Art und Weise können die Österreicher, Geschäftsreisende oder Urlaubende das Aktuellste aus der Heimat erfahren. ORF 2E strahlt sämtliche Informationsformate von ORF 2 aus, unter anderem alle „Zeit im Bild“-Ausgaben und „heute mittag“.

Ausgestrahlt wird ORF 2E von ca. 6.00 Uhr morgens bis ca. 24.00 Uhr. Damit ist ORF 2E eine europaweite audiovisuelle Vertretung Österreichs. Es bringt österreichische Themen nach Europa und macht die europäischen Nachbarn mit der österreichischen Lebensart bekannt und ermöglicht interessierten Europäern, das politische, kulturelle und gesellschaftliche Geschehen in Österreich unmittelbar zu erfahren und zu erleben. In Österreich ist ORF 2E unverschlüsselt über den Digitalsatelliten Astra zu empfangen.

6. Kooperation des ORF mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern

6.1 3sat

Im 32. Jahr seines Bestehens feiert das öffentlich-rechtliche Qualitätsprogramm unter dem Motto „Vier Sender, drei Länder“ das erfolgreichste Jahr. Sowohl in Deutschland wie in Österreich und der Schweiz konnte die Akzeptanz eines anspruchsvollen Programmkonzepts gesteigert werden. In Österreich stieg der Anteil von 1,7 % auf 1,8 %. In Deutschland von 1,1 % auf 1,2 %. Die durchschnittliche Tagesreichweite von 3sat in Österreich ist auf knapp 560.000 Zuseher gewachsen. Insgesamt hat die durchschnittliche Tagesreichweite in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit mehr als 6,3 Mio. Sehern gegenüber 2015 um 500.000 Seher zugenommen.

Das werbefreie öffentlich-rechtliche Qualitätsprogramm, das unter dem Motto „anders fernsehen“ eine „Best of“-Plattform für anspruchsvolles Qualitätsprogramm etabliert hat, erbringt eine technische Reichweite von mehr als 80 Mio. Menschen. In Österreich wird 3sat über alle TV-Verbreitungswege – Satellit, Kabel, Terrestrik – ausgestrahlt. Der Sender ist inzwischen eine klassische Komplementär-Institution für Kultur und Information geworden. Mit thematischen Schwerpunkten und Thementagen weckt 3sat Interesse für hochwertiges Programm. Diese Programminitiativen sind möglich, weil das Programmvermögen der beteiligten Rundfunkanstalten (ARD, ORF, SRF, ZDF) in gebündelter Form zur Verfügung steht. In den 3sat-eigenen Magazinen „Kulturzeit“ und „nano“ zeigt sich die herausragende Synergie eines länderübergreifenden, gesellschaftlich relevanten Public-Service-Fernsehens. „Kulturzeit“ und „nano“ gelten innerhalb der EBU als beispielhafte

Umsetzung für Qualitätsmagazine im täglichen Fernsehen zur zuschauerfreundlichen Sendezeit.

Ein besonderes Kennzeichen für 3sat ist der „Thementag“. Es ist inzwischen eine tragende Programmsäule auch im Marketing für das 3sat-Programm. 24 Stunden lang wird dabei ein Thema aus verschiedenen Perspektiven betrachtet und – je nach Sujet und Programmvorrat – dokumentarisch und fiktional aufbereitet. Der Marktanteil von Thementagen lag 2016 im Schnitt in Österreich bei 2,5 %, die Tagesreichweite mit 686.000 Zusehern deutlich über der Jahresdurchschnittsreichweite. 2016 hatte 3sat insgesamt 23 Thementage im Programm. Fünf davon wurden vom ORF koordiniert, drei mit einem herausragend österreichischen Inhalt: „Weltstadt Wien“, „Mythos Habsburg“ und „Traumkulisse Salzburg“.

Dieser Thementag „Traumkulisse Salzburg“ ist eine exemplarische Umsetzung des Konzepts für Thementage. Aus Anlass der 200-jährigen Zugehörigkeit von Salzburg zu Österreich beauftragt der ORF/3sat eine eigene Dokumentation „Salzburg – Gesamtkunstwerk im Herzen Europas“, in der Regisseur Hannes M. Schalle die Schönheiten von Stadt und Land so bildgewaltig in Szene setzte, dass diese Dokumentation zu den meistwiederholten Dokumentationen des letzten Jahres gehörte. Um dieses Herzstück gestaltete sich das Tagesprogramm mit dem Spielfilmklassiker „Die Trapp-Familie“, die Salzburger-Festspiele-Inszenierung von 2006 mit „Le nozze di Figaro“ und der „Universum“-Dokumentation „Die Hohen Tauern mit Hermann Maier“ zu einem ungewöhnlich großen Erfolg. Erfolgreich auch die Themenwoche „Sex & Love“: Hier blickte 3sat in hochwertigen Filmen auf die Probleme, Tabus und Schwierigkeiten einer aufgeklärten, aber auch überforderten Gesellschaft. Das Thema war die enttabuisierte Sexualität mit all ihren Freiheiten und Problemen. Es stieß erwartungsgemäß auf ein enormes Publikumsinteresse.

Die Liste der 3sat-Top 50 – der 50 meistgesehenen 3sat-Sendungen in Österreich – wird 2016 von einem vom ORF eingebrachten Programm angeführt: Die Krimikomödie „Willkommen in Wien“ wurde am Thementag „Weltstadt Wien“ mit 5,6 % Marktanteil, also dem dreifachen des durchschnittlichen Sendermarktanteils, ausgestrahlt. Insgesamt sind 13 vom ORF eingeplante Sendungen unter den Top 50. Umgekehrt zeigt die Statistik, dass unter den 50 meistgesehenen 3sat-Programmen in Deutschland sieben vom ORF stammen, unter anderem der vom ORF koproduzierte Fernsehfilm „Tod in den Bergen“ mit Ursula Strauss. Österreichischer Spitzenreiter in der deutschen Zuschauergunst bleibt die Live-Übertragung des „Wiener Opernballs“.

Ein bemerkenswertes Symptom für den Erfolg der ORF/3sat-Produktion ist auch der Indikator „internationaler Kaufmarkt“. 2016 wurden die Produktionen aus Wien, die in 3sat gesendet wurden, weltweit mehr als 250-mal an andere TV-Stationen, Video-on-Demand-Plattformen oder Streaming-Dienste und TV-Vertriebe verkauft.

Eine besondere Leistung des ORF bei 3sat besteht auch in der Bereitstellung von Angeboten für Gehörlose und stark hörbehinderte Menschen. So wurden 2016 mehr als 1.600 Sendungen mit Untertitel ausgestrahlt.

Ein anderer traditioneller Fixpunkt im 3sat-Programm bleiben die Live-Übertragungen zu den „Tagen der deutschsprachigen Literatur“ in Klagenfurt. Anlässlich des 40. Jahrestages der Gründung des Lesewettbewerbes und des 90. Geburtstages von Ingeborg Bachmann stand mit der ORF/3sat-Dokumentation „Tabula rasa – Ingeborg Bachmann und das große Wettlesen in Klagenfurt“ (Autorin Barbara Frank) die Dichterin und der Blick in die Geschichte des Bachmann-Preises im Vordergrund. Die viertägige Live-Übertragung der „Tage der deutschsprachigen Literatur“ aus dem ORF-Theater Klagenfurt bildete dann auch wieder einen im deutschsprachigen Feuilleton stark beachteten Schwerpunkt des 3sat-Programms.

6.2 ARTE

Seit April 2001 ist der ORF assoziiertes Mitglied des Senders und damit auch in ARTE-Entscheidungs- und Beratungsgremien vertreten. Im Rahmen dieser erfolgreichen und im Sende-Zentrum Straßburg hoch angesehenen Zusammenarbeit gab es auch 2016 wieder herausragende Dokumentationen sowie gemeinsame Übertragungen von Konzerten, die sich durch Kreativität, Innovation und ein hohes Maß an journalistischer Qualität auszeichnen.

In Österreich erreichte ARTE 2016 einen über die letzten Jahre stabilen Marktanteil von 1,0 %. Das ist exakt auch die Marktanteilsgröße, die ARTE in dem Veranstalterland Deutschland erzielt. In Frankreich, wo die Wettbewerbssituation für Spartenkanäle weniger kompetitiv ist als in Deutschland und Österreich, erzielt ARTE einen Marktanteil von 2,3 %. Dies bedeutet den Rückgewinn eines in den letzten Jahren verlorenen Terrains, wo durch technische Umstellungen ARTE als einer der beliebtesten Hauptstadtsender substanzielle Marktanteile verloren hat.

Eine ganz besondere Koproduktion kam im Bereich Kultur zwischen ORF und ARTE zustande. In der Dokumentation „Die Königin von Wien – Anna Sacher und ihr Hotel“ wird anhand zahlreicher Geschichten über die Gäste und die Betreiber des Hotels die europäische Entwicklung von 1876 bis heute veranschaulicht. Die filmische Reise auf historischen und kulturellen Spuren war erwartungsgemäß ein großer Erfolg beim Publikum. Insgesamt verfolgten auf beiden Sendern mehr als 1,3 Mio. Zuseher diese aufwendig gestaltete Dokumentation.

Ein musikalischer Höhepunkt auf ARTE war die Koproduktion zwischen ORF und ARTE beim traditionellen „Frühling in Wien“. Hélène Grimaud interpretierte das 4. Klavierkonzert von Beethoven im Goldenen Saal des Wiener Musikvereins vor großem Publikum. Bei ARTE gibt es inzwischen regelmäßig über die digitale ARTE-Verbreitung ARTE +7, die eine immer größer wachsende Zahl von Abrufen auch nach dem Ereignis erzielt. Der Kärntner-Landkrimi „Wenn du wüsstest, wie schön es

hier ist“, der bereits 2015 im ORF unter großer Publikumsbeteiligung ausgestrahlt wurde, gehörte mit insgesamt mehr als 3 Mio. Zusehern in Deutschland und Frankreich zu den erfolgreichsten ARTE-Programmen im fiktionalen Angebotsbereich des Jahres 2016 und in der digitalen Nachfrage auf ARTE +7.

6.3 ARD-alpha

Seit dem Jahr 2000 führt der ORF eine Kooperation mit dem ehemals bayerischen Bildungskanal BR-alpha, seit 2014 unter dem Namen ARD-alpha. Ziel der erfolgreichen Kooperation ist es, hochwertige Programmangebote des ORF im Sinne europäischer und internationaler „Special Interest“ zu ergänzen. Für den ORF ist das bundesweit aufgeschaltete ARD-alpha-Programm eine zusätzliche Möglichkeit und Option, seine Qualitätsprogramme unter dem eingeblendeten ORF-Label in einem zusätzlichen Distributionskanal zu präsentieren.

2016 erreichte der Sender ARD-alpha im Jahresdurchschnitt in Deutschland wie in Österreich einen Marktanteil von 0,1 %. Das Österreich-Fenster bei ARD-alpha erreichte in Österreich im Jahreszeitraum von 2016 einen Marktanteil von 0,3 %.

Im Untersuchungsjahr 2016 gab es einen besonderen, inhaltlich gemeinsamen Schwerpunkt: Bayern und Österreich verbindet das 200-jährige Jubiläum „Salzburg in Österreich“. Der Sender thematisiert die Tatsache, dass das Erzbistum mit Bayern eine viel längere Geschichte als mit Österreich verbindet. Als visueller Höhepunkt des Jahres wurde der Vierteiler „Über Österreich – Juwelle des Landes“ von Georg Riha programmiert. Die Reihe war eine eigenproduzierte Studie über die Schönheit Österreichs, präsentiert ausschließlich in Luftaufnahmen.

ARD-alpha-Österreich hat 2016 seine vertraglich geforderte Mindestleistung von 150 Erstsendungen mit rund 250 Stunden Programm deutlich überfüllt.

7. Besondere Detailanforderungen des Gesetzgebers an das Programmangebot

Das ORF-Gesetz hat in unterschiedlichen Paragrafen generelle Qualitätsvorschriften formuliert, die Anforderungen an die Programmstruktur und verbindliche Normen, Vorgaben und Anforderungen an das Gesamtprogramm enthalten. Der Gesetzgeber versteht hier seine normativen Maßnahmen als eine Konkretisierung der Qualitätsvorstellungen und als eine zusätzliche spezifisch österreichische Norm zur Erfüllung des Programmauftrags. Folgende Bereiche sind signifikant:

7.1 Der Anteil europäischer Werke am ORF-Fernsehprogramm

Der Sender soll nach § 11 im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge tragen, dass der Hauptanteil der Sendezeit

seiner Fernsehprogramme, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen bestehen, der Sendung von europäischen Werken vorbehalten bleibt.

Die Statistik des Senders zeigt 2016, dass in ORF eins und ORF 2 die Sendezeit für europäische Werke mit 9.576 Stunden einen Anteil von 66,5 % ergibt. Der Anteil europäischer Werke entsprach somit auch im Jahr 2016 den Vorgaben gemäß ORF-Gesetz.

7.2 Förderung der österreichischen Identität

§ 4 des ORF-Gesetzes schreibt dem ORF vor, Programme zur „Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration“ auszustrahlen. Dabei ist der ORF dazu angehalten, die österreichische künstlerische und kreative Produktion angemessen zu berücksichtigen und zu fördern. 2016 waren ca. 60 % der ORF-Sendezeit (ORF eins und ORF 2) Produktionen gewidmet, die entweder inhaltlich dazu geeignet waren, die österreichische Identität zu fördern, und / oder die in Österreich produziert wurden.

Der ORF hat im Jahre 2016 seinen Auftrag gemäß § 4 Abs. 1 erfüllt und in der Mehrheit Sendungen ausgestrahlt, die der Förderung der österreichischen Identität sowie der österreichischen und künstlerischen, kreativen Produktion dienen. In der Primetime (18.00 bis 22.00 Uhr) betrug der Anteil der Sendungen mit Österreich-Bezug 75,2 % in 2016.

7.3 Angebote anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens

Das Adjektiv „anspruchsvoll“ aus der Formulierung des § 4 Abs. 3 des ORF-Gesetzes, in dem der Gesetzgeber dem ORF vorschreibt, zwischen 20.00 und 22.00 Uhr in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl auszustrahlen, war in den letzten Jahren Gegenstand einer ausführlichen Diskussion zwischen den unterschiedlich beteiligten Gremien und der Geschäftsführung sowie bei denen, die die Qualitätssicherungsmaßnahmen im Einzelnen zu bewerten haben. Da dieser besondere Auftrag für den Hauptabend im Gesetz nicht näher erläutert wird und in der Öffentlichkeit und im Publikum uneinheitlich interpretiert werden kann, braucht es zur Bestimmung der Auftragserledigung eine Konkretisierung der Prinzipien, die bei der Umsetzung des Gesetzes beachtet werden sollen. Dazu gehören unter anderem folgende Vereinbarungen zwischen dem Sender und seinen Gremien.

- Der mit dem Programmauftrag verbundene Programmanteil bezieht sich eindeutig auf „Sendungen“. Damit ist klar, dass grundsätzlich Sendungen aus allen Genres anspruchsvoll sein können.

- Auf der Grundlage der gesetzlichen Wertungen sowie des erfolgten Diskussionsprozesses mit dem ORF-Stiftungsrat und dem ORF-Publikumsrat gilt als vereinbart, dass das Prädikat „anspruchsvoll“ nicht nur auf die jeweils behandelnden Themen und Stoffe, sondern auch auf deren Umsetzung zu beziehen ist. Erst die journalistische und formale, künstlerische Qualität von Fernsehsendungen und die damit dem Publikum gebotene Möglichkeit zur kritischen Auseinandersetzung, qualifizieren diese Programme als anspruchsvoll.
- Der innerhalb des ORF in den letzten Jahren festgeschriebene Kanon von Sendungen, die unter „anspruchsvoll“ gegliedert werden können, zählt vor allem Informations-, Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur-, Religions- und Bildungssendungen auf.
- Besondere Unterhaltungssendungen sollen für die „Anspruchsthematik“ dann in Rede stehen, wenn sie Bildungsinhalte und soziale Kompetenz zu vermitteln versuchen.
- Als Kriterium für ein anspruchsvolles Programm werden seitens des ORF externe Auszeichnungen und Preise sowie Bewertungen durch Expertenkommissionen anerkannt. Darüber hinaus nimmt sich der ORF das Recht, die über Jahrzehnte in Kooperation mit anderen öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten erarbeiteten Maßstäbe und Anforderungen der Zeit anzupassen. „Bündnispartner“ sind unter anderem die europäischen Filmförderungsinstitutionen sowie die Programmnormen bei 3sat und bei ARTE.

Um den Auftrag konkret und operativ nachzuvollziehen, werden aus zwei ORF-Programmwochen des Jahres 2016 Sendungen exemplifiziert, die für die Zuordnung anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm relevant sind. Anhand dieser zwei Programmwochen (7. bis 13. März 2016 und 10. bis 16. Oktober 2016), die repräsentative Zeitpunkte eines typischen Querschnitts durch die Programme des ORF darstellen, wird noch einmal deutlich, dass der uneinheitlich interpretierte Begriff „anspruchsvoll“ eher diskursiv und nicht immer in jeder Eindeutigkeit genau eingrenzbar bleibt. Die zwei Programmwochen versuchen deutlich zu machen, dass der ORF seinen Auftrag erfüllt und im Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl gestellt hat.

Diese qualitative Betrachtung wird durch die ORF-Overall-Befragung weitgehend bestätigt. Im Jahre 2016 sagen von 1.000 Befragten über 15 Jahre 63 %, dass der ORF den Auftrag anspruchsvoller Sendungen im Hauptabendprogramm voll und ganz oder eher schon erfüllt. 20 % sind der Meinung eher nicht, 6 % glauben, dass der ORF überhaupt nicht dieser Vorstellung gerecht wird. 12 % können von sich aus dies nicht beurteilen. Die Zustimmung des Publikums zur Frage, ob der Auftrag erfüllt wurde, nimmt im Vergleich zu 2015 leicht ab. Im letzten Jahr waren es 69 %, die voll und ganz oder eher schon die Erfüllung des Auftrags konstatiert haben. Allerdings zeigt auch der Vergleich mit den diesbezüglichen Ergebnissen aus den Jahren 2011

und folgende, dass die Beurteilung, in welchem Ausmaß der Programmauftrag vom ORF erfüllt wird, über die Jahre ziemlich stabil bleibt und eher zunimmt. Interessant bleibt auch die Differenzierung nach Alter: Bei den unter 30-Jährigen sind 53 % überzeugt, dass der ORF voll und ganz oder eher schon dem Auftrag gerecht wird. Bei den 30- bis 39-Jährigen sind es 59 %, bei den 40- bis 49-Jährigen 62 %, bei den 50 +-Jahrgängen sind es 68 %, die den Auftrag als erfüllt ansehen.

In der Differenzierung nach Bildung zeigt sich, dass die stärkste Zustimmung für die Frage nach der Erfüllung des Auftrags aus dem Bereich derer kommt, die eine Berufs- / Fachschule absolviert haben (64 % voll und ganz und eher schon). Der geringere Teil der Zustimmung stammt von den Bereichen, die Matura / Uni absolviert haben (59 %).

Insgesamt bleibt festzuhalten: Der ORF hat seinen Auftrag aus § 4 Abs. 3 erfüllt. Der Sender hat in seinen beiden Hauptprogrammen in der Regel zur Hauptsendezeit anspruchsvolle Sendungen zur Wahl gestellt.

8. Die Sicht des Publikums auf das Programm: Akzeptanz, Zufriedenheit und Interesse der Zuschauer

In den letztjährigen Diskussionen um das Qualitätsmanagement des ORF war immer wieder deutlich geworden, dass der zentrale Begriff „Qualität“ in seiner Evaluierung eine vernünftige Balance zwischen normativem Anspruch und realer Akzeptanz braucht. Diese Balance hat sich – so meine Erfahrung – immer stärker als ein besonderer Fokus der unterschiedlichen Betrachtungen und differenten Vorgehensweisen herausgestellt. Der Zusammenhang von Qualität und Quote, die gemeinsame Betrachtung von normativem Anspruch des ORF-Gesetzes und die effektive Zufriedenheit des Publikums ist im vergangenen Jahr in der Umsetzung des Qualitätsmanagements durch besondere Studien forciert worden. Neben der klassischen, nun seit Jahren in der gleichen Weise und deshalb für Zeitvergleiche außergewöhnlich brauchbaren Overall-Befragung wurde mit der ORF-Publikumsratsstudie 2016 über „Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die innenpolitische Berichterstattung im ORF“ ein besonderer Schwerpunkt gesetzt. Ich hatte eingangs darauf verwiesen, dass das Jahr 2016 mit seinen politischen Turbulenzen ein besonders zugespitztes Jahr auch für die Medien war. Noch nie waren weltweit die Grundlagen klassischer Publizistik, also Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit, Orientierungsqualität und Wahrhaftigkeit so im Feuer unterschiedlicher Bewertungen wie in diesem vergangenen Jahr. Die innenpolitische Polarisierung von Gesellschaften, wie sie auch in Österreich im Jahre 2016 durch den sehr langen Präsidentschaftswahlkampf zum Ausdruck kam, ist eine außerordentliche Nagelprobe für Anspruch und Akzeptanz eines Mediums. Sie sind ein Fingerzeig dafür, inwieweit auch durch die großen Umbrüche durch die digitale Revolution die Funktion, Bedeutung, Reputation und Meinungsführerschaft eines

bislang zentralen und nationalen Mediums valide oder infrage gestellt ist – und wie sich der Qualitätsbegriff im Sinne des Public Value auch in den Anfechtungen der Turbulenzen bewährt.

8.1 Die Overall-Befragung 2016

Einen wichtigen „Lackmus-Test“ für die komplexe Fragestellung stellt seit Jahren die ORF-Overall-Befragung dar. Die Umfrage, die als eine persönliche Befragung von rund 1.000 Österreichern ab 15 Jahren durchgeführt wird, stellt methodisch eine stringente Fortführung der bisherigen Vorgehensweisen dar.

Im Zeitverlauf lassen die Erhebungsdaten erkennen, dass das Interesse an den wichtigen Themenfeldern in der Bevölkerung zunimmt. An Information waren 2012 81 % sehr oder eher interessiert, 2016 sind es bereits 91 %. Auch das Interesse an Unterhaltung nimmt zu. Es stieg aus einem Interessenanteil von 76 % der Österreicher im Jahr 2012 auf 87 % im Jahr 2016.

Wenn man dieses allgemeine Interesse auch auf die einzelnen Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext differenziert, zeigt sich, dass das Interesse der Befragten bei allen Medien am häufigsten auf den Themenbereich Information zielt, allerdings ist der Bereich Unterhaltung im Fernsehen und Radio nahezu gleichauf mit dem Thema Information. Also: 90 % sind sehr oder eher an Informationen im Fernsehen interessiert. Fast ebenso viele (86 %) sind aber auch an Unterhaltung im Fernsehen interessiert. Ähnlich sind die Proportionen im Radio. An Sport im Fernsehen sind 55 % und an Kultur im Fernsehen sind 47 % sehr/eher interessiert.

Bei den Medien Internet und Teletext steht die Information eindeutiger im Vordergrund: 86 % sind sehr oder eher an Information im Internet interessiert, während 65 % Interesse an Unterhaltung im Internet artikulieren.

Ein Kernstück der Overall-Befragung des ORF ist der Zusammenhang zwischen dem Interesse und der Zufriedenheit. Es ergeben sich in 2016 folgende Ergebnisse:

Mit der Information im ORF-Fernsehen sind nach den vorliegenden Daten 74 % zufrieden (42 % sehr zufrieden, weitere 32 % eher zufrieden), 11 % sind weder zufrieden noch unzufrieden und 7 % sind eher nicht oder gar nicht zufrieden. Im Quervergleich zu den letzten Jahren von 2012 ab (mit dem Beginn der Zunahme der Marktrelevanz der digitalen Medien) ist festzuhalten, dass der Anteil der Personen, die mit der Information im ORF-Fernsehen sehr oder eher zufrieden sind, konstant bei mehr als 70 % liegt. Und: Der Anteil der mit Information Unzufriedenen bleibt unverändert zwischen 5 % und 7 % in engen Grenzen.

Mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen sind 58 % sehr oder eher zufrieden, 22 % diesbezüglich unentschieden und 10 % sind mit der Unterhaltung im ORF-Fernsehen nicht zufrieden. Mit Ausnahme des Jahres 2015 und seiner exponierten Position durch den „Eurovision Song Contest“ in Wien, wo der Anteil der sehr Zufriedenen auf

37 % ging, ist der Anteil der sehr Zufriedenen im Quervergleich seit 2012 relativ konstant: 2012: 29 %, 2013: 28 %, 2014: 23 %, 2016: 28 %).

Mit Sport im ORF-Fernsehen sind gegenwärtig 58 % der Österreicher ab 15 Jahren sehr oder eher zufrieden. 7 % sind mit Sport im ORF-Fernsehen unzufrieden und der verbleibende Rest enthält sich der Stimme oder ist indifferent. Der Wert von 26 % sehr Zufriedenen und 32 % eher Zufriedenen im Jahre 2016 macht deutlich, dass der Anteil derer, die mit Sport zufrieden sind von 2012 bis 2016 etwas zugenommen hat. Konstant bleibt dabei die in den letzten Gutachten immer wieder herausgehobene Polarisierung zwischen den Interessierten und Indifferenten: Zufrieden sind vergleichsweise häufig jene mit dem Sport im Fernsehen, die auch ein großes Interesse am Sport haben.

Am häufigsten auf Unzufriedenheit trifft das Thema Kultur im Fernsehen, allerdings in Grenzen (2012: 10 % eher/gar nicht zufrieden, 2013: 14 %, 2014: 12 %, 2015: 15 %, 2016: 9 %). Der Anteil der Personen, die mit Kultur im Fernsehen sehr oder eher zufrieden ist, liegt zwischen 42 % (2012) und „starken“ 55 % (2016). Insoweit ist 2016 ein „besseres“ Jahr. Aus den unterschiedlichen und nicht in der gleichen Kontinuität durchgeführten Untersuchungen vergleichbarer Sender in Europa zeigt sich, dass der Wert für den ORF außerordentlich hoch ist.

Zufriedenheit mit den Themenfeldern im ORF-Radio:

Auch im ORF-Radio entfällt der höchste Anteil an Zufriedenen auf den Themenbereich Information vor Unterhaltung, Kultur und Sport. 69 % der Befragten sind mit der Information sehr oder eher zufrieden, 7 % sind weder zufrieden noch unzufrieden, 5 % sind eher nicht oder gar nicht zufrieden und bei 19 % gibt es keine Angabe. Dies entspricht in etwa der Verteilung der Vorjahre. Im Prinzip trifft dies auch auf den Themenbereich Unterhaltung im ORF-Radio zu, der mit 62 % den zweithöchsten Anteil im Ranking aufweist. Bemerkenswert ist, dass das Unterhaltungsinteresse auch im Radio steigt.

Mit dem Themenbereich Sport im ORF-Radio sind 43 % sehr oder eher zufrieden. Die Medienforscher sprechen insgesamt von einer konstanten Datenlage der letzten fünf Jahre. Rund vier von zehn Hörern sind über die Jahre hinweg mit dem Sport im ORF-Radio sehr oder eher zufrieden und zwischen 8 und 13 % liegt die Spanne der damit Unzufriedenen. Gleiche Konstanz ist im Thema Kultur im ORF-Radio anzumerken. Gegenwärtig sind 44 % sehr oder eher mit dem Thema Kultur im Radio zufrieden. Das ist deutlich mehr als jener Anteil, der an Kultur im Radio grundsätzliches Interesse zeigt. Wie in den letzten Gutachten schon dargestellt gilt sowohl bei Information als auch bei Unterhaltung, Sport und Kultur im ORF-Radio die Anmerkung, dass jeweils unter jenen Personen, die am spezifischen Themenbereich im Radio interessiert sind, ein signifikant höherer Anteil damit zufrieden ist als bei der Gesamtheit der Hörer.

Zufriedenheit mit den Themenbereichen im ORF-Internet:

Im längerfristigen Zeitverlauf gesehen ist der Anteil derer, die mit der Information auf den ORF-Sites zufrieden sind, relativ stabil: 65 % sind aktuell sehr oder eher mit der Information dort zufrieden.

Anzumerken ist, dass im Laufe der letzten fünf Jahre die subjektive Bedeutung des Internets und die individuelle Relevanz des neuen Mediums eine deutliche Wandlung vom beruflich motivierten Kommunikations- und Informationsmedium hin zu dem den Alltag bestimmenden Unterhaltungsinstrumentarium erfahren hat. Immer mehr Personen erwarten vom Internet Unterhaltungsangebote. Dieser Trend wird in der Overall-Befragung 2016 nochmals bestätigt. Nach den vorliegenden Daten sind 47 % derjenigen, die auch ORF-Sites nutzen, mit dem Thema Unterhaltung im ORF-Internet sehr oder eher zufrieden, 16 % sind diesbezüglich indifferent, 5 % kritisch, 33 % der Befragten machen keine Angabe. Die Mittelwerte, welche in Schulnoten die Form der Zufriedenheit ausdrücken, reichen von 2,4 in 2014 bis zu 2,1 in 2016.

Mit Sport im ORF-Internet sind gegenwärtig 42 % sehr oder eher zufrieden, 8 % unzufrieden. In ähnlicher Form schlägt diese Proportion auch beim Thema Kultur und im ORF-Internet auf: 49 % Zufriedene, 6 % Unzufriedene. Im Themenbereich Kultur zeigen sich im Internet positive Entwicklungen gegenüber den Vorjahren. Die Schulnote, die in 2014 noch bei 2,6 lag, tendiert im Jahre 2016 zu 2,0.

Zufriedenheit mit den Themenbereichen im ORF TELETEXT im Zeitverlauf:

Als Tendenz ist im Zusammenhang mit dem Teletext zu vermerken, dass die Zufriedenheit mit den einzelnen Themenbereichen zunimmt. So betrug der Anteil der Zufriedenen mit der Information im ORF TELETEXT 2012 69 %, während 2016 75 % damit zufrieden sind. Bei dem Thema Unterhaltung verläuft die Entwicklung in diesem eher unterhaltungsfremden Medium von 32 % Zufriedenen im Jahre 2012 hin zu 42 % in 2016, bei Sport von 46 % in 2012 auf 55 % in 2016 und bei Kultur von 26 % in 2012 auf 40 % in 2016.

8.2 ORF-Publikumsratsstudie 2016: Anforderungen und Erwartungen an die innenpolitische Berichterstattung im ORF

Eine spannende Konkretisierung dieser allgemeinen Overall-Befragung 2016 zu den Themen Anspruch, Interesse und Zufriedenheit der Zuschauer ergibt sich aus der Publikumsratsstudie 2016, die konkret die Anforderungen und Erwartungen des Publikums an die innenpolitische Berichterstattung im ORF thematisiert. Die Erhebung fand unmittelbar nach der Wiederholung der Stichwahl um die Bundespräsidentschaft im Dezember 2016 statt (die Overall-Befragung ist traditionell auch aus Vergleichbarkeitsgründen regelmäßig in der ersten Hälfte eines Jahres).

In der Publikumsratsstudie wurde mit einer grundsätzlich veränderten Methodik zur Overall-Umfrage nach Vertrauen in Nachrichten und Informationen in den

österreichischen Medien gefragt. Generell bestätigt das Ergebnis die Reputation von Radio und Fernsehen in diesem Bereich: Das größte Vertrauen bringen die Befragten Nachrichten und Informationen in diesen beiden Medien entgegen. In der Schulnoten-Skala erhält Radio 2,4, das Fernsehen eine Note von 2,5. Es folgt der Teletext mit einem Mittelwert von 2,7, die Printmedien mit einem Mittelwert von 2,9. Die gleiche Bewertung erhalten die Nachrichtenportale im Internet. Am schlechtesten schneiden die sozialen Medien mit einem Mittelwert von 3,6 ab.

Dabei können in den Antworten zu Zufriedenheit und Vertrauen vier Typologien von Mediennutzern unterschieden werden. Der erste Typus mit rund einem Drittel der Befragten bringt ein hohes Vertrauen in alle Mediengruppen. In diese Kategorie fallen überdurchschnittlich Frauen ab 30 und Männer ab 45. Der zweite Typus hat ein grundsätzlich hohes Vertrauen in die Medien mit Ausnahme des Internets. Auch diese Gruppe stellt ungefähr ein Drittel der Befragten. In diese Kategorie fallen überdurchschnittlich viele Befragte mit Hochschulabschluss. Eine dritte Gruppe mit mittlerem Vertrauen in alle Mediengruppen umfasst ungefähr ein Viertel der Befragten. In diese Gruppe fallen überdurchschnittlich Männer, die älter als 30 sind, und Personen mit Pflichtschule/Lehre als höchstem Bildungsabschluss. Eine vierte Gruppe hat ein geringes Vertrauen in alle Medien. Diese Gruppe umfasst 12 % der Befragten und wird besonders geprägt durch junge Männer unter 30 Jahren. Über die Hälfte in dieser Gruppe sind pessimistisch in Bezug auf die Entwicklung und der Lebensqualität in Österreich.

Was die Wichtigkeit der Informationsquellen angeht, so ergibt sich folgendes Ranking:

Wichtigste Informationsquelle über Innenpolitik ist generell das Fernsehen mit 66 %, gefolgt von Tageszeitungen mit 57 %, Radio mit 35 % und Internet mit 32 %. Eine andere Bedeutung gilt für die unter 30-Jährigen: Sie informieren sich zu 44 % im Internet und sind stärker auf dieses Medium fixiert als auf Tageszeitungen. 46 % der unter 30-Jährigen informieren sich im Fernsehen.

Hinsichtlich der Zufriedenheit bewerten die Befragten die innenpolitische Berichterstattung im ORF-Fernsehen auf einer fünfstufigen Skala im Schnitt mit 2,3. ORF-Radios erhalten eine Note von 2,2, ORF-Internet und ORF TELETEXT je eine 2,4 und ORF-Social-Media 3,2. Unter den Mitbewerbern erhalten mit einer Durchschnittsnote von 2,5 die österreichischen Zeitungen und Zeitschriften die vergleichsweise besten Bewertungen. Österreichisches Privatfernsehen und Privatrado erhalten jeweils eine Note von 2,7.

Insgesamt erhält die innenpolitische Berichterstattung des ORF von den Befragten eine Durchschnittsnote von 2,6. Besonders geschätzt wird dabei die Eigenschaft „verständlich aufbereitet“. Kritisch gesehen wird von rund einem Fünftel der Befragten die Auswahl an Experten. Diese ca. 20 % stellen auch Fragen an die Glaubwürdigkeit der innenpolitischen Berichterstattung. Der häufigste Kritikpunkt

bezieht sich auf Neutralität, Sachlichkeit, Wahrheitstreue und Ausgewogenheit der Berichterstattung.

Ganz anders werden innenpolitische Berichte in sozialen Medien allgemein bewertet. In allen Altersgruppen ist das Vertrauen dort vergleichsweise gering: Über die Hälfte der Nutzer innenpolitischer Informationen in sozialen Medien geben an, dass diese „meistens einseitig“ seien, für 44 % entsprechen sie „häufig nicht der Wahrheit“.

Insgesamt bestätigt diese Studie eine deutliche Relation zwischen Erwartung und realem Medienangebot, ebenso bei der Bewertung der Zufriedenheit. Sofern methodische Vergleiche mit der regelmäßigen Umfrage in der BBC über das gesellschaftliche Interesse an innenpolitischen Fragestellungen möglich sind, so zeigt sich, dass der ORF im internationalen Vergleich mit einer solchen Bewertung gut dasteht.

8.3 Gespräche mit dem Publikum: Zufriedenheit und Wahrnehmung der Qualität

In den letzten Jahren wurde im Hinblick auf die Qualität der Formatierung, Gestaltung und Inhalte das Gewicht der Bewertung stärker auch auf die Fragen der Vorstellungen und der Einstellungen der Rezipienten konzentriert. Die im Folgenden aufzuzählenden Betrachtungen über die Zufriedenheit und die Wahrnehmung von Qualität im Publikum zeigen eine breite, analytische Tiefe und einen wichtigen Ertrag im Hinblick auf die redaktionsinternen Verwertungen, Konsequenzen und Veränderungen. Insgesamt erachte ich diese auch im europäischen Quervergleich beispielhafte Maßnahme des ORF als eine relevante Grundlage, um beim Vermessen des Senders im Zeitalter der großen medialen Transformationsprozesse das Verhältnis zum Publikum im Auge behalten zu können. Es bleibt für den Sender wie für die aufsichtführenden Gremien spannend zu sehen, ob und wie das Publikum bereit ist, den ORF als nationales Leitmedium nicht nur zu akzeptieren, sondern aktiv und motiviert zu zeigen, wohin die Reise in der digitalen Welt gehen soll. Neben dem empirischen Herzstück des Qualitätsmonitorings, der Overall-Erhebung, zeigt auch die qualitative Befragung exemplarischer Publika deutlich, dass bei der Migration in die digitale Zukunft die Zuschauer stark mit dem ORF als Leitmedium rechnen wollen.

Im Jahre 2016 hat es drei große Publikumsgespräche im Rahmen der Qualitätssicherung gegeben, zuerst eines über Unterhaltung, das vor dem Hintergrund der wachsenden Interessenlage der Zuschauer für unterhaltendes Programm Kriterien der Zufriedenheit und der individuellen Akzeptanz ins Gespräch bringt. Ein zweites Publikumsgespräch ist das zum Thema Sport, das das sportaffine Publikum diskutieren lässt über die Zufriedenheit mit dem, was das Gesamtangebot des ORF in diesem für die Zuschauer wichtigen Themenfeld bietet und inwieweit der ORF im Verhältnis zu seinen Konkurrenten in diesem hochkompetitiven

Programmfeld weiter punkten kann. Ein drittes Publikumsgespräch fand zum Thema Kultur/Religion statt. Hier geht es wie im vergangenen Jahr um die Frage, inwieweit ein kulturqualifiziertes Publikum die Beiträge des ORF innerhalb seiner Senderflotte hinsichtlich Vielfalt, Anspruch, Umsetzung und Auffindbarkeit schätzt und einschätzt.

8.3.1 Publikumsgespräch Unterhaltung

Mit der klassischen Aufgabenstellung einer qualitativen, nicht repräsentativen Erhebung der Zufriedenheit und Qualitätswahrnehmung des unterhaltungsaffinen Publikums, haben sich 43 Publikumsteilnehmer sowie Programmverantwortliche im ORF-Landesstudio Vorarlberg unter der Moderation von Konrad Mitschka zusammengefunden.

Das unterhaltungsaffine Publikum in Vorarlberg zeigt sich zwar zufrieden mit den Unterhaltungsangeboten in den ORF-Medien und attestiert auch eine hohe Qualität, vergibt aber keine Spitzenwerte. Ganz vorne steht das ORF-Radio, das besser abschneidet als ORF-Internet und ORF-Fernsehen. Generell gesehen liegen die ORF-Offerten in der Einschätzung vor den öffentlich-rechtlichen und privaten Wettbewerbern. Wobei die Konkurrenten teilweise positive Eigenschaften erhalten, wie zum Beispiel „mitreißend“, „spannend gemacht“, „immer etwas Neues“. Es zeigt sich, dass die erstmals in der Nachfrage aufgenommenen Bewegtbildangebote im Internet, wie zum Beispiel auf YouTube, Facebook oder Netflix bereits nach kurzer Zeit in der Lage sind, außerordentliche Reputationswerte zu besetzen und mit relevanten Imagedimensionen zu punkten.

Vielfalt, Live-Fähigkeit, Professionalität, Authentizität, Natürlichkeit, Regionalität und Österreich-Bezug sind in der spontan abgefragten Stärken- und Schwächenanalyse Pluspunkte für die ORF-Unterhaltung im Fernsehen. Dazu kommt: eine hohe Aktualität bei den Serien, ein gutes Kinderprogramm, gute Spielfilme, generell ein „hohes Niveau“ und vor allem im Vergleich mit der kommerziellen Konkurrenz die Werbefreiheit in den Filmen. Als Optimierungspotenziale werden – bei klarem Übergewicht der positiven Reaktionen – etwa bei Sendungen wie „Dancing Stars“ mehr A-Promis postuliert, bei Kabarett mehr Niveau versus mehr Provokation. Insgesamt: mehr Angebote für das jüngere Publikum, weniger Brutalität bei Krimis, weniger Dialekt, mehr Kultfilme; für die einen mehr Filme und Serien im Originalton, für die anderen weniger ausländisches Programm.

Auch beim Radio überwiegen die wahrgenommenen Stärken in der Differenziertheit und dem Niveau die Vielschichtigkeit auf Ö1, „Unterhaltung auf Knopfdruck“ bei Ö3, originelle Musikauswahl bei FM4 und Regionalität zum Beispiel bei Radio Vorarlberg.

Als Verbesserungswünsche werden vom Publikum vorgebracht: mehr Abwechslung auf Ö3, kürzere Musikvorstellungen und weniger Wortbeiträge auf Ö1. Generell sollten Musiktitel ausgespielt werden. Im ORF-Internet wird insbesondere die Stärke der ORF-TVthek wahrgenommen: Verbesserungen wünscht sich das Publikum in

einer attraktiven ORF-TVthek mit einer längeren Abrufbarkeit, einer Erweiterung des Angebots auf mehr Filme und Serien und einer verstärkten Eigenwerbung. Unterstrichen wird der Wunsch nach stabileren Live-Streams und einer besseren Navigation.

Eine Innovation für die Publikumsgespräche: Die Teilnehmer werden im Vorfeld des Publikumsgesprächs um ihre Darlegung zum Thema „Unterhaltung im ORF in 10 Jahren“ gebeten. Neben technischen Neuerungen („Datenbrille“) und einem ausgebauten On-Demand-Angebot sieht das Publikum vor allem in der Vermehrung von Live-Events, der vermehrten Bespielung von sozialen Medien und Spartenkanälen eine perspektivenreiche Erweiterung des ORF-Unterhaltungsangebots. Dabei wurde auch ein Spartenkanal für die Jugend gefordert.

In der Reflexion der Beteiligten wird deutlich, dass sich in der Zukunft eine neue Art der Durchlässigkeit der Programmsäulen Information und Unterhaltung im Sinne von „unterhaltsamer Bildung“, eine Ausbalancierung zwischen traditionellen Werten und Neuausrichtungen und Technologie und Content ergeben könnte. Insgesamt wird die Zukunft für die Unterhaltung auch darin gesehen, dass sie sich kritisch und wahrhaftig im Kontext gesellschaftlicher Strömungen positioniert und nicht zuletzt in einer Vielfalt, die die Breite der Publika anspricht, realisiert.

In einer Gesamtbewertung der Qualität des ORF im Vergleich zu seinen Konkurrenten erhält der ORF eine generelle Note von 2,3 (Radio: 2,3, Fernsehen: 2,5, ORF-Internet: 2,3, Unterhaltung in den ORF-Social-Media: 3,0). Für 25 % des Publikums hat sich die Qualität der ORF-Unterhaltungsangebote generell im Vergleich zum letzten Jahr gebessert, 71 % sehen die Qualität als unverändert an und 4 % attestieren eine Verschlechterung. In der Frage nach der Positionierung der ORF-Unterhaltungsangebote erhält der Begriff „Österreich-Bezug“ 95 % Zustimmung vor der Zuordnung „Unterhaltung nicht auf Kosten anderer“ mit 72 %, „auch für Kinder geeignet“ 69 % und „nicht unter der Gürtellinie“ mit 58 % eine Spitzenposition. Insgesamt wird das Unterhaltungsangebot des ORF als verantwortungsbewusst und „gesittet“ empfunden, aber auch als brav. Ein Programm auf hohem ethischem Niveau, an dem sich auch Kinder unbedenklich erfreuen können und das auch vielfach positiv-pädagogische Komponenten enthält. Allerdings fehlt im Vergleich zu den privaten Sendern die emotionale Faszination, das Packende, Reizvolle, das den Zuschauer mitreißt und damit auch starke Bindungen an bestimmte Sendungen produziert. Im Vergleich zu den deutschen öffentlichen Sendern, wie zum Beispiel ARD und ZDF, wird deren Unterhaltungsprogramm als „erwachsener“ und professioneller eingeschätzt. Interessant ist die Bewertung der österreichischen Privatsender, die einerseits ein spannend gemachtes, originelles Unterhaltungsprogramm bieten, bei dem sich andererseits die Unterhaltung meist auf einem „Erwachsenen-Level“ von erotisierend bis aufregend bewegt.

8.3.2 Publikumsgespräch Sport

Ein sportaffines Publikum hat sich am 27. September mit ORF-Gremienmitgliedern und Programmverantwortlichen über die Frage der Zufriedenheit und der Qualitätszuschreibung zum Thema Sport unterhalten.

Insgesamt ist festzuhalten, dass sich das aus Zuschauern, die gerne Sportinhalte nutzen, zusammengesetzte Publikum mit den Sport-Angeboten der ORF-Medien zufrieden zeigt. Die Qualitätszuschreibungen liegen auf hohem Niveau. Den ORF-Angeboten wird eine bessere Performance zugeschrieben als vergleichbaren Angeboten des Wettbewerbs.

Die Stärken des ORF-Fernsehens liegen im Sport vorrangig bei den Live-Übertragungen, die überhaupt das bevorzugte Sendungsformat der sportaffinen Zuschauer sind. Hier wird dem ORF eine überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit attestiert. Hinsichtlich der Zufriedenheit mit Moderation und Kommentierung zeigt sich das Publikum aber – wie in den vergangenen Jahren – ambivalent. Vor allen Dingen wird die Sinnhaftigkeit der Komoderation hinterfragt und die fragliche Eignung mancher Kokommentatoren wird wieder zum ausführlichen Thema gemacht. Die seit einigen Jahren festzustellende Tendenz, dass Premium-Sportarten dominieren und Randsportarten in den Augen des Publikums unterrepräsentiert erscheinen, wird 2016 noch einmal unterstrichen. Dargestellt wird am Beispiel von ORF SPORT +, dass seine Potenziale noch nicht voll ausgeschöpft werden. Gewünscht werden unter anderem weniger Wiederholungen, Sendungen, die verstärkt zu sportlicher Tätigkeit einladen und entsprechende Talksendungen, die die Ereignisse noch einmal reflektiv in die Hand nehmen.

Die ORF-Radios zeigen sich hinsichtlich Aktualität und Live-Einstiegen bei Sportereignissen gut aufgestellt.

ORF-Internet und ORF TELETEXT werden als aktuell und übersichtlich wahrgenommen. Live-Streams und Sport-Apps werden sehr gerne genutzt. Hier liegen auch die Entwicklungspotenziale in den Augen der Zuschauer: Technisch ausgereifere Streams und Apps und eine längere Verfügbarkeit von Content in der ORF-TVthek liegen in den Optionslisten ganz vorne.

Auch hier wird über die Frage nach der Formatierung des Sports im ORF im Jahre 2026 gefragt: Man erwartet ein „hautnahes Erleben“ durch neue technische Geräte, deren Erprobung bereits jetzt schon zu ahnen ist (360°-Kameras, Drohnen etc.). Deutlich wird auch der Wunsch, dass das Angebot stärker als bisher zeit-, orts- und geräteunabhängig zur Verfügung gestellt wird. Diverse Spartenkanäle sollen Sportinhalte quasi auf Knopfdruck zur Verfügung stellen – und gerade im Internet wird die Forderung nach Sendungen zum Mitmachen gestellt.

Der Sport im ORF erhält von den mitdiskutierenden Teilnehmern gute Noten. Ganz vorne mit 1,8 liegen ORF-Internet und ORF TELETEXT. ORF-Radio erhält eine 2,1,

das ORF-Fernsehen erhält eine 2,3, der Sport-Spartenkanal wird mit 2,5 eher am unteren Ende der Zufriedenheit dargestellt. Insgesamt erhalten die ORF-Angebote in den vier Ausstrahlungsformen eine Note von 2,4. Die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender erhalten 2,6, die österreichischen Privatradiosender 2,7, österreichische Privatfernsehsender 2,9 und deutsche Privatsender 3,4.

Der überwiegende Teil der Befragten sieht die Qualität der ORF-Sportangebote unverändert im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an. Ein Fünftel nimmt eine Verbesserung des Qualitätsniveaus wahr.

In der inhaltlich-qualitativen Positionierung der ORF-Sportangebote liegt der Österreich-Bezug mit 89 %, die regionalen Infos mit 80 %, die hohe technische Qualität mit 68 %, die Vertrauenswürdigkeit mit 68 % und die Kompetenz mit 66 % vorne. Insgesamt und kumuliert über alle erhobenen Imagedimensionen besitzt das ORF-Sportangebot eine Imagestärke von 50 %, d. h. das Angebot ist in der Lage, die Hälfte aller Imagezuschreibungen auf sich zu vereinen. Die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender kommen auf 17 %, die Privatspartensender auf 14 %, die österreichischen Privatsender auf 9 % und die deutschen Privatsender auf 5 %. Auch die Konkurrenz im Netz wie YouTube, Facebook und Netflix sind im Sport noch nicht besonders unterwegs: Mit 6 % der Imagezuschreibungen sind die Bewertungen noch am unteren Ende.

8.3.3 Publikumsgespräch Kultur / Religion

In einem am 30. November im ORF-Zentrum Wien realisierten Publikumsgespräch zum Thema Kultur / Religion, bei dem 43 Teilnehmer aus dem Publikum und ORF-Programmverantwortliche und ORF-Gremienmitglieder dabei sind, wird das Gesamtangebot des ORF im Hinblick auf Kultur und Religion in einem positiven Licht gesehen. Mit der freundlichen Resonanz überwiegt die anerkennende Bedeutungszuschreibung und die Zufriedenheit. Nach Aussagen der Befragten gelingt es dem ORF, sich im öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Wettbewerb vorne zu positionieren.

Den ORF-Angeboten wird generell eine hohe Qualität zugeschrieben, wobei es dem Spartensender ORF III Kultur und Information und dem Radiosender Ö1 in der Wahrnehmung der Teilnehmer überdurchschnittlich gelingt, das Image eines Qualitätssenders mit Kultur zu repräsentieren. Hinsichtlich Kunst und Kultur ist die Qualitätzuschreibung der ORF-Angebote etwas stärker ausgeprägt als bei Religion, Philosophie und Ethik, wie wohl die Sendung „kreuz und quer“ als außerordentlich starke Marke in diesem Bereich aus dem Angebot herausragt. Bemerkenswert: 44 % der Diskutanten sehen im Bereich Kunst und Kultur eine Qualitätsverbesserung im ORF. Das positive Ergebnis ergibt sich daraus, dass viele die quantitative Ausweitung des Angebots positiv bewerten oder dass die Angebote aktueller, moderner und tiefgründiger wirken. Hinsichtlich Religion, Philosophie und Ethik beträgt der Anteil derer, die Fortschritte sehen, 27 %.

Stellt man das Programm des ORF in den Kontext des Wettbewerbs zeigt sich mit einer Imagestärke von 51 % eine signifikante Überlegenheit des ORF auf fast allen Imagedimensionen. Nur bei den Gemeinschaftssendern 3sat und ARTE sind Imagewerte wie Kreativität oder Inspiration stärker besetzt. Die österreichischen Privatsender zeigen Positionierungsstärken durch Provokation und Unterhaltsamkeit der Formatierung.

Als Stärken des ORF-Fernsehens werden der Spartensender ORF III Kultur und Information, die öffentlich-rechtlichen Mehrwerte von ORF III und ORF 2, die Live-Übertragungen von Konzerten, Opern, Theater oder Sendungen wie „kreuz und quer“ und „Kulturmontag“ bewertet. Eine akzentuierte Zustimmung findet auch das Format „Kultur Heute“ in ORF III. Gewünscht werden mehr Beiträge abseits der Mainstream- und Hochkultur, eine weniger brave und kritischere Machart, frühere Sendezeiten, mehr crossmediale Werbung, um auf das breite Angebot aufmerksam zu machen.

Im Radio werden die Stärken des ORF primär durch die Wahrnehmung des Qualitätsführers Ö1 im Bereich Kultur und Religion gebildet. Gute Bewertungen erhält FM4, das den Wunsch nach Unkonventionalität und kritischem Denken stark akzentuiert.

Das ORF-Internet erfüllt mit der ORF-TVthek das Bedürfnis nach nicht linearem, selektiven Fernsehen. Überraschungspunkte macht die News-App, die als modern und kreativ angesehen wird. Einhellig wird vom Publikum gewünscht, dass die Inhalte länger in der ORF-TVthek verbleiben, dass die Suchfunktion verbessert wird, auch ein höheres Maß an Personifizierung wird gewünscht. Bei dem Lob am ORF TELETEXT im Hinblick auf Kürze, Kompaktheit und Reaktionsfähigkeit bleibt aber bei vielen die Kritik, dass der Teletext als veraltet und obsolet angesehen wird.

Für ein Programmangebot im Jahr 2026 stellt man sich ein höheres Maß an Nichtlinearität und größere publikumsindividuelle Selektivität durch Video-on-Demand vor. Man wünscht sich im Jahre 2026 ein zielgruppengerechteres Angebot an die Jugend und eine Verbreiterung des Kulturbegriffs abseits von Mainstream- und Hochkultur. Unterstrichen wird aber auch der Wunsch, dass die österreichische kulturelle Identität in den Programmangeboten akzeptiert bleibt.

Was die Zufriedenheit mit den ORF-Kulturangeboten angeht, so ist der ORF-Spartensender ORF III Kultur und Information mit einer Schulnote mit 1,7 vor ORF-Radio mit 1,8 deutlicher Spitzenreiter. 3sat und ARTE erhalten 2,0 bzw. 2,1. Die öffentlich-rechtlichen Spartensender, wie zum Beispiel Eins Festival, werden mit einer 2,7 bewertet und das deutsche öffentlich-rechtliche Sendersystem mit 2,8. Die österreichischen Privatsender erhalten immerhin noch eine 2,9, die deutschen Privatsender eine 3,5. Schlusslicht sind die österreichischen Privatradiosender mit 3,6.

Hinsichtlich der Zufriedenheit mit Religion im ORF zeigt sich, wie in den letzten Jahren auch, ein grundsätzlich positives Bild, wenngleich sich die Werte bei allen ORF- und Wettbewerbs-Medien auf etwas niedrigerem Niveau bewegen. Höchste Zustimmung erhält mit einer Note von 2,1 das ORF-Radio, zusammen mit dem ORF-Internetangebot. ORF TELETEXT und ORF III kommen auf 2,2, ebenso ARTE. Das ORF-Fernsehangebot wird bei 2,3 gesehen und 3sat bei 2,4. Die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender liegen bei 3,0, die österreichischen Privatsender bei 3,5, die deutschen Privatsender bei 3,7 und die österreichischen Privatradiosender bei 3,8. Was die Qualitätswahrnehmung der ORF-Kultur- und Religionsangebote angeht, so bleibt das Angebot Kunst und Kultur auf ORF III mit 1,6 und das Angebot von Ö1 zum gleichen Thema mit 1,7 deutlich vor den anderen Medien.

Bemerkenswert: Wie schon erwähnt, nimmt ein Großteil der Teilnehmer in der Diskussion einen Aufwärtstrend im ORF wahr. Die Nettoverbesserung beträgt in der Systematik der bisherigen Publikumsgespräche 42 %. Für den Aufwärtstrend werden angeführt als maßgebliche Verbesserung: mehr Angebote, mehr gute Sendungen, mehr Aktualität, größere dynamische Modernität und mehr Tiefe bei gut recherchierten Berichten.

9. Evaluation des ORF-Qualitätsprofils ORF-Radio

Während in den Jahren 2011 bis 2015 die Evaluation der Qualitätsprofile im Bereich ORF-TV durchgeführt und abgeschlossen wurde, umfasst die Evaluation im Jahr 2016 (im Erhebungszeitraum vom 11.10. bis 22.11.) das Qualitätsprofil der ORF-Radioflotte.

Die Radio-Evaluierung hat wie die abgeschlossene Studie über das Fernsehen eine Grundlage in etablierten Methoden der qualitativen Sozialforschung. In einem offenen dialogischen Erhebungsverfahren wird das Publikum in die Diskussion über den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einbezogen. Den Befragten wird Gelegenheit zu einem differenzierten Feedback gegeben, was sodann in einem nächsten Prozess in die Überlegung von Normen und Vorgaben für die ORF-Qualitätssicherung einfließt.

Die Evaluierung gibt einen allgemeinen Überblick darüber, inwieweit der vom ORF formulierte Qualitätsanspruch vom Publikum für wichtig und legitim erachtet wird und inwieweit das erarbeitete normative Bild eines Qualitätsprofils als erfüllt betrachtet wird. In einem nächsten Schritt werden entlang der einzelnen Leistungskriterien die Qualitätswahrnehmung der Befragten und die Perspektiven der Stärken und Schwächen des Programms zusammengefasst. In einem weiteren Verfahren wird im Anschluss an diese Erhebung die Zufriedenheit der Hörer mit den ORF-Radiosendern befragt.

Zusammenfassend lässt sich aus der Sicht der Befragten festhalten:

1. In Bezug auf die ORF-Radioflotte wird mit der empirischen Abfrage von 25 Qualitätsmerkmalen eine hohe Legitimität der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte bescheinigt. Je nach Befragungsgegenstand gibt es eine Zustimmung zwischen 65 und 95 %. Das Qualitätsprofil wird insofern von den Befragten als Anforderungsprofil an ein qualitativ hochwertiges ORF-Radioprogramm bestätigt und verstanden.
2. Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird als glaubwürdig erlebt: Je nach Einzelgegenstand bewerten zwischen 67 und 95 % der Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben. Besonders stark positioniert ist der ORF in der Publikumswahrnehmung hinsichtlich Österreich-Bezug, Aktualität, Seriosität, Verantwortung, Abwechslungsreichtum und kompetenten Moderatoren. Unter den Mitbewerbern bevorzugt rund ein Fünftel der Befragten (19 %) beim qualitativen Sollwert „musikalisch vielfältig“ österreichische Privatradios.
3. Um allfällige Lücken zwischen Soll und Ist des Qualitätsprofils zu schließen, beinhaltet die Evaluation des Qualitätsprofils auch Fragen nach Kritik, Anregungen und individuellen Empfehlungen. Vor dem Hintergrund, dass Radio als Tagesbegleiter von den Nutzern angenommen und gleichsam „nebenbei“ konsumiert wird, ist nach der Meinung der Experten die manifeste Qualitätswahrnehmung der Befragten in der Regel wenig differenziert. Es stehen Aspekte im Vordergrund, die für die Mediennutzung unmittelbar relevant sind: Musikmix, Qualität von Service und Information, Wahrnehmung der Moderatoren. Dabei besteht das größte Publikumsinteresse bei ORF-Radioangeboten an den Programmsäulen Information, Musik sowie Service. Als zentrale Qualitätsanforderung erweisen sich dabei Abwechslungsreichtum und Gestaltung sowie Seriosität und die Aktualität. Drei von vier Befragten sagen, dass sie bei dem Thema Vielfalt, Aktualität, Seriosität, Informationsqualität, Kompetenz und ansprechender Gestaltung die ORF-Leistung als gut bzw. als sehr gut bewerten. Die Befragten verbinden mit dem Begriff Seriosität sowohl die formale Qualität der Präsentation, die detailliert, unaufgeregt bzw. im Vergleich zu Privatradios weniger reißerisch sein sollte, als auch die inhaltliche journalistische Qualität.
4. Die ORF-Radios zeigen sich im Anbietervergleich stark positioniert mit Zuschreibungen der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 54 % („musikalisch vielfältig“) und 73 % („trägt zum kulturellen und kreativen Leben in Österreich bei“). Im Quervergleich zu den Konkurrenten zeigen sich die Stärken der ORF-Radios im Hinblick auf den Österreich-Bezug, auf kulturelle Programmangebote und die Vielfalt an Themen und Sendungen („Differenziertheit“).

5. Im befragten Publikum wird Ö1 durch die hohe Informationsqualität und die Tiefe und vielfältige Angebotsdifferenziertheit hervorgehoben. Die ORF-Regionalradios punkten durch den regionalen Bezug von Information und Service sowie die in Inhalt und Gestaltung vermittelte regionale Identität. Die Befragten geben an, dass darüber hinaus die vielfältige Musikauswahl und die kompetente Moderation als Stärke gesehen werden.
6. In der Befragung wird Hitradio Ö3 akzentuiert durch die vielfältige Musikmischung, den hohen Mehrwert im Bereich Service, die aktuelle und umfassende Information sowie durch die Qualität der Moderatoren.
7. FM4 wird als Sender mit großer Eigenständigkeit und einer ganz individuellen Nachfrage wahrgenommen, wobei insbesondere die Vielfalt und die Aktualität des Musikangebots, die Internationalitäten und die Mehrsprachigkeit überzeugen. Vielfalt und Tiefgang der Angebote im Wortanteil sind sehr geschätzte Eigenarten dieses Senders bei den Befragten.

Bei den Verbesserungspotenzialen werden noch einmal die Wichtigkeit der Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität als die wesentlichen Qualitätsmerkmale der ORF-Radioprogramme angesprochen. Das Publikum muss sich darauf verlassen können, dass in der Berichterstattung jegliche manipulative Darstellung oder Inszenierung unterbleibt. Unabhängigkeit ist dabei nicht nur Recht der journalistischen oder programmgestaltenden Mitarbeiter, sondern auch deren Pflicht. Auch wenn dies weitgehend als gegeben angesehen wird (84 % der Befragten sagen zu dem Item „vertrauenswürdig“, dass es bei dem ORF-Radios im allgemeinen zutrifft), so wird doch eine größere und breitere Vielfalt, ein kreativer Abwechslungsreichtum und eine aktive Innovationsmotivation als so wichtig angesehen, dass diese Hinweise den Experten die Forderung nahelegt: Dieses Niveau ist auf jeden Fall zu verteidigen und gegebenenfalls weiter zu stärken. Was Verantwortung und Wertschöpfung angeht, so verweisen die Experten darauf, dass diese Leistungskriterien vergleichsweise schwach im Qualitätsbewusstsein des Publikums verankert sind. Insoweit bestehen hier noch Potenziale für eine breitere Verankerung des öffentlich-rechtlichen Mehrwerts im Publikum. Konkrete Verbesserungspotenziale sehen Teile des befragten Publikums beim Musikmix (weniger Wiederholung, mehr Abwechslungsreichtum) sowie bei der Werbung (Wunsch nach weniger Werbung).

Das Qualitätsprofil Radio zeigt unter dem Stichwort „Wertschöpfung“, dass die Förderung österreichischer Kultur und Kreativität, aber auch jene des Diskurses zu österreichischer Identität eine beachtenswerte Wertschöpfung bringen kann. Genannt werden: die laufende Unterstützung durch bereits etablierte Akteure der Kreativwirtschaft sowie die Suche nach Nachwuchstalenten. „Wertschöpfung“ wird dabei nicht notwendig als monetär zu verstehen sein, vielmehr ist „intellektuelle Wertschöpfung“ das Anliegen dieses besonderen öffentlich-rechtlichen Wertes. Dies bedeutet, nicht nur die Eliten oder die Interessen der werbewirtschaftsrelevanten

Zielgruppen anzusprechen, sondern die Bedürfnisse der gesamten Gesellschaft im Blick zu haben. Intellektuelle Wertschöpfung, so sagen die Autoren, kann am besten realisiert werden, wenn ORF-Programme Alltagskulturen ebenso thematisieren wie Hochkulturen und Inhalte produzieren, die von einer Vielzahl von Autoren stammen, um mit möglichst vielen Beiträgen Bereiche der „populären“ und „elitären“ Kultur in vielen verschiedenen Vermittlungsformen zu präsentieren.

Der darüber hinaus als wichtig zu erwähnende Wert der „Transparenz“ und die stete Steigerung der Kompetenz seiner Mitarbeiter, darauf verweisen die Autoren mit Nachdruck, ist der Schlüssel zur Umsetzung dessen, was das Publikum verlangt: die Fähigkeit zur medialen Innovation. Gerade die neue Konkurrenz in der digitalen Welt macht deutlich, dass es immer wieder neue attraktive Sendungen und Formate braucht, um das Publikum zu finden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Qualität Zeit braucht: Zeit, um vom Publikum akzeptiert zu werden. Ein entscheidendes Kriterium für die Qualität ist auch die Sprache. Sprache hat auf akustische Verständlichkeit, grammatisch und phonetische Richtigkeit und die allgemein anerkannten (ggf. österreichischen) Sprachgewohnheiten zu achten. Dabei ist regionales Idiom in passendem Kontext durchaus eine Möglichkeit, die Authentizität des Geschehens zu unterstreichen.

Im Fazit zeigt die Sora-Studie 2016 eine hohe Legitimität der einzelnen Soll- und Auftragswerte mit Zustimmungsraten zwischen 65 und 95 %. Das vom ORF definierte Anforderungsprofil an die ORF-Radioprogramme entspricht in hohem Maß den Präferenzen und Werthaltungen des Publikums.

Auch in der Evaluation des Ist zeigt die standardisierte Abfrage über Auftragswerte hinweg eine sehr hohe Zustimmung im befragten Publikum. Zwischen 67 und 95 % der Befragten geben an, dass der jeweilige Auftragswert durch das ORF-Radioprogramm sehr gut erfüllt wird. Die zentralen Publikumsanforderungen des öffentlich-rechtlichen Senders wie Vielfalt, Aktualität, Seriosität, Informationsqualität, Kompetenz werden von jeweils über drei Viertel der Befragten als erfüllt bewertet.

Die Evaluation im Sendervergleich belegt eine hohe Imagestärke des ORF in allen Leistungskriterien mit Zuschreibung der besten Qualität bei den jeweiligen Auftragswerten zwischen 54 und 73 %. Als relevante Mitbewerber werden am ehesten österreichische Privatradios gesehen. Ca. ein Fünftel der Befragten bevorzugt diese Konkurrenten beim Auftragswert „musikalisch vielfältig“ und rund 15 % bei „Innovation“, „Unterhaltung“ und „Publikumsnähe“.

10. ORF-Experten-/Expertinnengespräch: Information

In einer Zeit, in der weltweit in unterschiedlicher Form und Dramatik die Informationsproduktion des journalistischen Alltags kritisch hinterfragt und/oder mit großen Vorwürfen konfrontiert wird, kommt dem Expertengespräch Information im Rahmen der ORF-Qualitätssicherung im Jahre 2016 eine besondere Bedeutung zu. Um eine kritische externe Reflexion der Medienproduktion des ORF zu ermöglichen, wurden namhafte Wissenschaftler aus Österreich und Deutschland dazu eingeladen, Stärken und Schwächen der ORF-Medienleistung zu evaluieren und unter dem Stichwort Information zu qualifizieren.

Durch die Einbeziehung von Experten sollen die Erkenntnisse wissenschaftlicher Forschung, aktueller Trends und Entwicklungen im Mediensektor und in der Zivilgesellschaft näher in Erfahrung gebracht und konkrete Erwartungen, Ansprüche und Forderungen identifiziert werden. Diese Erkenntnisse sollen für eine effiziente, innovative und kreative Weiterentwicklung der Informationsqualität im ORF reflektiert werden.

Umgekehrt sollten die Experten ihrerseits den unmittelbaren Zugang zu ORF-Mitarbeitern nutzen, um einen Einblick in die heutigen Produktionsbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu gewinnen und damit auch die Chance zu realisieren, ihre Vorstellungen und ihre Anliegen direkt an Sendungsverantwortliche weiterzugeben.

Das Gespräch fand am 22. November 2016 im ORF-Zentrum statt. Den Experten wurden vorab folgende Fragestellungen übermittelt:

- Welche Stärken und Schwächen erkennen Sie an den Medienformaten der ORF-Information in TV, Radio und Online?
- Welche konkreten Erwartungen richten sich Ihrer Meinung nach an einen öffentlich-rechtlichen Programmanbieter angesichts der aktuellen gesellschaftlichen und kommunikationstechnologischen Veränderungen und Umbrüche?
- Wie kann die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags des ORF in Hinblick auf Informationsleistungen in Zukunft geleistet werden?

Das Gespräch, das protokolliert, ausgewertet und als Bericht im Namen der ORF-Qualitätssicherung ausgewiesen und den ORF-Abteilungen zur Verfügung gestellt wird, orientiert sich an den Vorgaben zum ORF-Informationsauftrag:

- Das ORF-Gesetz
- Das ORF-Leitbild
- Die ORF-Programmrichtlinien

- Das ORF-Redakteursstatut

- Der ORF-Verhaltenskodex und -Ethikrat

Aus diesen Vorgaben ergeben sich sechs Kategorien, die den roten Faden des Verlaufs des Expertengesprächs darstellen:

1. **Vertrauen** als das Ensemble von Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität.
2. **Orientierung** als eine Summe der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse einer Gesellschaft.
3. **Föderalismus** als die Aufgabe, auch das relevante Regional-Geschehen im Sinne größtmöglicher Meinungsvielfalt abzubilden und zu reflektieren.
4. **Vielfalt** als die Summe sowohl der Umfänglichkeit des Programms als auch der Berücksichtigung der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen.
5. **Verantwortung** als die Grundmaxime öffentlich-rechtlichen Informationswesens, wonach die Menschenwürde und die Grundrechte anderer geachtet werden und das Gesamtangebot sich um Qualität, Integration, Gleichberechtigung und Verständigung zu bemühen hat.
6. **Kompetenz** und **Innovation**, die die Umsetzung in der Programmarbeit auf handwerklich hohem Niveau im Hinblick auf Text, Ton, Kameraführung, Regie, Schnitt etc. verlangen und dabei die technologische Zukunft mit Konvergenz und Trimedialität vor Augen wissen.

Aus den Gesprächen lassen sich zusammenfassend z. B. folgende Anregungen und Empfehlungen zur Programm- und Formatproduktion ableiten: Es wird empfohlen, hohe Aufmerksamkeit auf Faktenchecks zu richten und dabei das Publikum bei der Faktenprüfung miteinzubinden und gegebenenfalls durch ein neues Format zu intensivieren. Wichtig ist dabei, Belehrungen „der Öffentlichkeit“ zu vermeiden und dafür intensiven Dialog auf Augenhöhe mit dem Publikum zu suchen. Eine weitere Empfehlung ist die anstrengende Konzentration auf Kinder und Jugendliche. Es wird empfohlen, neue Möglichkeiten zu suchen, junge Bevölkerungsgruppen durch entsprechende Medienformate und Initiativen zu erreichen.

Neben der Vertiefung der Auslandsberichterstattung wird die Forderung nach Programmen laut, die nicht Probleme zum Thema machen, sondern auch Lösungsansätze bieten. Eine wichtige Rolle spielt das Thema „Komplexitätsreduktion“, also das höhere Maß von Verständigkeit der Information für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen. Anzustreben ist ein „Orientierungswissen“, das bei Einordnung von Fakten hilft: in der Erklärung etwa eines „Begriff des Tages“, einer „Recherche des Tages“, einer „Frage des Tages“ und mit Info-Grafiken, die sich durchaus an der ehemaligen „Mini-ZiB“ orientieren dürften.

Im Bereich der digitalen Welt wird die Spezialisierung und der Ausbau der Online-Kompetenz zum Beispiel durch die Forderung nach einer ORF-Radiothek akzentuiert. Häufig ist die Forderung zu hören nach der Revision des ORF-Gesetzes, vor allem im Hinblick auf Beschränkung im Online-Bereich, wie die „Sieben-Tage-Regelung“ und Verbote im Social-Media-Bereich.

11. Public-Value-Bericht 2016/2017 und Public-Value-Jahresstudie

Mit „neuer Ansprache“ und in einem neuen Format ist der 9. ORF-„Public-Value-Report“ als ein Beitrag des ORF zur Intensivierung der Medienqualitätsdebatte in die Öffentlichkeit gebracht worden. Wie immer nennt der Report dabei die fünf Qualitätsdimensionen: „individueller Wert“, „Gesellschaftswert“, „Österreich-Wert“, „internationaler Wert“ und „Unternehmenswert“. Dies ist der rote Faden und der Themenschirm, unter dem Mitarbeiter sich mit so verschiedenen Fragen wie „Fake News“, dem Umgang mit behinderten Menschen oder dem Ö1-Jubiläum beschäftigen.

Wie in den letzten Jahren geben zahlreiche Mitarbeiter aus TV, Radio und Online einen detaillierten Einblick in ihre Arbeit.

Es gibt eine Videoreihe und eine Printversion. Die Printversion ist auch das Dach für die große Publikationsreihe „TEXTE – öffentlich-rechtliche Qualität“. Diese Edition hat mit mehr als 100 Beiträgen namhafter internationaler Medienexperten eine große Diskussions- und Diskursresonanz nicht nur im deutschsprachigen Raum gefunden. Das aktuelle Heft beinhaltet Beiträge von Medienexperten zur Nachrichtengestaltung in Zeiten des Glaubwürdigkeitsverlustes von Information. Die Videoreihe „next generation“ ergänzt die Aussagen der ORF-Mitarbeiter zur Medienqualität und -zukunft. Dazu hat das Public-Value-Kompetenzzentrum einige der jüngsten ORF-Mitarbeiter gefragt, welche Erwartungen, Ansprüche und Qualitäts-Forderungen sie an den ORF richten – und wie diese Medienqualität im digitalen Europa produziert werden kann.

In einem Beitrag des Public-Value-Berichts 2016/2017 – „Vom Fernsehen zum Nah-Sehen“ – geht Waltraud Langer auf die besondere Herausforderung der Politik-Berichterstattung im Zeitalter von Fake News ein. Damit sich „der Mensch von nebenan im ORF wiedererkennt“, schreibt sie, muss er sich bei uns sehen – in seiner Lebensrealität. Ob es die Alleinerzieherin ist, die Alltag und Beruf mit Mühe meistert, der Hotelier in Obertauern, der keine Köche bekomme, die Frau, die unter größten Anstrengungen ihre betagten Eltern pflegt, die Pensionisten, die jeden Euro zweimal umdrehen müssen: „Sie wollen von uns in ihrer oft schwierigen Lebensrealität gesehen, gehört und wahrgenommen werden.“ Hier müsse öffentlich-rechtlicher Rundfunk hinschauen. Mit Qualität und ohne Zynismus. Nicht nur im Negativen oder im Konflikt stehenbleiben, Information anbieten. Frau Langer berichtet darüber, dass über viele Jahre das ORF-Fernsehen eine Art Lagerfeuer der

Nation war. Seit der Privatisierung und Digitalisierung sei das aufgrund der hundertfachen Konkurrenz von TV-Kanälen und Social Media eingegangen in ein „Meer an Feuerzeugen, das millionenfach mit unterschiedlichsten Inhalten aufleuchtet“. Sie ist für die mediale Zukunft überzeugt: „Niemand kann so sehr wie der ORF eine mediale Heimat anbieten. Unser Publikum soll sich im ORF wie in einem Haus fühlen, mit vielen unterschiedlichen Zimmern – sprich: Inhalten – in denen sich die Menschen dieses Landes wiederfinden. Ein Haus mit starkem Fundament und wirksamen Spielregeln, die das Zusammenleben fördern.“ In diesen wie in ähnlichen Reflexionen und Selbstvergewisserung spiegelt sich die Beschäftigung vieler ORF-Mitarbeiter wieder, den Postulaten und Aufgaben zu entsprechen, die im Qualitäts-Monitoring Jahr für Jahr abgefordert werden. Sie will, ganz im Sinne des ORF-Gesetzes, einen „Rundfunk für alle“, „in dem sich niemand abgehängt fühlt, niemand übersehen wird, unabhängig von ökonomischen Verhältnissen. Der ORF kann genau diese Fläche für Identität bieten, denn sie scheint in den millionenfach irrlichternden Medienangeboten verloren zu gehen.“

Die Public-Value-Jahresstudie widmet sich 2016 dem Bildungsauftrag im digitalen Zeitalter. Die Studienautoren analysieren dabei die beobachtbaren disruptiven Entwicklungen in der Medienwelt, die nicht nur faszinierende Möglichkeiten der Kommunikation, sondern auch zahlreiche Negativeffekte, wie Filterbubbles, Echokammern und die heftig diskutierten Fake News im Netz erzeugen. Auf Grundlage der massiven Veränderungen in Mediennutzung und Medienökonomie werden wesentliche Aufgabenstellungen erörtert, die dazu beitragen können, dass sich öffentlich-rechtliche Medien im digitalen Zeitalter behaupten können und in der Lage sind, eine unterscheidbare Medienqualität für ihr Publikum zu produzieren. Im Zentrum steht die demokratiepolitische Rolle der öffentlich-rechtlichen Medien und die Frage, welche Auswirkungen dabei für den Bildungsauftrag erkennbar sind. Aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Blickwinkeln werden diese Herausforderungen, die sich insbesondere auf die Mediennutzung junger Menschen, einem gesteigerten Partizipationsbedürfnis der Öffentlichkeit und dem Verlangen nach größtmöglicher Transparenz und Faktentreue beziehen, beleuchtet. Es ergibt sich ein aktueller Befund der zurzeit laufenden Entwicklungen und Herausforderungen, der sich der Frage widmet, wie die Medienqualität öffentlich-rechtlicher Medien nicht nur kontrolliert und gesichert, sondern auch in Zukunft unter den Bedingungen der globalen, digitalen Welt hergestellt werden kann.

12. Fazit

Der ORF kann auch im Geschäftsjahr 2016 mit Fug und Recht darauf verweisen, dass er, im Hinblick auf das vom Gesetz geforderte Qualitätsmanagement, den Vorgaben des Gesetzes, den Aufgaben der Gremien und den selbst gesetzten Überlegungen der Redaktionen in umfangreichen Studien, Diskussionen und empirischen Betrachtungen nachgekommen ist. Als externer Gutachter kann ich bestätigen, dass der ORF die Aufgabe der Qualitätssicherung auch im Jahr 2016 mit einem Netz und einem System von unterschiedlich ineinandergreifenden und argumentativ zusammenhängenden Einzelanalysen umgesetzt hat. Der Sender kann in der Breite belegen, dass er in der Kontinuität bisheriger Jahre seine Vorgaben erfolgreich erledigt hat. Meine Aufgabe war es zu prüfen, inwieweit die gesetzlich vorgegebenen Qualitätsstandards sowohl in der Methodik, in der empirischen Vorgehensweise einerseits und in den programmlichen Anstrengungen und in der Einschätzung der Zuschauer andererseits eingehalten worden sind. Die ungewöhnlich vielfältigen Inhalts- bzw. Programmstrukturanalysen, die Diskussion um die neu auftretenden Werteverchiebungen und Erwartungsvarianten, die sorgfältige Umsetzung der einzelnen empirischen Aufträge ermöglichen die Aussage:

Der ORF hat im Jahre 2016 den festgelegten Qualitätskriterien entsprochen.

Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Verfahren die qualitativen und quantitativen Vorgaben des Gesetzes zur Qualitätssicherung umgesetzt hat.