

**Das Qualitätssicherungssystem des ORF
im Jahr 2019**

Gutachten zur Bewertung der Gesamtleistung

Prof. Dr. h.c. Markus Schächter

Mai / Juni 2020

Inhalt

1. Vorüberlegung: Das Gutachten 2019	3
2. Die gesetzlichen Grundlagen für das Qualitätsmonitoring	5
2.1 Public-Value-Bericht	5
2.2 ORF-Jahresbericht	5
2.3 Programmstrukturanalyse	6
2.4 ORF-Overall-Befragung	6
2.5 ORF-Jahresstudien	6
2.6 Publikumsgespräche	7
2.7 Experten-/Expertinnengespräche	7
2.8 Die Evaluierung der ORF-Qualitätsprofile	7
3. Die Jahresstudie 2019: „Informationsdeprivation, News-Avoiding – eine Herausforderung für Demokratie und öffentlich-rechtliche Medien“	9
4. Evaluation des ORF-Qualitätsprofils Kultur/Religion und Ethik 2019	14
5. Der ORF und die Erfüllung seines Auftrags	18
5.1 Fernsehen ORF1 und ORF 2	19
5.1.1 Information	19
5.1.2 Kultur/Religion	21
5.1.3 Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe	22
5.1.4 Sport	22
5.1.5 Unterhaltung	23
5.1.6 Kinderprogramm	24
5.2 ORF 2 Europe (ORF 2E)	25
5.3 ORF III Kultur und Information	25
5.4 ORF SPORT +	26
5.5 Kooperation des ORF im Fernsehen mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern	27
5.5.1 3sat	27
5.5.2 Arte	28
5.5.3 ARD-alpha	29
5.6 Radio	29
5.6.1 Ö1	31
5.6.2 Hitradio Ö3	32
5.6.3 FM4	33
5.6.4 ORF-Regionalradios	34
5.6.5 Radio Österreich 1 International	34
5.7 ORF TELETEXT	35
5.8 Internet (ORF.at)	35
5.9 Anteil europäischer Werke an ORF-Fernsehprogrammen und ORF-Abrufdiensten	36
5.10 Die Vorgabe nach „anspruchsvollen Sendungen“ für das Hauptabendprogr. des ORF-Fernsehens	37
6. ORF-Publikumsratsstudie 2019	39
7. ORF-Publikumsgespräche	41
7.1 Publikumsgespräch Information	41
7.2 Publikumsgespräch Kultur/Religion	43
7.3 Publikumsgespräch Sport	46
8. ORF-Experten-/Expertinnengespräch Unterhaltung	49
9. Public-Value-Bericht	51
10. Fazit	53

1. Vorüberlegung: Das Gutachten 2019

2019 gehört politisch zu den unruhigeren Jahren in der jüngeren Geschichte Österreichs. Mit der „Ibiza“-Affäre und den daraus resultierenden Entwicklungen bis hin zu den Neuwahlen hat sich innen- und gesellschaftspolitisch ein Krisenpotenzial entwickelt. Bis dato vertraute und gelernte politische Selbstverständlichkeiten waren erschüttert.

Die Krise der Politik ist der Ernstfall der Publizistik. Wenn es in der Statik der gesellschaftlichen Ordnung knirscht, bedarf es einer intakten Öffentlichkeit. Als gesellschaftliches Beobachtungssystem hat die „vierte Gewalt“ eine dienende Funktion. Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit seinem Grundversorgungsauftrag und seiner binnenpluralistischen Organisationsform kommt dabei eine herausragende Rolle zu. Als seriöser, pluraler, zuverlässiger und vielfältiger Informationsvermittler übernimmt er einen entscheidenden Auftrag für eine funktionierende Öffentlichkeit. In der Qualität dieses Auftrages ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk „schlechthin konstituierend“ (Weiß und Bandura) für demokratische Meinungsbildungsprozesse.

Vor einem so essenziellen Bedeutungshorizont hat der Gesetzgeber dem öffentlich-rechtlichen ORF schon vor einem Jahrzehnt ein umfangreiches Konzept für ein breit gefächertes Pflichtenheft zur Qualitätssicherung seiner Leistungen vorgeschrieben. In einem jährlichen Evaluierungsprozess seines Programms, seiner Produktionsweisen und seiner Publikumsakzeptanz soll der Sender bis in die Details der unterschiedlichen Organisationsstrukturen belegen, dass es dem ORF während des Jahres angelegen war und gelungen ist, die gesetzlichen und die vom eigenen Selbstbild abgeleiteten Qualitätsnormen in der Programmwirklichkeit umzusetzen.

Das Qualitätssicherungsgesetz und die daraus resultierenden Gremiovorgaben mit der strengen Verpflichtung zum jährlichen Qualitätsmonitoring hatten im Vergleich mit den komparablen Rundfunkanstalten in Europa durchaus den Charakter einer frühen Pionierleistung. Der ORF-Kanon mit seinen Pflichten und Aufgaben wurde in der Folgezeit als Orientierung für die europäischen Diskussionen um die „core values“ und die Schlüsselqualitäten des Public Service angesehen, die den Unterschied zu der kommerziellen Konkurrenz und dem rein ökonomisch ausgerichteten Markt ausmachen. Ab dem Jahr 2015 hat die EBU von sich aus eine offensivere Gangart der expliziten Qualitätsdiskussion begonnen – und dabei auch methodische Anleihen aus dem ORF-Qualitätsmonitoring eingebracht. Europaweit wird seitdem eine öffentlich-rechtliche Qualitätskultur mit ihren Attributen Unabhängigkeit, Vertrauen, Relevanz, Zuverlässigkeit, Zuschauerfreundlichkeit und Exzellenz als eine besondere Leistung für

die Gesellschaft diskutiert – als ein Benefit für die Gesellschaft, der sich aus Profil, Substanz und Glaubwürdigkeit des Senders ergibt.

Der Blick über die Landesgrenzen hinweg zeigt, dass inzwischen fast überall die Fragen nach der Sicherung der Qualität, das Ringen um zeitgemäße Qualitätsdefinitionen, die Konzeptionalisierung eines methodisch plausiblen Qualitätsmonitorings und einer nachvollziehbaren Evaluierung ganz oben auf der Liste der jährlichen „Hausaufgaben“ des Public Service steht. Es zeigt sich aber auch sehr deutlich, dass eine besondere Erfahrung des ORF entscheidend und erfolgskritisch für das Gelingen ist: Qualitätssicherung darf nicht eine abstrakte oder gar saure Pflicht für die Geschäftsleitung oder ausgewählte Mitarbeiter/innen sein. Qualitätsmanagement muss immer konkret als offensiv eingebrachte Bringschuld des Unternehmens gelebt werden.

Sehr deutlich zeigt sich im ORF diese offensive Herangehensweise in der Umsetzung der vorgeschriebenen Evaluierungstools. So ist bei den Publikumsgesprächen und den Experten- und Expertinnendiskussionen eine große Bereitschaft merkbar, mit diesen Instrumentarien konkrete Qualitäts- und Inhaltsaspekte schärfer und gewinnbringender herauszuarbeiten. Ganz besonders spürbar wird die Lust an einer offensiven Herangehensweise bei der Umsetzung des Themas Public Value. Hier werden mit kreativer Ingeniosität und unterhaltender Eleganz die methodischen Schritte eines 18-teiligen Qualitätskonzeptes in Szene gesetzt und nachvollziehbar buchstabiert.

Im Fazit der gesamten Qualitätssicherung zeigt sich weiterhin eine Gültigkeit des bisherigen methodischen Vorgehens. Der vierteilige Baukasten unterschiedlich vernetzter und sich ergänzender Evaluierungsaufgaben bleibt als die bewährte Arbeitsmethodik auch in digitalen Zeiten praktikabel. Der Pflichtenkanon, der vor dem Aufkommen der Social Media entwickelt wurde, zeigt sich als ausreichend abstrakt, um die Entwicklung der digitalen Veränderungen miteinzubeziehen, und konkret genug, um Details des analogen Programms scharf zu fokussieren.

Der Pflichtenkanon bleibt so der Leitfaden für das Gutachten. Dieses hat der Frage nachzugehen, inwieweit der ORF im abgelaufenen Jahr den vom ORF-Gesetz und von den Leitlinien der Gremien vorgeschriebenen Aufgabenkatalog zur Qualitätssicherung inhaltlich korrekt, methodisch sauber und strukturell umfassend erfüllt hat.

2. Die gesetzlichen Grundlagen für das Qualitätsmonitoring: Kriterien und Verfahren zur Umsetzung des gesetzlichen Anspruchs

In den Paragraphen des ORF-Gesetzes wird ein Qualitätssicherungssystem vorgeschrieben, das unter besonderer Berücksichtigung der Unabhängigkeit des Senders, der Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter/innen und der Freiheit der journalistischen Berufsausübung Kriterien und Verfahren zur Sicherstellung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags definiert. Am 11. Mai 2011 wurde ein adaptiertes Qualitätssicherungssystem vom ORF-Stiftungsrat beschlossen, das zusätzliche Maßnahmen vorsieht, die die Leistungen sowohl angebots- als auch publikumsorientiert evaluieren. In der Sitzung vom 20. November 2014 wurden dazu Ergänzungen beschlossen, die die Analyse der Programmstruktur des ORF-Fernsehens insgesamt betreffen.

2.1 Public-Value-Bericht

Der Public-Value-Bericht ist die Dokumentation der „Leistungserfüllung des ORF-Kernauftrags in qualitativen Kriterien“: fünf Qualitätsdimensionen und insgesamt 18 Leistungskategorien, die aus dem ORF-Gesetz, den ORF-Programmrichtlinien, den ORF-Leitlinien sowie aktuellen Anforderungsbedingungen in Gesellschaft und Medienentwicklung abgeleitet werden. Dadurch wird unmittelbar auch die Unverwechselbarkeit des Inhalts und des Auftritts der in der Regel anspruchsvollen Sendungsgestaltung im Hauptabendprogramm und die Qualität in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft dargestellt. Konkrete, nachvollziehbare Beispiele sollen aus dem gesamten Leistungsspektrum des ORF die Qualität der Programmproduktion dokumentieren. Zur wissenschaftlichen Erörterung und Fundierung der Qualitätsdimensionen, der Leistungskategorien und Qualitätskriterien wird die Schriftenreihe „TEXTE – öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs“ herausgegeben, die Expertinnen und Experten, Stellungnahmen und Artikel namhafter Fachleute veröffentlicht. 2019 erschien u. a. eine Ausgabe zum Themenbereich öffentlich-rechtliche Medien und Wahlen.

2.2. ORF-Jahresbericht

Der Bericht bezieht sich auf das Gesamtjahr 2019 und dokumentiert, inwieweit die Aufträge nach den §§ 3 bis 5 ORF-Gesetz im Hinblick auf den Versorgungsauftrag, auf

den öffentlich-rechtlichen Kernauftrag und andere besondere Aufträge sowie die Durchführung der Bestimmungen der §§ 11 und 12 ORF-Gesetz erfüllt wurden.

2.3 Programmstrukturanalyse

Zur Sicherung der Vielfalt und Ausgewogenheit des Inhaltsangebots wird für das Fernsehen und das Radioprogramm jeweils eine Programmstrukturanalyse durchgeführt. Grundlage für die Auswertung des Fernsehvolumens des jeweiligen Kalenderjahres war bis 2012 eine Gruppierung nach Fernsehsendungskategorien der Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT), auf deren Basis eine Auswertung aller Sendungen des Jahres (Totalerhebung) erfolgte. 2013 beauftragte der ORF auf der Grundlage der Entscheidung des BKS vom 18. April 2013, in der eine vom bisherigen Zuordnungsschema im ORF-Jahresbericht abweichende Kategorisierung und ein alternativer Kulturbegriff vertreten wurden, die Universität Wien mit einer entsprechenden Zuordnung. Diese Vorgehensweise wird beibehalten und ist also auch für das Jahr 2019 gültig. Die Programmstrukturanalyse Radio erfolgt als Stichproben-Erhebung. Anhand einer ausgewählten „Musterwoche“ wird der Programmoutput der ORF-Radioangebote analysiert. Seit dem Berichtsjahr 2018 wird die Erhebung von APA-DeFacto unter wissenschaftlicher Leitung von DDr. Julia Wippersberg durchgeführt, das Analyseschema ist dabei über die Jahre gleich geblieben.

2.4 ORF-Overall-Befragung

Die Zufriedenheit des Publikums mit dem ORF und seinen Programm- und Inhaltsangeboten wird mit der Methode der Overall-Befragung ermittelt, bei der jährlich rund 1.000 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren persönlich befragt werden. Dabei werden die Ausprägungen des grundsätzlichen Interesses an den Programmbereichen Information, Unterhaltung, Kultur und Sport jeweils im Fernsehen, Radio, Teletext und Internet sowie die Zufriedenheit mit den ORF-Angeboten in diesen Programmbereichen erhoben. Die Kontinuität der Untersuchung ermöglicht langfristig vergleichbare Publikumsbeurteilungen. Im Jahr 2019 wurde diese Befragung im Zeitraum vom 2. Mai bis 9. Juni durchgeführt.

2.5 ORF-Jahresstudien

Jedes Jahr beauftragt der Publikumsrat eine empirische Studie, die repräsentativ die Themen und die Interessen der Hörer/innen und Seher/innen und die Zufriedenheit mit

dem Programm zum Ausdruck bringen. Thema der Studie 2019 war „Anforderungen und Erwartungen des Publikums bezüglich Meinungs- und Themenvielfalt“. Durchgeführt wurden rund 1.200 Interviews (telefonisch/online, repräsentativ für die Österreicher/innen ab 14 Jahren). Neben dieser Studie für den Publikumsrat beauftragt der ORF jeweils eine Jahresstudie, die sich auf seine Programmleistung und seinen Funktionsauftrag bezieht und eine vertiefende Evaluierung ermöglichen soll. Neben dem Aspekt der Qualitätskontrolle steht auch eine zukunftsorientierte und praxisnahe Grundlage für die Programmarbeit im Vordergrund. Thema der Jahresstudie 2019 war „Informations-Deprivation, News-Avoiding – eine Herausforderung für Demokratie und öffentlich-rechtliche Medien“.

2.6 Publikumsgespräche

Publikumsgespräche sind strukturierte Gruppendiskussionen, zu denen der ORF ausgewählte Publikumsgruppen einlädt, die im Dialog mit Vertreterinnen und Vertretern in den ORF-Gremien bzw. mit Programmverantwortlichen ihre Kritik, Ansprüche und Erwartungen zu den ORF-Programmen und -Aktivitäten darlegen können. Daraus ergeben sich Informationen und Hinweise zur Akzeptanz des bestehenden Angebots und zur weiteren Programmgestaltung des ORF. 2019 fanden die Publikumsgespräche zu den Programmsäulen Information, Sport und Kultur/Religion statt.

2.7 Experten-/Expertinnengespräche

Experten-/Expertinnengespräche haben das Ziel, den Dialog zwischen Programmverantwortlichen und Expertinnen und Experten zum jeweils thematisierten Bereich zu vertiefen. Der Expertise und der oft sehr dezidiert vorgetragenen Meinung von mit dem jeweiligen Thema befassten Wissenschaftlerinnen/Wissenschaftlern wird dadurch breiter Raum gegeben. Das Experten-/Expertinnengespräch 2019 setzte sich mit den ORF-Angeboten aus den Bereichen der Unterhaltung auseinander.

2.8 Die Evaluierung der ORF-Qualitätsprofile

Um sicherzustellen, dass die im ORF-Gesetz geforderten Verfahren und Kriterien der Qualitätskontrolle auch unmittelbar auf die Gestaltung der Programme wirken, werden im Rahmen der Qualitätssicherung Qualitätsprofile erstellt, die die Programmkategorien Information, Kultur/Religion, Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe, Unterhaltung und Sport

umfassen. Qualitätsprofile definieren Leistungskriterien und bestehen aus Auftragswerten, die auf Basis der gesetzlichen Bestimmungen zum ORF-Kernauftrag, der ORF-Programmrichtlinien sowie der Public-Value-Leistungskategorien festgelegt werden, sowie spezifischen Eigenschaften, die sich auf konkrete, jeweils unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen der Arbeitspraxis in den einzelnen Programmbereichen beziehen. Das Qualitätsprofil stellt das SOLL-Bild eines Bereichs dar, das durch externe Evaluierung kontrolliert wird, um gegebenenfalls zu Optimierungsmaßnahmen durch den Vergleich mit einem IST-Bild zu führen. Im Jahre 2019 wurde das Qualitätsprofil für den Bereich Kultur/Religion im Fernsehen durch ein sozialwissenschaftliches Institut extern evaluiert.

3. Die Jahresstudie 2019: „Informationsdeprivation, News-Avoiding – eine Herausforderung für Demokratie und öffentlich-rechtliche Medien“

Zu den Fragen eines aktuellen Qualitätsmonitorings im ORF in Erfüllung der Auflagen des Qualitätssicherungsgesetzes hat sich in den letzten Jahren mehr und mehr die Frage gestellt, inwieweit Qualitätsprobleme aus absehbaren Entwicklungen in der Zukunft nicht bereits jetzt in das Qualitätsmonitoring von heute aufgenommen werden müssen.

Das Vordenken und das Antizipieren von Strukturentwicklungen und das Beobachten möglicher Krisensymptome innerhalb der bisherigen Qualitätskommunikation werden auch im internationalen Rahmen immer mehr zur zentralen Frage der Zukunftssicherung der notwendigen Funktionen öffentlich-rechtlicher Medien. Seit dem Auftreten der disruptiven Medien des Internets und der grundstürzenden Veränderungen innerhalb des Nutzungsverhaltens der Zuseher/innen und Zuhörer/innen hat sich gezeigt, dass vor allem jüngere Nutzer/innen, die sogenannten „Digital Natives“, nicht mehr in den klassischen Nutzungsmustern und Nutzungskonzepten beschrieben werden können. Die Zielgruppe der heute 16- bis 29-Jährigen, die mit digitalen Technologien aufgewachsen ist, bewegt sich souverän in einer zunehmend komplexeren und mehr und mehr abgeschotteten Online-Welt. Sie wird dadurch selbst zu einer treibenden Kraft der digitalen Transformation und agiert sehr autonom in dieser Rolle, in der sie gleichzeitig Objekt und Subjekt wird. Die Medienrepertoires junger „Digital Natives“ sind mit denen älterer Mediengenerationen kaum vergleichbar. Informationsvermittlungen, die vormals von dem linearen Fernsehen abgedeckt wurden, werden von jungen Zielgruppen heute über ganz neue und unterschiedliche Ausspielkanäle genutzt: Social Media, YouTube, Mediatheken bzw. Online-Angebote der Fernsehanstalten oder Streaming-Dienste wie Netflix.

Schon vor Beginn des Zeitalters der digitalen Vernetzung waren die jungen Zielgruppen ein besonders umkämpftes Publikumssegment, das wegen hoher Unterhaltungsorientierung, knapper Zeitbudgets, kurzer Aufmerksamkeitsspannen nur in einer Minderheit an politischen Informationen aktiv interessiert gewesen ist. Studien zeigen, dass sich eine wachsende Gruppe junger Menschen politikmüde gibt und zu tagesaktueller Information klassischer Konvenienz zunehmend auf Distanz geht. Öffentlich-rechtliche Medien müssen sich der Herausforderung stellen, eine Grundversorgung mit tagesaktueller Information auch für diese schwierige und anspruchsvolle Zielgruppe zu kreieren. Die Schlüsselfrage lautet: Wie formatiert muss tagesaktuelle Information aussehen bzw. angeboten werden, damit sich junge

Menschen, die eine distanzierte Haltung gegenüber Politik und Politikjournalismus einnehmen und sich souverän in der Welt unterschiedlicher Kanäle bewegen, auf das Informationsangebot des ORF einlassen oder gar wieder zurück zu einer Nachrichteninformation mit Qualitätsstandards kommen?

Die Jahresstudie 2019 versucht auf diese Frage Antworten zu finden und dem Komplex von Informationsverweigerung junger Mediennutzer/innen empirisch und diskursiv näher zu kommen. Insbesondere geht es um die Jugendlichen, die als politikferne und news-distanzierte Mediennutzer/innen ihren Medienkonsum so ausrichten, dass klassische Informationssendungen darin nicht vorkommen. Die Wissenschaft nennt diese Gruppe „News-Avoider/innen“. In der Untersuchung von Dr. Beate Großegger, Institut für Jugendkulturforschung, wurde speziell diese Frage detailliert untersucht. Es stellt sich heraus, dass Politikverdrossenheit einerseits milieuunabhängig ist, aber Politikinteresse und Vertrauen in redaktionelle Medien und Sendungen des ORF differenziert nach Milieus zu betrachten sind. Junge Menschen mit niedriger und mittlerer formaler Bildung, die in der gesellschaftlichen Debatte auch als Modernisierungsverlierer bezeichnet werden, geben sich in Bezug auf Politik und Journalismus deutlich distanzierter als die bildungsnaher Jugend, die sich gesellschaftlich eher auf der Gewinnerseite sieht. Vor allem in den gesellschaftlichen Milieus, in denen sich junge Menschen selbst als Verlierer sehen, wirkt eine vorhandene Politikmüdigkeit negativ auf das Interesse an Politik in den tagesaktuellen Nachrichten zurück. In den jungen Bildungsschichten dagegen geben immerhin 26 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an, an Politik sehr interessiert zu sein, weitere 40 % bezeichnen sich zumindest etwas interessiert. 36 % haben Vertrauen in Journalisten/Journalistinnen und deren Arbeit, 16 % sind der Überzeugung, dass man nicht alles glauben könne, was die Medien berichten.

Jugendliche und junge Erwachsene stellen bei brennenden gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit keinesfalls eine in sich homogene Zielgruppe dar. In Bezug auf Themensensibilität wie auch Themenbewertung ergibt sich eine für außenstehende Beobachterinnen und Beobachter nicht immer sofort erkennbare Bruchlinie zwischen den Milieus. Das Beispiel „Fridays for Future“ macht diese Unterscheidung exemplarisch deutlich. Diese Bewegung erreicht in den Bildungsschichten einen Bekanntheitsgrad von 80 %. In Milieus, in denen sich potenzielle Verlierer und Verliererinnen mit mittlerer und niedriger formaler Bildung bewegen, ist „Fridays for Future“ gerade einmal 50 % bekannt.

Und es sind auch 50 % der jungen Zielgruppe, die sich zu den Gruppen der Hard-News-Avoider und Entkoppelt-Deprivierten zählen lassen, in deren individuellen Medien-

repertoires klassisch redaktionelle Medien mit qualitätsjournalistischen Inhalten eine sehr nachrangige Rolle einnehmen, Social Media aber einen sehr hohen Stellenwert besitzen. Wenn redaktionelle Inhalte genutzt werden, tendieren News-Deprivierte zu Gratismedien. Ihr Blick auf das tagesaktuelle Geschehen ist nicht davon geprägt, größere Zusammenhänge zu begreifen. Sie fokussieren eher auf Einzelergebnisse, Krisen, Katastrophen und Skandale. Diese Generation „Rückzug“ zeigt sich in ihrem Verhalten sehr stabil. Die Hälfte des jungen Publikums, das sich offen distanziert zur Politik in den Nachrichten zeigt, ist also von einer tiefgehenden Politikentfremdung geprägt. Schlüsselst man die Motive der Politikentfremdung weiter auf, so findet man zunächst eine tiefgehende Politiker/innen-Verdrossenheit, die die jungen Menschen mit ihrer Enttäuschung über ständigen Streit und gebrochene Wahlversprechen begründen. Zweitens sind es subjektiv empfundene Defizite, dass sich die Politik um die eigenen Sorgen und Problem nicht kümmere und für den persönlichen Alltagsbezug nichts bringe. Drittens wird fehlendes Vorwissen bzw. mangelhafte politische Bildung dafür verantwortlich gemacht, dass man Politik nicht verstehen kann und deshalb Politik in den Nachrichten eben nicht interessant findet. Jede/r Zehnte zeigt prinzipiell kritische Distanz gegenüber dem Politikjournalismus, zum Teil weil man ihm unterstellt, nicht objektiv zu sein, zum Teil aber auch deshalb, weil es dem Politikjournalismus offensichtlich nicht gelingt, Politik für diese spezielle Zielgruppe interessant zu vermitteln und Politikberichterstattung für sie relevant zu machen.

Der Bericht fasst zusammen: „Aus lebensweltlicher Sicht der Hard-News-Avoider und der Entkoppelt-Deprivierten trägt die Politik und nicht der Politikjournalismus Hauptschuld daran, dass sie zu politischen News auf Distanz gehen.“ Der Bericht insinuiert, dass diese Entlastung des Journalismus die Journalistinnen und Journalisten vordergründig beruhigen mag, aber dass eine solche Haltung am Problem der informativen Unterversorgung eines beachtlichen Teils junger Menschen wenig ändere. Der Bericht unterstreicht, dass man sich aus dem Integrationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht davonstehlen dürfe.

Was der Politikjournalismus zukünftig tun kann, um die bislang informativ unterversorgte Gruppe junger Hard-News-Avoider und Entkoppelt-Deprivierter besser erreichen zu können, geht in der Jahresstudie die Untersuchung nach und kommt zu einem Ergebnis: Nachrichtenangebote für von Politik-News distanzierte junge Zielgruppen sollen eher ein Miniformat sein, eine Mischung aus News-Ticker und Mini-Magazin mit eher unkonventioneller Themenanordnung, einem unüblichen und bunten Mix aus Genres und Darstellungsformaten, in einer innovativen Bildsprache, anekdotisch erzählt und mit bildhaften Ausdrucksformen gerade bei abstrakten politischen Themen. In einem

Interview mit einem Teilnehmer der „Deep-Insight“-Fokusgruppen heißt es, es soll „gut auf YouTube vorstellbar sein“. Ein solches Nachrichtenangebot sollte online verfügbar und unterwegs multimedial nutzbar sein. Als ein Prototyp gilt die „ZIB 100“: Sie wird sehr positiv bewertet und hat aus Sicht der Zielgruppe durchaus auch hohe Entwicklungspotenziale. Die „ZIB 100“ ist für die Zielgruppe auch deshalb attraktiv, weil sie ultrakurz ist. Die Untersuchung kommt zu dem Ergebnis: Das Potenzial eines Formats wie „ZIB 100“ zeigt sich darin, dass die „Deep-Insight“-Fokusgruppenteilnehmer/innen mehr davon wünschen, also nicht nur eine „ZIB 100“ pro Tag, sondern über den ganzen Tag verteilt, alle zwei oder drei Stunden eine neue Ausgabe. Wichtig dabei für die junge Generation sind „Echtzeitfaktor“ und „Breaking News“ als Qualitätskriterien. Die Untersuchung kommt zu dem Ergebnis: „Worum es geht, ist, die klassische „Nicht-Zielgruppe“ des Politikjournalismus, die Politikdistanzierten, endlich besser kennenzulernen. Das betrifft zum einen die Frage nach relevanten Themen und Aufhängern, die politische Themen in den Aufmerksamkeitshorizont der Politikdistanzierten treten lassen, vor allem im Hinblick auf zielgruppenorientierte Formate, zum anderen aber auch Kommunikationsroutinen, die sich in Zeiten des dynamischen, digitalen Wandels insbesondere bei den digital-orientierten jungen Zielgruppen sehr rasch verändern. Mit anderen Worten: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss an den sich dynamisch entwickelnden Online-User-Kulturen der Jugend dranbleiben.“

Auch Prof. Dr. Olaf Jandura (München) geht in seinem Beitrag „Spagat zwischen Kritisch-Engagierten und Sozialautoritären“ der Frage nach, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit seiner Aufgabe als Grundversorger der Gesellschaft gegenüber gravierenden Entwicklungen zur Segmentierung und Fragmentierung des Publikums zurechtkommt.

In seinem Beitrag über „Digitale Disruption und gesellschaftliche Fragmentierung“ geht Prof. Thomas Steinmaurer (Salzburg) von der „großen Gereiztheit“ (Pörksen) aus, die an einer Überhitzung ihrer Debattenkulturen leidet, wie sie durch Fake News, Social Bots und Diskursaufladungen in digitalen Echokammern befeuert werden. Der Autor verweist auf die Daten des „Digital News Report“, der für das Jahr 2019 zeige, dass allgemein 10 % der in der Studie Befragten soziale Medien als ihre Hauptnachrichtenquelle nutzen. Bei den jüngeren User-Gruppen (18 – 24 Jahre) sind das bereits 36 %. Zudem finden generell rund 30 % über Social Media Zugang zu Online-Nachrichten. In Bezug auf die Kategorie des News-Avoiders gibt es den Hinweis, dass der Anteil derer, die angeben, manchmal aktiv auf News zu verzichten, bei einem Viertel der Befragten liegt. Bei rund einem Drittel kommt dagegen ein Verzicht auf Nachrichten nicht in Frage.

Der Autor vermutet, dass im Zeitverlauf das digitalbasierte Informationsverhalten auf jeden Fall zunehmen wird. Es wird zu weiteren Verschiebungen hin zu digitalen Informations-Environments und dafür typische Nutzungsstile kommen. Sie werden vorangetrieben durch technische Möglichkeiten und algorithmenbasierte Adressierungsformen, andererseits von neuen Nutzungspraktiken der User weiterentwickelt. Der Autor spricht sich u. a. für die Idee der Entwicklung eines Open Public Spaces aus, der der gesellschaftlichen Verantwortung des Service Public als „Vollversorger unserer Demokratie verpflichtet ist“ und als solcher auch Möglichkeiten schafft, einerseits aktuell wirksamen Segmentierungsbewegungen entgegenzuarbeiten und andererseits Anreize für neue themengebundene Vernetzungen zu realisieren.

Ganz dringend ist aus seiner Sicht aber jedenfalls, dass vor dem Hintergrund aktuell sich vollziehender Transformationsdynamiken und der Entwicklung der Digitalisierung in Richtung globaler Monopole die gesetzlich festgehaltene Restriktion für Public Service Broadcaster nicht mehr fortbestehen soll. Insbesondere die 7-Tage-Regelung für die Bereitstellung von Content-Angeboten im Online-Sektor stellt sich im Kontext der aktuell real wirksamen Marktbedingungen und der tatsächlichen Konkurrenzsituation als Restriktion dar, die schnell abgebaut werden müsse.

4. Evaluation des ORF-Qualitätsprofils Kultur/Religion und Ethik 2019

Die Qualitätsprofile des ORF, die zum festen Kanon der im ORF-Gesetz geforderten Qualitätssicherung gehören, sind von der Methodik, der Intensität der Befragung und von der Aussagefähigkeit der gewonnenen Ergebnisse ein besonderes Schwergewicht im Rahmen der qualitativen Erhebung. Die Evaluation hat zwei Ziele: Zum einem wird sie im Bereich der normativen Vorgaben im Gespräch mit dem Publikum detailliert fragen, inwieweit Inhalt und Umfang der Leistungskriterien, die ein Anforderungsprofil an die ORF-Programmkategorien definieren, als Soll-Vorschrift auch für das heutige Verständnis gültig und stimmig ist. Zum anderen soll erfragt werden, inwieweit die Qualitätsprofile und die so definierten Auftragswerte in der Wirklichkeit des Programms auch umgesetzt werden und so für das Publikum einen Mehrwert im Sinne der Public-Value-Leistungskriterien generieren.

Die Evaluation des ORF-Qualitätsprofils erfolgt seit 2011 mit erprobter Methodik der qualitativen Sozialforschung. In einem zweistufigen Verfahren wird mittels einer vorbereitenden Fokusgruppe sowie teilstandardisierten Interviews Befragten in ganz Österreich das vom ORF entwickelte Normen-Gerüst als Soll-Bild eines qualitativ hochwertigen Angebots vorgelegt. Untersucht wird, inwieweit das Publikum die im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte für wichtig und legitim erachtet. In einem zweiten Schritt wird erfragt, inwieweit der ORF seine eigenen Normen und Vorgaben in seinem Programm auch erfüllt und inwieweit der öffentlich-rechtliche Auftrag aus der Publikumssicht erfüllt wird.

Im Jahre 2012 wurde eine erste Evaluierung des Qualitätsprofils Kultur/Religion im Fernsehen durchgeführt. Die Wiederholung einer Evaluationsstudie mit einem ähnlichen methodischen Verfahren ermöglicht insoweit einen Zeitvergleich des Qualitätsprofils und gibt Aufschluss, inwieweit nach sieben Jahren in den aufgeworfenen, grundsätzlichen Fragen das Publikum in einer Kontinuitätsanmutung bleibt oder eine Neuausrichtung von einzelnen Items wünscht. Seit 2011 wird diese Studie folgendermaßen durchgeführt:

- Das dialogische Erhebungsverfahren (Fokusgruppe, teilstandardisierte Interviews) geht über das standardisierte Abfragen von Zufriedenheit hinaus.
- Befragte können ihre Einschätzung und Bewertung ausführlich beschreiben und begründen.
- Detaillierte Meinungen zu Stärken und Schwächen werden erhoben.

- Der Schwerpunkt liegt auf der umfassenden Darstellung der Wahrnehmungen, Zufriedenheitsbewertungen und Qualitätsanforderungen des Publikums.

Insoweit entspricht diese Studie den elaborierten Prinzipien qualitativer Sozialforschung und ist „State of the Art“. Es ist innerhalb des europäischen Diskurses um Qualitätsdefinitionen festzustellen, dass eine Reihe von Sendern inzwischen eine ähnliche Evaluationssystematik betreibt. Insoweit hatte diese methodische Form einer ausgeklügelten Evaluation einen Pioniercharakter in der EBU. Der bereits erfolgte und als ertragreich ausgewiesene Pfad des methodischen Vorgehens, für die Interpretation der Ergebnisse die Fakten der standardisierten Abfrage jeweils mit den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse zu vergleichen und auf Kohärenz und Plausibilität zu überprüfen, hat überzeugt.

Im Ergebnis zeigt sich, dass vor allem die drei V – Vertrauen, Vielfalt und Vermittlung von Wissen – die Qualitätswahrnehmung des Publikums im ORF prägen. Die Abfrage der 22 Qualitätsmerkmale (darunter Aspekte wie kompetent, respektvoll, seriös, verständlich, vertrauenswürdig, verantwortungsvoll, sachlich, vermittelt Hintergrundwissen, vielfältig, Österreichbezug, technische Qualität, pro Kunst und Kultur in Österreich, ausgewogen, österreichische Sprachgewohnheiten, integrativ, Gleichberechtigung von Mann und Frau, breites Angebot, inspirierend, international für Österreich werbend, Internationalität im Angebot, divers in der Darstellung verschiedener Glaubensszenarien) zeigt eine hohe Legitimität und eine breite Nachvollziehbarkeit der im Qualitätsprofil definierten Auftragswerte. Die Zustimmungsraten liegen je nach Item zwischen 71 % und 96 %. Am wichtigsten als Qualitätsmerkmal für das Publikum ist die Kompetenz der Moderatorinnen/Moderatoren und Journalistinnen/Journalisten mit einem Mittelwert von 1,3 auf der Schulnotenskala. Gleich wichtige Anforderungen aus der Sicht des Publikums sind die Items „respektvoll“ und „seriös“ mit ebenfalls jeweils 1,3, gefolgt von „verständlich“, „vertrauenswürdig“, „verantwortungsvoll“, „sachlich“ mit jeweils 1,4. Insgesamt wird das Qualitätsprofil von den Befragten als richtiges und relevantes Anforderungsprofil an qualitativ hochwertige Programmangebote im Bereich Kultur/Religion und Ethik bestätigt. Dies liegt auch auf der Linie der Evaluationsstudie von 2012. Im Rahmen der methodischen Vergleichbarkeit zeichnet sich hier ein hohes Kontinuum in diesen grundsätzlichen Fragen ab.

Der vom Qualitätsprofil formulierte Anspruch an die Programmgestaltung wird im IST als kohärent und glaubwürdig erlebt. Je nach Item bewerten zwischen 58 % und 91 % der Befragten die Erfüllung durch das ORF-Programmangebot als gegeben. Die Zustimmung zu den verschiedenen Eigenschaften variiert zwischen sechs und neun von

zehn Befragten, die die einzelnen Eigenschaften als sehr zutreffend bzw. zutreffend einstufen. Die höchste Bewertung erhielt mit 91 % der Zustimmung das Item „verständlich“. Ebenfalls sehr gut bewertet wurden mit Zustimmungsraten zur Erfüllung von über 80 % die Dimensionen, in denen sich Vertrauen ausdrückt („seriös“, „sachlich“, „vertrauenswürdig“). Ebenso hohe Zustimmung erhält die Dimension Kompetenz („hohe technische Qualität“, „kompetente Moderatoren/Moderatorinnen und Journalisten/Journalistinnen), Verantwortung („respektvoll“, „verantwortungsvoll“) sowie das Item „vermittelt Hintergrundwissen“. Zustimmungsraten zwischen 70 % und 77 % erhalten die Items „ganz Österreich kommt vor“, „Frauen und Männer kommen gleichberechtigt vor“, „ausgewogen“, „vielfältig“ sowie „fördert Kunst und Kultur in Österreich“. Die relativ geringste Zustimmung von um die 60 % erhalten schließlich Merkmale wie zum Beispiel „Bevölkerungsgruppen verbindend“, „österreichische Sprache und Sprachgewohnheiten“, „im Ausland einer der besten Botschafter österreichischer Kunst und Kultur“, „anregend“, „bietet Innovatives“, „informiert über verschiedene Religionen und Glaubensinhalte“ und „zeigt internationale Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern“.

Im Sendervergleich erhält der ORF auf allen abgefragten 22 Items die stärkste Zustimmung. Das Publikum gibt dem ORF im Vergleich der unterschiedlichen Konkurrenten die Höchstqualität bei allen Angeboten zu Kunst und Kultur, Religion, Philosophie und Ethik. Mit einer Zustimmung von über 70 % positioniert sich dabei die Dimension „Österreichbezug“ am stärksten. Ebenfalls gute Zustimmungsraten von über 60 % findet der ORF auf Merkmalen der Verantwortung („verantwortungsvoll“, „verständlich“, „respektvoll“), Vertrauen („seriös“, „vertrauenswürdig“, „ausgewogen“) sowie weiteren Items wie zum Beispiel „kompetentes Personal“. Insgesamt ist das eine überlegene Positionierung der ORF-Angebote im Vergleich zu den Konkurrenten. Aus dem Rahmen fällt: Rund ein Viertel der Befragten bevorzugt öffentlich-rechtliche Spartensender hinsichtlich internationaler Filme und Produktionen aus unterschiedlichen Ländern.

Zu den Besonderheiten der Evaluationen des Qualitätsprofils gehören Fragen nach Anregungen und Empfehlungen, um allfällige Lücken zwischen dem festgeschriebenen SOLL und dem festgestellten IST der Qualitätsprofile zu schließen. So wird zum Beispiel in der Dimension „Vertrauen“ von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Evaluationsprozesse einerseits gefordert, dass mehr Diversität und Offenheit in den Programmofferten zum Ausdruck komme. Ein anderer Teil der Kritiker/innen sieht manchmal „zu viel Augenmerk auf Offenheit und Diversität im ORF“ als Zeichen dafür, was man als „ideologisch“ bzw. beeinflussend erlebt. Was Vertreterinnen und Vertreter

beider Positionen in der Regel eint, ist das Bekenntnis zum respektvollen Umgang und zur Ablehnung von Hetze und abwertender polarisierender Berichterstattung. Als Verbesserungsvorschläge bei der Dimension „Wissen“ wünschen sich einige Befragte noch tiefgründigere Hintergrundinformationen und die Verbesserung der Verständlichkeit. In der Dimension „Vielfalt“ wird von einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine verstärkte Ansprache von jüngeren Zielgruppen gewünscht. Auch der Wunsch nach mehr Internationalität wird von einem kleinen Teil der Befragten mit besonderen Interessenschwerpunkten in diesem Bereich geäußert. Bezogen auf die Vielfalt der Programme, Inhalte und Themen wird immer wieder ein Wunsch nach mehr geäußert: mehr Vielfalt, mehr Neues bringen, immer wieder andere Protagonistinnen, Protagonisten und Gäste präsentieren. Inhaltlich werden dabei sehr unterschiedliche Wünsche eingebracht, darunter die mehr in die Breite gehende Behandlung geschichtlicher, ethischer und religiöser Thematiken, aber auch mehr kulturelle Live-Übertragungen werden erwähnt.

5. Der ORF und die Erfüllung seines Auftrags

Der ORF war im Jahr 2019 das Leitmedium für die österreichische Bevölkerung. Wenn ein Leitmedium definiert wird durch die „ausgeprägte Hauptfunktion in der Konstitution gesellschaftlicher Kommunikation der Öffentlichkeit“ (Udo Göttlich), dann hat der ORF im besonderen Jahr 2019 mit den politisch bewegten Zeiten von „Ibiza“ bis zur Nationalratswahl seine Rolle als Leitmedium und als Markt- und Meinungsführer des Landes ganz besonders unterstrichen – trotz eines verschärften Konkurrenzumfelds, in Österreich leben in 2019 99,7 % der österreichischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren in Haushalten mit digitalem Empfang, d. h. pro Haushalt gibt es rund 100 Sender, davon 80 in deutscher Sprache. Österreich verfügt in Europa über eines der umfangreichsten Programmangebote in der eigenen Landessprache. Insgesamt erreichte der ORF 2019 mit einer durchschnittlichen Tagesreichweite von 3,734 Millionen Zuseherinnen und Zusehern ab 12 Jahren täglich 49,7 % der TV-Bevölkerung. 6,4 Millionen Menschen (Mai/Juni, weitester Seherkreis) sahen die TV-Berichterstattung rund um die innenpolitischen Ereignisse nach „Ibiza“.

Rund 5 Millionen oder 63,2 % hörten 2019 täglich die ORF-Radios Hitradio Ö3, Ö1, FM4 oder die ORF-Regionalradios. Der ORF behält in seiner Radioflotte den sehr hohen Marktanteil von 74 %: Drei von vier gehörten Radiominuten entfallen auf die Angebote der ORF-Radios. Dies ist eine Spitzenposition in Europa.

Das Onlineangebot des ORF wird laut ÖWA Plus (2. Quartal 2019) von so vielen Userinnen und Usern frequentiert wie nie zuvor: Täglich greifen mehr als eine Million (1,084 Mio.) auf das ORF.at-Network zu, was einen neuen Rekord bei der Anzahl an Nutzerinnen und Nutzern bedeutet. Auch die Videoplattform des ORF, die ORF-TVthek wurde 2019 so stark wie nie zuvor aufgerufen. Sie erreicht jeden Monat bereits ein Viertel (25,7 %) aller österreichischen Internetnutzer/innen.

Der ORF TELETEXT wurde mit einem Marktanteil von 63,7 % und 1,014 Millionen Leserinnen und Lesern pro Woche 2019 als Marktführer genutzt.

Das sind die quantitativen Ergebnisse, die als empirischer Beleg dafür gelten können, dass der ORF in seinen vier unterschiedlichen Ausspielwegen mit deutlicher Dominanz die Position des Marktführers für sich beanspruchen kann.

Inwieweit konnte der ORF im Jahr 2019 die von ihm erwartete Qualitätsführerschaft behaupten? Inwieweit konnte der Sender innerhalb der vier wesentlichen Programmgenres „Information“, „Kultur, Religion und Bildung“, „Sport“ und „Unterhaltung und Service“ die qualitativen Anforderungen an Reputation, Relevanz, Zuschauernähe und Akzeptanz

sowie seine Selbstbehauptung, Marktführer mit dem besten Programm für Österreich zu sein, belegen?

5.1 Fernsehen ORF 1 und ORF 2

In den beiden Hauptprogrammen des Senders, die 2019 pro Tag durchschnittlich von 3,6 Millionen Zuseherinnen und Zusehern (12 Jahre und älter) gesehen wurden und die in diesem Jahr netto 17.704 Programmstunden ausgestrahlt haben, ist die bewährte Programmstruktur des ORF, die für Vielfalt in Programmrichtungen und Diversität in den Genres Auskunft gibt, an einer Stellschraube verändert worden. Der Bereich Information steigert sich von 25 % in 2018 auf rund 27 % und der Bereich von Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe von 7 % auf 8 %. Der Anteil des Bereichs Sport geht von 8 % auf 6 % zurück. Stabil gegenüber 2018 bleiben die Anteile von Unterhaltung von 47 %, Kultur/Religion mit 6 % und Familie mit 7 %.

5.1.1 Information

Der Gewinner des Programmjahres 2019 war also das Genre Information, das im Vergleich zu 2018 sein Programmvolumen um 319 Stunden ausgeweitet hat. Gab es im Jahr 2018 4.381 Stunden Information, so hat sich das Programmfeld im Jahr 2019 auf 4.700 Stunden erweitert. Das politisch ereignisreiche Jahr 2019 war deutlich geprägt durch das am 17. Mai 2019 von „Spiegel“ und „SZ“ veröffentlichte „Ibiza“-Video, das zur Abwahl der Regierung, der Einsetzung einer interimistischen Regierung unter der ersten österreichischen Bundeskanzlerin und schließlich zu Neuwahlen führte. Damit war das Thema des Jahres gesetzt.

In der ORF-Overall-Befragung 2019 wird deutlich, dass im Spektrum der Themen das Interesse am Programmgenre Information den höchsten je erreichten Wert realisiert hat. Im Jahre 2019 zeigen 59 % der Befragten, dass sie sehr an Information interessiert sind und 33 % eher interessiert. Zum Vergleich: Im Jahr 2015, immerhin das Jahr der großen Flüchtlingskrise, waren 54 % sehr interessiert und 29 % eher interessiert. Mit 92 % des Interesses ist das Genre Information das am meisten nachgefragte Themenangebot, das damit auch vor der ansonsten führenden Unterhaltung steht. Für das Programmgenre Unterhaltung haben in dieser Umfrage 2019 50 % der Befragten sich als sehr interessiert gezeigt und 38 % eher interessiert. Auch auf die Frage der Zufriedenheit mit den unterschiedlichen Programmangeboten im Jahre 2019 liegt das Informationsgenre vorne. Die Zuseher/innen vergaben in der Befragung nach

Zufriedenheit mit dem Informationsangebot im ORF-Fernsehen eine 1,8 (1 ist sehr zufrieden, 5 gar nicht zufrieden).

Neben den Nachrichtensendungen und den nachrichtlichen Reaktionen auf das aktuelle Zeitgeschehen im Jahr 2019 fallen die Programmschwerpunkte mit historischen Erinnerungen ins Gewicht. Als „elektronisches Gedächtnis des Landes“, wie sich der ORF verschiedentlich deklariert hat, gab es zu den Programmschwerpunkten „30 Jahre Fall des Eisernen Vorhangs“, „80 Jahre Beginn des Zweiten Weltkriegs“, „50 Jahre Mondlandung“ und „100 Jahre Frauenwahlrecht“ ausführliche Sendbeiträge. In Summe waren z. B. mehr als 2,8 Millionen Österreicher/innen zumindest bei einer TV-Sendung über den Ausbruch des Zweiten Weltkrieges dabei, deutlich mehr als ein Drittel aller TV-Zuseher/innen in Österreich.

Zum 100. Jahrestag der ersten Wahlen in Österreich mit aktivem und passivem Wahlrecht für Frauen (16. März) bot der ORF mit einem umfangreichen multimedialen Schwerpunkt besondere Offerten. Der gesamte Schwerpunkt wurde in der Summe von rund 4,0 Millionen Österreicher/innen genutzt. Das entspricht einem weitesten Seherkreis von mehr als der Hälfte (53 %) der österreichischen TV-Bevölkerung (12 Jahre und älter). Das verantwortliche ORF-Redaktionsteam wurde im November 2019 mit dem „Medienlöwen 2019“ ausgezeichnet.

Am 12. November 2019 widmete der ORF einen gesamten Programmtag in ORF 2 von 6.30 Uhr bis 2.45 Uhr einem einzigen Thema: „Unser Klima – Unsere Zukunft“. Insgesamt haben 2,3 Millionen Österreicher/innen die Sendungen des ORF-Klimatags verfolgt, das entspricht knapp einem Drittel der österreichischen TV-Bevölkerung.

Seit dem 14. März 2019 haben österreichische und internationale Dokumentationen einen wöchentlichen Sendeplatz in ORF 1 am Donnerstag ab 20.15 Uhr. Die besondere Sendezeit mit dem „Gong“ zur Hauptabendzeit um 20.15 Uhr ist innerhalb der EBU-Diskussion als herausragend mutig thematisiert worden. Hier bekommt ein altes Genre eine neue Perspektive, die die Dokumentation längst verdient hat.

Zahlreiche Sondersendungen flankierten 2019 die Berichterstattung in den regulären Nachrichtensendungen und informierten über die aktuellen Entwicklungen, vom Schneechaos im Januar und dem Brand von Notre-Dame im April, vor allem rund um die „Ibiza“-Affäre im Mai und die weitreichenden innenpolitischen Folgen, den Rücktritt von Vizekanzler Heinz-Christian Strache und seinen Parteiausschluss. Die Themenliste geht weiter von der Nobelpreisverleihung an Peter Handke bis zu den Unwettern Mitte November und zur Brexit-Debatte.

Was die regulären Nachrichtensendungen angeht, so erzielte die „ZIB 2“ ihr bestes Ergebnis seit 2002 (durchschnittlich 635.000 TV-Zuseher/innen, 25 % Marktanteil). Sie hatte rund um die Regierungsauflösung am 20. Mai 2019 mit knapp 1,3 Millionen Zuseher/innen (45 % Marktanteil) eine der besten Reichweiten für eine reguläre Ausgabe in der Sendungsgeschichte.

Mehrfach hatten auch reguläre „WELTjournal“-Ausgaben 2019 eine Reichweite von über 400.000 Zuseher/innen und damit Bestwerte, wie sie seit 2015 nicht mehr erreicht worden waren. Gut nachgefragt war spätabends „Eco“, das mit der Ausgabe am 24. Januar mit durchschnittlich 536.000 Zuseher/innen einen neuen Reichweitenrekord aufstellte. Zwei monothematische Ausgaben berichteten über Weltmarktführer aus Österreich und 30 Jahre Mauerfall. Im Jahresdurchschnitt kam das Magazin auf 397.000 Zuseher/innen und starke 20 % Marktanteil.

Mit 14 Ausgaben stand 2019 deutlich öfter ein „Runder Tisch“ am Programm. Allein fünf Sendungen widmeten sich der österreichischen Regierung nach der „Ibiza“-Affäre. Vier Ausgaben standen im Zeichen der Nationalratswahl bzw. den Landtagswahlen in der Steiermark und in Vorarlberg und drei Ausgaben begleiteten die Entwicklung rund um den Brexit (durchschnittlich 599.000 Zuseher/innen, 27 % Marktanteil).

5.1.2 Kultur/Religion

2019 waren 1.056 Sendestunden kulturellen und religiösen Sendungen gewidmet (2018: 1.092 Stunden). Davon entfielen 403 Stunden auf das Thema Kunst und 80 Stunden auf den Bereich Theater. E-Musik wurde in 48 Stunden offeriert, E-Filme wurden in 411 Stunden ausgestrahlt. Die Religion brachte es auf 114 Stunden und damit um 13 % mehr als im Jahr davor.

Insgesamt blieb das Kultur-TV-Angebot im ORF auf den Sendern ORF 1 und ORF 2 auf dem hohen Niveau der letzten Jahre. Kaum ein Sender im vergleichbaren Ausland hat in seinen Hauptprogrammen eine solche Dichte an Erstaussstrahlungen von Konzerten, Opern, Theaterereignissen und Übertragungen von Festspielen. Ein besonderes Highlight und deshalb hier an der Stelle erwähnenswert ist der ORF-Kultursommer 2019. Mit rund 750 nationalen und regionalen Beiträgen bot die aktuelle Kulturberichterstattung des ORF im Sommer 2019 einen ausführlichen Überblick über die zahlreichen heimischen Festspiel- und Festivalaktivitäten. Die TV-Angebote erreichten 4,7 Millionen Österreicher/innen, das entspricht einem weitesten Seherkreis von 63 % der heimischen TV-Bevölkerung. Von den Bregenzer Festspielen („Rigoletto“ mit durchschnittlich 335.000 Zuseher/innen die bisher erfolgreichste ORF-Übertragung

vom Bodensee), den Salzburger Festspielen „Klassik am Dom“ aus Linz bis zu den Seefestspielen Mörbisch konnten die Österreicher/innen via ORF bei den österreichischen Kulturevents von West bis Ost dabei sein. Das Hauptprogramm des ORF ist im Sommer nach wie vor signifikant mit Kultur besetzt. Die Programmgestalter/innen reagieren mit dem dichten Angebot auf das gleichbleibend starke Interesse der Österreicher/innen. Mit 18 % der Befragten, die Kulturberichterstattung im Fernsehen mit sehr großem Interesse verfolgen, und mit 28 %, die eher an der Kultur interessiert sind, gibt es ein gleichbleibend großes Interesse beim Vergleich über die letzten fünf Jahre. Insgesamt erhält die Kultur im Fernsehen mit einem Durchschnittswert von 2,8 eine stabile Interessensbegründung (2018: 2,7, 2017: 2,8, 2016: 2,8).

Was die Zufriedenheit der Zuseher/innen mit dem Kulturangebot angeht, so ist der Anteil derer, die mit Kultur im ORF-Fernsehangebot sehr oder eher zufrieden sind gewachsen: 2019 waren es 57 %, 2018 54 %, 2017 51 %, 2016 55 % und 2015 50 %. Auch die Wertungsnote mit 2,1 ist die höchste, die die Zuschauer/innen in den letzten fünf Jahren vergeben haben.

In dem Genre Religion, wo 2019 114 Stunden im ORF-Fernsehen zu sehen waren, gab es in „kreuz und quer“ mit der Ausgabe „Missbrauch in der katholischen Kirche – eine Frau kämpft um Aufklärung“ ein sehr persönliches Gespräch von Kardinal Christoph Schönborn mit Doris Wagner, die als Ordensfrau selbst Opfer sexuellen Missbrauchs durch Priester wurde. Die Sendung, die auch international reflektiert wurde, hatte mit durchschnittlich 341.000 Zuseher/innen und 17 % Marktanteil eine gute Resonanz.

5.1.3 Wissenschaft/Bildung/Lebenshilfe

2019 entfielen auf den Bereich „Wissenschaft und Bildung“ 348 Programmstunden. In dem Bereich „Lebenshilfe“ lag das Programmvolumen bei insgesamt 1.010 Programmstunden. Flaggschiff und erfolgreichste Sendung, die sowohl in der Umsetzung wie in der thematischen Zuspitzung höchste Qualitätsstandards setzt, ist die beliebte Natur-Dokureihe „Universum“, die im Jahresdurchschnitt auf 558.000 Zuseher/innen kommt.

5.1.4 Sport

Auf den Bereich Sport entfielen 2019 1.005 Stunden in den Programmen ORF 1 und ORF 2, davon 850 Stunden Live-Übertragungen diverser Sportveranstaltungen. Im Jahr

zuvor hatte der Sport 1.395 Stunden vor Ort übertragen. Programmstrukturell hat sich der Sport im Jahr 2019 mit 6 % Anteil am Gesamtprogramm wieder in den Durchschnitt der Jahre eingependelt, in denen es keine Großveranstaltungen wie die Olympischen Spiele und die Fußball-Weltmeisterschaft gab. Im Quoten-Ranking der Sportarten liegen wie in all den Jahren zuvor der Wintersport und der Fußball ganz vorn.

Bei den zehn UEFA-EURO-2020-Qualifikationsspielen im Jahr 2019 war das Spiel Slowenien gegen Österreich mit 33 % Marktanteil in der 2. Halbzeit das meistgesehene. Geht man der Frage nach, welches Medium das größte Interesse der Zuseher/innen generiert, so liegt das Fernsehen deutlich vor Radio, Internet und Teletext. 34 % antworten auf die Frage, „Wie sehr sind Sie an dem Thema Sport im Fernsehen interessiert?“ mit sehr interessiert, 26 % mit eher interessiert. Hier gibt es auch die geringsten Unterschiede zwischen jungen Zuseher/innen (15 – 49 Jahre) und älteren (50+). 38 % der Jüngeren sind sehr am Sport interessiert, 31 % der Älteren. Was den Geschlechtsunterschied angeht, sind 81 % der Männer und 40 % der Frauen an Sport im Fernsehen sehr/eher interessiert.

Die 34 % der Österreicher/innen, die an Sport im Fernsehen sehr interessiert sind, bedeuten in dem Quervergleich der letzten vier Jahre eine Steigerung, 2016 waren es 30 %, 2017 33 %, im großen Sportjahr 2018 nur 30 %. Im Hinblick auf die Zufriedenheit der Zuseher/innen mit dem, was das ORF-Fernsehen im Sport präsentiert, geben die Nutzer/innen eine Note von im Schnitt 2,1. Betrachtet man die Zufriedenheit mit dem ORF-Sport bei den Zuseherinnen und Zusehern in der Zeitreihe, so zeigt sich, dass ORF-Sport im Jahr 2019 mit 59 % (23 % sehr, 36 % eher zufrieden) einen beachtlichen Grad an Zufriedenheit erreicht hat. 2018 waren es 53 %, 2017 58 %, 2016 58 %.

5.1.5 Unterhaltung

Das Unterhaltungsprogramm im ORF in ORF 1 und ORF 2 umfasste im Jahre 2019 insgesamt 8.318 Stunden. Prozentual lag der Anteil wie im letzten Jahr bei 47 % am gesamten Programm. „Gewinner“ innerhalb dieses Genres Unterhaltung waren die Angebote der Gattung „Spannung“. 2018 lag der Anteil in diesem Subgenre bei 13 % und 2.361 Stunden, 2019 gab es eine Steigerung um 11 % auf 2.622 Stunden. „Verlierer“ waren die Quizshows, die von 845 Stunden 2018 auf 808 Stunden 2019 zurückgingen, und U-Musik-Sendungen, die von 41 Stunden 2018 auf 26 Stunden 2019 reduziert waren.

Unterhaltung im Fernsehen zieht das Interesse von 88 % (sehr/eher interessiert) der Bevölkerung auf sich. Was die Altersdifferenzierung angeht, so sagen 62 % der 15- bis

49-Jährigen, dass sie sehr interessiert seien, bei den über 50-Jährigen sind es 52 %. In der Geschlechterfrage zeigt sich, dass 85 % der Männer sehr oder eher interessiert sind. Bei den Frauen sind es 91 %. Was das Unterhaltungsinteresse im Fernsehen im Zeitvergleich betrifft, so erfährt dieses Genre mit 57 % sehr Interessierten in 2019 eine deutliche Steigerung (47 % in 2016, 52 % in 2017 und 55 % in 2018). Wenn die Bevölkerung ihr Interesse nach Schulnoten einstuft, erhält Unterhaltung im Fernsehen den Mittelwert 1,6. Die Zufriedenheit der Zuschauer/innen mit Unterhaltung im ORF-Fernsehen im Jahr 2019 liegt in diesem Schulnoten-System bei 2,4.

Auf die Frage nach der Zufriedenheit erhält Unterhaltung im Fernsehen im Vergleich mit Sport, Kultur und Information die niedrigste Bewertung. Insgesamt sind es 2019 51 %, die entweder sehr oder eher zufrieden sind, 2018 waren es 49 %, 2017 57 % und 2016 58 %.

Ganz besonders hervorzuheben ist erneut die generationsübergreifende Balance und die ziemlich ausgewogene Verteilung der Zuschauer/innen in diversen Altersgruppen. Während etwa in Deutschland bei ARD und ZDF die jüngeren Zuschauer/innen (14 – 49) in der Regel deutlich hinter dem Gesamtschnitt einer Sendung liegen und bisweilen nicht mehr als die Hälfte des Gesamtmarktanteils einer Sendung darstellen, der Erfolg einer Sendung in der Regel also von den über 50-Jährigen geprägt wird, findet sich hier in den meisten Offerten des Programms eine ziemlich ausgewogene Verteilung der Zuseher/innen in den unterschiedlichen Altersgruppen. Bisweilen sind die jüngeren Publikumssegmente sogar im Marktanteil stärker vertreten als die älteren – ein Phänomen, das in den öffentlich-rechtlichen Anstalten Europas ganz selten anzutreffen ist. So ist 2019 bei der vierten Staffel des ORF-Erfolgsformats „Vorstadtweiber“ mit durchschnittlich 584.000 Zuseher/innen pro Folge der Marktanteil 12+ bei 17 %, bei den 12- bis 49-Jährigen liegt er bei 24 %. Auch die fünfte Rita-Falk-Verfilmung „Sauerkrautkoma“ erzielte bei den im Schnitt insgesamt 676.000 Zuseherinnen und Zusehern und einem Gesamtmarktanteil von 22 % einen höheren Anteil in der Gruppe der 12- bis 49-Jährigen mit 26 %. Die Komödie „Muttertag“ von Harald Sicheritz erhielt 25 Jahre nach der Erstausstrahlung im ORF einen Gesamt-Marktanteil von 17 %, bei den Jüngeren war der Marktanteil mit 25 % spürbar höher.

5.1.6 Kinderprogramm

Das Kinderprogramm 2019 strahlte insgesamt 999 Programmstunden aus. Das ist eine Steigerung gegenüber dem Super-Sportjahr 2018 und den vielen Sendungen, die dem Live-Sport weichen mussten, rund 14 % mehr als im Vorjahr. Hervorzuheben ist, dass

der ORF im Gegensatz zu den allermeisten Sendeanstalten der EBU ein tägliches Kinderprogramm im Hauptprogramm ausstrahlt. Die Inhalte sind gewaltfrei, die Sendeflächen werbefrei, die Sendungen sollen Neugierde und Interesse der Kinder wecken, auf breitgefächerte Themen aufmerksam machen und das Wissen fördern.

5.2 ORF 2 Europe (ORF 2E)

ORF 2 Europe (ORF 2E) strahlt das Fernsehprogramm von ORF 2 zeitgleich, unverändert und unverschlüsselt via Digitalsatelliten aus, sofern der ORF die Senderechte besitzt. ORF 2E strahlt sämtliche Informationsangebote von ORF 2 aus, u. a. alle „Zeit im Bild“-Ausgaben, „Guten Morgen Österreich“, „Report“, „Menschen & Mächte“, „Eco“ oder „Thema“.

2019 wurden auf ORF 2E zahlreiche Kulturevents übertragen, zum Beispiel die Produktionen der Salzburger Festspiele. Zusätzlich zu den Informations- und Kulturangeboten wird über ORF 2E auch österreichische Unterhaltung geboten mit österreichischen Filmen, Serien oder Unterhaltungssendungen.

Ausgestrahlt wird ORF 2E von ca. 6.00 Uhr bis ca. 0.00 Uhr. Seit dem Start von ORF 2E wird die „Zeit im Bild“ um 19.30 Uhr täglich und durchgängig in österreichischer Gebärdensprache präsentiert. Das bedeutet, dass Gebärdendolmetscher/innen die ganze Sendung „simultan“ live in Gebärdensprache übersetzen. Seit 2012 wird darüber hinaus auch das ORF-Servicemagazin „konkret“ montags bis freitags im Programm von ORF 2E in die Gebärdensprache gedolmetscht, seit Januar 2019 ebenso die Sendung „Bürgeranwalt“. ORF 2E ist unverschlüsselt über den Digitalsatelliten ASTRA in Österreich zu empfangen.

5.3 ORF III Kultur und Information

Der Spartensender, der am 26. Oktober 2011 gegründet wurde und sich als Fernsehspartenprogramm mit umfassendem Informations- und Bildungscharakter sowie Kultursender versteht, hat 2019 das erfolgreichste Jahr seit Senderbestehen realisiert. Im Schnitt sind das rund 800.000 Zuseher/innen pro Tag, der Sender wird täglich von rund 10 % der Bevölkerung gesehen. Er hat damit unter allen vergleichbaren Spartensendern eine nationale Spitzenstellung. Erfolgreich ist der Sender durch die Kontinuität seines Programmschemas, das schon zum Sendestart entwickelt wurde. Klassik und Oper am Sonntag, der Themenmontag, der sich stärker auf

Konsumentinnen und Konsumenten orientiert, der Dienstag mit Kultur und Geschichte, der Mittwoch im Spannungsfeld zwischen Religion, Wissenschaft und Heimat, der Donnerstag ist aktueller Politik gewidmet, der Freitag steht im Zeichen des österreichischen Films und am Samstag dominieren Zeitgeschichte und Kleinkunst sowie Musik.

Unter den besonders gut genutzten Sendungen waren die Schwerpunkte in der Berichterstattung des Senders: „80 Jahre Beginn Zweiter Weltkrieg“, „100 Jahre Südtirol“ und die Sendungen zur Nationalratswahl 2019, die komplementär zu den Formaten von ORF 1 und ORF 2 ausgerichtet wurden. Sie zählten zu den am besten eingeschalteten Sendungen des Spartensenders. Honoriert von den Zuschauerinnen und Zuschauern werden dabei die besonderen Anstrengungen des Senders, die Anzahl der ORF-III-Neuproduktionen ständig zu erhöhen. Sie entstehen in Zusammenarbeit mit der österreichischen Produzentenlandschaft.

Durch eine große Anzahl von Rahmenverträgen mit Partnern aus dem Kunst- und Kulturbereich ist ORF III so etwas wie eine Bühne für österreichische Kultur geworden. Hervorzuheben ist der bestehende Rahmenvertrag mit der Wiener Staatsoper, bei dem jährlich bis zu fünf Neuproduktionen aus dem aktuellen Spielplan des Hauses ausgestrahlt werden, oder jener mit NÖKU, der bis zu sieben hochwertige Kulturprogramme aus Grafenegg und von weiteren niederösterreichischen Gebieten vorsieht. Ein Rahmenvertrag mit dem Land Burgenland ermöglichte 2019 die Erweiterung des Kultur-Sommerprogramms um die Spielstätten Sankt Margarethen und Mörbisch. Insgesamt produziert ORF III rund 50 Konzert-, Theater- und Klassikproduktionen aller Genres im Jahr.

5.4 ORF SPORT +

Der Fernseh-Spartensender ORF SPORT +, der am 26. Oktober 2011 gegründet wurde, leistet mit der Berichterstattung über Sportarten, die in der Regel weniger im medialen Rampenlicht stehen, einen Beitrag zur Sicherung der Vielfalt der österreichischen Sportlandschaft. In dem Programm des Senders ist der Österreichbezug essenziell. In das Programm aufgenommen werden regionale und nationale Veranstaltungen österreichischer Sportverbände und Veranstalter sowie internationale Sportkonkurrenz, bei denen österreichische Mannschaften oder Sportler/innen antreten. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Live-Berichterstattung.

ORF SPORT + bringt täglich vier Stunden neue Inhalte für den Sender: Die Vier-Stunden-Fläche beginnt täglich um 19.00 Uhr, endet um 23.00 Uhr und besteht aus drei

Teilen: Das Vorabendmagazin von 19.00 Uhr bis 20.00 Uhr, die Nachrichtensendung „Sport 20“ von 20.00 bis 20.15 Uhr und von 20.15 Uhr bis 23.00 Uhr eine Live-Fläche bzw. Highlights-Sendungen.

2019 lieferte der Spartenkanal ORF SPORT + 8.655 Stunden Sportprogramm. Hinter den führenden Sportarten Fußball, Motorsport und Ski alpin wurden Volleyball inklusive Beachvolleyball, Tennis, Eishockey und Judo/Jiu-Jitsu besonders zahlreich ausgestrahlt. Dahinter folgten Leichtathletik, Yoga/Fitnesskurse, Handball, Skispringen, Snowboard, Biathlon, Langlauf sowie Tanzen. Einen eigenen Stellenwert hat der Behindertensport, von dem 144 Stunden berichtet wird. Von dem gesamten Output entfielen 1.586 Stunden auf Live-Übertragungen, das sind fast 200 Stunden mehr als im vergangenen Jahr 2018.

Auf bemerkenswertes Interesse des Publikums stoßen die eigenproduzierten Magazine „Schule bewegt“, das Behindertensportmagazin „Ohne Grenzen“ sowie „Das Yoga-Magazin“, das die Bevölkerung zum Mitmachen im Sinne der Gesundheitsvorsorge anregt.

5.5 Kooperation des ORF im Fernsehen mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern

5.5.1 3sat

Der 1984 gegründete Gemeinschaftssender von ZDF/ORF/SRF und ARD ist aus der Fernsehlandschaft nicht mehr wegzudenken. 3sat ist als Komplementär-Angebot zu den Hauptsendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz eine fest verankerte Qualitätsmarke. Der Sender kann von mehr als 80 Millionen Menschen empfangen werden. Die Output-Beteiligung des ORF am Gesamtprogramm lag bei 25,3 %. Im Jahr 2019 wurden 130.784 Programmminuten aus Österreich geliefert, das sind etwa sechs Stunden Programm am Tag.

In Österreich ist der Sender mit einem Marktanteil von durchschnittlich 1,5 % stärker genutzt als in den Partnerländern Deutschland (1,3 %) und der Schweiz (1,0 %). Dass seit dem 22. Mai 2019 die neue 3sat-Mediathek unter der Adresse 3sat.de abrufbar ist, hat die Online-Nutzung des Senders deutlich verstärkt. Es können viele Angebote über einen längeren Zeitraum und über jedes beliebige Endgerät genutzt werden. Auch auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen bedient 3sat sein Publikum sehr erfolgreich. Der Sender, der gleichermaßen für Seriosität, Offenheit und Leichtigkeit stehen will, hat zu seinem 35-jährigen Jubiläum 2019 sein Erscheinungsbild geändert. 3sat bleibt

zusammen mit ARTE ein internationales Schaufenster für Kultur, cineastischen Anspruch und Kreativität. Das ist zu sehen an den Besonderheiten des Senderangebots, zum Beispiel an der genuinen 3sat-Erfindung mit dem „Thementag“. 2019 hat 3sat 28 Thementage ins Programm eingebracht. Alle lagen mit durchschnittlich 2,2 % und einer Tagesreichweite von 641.000 Zuseherinnen und Zusehern über dem Senderdurchschnitt. Drei der Thementage hat der ORF federführend verantwortet. Besonderes Interesse fand bei den Zuschauerinnen und Zuschauern der Thementag „Unsere Erde“: 24 Stunden widmete sich 3sat dem „Blauen Planeten“. Anlässlich des Nationalfeiertags am 26. Oktober gestaltete der ORF einen Thementag rund um die heimischen Gewässer. Unter dem Motto „Österreichs Wasserwelten“ sendete 3sat mehrere Dokumentationen, aber auch Spielfilme und Krimis. Highlight war die Dokumentationsreihe „Wiener Wässer“ und die „Universum“-Produktion „Hallstadt – Ein Leben zwischen Fels und See“.

Zu seinem 35. Geburtstag „schenkte“ der Sender mit vier Thementagen vier ausgesprochene Fernsehhighlights. Den Auftakt machte der Thementag „Klassikstars“, bei denen der ORF „Tosca“ in einer Inszenierung der Osterfestspiele Salzburg und „Carmina Burana aus der Verbotenen Stadt“ zeigte. Beim zweiten Thementag „Romanwelten“, bei dem Literaturverfilmungen aus den 3sat-Ländern gesendet wurden, brachte der Spielfilm „Krambambuli“ aus dem ORF 3 % Marktanteil ein. Der dritte Thementag beschäftigte sich mit Meilensteinen der Wissenschaft, wie etwa die Mondlandung vor genau 50 Jahren am 21.7.1969. Der ORF brachte die Dokumentation „Genie und Geometrie“ ein. Die Sendung über rätselhafte Steinbauten und deren technische Machbarkeit erreichte einen Österreich-Marktanteil von 3 %. Der vierte Thementag anlässlich des 35. Geburtstags von 3sat beschäftigte sich mit „Kabarett & Comedy“ aus Österreich, Deutschland und der Schweiz. Der ORF war mit insgesamt fünf Übernahmen an diesem Tag dabei.

5.5.2 ARTE

Seit 21 Jahren besteht eine Partnerschaft zwischen ARTE und dem ORF und seit 2001 ist der ORF assoziiertes Mitglied des Senders und somit in den ARTE-Lenkungs- und Leitungskonferenzen für das Programm mit beratender Stimme vertreten.

Der ARTE-Marktanteil lag in Österreich 2019 stabil bei 1 %. Stärker gesehen wird ARTE in Frankreich, wo 2019 ein Marktanteil von 2,6 % erreicht wurde. In Deutschland liegt der Marktanteil bei 1,1 %. ORF-ARTE-Koproduktionen waren im Jahr 2019 geprägt von einem herausragenden Publikumszuspruch. So hatte die im Bereich Kultur angesiedelte

Dokumentation „Viva la Vulva“ von Gabi Schweiger europaweit ein besonderes Echo. Ein Highlight kam aus der „Universum“-Redaktion mit dem Zweiteiler „Griechenlands wilde Seite“. Am 26. Mai 2019 feierte die Wiener Staatsoper ihr 150-jähriges Bestehen. Das große Jubiläumskonzert auf dem Herbert-von-Karajan-Platz wurde von ORF III und ARTE live übertragen. Insgesamt haben rund 1 Million Menschen in Österreich, Deutschland und Frankreich das hochkarätig besetzte Spektakel eingeschaltet. Ein anderes Highlight der Zusammenarbeit zwischen ORF und ARTE ist seit Jahren die Aufzeichnung des Weihnachtskonzerts „Christmas in Vienna“ des ORF-Radio-Symphonieorchesters Wien aus dem Wiener Konzerthaus.

ARTE kann in Österreich über ASTRA-Satellit empfangen werden und ist in den meisten österreichischen Kabelnetzen vertreten. Für den ORF bietet die Kooperation mit ARTE die Chance, die Stimme Österreichs in Europa zu verstärken und vor allem auf dem von 3sat weniger bedienten französischen Markt als Kulturproduzent aufzutreten. Insoweit ist die Kooperation mit ARTE und die Einbindung in das institutionelle Leben der ARTE-Zentrale in Straßburg für den ORF eine wichtige Komplementär-Aufgabe zu den Engagements in 3sat.

5.5.3 ARD-alpha

Seit 2000 liefert der ORF dem bayerischen Bildungskanal BR-alpha Programm zu. Seit 2014 wird der bayerische Bildungskanal unter dem Namen ARD-alpha geführt. Der ORF nutzt via ARD-alpha einen zusätzlichen Distributionskanal zur Verteilung seiner Qualitätsprogramme. 2019 erreichte der gesamte Sender ARD-alpha im Jahresdurchschnitt in Österreich einen Marktanteil von 0,2 %. Die Kooperation in diesem Bildungssender bezieht sich zum großen Teil auf die großen Jahrestage des Gedenkjahres 2019.

alpha-Österreich hat vertraglich das programmliche Plansoll von 150 Erstsendungen für den deutschen Partnersender geliefert.

5.6 Radio

Rund um die Uhr bieten drei bundesweite und neun regionale ORF-Radiosender dem österreichischen Publikum eine sehr vielfältige Auswahl an. Zusätzlich betreibt der ORF 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 slowenisch-sprachiges Programm auf Radio Agora an.

Nach der ORF-Overall-Befragung 2019 sind 82 % der Befragten im Radio an Information sehr/eher interessiert, 81 % an Unterhaltung, 41 % an Sport und 33 % an Kultur. Mit 53 % zeigen sich auch im Radio mehr Zuhörer/innen an Information sehr interessiert als in den letzten Jahren zuvor (2018: 52 %, 2017: 52 %, 2016: 46 %, 2015: 48 %).

Was das Verhältnis zwischen Interesse und Zufriedenheit innerhalb der vier Genres angeht, so erhält die Kultur mit einem Mittelwert (auf einer 5-stufigen Skala von 1 sehr interessiert bis 5 gar nicht interessiert) von 3,2 den geringsten Wert. Sport wird mit einem Interessenswert von 3,1 klassifiziert. Information und Unterhaltung erhalten jeweils eine 1,8. In Fragen nach der Zufriedenheit mit den jeweiligen ORF-Angeboten erhält die ORF-Information im Radio mit 1,7 den besten Wert, gefolgt von Unterhaltung mit 1,9, Sport mit 2,1 und Kultur mit einem Mittelwert von 2,2. Im Zeitvergleich der letzten fünf Jahre ist die ORF-Radio-Information also relativ stabil. Die Werte der Information changieren zwischen 1,7 und 1,8. Die Unterhaltung liegt bei 1,9 und 2,0. Der Sport hat 2019 mit 2,1 seine beste Bewertung, in 2018 und 2015 lag er bei 2,3, die Kultur kommt auf 2,2 in 2019, nachdem sie mit 2,3 in 2018 und 2,4 im Jahr 2015 lag.

Das Gesamtprogramm der ORF-Radioflotte kann aus Kapazitätsgründen nicht vollständig EDV-technisch erfasst werden. Nach dem gewohnten Muster der Vorjahre wurde auch 2019 wieder für die Darstellung des Programmschemas und dessen Akzeptanz eine „typische“ Woche ausgewählt. Als Musterwoche wurde die Woche vom 9. bis 15. September bestimmt. Gemäß internationalen Erfahrungen in der Medienforschung kann die Analyse solch einer „typischen“ Woche dazu dienen, eine Orientierung für die Programmstruktur der jeweiligen Sender zu geben. Bis 2017 wurde die Datensammlung von den Sendern selbst oder von der ORF-Medienforschung organisiert und ausgeführt. Für das vorliegende Berichtsjahr 2019 wurden Analyse und Auswertung von der APA-DeFacto unter der wissenschaftlichen Leitung von DDr. Julia Wippersberg durchgeführt. Die Realisierung entsprach dem bisherigen Analyseschema, d. h. dass die Klassifizierungen unverändert blieben und keine inhaltlichen oder methodischen Neuerungen stattgefunden haben.

Die Hauptkategorien zur Klassifizierung des Wortanteils sind Information, Kultur, Religion/Ethik, Wissenschaft/Bildung, Service/Verkehr/Wetter, Sport Familie/Gesellschaft, Unterhaltung. Die Musterwoche 2019 fiel in die Vorwahlzeit zur Nationalratswahl Ende September. Darüber hinaus gab es österreichweit keine programmlichen Auffälligkeiten.

Über das gesamte Medium Radio gilt für den ORF: Sechs Millionen Österreicherinnen und Österreicher ab 10 Jahren hören im Schnitt täglich Radio. Der ORF hält den hohen Marktanteil von 74 %, damit entfallen drei von vier gehörten Radiominuten auf die ORF-Radios. Insgesamt ist 2019 die Nutzungszeit gestiegen. Gegenüber 183 Minuten in

2018 hörten in 2019 die Österreicherinnen und Österreicher im Schnitt 201 Minuten Radio pro Tag.

5.6.1 Ö1

Ö1 wurde 2019 im Durchschnitt in Österreich täglich von 730.000 Personen gehört. Bei der Bevölkerung ab 10 Jahren lag die Tagesreichweite damit bei 9,3 %. Bei Personen ab 35 Jahren bei 12,0 %.

Was die Programmstruktur Österreich 1 angeht, so ist in der Analyse der Musterwoche vom 9. bis 15.9. Folgendes festzuhalten:

Im Wortanteil erreicht die Information 25,75 %, die Kultur 38,96 %, die Religion 1,21 %, Wissenschaft/Bildung 20,88 % und Service/Verkehr/Wetter 7,81 %. Die Wortanteilanalyse bestätigt die große Kontinuität. Ebenso verhält es sich mit den Musikanteilkategorien. 91,09 % des gesamten Musikprogramms beziehen sich auf ernste Musik, 4,75 % auf Volksmusik/Weltmusik, 2,26 % auf Unterhaltungsmusik/Schlager, 1,45 % auf alternative Musik und 0,38 % auf Pop/Oldies.

Durch die überragende inhaltliche Qualitätsstruktur ist der Sender im internationalen Vergleich ein hochrenommiertes Unikat. Ö1 ist dabei nicht nur Berichterstatter über die mannigfachen politischen und kulturellen Ereignisse, sondern ist auch Produzent und Veranstalter. Er nimmt den Kultur- und Bildungsauftrag über Kompositionsaufträge, Stipendien, Symposien, öffentliche Veranstaltungen im ORF RadioKulturhaus und CD-Produktionen wahr. Im Ö1-Club-Magazin „gehört“ wurden in 2019 rund 500 Kulturveranstaltungen angekündigt. Vor allem bei programmrelevanten Veranstaltungen ist der Sender präsent. Er ist Medien- und Kulturkooperationspartner für mehr als 600 Kulturinstitutionen und Kulturveranstalter in ganz Österreich.

Schwerpunkte der Programmofferten von Radio Österreich 1 waren 2019 die Themen, die sich aus der jüngeren Zeitgeschichte und welthistorischen Anlässen als besondere kalendarische Erinnerung anboten. 1969 fanden die erste Mondlandung und Woodstock statt und das RSO wurde gegründet. Die drei 50-Jahr-Jubiläen waren auf Ö1 entsprechend ausgestaltet. Aber auch der Fall der Berliner Mauer (30 Jahre) und der Beginn des Zweiten Weltkrieges im September 1939 (80 Jahre) standen im Ö1-Programm-Fokus in herausragender Weise. Auch personalisierte Jahresereignisse waren im Zentrum von Ö1-Sendungen. So wurde unter anderem der 50. Todestag von Theodor W. Adorno, der 150. Geburtstag von Mahatma Gandhi und der 250. Geburtstag von Alexander von Humboldt entsprechend programmlich umgesetzt.

Die Ö1-Literaturreihe „Neue Texte“, die sich gezielt der Förderung neuer Talente und der Erstveröffentlichung von Texten widmet, setzte 2019 mit dem Jahresthema „Kunstgeschichten“ einen neuen Akzent. Die Texte wurden speziell für Ö1 geschrieben. Prominente Stimmen wie jene von Karl Markovics, Katharina Knap, Markus Hering, Silvia Meisterle oder Michael Dangl präsentierten die Texte on air. Parallel dazu gab es bemerkenswert aufwändig gestaltete Beiträge, die von Beginn des Schwerpunkts Anfang Mai bis zum Jahresende 2019 online lesbar blieben.

Die Ö1-Musikabteilung war bei den meisten Festivals dabei und sendete – live oder zeitversetzt – rund 170 Übertragungen von heimischen Veranstaltungen unterschiedlicher musikalischer Richtungen. Auch außerhalb der Festivalsaison übertrug Ö1 zahlreiche Konzerte und Musikveranstaltungen, zum Beispiel rund 40 Konzerte aus dem Wiener Musikverein und rund 50 aus dem Wiener Konzerthaus. Im Rahmen des EBU-Musikaustausches wurden 157 Mitschnitte (Konzerte, Opern) angeboten, die angebotenen Ö1-Aufnahmen wurden bisher 614-mal weltweit ausgestrahlt. Insgesamt zählt Ö1 zu den mit Abstand wichtigsten Produzenten von Musikmitschnitten für den EBU-Musikaustausch.

Ö1 steht grundsätzlich für klassische Musik. Neben dem breiten Informationsangebot mit täglich sieben Journalsendungen und stündlichen Nachrichten machen die aktuellen Kultursendungen, Hörspiele, Features, Literatursendungen, Beiträge der Wissenschafts- und Religionsabteilungen Ö1 durchgängig zu einem Informations- und Kulturradio, das zu jeder Zeit auf hohem Qualitätsniveau und mit bemerkenswerter Varianz das Renommee des Senders.

5.6.2 Hitradio Ö3

Ö3 war auch 2019 als „Platzhirsch“ unter den Radioangeboten klarer Reichweitensieger am Radiomarkt und erreichte täglich durchschnittlich mehr als 2,6 Millionen Österreicher/innen ab 10 Jahren. Jede dritte in Österreich gehörte Radiominute entfällt auf Ö3. Der Marktanteil in der Gesamtbevölkerung steigt im Vergleich zum Vorjahr von 31 % auf 33 %. Ö3 wird aber nicht nur länger, sondern auch von mehr Personen gehört. Im Vergleich zu 2018 gewinnt Ö3 mehr als 160.000 neue Hörer/innen hinzu und erzielt eine Reichweite von 33,7 %. Im Durchschnitt erreicht Ö3 damit täglich mehr Hörer/innen als alle inländischen Privatradios zusammen, und zwar sowohl in der Gesamtbevölkerung als auch in der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Hier baut Ö3 seine Reichweite von 36,7 % in 2018 auf 39,0 % besonders aus. Der Marktanteil, der als Maßstab für die Hördauer anzusehen ist, steigt in der jungen Altersgruppe noch einmal

deutlich von 40 % auf 43 %. Im Vergleich: Die inländischen Privatradios zusammen erzielen einen Marktanteil von 36 %, der stärkste nationale Wettbewerber 12 %.

Hitradio Ö3 sendet 365 Tage 24 Stunden, das ganze Jahr über live, aktuelle Informationen aus Österreich und der Welt, nationalen und internationalen Pop und Rock und die neuesten Charts, die Ö3-Comedy. Ein relevanter Schwerpunkt des Senders ist Service, allen voran Wetter- und Verkehrsnachrichten. Ö3 erhebt den Anspruch, in seinem halbstündlichen Verkehrsservice den schnellsten Informationsdienst des Landes zu diesem Thema zu liefern. Ein besonderes Kennzeichen im Servicebereich von Ö3 ist die Aktualität. Eine große, offene Programmfläche erlaubt es, über aktuelle Ereignisse nicht nur in Nachrichten und Journalen, sondern in allen Sendeflächen sofort und ohne Zeitverzögerung zu berichten. Inzwischen hat Ö3 ein vielfältiges Online-Angebot auf oe3.orf.at angelegt und ist auch via Ö3-App von unterwegs hörbar. Seit November 2019 ist Ö3 auch über die zentrale Online-Plattform radiothek.ORF.at hörbar, auf der alle Hörfunkangebote des ORF live und on demand abgerufen werden können.

Die Programmstrukturanalyse von Hitradio Ö3 aus der Musterwoche vom 9. bis 15.9.2019 ergibt im Vergleich zu 2018 nur graduelle Unterschiede. Mit 31,55 % ist Service/Verkehr/Wetter die Kategorie mit dem größten Wortanteil, gefolgt von der Information mit 29,16 %, der Unterhaltung mit 22,01 %, der Kultur mit 5,99 %, dem Sport mit 5,85 % und der Wissenschaft/Bildung mit 3,07 %, Familie und Gesellschaft mit 1,98 % und Religion/Ethik mit 0,39 %. Insgesamt betrug der Wortanteil (exklusive Werbung) 1.701 Minuten. Was den Musikanteil mit 7.255 Minuten der gleichen Zeit angeht, so war er 100 % geprägt von der Musikrichtung Popmusik.

5.6.3 FM4

FM4 konnte im Jahr 2019 eine stabile Reichweite von 5 % und einen konstanten Marktanteil von 4 % bei seiner Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen erzielen. Das mehrheitlich fremdsprachliche Jugend- und Kulturradio mit Musik abseits des Mainstreams wird täglich von mehr als 250.000 Österreicher/innen ab 10 Jahren genutzt. Die Bilingualität (mehrheitlich Englisch sowie Deutsch, dem Native-Speaker-Prinzip folgend), die Konzentration auf Musik abseits des Mainstreams unter besonderer Berücksichtigung neuer österreichischer Produktionen und die diskursive Beschäftigung mit zeitgenössischen Themen wird von einer treuen Community geschätzt. FM4 ist eine weit über das On-Air-Programm und auch über die Landesgrenzen hinausgehende Programmmarke, die vor allen Dingen in der Community im Netz stark diskutiert wird.

Der Sender ist einer der seltenen öffentlich-rechtlichen Hauptansprechpartner der Digital Natives. Die Programmstruktur von FM4 zeigt sich in der Musterwoche vom 9. bis 15.9.2019 konstant im Vergleich der letzten Jahre. Mit 27,28 % ist die Kultur Spitzenreiter, gefolgt von der Unterhaltung mit 25,15 % und der Information mit 24,01 %. Service/Verkehr/Wetter haben einen Anteil von 15,86 %, die anderen Inhaltskategorien spielen eine geringere Rolle. Insgesamt ist in dieser Woche der Wortanteil (exklusive Werbung) bei 1.856 Minuten, der Musikanteil liegt bei 7.725 Minuten, davon 7.296 (94,45 %) alternative Musik.

5.6.4 ORF-Regionalradios

Mit dem Start der ORF-Radiothek im November 2019 sind alle ORF-Regionalradios dort live verfügbar, darüber hinaus können die Inhalte sieben Tage lang on demand abgerufen werden. Auch die Apps der ORF-Regionalradios erhielten im Jahr 2019 einen Relaunch. Die neuen Apps bieten die Möglichkeit, Push-Meldungen der neuen Nachrichten zu erhalten. Mit ihrer regionalen Kompetenz haben die ORF-Regionalradios ihre Reichweite von 28,1 % in 2018 auf 29,6 % in 2019 gesteigert. Mehr als 2,3 Millionen Personen hören die ORF-Regionalradios. Trotz ausgeprägter Konkurrenz erreicht das jeweilige ORF-Regionalradio im Bundesland mehr Hörer/innen als der stärkste regionale private Radiosender.

Wirft man einen Blick auf den Radiomarkt mit der härtesten Wettbewerbssituation, den Radiomarkt Wien, so ergibt sich, dass zwei von drei gehörten Radiominuten in Wien auf die Radios des ORF entfallen. Die ORF-Radios werden aktuell von mehr Wienerinnen und Wienern gehört als im Vergleichszeitraum 2018. Radio Wien erreicht in der Bundeshauptstadt eine Reichweite von 11,3 %, Ö3 bindet die meisten Hörerinnen und Hörer in seinem Programm mit 22,3 % Reichweite, gefolgt von Österreich 1 mit 11,9 % Reichweite.

5.6.5 Radio Österreich 1 International

Seit 2003 werden auf der ORF-Kurzwellenfrequenz Programmteile von Ö1 ausgestrahlt. Für Europa wurde ganzjährig die Ö1-Morgenstrecke mit den beiden Morgenjournalen zwischen 7.00 und 8.20 Uhr live übernommen. 2019 betrug die durchschnittliche Programmleistung 9 Stunden pro Woche. In der Programmstruktur überwiegt die Information mit 55,97 % vor der Kultur mit 17,28 % und vor der Wissenschaft mit 10,50 %.

5.7 ORF TELETEXT

Mit den Bereichen Nachrichten und Information, Service sowie Programminformation zu den ORF-Fernseh- und Radiosendern stellt der ORF TELETEXT den Leserinnen und Lesern auch 2019 ein umfassendes Programmangebot zur Verfügung, das im Gesamtumfang den Offerten aus dem letzten Jahr strukturell entspricht.

Im Juni 2019 wurde die Fußball-Berichterstattung des ORF TELETEXT deutlich ausgebaut. Zu den bis dahin dem Fußballgeschehen gewidmeten Seiten 210 bis 224 kamen 20 neue Seiten (750 – 769) hinzu. Ende August bis Mitte September 2019 wurde der ORF TELETEXT zum Ausstellungsraum „ORF TELETEXT trifft Kunst“. Das Projekt, in dessen Rahmen eigens für das Medium Teletext geschaffene Kunstwerke von 13 internationalen Künstlerinnen und Künstlern präsentiert wurden, war eine Kooperation von ORF, ARD und der Künstlerkooperative FixC. Die Werke waren drei Wochen lang im ORF TELETEXT und im ARD Text zu sehen – eine im deutschsprachigen Raum sehr aufmerksam aufgenommene Kulturaktivität des ORF TELETEXT.

5.8 Internet (ORF.at)

Der quantitativen Auswertung des redaktionellen Outputs des ORF-Onlineangebotes liegen auch für das Jahr 2019 die methodisch klar definierte Kategorie „Story“ bzw. die Content-Einheit „Beitrag“ zugrunde.

Die Online-Bewegtbildmessung (AGTT/GfK TELETEST Zensus), die Nutzungsdaten für das Streamingangebot des gesamten ORF.at-Netzwerks liefert, weist für das Jahr 2019 pro Monat durchschnittlich 6,4 Millionen Nettoviews (zusammenhängende Nutzungsvorgänge), 31,1 Mio. Bruttoviews (registrierte Videostarts) und ein Gesamtnutzungsvolumen von 134 Millionen Minuten aus. Im Jahr 2019 war der Rekordmonat der Mai mit 9,3 Millionen Nettoviews, 44,7 Millionen Bruttoviews und einem Gesamtnutzungsvolumen von 200 Millionen Minuten. Das hatte mit den äußerst intensiv abgerufenen Live-Streams und Video-on-Demand-Angeboten der Info- und Sondersendungen zum „Ibiza-Video“ zu tun sowie der darauffolgenden Regierungskrise und mit der im Mai stattfindenden EU-Wahl. Im Monatsdurchschnitt erzielte die Videoplattform ORF-TVthek im Jahr 2019 laut interner Statistik mit 8,3 Millionen Visits (zusammenhängenden Besuchen) einen neuen Höchstwert. (Die ÖWA weist darauf hin, dass bei der Umstellung auf ein neues Messsystem im Juli 2018 die Datenerhebung nicht verändert wurde, ein direkter Vergleich mit früheren Daten aber nicht möglich ist.) Laut der Online-Reichweitenstudie ÖWA Plus wurde die ORF-TVthek im 2. Quartal 2019

von 1,694 Millionen Userinnen und Usern pro Monat genutzt und erreichte damit mehr als ein Viertel (25,7 %) der österreichischen Internetuserinnen und -user 14+. Die ORF-TVthek profitierte von dem umfassenden Relaunch vom 19. März mit einem erneuerten, von klaren Linien dominierten und responsiven Design, einem größeren Player und bewegten Teaser-Bildern. Die Usability wird durch eine schlanke Navigation und eine optimierte Suche erhöht. Zu ihrem 10-jährigen Jubiläum im November 2019 konnte sich die ORF-TVthek als eine starke ORF-Marke und als wesentlicher Teil der ORF-Multimedia-Strategie behaupten. Die Bereitstellung von ausgewählten, thematisch zusammengestellten Sendungen und Beiträgen des ORF-Archivs, die u. a. auch der Integration in den Unterricht in Form von zeit- und kulturhistorischen Videonachrichten im Rahmen der Aktion „ORF-TVthek goes school“ dient, wurde in der neuen Rubrik „History“ fortgesetzt. Weiter hinzugekommen sind die Archive „Volksgruppen in Österreich“ und „80 Jahre Zweiter Weltkrieg – Die dunkelste Zeit des 20. Jahrhunderts“. Aus aktuellem Anlass wurden bereits bestehende Videoarchive wie „Die Geschichte der EU“ oder „Nationalratswahlen in Österreich“ aktualisiert und erweitert.

Nach langem Genehmigungsverfahren wurde am 26. November 2019 mit der ORF-Radiothek die neue zentrale Online-Plattform gelauncht, auf der alle Hörfunkangebote des ORF live und on demand abgerufen werden können. Sie bietet über 24 Stunden und jeden Tag in der Woche Live-Streams, Sieben-Tage-on-Demand-Player sowie Podcasts der Radios Ö1, Ö3, FM4, der ORF-Regionalradios, Ö1-Campus und vom ORF-Volksgruppen-Radioangebot – somit das gesamte Portfolio der ORF-Radioflotte – für die Online-Nutzung an. 2019 wurde auch die Erneuerung der Informationsangebote news.ORF.at und sport.ORF.at mit neuen Layouts fortgesetzt.

5.9 Anteil europäischer Werke an ORF-Fernsehprogrammen und ORF-Abrufdiensten

Gem. § 11 Abs. 1 und § 12 ORF-Gesetz hat der ORF dafür Sorge zu tragen, dass der Hauptanteil der Sendezeit seiner Fernsehprogramme bzw. seiner Sendungen in Abrufdiensten, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen bestehen, europäischen Werken vorbehalten bleiben soll.

Im ORF Fernsehprogramm von ORF 1 und ORF 2 wurden 2019 europäische Werke im Ausmaß von 9.971 Stunden gesendet. Gemessen an der Quotenbasis entfielen dabei 66,2 % der Sendezeit auf ein europäisches Programm. Der Anteil europäischer Werke entspricht von daher auch im Jahr 2019 den Vorgaben des Gesetzes.

Weiterhin hat der ORF gem. den gesetzlichen Vorgaben Sorge dafür zu tragen, dass mindestens 10 % der Sendezeit seiner Fernsehprogramme, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spieleshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, für die Programmgestaltung der Sendung europäischer Werke von Herstellern vorbehalten bleibt, die von Fernsehveranstaltern unabhängig sind. Diese Vorgabe hat der ORF in beiden Vollprogrammen mehr als ausreichend erfüllt. 2019 entfielen 6.134 Sendestunden und somit knapp 41 % der anzurechnenden Sendezeit auf Werke, die von unabhängigen europäischen Herstellern/Herstellerinnen produziert wurden.

Der ORF hat den gesetzlichen Auftrag, dass ein angemessener Anteil „neuerer Werke“ in der Programmplanung berücksichtigt werden müsse. „Neuere Werke“ sind Produktionen, die innerhalb eines Zeitraumes von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden. Die Sendezeit für „neuere Werke europäischer unabhängiger Hersteller“ im Programm von ORF 1 und ORF 2 belief sich im Jahr 2019 auf 3.918 Stunden. Gemessen an der anzurechnenden Sendezeit ist das ein Anteil neuerer Werke von 26 %. Damit hat der ORF im Jahre 2019 seine Verpflichtungen aus der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste erfüllt.

5.10 Die Vorgabe nach „anspruchsvollen Sendungen“ für das Hauptabendprogramm des ORF-Fernsehens

§ 4 Abs. 3 des ORF-Gesetzes schreibt vor, dass „jedenfalls in den Hauptabendprogrammen (20.00 – 22.00 Uhr) in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl“ gestellt werden. Dieser besondere Auftrag für den Hauptabend wird im Gesetz nicht näher erläutert und in der Öffentlichkeit regelmäßig uneinheitlich interpretiert. Damit er in der Programmplanung jedoch operativ umgesetzt werden kann, bedarf es gemeinsamer Prinzipien, die bei der Umsetzung dieses Gesetzauftrags beachtet werden können. In den letzten Jahren war Konsens darüber:

- Das Gesetz spricht eindeutig von „Sendungen“, was deutlich macht, dass „anspruchsvoll“ keine eigene Programmkategorie ist, sondern dass grundsätzlich Sendungen aus allen Genres anspruchsvoll sein können.
- Der ORF soll im Hauptabendprogramm zumindest eine „anspruchsvolle“ Sendung anbieten, eine durchgehende Kontrastprogrammierung ist gesetzlich nicht geboten.
- Anspruchsvolle Programme sollen über die Wahrung programmlicher und künstlerischer Vorgaben hinaus besonderen gestalterischen und inhaltlichen Anforderungen entsprechen, um beim Publikum Reflexionen anzuregen. Das Wort

„anspruchsvoll“ bezieht sich also nicht nur auf die jeweils zu behandelnden Themen und Stoffe, sondern auch auf deren Umsetzung.

- ORF-Sportübertragungen bedürfen einer entsprechenden Kommentierung durch sorgfältig recherchierte Hintergrundinformation zum Sportereignis, zu den teilnehmenden Sportlerinnen und Sportlern und den behandelten Sportarten.
- Analysen und Interviews vermitteln ein tieferes Verständnis der Aktivitäten, ermöglichen und fördern das Interesse des Publikums an aktiver sportlicher Betätigung. Daraus leitet sich ein Anspruch an das Publikum ab, weil über die in Bild und Ton hochwertige Berichterstattung und Analyse sportlicher Ereignisse und Themen hinaus, gesellschaftliches Diskussionspotenzial geschaffen wird.
- Bildung, soziale Kompetenz und kontroverse Themen können auf unterhaltende Art und Weise vermittelt werden. Solche Sendungen bieten einen Mehrwert, der das Publikum anregt und auffordert, sich mit den angesprochenen Themen auseinanderzusetzen.
- Bei fiktionalen Programmen bietet der ORF neben guter Massenunterhaltung anspruchsvolle Filme und Serien an. Hier leitet sich der Anspruch nicht nur von den jeweils behandelten Themen ab, sondern von der Art und Weise, in der diese umgesetzt und kommuniziert werden.
- Als Kriterium für anspruchsvolles Programm werden seitens des ORF externe Auszeichnungen und Preise sowie Bewertungen durch Expertenkommissionen anerkannt.

Anhand von zwei Musterwochen (25. – 31. März 2019 und 14. – 20. Oktober 2019) legt der ORF in seinem Rechenschaftsbericht über das vergangene Jahr dar, dass er gem. § 4 Abs. 3 ORF-G in den Hauptabendprogrammen des ORF-Fernsehens in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl gestellt hat.

Die Kommentierung der Hauptabendprogramme in diesen zwei repräsentativen bzw. exemplarischen Programmwochen kann – vor allem wegen des deutlich werdenden Österreichbezugs und Ansprache der österreichischen Identität – nachvollzogen werden. Aus der Sicht der in der ORF-Overall-Studie befragten 1.001 Österreicherinnen und Österreicher ist festzuhalten, dass 53 % der Meinung sind, dass der ORF seinem Auftrag in der Hauptsendezeit entspricht (12 % voll und ganz, 41 % eher). Das ist allerdings in der Zeitreihe der letzten acht Jahre der bisher geringste Zuspruch (2018: 55 %, 2017: 57 %, 2016: 63 %, 2015: 69 %). Im Jahre 2019 waren 28 % der Meinung, dass dies eher nicht zutrifft, und 6 %, dass es überhaupt nicht zutrifft. 14 % können diese Frage nicht beurteilen.

6. ORF-Publikumsratsstudie 2019: Anforderungen und Erwartungen des Publikums bezüglich Meinungs- und Themenvielfalt

Die Publikumsratsstudie 2019 „Anforderungen und Erwartungen des Publikums bezüglich Meinungs- und Themenvielfalt“ hat 1.219 Personen aus der in Österreich lebenden Bevölkerung ab 14 Jahren befragt. In der Befragungszeit vom 15.10. bis 8.11.2019 wurden die Probandinnen und Probanden telefonisch oder via online kontaktiert.

Das Ergebnis ergänzt die Analysen, die in der Qualitätssicherung 2019 mit den substanziellen Fragen nach Vielfalt von Information in den Medien des ORF angestellt wurden. Generell wird die hohe Nutzung von Nachrichten in den Medien dokumentiert. Sieben von zehn Befragten nutzen nach eigener Angabe häufig Nachrichten und Informationen in den Medien, dabei nimmt die Nutzung mit steigendem Alter zu. Bei den Befragten bis 29 Jahre sagen 50 %, dass sie häufig Nachrichten in den Medien nutzen, ab 50 Jahre sind es 83 %.

Die abgefragten Aspekte von Meinungs- und Themenvielfalt in den Medien werden von einer breiten Mehrheit als wichtig unterstützt. Die größte Bedeutung für die Meinungsvielfalt kommt einer Berichterstattung aus mehreren Blickwinkeln zu: 49 % sagen sehr wichtig, 32 % ziemlich wichtig. Dem Satz „Es kommen unterschiedliche politische Meinungen vor“ wird von 42 % als sehr wichtig und von 29 % als ziemlich wichtig zugestimmt. Die Berichterstattung ist „objektiv und sachlich“ erhält mit insgesamt 66 % sehr wichtig eine hohe Zustimmung. In den offenen Antworten zur Meinungs- und Themenvielfalt wurde faktenorientierte, fachliche, wahre Berichterstattung am meisten genannt. Das Merkmal „Berichterstattung aus mehreren Blickwinkeln“ hängt in der Publikumswahrnehmung am stärksten mit Objektivität und Sachlichkeit zusammen.

Was die Zufriedenheit mit der Meinungs- und Themenvielfalt in den österreichischen Medien angeht, so erfährt das ORF-Radio mit einem Mittelwert von 2,1 (Schulnotensystem) die beste Bewertung der Publikumszufriedenheit. Es folgt das ORF-Fernsehen mit 2,2, ORF-Internet und ORF TELETEXT mit jeweils 2,3. Die Befragten unterscheiden in ihrer Bewertung kaum zwischen Meinungs- und Themenvielfalt. Beide Aspekte werden bei den abgefragten Medien annähernd gleich bewertet. Österreichische Zeitungen wie Standard, Presse, Kurier erhalten eine Bewertung von 2,2, die Informationssendungen des Privatfernsehens 2,3. Bei den Privatradios gibt es eine Unterscheidung zwischen Meinungsvielfalt (2,4) und Themenvielfalt (2,5) und Zeitschriften/Magazine erhalten 2,6 bzw. 2,5.

In der Bewertung der ORF-Berichterstattung fällt auf, dass es eine relativ zurückgenommene Zustimmung zu dem Themenpunkt gibt, dem die Befragten die größte Relevanz zumessen. Auf die Frage, ob die Berichterstattung nicht nur aus einem, sondern immer auch aus mehreren Blickwinkeln erfolge, antworten 53 % der Befragten „trifft sehr/eher zu“. Deutlich höhere Zustimmung äußern die Nutzer/innen von ORF-Informationsangeboten hinsichtlich der Items „berichtet auch über europäische und internationale Themen“ (76 % trifft sehr/eher zu) und „berichtet auch über Themen aus den Bundesländern“ (75 % trifft sehr/eher zu).

Über zwei Drittel der Nutzer/innen von ORF-Informationen sind insgesamt mit der Themenvielfalt des Angebotes zufrieden, nur 7 % sind nicht zufrieden.

Zu der Frage nach Themen, die derzeit zu viel oder zu wenig im Programm des ORF vorkommen, war das mit Abstand am häufigsten spontan vorgetragene Argument, dass die Politik derzeit im ORF zu viel Platz einnehme, gefolgt von Sport im Allgemeinen und Fußball im Besonderen. Die Wünsche nach größerer und breiterer Berichterstattung verteilt sich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Themen.

Was die Formate und die Sendegefäße als Träger von Meinungsvielfalt angeht, wünschen sich 47 % der ORF-Nutzer/innen, dass mehr „Straßeninterviews/Gespräche mit Menschen aus der Bevölkerung“ gebracht werden sollen. Deutlich weniger (jeweils rund drei von zehn) wünschen sich mehr Interviews mit Expertinnen und Experten, Präsentationen von Meinungsumfragen und „unterschiedliche Sendungen zu einem Thema“. Mehr Diskussionssendungen und Kommentare von Journalistinnen und Journalisten werden nur von zwei von zehn Befragten gewünscht. Ebenfalls wird von zwei von zehn Befragten die Vorstellung geäußert, der ORF soll diese Formate „weniger“ einsetzen.

7. ORF-Publikumsgespräche

7.1 Publikumsgespräch Information

Mit 41 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem Publikum und ORF-Programmverantwortlichen und Gremienmitgliedern wird in Eisenstadt eine qualitative, nicht repräsentative Erhebung der Zufriedenheit von Qualitätswahrnehmung des informationsaffinen Publikums durchgeführt. Der Untersuchungsverlauf entspricht dem methodisch bewährten Verfahren mit telefonischem Screening/Interview, schriftlichen Fragebögen zu Beginn und am Ende der Veranstaltung, Gruppenarbeit zur Erhebung der Stärken, Schwächen und Verbesserungsvorschlägen und anschließender Plenardiskussion.

Das Publikumsgespräch Information zeigt Zufriedenheit mit dem Informationsangebot des ORF auf hohem Niveau und in allen vier Medien. Die Qualität des Informationsprogramms wird als sehr gut wahrgenommen. Ein Drittel der Teilnehmer/innen sieht die Qualität als verbessert im Vergleich zum Vorjahr. Man stellt ein größeres Angebot, bessere Themen, eine verbesserte ORF-TVthek mit hintergründiger, jüngerer, aktueller, vielfältiger Stilistik fort.

Die Teilnehmer/innen des Publikumsgesprächs vergeben der ORF-Information quer über alle Medien gute Zufriedenheitswerte, die markant vor den Wettbewerbsangeboten liegen. Tendenziell urteilt das ältere Publikum (45+ Jahre) etwas besser als das jüngere, wobei sich diese Tendenz am deutlichsten beim Spartensender ORF III Kultur und Information zeigt. Deutlich am besten wird das ORF-Radio mit der Gesamtnote von 1,4 bewertet. Danach folgen die ORF-Internetangebote und der ORF TELETEXT mit je 1,7. Das ORF-Fernsehen (ORF 1, ORF 2) erhält die Note 1,8, ebenso der ORF-Spartensender ORF III Kultur und Information. Mit signifikantem Abstand werden die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender wie ARD und ZDF mit 2,6 bewertet. Die österreichischen Privatsender erhalten 2,7, österreichische Privatradiosender 3,3 und deutsche Privatsender wie RTL und PRO 7 eine Gesamtnote von 3,6, wobei die Älteren (45+) bei den österreichischen Privatradiosendern und den deutschen Privatsendern mit jeweils 3,9 die schlechteste Bewertung insgesamt abgeben.

Auch die wahrgenommene Qualität der ORF-Informationsangebote liegt auf sehr hohem Niveau. Alle ORF-Medien erhalten hohe Qualitätsbewertungen. Auch hier gilt: Ältere bewerten die Qualität der ORF-Medien besser als die jüngeren Befragten. Insgesamt erhält die Qualität der Information im ORF generell eine 1,7. Auch hier erhält wieder das Radio (wie fast bei allen Radiosendern in der EBU) die beste Qualitätsbewertung (1,6). Es folgen die Bewertungen für die Qualität der Information im ORF-Internet mit 1,7, die

Information im ORF-Fernsehen in ORF 2 mit 1,7, ORF 1 mit 1,9 und Information in ORF III mit 1,9.

Im Vergleich zum letzten Jahr gibt rund ein Drittel der Teilnehmer/innen an, dass sich die Qualität verbessert habe. 12 % sehen eine Verschlechterung und für über die Hälfte stellt sich die Qualität als unverändert hoch dar.

Bei der Frage nach der Positionierung der ORF-Informationsangebote erhält das Qualitätskriterium „Österreichbezug“ den Spitzenplatz mit 98 % der Zuweisungen, gefolgt von den Kriterien „bietet regionale Infos“ mit 89 % sowie „seriös“, „Korrespondentinnen und Korrespondenten vor Ort“ und „verständlich“ mit je 72 % und „glaubwürdig“ und „zuverlässig“ mit je 71 %. Insgesamt lässt sich sagen, dass dem ORF-Informationsangebot die höchste Imagestärke bei den Qualitätskriterien zuerkannt wird. Dem ORF wird auf fast allen getesteten Dimensionen die stärkste Positionierung zugeschrieben.

Die österreichischen Privatsender und die Anbieter im Internet punkten auf der Dimensionsbeschreibung mit „innovativ/immer etwas Neues“, den deutschen Privatsendern wird etwas mehr Unterhaltungswert zugeschrieben.

Was die Stärken speziell des ORF-Fernsehens angeht, so steht bei den Gesprächsteilnehmerinnen und Gesprächsteilnehmern die regionale Berichterstattung ganz oben. Für rund die Hälfte stellt das Anbieten von regionalen und lokalen Informationen, in diesem Fall konkret zum Beispiel „Burgenland heute“ ein sehr wichtiges Qualitätskriterium dar und der ORF kann sich deutlich von allen anderen Wettbewerbern absetzen. Des Weiteren zählt die fundierte Recherche zu dem Hauptmerkmal des ORF-Fernsehinformationsangebots. Besonders hervorgehoben wird die Qualität der Berichterstattung. Vor allem die Berichterstattung rund um die Wahlen wird als neutral, seriös, kompetent und verständlich beschrieben. Als besonders beliebt und häufig genutzt werden im ORF-Fernsehen die Dokumentationen genannt.

Informationssendungen über den Tag verteilt werden als weitere Stärken des ORF-Fernsehens aufgeführt, ebenso die Themenschwerpunkte auf ORF III und die Servicesendungen, wie zum Beispiel „Bürgeranwalt“. Als Optimierungspotential des ORF-Fernsehens wird die Moderationsstilistik genannt. Kritisiert wird vor allem, wenn der Moderator/die Moderatorin Gesprächspartner/innen nicht ausreden lässt oder bei Diskussionen Teilnehmer/innen übergangen werden bzw. zu wenig Redezeit erhalten. Gewünscht werden weiterhin mehr Internationalität der Berichterstattung, mehr Diskussionsrunden zu internationalen Themen, längere Sendezeiten für manche Sendungen (zum Beispiel „Bürgeranwalt“). Gewünscht werden von manchen der

Teilnehmer/innen mehr Sendungen über Wirtschaft und diese zu früheren Sendezeiten. Einige Diskutantinnen und Diskutanten erwarten vom ORF eine kritischere Berichterstattung und eine Sendung „mit harten Fakten-Checks“. Unter den „technischen“ Wünschen finden sich leichtere Lesbarkeit der Inserts und mehr Nachrichten und Gebärdensprache.

Was das Informationsangebot im ORF-Radio angeht, so wird in dem Gesprächsverlauf deutlich, dass Ö1 eine sehr treue und begeisterte Zuhörerschaft besitzt. Das Sprachniveau, die gute Recherche, die kompetenten Redakteurinnen und Redakteure, die Vielfältigkeit und die Interessantheit der Berichte werden als Qualitätsmerkmale dieses Senders hervorgehoben. Bei Ö3 wird ein Positivtrend festgestellt, vor allem im Hinblick auf die Musikauswahl. Positiv hervorgehoben werden die Diskussionsrunden auf FM4. Insgesamt wird die „gute Variation“ bei den vier Radiosendern gelobt und die Radiothek als Stärke des ORF-Radios hervorgehoben.

Als Optimierungspotenzial für das Radio wird bei Ö3 herausgestellt, dass der Sender seine Nachrichten zu wenig über den Tag verteilt sendet, bei Ö3 werden die Werbeblöcke vor und nach den Nachrichten als zu lange kritisiert.

Im Hinblick auf die generelle Qualität der Hörfunk-Beiträge wird gefordert, auf die sprachliche Qualität stärker zu achten, Pressemeldungen sollen nicht 1:1 übernommen werden, vor allem in ihren Einleitungen. Was die Informationsqualität und die Zufriedenheit im ORF-Internet angeht, so wird das ORF-Internet als aktuelle, gut recherchierte, vollständige, neutrale und übersichtliche Informationsquelle ausgewiesen. Als Optimierungspotenzial wird bei der ORF-TVthek die längere Verfügbarkeit eingefordert. Es fehle ein Archiv mit längerem Zugriffsrecht. Die Anzahl der Streamings solle ausgeweitet werden. Ältere Teilnehmer/innen wünschen sich eine vereinfachte Navigation.

Als Stärken des ORF TELETEXT werden die Einfachheit des Zugangs und die schnelle Verfügbarkeit von Inhalten, die Kürze der Information und die hohe Aktualität und die Verständlichkeit im Sinne von kurz und bündig gelobt. Auch im Internetzeitalter beweise die ORF TELETEXT-App, dass das Medium immer noch seine Anhänger/innen habe. Als Optimierungspotenzial wird ein moderneres Design eingefordert.

7.2 Publikumsgespräch Kultur/Religion

In der qualitativen, nicht repräsentativen Erhebung der Zufriedenheit und der Qualitätswahrnehmung des kultur- und religionsaffinen Publikums in Linz werden 43

Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus dem Publikum mit den ORF-Programmverantwortlichen und Gremienmitgliedern zu Themen der Kultur- und Religionsangebote in den ORF-Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext befragt. Der Untersuchungsablauf ist methodisch der seit Jahren geübte mit telefonischem Screening-Interview, schriftlichen Fragebögen zu Beginn und am Ende der Veranstaltung, Gruppenarbeit zur Erhebung der Stärken und Schwächen, Präsentation der Gruppenarbeit mit anschließender Plenardiskussion mit den Programmverantwortlichen und mit einer Auflistung der „Hauptwünsche an die ORF-Kultur/Religion“. Das Gespräch fand am 15. Oktober 2019 im ORF-Landesstudio Oberösterreich statt.

Im Ergebnis zeigt sich eine hohe Zufriedenheit der Teilnehmer/innen mit dem Angebot des ORF. Die Zufriedenheit mit dem ORF fällt deutlich positiver aus als die Zufriedenheit mit den Angeboten der Konkurrenz. Den Kultur- und Religionsangeboten des ORF wird eine hohe Qualität attestiert, wobei der ORF-Spartensender ORF III Kultur und Information und der Radiosender Ö1 besonders hervorgehoben werden. Sie erhalten „herausragende Qualitätswerte“. Insbesondere bei den Kunst- und Kulturangeboten zeigt sich ein positiver Trend: 40 % nehmen eine Verbesserung im Vergleich zum letzten Jahr war. Auch bei dem Angebot zu Religion, Philosophie und Ethik zeigt sich ein positiver Trend.

Kunst und Kultur wird im ORF generell mit einem Wert von 2,0 eine hohe Qualität zugeschrieben. Die Qualität der Kunst- und Kulturangebote in ORF III Kultur und Information erhält die Schulnote 1,6, die Darbietungen von Ö1 erhalten die Schulnote 1,5, Kunst und Kultur im Fernsehen mit ORF-Beteiligung auf ARTE 1,8, ORF 2 erhält 2,1 und Kunst und Kultur auf ORF 1 eine 2,4. Im Internet erhält dieses Genre eine Bewertung von 2,1 und im Teletext eine Bewertung von 2,4. Im Vergleich dazu erhält die Zufriedenheit mit dem Kunst- und Kulturangebot in den deutschen öffentlich-rechtlichen Sendern einen Mittelwert von 2,8, in den österreichischen Privatfernsehsendern 3,0. Österreichische Privatradiosender erhalten 3,0, deutsche Privatfernsehsender 4,0. Bei den Bewertungen gibt es insgesamt wenig Unterschiede zwischen den Geschlechtern und zwischen den verschiedenen Altersstufen.

Was das ORF-Fernsehen angeht, werden in der offenen Stärken- und Schwächenanalyse als besonders herausgestellt: Der ORF-Kulturjournalismus ist kompetent, vertrauenswürdig und verlässlich. Er bietet in kompetenter Moderation regionale und überregionale Berichterstattung und ein vielfältiges Programm. Die Bewertungen im Hinblick auf Qualität der Berichterstattung und Zufriedenheit des Angebots zeigen im internationalen Vergleich, dass die ORF-Kulturleistungen im Fernsehen mit die höchsten Bewertungen und die größte Zufriedenheit innerhalb der

Umfragen der EBU erhalten. Das ORF-Kultur- und Religionsprogramm kann über 50 % der in diesem Publikumsgespräch in Rede stehenden Imagezuschreibungen auf sich vereinen und kann sich demnach klar von den anderen Sendergruppen auf beinahe allen erhobenen Items besonders positiv hervorheben. Einzig auf drei Dimensionen (kritisch, inspirierend, provokant) besitzen die öffentlich-rechtlichen Spartensender mit ARTE und 3sat eine bessere Position, wobei diese Eigenschaften in der Qualitätswahrnehmung der Teilnehmer/innen eine untergeordnete Rolle spielen.

Kultur/Religion im Radio, das verbindet sich vor allem mit der Qualität von Ö1, dem Flaggschiff des Senders für seriöse Berichterstattung und Diskussion. Die Beiträge auf Ö1 werden als fundiert, tiefgehend und hintergründig beschrieben, die in einer großen Vielfalt und einem beeindruckenden Abwechslungsreichtum präsentiert werden. Die Berichterstattung wird als kritisch wahrgenommen (im Gegensatz zu dem unter ORF-Fernsehen angemerkten Punkt, dass das Programm zu wenig kritisch sei). Besonders erwähnt wird eine „niveauvolle Sprechkultur von Ö1“, das grundsätzlich als spezifisches Merkmal dieses „Radiosenders, wo Kultur zuhause ist“ gilt. Ö3 biete eine verbesserte Auswahl an Musiktiteln. FM4 zeichne sich auf der einen Seite durch Fremdsprachigkeit aus, auf der anderen Seite werde auch der Kleinen Kunst eine Plattform gegeben. Die Musikauswahl werde als weniger seicht und als stark „individuell“ verstanden.

Was die Optimierung angeht, so solle das ORF-Radio in Zukunft auch vermehrt jüngeres Publikum adressieren und Radio Oberösterreich solle der lokalen Kulturszene mehr Aufmerksamkeit schenken. Generell wünscht man sich weniger Wien-Lastigkeit des Programms. Was das ORF-Internet angeht, so gilt als kulturelle Hauptstärke die ORF-TVthek. Der Vorteil der ORF-TVthek liege auf der Hand, da sie die Möglichkeit bietet, die späten Sendezeiten von Kultur- und Religionssendungen „umzuterminieren“ und sich den Vorteil von selektivem Ansehen von Sendungen durch Auswahl bestimmter Beiträge zu sichern. Generell wird das ORF-Internet als aktuell, schnell, übersichtlich, umfassend, sachlich beschrieben. Positiv fällt auch der Webstream / Live-View aus dem Studio beim Radio auf. Als Optimierungspotenziale des ORF-Internet werden Empfehlungen von Sendungen analog Amazon auf der Basis des eigenen Nutzungsverhaltens gewünscht. Die Inhalte sollen länger als sieben Tage in der ORF-TVthek verfügbar sein. Angeregt werden vertiefende Informationen bzw. Zusatzmaterial zu den Sendungen.

Der ORF TELETEXT punktet aufgrund seiner Aktualität und Kompaktheit der Information. Allerdings: Für viele Teilnehmer/innen des Publikumsgesprächs ist das Medium nicht mehr zeitgemäß, auch wenn die ORF TELETEXT-App als „gute Idee“ bezeichnet wird und diese einen „Mehrwert“ bringen kann. Als Optimierungspotenziale

für das Angebot, das von vielen der Befragten als „obsoletes Medium“ und „als Relikt aus der Vergangenheit“ bezeichnet wird, sei eine Modifikation der Grafik anzugehen. Der Aufbau müsse übersichtlicher gestaltet werden und die Inhalte sollen leichter zu finden sein.

7.3 Publikumsgespräch Sport

In einem Publikumsgespräch mit 42 Teilnehmerinnen und Teilnehmern wird in einer qualitativen nicht-repräsentativen Erhebung der Zufriedenheit und Qualitätswahrnehmung des sportaffinen Publikums in Wien mit ORF-Gremienmitgliedern und Programmverantwortlichen diskutiert. Gegenstand sind die Sportangebote der ORF-Medien Fernsehen, Radio, Internet und Teletext. Es werden schriftliche Fragebögen zu Beginn und am Ende der Veranstaltung ausgegeben, es gibt Gruppenarbeiten zur Erhebung der Stärken und Schwächen sowie eine Präsentation der Gruppenarbeiten mit anschließender Plenardiskussion mit den Programmverantwortlichen.

Im Ergebnis zeigt sich, dass die Zufriedenheit mit den Sportangeboten des ORF auf hohem Niveau und deutlich über den Angeboten der öffentlich-rechtlichen und privaten Konkurrenten liegt. Unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zeigt sich, dass das ältere Publikum zufriedener als ist als das jüngere. Generell wird dem ORF-Sport eine hohe Qualität attestiert, wobei gar ein leichter Aufwärtstrend sichtbar ist: bessere technische Qualität, bessere Moderation und Kommentierung, höhere Angebotsbreite. Insgesamt wirke das Programmangebot im ORF-Sport jugendlicher und frischer. Bestnoten erhalten mit 1,7 ORF-Internet und ORF TELETEXT. ORF-Fernsehen (ORF 1 und ORF 2) erhält 1,9. ORF-Radio wird mit 2,0 bewertet, ORF SPORT + mit 2,1.

In der Differenzierung der einzelnen Medien dreht sich bei ORF-Fernsehen der Hauptwunsch der Teilnehmer/innen rund um das Thema Fußball: mehr Live-Übertragungen von nationalen und internationalen Ligen bzw. zumindest Highlights aus diesen Spielen. Für die Moderation und Kokommentierung wünschen sich manche neue Gesichter. Sportarten wie Tennis, Eishockey, Boxen werden vermehrt nachgefragt. Die etwas schwächere Bewertung von ORF SPORT + steht im Zusammenhang mit der Kritik, wonach der Spartensender Potenziale verschenke, da die Bandbreite der Sportarten, die auf dem Sender laufen, noch besser bekannt werden müsste.

84 % der Teilnehmer/innen hören (sehr) gerne Sport im ORF-Radio, wobei aktuelle Sport-Kurzinformationen (zum Beispiel im Rahmen der Kurznachrichten) und Live-Übertragungen und -Einstiege am liebsten genutzt werden. Erwartungsgemäß nutzen

die Hörer/innen das Angebot des ORF-Sport im Radio bei Autofahrten oder bei häuslicher Tätigkeit. Gewünscht werden mehr bzw. längere Live-Einstiege und auch Informationen über aktuelle Spielstände. Angeregt werden des Weiteren ein eigener Sportkanal im Radio, mehr Sport auf FM4 und generell mehr Beiträge abseits der aktuellen Berichterstattung und Live-Übertragungen. Was die Qualitätswahrnehmung der ORF-Sportangebote angeht, so erhält Sport im ORF-Radio eine 2,5 (Sport in Ö3 2,4, Radio Wien 2,5, FM4 2,8). Jüngere Hörer/innen bewerten teilweise deutlich negativer als die älteren.

Das Publikumsgespräch Sport 2019 zeigt, dass das Medium Internet auch bei der Sportberichterstattung einen deutlich steigenden Stellenwert erhalten hat. Als besondere Stärken des ORF-Internetangebots werden u. a. die Live-Streams und alternative Kooperationen (Vogelperspektive) bei der Ski-WM thematisiert. Betont wird, dass die ORF-TVthek im Bereich Sport als relevantes Angebot angesehen wird, das sich laufend verbessert. Als besonderen Bonus nehmen die Teilnehmer/innen des Publikumsgesprächs wahr, dass man sich im Nachhinein Highlights oder – vor allem im Wintersport – manche Rennen nachträglich noch anschauen kann. Als Optimierungspotenziale des ORF-Internet werden genannt:

- längere Verfügbarkeit (die Mehrzahl der Inhalte würden nur 24 Stunden zur Verfügung gestellt)
- Verfügbarkeit im Ausland (Live-Streams sollen auch im Ausland abrufbar sein)
- mehr auf Social Media (YouTube): Der ORF sollte seiner Social-Media-Präsenz und YouTube mehr Aufmerksamkeit schenken.
- mehr Podcasts
- Ausweitung der Highlights von Live-Sendungen, mehr Zusammenfassungen von Live-Sendungen

Das Sport-Angebot im ORF TELETEXT zeichne sich durch Kürze, Prägnanz und Übersichtlichkeit aus. Weitere Stärken liegen in der hohen Aktualität und im einfachen Handling. Optimierungspotenziale des ORF TELETEXT sieht man in einer kompakten Aktualisierung hingegen in dem stärkeren Fokus auf regionale Ligen.

Mit einer Imagestärke von über 50 % (das heißt, die ORF-Sportangebote können über 50 % der Imagezuschreibungen auf sich verbuchen) kann sich der ORF sehr deutlich vom Wettbewerb abheben. Von insgesamt 25 erhobenen, positiven Image-Dimensionen liegt der ORF-Sport bei 20 vor den Angeboten der Konkurrenz. Der ORF ist dabei in der Lage, für die Qualitätsanmutung besonders relevante Aspekte zu besetzen wie hohe

technische Qualität, Professionalität, Kompetenz und eine hohe Aktualität. Bei dem für die qualitätsrelevanten Bereiche der Imagezuschreibung wichtigen Item „europäisches/internationales Geschehen“ muss sich der ORF den privaten Spartensendern geschlagen geben.

Die österreichischen Privatsender ATV, PULS 4 und ServusTV sind gemeinsam nicht klar profiliert. Sie bieten zwar viel Spannung (ServusTV), zeigen aber auch Ähnlichkeit zu deutschen Privatsendern, die ihren Fokus klar auf den Unterhaltungswert festgelegt haben. Die Sportreportagen werden dort vor allem als amüsant und vergnüglich empfunden, allerdings ohne jeglichen motivierenden Charakter, selbst beim Sport mitzumachen. Dagegen werden Internetportale wie YouTube, Facebook und DAZN gelobt. Aufgeführt wird als Pluspunkt dieser Angebote, dass sie am stärksten motivieren, auch selbst sportlich aktiv zu werden und „mitzumachen“. Man erfährt Ungewöhnliches, Innovatives und Faszinierendes aus der ganzen Welt und wird gewissermaßen in das Geschehen „hineingezogen“.

8. ORF-Experten-/Expertinnengespräch Unterhaltung

Das Experten-/Expertinnengespräch des ORF ist ein Spezifikum des Qualitätssicherungssystems. Es ist jeweils ein intensiver, direkter und diskursiver Austausch zwischen ORF-Programmverantwortlichen sowie Fachleuten der jeweiligen spezifischen Genreausrichtung. Es ist ein „Reality-Check“ mit Hinweisen, Bewertungen und Beurteilungen der Wissenschaftler/innen und Expertinnen und Experten. Dieser soll durch das, was methodisch als Leitfaden für eine solche Veranstaltung erarbeitet wurde, bei den ORF-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern zu einer Reflexion über ihre Arbeit führen. Umgekehrt soll durch diesen Diskurs den Expertinnen und Experten die Arbeitsrealität der ORF-Programmproduktion besser verständlich gemacht werden. Nachdem vor fünf Jahren das Experten-/Expertinnengespräch über Unterhaltung eine in der deutschsprachigen Fachliteratur sehr breit akzeptierte Auflistung von möglichen Expertisen und normativen Vorgaben für öffentlich-rechtliches Unterhaltungsfernsehen gebracht hat, war das Experten-/Expertinnengespräch 2019 ein direkter Austausch zwischen der „Vogelperspektive fachlicher Expertise“ und der Innensicht der Programmgestalter/innen. Beide Seiten haben das konstruktive Herangehen der jeweils anderen Perspektive gelobt und das Experten-/Expertinnengespräch als sehr zufriedenstellend bewertet. Als Ergebnis ist festzuhalten:

Die Unterhaltung im ORF, die sich als „populäres Angebot mit Haltung“ versteht, soll das in sie gesetzte hohe Vertrauen dadurch rechtfertigen, dass sie unabhängig von Politik und Wirtschaft agiert. Dabei sind die Normen des ORF-Gesetzes und die Selbstverpflichtungen des Senders wesentliche Qualitätsmerkmale gegenüber den kommerziellen Medien.

Unterhaltung im ORF soll mutig und gegebenenfalls auch provokant sein, Innovatives ausprobieren und auch vor Kritik gegenüber Politik, Wirtschaft und Gesellschaft keinesfalls zurückschrecken.

Unterhaltung im ORF nutzt Satire und Ironie als geeignetes Mittel zur Unterhaltung im TV, Radio und Online. Explizit fällt darunter auch kritische, satirische Selbstreflexion und Selbstkritik.

Unterhaltung im ORF respektiert Grenzen: Es gilt, Persönlichkeitsrechte zu wahren. Voyeuristische Tendenzen und Ausdrucksformen, die die Menschenwürde missachten, sind obsolet.

Unterhaltung im ORF soll alle Bevölkerungsgruppen, das heißt auch alle Bildungsniveaus, ansprechen. Als „Rundfunk der Gesellschaft“ muss der ORF

Unterhaltungsangebote für alle gesellschaftlichen Gruppen anbieten. Das ist kein Widerspruch zum Gebot der verantwortungsvollen Programme. Insbesondere Inhalte für Kinder und Jugendliche sind publikumsorientiert anzubieten.

Unterhaltung im ORF soll Vielfalt zum Ausdruck bringen: inhaltlich, in Form, Sprache und Anmutung. Dabei sollen noch die in der Gesellschaft vorkommenden unterschiedlichen ethnischen, religiösen, regionalen und kulturellen Identitäten berücksichtigt werden.

Unterhaltung im ORF soll deshalb auch regional, national, europäisch und global verankert sein: Sie soll keinesfalls internationale Produktionen ausschließen, vielmehr soll sich öffentlich-rechtliche Unterhaltung um unterschiedliche Färbung, um einen internationalen Horizont bemühen. Dabei spielt die Selbstverortung in Europa eine ganz besondere Rolle.

Unterhaltung im ORF soll Kooperationen und Koproduktionen mit europäischen Partnern, insbesondere den öffentlich-rechtlichen Medien anstreben.

Unterhaltung im ORF soll der österreichischen Kreativwirtschaft intellektuelle und ökonomische Wertschöpfung ermöglichen.

Unterhaltung im ORF muss die Veränderungen im Kontext der digitalen Kommunikationstechnologie zwingend berücksichtigen. Dazu sind die entsprechenden Unterhaltungsangebote des ORF notwendig, die auch online zugänglich sind. Gegebenenfalls sind dafür erforderliche gesetzliche Änderungen einzufordern.

Die österreichischen Fachleute für das Thema Unterhaltung in TV, Radio und Netz machen deutlich, dass der ORF seinem gesetzlichen Auftrag, für ein vielseitiges kulturelles Angebot gerade in der Unterhaltung zu sorgen, gut nachkommt. Gewarnt wird daher, dass der Sender den gestalterischen Facettenreichtum seiner Medien mit all seinen experimentellen Versuchen nicht zulasse. Oft erfordere es Mut, damit Neues entstehen kann. In dem „hoch kompetitiven Umfeld eines international zugespitzten Wettbewerbs soll ein mutiger und starker ORF seinen Beitrag für das Publikum leisten als auch für die österreichische Kreativwirtschaft vorangehen.“

9. Public-Value-Bericht

Der Public-Value-Bericht geht der Frage nach, wie sich die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags dokumentieren lässt. In fünf Einzelpublikationen wird in ansprechender, grafischer Form dargelegt, was an Zahlen, Fakten, Entwicklungen jeweils erbracht wurde. Unter dem Titel „So geht Information im ORF“ wird der Frage nachgegangen, „was ist die Leistung des ORF, wenn es um zuverlässige Berichterstattung und um Glaubwürdigkeit und Vertrauen geht? Wie entsteht Public Value als Wert und Nutzen für die Gesellschaft?“ Der Text führt aus, dass neben den strengen Regulativen, die die Zuverlässigkeit der Information gewährleisten, ein überprüfbarer gesetzlicher Auftrag den Schutz von Unabhängigkeit, Vielfalt und Qualität der Berichterstattung sichere und ein weisungsfreier Ethikrat zur Kontrolle des geltenden Verhaltenskontexts über die Informationen im ORF wache. Dazu gebe es effektive Kontrollrechte, u. a. durch Parlament, Medienbehörde, Rechnungshof und ORF-Gremien und eine in den letzten Jahren stark ausgebaute Barrierefreiheit zur besseren Verständlichkeit der Programminhalte.

Die Frage, was öffentlich-rechtliche Medienqualität für die Kultur bedeute, wird in der Checkliste beantwortet mit dem ORF-eigenen weltoffenen Verständnis von Kunst und kultureller Vielfalt, dem gesetzlichen und überprüfbaren Auftrag zur Vermittlung und Förderung von Kunst und Kultur und mit den großen umfangreichen Kooperationen mit Kunst- und Kulturschaffenden, den europäischen Koproduktionen und dem österreichischen Kulturexport, der ein Fenster der Kultur zur Welt bedeutet. Darüber hinaus zählt der Report die große Zahl von TV-, Radio- und Online-Berichten über das kulturelle Leben in den urbanen Zentren in den Regionen auf.

Zur Frage, was öffentlich-rechtliche Medienqualität für die Bildung bedeute, bringt die Checkliste des Public-Value-Reports eine Auflistung der ORF-Leistungen zu den Fragen Wissen und Wissensvermittlung, Transparenz, Innovation und Kompetenz. Der Report listet einen überprüfbaren gesetzlichen Bildungsauftrag für den ORF auf eine sehr breit angelegte Kooperation mit Bildungseinrichtungen und der Wissenschaft und auf Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche.

Der Report macht deutlich, dass der ORF sich gegen die Nivellierung der Programminhalte und eine Elfenbeinturmmentalität ausspricht.

Zur Frage des Themas „Europa im ORF“ listet der Report den hohen Anteil eigenständiger europäischer Produktionen auf, eine umfangreiche Zusammenarbeit mit den europäischen öffentlich-rechtlichen Medien und einen sehr breiten Austausch bei

Nachrichten. Der europäische Rechtsrahmen, den der ORF in seiner Berichterstattung respektiert und das umfangreiche Netz an Korrespondentinnen und Korrespondenten mit seinen zuverlässigen, authentischen Berichten machen das „Nein“ zu nationalistischer Propaganda deutlich. In gleicher Weise stellt sich der ORF gegen ethnische, kulturelle und politische Stereotypen in der Berichterstattung und geht offensiv gegen Hetze gegenüber Minderheiten und Ausländer/innen vor.

Auf die Frage, was öffentliche-rechtliche Medienqualität für das Themenspektrum „Identität und Österreich“ bedeutet, listet der Public-Value-Report die ORF-Bemühungen um ein weltoffenes, tolerantes Verständnis von Österreich, seiner Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft auf. Hervorgehoben werden die Dokumentationen zur österreichischen Zeitgeschichte, die Live-Übertragungen und Ausstrahlungen vieler Kultur- und Sportevents, die Wertschöpfung durch Beauftragung der österreichischen Kreativ-Wirtschaft, die Bemühungen um Föderalismus und um regionale, lokale und kulturelle Identität.

10. Fazit

Das vorliegende Gutachten „Das Qualitätssicherungssystem des ORF“ beschreibt eine Bewertung der gesamten Anstrengungen, die der ORF laut ORF-Gesetz und Gremienvorgaben im Rahmen des vorgegebenen Kanons von Qualitätssicherungsmaßnahmen zu erbringen hat. Es untersucht, inwieweit der ORF in der Lage war, ein vielfältiges Gesamtprogramm zu gewährleisten und mit einer Gewichtung von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport den Forderungen des Gesetzes nach „Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags“ nachzukommen. Es versteht das Qualitätssicherungssystem des ORF als ein Bündel von Leistungen, mit denen die unterschiedlichsten Dimensionen des medialen Prozesses (Vertrauen und Orientierung, Vielfalt und Föderalismus, Kultur und Unterhaltung, Verantwortung und Identitätsstiftung, Innovation und Kompetenz, Zukunft und Verantwortung) zusammengesehen werden. Die grundsätzliche Frage, die im Qualitätsmonitoring gestellt wird, heißt: Werden der ORF und sein Gesamtprogramm in der Vielfalt der Anstrengungen und der Relevanz der Inhalte

- den Vorgaben des Gesetzes,
- den konkreten Auflagen der Gremien,
- dem eigenen Anspruch zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags
- und dem vielfältigen Interesse seines Publikums gerecht?

Nach ausführlicher Prüfung der empirischen, analytischen, diskursiven und konzeptionellen Darlegung des Hauses ist grundsätzlich festzuhalten: Der ORF hat im Geschäftsjahr 2019 die Vorgaben des ORF-Gesetzes und des geforderten Qualitätsmanagements erfüllt. Er hat in umfangreichen Studien, in Diskussionen mit dem Publikum und in zahlreichen Veröffentlichungen die Vorgaben der Gremien und die selbstgesetzten Überlegungen zur Qualität erfüllt.

Der ORF hat im Jahre 2019 den Kriterienkatalog für die Qualität des Unternehmens in allen Punkten abgearbeitet. Meine Aufgabe besteht in reinlicher Prüfung der Frage, inwieweit die gesetzlich vorgegebenen Standards strukturell, programmlich und auch aus der Perspektive des Publikums eingehalten worden sind. Ich kann auf der Grundlage der sehr vielfältigen Inhalts- bzw. Programmstrukturanalysen darlegen:

Der ORF hat 2019 den festgelegten Qualitätskriterien in den wesentlichen Punkten entsprochen. Dem ORF ist zu bestätigen, dass er in einem gesetzeskonformen Verfahren mit qualitativen und quantitativen Auswertungen den Vorgaben des Gesetzes einer umfassenden Qualitätssicherung gerecht geworden ist. Er hat das geforderte Qualitätsmanagement im Jahre 2019 effektiv und erfolgreich umgesetzt.