

ÖSTERREICHISCHER RUNDFUNK  
PUBLIKUMSRAT

Sitzungsprotokoll  
2/2023

Ort: ORF-Zentrum, Großer Sitzungssaal  
1136 Wien, Hugo-Portisch-Gasse 1

Zeit: Donnerstag, 22. Juni 2023  
10.05 Uhr bis 13.04 Uhr

Folgende Mitglieder sind anwesend:

Hr. Ing. Florian BRUNGRABER  
Hr. Mag. Josef BURANITS, LL.M.  
Fr. Mag.<sup>a</sup> Andrea DANMAYR (Vorsitzenden-Stellvertreterin)  
Hr. Dr. Markus HENGSTSCHLÄGER  
Hr. Mag. Klaus HÜBNER  
Hr. Univ.-Prof. Mag. DDr. Matthias KARMASIN  
Hr. Mag. Andreas KRATSCHMAR  
Hr. Mag. Walter MARSCHITZ, BA (Vorsitzender)  
Fr. Mag.<sup>a</sup> Sophie MATKOVITS  
Hr. Univ.-Prof. Dr. Siegfried MERYN  
Hr. Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael MEYER  
Fr. Barbara NEPP  
Hr. Christoph RIEDL  
Hr. Mag. Martin SCHENK  
Hr. Dr. Josef SIFFERT  
Fr. MMag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Petra STOLBA  
Fr. Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Regina WEITLANER (online)  
Fr. Mag.<sup>a</sup> Daniela ZIMMER

ferner

Hr. Lothar LOCKL

Österreichischer Rundfunk:

Hr. Generaldirektor Mag. Roland WEISSMANN  
Fr. Barbara BATTISTI, Leiterin Wirtschaftsressort ORF News Fernsehen (TOP 2)  
Fr. Barbara EBINGER, BA, MA  
Hr. Mag. Dr. Josef LUSSER  
Fr. Dipl.-Pol. Hanna SOMMERSACHER, Stv. Leiterin Wirtschaftsressort  
ORF News Radio (TOP 2)

Stimmübertragungen:

Hr. Ing. Johann BAUMGARTNER, MAS  
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR  
Hr. Dr. Gerhard HEILINGBRUNNER  
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR  
Fr. Sonja HORNER  
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR  
Fr. RA Mag.<sup>a</sup> Michaela KRÖMER, LL.M.  
vertreten durch Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael MEYER  
Hr. Martin LADSTÄTTER, M.A.  
vertreten durch Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael MEYER  
Fr. Mag.<sup>a</sup> Sophie MATKOVITS  
ab 11.50 Uhr vertreten durch MMag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Petra STOLBA  
Hr. Willi MERNYI  
vertreten durch Mag.<sup>a</sup> Daniela ZIMMER  
Hr. Univ.-Prof. Dr. Siegfried MERYN  
ab 12.44 Uhr vertreten durch Mag.<sup>a</sup> Daniela ZIMMER  
Fr. Dr.<sup>in</sup> Maria NEISSER  
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR  
Hr. Michael WALCHHOFER, MBA  
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR  
Fr. Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Regina WEITLANER  
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR  
Hr. MMag. Bernhard WIESINGER, MBA, MPA  
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR

entschuldigt:

Hr. Wolf LOTTER  
Fr. Pauline TREPCZYK, BSc

Die Beschlussfähigkeit des Gremiums gemäß § 29 Abs. 4 ORF-G ist damit gegeben.

Die Tagesordnung, die fristgerecht übermittelt wurde und gegen die kein Einwand erhoben wird, umfasst folgende Punkte:

1. Genehmigung des Protokolls vom 9.3.2023	4
2. Themenschwerpunkt: Aufgabe und Rolle des ORF beim Thema Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge	4
3. Bericht des Generaldirektors und allgemeine Programmfragen	20
4. Bericht des Vorsitzenden	35
5. Berichte aus den Ausschüssen	
5.1. Beschwerdeausschuss: Bericht über die Sitzungen vom 5.6. und 16.6.2023	37
5.2. Programmausschuss: Bericht über die Sitzung vom 21.6.2023	38
6. Allfälliges	41

Der VORSITZENDE begrüßt Gremienmitglieder und Gäste zur Sitzung des Publikumsrats. Es freue ihn, dass sie heute einen Ehrengast in ihrer Mitte hätten, nämlich Lothar Lockl, den Vorsitzenden des Stiftungsrats. Seine Anwesenheit bei der Sitzung habe keinen speziellen Grund; Lockl wolle einfach einmal an einer Sitzung des Publikumsrats teilnehmen und sich einen Eindruck verschaffen. Er könne jederzeit das Wort ergreifen und sich an der Debatte beteiligen, so wie das ja auch dem Vorsitzenden des Publikumsrats im Stiftungsrat möglich sei. Weiters begrüße er Roland Weißmann, den Generaldirektor sehr herzlich zur Sitzung. Es seien auch viele andere ORF-Mitarbeiter anwesend, die in der Vorbereitung der Sitzung sehr vieles tun. Speziell zum TO-Punkt 2 – Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge seien die Ressortleiterin der Wirtschaftsredaktion des Fernsehens, Barbara Battisti, und Hanna Sommersacher, die stellvertretende Ressortleiterin für Wirtschaft beim Radio zugegen. Herzlich begrüße er auch noch die Kollegen von den anderen Medien.

Beim TO-Punkt Bericht aus dem Programmausschuss werde man eine Empfehlung behandeln, die die letzte Sitzung betreffe und ausgeschickt worden sei. Man werde auch das Thema der Publikumsratsumfrage 2023 beschließen.

Der VORSITZENDE tritt in Punkt 1 der Tagesordnung „GENEHMIGUNG DES PROTOKOLLS VOM 9.3.2023“ ein.

Wenn niemand Einwände habe, das Protokoll so zu beschließen und auf der Website des Publikumsrats zu veröffentlichen – er sehe keine –, dann sei das Protokoll vom 9.3.2023 somit einstimmig genehmigt.

Der VORSITZENDE tritt in Punkt 2 der Tagesordnung „THEMENSCHWERPUNKT: AUFGABE UND ROLLE DES ORF BEIM THEMA FÖRDERUNG DES VERSTÄNDNISSES FÜR WIRTSCHAFTLICHE ZUSAMMENHÄNGE“ ein. Man habe sich für diese Funktionsperiode vorgenommen, die Programmaufträge des ORF wie sie im § 4 ORF-Gesetz normiert seien, in den Sitzungen Punkt für Punkt abzuarbeiten. Man habe das auch insofern geclustert, als man einen Zusammenhang zwischen den Sitzungsthemen und der jeweiligen Publikumsratsumfrage im laufenden Jahr hergestellt habe. Die Publikumsratsumfrage im laufenden Jahr habe das Thema „Sicherheit – Europa – Wirtschaft“ gehabt. Das Thema „Europa“ sei bei der letzten Sitzung Schwerpunktthema gewe-

sen, allerdings durch die aktuellen Ereignisse ein bisschen zu kurz gekommen. Man werde in der Präsidiäle überlegen, ob man nicht vielleicht Anfang des kommenden Jahres Europa wieder zum Thema machen könnte. Da gebe es dann ja wieder einen Konnex, weil im kommenden Jahr Europa mit den Europaratswahlen wieder ein bisschen stärker im Fokus stehen wird.

Zunächst wolle er Kratschmar ersuchen, ihnen noch einmal jene Punkte der Umfrage in Erinnerung zu rufen, die die Wirtschaftsberichterstattung betreffen.

KRATSCHMAR führt aus:

Sehr gerne! Die Publikumsratsstudie hat sich mit den Themen Europa, Sicherheit und Wirtschaft in der ORF-Berichterstattung befasst. Wir haben uns bei dieser Studie die Wichtigkeit dieser unterschiedlichen Programmaufträge angeschaut, und da gibt es eine entsprechende Liste. Der Programmauftrag Verständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge fördern in der Wahrnehmung des Publikums ist ein sehr wichtiger Auftrag. Er wurde mit einem Mittelwert von 2,1 bewertet. Das ist also kein Auftrag, der vom Publikum in die Kategorie ferner liefen eingeordnet wird, sondern das ist tatsächlich ein sehr relevanter Auftrag.

Wir haben für die Befragung die 19 Programmaufträge in 21 Items aufgeteilt und das Publikum hinsichtlich des Interesses an Informationen über Wirtschaft befragt. Das Ergebnis ist sehr klar: Es gibt ein doch hohes Interesse an Wirtschaftsthemen. 31 % sind sehr interessiert, weitere 38 % ziemlich. Das zeigt also ein hohes Interesse. Es gibt eine kleine Genderdifferenz – Männer sind stärker interessiert – und das Interesse steigt mit dem Alter ein wenig an, insbesondere ab 50.

Ein Äquivalent zur Interessensbekundung ist die Nutzung der entsprechenden Berichterstattung. 31 % nutzen sie häufig, weitere 38 % gelegentlich. Die ältere Zielgruppe ab 50 nutzt sie stärker als die jüngere. Verglichen mit den bis zu 29-Jährigen ist die Nutzung bei ihnen doppelt so stark.

Bei der Zufriedenheit des Publikums mit der ORF-Wirtschaftsberichterstattung ist doch ein deutlicher Gap zu sehen. 12 % sind sehr zufrieden, und 34 % vergeben die Note 2. Da gibt es keine Differenzen zwischen Männern und Frauen oder hinsichtlich der Altersgruppen; das schaut überall sehr ähnlich aus.

Der nächste Punkt ist ganz entscheidend und wird auch Gegenstand der heute vom Publikumsrat zu beschließenden Empfehlung sein: Wovon will das Publikum mehr? Wir haben ganz dezidiert abgefragt, welche Themen da von besonderem Interesse sind. Es zeigt sich ein sehr deutliches Bild: Sehr klar führt der Bereich Ausbildung, Lehre, Berufsbilder. Davon wollen 50 % mehr. Das Publikum will auch zum Wirtschaftsgeschehen in Österreich mehr, zu österreichischen Unternehmen. Auch Arbeitsmarkt, Innovation, Digitalisierung und Unternehmertum werden relevant nachgefragt. Übrigens auch die Börsenberichterstattung. Die war im Publikumsrat immer wieder Thema. Ich weiß jetzt nicht, wie hoch die Aktionärsquote in Österreich aktuell ist; jedenfalls gibt es nach diesem Thema in der Berichterstattung eine relevante Nachfrage.

Wir haben nach Altersgruppen differenziert, wie es mit Themenpräferenzen ausschaut. Bei den bis zu 29-Jährigen ist natürlich das Thema Ausbildung, Lehre und Berufsbilder vorne. Natürlich interessiert auch der Arbeitsmarkt und das Wirtschaftsgeschehen sehr. In der nächsten Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen zeigt sich ein ähnliches Bild. Da sieht man allerdings, dass vor allem die Themen Innovation und Digitalisierung stärker nachgefragt werden. Kein Wunder, haben uns die ExpertInnen der Meinungsforschung gesagt, denn da sind die Leute im Beruf mit dem Thema be-

schäftigt und konfrontiert und interessieren sich in der Folge natürlich sehr für entsprechende Informationen. Auch in der Altersgruppe der ab 50-Jährigen gibt es eine klare Präferenz für das Thema Ausbildung, Lehre und Berufsbilder. Das hängt vielleicht damit zusammen, dass die dann an die Kinder und deren Berufsentscheidung denken und eine entsprechende Prioritätenliste haben, wovon der ORF mehr bieten soll.

Bei Eigenschaften, die der ORF-Berichterstattung zugeschrieben werden, punktet sie insbesondere durch Aktualität und verständliche Aufbereitung. Das ist sicherlich ein großes Kompliment. Es folgt individueller Nutzen; Hintergrundwissen wird nicht so stark bewertet.

Wie ausgeprägt ist das Interesse an unterschiedlichen Arten der Berichterstattung? – Aktuelle Kurznachrichten werden von zwei Drittel stark nachgefragt, aber auch ausführliche Berichterstattung, Hintergründe, Analysen und Reportagen und Diskussionen mit Fachleuten mit unterschiedlichen Positionen zu Themen der Wirtschaft. Das betrifft also journalistische Gattungen und Formate der Vermittlung. Da gibt es offenbar eine sehr klare Präferenz.

Damit kommen wir schon zum Summary des SORA-Instituts, das darin noch einmal deutlich gemacht hat, dass bei Wirtschaftsthemen Interesse und Nutzung bei Männern etwas höher sind als bei Frauen, dass die Zufriedenheit mit der Berichterstattung zu den verschiedenen Themen auf einer Schulnotenskala bei 2,6 liegt und damit gleichauf mit Europa. Am besten werden die Eigenschaften aktuell und verständlich aufbereitet bewertet.

Das Interesse an Kurznachrichten ist hoch, aber auch ausführliche Berichterstattung und Diskussionssendungen werden nachgefragt. Noch einmal betont wird die klare Themenpräferenz für Ausbildung, Lehre und Berufsbilder, Wirtschaftsgeschehen in Österreich und Berichte über österreichische Unternehmen. Dazu möchte man mehr Informationen haben.

Insgesamt ist das ein relativ klares Bild. Als Publikumsrat interessiert uns, wo man da den Interessen des Publikums entsprechend mehr anbieten kann und welche Formen und Formate der Vermittlung präferiert werden.

MARSCHITZ unterstreicht nochmals, dass sich die Präferenz für das Thema Ausbildung, Lehre und Berufsbilder durch alle Generationen zieht. Man habe im vortägigen Programmausschuss die Strategie präsentiert bekommen, die primär auf unterschiedliche Altersgruppen abzielt. Daher sei es angenehm, dass es Themen gebe, die für alle Altersgruppen relevant sind. Natürlich hätten sich auch gewisse Unterschiede gezeigt: So sei zum Beispiel Digitalisierung ein klassisches Middleager-Thema.

Als Vorgangsweise schlage er vor, zuerst einmal eine Runde im Kreise der Publikumsräte zu machen. Da könnten Reaktionen auf die Ergebnisse der Umfrage zur Sprache gebracht, aber auch sonstige Themen zur Wirtschaftsberichterstattung angesprochen werden. Dann werde man die Vertreterinnen und den Vertreter des Hauses dazu einladen, Stellung zu nehmen. In der Vorbereitung habe er gebeten, dass man auch darauf eingeht, wie man den Bildungsauftrag, der im Programmauftrag steckt – Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge – versteht und wahrnimmt.

KRATSCHMAR adressiert kurz drei Themen: Man beschäftige sich sehr intensiv mit der Frage, wie der ORF vom Programm her für junge Zielgruppen – in der Fachsprache Young Audience – attraktiver werden kann. Die Zielgruppe unter 30 sei in vielfa-

cher Hinsicht zu adressieren; da gebe es viele Lücken. Das sei natürlich nicht nur Aufgabe der Wirtschaftsberichterstattung. Ihn interessierte jedoch, welche Überlegungen es im Wirtschaftsressort dazu gebe, um etwa für diese Zielgruppe die Themen Bildung, Beruf, Lehre und Ausbildung aufzubereiten. Was könnten da mögliche Zugänge sein?

Beim zweiten Thema gebe es eine Tangente zu Konsumententhemen, nämlich Finanz- und Wirtschaftsbildung für jüngere Zielgruppen. Da interessiere ihn, ob es Ideen, Konzeptionen gebe, wie man diese Themen für junge Zielgruppen aufbereiten könne. Da seien die Schulen ein bisschen aufmunitioniert worden; da könne man sich als ORF schon überlegen, was man da anbieten könne.

Dann bitte er noch um Anregungen oder Impulse für eine Angelegenheit, die mit dem besprochenen Informationsfeld nichts zu tun habe. Es gebe ja im Privatfernsehen in Österreich den einen oder anderen Ansatz, Unternehmertum ein bisschen anders darzustellen – Stichworte: Start-up-Shows, Nachfolgersuche im regionalen Kontext. Da sei die Frage, ob sich aus den Erfahrungen mit dem Wirtschaftsgeschehen auch Programmideen ableiten ließen, die dann eben auch in den Unterhaltungsbereich hineinspielen würden, mit denen man diese Themen adressieren könnte.

ZIMMER sagt, dass 50+ heiße, dass man relevante Zielgruppen zurzeit nicht über alle Maßen gut erreiche. Defizite in den Themenbereichen Ausbildung, Lehre und Berufsbilder würden sie darin bestätigen, dass sich das auch in letzter Zeit nicht verbessert habe. Die Wahrnehmung dieses Mangels habe schon die Arbeit der letzten Jahre durchzogen und man habe sich mantraartig dazu anwendernahe Informationen praktikabel für den Alltag des Publikums gewünscht. Wirtschaftsberichterstattung sei ein Sammelbegriff für sehr unterschiedliche Informationen. Das könne eine volkswirtschaftliche Betrachtung ebenso sein wie Ratgeber, Service und Tipps für den Lebens- oder Berufsalltag von Menschen. Sie als Verbraucherschützerin habe ihr Auge stärker auf Letzteres gerichtet, und da sehe sie wirklich Luft nach oben.

Vor diesem Hintergrund wolle sie eine Sorge platzieren. Ihr sei vor Kurzem zu Ohren gekommen – sie hoffe, dass das noch nicht fix sei –, dass eine der wenigen Redaktionen, die sich qualifiziert mit Rat und Service auseinandersetzen, nämlich die „help“-Redaktion mutmaßlich reduziert werden solle. Es stünden Pensionierungen an, und es gebe auch bereits erste Hinweise auf Nicht-Nachbesetzungen. Es sei ohnedies eine Kleinstredaktion mit nicht mehr als drei Vollzeitkräften, die weit mehr tun würden, als nur die 20-minütige Sendung „help“ zu gestalten, die seit den 70er-Jahren unverändert existiere. Damit sei sie ein Unikum in der europäischen Broadcastwelt. Sie produziere darüber hinaus noch ganz viel Digitales und sei eine der wenigen Redaktionen – Stichwort: Junge –, die direkten Kontakt zum Publikum halte, indem sie einlade, per Mail Wahrnehmungen, Wünsche, Anliegen oder Fälle zu schicken. Das werde rege in Anspruch genommen. Die Redaktion würde, sobald man digital first leben dürfe, äußerst gerne über Social Media andere erreichen, die keine Mails mehr schreiben würden und im Übrigen auch Podcasts gestalten. Dazu gebe es auch pfiffige Ideen, die jedoch mit weniger als drei Personen einfach nur schwer zu realisieren seien.

Vor dem Hintergrund, dass man in multiplen Krisen stecke, die Digitalisierung die Menschen bis an ihre Grenzen und darüber hinaus fordere, hätten Ratgeber, Service, Unterstützung und Aufklärung mehr Berechtigung denn je. Sie würde sich also Signale erhoffen, dass man in diesem Bereich nicht nur nicht qualifiziertes Personal einspare, sondern ihn eher ausbaue.

Bildung im Bereich der Wirtschaft sei ein schwieriges Thema, stellt MEYER fest. Für viele Angehörige des sogenannten Bildungsbürgertums in Österreich gehöre es immer noch zum guten Ton zu sagen, dass man keine Ahnung habe, was eine Bilanz sei. Soll und Haben kenne man höchstens aus der Literatur, aber nicht aus der Buchhaltung. Es gebe da ganz einfach Defizite in der Wirtschaftsbildung auf der Primär- und Sekundärschulstufe. Die würden zwar irgendwann vielleicht einmal beseitigt werden, aber das werde er selber angesichts der Trägheit der Weiterentwicklung des Erziehungs- und Bildungssystems wahrscheinlich nicht mehr erleben. Er wolle daher danach fragen, ob der ORF überlege, zwecks Wirtschaftsbildung spezielle Formate zu entwickeln, die da unterstützend wirken könnten.

Wirtschaft sei mehr oder weniger alles, was irgendwie mit Geld zu tun hat, und damit weit mehr als das, was normalerweise unter Wirtschaftsberichterstattung laufe. Das gehe es zum Beispiel um Fragen der Nachhaltigkeit, um Green Economy, um soziales Unternehmertum. Das sei ein bunter Blumenstrauß an Themen. Gerade die Sozialwirtschaft, für die er hier ein Stück weit stehe, sei ein wesentlicher Teil davon und deren Beschäftigte machen fast 10 % der Arbeitenden in diesem Land aus. Es gehe natürlich auch um andere Themen; es gebe da also eine große Bandbreite. Seine Frage sei, wie man es schaffe, die gesamte Bandbreite auch abzubilden. Das sei nicht so leicht, gerade dann nicht, wenn aktuelle Themen wie jüngst Kika/Leiner aufpoppen und die Aufmerksamkeit auf sich konzentrieren.

In seiner dritten Frage gehe es um die wirtschaftswissenschaftliche Expertise, wie sie im ORF zur Geltung komme. Da habe sich durchaus zum Leidwesen der Universitäten beziehungsweise der universitären Wirtschaftswissenschaft eine neue Unübersichtlichkeit herausgebildet. Gerade im Wirtschaftsbereich gebe es jede Menge Think Tanks, die gleichsam aus dem Boden schießen. Österreich sei da kein Einzelfall. Diese seien allesamt stets immer irgendwie ideologisch und weltanschaulich besonders verortet. In der Morgenberichterstattung sei an dem Tag Agenda Austria zur Arbeitszeitverkürzung gebracht worden und andererseits Markus Marterbauer, den er gut kenne. Zumindest in diesem Beitrag habe es also eine Ausgewogenheit gegeben. Seine Frage sei, wie man da sicherstellen wolle – das sei eine schwierige Aufgabe und er wüsste da auch nicht wie –, dass von wirtschaftswissenschaftlicher Seite tatsächlich eine differenzierte und seriöse Diskussion stattfinde. Das werde nicht in jedem einzelnen Beitrag gehen. Es sei die Frage, wie man das in Summe gewährleisten könne. Es werde immer schwieriger, die handelnden Akteure und Institutionen – früher sei das noch einfach gewesen, da habe es das IHS und das Wifo gegeben, und man habe gewusst, dass die einen ein bisschen eher so und die anderen ein bisschen eher so seien. Jetzt sei das aber unübersichtlich geworden und es fehlten ein Stück weit die Autoritäten, wie in vielen anderen Bereichen auch.

Mit seinem letzten Punkt wolle er die Ausführungen Zimmers unterstreichen und ihnen noch zusätzlich Gewicht verleihen. Die Bedeutung des ORF im Bereich des Konsumenten- und Konsumentinnenschutzes sollte nicht unterschätzt werden. Gerade in Zeiten, in denen die Servicequalität so vieler Unternehmen unter jeder Sau sei, und man gebe irgendwo zwischen den verschiedenen Call Centers in Indien und Ägypten irgendwann seine gerechtfertigten Ansprüche auf, sei jeder Druck, der auf diese schwarzen Schafe unter den Unternehmern ausgeübt werden kann, extrem wichtig. Der ORF sei da nach wie vor eine große Orgel. Er würde es auch mit großem Bedauern beobachten, wenn in dem Bereich die Schlagkraft nachlassen würde.

DANMAYR meint, dass ihre Frage auch die Umfragethemen Europa und Sicherheit in gleicher Weise betreffe. Alle drei hätten landläufig nicht den allergrößten Sex-Appeal. In der Wahrnehmung gebe es in den Bereichen Experten und Expertinnen,



die sich auskennen würden; man vertraue denen oder eben auch nicht. Sie habe den Eindruck, dass es in diesen Bereichen eine starke Hierarchie gebe. Das betreffe auch gar nicht nur den ORF, sondern die Vermittlung generell.

Es gehe um das bessere Erreichen der jüngeren Zielgruppe. Mit 1.1.2024 habe man 9 Millionen Menschen in diesem Land zu erreichen. Gerade Unternehmerinnen und Unternehmer seien durch die Haushaltsabgabe stärker betroffen. Man sei also insgesamt in der Ziehung, ein Angebot für jene zu schaffen, die jetzt zahlen müssten. Sie meine damit nicht, dass die ein spezifisches Menü serviert bekommen sollten, es gehe aber um einen ORF für alle.

Für sie gehe es in der Vermittlung in allen angesprochenen Bereichen nicht nur um die Hard Facts, sondern auch darum, die Angst vor diesen Themen zu nehmen. Wirtschaft sei eigentlich alles, was mit Geld zu tun habe, wie schon Meyer gesagt habe. Für Menschen, die keinen hohen Bildungsgrad hätten, vor allem aber für die Jungen müsse man da vielleicht, wie das Kratschmar angedeutet habe, Überlegungen anstellen, die ein bisschen in den Unterhaltungsbereich hineinreichten. Außerdem finde Wirtschaft ja nicht nur in „Eco“ statt, sie finde auch in Sendungen der Landesstudios statt. Es gehe ihr darum, wie man sich mit diesen Themen ein bisschen verbreiten könne. In der Redaktion gebe es da viel Expertise. Ihr gehe es darum, wie man die vielleicht auch für Entwicklungen im Unterhaltungsbereich nutzbar machen könnte. Das wäre ein Zugang, der dem ORF dabei helfen könnte, für alle da zu sein.

NEPP wünscht sich mehr Bewusstsein für Wirtschaft, besonders für heimische Wirtschaft. Man sollte also zum Beispiel ein Bewusstsein dafür schaffen, was passiere, wenn man über Amazon einkaufe oder stattdessen österreichische Produkte einkaufe. Man sollte da aufzeigen, welche Folgen und Auswirkungen das für jeden Einzelnen habe. Das gelte zum Beispiel auch für die Werbung – sie wisse schon, dass das immer ein kritischer Punkt sei –, wo man dennoch versuchen sollte, manche Aufträge nicht anzunehmen.

Der Punkt Lehrlinge sei bereits angesprochen worden und sehr, sehr wichtig. Es gebe da zum Beispiel ein Mentoringprogramm für Migrantenlehrlinge. Das finde sie sehr wichtig. Vielleicht könne auch der ORF das dem Publikum näherbringen. Man brauche die Lehrlinge. Die Ausbildung an den Schulen, die ein Migrant davor besuche, sei nicht gerade berühmt. Sie erlebe selbst, dass Lehrlinge, die den polytechnischen Lehrgang absolviert hätten, nicht schreiben und nicht rechnen könnten. Vielleicht könne der ORF da auch einmal das Augenmerk darauf richten.

Es gebe in Österreich tolle, große Unternehmen, die vielen Mitarbeitern einen Arbeitsplatz geben, die man gar nicht kennt. Vor allem in Oberösterreich gebe es Riesenunternehmen, die in Bereichen wie KI und so weiter Weltmarktführer seien. Die würden in den nächsten Jahren noch viele weitere Mitarbeiter einstellen. Vielleicht könne man die einmal vor den Vorhang holen, um zu zeigen, was in Österreich alles passiere. Jeder österreichische Unternehmer sei in diesem Land ohnedies bereits sehr gefordert. Vielleicht könne man jenen, die es trotzdem wagen, helfen und dem Publikum zeigen, was da passiert.

KARMASIN meint, er werde versuchen, es kurz zu machen, was allerdings immer wie eine Drohung klinge. Er wolle es dennoch versuchen. Er wolle sich den Ausführungen von Kollegen Meyer in allen Punkten anschließen und noch zwei Dinge highlighten: Auch bei dieser Publikumsratsstudie denke er, dass man Wirtschaft, auch wenn das trivial sei, als Querschnittsmaterie sehen müsse. Gerade was die Prioritätenliste von Young Audiences betreffe, so wisse man aus vielen anderen Umfragen, dass bei denen Nachhaltigkeit und die Klimakrise das Topthema sei. Er brauche hier

jetzt wohl nicht auszubuchstabieren, welche ökonomischen Auswirkungen das habe. Das reiche bis hin zu Strafzahlungen, die man zu zahlen haben werde, wenn man die Parisziele nicht erreichen sollte. Er denke, dass Österreich das nicht mehr schaffen werde, aber man dürfe die Hoffnung nicht aufgeben. Es werde schon werden. Ganz abgesehen von den vielen anderen Auswirkungen brauche man sich, wenn der Klimawandel voll zuschlagen sollte, über bestimmte Wirtschaftsbereiche keine allzu großen Sorgen mehr zu machen.

Das solle heißen, dass man Wirtschaft, diese Themen doch vielleicht mehr als Querschnittsmaterie betrachten sollte. Meyer habe den Not-for-Profit-Sektor bereits angesprochen. Den und die von ihm jetzt angesprochenen Aspekte müsse man in den Blick nehmen.

Das Zweite wäre eine Frage: Er wisse, dass die bereits von Meyer angesprochenen Think Tanks Super-PR machen würden, denn schließlich gebe es sie ja genau dafür. Es seien Lobbyingorganisationen. Er halte das gar nicht für schlecht. Es sei total legitim, wenn es Lobbyingorganisationen gibt. Man habe allerdings in Österreich hervorragende wirtschaftswissenschaftliche Fakultäten mit einer wirklich breiten Expertise. Der Kollege sei ein Experte für Not-for-Profit, man habe aber in der Umweltökonomie, in der Volkswirtschaftslehre, aber auch in der Betriebswirtschaftslehre hervorragende Universitätsinstitute, die staatlich finanziert und hinreichend autonom sind. Es gäbe sogar an der Akademie der Wissenschaften wirtschaftswissenschaftliche Expertise. Da stelle sich in der Tat die Frage, warum man da unbedingt Lobbyingorganisationen – und er betone da noch einmal, dass er es total legitim finde, dass es da Leute gebe, die da Interessen vertreten und sich zu diesem Zweck auch noch hübsche Namen geben, die mit Nobelpreisträgern wie Hayek prunken. Ihn störe besonders die Verwendung des Namens Lazarsfeld. Diese Scheinobjektivität auf dem Rücken von Verstorbenen, die sich nicht mehr wehren können oder deren Erben in der Rechtevertretung scheinbar nicht sehr alert seien, sollte einen da nicht allzu sehr beeindrucken. Seine Frage richte sich daher darauf, ob es da Überlegungen gebe, wie man mit diesen Lobbyingorganisationen umgeht. Die Frage sei auch, ob nicht die eigentlich sehr, sehr gute wirtschaftswissenschaftliche Expertise reiche, über die man an den heimischen staatlichen Universitäten in reichem Maße verfüge.

HÜBNER fügt hinzu, dass das für den ORF natürlich wirklich ein schwieriges Thema sei, weil das eben sehr breit aufgestellt sei. Darin könne er sich seinen Vorrednern grundsätzlich anschließen. Als Steuerberater sei er 40 Jahre lang intensiv in der Beratung tätig gewesen. Nach seinem Befund sei erschreckend, wie groß da die Wissensdefizite sind sogar über so simple Fragen wie die, wie Märkte funktionieren. Das sei nicht gesund für die Volkswirtschaft, und er freue sich über jeden Beitrag, den der ORF da leisten kann, um da ein bisschen etwas zu verbessern. In den Schulen und Gymnasien gebe es da seines Erachtens viel, viel zu wenig. Konsumentenschutz sei ein wichtiges Thema. Gleichzeitig sollte man aber ganz gleichrangig Mut zu Unternehmertum machen. Das brauche man, davon lebe man, damit könne man Mitarbeiter anstellen, und das brauche die Volkswirtschaft, um wettbewerbsfähig zu sein. Es gehe also darum, da eine positive Grundeinstellung zu unterstützen. Das habe er in Ergänzung zum bereits Gesagten noch betonen wollen.

WEISSMANN drängt sich ausnahmsweise mit seiner Stellungnahme vor, bevor die exzellenten Kolleginnen dann die Details ausführen. Der Bogen von der Wirtschaftsberichterstattung zu allgemeinen Programmfragen sei ein großer, aber auch sehr schneller gewesen. Er wolle daher auf die allgemeinen grundlegenden Bögen ein wenig eingehen, bevor er dann den beiden Damen gerne das Wort überlassen werde.

Man befinde sich mitten in einer großen Diskussion. Am Weg zum ORF-Beitrag und zu einem ORF für alle, der man werden wolle, indem man Programme für alle mache, habe man natürlich einen Riesenspagat zu vollführen. Der ORF stehe insgesamt sehr, sehr gut da. Natürlich gebe es sehr viele Punkte, wo man in Zukunft noch besser werden müsse. Darum sitze man schließlich auch hier. Es werde in den nächsten Monaten und Jahren ganz, ganz wichtig sein, sich anzuschauen, wen man erreiche, wo man gut sei und wo man noch besser werden müsse.

Umgekehrt sei es ihm aber auch wichtig, zu sagen, dass man nicht so schlecht sei. Er sehe die Beiträge positiv als Anregungen und habe sich das alles aufgeschrieben. Man sei im Radio, im Fernsehen und Online sicherlich die Redaktion in Österreich, die mit Abstand am meisten Konsumentenschutz mache. Natürlich könne man da immer auch noch besser werden, das sei gar keine Frage. Das sei also durchaus Thema. Wenn man aber teilweise von außen erfahre, was Redaktionen künftig machen wollten, so würde er das dann doch eher in den Redaktionssitzungen abhandeln wollen. Wenn eine Redaktion Podcasts machen wolle, dann werde man das hausintern besprechen. Das müsse man dann nicht im Publikumsrat diskutieren.

ZIMMER wirft ein, dass da auch derzeit schon Podcasts produziert würden. Und digital first würde dann eben noch zusätzlich Potenzial eröffnen.

WEISSMANN repliziert, dass der ORF 120 Podcasts mache. Das wisse er. Und dass da jetzt digital first neue Möglichkeiten schaffe, sei klar. Das werde man allerdings strategisch angehen, indem man die Social Media-Strategie, die man längst schon fertig in der Schublade habe, umsetzen werde. Wenn das neue ORF-Gesetz mit Digitalnovelle in Kraft trete, werde man die dann auch ausrollen.

Dabei auch wirtschaftlich zu agieren, heiße möglicherweise, nicht mehr 120 Podcasts zu machen, sondern nur mehr 30 oder 40, nämlich genau die, die wirklich relevant seien. Mut zur Lücke werde also ein wichtiges Thema sein. Man habe eine nachhaltige Finanzierung für den ORF, und nachhaltig heiße dann aber vor allem für die Zukunft planbar. Nachhaltig heiße keinesfalls üppig. Man habe das auch in diesem Gremium immer wieder gesagt: Man könne mutig in die Zukunft blicken, auch was die wirtschaftliche Situation des ORF anlange, aber die Bäume wachsen nicht in den Himmel. Man werde den harten Sparkurs der vergangenen Jahre in Zukunft schlicht und ergreifend fortsetzen müssen. Man müsse das verfügbare Geld noch gezielter und wirtschaftlich sinnvoller einsetzen und dabei teilweise auch umschichten. Beim Umschichten gehe es dann natürlich auch darum, Programme für neue Zielgruppen zu gestalten.

Insgesamt müsse man wissen, dass man sich im Haus massiv verändern werde müssen, um die Qualität halten zu können, denn sonst werde man diese Transformation schlicht und ergreifend nicht schaffen. Man werde, und das werde man hier sicherlich einmal ausführlicher diskutieren, Redaktionen multimedial zusammenlegen. Damit habe man schon begonnen, und das werde auch in Zukunft so sein. Man habe das noch nicht im Detail ausgearbeitet, aber der Konsumentenschutz werde natürlich im Radio, im Fernsehen und Online weiterhin eine ganz, ganz wichtige Rolle spielen. Man werde sich aber sicherlich auch die Strukturen im Haus anschauen. Künftig werde der Konsumentenschutz multimedial stattfinden und mit neuen Angeboten neue Zielgruppen zu erreichen haben.

Die Jungen seien wiederholt angesprochen worden. Dazu habe man jetzt im Haus einen groß angelegten Prozess begonnen. Man erstelle intern eine Landkarte mit allen Programmangeboten des ORF im Radio, im Fernsehen und Online. Man schaue sich ganz genau an, welche Sinusmilieus und welche Altersgruppen man

damit insgesamt erreichen könne. In der Umkehrbelichtung könne man so feststellen, welche Zielgruppen der ORF noch nicht genügend erreicht. Die Entwicklung entsprechender Angebote wird dann in Zukunft die Aufgabe sein.

Der ORF erreiche die Jungen bereits sehr, sehr gut, und zwar über seine linearen Ausspielkanäle. Man werde sie aber künftig noch viel besser erreichen können und das auch bewusst anstreben, indem man sie mit Produkten dort anspreche, wo sich die jungen Menschen heutzutage hauptsächlich bewegen, und das sei eben der digitale Raum. Junge Menschen und auch die wichtigen Themen, die in dem Zusammenhang angesprochen worden seien, Ausbildung, Lehre etc. werde man zielgruppenadäquat mit neuen digitalen Produkten ansprechen, an denen man jetzt gerade arbeite.

Ein großer Schwerpunkt in allen Redaktionen, und nicht nur in der Information, sondern auch im Sport, in der Unterhaltung und in der Kultur sei userzentriert. Das sei das Schlüsselwort. Man beurteile vermehrt aus der Sicht des Publikums, was wichtig ist. Drum sei er auch froh, dass man hier darüber diskutiere, was jetzt konkret in der Wirtschaftsberichterstattung gut funktioniere und was weniger gut funktioniere, denn nur so könne man besser werden.

Die Frage nach den Thinktanks beziehungsweise der eingeholten Expertise: Es sei ganz klar, dass der ORF zu Ausgewogenheit und Objektivität verpflichtet sei. Natürlich könnten Fehler passieren. Es müsse schließlich jeder einzelne Beitrag ausgewogen sein; das gelte also nicht nur für die Gesamtschau, sondern idealerweise in jedem einzelnen Beitrag. Agenda Austria oder das Momentum Institut kämen beide häufig vor. Natürlich nehme man gerne Anregungen auf, welche Expertinnen und Experten zu Rate gezogen werden könnten. Er dürfe in dem Zusammenhang aber auch darauf verweisen, dass Redakteure und Redakteurinnen unabhängig und weisungsfrei seien. Welche Experten und Expertinnen herangezogen werden würden, liege natürlich in der Hand der Redaktionen. Es ist aber schon wichtig, und da müsse man schon selbstkritisch sein: Man müsse Kritik annehmen, man müsse besser werden, man dürfe sich nicht auf dem bereits Erreichten ausruhen, man müsse sich weiterbewegen. Insofern danke er für die Anregungen.

Zur Frage wie man redaktionsintern vorgehe – Stichwort Qualitychecks –: Er habe jetzt mit den Chefredakteurinnen und -redakteuren im Newsroom damit begonnen, sich einfach regelmäßig Feedbackschleifen auszusetzen und dabei konkrete Themen zu diskutieren. Es gehe auch um Begrifflichkeiten wie zum Beispiel Klimaschutz. Es gehe um Wordings, ob man beispielsweise von Klimaerwärmung spreche oder von Klimaerhitzung. Das sei natürlich wichtig und gerade in einer polarisierten Welt, in einer polarisierten Gesellschaft werde es ganz, ganz wichtig, dass sich der ORF da in der genauen Auseinandersetzung damit weiterentwickle. Es gehe um den Umgang mit Fridays for Future etc. Das werde eine ganz, ganz wichtige Aufgabe werden.

Der ORF sei nach wie vor die Nachrichtenquelle in Österreich, der am meisten vertraut werde. Alle Redaktionen seien übrigens vor vier Wochen zur Redaktion des Jahres gewählt worden. Er dürfe sich dafür auch bei den Kollegen und Kolleginnen bedanken. In einer polarisierten Welt werde es immer wichtiger, Reaktionen anderer aufzunehmen und darauf zu reagieren, dass immer mehr polarisiert werde. Man werde da also eine neue Feedback-Kultur beginnen, weil die ganz, ganz wichtig ist. – Das sei es allgemein gewesen; er werde in seinem Vortrag dann noch ein paar Inputs zu diesen Themen bringen. Er habe das lediglich allgemein kurz anmerken wollen.

Der VORSITZENDE teilt mit, dass er sich bemüht habe, die vielen Beiträge ein bisschen zu clustern. Er sei dabei auf fünf große Themenblöcke gekommen. Der eine sei die Finanz- und Wirtschaftsbildung und welchen Beitrag der ORF da leisten könne. Der zweite sei die Förderung des Unternehmertums, insbesondere der österreichischen Unternehmen. Drittens gehe es um Schnittstellen der Wirtschaft mit anderen Themen wie Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Konsumentenschutz, Soziales. Der vierte Themenblock sei der Umgang mit Expertise, auch mit sozusagen sich selbst ins Spiel bringender Expertise, die natürlich auch Lobbyingcharakter habe, wobei er schon auch glaube, dass diese Institute sich nicht bloß auf ihre Lobbyingfunktion reduzieren lassen. Im fünften Themenblock gehe es um Beruf und Ausbildung. Dabei gehe es dann vielleicht auch um einen Fokus auf migrantische Gruppen, denn bei denen gebe es vermutlich relativ gesehen die größten Defizite. – Das sei ein großer Rucksack breit gestreuter Erwartungen. Er dürfe Frau Battisti ersuchen, zu schildern, wie sie das angehen und versuchen würden, diesen Erwartungen gerecht werden zu können.

BATTISTI dankt für die Worterteilung und dafür, dass man im Publikumsrat zu Gast sein dürfe, und führt aus:

Danke für die Anregungen. Grundsätzlich sind für mich die SORA-Umfragen immer wichtig. Sie geben uns Aufschluss über die aktuelle Lage. Der Generaldirektor hat bereits ausgeführt, dass der ORF da nicht so schlecht dasteht. Es ist sehr erfreulich, dass Wirtschaftsthemen als wichtiger Auftrag wahrgenommen werden und das Interesse daran sehr hoch ist. Dass es nicht immer gelingt, die Jungen in dem Ausmaß zu erreichen, wie wir uns das wünschen würden, ist uns bewusst.

Unser Auftrag ist es, alle Bevölkerungsgruppen zu erreichen und mit Informationen zu versorgen, in Zukunft als ORF für alle sowieso. Darum bemühen wir uns jeden Tag, das kann ich Ihnen versichern.

Zum Programmauftrag Finanz- und Wirtschaftsbildung: Dass es in Österreich damit nicht zum Besten steht, ist seit vielen Jahren bekannt. Wir können dazu einen wichtigen Beitrag leisten. Es ist auch die Frage aufgeworfen worden, wie breit man Wirtschaft definiert. Mein Zugang ist: Alles Leben ist Wirtschaft. Wenn man nur genau genug hinschaut, gibt es immer eine wirtschaftliche Tangente.

Das kann der Zugang sein, wie wir unser Publikum erreichen, indem wir in allen relevanten Geschichten, die wir aufgrund der Tagesaktualität erzählen, einfach auch der wirtschaftliche Aspekt mitgedacht und miterklärt wird. Das ist einmal ganz wichtig.

Wir versuchen, Nähe und Emotionalität in dieses Thema einzubringen. Es wurde gesagt, dass es nicht sehr sexy ist. Ich sehe das ein bisschen anders. Auf der anderen Seite versuchen wir, mit einem notwendigen Faktencheck Vorurteilen und der Polarisierung, die der Generaldirektor angesprochen hat, entgegenzuwirken. Das sind unsere zentralen Aufgaben.

Jedem unserer Zuschauer, Zuhörer, Konsumenten im weitesten Sinne soll klar sein, warum man sich den Beitrag anschauen soll, was das für ihr Leben, für die Ausbildung und das Geldbörstel bedeutet. Auf der anderen Seite liegt große Emotionalität in den Themen. Daher werden in anderen Medien, vor allem in den sozialen „Medien“ – wobei ich Medien unter Anführungszeichen setze – Vorurteile verbreitet und zum Teil auch Zahlen, die nicht stimmen, und Größenordnungen, die nicht zusammenpassen. Genau da sehe ich unseren ganz zentralen Auftrag als öffentlich-rechtlicher ORF, da ganz präzise, deutlich und gut verständlich ein Gegengewicht zu bilden, indem wir die notwendigen Faktenchecks durchführen. Gerade im Wirtschaftsbereich ist das

extrem wichtig. Die obersten Prämissen sind Verständlichkeit, nicht nur in der Wirtschaft, aber besonders in der Wirtschaft, und eben auch Nähe.

Wenn ich dafür zwei Beispiele aus der letzten Woche bringen darf: Kika/Leiner ist ein Thema, das sehr viel Emotion beinhaltet und zu dem viele Zahlen im Umlauf sind, die bei genauerem Abklopfen nicht ganz so stimmen. Eine Geschichte mit sehr viel Emotion: Auf der einen Seite der reiche Investor, auf der anderen Seite fast 2.000 Leute, die im Moment um ihre Jobs bangen. Wir als Steuerzahler sind auch betroffen. Es ist die Frage, ob die gestundete Steuer hereinkommt oder nicht. Diese Geschichte treibt uns durch die Aktualität jeden Tag um. Wir versuchen, sie sauber, Schritt für Schritt weiterzuerzählen. Wir wollen alle Fakten so präsentieren, dass der Zuschauer beziehungsweise Zuhörer und natürlich auch unser Onlinekonsument danach ein Stückl gescheiter ist: Wann wurde aufgeteilt? Wie war das mit der Insolvenzverschleppung? Da gibt es ganz viele finanztechnische Dinge.

Das Zweite, was uns sehr bewegt und in den letzten Tagen sehr beschäftigt hat, war die Bodenversiegelung. Da gab es ja den Versuch, eine Strategie zu beschließen. Das ist noch nicht gelungen. Das ist ein Zeichen dafür, dass da ganz viel Emotion und Geld drinnen steckt. Das ist aber auch ein Thema, an dem man sehen kann, wie breit wir Wirtschaft denken.

Klimawandel, Fridays for Future, Klimakleber und, und, und – da steht ja etwas dahinter, und da ist die wirtschaftliche Tangente immer mitzudenken. Da machen wir zum einen faktische Berichterstattung: Da wird ein Gipfel veranstaltet. Man versucht, eine Einigung zu erzielen. Die Einigung gelingt nicht. Was sind die Interessen der einzelnen Player? Das müssen wir einfach sauber erzählen. Auf der anderen Seite geht es aber auch darum, und das ist etwas, das mir ganz wichtig ist, über den Weg der Nähe, über den Weg der Reportage die Relevanz für den Zuschauer noch einmal herauszuarbeiten.

Damit sind wir schon ein bisschen beim Thema Wirtschaftsbildung. Unterhaltung ist vielleicht nicht das richtige Wort, wenn es um die „Zeit im Bild“ geht. Es darf aber schon auch ein bisschen überraschend sein, es darf schon ein Zugang sein, bei dem man sagt: Ah, da bleibe ich jetzt dran. Da gibt es etwas, das ich nicht wusste.

Emotionale Nähe kann auch über Reportagen hergestellt werden. Wir hatten zum Beispiel eine Reportage aus dem nördlichen Niederösterreich, in der es darum gegangen ist, dass dort sehr viel versiegelt wird, viel gebaut wird. Wir haben eine Familie gefunden, die sich ganz bewusst dafür entschieden hat, nicht neu zu bauen, sondern schon Versiegeltes zu renovieren, zu restaurieren. Das ist dann zum Beispiel constructive journalism. Auf der einen Seite müssen wir natürlich feststellen, was alles nicht funktioniert. Aber positive Beispiele gerade in Form von Reportagen zu bringen, ist etwas, was wir sehr gerne viel öfter machen würden.

Da muss ich ehrlich sagen, dass wir da manchmal ein bisschen an unsere personellen Grenzen stoßen. Das ist eine Tatsache. Aber da ist dann eben die Zusammenarbeit, sowohl über die Ressortgrenzen hinweg als auch in Richtung Landesstudios extrem wichtig. Wir arbeiten mit unseren Landesstudios super zusammen. Wenn man sich zeitgerecht gut bespricht, funktioniert das sehr, sehr gut. So wie die Landesstudios nicht ohne die Zentrale können, kann auch die Zentrale nicht ohne die Landesstudios. Das möchte ich an dieser Stelle ganz klar sagen.

Dass die Finanzbildung nicht im gewünschten Ausmaß funktioniert, beklagt zum Beispiel auch die Nationalbank. Die haben so verschiedene Programme, teilweise schon für Volksschulkinder aufbereitet, wozu wir uns auch immer wieder einmal überlegt

haben, ob das nicht Grundlage für das eine oder andere Format sein könnte. Nicht dass wir jetzt unsere Zuhörer, Zuschauer, Konsumenten als Volksschulkinder betrachten, aber wenn man es so einfach wie möglich erklärt, wäre das schon sehr hilfreich. In meinem Bereich, den ich zu verantworten habe, versuchen wir einfach immer, so verständlich wie möglich zu sein.

Die Schnittstellen zu anderen Themen habe ich ohnedies bereits angesprochen. Wir sehen die Zusammenarbeit mit den befreundeten Ressorts eigentlich sehr breit. Das wird tagesaktuell entschieden. Dabei hilft uns das Zusammenziehen im multimedialen Newsroom. Wir leben dort ja schon seit einem Jahr im Moment einmal als eine große WG, wobei wir die Nähe und die Möglichkeiten, uns abzusprechen, jetzt nach Corona sehr genießen, weil wir uns ja sehr lange nur online absprechen haben können. Da hilft dieses Zusammenarbeiten auf Zuruf natürlich schon. Da können wir dann auch breiter diskutieren.

Wenn es um die Verständlichkeit geht, gibt es dazu verschiedene Zugänge. Was wir beim Fernsehen sehr nützen und wo wir immer besser werden, ist die Grafik. Die grafische Aufbereitung, gerade wenn es um Zahlen geht, um Größenordnungen, um Zusammenhänge, darum, wer mit wem in Beziehung steht, da ist die Grafik eine große Hilfe. Da möchte ich ein Dankeschön an unsere Grafik sagen, denn die haben sich in letzter Zeit sehr weiterentwickelt. Gerade in unserem neuen Studio mit sehr coolen Vidiwalls können wir die Information mit Grafiken und Bildern unterstützen, sodass das dann auch optisch hängenbleibt.

SOMMERSACHER dankt ebenfalls für Einladung und großes Interesse und führt aus:

Angesichts der Breite der angesprochenen Themen und Wünsche, die an uns herangetragen werden, fühle ich mich immer ein bisschen an unsere täglichen Ressort- und Redaktionssitzungen erinnert, wo dasselbe zwar ein bisschen konzentrierter, aber ganz ähnlich abläuft. Am Ende des Tages sind wir dann mit der normativen Kraft des Faktischen konfrontiert, nämlich Sendelängen, die vorgegeben sind, und Personalressourcen und geistige Kapazitäten, die ebenfalls ihre Grenzen haben. In diesem Spannungsfeld bewegen wir uns jeden Tag. Wir bemühen uns jeden Tag um Ausgewogenheit, um Vielfalt. Am Diktat der Tagesaktualität kommen wir nicht vorbei. Gleichzeitig wissen wir, dass es auch unsere Aufgabe ist, sozioökonomisch ganz relevante wichtige Themen und Entwicklungen mitzunehmen. Da kommen wir in ein tägliches Abwägen, wo wir den Fokus setzen sollen.

Mein Zugang zum Thema ist in Wahrheit der gleiche. Für mich galt schon immer: Wirtschaft ist alles. Das heißt im Endeffekt, dass nichts vor uns sicher ist. Wir wollen dem Publikum wirtschaftliche Zusammenhänge erklären und so weit wie möglich auch greifbar machen. Das bedeutet, dass wir da, wo das sinnvoll und wichtig und relevant ist, die Menschen selbst zu Wort kommen lassen. Das haben wir zum Beispiel jüngst bei Kika/Leiner gemacht. Da bangen jetzt Tausende Menschen um ihren Arbeitsplatz. Da waren wir letzte Woche bei einer der ersten Betriebsversammlungen live vor Ort, um diese Sorgen, die die über Nacht entwickeln mussten, in Berichterstattung zu fassen.

Der Umfrage des Publikumsrats entnehme ich, und das hat mich sehr gefreut, nicht nur ein großes, sondern ein über die Jahre gewachsenes Interesse. Der Grund dafür liegt in den multiplen wirtschaftlichen Krisen, die wir in den vergangenen Jahren erlebt haben. Die Vergleichsumfrage war von 2007, wenn ich das richtig im Kopf habe. Wir wissen alle, was dann 2008 passiert ist und uns in Wahrheit noch immer im Griff hat beziehungsweise noch immer bei vielen Leuten spürbar ist.

Gerade jüngst haben die Pandemie mit den Lockdowns und all ihren Verwerfungen und die enorme Inflation, die uns jetzt im Griff hat, viele Fragen aufgeworfen. Ich würde daher sagen, Wirtschaftsberichterstattung ist Finanzbildung live anhand von Berichten. Die Krisen haben uns also – unter Anführungszeichen – „geholfen“, sie haben das Interesse für Wirtschaftsfragen im Publikum geschärft, Bedürfnisse im Hinblick auf diese Berichterstattung entstehen lassen, die vielleicht vorher nicht ganz so dagewesen sind, weil eben die wirtschaftlichen Zusammenhänge für den und die Einzelne noch nicht so spürbaren gewesen sind. Das hat sich stark geändert, und der Fokus auf uns und unsere Berichterstattung ist stärker geworden.

Die Ansprüche an die Wirtschaftsberichterstattung sind also allgemein gewachsen und wir mit ihnen. Als ich als Babyjournalistin angefangen habe, hat die Wirtschaftsberichterstattung eher Gähnen ausgelöst; sie sitze im Elefantenturm und berichte von dort ihre Börsengeschichten. Das spielt es heute nicht mehr, weil die Leute mit ganz eminenten Fragen konfrontiert sind, nämlich Kurzarbeit, Jobverlust, Unternehmen, die ihre steigenden Energiekosten nicht mehr bezahlen können und sich dann überlegen müssen, wie sie das Unternehmen am Laufen halten können. Das heißt, all das, was wir alltäglich machen, ist eben Finanzbildung live anhand von Beispielen. Kika/Leiner ist auch ein Beispiel für Unternehmertum, nämlich dann, wenn es scheitert.

Auch zum Thema Beruf, Ausbildung machen wir immer wieder Angebote. Wir hatten gerade zu Anfang dieser Woche einen Schwerpunkt dazu, in dem es um den Fachkräftemangel im Tourismus gegangen ist. Wir haben uns da näher angeschaut, warum zum Beispiel gerade im Tourismus so viele die Lehre abbrechen. Wir versuchen es und bemühen uns wirklich tagtäglich diese ganze Vielfalt unterzubringen. Wir arbeiten dann diese Großaufträge anhand der aktuellen Geschehnisse ab.

Zum Stichwort Ausgewogenheit: Meine Antwort ist: Es kommt auf die Dosis an. Wir setzen ganz stark auf die Expertise von Instituten wie Wifo und IHS und auch die Universitäten. Ich habe jetzt extra nachgeschaut, weil das angesprochen worden ist: Die Agenda Austria ist seit Mai bei uns im Radio einmal in den Journalen vorgekommen, nämlich heute früh, und das Momentum Institut ebenfalls einmal im Mai. Ich verstehe den Wunsch nach Ausgewogenheit. Dem kommen wir aber absolut nach. Wir sind uns der ideologischen Ausrichtung absolut bewusst. Aber einige Themen wie zum Beispiel die Arbeitszeitverkürzung heute früh sind ideologisch-politisch aufgeladen. Wir wissen, dass der neue SPÖ-Chef sie auf seiner Agenda hat. Wir kommen daran also nicht vorbei. Natürlich äußern sich dazu dann auch Institute, die einer bestimmten politischen Richtung zugeneigt sind. Wir weisen das stets richtig aus, und die richtige Dosierung ist das geeignete Medikament.

Wie kommen wir an die Jungen heran? – Das bewegt mich persönlich total, weil ich vorhabe, noch länger in diesem Haus tätig zu sein und für das Publikum zu arbeiten. Das heißt, ich habe absolut ein eminentes Interesse daran, auch in 10 Jahren noch jemanden zu haben, für den ich Sendungen machen kann. Wir müssen dementsprechend jetzt schon schauen, wie wir sie bekommen, wie wir sie abholen können. Das Erreichen der Jungen ist für uns die Schlüsselfrage. Die Frage ist, wie wir sie für uns gewinnen und dann auch halten können. Es gibt zahlreiche Ideen dafür. Wenn wir Podcastideen haben, dann besprechen wir das intern, wie der Generaldirektor das bereits ausgeführt hat. Ich nehme das sehr gerne auf. Es gibt jedenfalls Podcastideen. Es gibt auch absolut den Willen und die Motivation sie zu machen.

Ich muss in dem Zusammenhang aber schon den Hinweis machen, dass die Kollegen und Kolleginnen jeden Tag mit großem Arbeitsethos im Einsatz sind. Und der



Personalmangel, den wir haben, zwingt uns bereits jetzt dazu, bereits für den laufenden Betrieb Mehr- und Überstunden leisten zu müssen, nämlich vor allem dann, wenn es darum geht, auch Themen zu setzen, die wir neben dem Aktuellen bringen wollen. Wir leisten da geistige Mehrarbeit, die wir aufbringen müssen, auch wenn es oben rotiert und wir gewisse tagesaktuelle Themen noch nicht untergebracht haben. Wir brennen da innerlich dafür und halten es für ein wichtiges gesellschaftspolitisches oder sozioökonomisches Thema, das wir unterbringen müssen. Dann finden diese Telefonate und Hintergrundgespräche statt, aber eben wahrscheinlich nicht während der normalen Arbeitszeit. Wir haben nur begrenzte Kapazitäten; wir müssen sie oft schon im Übermaß für den reinen Tagesbetrieb einsetzen. Der existierende Personalmangel wirkt da wie ein Mühlstein. Das ist möglicherweise für einen überschaubaren Zeitraum gut, aber eben auf Dauer sicherlich keine Lösung.

Wir brauchen clevere Wege, um die Jungen anzusprechen und zu informieren. Wir haben Bock darauf. Es ist eine Frage der Ressourcen. – Danke.

MARSCHITZ meint, dass der Generaldirektor das jetzt gehört habe, wahrscheinlich aber auch jeden Tag von verschiedenen Seiten höre. Das sei also eher sein tägliches Geschäft.

Er habe eine Nachfrage und vielleicht auch noch eine Anregung. Ihn interessiere, ab wann ein Thema überhaupt ein Thema für die Wirtschaftsredaktion werde, wie das in der täglichen Praxis entschieden werde.

Seine Anregung sei, zu prüfen, ob es nicht Sinn machen würde, sich auf die Suche nach Personen zu begeben, die die Wirtschaft gut erklären könnten. Meryn beispielsweise könne das. Und gleichzeitig sei er glaubwürdig, weil er ja als Mediziner ausgewiesen sei. Vielleicht gebe es also erfolgreiche Wirtschaftstreibende, ehemalige Manager, die man dafür gewinnen könnte. Vielleicht würden solche Persönlichkeiten dann leichter ein Publikum erreichen. Man sollte es sich also vielleicht auch für diesen Bereich überlegen. In anderen Bereichen gebe es das ja: Bei Fußballspielen gebe es Herbert Prohaska, man habe es auch im Gesundheitsbereich.

MEYER meint, dass Christoph Badelt diese Rolle ganz gut erfülle. Der werde zu seiner großen Freude oft gefragt. Der könne Dinge gut und einfach auf den Punkt bringen.

In Ö1 gebe es zahlreiche Bildungsformate. Er gehöre der Minderheit an, die dauernd Ö1 höre. (SOMMERSACHER: Da sind Sie überhaupt keine Minderheit! Ein Massenphänomen!) Also, er sei jedenfalls ein bekennender Ö1-Hörer. Da gebe es beispielsweise diese wunderbaren 5-Minuten-Formate zur Geschichte um 9 Uhr. Er halte das alles für extrem wichtig. Er lerne viel über Lurche und Amphibien und auch über Geschichte. So etwas auch für die Wirtschaft zu haben, wäre super. Wirtschaft komme in solchen Formaten, wenn er das richtig sehe, nur einmal in der Woche vor.

SOMMERSACHER wendet ein, dass es wöchentlich eine Sendung zu Wirtschaftsthemen gebe. Aktuell gehe es da darum, wie Frankreich mit der Inflation umgegangen sei und warum die Französinen und Franzosen erst seit diesem Jahr die hohe Inflation spüren. Darum gehe es am nächsten Tag in Ö1-„Saldo“. Man habe also wöchentlich eine Wirtschaftssendung, und Ö1 sei ein Massenphänomen. Das gebe es auch als Podcast. (STOLBA: Sie werden aber auch das Fehlen des Publikums wahrnehmen.)

HENGSTSCHLÄGER merkt an, dass der Generaldirektor nunmehr rausgegangen sei; und er sei in die Sitzung mit der Panik gekommen, ob er etwas zur richtigen Zeit und am richtigen Ort sagen dürfe. Meyer habe ihm das Stichwort gegeben. Er habe

am Vortag im Programmausschuss gebeten, das in dieser Sitzung ganz offiziell ansprechen zu dürfen. Darüber, was in der Wissenschaft passiert, hat es in Ö1 „Wissen aktuell“ gegeben, das ein 5-Minuten-Format gewesen sei, das immer zur selben Zeit, nämlich immer um 7.55 Uhr gebracht worden sei. Das sei gerade kürzlich geändert worden. Es sei auf ein 2-Minuten-Format innerhalb einer halben Stunde verwandelt worden, sodass die Wissenschafts-Community nicht mehr genau wisse, wann das kommt. Es werde auch nicht mehr extra ausgewiesen. Er halte das für einen extremen Verlust. Seine Frage sei, warum das so geändert worden sei. Er könne das durchaus verstehen, wenn man jetzt nicht gleich direkt eine Antwort geben könne oder wolle. In dem Fall würde er um eine schriftliche Beantwortung bitten. Das sei für ihre Community jedenfalls ein Riesenthema. Er habe sehr viele Reaktionen bekommen, warum ein so erfolgreiches 5-Minuten-Format auf zwei Minuten gekürzt werde und noch dazu nicht mal mehr richtig ausgewiesen werde, sondern irgendwann einmal in der halben Stunde auftauche. Es könnte durchaus einige geben, die nur wegen dieser fünf Minuten Ö1 einschalten.

WEISSMANN antwortet, dass man das auch gerne schriftlich beantworten werde. Er werde Thurnher ersuchen, darauf eine Antwort zu geben. Er wolle das aber jetzt schon einmal zum Anlass nehmen, insgesamt zur Transformation Stellung zu nehmen. Da man mit der Digitalnovelle jetzt neue Möglichkeiten habe, werde man da nunmehr verstärkt darauf setzen und dabei das Publikum mitnehmen, Themen einfach zu clustern. Da gehe es dann jetzt weniger um die Uhrzeit, sondern einfach um Auffindbarkeit. Es werde hoffentlich bald völlig egal sein, ob es jetzt 2 Minuten um 9.15 Uhr oder 9.45 Uhr seien, weil man auf dem ORF-Player neu einen interessierende Themen suchen könne. Die höre man dann zeit- und ortsunabhängig. Damit werde künftig auch die Verweildauer steigen. Wissenschaftsbeiträge würden dann ein halbes Jahr abrufbar sein, und es werde dann mittelfristig egal sein, wann etwas linear ausgestrahlt werde, denn man werde sich das dann einfach on demand anhören und auch mehrfach anhören können und noch viel länger anhören können. Das werde das Nutzungsverhalten der Zukunft sein. Natürlich werde man aber das Publikum dabei mitnehmen.

BATTISTI sagt, sie wolle nunmehr alle ein wenig in den realen Redaktionsalltag mitnehmen. Grundsätzlich würden die Themen oft auf der Straße liegen beziehungsweise auch in den Familien oder im Wirtshaus auf dem Tisch, wo sich eben Menschen treffen und reden.

In der Realität sei es so, dass sie, das Radio wie das Fernsehen noch als getrennte Ressorts, aber schon sehr eng zusammenarbeiten. In der Früh beginnen wir mit einer kurzen Sitzung. Das gesamte Team setze sich da einmal zusammen und bespreche, welche Themen am Tisch liegen. Da gebe es ganz verschiedene Zugänge. Man schaue sich an, was die Kollegen in den Printmedien schreiben würden, welche Themen es dort gibt. Man beurteile, was man auf befreundeten Sendern in Deutschland oder auch anderswo gesehen habe. Dann gebe es noch Themen, die ihnen selbst aufgefallen seien oder durch Informanten zugetragen worden seien. Dann diskutiere man einmal darüber und beurteile, was an diesem Tag, in das Umfeld der anderen Themen, die im Moment gerade dominierend sind, passt. Da frage man sich, wo man da als Wirtschaftsredaktion etwas zu innen- oder außenpolitischen Themen dazuliefern könne. Da sei dann auch Platz für Dinge, die man schon längere Zeit vorbereitet habe. – Das sei einmal der erste Schritt.

Dann gehe das Team in die nächste Sitzung und konfrontiert sich mit den Sendungsverantwortlichen, und die Sendungsverantwortlichen sind dann für ihre einzelnen Sendungsgefäße zuständig, für die „Journale“ oder eben für die einzelnen „ZIB“-

Sendungen. Da sage man, man habe da folgendes Angebot und argumentiere auch, warum man es gerade anbiete und superspannend finde. Man versuche also das ganze Herzblut ins Verkaufen zu legen. Dann werde eben sozusagen eingesammelt, dann werde zugeschnappt oder auch nicht. Und da kann es eben sein, dass die „ZIB 1“ sagt, dass sie das interessiert. Dann interessiere es die „ZIB 2“ aber auch und frage, wie man das denn aufteilen kann, dass man sich da nicht doppelt. Manche Dinge biete man auch ganz konkret zum Beispiel für die „ZIB 3“ an, von der man wisse, dass das ein bisschen ein anderer Mix sei, ein jüngerer Publikum. Auch die „ZIB-Flashes“ seien etwas, von dem man wisse, dass es die Jungen sehr gut annehmen.

Es sei also ein Prozess. Und dann sei es, wie Sommersacher das so richtig gesagt habe, oft auch die normative Kraft des Faktischen, wenn dann etwa am Nachmittag noch etwas niedergeht, wenn beispielsweise so wie das am Vortag gewesen sei, es in Paris Explosionen gegeben habe und man nicht so recht wisse, was da los sei. Dann sei klar, dass natürlich immer die Aktualität die journalistische Reihung über den Haufen wirft und dann unter Umständen ein Thema, auch wenn es uns noch so schmerzt, aus der Sendung rausdrückt. Das heiße aber natürlich nicht, dass es die Geschichte dann nicht doch am nächsten Tag und in einer anderen Form gibt.

Als Journalisten würden sie sich 24/7 im Dienst sehen. Ein Radar laufe da dauernd mit. Speziell das, was man hier an Anregungen bekommen habe – sie danke dafür und habe sich viele Notizen gemacht – fließe in ihre künftigen Sitzungen und Überlegungen ein. Das sei gar keine Frage.

Es sei also ein täglicher Aushandlungsprozess, welche Themen da gebracht werden würden, resümiert der VORSITZENDE. (BATTISTI: Auch das!) Es gebe schließlich Themen, die würden sich genau an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Innenpolitik befinden, etwa die Frage einer Arbeitszeitverkürzung.

Zur Frage der Abgrenzung, teilt BATTISTI mit, dass es sich dabei um keine rote Linie handle. Man dürfe sich das also nicht als undurchdringliche Firewall vorstellen. Gewisse Themen seien scheinbar Hausmacht eines Ressorts, sie denke da beispielsweise an das Klimaschutzgesetz. Da sei es natürlich Aufgabe der Innenpolitik, bei der Regierung nachzufragen, wo das Gesetz bleibe, mit all den Implikationen, die dieses Gesetz mit sich bringe, wenn man es denn dann einmal haben werde beziehungsweise auch, weil man es noch nicht habe. Es gehe darum, was das für die Wirtschaft und die Landwirtschaft bedeute; das könne also sehr schnell bei ihnen landen. Es gehe dann auch um Green Economy.

Genauso erscheine die Pflege normalerweise auf den ersten Blick ein chronikales Thema zu sein. Wenn es dann aber beispielsweise um die Liste der Mangelberufe gehe beziehungsweise darum, wie man ausländische Arbeitskräfte dafür gewinnen könne, wechsle es das Ressort. Es könnte auch darum gehen, wie man da Junge für eine Lehre oder Ausbildung in diesem Bereich gewinnen könne. Das könne dann sehr schnell in ihrem Ressort landen. Es gehöre also ein gehöriges Ausmaß an Pragmatismus dazu. Schließlich sei es auch eine Frage des Zugangs: Ein großes Thema biete verschiedene Zugänge, sowohl den rein innenpolitischen als eben auch den aus der wirtschaftlichen Perspektive.

Da es keine weiteren Fragen mehr gibt, dankt der VORSITZENDE den für das Wirtschaftsressort Verantwortlichen sehr herzlich. Er wünsche ihnen weiterhin viel Kraft für diese wichtige Arbeit. Das Thema sei dem Publikum wichtig. Es sei auch wichtig, für diese Themen noch mehr Awareness in der Bevölkerung zu schaffen. Wirtschaft spiele in sehr viele Bereiche hinein. Ohne Verständnis für die Zusammenhänge ver-

stehe man auch Dinge, die auf den ersten Blick weit weg von der Wirtschaft zu sein scheinen, nicht wirklich. In diesem Sinne wünsche er alles Gute für die weitere Arbeit und danke für das Kommen. Er danke auch dafür, dass sie sich offen für die Anregungen gezeigt hätten. Man werde sich sicherlich recht bald wiedersehen; vielleicht schon an diesem Abend beim Bergfest. (*Beifall.*)

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 3 der Tagesordnung „BERICHT DES GENERALDIREKTORS UND ALLGEMEINE PROGRAMMFRAGEN“ ein und bittet ihn um seinen Bericht. Er nehme an, es werde einiges zu berichten geben, schließlich verfolge man das natürlich in den Medien.

Der GENERALDIREKTOR führt aus:

Er habe natürlich einiges vorbereitet und stehe dann natürlich im Anschluss an seine Ausführungen für weitere Fragen zur Verfügung.

Zunächst ein kurzes Update zum Thema Nummer eins, ORF-Gesetz: Es habe diese Woche nunmehr auch den Verfassungsausschuss passiert und soll dann hoffentlich Anfang Juli im Parlament beschlossen werden. Da habe sich innerhalb von einem Jahr extrem viel getan. Gefühlt sei es ihm wie zwei Jahre vorgekommen, aber tatsächlich sei es im Juli 2022 gewesen, dass das Verfassungsgerichtshofurteil ergangen sei. Die Diskussionen, wie ein Gesetz, die Finanzierung und eine Digitalnovelle ausschauen kann, sind geführt worden. Der ganze Prozess ist von sehr vielen Diskussionen begleitet worden. Er persönlich habe ja auch die Novellierung 2010 schon ein bisschen miterlebt. Das ist natürlich immer ein großes Thema.

Insgesamt halte ich es für einen guten Kompromiss für den gesamten Medienstandort. Das habe ich hier schon mehrfach gesagt. Man werde natürlich weiter darüber diskutieren. Aus Sicht des ORF haben wir in vielen Gesprächen, in vielen Verhandlungsrunden dann das herausbekommen. Unsere zwei strategischen Ziele: eine nachhaltige und eine unabhängige Finanzierung für den ORF und als zweites natürlich mehr digitale Bewegungsfreiheit durch eine Digitalnovelle, um vor allem Junge als Publikum besser ansprechen zu können.

Das letzte ORF-Gesetz hat es 2001 gegeben, dann war es 2010 wieder so weit und jetzt haben wir 2023. Es ist also ein zehnjähriger oder sogar noch länger andauernder Prozess, bis es entsprechende Änderungen gibt. Natürlich ist eine längere Abrufdauer erfreulich. Das ist ganz, ganz wichtig, weil es einfach das neue Nutzungsverhalten des Publikums ist. Das ist also kein Selbstzweck, sondern so konsumiert das Publikum und so sind wir dann auch näher am Publikum.

Online only wird manchmal ein bisschen missverständlich wiedergegeben. Es wird möglich sein, aber erst nach einer Auftragsvorprüfung. Das funktioniert also nicht automatisch, sondern wir müssen dann mit einer Idee zur Behörde gehen, und die Behörde entscheidet das dann; aber prinzipiell möglich ist es nunmehr, keine Frage.

Ganz wichtig, und ich nehme an, das wird dann den Publikumsrat auch noch einmal beschäftigen, ist, dass wir den Auftrag zu einem neuen Online-Kinderprogramm bekommen. Das ist für uns ganz, ganz wichtig, um eine Lücke zu schließen. Wir sind gesetzlich verpflichtet Kinderprogramm zu machen, und das machen wir ja auch. Ich denke jedoch, dass Kinder heutzutage Kinderprogramm vor allem am Handy oder am iPad der Eltern konsumieren. Damit sind wir dann also genau am Puls der Zeit.

Ein großes Thema, und das wird weiterhin wichtig sein, war natürlich Social Media, ein wild umkämpfter Bereich. Wir können mit „ZIB Instagram“ mittlerweile knapp eine Million Abonentinnen und Abonnenten – zwei Drittel davon sind unter 24, also ein sehr junges Publikum – mit Nachrichteninhalten ansprechen. „ZIB TikTok“ hat knapp 300.000 Abonnenten. Wir erreichen damit also schon viele Menschen, junge Menschen, und zwar dort, wo sie sich bewegen, nämlich in den sozialen Medien. Darum ist das für uns so wichtig gewesen.

Warum war diese Art der Finanzierung, die jetzt hoffentlich bald beschlossen werden wird, ganz, ganz wichtig? – Wir haben das hier ja bereits mehrfach diskutiert. Es ist eine nachhaltige Finanzierung. Nachhaltigkeit ist wichtig, weil es dann planbar ist. Es ist aber nicht üppig. Den Sparkurs der Vergangenheit wird es also auch in Zukunft geben müssen. Wir werden weiterhin jeden Euro mehrmals umdrehen müssen und werden das auch tun. Insgesamt – auch das wird hin und wieder in den Medien ein wenig anders dargestellt – bekommt der ORF real nicht mehr Geld. Das ist ganz, ganz wichtig.

Die notwendige Transformation – das ist ja auch schon mehrfach angeklungen – werden wir durch interne Umschichtungen schaffen müssen. Damit werden wir dann neue Programme machen und damit neue Zielgruppen erreichen. Es ist einfach nicht mehr da, wir müssen es also umverteilen und anders verteilen. Und diese Transformation werden wir aus eigener Kraft heraus stemmen müssen.

Die neuen Transparenzregeln im Gesetzentwurf werden uns noch beschäftigen. Wir werden uns die im Detail anschauen, wenn das Gesetz dann beschlossen ist. Insgesamt, grundsätzlich gilt es aber, zu sagen: Ein ORF für alle, dazu stehen wir, muss natürlich auch ein Vorbild sein, was die Themen Governance, Compliance oder Accountability, wie ich beim letzten Publikumsrat gelernt habe, betrifft. Dem werden wir uns entsprechend widmen.

Bei orf.at wird es ein verändertes Angebot geben. Überblicksberichterstattung, so wie sie eigentlich jetzt schon gesetzlich vorgegeben ist, wird weiter geschärft werden. Es wird keine zusätzlichen digitalen Hörfunk oder TV-Kanäle für den ORF geben. Es hat jetzt zuletzt dann für die Radios noch eine Änderung gegeben. Natürlich wird es weiterhin Kooperationen geben, wobei es in den letzten Wochen die eine oder andere angeregte Diskussion darüber gegeben hat. Wir machen das gerne, und das ist bis zu einem gewissen Grad auch gesetzlich verankert.

Das Gesetz ist noch nicht beschlossen, und das ist die konkrete Schwierigkeit. Wir reden und planen schon für die kommenden Jahre. De facto haben wir aber das Gesetz noch nicht. Trotzdem arbeiten wir damit beziehungsweise können oder dürfen davon ausgehen, dass es so kommen wird. Die Arbeiten haben ja schon begonnen. Extrem viele Kolleginnen und Kollegen arbeiten da im Hintergrund, damit wir die Transformation dann mit 1. Jänner 2024 schon sehen können. In einem der nächsten Publikumsräte können wir gerne einmal präsentieren, wie sich unser ORF-Player Neu entwickelt und was wir da digital planen.

Das Programmportfolio des ORF wird künftig in etwa so ausschauen: Natürlich gibt es unsere klassischen linearen Kanäle weiterhin. Die sind ganz, ganz wichtig, weil wir das Werbegeld vor allem dort verdienen. Das heißt, wir werden unsere erfolgreichen Programme dort so weiterführen wie bisher, aber unser Portfolio um neue digitale Angebote erweitern. Wir freuen uns sehr darauf, dass wir unsere Produktpalette digital deutlich ausbauen werden können.

Lineare Erfolge im heurigen Jahr: Aktuell haben wir knapp über 35 % Marktanteil für die ORF-Sendergruppe insgesamt. Das ist ein sehr, sehr guter Wert. Das Publikum schätzt und schaut uns also. Das ist gut.

Ein wichtiger Trend ist, wir bemerken das immer mehr und können dann natürlich mit der Digitalnovelle dann künftig viel besser darauf reagieren: Bis zu 25 % der Nutzung erreichen wir mittlerweile über on demand, also nicht mehr am Abend, sondern das Publikum sucht sich dann die Programme, die es sehen will, wann und wo es dafür Zeit hat. Das gilt unabhängig vom Genre, aber gerade in der Fiktion oder in der Dokumentation ist die On-demand-Nutzung ein immer wichtigerer Faktor. Der Sport wird natürlich immer live sein und on demand dann weniger wichtig. Bei anderen Genres sehen wir diese Steigerungen der On-demand-Nutzung, und darauf werden wir natürlich entsprechend reagieren.

Nach wie vor nutzen 6,4 Millionen Menschen die ORF-Angebote jeden Tag. Das ist eine gute Basis, aber gleichzeitig auch ein Auftrag, da weiterzuarbeiten und künftig noch mehr Menschen zu erreichen. Vor zwei Wochen ist der Reuters Digital News Report mit erfreulichen Zahlen für den ORF rausgekommen. Wir sind im deutschsprachigen Raum die meistgenutzte Informationsquelle. Das ist erfreulich. Was mich besonders freut: Es wurde dann auch die Vertrauenswürdigkeit der verschiedenen Nachrichtenquellen in Österreich miteinander verglichen, und da ist der ORF jene Nachrichtenquelle, der die Österreicherinnen und Österreicher am meisten vertrauen. Das ist ein Beweis für unsere harte Arbeit. Sie haben es ja selbst gesehen, mit wie viel Engagement die beiden Kolleginnen aus der Wirtschaft in Radio und Fernsehen an der Arbeit sind. Wir nehmen das sehr, sehr ernst und werden da natürlich weiterarbeiten, damit wir auf jeden Fall gleichbleiben und idealerweise noch mehr im Vertrauen der Österreicherinnen und Österreicher steigen.

Eine aktuelle Umfrage wird den Prozess der kommenden Monate, nämlich der Strategie, ein ORF für alle zu werden, sehr beschäftigen. 75 % der Befragten finden es sehr oder eher wichtig, dass es in Österreich einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt. Das ist ein guter Wert. Wir werden uns aber künftig vermehrt darauf konzentrieren, wer die 25 % sind, denen der ORF nicht wichtig ist. Als ORF für alle mit einer ORF-Beitragsfinanzierung müssen wir sozusagen auch diese 25 % ansprechen, darauf schauen, was die Menschen in welchem Themenbereich stört. Wir haben das bereits ein bisschen angesprochen: Ist es die Ausgewogenheit? Ist es die Ansprache? Ist es die Relevanz für die Menschen?

Natürlich gibt es beim Thema Klimawandel und öffentlicher Verkehr unterschiedliche Perspektiven. Da macht es natürlich einen Unterschied, ob man in einer Stadt wohnt, in der es öffentlichen Nahverkehr gibt, oder ob man am Land wohnt. Das dürfen wir nicht vergessen. Wir müssen Programm für alle Menschen machen und dabei unterschiedliche Lebenslagen berücksichtigen. Das ist die Aufgabe der kommenden Monate und wohl auch Jahre. Wir werden jetzt einen Strategieprozess „ORF 2030“ mit der klaren Zielrichtung einer Transformation vom linearen Broadcaster zur multimedialen Plattform aufsetzen. – Danke schön. *(Beifall.)*

HENGSTSCHLÄGER dankt herzlich für den Bericht. Man habe im vortägigen Programmausschuss einen Überblick über die Nutzung des ORF in Abhängigkeit vom Alter erhalten. Dabei seien die Unterschiede deutlich geworden. Was ihn sehr, sehr beeindruckt habe, seien die Überlegungen gewesen, wie man die jeweils abholen wolle beziehungsweise wie man das Programmportfolio noch ein bisschen besser anpassen könne. In bestimmten Bereichen gebe es schon eine sehr hohe Deckung;

in anderen Bereichen gebe es jedoch noch ein bisschen Luft nach oben und da sollte man noch etwas anbieten.

Die von ihm vorhin angesprochenen 5-Minuten-Sendungen seien ja für ein bestimmtes Klientel konzipiert. Er denke wie Weißmann, dass die Zukunft der Mediennutzung on demand sein werde. Allein das Publikum dieser Sendungen seien eben nicht diejenigen, die Medien on demand nutzen würden. Es seien Leute, die Ö1 gerne hören und diese 5 Minuten einfach vermissen. Das müsse man schon auch ganz klar sagen. Die werde man nicht zu einer On-demand-Nutzung bringen können.

In der Sitzung sei über Wirtschaft gesprochen worden, er rede über Wissenschaft. Da gebe es bestimmte Interessen von zwei Seiten, und zwar einerseits, dass man die Kunden erreichen wolle, man wolle aber auch, dass der Bildungsauftrag erfüllt und das Knowhow zu einem Thema erhöht werde. Interessanterweise besagten die Studien, dass die ganz Jungen und die – unter Anführungszeichen – „Alten“ Wissenschaft spannend finden.

Womit man zurzeit zu kämpfen habe, sei die sogenannte Wissenschaftsskepsis. Das sei übrigens ein falscher Terminus, denn Skepsis sei in der Wissenschaft durchaus etwas Gutes, das man eigentlich wolle. Was man nicht wolle, sei Wissenschaftsfeindlichkeit, Wissenschaftsablehnung oder Gleichgültigkeit gegenüber der Wissenschaft. Da interessiere ihn, ob es da noch weitere Ideen gebe, was man da tun könnte, um in der Mitte, denn dort scheine die Wissenschaftsfeindlichkeit am größten zu sein, mit Programm darauf zu reagieren. On demand und Online würden gerade da, wo Wissenschaftsfeindlichkeit bestehe, gar kein so sehr geeigneter Zugang seien. Die müsste man wirklich linear noch einmal ein bisschen besser abholen. Darauf beziehe sich seine Frage.

MERYN will sich ganz kurz halten und verweist ebenfalls auf den vortägigen Programmausschuss, in dem es ihnen um das Young Audience gegangen sei. Man habe am Vortag wirklich eine spannende und informative Diskussion zu diesem Thema erlebt; Kratschmar werde in seiner Zusammenfassung dann sicherlich noch darauf eingehen. Der Programmausschuss habe sich dafür ausgesprochen, dass man dem ein entsprechendes Gewicht gebe, was die Geschäftsführung ohnedies vorhabe. Es sei allen bewusst, dass es da um die Zukunft des Unternehmens gehe. Er wolle das hier nur nochmals für all die unterstreichen, die an der vortägigen Diskussion nicht teilnehmen hätten können. Sie sei wirklich hervorragend inhaltsvoll und konstruktiv gewesen. Es sei wichtig, dass dieses Bewusstsein vorhanden sei.

Wenn man mit der Haushaltsabgabe ein ORF für alle sei, müsse man jene 25 % ganz genau analysieren. Er denke nicht, dass man sich das Ziel setzen sollte, 100 % zu erreichen, denn so etwas sei nicht zu erreichen. Es sei aber schon spannend, zu fragen, wie man von 75 % ORF-Nutzung auf mehr kommen könne. Eigentlich sei das immer schon der Wunsch des Hauses gewesen, aber in der derzeitigen Situation sei das fast ein Auftrag. Da sollte man mit den Redaktionen zusammen viel und intensiv nachdenken und durchaus auch Feldstudien durchführen, was jene 25 % davon abhalte, sich vom ORF informieren und unterhalten zu lassen.

KRATSCHMAR dankt dem Generaldirektor für den Bericht. Er wolle ein Thema ansprechen, das im Bericht nicht vorgekommen sei, das aber für den Publikumsrat relevant sei, nämlich die Frage, wie im ORF gegendert wird. Dazu hätten sie aus dem Publikum sehr viele kritische Rückmeldungen erreicht, die sich insbesondere auf die Genderpause, den Glottisschlag bezogen hätten. Vor diesem Hintergrund halte er die neuen Empfehlungen zum Gendern wirklich für einen Fortschritt. Er begrüße das und es mache Sinn, die wirklich auch flächendeckend umzusetzen. Das habe auch

den pragmatischen Hintergrund, dass man jetzt in einzelnen Sendungen die Situation habe, dass unterschiedlich gegendert werde, dass die Moderation im Unterschied zu Beiträgen, die dann eingespielt werden, unterschiedlich gendere. Das sei für das Publikum verwirrend.

Ganz grundsätzlich wolle er noch deutlich machen, dass es wichtig sei, zu beachten, dass Sprache von unten wachse und nicht von oben vorgegeben werden sollte. Darüber hinaus tue es dem ORF in allen Bereichen gut, einen allfällig ausgeklappten Zeigefinger wieder einzurollen.

MARSCHITZ stellt wie bereits Meryn zuvor die Frage nach den 25 %, die den ORF nicht konsumieren. Er rege an, dass man, wenn es dazu genug Befunde gebe, im unternehmenspolitischen Ausschuss eine Präsentation über den Wissensstand zu diesem Thema bekomme.

Der Generaldirektor habe die sehr positive Reichweitenentwicklung angesprochen, Seine Frage dazu sei, wie sich das im Vergleich zur Situation während der Pandemie verhalte. In der Pandemie hätten ja viele zu Hause bleiben müssen und es sei nicht viel anderes möglich gewesen als fernsehen. Unter Umständen sei es ja so, dass viele Leute, die damals zu Hause hätten bleiben müssen, vor dem Fernseher picken geblieben seien.

Beim ORF-Gesetz gebe es ja noch gewisse Stolpersteine, die nicht unbedingt in der österreichischen Politik liegen. In den letzten Tagen sei vom Beihilfenrecht die Rede gewesen, dass von dieser Seite her noch Ungemach drohen könnte. Da wolle er wissen, wie der Generaldirektor das einschätze. Es sei auch die Frage, ob da noch ein Gerichtsverfahren anhängig sei. Soweit er das wisse, würden die anhängigen Verfahren vielleicht die Gremien betreffen, nicht jedoch die Art der Finanzierung.

Der Generaldirektor habe im vorigen TO-Punkt den Faktencheck angesprochen. Es komme ja öfter zu Situationen, in denen bestimmte Gruppen – Karmasin und Meyer würden da wahrscheinlich von Lobbyinggruppen sprechen –, das seien natürlich auch Umweltorganisationen etc. Studien präsentieren. Es sei für einen normalen Redakteur, der bei so einer Pressekonferenz sitze, fast nicht möglich, das substanzuell zu bewerten. Er sei bei solchen Dingen immer kritisch und schaue da immer nach. Wenn beispielsweise berichtet werde, dass irgendetwas um 5 % gestiegen sei, dann schaue er sich an, wie das vor der Pandemie gewesen sei. Seine Anregung sei, sich zu überlegen, im ORF ein fächerübergreifendes Kompetenzzentrum für eine Art Schnellcheck zu schaffen, auf das dann eben Redakteure zurückgreifen können. Viele dieser Studien würden von Organisationen präsentiert, die dem universitären Ehrenkodex nicht unterliegen, denn dort sei es ja so, dass etwas erst als publiziert gelte, wenn es reviewt sei und so weiter.

NEPP bezieht sich darauf, dass Unternehmen künftig auch dann eine Haushaltsabgabe zahlen müssten, wenn sie kein Fernsehgerät besitzen, und wenn man zwei Firmen am Firmenstandort habe, beide Unternehmen die Haushaltsabgabe zahlen müssen. Sie wolle wissen, wie das beispielsweise bei Ärzten aussehe, wenn sie Mitarbeiter beschäftigen, ob die dann auch für die Ordinationen Haushaltsabgabe zahlen müssen.

Sie wolle auch wissen, ob es etwas Neues im Hinblick auf die Länderabgabe gebe, ob die abgeschafft werde.

KARMASIN meint, dass ihn die Länderabgabe und die Form der Refinanzierung des ORF zu seiner immer wieder ceterum censeo erhobenen Forderung nach mehr Medienjournalismus und Medienberichterstattung im ORF führe. In Privatsendern wür-



den Debatten zu allem Möglichen stattfinden, unter anderem auch zur Finanzierung des ORF. Er habe die Debatte auf Puls24 als sehr substantiiert empfunden. Er finde jedoch, dass zum Beispiel auch „Eco“ einmal berichten könnte, wie sich Medien finanzieren und was der große Unterschied ist, wenn man sie gratis verschenkt und von der Werbung lebt etc., etc.

Man wisse aus vielen Umfragen, dass die inkludierte Länderabgabe vielen Leuten nicht bewusst sei. Auch bei der Haushaltsabgabe würden sich dann Leute wundern, warum der Wohnsitz darüber entscheidet, wie hoch diese Haushaltsabgabe ist. Er habe das auch in mehreren Interviews gesagt, dass er es für systemwidrig halte, denn eine Haushaltsabgabe solle für alle gleich sein. Es gebe schließlich auch einen Finanzausgleich und § 15a-Vereinbarungen. Er finde Musikschulen und Trachtenkapellen total wichtig. Das solle von den Ländern gefördert werden, aber bitte eben nur nicht aus der Haushaltsabgabe.

Er könne sich allem bisher zur Wissenschaftsberichterstattung Gesagten vollinhaltlich anschließen. Vielleicht noch eine kleine Werbeeinschaltung in Sachen ÖAW: Die diesjährige Preisfrage der Akademie habe sich der Wissenschaftsskepsis und dem Versuch einer Begriffsannäherung beziehungsweise Begriffsdefinition gewidmet. Auch er plädiere beim Wording sehr stark dafür, Wissenschaftsfeindlichkeit und Desinteresse an der Wissenschaft auch so zu benennen. Die Betroffenen seien keine Skeptiker, nicht Science Scepticists sondern Science Deniers. Das eine grundlegende Skepsis und eine Überprüfung und Replikation von Ergebnissen in der Wissenschaft ein ganz wichtiger heuristischer Prozess sei, sei ja unbestritten.

Die Akademie mache seit diesem Jahr ein Wissenschaftsbarometer, in dem die Haltung der Bevölkerung zur Wissenschaft ab jetzt in einer sehr große Stichprobe mit einem Triangulationszugang empirisch überprüft werde. Ein Ergebnis aus dem diesjährigen Wissenschaftsbarometer, und damit komme er auf die relevante Rolle zu sprechen, die der ORF bei der Wissenschaftsvermittlung habe, sei, dass der ORF bei der Wissenschaftsvermittlung eine hohe Glaubwürdigkeit und Relevanz für das Publikum genieße.

Er wisse jetzt nicht, wie das am Player organisiert sein werde und ob im multimedialen Newsroom eine Fokussierung im Bereich Wissenschaft stattfinde. Er wisse nicht, ob so etwas geplant sei. Schließlich gebe es das ja beim Sport und sogar bei der Religion. Die Frage sei, ob es im multimedialen Newsroom einen Fokus auf Wissenschaft gibt. Er denke es gebe da einen Konsens aller im Raum, dass so etwas durchaus desiderabel wäre.

Er halte Fact Checking für sehr, sehr relevant und wichtig. Er wolle in dem Zusammenhang darauf hinweisen, dass einige wissenschaftliche Einrichtungen, unter anderem die ÖAW, aber auch die Universitätenkonferenz sich darum bemühen, so etwas in Zukunft einzurichten. Vielleicht ließe sich da ja eine Schnittfläche zu den Redaktionen installieren. Angesichts der Ressourcenknappheit werde man sehr komplexe Themen wie zum Beispiel, ob schon ein halbes Grad Klimaerwärmung ausreiche, dass man nicht mehr Skifahren können werde, mit redaktionellem Factcheckingkompetenzen nicht ganz bewältigen können. Dazu könnte aber die Universität für Bodenkultur Auskunft geben.

MARSCHITZ regt an, dass man diejenigen, die solche Studien veröffentlichen und ein Interesse daran haben, dass darüber berichtet wird, dazu anhalten sollte, das dann rechtzeitig vorher an den ORF zu übermitteln.

DANMAYR fragt, ob es Wissen dazu gebe, allenfalls Umfragen oder einfach auch Erfahrungswerte. Sie beschäftigten die Hör- und Sehgewohnheiten von Menschen sehr und die Frage, wie man damit in der künftig noch wichtiger werdenden digitalen Welt umgehe. Sehr old school: Sie komme nach dem Theater heim und trinke zum Tagesausklang noch ein Glaserl Wein. Sie schalte den Fernseher ein, zappe so durch und bleibe dann wo hängen. Sie werde dann dort womöglich durch einen supertollen Beitrag verführt und höre sich den dann an. Das sei kein geplantes Einschalten. Das gleiche gelte fürs Radio, insbesondere für Ö1. Es gehe also einerseits um Berechenbarkeit; es gehe aber auch um das zufällige Auf-etwas-Stoßen und Verführtwerden.

Wenn man jetzt an den Player, an Sound und so weiter denke, was alles toll sei, dann gehe es dort um ein sehr gezieltes Suchen nach bestimmten Dingen. Da wisse man schon, was man versäumt hat und sehen will.

Im Zusammenhang mit den Seh- und Hörgewohnheiten interessiere sie, ob es da Erfahrungswerte allenfalls von anderen Ländern gebe, welches Gewicht dieses zufällige Andocken beim ORF habe. Ihr gehe es zum Beispiel darum, so auch Neues zu entdecken. Und dann sei es beim dritten Mal nicht mehr zufällig, denn das wisse sie dann ja schon, dass ihr das die letzten beiden Mal sehr gefallen habe.

Ihr gehe es darum, wie man dem in der digitalen Welt Rechnung trage. Sie beschäftige insbesondere, wie man mit Themen, die an sich nicht so sexy seien, umgehen werde. Andererseits gehe es ihr da auch um das Young Audience, das sowieso nur in der digitalen Welt unterwegs sei. Deren Aufmerksamkeit werde sehr stark durch Vorschläge angeleitet. Sie wisse, dass man das beim ORF mit der Personalisierung auch einmal haben wolle. Ihr gehe es also um dieses zufällige Begegnen und Verführtwerden und dann Dranbleiben. Dadurch entdecke man unter Umständen Qualitäten, die man so nicht vermutet hätte. Der ORF werde dadurch dann vielleicht noch ein Stückchen breiter für die 9 Millionen Menschen, die in dem Land wohnen und dafür zahlen sollen und müssen und dürfen, wie sie das empfinde.

MARSCHITZ meint, dass das Zappen durch die Fernsehkanäle dem alten Internetsurfen entspreche. (DANMAYR: Das ist aber schon gezielter aufgrund dessen, was man bisher getan hat!)

RIEDL hat eine konkrete Nachfrage zur Haushaltsabgabe. Sie solle ja mit 1.1.2024 starten. Bis dahin sei eigentlich gar nicht mehr so viel Zeit. Im Publikum seien jetzt ein paar von Gebühren befreit. Da wolle er wissen, ob sichergestellt sei, dass Armutsbetroffene da in keine Lücke fallen würden, in der sie dann plötzlich Zahlungsvorschreibungen bekommen würden. Es sei sein Anliegen, dass darauf geachtet werde, dass gerade diese Zielgruppe angesichts der aktuellen Teuerung nicht auch noch eine zusätzliche Belastung aufgebürdet bekomme.

STOLBA dankt für den Bericht. Sie nehme an, dass die letzten gefühlten zwei Jahre, auch wenn es tatsächlich nur ein Jahr gewesen sei, sehr intensiv gewesen seien. Dafür wolle sie an der Stelle einmal danken.

Zur Haushaltsabgabe interessiere sie der Status quo der technischen Umsetzung. Riedl habe das zum Teil bereits angesprochen.

(MATKOVITS nominiert STOLBA als ihre Vertretung und verlässt die Sitzung.)

AI und Medien sei ihr Steckenpferd. Sie habe ja beim EBU Technical Meeting im Hause teilnehmen dürfen. Sie sei beeindruckt davon gewesen, was der ORF in dem Bereich bereits tue. Artificial Intelligence, Algorithmen, Textgenerierung etc. seien

Themen, die sie wirklich beschäftigen werden. Es gebe eine österreichische Studie. Sie dürfe in ihrem Job auf europäischer Ebene mit 800 Personen darüber kommunizieren. Dieses Thema beschäftige sie auf allen Ebenen, nicht nur beim Textauffinden, sondern eben auch in der Produktion und dann auch in der Distribution. Da gebe es einiges an spannenden Anwendungen zum Beispiel auch zur Erfassung beziehungsweise Überprüfung von Quellen. Quellencheck sei ein großes Thema. Daher würde sie wirklich gerne – sie habe das bereits in der vortägigen Sitzung angeregt und auch schon beim letzten Plenum – einen halben Tag – man habe immer wieder zu Spezialthemen, selten aber doch einen halben Workshoptag gemacht – keine Ausschusssitzung, sondern wirklich eine offene Besprechung machen, in der man sich mit externen und internen Expertinnen/Experten das Thema AI anschauen.

Sie glaube, dass der Publikumsrat und der Stiftungsrat – sie werde das auch im Stiftungsrat vorbringen – da gemeinsam vorgehen sollten. Das wäre eine sehr gute Gelegenheit dazu. Das werde auch den vom Generaldirektor bereits angesprochenen Prozess „Strategie 2030“ begleiten müssen. Da die Gremien mitzunehmen, wäre ihr ein Anliegen, nämlich jetzt schon mitzunehmen und nicht erst, wenn alles bereits fix und fertig sei. Also: ein AI-Studentag.

Ihr zweites Thema sei der Klimajournalismus: Es gebe wieder einmal einen aktuellen Anlass. Im Winter seien es die weißen Skiabfahrtsbänder in den Alpen gewesen. Jetzt habe es Neusiedl ohne See gegeben. Abgesehen von der Frage, ob „Dok 1“ das richtige Format für so etwas sei – das sei bereits im Beschwerdeausschuss diskutiert worden; sie denke, das sei dort schon abgehandelt worden – wolle sie daran erinnern, dass man ausgemacht habe, den Klimajournalismus einmal in einem Programmausschuss zu thematisieren. Sie interessiere der Umgang mit diesem Thema, welche journalistischen Guidelines es dazu gebe etc. Das Thema selbst sei ja durchaus kontrovers; das wolle sie nur in Erinnerung gerufen haben.

Zur Frage, wen der ORF erreiche und wen nicht (die 25 %), bis hin zur Frage nach den Hörer- und Sehergewohnheiten empfiehlt WEISSMANN, Eva Sassmann einzuladen. Sie sei Chefin der Marktforschung. Insgesamt arbeite man damit. Man wisse schon sehr genau – und das sei diese Landkarte, die er bereits erwähnt habe – über die Lage Bescheid. Die Gesamtreichweite bewege sich zwischen 0 und 100 %, alle Menschen in Österreich. Parallel dazu gebe es noch eine Einteilung in sogenannte Sinus-Milieus, die die Basis sind. Da wisse man sehr genau, wen man erreiche und wen nicht. Aber da empfehle er wirklich, einmal Eva Sassmann einzuladen, wenn es da Interesse an Details gebe. Da arbeite man sehr viel damit, und das sei für sie auch in Zukunft wichtig. Man wolle genau erheben, wie viel Produktionsmittel in welcher Zielgruppe liegen. Am Ende des Tages werde es dann nämlich um Umschichtung gehen müssen.

Man frage sehr viel ab, unter anderem auch das Gendern. Man habe die neuen Richtlinien mit einer repräsentativen Umfrage unterlegt. Ein Teil der neuen Strategie seien die Umfragen. Vorhin sei es um Wirtschaft gegangen, nun sehr viel um Wissenschaft. Alle Kolleginnen und Kollegen des Hauses, speziell natürlich die Journalistinnen und Journalisten werden regelmäßig darüber informiert, um damit zu arbeiten. Das sei Teil eines neuen Qualitätsmanagements, auf das man setze. Man tausche direkt hausintern miteinander aus, wen man erreiche und wen nicht und wen was störe und warum etc. Man habe begonnen, das regelmäßig zu machen. Das funktioniere sehr gut und werde von den Journalistinnen und Journalisten gut angenommen. Für die tägliche Arbeit sei wirklich wichtig, wie das Publikum denkt und fühlt.

Zu den Anregungen von Programminitiativen: Man habe am Vortag in der Geschäftsführung das einmal ausgerufen. Auch die Wissenschaft werde künftig multimedial aufgesetzt. Thurnher und Groiss würden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nächste Woche informieren. Idealerweise gehe das dann nicht raus, aber das könne er sich ja nur wünschen.

Die Information sei ja bereits multimedial; da arbeite man an einer neuen Struktur. Übrigens sei die Wissenschaft nicht im multimedialen Newsroom, sondern sie sei einer anderen Hauptabteilung zugeordnet. Auch die Wissenschaft werde man also künftig multimedial aufstellen. Dazu sei dann eben am Montag der Auftakt, indem Radio- und Fernseh-Wissenschaft beginnen, miteinander über eine neue multimediale Struktur zu reden. Daran arbeite man also gerade. Die würden allerdings nicht im multimedialen Newsroom sitzen.

Auch die Wissenschaft werde also multimedial aufgestellt. Bei der Information habe man das bereits gemacht. Der Sport befinde sich gerade in der Transformationsphase. Der neue Sportchef sei bereits ein multimedialer Sportchef. Das Ganze werde man dann auch für die Wissenschaft machen.

Auch zum Vergleich mit der Situation zur Zeit der Pandemie sei Eva Sassmann kompetent. Insgesamt sei in der Pandemie die Nutzung aller ORF-Medien natürlich sehr, sehr gut gewesen. Es habe danach aber keinen Abriss gegeben, sondern die guten Anteile im Fernsehen bis Mai 2023 resultierten natürlich schon auch daraus, dass das Publikum insgesamt mit der Berichterstattung des ORF über die Pandemie hinaus gut funktioniert habe und der ORF ein hohes Vertrauen genieße. Der ORF sei die Nachrichtenquelle, der die Österreicherinnen und Österreicher am meisten vertrauen. Man sehe das nicht nur in der Information, sondern auch bei Sportübertragungen oder bei der Unterhaltung. Das funktioniere sehr gut. Für weitere Details wolle er da jedoch wirklich auf Eva Sassmann verweisen.

Das Gendern sei genauso wichtig und Teil der Bemühungen, ein ORF für alle zu werden, indem man einfach darauf reagiere, wie das Publikum das sehe. Man habe die Genderrichtlinien so ausgestaltet, wie die Genderrichtlinien oder die Sprachregelungen in den vergangenen Jahren immer geregelt gewesen seien, genau so und nicht anders. Es sei eine Empfehlung.

Die Notwendigkeit, das ein wenig differenzierter zu machen, entstehe daraus, dass – und man habe das schon mit den Chefredakteurinnen diskutiert – es etwas anderes sei, ob man Programm für ein Ö1-Publikum mache oder ein FM4-Publikum ansprechen wolle. Es sei eben ein Spagat. Besonders kritisch gesehen werde im Publikum, und dazu gebe es folglich auch eine dringende Empfehlung, das nicht mehr zu verwenden. Umgekehrt gebe es aber eine junge Generation, für die das ganz normal sei. Die Schwierigkeit werde sein, alles in dieser Breite zu erfassen. Da werde man vielleicht am Ende des Tages nicht immer die richtige Antwort finden, aber man bemühe sich.

Man habe die Pride übertragen. Ja, das habe man gemacht. Vier Wochen davor habe man das Militärmusikfestival aus Kärnten übertragen und am Vortag sei er in Niederösterreich bei einer Programmpräsentation gewesen. Das Landesstudio veranstalte einen niederösterreichischen Blasmusikwettbewerb. Das alles sei der ORF, und man verstehe sich auch so. Ein ORF für alle bilde eben die gesamte Gesellschaft ab: Er sei Teil der Gesellschaft in unterschiedlichen Fragmenten, und darum tue man das auch.

Die Antwort auf die Detailfragen zum ORF-Gesetz werde er schriftlich nachreichen. Das Gesetz sei ja noch nicht einmal beschlossen. Insgesamt sei es ganz genau geregelt, wer künftig was bezahlen müsse. Es werde also keine Doppelzahlungen für einen Nebenwohnsitz mehr geben, und auch die Firmen betreffend sei das ganz genau gemacht worden. Wie das für die Arztordinationen geregelt sei, das wisse er nicht. Alles gelte jedoch erst dann, wenn das Gesetz beschlossen sei.

Zu den Länderabgaben wisse er ehrlich gesagt nichts Neues außer dem, was ohnehin allgemein bekannt sei. Ob es in irgendwelchen Bundesländern anders ausgerichtete Tendenzen gebe, sei ihm persönlich nicht bekannt.

15,30 € für den ORF sei auf jeden Fall weniger als die 18,59 € bisher. Die soziale Stafflung werde es so wie bisher geben; die Gebührenbefreiung gebe es genauso wie bisher. Wenn Interesse dafür bestehe, wie sich der ORF auf diesen Umstellungsprozess vorbereite, könne man das gerne einmal berichten. Es sei wirklich ein extrem komplizierter Prozess, der sehr viele Ressourcen binde. Es gebe insgesamt sieben Arbeitsgruppen, die in der GIS angesiedelt seien und sich damit beschäftigen würden. Man orientiere sich dabei sehr stark an der Umstellung, die es damals in Deutschland gegeben habe. Da befinde man sich in einem sehr guten Austausch. Gleichzeitig verfüge die GIS ohnehin über eine sehr große eigene Expertise, was das einschlägige Datenmaterial in Österreich anlange. Es sei also sehr ambitioniert, man sei aber sehr gut im Zeitplan unterwegs und zuversichtlich, dass man diese Umstellung gut schaffen werde.

Mögliche juristische Fallstricke: Zunächst müsse das Gesetz wie gesagt einmal durchs Parlament in Österreich. Es müsse dann noch zur EU. Insgesamt sei man da sehr positiv gestimmt. Man habe genau vor einem Jahr begonnen, wirklich intensiv in diesen Prozess zu gehen. Man sei noch nicht am Ende. Trotzdem sei man zuversichtlich, so wie man von Beginn an mit großer Zuversicht, aber auch Professionalität in den Prozess hineingegangen sei. Wenn man eine Liste gehabt hätte, was alles schief gehen oder nicht funktionieren hätte können, dann wäre die unendlich gewesen. Man könne da nur mit einem gewissen Vertrauen, dass es gut ausgehen werde, durchgehen, denn sonst hätte man ganz leicht verzweifeln können.

Erstens einmal habe man im Haus, und da danke er seinem Team, wirklich exzellente Expertinnen und Experten zur Verfügung. Das habe er nicht alles alleine gemacht. Da sei auf der einen Seite die Kaufmännische Direktorin mit ihrem Team federführend, was die finanzielle Seite anbelangt habe. Mit Klaus Kassai habe man einen exzellenten Juristen, der sich bei den Behörden, im Verwaltungsrecht sehr gut auskenne. Es sei wirklich ein extrem komplexer Prozess gewesen. Man habe ja mit dem Bundeskanzleramt, aber auch mit dem Finanzministerium verhandelt. Das sei über Monate gegangen. Ihr Vorteil sei es gewesen, dass sie von Beginn an ein sehr eng abgestimmtes Team gehabt haben. Man habe sich regelmäßig im Halbstundentakt upgedatet. Man habe sich während der Verhandlungen also sehr rasch untereinander ausgetauscht. So habe man sehr rasch reagieren und sagen können, was akzeptabel sei und was nicht. Das sei schon Teil des Erfolgs gewesen: enge Abstimmung, Tag und Nacht erreichbar, Tag und Nacht gearbeitet.

Es seien also noch ein paar Meter zu gehen, aber er und sie alle seien zuversichtlich, dass man diese letzten Meter auch noch schaffen werde. Er danke auch diesem Gremium für die Unterstützung. Auch der Stiftungsrat habe sie immer wieder unterstützt. Es sei ein Gemeinschaftswerk; anders sei es gar nicht möglich. Man werde jedenfalls die letzten Meter auch noch schaffen.

Zu den Hörer- und Sehergewohnheiten: Im Wesentlichen gehe es dabei um zwei Dinge: den Algorithmus für die Zukunft, Recommendations etc. und zweitens den userzentrierte Ansatz. Wenn man sich die Bedienung von Netflix anschau – er wolle da jetzt keine Werbung machen –, dann sei die sehr einfach, aber zugleich sehr funktionabel. Und genau diesen Ansatz werde man verwenden. Es gehe also um Funktionsabilität und nicht um Hunderttausend Knöpfchen und Schnörkel, sondern um funktionales einfaches Finden gepaart mit Recommendations. So werde man das Publikum auch in Zukunft sehr gut ansprechen können. Da sei er sehr zuversichtlich. Darüber hinaus habe man dazu sehr große Expertise im Haus seitens der Jungen, die damit aufgewachsen seien.

Man verfolge den userzentrierten Ansatz. Was mache man da? Sprints seien Interviews mit Testusern, die man regelmäßig mache. Man probiere irgendetwas aus. Es werde dann sehr rasch erkennbar, ob das funktionabel sei oder nicht. Das zweite Wichtige sei, da sehr flexibel zu sein. Wenn etwas nicht funktioniere: Weg damit! Das sei ein Unterschied zur linearen Welt im ORF, in der man lange etwas vorbereite, dann umsetze und aufwendig produziere. Das funktioniere in der digitalen Welt ganz, ganz anders. Sehr schnell mit Sprints herausfinden, was das Publikum wolle und was nicht. Da sei man mit der Young Audience-Truppe, die man im Haus habe, gut aufgestellt. Da sei er sehr zuversichtlich, dass man mit dem ORF-Player neu – man sei jetzt gerade bei der Namensfindung – eine Plattform bieten werde können. Das werde man über den Sommer machen. Man werde wirklich die beste Streamingplattform in Österreich mit öffentlich-rechtlichen Inhalten anbieten können, die aber auch mit einem besonders userzentrierten Ansatz bestechen werde: einfach zu bedienen, leicht auffindbar. So werde man dem User, der Userin sehr viel Spaß machen. – Er hoffe, er habe nichts vergessen. (STOLBA: Der Studientag zur AI!)

Einen Studientag zur AI könne man am nächsten Tag machen. Man beschäftige sich im ORF tatsächlich schon sehr intensiv damit, aber auch über die APA, deren größter Genossenschafter man sei, die da federführend sei. Man arbeite jetzt gerade, und das werde Teil der Strategie sein, an einem Grundsatzpapier des ORF zur Künstlichen Intelligenz. Federführend dabei sei Harald Kräuter. ORF-intern habe man diesen Studientag schon vor rund vier Wochen gehabt. Der sei wirklich toll gewesen. Wenn es gewünscht werde, könne man das jederzeit durchführen. Das sei ein ganz wichtiges Thema mit vielen Chancen, aber natürlich auch mit vielen Risiken, gerade auch was den Journalismus anlange.

Natürlich werde auch die Frage der Fakenews oder des Faktenchecks ganz, ganz wichtig sein. Es gebe ja mittlerweile beispielsweise Videos, bei denen kaum mehr erkennbar sei, ob sie gefakt seien oder nicht. Auf dem Gebiet kämen auf den ORF, aber auch auf alle anderen Medien in Österreich besondere Aufgaben zu, nämlich die Echtheitsprüfung solcher Videos:

Es habe eine Tagung aller Technischen Direktoren aus der gesamten EBU gegeben, die Stolba erwähnt habe und bei der der ORF zwei Tage lang der Gastgeber sein habe dürfen. Diese Konferenz sei in 18 Sprachen übersetzt worden. Das sei einzig und allein durch künstliche Intelligenz fehlerfrei möglich gewesen. Da werde es viele neue Möglichkeiten geben. Es gebe da aber nicht nur Positives, sondern auch Negatives. Das werde sicherlich eines der Megathemen der kommenden Jahre sein. Man sei da bereits gewappnet und stehe da selbstverständlich für einen Studientag des Publikumsrats sehr gerne parat.

STOLBA merkt an, dass Deepfake wirklich ein ganz großes Thema sei. Die nächste Europawahl stehe vor der Türe, und man beschäftige sich eingehendst damit, wie

man das verhindern könne. Gerade Glaubwürdigkeit, Quellencheck und so weiter seien ganz spannende Themen.

RIEDL ergänzt, dass er kürzlich auf der re:publica in Berlin gewesen sei, auf der sich jeder zweite Workshop mit Journalismus und KI auseinandergesetzt habe. Die Workshops, die komplett überlaufen gewesen seien, seien die von ARD und ZDF mit ihren Innovationlabs gewesen. Wenn man da beispielsweise Einblick bekomme in die Sportberichterstattung, wo mittlerweile im öffentlich-rechtlichen Bereich eine KI die Meldung schreibe, die zweite KI diese KI kontrolliere und dann noch ein Redakteur drüberschauen und das dann online stellen, sehe man ungefähr, wo die Reise hingehen werde. Er habe das für einen extrem spannenden Einblick gehalten und denke, dass das ein großes Thema für alle Medienhäuser in den nächsten Jahren sein werde.

WEISSMANN fügt hinzu, dass das natürlich auch für das Publikum zutreffen. Es komme eine große Verantwortung auf sie zu, nämlich das transparent zu machen und die Chancen zu sehen, aber auch die Gefahren. Das werde sicherlich einen großen Impact auf die Arbeit des Journalismus in den kommenden Jahren haben. Der ORF sei da gut aufgestellt und bereit.

MARSCHITZ meint, man solle das nicht nur negativ sehen. Gerade in einigen Themen, die der Publikumsrat sehr stark verfolge – Barrierefreiheit, Volksgruppensprachen und so weiter – oder angesichts der Ressourcenmängel im Programmierungsbereich oder eben für Standardmeldungen sei sie extrem nützlich. KI werde also vielleicht helfen, manche Probleme, die man derzeit habe, zu lösen. (WEISSMANN: Ja, ja absolut! Chancen und Risiken, beides!)

Er habe drei Anregungen aus der Debatte mitgenommen: Einerseits diese Tagung. Vielleicht könne man da wirklich von Publikumsrat und Stiftungsrat irgendwie einmal gemeinsam einen Schwerpunkt setzen.

Zweitens habe er mitgenommen, dass man sich zu den empirischen Fragen einmal mit der Medienforschung zusammensetzen werde. Man werde sehen, wo man das ansiedeln werde.

Vielleicht wäre es auch einmal ein Thema für den Finanzausschuss, dort einmal die GIS einzuladen, um zu berichten, wie diese Transformationsprozesse hin zur neuen Finanzierung ablaufen werde.

WEISSMANN teilt mit, dass das Teil der Berichterstattung im nächstwöchigen Finanzausschuss des Stiftungsrats sein werde. Man könne die Unterlagen jederzeit zur Verfügung stellen. Gewisse Dinge sollten jedoch nicht öffentlich werden. (MARSCHITZ: Darum spreche ich ja bei diesen Fragen auch von den Ausschüssen. – STOLBA: Und den Klimajournalismus in einem Programmausschuss.)

Das könne man gerne machen. Der Klimajournalismus funktioniere natürlich nach den gleichen Regeln wie der Journalismus im ORF insgesamt.

ZIMMER stellt fest, dass Unklarheiten zu einem Punkt bei ihr nun fast schon ausgeräumt worden seien. Sie hätte auch darum gebeten, im Herbst zur administrativen Umsetzung der Haushaltsabgabe die typischen FAQs mitgeteilt zu bekommen. Man sei nahe am Publikum und werde daher auch gefragt. Um ein Beispiel zu geben: So ganz präzise sei es nicht, wer Adressat der Haushaltsabgabe zum Beispiel in Mehrpersonenhaushalten sei. Da sei die Frage, auf wen die GIS da zugreife: solidarisch, wahlfrei? Das berge also vielleicht noch ein bisschen Konfliktstoff.

WEISSMANN antwortet, dass die FAQs für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Haus im Intranet stünden. Man könne das auch in diesem Kreis sofort ausschicken. (ZIMMER Cool!) Das mache man gerne. Man könne jede Frage beantworten; es müsse allerdings das Gesetz auch einmal beschlossen werden. Dann könne gerne einmal Klaus Kassai Auskunft erteilen. Der könne ihnen alles sagen, denn er habe das nämlich mitverhandelt. Es gebe also auf alle Fragen eine Antwort. (ZIMMER: Schön!) Und die FAQs könne man gerne verteilen. Wenn es vor dem Beschluss des Gesetzes noch Detailfragen gebe, so könne man die sofort beantworten. Das betreffe auch die Frage der Ärzte und so weiter. Das werde man also rasch beantworten können.

Bei ihrem zweiten Punkt handle es sich ein wenig um einen Nachtrag zur Diskussion über die Wissenschaftsberichterstattung, sagt ZIMMER. Gerade als Mitglied des Beschwerdeausschusses sei sie sehr sensibilisiert in der Frage, dass manche Studien eben sehr umkämpft seien. Sie seien inhaltlich nicht falsch, sie würden großteils wohl auch ein methodisches Qualitätsniveau aufweisen, aber sie würden die Aufmerksamkeit eben auf einen der Aspekte einer Debatte lenken, aber es gebe dann oft auch noch andere Aspekte. Typischerweise seien Erhebungen von Greenpeace oder WWF häufig Zankapfel im Beschwerdeausschuss.

Gerade im Zusammenhang mit der Relevanz sei das aber ein typischer Hinweis darauf, dass es genau diese Themen sind, die für das Publikum interessant seien, weil eben nicht alles Common Sense sei und da offenbar erhöhter Diskussionsbedarf bestehe. Daraus könnte man seitens des ORF vielleicht Diskussionsformate entwickeln, um da alle Stakeholder gebührend zu berücksichtigen. Und vielleicht getraue man sich trotzdem, weiterhin Kurzmeldungen zu solchen Studien und Erhebungen zu machen. Wenn das Thema umkämpft sei, würden sich dann ohnehin andere Stakeholder zu Wort melden. So könnte man das dann gleich breiter diskutieren. Unter dem Zeitdruck der aktuellen Berichterstattung werde man da als ORF jedoch kaum Zertifizierungen solcher Studien durchführen können.

Zum Thema Wirtschaftsberichterstattung: Darüber gebe es eine Unmenge an Ratgeberinformationen. Wenn man junge Leute erreichen wolle, wenn die Wirtschaftsberichterstattung nicht nur die volkswirtschaftliche Metaebene abdecken solle, sondern bis hin zu Serviceleistungen fürs Publikum heruntergebrochen sein soll. Das könnte man irgendwann einmal in einem Programmausschuss, man habe auch an ein Dialogforum gedacht, erörtern, weil es sich da um einen eminenten Public Value handeln würde, das gezielt zu erheben.

Für sie sei wichtig, über welche Themen in welchen Sendegefäßen man da eigentlich rede, denn es sei ja bei Weitem nicht nur in Sendungen wie „Eco“, „konkret“ und „help“ zu finden. Wirtschaftsberichterstattung finde sich querschnittsmäßig in allen Sendegefäßen. Vielleicht wäre es ja auch für die Programmentwicklung einmal interessant zu schauen, wo man da vielleicht „blinde Flecken“ habe.

BURANITS bezieht sich ebenfalls auf das Motto ORF für alle. Er freue sich sehr, dass es nunmehr diese neuen Möglichkeiten für den ORF gebe, das Onlinestreaming zusätzlich zum linearen Bereich. Dabei sollte man auf die Volksgruppen nicht vergessen. Man müsse darauf schauen, dass die Volksgruppen im Programm der neuen Kanäle des ORF vorkommen.

Es gehe ihm jetzt um Berichte über Sprache und Kultur der Volksgruppen im allgemeinen Programm. Da seien in letzter Zeit ein paar Fehler passiert. In einer Unterhaltungssendung über einen Bezirk in Mittelburgenland „Österreich vom Feinsten“ seien die Volksgruppen einfach nicht vorgekommen, obwohl sie ein Fünftel der Bevölke-



rung des Bezirks ausmachen. Das sei bereits im Beschwerdeausschuss diskutiert worden; man werde in dieser Sitzung noch davon hören.

Ihm gehe es jetzt jedoch darum, dass man einen Ansatz brauche, um auch in dem Bereich wirklich strategisch vorgehen zu können. Man müsse feststellen, wo im regionalen Programm die Volksgruppen vorkommen sollten. Er setze da auf den Diskurs mit der Programmdirektorin Groiss Horowitz, um da künftig systematisch vorzugehen – es sei vom Landesdirektor als Fehler bezeichnet worden, der nicht passieren sollte – und die Sensibilität zu haben, wo die Volksgruppen auch im allgemeinen Programm unbedingt vorkommen sollten. Damit es nicht so wie in den Schulbüchern sei, in denen die Volksgruppen gar nicht vorkommen würden oder auf der letzten Seite. Die Volksgruppen seien einfach ein Teil der österreichischen Bevölkerung und sollten ebenso selbstverständlich im allgemeinen Programm vorkommen.

MEYER meint mit Karl Valentin, dass bereits alles gesagt worden sei, nur noch nicht von ihm. Er wolle daher lediglich drei Punkte unterstreichen, die Kolleginnen und Kollegen vor ihm ohnehin schon erwähnt hätten. Es entspreche der Service- oder Ratgeberfunktion des ORF im Rahmen des Public Value einmal transparent zu machen, was da alles in welchen Bereichen passiere. Er denke, das werde eine sehr starke Leistungsbilanz werden, und er unterstütze diesen Vorschlag von Zimmer natürlich.

Für den Umgang mit „wissenschaftlichen Ergebnissen“ – und er setze das durchaus unter Anführungszeichen – einen kleinen wissenschaftlich-methodischen Beirat zu haben – das könne sich sicherlich nicht jede Tageszeitung leisten, aber ein Unternehmen von der Größe des ORF schon – oder einen Staffscientist, der einmal einen Blick darauf werfe und beurteile, ob das ein absoluter Holler oder nur ein Vollholler oder einigermaßen seriös sei und wie man das bringen könne. Er wisse nicht, ob das den Tempoerfordernissen des Journalismus genüge, aber man würde sich so etwas aus wissenschaftlicher Perspektive durchaus manchmal wünschen.

Im Anschluss an die Ausführungen von Kollegin Stolba wolle er festhalten, dass das Klima durchaus nicht das einzige Thema sei, über das man auf einer professionellen und medienethischen Perspektive diskutieren könne, wie berichtet werden solle. Wenn er sich anschau, wie über den Pflegenotstand oder die Pflegekastastrophe oder wie immer man das bezeichnen wolle, berichtet werde, dann höre er von sehr vielen Vertretern aus den Organisationen, dass die das gar nicht mehr so super finden würden, wenn alles nur mehr dramatisiert werde, als ob man da kurz vor dem Zusammenbruch stehen würde. Es sei letztlich eine allgemeine Frage, wo Dramatisierung ein legitimes Mittel sei, um Awareness, Engagement und zivilgesellschaftliche Betätigung zu fördern und auch die Politik darauf aufmerksam zu machen, und wo das Übertreibungen seien, mit denen man Schaden anrichte. Er denke, dass es dafür keine einfachen Lösungen geben werde, aber wofür gebe es die denn schon.

BRUNGRABER interessiert das künftige Konzept von ORF SPORT+, das jetzt eine Verlängerung von zwei Jahren im linearen Fernsehen bekommen hat. Da wolle er wissen, wie die Aufteilung zwischen linear und Streaming sein werde. Speziell interessiere er sich dafür im Hinblick auf Paraspot beziehungsweise Sendungen für Menschen mit Beeinträchtigung.

WEISSMANN sagt, dass er diese Leistungsbilanz für einen guten Ansatz halte. Bei der von ihm bereits angesprochenen Landkarte gehe es unter anderem wirklich darum. Man vermesse derzeit den ORF tatsächlich neu, nämlich in einer neuen Verknüpfung. Es gehe erstens um Radio, Fernsehen und Online, die Sinusmilieus und eben auch den Einsatz der Budgetmittel. Daraus versuche man einen neuen strategischen Ansatz zu generieren. Das müsste Groiss Horowitz am Vortag ein wenig

präsentiert haben. Man wolle herausfinden, wie viel vom Budget es für bestimmte Zielgruppen gebe. Da werde man dann auf Basis dieser Ergebnisse mit Umschichtungen beginnen. Prinzipiell gesprochen sei das Thema Service für den ORF ganz zentral. Die entsprechende Leistungsbilanz werde man gerne erstellen und liefern. Wenn man da einmal hineingrabe, komme man erst drauf, wie viel der ORF da wirklich tue. Eine Aufgabe von ihnen werde auch sein, Radio, Fernsehen und Online intern besser zu verknüpfen. Deswegen verfolge man den strategischen Ansatz des Clusters verschiedener Bereiche, wie man es gerade eben im Sport gemacht habe, wie man es jetzt bei der Wissenschaft beginnen werde. Vielleicht könne man da mit der Bekanntgabe wirklich noch bis nächste Woche warten, bis es dann veröffentlicht werde; die Direktorinnen würden das erst nächste Woche an die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen kommunizieren.

Das sei auch ein Teil des Weges, den man dann in den nächsten Monaten und Jahren gehen werde, um sich hausintern noch besser zu vernetzen und Ressourcen besser einzusetzen und Doppelgleisigkeiten, von denen es nur mehr sehr wenige gebe, zu vermeiden und dann auch noch Budgetmittel für neue Programme durch Umschichtung freizubekommen.

In Fragen des Journalismus sei man absolut kritisch. Man gehe da in die interne Diskussion durch Qualitychecks etc., reagiere auf Publikumsbefragungen. Ganz grob gesagt: ausgewogen, unabhängig und objektiv. Es sollte insgesamt überhaupt nie dramatisiert werden. Er verstehe die Problemstellung, das sei tatsächlich nicht so einfach zu lösen, aber Lobbyinggruppen seien als solche auszuschildern. Das gehe dann in der Geschwindigkeit nicht immer. Es müsse aber stets ausgeschildert sein, von wem eine Studie sei, und da müsse dazugesagt werden, wer das sei. Eine Lobbyinggruppe könne eben nur eine Gruppe sein, die zum Thema etwas sage, aber das sei sicherlich nicht die Expertenmeinung.

Mit dem Gesetz, das langsam in die Zielgerade gehe, gelte das noch viel mehr. Es würden sich alle über seinen Input freuen, nämlich den Hinweis, dass man da sehr präzise sein müsse. Eine Umweltschutzorganisation – er wolle da jetzt keinen Namen nennen – sei eine Umweltschutzorganisation und kein Experte oder Expertengremium. Punkt. Agenda Austria und Momentum beispielsweise müssten ausgeschildert werden. Darüber hinaus: Ja, man werde ständig daran arbeiten, in dem Bereich noch besser zu werden und man reagiere auf Kritik, nehme sie auf und werde sie idealerweise in die weitere Berichterstattung einfließen lassen.

Zu SPORT+ gebe es eine Unterlage – er könne das gerne kurz skizzieren –, die man gerne auch dem gesamten Gremium zusenden werde. Es gebe also ein Positionspapier, aber das Gesetz sei noch nicht beschlossen. SPORT+ werde es dann linear noch weiter geben, und man werde da einen guten Mix anbieten. Natürlich baue man den Sports Screen, das digitale Angebot parallel dazu auf. Man werde dort sehr viel hinverlagern und damit wahrnehmen können. Es werde daran gearbeitet, gewisse Bereiche von SPORT+ noch mehr in ORF 1 einzubauen. Er verweise in dem Zusammenhang noch einmal auf die Fußballeuropameisterschaft der Frauen im vergangenen Jahr. Das sei eigentlich für SPORT+ eingekauft gewesen. Der ORF sei die Sendeanstalt gewesen, die die Fraueneuropameisterschaft am besten gefeatured habe, nämlich in ORF 1. So könne er sich das auch noch für weitere Programme auf ORF 1 vorstellen. Übrigens habe jedes Match der Frauenfußballeuropameisterschaft im Schnitt 300.000 Zuschauer gehabt, und jedes Match der Österreicherinnen 700.000. Das habe also wirklich gut funktioniert.

Das sei ein Weg, den er vermehrt beschreiten wolle. Da diskutiere man noch ein bisschen; als Generaldirektor könne man da ja nur Anregungen geben. Man versuche also, den bisher auf SPORT+ angebotenen Sport noch besser und breiter darzustellen.

SCHENK merkt an, dass ihm die Schlagseite der Diskussion nicht gefalle. Auch er halte die diversen Studien für ein Problem. Als Sozialwissenschaftler mache ihn das oft ganz unruhig, welche Dinge da präsentiert würden. Wenn Umweltschutzorganisationen das machten, dann sei das Interessenspolitik. Ihm würden da jedoch noch sehr viel mehr einfallen, die das ebenfalls machen: der ÖAMTC zum Beispiel, der Tourismusverband, der Molkereiverband und auch der Österreichische Integrationsfonds. Deren Studien habe er sich angeschaut: Die seien wirklich manchmal ganz knapp an der Grenze. Das sei ein Phänomen der Lobbying- und Interessenspolitik. Als Menschen, denen Empirie wichtig sei, müsse man das umfassend berücksichtigen. Deswegen gefalle ihm da die Schlagseite allein Richtung Umweltschutzorganisationen gar nicht. Wenn es um Interessenspolitik gehe, sollte man sich alle anschauen, die da in den öffentlichen Raum drängen würden, zwar mit Empirie und Evidenz arbeiten würden, das aber methodisch dann vielleicht nicht ganz so genau damit nehmen würden.

WEISSMANN betont, dass er insgesamt von Lobbyinggruppen allgemein gesprochen habe. Er habe das dann lediglich am Beispiel der Umweltschutzorganisationen erklärt. Man sehe dann eben, wie das diskutiert werde, und das sei schließlich auch gut so. Es gebe alles, und damit müsse man umgehen. Das sei völlig richtig.

Ihm sei da auch die Schuldnerberatung einmal negativ aufgefallen, fügt MARSCHITZ hinzu. Man müsse da durchaus differenzieren. Es gebe da zwei Welten: Die Welt der Wissenschaft, die auch bei Studien anderen Regeln folge, und es gebe dann eben Interessensorganisationen – er arbeite auch für eine solche –, die den Fokus der Aufmerksamkeit auf andere Dinge lenken wollten und deren Ziel es sei, damit dann in den Medien vorzukommen. (SCHENK: Trotzdem sollen die Studien gescheit sein.) Ja, und wenn man über deren Ergebnisse berichte, dürfe man nicht in die Falle tapen. Darum gehe es ihm.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 4 der Tagesordnung „BERICHT DES VORSITZENDEN ein und ersucht Lusser um einen kurzen Überblick über die Verfahren, die noch im Laufen sind. Man wisse ja, dass der Publikumsrat selbst Gegenstand eines Verfahrens beim Verfassungsgerichtshof ist.

LUSSER führt aus:

Es gibt zwei Rechtsmittelverfahren, die wir kennen, ein höchstgerichtliches Verfahren und ein neues erstinstanzliches Verfahren. Das eine ist der Presseclub Concordia und Walter Strobl vom Juni 2022. Da ging es darum, dass die Medienministerin nicht gesetzeskonform agiert hätte und im Ergebnis die beiden Gremien Publikumsrat und Stiftungsrat rechtswidrig besetzt seien. Dieser Auffassung war die KommAustria nicht. Sie hat die Beschwerde wegen Unzuständigkeit beziehungsweise Unzulässigkeit zurückgewiesen. Dagegen haben beide Kläger Beschwerde an das Bundesverwaltungsgericht erhoben. Das Bundesverwaltungsgericht ist immer die zweite Instanz in Verwaltungsverfahren. Das ist jedoch noch nicht der Verwaltungsgerichtshof, denn das wäre dann die dritte Instanz.

Das zweite Verfahren läuft parallel und ist auch halbwegs vergleichbar. Das war eine Individualbeschwerde der Österreichischen Universitätenkonferenz gegen die Bestellung eines Mitglieds des Publikumsrats. Hier dasselbe: Zurückweisung der Beschwerde durch die KommAustria und eine Bescheidbeschwerde der UNIKO an das Bundesverwaltungsgericht. Dort liegen jetzt beide Fälle, und da gibt es noch keine Entscheidung.

Das Normenkontrollverfahren der burgenländischen Landesregierung vor dem Verfassungsgerichtshof lautete auf Aufhebung der Bestimmungen des ORF-Gesetzes betreffend die Bestellung von Gremien. Da ist die geltende Rechtslage beanstandet worden, im Wesentlichen, dass im Ergebnis die jeweilige Bundesregierung beziehungsweise die Parteien, die in der Regierung vertreten sind, die Zusammensetzung der Gremien bestimmen könnten, und das würde der Unabhängigkeit, die in der Verfassung und in der Menschenrechtskonvention geregelt sind, widersprechen. Da ist der ORF nicht Verfahrenspartei und kann deswegen unmittelbar auch keine Stellungnahme einbringen. Die Entscheidung des VfGH, das kann man jetzt sagen, wird nicht mehr in der Junisession des Gerichts erfolgen. Wir rechnen also frühestens nach der Sommerpause mit einer Entscheidung.

Was ist neu? – Das ist ein erstinstanzliches Verfahren. Es hat sich eine unterlegene Bewerberin um die Funktion des Landesdirektors Niederösterreich bei der KommAustria beschwert. Diese Beschwerde ist heute meines Wissens Thema der Berichterstattung in der „Presse“, möglicherweise auch im „Standard“. Das Verfahren ist aber schon relativ alt, kann man fast sagen, ist seinerzeit auch angekündigt worden und nichts Unübliches, weil noch jede Bestellung eines Landesdirektors in den letzten Jahren angefochten worden ist; übrigens auch die Bestellung von Direktoren. Dabei hat der bestellende Stiftungsrat nach der ständigen Judikatur seit 1978 einen sehr großen Ermessensspielraum. Er darf nur keine nicht-geeignete Person bestellen.

Wir haben dieser Beschwerde in dem Fall entgegengehalten, dass mit Alexander Hofer der am besten qualifizierte Kandidat ausgewählt worden ist, dass das Verfahren seine Richtigkeit hat und innerhalb des gesetzlichen Ermessensspielraums des Generaldirektors bei seinem Vorschlag und des Stiftungsrats bei seiner Entscheidung liegt. Da gibt es noch kein Ergebnis, das liegt im Moment bei der KommAustria.

Die Beschwerdeführerin hat sich danach an die Gleichstellungskommission des ORF gewandt und eine Diskriminierung aufgrund des Geschlechts behauptet – übrigens dieselbe Behauptung wie bei der Beschwerde an die KommAustria. Die KommAustria ist aber für solche Verfahren explizit nicht zuständig, weil der 5a-Abschnitt des ORF-Gesetzes, der die Gleichstellung von Frauen und Männern betrifft, ausdrücklich von der Konditionsbefugnis der KommAustria ausgenommen ist. Da ist dann eben ein Weg, sich an die interne Gleichstellungskommission des ORF zu wenden. Von der ist keine Diskriminierung festgestellt worden. – Das ist das Ende des Berichts.

MARSCHITZ fügt hinzu, dass man zum Verfassungsgerichtshofverfahren wissen müsse, dass es ein Recht eines Bundeslandes ist, direkt ein Verfahren anzustreben. Wenn das irgendeinen Instanzenzug durchlaufen würde, dann habe zumeist irgendein Vorgericht schon irgendwelche Bedenken im Hinblick auf Verletzung einer verfassungsrechtlichen Bestimmung. Das sei aber in dem Fall nicht notwendig, da gebe es also noch kein Präjudiz eines Vorgerichts. Dass der Verfassungsgerichtshof das Verfahren angenommen hat, sei auch noch kein Indiz für die Berechtigung der Beschwerde.

(MERYN nominiert ZIMMER als seine Vertretung und verlässt die Sitzung.)

Sobald es neue Entwicklungen gebe, werde man darüber berichten. Obwohl es zum Teil um den Publikumsrat gehe, sei man offiziell eigentlich nicht eingebunden. Man sei nicht aufgefordert worden, eine Stellungnahme abzugeben. Im Concordia-Verfahren sei der ORF aufgefordert worden, etwas dazu zu sagen. Dennoch agiere man abgestimmt mit den Gremien.

Die nächste Sitzung des Publikumsrats im Herbst werde das Thema Gesundheit und Förderung des Interesses der Bevölkerung an aktiver sportlicher Betätigung haben. Man werde da in der Vorbereitung eng mit Kollegen Meryn zusammenarbeiten und auch mit den Kollegen vom Sport. Man habe zum Sport etwas in der Zeit der Pandemie gemacht mit „Fit mit Philipp“ und so weiter. Daher schlage er vor, den Schwerpunkt diesmal eher auf den Gesundheitsbereich zu legen.

Im Frühjahr 2024 habe man die Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration ohnedies als Thema vorgesehen. Die letzte Behandlung des Themas sei eher unter dem Blickwinkel der Sicherheitspolitik gestanden. Daran brauche man also eigentlich nichts zu ändern; man werde in der nächsten Präsidiale über den weiteren Sitzungsfahrplan beraten. Ihnen sei aus budgetären Gründen eine Sitzung gekürzt worden. Daher müsse man versuchen, Schwerpunkte zum Teil zusammenzulegen.

Zu danken sei Frau Ebinger und der ORF-Mannschaft. Da klappe alles in Echtzeit. Die FAQs seien schon am Publikumsratsportal downzuladen. (*Beifall.*)

Er bitte nochmals, zu beachten, dass diese unter einem gewissen Gesetzesvorbehalt stünden, wie man das juristisch benennen könnte.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 5 der Tagesordnung „BERICHTE AUS DEN AUSSCHÜSSEN“

Punkt 5.1 der Tagesordnung „BESCHWERDEAUSSCHUSS: BERICHT ÜBER DIE SITZUNGEN VOM 5.6. und 16.6.2023“ ein. Es hätten diesmal nur zwei Ausschüsse stattgefunden, drei Ausschusssitzungen von zwei Ausschüssen. Bei der Sommersitzung des Publikumsrats gebe es leider immer das Problem, dass einige verhindert seien. Man werde versuchen, die Sommersitzung im kommenden Jahr ein wenig früher anzusetzen. Es sei nur eben diesmal aus verschiedenen Gründen nicht so leicht gewesen, einen früheren Termin zu finden.

Wiesinger, der sich für diese Plenumsitzung entschuldigt habe, sei im Beschwerdeausschuss sehr fleißig gewesen. Es sei ein hohes Beschwerdeaufkommen festzustellen – es seien 40 Beschwerden zu behandeln gewesen. Man habe ohnedies nie über jede einzelne Beschwerde im Plenum berichtet. Daher bitte er, sich die Ausschussprotokolle anzusehen.

Er frage daher einfach in die Runde, ob es aus dem Kreis der Beschwerdeausschussmitglieder Anmerkungen gebe. Ein paar Beschwerden sei formal stattgegeben worden; vielen anderen Beschwerden wurde zwar nicht stattgegeben, man habe aber durchaus Anregungen daraus für die weitere redaktionelle Arbeit gewonnen.

Man müsse sich anschauen, wie sich das Beschwerdeaufkommen weiterentwickeln werde. Das elektronische Beschwerde-Tool sei offenbar ganz gut angenommen worden. Es sei natürlich von sehr unterschiedlicher Qualität, was da hereinkommt. Manche Beschwerden seien eher die Fortsetzung von ideologischen Kämpfen auf anderen Ebene; das müsse man ehrlicher Weise auch sagen.

Man werde sich also einmal in einer Präsidiale damit beschäftigen müssen, wie man damit künftig umgehen werde, damit das vom Aufwand der Redaktionen und so weiter her in einem richtigen Verhältnis stehe. Es sei die Frage, welche Fälle man da tatsächlich an die Redaktionen herantragen wolle. Für andere Fälle könnte man möglicherweise ein Schnellverfahren oder etwas Ähnliches entwickeln.

(HENGSTSCHLÄGER verlässt die Sitzung.)

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 5.2 der Tagesordnung „PROGRAMMAUSSCHUSS: BERICHT ÜBER DIE SITZUNG VOM 21.6.2023“ ein. Kratschmar werde darüber berichten, dabei gebe es auch noch zwei formale Punkte zu erledigen.

Der Vorsitzende des Programmausschusses KRATSCHMAR berichtet über die Sitzung vom 21.6.2023; der schriftliche Bericht wird nachgereicht.

Man habe sich im Programmausschuss zunächst unter der Prämisse ORF für alle mit den Versorgungslücken, die es im Angebot des ORF gebe, beschäftigt. Wenn ab 1.1.2024 alle zahlen würden, sei die Frage, welche Zielgruppen sich da etwas erwarten dürfen, die vielleicht zurzeit noch nicht bestmöglich versorgt werden würden.

Die Programmdirektorin habe ihnen einen sehr interessanten Überblick über ihre programmstrategische Herangehensweise an die Zielvorgabe ORF für alle gegeben und ihnen eine Art Zielgruppenmatrix gezeigt. Es gebe zunächst vier große, großteils über ihr Alter definierte Zielgruppen. Eine Zielgruppe seien die Kids. Für die Kinder gebe es den Kid's Screen. Der sei ein Auftrag des noch nicht beschlossenen Gesetzes. Dieser Kid's Screen solle mehr als nur Unterhaltung bieten, sondern eben auch pädagogisch hochwertiges Service für Kinder. Man wolle ihnen den Umgang mit anderen Meinungen beibringen, habe die Programmdirektorin beispielhaft als Anforderung formuliert.

Die zweite große Zielgruppe sei das Young Audience bis 30. Unterhaltung sei für diese Zielgruppe nicht prioritär. Service, Infos und attraktive Figuren seien wichtiger. Man wolle öffentlich-rechtliche Inhalte für die Next Generation aufbereiten. Da stehe natürlich eine Drittplattformstrategie im Fokus. Es gehe insgesamt darum, bestehenden Content in die Sprache dieser Zielgruppe zu übersetzen.

Die dritte große Zielgruppe seien die Streamer. Da sei die Convenience wichtig. Da gehe es in Wirklichkeit um den neuen Player, die Mediathek, wie auch immer das dann auch heiße. Es gehe dabei um vier inhaltliche Säulen: Einerseits Dokus und Reportagen, dann österreichische Fiktion, drittens Comedy und viertens Unterhaltung.

Die vierte große Zielgruppe seien die Linearen. Die wolle man weiter gut servieren und ihnen ein verlässliches Angebot in den Bereichen Information, Kultur, Unterhaltung und Sport bieten.

Das sei insgesamt eine nutzerzentrierte Contentstrategie mit diesen vier großen Zielgruppen, wobei die Priorität klar bei der Zielgruppe unter 30 liege. Das sei aus Sicht der Programmdirektorin zentral. Man habe dann eine ausführliche Debatte zu diesem Konzept und zu dessen tatsächlicher Umsetzung geführt. Er wolle hier nur einige Themen anführen, die in der Debatte Erwähnung gefunden hätten. Es sei um die Frage gegangen, ob man die Versorgungslücken wirklich quantifizieren könne, welche empirischen Grundlagen es dafür gebe. Das sei auch in diesem Plenum schon Thema gewesen. Das werde man sich anschauen.

Als relevante Zielgruppe, in der es eine Versorgungslücke gebe, sei der migrantische Bereich genannt worden. Da sei zur Diskussion gestanden, was man da im Bereich der Untertitelung machen könne.

Ein Anliegen im Bereich Streaming sei gewesen, welche Individualisierungsmöglichkeiten es da geben werde, inwiefern man sich dann dort sein eigenes Programm zurechtschneiden könne.

Man habe auch über Ziele und Erfolgsmessung dieser strategischen Konzeptionen gesprochen und welche internationalen Best Practices es dazu gebe.

Wissenschaft und Wissenschaftsskepsis seien in der Sitzung schon thematisiert worden. Es sei auch um den Einsatz von künstlicher Intelligenz gegangen. Auch die Volksgruppen habe man angesprochen. – Er wolle da wirklich dazu einladen, das im Protokoll nachzulesen. Es sei eine sehr fundierte Debatte gewesen.

Die großen Versorgungslücken unterm Strich: Das sei einerseits tatsächlich bei den jungen Zielgruppen der Bereich Bildung, Beruf und Lehre. Man habe das in dieser Sitzung bereits im Zusammenhang mit der Umfrage diskutiert. Da bestehe tatsächlich Handlungsbedarf. Da biete der ORF eigentlich nur sehr, sehr wenig.

Der zweite große Bereich seien die Migranten gewesen. Da gehe es auf der einen Seite um Untertitelungsmöglichkeiten, was es da alles in Zukunft geben könnte. Es gehe da selbstverständlich auch um Präsenz in den Programmen.

Die dritte große Versorgungslücke sei in diesem Plenum auch bereits angesprochen worden: die Unternehmer und die Unternehmerinnen. Da gehe es darum, was man diesbezüglich über die Wirtschaftsberichterstattung hinaus anbieten könne.

Er setze noch einen vierten Bereich hinzu, den man im Plenum auch bereits mehrfach diskutiert habe, nämlich die Weiterentwicklung der Diskussionssendungen mit Blick auf die unterschiedlichen Zielgruppen.

Das sei also die Debatte zum Thema Versorgungslücken gewesen. Er dürfe darauf hinweisen, dass sich der Stiftungsrat, und zwar der Programmausschuss des Stiftungsrats in der kommenden Woche mit diesem Thema beschäftigen werde. Das sei also zurzeit für die Gremien sehr relevant.

Der zweite TO-Punkt sei den Umfragen des Publikumsrats gewidmet gewesen. Da sei es einerseits um die Konsequenzen aus der Umfrage zu den Themen Europa – Wirtschaft – Sicherheit gegangen. Dazu liege seit dem Vortag ein Empfehlungsentwurf vor, der hochgeladen worden sei.

Das Zweite sei das Thema für die diesjährige Umfrage gewesen. Da gebe es ja in Abstimmung mit den Schwerpunkten des Plenums einen Themenplan. Da habe man festgelegt, dass die Themen Kunst, Kultur und Identität in den ORF-Programmen und die Anforderungen und Erwartungen des Publikums zu diesen Themen im Mittelpunkt stehen sollen.

Damit stelle er nunmehr den ersten Antrag, die Empfehlung zur Umfrage „Europa – Wirtschaft – Sicherheit“. Sie sei bereits hochgeladen und es hätten sie wohl alle schon gesehen. Die wichtigsten Eckpunkte seien, dass es sich bei diesen drei Aufträgen um für das Publikum relevante Aufträge handle, bei denen Interesse und Nutzung durchwegs hoch seien. Bei der Zufriedenheit mit den Angeboten bestünde noch Handlungsbedarf für den ORF.

Konkret heiße das für den Wirtschaftsbereich, dass sich das Publikum mehr Informationen zu den Themenbereichen Lehre, Ausbildung und Berufe, zum Wirtschaftsge-

schehen in Österreich und zu österreichischen Unternehmen sowie zu den Themen Arbeitsmarkt, Innovation und Digitalisierung erwartet, und man daher empfehle, die Berichterstattung entlang dieser Anforderungen gezielt weiterzuentwickeln mit dem Verweis darauf, dass ein entsprechendes Angebot in den Bereichen Lehre, Ausbildung und Berufe, vor allem mit Blick auf die jungen Zielgruppen von großer Bedeutung sei. Das bisherige Informations- und Serviceangebot auf diesem Gebiet sei unzureichend.

Zweiter Punkt Europa: Hier halte die Empfehlung fest, dass man sich wie das Publikum mehr Berichterstattung über europapolitische Anliegen in und von Österreich erwarte, über europäische Zusammenarbeit und Integration, aber natürlich auch über das Verhältnis der EU zu anderen Ländern sowie über Alltag, Kultur und Gesellschaft in anderen Ländern. Und das sei, das habe man aus der Studie gelernt, vor allem den jüngeren Zielgruppen ein Anliegen. Daher auch hier der Wunsch nach einer entsprechenden Weiterentwicklung der Berichterstattung.

Man halte in der Empfehlung aber auch fest, dass die Geschäftsführung da mit dem 2023 gestarteten Magazin „Fokus Europa“ einen ersten relevanten Schritt in der Europaberichterstattung gesetzt hat.

Der dritte Punkt: Sicherheit. Da habe ihre Umfrage gezeigt, dass sich das Publikum neben Informationen über internationale, europäische und österreichische Sicherheitspolitik vor allem Berichterstattung über Cybersicherheit wünscht. Das sei ein ganz zentraler Befund der Studie gewesen.

Vor diesem Hintergrund empfehle man eine verstärkt serviceorientierte Berichterstattung rund um Digitalisierungs- und Sicherheitsfragen. – Das sei der Kern der Empfehlung zur Umfrage „Europa – Wirtschaft – Sicherheit“.

Im zweiten Antrag gehe es darum, als Thema der Publikumsratsstudie 2023 Anforderungen und Erwartungen des Publikums zu den Themen Kunst, Kultur und Identität in den ORF-Programmen zu wählen. – Danke schön.

Der VORSITZENDE merkt an, dass die Empfehlung diesmal sehr formal an den Ergebnissen der Umfrage orientiert sei. Man habe in der Sitzung nicht die Gelegenheit dazu gehabt, das noch weiter zu vertiefen.

Wie er das sehe, gebe es ein kleines Beschlussfassungsproblem: Man habe zwar genügend Stimmen, aber nicht mehr genügend Präsenz. Er schlage vor, trotzdem eine Abstimmung über die vorgelegten Anträge durchzuführen.

Zur Empfehlung zeige das Stimmungsbild eine einstimmige Zustimmung.

Das Thema der Umfrage habe man eigentlich ohnedies schon beschlossen. Es sei jedoch die Frage, ob sich im Lichte der Ereignisse noch irgendwelche Bedenken dagegen ergeben hätten. Er persönlich denke, dass es einmal sehr interessant sei, sich das Thema Kunst und Kultur anzuschauen. Das sei natürlich für das Publikum sehr relevant.

Auch zu diesem Antrag gebe es in diesem Kreis eine einstimmige Zustimmung.

KRATSCHMAR weist darauf hin, dass es in bewährter Weise wieder eine Arbeitsgruppe gibt, die sich mit der Vorbereitung der Umfrage beschäftigt. Der Arbeitsgruppe würden bisher Danmayr, Marschitz, Baumgartner und seine Wenigkeit angehören. Er lade Interessierte dazu ein, sich bitte noch dazu zu melden. Man werde dann zeitnahe einen Termin bekanntgeben, zu dem die Arbeitsgruppe zum ersten Mal zu-



sammentritt und mit der Meinungsforschung sozusagen das Forschungsdesign bespricht.

Der VORSITZENDE unterstreicht, dass die genannte Arbeitsgruppe für weitere interessierte Personen offen sei.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 6 der Tagesordnung „ALLFÄLLIGES“ ein. Damit komme man zum angenehmen Teil des Tages, der zwei Teile habe. Es finde hier am ORF-Gelände ein großes Fest statt. Die Mitglieder des Publikumsrats seien dazu eingeladen.

WEISSMANN teilt mit, dass es ab 16 Uhr losgehen werde. Es seien natürlich alle Damen und Herren sehr herzlich eingeladen. Es sei ein kleines Sommerfest für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Hauses. (STOLBA: Wo?) Es finde hier am Gelände statt. (LUSSER: Überall!)

Der VORSITZENDE fügt hinzu, dass es sich um ein Outdoorfest handle, wie man der Einladung habe entnehmen können.

Vorher habe jedoch Siffert ihnen ein Angebot gemacht.

SIFFERT sagt, man müsse jetzt dafür sorgen, dass man den Bus früher herbekomme, denn ursprünglich sei die Abfahrt ja für 14.30 Uhr geplant gewesen.

Man habe in dieser Sitzung die Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge auf der Tagesordnung gehabt. Und genau das werde man jetzt am Nachmittag tun, indem man sich die Stadtlandwirtschaft in Wien anschau, und zwar zuerst den Prentlhof, einen Direktvermarktungshof, der im 10. Bezirk gelegen sei. Anschließend werde man beim Gugumuck, den vermutlich ohnedies jeder kenne, die Schneckenfarm und auch den Zukunftshof Rothneusiedl besichtigen. Das sei der ehemalige Haschahof.

Wenn man jetzt früher wegfahren könne, komme man dann natürlich auch früher zum Fest zurück. Der Bus werde von hier abfahren und wieder hierher zurückkehren. Es gebe für Late-, Latest- and Last-Decider noch die Möglichkeit einzusteigen; der Bus sei große genug. (MARSCHITZ: Und der Bus wartet wo?) Am Parkplatz vor dem Haus.

Der Vorsitzende dankt allen für die engagierte Teilnahme an der Sitzung, insbesondere den Mitarbeitern des Hauses, an deren Spitze dem Generaldirektor und den beiden Damen aus den Wirtschaftsredaktionen. Er werde sich bei ihnen noch gesondert bedanken. Er hoffe, dass man Lockl nicht verschreckt habe; es gebe ja wahrscheinlich den einen oder anderen Punkt, in dem man gemeinsam etwas tun könne. Er danke den Vertretern der Medien, dass sie bis zum Schluss ausgeharrt haben. Er danke für ihr Interesse.


Man werde sich vor dem Sommer nicht mehr sehen, zumindest nicht in diesem Kreis. Die nächste Sitzung des Publikumsrats sei am 21. September. Dann werde man sich hier wieder sehen. Davor würden noch Ausschusssitzungen stattfinden. Man werde die noch vor dem Sommer terminisieren, damit man das einplanen kann.

Danke herzlich! Er hoffe, dass möglichst viele bei der Exkursion mitfahren und man einander dann beim Fest sehen werde. – Danke. Der Vorsitzende schließt damit die Sitzung. (*Beifall.*)

Schluss der Sitzung: 13.04 Uhr

Der Vorsitzende des Publikumsrats  
Mag. Walter MARSCHITZ, BA e.h.

f.d.R.



Dr. Josef Lusser

Anhang: Beschlussprotokoll

**TO-Punkt 5.2:**

*Die Empfehlung hat folgenden Gesamtwortlaut:*

„Die Umfrage des ORF-Publikumsrats zu Anforderungen und Erwartungen des Publikums in Zusammenhang mit den Programmaufträgen

- Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge,
- Förderung des Verständnisses für die europäische Integration und
- Förderung des Verständnisses für Fragen der europäischen Sicherheitspolitik und der umfassenden Landesverteidigung

hat deutlich gemacht, dass es sich dabei um für das Publikum relevante Aufträge handelt. Interesse und Nutzung sind durchwegs hoch. Bei der Zufriedenheit mit den Angeboten besteht jedoch Handlungsbedarf für den ORF.

**Wirtschaft:** Im Bereich Wirtschaft erwartet sich das Publikum mehr Informationen zu den Themenbereichen Lehre, Ausbildung und Berufe, zum Wirtschaftsgeschehen in Österreich und zu österreichischen Unternehmen sowie zu den Themen Arbeitsmarkt, Innovation und Digitalisierung. Der Publikumsrat empfiehlt daher der Geschäftsführung, die Berichterstattung entlang dieser Anforderungen gezielt weiterzuentwickeln. Aufbau bzw. Erweiterung des Angebots im Bereich Lehre, Ausbildung und Berufe sind insbesondere mit Blick auf jüngere Zielgruppen von großer Bedeutung. Das bisherige Informations- und Serviceangebot in diesem Bereich ist unzureichend, worauf der Publikumsrat schon seit Jahren hinweist.

**Europa:** Im Bereich Europa erwartet sich das Publikum mehr Berichterstattung über europapolitische Anliegen in und von Österreich, über europäischen Zusammenhalt und Integration, über das Verhältnis der EU zu anderen Ländern sowie über Alltag, Kultur und Gesellschaft in anderen Ländern. Letzteres ist insbesondere jüngeren Zielgruppen ein Anliegen. Der Publikumsrat fordert daher eine entsprechende Weiterentwicklung der Berichterstattung. Mit dem 2023 gestarteten Magazin „Fokus Europa“ hat die Geschäftsführung bereits einen wichtigen Schritt gesetzt, dem weitere folgen sollen.

**Sicherheit:** Im Bereich Sicherheitspolitik und Landesverteidigung zeigt sich, dass das Publikum neben Informationen über internationale, europäische und österreichische Sicherheitspolitik insbesondere Berichterstattung über das Thema Cybersicherheit nachfragt. Die Publikumsrat fordert vor diesem Hintergrund eine verstärkt serviceorientierte Berichterstattung rund um Digitalisierungs- und Sicherheitsfragen.“

Der Antrag wird

*einstimmig befürwortet.*